



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی، گروه مردم شناسی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش: مردم شناسی

عنوان:

بررسی مردم شناختی بازارهای سنتی شهر یزد

استاد راهنما:

دکتر محمد همایون سپهر

استاد مشاور:

دکتر فریبا میراسکندری

پژوهشگر:

مصطفی اولیاء

زمستان ۱۳۹۱



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی، گروه مردم شناسی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.Sc)

گرایش: مردم شناسی

عنوان:

بررسی مردم شناختی بازارهای سنتی شهر یزد

استاد راهنما:

دکتر محمد همایون سپهر

استاد مشاور:

دکتر فریبا میراسکندری

پژوهشگر:

مصطفی اولیاء

زمستان ۱۳۹۱

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

از تمامی اساتید عزیز، که با تمام وجود ما را در شناخت و بهره مندی از این علم یاری نمودند،
قدردانی می کنم، باشد که روزی بتوانیم حق شاگردی شان را ادا نمائیم...

تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب **مصطفی اولیاء** دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد نا پیوسته به شماره دانشجویی ۸۸۰۶۴۹۷۰۳۰۰ در رشته **مردم شناسی** که در تاریخ ۹۱/۱۰/۱۷ از پایان نامه خود تحت عنوان: **بررسی مردم شناختی بازارهای سنتی شهر یزد** با کسب نمره ۱۹.۵ و درجه عالی دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم:

۱- این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و.....) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.

۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هرگونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و.... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

تاریخ و امضاء:

بسمه تعالی

در تاریخ ۹۱ / ۱۰ / ۱۷

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای **مصطفی اولیاء** از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره ۱۹.۵ بحروف **نوزده و نیم** و با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

فهرست

فصل اول: کلیات تحقیق

- ۱-۱ چکیده ۱
- ۲-۱ مقدمه ۲
- ۳-۱ بیان مسئله ۲
- ۴-۱ انگیزه تحقیق ۳
- ۵-۱ اهداف تحقیق ۴
- ۶-۱ سوالات تحقیق ۴
- ۷-۱ روش تحقیق ۵
- ۸-۱ پیشینه تحقیق ۵

فصل دوم: ادبیات تحقیق

۱-۲ تعاریف و مفاهیم

- ۱-۱-۲ موقعیت کشوری استان یزد ۷
- ۲-۱-۲ جغرافیای انسانی - طبیعی استان یزد ۸
- ۳-۱-۲ موقعیت اقلیمی استان یزد ۸

۹ ۴-۱-۲ نژاد

۹ ۵-۱-۲ زبان و گویش ها

۱۰ ۶-۱-۲ دین (+جشن ها و سوگواری ها)

