



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۱۲/۲۵

شماره مجوز مجله: ۸۰۴۰۰

تبیین کارکرد بازار در کالبد آن نمونه مورد مطالعه: بازار چهارسوق یزد

حسین نورمحمدزاد؛ نرگس خاتون مکی نیری^۲

چکیده

کارکرد حالات ذهنی‌ای است که به طور علی رابطه‌ای میان ورودی‌های حسی و خروجی‌های حرکتی برقرار می‌سازد. برای فهم کارکرد، مستقیم‌ترین راه این است که اثر و نتیجه هر پدیده را به صورت معلول ببینیم. کالبد شهر مترادف با عناصر مصنوع و بی‌جان (ساختمان‌ها)، و نیز مظاهر جسمی و رؤیت‌پذیر شهر است. بازار مکانی است با کلیه‌ی افراد و یا واحدها و بنگاه‌های تجاری و بازرگانی است که برای خرید یا فروش کالاها و خدمات با یکدیگر تماس برقرار نموده و در نتیجه مبادلات آن‌ها ناشی از رفع حوائج و نیازهاست عرضه و تقاضا ایجاد شده و قیمت واحد تعیین می‌گردد و به وسیله‌ی پول امر معامله تحقق می‌پذیرد و سبب می‌شود که تعلق و مالکیت انتقال یابد. در بازار چهارسوق کارکردها شامل خرید و فروش هستند که به صورت کم و محدود صورت می‌پذیرد. کالبد بازار چهارسوق شامل راسته‌ها، دانه‌ها و چهارسوق است. کارکردهایی که در کالبد این بازار از قبل جریان داشته‌اند بسیار کمتر و محدودتر اتفاق می‌افتد. هدف از این پژوهش تبیین کارکردهای بازار در کالبد آن است که به نظر می‌رسد با پرداختن به علل از بین رفتن کارکردهای بازار راه‌حلی برای جریان دوباره‌ی این کارکردها بیابیم.

کلمات کلیدی: تبیین، کارکرد، کالبد، بازار

۱- مقدمه

یکی از مهم‌ترین عناصر کالبدی شهرهای اسلامی، بازار سرپوشیده است که در واقع ستون فقرات شهر را تشکیل داد، به مغز شهر یعنی «مسجد جامع» می‌پیوندد. بازار اسلامی نه تنها کانون هدایت اقتصادی به شمار می‌رود، بلکه زیربنای اجتماعی و معنوی آن نیز بوده و روح اسلامی را در بازار دمیده‌است (سرائی ۱۳۸۹، ۲۶). همبستگی مسجد جامع و بازار و اهمیت این دو در ساختار بنیادی شهر اسلامی امری مشهود و عینی است؛ اینکه، تا روزگاری دراز زندگی و فعالیت اقتصادی-اجتماعی و تا حدودی مذهبی و سیاسی شهرها در بازار ظهور و بروز داشته‌است، قطعی است. هنوز هم در ذهن بسیاری از مردم، بازار مرکز همه‌ی فعالیت‌های شهری است (پروشانی و دیگران ۱۳۸۹، ۸). بازار مرکزی شهرهای خاورمیانه‌ی اسلامی، مرکز ثقل اقتصادی

^۱ . استادیار گروه شهرسازی دانشکده هنر و معماری دانشگاه یزد

^۲ narges.maki@gmail.com. دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری دانشکده هنر و معماری دانشگاه یزد



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

و نظام بهره‌وری از سرمایه است. این نهاد با خرید و فروش و تولید و پیشه‌وری گسترده به صورت مرکز رهبری امور اقتصادی و مالی شهر درآمد و با این اعتبار به عنوان جایگاه محوری سیاست و مذهب نیز محسوب می‌شود (همان، ۱۱).

شهر یزد در قبل و بعد از اسلام با رشدی کند از یک هسته‌ی اولیه‌ی کهن در کنار جاده ابریشم توسعه یافت و به تبع آن بازار و سایر عناصر نیز شکل گرفت (سرائی ۱۳۸۹، ۲۶). مجموعه‌ی چهارسو (چهارسوق) از سه جهت به بازچه‌های کوچکی منشعب می‌شود؛ بازارچه‌ی ضلع شمالی چهارسو به خیابان مسجد جامع، بازارچه‌ی ضلع جنوبی به محله‌ی دارالشفاء و بازارچه‌ی ضلع غربی به کوچه‌ی جهودون (یهودی‌ها) می‌رسد. گفتنی است که تمامی قسمت‌های مجموعه‌ی چهارسو و بازارچه‌های منشعب از آن، مرمت نشده و تعمیرات صورت گرفته فقط بخشی از بازار غربی و جنوبی و گنبد (چهارسو) را شامل می‌شود. بازارچه‌ی ضلع جنوبی چهارسو که به محله‌ی دارالشفاء متصل می‌شود، از بازارچه‌ی ضلع غربی و شمالی چهارسو پررونق‌تر است و تعدادی از مغازه‌های آن همچنان فعال‌اند. به گفته‌ی ساکنان قدیمی این محل، بازار شاهی و چهارسو در گذشته رونق بسیاری داشته و مرکز خرید شهر یزد محسوب می‌شده‌است؛ ولی بعد از اینکه صاحبان اولیه‌ی حجره‌ها از بازار خارج شدند و یا فوت کردند، کم‌کم حجره‌ها کم رونق شده و فعالیت در آن کاهش یافت (آریان‌فر و حبیبی ۱۳۹۲، ۱۹۹-۲۰۰). بنابراین می‌توان گفت بازار کارکردهای گذشته‌ی خود را از دست داده‌است. اجزای بازار به عنوان یک نظام اجتماعی، برای دوام و پایداری می‌بایست کارکرد خود را اجرا کنند.

کارکردگرایی کلیه‌ی پدیده‌های اجتماعی را در ارتباط با نتایجی که برای کل نظام اجتماعی دارند مدنظر قرار می‌دهد. در این مکتب نظام اجتماعی از اجزاء گوناگونی تشکیل شده و آنچنان به یکدیگر وابسته و در هم تنیده است که کارکرد هر یک از این اجزاء در دوام و پایداری نظام اجتماعی و کل، نقش مهم و بسزایی را دارد. این نظریه دارای سه اصل مهم است. ساخت، نظام اجتماعی، کارکرد (موسوی ۱۳۸۸) و (تقدیسی و هدایتی مقدم ۱۳۹۰، ۸) در این مکتب، فرض بر این است که کل جامعه، همانند سیستمی است مرکب از بخش‌های مختلف، که هر یک کار ویژه و وظایف خاص خود را انجام می‌دهند و بین اجزای سیستم، روابط مکمل و متقابل وجود دارد (بشریه ۱۳۷۶، ۸۴) و (اسدالله و پروین ۱۳۹۴، ۱۰). تشابهی که فلاسفه اجتماعی و جامعه‌شناسان بین جوامع انسانی و موجودات زنده و سیستم‌های حیاتی قائل بودند، در واقع اولین پیش فرض فلسفی مکتب کارکردگرایی را ساخته است. در این مکتب تمام پدیده‌های مورد مطالعه در جامعه‌شناسی، پدیده‌های مجموعه‌ها یا پدیده‌های سیستمی هستند. به این دلیل تئوری‌های این مکتب، معروف به تئوری‌های سیستمی بوده و پدیده‌های مورد مطالعه مکتب کارکردگرایی، در قالب سیستم، مجموعه و نظام می‌گنجد (تنهایی ۱۳۷۳، ۶۵).

