

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز با عنوان:
A Morphological Analysis of the Physical Structure of the Bazaar Based on
Iranian Architectural Themes: A Systematic Review and Conceptual Network
Mapping Using VOSviewer Software
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

مقاله مروری

تحلیل مورفولوژی کالبدی بازار در بستر درون‌مایه‌های معماری ایرانی: مرور نظام‌مند و ترسیم شبکه مفهومی با نرم‌افزار *VOSviewer

زینب لطفی^۱، مریم قربان‌زاده^{۱*}، موسی شاکری^۱

۱. گروه معماری، دانشکده هنر، دانشگاه بجنورد، خراسان شمالی، ایران

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۱/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۲۲

چکیده

بیان مسئله: بازارهای سنتی ایران به‌عنوان فضاهایی با ارزش‌های فرهنگی و معماری بومی، نقش مهمی در شکل‌دهی به منظر کالبدی شهرهای تاریخی ایفا می‌کنند. با این حال، در مطالعات معماری و ارتقای کیفیت منظر شهری، به ظرفیت‌های کالبدی و درون‌مایه‌های معماری ایرانی در بازارها کمتر توجه شده است. این پژوهش در پی پاسخ به این پرسش است که چگونه ساختار فضایی و عناصر معماری بازارهای سنتی بازتاب‌دهنده مفاهیم فرهنگی و هویتی معماری ایرانی هستند و چه نقشی در حفظ و ارتقای کیفیت منظر شهری ایفا می‌کنند.

هدف پژوهش: هدف از این پژوهش ارائه بخشی از نتایج مطالعات در زمینه شناخت مورفولوژی کالبدی بازارها با تأکید بر درون‌مایه‌های معماری ایرانی است.

روش پژوهش: در این راستا، با استفاده از چک‌لیست ۲۷ گزینه‌ای پریمز، داده‌ها از پایگاه‌های علمی معتبر داخلی و خارجی (WoS، مگیران و گنج) جمع‌آوری و غربالگری شدند تا مستندات مرتبط با مورفولوژی کالبدی بازارها شناسایی شوند. پس از حذف منابع نامرتبط و محدودسازی موضوعی، ۱۷۰ منبع خارجی محدود به دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۵ و ۴۸۸ منبع داخلی مربوط به سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۴ برای تحلیل نهایی انتخاب شدند. سپس داده‌ها با نرم‌افزار VOSviewer تحلیل موضوعی شدند تا شبکه‌های علمی و عبارات کلیدی حوزه پژوهش به تصویر کشیده شود.

نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد در پانزده سال گذشته، انتشار پژوهش‌ها در حوزه مورفولوژی کالبدی بازارها روندی افزایشی داشته است و کشور ایران بیشترین سهم را در مستندات خارجی دارد، در حالی که در منابع داخلی، شهر تهران پیشتاز است. همچنین، سه مفهوم اصلی «فرم بازار»، «مورفولوژی معماری» و «طراحی شهری» در این حوزه شناسایی و کلیدواژه‌های مرتبط با هر کدام تحلیل شدند. در نهایت، بر ارتقای کیفیت فضایی بازارها از منظر معماری و طراحی شهری به‌عنوان راهکاری مؤثر برای بهبود کیفیت منظر شهری و حفظ هویت فرهنگی تأکید شد.

واژگان کلیدی: مورفولوژی کالبدی، بازارهای سنتی، معماری ایرانی، فرم، طراحی شهری.

مقدمه و بیان مسئله

بازارهای سنتی ایران از گذشته تاکنون به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر کالبدی و اجتماعی در سازمان فضایی شهرها و روستاها شناخته می‌شوند. این فضاها علاوه بر نقش اقتصادی

و مبادلاتی، کارکردی چندوجهی داشته و به‌مثابه بستری برای تعاملات فرهنگی، اجتماعی و حتی سیاسی عمل کرده‌اند (Kheirabadi, 2000). بازارها در عین حال، به‌عنوان یکی از شاخص‌ترین نمادهای معماری ایرانی-اسلامی، نقش مهمی در بازتاب هویت فضایی و معنایی شهرهای تاریخی ایران ایفا می‌کنند (Karimi & Moradi, 2015).

با وجود چنین جایگاهی، در حوزه معماری منظر و شهرسازی، به بررسی مورفولوژی کالبدی بازارها و درون‌مایه‌های برگرفته

* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد «زینب لطفی» با عنوان «بررسی مورفولوژی بازارهای سنتی ایران با توجه به درون‌مایه‌های معماری ایرانی» نمونه موردی: طرح توسعه بازار سرشور مشهد است که به راهنمایی دکتر «مریم قربان‌زاده» و مشاوره «موسی شاکری» در سال ۱۴۰۴ در دانشکده هنر، دانشگاه بجنورد به انجام رسیده است.
** نویسنده مسئول: ۰۹۱۲۶۰۵۴۴۵@Ma.ghorbanzadeh@ub.ac.ir

پیشینه پژوهش

برای تحلیل مورفولوژی کالبدی بازارهای سنتی ایران، از چارچوب تعامل فرم-عملکرد و منظر شهری (Urban Morphology & Form-Function Relationship) استفاده شده است. این چارچوب امکان تحلیل متغیرهای کالبدی بازار شامل فرم، مورفولوژی معماری و سازماندهی فضایی را فراهم می‌کند و آن‌ها را با درون‌مایه‌های معماری ایرانی و ارزش‌های طراحی مرتبط می‌سازد (Rastimadabadi et al., 2025). استفاده از این چارچوب علاوه بر تحلیل ساختاری، امکان مقایسه نظام‌مند میان گونه‌های بازار و مطالعات گذشته را فراهم می‌کند و خلاهای پژوهشی را مشخص می‌سازد.

• گونه‌های کالبدی بازارهای سنتی

بازارهای سنتی ایران براساس فرایند شکل‌گیری و ساختار فضایی به چند گونه اصلی تقسیم می‌شوند:

بازارهای خطی: عمدتاً در امتداد معابر و مسیرهای اصلی شهری شکل گرفته‌اند. بازارهای خطی طراحی شده با نقشه و برنامه‌ریزی مشخص توسعه یافته‌اند، درحالی‌که بازارهای ارگانیک به صورت تدریجی و بدون طرح قبلی شکل گرفته‌اند و انعطاف‌پذیری بیشتری نسبت به تغییرات اجتماعی و اقتصادی دارند (منوچهری و همکاران، ۱۳۹۳؛ Pahlevan et al., 2023). ویژگی‌های شاخص این بازارها شامل تراکم مغازه‌ها، جریان حرکت و دسترسی فضایی است.

بازارهای چندمحوری: شامل مجموعه‌ای از راسته‌های موازی یا متقاطع هستند که سراها و خان‌ها را در بر می‌گیرند. این نوع بازارها معمولاً با برنامه‌ریزی قبلی ساخته شده‌اند و تراکم و تعامل اجتماعی بالاتری دارند (Rastimadabadi et al., 2025).

بازارهای مرکزی: دالان‌ها و خان‌ها در کنار هم قرار دارند و محور مرکزی مشخصی دارند. این گونه بازارها معمولاً سرپوشیده هستند و انسجام فضایی بالایی ایجاد می‌کنند. هسته مرکزی بازار مانند مسجد یا مدرسه، به عنوان قطب بازار عمل می‌کند و اجزای آن به هم پیوند می‌دهد (Ardalan & Bakhtiyar, 2011).

بازارهای صلیبی (متقاطع): تقاطع دو بازار خطی، منجر به توسعه چندمحوری و متراکم در محل تقاطع می‌شود. نمونه‌های معروف شامل بازار لار، بازار وکیل شیراز و بازار اراک هستند (Pahlevan et al., 2023). این بازارها دارای نقاط عطف بصری و جهت‌دهی فضایی مشخص هستند. در این راستا جدول ۱ نشان می‌دهد که هر گونه بازار کدام یک از ویژگی‌های کالبدی و عملکردی دارد و چگونه می‌توان آن‌ها را از منظر فرم-عملکرد و منظر شهری تحلیل کرد.

• درون‌مایه‌های کلیدی معماری بازارهای سنتی ایران

بازارهای سنتی ایران دارای درون‌مایه‌های کلیدی معماری هستند که ساختار فضایی، کیفیت منظر و تجربه کاربری را تعیین می‌کنند که هر کدام از این مؤلفه‌ها به شرح زیر توضیح داده شده است:

از معماری سنتی ایرانی کمتر توجه شده است. بیشتر مطالعات پیشین عمدتاً بر ابعاد اقتصادی و اجتماعی بازارها تمرکز داشته (Houshmandpour et al., 2020) یا به بررسی نحوه شکل‌گیری بازار براساس اقلیم پرداخته (Shahamipour, 2013) یا ابعاد کالبدی-فضایی آن‌ها یا نادیده گرفته شده یا به صورت جزئی و غیرنظام‌مند بررسی شده است (Pahlevan et al., 2024). این کم‌توجهی موجب شده است در دهه‌های اخیر، بسیاری از بازارهای تاریخی ایران تحت تأثیر تغییرات اقتصادی، فشارهای فرهنگی و حتی بحران‌های زیست‌محیطی، دچار فرسایش کالبدی و کاهش کیفیت فضایی شوند (شریفی و صدقی، ۱۳۹۴).

شناخت دقیق متغیرها و مؤلفه‌های مرتبط با مورفولوژی کالبدی بازارهای سنتی از این منظر ضرورتی مضاعف دارد. چنین شناختی نه تنها به حفظ و ارتقای کیفیت منظر شهری و روستایی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند راهکارهایی کاربردی برای انطباق این فضاها با نیازهای امروزی در عین صیانت از ارزش‌های هویتی ارائه دهد (Tavakolian Ferdosieh et al., 2016). علاوه بر این، بازارها به عنوان عرصه‌هایی پویا که پیوند میان انسان، فرهنگ و محیط طبیعی را شکل می‌دهند، ظرفیت مهمی برای تحقق اهداف توسعه پایدار و حفاظت از میراث فرهنگی دارند (UNESCO, 2017).