۱۳ ۷-۱-۲ ساخت شهر یزد

۱۴ ۸-۱-۲ فضا و مکان های زندگانی

۲-۲ چارچوب نظری

۱۵ ۱-۲-۲ کارکردگرایی

۱۹ ۲-۲-۲ نظریه ی مبادله

۲۵ ۳-۲-۲ مردم شناسی جنسیت

فصل سوم

۲۷ ۱-۳ روش تحقیق

فصل چهارم: یافته های تحقیق

۳۱ ۱-۴ تعریف واژه بازار

۳۲ ۲-۴ ضرب المثل های بازار

۳۴ ۳-۴ پیشینه تاریخی بازار

۳۵ ۵-۴ معماری بازار

۳۷ ۶-۴ اشکال مختلف بازار

۳۹ ۷-۴ نامگذاری بازارها

۳۹ ۸-۴ نحوه اداره بازار

۴۱ ۹-۴ برقراری نظم وامنیت در بازار

۴۲	۱۰-۴ فضاهای بازار
۴۲	۱-۱۰-۴ راسته ها
۴۳	۱-۱-۱۰-۴ بازار خان
۴۳	۲-۱-۱۰-۴ بازار زرگری
۴۴	۳-۱-۱۰-۴ بازار دروازه مهریز
۴۴	۴-۱-۱۰-۴ بازار افشار
۴۴	۵-۱-۱۰-۴ بازار صدری
۴۴	۶-۱-۱۰-۴ بازار محمد علی خان
۴۵	۷-۱-۱۰-۴ بازار جعفر خان
۴۵	۸-۱-۱۰-۴ بازار پنجه علی
۴۵	۹-۱-۱۰-۴ بازار تبریزیان
۴۵	۱۰-۱-۱۰-۴ بازار علاقندی
۴۵	۱۱-۱-۱۰-۴ بازار سراج ها (میدان خان)
۴۵	۱۲-۱-۱۰-۴ بازار مسگری
۴۶	۱۳-۱-۱۰-۴ بازار ریسمانیان
۴۶	۱۴-۱-۱۰-۴ بازار قیصریه
۴۶	۱۵-۱-۱۰-۴ بازار چیت سازی
۴۶	۱۶-۱-۱۰-۴ بازار حضرت عباسی
۴۷	۱۷-۱-۱۰-۴ بازار کاشیگری
۴۸	۲-۱۰-۴ حجره
۴۸	۳-۱۰-۴ تیمچه
۴۹	۴-۱۰-۴ سراها
۵۰	۵-۱۰-۴ میدان
۵۱	۶-۱۰-۴ لرد
۵۱	۷-۱۰-۴ بازارچه (بازار محله)
۵۲	۸-۱۰-۴ گذر
۵۲	۹-۱۰-۴ حسینیه و بقاء متبرکه
۵۴	۱۰-۱۰-۴ آب انبار
۵۵	۱۱-۱۰-۴ مساجد

۵۶.....	۱۱-۱۰-۴ مدارس
۵۶.....	۱۲-۱۰-۴ کاروانسرا
۵۷.....	۱۳-۱۰-۴ خدماتی (حمام، قهوه خانه و...)
۵۸.....	۱۱-۴ عملکرد داخلی بازار
۵۷.....	۱۲-۴ فعالیت تجاری- مالی بازار
۶۱.....	۱۳-۴ روابط کاری-خانوادگی
۶۲.....	۱-۱۳-۴ نظام همسر گزینی در بازار
۶۳.....	۱۴-۴ گروه های تشکیل دهنده بازار
۶۹.....	۱۵-۴ فعالیت های اجتماعی بازار
۷۲.....	۱۶-۴ فعالیت های عام المنفعه و خیریه در بازار
۷۴.....	۱۷-۴ ساختار مذهبی بازار
۷۶.....	۱۸-۴ تنوع دینی و قومی در بازار یزد
۷۶.....	۱۹-۴ وقف در بازار

فصل پنجم

۸۲.....	۱-۵ نتیجه گیری
---------	----------------

۱-۱ چکیده

بازار از زمان شکل گیری، از مهمترین کانون های تجمع اقشار گوناگون بوده است. بازارها همواره از لحاظ اقتصادی، فرهنگی و سیاسی نقش به سزایی را عهده دار بوده اند. بازار یزد مانند دیگر بازارهای ایران به لحاظ موجودیتش در شهر اسلامی دارای خصوصیات فرهنگی متناظر آن است.

بازار نیز مانند هر پدیده ی دیگری شاهد تغییرات گوناگونی در ابعاد مختلف بوده است، که این تغییرات براساس نیازها و شرایط گوناگون صورت گرفته است.

بازار یزد همچنان از مهمترین مکان های فرهنگی - اجتماعی شهر یزد به حساب می رود که می توان آن را به مثابه یک ارگانیسم زنده انسانی در نظر گرفت. تبدلات اقتصادی و اجتماعی انسان ها بهترین ابزار برای انتشار و اشاعه فرهنگ هاست.

مجموعه بازارهای یزد بر اثر خیابان کشی های دوره پهلوی، بخصوص خیابان قیام(شاه سابق) در محور شرقی - غربی به دو نیم شد و با از دست دادن ساختار و نظام فضایی اصلی خود به دو بخش شمالی و جنوبی تقسیم شده است.

در این مطالعه با استفاده از روش کتابخانه ای ابتدا سوابق تاریخی بازار یزد بررسی شد و در ادامه با روش مشاهده مستقیم و مشارکتی و حضور در محل تحقیق اطلاعات مورد نظر جمع آوری گردید.

بازارهای سنتی یزد شامل اصناف گوناگونی با مرز و محدودیت های نسبتا مشخصی است که با توجه به خرده فرهنگ های مرتبط با هر صنف، فضای مطالعاتی مناسبی را فراهم کرده اند.

