Al-Mustafa International University

Discourse of History

Print ISSN: 2383 - 1944
Online ISSN: 2783 - 235X

Homepage: https://skh.journals.miu.ac.ir

A comparative analysis of the structure and functions of the markets of Baghdad and Nishapur in the fourth century in the civilizational dynamics of the Islamic world.

Ali Elahi Tabar

1.Department of History of Civilization and Contemporary History of the Islamic World, Islamic History and Civilization History Society, Al-Mustafa Al-Alamiyah Society, Iran. E-mail: ali_elahitabar2@miu.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received 8 July 2025
Received in revised form 27 August 2025
Accepted 20 October 2025
Available online 30 June 2026

Keywords:
Islamic markets,
Baghdad,
Nishapur,
4th century AH,
Islamic civilization,
global trade,

ABSTRACT

In the fourth century AH, the markets of Baghdad and Nishapur emerged as central pillars of Islamic civilization, extending beyond commercial roles to serve as vibrant arenas for social, cultural, and spiritual exchange. This study, utilizing a descriptive-analytical methodology and grounded in historical and contemporary sources, compares the structural and functional dimensions of these markets and evaluates their contributions to the dynamism of Islamic civilization. In Baghdad, under the centralized authority of the Abbasid and Buyid caliphates, markets such as Suq al-Warraqin and Suq al-Sagha specialized in luxury trade and intellectual production, reflecting a politico-religious character due to their proximity to the Dar al-Khilafa. Conversely, Nishapur's markets, positioned along the Silk Road and governed by the Samanids, adopted a more open, multicultural framework, facilitating global trade in textiles and saffron, alongside extensive knowledge exchange. The presence of Sufis imbued Nishapur's markets with a mystical, community-oriented ethos. These distinctions arose from political factors (Baghdad's centralization versus Nishapur's relative autonomy), geographical settings (the Tigris River versus the Silk Road), cultural contexts (Baghdad's politicized environment versus Nishapur's diversity), and religious influences (scholars in Baghdad versus Sufis in Nishapur). The findings highlight that Islamic markets, by fostering social networks and reinforcing collective identities, played a pivotal role in the flourishing of Islamic civilization, offering a framework for analyzing civilizational institutions.

Cite this article: Elahi Tabar, Ali. (2026). A comparative analysis of the structure and functions of the markets of Baghdad and Nishapur in the fourth century in the civilizational dynamics of the Islamic world. *Discourse of History, 20* (54), 47-56. https://doi.org/10.22034/skh.2025.21583.1644

© The Author(s). Publisher: Al-Mustafa International University.
DOI: https://doi.org/10.22034/skh.2025.21583.1644

سخن تاریخ

شاپا چـــاپی: ۱۹۴۴-۲۳۸۳
شاپا الکترونیکی: ۲۳۵X-۲۷۸۳

Homepage: https://skh.journals.miu.ac.ir

تحلیل تطبیقی ساختار و کارکردهای بازارهای بغداد و نیشابور در قرن چهارم در پویایی تمدنی جهان اسلام

علی الهی تبار، [۱]

۱. گروه تاریخ تمدن و تاریخ معاصرجهان اسلامی، مجتمع تاریخ سیره و تمدن اسلامی، جامعه المصطفی العالمیه، قم، ایران. رایانامه: ali_elahitabar2@miu.ac.ir

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
علمی – پژوهشی

تاریخ دریـافت: ۱۴۰۴/۰۴/۱۷
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۶/۰۵
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۸
تاریخ انـتشار: ۱۴۰۵/۰۴/۰۹

کلیدواژه‌ها:
بازارهای اسلامی،
بغداد،
نیشابور،
قرن چهارم هجری،
تجارت جهانی،
جاده ابریشم.

چکیده

بازارهای بغداد و نیشابور در قرن چهارم هجری، به‌عنوان کانون‌های کلیدی تمدن اسلامی، فراتر از مراکز تجاری، فضاهایی پویا برای تعاملات اجتماعی، فرهنگی و معنوی بودند. این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و تکیه بر منابع تاریخی و معاصر، به مقایسه کارکردی و ساختاری این بازارها پرداخته و نقش آن‌ها را در پویایی تمدن اسلامی بررسی می‌کند. بازارهای بغداد، تحت نظارت متمرکز خلافت عباسی و آل‌بویه، با ساختار تخصصی نظیر سوق الوراقین و سوق الصاغة، بر تجارت لوکس‌محور و تولید اندیشه تمرکز داشتند و به دلیل نزدیکی به دارالخلافه، رنگ و بوی سیاسی-مذهبی داشتند. در مقابل، بازارهای نیشابور، در مسیر جاده ابریشم و تحت حاکمیت سامانیان، با ساختاری بازتر و چندفرهنگی، به تجارت جهانی، تولید پارچه و زعفران، و تبادل دانش در مقیاس وسیع می‌پرداختند. حضور صوفیان، این بازارها را به فضاهایی عرفان‌محور و مردمی تبدیل کرده بود. تفاوت‌های این بازارها ریشه در عوامل سیاسی (تمرکز در بغداد در برابر استقلال نسبی نیشابور)، جغرافیایی (موقعیت دجله در برابر جاده ابریشم)، فرهنگی (سیاست‌زدگی بغداد در برابر تنوع نیشابور) و دینی (نقش علما در بغداد و صوفیان در نیشابور) داشت. این مطالعه نشان می‌دهد که بازارهای اسلامی، از طریق ایجاد شبکه‌های اجتماعی و تقویت هویت‌های جمعی، نقشی محوری در پویایی وشکوفایی تمدن اسلامی ایفا کردند و الگویی برای تحلیل نهادهای تمدنی ارائه می‌دهند.

استناد: الهی تبار، علی (۱۴۰۵). تحلیل تطبیقی ساختار و کارکردهای بازارهای بغداد و نیشابور در قرن چهارم در پویایی تمدنی جهان اسلام . *سخن تاریخ*، ۲۰ (۵۴)، ۵۶-۴۶.

https://doi.org/ 10.22034/skh.2025.21583.1644

ناشر: جامعة المصطفی (ص) العالمیه. © نویسندگان.

مقدمه

بازارها در تمدن اسلامی، فراتر از مراکز مبادله کالا، به‌عنوان کانون‌های پویای تعاملات اجتماعی، فرهنگی حتی سیاسی شناخته می‌شوند که نقش اساسی در شکل‌گیری و پایداری شبکه‌های اجتماعی این تمدن ایفا کرده‌اند. در قرن چهارم هجری، که اوج شکوفایی تمدن اسلامی در دوره عباسیان و سامانیان بود، شهرهایی چون بغداد و نیشابور به دلیل موقعیت استراتژیک و اقتصادی خود، شاهد توسعه بازارهایی بودند که نه‌تنها تجارت جهانی را تسهیل می‌کردند، بلکه بستری برای تبادل دانش، تقویت هویت جمعی و انسجام تمدنی فراهم می‌ساختند. بغداد، پایتخت سیاسی و فرهنگی عباسیان، با بازارهای معروفی چون بازار کاغذفروشان و بازار زرگران و نیشابور، به عنوان یکی از مهمترین مراکز فرهنگی و تجاری جاده ابریشم در خراسان، نمونه‌های برجسته‌ای از این پویایی اجتماعی هستند (خطیب بغدادی، ۱٤۱۷ق، ج ۱، ص ۱۰۲؛ ناصرخسرو، ۱۳۸۵، ص ۱٤٥). این پژوهش بر آن است تا با نگاهی نو، کارکرد بازارها را از منظر شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن‌ها بر تمدن سازی اسلامی بررسی کند و این پرسش را مطرح سازد: ساختار و کارکردهای بازارهای اسلامی چگونه به‌عنوان هسته‌های اجتماعی به توسعه و پایداری تمدن اسلامی در قرن چهارم هجری کمک کردند؟