براین اساس، هدف این پژوهش، شناسایی و تحلیل دقیق مفاهیم و متغیرهای مورفولوژی کالبدی بازارهای سنتی ایران با تأکید بر درون‌مایه‌های معماری ایرانی است. این مطالعه با رویکردی نظام‌مند، تلاش دارد چارچوبی مفهومی و کاربردی ارائه دهد که بتواند هم در شناخت علمی و نظری بازارها سودمند باشد و هم در فرایند طراحی، حفاظت و بازآفرینی آن‌ها به کار رود. در همین راستا، این مقاله در پی پاسخ به پرسش‌های زیر است:

- توزیع جغرافیایی و زمانی مطالعات مرتبط با مورفولوژی بازارها چگونه است؟

- ساختار مفاهیم و متغیرهای مرتبط با مورفولوژی کالبدی بازارهای سنتی در پژوهش‌های داخلی و خارجی به چه صورت است؟

- روابط میان مفاهیم کلیدی در این حوزه چگونه تعریف و تبیین می‌شود؟

پاسخ به این پرسش‌ها می‌تواند تصویری جامع‌تر از وضعیت دانش موجود در حوزه بازارهای سنتی ایران ارائه کند و راهنمایی علمی برای برنامه‌ریزی، حفاظت و توسعه متوازن این فضاهای ارزشمند فراهم آورد. بدین ترتیب، بداعت و نوآوری این پژوهش در آن است که فراتر از یک مرور ساده منابع، با تلفیق و تحلیل نظام‌مند مطالعات پیشین براساس بیانیه پریزما، چارچوبی کاربردی برای بهسازی کالبدی و ارتقای فضاهای بازارهای سنتی ایران ارائه می‌دهد. این رویکرد، این پژوهش را از مرورهای پیشین متمایز می‌کند و آن را به ابزاری عملی برای بهره‌گیری در حوزه معماری، مرمت و برنامه‌ریزی شهری تبدیل می‌سازد.

جدول ۱. گونه‌های کالبدی بازارهای سنتی ایران و شاخص‌های تحلیل فرم- عملکرد. مأخذ: نگارندگان.

نوع بازار	مشخصه‌ها	نمونه‌های موردی	شاخص‌های تحلیل فرم و عملکرد
خطی	توسعه در امتداد معابر، طراحی شده یا ارگانیک	بازار تبریز، بازار مشهد	جریان حرکت، دسترسی فضایی، تراکم مغازه‌ها
چندمحوری	مجموعه‌ای از راسته‌ها و سراها	بازار وکیل شیراز، بازار لار	تراکم، تعامل اجتماعی، سلسله‌مراتب فضایی، نقاط تجمع
مرکزی	دالان‌ها و خان‌ها در کنار هم، محور مرکزی	بازار کرمان	انسجام فضایی، محوریت، ارتباط با مرکز بازار
صلیبی	تقاطع دو بازار خطی، توسعه متراکم و چندمحوری	بازار اراک	نقاط عطف بصری، جهت‌دهی مسیرها، عناصر شاخص فرهنگی

فضایی، سازماندهی فضایی و تعاملات اجتماعی متمرکز بوده‌اند و به یک تحلیل نظام‌مند و چارچوب‌محور که ارتباط میان فرم، عملکرد و ارزش‌های فرهنگی را نشان دهد، نپرداخته‌اند (Samadi et al., 2020; Rastiemadabadi et al., 2025). در نتیجه، خلأ پژوهشی اصلی نشان می‌دهد که نیاز به تحلیل جامع و یکپارچه بازارهای سنتی با تمرکز بر درون‌مایه‌های معماری ایرانی وجود دارد تا بتوان پیوند میان فرم، ساختار، عملکرد اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی را روشن و راهنمایی علمی و کاربردی برای حفاظت و ارتقای کیفیت منظر شهری و هویت معماری بازارها ارائه کرد.

بنابراین همان‌طور که در **جدول ۲** مشاهده می‌شود، هیچ‌یک از مطالعات گذشته به‌صورت جامع و نظام‌مند همه مؤلفه‌های کلیدی معماری ایرانی (از پیوستگی کالبدی-بصری و تناسبات انسانی گرفته تا محور مرکزی و عناصر شاخص فرهنگی) را در بازارهای سنتی تلفیق نکرده‌اند. این موضوع خلأ پژوهشی مهمی را نشان می‌دهد که این پژوهش قصد دارد آن را پوشش دهد.

روش پژوهش

در پژوهش‌های کیفی، شناسایی و تحلیل داده‌ها مستلزم بهره‌گیری از رویکردهای متنوع و ظریفی است که نیازمند دقت روش‌شناختی است. در این راستا، مرور نظام‌مند به‌عنوان چارچوبی ساختاریافته برای پاسخ به پرسش‌های پژوهشی و ارزیابی بی‌طرفانه یافته‌های مطالعات پیشین کاربرد گسترده‌ای دارد (Stretch & Sofaer, 2012). این روش با تکیه بر ابزارهایی مانند تحلیل مضمون (Braun & Clarke, 2006) و بیانیه پریزما (Page et al., 2021)، امکان سازمان‌دهی نظام‌مند داده‌ها و کاهش سوگیری را فراهم می‌کند.

در این پژوهش، برای جمع‌آوری و غربالگری داده‌ها از چک‌لیست ۲۷ گزینهای بیانیه پریزما استفاده شد که با ارائه ساختاری منسجم، فرایند شناسایی، انتخاب و تحلیل مستندات را استانداردسازی می‌کند. این چارچوب شامل سه مرحله کلیدی است:

- شناسایی منابع از پایگاه‌های داده معتبر
 - غربالگری مطالعات براساس معیارهای ورود و خروج
 - تعیین منابع نهایی واجد شرایط برای تحلیل عمیق
- همچنین، نمودار جریان پریزما به تصویرسازی مراحل پردازش داده‌ها کمک می‌کند و اطلاعاتی همچون تعداد منابع اولیه،

پیوستگی کالبدی-بصری: انسجام فضایی بازارها تجربه کاربری و هویت فرهنگی آن‌ها را تقویت می‌کند. این پیوستگی شامل تداوم راسته‌ها، همخوانی ارتفاع و مقیاس مغازه‌ها و اتصال بصری دالان‌ها است (Molaie, 2021).

سازگاری با اقلیم: استفاده از طاق‌ها، گنبد‌ها و نورگیرها، هم‌آسایش حرارتی و نوری را تضمین می‌کند و هم حس انسجام و امنیت فضا را افزایش می‌دهد (Najjari Nabi & Mehdinezhad, 2020). اصل وحدت و محور مرکزی: حضور یک نقطه مرکزی (مانند مسجد یا مدرسه) به‌عنوان هسته بازار، ساختار سلسله‌مراتبی بازار را تقویت و جریان حرکت و تعامل اجتماعی را هدایت می‌کند (Ardalan & Bakhtiyar, 2011).

تناسبات انسانی: طراحی فضاها مطابق با ابعاد و رفتارهای انسان، پاسخگوی نیازهای کاربردی و اقلیمی است و به تجربه کاربری مثبت و زیبایی‌شناسی فضا کمک می‌کند (Samani, 2011).

محصولیت و تباین فضایی: تغییر عرض فضا، ایجاد ترکیب فضاهای باز و سرپوشیده و استفاده از عناصر شاخص، انسجام و جذابیت بصری بازار را تقویت می‌کند (Samadi et al., 2020).

نقاط عطف بصری و فعالیتی: مناره‌ها، گنبد‌ها و کارکردهای فرهنگی عناصر شاخصی هستند که علاوه بر هدایت مسیرها، ارزش هویتی و نمادین بازار را نمایش می‌دهند (Rastiemadabadi et al., 2025).

• تحلیل مقایسه‌ای مطالعات گذشته

با وجود پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه مورفولوژی کالبدی بازارهای سنتی ایران، بررسی‌های موجود عمدتاً بر ساختار کالبدی و فرم بازار متمرکز بوده و به شکل پراکنده به تحلیل درون‌مایه‌های معماری سنتی ایرانی پرداخته‌اند. مطالعاتی مانند منوچهری و همکاران (۱۳۹۳) و پهلوان و همکاران (Pahlevan et al., 2023) به تحلیل هندسه، راسته‌ها و دالان‌ها و سازماندهی فضایی بازار پرداخته‌اند، اما به ارتباط این فرم‌ها با درون‌مایه‌های کالبدی و معماری سنتی و تجربه کاربران در فضا کمتر توجه شده است. همچنین، مؤلفه‌هایی چون پیوستگی کالبدی-بصری، محصولیت، تباین فضایی و نقاط عطف بصری در منابع داخلی به‌صورت موردی و محدود تحلیل شده‌اند (Samani, 2011; Molaie, 2021) و تاکنون هیچ مطالعه‌ای همه این مؤلفه‌ها را در کنار هم و با تمرکز بر معماری سنتی ایرانی بررسی نکرده است. علاوه بر این، پژوهش‌های خارجی نیز عمدتاً بر فرم و تراکم

جدول ۱. ارتباط مؤلفه‌های کالبدی سقانفارها با رفتار جمعی آیینی. مأخذ: نگارندگان.