در این تحقیق اطلاعاتی در خصوص موقعیت های مکانی بازارهای یزد، مکان های خدماتی و عمومی بازار (نظیر مساجد، مدارس، آب انبار ها) و همچنین ویژگی های فرهنگی منحصر به فرد بازار از جمله مراسم و مناسک ملی - مذهبی، هدایا و دهش ها، وقف ها و ... پرداخته شده است.

۲-۱ مقدمه

مجموعه تاریخی بازارهای شهر یزد از میراث های معماری و شهرسازی ایرانی با اصول حاکم بر معماری کویری است که به سبب اهمیت در فهرست آثار ملی و تاریخی به ثبت رسیده و آثاری از قرن نهم (روزگار جهان شاه قراقویونلو) تا قرن سیزدهم (دوره قاجار) را در بر می گیرد. این مجموعه از لحاظ پراکنش شهری از دو بخش متمایز تشکیل شده است: یکی بخش درون حصار شهر (برج و باروی شهر) قدیم و دیگری در بیرون از این حصار.

بخش نخست از گوشه شرقی مسجد جامع تا محله دارالشفاء امتداد یافته است، مهمترین عناصر داخل حصار بازارچه ی فهادان در محله قدیمی یوزداران و بازار چهار سوق است. بازارچه های : کوشک نو، شاه ابوالقاسم، رباطک، دروازه شاهی و بازار نو نیز در این بخش جای دارند. بخش بیرون از حصار شهر کهنه، عمدتاً شامل مجموعه ی بازارها و میدان خان و از لحاظ اقتصادی فعال ترین بخش بازار است. این بخش بر اثر خیابان کشی های دوره پهلوی، بخصوص خیابان قیام (شاه سابق) در محور شرقی - غربی دو پاره شد و با از دست دادن ساختار و نظام فضایی اصلی خود به دو بخش شمالی و جنوبی تقسیم شده است.

۳-۱ بیان مسئله

افزایش جمعیت، مازاد تولیدات روستایی و در پی آن لزوم انجام مبادلات پایاپای کالاها، بازار را به وجود آورد، که از اجزاء مهم شهرنشینی به حساب می آید. بازار از همان آغاز شهرنشینی علاوه بر بعد اقتصادی، دارای ابعاد دیگری چون اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و ... نیز شد. موقعیت شهری بازار و همچنین اهمیت نقش و منزلت اجتماعی اصناف و بازاریان در زندگی شهری موجب شد که بازار فقط یک فضای اقتصادی نباشد، بلکه فضایی برای فعالیت های اجتماعی ای چون: برگزاری جشن های ملی و مذهبی باشد. به همین علت بازار در هنگام برگزاری این مراسم، چهره ای خاص به خود می گرفت.

بازار همیشه پیرامون مرکز دینی پیش رفته، یعنی همچنان که بازار در شهر بیزانسی در اطراف کاتدرال (کلیساهای بزرگ) برپا می گردید، در شهر اسلامی نیز بازار در گرداگرد مسجد ساخته می شد. (سعیدالشیخلی، ۱۳۶۲، ۲۰)

در این بین، مطالعه فرهنگی بازار می تواند به ما در شناخت مردم یک شهر کمک شایانی کند و شاید گزافه گویی نباشد که شناخت فرهنگ، افکار و روحیات مردم یک شهر بدون مطالعات مردم شناختی بازار آن شهر امکان پذیر نخواهد بود، چرا که تنها با این مطالعات می توان ارتباط عناصر فرهنگی را با سایر عناصر (اقتصادی، ریستی، اجتماعی و...) زندگی انسان دریافت.

در این پژوهش سعی بر آن است تا بازار یزد را به عنوان یک جامعه کوچک شده از جامعه بزرگ شهر یزد را از لحاظ فرهنگی و انسانی مورد مطالعه قرار داد تا بتوان نقش آن را در ارتباطات انسانی و همچنین پویایی جامعه ترسیم نمود.