۲- پیشینه پژوهش

کارکردگرایی که ریشه در مکتب ارگانیسم قرن نوزدهم دارد، دارای سابقه‌ای کهن در میان تفکرات اجتماعی است (Gould, Julius and William L.KOBLB 1985, 227). ریشه‌های تاریخی دیدگاه کارکردگرایی را می‌توان در دوره پیش از میلاد در آراء افلاطون و ارسطو جستجو نمود که جامعه را به پیکره‌هایی تشبیه می‌نمودند (ریترز، جورج ۱۳۸۲، ۱۲۱) و (تقدیسی و هدایتی مقدم ۱۳۹۰، ۸). تحلیل کارکردگرایانه نخستین بار از سوی کنت در جامعه‌شناسی طرح شد (شاکری زواردهی و عبدلی مسینان ۱۳۹۳، ۲۸-۲۹). مفهوم کارکرد اجتماعی در قرن نوزدهم به صریح‌ترین وجه توسط هربرت اسپنسر تنظیم شده بود و توسط او کارکرد از زیست‌شناسی به علوم اجتماعی راه یافته است (جولیوس و ولیام ۱۳۷۶، ۶۷۹). معمولاً از امیل دورکیم به عنوان بنیان‌گذار نظریه‌ی کارکردگرایی عصر جدید نام می‌برند (توسلی ۱۳۹۱، ۲۱۳). اولین بار دورکیم بود که در کتاب «تقسیم کار اجتماعی» و «قواعد روش جامعه‌شناسی» شکل دقیق و تنظیم شده‌ای از مفهوم کارکرد اجتماعی ارائه داد (رادکلیف براون به نقل از (باتومور ۱۳۵۷، ۵۲)). دو عقیده و مفهوم اساسی در مورد تعبیر و تفسیر مکتب کارکردگرایی براساس داده‌های اجتماعی، ارائه شده‌اند و این دو عبارتند از روابط متقابل و کارکرد. براتیسلاو کاسپار مالینوسکی برای اولین



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

بار موضوعات فوق را براساس یک روش جدید بنا نهاد (بواریه ۱۳۷۰، ۹۸). از نگاه رادکلیف براون هر چند کارکرد به سازمان و عمل منسجم یک مجموعه یاری می رساند، اما از پیش نقشی تعیین کننده در نهادی که در آن عمل می کند ندارد (کلود ۱۳۷۹، ۷۹). از دیدگاه هیلاری پاتنم حل مسأله‌ی ذهن و بدن به وسیله‌ی «همشکل کارکردی» است. زیرا اگر دو سیستم از لحاظ کارکردی هم‌شکل باشند، از لحاظ حالات ذهنی هم‌شکل خواهند بود، هر چند از نظر ساختاری متفاوت باشند (Putnam 1975b, 291-293) و (صفری کندسری، رضا؛ واله، حسین ۱۳۹۲، ۸۶). تالکت پارسونز از نامداران نظریه کارکردی معتقد است: کارکرد مجموعه فعالیت‌هایی است که در جهت برآوردن یک نیاز یا نیازهای نظام انجام می گیرد. (ریترز، جورج ۱۳۸۲، ۲) و نیز چهار تکلیف برای همه نظام‌ها ضرورت دارد که هر نظامی برای زنده ماندن باید این چهار کارکرد را انجام دهد: سازگاری، هدف‌گزینی، یکپارچگی، حفظ الگوهای نهفته (استونز ۱۳۷۹). رابرت مرتون از جمله نظریه پردازان کارکردگرایی است که با کتاب (ساخت اجتماعی و بی-هنجاری) نظریه کارکردهای آشکار و پنهان و کارکردهای مناسب و نامناسب را مطرح کرد (توسلی ۱۳۹۱، ۲۳۲). کار مهم مرتون در این زمینه، یعنی تمیز کارکردهای پنهان از کارکردهای آشکار، تکمیل این اصل دورکیم است که کارکردهای نهادهای اجتماعی به هیچوجه روشن نیستند و همیشه بدان گونه که در نظر می آیند نمی باشند (باتومور ۱۳۵۷، ۵۳).

مطالعات و بررسی شاخه‌ای از علم جغرافیای بازار ابتدا به شکل محدود و نارسا از سال ۱۹۰۰ شروع گردید (پوراحمد ۱۳۷۶، ۲۷). در دهه ی ۱۹۳۰ میلادی، جغرافیدان آلمانی والتر کریستالر^۱ به نقل از Timothy (۲۰۰۵)، تئوری مکان مرکزی را برای توصیف سلسله مراتب خرده فروشی شهرها و شهرک‌ها توسعه و نظر داد که اندازه و فاصله از شهرک‌ها و روستاها یک نتیجه از رفتار مصرفی مردم هستند (آهور، و غیره ۱۳۹۱، ۱۴۷). در سال ۱۹۵۴، این مسئله (بازار) با مفهوم جدیدی به وسیله‌ی ویلیام پلبوم^۲ مطرح شد (پوراحمد ۱۳۷۶، ۲۷). بیشترین توجه به مفهوم بازار از جانب ماکس وبر صورت گرفته است. وی در نوشته‌های اولیه اش به ماهیت پدیده سوداگری و این که چطور مبادلات سهام به شیوه‌های متفاوت و در مکان‌های مختلفی سازماندهی می شوند، توجه داشت (ودادهیر ۱۳۸۳، ۱۶۸). آبراهامیان در طبقه‌بندی بازار (جامعه‌ی بازار) از ساختار طبقاتی دوره‌ی پس از ۱۹۶۳ استفاده می‌کند و بازار را بخشی از طبقه متوسط مالک می‌داند (Abrahamian 1982) و (کشاورزیان ۱۳۸۳، ۱۵۰). جیمز بیل از بازار به عنوان نماد و هسته فعالیت طبقه متوسط بورژوا یاد می‌کند (Bill 1972) و (کشاورزیان ۱۳۸۳، ۱۵۰). پروفیسور ویرت^۳ بازار شهرهای شرق اسلامی را چنین تعریف می‌کند: مرکز اصلی اقتصاد شهرهای شرق اسلامی و بخش ویژه فعالیت‌های کسب و کار سنتی است که در مرکز شهر قرار دارد (Eugen 1968) و (شفقی ۱۳۸۰، ۲۷). دن اسلیتو فرن تونکیس (۲۰۱۳) در مطالعه‌ی خود درباره‌ی جامعه‌ی بازار بیان داشت که اصطلاح فرهنگ با تعریف نوع دیگری از کنش اقتصادی عقلانی در جامعه بازار، نقشی راهبردی ایفا کرده‌است. اصطلاح فرهنگ برای اطلاق به آن زمینه‌هایی از بازار به کار رفته که نامی برای جهان معنا و جهان روابط اجتماعی وسیع‌تر است (نکویی، طاهباز و اختر کاوان ۱۳۹۳، ۱۳۸).

^۱ Functional Isomorphism

^۲ Adaptation

^۳ Goal Attainment

^۴ Integration

^۵ Latent Pattern Maintenance

^۶ Walter Christaler

^۷ William pplebaum

^۸ Eugen , Wirth



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۳- تجربیات جهانی درباره‌ی کارکرد بازار

بازار بزرگ استانبول و مناطق اطراف آن تحت قانون «تمدید و محافظت از دارایی‌های غیرمنقول تاریخی و فرهنگی فرسوده با استفاده از نگهداری» که در سال ۲۰۰۵ و با تصمیم شورای وزیران جمهوری ترکیه وارد عمل شد، به عنوان «منطقه تجدید» اعلام شد. شهرداری فاتح تصمیم گرفت در سال ۲۰۰۹ یک پروژه را برای محافظت، استفاده‌ی سازوار و ایجاد مجتمع‌های تجاری در داخل و اطراف بازار بزرگ به منظور بهسازی این منطقه، طراحی کند. بسیاری از مسافرخانه‌ها که در مجاورت بازار بزرگ واقع شده‌اند، هنوز هم از طریق کارکردها و بافت بازار، امور تجارت را ادامه می‌دهند (Benli and Görmüş Ekizce 2010, 2-230-231).

در بنگلادش، پروژه توسعه منطقه شهری (CRDP) توسط بانک توسعه آسیا تأمین و در نتیجه وام پروژه با استفاده از رویکرد اجرای بخشی برای یک دوره ۶ ساله تنظیم شد (ژانویه ۲۰۱۱ تا دسامبر ۲۰۱۶). این سند پیش‌نویس طرح اسکان مجدد (RP) است که برای سرپروژه تجدید شهری بازار شاخاری تهیه شده‌است. در پروژه نوسازی شهری بازار شاخاری چشم انداز، پایداری طولانی مدت فرهنگ و تاریخ آن با طیف وسیعی از اقدامات برای به روزرسانی ساختمان‌ها و فضاهایش است. این تغییرات شامل جابجایی کارکردها، احیا مجدد خیابان و پارکینگ بلافاصله در شرق بازار شاخاری، مدیریت ترافیک، مرمت ساختمان‌های دارای وضعیت میراثی و ارتقاء طراحی و ارائه خدمات به ساختمان‌های دیگر است (Department 2010, 2-153).