ردیف	نویسنده/گان	عنوان مقاله	سال انتشار	گونه بازار	مؤلفه‌های کالبدی مورد بحث
۱	منوچهری و همکاران	بررسی جایگاه و نقد بازار در شهرهای ایرانی اسلامی (نمونه موردی: مطالعه بازار بزرگ ایرانی اسلامی شهر جدید)	۱۳۹۳	خطی و چندمحوری	فرم و ساختار، اصل وحدت و محور مرکزی
۲	پهلوان و همکاران (Pahlevan et al., 2023)	بازشناسی الگوهای ساختار کالبدی تیمچه‌های بازار ایرانی بر پایه سازمان‌دهی فضایی (مورد پژوهی: تیمچه‌های بازار اصفهان، کاشان و تبریز)	۱۴۰۲	خطی و صلیبی	فرم و ساختار، پیوستگی کالبدی-بصری، اصل وحدت و محور مرکزی، تباین فضایی
۳	Molaie	معماری بازارهای سنتی ایران و تبیین تعاملات اجتماعی آن در نواحی سرد و کوهستانی	2021	کلیه گونه‌ها	فرم و ساختار، پیوستگی کالبدی-بصری، سازگاری با اقلیم
۴	Samadi et al.	ارزیابی کیفی ابعاد حسی فضا در بازارهای تاریخی از منظر استفاده‌کنندگان (مطالعه موردی: بازار قزوین)	2020	خطی و چندمحوری	فرم و ساختار، پیوستگی کالبدی-بصری، سازگاری با اقلیم، تناسبات انسانی، تباین فضایی
۵	Rastimadabadi et al.	فرم‌های شهری سنتی در شهرهای معاصر: تحلیل ریخت‌شناسی بازارهای سنتی ایران در شهرهای امروزی	2025	کلیه گونه‌ها	فرم و ساختار، پیوستگی کالبدی-بصری، سازگاری با اقلیم، اصل وحدت و محور مرکزی، نقاط عطف بصری و فعالیتی

تعداد ۱۸۵۷ عنوان شناسایی شد. با توجه به امکان محدودسازی جستجو در پایگاه WoS و پس از حذف عناوین نامرتب، تعداد عناوین باقی‌مانده به ۴۵۲ مورد کاهش یافت. در مرحله دوم غربالگری، حوزه موضوعی به جنبه‌های کالبدی و فیزیکی بازار محدود شد. حذف مستندات در این مرحله با بررسی عناوین و در برخی موارد مطالعه چکیده‌ها انجام شد که در پایان این مرحله، ۲۸۷ مورد باقی ماند. نهایتاً، مستنداتی که به موضوعات ارزش‌های کالبدی و معماری، جاذبه‌های فرهنگی و همچنین هویت شهری و مؤلفه‌های تاریخی مرتبط بودند، انتخاب شدند و ۱۷۰ عنوان با کلیدواژه «Morphology of the Bazaars» برای تحلیل نهایی برگزیده شدند. برای شناسایی مقالات داخلی، در پایگاه‌های مگیران و گنج، کلیدواژه «مورفولوژی کالبدی بازار» جستجو شد که منجر به شناسایی ۱۱۰۷۷ مقاله و ۲۰۲ پایان‌نامه شد. پس از غربالگری و انتخاب عناوینی که شامل جنبه‌های کالبدی، مؤلفه‌های فیزیکی و جاذبه‌های تاریخی بودند، تعداد مستندات باقی‌مانده به حدود ۴۸۸ مورد رسید. این فهرست شامل ۴۸۳ مقاله و پنج پایان‌نامه کارشناسی ارشد است. فرایند کامل انتخاب مستندات واجد شرایط در تصویر ۱ نمایش داده شده که از روش جریان‌ی استاندارد PRISMA برای انتخاب نظام‌مند منابع در این پژوهش بهره گرفته شده است.

تحلیل‌های کتاب‌شناسی و موضوعی

در این پژوهش، به‌طور جداگانه ۱۷۰ منبع خارجی و ۴۸۸ منبع داخلی مطالعه و بررسی شدند. در مرحله نخست، داده‌های هریک از این منابع وارد نرم‌افزار VOSviewer شدند. این نرم‌افزار برای ساخت و تجسم شبکه‌های کتاب‌شناسی به کار

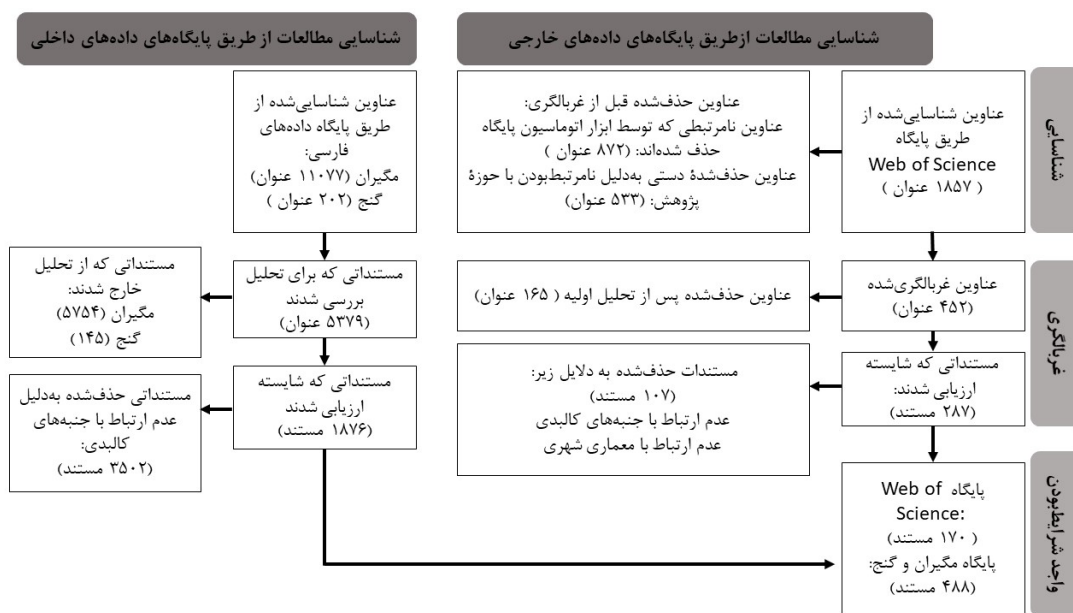
مطالعات حذف‌شده و دلایل حذف آن‌ها را به‌صورت شفاف ارائه می‌دهد (Liberati et al., 2009). این رویکرد نه تنها شفافیت فرایند پژوهش را افزایش می‌دهد، بلکه امکان تکرارپذیری و اعتبارسنجی نتایج را نیز فراهم می‌سازد.

منابع اطلاعاتی و پژوهشی

برای سنجش موقعیت علمی ایران در حوزه مورفولوژی کالبدی بازارها و مقایسه آن با شرایط بین‌المللی، استخراج داده‌ها از پایگاه معتبر علمی خارجی WoS (Web of Science) و همچنین دو پایگاه علمی داخلی گنج (ایراندک) و مگیران انجام شد. به‌دلیل پوشش گسترده موضوعات و تعداد مقالات نمایه‌شده، از پایگاه مگیران بهره گرفته و از پایگاه گنج به‌دلیل روزآمدی و دسترسی بیشتر به پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها (پارسا)، استفاده شده است. به‌منظور جستجوی معتبرترین عناوین علمی در حوزه پژوهش، جستجو در پایگاه WoS محدود به مستندات علمی با دآوری دقیق شد و به‌منظور جستجوی به‌روزترین مستندات مطالعه، به دوره زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۵ محدود شده و در پایگاه‌های داخلی مطالعات مربوط به سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۴ در نظر گرفته شد. درنهایت زبان‌های غیر از زبان انگلیسی از جستجو خارج شدند و کلیدواژه «Morphology of the Bazaars» به‌عنوان کلیدواژه اصلی در پایگاه WoS و معادل فارسی آن «مورفولوژی کالبدی بازار» در پایگاه‌های داخلی مگیران و گنج جستجو شد.

غربالگری مستندات

در نخستین جستجو با استفاده از کلیدواژه «Architectural Morphology» و براساس معیارهای پیش‌تر تعیین‌شده،



تصویر ۱. تصویر پریزما برای مرور نظام‌مند در حوزه مطالعاتی مورفولوژی کالبدی بازار. مأخذ: نگارندگان برگرفته از Selçuk, 2019.

جدول ۳. انتشارات خارجی حوزه مورفولوژی کالبدی بازار. مأخذ: نگارندگان.

سال انتشار	شماره مستندات	درصد از کل
۲۰۲۵	۳	۱/۷۶
۲۰۲۴	۱۴	۸/۲۳
۲۰۲۳	۱۵	۸/۸۲
۲۰۲۲	۲۱	۱۲/۳۵
۲۰۲۱	۱۷	۱۰/۰۰
۲۰۲۰	۱۷	۱۰/۰۰
۲۰۱۹	۹	۵/۲۹
۲۰۱۸	۱۲	۷/۰۵
۲۰۱۷	۹	۵/۲۹
۲۰۱۶	۱۴	۸/۲۳
۲۰۱۵	۸	۴/۷۰
۲۰۱۴	۹	۵/۲۹
۲۰۱۳	۵	۲/۹۴
۲۰۱۲	۹	۵/۲۹
۲۰۱۱	۵	۲/۹۴
۲۰۱۰	۱	۰/۵۸
کل	۱۷۰	۱۰۰

انتشار مقالات و پارساها براساس داده‌های پایگاه‌های داخلی مگیران و گنج در جدول ۴ ارائه شده است. تعداد انتشارات در این پانزده سال روندی متغیر داشته، به‌گونه‌ای که در دهه ۹۰ با روندی افزایشی و در چهار سال اخیر با روند کاهشی همراه بوده است.

می‌رود و همچنین قابلیت متن کاوی دارد که امکان استخراج و تجسم شبکه‌های هم‌زمان عبارات کلیدی موجود در ادبیات علمی را فراهم می‌کند (van Eck & Waltman, 2010). تحلیل فراوانی و هم‌زمانی کلمات استخراج شده، اطلاعات ارزشمندی درباره مفاهیمی که تاکنون بیشترین توجه را در حوزه مورفولوژی کالبدی بازارها به خود جلب کرده‌اند، ارائه داد. علاوه بر این، براساس داده‌های نرم‌افزاری و تحلیل محتوای منابع منتخب، سه مفهوم اصلی شامل «فرم بازار»، «طراحی شهری» و «مورفولوژی معماری» به‌عنوان مفاهیم کلیدی در حوزه مورفولوژی بازارها و مرتبط با تخصص معماری شهری شناسایی شدند. بخش‌های بعدی، یافته‌های این مرور نظام‌مند را به تفصیل ارائه می‌کنند.

بحث و یافته‌های پژوهش

برای پاسخ به سؤالات پژوهش، ابتدا تحلیل‌های کتاب‌شناسی از جنبه‌های مختلفی مانند توزیع زمانی، پراکندگی جغرافیایی، سازمان‌ها و مجلات منتشرکننده انجام شد. سپس در مرحله بعد، تحلیل محتوای کلیدواژه‌ها به‌منظور شناسایی حوزه‌های مفهومی مرتبط با مورفولوژی بازار و بررسی ارتباط معنایی میان آن‌ها بررسی شد.

