

دکتر کاظم ودیعی
استاد دانشگاه تهران

بازار درباقت نوین شهری*

بازار قلب هر شهر است، بازار میراث فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی ماست، ادب بازاریان ایران نسبت به کشورهای دیگر، چگونه بازار را باید نگاهبانی کرد



* این مقاله چون مشتمل بر مطالبی بدیع و مفید است درج آنرا منتقم شمرد. (مجله یغما)

بازار در ساختمان و بافت شهری ما بنیادی است اقتصادی و نهادی است اجتماعی و میراثی است فرهنگی و بویژه بازاری است از هنر معماری در برابر شرایط و مقتضیات اقلیمی و جغرافیائی ایران .

هر شهر منشائی دارد و خاستگاهی، و این منشأ و خاستگاه نقش آنرا برای يك دوره تاریخی معین می‌دارد . این نقش شهری بمرور زمان افزون می‌شود، تعدد می‌پذیرد و تحول می‌یابد یعنی تشدید می‌شود و رکود می‌گیرد . یا آنکه خود می‌میرد و نقش تازه ای را می‌آفریند . اما نقش تجاری و منشأ داد و ستد را این ویژگی هست که نقطه شروع و اهرم ایجاد بسیاری از شهرها بوده و هست . چه بسیار شهرهای نظامی که بعد از مدتی تبدیل بشهرهای تجاری شده‌اند . بهمین گونه است در باب انواع دیگر شهرها .

بازار قبل از هر چیز ابزاری است در دست اصحاب داد و ستد، یعنی بازرگانان، و این ابزار اقتصادی ظهورش بر میگردد بزمانهای بس قدیم یعنی بزرگوار نخستین داد و ستدها بین روستاهای مجاور از يك سو و از سوی دیگر بین یکجا نشینان و کوچ نشینان که منابع تولیدات و مبانی اقتصادشان از هم متفاوت بوده و هست . سپس بین روستاهای يك منظومه روستائی (۱) و بالاخره بین مراکز دو یا چند منظومه روستائی و دو یا چند منطقه وسیع جغرافیائی .

هنوز هم علیرغم خروج نسبی از مدار اقتصاد روستائی سنتی، علیرغم ظهور تکنیک‌های نوین دادوستد صورتهای نخستین بازارها در گوشه و کنار مملکت ما وجود دارد که بنام روزهای هفته بازارها خوانده می‌شوند . در حالات ابتدائی بازارها جزمکانی نساخته را در زیر آفتاب اشغال نمی‌کنند . قطعه زمینی بی‌هیچ دخل و تصرفی از سوی انسانها و در مراحل بعدی همانجا در همان مکان و محوطه تکامل یافته بمرور چتری و سر پناهی و فضائی ساخته بی‌سقف و با سقف، با سقف حصیری و پارچه ای و یا خشتی و گلی و بالاخره آجری و امثال آن پیدامی‌کند .

رشد و توسعه بازارها تابع دو عامل متغیر زیر است :

(۱) اضافه تولید در مقیاس منطقه‌ای .

(۲) تکنیک داد و ستد و جابجائی کالا .

با ظهور اقتصاد منطقه‌ای بازار بعنوان جزء لاینفک حیات اقتصاد شهری در می‌آید تا آنجا که اگر نظر بعضی از شهرشناسان را در باب شهر بپذیریم و مهمترین ویژگی و نقش شهر را قدرت ارتباطی آن بدانیم بازار بمثابة نیرومندترین و کمال یافته ترین ابزار و اندام این ارتباط شناخته می‌شود .

اما خصیصه بزرگ بازارها در شرق ویژه در شهرهای ایران سرپوشیده بودن آنهاست و اساساً کلمه بازار در فرهنگهای مغرب زمین محل داد و ستد های سر پوشیده Marche convert تعریف می‌کنند یعنی کلمه Marche را معادل بازار نگرفته‌اند از این روست که کلمه بازار با همان صورت پارسی خودش بعنوان نوعی محل داد و ستد بفرهنگ

(۱) رجوع کنید به مقدمه بر روستاشناسی ایران - تألیف نگارنده . انتشارات

دانشگاه تهران - خرداد ماه ۱۳۴۸

های بیگانه راه یافته است تا آنجا که فرنگیان بناهای سرپوشیده ای که مشتمل بر هر نوع دکان و هر نوع کالا بقیمت های از قبل معین شده و ثابت باشد نیز بازار نام داده اند . معانی دیگر بازار نیز همراه این واژه به ادبیات اروپای غربی راه یافته از جمله بازار در معنای محل شلوغ و پرهمهمه و همچنین محل ریخته و پاشیده و خانه نیاراسته و حتی در معنای لباس و جامه سردستی و نه آراسته .

