

بازار بزرگ

• حمیدرضا آریان فر
پژوهشگر بنیاد ایران شناسی
aryanfar287@gmail.com



- سرگذشت بازار بزرگ تهران، بازارها و بازارچه‌های پیرامونی آن در دویست سال اخیر
- پژوهش گروهی بنیاد ایران شناسی
- طرح، مقدمه، بررسی و تدوین نهایی: دکتر حسن حبیبی
- مدیر طرح: دکتر شهرام یوسفی فر
- تهران، بنیاد ایران شناسی؛ چاپ اول ۱۳۸۹، تعداد صفحات: ۳۶۶

مقدمه

بازار اصطلاحی پربار و دربرگیرنده‌ی معانی متعددی در زبان فارسی است. این واژه در پهلوی واکار، در پارسی باستان آباکاری به معنی محل اجتماع، محل خرید و فروش کالا و خوراک و پوشاک، دو رسته از دکان‌های بسیار در برابر یکدیگر که غالباً سققی آن دو دسته را به یکدیگر می پیوندد، میدان داد و ستد، کوی سوداگران است.^۱ همچنین آن را می توان در شرح یک مکان، یک اقتصاد، یک روش زندگی، یک طبقه و نمادی از حیات اسلامی یا خاورمیانه‌ای به کار برد.

بازار در جوامع شرقی دارای نقش‌های متعددی است. تعدد نقش‌ها و ابعاد موضوعات متعددی برای محققان معماری، مردم‌شناسی، اقتصادی، جامعه‌شناسی، تاریخ و سیاست فراهم کرده که یا مستقیماً به تحلیل بازار پرداخته یا از آن به عنوان مکمل مطالعه‌ی خود بر جوامع خاورمیانه‌ای بهره برده‌اند.^۲

بازار به عنوان یک پدیده از همان ابتدا قابل توجه بوده و شناخت و بررسی آن روز به روز هم گسترده‌تر شده است؛ تا جایی که در همه‌ی شهرها به خصوص شهرهای سنتی این مکان قلب شهر را تشکیل می‌دهد. بازار در تمدن و فرهنگ اسلامی به طور کلی و از جمله در تمدن و فرهنگ ایرانی، صرف نظر از پیشینه‌ی تاریخی پیش از اسلام آن، صورت و معنایی گسترده و نسبتاً پیچیده را به خود گرفته است. در واقع بازار از عناصر اصلی بافت شهری بوده و به نوشته‌ی دکتر حبیبی بازار: «از سطحی ترین تا ژرف ترین وجه پدیدار اجتماعی را در بر می‌گیرد و در همه‌ی پاگردهای جامعه از سطح به عمق کارکرد آن به نحوی از انحاء ظهور و بروز دارد».^۳

مطالعه‌ی مسائل مختلف مرتبط با بازار مقدمه‌ای لازم برای شناخت عمیق تر وجوه درونی و پیچیده‌ی جامعه‌ی تاریخی ایران است که خود شرط اساسی برای مطالعات و برنامه ریزی‌های موثرتر و آگاهانه تر در کشور به شمار می رود.

با وجود معانی متعدد بازار و جایگاه مهمی که در تحلیل اقتصاد و سیاست ایران مدرن به خود اختصاص داده است، عمدتاً سنجش نقادانه‌ای در مورد آن صورت نگرفته و در بسیاری از مطالعات تخصصی، تعریف بازار همچنان در ابهام باقی مانده است.^۴

از آن جایی که بازارهای مربوط به تمدن و فرهنگ اسلامی، به ویژه

که در ساختار اقتصادی و مناسبات اجتماعی و فرهنگی ایران به وقوع پیوسته است، هنوز بازار تهران بر استمرار نقش‌ها و کارکردهای خود در زندگی شهری اصرار ورزیده و بر آن اساس مؤلفه‌های ویژه‌ی هویتی و اجتماعی خود را تداوم بخشیده است. تداوم کارکردهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بازار تهران در جامعه‌ی شهری تهران در دوره‌ی قاجار و پهلوی حکایت از توانایی‌های این پدیده در بازسازی و ایجاد دگرگونی‌های مؤثر در کارکردها و وظایف خود و در انطباق با ضرورت‌های شهرنشینی نوین دارد.^۶

همچنان که شهر دارای شهرک و شهر اختصاصی است بازار نیز دارای بازارچه و بازار فرعی است که دوری بازار اصلی را جبران می‌کند. نیاز بازارهای فرعی و بازارچه‌ها را بیش و کم بازار اصلی تأمین می‌کند. در این کتاب به دو بازار مهم پیرامونی بازار تهران بازار تجریش و بازار حضرت عبدالعظیم (ع) در بخش‌های مستقل پرداخته شده است. پژوهش در این بازارها بخشی از طرح بازار تهران بوده که پس از بررسی بازار بزرگ تهران به آن پرداخته شده است. این دو بازار در گذشته با فاصله‌ی زیادی از شهر تهران و بازار بزرگ آن قرار داشته و از گستردگی و اهمیت امروزی نیز برخوردار نبودند و عنوان بازارهای محلی داشتند، اما پیوستگی‌های اقتصادی و اجتماعی بین آن‌ها و بازار بزرگ تهران برقرار بوده و هست. در کتاب حاضر هر یک از بازارها بر اساس الگویی مشابه مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته‌اند.

این کتاب نخستین اثر از مجموعه بازارهای سنتی ایران^۷ است که تهیه و تدوین آن توسط بنیاد ایران‌شناسی و زیر نظر دکتر حسن حبیبی، رئیس بنیاد انجام شده است. پژوهش و تألیف درباره‌ی بازار بزرگ تهران و بازارها و بازارچه‌های پیرامونی آن به عنوان یکی از بازارهای ایران به همت و تلاش گروهی از پژوهشگران بنیاد ایران‌شناسی در سال ۱۳۸۴ آغاز گردیده است. تیم تشکیل دهنده‌ی این پژوهش شامل دوازده نفر بوده که در چند بخش به صورت همزمان فعالیت داشته‌اند که عبارتند از: مطالعات میدانی و مردم‌شناسی، تاریخ شفاهی، طراحی و ترسیم نقشه، مطالعات کتابخانه‌ای و آرشیوی و عکس برداری.

چاپ اول کتاب بازار بزرگ تهران در ۳۶۶ صفحه به صورت رنگی، در قطع رحلی به عنوان پژوهش گروهی بنیاد ایران‌شناسی به مدیریت دکتر شهرام یوسفی فر و با طرح، مقدمه، بررسی و تدوین نهایی دکتر حسن حبیبی ریاست بنیاد ایران‌شناسی در هزار نسخه در سال ۱۳۸۹ به چاپ رسیده است.

در این کتاب به بررسی و مطالعه سه رکن اصلی بازار بزرگ تهران (وجه کالبدی، سازمان اقتصادی و سازمان نیروی انسانی) و بازارها و بازارچه‌های پیرامونی آن در سه نقطه‌ی جغرافیایی پرداخته شده است:

بازار بزرگ تهران به عنوان هسته‌ی مرکزی و تاریخی شهر تهران، بازار تجریش هم در مرکزیت محله قدیمی تجریش مرکز تاریخی شهرستان شمیران و بازار حضرت عبدالعظیم نیز بخشی از بافت قدیمی شهری.

قلمرو هر یک از بازارهای یاد شده به شرح زیر است:

محدوده کنونی بازار بزرگ تهران، در منطقه ۱۲ شهرداری شهر تهران بزرگ در حد فاصل خیابان ۱۵ خرداد (شمال)، خیابان خیام (غرب)، خیابان مولوی (جنوب) و خیابان سید مصطفی خمینی (شرق).