• توزیع زمانی مستندات

جدول ۳، توزیع زمانی مستندات خارجی را در بازه سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۵ نشان می‌دهد. براساس داده‌های پایگاه WoS، روند انتشار پژوهش‌ها در زمینه مورفولوژی کالبدی بازارها طی پانزده سال گذشته به‌طور کلی افزایشی بوده است، هرچند که به‌دلیل انتخاب مستندات مرتبط با حوزه تخصصی، نوساناتی در تعداد مطالعات مشاهده می‌شود. همچنین، فراوانی و سال

مشهد، هنر اصفهان، امام رضا و یزد است که هر یک حداقل یک پایان‌نامه در این حوزه ارائه داده‌اند.

• شناخت مفاهیم اصلی براساس بررسی داده‌های استخراج‌شده

مطابق با تصاویر ۲ و ۳، مفاهیم اصلی در حوزه مورفولوژی کالبدی بازار ابتدا با استخراج واژگان کلیدی از منابع انتخاب‌شده شناسایی و سپس با نرم‌افزار VOSviewer، هم‌رخدادی این واژگان تحلیل شد تا روابط میان مفاهیم در منابع داخلی و خارجی مشخص شود. براساس تحلیل‌ها، از داده‌های پایگاه WoS تعداد ۲۳ واژه با تکرار بیش از سه بار و از داده‌های پایگاه‌های مگیران و گنج تعداد ۳۵ واژه شناسایی شد. جداول ۹ و ۱۰، رخداد و قدرت پیوند سه واژه پربسامد هر خوشه را نمایش می‌دهند و واژگانی مانند فرم بازار، طراحی شهری و مورفولوژی

جدول ۵. توزیع جغرافیایی مستندات مورفولوژی کالبدی بازارها در سطح بین‌الملل. مأخذ: نگارندگان.

حوزه جغرافیایی	شماره مستندات	درصد از کل
ایران	۲۹	۱۷/۰۵
ترکیه	۲۵	۱۴/۷۰
آمریکا	۲۰	۱۱/۷۶
انگلستان	۱۷	۱۰/۰۰
هند	۱۱	۶/۴۷
آلمان	۹	۵/۲۹
روسیه	۸	۴/۷۰
پاکستان	۷	۳/۳۳
استرالیا	۶	۴/۱۱
هلند	۵	۹۴/۲
فرانسه	۴	۲/۳۵
سوئد	۴	۲/۳۵
ایتالیا	۳	۱/۷۶
سایر کشورها	۲۲	۱۲/۹۴

جدول ۶. توزیع جغرافیایی مستندات مورفولوژی کالبدی بازارها در سطح کشور. مأخذ: نگارندگان.

حوزه جغرافیایی	شماره مستندات	درصد از کل
تهران	۲۶۵	۵۴/۳۰
اصفهان	۵۷	۱۱/۸۰
قزوین	۲۵	۵/۱۷
کاشان	۱۶	۳/۳۱
مشهد	۱۳	۲/۶۶
سایر	۱۱۲	۲۲/۹۵

• پراکندگی جغرافیایی مستندات

بیشترین تعداد مستندات منتشرشده در زمینه مورفولوژی کالبدی بازارها براساس داده‌های پایگاه WoS، متعلق به کشور ایران با سهم ۱۷/۰۵ درصد از کل مستندات استخراج‌شده است. پس از ایران، ترکیه و آمریکا هر کدام با ۱۴/۷۰ درصد و ۱۱/۷۶ درصد در جایگاه‌های دوم و سوم قرار دارند (جدول ۵). همچنین، براساس داده‌های پایگاه‌های علمی داخلی و مطابق جدول ۶، بیشترین سهم مستندات حوزه مورفولوژی کالبدی بازارها با ۵۴/۳۰ درصد به شهر تهران اختصاص یافته است و شهرهای اصفهان و قزوین به ترتیب با ۱۱/۸۰ درصد و ۵/۱۷ درصد در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند.

• مجلات منتشرکننده مستندات

مطابق جدول ۷، مجلات منتشرکننده مقالات حوزه مورفولوژی کالبدی براساس داده‌های پایگاه WoS نشان می‌دهد که مجلات «CENTRAL ASIAN SURVEY» و «SANT TARIHI» هر کدام دارای ۴/۱۱ درصد فراوانی انتشار را دارا هستند. همچنین، براساس داده‌های پایگاه مگیران، مجله معماری و شهرسازی «آرمان‌شهر» با بیشترین تعداد مقالات منتشرشده به‌عنوان نخستین مجله تخصصی در حوزه مورفولوژی کالبدی بازار شناخته شده است (جدول ۸). در زمینه پارساهای داخلی نیز بیشترین پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها متعلق به دانشگاه‌های هنر تهران، شهید بهشتی، فردوسی

جدول ۴. انتشارات داخلی حوزه مورفولوژی کالبدی بازار. مأخذ: نگارندگان.

سال انتشار	شماره مستندات	درصد از کل
۱۴۰۴	۰	۰/۰۰
۱۴۰۳	۳	۰/۶۱
۱۴۰۲	۵	۱/۰۲
۱۴۰۱	۳	۰/۶۲
۱۴۰۰	۷	۱/۴۴
۱۳۹۹	۳۱	۶/۳۵
۱۳۹۸	۵۱	۱۰/۵۵
۱۳۹۷	۳۶	۷/۴۵
۱۳۹۶	۵۶	۱۱/۵۹
۱۳۹۵	۵۹	۱۲/۰۹
۱۳۹۴	۳۷	۷/۵۸
۱۳۹۳	۵۲	۱۰/۷۶
۱۳۹۲	۵۶	۱۱/۵۹
۱۳۹۱	۶۱	۱۲/۶۲
۱۳۹۰	۳۱	۶/۴۱
کل	۴۸۸	۱۰۰

مورد توجه قرار گرفته‌اند. این تفاوت‌ها نشان‌دهنده رویکردهای متمایز پژوهشی در سطح ملی و بین‌المللی است. در مرحله بعد، خوشه‌های شناسایی شده با چارچوب نظری پژوهش مطابقت داده شدند و تحت عناوین حوزه‌های مرتبط نام‌گذاری شدند. این روند امکان سازماندهی مفاهیم کلیدی و ترسیم ساختار فکری مطالعات مورفولوژی کالبدی بازار را فراهم ساخته است (جدول ۹ و ۱۰). این تحلیل نشان می‌دهد که فراوانی واژگانی مانند فرم بازار و مورفولوژی معماری در منابع خارجی، نشان‌دهنده تمرکز پژوهشگران بین‌المللی بر رویکردهای کالبدی-ساختاری است، در حالی که تکرار بالای واژگانی همچون طراحی شهری و بازار در منابع داخلی، بیانگر توجه بیشتر به کارکردهای فضایی و برنامه‌ریزی شهری است. این تفاوت‌ها در واقع بازتابی از دو گفتمان پژوهشی متمایز است: یکی با تأکید بر تحلیل‌های نظری-مفهومی و دیگری با تمرکز بر جنبه‌های کاربردی و طراحی. بر همین اساس، نویسندگان با تکیه بر خوشه‌های استخراج شده و انطباق آن‌ها با درون‌مایه‌های معماری ایرانی، روندهای موجود را در چارچوبی تحلیلی بازخوانی کرده‌اند که در ادامه به تفصیل بررسی می‌شود.

• شناخت مفاهیم اصلی براساس بررسی داده‌های استخراج شده

مطابق با تصاویر ۲ و ۳، مفاهیم اصلی در حوزه مورفولوژی کالبدی بازار ابتدا با استخراج واژگان کلیدی از منابع انتخاب شده شناسایی و سپس با نرم‌افزار VOSviewer، هم‌رخدادی این واژگان تحلیل شد تا روابط میان مفاهیم در منابع داخلی و خارجی مشخص شود. براساس تحلیل‌ها، از داده‌های پایگاه WoS تعداد ۲۳ واژه با تکرار بیش از سه بار و از داده‌های پایگاه‌های مگیران و گنج تعداد ۳۵ واژه شناسایی شد. جدول ۹ و ۱۰، رخداد و قدرت پیوند سه واژه پربسامد هر خوشه را نمایش می‌دهند و واژگانی مانند فرم بازار، طراحی شهری و مورفولوژی معماری به‌عنوان پرکاربردترین واژگان در این دو مجموعه منابع معرفی شده‌اند.

تحلیل تطبیقی واژگان پر تکرار در منابع مختلف نشان داد که در منابع خارجی، مفاهیمی مانند مورفولوژی معماری، فرم بازار و تعاملات اجتماعی برجسته‌تر هستند، در حالی که در منابع داخلی، واژگانی همچون طراحی شهری، بازار و فرم‌های معماری بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. این تفاوت‌ها نشان‌دهنده رویکردهای متمایز پژوهشی در سطح ملی و بین‌المللی است. در مرحله بعد، خوشه‌های شناسایی شده با چارچوب نظری پژوهش مطابقت داده شدند و تحت عناوین حوزه‌های مرتبط نام‌گذاری شدند. این روند امکان سازماندهی مفاهیم کلیدی و ترسیم ساختار فکری مطالعات مورفولوژی کالبدی بازار را فراهم ساخته است (جدول ۹ و ۱۰). این تحلیل نشان می‌دهد که فراوانی واژگانی مانند فرم بازار و مورفولوژی معماری در منابع خارجی، نشان‌دهنده تمرکز پژوهشگران بین‌المللی بر رویکردهای کالبدی-ساختاری است، در حالی که تکرار بالای واژگانی همچون طراحی شهری و بازار در منابع داخلی، بیانگر توجه بیشتر به کارکردهای فضایی

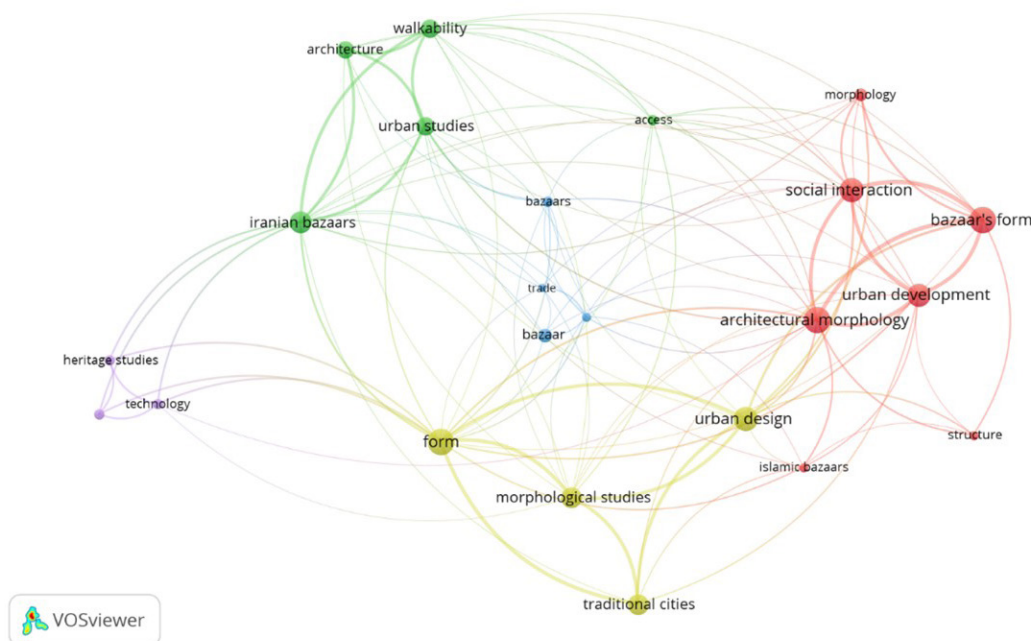
معماری به‌عنوان پرکاربردترین واژگان در این دو مجموعه منابع معرفی شده‌اند.