سرپوشیدگی بازارها در ایران باستانی است از وضع جغرافیائی این فلات با اقلیم نیمه خشک آن و پیوستگی محل های کسب با بناهای کالا و حتی به باراندازها و محل های بارگیری و درپاره ای از اوقات پیوستگی این هر سه بمحل سکونت . می دانیم که در بافت قدیمی شهرهای ایران بازار فضائی است سرپوشیده و محوری است که در دو سوی خود اندامهائی بنام تیمچه و سرا و کاروانسرا و مانند آن دارد . شهر کاشان هنوز هم بهترین مثال را از این بابت بدست می دهد . انحناء و پیچهای که در محور بازارها بعضاً بچشم می خورد نتیجه توسعه های بعدی است و بهر حال امری است حادث و نه قدیم .

فناوی سرپوشیده بازار در ایران با اجزای و اندام های خود بتدریج بسیاری از کارگاهها و تأسیسات تفننی و مذهبی و اجتماعی را مانند قهوه خانه ها - آب انبارها - تکیه ها - مساجد - زورخانه و غیره دور و بر خود تنیده است . اما درجه و نوع پوشیدگی بازار و تأسیسات وابسته و اندام اجزاء آن بهر حال با حجم داد و ستد و میزان رونق کار و کسب در همان بازار در رابطه بوده است . از آنجا که شهرها زیاد پرجمعیت نبوده و درجه تراکم نفر در واحد سطح پپای امروز نمی رسیده تمرکز آمد و ستد در بازار بصره و صلاح بوده و پشت نوار بازار و در طرفین این محور بلافاصله زندگی صنعتی و هنری و تفریحی و بخش مسکونی می توانسته است شروع شود . معهذا بزرگتر شدن بازارها چون بزرگتر شدن خود شهر حدی داشته و در این حالت روال برای جاد شهر کهای مجاور هم و در هر شهرک محلاتی کنار یکدیگر و لاجرم هر واحد را بازار و بازارچه ای ویژه بوده است که نقش آنها در سبکبار ساختن بازار بزرگ شهر قابل فهم و تصدیق است . در این نظام شهری بازار باز اهمیت خود را داشته است و هر کوی و محل بازار و بازارچه خود را می آفریده است .

نفوذ اقتصادی هر بازار و بازارچه شعاع عملی فرهنگی و اجتماعی بآن داده ، این مرکز اقتصادی رفته رفته تبدیل به محلی برای تعاطی افکار و برخورد افکار و عقاید و تحکیم مبانی ایدئولوژیک و اندیشه های مذهبی شده و جاذبه ای سیاسی پیدامی کرده است . بسخن دیگر بازار بعنوان یک اهرم اقتصادی نقش مهمی در حرکات اجتماعی داشته و یافته است ویژگی بازار در ایران پیچیدگی نقش آن و ادغام وظایف گونه گونه در یک فضای معماری واحد است . این پیچیدگی را بهیچ روی نمی توان توصیف کرد و این تعدد نقشها را نمی توان به تحقیق رده بندی نمود . بازار بحقیقت مکانی بوده و هست که مسائل زندگی انسانی از تولید تا پخش و توزیع و مصرف ، از داد و ستد ساده تا سیاست و مذهب در زیر سقف آن مطرح است . و تمام وجود بازار و روابط داخلی و عطر و بوئی که از آن استشمام می شود از سادگی بدور است . از ادوارد براون سطری چند بازخوان کنیم ، شاید این پیچیدگی را

در زمانی دورتر از امروز دریابیم .

د و اما بازار تهران که از صبح تا شام کاروانهای شتر و اسب و قاطر غیر از مردم از آن عبور می کنند عبارت از يك كوچه مستطی است که نظیر آن نه فقط در سایر شهرهای ایران بلکه در تمام شهرهای مشرق زمین دیده می شود و از هر نوع متاعی می توان در آن یافت و هنگامی که انسان از این بازارها عبور می نماید عطر انواع کالاها و خوراکیها و عطرها مشرق زمینی و ادویه خوراکی که با هم مخلوط شده يك نوع رایجۀ لذت بخش و مخصوص را بوجود آورده که تا انسان خود استشمام نکند نمی تواند بچگونگی آن پی ببرد . (۱)

در بارۀ شاخه های منشعب از بازار - راسته ها و اندامها در همان منبع آمده است :

د بازار تهران بچند رشته تقسیم می شود و هر يك نامی دارد و اگر ما بعد از عبور از بازار کفاشها بطرف مشرق برویم وارد بازار زین سازها خواهیم شد که انواع زینها و دهانهها و کیفهای چرمی را برای مسافرت می سازند و می دوزند و اگر از آنجا هم بطرف مشرق برویم وارد بازار (دنبالۀ خندق) خواهیم شد و هر گاه بازار مزبور را پیش بگیریم و بطرف شمال برویم وارد خیابانی می شویم که بموازات خیابان ارک است و بطرف شمال می رود . (۲)

در بارۀ نقش اندام های بازار از لرد کرزن نقلی بیاوریم :

د بازارهای تهران هم مثل سایر بناهای آن تازه است . بازارهای کهنه قدیمی از بین رفته و بازار جدید جایگیر آن شده است . از عمارت ارک گذشته بمیدان کوچک دیگری بنام سبزه میدان می رسم . در آنجا هم مانند میدان های دیگر حوض پر آبی با مرغابی های رنگارنگ موجود است . از سبزه میدان وارد بازار می شویم .