بازارهای ایران، به دلایل خاصی دارای انسجام و نظام و از عناصر اساسی بافت شهری به شمار می‌آیند، بررسی چگونگی شکل‌گیری آن‌ها و نیز سازمان یافتنشان در گستره‌ی کهن شهری نکات عمده‌ای را روشن می‌کند. بدون آگاهی از این نکته‌ها چگونگی شکل‌گیری شهرها، چگونگی اداره آن‌ها، نظام اقتصادی، تجاری و بخشی از مسائل ارتباطی و اطلاعاتی و فرهنگی و اجتماعی و مذهبی و سیاسی و تاریخی و عادات و آداب و رسوم و حتی برخی از عقاید اسطوره‌ای و فرهنگ عامه را نمی‌توان دریافت. در نتیجه بررسی پیشینه و وضعیت کنونی بازارهای ایران به منزله‌ی آشنایی با مسائلی است که به نحوی از انحاء و تقریباً به طور کامل در بافت شهری و در مواردی در کل جامعه با آن روبرو هستیم و در واقع بازار بخش از پایدار اجتماعی تام یا جامع را گزارش می‌کند و از آن جایی که محیط آن تا حدودی قابل تحدید و بازشناسی جغرافیایی و تاریخی و جامعه‌شناختی است آگاهی از مسائل آن به آشنایی بیشتر با نظام جامعه شهری منجر می‌شود.

بازار بزرگ تهران از جمله بازارهای مهم ایران می‌باشد که در دو سده‌ی اخیر نقش زیادی در تحولات سیاسی - اجتماعی جامعه‌ی ایران به خصوص از دوره‌ی مشروطه به بعد داشته است. این بازار که امروزه مساحتی حدود ۱۰۵ هکتار را در برمی‌گیرد، به مانند دیگر بازارهای شهری ایران براساس الگوی کهن بازارهای شرقی مرکز تجمع مراکز اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اصلی شهر بود. بررسی سیر تاریخی گسترش کالبدی شهر تهران نشان می‌دهد از زمانی که بخش کوچکی از مجموعه‌ی بازار کنونی هسته‌ی اصلی آبادی و شهر بعدی تهران را تشکیل می‌داد تا به امروز، رشد کالبدی و بافت شهری تهران بر محور استخوان بندی بازار شکل گرفته است. با توجه به این نیاز اجتماعی و فرهنگی، بنیاد ایران‌شناسی در طرحی مفصل از چند سال قبل به پژوهش در این موضوع پرداخته که بخشی از ماحصل آن کتاب حاضر می‌باشد.

در پیش‌گفتار کتاب بازار دکتر سید حسن شهرستانی معاونت پژوهشی بنیاد درباره‌ی اهمیت موضوع بازار تهران چنین نوشته است: «با آن که بازار تهران از گذشته‌ی دور تا کنون حجم گسترده‌ای از مناسبات اقتصادی شهر تهران و حتی دیگر بازارهای شهری کشور را ساماندهی و مدیریت کرده است، همچنان به عنوان موضوعی کمتر شناخته شده به شمار می‌رود و بحث پیرامون آن از حد طرح کلیات موضوع فراتر نرفته است؛ در حالی که مناسبات بازار بزرگ تهران در دوره‌ی معاصر و به ویژه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، تحولات عمیق و گسترده‌ای را از سر گذراند و تصویر تاریخی بازار به عنوان فضایی که مناسبات پیشه‌وری و تجاری در آن تمرکز دارد، دگرگونی‌هایی را پذیرفت.

کمبود اسناد و مدارک لازم برای بازشناسی نقش و کارکرد بازار تهران در زندگی شهری از یک سو و تغییرات شتابان در این بازار توأم با انقطاع نسلی در میان بازاریان کهنسال و جدید در مناسبات اجتماعی از سوی دیگر، گردآوری و ضبط فوری و عاجل تاریخ اجتماعی و اقتصادی بازار را طلب می‌کند»^۸

امروزه با تردد روزانه حدود ۴۰۰ هزار نفر در مهم‌ترین مرکز تجاری این کلان شهر، بازار بزرگ تهران را به بزرگ‌ترین کانون جذب جمعیت در مرکز شهر تبدیل کرده است. بنابراین علی‌رغم تحولات گسترده و وسیعی

بازار در جوامع شرقی دارای نقش‌های متعددی است. تعدد نقش‌ها و ابعاد، موضوعات متعددی برای محققان معماری، مردم‌شناسی، اقتصادی، جامعه‌شناسی، تاریخ و سیاست فراهم کرده که یا مستقیماً به تحلیل بازار پرداخته یا از آن به عنوان مکمل مطالعه‌ی خود بر جوامع خاورمیانه‌ای بهره برده‌اند

را پیموده است. این مجموعه‌ی تجاری - کالبدی امروزه ۴۱ درصد از کل واحدهای بازار را که در سه سطح شهری، فراشهری و ملی فعالیت می‌کنند، در بر می‌گیرد.^{۱۱} در فصل دوم این بخش تقسیم‌بندی عناصر اصلی اقتصادی - کالبدی بازار بزرگ تهران و تشریح ریخت و توصیف وضعیت اجزاء آن چون راسته‌های اصلی و فرعی، کاروانسراها و سراها، تیمچه‌ها، قیصریه، پاساژها، دالان‌ها، کوچه‌ها، انبارهای کالا تا کوچکترین اجزاء این کالبد، حجره و دکان صورت گرفته است. هر یک از این عناصر در شش بند شامل تعریف، کارکرد، ویژگی‌ها، ریخت، معماری و در بند ششم نقش هر یک از این عناصر در بازار بزرگ تهران بررسی شده است. در این راستا به معرفی و توصیف مکان‌های غیرتجاری در کالبد بازار نیز توجه شده است. همچنین برای توضیح هر یک از این عناصر تصویری نیز گنجانده شده است.

بخش دوم کتاب با عنوان **سازمان اقتصادی و اجتماعی و نیروی انسانی بازار بزرگ تهران** به موضوع استمرار نظام اقتصادی و اجتماعی کهن بازار در روزگار کنونی اختصاص دارد. بازار بزرگ تهران به عنوان بخشی مهم در ساختار اقتصاد شهری و ملی ایران داری ماهیتی دوگانه در ساختار اقتصادی خود است: از یکسو عملکرد بازار بزرگ تهران همچنان بر اساس سازمان اقتصاد سنتی و گروه‌های شغلی و حرفه‌ای تعریف شده در آن است و از سوی دیگر خواه ناخواه مناسبات نوین را درون سازمان اقتصادی خود پذیرا شده است.^{۱۲}

فصل اول بخش دوم به بیان ویژگی‌های سازمان اقتصادی بازار بزرگ تهران پرداخته شده است. موضوع بهره‌های این فصل جایگاه اقتصادی بازار در شهر، بخش‌های اقتصادی (دولتی، عمومی و خصوصی) فعال در بازار، الگوهای توزیع در بازار، شعاع عملکردی بازار در سطح شهر، فعالیت‌های اصلی بازار، عملیات پولی و نهادهای مالی در بازار، حجم معاملات در بازار، الگوی قیمت گذاری در بازار، سازمان اقتصادی بازار بین حال و آینده به تشریح هر یک پرداخته شده است.