منابع کهن جغرافیایی و تاریخی اسلامی اطلاعات ارزشمندی درباره ساختار، کارکرد، و اهمیت اقتصادی بازارهای اسلامی در قرون اولیه هجری ارائه داده‌اند، اما عمدتاً از منظری توصیفی و اقتصادی به این موضوع پرداخته‌اند و کمتر به تحلیل‌های ساختاری یا کارکردی توجه نشان داده‌اند. برای نمونه، ابن‌حوقل در صورة الأرض به اهمیت بغداد به‌عنوان یکی از مراکز کلیدی تجارت در جهان اسلام اشاره کرده و به فعالیت‌های تجاری و برخی محصولات بازارهای آن پرداخته است. بااین‌حال، توصیفات او درباره بازارهای بغداد کلی بوده ، بر جزئیات تنوع کالاها یا حجم مبادلات تمرکز دارد. به همین ترتیب، مسعودی در مروج الذهب و معادن الجوهر نیشابور را به‌عنوان شهری مهم در منطقه خراسان و در مسیر تجارت شرق و غرب توصیف می‌کند. اگرچه او به نقش اقتصادی نیشابور اشاره دارد، اما توصیفاتش درباره بازارهای این شهر محدود است .

جغرافی‌دانانی مانند مقدسی در أحسن التقاسیم في معرفة الأقالیم توصیفات دقیق‌تری از بازارهای شهرهایی مانند بغداد ارائه داده‌اند و به تنوع کالاها و اهمیت تجاری آن‌ها اشاره کرده‌اند، اما حتی او نیز به جنبه‌های ساختاری و کارکردی و ارتباط آن با پویایی تمدنی بازارها ،توجه نشان داده است.

در مطالعات معاصر فارسی، بررسی بازارهای اسلامی عمدتاً بر جنبه‌های اقتصادی و معماری متمرکز بوده و کمتر به کارکردهای اجتماعی آن‌ها پرداخته شده است. برای مثال، اکرمی در مقاله «بازار درتمدن اسلامی» بیشتر جنبه اقتصادی آن را مدنظر قرار می دهد ؛ مقاله «ویژگی های بازار اسلامی » نگاشته رجایی در فصلنامه معرفت اقتصادی نیز از منظر آموزه های دینی ویژگی های بازار اسلامی را بر می شمارد ؛ مقاله ذکرالله محمدی در فصلنامه مطالعات تاریخ اسلام با عنوان «بازار و کارکرد اقتصادی ، سیاسی و فرهنگی آن در شهرهای بلخ ، مرو و نیشابور » بیشتر بر جنبه اقتصادی و تاحدودی جنبه فرهنگی حضور عالمان در بازار تکیه می کند ، هرچند در بخشی از مقاله سیر تحول بازار در شهرهای اسلامی مورد توجه قرار داده است؛ این مقالات علاوه بر تفاوت محتوایی با پژوهش فعلی بازار های جهان اسلام را بدون ملاحظات و کارکردهای تمدنی آن مورد مطالعه قرار داده اند. در دیگر نمونه ها نیز بازار از زاویه معماری آن هم عمدتا در ایران ، طرف توجه قرار گرفته است، مانند این مقالات: مروری نو بر ادراک حسی در معماری بازار ایرانی-اسلامی (نمونه موردی: بازار کاشان)؛ «بررسی کیفی و تاثیرات روانشناختی نور در معماری بازارهای ایران (با بررسی نمونه موردی بازار گنجعلیخان کرمان)» یا مقاله «هویت فرهنگی و اثرات آن بر روش های بومی تهویه طبیعی بازار قدیم دزفول، راسته صنعتگران.»

همچنین، کریمی در کتاب تجارت در جهان اسلام، بازارها را به‌عنوان شریان‌های اقتصادی تمدن اسلامی توصیف کرده، اما به نقش آن‌ها در تقویت پیوندهای تمدنی یا شکل‌گیری هویت‌های جمعی توجهی نشان نداده است. دیگر کتاب ها مانند تجارت در جهان اسلام اثر جواد نیستانی و با همین عنوان مشابه نگاشته سید حسین میرجلیلی از مجموع انتشارات دانشنامه جهان اسلام نیز بر همین منوال رفته اند.

در پژوهش‌های معاصر عربی درباره بازارهای اسلامی، تمرکز اغلب بر نقش اقتصادی و تمدنی این فضاها بوده و ابعاد اجتماعی و فرهنگی آن‌ها کمتر مورد توجه قرار گرفته است. برای نمونه، زکی محمد حسن در کتاب التمدن الإسلامی بازارهای بغداد و نیشابور را به‌عنوان نمادهای شکوفایی تمدن اسلامی در قرن چهارم هجری بررسی کرده و به اهمیت اقتصادی و فرهنگی آن‌ها اشاره نموده است

. بااین‌حال، این مطالعه تحلیل عمیقی از شبکه‌های اجتماعی یا تعاملات میان‌گروهی در این بازارها ارائه نمی‌دهد. به همین ترتیب، عبدالعزیز سالم در الحیاة الاقتصادیة فی الحضارة الإسلامیة بر نقش بازارهای بغداد به‌عنوان مراکز کلیدی تجارت تأکید کرده، اما به پیوندهای اجتماعی یا هویت‌سازی در این فضاها توجه محدودی نشان داده است.

در منابع انگلیسی درباره بازارهای اسلامی، پژوهش لاپیدوس (۱۹۸٤) یکی از معدود مطالعاتی است که به رابطه میان بازارها و ساختارهای اجتماعی در جهان اسلام پرداخته است (Lapidus, 1984, 287-303). بااین‌حال، این مطالعه عمدتاً بر دوره‌های متأخرتر و مناطق غربی جهان اسلام، مانند شمال آفریقا و اندلس، تمرکز دارد و به قرن چهارم هجری یا شهرهای کلیدی مانند بغداد و نیشابور توجهی نشان نداده است.

همچنین بررسی پایگاه‌های داده علمی مانند Scopus و Web of Science نشان می‌دهد که مطالعات متمرکز بر تحلیل اجتماعی بازارهای اسلامی قرن چهارم هجری ، با رویکردی تمدنی نادر هستند. این خلأ پژوهشی به‌ویژه در تحلیل تعاملات میان‌گروهی، نقش بازارها در شکل‌گیری هویت‌های جمعی و تأثیر آن‌ها بر پویایی‌های فرهنگی و اجتماعی مشهود است. بغداد و نیشابور، به‌عنوان مراکز تجاری و فرهنگی کلیدی در قرن چهارم هجری، به دلیل تنوع قومی، مذهبی و حرفه‌ای ساکنانشان، بستر مناسبی برای مطالعه این جنبه‌ها فراهم می‌کنند، اما فقدان داده‌های کافی در منابع کلاسیک و کمبود تحلیل‌های میان‌رشته‌ای در پژوهش‌های معاصر، این حوزه را کمتر کاوش‌شده نگه داشته است.

این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و با تکیه بر منابع تاریخی ومعاصر به بررسی این موضوع می‌پردازد. هدف اصلی این است که روابط میان عوامل ، ساختارها و کارکردهای بازارهای بغداد و نیشابور همچنین تاثیر مجموعه آن ها بر پویایی ، پایداری و گسترش تمدنی جهان ا سلام در قرن چهارم برر سی شود. امید ا ست این مطالعه نه‌تنها به درک عمیق‌تری از پویایی‌های تمدن ا سلامی منجر شود، بلکه الگویی برای تحلیل سایر نهادهای تمدنی در دوره‌های تاریخی دیگر ارائه دهد.

