

بازتاب فضای کسب و کار بازار در ادبیات عامه شهر آمل

دکتر شهرام یوسفی فر^۱

معصومه یدالله پور^۲

چکیده

ادب عامه بازتاب زندگی اجتماعی و فرهنگی مردم، شیوه کار و تولید آنها و نشان‌دهنده رفتار و منش، اندیشه و احساس، مذهب و اخلاق و اعتقادات هر جامعه است. بررسی ادبیات عامه در همه حوزه‌ها امکان مطالعه ژرف‌تر آن حوزه‌ها را فراهم می‌کند. بررسی داد و ستد، شیوه مصرف و تولید از منظر ادب عامه یکی از راه‌های مطالعه شرایط اقتصادی در هر جامعه‌ای است. از این میان می‌توان مطالعه بازار را به عنوان اصلی‌ترین عنصر تشکیل‌دهنده شهر و مرکز فعالیت‌های اجتماعی، مذهبی، فرهنگی و سیاسی در نظر گرفت و آن را از منظر مردم‌شناسی و ادبی مورد مطالعه قرار داد. بازارهای سنتی در روند تکوین و تحول خود به همراه دیگر عناصر شهری از شناخته‌ترین بخش‌ها در چهره شهرهای ایران و برخی جوامع اسلامی هستند. بازار در ایران، مرکز تجارت و فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و سیاسی بود. با توجه به این که در ایران، شهر مرکزی سیاسی، تجاری، فرهنگی و دینی بوده، بازار سهم بسیار مهمی در تحقق کارکردهای مزبور داشته است. استفاده از مثل‌های مربوط به مشاغل مختلف از رسانه ملی می‌تواند در تولید برنامه‌های مفرح و مخاطب‌پسند مورد استفاده قرار بگیرد.

کلیدواژه‌ها: مشاغل، کسب و کار، بازار، بازار آمل، داد و ستد، ضرب‌المثل

shyusefar@yahoo.com

۱. دانشیار تاریخ ایران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

masoon82@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد ایران‌شناسی گرایش تاریخ از دانشگاه شهید بهشتی

مقدمه

شهر آمل بنا بر شواهد تاریخی در ادوار مختلف، مرکز طبرستان و حکومت‌های محلی بود و به دلیل بهره‌مندی از شرایط اقلیمی مساعد، توانایی بسیاری در تولید و عرضه انواع مختلف محصولات کشاورزی و صنعتی متناسب با شرایط تاریخی هر دوران داشت. از این روی بازار آمل در بافت تاریخی آن شهر همچنان موجودیت خود را حفظ کرده است و جزو معدود بازارهای دائمی و سرپوشیده استان مازندران به‌شمار می‌رود که از اهمیت بسیاری برخوردار است. این بازار در شباهت با بازارهای ایرانی، زمینه مطالعاتی بسیار مهمی را در اختیار قرار می‌دهد.

بازار آمل با قدمتی حدوداً ۷۰۰ سال در حاشیه رودخانه هراز قرار دارد و با دارا بودن عناصر کالبدی بارزش در درون خود، هسته اولیه شهر را دارا است و مانند بازارهای شهرهای دیگر ایران، فعالیت اقتصادی، ارتباطی و خدماتی را دربردارد. در بازار این شهر، عناصر تجاری چون چهارسو، تیمچه‌ها و کاروانسراها وجود داشته و دارد. بازار مسجد جامع، تیمچه سعادت، تیمچه میوه‌چیان و ده راسته در بازار از شهرت بیشتری برخوردار هستند.

جامعه بازار و نهادهای گوناگون اجتماعی-اقتصادی آن، گویاترین پهنه حیات مادی طبقات مختلف مردم در طی تاریخ به‌شمار می‌رود و جلوه‌گاه عقاید، هنر، اندیشه و ادبیات خاصی است که می‌توان با شناخت فرهنگ عامه یک منطقه به بسیاری از نکته‌های دقیق ادبی، اخلاقی، اجتماعی و انتقادی و حوادث آن زمان و طرز زندگی، عادات و رسوم، تخیلات و نوع اندیشه‌های آن‌ها آگاه شد. از این روی در این مقاله سعی بر آن است تا با تکیه بر ضرب‌المثل‌های آمل، جایگاه کسب و کار و اخلاق در بازار آمل مورد بررسی قرار گیرد. در این مقاله، مشاغل موجود در بازار آمل به همراه ضرب‌المثل‌های مربوط مورد اشاره قرار می‌گیرند.