تحلیل تطبیقی واژگان پر تکرار در منابع مختلف نشان داد که در منابع خارجی، مفاهیمی مانند مورفولوژی معماری، فرم بازار و تعاملات اجتماعی برجسته‌تر هستند، در حالی که در منابع داخلی، واژگانی همچون طراحی شهری، بازار و فرم‌های معماری بیشتر جدول ۷. فهرست نشریات خارجی با بیشترین مقاله. مأخذ: نگارندگان.

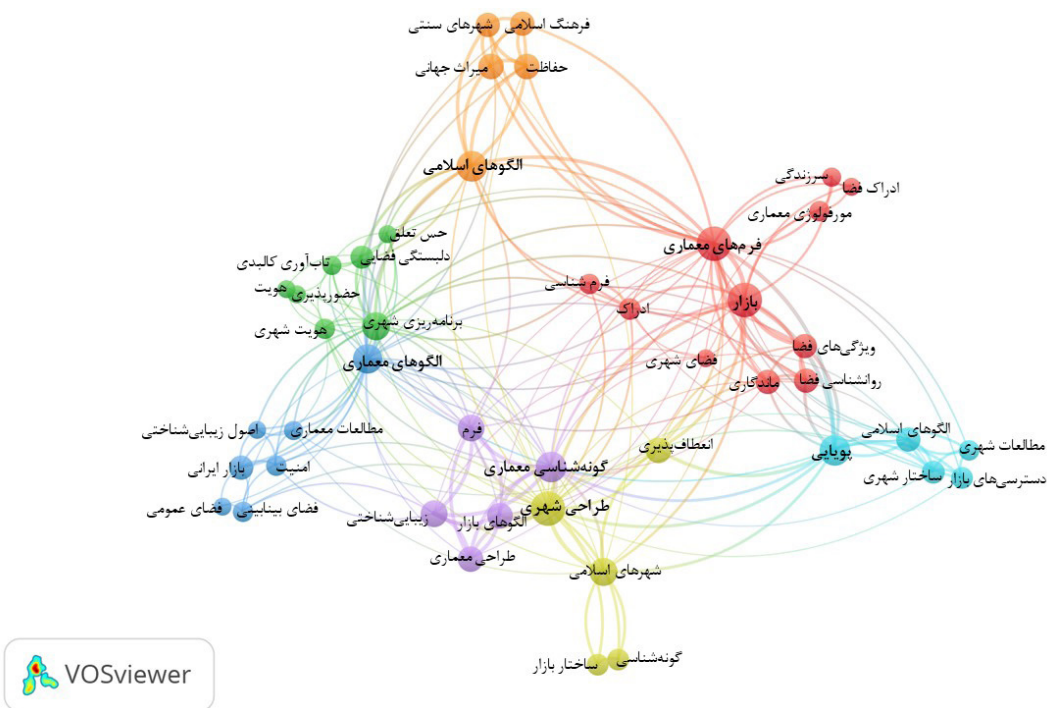
عنوان مجله	شماره مقالات	درصد از کل مستندات
Central Asian Survey	۷	۴/۱۱
Sant Tarihi Dergisi Journal of Art History	۷	۴/۱۱
Modern Asian Studies	۴	۲/۳۵
Bylye Gody	۴	۲/۳۵
Journal of South Asia Studies	۴	۲/۳۵
Bilimname	۳	۱/۷۶
International Journal of Architecture and Planning	۳	۱/۷۶
International Journal of Urban and Regional Research	۳	۱/۷۶
Journal of Construction in Developing Countries	۲	۱/۱۷
Metu Journal of the Faculty of Architecture	۲	۱/۱۷
Semmetry Culture and Science	۲	۱/۱۷
Urban Book Series	۲	۱/۱۷
سایر مجلات	۱۲۷	۷۴/۷۰
کل	۱۷۰	۱۰۰

جدول ۸. فهرست نشریات داخلی با بیشترین مقاله. مأخذ: نگارندگان.

عنوان مجله	شماره مقالات	درصد از کل مستندات
معماری و شهرسازی آرمانشهر	۱۸۹	۳۸/۷۲
باغ نظر	۶۸	۱۳/۹۳
نامه معماری و شهرسازی	۶۶	۱۳/۵۲
هویت شهر	۴۵	۹/۲۲
مطالعات هنر اسلامی	۴۴	۹/۰۱
معماری و شهرسازی ایران	۳۱	۶/۳۵
گلجام	۲۵	۵/۱۲
باغ نظر	۱۲	۲/۴۵
مطالعات معماری ایران	۵	۱/۰۳
مرمت و معماری ایران (مرمت آثار و بافت‌های تاریخی، فرهنگی)	۳	۰/۶۱
کل	۴۸۸	۱۰۰



تصویر ۲. نقشه هم‌زمانی کلیدواژه‌های حوزه مورفولوژی کالبدی بازار. مأخذ: نگارندگان.



تصویر ۳. نقشه هم‌زمانی کلیدواژه‌های حوزه مورفولوژی کالبدی بازار. مأخذ: نگارندگان.

مرتبط با آن به‌عنوان یکی از مفاهیم کلیدی در حوزه مورفولوژی کالبدی بازارها، در مستندات علمی خارجی بارها مطرح شده است (همچنین [\(Şahinalp & Günal, 2011; Lak & Hakimian, 2018\)](#)). این اصطلاح در کلیدواژه‌های پژوهش‌های داخلی نیز دیده می‌شود (مدقلاچی و همکاران، ۱۳۹۹؛ [Iranmananesh et al., 2023](#))؛ اما مطالعات اختصاصی درباره آن کمتر انجام شده است. «مورفولوژی معماری» نیز یکی دیگر

و برنامه‌ریزی شهری است. این تفاوت‌ها در واقع بازتابی از دو گفتمان پژوهشی متمایز است: یکی با تأکید بر تحلیل‌های نظری-مفهومی و دیگری با تمرکز بر جنبه‌های کاربردی و طراحی. بر همین اساس، نویسندگان با تکیه بر خوشه‌های استخراج‌شده و انطباق آن‌ها با درون‌مایه‌های معماری ایرانی، روندهای موجود را در چارچوبی تحلیلی بازخوانی کرده‌اند که در ادامه به تفصیل بررسی می‌شود. اصطلاح «فرم بازار» و تعاریف

مورفولوژی معماری و طراحی شهری) نقش مکمل و هم‌افزاینده‌ای در درک ساختار کالبدی و عملکرد بازارهای سنتی دارند. مطالعات خارجی عمدتاً بر تحلیل نظام‌مند فرم و تغییرات تاریخی بازارها، روابط میان اجزا و تأثیر آن‌ها بر تعاملات اجتماعی تمرکز دارند، درحالی‌که مطالعات داخلی بیشتر به شناسایی عناصر معماری و ویژگی‌های کالبدی بازارها محدود و تحلیل نظام‌مند تعامل میان اجزا و فرم کمتر دیده می‌شود. این تفاوت‌ها نشان‌دهنده خلأ پژوهشی مهمی است؛ به‌ویژه اینکه هنوز مطالعه‌ای جامع و یکپارچه که هم‌زمان به بررسی فرم بازار، مورفولوژی معماری و درون‌مایه‌های معماری ایرانی در بازارهای سنتی بپردازد، انجام نشده است. بنابراین، با تحلیل محتوای متون علمی، سه مفهوم اصلی مورفولوژی کالبدی بازارها شامل فرم بازار، مورفولوژی معماری و طراحی شهری قابل‌شناسایی است که در تصویر ۴ ارائه شده‌اند.

• گروه‌بندی تفصیلی مفاهیم مورفولوژی کالبدی بازار

در ادامه، تحلیل محتوای کلیدواژه‌های مرتبط با مورفولوژی کالبدی بازار به‌منظور توسعه هر یک از مفاهیم اصلی شناسایی شده انجام شد. در این فرایند، مقوله‌های استخراج‌شده از مستندات بررسی شد و زیرمجموعه‌های معنایی مرتبط با هر حوزه اصلی ارائه شد.

جدول ۹. فراوانی واژگان کلیدی و قدرت اتصال آن‌ها در حوزه مورفولوژی کالبدی بازار (مستندات خارجی). مأخذ: نگارندگان.

کلیدواژه	رخداد	قدرت اتصال	کلیدواژه	رخداد	قدرت اتصال	کلیدواژه	رخداد	قدرت اتصال
خوشه یک	Architectural Morphology	۴۶	Bazaar's Form	۴۷	۱۳۲	Social Interaction	۳۹	۱۱۶
خوشه دو	Iranian Bazaars	۳۳	Urban Studies	۲۴	۷۰	Walkability	۲۳	۶۷
خوشه سه	Bazaar	۱۴	Economics	۶	۱۸	Trade	۵	۱۱
خوشه چهار	Traditional Cities	۲۹	Morphological Studies	۳۰	۸۷	Form	۴۶	۱۳۸
خوشه پنج	Architectural Forms	۷	Heritage Studies	۷	۲۸	Technology	۸	۳۰

جدول ۱۰. فراوانی واژگان کلیدی و قدرت اتصال آن‌ها در حوزه مورفولوژی کالبدی بازار (مستندات داخلی). مأخذ: نگارندگان.