بازارهای بغداد و نیشابور در قرن چهارم هجری

قرن چهارم هجری (دهم میلادی) یکی از درخشان‌ترین دوره‌های تمدن اسلامی بود که در آن شهرها به‌عنوان مراکز تمدنی، سیاسی و فرهنگی، نقشی محوری در پیوند جوامع متنوع اسلامی ایفا می‌کردند. بازارها، به‌عنوان قلب تپنده این شهرها، فراتر از کارکردهای اقتصادی، فضاهایی پویا برای تعاملات اجتماعی، فرهنگی و فکری بودند که به انسجام تمدنی و تقویت هویت‌های جمعی کمک می‌کردند. بغداد، پایتخت عباسیان، و نیشابور، یکی از مراکز کلیدی جاده ابریشم، به دلیل موقعیت‌های استراتژیک و تنوع فرهنگی، دارای بازارهایی بودند که نه‌تنها بازتاب‌دهنده شکوفایی تمدن اسلامی، بلکه به دلیل ساختار پیچیده خود، کارکردهای گوناگونی به نمایش گذا شتند. این بخش به بررسی زمینه تاریخی بازارهای بغداد و نیشابور در قرن چهارم هجری پرداخته و نقش آن‌ها را در بستر تمدنی این دوره تبیین می‌کند.

ساختار و کارکردهای بازارهای بغداد در قرن چهارم هجری

در قرن چهارم هجری (دهم میلادی)، بغداد، با وجود افول نسبی اقتدار سیاسی خلافت عباسی پس از ورود آل‌بویه در سال ۳۳٤ق/۹٤٥م، همچنان پایتخت اقتصادی و فرهنگی جهان اسلام بود. بازارهای این شهر، به‌عنوان شریان‌های حیاتی تمدن ا سلامی، نق شی بی‌بدیل در تجارت، تولید و تبادل فرهنگی ایفا می‌کردند. این بازارها، که در دو سوی رود دجله گ سترده شده بودند، با ساختاری پیچیده و تخصصی، فضاهایی چندمنظوره بودند که نه‌تنها نیازهای مادی جامعه را تأمین می‌کردند، بلکه در مقام کانون‌های پویای اقتصادی و فکری، جایگاه محوری در ساختار شهری و تمدنی بغداد داشتند.

بازارهای بغداد در قرن چهارم هجری از ساختاری منظم و تخصصی برخوردار بودند که نشان‌دهنده پیچیدگی اقتصاد شهری و تنوع تجاری این شهر بود. ابن‌حوقل در صورة الأرض به اهمیت بغداد به‌عنوان یکی از مراکز کلیدی تجارت در جهان اسلام اشاره کرده و از فعالیت‌های تجاری و تنوع محصولات در این شهر سخن گفته است (ابن‌حوقل، ۱۹۳۸، ص ۱٦۰-۱٦٥). مقدسی در أحسن

التقاسیم از بغداد به‌عنوان شهری یاد می‌کند که کالاهایی از مناطق دوردست مانند هند، سند، و خوزستان در بازارهای آن مبادله می‌شد (مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۱۲۰-۱۲۵). این بازارها، که در مناطقی مانند کرخ و رصافه پراکنده بودند، شامل سوق‌های تخصصی نظیر سوق الوراقین (کاغذفروشان)، سوق الصاغة (طلا و جواهرفروشان)، سوق الکتب (کتاب‌فروشان)، و سوق الطعام (مواد غذایی) می‌شدند. هر یک از این بازارها تحت نظارت نهاد حسبة فعالیت می‌کرد که وظیفه تنظیم قیمت‌ها، کنترل کیفیت کالاها و حفظ اخلاق تجاری را بر عهده داشت (لاپیدوس، ۱۹۸٤، ص ۱۱۲-۱۱۵).این سازمان‌دهی، به کارایی اقتصادی یاری می‌رساند و امکان تجارت در مقیاس بزرگ را فراهم می‌آورد تا بغداد به مرکزی اصلی در شبکه‌های تجاری و فرهنگی جهان بدل شود.

سوق الوراقین، واقع در نزدیکی دارالخلافه، یکی از برجسته‌ترین نمونه‌های این ساختار تخصصی بود. ابن‌ندیم در الفهرست (۱٤۰۷ق، ص ۲۰-۲۲) گزارش می‌دهد که این بازار مرکز تجارت کاغذ، ابزار نوشتاری و نسخه‌های خطی بود و نقش محوری در تولید و توزیع متون علمی، دینی و ادبی داشت. کاغذهای وارداتی از سمرقند و چین که در این بازار عرضه می‌شدند، به تکثیر آثاری مانند متون فلسفی یونانی، کتب فقهی و آثار ادبی، از جمله نهج‌البلاغه شریف رضی، کمک می‌نمودند (ابن‌ابی‌الحدید، ۱٤۰٤ق، ج ۱، ص ۱۵). این بازار، با تمرکز بر تولید فرهنگی، به‌عنوان یکی از مولفه های شکوفایی فکری بغداد عمل می‌کرد و نشان‌دهنده پیوند عمیق تجارت و دانش در این شهر بود.

سوق الصاغة، واقع در منطقه رصافه بغداد، مرکز تجارت طلا، جواهرات، و اشیای لوکس در قرن چهارم هجری بود. این بازار به دلیل عرضه کالاهای نفیس، از جمله جواهرات وارداتی از هند و یمن، مورد توجه اشراف و تجار ثروتمند بود (مقدسی، ۱۹۰٦، ص ۱۲۳-۱۲٤). بازار الصاغه نه‌تنها به رونق اقتصاد بغداد کمک می‌کرد، بلکه مکانی برای نمایش ثروت و قدرت بود و از این نظر جایگاه اجتماعی و سیاسی ویژه‌ای داشت. از دیگر سو، نزدیکی سوق الصاغة به مراکز حکومتی آل‌بویه، آن را به محلی برای تعاملات سیاسی غیررسمی، مانند مذاکرات تجاری با دربار، تبدیل کرده بود (دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱۳۵-۱۳۷).

سوق الکتب، که در نزدیکی مساجد جامع و مدارس علمی بغداد قرار داشت، یکی از مراکز کلیدی تولید و توزیع فرهنگی در جهان اسلام بود. یاقوت حموی در معجم البلدان به اهمیت این بازار در تجارت کتاب و ابزار نوشتاری اشاره کرده و از نقش آن در تبادل دانش سخن گفته است (یاقوت حموی، ۱۹۵۵، ج ۱، ص ٤٤۵-٤٤٦). این بازار نسخه‌های خطی آثار ادبی، مانند اشعار متنبی و متون علمی را عرضه می‌کرد و به گسترش دانش از بغداد به شهرهایی مانند قاهره و بخارا کمک می‌نمود (دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱٤۰). سوق الکتب با تقویت اقتصاد فرهنگی بغداد، جایگاه این شهر را به‌عنوان پایتخت علمی جهان اسلام تثبیت نمود.