۱-۴ انگیزه تحقیق

بازار ریشه ای ژرف در روحیه و رسوم ایرانی دارد تا آنجا که پاساژها و خیابان ها با تمام تجمل و زرق و برق پرشکوه ساختمان هایشان نتوانسته اند بازار پیر و سنتی را از پا درآورده و به دور ماندن از کاروان تمدن متهم سازد. بازار همچنان در برابر مراکز اقتصادی نو و مدرن در خیابان استوار ایستاده و هر گردشگر ایرانی و توریست خارجی را بخود فرا می خواند. (ماهوان، ۱۳۸۵، ۳۲)

بازار یزد در ردیف بهترین نمونه از بازار هایی است که در طی اجرای نظام نوین شهرسازی در دوران رضا شاه پهلوی، با احداث دو خیابان به دو نیمه شمالی و جنوبی تقسیم شد و بدینوسیله دچار آسیب های شدید در کارکردهای خود گردید.

و امروز ساخت و سازهای گسترده و بوجود آمدن مجتمع های تجاری جدید در سطح شهر یزد و کاهش ضریب نفوذ بازارهای سنتی یزد در میان همشهریان بهانه ای شد تا شاید با بررسی کارکردهای بازار سنتی یزد و بویژه کارکردهای فرهنگی - اجتماعی آن در گذشته، بتوان نسبت به فعال سازی بخشی از

بازار سنتی یزد متمر ثمر واقع شد. چراکه بی شک می توان مانند راسته بازار زرگرها در بازار یزد که از رونق خوبی برخوردار است، بتوان بخش های دیگری از بازار یزد را نیز با دایر نمودن صنوف مختلف مجددا رونق بخشید. مسلما دست یافتن به چنین هدفی باید در ابتدا با مطالعات جامع از وضع دیروز و امروز آغاز گردد.

۱-۵ اهداف تحقیق

مطالعه و شناخت ویژگی های خاص فرهنگی بازار یزد

تبیین اهمیت بازار یزد بعنوان جزئی از ساخت اقتصادی و اجتماعی شهر یزد
بررسی تغییرات فرهنگی - اجتماعی بازار یزد در مراحل مختلف توسعه شهر
بررسی نقش اقوام و اقلیت های مذهبی در توسعه اقتصادی - اجتماعی بازار

۱-۶ سوالات تحقیق

- ۱- آیا بازار سنتی یزد می تواند همانند گذشته نقشی اقتصادی - اجتماعی خود را ایفا کند؟
- ۲- آیا بازار سنتی یزد توانسته نقش آئینی خود را در مراسم های ملی - مذهبی حفظ کند؟
- ۳- آیا بخش های غیرفعال بازار یزد را می توان با تدابیر شهری مجددا فعال نمود؟
- ۴- آیا بازار یزد همچنان نقش تعیین کننده خود را در اقتصاد کشور دارد؟
- ۵- آیا بازار سنتی یزد می تواند مانند گذشته تامین کننده نیازهای مردم یزد باشد؟
- ۶- نقش واردات در پویایی بازار یزد به چه میزان بوده است؟
- ۷- تفاوت های فرهنگی بازار عامل اتحاد فرهنگی هستند یا انکسار فرهنگی؟
- ۸- خویشاوندی چه نقشی در آموزش و حفظ ساختار فرهنگی بازار دارد؟

۱-۷ روش تحقیق

در شروع کار با استفاده از روش اسنادی- کتابخانه ای کلیاتی در خصوص موضوع مورد بحث جمع آوری گردید. و در ادامه نیز با حضور در میدان تحقیق اطلاعات مورد نیاز جمع آوری و در کنار یکدیگر قرار گرفت.

در این پژوهش سعی شده است تا با استفاده از روش ژرفانگر؛ که در آن جامعه خاصی که از وسعت و قلمرو محدود و مشخصی برخوردار است، آن را بطور عمیق و به تفصیل مورد مشاهده و مطالعه قرار داد. ویژگی اساسی در این روش مشاهده و مشارکت در زندگی مردم است، و با فنون و روش‌های دیگر تحقیق می‌توان جامعه محدود و مشخص را بررسی کرد. تأکید بر محدود و مشخص بودن جامعه در این روش از آن رو است که در مردم‌شناسی هر چه جامعه، قوم و قبیله ی کم جمعیت تری گزینش شود، دستیابی به هدف و نتایج لازم زودتر و دقیق‌تر خواهد بود، به علاوه نتیجه کار اطمینان و اعتماد بیشتری در پی خواهد داشت. (فرید، ۱۳۷۶، ۶۲)

همچنین در بخش‌هایی از روند پژوهش مصاحبه‌هایی با بازاریان تهیه شد و برای فهم و مقایسه بیشتر فضاهای داخلی بازار، با استفاده از دوربین عکسهایی گرفته شد.