فصل دوم با عنوان عناوین و گروه‌بندی اصلی فعالیت‌های بازار بزرگ تهران به چند فصل، بهره و بند تقسیم شده است. بهره‌های این فصل شامل گروه‌های فعال در نظام توزیع و داد و ستد بازار و نوع فعالیت‌های آنان چون تاجر/تجارت، عمده فروشان/ عمده فروشی، بنکدار/ بنکداری و خرده فروشی‌ها/ خرده فروشی در درون بازار و ارتباطات آن‌ها با شبکه‌های توزیع کالا در خارج از کالبد بازار یا سطح شهر، گروه‌های واسطه‌ای در نظام توزیع بازار شامل دلال/ دلالی، حق العمل کار/ حق العمل کاری، بنکدار/

قلمرو دو بازار تجریش و حضرت عبدالعظیم بسیار محدودتر از قلمرو بازار بزرگ تهران است. بازار تجریش شامل راسته‌ای اصلی است که در حد فاصل حرم امامزاده صالح به سوی خیابان شریعتی و میدان قدس گسترده شده است. بازار حضرت عبدالعظیم نیز با یک راسته از محدوده حرم مطهر آغاز و تا خیابان آستانه تداوم می‌یابد.^{۱۳}

کتاب بازار در هشت بخش و هر بخش به چند فصل و هر فصل بنا به اقتضاء موضوع به چند بهره و بند تقسیم شده است. شرح هر یک از بخش‌ها، فصل‌ها و اجزاء آن‌ها به شرح زیر می‌باشد.

دو مبحث آغازین کتاب که حکم **کلید کتاب** را دارد به بیان هدف، موضوع و قلمرو و روش تحقیق و شیوه‌ی گردآوری اطلاعات و چگونگی تدوین کتاب پرداخته شده و بازار به عنوان یک تاسیس اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفته است. همچنین بازار در عرصه‌ی مطالعات ایران‌شناسی، ساختار، عملکرد و ویژگی‌های بازار در ایران بررسی شده است.

بخش اول کتاب تحت عنوان **کالبدهای اصلی و فرعی بازار تهران و عناصر آن** است. این کتاب به عنوان نخستین رویکرد به مسأله‌ی بازار بیشترین تلاش خود را به بررسی و پژوهش ریخت بازار و در واقع ریخت‌شناسی آن معطوف کرده است.

بازارهای ایران از شماری عناصر معماری و کالبدی تشکیل شده‌اند که هر یک از آن عناصر در جریان شکل‌گیری بازارهای مزبور بر پا گشته است. این عناصر کالبدی معمولاً از گرایش‌های شهرسازی و معماری و فرهنگ دوران خود متأثرند. کالبد بازار شهر از اجزای گوناگونی تشکیل می‌شود که کاربری‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی دارند.^{۱۴} در واقع کالبد بازار سازمان اقتصادی، اجتماعی و نیروی انسانی را در خود جای داده و به شکل و شمایی در آورده که کالبد خواستار آن است.

در فصل اول این بخش به موضوع ساختار و ویژگی‌های عناصر کالبدی بازار بزرگ تهران پرداخته شده است. این فصل به بررسی نقش و عملکرد عناصر اقتصادی موجود در کالبد بازار بر اساس ویژگی‌های اقتصادی و کالبدی بازار تهران به عنوان یکی از بازارهای نمونه در ایران می‌پردازد.^{۱۵} این فصل به دو بهره تقسیم می‌شود. بهره‌ی اول روند شکل‌گیری ساختار کالبدی و عناصر اقتصادی بازار بزرگ تهران و در بهره‌ی دوم به ویژگی‌های ساختار کالبدی و فضایی بازار بزرگ تهران اشاره شده است. بررسی وجه کالبدی بازار بزرگ تهران حکایت از آن دارد که مجموعه‌ی بازار بر اساس الگوی خطی روند رشد و تکامل کالبدی خود

ضعف پیشینه پژوهشی و کمبود اسناد و مدارک مورد نیاز سبب گردیده است که فشار بیشتر بر حوزه مطالعات و داده‌های شفاهی و ثبت‌نشده‌ای که باید از فضای بازارهای مزبور تهران گردآوری و مورد ارزیابی قرار می‌گرفت، وارد شود

بازار بزرگ

مقاطع قبل و بعد از پیروزی انقلاب وضعیت دیروز و امروز پیشه‌ها و حرف در بازار تهران به پیشینه‌ی صنف و اصناف در ایران و بازار تهران پرداخته شده و ضمن بررسی تحولات نظام صنفی در ایران و بازار تهران وضعیت کنونی نظام مشاغل و حرف در بازار تهران بررسی شده است. در این فصل علاوه بر بررسی وضعیت دیروز و امروز مشاغل موجود در بازار بزرگ تهران، وضعیت اصناف و ساختار و عملکرد و تحولات دوره معاصر آن در بازار تهران تشریح می‌گردد.

فصل دوم با عنوان دیروز و امروز اصناف در بازار بزرگ تهران به بررسی پیشینه‌ی و عملکرد اصناف در بازار بزرگ تهران، گروه بندی فعالیت‌ها و وضعیت کنونی اصناف در بازار بزرگ تهران با استفاده از جدول پرداخته شده است.

بخش چهارم کتاب تکنگرایی‌هایی است که در سه فصل، هر کدام به موضوعی خاص از زندگی بازار بزرگ تهران اختصاص یافته است. در فصل اول چهل مکان تجاری - تاریخی که در راسته‌ی اصلی بازار بزرگ تهران واقع شده به صورت مختصر بررسی شده‌اند. راسته‌ی اصلی بازار

بنکداری، گروه‌های صراف / صرافی، بانک / بانکداری، صندوق‌های قرض الحسنه و گروه‌های حاشیه‌ای در سازمان اقتصادی بازار شامل پیشه‌ور / پیشه‌وری، شاگرد / شاگردی، انباردار / انبارداری، باربر / باربری، تسمه کشی / عدل بندی، دست فروش / دست فروشی، همچنین به الگوی توزیع اصناف، سازمان آن، سلسله مراتب توزیع‌کنندگان کلی و جزئی در بازار تهران و برخی مفصل‌های فرعی آن چون دلالان و غیره اختصاص یافته است.

بخش سوم به موضوع نظام صنفی بازار بزرگ تهران اختصاص یافته است. رشد مناسبات اقتصادی و اجتماعی جوامع بشری و ضرورت‌های ناشی از آن دست اندرکاران هر یک از رشته‌های شغلی را در سازمان اقتصادی - اجتماعی مشخصی تحت عنوان صنوف گردهم آورده و انسجام بخشیده است.^{۱۳}

مطالب این بخش در سه فصل ساماندهی شده است: فصل اول نظام صنفی کهن و جدید ایران بررسی شده و ضمن ارائه‌ی تعریفی از صنف، مروری بر ادوار حضور اصناف در تاریخ ایران، روابط دولت و اصناف در



حاجب الدوله به عنوان فضاهای نوین تجاری در تداوم مفصل راسته بازار از چهار سوق بزرگ به آن سو احداث شدند. در پایان فصل جانمایی هر یک از این اماکن بازار تهران با ذکر نام هر یک در نقشه‌های تاریخی شهر تهران، شامل نقشه‌ی دارالخلافه‌ی تهران ترسیم موسیو کرشیش ۱۲۷۵ق و نقشه‌ی دارالخلافه‌ی تهران، ترسیم عبدالغفار نجم الدوله، ۱۳۰۹ق، همچنین نقشه‌ی ترسیم شده در گروه بازار بنیاد آمده است.

همچنین برای آشنایی بیشتر خوانندگان و پژوهشگران حوزه‌ی بازار با کالبد فرسوده‌ی بازار تهران در این فصل تصاویری منتخب از بخش‌های مختلف هر یک از سراها که نشان دهنده‌ی ساختار کالبدی این اماکن است، ارائه شده است.