کارکردهای اقتصادی بازارهای بغداد در قرن چهارم هجری فراتر از تجارت محلی بود. موقعیت این شهر در کنار رود دجله و اتصال به شبکه‌های تجاری جهانی، مانند جاده ابریشم و مسیرهای خلیج فارس، آن را به یکی از مراکز اصلی تجارت بین‌المللی تبدیل کرده بود (مقدسی، ۱۹۰٦، ص ۱۲۰-۱۲۵). کالاهایی مانند ابریشم چینی، ادویه هندی، پارچه‌های بیزانسی، و کالاهای وارداتی از خوزستان و سند در بازارهای بغداد مبادله می‌شدند و تجار از مناطق مختلف، از جمله ترکان آسیای مرکزی و بازرگانان پارسی، در این بازارها حضور داشتند (پاور، ۲۰۲۰، ص ٤۵-٦۷). این تنوع تجاری، بازارهای بغداد را به یکی از پویاترین مراکز اقتصادی جهان در قرن چهارم هجری تبدیل کرد.

از منظر فرهنگی، بازارهای بغداد نقش کلیدی در حفظ و تقویت هویت تمدنی جهان اسلام ایفا می‌کردند. حمایت آل‌بویه از نهادهای فرهنگی، مانند کتابخانه‌ها و مساجد، به رونق بازارهایی مانند سوق الوراقین (کاغذفروشان) و سوق الکتب (کتاب‌فروشان) کمک کرد، که مراکز تولید و تبادل دانش بودند (دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱٤۰).

در برابر ، بازارهای بغداد در قرن چهارم هجری با تولید و توزیع متون شیعی و سنی، به تقویت گفت‌وگوهای فکری و حفظ تنوع فرهنگی کمک کردند. در دوره آل‌بویه، تکثیر آثار شیعی، مانند متون کلامی و فقهی، نشان‌دهنده تأثیر سیاست بر فعالیت‌های تجاری و فرهنگی این بازارها بود (دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱٤۰-۱٤۲). برای مثال، سوق الکتب با عرضه نسخه‌های خطی، محلی برای تبادل دانش میان علمای شیعه و سنی فراهم می‌کرد (ابن‌ندیم، ۱۹۷۰، ص ۲٤۵-۲۵۰).

همچنین، بازارهای مواد غذایی و صنایع دستی، مانند سوق الطعام، با تأمین نیازهای روزمره، به پایداری اقتصاد شهری و حفظ نظم اجتماعی یاری رساندند (مقدسی، ۱۹۰٦، ص ۱۲۳-۱۲۵).

جایگاه بازارهای بغداد در تمدن اسلامی به دلیل پیوند آن‌ها با ساختارهای سیاسی و دینی بی‌نظیر بود. نزدیکی این بازارها به دارالخلافه و مساجد جامع، آن‌ها را به فضاهایی با اهمیت سیاسی و مذهبی تبدیل کرده بود (دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱۳۵-۱۳۷). مقدسی بازارهای بغداد را به‌عنوان مراکز پویای تجارت و فرهنگ توصیف می‌کند که بازتاب‌دهنده شکوه تمدن اسلامی بودند (مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۱۲۰-۱۲۲). به مدد سازمان‌دهی منظم و تنوع کارکردی این بازارها، اقتصاد بغداد در دوره‌ای از تحولات سیاسی رونق داشت و پیوستگی فرهنگی و اقتصادی جهان اسلام، از اندلس تا ماوراءالنهر، نمایان بود.

ساختار و کارکردهای بازارهای نیشابور در قرن چهارم هجری

در قرن چهارم هجری (دهم میلادی)، نیشابور، تحت حاکمیت سامانیان، به‌عنوان یکی از درخشان‌ترین مراکز تمدنی شرق جهان اسلام، در قلب خراسان و در مسیر جاده ابریشم شکوفا شده بود. موقعیت جغرافیایی استراتژیک این شهر، آن را به دروازه‌ای برای اتصال ایران، ماوراءالنهر، آسیای مرکزی و هند تبدیل کرد. بازارهای نیشابور در این دوره چونان کانون‌های پرتحرک تجارت، تولید فرهنگی و تبادل معنوی عمل نمودند. برخلاف بازارهای بغداد ، بازارهای نیشابور از جوّی بازتر و چندفرهنگی برخوردار بودند که تنوع قومی، زبانی و دینی را در خود جای داده بود. این بازارها، با سازمان‌دهی تخصصی و کارکردهای چندگانه، نه‌تنها شریان‌های اقتصادی منطقه بودند، بلکه نقشی محوری در حفظ و تقویت هویت فرهنگی و دینی شرق جهان اسلام ایفا می‌کردند.

بازارهای نیشابور در قرن چهارم هجری، که در مرکز شهر و در نزدیکی مساجد جامع، کاروانسراها، و مدارس دینی پراکنده بودند، از ساختاری منظم و تخصصی برخوردار بودند که نشان‌دهنده جایگاه این شهر به‌عنوان یکی از گرانیگاه های اصلی جاده ابریشم بود. مقدسی در أحسن التقاسیم بازارهای نیشابور را به دلیل رونق و تنوع کالاها ستوده و به تجارت پارچه‌های ابریشمی، زعفران، و فلزات در آن‌ها اشاره کرده است (مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۲۹۸-۳۰۲). ابن‌حوقل نیز در صورة الأرض نیشابور را شهری با بازارهای پررونق توصیف کرده که کالاهایی از شرق و غرب، مانند ابریشم و ادویه، در آن‌ها مبادله می‌شد (ابن‌حوقل، ۱۹۳۸، ص ۴۲۰-۴۲۳). ابن‌فقیه در البلدان از وجود بازارهای تخصصی، از جمله پارچه‌فروشان و عطاران، در نیشابور خبر داده که تحت نظارت نهاد حسبة فعالیت می‌کردند (ابن‌فقیه، ۱۹۹۶، ص ۳۲۰-۳۲۵).

ناصرخسرو نیز در سفرنامه‌اش این بازار را فضایی پررونق توصیف کرده که کالاهای متنوعی در آن عرضه می شد (ناصرخسرو، ۱۹۲۴، ص ۸۸-۹۰). این بازار با خیابان‌های عریض و دکان‌های منظم، نه‌تنها به تجارت محلی، بلکه به تجارت بین‌المللی خدمت می‌کرد و تجار از بخارا، سمرقند، کاشغر، و هند در آن حضور داشتند (ابن‌حوقل، ۱۹۳۸، ص ۴۲۰-۴۲۳). کاروانسراهای مجاور بازار، با فراهم کردن اقامت برای مسافران و تجار، امکان تبادلات تجاری گسترده را تسهیل می‌کردند (مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۳۰۰-۳۰۱؛ فرای، ۱۹۷۵، ص ۱۵۲). این سازمان‌دهی منظم، بازارهای نیشابور را به یکی از کارآمدترین مراکز اقتصادی شرق جهان اسلام بدل نموده بود.

از منظر اقتصادی، بازارهای نیشابور در قرن چهارم هجری، به دلیل موقعیت این شهر در مسیر جاده ابریشم، نقشی محوری در تجارت جهانی ایفا می‌کردند. بازار پارچه‌فروشان نیشابور پارچه‌های نفیس ابریشمی و نخی خود را به شهرهایی مانند بغداد صادر می کرد (مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۲۹۹-۳۰۰؛ بولیت، ۲۰۰۹، ص ۶۰-۷۵). زعفران، که به دلیل کیفیت بالای خود در خراسان شهرت داشت، از محصولات کلیدی نیشابور بود و در بازارهای شهر به‌عنوان کالایی صادراتی عرضه می‌شد (ابن‌فقیه، ۱۹۹۶، ص ۳۲۲-۳۲۳؛ هاجسون، ۱۹۷۴، ص ۲۹۸). این بازارها، با تأمین کالاهای لوکس و ضروری، به اقتصاد نیشابور و کل قلمرو سامانی رونق می‌بخشیدند.