کاروانسراهای متعددی در اطراف بازار ساخته اند که انبار کالاهای گوناگون شرقی و غربی می باشد . (۳)

و نکاتی از همان نویسنده در باب جامعه شناسی بازار و روانشناسی اجتماعی آن :

د دروغگوئی - چانه زدن - کشمکش خریدار و فروشنده - بی میلی دروغی خریدار به کالا - قهرو تعرض بفروشنده - قسم های طرفین - اظهار کمال ارادت بیجای فروشنده بخریدار و صدها جریان امثال آن از مشخصات بازار تهران است . اگر يك فرنگی بخواهد پاره کالاهای شرقی بخرد باید بدلال مراجعه کند ، دلالتها نقش عمده را در بازارهای تهران بازی می کنند و البته پیشروان این طبقه از طایفه بنی اسرائیل اند ، آنوقت است که آقایان دلالتها مقداری قالی - قالبچه - پارچه قلاب دوزی - آینه - قاب های منبت کاری - مخمل - تافته - ترمه - شال کرمان و غیره روی الاغ بار کرده برای خریدار می آورند ، چرا که در بازارهای تهران جای مبینی برای نمایش کالاها وجود ندارد و قبلاً باید سفارش بدهند ، در بازارها و خیابان های تهران برعکس بازارها و خیابانها ، بنارس و بخارا و قاهره آن لباسهای بلند رنگارنگ و اشکال و الوان متنوع کمتر دیده می شود و فقط سه نوع عمامه متمایز رواج دارد عمامه زرد حاجی ، عمامه سفید ملا ، عمامه سیاه سید و بقیه مردم کلاههای مختلف بر سر دارند و لباسشان مخلوطی از لباسهای شرقی و غربی می باشد و غالباً لباس تیره رنگ می پوشند . ۴

۱ و ۲ - یکسال در میان ایرانیان - ادوارد برون - Edward Brown ترجمۀ ذبیح الله منصور . ۳ و ۴ - ایران - لرد کرزن Lord Curzon ترجمۀ ، جواهر کلام .

اینک بیک نکته بیندیشیم : این جاذبه و افسون محیط بازار از چیست ؟ آیا ناشی از ترکیب و ادغام و پیچیدگی نقش های اقتصادی و اجتماعی نیست ؟ و از لحاظ ظاهر ترکیب رنگها و سلیقهها و اجتماعشان در یک فضای معین بر آن دامن نزده است ؟ فرد ریچاردز در باب جاذبه توریستی آورده است که :

«بازارهای ایران هنوز مقدار زیادی از جذابیت و فریبندگی خود را حفظ کرده و هنوز زیباترین گوشه زندگی مردم این کشور را تشکیل می دهد. کسانی که بشهرهای مشرق زمین مسافرت می کنند اگر از مشاهده بازارها خودداری کنند نسبت به جالب ترین توجه زمینه زندگی مردمی که بکشور آنها مسافرت می کنند بی اعتنائی نشان داده اند. این بازارها ممکن است شلوغ باشد ولی هیچوقت کسل کننده نیست و صرفنظر از انداختن اخلاط سینه و خارج ساختن سداهایی پس از نوشیدن چای زیاد می توان آنرا یکی از مطبوع ترین و وسیع ترین باشگاههای جهان خواند. هیچ چیز ملال آور در این بازارها یافت نمی شود و اخبار در اندک مدتی در آن پخش می گردد، مذاکرات بازار مانند گفتگوهای که راجع باسعار و بورس می شود تازه و دست اول است.» (۱)

در همان سفرنامه در باب روانشناسی اجتماعی کسبه و فن جلب مشتری و اساساً محیط و طرز کار بازار آمده است :