در شهر نابلس، یکی از تهدیدات اساسی نه تنها برای سوق (بازار)، بلکه کل شهر قدیمی، این است که ساکنان محلی به مناطق مدرن منتقل می‌شوند. باید سیاست‌ها به نفع ساکنان محلی و کاربران هدایت شود تا از یک منبع درآمد مداوم برای سوق اطمینان حاصل شود. هدف سیاست‌های شهر نابلس باید حفاظت هسته‌ی قدیمی به وسیله‌ی دادن نقش‌ها و کارکردهای جدید و روابطش با بخش مدرن شهر نابلس باشد. پیشنهادات مؤلف برای سوق نابلس در سه دسته‌ی نوسازی، توانبخشی و استفاده تطبیقی جای می‌گیرد. باید انواع خاصی از تجارت مدرن به سوق سنتی معرفی شود. بعضی از قسمت‌های تفریحی و صنایع دستی به آن اضافه شود. بسیاری از عناصر امروزه مانند گذشته معتبر هستند و بنابراین باید حفظ شوند. سایر عناصر باید تغییر کنند و یا با تغییرات در شرایط اجتماعی و اقتصادی سازگار شوند. بسیاری از ساختمان‌های استفاده شده قابل احیا و با اصلاحات جزئی می‌توانند برای اهداف دیگر مورد استفاده مجدد قرار گیرند (Abdullatif Awad 1984, 145, 148-153).

اهداف در پروژه‌ی توان بخشی بازار تبریز، شامل حفظ ساختمان‌های تاریخی به منظور ارتقاء زیرساخت‌های کالبدی، دنبال کردن سیاست توان بخشی مبتنی بر جامعه، محدود کردن رویکر استبدادگرانه، تقویت فعالیت‌های تجاری در بازار، ارتقا اقتصاد شهر از طریق جوانسازی بازار، افزایش امنیت و ایمنی بازار به منظور جذب مشتری‌های مختلف، بهبود دسترسی به بازار و مشخص کردن دروازه‌های آن در مقابل بافت شهری اطراف، حفظ نقاط دیدنی تاریخی با حفظ شبکه‌های کلیدی بازار، محافظت و تقویت مناظر معتبر شهری و طبیعی بازار بود (Radoine 2013, 6,7).

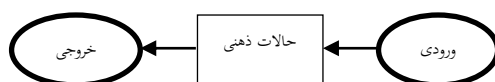
۴- تعریف مفاهیم

واژه «کارکرد» اصطلاحی کلی بود که به صورت غیرمستقیم، به سودمندی همه چیزها از جمله روابط اجتماعی، رفتارها و اعتقادات دلالت داشت (فصیحی ۱۳۸۹، ۱۱۰). آنچه در دیدگاه کارکردگرایی اهمیت دارد، کارکرد پدیده‌ها می‌باشد که می‌توان آن را معادل مفهوم «منفعت» در مکتب اصالت فایده دانست (منوچهری ۱۳۷۶، ۱۵۸). در نظام اداری کارکرد خدمت، وظیفه و کاری است که هر یک از اعضا خود در این نظام انجام می‌دهد. در ریاضیات کارکرد دقیقاً در معنای «تابع» به کار رفته‌است. در زیست‌شناسی: کارکرد به طور عمده به معنای فعالیتی است که هر اندام بر عهده دارد و معمولاً به فیزیولوژی اندام‌ها مربوط



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

می‌شود. در تبیین علی امور معمولاً کارکرد به معنی نقش یا اثری است که هر پدیده در زنجیره پدیده‌هایی که با آن‌ها مرتبط است، باقی می‌گذارد (توسلی ۱۳۹۱، ۲۰۷). در ادبیات علوم اجتماعی کارکرد به معانی مختلف استعمال شده است: اثر و نقش، وظیفه، معلول، عمل، فایده، انگیزه، غایت، نیت، نیاز، نتیجه و حاصل (فصیحی ۱۳۸۹، ۱۱۰). کارکرد عبارت از حاصل یا نتیجه نوعی وجود یا عمل (حرکت) اشخاص یا اشیا و از جمله پدیده‌های لمس‌ناپذیری چون الگوهای فرهنگی، ساختارهای گروهی و نگرش‌هاست و نیز اثر و نتیجه‌ای است که انطباق یا سازگاری یک ساختار معین یا اجزای آن را با شرایط لازم محیط، فراهم می‌نماید (جولیوس و ویلیام ۱۳۷۶، ۶۷۸). به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که در جهت برآوردن یک نیاز یا نیازهای نظام انجام می‌گیرد (ریترز، جورج ۱۳۸۲، ۱۳۱). نحوه‌ی کار یک نهاد یا نحوه‌ی برقراری روابط آن نهاد با سایر فعالیت‌ها یا نهادها خاص اجتماعی است (باتومور ۱۳۵۷، ۵۳). برای فهم کارکرد، مستقیم‌ترین راه این است که اثر و نتیجه هر پدیده را به‌صورت معلول ببینیم (توسلی ۱۳۹۱، ۲۰۶). جامعه‌شناسانی نظیر اگوست کنت و هربرت اسپنسر مفهوم کارکرد را صرفاً به عنوان هدفی که فرد به قصد در پی آن است درک می‌کردند (کلود ۱۳۷۹). از نظر پاتنم، آنچه مهم است ارگانسیم کارکردی ماست؛ یعنی شیوه‌ای که حالات ذهنی ما به طور علی با همدیگر رابطه برقرار می‌سازند؛ رابطه‌ای که میان ورودی‌های حسی و خروجی‌های حرکتی برقرار می‌شود (امامی ۱۳۸۸، ۸۸) (نمودار (۱)). او کارکرد یک حالت ذهنی را معادل غایت و هدف آن نمی‌شمارد؛ بلکه کارکرد را به رابطه و همکاری میان کارکرد غایت‌شناختی و عوامل دیگر (ورودی‌ها و خروجی‌ها) تعریف می‌کند (همان، ۱۰۰). تمثیل جامعه به ارگانسیم، بیانگر این مطلب است که رابطه عناصر تشکیل دهنده ساختار اجتماعی با همدیگر و با کل جامعه از نوع رابطه کارکردی است که در تحلیل این اجزاء، کارکرد آن‌ها در تأمین نیازهای نظام در کانون توجه قرار می‌گیرد (اچ ترنر ۱۳۸۲، ۴۱). نتیجه این سخن، این است که تمام موجودیت یا حرکت اجزاء و کل، منطقی است و به غایتی مشخص می‌رسند (فکوهی ۱۳۸۱، ۷۳).



نمودار (۱): مدل نظری کارکرد از دیدگاه پاتنم

در نتیجه کارکرد، نحوه و چگونگی برقراری رابطه است که با هدفی خاص، با در نظر گرفتن شرایط در یک محیط که درونداد آن توسط یک فاعل و برون‌داد آن به صورت یک اثر و نتیجه در یک معلول قابل مشاهده باشد. کارکرد انواع مختلفی دارد که شامل: کارکرد درونی و بیرونی، کارکردهای آشکار و پنهان، کارکرد فرد گرایانه و اجتماعی، کارکرد مناسب و نامناسب (توسلی ۱۳۹۱، ۲۱۵) کارکرد بالقوه و بالفعل (دولفوس ۱۳۷۳، ۸۲) کارکرد عینی و انتزاعی (شبلینگ ۱۳۷۷، ۱۹۸-۱۹۹) کارکرد مثبت یا منفی (ویس وده ۱۳۸۱، ۱۶۰-۱۶۱) دش کارکرد، کارکرد پنهان (کلود ۱۳۷۹، ۷۹) کارکرد درونی، بیرونی (الیاسی ۱۳۶۸، ۱۴) است. مقصود از کارکردهای آشکار آنهایی است که با قصد قبلی انجام می‌گیرند. در حالی که، کارکردهای پنهان یا غیرمقصود، آن دسته از کارکردهایی است که جزء لوازم علی و معلولی یک نهاد و از مقتضیات ذاتی آن محسوب می‌شود. قطع نظر از اینکه بنیان نهاد به آن واقف باشند یا نباشند و یا مطلوب آنها نباشند (ریترز ۱۳۸۰، ۱۴۷). آن دسته از نقش‌هایی را که به واسطه «جریان‌ها» در فضای طبیعی به کار می‌آیند، کارکرد بالقوه و نقش‌هایی که در فضای قابل سکونت و با واسطه «شبکه‌ها» عمل می‌کنند، اصطلاحاً کارکردهای بالفعل می‌نامند (دولفوس ۱۳۷۳، ۸۲) و (آمار ۱۳۸۵، ۷).