علاوه بر تولید و تجارت، بازارهای نیشابور در قرن چهارم هجری به‌عنوان مراکز توزیع کالاهای وارداتی عمل می‌کردند. ادویه‌های هندی و فلزات از آسیای مرکزی در بازارهای نیشابور عرضه می‌شدند، که این تنوع تجاری شهر را به مقصدی جذاب برای تجار تبدیل کرده بود (ابن‌حوقل، ۱۹۳۸، ص ۴۲۰-۴۲۳). مقدسی نیز در أحسن التقاسیم به تجارت کالاهای وارداتی و نقش این بازارها در تقویت اقتصاد نیشابور اشاره دارد (مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۲۹۸-۳۰۲). بازار فلزکاران، که به تولید ابزارآلات و اشیای تزئینی مشغول بود، به دلیل کیفیت بالای محصولاتش شهرت داشت و به رونق اقتصادی شهر کمک می‌کرد (ابن‌فقیه، ۱۹۹۶، ص ۳۲۲-۳۲۳). این فعالیت‌های اقتصادی، بازارهای نیشابور را به مرکز ثقل اقتصاد سامانیان تبدیل کرده بود.

به لحاظ فرهنگی ، بازار کتاب‌فروشان، که در نزدیکی مدارس دینی و محافل ادبی قرار داشت، محل عرضه و تکثیر متون علمی، ادبی، و عرفانی بود. مقدسی به رونق فرهنگی نیشابور و نقش بازارها در توزیع متون دینی و علمی اشاره دارد (مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۳۰۰-۳۰۱). این بازار با عرضه آثاری مانند متون فقهی حنفی و شافعی و نوشته‌های عرفانی، به تبادل دانش میان علما، دانشجویان، و تجار کمک می‌کرد (یاقوت حموی، ۱۹۵۵، ج ۵، ص ۲۹٤؛ ملویل، ۲۰۱۲، ص ۲٤٥). تولید و تجارت کتاب، نه‌تنها اقتصاد فرهنگی نیشابور را تقویت می‌کرد، بلکه این شهر را به یکی از مراکز اصلی تولید فکری در شرق جهان اسلام تبدیل کرده بود.

یکی از ویژگی‌های متمایز بازارهای نیشابور، حضور پررنگ صوفیان و عارفان بود که به این فضاها بُعدی معنوی می‌بخشید. عطار نیشابوری در تذکرة الاولیاء به فعالیت‌های صوفیان در نیشابور اشاره کرده و از نقش آن‌ها در ترویج عرفان اسلامی سخن می‌گوید (عطار، ۱۹۰۵، ص ۵۰-۵۵). این حضور، که با حمایت سامانیان از عرفان اسلامی تقویت شده بود، بازارها را به فضاهایی برای ترویج ارزش‌های معنوی و اخلاقی تبدیل کرد. برای مثال، فعالیت‌های صوفیانی مانند ابوعبدالرحمن سُلَمی در نیشابور به تقویت هویت دینی و فرهنگی کمک می‌کرد (یاقوت حموی، ۱۹۵۵، ج ۵، ص ۲۹۳-۲۹٤). این بُعد معنوی، بازارهای نیشابور را از بازارهای بغداد، که بیشتر تحت تأثیر سیاست و بحث‌های فکری علما بودند، متمایز می‌ساخت.

در همین حال ، بازارهای نیشابور ، به دلیل ساختار تخصصی، تنوع تجاری، و پیوند عمیق با فرهنگ پارسی و عرفان اسلامی، جایگاه ویژه به خود اختصاص دادند. نزدیکی بازارها به مساجد جامع و مدارس دینی، آن‌ها را به فضاهایی چندمنظوره تبدیل کرده بود که در آن‌ها ***تجارت، دانش و معنویت*** درآمیخته بودند (مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۳۰۰-۳۰۱).

حضور اقوام مختلف، انضباط اقتصادی و اجتماعی و کارکردهای متنوع در بازارهای نیشابور ، اقتصاد نیشابور را در دوره سامانیان شکوفا نگه داشتند وبه تقویت هویت پارسی، ترویج عرفان اسلامی و اتصال جهان اسلام به شبکه‌های جهانی کمک کردند (یاقوت حموی، ۱۹۵۵، ج ۵، ص ۲۹۲-۲۹٤). جایگاه این بازارها، به دلیل استقلال نسبی از قدرت سیاسی متمرکز و تأکید بر فرهنگ محلی پارسی، آن‌ها را به نمونه‌ای منحصربه‌فرد از پویایی و شکوه تمدنی در شرق جهان اسلام بدل نموده بود.

تفاوت‌ها و کارکردهای متمایز بازارهای بغداد و نیشابور

بازارهای بغداد و نیشابور در قرن چهارم هجری (دهم میلادی)، به‌عنوان دو کانون کلیدی تمدن اسلامی، نه‌تنها شریان‌های اقتصادی شهرهای خود بودند، بلکه فضاهایی چندمنظوره برای تولید و تبادل فرهنگی، معنوی و سیاسی محسوب می‌شدند. با وجود اشتراکاتی نظیر نقش محوری در تجارت جهانی و پیوند با نهادهای دینی، این بازارها به دلیل تفاوت‌های ساختاری، جغرافیایی، سیاسی و فرهنگی، کارکردها و ویژگی‌های متمایزی از خود به نمایش گذاشتند. بغداد، پایتخت خلافت عباسی و تحت تأثیر حاکمیت آل‌بویه، دارای بازارهایی با ساختار متمرکز و وابسته به قدرت سیاسی بود، در حالی که نیشابور، تحت حاکمیت سامانیان و در مسیر جاده ابریشم، از بازارهایی با فضایی بازتر و چندفرهنگی برخوردار بود. در ادامه با تکیه بر منابع تاریخی معتبر و تحلیل‌های معاصر، به بررسی عمیق و تحلیلی تفاوت‌های کارکردی و تمایزات این دو بازار پرداخته و عوامل مؤثر بر این تفاوت‌ها را تبیین می‌کنیم.

ساختار و سازمان‌دهی: تمرکز در برابر تنوع

بازارهای بغداد در قرن چهارم هجری از ساختاری متمرکز و تخصصی برخوردار بودند که تحت نظارت شدید نهاد حسبة فعالیت می‌کردند. این بازارها، که در مناطق کلیدی مانند کرکح، رصافه، و کاظمین پراکنده بودند، شامل سوق‌های تخصصی نظیر سوق الوراقین (کاغذفروشان)، سوق الصاغة (طلا و جواهرفروشان)، و سوق الکتب (کتاب‌فروشان) بودند (ابن‌حوقل، ۱۹۳۸، ص ۱۶۳-۱۷۰). نزدیکی این بازارها به دارالخلافه آن‌ها را تحت نظارت سیاسی و اقتصادی بالای خلافت عباسی و آل‌بویه قرار داده بود. لاپیدوس (۱۹۸۸، ص ۱۱۵) تأکید می‌کند که این ساختار متمرکز، کارایی اقتصادی را افزایش داد، اما آزادی عمل اصناف و تجار را محدود کرد. برای مثال، سوق الوراقین به دلیل نقشش در تولید متون دینی و علمی، تحت نظارت مستقیم دربار بود و فعالیت‌هایش با سیاست‌های فرهنگی آل‌بویه هم‌راستا بود (دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱٤۰).