در فصل دوم به وضعیت دیروز و امروز پنج صنف از اصناف قدیمی در حال زوال و فعال در بازار تهران پرداخته شده است، تا زمینه‌ای روشمند و ضروری برای فعالیت گسترده‌تر در مورد این مقوله در بازار تهران و دیگر بازارها به دست دهد. هدف این فصل نشان دادن تحول ساختاری و کارکردی چند صنف مهم در بازار بزرگ تهران است. اصناف منتخب شامل دو دسته متفاوت می‌باشند:

الف - صنف‌هایی که در گذشته از جایگاه و موقعیت مطرح و ارزشمندی نسبت به دیگر اصناف بازار بزرگ تهران برخوردار بوده‌اند. صنف‌هایی که توانمندی‌های اقتصادی و از حضور تجار صاحب نام و با نفوذ بهره می‌بردند و نسبت به دیگر صنف‌های ضعیف‌تر نقشی پررنگ ایفا می‌کردند. صنف‌های طلاسازی و طلافروش، فرش فروش و صنف قماش از جمله این گونه صنف‌ها می‌باشند که در شرایط کنونی نیز در تداوم حضور پررنگ تاریخی خود از توانمندی‌ها و جایگاه موثری در مناسبات اقتصادی - اجتماعی بازار بزرگ تهران برخوردارند.

ب - گروه دیگر صنف‌هایی که در گذشته در بازار تهران از جایگاه اقتصادی - اجتماعی و حتی سیاسی و فرهنگی درخوری برخوردار بوده‌اند، اما امروزه بنا به دگرگونی‌های اجتماعی که در جامعه‌ی ایران روی داده است، به تدریج نقشی پیدا کرده و به آرامی در حال خاموش شدن می‌باشند. صنف‌هایی چون آهنگری و مسگری از این نمونه صنف‌های موجود در بازار تهران به شمار می‌روند که مطالعه وضعیت دیروز و امروز این صنف‌ها، مطالعه‌ای موردی درباره وضعیت صنف‌های سنتی ناموفق در روزگار جدید است. این اصناف از گذشته‌ی باشکوه و پراهمیت‌شان گذر کرده و در حال زوال می‌باشند. دو صنف مسگر و آهنگر که از گذشته با شکوه و با اهمیتی در بازارهای ایران و تهران برخوردار بودند، امروزه به سختی قادر به مقاومت در برابر شرایط سخت بوده و نمی‌توانند از تعطیلی چند واحد باقیمانده مربوط به این اصناف در بازار تهران ممانعت به عمل آورند. مطالعه‌ی وضعیت این اصناف نشان می‌دهد امروزه موجودیت برخی از این اصناف با خطر جدی روبرو شده و برخی دیگر روش ماندگاری در دوران جدید را فرا گرفته و به حضور خود در بازار تداوم بخشیده‌اند.^{۱۵}

فصل سوم با عنوان بازارچه‌ها و گذرهای شهر و بازار بزرگ تهران گزارشی توصیفی از وضعیت دیروز و امروز بازارچه‌ها و گذرهای قدیمی و کنونی شهر و بازار بزرگ تهران ارائه شده است. در این فصل ویژگی‌های کلی و عمومی بازارچه‌های شهری در تهران و کارکردهای پیشین و کنونی آن‌ها در بازار بزرگ و شهر تهران بررسی شده است. تحلیل این مباحث زمینه‌ای



بزرگ تهران نقش محور فرهنگی - تاریخی را برای بازار و شهر تهران ایفا می‌کند از این رو مکان‌های مورد بررسی در این فصل از هویت تاریخی، فرهنگی و اقتصادی مطرحی در فضای کالبدی بازار تهران برخوردارند.^{۱۴}

وصف چهل مکان تجاری - تاریخی در قالب چهل بهره، با هدف معرفی بخشی از ارزشمندترین عناصر کالبدی بازار تهران که بیشترین دگرگونی‌ها و تحولات را به خود دیده و تغییرات رخ داده در آن‌ها را که بازتابی از تحولات اقتصادی، اجتماعی، مذهبی، فرهنگی و حقوقی در بازار تهران به شمار می‌رود، مد نظر قرار داده است. با عنایت به این که سراهای مورد بررسی از تنوع و پراکندگی زیادی برخوردارند می‌توان ویژگی و شاخص‌های آن‌ها را به مانند وجوه غالب این عناصر کالبدی در بازار تهران به شمار آورد. در بررسی هر یک از سراهای مورد نظر شش بند قرار داده شده که عبارتند از: وجه تسمیه، موقعیت جغرافیایی، توصیف بنا، مشاغل، تجار و مالکیت.

در حال حاضر در بازار تهران بیش از دویست سرا وجود دارد که ترکیبی از سراهای کهن و سراهای نوین (در شکل پاساژ) می‌باشند. کهن‌ترین و مهم‌ترین سراهای بازار تهران از نقطه‌ی آغاز راسته بازار تهران، دروازه حضرت شاه عبدالعظیم معروف به بازار حضرتی، تا منطقه‌ی چهارسوق بزرگ بازار، استقرار یافته‌اند. در این منطقه که بافت تاریخی - فرهنگی راسته بازار تهران را تا دوره ناصرالدین شاه تشکیل می‌دهد بیش از چهل سرا وجود دارد که بدون تردید بنا به قدمت و اهمیت جزء اولین اماکن بازار بزرگ تهران به شمار می‌روند. در مرحله سوم رشد و گسترش بازار تهران، دوره ناصرالدین شاه، اماکن مهمی مانند سرای امیر و تیمچه‌ی

هر پهنه شامل جداول و نمودارهای مربوط به پراکندگی مشاغل و کاربری اماکن طبقات بازار بزرگ تهران به صورت مجزا و نقشه‌ی طبقه‌ی همکف بازار بزرگ تهران در قالب ۵۷ پهنه (بلوک) ارائه شده است. در کنار هر یک از نقشه‌های مربوط به بلوک‌های بازار تهران جداول مختلفی که نشان دهنده نوع مشاغل و حرف موجود در بلوک مزبور و نیز درصد فراوانی و جدول ۲۳ گروه شغلی به تفکیک طبقات آمده است. نمودارهای دایره‌ای هر پهنه داده‌های جداول را به تفکیک کاربری‌های شغلی ارائه می‌دهد. گفتنی است اطلاعات و داده‌های مربوط به مشاغل این فصل بر اساس مطالعات میدانی بازار در سال ۱۳۸۵ تنظیم شده است.

بخش ششم با عنوان **بازار تجریش** یکی از بازارهای فرعی بازار بزرگ تهران با استفاده از الگوی بازار بزرگ تهران مورد مطالعه و تحقیق قرار گرفته است.

این بازار در گذشته از یک سو کارکردهای مستقلی را به عنوان بازارچه خاص نواحی کوهستانی در منطقه شمیرانات دارا بوده و از سوی دیگر تحت نفوذ اقتصادی بازار بزرگ تهران قرار داشته است. بخشی از بازاریان بازار تجریش کسب و کار خود را در فصل زمستان به بازار بزرگ تهران منتقل می‌کردند و در دیگر ایام سال نیز بخشی از اقلام و کالاهای مورد نیاز خود را از بازار بزرگ تهران تأمین می‌کردند.