«در بازارهای ایران دکانداران مزاحم رهگذران نمی شوند. ایرانیان مؤدب فقط بانداختن یک نگاه پنهانی بخارجیان اکتفا می کنند. اگر شخص خارجی به پیشخوان آنها نگاه کند و به محتویات آن توجه نشان دهد، امر دیگری است. در آن موقع دکاندار و یا صاحب بساط، فوراً بخود می آید و مانند یکی از نمایندگان مجلس هنگام تقاضای رای از یک رای دهنده جدید تبسم می کند و سلام می دهد، ولی هرگز مانند فروشندگان قاهره و استانبول که سیاحت آنها را بدعادت کرده اند آستین کت شمارا نمی چسبند، بهمان اندازه که ادب و تواضع ایرانیان معروف است گستاخی و خودنمایی فروشندگان قاهره و استانبول شهرت دارد. دکاندار ایرانی مانند کلیه فروشندگان مشرق زمین مشتری را با یک نگاه برانداز می کند و می فهمد که چگونه باید توپ پارچه ابریشمی یزد، که چشم را خیره می کند، و یا قطعه کم یابی از زر دوزی عهد شاه عباس و یا کاشی یکی از مساجد قدیمی را بوی نشان دهد. ولی فروشندگان ایرانی کالای خود را خارج از بازار برای جلب مشتریهای اروپائی و یا آمریکائی بمرض نمایش نمی گذارند، زیرا در حال حاضر چنین مشتریانی یافت نمی شوند.

در بازار خرید و فروش بین خود مردم صورت می گیرد. اروپائینی که در شهرها ساکن اند باستثنای مبلغان مذهبی بندرت داخل بازاها می شوند، مگر اینکه محل کار و یا اداره آنها در یکی از کاروانسراهائی باشد که در دو طرف اصلی واقع شده است. همسران مأموران اروپائی اساساً بازار را نمی بینند. اگر زنان مقتصدی باشند از شوهرانشان تقاضا می کنند کالای مورد لزوم را برای آنان خریداری کنند، ولی اگر در تهران اقامت داشته باشند می توانند از مغازهها خرید کنند. در اصفهان برای این مقصود به جلغا و در مشهد و تبریز

(۱) سفرنامه فرد ریچاردز - فرد ریچاردز Fredrichards ترجمه: مهین دخت صبا

به خیابان نو می‌روند ، تقریباً مراکز و یا شعبات کلیه بانکها باستانهای بانکهای تهران در بازار قرار دارد . (۱)

گویا چیزی غیر از حجم معاملات در ترکیب بازارهای ایران وجود دارد که حتی در بازارهای شهرهای مجاورفلات ایران یافت نمی‌شود. در کتاب سیاحت درویش دروغین تألیف آرمینیوس و امبری :

« بازارهای بخارا جلوه و شکوه بازارهای تهران و اصفهان و تبریز را ندارد ، با اینهمه بواسطه تنوع نژادها و لباسهایی که بچشم می‌خورد بنظر يك خارجي بسیار جالب می‌آید. در میان جمعیت متحرک شهر انسان به نوع ایرانی از همه بیشتر مصادف می‌شود ، سرهای آنها ظریف و بر حسب اینکه اصیل بدنیا آمده یا ملا یا کاسب یا عمله یا نوکر باشند عمامه سفید یا آبی بر سر می‌گذارند .

در تمام بازارهای عمده منظره این اختلاط عجیب و رنگارنگ مرکب از بخارائی و خیره‌ای و خجندی و قیرقیز و قهچاق و ترکمن و مولتانی و جهود و افغان بچشم می‌خورد . ولی با وجود اینکه همه چیز در اطراف ما در حال حرکت است معذک آن هیاهوی زیاده از حدی که بشدت مختص مؤسسات مشابه در ایران می‌باشد ، در اینجا وجود ندارد .

انبارهای نسبتاً مهم و باصطلاح مراکز عمده فروشی در اینجا بسیار کم است و با اینکه پنبه و چلووار و متقال و حریر مورد داد و ستد قرار می‌گیرد معذک نه تنها در تمام دویت و هشتاد و چهار باب دکان «رسته چیت فروشی» (بازار مخصوص پارچه‌های پنبه‌ای) بلکه در چندین نقطه دیگر شهر هم رویه رفته نمی‌توانند باندازه دوستان من «هانهارت و شرکاء» در تبریز جنس بفروش برسانند ، زیرا آنها به تنهایی بیش از تمام شهر بخارا که برای خود نسبت به همه شهرهای آسیای میانه تقدم و برتری قائل است کالا بیازارهای دنیا می‌فرستند . ۲۰ اما نقش استراحتگاهی و تفننی اندامهای وابسته بیازار را نیز از همان زبان بشنویم :