کلیدواژه	رخداد	قدرت اتصال	کلیدواژه	رخداد	قدرت اتصال	کلیدواژه	رخداد	قدرت اتصال
خوشه یک	الگوهای معماری	۱۶	بازار ایرانی	۸	۱۲	برنامه‌ریزی شهری	۱۵	۵۰
خوشه دو	فرم‌های معماری	۲۸	بازار	۲۷	۹۹	انعطاف‌پذیری	۱۰	۴۷
خوشه سه	گونه‌شناسی معماری	۲۰	زیبایی‌شناختی	۱۳	۵۹	فرم	۱۳	۵۹
خوشه چهار	پویایی	۲۰	الگوهای معماری	۸	۲۹	ساختار شهری	۷	۲۹
خوشه پنج	الگوهای اسلامی	۱۹	حفاظت	۱۱	۴۶	میراث جهانی	۱۰	۴۶
خوشه شش	طراحی شهری	۲۹	شهرهای اسلامی	۱۴	۵۳	گونه‌شناسی	۶	۱۸
خوشه هفت	ادراک	۶	فرم‌شناسی	۵	۲۰			

هنوز به‌طور کامل بررسی نشده است و این خلأ پژوهشی، فرصت بالقوه‌ای برای مطالعات آینده در تحلیل یکپارچه بازارهای سنتی فراهم می‌کند. در پایان، **جدول ۱۱** مفاهیم معنایی زیرمجموعه‌های فرم بازار و هر یک از شاخه‌های آن را به تصویر کشیده است.

تحلیل داده‌های استخراج شده نشان می‌دهد که مفهوم «طراحی شهری» در مطالعات گذشته به مرور زمان از تمرکز صرف بر مؤلفه‌های کالبدی فراتر رفته و شامل عوامل اجتماعی، اقتصادی و محیطی نیز شده است (Pourjafar et al., 2016; Pakzad, 2011; Shaji et al., 2016).

همچنین، اغلب مؤلفه‌های کالبدی و فیزیکی که در نمای بیرونی شهر مشاهده می‌شوند، به‌عنوان ویژگی‌هایی که هویت شهری را حفظ و تعامل میان طبیعت و بافت پیرامونی را تسهیل می‌کنند، مورد توجه قرار می‌گیرند. این روند، نشان‌دهنده توجه روزافزون پژوهشگران به تعامل میان فضا و عملکرد در بازارهای سنتی و تلاش برای درک عمیق‌تر از تأثیر ساختار شهری بر کیفیت منظر و تجربه کاربران است. بررسی زیرمجموعه‌های این مفهوم حاکی از آن است که اغلب مطالعات به تأثیرگذاری مؤلفه‌ها بر انسجام فضایی، هدایت جریان حرکت و تعاملات اجتماعی پرداخته‌اند و کمتر به تحلیل هم‌زمان این عوامل در چارچوب نظام‌مند پرداخته شده است. این تحلیل نشان می‌دهد که با وجود شناسایی مؤلفه‌های متنوع، هنوز رویکردی یکپارچه برای ارزیابی نقش طراحی شهری در بازارهای سنتی و ارتباط آن با درون‌مایه‌های معماری ایرانی ارائه نشده است. **جدول ۱۲**، مفاهیم زیرمجموعه طراحی شهری را به تفصیل ارائه می‌کند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که اکثر مطالعات داخلی و خارجی عمدتاً بر بررسی الگوهای ساختار و مورفولوژی کالبدی بازار تمرکز داشته‌اند. تحلیل نویسندگان حاکی از آن است که در حوزه مورفولوژی معماری، فهم روند تغییرات ساختار بازار و سازماندهی فضایی آن، می‌تواند به‌عنوان معیاری مهم برای برنامه‌ریزی و طراحی شهری به کار گرفته شود، به‌گونه‌ای که طراحی‌ها با بافت شهری پیرامونی هماهنگ شده و پاسخگوی نیازهای فضایی و فرهنگی کاربران باشند. در منابع داخلی، تمرکز بر مفاهیمی چون تفهیم، پیکربندی فضایی و تحلیل روابط میان اجزا نشان‌دهنده توجه به چگونگی شکل‌گیری سلسله‌مراتب فضایی و انسجام داخلی بازار است (Shojaei & Moeinifar, 2016; Ferdous, 2012). همچنین می‌توان گفت که مطالعات داخلی کمتر به تعامل میان فرم و تجربه کاربری پرداخته‌اند، در حالی که منابع خارجی توجه ویژه‌ای به معنا، دعوت‌کنندگی، سازماندهی فرم و ارتباط میان فرم و فضا دارند (Humphrey & Skvirskaja, 2024). این تأکید بر تعامل فرم و عملکرد، امکان درک دقیق‌تری از نحوه هدایت جریان حرکت، نقاط تجمع، و تجربه فضایی کاربران فراهم می‌کند و نشان می‌دهد که مطالعات خارجی بر جنبه کارکردی و اجتماعی بازارها تأکید دارند. بنابراین، ترکیب نتایج داخلی و خارجی، چارچوبی غنی برای

فرم بازارها
Bazaar's Form

مورفولوژی معماری
Architectural Morphology

طراحی شهری
Urban Design

مفاهیم اصلی مورفولوژی کالبدی بازار
Morphology of Bazars

تصویر ۴. شاخه‌های اصلی مورفولوژی کالبدی بازار. مأخذ: نگارندگان.

درباره فرم بازار، نظریه‌پردازان چهار حوزه اصلی را در نظر گرفته‌اند که شامل حوزه‌های فرم، فضا، و ترکیب فرم و فضا و عملکرد می‌شود (مدقالچی و همکاران، ۱۳۹۹). در این تقسیم‌بندی، حوزه فرم به ویژگی‌های بصری و طراحی شکل فرم اشاره دارد. حوزه فضا به‌عنوان عامل ارتباط‌دهنده بین فرم و کالبد معماری با انسان تعریف شده و عوامل مؤثر بر کیفیت فضا شامل رنگ، شکل و نور هستند (Gruter, 1996). حوزه ترکیبی فرم و فضا، به‌عنوان دو مؤلفه تعریف‌کننده و شکل‌دهنده یکدیگر شناخته می‌شود و شامل زیرمؤلفه‌هایی مانند محصوریت، ترکیب سطوح عمودی و بازشوها است (Ching, 1979/1999). علاوه بر این، حوزه عملکردی به رفع نیازهای انسانی اختصاص دارد و به سازمان‌دهی فضایی و الگوی کلی تعیین نحوه قرارگیری و هم‌نشینی اجزای معماری اشاره می‌کند. حوزه اصول نظم‌دهنده شامل عواملی است که به حوزه‌های قبلی تعلق ندارند اما بر همه آن‌ها تأثیرگذارند؛ عواملی مانند سلسله‌مراتب، توازن و تقارن، هندسه و تناسب در این حوزه جای می‌گیرند. در نهایت، عوامل محیطی به‌عنوان مؤلفه‌های تأثیرگذار بر ایده‌پردازی و طراحی فرم و فضا مطرح شده‌اند که شامل دو حوزه عوامل طبیعی و اقلیمی و همچنین همسایگی‌ها و معابر هستند.

تحلیل داده‌های استخراج شده از مستندات نشان می‌دهد که پژوهش‌ها عمدتاً بر عناصر کلیدی فرم و فضا تمرکز داشته‌اند، مانند انسجام کالبدی، جریان حرکت و تراکم فضایی، در حالی که زیرمؤلفه‌های جزئی‌تر شامل ترکیب سطوح عمودی، بازشوها و الگوهای جزئی عملکردی کمتر مورد توجه بوده است. این امر نشان می‌دهد که با وجود شناخت چارچوب کلی بازارها، تحلیل دقیق جزئیات فضایی و تعامل میان فرم و عملکرد هنوز محدود است. علاوه بر این، عوامل نظم‌دهنده مانند سلسله‌مراتب، توازن و تقارن و همچنین عوامل محیطی شامل شرایط اقلیمی و همسایگی‌ها نقش برجسته‌ای در شکل‌دهی ساختار بازارها ایفا کرده‌اند. با این حال، تعامل سیستماتیک این عوامل با زیرمؤلفه‌های عملکردی و تجربه کاربری، به‌ویژه در زمینه ارتباط میان فرم، فضا و عملکرد انسانی،

جدول ۱۱. مفاهیم زیرمجموعه «فرم بازار». مأخذ: نگارندگان.

مؤلفه‌ها	زیرمؤلفه‌ها
مشخصات بصری فرم (Visual Character-teristics of Form)	شکل (shape) اندازه (Dimension) رنگ (Color) بافت (Texture) مکان (Place) جهت (Direction) تعادل بصری (Visual Equilibrium)
شکل طراحی فرم (Form) Shape (Design)	تغییرات ابعادی (Dimensional Changes) الحاق و کاهش (Accession and Reduction) تفکیک فرم با وجوه (Form Differentiation by Facets)
عوامل تأثیرگذار بر کیفیت فضا (Factors Affecting the Quality of Space)	رنگ (Color) شکل (Shape) نور (Light)
فرم و فضا (Form and Space)	محصوریت و ترکیب سطوح عمودی (Enclosure and Composition of Vertical Surfaces) بازشوها: محصوریت، نور و دید (Openings: enclosure, light, and view)
سازماندهی‌های فرم (Form) (Organizations)	سازماندهی مرکزی (Central Organization) سازماندهی خطی (Linear Organization) سازماندهی شعاعی (Radial Arrangement) سازماندهی مجموعه‌ای (Clustered Organization) سازماندهی شبکه‌ای (Network Organization)
اصول نظم‌دهنده (Regulatory) (Principles)	محور (Axis) جز و کل (Part and Whole) تکراری و مجرد (Repetitive and Unique) سلسله‌مراتب (Hierarchy) توازن و تقارن (Balance and Symmetry) هندسه و تناسب (Geometry and Proportions)
عوامل محیطی (Environmental) (Factors)	عوامل طبیعی و اقلیمی (Natural and Climatic Factors) همسایگی‌ها و معابر (Neighborhoods and Pathways)

جدول ۱۲. مفاهیم زیرمجموعه «طراحی شهری». مأخذ: نگارندگان.