امروزه بازار تجریش با مجموعه‌های الحاقی به آن به عنوان یکی از قطب‌های تجاری منطقه شمیران و به طور کلی شمال تهران به شمار می‌رود. افزون بر این گستردگی میدان تجریش (گوگل) و ارتباط آن با بافت بازار و پیرامون آن، در کنار عنصر مذهبی امامزاده صالح (ع) فضایی با عناصر مرتبط تشکیل داده که ضرورت تحقیق در آن را دو چندان کرده‌اند. در این پژوهش بازار تجریش و عناصر شکل دهنده‌ی آن در ارتباط با دیگر عناصر اصلی مانند مجموعه‌ی امامزاده، پایانه‌ی اتوبوس رانی، میدان تجریش مد نظر قرار داشته است. این بخش در قالب کلیات و پنج فصل موقعیت شمیران و تجریش، کالبد اصلی و فرعی بازار و عناصر مختلف آن، سازمان اقتصادی، اجتماعی و نیروی انسانی بازار، نظام صنفی، کارکردهای بازار تنظیم شده است. در انتها نیز نقشه‌ی ترسیمی بازار تجریش و عناصر کالبدی آن به تفکیک ارائه شده است.

بخش هفتم کتاب با عنوان **بازار حضرت عبدالعظیم (ع)** یکی دیگر از بازارهای پیرامونی بازار بزرگ تهران که با استفاده از الگوی بازار تجریش مورد بررسی و تحقیق قرار گرفته است. بازار قدیم شهرری (بازار عبدالعظیم کنونی) که جزئی از مجموعه‌ی زیارتگاهی حضرت عبدالعظیم

برای مطالعات گسترده تر در مورد کارکرد و تغییرات روی داده در این خصوص در آینده است. این فصل به دو بهره‌ی بازارچه‌ها و گذرها تقسیم شده که هر یک از چند بند شامل تعریف، ریخت، کارکردها، خصوصیات مشترک، بازارچه‌ها و گذرهای تهران، اسامی و موقعیت هر یک و وضعیت کنونی آن تشکیل شده است. همچنین تصاویری از بازارچه‌های فعال قدیمی شهر و بازار تهران ارائه شده است. در انتهای فصل جانمایی بازارچه‌های قدیمی شهر و بازار تهران با ذکر نام هر یک در نقشه‌های تاریخی شهر تهران، شامل نقشه‌ی دارالخلافه‌ی تهران ترسیم موسیو کرشیش ۱۲۷۵ق و نقشه‌ی دارالخلافه‌ی تهران، ترسیم عبدالغفار نجم الدوله، ۱۳۰۹ق، همچنین نقشه‌ی ترسیم شده در گروه بازار بنیاد آمده است.

نقشه‌های پهنه‌بندی مشاغل بازار بزرگ تهران در بخش پنجم کتاب آمده است. این بخش به دو فصل تقسیم شده است.

فصل اول حکم مقدمه‌ی بخش را دارد. در این فصل به اهمیت آمارنامه‌ها و مشخصات دقیق انواع پیشه‌ها و مشاغل و چگونگی پراکندگی و مکان‌گزینی آن‌ها در درون فضای بازار اشاره شده است. در واقع مطالعه‌ی پراکندگی مشاغل در منطقه‌ی بازار و کاربری اماکن به عنوان پژوهشی بنیادی زمینه‌ی مطالعاتی بعدی در مورد بازار تهران خواهد بود.^{۱۶} همچنین در این فصل به بررسی مباحث روشی و نظری در تهیه‌ی نقشه‌های پراکندگی مشاغل و اماکن بازار تهران پرداخته شده است. ذکر چگونگی ترسیم نقشه‌ی بازار تهران و بارگذاری داده‌ها و اطلاعات مربوط به مشاغل و اماکن امکان استخراج نقشه‌های موضوعی متنوعی را فراهم آورد که پردازش و تحلیل این نقشه‌ها چارچوب نظری فصل دوم را فراهم آورده است.

عنوان فصل دوم نقشه‌های پهنه بندی و جداول مشاغل می‌باشد. در ابتدای فصل نقشه‌ی پهنه بندی بازار بزرگ تهران در مقیاس ۱/۳۰۰۰ آمده است. در این نقشه محدودی هر پهنه به رنگ سفید از سایر پهنه‌ها تفکیک شده است. همچنین کروکی عناصر کالبدی مانند سرا و یا پاساژ همراه با شبکه‌ی دسترسی‌های اصلی و فرعی، استخوان بندی و بافت کالبدی بازار را نمایش می‌دهد. در این نقشه علائم اماکن عمومی مانند مسجد و بانک مطابق راهنمای نقشه علائم گذاری شده است. نکته‌ی حائز اهمیت این که در ابتدای فصل جدول علائم نقشه ارائه شده تا به راحتی کاربری‌های اماکن، مفصل بندی هر بلوک، دسترسی‌های مهم و جزئی در آن منطقه را پیش روی خوانندگان قرار دهد. در ادامه اطلاعات

لزوم دستیابی به منابع تاریخی در بیان مسائل بازار و بیان جامع‌تری از ابعاد مختلف بازار موجب شد علاوه بر مطالعات میدانی در تألیف این کتاب از روش کتابخانه‌ای به عنوان پایه‌ی مطالعات بازار استفاده شود

بازار بزرگ

به شمار می رود سال‌های متمادی به عنوان یک بازارچه جنبه‌ی کاملا محدود و زیارتی داشته است. این بازار امروزه کارکرد بازاری شهری را پیدا کرده است. این بازار که در دوره‌ی قاجار و پس از انتخاب تهران به عنوان پایتختی پذیرای تعدادی از تجار تهران شد، با سرمایه‌گذاری‌های تجاری و احداث عناصر کالبدی در بازارچه و موسسات اقتصادی و خدماتی وابسته اهمیت بیشتری پیدا کرد. این بازار از طریق یکی از مسیرهای ارتباطی شهر تهران و از طریق دروازه‌ی حضرت عبدالعظیم به مدخل اصلی بازار تهران متصل گردید.^۷

این بخش در پنج فصل تنظیم شده است. فصل اول موقعیت تاریخی شهرستان ری و شهرری، فصل دوم کالدهای اصلی و فرعی بازار و عناصر مختلف آن، که در ابتدا ویژگی‌های کلی بازار ری به عنوان مقدمه و سپس عناصری چون مغازه، حجره، کاروانسرا، چهارسوق، کارگاه، انبار، پاساژ و دیگر مراکز خرید به عنوان عناصر اقتصادی و خدماتی بازار و در بهره‌ای دیگر عناصری چون حمام، قهوه‌خانه، سقاخانه و نیز امامزاده حضرت عبدالعظیم و مدرسه‌ی برهان عتیق به عنوان عناصر خدماتی، اجتماعی و فرهنگی بازار بررسی شده، فصل سوم با عنوان سازمان اقتصادی، اجتماعی و نیروی انسانی بازار شهرری، فصل چهارم نظام صنفی و در فصل پنجم کارکردهای گوناگون بازار ری تحت سه بهره‌ی کارکردهای اقتصادی، ارتباطی و فرهنگی - اجتماعی بررسی شده است. در انتها نیز نقشه‌ی ترسیم‌ی بازار حضرت عبدالعظیم و جانمایی اماکن و مشاغل در بازار شهرری بر اساس تصاویر هوایی و کروکی برداری بازار در سال ۱۳۸۸ ارائه شده است.

بخش هشتم کتاب با عنوان پیوست‌ها، در قالب چهار فصل مجموعه‌ای از اطلاعات و آگاهی‌های مهم در مورد عناصر کالبدی و نیروی انسانی گذشته و امروز بازار تهران و غیره ساماندهی و ارائه شده است. در فصل اول فهرست‌های چندگانه‌ای در پنج بهره گردآوری شده که عبارتند از: بهره‌ی اول اسامی دیروز و امروز کاروانسراها و سراها در بازار تهران. این بهره در قالب هشت بند فهرست اسامی کاروانسراها و سراها و تیمچه‌های واقع در محله قدیم بازار تهران فهرست اسامی کنونی سراها و تیمچه‌های بازار تهران ارائه شده است. اطلاعات هر بند بر اساس گزارش سرشماری و آمارنامه‌هایی تنظیم شده که در چند نوبت از شهر و بازار بزرگ تهران گردآوری شده‌اند. آخرین بند این بهره حاوی اطلاعات میدانی مربوط به اماکن تجاری بازار تهران می‌باشد که در سال ۱۳۸۷ توسط بنیاد ایران‌شناسی گردآوری شده است.