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

واژه‌ی «بازار» در ادبیات فارسی مفهومی وسیع و گسترده دارد و به معنی محل شلوغ و پر ازدحام؛ اعتبار و اهمیت اشخاص و غیره به کار می‌رفته‌است (سلطان‌زاده ۱۳۸۶، ۱۲). یک منطقه‌ی جغرافیایی مشخص، یا کلیه‌ی افراد و یا واحدها و بنگاه‌های تجاری و بازرگانی است که برای خرید یا فروش کالاها و خدمات با یکدیگر تماس برقرار نموده و در نتیجه مبادلات آن‌ها ناشی از رفع حوائج و نیازهاست عرضه و تقاضا ایجاد شده و قیمت واحد تعیین می‌گردد و به وسیله‌ی پول امر معامله تحقق می‌پذیرد و سبب می‌شود که تعلق و مالکیت انتقال یابد (صنایعی ۱۳۷۷، ۷). بازار جای داد و ستد و خرید و فروش کالا یا محل اجتماع خریداران و فروشندگان است (بیگلری، ۱۳۳۵ به نقل از (جهاددانشگاهی ۱۳۸۸، ۱۳)). بازار، اصطلاحاً عبارت است از منطقه‌ای معین، در دست مجموع افرادی خاص که به تناسب حرفه‌ی خویش و عرضه و تقاضایی که در جامعه وجود دارد - به تنهایی یا گروهی - داد و ستد می‌کنند (پروشانی و دیگران ۱۳۸۹، ۳). ساز و کاریست که به وسیله‌ی آن، خریداران و فروشندگان با تعامل {آزاد}، قیمت و مقدار کالا یا خدمات را تعیین می‌کنند (Stigler 1987, 533) به نقل از (توکلی ۱۳۸۰، ۱۸). عالمان علم اقتصاد، بازار را مکان فیزیکی که خریداران و فروشندگان برای مبادله کالا و خدمات دور هم جمع می‌شوند، می‌دانند (امیدی ۱۳۹۰، ۱۱۵). به عبارت بهتر به معنای کل خریداران (مشتریان اعم از حقیقی و حقوقی) و فروشندگان (شرکت‌ها و کارگاه‌های تولیدی) که کالای خود را مبادله می‌کنند (امیدی ۱۳۹۰، ۱۱۵). منظور از بازار عبارت از شبکه روابط داد و ستد و خرید و فروش بین مبادله‌کنندگان کالا است (عتیق پور ۱۳۵۸، ۱۳). منظور اقتصاددانان از بازار، هر بازار و بازارچه‌ای نیست که در آن اجناس خرید و فروش می‌شود، بلکه کل ناحیه‌ای است که در آن خریداران و فروشندگان باهم، درگیر چنان مبادله‌ی آزادانه‌ای هستند که باعث می‌شود قیمت کالاها یکسان، به راحتی و به سرعت، به سوی برابری برود. بازار مجموعه‌ای است از افراد که برخی از آنان در پی خرید و برخی در پی فروش یک کالا یا خدمت ویژه هستند (رنانی ۱۳۸۴، ۷۹). در نتیجه بازار مکانی است با ساختار خاص خود که شبکه‌ها، ساختار و کنشگران در آن به مبادله کالای خاصی می‌پردازند. بنابراین بازارها را بر اساس این سه مفهوم می‌توان در دسته‌های مختلف قرار داد (نورمحمدزاد و مکی نیری ۱۳۹۷، ۴).

طبق نظرات مطرح در جامعه‌شناسی مدرن، بازار مجموعه‌ای از شبکه‌های سیال، مستقل و درهم تنیده را شامل می‌شود که بر پایه شرایط محیطی جامعه و الزامات بقا شکل گرفته‌است. این توصیف، مبحث شبکه‌ها و پیوندها را پیش می‌کشد به عوض آن‌که بحث را به فرهنگ عمومی و عوامل مذهبی محدود سازد. اما رویکرد شبکه‌های غیر رسمی نیز، مثل دوگانگی مدرن و سنتی، تعاملات را به دو عرصه‌ی متمایز رسمی و غیر رسمی محدود می‌کند (کشاورزبان ۱۳۸۳، ۱۵۳). بازارها از عاملانی تشکیل شده‌است که از طریق مناسبات جاری با یکدیگر پیوند دارند و احتمالاً به دلیل قرار گرفتن در فضای محصور، رموز رفتاری را با تمرین و تجربه و نه با محاسبات عملی مطلوبیت یا جامعه‌پذیری آموخته‌اند. در این تعاریف مقصود از شبکه مجموعه‌ای منظم از تماس‌ها یا پیوندهای اجتماعی همسان میان افراد یا گروه‌هاست. بنابراین شبکه‌ها محیط‌هایی هستند که در آن‌ها اولاً قیمت‌ها مورد مذاکره قرار می‌گیرند و تعیین می‌شوند و ثانیاً اطلاعات و شهرت ارزیابی و جمع‌آوری می‌شوند و ثالثاً اختلاف‌ها رفع و رجوع می‌شوند و رابعاً دارایی‌ها بسیج می‌شوند (همان مأخذ، ۱۶۴-۱۶۵).

۵- روش پژوهش

تبیین کردن رویدادی خاص عبارت‌است از ذکر قوانینی کلی و شرایط اولیه به نحوی که گزاره‌ای که آن رویداد را توصیف می‌کند، از آن‌ها قابل استنتاج باشد (صادقی ۱۳۸۵، ۴۹). با در اختیار داشتن تبیین آن‌چه مشاهده کردیم شاید بتوانیم آن‌چه را مشاهده خواهیم کرد پیش‌بینی کنیم. (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۸۲) هر تبیین رضایت‌بخشی یک پیش‌بینی بالقوه است، و هر پیش‌بینی یک تبیین بالقوه است (صادقی ۱۳۸۵، ۵۲). وقتی که پدیده‌ی اجتماعی را تبیین می‌کنیم، باید علت مؤثری که آن پدیده را به وجود آورد و کارکرد آن را جداگانه جست و جو کنیم (Durkheim, 1938: 96) و (اچ ترنر ۱۳۸۲).



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

طبق الگوی قیاسی - قانونی همپل، تبیین‌های علمی استدلال‌هایی هستند که به پرسش‌های چرادر درباره‌ی رویدادهای جزئی یا نظم‌های عام با اندراج آن تحت قوانین عام و شرایط مقدم خاص پاسخ می‌دهد. (صادقی ۱۳۸۵، ۵۱-۵۲) همپل «پرسش‌های چرادر جویای تبیین» را از «پرسش‌های چرادر ارائه‌کننده‌ی دلیل» که در پی مبانی یا توجیه معرفتی برای این باور یا بیان‌اند که E صادق است، متمایز می‌سازد (Hempel 1965, 334) و (صادقی ۱۳۸۵، ۵۲). تبیین‌ها را می‌توانیم طبقه‌بندی کنیم:

الف) تبیین علی (ب) تبیین مبتنی بر قانون (تبیین‌هایی که براساس قانون طبیعت انجام می‌شوند) ج) تبیین روان‌شناختی^۱ د) تبیین روان‌کاوانه^۲ (تبیین داروینی و) تبیین کارکردی^۳ (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۸۳).