در مقابل، بازارهای نیشـابور از سـاختاری بازتر و متنوع‌تر برخوردار بودند که به دلیل موقعیت این شـهر در مسـیر جاده ابریشـم و استقلال نسبی از قدرت سیاسی متمرکز شکل گرفته بود. بازارهای تخصصی، مانند پارچه‌فروشان، زعفران‌فروشان، و کتاب‌فروشان که توسط اصناف اداره می‌شدند (ابن‌فقیه، ۱۹۹۶، ص ۳۲۰-۳۲۵)؛ خیابان‌های منظم و تنوع دکان‌ها (مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۲۹۸-۳۰۲) همراه با حضور تجار از بخارا و هند به این بازارها انعطاف‌پذیری بیشتری نسبت به بغداد بخشید (ابن‌حوقل، ۱۹۳۸، ص ۴۲۰-۴۲۳). نظارت حکومتی در نیشـابور، تحت حاکمیت سـامانیان، کمتر بود و اصـناف از آزادی عمل بیشـتری برخوردار بودند، که به نوآوری در تجارت و تولید منجر شد. (بولیت ،۲۰۰۹، ص ۶۸)

کارکردهای اقتصادی: بازار متمرکز در برابر تجارت جهانی تر

از منظر اقتصادی، بازارهای بغداد در قرن چهارم هجری به‌عنوان مراکز تجارت متمرکز، نقش محوری در اقتصاد خلافت عباسی ایفا می‌کردند. موقعیت بغداد در کنار رود دجله و اتصـال به شـبکه‌های تجاری جهانی، این بازارها را به مراکز مبادله کالاهایی مانند ابریشم، ادویه هندی، و جواهرات تبدیل کرده بود (ابن‌حوقل، ۱۹۳۸، ص ۱۶۳-۱۷۰). تمرکز بر تأمین نیازهای دربار و اشراف، بازارها را لوکس‌محور کرده بود. برای مثال، سوق الصاغة به دلیل عرضه جواهرات و اشیای نفیس، مورد توجه اشراف بود (خطیب بغدادی، ۱۹۹۷، ج ۲، ص ۱۴۵-۱۵۰). سیاست‌های مالی آل‌بویه، مانند مالیات‌گیری و کنترل تجارت، به رونق بازارها کمک کرد، اما آن‌ها را در برابر تحولات سیاسی آسیب‌پذیر ساخت (دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱۳۵-۱۴۰).

در مقابل، بازارهای نیشابور به دلیل موقعیت در جاده ابریشم، کارکردی جهانی‌تر داشتند و به‌عنوان پل‌های ارتباطی میان شرق و غرب عمل می‌کردند. تنوع تجاری و استقلال نسبی از سیاست‌های حکومتی، اقتصاد نیشابور را انعطاف‌پذیرتر و پایدارتر از بغداد کرد و به یکی از پویاترین مراکز تجاری شرق جهان اسلام شکل داد (فرای ،۱۹۷۵، ص ۱۵۳).

کارکردهای فرهنگی: تولید اندیشه در برابر تنوع فرهنگی

بازارهای بغداد در قرن چهارم هجری به‌عنوان مراکز تولید فکری، نقش مهمی در حفظ و گسترش دانش در جهان اسلام ایفا می‌کردند. سوق الوراقین، مرکز تولید و تکثیر متون علمی، دینی و ادبی، محل فعالیت کاتبان، مترجمان، و علما بود (ابن‌ندیم، ۱۹۷۰، ص ۱۵-۲۵). سوق الکتب نیز با عرضه نسخه‌های خطی آثار فلسفی، ادبی، و علمی، به تبادل دانش میان بغداد و مراکز اسلامی مانند قاهره و قرطبه یاری رساند (یاقوت حموی، ۱۹۵۵، ج ۱، ص ۴۴۵-۴۴۶؛ مک‌اینتاش، ۲۰۲۱، ص ۵۹۲). نزدیکی این بازارها به بیت‌الحکمه و مساجد جامع، آن‌ها را به کانون‌های گفت‌وگوی علمی و دینی تبدیل کرد، اما تولید فکری تحت نظارت حکومتی و محدود به گفتمان‌های رسمی بود.

در مقابل، بازارهای نیشـابور به دلیل تنوع فرهنگی و حضـور اقوام مختلف، فضـایی چندفرهنگی برای تولید و تبادل دانش فراهم می‌کردند. بازار کتاب‌فروشـان نیشـابور، که محل عرضـه متون حنفی، شـافعی، و عرفانی بود، با جذب دانشـجویان، علما، و تجار جاده ابریشـم، به تبادل دانش در مقیاس جهانی کمک کرد (مقدسـی، ۱۹۰۶، ص ۳۰۰-۳۰۱؛ ملویل، ۲۰۱۲، ص ۲۴۶). برخلاف بغداد، بازارهای نیشـابور از آزادی بیشـتری برخوردار بودند و به تولید متون متنوع، از آثار عرفانی تا حدودی علمی، یاری رسـاندند. هم‌زیسـتی فرهنگی محصول این فضا بود که در آن ایده‌های گوناگون به اشتراک گذاشته می‌شد (یاقوت حموی، ۱۹۵۵، ج ۵، ص ۲۹۴).

کارکردهای معنوی: سیاست‌زدگی در برابر محوریت عرفان

بازارهای بغداد ، به دلیل نزدیکی به دارالخلافه و مساجد جامع، فضایی با رنگ و بوی سیاسی و مذهبی داشتند. سوق الوراقین و سوق الکتب، که در مجاورت این نهادها قرار داشتند، محل بحث‌های کلامی و فقهی میان علمای شیعه و سنی بودند که گاهی تحت تأثیر سیاست‌های آل‌بویه به تنش منجر می‌شد (ابن‌ندیم، ۱۹۷۰، ص ۱۵-۲۵؛ کندی، ۲۰۰۴، ص ۱۹۰). این بازارها با تولید متون دینی، به‌ویژه متون شیعی در دوره آل‌بویه، به ترویج گفتمان‌های رسمی مذهبی کمک کردند، که بخشی از استراتژی سیاسی این سلسله

برای تقویت هویت شیعی بود (دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱۴۲). این وابستگی به سیاست، کارکرد معنوی بازارهای بغداد را به گفتمان‌های حاکمیتی محدود می‌کرد.

در برابر، بازارهای نیشابور به دلیل حضور پررنگ صوفیان، فضایی عرفان‌محور داشتند که از سیاست‌زدگی فاصله گرفته بود. این کارکرد عرفان‌محور، که ریشه در فرهنگ پارسی و استقلال نسبی نیشابور در دوره سامانیان داشت، بازارهای این شهر را به فضاهایی برای ترویج هم‌زیستی بر اساس ارزش های معنوی تبدیل کرد (مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۳۰۰-۳۰۱).

عوامل مؤثر بر تمایزات

بازارهای بغداد و نیشابور در قرن چهارم هجری، به‌عنوان دو مرکز کلیدی تمدن اسلامی، نقش‌های متفاوتی در اقتصاد، فرهنگ، و معنویت ایفا می‌کردند. این تفاوت‌ها را می‌توان به عوامل سیاسی، جغرافیایی، فرهنگی، و دینی نسبت داد که هر یک به شیوه‌ای خاص بر ساختار و کارکرد این بازارها تأثیر گذاشتند. تحلیل زیر این عوامل را با تکیه بر منابع کهن و مطالعات مدرن بررسی کرده و جایگاه هر یک از این بازارها را در شبکه تمدنی جهان اسلام روشن می‌سازد.