بهره‌ی دوم با عنوان مشخصات کاروانسراها و سراهای وقفی بازار تهران، اسامی کاروانسراهای وقفی و موقوفات و واقفان آن‌ها در قالب جدول نشان داده شده است. بهره‌ی سوم اسامی دیروز و امروز مشاغل و حرف و اصناف در شهر و بازار بزرگ تهران به صورت آماری آمده است. بهره‌ی چهارم نام و نشان مساجد، امامزاده‌ها، تکیه‌ها و مدرسه‌ها در بازار بزرگ تهران ذکر شده و در بهره‌ی پنجم فهرست اماکن عمومی و خدماتی در بازار بزرگ تهران ارائه شده است.

فصل دوم بخش هشتم، اسناد می‌باشد که در سه بهره تنظیم شده است. بهره‌ی اول رونوشت تعدادی از اسناد بازار تهران، در بهره‌ی دوم رونوشتی از موقوفات بازار تجریش و در بهره‌ی سوم رونوشت موقوفات بازار حضرت عبدالعظیم، و در انتهای هر بهره چند سند اصیل ارائه شده است. در فصل سوم گاه‌شمار برخی از حوادث و وقایع و برخی اعلانات مهم بازار بزرگ تهران آمده است. آنچه در این فصل به آن‌ها اشاره شده شامل نمونه‌ای از رخدادهایی بازار و جریان‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در جامعه بازار را در ادوار مختلف حیات آن بازتاب می‌دهد. شرح وقایع منحصر به ذکر عنوان رخداد و موضوع کلی آن به همراه ذکر تاریخ و مآخذ رخداد است.

در فصل چهارم به برخی مقررات و قوانین مربوط به بازرگانی در ایران اشاره شده است. از آنجا که ساز و کار بازاریان در گذشته بر اساس یک ساختار حقوقی مبتنی بر منابع شرع استوار بوده و در کنار آن مقررات ویژه‌ی مجامع بازاری قواعد حقوقی بوده، لذا در جریان تعریف و استقرار نظام حقوقی نوین در ایران بخش مناسبات اقتصادی و به ویژه بازرگانی نیز مورد توجه بوده و قوانینی در این رابطه به تصویب رسیده است.^۸ بخشی از این قوانین که مربوط به فعالیت بازرگانان و بازاریان و حیطه‌ی فعالیت آنان می‌باشد، در این فصل برای آشنایی خوانندگان ذکر شده است. نمایه‌ی کتاب بازار که راهنمای پژوهشگران در دستیابی به اعلام می‌باشد در سه قسمت کلی اشخاص، اماکن و مشاغل تنظیم و در پایان فهرست کتاب‌شناسی تفصیلی منابع و مآخذ پژوهش تحت عناوین کتاب‌ها و مقالات، روزنامه‌ها و مصاحبه‌ها آمده است.

روش پژوهش

در این تحقیق از روش‌های کلی علوم به خصوص علوم اجتماعی، تاریخ و جغرافیا در حد امکان بهره برده شده است. در رأس همه‌ی این روش‌ها، روش مشاهده‌ی مستقیم و میدانی به کار گرفته و با استفاده از پرسش

بررسی پیشینه و وضعیت کنونی بازارهای ایران به منزله‌ی آشنایی با مسائلی است که به نحوی از انحاء و تقریباً به طور کامل در بافت شهری و در مواردی در کل جامعه با آن روبرو هستیم و درواقع بازار بخش از پایداری اجتماعی تام یا جامع را گزارش می‌کند



بنا به مقتضیات و ضرورت‌های هر یک از زمین‌ها و موضوعات مورد مطالعه استفاده شده است. بدون تردید وجود مشکلات و موانع شناخته شده و ناشناخته در طول این پژوهش باعث می‌گردد که در استفاده از روش‌ها و شیوه‌های تلفیقی و بین رشته‌ای بهره‌برداری شود تا ضمن حل و فصل مشکلات روبروی تحقیق، به نحو مطلوب ادامه مسیر پژوهش را امکان پذیر سازند. به طور کلی دو روش اصلی که در این مسیر مورد بهره‌برداری قرار گرفت به شرح زیر بوده است.

الف - روش مطالعه آرشیوی و کتابخانه‌ای: به عنوان اولین مرحله در امر شناسایی پژوهش و اسناد و مدارک قابل دسترسی در کشور همزمان با مطالعات آغازین در مورد موضوع شروع شد. در این مسیر اقدامات زیر به عمل آمد:

۱ - شناسایی و مطالعه و یادداشت برداری از منابع و مأخذ مکتوب (انتشار یافته و نیافته) موجود در کتابخانه‌های دانشگاهی و غیر دانشگاهی که مهم‌ترین این کتابخانه شامل کتابخانه ملی ایران، کتابخانه مجلس شورای اسلامی، کتابخانه مرکزی دانشگاه تهران، کتابخانه دانشکده حقوق و علوم سیاسی، کتابخانه پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، کتابخانه بنیاد ایران‌شناسی، کتابخانه دایره‌المعارف بزرگ اسلام و دانشنامه جهان اسلام، کتابخانه و مرکز اسناد سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، کتابخانه آستانه حضرت عبدالعظیم حسنی (ع)، سازمان اسناد و مدارک علمی ایران و دیگر مراکز نظیر بود. منابع و مأخذ موجود در این کتابخانه اعم از کتاب، پایان نامه‌های دانشجویی انتشار نیافته، گزارش‌های دانشجویی و اسناد و مدارک خطی، نقشه‌ها و دیگر مدارک مرتبط بود.