« این مکانی است تقریباً بشکل مربع که در وسط آن استخر عمیقی به طول صد و عرض هشتاد پاکنده اند . اطراف آن هشت ردیف پله از سنگ های مکعب تا لب آب ساخته شده است . چند درخت نارون جوان تک تک در کنار استخر سر برافراشته و «دکان چای فروشی» که هر کس از مراجعه بآن ناگزیر می‌باشد در پناه آن قرار گرفته است . سماورهای این دکان شباهت کامل به چلیک‌های آبدو دارد و آنها را در روسیه مخصوص مصرف بخارامی سازند و گنجایش آن باندازه ای است که بهر تاز و واردی يك فنجان چای سبز اعلی داده شود . در سه طرف این محوطه در زیر يك سایه بان حصیری تعداد زیادی دکه های متحرک برپا شده که نان و میوه و مربا و گوشت گرم و سرد می‌فروشند. در امتداد نمای مسجد در زیر درختان نقالها و درویشها و ملاها تک تک شرح پهلوانی و شجاعت‌های پبه‌مبران و جنگجویان نامی را به نظم و نثر می‌خوانند و بازیگران از آنها تقلید می‌کنند . در این نمایشگاه درفضای

۱- سفرنامه فرد ریچاردز - فرد ریچاردز frederichards ترجمه مهین دخت صبا

۲- سیاحت درویش دروغین - آرمینیوس و امبری Arminius Vambery

ترجمه ، فتحعلی خواجه نوریان .

آزاد اجرا می‌گردد عده ای تماشاچی و مستمع که حس کنجکاویشان هرگز قانع نمی‌شود ، همیشه حاضر می‌باشند چنان محو تماشای آنها بودم که خستگی از خاطرم رفت .

هانری رنه د آلمانی صفحات زیادی رادسفر نامه خود بشرح تأثرات خود از بازارهای شهرهای مختلف ایران اختصاص داده که پاره سخنهایی چند از آن در این مقوله محل نقل و بررسی را دارد :

« بازار قوچان مانند خیابانی طولانی است که در طرفین آن دکانهایی واقع شده است و در آنها اشیاء ضروری زندگانی فروخته می‌شود . يك قسمت آن به بزازان اختصاص دارد که پارچه های پنبه‌ای از قبیل چیت و ململ و چلوار و غیره می‌فروشند .

بازار مانند کوجه سرپوشیده‌ای است که کمتر در روز روشنایی می‌بیند ، فقط در سقف آن روزنه‌هایی قرار داده اند تا روشنایی کمی بدرون بتابد . در بازار مسگران تقریباً چند صد نفر کارگر بطرز قدیم با چکش بساختن ظروف مسی اشتغال داشتند . صدای برخورد چکش ها به مس فوق‌العاده گوش خراش بود .

دلاکان در بیرون حمام نشسته و مشغول کشیدن قلیان و منتظر آمدن مشتری بودند . « ۱
توصیفی که همین نویسنده از بازار آهنگران سبزوار بدست می‌دهد هنوز هم درباره بازارهای بسیاری از شهرهای ما صادق است و نشان می‌دهد که برتنه بازار اصلی تأسیسات بسیار متعددی رفته رفته تنیده شد و سپس هر راسته مثل راسته آهنگران نیز تأسیساتی بوجود آورده . بطوریکه نور و ظلمت یعنی سایه و روشنیهایی فضای يك بازار که انمکاس وضع معماری و بازتاب شرایط جغرافیائی است کمتر از داد و ستد آن صحبت نمی‌کند :

« نوری که از روزنه سقف بازار بدرون می‌تابد اثر مخصوصی دارد و سایه روشنی تولید می‌کند که خالی از تماشا نیست ، اما بازار آهنگران تماشای دیگری دارد .

روشنایی دکان آهنگری هم که از دوده سیاه شده بوسیله روزنه‌ای است که در سقف آن قرار دارد . اختلاط نور و ظلمت در این دکانها اثر خاصی دارد و شبیه است به تأثیر نوری که از شیشه‌های کلیساهای قرون وسطی بدرون می‌تابد و به لباس ارغوانی کشیشان جلوه مخصوصی می‌دهد .

هر بازار بصنف مخصوصی از قبیل نمدمالان و نجاران و خراطان و آهنگران و سراجان اختصاص دارد . « (۲)

باری نکته ای که در خور توجه است آنکه بازار بزرگ هر شهر پشت وزنه و قدرت اقتصادی خود محیط پرجاذبه‌ای از لحاظ فرهنگی و اجتماعی بوجود می‌آید . اما هر بازار فرعی و یا راسته منشعب از آن نیز همین حالت را دارد . بهمین دلیل روال و نظم و سنت و روانشناسی خاص بازار قلمکاران و مثبت کاران و زرگران متفاوت از بازار قنادان و آهنگران و سراجان و کفاشان و قرش بافان و غیره است .