۱-۸ پیشینه تحقیق

در مورد بازارهای سنتی شهر یزد پژوهش‌های اندک و پراکنده ای صورت گرفته که اغلب در حوزه معماری و برنامه ریزی شهری می‌باشند.

۱- یادگارهای یزد (جلد دو)، ایرج افشار، ۱۳۷۴

در این کتاب به طور اختصار به بازار یزد پرداخته شده است و تنها به ذکر برخی از مکان‌های داخلی بازار نظیر مساجد، آب انبارها و... پرداخته است. بطور کلی در این کتاب علاوه بر ذکر اطلاعات مختصر، اطلاعات دیگری را به خواننده نمی‌دهد.

۲- تاریخ یزد، عبدالحسین آیتی، ۱۳۱۷

در بخشی از این کتاب و همانطور که از نامش پیداست به ریشه های تاریخی بازار یزد و چگونگی شکل گیری آن در تاریخ شهر یزد پرداخته شده است. در این کتاب از آن جهت که به ریشه های تاریخی بازار یزد پرداخته شده است، حائز اهمیت می باشد.

۳- بازار یزد، محمد رضا اولیاء، دانشنامه جهان اسلام، ۱۳۷۴

در این مقاله، با اشاره به تقسیم بازار یزد به دو قسمت شمالی و جنوبی، اجزای هر یک از این دو بخش نام برده شده است. در این مقاله با توجه به تخصص نگارنده بیش از همه به وجه معماری بناهای موجود در بازار یزد پرداخته شده است و به جنبه های فرهنگی - اجتماعی آن پرداخته نشده است.

۴- بازار شهر یزد، محمد حسین سرایی، دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۲

در این پایان نامه ضمن پرداختن به ریشه های تاریخی بازار در ایران و اهمیت آن در شهرسازی و ریخت شناسی شهر، جایگاه و موقعیت بازار یزد توضیح داده است. اجزای مختلف بازار در این پایان نامه ذکر شده است، ولی آنچه کمرنگ بنظر می رسد پرداختن به جنبه های فرهنگی و مردم شناختی بازار است، که با توجه به اینکه این پایان نامه در رشته جغرافیا انجام شده، نباید بیش از این انتظار داشت.

۵- بناهای بازار، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۳

این کتاب از جمله کتاب های مهم در مورد بازارهای ایران می باشد که در بخشی از آن به تعدادی از بناهای بازار یزد پرداخته است. این کتاب از نظر معماری بااهمیت است چراکه فضاهای بازار را با نقشه های ۳بعدی تشریح نموده است. این کتاب از آن منظر که دید گسترده ای نسبت به معماری بازار بدست می دهد مفید واقع خواهد شد.

۱-۲ تعاریف و مفاهیم

۱-۱-۲ موقعیت کشوری استان یزد

چنانچه از تهران به سمت جنوب شرق ایران حرکت کنیم، در مرکز کویر ایران پا به بیابانی خشک و بی علف می گذاریم، جایی که یزد می نامندش. (فرجی، ۱۳۶۶، ۴۳)

در این منطقه تا آن جا که چشم کار می کند بیابان است و ریگزارهای گرم و سوزان و آفتابی که تیغ کشنده اش در گرمای طاقت فرسای تابستان، برگرده ی زمین بی رحمانه می تازد. با این وجود مردمانی دارد سخت کوش، قانع، صبور، مذهبی و هنرمند با دیرینگی فرهنگی که سالیان سال، در این خطه پابیند به آداب و رسوم خود زیسته اند و کمتر مورد تهاجم فرهنگ بیگانگان واقع شده اند.

واژه یزد به یادگار مانده از ایران باستان و ریشه در "یسن"، "یشت" و یا "یزشن" به معنای ستایش و نیایش در زبان فارسی میانه دارد. یزد از یزدان به معنی پاک، مقدس، فرخنده، مبارک و در خور آفرین آمده و ذات خداوند هم بدین نام نامیده شده است؛ بنابراین یزد یعنی آفریننده خوبی ها و پاکی ها.