مؤلفه‌ها	زیر مؤلفه‌ها
میراث فرهنگی (Heritage)	مذهب (Religious) قوانین طبیعی (Natural Laws)
فعالیت‌های سیاسی (Political) (Activities)	فعالیت‌های مدنی (Civic Activities) مدیریت (Management)
مؤلفه‌های تجاری (Commercial) (Components)	ارتباط فضایی (Spatial Connection)
ویژگی‌های طبیعی و زیست‌محیطی (Natural and Environmental Features)	نظام توده و فضا (Mass-space System) پوشش گیاهی (Greenery) مصالح بومی (Local Materials) آسایش اقلیمی (Climatic Comfort)
سرمایه‌های اجتماعی (Social) (Capital)	شاخصه‌های مفهومی (Conceptual Indicators) شاخصه‌های کالبدی (Physical Indicators)

مورفولوژی معماری
Architectural Morphology

- قابل فهم بودن
Intelligibility
- پیکره‌بندی فضایی
Spatial Configuration
- تحلیل فضایی
Spatial Analysis
- معنا
Meaning
- دعوت‌کنندگی
Sense Of Invitation
- تعادل بصری
visual Equilibrium
- سازماندهی‌های فرم
Form Organizations

شناخت مورفولوژی معماری بازارها ارائه می‌دهد و خلاهای پژوهشی موجود در تحلیل تعامل میان فرم، عملکرد و تجربه کاربران را آشکار می‌سازد. تصویر ۵، مفاهیم و واژگان کلیدی مرتبط با مورفولوژی معماری بازارها را نشان می‌دهد.

تصویر ۵. مفاهیم زیرمجموعه «مورفولوژی معماری». مأخذ: نگارندگان.

نتیجه‌گیری

یکی از اهداف اصلی این پژوهش، شناخت دقیق‌تر و تبیین مفاهیم کلیدی مرتبط با مورفولوژی کالبدی بازار، با تکیه بر متون تخصصی و رویکردهای مختلف معماری بوده است. همچنین، به بررسی ارتباط معنایی میان کلیدواژه‌ها و تعاریف ارائه‌شده از این مفهوم، در تطابق با ویژگی‌های معماری شهری و ساختار آن توجه شد. براین‌اساس، یافته‌ها به‌طور ضمنی نشان‌دهنده گسترده‌گی مفهوم مورفولوژی بازار و تنوع رویکردهای معماری متأخر در این زمینه هستند.

در روند پژوهش، مطالعه نظام‌مند منابع تخصصی و تحلیل نتایج آن‌ها، امکان بازخوانی بخش گسترده‌ای از مطالعات پیشین را فراهم کرد و تصویری کلی از ابعاد مختلف این موضوع ارائه داد. یافته‌ها نشان دادند که طی پانزده سال اخیر، تعداد مطالعات و مقالات در حوزه مورفولوژی کالبدی بازار افزایش چشمگیری داشته و این حوزه مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. براساس تحلیل کتاب‌شناختی و محتوای کلیدواژه‌ها، مشخص شد که مطالعات بیشتر در کشورهای ایران و ترکیه انجام شده‌اند. این تمرکز جغرافیایی، به دلیل نقش تاریخی و فرهنگی بازار در این مناطق قابل تبیین است. همچنین، تحلیل کلیدواژه‌های اسناد خارجی نشان‌دهنده تمرکز بیشتر بر تعاملات اجتماعی است، در حالی که در منابع داخلی، مفاهیم مرتبط با بازار بیشترین تکرار را داشته‌اند. همچنین می‌توان به این نکته اشاره کرد که با وجود

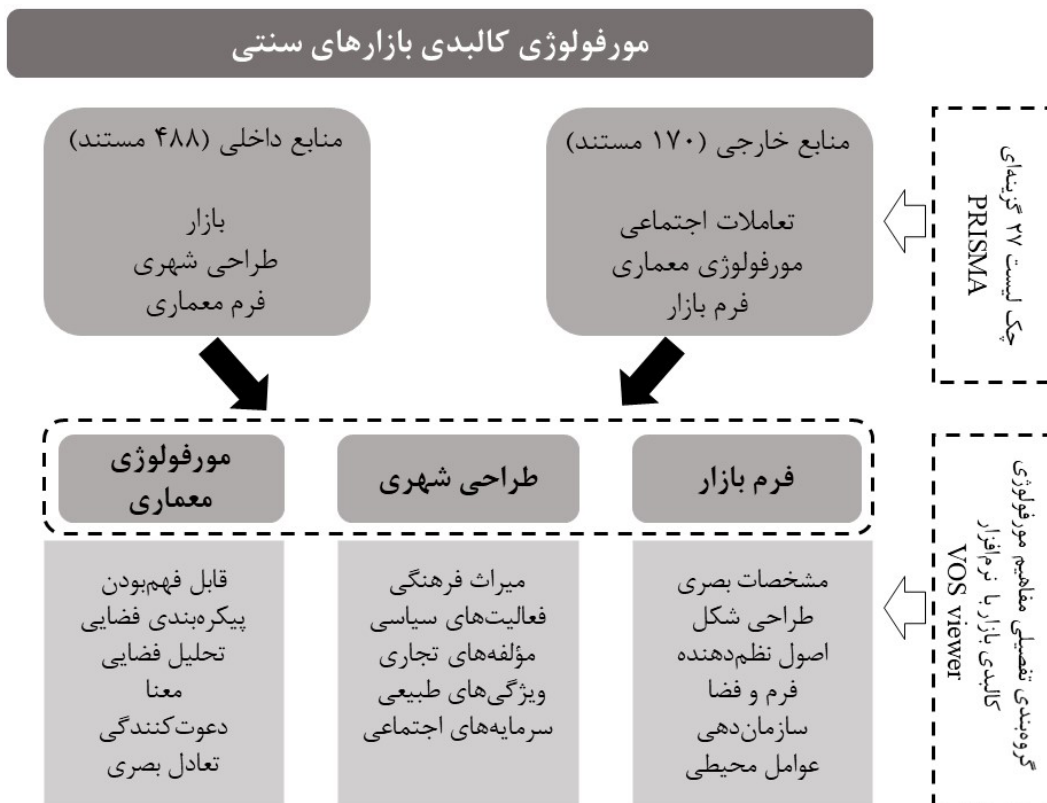
سابقه طولانی فعالیت‌های دانشگاهی در حوزه بازار در ایران، هنوز مطالعات تخصصی درباره گونه‌شناسی بازار و ساختار آن، به‌ویژه از دیدگاه معماری شهری، کمتر انجام شده است.

همان‌طور که در تصویر ۶ نشان داده شده است، با تحلیل اسناد موجود، سه مفهوم اصلی «فرم بازار»، «مورفولوژی معماری» و «طراحی شهری» در ارتباط با مورفولوژی بازار شناسایی و طبقه‌بندی شدند. هر یک از این مفاهیم شامل مجموعه‌ای از کلیدواژه‌ها و زیرمؤلفه‌های تخصصی هستند؛ برای مثال، در مفهوم «فرم بازار» به عواملی مانند ویژگی‌های بصری، سازمان‌دهی، فرم و فضا و عوامل محیطی پرداخته می‌شود. در «طراحی شهری» مفاهیمی چون میراث فرهنگی، ویژگی‌های طبیعی، فعالیت‌های تجاری و سرمایه اجتماعی مطرح هستند و در «مورفولوژی معماری» نیز عناصری چون خوانایی، پیکربندی فضایی، تعادل بصری و معنا بررسی می‌شود.

در نهایت، نشان داده شد که در مورفولوژی کالبدی بازار، ارتقای کیفیت فضایی از دیدگاه معماری و طراحی شهری نقش مهمی در بهبود ساختار بازارهای سنتی ایفا می‌کند و برنامه‌ریزی شهری می‌تواند راهکاری مؤثر در این راستا باشد.

اعلام عدم تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌کنند در انجام این پژوهش هیچ‌گونه تعارض منافی برای ایشان وجود نداشته است.



تصویر ۶. رابطه مفهوم مورفولوژی کالبدی بازارهای سنتی با زیر مؤلفه‌های استخراج‌شده آن. مأخذ: نگارندگان.