« بازارهای اصفهان با وجود خرابیهایی که بمرور زمان با آنها وارد آمده هنوز هم شکوه

۲۰۱- سفرنامه از خراسان تا بختیاری- هانری رنه د المانی - Henry René d'anlماغنه

ترجمه و نگارش ، فره وشي

و ابهت خود را از دست نداده و تجار و کسبه در آنها مشغول کار و معاملات می‌باشند . بطوریکه مورخین نوشته اند بجز بازاری که کریم خان در شیراز ساخته در دنیا نظیر بازارهای اصفهان دیده نشده است . کسانی که در این خیابانهای مسقف تاریک یعنی بازارها نرفته باشند نمی‌توانند جنب و جوش و معاملات را که از طلوع تا غروب آفتاب در آنها صورت می‌گیرد تصور آورند .

چون از این سردر بلند وارد شویم ابتدا بازار قلمکار سازان را می‌بینیم که صنعتگران با قالبهای مخصوص نقشهائی در روی پارچه‌های سفید بوجود می‌آورند یعنی پارچه‌های موسوم به قلمکار را درست می‌کنند . (۱)

بازار بعنوان يك گذرگاه همه مسائل مربوط به عبور و مرور را در خود دارد . باین شرح توجه کنید :

د سوابق بازارهای اصفهان عموماً وسعت کافی دارد ، سواران و حتی درشکه و ارابه هم می‌توانند به‌سولت در آنها رفت و آمد نمایند ، مهم‌ذا گاهی اتفاق می‌افتد که بواسطه ازدحام جمعیت حوادثی روی می‌دهد و بساط دکانداران بهم می‌ریزد . این نوع حوادث برای اشراف و اعیان چندان اهمیتی ندارد ولی برای اروپائیان خالی از اهمیت نیست و از وقایع تاریخی محسوب می‌گردد . (۲)

اینک بازگردیم بسخن خود یعنی به نقش و طبیعت بازار :

– بازار بنیادی است اقتصادی

– بازار نهادی است اجتماعی .

– بازار میراثی است فرهنگی .

– بازار فضائی است سرپوشیده که در معماری آن انعکاسات شرایط محیط جغرافیائی و مقتضیات اقلیمی ایران کاملاً مرئی است . این فضا اساساً مشتمل است بر يك محور اصلی که اندامهای بسیاری را با نقش‌های متفاوت بصورت دکان – کاروانسرا – تیمچه – سرا – مسجد تکیه – آب انبار – حمام – کارگاههای مختلف متناسب با اقتصاد محل و دیگر عوامل را بر طرفین خود رویانده است .

– بازار مرکزی است توریستی با جاذبه‌ای فوق‌العاده .

پدیده مورد بحث ما ذاتاً از مقوله‌ای است پیچیده و بسیار مرکب و تودرتو . در هم بافته شدن نقش‌های گونه گون بازار موجب ظهور پیچیده‌ترین نقش‌های اجتماعی و اقتصادی در آن شده‌است و در ادبیات ما کلمه بازار و مشتقات و مرکبات آن جای بزرگی را اشغال کرده‌است و عوامل آن در زندگی ما بسیار مؤثر است . خلاصه آنکه بازار در شهرهای ایرانی پدیده‌ای گذرانی است و بی‌تردید پر ریشه و پایدار است . بازار را ازهر شهر ایرانی بگیریم شهر چون تنی می‌شود که قلب را از سینه‌اش بیرون کشیده باشند . بازار شاهرگی است که

۱ و ۲ – سفرنامه از خراسان تا بختیاری – هانری رنه المانی – Henry René d'almagne
ترجمه و نگارش فره‌وشی

با اندامهای گونه‌گونش خون بهمه عروق و شریان شهر می‌فرستد. بازار ابداعی است که زمان در بود نبودش اثر ندارد بلکه مادام که شهر نقشی تجاری دارد بازار بعنوان مهمترین ابزار جسامه تولیدکننده و مصرف‌کننده شهری و روستایی با توجه بوضع اقلیم ایران و دیرپایی سنن پایدار می‌ماند. بازار تغییر می‌پذیرد یعنی متنوع می‌شود اما در بافت شهری ایران نابود نمی‌گردد.

در شرایط امروزی ایران با تحولاتیکه در شهرسازی پیدا شده و خواهد شد ظاهراً مسأله بازار عبارت است از بودن یا نبودن آن! هر جا در ایران شهر رشد کرده یا نوسازی شده است نخست مسئله بازار و خود بخود تأسیسات و اندامهای وابسته بآن مطرح گردیده است. نقش بازار در بافت شهری در عین حال چنان قابل ملاحظه بوده که در بسیاری موارد ترجیح داده‌اند نوسازی را دور از محله بازار شروع کرده و شهر تازه را دور از این خاستگاه اصلی مایه و پایه گذارند. مهبذا در مواردی نیز از دستکاری و نوسازی و یا تخریب بخشی یا همه آن در بیخ نورزیده‌اند، بعنوان مثال قطع و دو پاره کردن بازار و کیل شیراز و تخریب نیمی از بازار مرغ و تخریب تمامی بازار بین شاهچراغ و مسجد نو و بازار سردک همان شهر. اما در همین مثال نکته‌ای دستگیر می‌شود و آن اینکه می‌توان اندامهای بازار اصلی یک شهر را ویران کرد و نقش آنها را بعهده اندامهای تازه سپرد، اما بهیچ وجه نمی‌توان از خود بازار چشم پوشید. این ضرورت را ما در شهرهای تازه ساخته شده مثل فریمان و چالوس و شاهپور بروشنی ملاحظه می‌کنیم، بدین معنی که گرچه در نقشه جامع نخستین آنها بازار بعنوان رحم و خاستگاه شهر شناخته نشده، اما بعدها و خیلی زود همگی صاحب بازار شدند.