جمله‌ای که تبیین را ادا می‌کند اصطلاحاً جمله‌ ارائه‌کننده تبیین^۴ و جمله‌ای که بیانگر رخدادی است که باید تبیین شود جمله‌ی نیازمند تبیین^۵ می‌نامند (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۹۱-۹۲). فیلسوفان، مفهومی از تبیین علمی را قصد می‌کردند که یک ارتباط عینی را میان «جملات ارائه‌کننده‌ی تبیین» و «جملات نیازمند تبیین» تشکیل دهد. این نحوه ارتباط مانند ارتباط در اثبات ریاضی است (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۹۵). تبیین قوانین تجربی غالباً با توسل به قوانین نظری یا نظریه صورت می‌پذیرد (صادقی ۱۳۸۵، ۵۶).

ویژگی مهم یک تبیین، بر نوع اطلاعاتی که ارائه می‌کند متمرکز است (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۸۴). ارزش اطلاعات معمولاً به علائق بستگی دارد (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۸۵). یکی از راه‌های تفاوت تبیین‌ها به نوع اطلاعاتی که آن‌ها به دست می‌دهند بازمی‌گردد (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۸۵).

رکن هر تبیین علمی‌ای ارائه ساز و کاری علی است (مردیها ۱۳۹۵، ۸۱). برخی قائل‌اند که تبیین‌های کارکردی شکل تبیین علی به خود می‌گیرند (لیتل ۱۳۷۳، ۱۴۹). تبیین علمی، تبیین علی است (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۹۳). اگر تبیین علمی، همان تبیین علی باشد و علت نیز «زنجیره‌ی قانونمند» به شمار آید آنگاه به طور تقریباً مستقیم به این نتیجه می‌رسیم که تبیین‌های علمی، مستلزم «قوانین» اند (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۹۵). تبیین کارکردی به دنبال کشف آثار مؤثر در تداوم و بقاء پدیده‌های اجتماعی است؛ یعنی تبیین کارکردی وجود و بقاء نهاد یا عمل اجتماعی را به مثابه مبین از طریق قرار دادن آن، در متن نظامی متفاعل خود مختار و خودتنظیم کننده و براساس سودمندی آن برای کل نظام اجتماعی و یا یکی از نظام‌های تابع آن، تبیین می‌کند (فصیحی ۱۳۸۹، ۱۲۰).

تمام زنجیره‌های علی در یک چیز مشترک‌اند که هیچ یک از زنجیره‌های تصادفی دارای آن نیستند و آن این‌ها نمونه‌ها یا مصادیق قوانین عام به شمار می‌آیند. این نظریه فلسفی که سرچشمه‌های آن به فیلسوف تجربه‌گرای قرن هجدهم، دیوید هیوم بازمی‌گردد، مستلزم آن نیست که پیش از طرح نمودن هر ادعای علی، به قانون یا قوانینی که علت و معلول را به هم مرتبط می‌سازند معرفت داشته‌باشیم (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۹۴). زنجیره علت‌ها به‌گونه‌ای است که هر حادثه‌ای به‌طور ضروری از حادثه پیشین خود بیرون می‌آید (مردیها ۱۳۹۵، ۸۲). در فلسفه‌ی نفس معاصر، کارکردگرایی به معنای تبیین حالات روانی در چارچوب نقش‌های علی است (نقوی ۱۳۸۹، ۳۶).

ما تعبیر «تبیین» را در بیش از یک طریق به کار می‌گیریم. ما درباره‌ی انسان‌هایی صحبت می‌کنیم که اشیا را تبیین می‌کنند و نیز از حقایق سخن می‌گوییم که اشیا را تبیین می‌نمایند (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۸۷). هنگامی که از «حقایق تبیین‌کننده» سخن می‌گوییم مفهوم ما از تبیین، واقعی خواهد بود یعنی حقیقت مورد نظر باید وجود داشته باشد و باید چیزی را که

^۱ . psychological explanation

^۲ . psychoanalytic explanation

^۳ . functional explanation

^۴ explanans

^۵ explanandum

^۶ . factive

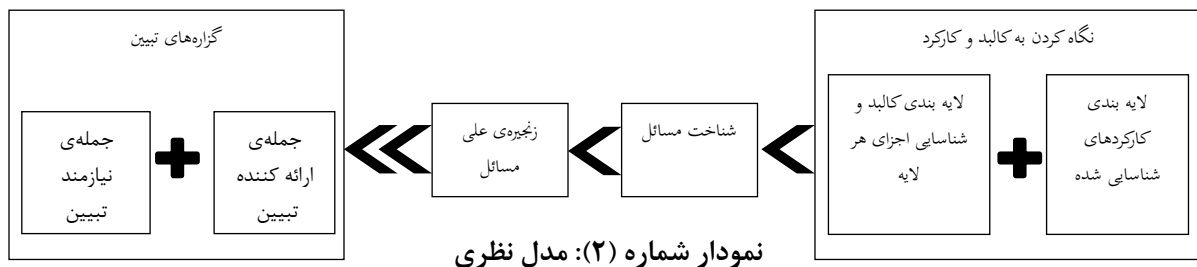


ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

خواهان تبیین آنیم تبیین کند. هنگامی که از انسان‌هایی سخن می‌گوییم که به تبیین می‌پردازند، «تبیین» در اینجا نوعاً به صورت غیرواقعی^۱ به کار می‌رود (فطوره‌چی ۱۳۸۳، ۸۷).

۶- چارچوب و مدل‌های نظری کارکرد و بازار

برای تبیین کارکرد بازار در کالبد آن، باید کارکردها را شناسایی کنیم. بعد از شناسایی، کارکردها در چهار لایه دسته‌بندی می‌شوند. به کالبد بازار نگاه می‌کنیم و بعد از قرار دادن آن در چهار لایه، اجزای کالبد را در هر لایه شناسایی می‌نماییم. در ادامه مسائل هر لایه را به صورت جداگانه می‌نویسیم. مسئله به صورت موضوع، ربط دهنده، زمینه، عمل برهم خورده نوشته می‌شود که موضوع، کارکرد هر لایه و زمینه، کالبد متناظر با آن است. برای تبیین کردن باید مسائل نوشته شده را به صورت زنجیره‌ی علی بنویسیم. در نهایت کارکرد در کالبد به صورت جمله‌ی ارائه‌کننده تبیین و جمله‌ی نیازمند تبیین از روی مسائل، تبیین می‌شود.



۷- یافته‌ها در ارتباط با نمونه موردی

مجموعه‌ی چهارسوق (چهارسوق) از سه جهت به بازچه‌های کوچکی منشعب می‌شود؛ بازارچه‌ی ضلع شمالی چهارسوق به خیابان مسجد جامع، بازارچه‌ی ضلع جنوبی به محله‌ی دارالشفا و بازارچه‌ی ضلع غربی به کوچه‌ی جهودون (یهودی‌ها) می‌رسد. بازارچه دو ورودی دارد. ورودی اول که از ضلع جنوب شرقی مسجد جامع به بازارچه منتهی می‌شود؛ ورودی دوم که در ضلع جنوبی خیابان مسجد جامع، سمت راست در کوچه‌ی بازارچه‌ی چهارسوق قرار گرفته‌است. (شکل شماره (۱)).