۱. موقعیت سیاسی

بغداد، به‌عنوان پایتخت خلافت عباسی و مرکز سیاسی جهان اسلام، تحت نظارت شدید نهادهای حکومتی، به‌ویژه در دوره آل‌بویه (۳۳۴-۴۴۷ق/۹۴۵-۱۰۵۵م)، قرار داشت. بازارهای این شهر، مانند سوق الوراقین و سوق الصاغة، به دلیل نزدیکی به دارالخلافه و نهاد حسبة، ساختاری متمرکز داشتند که فعالیت‌های تجاری و فکری را با سیاست‌های حکومتی هم‌راستا می‌کرد (ابن‌حوقل، ۱۹۳۸، ص ۱۶۳-۱۷۰؛ لاپیدوس، ۱۹۸۸، ص ۱۱۵). این نظارت، اگرچه کارایی اقتصادی را افزایش داد، اما آزادی عمل اصناف و تجار را محدود کرد و تولید فکری را به گفتمان‌های رسمی دینی و سیاسی، به‌ویژه تحت حمایت شیعی آل‌بویه، وابسته ساخت (دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱۴۰-۱۴۲).

نیشابور، تحت حاکمیت سامانیان (۲۶۱-۳۸۹ق/۸۷۵-۹۹۹م)، از استقلال نسبی برخوردار بود. این استقلال، که ریشه در تمرکز سامانیان بر احیای فرهنگ پارسی و نظارت کمتر سیاسی داشت، به بازارهای نیشابور فضایی بازتر برای نوآوری تجاری و فرهنگی بخشید (فرای، ۱۹۷۵، ص ۱۵۳). اصناف در نیشابور، مانند بازار پارچه‌فروشان و کتاب‌فروشان، خودمختاری بیشتری داشتند و کمتر تحت تأثیر سیاست‌های متمرکز حکومتی بودند (بولیت، ۲۰۰۹، ص ۶۸). این تفاوت سیاسی، نیشابور را به فضایی پویاتر و انعطاف‌پذیرتر نسبت به بغداد تبدیل کرد.

۲. موقعیت جغرافیایی

موقعیت جغرافیایی بغداد در کنار رود دجله، این شهر را به مرکز تجارت متمرکز و توزیع کالاهای لوکس، مانند ابریشم و جواهرات، تبدیل کرده بود (یاقوت حموی، ۱۹۵۵، ج ۱، ص ۴۴۰-۴۵۰). بازارهای بغداد، به‌ویژه سوق الصاغة، نیازهای دربار و طبقات اشرافی را تأمین می‌کردند و به شبکه‌های تجاری داخلی و منطقه‌ای، مانند خلیج فارس، وابسته بودند (خطیب بغدادی، ۱۹۹۷، ج ۲، ص ۱۴۵-۱۵۰). این تمرکز، اگرچه به رونق اقتصادی منجر شد، بازارها را در برابر تحولات سیاسی، مانند تضعیف آل‌بویه، آسیب‌پذیر ساخت (دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱۳۵).

نیشابور، در مقابل، به دلیل قرارگیری در مسیر جاده ابریشم، نقشی جهانی‌تر به‌عنوان پل ارتباطی میان شرق (هند و چین) و غرب (بیزانس و بغداد) ایفا می‌کرد. این موقعیت به تنوع تجاری بازارهای نیشابور، از جمله پارچه‌های ابریشمی، زعفران خراسانی، و فلزات، منجر شد (ابن‌حوقل، ۱۹۳۸، ص ۴۲۰-۴۲۳؛ مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۲۹۹-۳۰۰). بازارهای نیشابور پررونق و مملو از کالاهای متنوع بود که حضور تجار از مناطق مختلف را سبب می شد (ناصرخسرو، ۱۹۲۴، ص ۸۸-۹۰). این تنوع جغرافیایی، اقتصاد نیشابور را انعطاف‌پذیرتر و پایدارتر کرد (فرای، ۱۹۷۵، ص ۱۵۳).

۳. ترکیب فرهنگی

ترکیب فرهنگی بغداد، به دلیل نقش پایتختی و حضور دربار عباسی، متمرکز و سیاست‌زده بود. بازارهای این شهر، به‌ویژه سوق الوراقین و سوق الکتب، محل تولید متون دینی و علمی بودند که اغلب با سیاست‌های حکومتی، مانند حمایت آل‌بویه از هویت شیعی، هم‌راستا می‌شدند (ابن‌ندیم، ۱۹۷۰، ص ۱۵-۲۵؛ دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱۴۲). این بازارها، اگرچه به تبادل دانش با مراکز دیگر، مانند قاهره و قرطبه، کمک کردند، اما تحت نظارت شدید حکومتی، به گفتمان‌های رسمی محدود بودند (کندی، ۲۰۰۴، ص ۱۹۰). تنش‌های مذهبی میان شیعه و سنی نیز گاهی فضای فرهنگی این بازارها را متأثر می‌کرد (خطیب بغدادی، ۱۹۹۷، ج ۱، ص ۱۰۰-۱۱۰).

نیشابور، چنین نبود و به دلیل حضور اقوام پارسی، ترک و هندی، فضایی چندفرهنگی و باز داشت. بازار کتاب‌فروشان نیشابور، به تبادل دانش در تراز جهانی یاری رساند (مقدسی، ۱۹۰۶، ص ۳۰۰-۳۰۱؛ ملویل، ۲۰۱۲، ص ۲۴۶). این تنوع فرهنگی، که ریشه در موقعیت نیشابور در جاده ابریشم داشت، بازارهای این شهر را به فضاهایی برای مذاکره و هم‌زیستی فرهنگی تبدیل کرد (یاقوت حموی، ۱۹۵۵، ج ۵، ص ۲۹۴). برخلاف بغداد، تولید فکری نیشابور کمتر تحت نظارت حکومتی بود و به نوآوری در متون عرفانی و علمی منجر شد (هاجسون، ۱۹۷۴، ص ۲۹۸).

٤. نقش نهادهای دینی

در بغداد، مساجد جامع و علما نقش هدایت‌کننده‌ای در بازارها داشتند و بحث‌های کلامی و فقهی، به‌ویژه در سوق الوراقین، تحت تأثیر گفتمان‌های رسمی دینی بود. حمایت آل‌بویه از تولید متون شیعی، مانند نهج‌البلاغه شریف رضی، بخشی از استراتژی سیاسی برای تقویت هویت شیعی بود (دونوهو، ۲۰۰۳، ص ۱۴۰-۱۴۵). این وابستگی، کارکرد معنوی بازارهای بغداد را محدود به گفتمان‌های حکومتی کرد و از بُعد عرفانی و مردمی فاصله گرفت (کندی، ۲۰۰۴، ص ۱۹۰).

در نیشابور، صوفیان و عارفان، مروج ارزش های معنوی و نوعی عرفان عامیانه در بازارها بودند. برخلاف بغداد، این بُعد معنوی کمتر تحت تأثیر سیاست بود و ریشه در مولفه های فرهنگ محلی داشت.

در نتیجه بازارهای بغداد و نیشابور در قرن چهارم هجری، اگرچه هر دو از مهمترین نمونه نهادهای تمدن اسلامی بودند، به دلیل تفاوت های سیاسی، جغرافیایی، فرهنگی، و دینی، کارکردهای متمایزی داشتند. بازارهای بغداد، با ساختار متمرکز، تجارت لوکس‌محور، تولید فکری سیاست‌زده، و کارکرد معنوی وابسته به گفتمان‌های رسمی، تحت سلطه قدرت سیاسی و دینی عمل می‌کردند. در مقابل، بازارهای نیشابور، با ساختار بازتر، تجارت جهانی، تنوع فرهنگی، و کارکرد عرفان‌محور، فضایی چندفرهنگی، انعطاف‌پذیر، و معنویت‌گرا ارائه می‌دادند. این تمایزات، که ریشه در موقعیت سیاسی متمرکز بغداد و استقلال نسبی نیشابور، موقعیت جغرافیایی متمرکز بغداد و جهانی نیشابور، فرهنگ سیاست‌زده بغداد و چندفرهنگی نیشابور، و نقش علمای بغداد و صوفیان نیشابور داشتند، جایگاه منحصربه‌فرد هر یک از این بازارها را در تمدن اسلامی برجسته می‌سازد. این تفاوت‌ها نه‌تنها نشان‌دهنده پویایی و تنوع تمدن اسلامی در این دوره است، بلکه بر نقش عوامل محلی و جهانی در شکل‌گیری مراکز تمدنی تأکید می‌کند.