فهرست منابع

- Humphrey, C., & Skvirskaja, V. (2024). The end of the bazaar? Morphology of a post. *History and Anthropology*, 35(1), 312–326. <https://doi.org/10.108002757206.2021.1987233/>
- Iranmananesh, N., Pour Jafar, M. R., Ziari, K., & Khatibi, M. R. (2023). Urban morphology knowledge and its usage in studying the urban fabric: The case study of historical Qazvin city. *Environmental Based Territorial Planning*, 16(61), 113–132. <https://sanad.iau.ir/en/Article/988207?FullText=FullText>
- Jamei, A. U., Ahmadi, E., Chau, H. W., Seyedmahmoudian, M., Horan, B., & Stojcevski, A. (2021). Urban design and walkability: Lessons learnt from Iranian traditional cities. *Sustainability*, 13(10), 5731. <https://doi.org/10.3390/su13105731>
- Karimi, M. S., & Moradi, E. (2015). The evolution of urban bazaars from traditional bazaars to modern shopping centers. *Fen Bilimleri Dergisi (CFD)*, 36(6). <https://doi.org/10.17776/CSJ.44728>
- Kheirabadi, M. (2000). *Iranian cities: formation and development*. Syracuse University Press. <https://doi.org/10.35632/ajis.v17i3.2043>
- Lak, A., & Hakimian, P. (2018). A new morphological approach to Iranian bazaar: The application of urban spatial design theories to Shiraz and Kerman bazaars. *Journal of Architectural Conservation*, 24(3), 207–223. <https://doi.org/10.108013556207.2018.1543821/>
- Liberati, A., Altman, D. G., Tetzlaff, J., Mulrow, C., Gøtzsche, P. C., Ioannidis, J. P., & Moher, D. (2009). The PRISMA statement for reporting systematic reviews and meta-analyses of studies that evaluate health care interventions: explanation and elaboration. *Journal of Clinical Epidemiology*, 62(10), e1–34. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2009.06.006>
- Molaie, M. (2021). *Architecture of traditional Iranian markets and explanation of its social interactions in cold and mountainous areas* (Vol. 1). Tahan Publications.
- Najjari Nabi, R., & Mehdinezhad, J. (2020). Evaluating the role of physical and functional factors in the socialization of traditional Iranian markets using space syntax technique (Case study: Tabriz Bazaar). *Bagh-e Nazar*, 17(85), 67–82. <https://doi.org/10.22034/bagh.2020.191364.4365>
- Normohammadzad, H., & Makki, S. (2018). Redesigning bazaar physical structure according to its dealing culture structure: Case study of Arab Bazaar in Ahvaz City. *International Journal of Architectural Engineering & Urban Planning*, 28(2). <https://doi.org/10.22068/ijaup.28.2.202>
- Ouria, M. (2019). Sustainable urban features and their relation with environmental satisfaction in commercial public space: an example of the Great Bazaar of Tabriz, Iran. *International Journal of Urban Sustainable Development*, 11(1), 100–121. <https://doi.org/10.108019463138.2019.1579726/>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., McGuinness, L. A., ... & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *International Journal of Surgery*, 88, 105906. <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2021.105906>
- Pahlevan, S., Habib, F., & Soltanzadeh, H. (2023). Recognizing
- شریفی، ملیحه و صدقی، نسیمه. (۱۳۹۴). گونه‌شناسی بازار از لحاظ شکل و عملکرد در معماری ایرانی. *همایش ملی معماری و شهرسازی ایرانی اسلامی*. <https://civilica.com/doc/371905>
- مدقالچی، لیلا؛ نژاد ابراهیمی، احد و رحمانی، سارا. (۱۳۹۹). آموزه‌های برگرفته از تحلیل مؤلفه‌های کالبدی بازار تبریز (مجموعه سرای امیر). *معماری‌شناسی*، ۱۹(۴)، ۲۸–۳۹. <https://memarishenasi.ir/fa/archive.php?rid=20>
- منوچهری، بهار؛ ترک، معصومه و علیزاده، کتایون. (۱۳۹۳). بررسی جایگاه و نقد بازار در شهرهای ایرانی اسلامی (نمونه موردی: مطالعه بازار بزرگ ایرانی اسلامی شهر جدید). *ششمین کنفرانس ملی برنامه‌ریزی و مدیریت شهری با تأکید بر مؤلفه‌های شهر اسلامی*، مشهد. <https://civilica.com/doc/349464>
- Afshari, M., & Chegeni, F. (2023). Investigating the effect of spatial configuration components on security indicators in the Iranian bazar using the theory of space arrangement (Case study: Historical Bazar Sera's of Borujard). *Modern Management Ideas (MMI)*, 13(36), 19–33. <https://doi.org/10.52547/mmi.1004.14010701>
- Ahour, I. (2011). The qualities of Tabriz historical bazaar in urban planning and the integration of its potentials into megamalls. *Journal of Geography and Regional Planning*, 4(4), 199–215. <https://doi.org/10.5897/JGRP.9000144>
- Alavi Zadeh, S. E., Islami, S. G., & Habib, F. (2018). Explanation of fractal-like geometry in context-oriented structure of Persian bazaar. *Islamic Art Studies*, 14(29), 28–57. <https://doi.org/10.22034/ias.2018.91840>
- Ardalan, N., & Bakhtiyar, L. (2011). *The sense of unity : the Sufi tradition in Persian architecture* (V. Jalili). Elm Memar Royal. (Original work published 1973)
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706/qp063oa>
- Ching, F. D. K. (1999). *Architecture, form, space, & order* (Z. Gharagozloo, Trans.). University of Tehran Press. (Original work published 1979)
- Ferdous, F. (2012). The spatial analysis and morphological evolution of the 'Bazaar Streets' and urban structure of Dhaka city. *Urban Design International*, 17, 206–220. <https://doi.org/10.1057/udi.2012.10>
- Ghanaei, M., & Razeghi, A. (2020). The impacts of urban interventions on collective memory of local community of historic bazaar of Mashhad. *Journal of Architecture and Urban Planning*, 12(26), 49–66. <https://doi.org/10.30480/aup.2020.783>
- Gharipour, M. (Ed.). (2012). *The bazaar in the Islamic city: design, culture, and history*. Oxford University Press. https://books.google.com/books/about/The_Bazaar_in_the_Islamic_City.html?id=44vnCwAAQBAJ
- Gruter, J. K. (1996). *Asthetik der architektur* [Aesthetics in architecture] (J. Pakzad & A. Homayoun, Trans.). Shahid Beheshti University Press. (Original work published 1987)
- Houshmandpour, Y., Dehbashi Sharif, M., Nasir Salami, M., & Edalatkhah, M. (2020). A study of cultural impacts in indigenous architecture of traditional and modern markets in northwestern Iran from a sociological perspective. *Journal of Socio-Cultural Changes*, 17(67), 117–129. https://journals.iau.ir/article_679949.html?lang=en

the physical structure patterns of Iranian bazaar timchehs based on spatial organization (Study case: Timcheh bazaar of Isfahan, Kashan and Tabriz). *Architectural Thought Journal*, 7(14), 169–191. <https://doi.org/10.30479/at.2024.18272.1948>

- Pahlevan, S., Soltanzadeh, H., & Habib, F. (2024). Bodily perception of the Iranian bazaar: Explanation of architectural components based on Merleau-Ponty's theories. *Haft Hesar Journal of Environmental Studies*, 13(47), 5–20. <http://haftesar.iauh.ac.ir/article-12023-fa.html>
- Pakzad, J. (2011). *History of Iranian city from the beginning to the Qajar era*. Arman Shahr Publications.
- Pourjafar, A., & Sadraee, A. (2015). Comparative analysis of timchehs with unroofed central spaces as urban commercial spaces in bazaars with emphasis on the Chaharsou Timcheh in Fars Province. *Journal of Urban and Rural Management*, 14(40), 7–21. <https://www.sid.ir/paper/92163/en>
- PourJafar, M. R., Molaee, A. & PourJafar, A. (2016). Iranian Islamic urban design features of Tabriz: Case study of the Great Bazaar of the city. *Contemporary Islamic Architecture and Urbanism Journal (CIAUJ)*, 2(1), 87–108. <http://ciauj-tabriziau.ir/article-176-fa.html>
- Rahimi, L., & Jafari, F. (2018). The measurement of livability of historical and modern commercial spaces in the city of Tabriz (Case study: Tabriz Historic Bazaar and Crystal Tower). *Spatial Planning*, 7(4), 41–56. <https://doi.org/10.22108/sppl.2018.102165.1080>
- Rastimadabadi, A., Sabaté Bel, J., & Pesoa Marcilla, M. (2025). Traditional urban forms in contemporary cities: morphological analysis of the traditional Iranian bazaars in present-day cities. *Open House International*, 50(2), 349–368. <http://doi.org/10.1108/OHI-12-0300-2023>
- Şahinalp, M., & Günal, V. (2011). Spatial analysis of bazaar systems: Their location and forms in the Ottoman urbanism culture. *The Journal of Academic Social Science*, 12, 149–168. https://www.researchgate.net/publication/292861364_Spatial_analysis_of_bazaar_systems_Their_location_and_forms_in_the_ottoman_urbanism_culture
- Samadi, J., Sattarzadeh, D., & Balilan Asl, L. (2020). Qualitative assessment of the sensory dimensions of space in historical bazaars from the users' point of view (Case study: Qazvin Bazaar). *Journal of*

Bagh-e Nazar, 16(81), 15–30.

- Samani, G. (2011). *Application of urban design criteria of traditional bazaar in contemporary commercial urban spaces, Case study: Area between first and second Sadeghiye Square* [Master's thesis, Tarbiat Modares University]. Parseh.
- Selçuk, A. A. (2019). A guide for systematic reviews: PRISMA. *Turkish Archives of Otorhinolaryngology*, 57(1), 57–58. <https://doi.org/10.5152/tao.2019.4058>
- Shahamipour, A. (2013). The role of climate in shaping Iranian markets proportions comparison of Tabriz and Isfahan bazaar. *Life Science Journal*, 10(5s), 633–637. https://www.researchgate.net/publication/298540765_The_role_of_climate_in_shaping_Iranian_markets_proportions_comparison_of_Tabriz_and_Isfahan_Bazaar
- Shaji, L. S., Kini, M. K., Viswanathan, B. E., & Kumar, R. S. (2016). Contextual form based coding as a tool in urban design process-Chalai, Thiruvananthapuram as a case. *Procedia Technology*, 24, 1714–1725. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2016.05.204>
- Shojaei, E., & Moeinifar, M. (2016). The effect of form and morphology criteria on the enhancement of sense of invitation in entrance landscape (Case study: Bazaar of Qazvin). *Space Ontology International Journal*, 5(1), 45–54. <https://sanad.iau.ir/fa/Article/938737>
- Stretch, D., Sofaer, N. (2012). How to write a systematic review of reasons. *Journal of Medical Ethics*, 38(2), 121–126. <https://doi.org/10.1136/medethics-2011100096>
- Tavakollian Ferdosieh, M., Esmaeelpoor, N., & Noghsanmohammadi, M. (2016). Redesigning bazaar, based on its collective memories formation and retention: Case study of Bazaar Khan, City of Yazd. *Bagh-e Nazar*, 13(39), 45–56. https://www.bagh-sj.com/article_14941.html
- UNESCO. (2017). *Culture: Urban future – Global report on culture for sustainable urban development*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245999>
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-3-0146>

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Bagh-e Nazar Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله:
 لطفی، زینب؛ قربانزاده، مریم و شاکری، موسی. (۱۴۰۴). تحلیل مورفولوژی کالبدی بازار در بستر درون‌مایه‌های معماری ایرانی: مرور نظام‌مند و ترسیم شبکه مفهومی با نرم‌افزار VOSviewer، *باغ نظر*، ۲۲ (۱۵۲)، ۵–۱۸.

DOI: [10.22034/bagh.2025.522816.5821](https://doi.org/10.22034/bagh.2025.522816.5821)

URL: https://www.bagh-sj.com/article_232664.html