شکل شماره (۱): نقشه‌ی محدوده‌ی بازار چهارسوق و بازارهای اطراف (صراف‌ها و خیابان اصلی مسجد جامع)

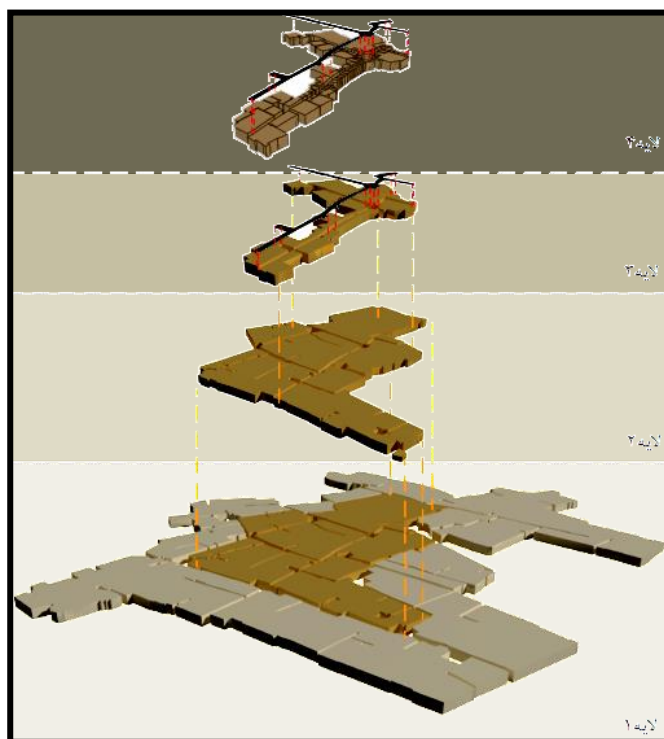
^۱. non-factively



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر



در نگاه کردن به کالبد بازار، کالبد آن در چهار لایه قرار می‌گیرد. (شکل شماره (۲)).



شکل شماره (۲): نگاه کردن به کالبد بازار چهارسوق در چهار لایه

بعد از لایه بندی اجزای هر لایه شناسایی می‌شوند (جدول (۱)).

جدول شماره (۱)

لایه ۴	لایه ۳	لایه ۲	لایه ۱	
دانه‌ی ۱ تا ۷۷ (مغازه‌ها و آب انبار)	قطعه‌های تشکیل دهنده‌ی بازار (قطعه‌ی ۱ تا ۵)	بلوک‌های تشکیل دهنده‌ی بازار (بلوک ۱ تا ۸)	بلوک‌های تشکیل دهنده‌ی بازار	اجزای کالبد
راسته‌های بازار (راسته‌ی ۱ تا ۵)	راسته‌ی بازار	کوچه‌های بین بلوک‌ها (کوچه‌ی ۱ تا ۱۰)	بلوک‌های بلافاصله‌ی اطراف بلوک‌های تشکیل دهنده‌ی بازار (بلوک ۱ تا ۱۴)	
چارسوق			کوچه‌های بین بلوک‌ها (کوچه‌ی ۱ تا ۲۱)	



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

کارکرها و فاعلین گذشته‌ی بازار با توجه به عرصه‌ی وقوع آن‌ها در چهار لایه قرار می‌گیرند و فاعلین هر عرصه نیز مشخص می‌شود (جدول شماره (۲)). کارکردهای لایه‌ی چهارم در هر دو دسته‌ی کارکردهای آشکار و پنهان و کارکردهای لایه‌های یک تا سه در دسته‌ی کارکردهای آشکار قرار می‌گیرند. از لحاظ بالفعل و بالقوه بودن، کارکردهای بازار در زمره‌ی کارکردهای بالفعل قرار می‌گیرند.

جدول شماره (۲)

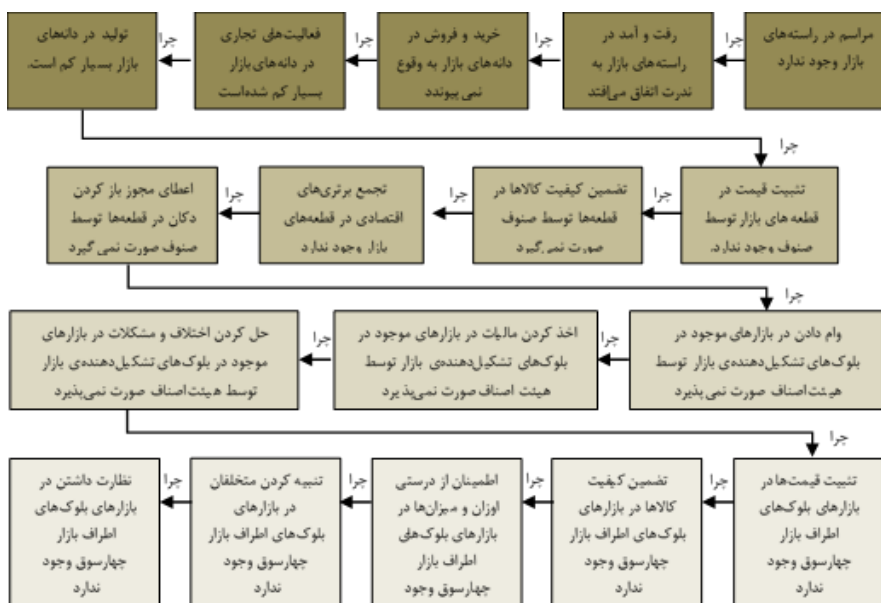
لایه ۴		لایه ۳	لایه ۲	لایه ۱	
خریداران	عمده فروشان شامل:	خرده فروشان شامل:	صنوف	هیئت اصناف (دو یا سه استاد)	شامل: ناظرین بر امور بازار
	پیشه وران، آهنگران، زرگران، رنگرز، مسگران، پارچه فروش، فرش فروش، قناد، سبزی فروش، نقره فروش				مباشر یا رئیس بازار (داروغه)
					ناظر فروش (محتسب)
					شهردار (کلانتر)
خریدن	دادن (فروختن)	تثبیت قیمت‌ها	اخذ کردن مالیات	نظارت داشتن	فاعلین
سوغواری و مراسم	ستاندن (خریدن)	تضمین کیفیت کالاها	حل کردن اختلاف و مشکلات	تنبیه کردن	
برپایی دسته‌های خیابانی	فعالیت‌های تجاری	اعطای مجوز باز کردن دکان	وام دادن	تثبیت قیمت‌ها	
گردهمایی‌های مذهبی	تولید	اطمینان از درستی اوزان و میزان‌ها		تضمین کیفیت کالاها	
		تجمع برتری‌های اقتصادی		اعطای مجوز باز کردن دکان	
				اطمینان از درستی اوزان و میزان‌ها	
					کارکرها



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

مسائل هر لایه نوشته می‌شود. سپس مسائل به صورت زنجیره‌ای علی در لایه‌ها نوشته می‌شوند (نمودار شماره (۳)).

- لایه ۴: خرید و فروش در دانه‌های بازار به وقوع نمی‌پیوندد
رفت و آمد در راسته‌های بازار به ندرت اتفاق می‌افتد
سوگواری و مراسم در راسته‌های بازار وجود ندارد
فعالیت‌های تجاری در دانه‌های بازار بسیار کم شده‌است
تولید در دانه‌های بازار بسیار کم است.
- لایه ۳: تجمع برتری‌های اقتصادی در قطعه‌های بازار وجود ندارد
تثبیت قیمت در قطعه‌های بازار توسط صنوف وجود ندارد.
اعطای مجوز باز کردن دکان در قطعه‌ها توسط صنوف صورت نمی‌گیرد
تضمین کیفیت کالاها در قطعه‌ها توسط صنوف صورت نمی‌گیرد
- لایه ۲: اخذ کردن مالیات در بازارهای موجود در بلوک‌های تشکیل‌دهنده بازار توسط هیئت اصناف صورت نمی‌پذیرد
حل کردن اختلاف و مشکلات در بازارهای موجود در بلوک‌های تشکیل‌دهنده بازار توسط هیئت اصناف صورت نمی‌پذیرد
وام دادن در بازارهای موجود در بلوک‌های تشکیل‌دهنده بازار توسط هیئت اصناف صورت نمی‌پذیرد
نظارت داشتن در بازارهای بلوک‌های اطراف بازار چهارسوق توسط ناظرین بر امور بازار وجود ندارد
تنبیه کردن متخلفان در بازارهای بلوک‌های اطراف بازار چهارسوق توسط ناظرین بر امور بازار وجود ندارد
تثبیت قیمت‌ها در بازارهای بلوک‌های اطراف بازار چهارسوق توسط ناظرین بر امور بازار وجود ندارد
تضمین کیفیت کالاها در بازارهای بلوک‌های اطراف بازار چهارسوق توسط ناظرین بر امور بازار وجود ندارد
اعطای مجوز باز کردن دکان در بازارهای بلوک‌های اطراف بازار چهارسوق توسط ناظرین بر امور بازار وجود ندارد
اطمینان از درستی اوزان و میزان‌ها در بازارهای بلوک‌های اطراف بازار چهارسوق توسط ناظرین بر امور بازار وجود ندارد.