نتیجه‌گیری و جمع‌بندی

بازارهای بغداد و نیشابور در قرن چهارم هجری (دهم میلادی)، به‌عنوان قلب تپنده تمدن اسلامی، فراتر از مراکز صرفاً اقتصادی، به‌عنوان هسته‌های پویای اجتماعی، فرهنگی و معنوی عمل کردند که نقش بی‌بدیلی در پایداری و شکوفایی این تمدن ایفا نمودند. این پژوهش، با رویکرد توصیفی-تحلیلی و بهره‌گیری از منابع تاریخی و مطالعات معاصر، نشان داد که این بازارها، با وجود اشتراک در نقش محوری خود در تجارت و تبادل فرهنگی، به دلیل تفاوت‌های ساختاری و زمینه‌ای، کارکردهای متمایز و مکملی در شبکه تمدنی جهان اسلام داشتند.

بازارهای بغداد، تحت حاکمیت متمرکز خلافت عباسی و آل‌بویه، با سازمان‌دهی تخصصی و نظارت شدید نهاد حسبة، به تجارت لوکس‌محور و تولید فکری سیاست‌زده متمرکز بودند. سوق‌هایی نظیر سوق الوراقین و سوق الکتب، با نزدیکی به دارالخلافه و مساجد جامع، به تولید و تکثیر متون علمی و دینی، به‌ویژه با گرایش شیعی در دوره آل‌بویه، یاری رساندند. این بازارها، اگرچه در حفظ جایگاه بغداد به‌عنوان پایتخت فرهنگی و اقتصادی جهان اسلام مؤثر بودند، اما وابستگی به ساختارهای سیاسی و تنش‌های مذهبی، انعطاف‌پذیری و تنوع کارکردی آن‌ها را محدود کرد. در مقابل، بازارهای نیشابور، در بستر جاده ابریشم و تحت حاکمیت سامانیان، از ساختاری بازتر و چندفرهنگی برخوردار بودند. این بازارها، با تجارت جهانی پارچه، زعفران و فلزات، و تبادل دانش در مقیاس گسترده، به‌عنوان پل‌های ارتباطی میان شرق و غرب عمل کردند. حضور پررنگ صوفیان و عارفان، مانند ابوعبدالرحمن سُلَمی، به این بازارها بُعدی عرفان‌محور و مردمی بخشید که با فرهنگ پارسی و استقلال نسبی از قدرت سیاسی تقویت شده بود.

تفاوت‌های این دو بازار ریشه در عوامل چندگانه داشت: موقعیت سیاسی متمرکز بغداد در برابر استقلال نسبی نیشابور، موقعیت جغرافیایی متمرکز بغداد در کنار دجله در برابر نقش جهانی نیشابور در جاده ابریشم، فرهنگ سیاست‌زده و نخبه‌گرای بغداد در برابر تنوع و هم‌زیستی فرهنگی نیشابور، و نقش هدایت‌کننده علما در بغداد در برابر تأثیر صوفیان در نیشابور. این تمایزات نه‌تنها بازتاب‌دهنده تنوع درونی تمدن اسلامی است، بلکه نشان‌دهنده ظرفیت این تمدن برای سازگاری با زمینه‌های محلی و جهانی است.

در مجموع، بازارهای بغداد و نیشابور، از طریق ایجاد شبکه‌های اجتماعی، تقویت هویت‌های جمعی و تسهیل تبادلات فرهنگی و اقتصادی، به انسجام و گسترش تمدن اسلامی کمک کردند. بغداد با تمرکز بر تولید فکری و نمایش قدرت سیاسی، و نیشابور با تأکید بر تنوع فرهنگی و معنویت، هر یک به شیوه‌ای منحصربه‌فرد به این هدف خدمت کردند. این مطالعه، با پر کردن خلأ تحلیل‌های جامعه‌شناختی در بررسی بازارهای اسلامی، الگویی برای مطالعه نهادهای تمدنی در دیگر دوره‌های تاریخی ارائه می‌دهد و بر اهمیت رویکردهای میان‌رشته‌ای در فهم پویایی‌های تمدن اسلامی تأکید می‌کند. بازارهای این دو شهر، به‌عنوان آیینه‌ای از شکوه و تنوع تمدن اسلامی، نشان‌دهنده نقش فضاهای شهری در پیوند جوامع و پیشبرد تمدن‌سازی در یکی از درخشان‌ترین دوره‌های تاریخ اسلام هستند.

فهرست منابع

۱. ابن‌ابی‌الحدید. (۱۴۰۴ق/۱۹۸۳م). شرح نهج‌البلاغه (ج ۱). قم: مکتبهٔ آیةالله المرعشی النجفی.
۲. ابن‌حوقل. (۱۹۳۸–۱۹۳۹). صورة الأرض. لیدن: مطبعهٔ بریل.
۳. ابن‌فقیه. (۱۹۹۶). البلدان. بیروت: دار صادر.
۴. ابن‌ندیم. (۱۴۰۷ق/۱۹۸۷م). الفهرست. بیروت: دار المعرفهٔ.
۵. خطیب بغدادی. (۱۴۱۷ق/۱۹۹۷م). تاریخ بغداد (ج ۱–۲). بیروت: دار الکتب العلمیهٔ.
۶. عطار نیشابوری. (۱۹۰۵). تذکرهٔ الأولیاء. لندن: مطبعهٔ لوزاک.
۷. مقدسی. (۱۹۰۶). أحسن التقاسیم فی معرفهٔ الأقالیم. لیدن: مطبعهٔ بریل.
۸. مسعودی. (۱۹۶۵–۱۹۷۹). مروج الذهب ومعادن الجوهر. بیروت: دار الأندلس.
۹. ناصرخسرو. (۲۰۰۶/۱۳۸۵م). سفرنامه. تهران: انتشارات زوار.
۱۰. یاقوت حموی. (۱۹۵۵). معجم البلدان (ج ۱ و ۵). بیروت: دار صادر.

11. Bulliet, R. W. (2009). *Cotton, climate, and camels in early Islamic Iran: A moment in world history*. New York, NY: Columbia University Press.
12. Donohue, J. J. (2003). *The Buwayhid dynasty in Iraq 334H./945 to 447H./1055*. Leiden: Brill.
13. Frye, R. N. (1975). *The golden age of Persia: The Arabs in the East*. London: Weidenfeld & Nicolson.
14. Hodgson, M. G. S. (1974). *The venture of Islam: Conscience and history in a world civilization* (Vol. 2). Chicago, IL: University of Chicago Press.
15. Kennedy, H. (2004). *When Baghdad ruled the Muslim world: The rise and fall of Islam's greatest dynasty*. Cambridge, MA: Da Capo Press.
16. Lapidus, I. M. (1984). *Muslim cities in the later Middle Ages*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
17. Melville, C. (Ed.). (2012). *Persian historiography: A history of Persian literature* (Vol. X). London: I.B. Tauris.
18. Power, T. (2020). *The Red Sea from Byzantium to the Caliphate: AD 500–1000*. Cairo: American University in Cairo Press.