نامه‌ی عمومی و اختصاصی و پرسشگری از قشرهای مختلف بازار، موضوعات گوناگون بازار را بررسی و اطلاعات را جمع آوری و دسته بندی کرده‌اند. ماه‌ها حضور ممتد و مستمر در بازار و آشنایی با مسائل کلی بازار، نگاه عمیق به هر یک از اجزاء، بررسی تاسیسات عمومی و خصوصی، مطالعه‌ی کتیبه‌ها و سنگ نوشته‌ها و عکس برداری از هر یک از این عناصر، مصاحبه با معمرین و بزرگان موثر در حیات بازار و انتقال آن‌ها جهت استفاده در کتاب از ویژگی است که این اثر از آن برخوردار است. برای این منظور روش تحقیق کیفی بیشترین کارایی را به ویژه در عرصه‌ی جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه‌ها با بازاریان و مشاهده میدانی در بر داشته است. ضعف پیشینه پژوهشی و کمبود اسناد و مدارک مورد نیاز سبب می‌گردد که فشار بیشتر بر حوزه مطالعات و داده‌های شفاهی و ثبت نشده‌ای که باید از فضای بازارهای مزبور تهران گردآوری و مورد ارزیابی قرار می‌گرفت، نهاده شود. در این حالت نیز محافظه کاری شدید نهادهای دست اندرکار امور بازار بزرگ و فعالان آن از دسترسی سریع و گسترده به اطلاعات مورد نیاز این پژوهش ممانعت می‌کرد. به طور کلی صرف نظر از روحیات و خلیقات اهل بازار که به سختی اطلاعات مهم را در اختیار محققان قرار می‌دهند ویژگی‌های فضای بازار نیز در تضعیف روند اخذ اطلاعات از منابع درون بازار را با محدودیت مواجه می‌کند. به هر حال بازار به عنوان یک مجموعه اقتصادی موظف به حفظ و نگاهداری از اطلاعات ارزشمند اقتصادی در مورد امکان و کسب و کار و گاه برخی موضوعات مربوط به اوضاع و شرایط اجتماعی و سیاسی و فرهنگی و حتی دینی است که گفتگو در مورد آن محورها خوشایند بازاریان واقع نمی‌شود. لازم است که نگاه به اسناد و مدارک مربوط به موضوعات گوناگون در موضوع بازار مورد بررسی مجدد قرار گیرند. ضعف پیشینه پژوهشی و کمبود اسناد و مدارک مورد نیاز سبب گردیده است که فشار بیشتر بر حوزه مطالعات و داده‌های شفاهی و ثبت نشده‌ای که باید از فضای بازارهای مزبور تهران گردآوری و مورد ارزیابی قرار می‌گرفت، وارد شود. در این حالت نیز محافظه کاری شدید نهادهای دست اندرکار امور بازار بزرگ و فعالان آن از دسترسی سریع و گسترده به اطلاعات مورد نیاز این پژوهش ممانعت کرده است. به طور کلی صرف نظر از روحیات و خلیقات اهل بازار که به سختی اطلاعات مهم را در اختیار محققان قرار می‌دهند ویژگی‌های فضای بازار نیز در تضعیف روند اخذ اطلاعات از منابع درون بازار را با محدودیت مواجه کرده است. به هر حال بازار به عنوان یک مجموعه اقتصادی موظف به حفظ و نگاهداری از اطلاعات ارزشمند اقتصادی در مورد امکان و کسب و کار و گاه برخی موضوعات مربوط به اوضاع و شرایط اجتماعی و سیاسی و فرهنگی و حتی دینی است که گفتگو در مورد آن محورها خوشایند بازاریان واقع نمی‌شود.

لزوم دستیابی به منابع تاریخی در بیان مسائل بازار و بیان جامع‌تری از ابعاد مختلف بازار موجب شد علاوه بر مطالعات میدانی در تألیف این کتاب از روش کتابخانه‌ای به عنوان پایه‌ی مطالعات بازار استفاده شود. همچنین در جای جای این اثر از مطالعات اسنادی به ویژه اسناد سازمان اسناد ملی، اسناد مجلس شورای اسلامی، اسناد سازمان اوقاف استان تهران و اسناد شخصی به کار گرفته شده است.

در این کتاب به صورت هم زمان از دو روش مطالعه میدانی و کتابخانه‌ای

نو بودن عرصه‌ی مطالعات در بازار بزرگ تهران و ضرورت تامل در روش‌های بررسی موضوعات مرتبط سرمشقی برای مطالعات مشابه محسوب می‌شوند

تاریخ شفاهی اماکن اقتصادی و تجاری بازاریان بازار تهران برای اولین بار در این کتاب در دستور کار قرار گرفته است که می‌تواند به مانند الگویی در مطالعات مشابه استفاده شود.

۲- برداشت میدانی از داده‌های مربوط به اماکن و عناصر کالبدی بازارهای تهران بر اساس روش کروی برداری از سطح بازارها و انتقال آن بر نقشه‌های پایه بر روی دستگاه رایانه بود. شرح فنی این مراحل در بخش‌های ذیربط به تفصیل آمده است. در خصوص اجرای این روش و دقت به کار برده شده در مراحل مختلف آن باید اشاره شود که کارشناسان کروی برداری و برداشت اطلاعات میدانی همه اماکن موجود در بازارها را مورد شناسایی قرار داده نوع کاربری هر مکان، تعداد طبقات آن، مشاغل موجود در آن، را مشخص و احصاء نمودند. دقت این برداشت تا اندازه‌ای است که مکان‌های مخروبه و متروکه و حتی مکان‌هایی که به دلیل قفل بودن امکان کسب اطلاعاتی از کاربری آن وجود نداشت، پس از مراجعات مکرر، به صورت دقیق مشخص گردیده است. این اطلاعات براساس مقیاس‌های مشخص شده صورت گرفت و بر روی نقشه پایه پیاده و باز ترسیم گردیده است.

لازم به ذکر است برداشت میدانی از بازارها محدود به ترسیم کروی‌های مربوط به مکان‌یابی و ویژگی‌های موقعیتی عناصر کالبدی بازار نشده و شامل مواردی چون عکس‌برداری از هر یک از عناصر مورد نظر، فیلم برداری نیز می‌گردید. مجموعه عکس‌ها و فیلم‌های تهیه شده از عناصر کالبدی و فضایی و سوژه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی درون بازار به عنوان یک نوع از اسناد ارزشمند مردم‌شناختی و تاریخی بازارهای تهران به شمار می‌رود.

پژوهش حاضر به دلایل عدیده با موانع و پیچیدگی‌های بسیاری روبرو بوده است. برخی از دشواری‌ها به این نکته باز می‌گردد که مطالعات مربوط به بازار تهران تاکنون در شکل کامل و جامع صورت نگرفته است و بیشتر مطالعات بر روی یک موضوع یا وجه پدیده بازار (مانند معماری یا مکان‌های واقع در بازار و نظایر اینها) متمرکز بوده است. در این کتاب چون به موضوع بازار به عنوان یک اجتماع نظر افکنده شده، لذا به ناگزیر همه جوانب و ابعاد این پدیده از معماری تا مناسبات اجتماعی و از اقتصاد تا نهادهای اجتماعی و دیگر موضوعات مرتبط مطالعه شده است.

ویژگی‌های کتاب

در این کتاب سعی شده است با پژوهشی جامع، بازار بزرگ تهران و

۲- بررسی مراکز اسنادی مهم که اسناد و مدارک در مورد موضوع پژوهش در اختیار داشتند که از جمله مهم‌ترین این مراکز می‌توان به این موارد اشاره کرد: سازمان اسناد ملی ایران، مرکز اسناد مجلس شورای اسلامی، مرکز اسناد سازمان میراث فرهنگی، مرکز اسناد وزارت امور خارجه، مرکز اسناد سازمان برنامه و بودجه (سابق)، مرکز اسناد سازمان آمار ایران، بخش اسناد مؤسسه مطالعات تاریخ معاصر ایران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، مرکز اسناد و آرشیو سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح کشور، نهاد ریاست جمهوری، سازمان اوقاف و امور خیریه، بایگانی شهرداری منطقه ۱۲ تهران؛ در این راستا در جریان مراجعات مکرر کارشناسان طرح به بازار تهران شماری اسناد و مدارک مربوط به وضعیت حقوقی و اقتصادی بازار و بازاریان که در نزد اشخاص نگهداری می‌گردید نیز شناسایی و پس از تهیه روگرفت، به آرشیو اسناد بنیاد انتقال یافته و مورد بهره‌برداری قرار گرفت. ب- مطالعات میدانی؛ که بیشترین اطلاعات و داده‌های مورد نیاز طرح حاضر بر اساس این روش به دست آمده است در دو بخش کلی سازماندهی و به انجام رسید: مصاحبه با فعالان و دست‌اندرکاران بخش‌های مختلف بازار و دیگر برداشت میدانی از اطلاعات مربوط به اماکن و عناصر کالبدی بازار تهران و بازارهای تجریش و حضرت عبدالعظیم.