نمودار شماره (۳): زنجیره‌ی علی مسائل بازار چهارسوق در لایه‌ها



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر



تبیین:

باید بر بازارهای بلوک‌های اطراف بازار چهارسوق نظارت داشت تا بتوان در آن متخلفان را تنبیه کرد. باید در بازارهای بلوک‌های اطراف بازار چهارسوق متخلفان را تنبیه کرد تا در آن‌ها از درستی اوزان اطمینان حاصل شود. باید در بازارهای بلوک‌های اطراف بازار چهارسوق از درستی اوزان اطمینان داشت تا در آن‌ها کیفیت کالاها تضمین شود. باید در بازارهای بلوک‌های اطراف بازار چهارسوق کیفیت کالاها را تضمین کرد تا قیمت‌ها در آن‌ها تثبیت شود. باید در بازارهای بلوک‌های اطراف بازار چهارسوق قیمت‌ها تثبیت شود تا مشکلات و اختلاف در بازارهای بلوک چهارسوق حل شود.

باید در بازارهای بلوک چهارسوق مشکلات و اختلافات حل شود تا بتوان مالیات را در آن‌ها اخذ کرد. باید در بازارهای بلوک چهارسوق مالیات اخذ شود تا بتوان در آن‌ها وام داد. باید در بازارهای بلوک چهارسوق وام داد تا بتوان در قطعه‌های بازار چهارسوق مجوز باز کردن دکان اعطا کرد. باید در قطعه‌های بازار چهارسوق مجوز باز کردن دکان اعطا شود تا برتری‌های اقتصادی در آن‌ها تجمع کنند. باید در قطعه‌های بازار چهارسوق برتری‌های اقتصادی تجمع کنند تا کیفیت کالاها در آن‌ها تضمین شود. باید در قطعه‌های بازار چهارسوق قیمت‌ها تثبیت شود تا تولید در دانه‌های بازار چهارسوق افزایش یابد. باید در دانه‌های بازار چهارسوق تولید افزایش یابد تا فعالیت‌های تجاری در آن‌ها افزایش یابد. باید در دانه‌های بازار چهارسوق فعالیت‌های تجاری افزایش یابد تا خرید و فروش در دانه‌های بازار افزایش یابد. باید در دانه‌های بازار چهارسوق خرید و فروش افزایش یابد تا رفت و آمد در آن‌ها به وقوع بپیوندد. باید در راسته‌های بازار چهارسوق رفت و آمد افزایش یابد تا مراسم در آن‌ها به وقوع بپیوندد.

۸- نتیجه‌گیری

بازار از مهم‌ترین ارکان شهر اسلامی است. با از بین رفتن کارکردهای آن در کالبد، به مرور کالبد بازار نیز مورد نابودی قرار می‌گیرد. در این پژوهش سعی بر این بود تا با نگاه کردن به کارکردها و کالبد بازار، و نیز شناخت مسائل آن، به دنبال تبیین کارکردهای بازار در کالبد آن باشیم. کارکردهایی که در گذشته در کالبد بازار وجود داشتند و فعلی که آن‌ها را انجام می‌دادند، در لایه‌ها شناسایی شدند. عرصه‌ی وقوع کارکردها متناظر با لایه‌های کالبد در نظر گرفته شد. هر لایه از کارکردها در لایه‌های متناظر کالبد، لایه‌های زنجیره‌ی علی‌مسائل را به وجود آورد. در نتیجه در یافتیم چه کارکردهایی در کالبد بازار از بین رفته‌اند و چه کارکردهایی باید به وقوع بپیوندد تا دوباره کارکردها در کالبد بازار جریان یابند. اگر در لایه‌ی اول ناظرین بر امور بازار کارکردهای نظارت، تنبیه، اطمینان از درستی اوزان، تضمین کیفیت کالا، تثبیت قیمت‌ها و به تبع آن در لایه‌ی دوم هیئت اصناف کارکردهای حل اختلاف، اخذ مالیات، وام دادن و به تبع آن در لایه‌ی سوم، اعطای مجوز باز کردن دکان برای تجمع برتری‌های اقتصادی، تضمین کیفیت کالا، تثبیت قیمت‌ها را انجام دهند؛ در نتیجه در لایه‌ی چهارم، کارکردهای تولید، تجارت و خرید و فروش در دانه‌های بازار و رفت و آمد و مراسم در راسته‌های بازار توسط خریداران و فروشندگان به وقوع می‌پیوندد.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