بازار در شهرهای ما پدیده و ابزاری است صرفنظر نشدنی و جزء و عضو لاینفک شهر ایرانی بوده و هست. اینک به بینیم اگر آنرا بکل حذف کنیم چه چیز جای آن می‌نشانیم و چه اندامی را پیشنهاد می‌کنیم و خلاصه نقش آنرا به که و چه می‌سپاریم. تجربیات شهر سازی مدرن سه پدیده را جانشین بازار می‌سازد.

۱- پاساژ passage که در بافت قدیم شهری همان گذر است و بازارچه، و تجربه نشان داده که نمیتوان جای بازار را بگیرد و اساساً خود از بازار تغذیه می‌شود. در همین تهران دیدیم که دهها گذر مثل گذر تقی خان دگرگون شد و صدها پاساژ مثل پاساژ رزاق منش (از قدیمترین پاساژهای لاله‌زار پایین) بوجود آمد لکن نقش بازار بقوت بماند و خود بازار نیز پایداری و توسعه یافت.

۲- فروشگاههای بزرگه grand magazin, super market و نظائر آنها که بکلی از مقوله‌ای متفاوت‌اند و لکن علیرغم کمال و توسعه‌ای که در تمدد کالا و غرفه‌ها دارند باز هم درمقایسه با بازار همیشه نقش ناقص را ایفاء کرده و با وجود انبارهای وسیع خود محتاج بازارند. اشکال عمده تأسیس آنها در اینست که اولاً در هر محله و شهری نمی‌توانند پای گیرند و انگهی سرمایه‌های کلان و مدیریتی خاص می‌طلبند بهمین دلیل بود که فاصله تأسیس نخستین فروشگاه بزرگه ایران یعنی فروشگاه فردوسی و دومین آن در بزرگترین شهر ایران

یعنی طهران ۲۰ سال طول کشید. اشکال دیگر فروشگاه‌های بزرگ آنستکه جز در يك سیستم تولید و پخش کالای منظم قابل دوام نیستند و روش بازاریابی پیشرفته‌ای را طالبند، اگر خوب دقت کنیم فروشگاه‌های بزرگ ما نیز از همین مسئله در حال حاضر رنج می‌برند. این امر تصادفی نیست که فروشگاه‌های بزرگ ما جز در شمال شهر مستقر نمی‌توانند بشوند. این پدیده را عللی اجتماعی و سلسله عللی اقتصادی موجب‌اند و نشان دهنده آنستکه تهران نمی‌تواند از بازار خود بی‌نیاز باشد و فروشگاه‌های بزرگ هرگز نقش بازار را ایفا نخواهند کرد بلکه فروشگاه‌های بزرگ بازاری میشوند بدون ویژگی‌های يك بازار کامل که تنها نام آنرا صاحب‌اند.

از آنچه رفت این نظر حاصل می‌آید که مسأله بازار در بافت نوین شهری ما مسأله بودن یا نبودن نیست بلکه صرفاً مسأله آن مسأله بودن است. بازار باید بماند و هر چه سالم‌تر و کامل‌تر و خلاصه بازارتر بماند. بازار باید بماند با تمام اندام و اجزاء و تأسیساتی که لازم دارد. بدیهی است سخن بر سر حفاظت نقش بعضی اندامها مثل کاروانسرای اطراف نیست. حتی صحبت از فلان حمام غیر بهداشتی نیز نیست بلکه سخن در اینست که با توجه به حیات مستدام بازار و تحولات فنی و شیوه‌های کار تجارت و حمل و نقل بازار باید از درون و برون دستکاری شود. از درون باید بعضی اندامها را از لحاظ سیستم نگهداری کالا متحول بسازد. از درون باید شبکه آبرسانی و برق و گاز و سیستم تهویه و روشنائی آن متحول شود، اما نباید تحولات کاذب را از درون متوقع بود مثلاً نباید هرگز توقع کرد که بازار جز معبر آدمیان باشد.