زرگری

zur, zar re baše

«زور، زر ر باش»

زور بر زر غلبه می‌کند.

برخی برآند که قدرت فرد زورمند بر فرد ثروتمند بیشتر است. بنابراین برای این که زیر بار زور ثروتمندان نروند می‌گویند باید به زور متوسل شد. (جوادی آملی، ۱۳۸۵: ۱۶۲)

sad man mers yek sir telâ navune

«صد من مرس، یک سیر طلا، نونه»

صد من مس، یک سیر طلا نمی‌شود.

این مثل در مقایسه افراد عامی با علما به کار می‌رود یعنی این دو گروه قابل مقایسه با یکدیگر نیستند هر چند تعداد گروه نخست بیشتر از دیگری باشد. (همان: ۲۰۱-۲۰۰)

telâ har či kohne bavuš ay telâe

«طلا هر چی کهنه بووشه، ای طلائه»

طلا هرچه قدر هم کهنه باشد باز هم طلا است.

یعنی اجناس نفیس با گذشت زمان، گرد کهنگی بر رویشان می‌نشیند اما از ارزششان چیزی کم نمی‌شود. افراد عالم هر قدر هم که پیر و زمین‌گیر شوند از احترام و ارزش علمی‌شان کم نمی‌شود. بنابراین این مثل در بیان ارزشمندی چیزهای نفیس می‌آید. (همان: ۲۰۶-۲۰۷)

mers nibu telâ qeymat nâšte

«مرس نیبو، طلا قیمت ناشته»

اگر مس نبود، طلا قیمت نداشت.

ارزش هر چیزی زمانی مشخص می‌شود که با مقابله سنجیده شود. (همان: ۲۸۴)

آهنگری

kâale âhane sar, čakoš nazen

«کال آهن سر، چکش نزن»

به جای آهن، سر چکش نزن.

این مثل وقتی گفته می‌شود که فرد بخواهد حرف دلش را بعد از دعوا و در پشت سر دیگری بزند.

«آنگر هن دکنه، پلا خورش بدیه، دم دکنه»

ângar handakte, pelâ xoreš badiye dam dakte

بچه آهنگر به گودال افتاد، پلو خورش را که دید، جانی دیگر یافت.

این مثل درباره کسی است که با ولع زیاد غذا می خورد. (ذبیح نیاعمران، ۱۳۸۲: ۱۳)

«آهن که کوره بوره، گناهکار خوردار وونه»

âhan ke kure bure, gonâhkâr xaverdâr vune

آهن که توی اجاق رفت گناهکار خبردار می شود.



برنج فروشی

tâze vene čepâ xis baxerde

«تازه ون چپا، خیس بخرده»

تازه نیم دانه های برنجش، خیس خورده. (جوادی آملی، ۱۳۸۵: ۸۲)

binjgari, šowpai ham dâyne

«بینج گری، شوپئی هم داینه»

شالیکاری شب پایی هم دارد.

زمانی که کسی از سختی کار بنالد با بیان این مثل او را متوجه می سازند که هر راحتی و

گنجی با سختی و رنج توأم است. (همان: ۶۵)

pelâšenâs xodâ našnâse «پلاشناس، خدانشناس»

پلوشناس، خدانشناس است.

مادّی پرست، خداپرست نمی‌شود. (پرتوی آملی، ۱۳۵۸: ۴۱)

to čuni bečâ pelâ kaje re zarar dârne «تو چونى بچا پلا، کجه ر ضرر دارنه»

تو چه می‌دانی پلوی سرد کجا ضرر دارد.

نسنجیده نباید کاری کرد. (همان: ۴۸)

بقالی

kur baqqâle dokune «کور بقال دکونه»

دکان بقالی، از آن شخص کور است.

به این معنی که هیچ چیز در جای خودش قرار نگرفته و هرج و مرج زیاد است.

(ذبیح‌نیاعمران، ۱۳۸۲: ۱۲۲)

pere xošhâle, pesere baqqâle «پر خوشحاله، پسر بقاله»

پدر خوشحال است [که] پسر بقال است.