استان یزد طبق آخرین اطلاعات ثبت شده با مسافتی حدود ۱۳۱۵۷۵ کیلومتر مربع در حاشیه کویر نمک واقع شده که حدود ۸ درصد از مسافت کل کشور را شامل می شود. این استان بر روی عرض جغرافیایی ۲۹ ۵۲ و ۲۷ ۳۳ و طول جغرافیایی ۵۲ ۵۵ و ۲۷ ۵۶ شرقی از نصف النهار گرینویچ لندن قرار گرفته است. طبق آخرین سرشماری سال ۱۳۸۵ جمعیت آن در کل استان ۹۹۰/۸۱۸ نفر می باشد که ۴۳۲/۱۹۴ نفر آنها در شهر یزد زندگی می کنند که از این تعداد ۵۱۷/۱۴۳ نفر مرد و ۴۷۳/۶۷۵ نفر زن می باشد. (رمضانخانی، ۳۴، ۱۳۸۷)

استان یزد از شمال شرق به خراسان جنوبی و از شمال و شمال غرب به استان اصفهان، از جنوب غرب به استان فارس و از جنوب شرق به استان کرمان محدود شده است و طبق آخرین تقسیمات کشوری که در سال ۱۳۸۶ در محدوده ی استان صورت گرفته ، استان یزد دارای ۱۰ شهرستان، ۲۳ شهر، ۲۰ بخش و ۵۱ دهستان است. (همان)(شکل ۱)

۲-۱-۲ جغرافیای انسانی - طبیعی استان یزد

استان یزد در بخش مرکزی فلات ایران قرار گرفته است. کوه های این استان جزء رشته کوه های مرکزی ایران به شمار می روند. دشت های کویری آن همانندی زیادی با دشت کویر و کویر لوت دارند.

دشت پهناور یزد- اردکان، به کویر سیاه کوه یا کویر نمک اردکان منتهی می شود و انتهای آن تا کفه مستقل بهادران ادامه دارد. کویرهای خاور استان یزد را نیز می توان دنباله ی دشت کویر فلات مرکزی ایران به شمار آورد که کویرهای نوار باختری استان که تنها به گونه کویرهای نمک شمال کفه ابرکوه-کفه طاقتستان تا کرانه خاوری باتلاق گاوخونی را شامل می شود، دنباله کویرهای نمک باختری، در بخش جنوب خاوری کفه هرات و مروست قرار دارد.

دشت های بلند استان یزد که بیشتر از نظر پوشش گیاهی و دیگر عوامل طبیعی شرایط مناسب تری دارند، در درون گاه نواحی کوهستانی و بلندی ها قرار گرفته اند که در باختر استان، از قلعه خرگوشی، ندوشن تا نیر و... را در بر می گیرد. (افشار سیستانی، ۱۳۷۸، ۳۲)

۲-۱-۳ موقعیت اقلیمی استان یزد

استان یزد به سبب موقعیت جغرافیایی اش، در فلات مرکزی، دارای آب و هوایی گرم و سوزان در تابستان و بسیار سرد در زمستان است. نزولات اندک جوی با تبخیر بسیار زیاد رطوبت نسبی ناچیز توام با گرمای زیاد و نوسانات شدید درجه حرارت، این استان را در ردیف یکی از مهمترین مناطق کویری جهان قرار داده است.

در این منطقه به علت نوسانات شدید درجه حرارتی که وجود دارد، اختلاف درجه حرارت بین شب و روز و فصل های گوناگون زیاد است. بیشترین گرما ۴۶ درجه سانتیگراد و کمترین آن ۲۰ درجه زیر صفر گزارش شده است. در بعضی سال ها گرمای زودرس باعث شکوفه زدن درختان می شود و سرمای ناگهانی خسارت زیادی به کشاورزان وارد می کند.

بطور کل یزد را می توان دارای دوفصل دانست: فصل بلند گرما (از اسفند تا مهر) و فصل کوتاه سرما (از آبان تا اواخر بهمن ماه). معمولاً سردترین ماه های سال دی و بهمن و گرم ترین آن تیر است؛ با این حال