مراجع

۱. اچ ترنر، جاناتان. ۱۳۸۲. *ساخت نظریه‌ی جامعه شناختی*. چاپ دوم. با ترجمه عبدالعلی لهسایی زاده. شیراز: انتشارات نوید شیراز.
۲. آریان‌فر، حمیدرضا، و حسن حبیبی. ۱۳۹۲. *بازار یزد و بازارچه‌های پیرامونی آن در دویست سال اخیر*. تهران: بنیاد ایران‌شناسی.
۳. استونز، راب. ۱۳۷۹. *متفکران بزرگ جامعه‌شناسی*. با ترجمه مهرداد میردامادی. تهران: نشر مرکز.
۴. اسدالله، علی، و خیرالله پروین. ۱۳۹۴. "بررسی نوع نگرش کارکردگرایی به انسان و تأثیر آن بر حقوق بنیادین بشر." *اندیشه‌های حقوق عمومی شماره ۱*.
۵. الباسی، حمید. ۱۳۶۸. *واقعیات توسعه نیافتگی*. تهران: انتشارات انتشار.
۶. آمار، تیمور. ۱۳۸۵. "جغرافیا و کارکردگرایی با تأکید بر جغرافیای روستایی." *چشم‌انداز جغرافیایی شماره ۳*.
۷. امامی، احمد. ۱۳۸۸. "نظریه کارکردگرایی محاسباتی از دیدگاه هیلاری پاتنم." *ذهن شماره ۳۸*: ۷۹-۱۱۳.
۸. امید، فریدون. ۱۳۹۰. *بازاریابی و مدیریت بازار*. اول. اصفهان: انتشارات کنکاش.
۹. آهور، ایران، کاظم جاجرمی، اصغر نظریان، و سید رحیم مشیری. ۱۳۹۱. "از بازار تا بزرگ بازار (مگامال)." *فصلنامه آمایش محیط شماره ۲۰*: ۱۴۵-۱۷۶.
۱۰. ای. بونین، مایکل. ۸۶. "دکان و دکان داران: عوامل مؤثر بر یک بازار شهرستانی در ایران." *ندوین توسط علی محمد طرفداری*. *بررسی‌های نوین تاریخی (مرکز پژوهشی هنر، معماری و شهرسازی نظر)* شماره ۳: ۷۰-۱۰۵.
۱۱. باتومور، تی.بی. ۱۳۵۷. *جامعه‌شناسی*. سوم. با ترجمه سید حسن منصور و سید حسن حسینی کلجاهی. تهران: جامعه و اقتصاد.
۱۲. بشریه، حسین. ۱۳۷۶. *جامعه‌شناسی (نقش نیروهای اجتماعی در زندگی سیاسی)*. چاپ سوم. تهران: نی.
۱۳. بواریه، ژان. ۱۳۷۰. *تاریخ مردم‌شناسی*. تهران: چاپ کسری.
۱۴. پروشانی، ایرج، و دیگران. ۱۳۸۹. *بازار در تمدن اسلامی*. تهران: نشر کتاب مرجع.
۱۵. پوراحمد، احمد. ۱۳۷۶. *جغرافیا و کارکردهای بازار کرمان*. اول. کرمان: مرکز کرمان‌شناسی.
۱۶. تقدیسی، احمد، و زهرا هدایتی مقدم. ۱۳۹۰. "بررسی تطبیقی مکتب کارکردگرایی در جغرافیا با سایر مکاتب جغرافیایی." *سپهر شماره ۸۰*.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۱۷. تنهایی، حسین. ۱۳۷۳. درآمدی بر جامعه. چاپ اول. با ترجمه حسین بهروان. مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
۱۸. توسلی، غلامعباس. ۱۳۹۱. نظریه‌های جامعه‌شناسی. چاپ هجدهم. تهران: سمت.
۱۹. توکلی، احمد. ۱۳۸۰. بازار- دولت، کامیابی‌ها و ناکامی‌ها. اول. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
۲۰. جهاددانشگاهی. ۱۳۸۸. بازار ایرانی تجربه‌ای در مستندسازی بازارهای ایران. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران.
۲۱. جولیوس، گولد، و ل. کولب ولیام. ۱۳۷۶. فرهنگ علوم اجتماعی. با ترجمه باقر ساروخانی و دیگران. انتشارات مازیار.
۲۲. دولفوس، اولیویه. ۱۳۷۳. تحلیل جغرافیایی. با ترجمه سیروس سهامی. مشهد: نشر نیکا.
۲۳. رنایی، محسن. ۱۳۸۴. بازار یا نابازار؟ بررسی موانع نهادی کارایی نظام اقتصادی بازار در اقتصاد ایران. چهارم. تهران: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، معاونت امور اداری، مالی و منابع انسانی، مرکز مدارک علمی، موزه و انتشارات.
۲۴. ریتزر، جورج. ۱۳۸۰. نظریه‌های معاصر در جامعه‌شناسی. با ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علمی.
۲۵. سرائی، محمدحسین. ۱۳۸۹. "تحولات بازارهای ایرانی - اسلامی (مطالعه موردی بازار یزد)". فصلنامه مطالعات شهر ایرانی - اسلامی ۲۵-۱۲۴.
۲۶. سلطان‌زاده، حسین. ۱۳۸۶. بازارهای ایرانی. چهارم. با ترجمه خاطره اکرمی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۲۷. شاکری زواردهی، روح‌الله، و مرضیه عبدلی مسینان. ۱۳۹۳. "بررسی تطبیقی اصول روش شناختی کلام اجتماعی و جامعه‌شناسی دین با تأکید بر کارکردگرایی." اندیشه نوین دینی شماره ۳۹.
۲۸. شبلینگ، ژاک. ۱۳۷۷. جغرافیا چیست. با ترجمه سیروس سهامی. مشهد: محقق.
۲۹. شفق، سیروس. ۱۳۸۰. "تحلیل فضایی - کالبدی بازار اصفهان." فصلنامه تحقیقات جغرافیایی ۲۲-۵۰.
۳۰. صادقی، مسعود. ۱۳۸۵. "انواع تبیین و نظریه‌های تبیین علمی." نامه حکمت شماره ۸.
۳۱. صفری کندسری، رضا؛ واله، حسین. ۱۳۹۲. "ارزیابی رابطه‌ی ذهن و بدن از منظر کارکردگرایی." شناخت شماره ۶۹.
۳۲. صناعی، علی. ۱۳۷۷. اصول بازیابی و مدیریت بازار. سوم. با ترجمه علی صناعی. تهران: پرسش.
۳۳. عتیق پور، محمد. ۱۳۵۸. نقش بازار و بازاری‌ها در انقلاب ایران. اول. تهران: چاپخانه‌ی کیهان.
۳۴. فصیحی، امان‌الله. ۱۳۸۹. "بررسی کارآمدی نظریه کارکردگرایی." معرفت فرهنگی اجتماعی شماره دوم.
۳۵. فطوره‌چی، پیروز. ۱۳۸۳. "درباره‌ی تبیین علمی." ذهن شماره ۱۸: ۸۱-۱۰۷.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

۳۶. فکوهی، ناصر. ۱۳۸۱. تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی. تهران: نی.
۳۷. کشاورزبان، آرنگ. ۱۳۸۳. "در جست و جوی مفهومی برای بازار." گفتگو.
۳۸. کلود، ریویر. ۱۳۷۹. درآمدی بر انسان‌شناسی. چاپ اول. با ترجمه ناصر فکوهی. تهران: نشر نی.
۳۹. لیتل، دانیل. ۱۳۷۳. تبیین در علوم اجتماعی. با ترجمه عبدالکریم سروش. تهران: صراط.
۴۰. مردیها، مرتضی. ۱۳۹۵. "معنا و مبنای تبیین در علوم اجتماعی." فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی دوره هشتم، شماره ۴: ۷۹-۱۰۴.
۴۱. منوچهری، عباس. ۱۳۷۶. "کارکردگرایی و نظریه انقلاب (نقدی بر نظریه تحول انقلابی چالمرز جانسون)." مدرس علوم انسانی شماره ۴.
۴۲. موسوی، سید ابراهیم. ۱۳۸۸. "کارکردگرایی و ارسطو." فصلنامه علمی-پژوهشی دانشگاه قم دوم.
۴۳. نقوی، حسین. ۱۳۸۹. "کارکردگرایی و معناشناسی اوصاف الاهی از دیدگاه علامه طباطبایی و ویلیام آلتون." معرفت کلامی شماره ۱.
۴۴. نکویی، سعیده، منصوره طاهباز، و مهدی اختر کاوان. ۱۳۹۳. "معماری اقلیمی بازارهای سنتی (تحقیق میدانی در بازار قیصریه اصفهان)." کنگره بین‌المللی پایداری در معماری و شهرسازی-شهر مصدر. دومی: کانون ملی معماری ایران.
۴۵. نورمحمدزاد، حسین، و ثریا مکی نیری. ۱۳۹۷. فرآیند طراحی بازار متناسب با ساخت شبکه‌های فرهنگ. قزوین: انتشارات جهاد دانشگاهی قزوین.
۴۶. ودادهیر، ابوعلی. ۱۳۸۳. "بازار به مثابه یک واقعیت اجتماعی، درآمدی بر جامعه‌شناسی بازار." نشریه‌ی دانشکده‌ی علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز.
۴۷. ویس وده، گونتر. ۱۳۸۱. جامعه‌شناسی برای اقتصاد. با ترجمه سیدهدادی صمدی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
۴۸. Abdullatif Awad, Jihad. 1984. *ISLAMIC SOUQS (BAZAARS) IN THE URBAN CONTEXT: THE SOUQ OF NABLUS*. Jordan: Yarmouk University.
۴۹. Abrahamian, Ervand. 1982. *Iran Between two Revolutions*. Princeton: Princeton University Press.
۵۰. Use of Laser Scanner for Digital " ۲۰۱۷. Ekizce Görmüş Eylem و , Benli, Gülhan. *Sapienza* "Surveying of the Sarnicli Inn and the Byzantine Cistern Underneath (IGI Global) University of Rome



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر



- Bill, James Alban. 1972. *The Politics of Iran: Groups, Class and Mpdernization*. .۵۱
Columbus, Ohio: Charles E. Merrill Publishing Co.
- Department, Local Government Engineering. 2010. *City Region Development Project* .۵۲
for Shakhari Bazaar Urban Renewal Subproject. Bangladesh: Government of
Bangladesh.
- Eugen, Wirth. 1968. "Struktur wandlungen und Entwicklung stendenzen der .۵۳
Orientalische Stadt." *Erdkunde* 22: 101-127.
- Gould, Julius, and William L.KOBLB. 1985. *A Dictionary of the Social Sciences*. .۵۴
London: Tavistock Publications Britain.
- Hempel, Carl. 1965. *Aspects of Scientific Explanation*. New York: The Free Press. .۵۵
- Putnam, Hilary. 1975b. *Mind, Language and Reality*. Cambridge: Cambridge .۵۶
university press.
- Radoine, Hassan . 2013. *Rehabilitation of Tabriz bazaar*. Tabriz: Aga Khan. .۵۷
- Stigler, George Joseph . 1987. *The theory of price*. 4. Michigan: Macmillan. .۵۸