و اما از برون باید که کل محله بازار را یکجا محترم داشته و مرمت نمود. می‌دانیم که در این محله هرگز نباید بفکر تمرین معا بر و گذرگاهها و کوچها افتاد بلکه در صورت لزوم فکر وسائل نقلیه مناسبی برای این معا بر بود. همچنین مجموعه محله بازار را باید یکجا پذیرفت و درترین و زیبائی و حتی توسعه آن در همان حد يك محله کوشید. از سوی در حریم این محله نباید هر نوع بنائی را اجازه داد. بلکه باید سبک بناها را طوری توصیه و انتخاب کرد که از مرکز بازار یعنی ازدل يك سبک سنتی و يك فضای بومی بناگهان وارد يك فضای مدرن نشویم. بعنوان مثال در تهران بین بنای سابق وزارت کشور حوالی سبزه میدان و مجموعه بازار تجانسی هست در حالیکه بین بنای بانک ملی شعبه بازار و مجموعه بازار هیچ قرابت و آشنائی نیست. اینها همه در میزان جاذبه توریستی يك کشور اثر دارد. ما حق نداشته حتی دهکده یوسف آباد و مبارک آباد و یا عودلاجان و امثال آنها را بکل نابود کرده جای آنها چیزی بسازیم که هیچ رد پائی از تاریخ بدست ندهد. شهر ورشو وسیله نازیسم سخت درهم کوبیده شد، اما شهر قدیمی ورشو را با همان سبک و معماری که بود باز ساختند. تازه این کار را کسانی کردند که متهم به تند روی و بی‌ریسکی هم در روزگاری نه بس دور بودند. مثال بهتر شهر گسن است در آلمان غربی که نمای آن از نو ساخته شد با همان سبک و شیوه کهن و حتی بازار آن که البته جز به نیمه سرپوشیده نیست و رفت و آمد و مسائل

نقلیه در آن سخت محدود است .

بازارها در بافت نوین شهری معمولاً دو شکل اساسی ایجاد می‌کنند : یکی مسأله ترافیک است و دیگری بهداشت شهری و هردوی این قضیه قابل حل است . باید توجه داشت که مشکل ترافیک منطقه بازار ناشی از نابسامانی‌های ترافیک در محلات دیگر است . ناشی از بی‌اعتنائی ما در نیمقرن اخیر است . اگر مسئله محلات بالا و پائین و چپ و راست بازار از لحاظ ترافیک حل شده بود بازار سرایت نمی‌کرد . وقتی شهر را یکسویه رشد و رفاه می‌دهیم ، وقتی عامل رفاه شهری جهتی شمالی دارد و بازار هم یکسویه بازو شکافته می‌شود تراکم اتومبیل با توزیع جغرافیائی پارکینگ‌ها نسبتی ندارد محکوم کردن فلان معبر تنگ یا محله بازار بجرم کم‌گششی تنها از شهرشناسی مایه می‌گیرد . اما مسئله بهداشت بازار امری است مربوط به خود بازار که دولت بهتر است دخالتش به آموزش محدود شود . ما کدام آموزش واقعی را در این باره به بازاریان داده‌ایم جز اینکه بیهانه تأمین نورو بهداشت هر شهرداری شمار خراب کردن یا تغییر سقفها را داده است . بازاریان را باید آموزش داد تا خود راهی برای حفظ اصالت معماری بازار و تأمین بهداشت آن بکمک کارشناسان بخش خصوصی بیابند .

در بافت نوین شهری باید بازارها را بهر قیمت شده نجات داد و اصالت آنها را حراست کرد و گرداگرد آنها را فضائی بازتر داد و نمای آنها پرشکوه تر بازسازی نمود و مدخل و دروازه‌های تازه بر آنها بنیاد کرد . این دروازه‌ها که اینجا پیشنهاد میشود نقش بسیار بزرگی در افزایش جاذبه توریستی آن دارند . زیرا سردریک بازار از سردر هیچ نمایشگاهی کم اهمیت تر نیست .

يك نکته دیگر را - البته با احتیاط کامل - مایلیم در اینجا عنوان کنم و آن ایجاد يك فضای زیر زمینی مستحکم برای عبور و مرور در زیر محله بازار است . وقتی بمق ۳۶ متر زیر رودسن را برای عبور و مرور می‌کاوند می‌سازند اقدام باینکار چرا در زیر منطقه بازار بمید بنظر رسد ، ویژه آنکه سخن از مترو در میان است و بازار لابد يك سر مهم این خطوط مهم متروئی است . اگر این نظر وسیله معماران و مهندسان شهر ساز تأیید شود به یقین دیگر هیچ مشکلی سر راه مرمت و باز سازی بازارهای زیبای ما که بنیادی اقتصادی ، نهادهائی اند اجتماعی و میراثی اند فرهنگی ؛ نیست .

پایان