۱- بیشترین مصاحبه‌های انجام گرفته با بازاریان بازار تهران و بازار تجریش و بازار حضرت عبدالعظیم در خصوص تجربیات حرفه‌ای و بخشی هر یک از فعالان و سپس زمینه‌های فعالیت‌های صنفی، اجتماعی، سیاسی و مذهبی در بازار را در برمی‌گرفت. در این راستا حدود دویست ساعت مصاحبه ضبط و در مراحل مختلف پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. آنچه که باید مورد اشاره قرار گیرد به مسائل روش‌شناسی است که در جریان ثبت و ضبط مصاحبه‌ها و اخذ خاطرات بازاریان به عنوان مهم‌ترین روش پژوهش در تاریخ شفاهی پیش آمد و به ناگزیر باید به طور ویژه مورد بررسی قرار می‌گرفت و راه حل مناسب برای رفع آن موارد اندیشیده می‌شد. مهم‌ترین مسئله به ضرورت طراحی مجموعه سوالات و شیوه‌های انجام مصاحبه یا اخذ خاطره از گروه بازاریان در موضوع اختصاصی فعالیت‌های مربوط به کسب و کارشان و در سطح بالاتر به تشریح مناسبات بازار و شبکه‌های درونی آن و بسیاری موضوعات مربوط به جهت‌گیری‌های سیاسی و اجتماعی و به ویژه زمینه‌های مربوط به اخلاقیات و مذهب و سیاست می‌شد.

بخش مهمی از مطالب کتاب بر اساس شیوه اخذ خاطرات بازاریان و انجام مصاحبه با مطلین از وضعیت سراها فراهم آمده است. شیوه‌ی تدوین

در این تحقیق از روش‌های کلی علوم به خصوص علوم اجتماعی، تاریخ و جغرافیا در حد امکان بهره برده شده است. در رأس همه‌ی این روش‌ها، روش مشاهده‌ی مستقیم و میدانی به کار گرفته شده است

بازار بزرگ

نقشه‌های پهنه بندی مشاغل بازار بزرگ تهران و دیگر بازارهای تهران داده است. به نظر می رسد در این زمینه صفحه‌آرای کتاب توانسته است در صفحه‌آرایی و گرافیک کتاب با دقت بالا کاری ارزنده و ماندگار برجای گذارد.

پی‌نوشت

- ۱ - محمد دهخدا، لغتنامه دهخدا، حرف ب.
- ۲ - کتاب مقالات بازار بزرگ تهران، گروه پژوهشی بازار، ج ۱، بنیاد ایران‌شناسی، چاپ نشده، ۱۳۸۶، ص ۱۱
- ۳ - مقدمه‌ی دکتر حسن حبیبی بر کتاب بازار بزرگ تهران، در پژوهش گروهی بنیاد ایران‌شناسی، سرگذشت بازار بزرگ تهران، بازارها و بازارچه‌های پیرامون آن در دویست سال اخیر، طرح، مقدمه، بررسی و تدوین نهایی: دکتر حسن حبیبی، مدیر طرح: دکتر شهرام یوسفی فر، تهران، بنیاد ایران‌شناسی، چاپ اول ۱۳۸۹، ص ۱۲
- ۴ - کتاب مقالات بازار بزرگ تهران، گروه پژوهشی بازار، ج ۱، پیشین، ص ۱۲
- ۵ - همان، ص ۹
- ۶ - پژوهش گروهی بنیاد ایران‌شناسی، سرگذشت بازار بزرگ تهران، بازارها و بازارچه‌های پیرامون آن در دویست سال اخیر، پیشین، ص ۱۶.
- ۷ - پژوهش در بازار بزرگ تهران به عنوان الگوی جدیدی در بازارشناسی بازارهای ایرانی قلمداد می‌شود و قرار است این الگو برای پژوهش دیگر بازارهای ایران توسط شعب بنیاد ایران‌شناسی به کار گرفته شود.
- ۸ - سرگذشت بازار بزرگ تهران، بازارها و بازارچه‌های پیرامونی آن در دویست سال اخیر، پژوهش گروهی بنیاد ایران‌شناسی، پیشین، صص ۱۷-۱۸
- ۹ - همان، ص ۲۷
- ۱۰ - همان، ص ۲۷
- ۱۱ - همان، ص ۲۹
- ۱۲ - همان، ص ۴۹
- ۱۳ - همان، ص ۷۱
- ۱۴ - همان، ص ۹۱
- ۱۵ - همان، ص ۱۵۱
- ۱۶ - همان، ص ۱۹۱
- ۱۷ - همان، ص ۲۷۹
- ۱۸ - همان، ص ۳۳۸

بازارهای پیرامونی آن از وجوه گوناگون تاریخی و جغرافیایی و مردم‌شناسی با بهره گیری از روش‌های متنوع مطالعه اعم از آرشیوی، کتابخانه‌ای و میدانی مورد بررسی قرار گیرد.

استفاده از جداول و نمودارها در ارائه‌ی اطلاعات بازار بزرگ تهران از ویژگی‌های مهم این اثر است. نگاهی به جداول و نقشه‌های ترسیم شده بر اساس داده‌های جمع آوری شده از بازار بزرگ تهران و در قالب‌هایی چون نقشه‌های پهنه بندی مشاغل اطلاعات مفیدی از موقعیت گروه‌های شغلی و کاربری‌های امکان در بازار به دست می دهد. داده‌ها و اطلاعاتی که تنها در بخش هشتم کتاب در قالب موضوعات مستقلی چون گاهشماری حوادث سیاسی - اقتصادی بازار بزرگ تهران، اسناد تاریخی، فهرست‌های مشاغل و حرف و امکان تجاری بازار بزرگ و قوانین مرتبط با حوزه‌ی تجارت از ویژگی‌های منحصر به فرد کتاب با شمار می آید. نو بودن عرصه‌ی مطالعات در بازار بزرگ تهران و ضرورت تامل در روش‌های بررسی موضوعات مرتبط سرمشقی برای مطالعات مشابه محسوب می‌شوند. در واقع الگو بودن برای مطالعات آتی از دیگر ویژگی‌های این کتاب است.

از دیگر ویژگی‌های این کتاب تألیف گروهی کتاب است. انجام پژوهش گروهی در محافل علمی ایران تا کنون کمتر مورد توجه بوده و علاقه‌مندان به پژوهش کمتر به این شیوه تألیف پرداخته‌اند. این کتاب چندمین اثر از مجموعه انتشارات بنیاد ایران‌شناسی است که نمونه‌ای از کار گروهی را در بخش علوم انسانی عرضه کرده‌اند. از این رو این کتاب با تمام کاستی‌هایش می تواند الگویی برای طرح‌های کلان علمی در ایران مورد توجه قرار گیرد.

استفاده از تصاویر و نقشه‌های رنگی برای روشن تر شدن مباحث مربوط به بازار از جمله ویژگی‌های کتاب حاضر است. خواننده در هنگام مطالعه‌ی کتاب با تصاویر، نقشه‌ها و جداول متعددی روبرو می‌شود که جهت آشنایی و شناخت بیشتر بازار مفید می‌باشد.

نوبودن عرصه‌ی مطالعات در بازار بزرگ تهران و در بازارهای اقماری آن و ضرورت تامل در روش‌های بررسی موضوعات مرتبط سبب شده است که برخی از روش‌ها یا قالب‌های ابداعی در این کتاب به عنوان سرمشق‌هایی برای مطالعات مشابه در دیگر بازارهای ایرانی محسوب شوند. از این رو الگو بودن این شیوه برای مطالعات آتی بازارهای ایرانی از دیگر ویژگی‌های این کتاب است.

ویژگی دیگر کتاب، چاپ رنگی آن است که جلوه‌ی خاصی به جداول،