از باب کنایه، تحقیر و تمسخر گفته می‌شود. (پرتوی آملی، ۱۳۵۸: ۴۱)

بزازی

rišo meqrâz, te das dare «ریش و مقراض، ته دس دره»

ریش و قیچی در دست شماست.

صاحب اختیار شما هستید. (ذبیح‌نیاعمران، ۱۳۸۲: ۸۷)

«ترمه، هرچی کهنه بوو، چراغ سر نوونه»

terme harči kohna bavu, čerâqe sar navune

ترمه هرچه کهنه شود، سرچراغ نمی‌شود.

فقر و ناداری تربیت و اصالت ذاتی را تحت الشعاع قرار نمی‌دهد. (پرتوی آملی، ۱۳۵۸:

meqrâz bazen

«مقراض بز»

قیچی کن.

یعنی خلاصه‌اش کن. (ذبیح‌نیا عمران، ۱۳۸۲: ۱۴۴)

«همون انه که دیک دره، شش تا انه باریک دره»

hamun ane ke dik dare, šeš tâ ane bârik dare

همان مقدار نخ‌ی که روی دوک است (رشته‌شده) شش برابرش نخ یکتاب (رشته‌نشده)

باقی مانده است.

این مثل را در مورد کسی به کار می‌برند که هرچه تلاش می‌کند نمی‌تواند دخل و

خرجش را برابر کند. (جوادی آملی، ۱۳۸۵: ۳۲۹)

nâzok paltâ panbue

«نازک پلتا پنبوئه»

نخ نازک دستگاه چل‌ریسی است، زود پاره می‌شود.

اشاره به اشخاصی که زود قهر می‌کنند. (ایاز، ۱۳۸۳: ۱۸۳)



قصابی

har ki gušt xâne šune qassâbi

«هر کی گوشت خوانه، شونه قصابی»

هر کس گوشت می‌خواهد به قصابی می‌رود.

هر کس باید کار خودش را خودش انجام دهد. (ذبیح‌نیاعمران، ۱۳۸۲: ۱۶۹)
«شه گوشت ر بخور، منت قصاب ر نکش»

še gušte re baxer, mennate qassâb re nakeš

گوشت خودت را بخور، منت قصاب را نکش

در تمنای گوشت مردن به که تقاضای زشت قصابان را کشیدن. (ایاز، ۱۳۸۳: ۱۴۹)

boze qam jâne, qašâbe qam pihe

«بز غم، جان، قصاب غم، پی»

غم بز جان است و غم قصاب پی او

در موقع ذبح، بز در غم جان، قصاب در اندیشه چاقی اوست. (همان: ۸۴)

به این معنی که هر کسی به فکر کار خویش است.



نمدمالی

sio lame esbe navune

«سیو لمه، اسبه [اسپه] نوونه»

نمد سیاه، سفید نمی‌شود.

اگر فردی بخواهد کسی را اندرز دهد یا تربیت کند که بی‌نتیجه باشد این مثل را

به‌کار می‌برد. (جوادی آملی، ۱۳۸۵: ۱۷۹)

sio lame re harči bašuri aspe navune «سیو لمه ر هرچی بشوری، اسپه نوونه»
نمد سیاه را هرچه بشوری سفید نمی‌شود (زنگی به شستن نگردهد سپید). (پرتوی آملی،

۱۳۵۸: ۶۸)



مسگری و قلی چی (قلعی چی)

mers re qali gine, ammâ del re qali nayne «مرس ر قلی گینه، اما دل ر قلی نینه»
مس قلع می‌گیرد اما دل قلع نمی‌گیرد.

این مثل را درباره افراد تیره‌دل به کار می‌برند که پند و موعظه در ایشان هیچ تأثیری ندارد. (جوادی آملی، ۱۳۸۵: ۲۸۳)

fârsi qali kane «فارسی قلی کنه»
فارسی قلع می‌کند.

کسی که مازندرانی است و برای پز دادن، فارسی صحبت می‌کند. (ذبیح‌نیاعمران، ۱۳۸۲:

۱۱۴)

نانوایی

ganem hama jâ, nun jâ be jâ «گنم هم‌جا، نون جا به جا»
گندم همه‌جا، نون جا به‌جا.

هرکاری وسیله و مهارت لازم دارد. (پرتوی آملی، ۱۳۵۸: ۸۷)
guâl ke nun be nakene, vare azâ buren «گوال که نون به نکنه، ور عزا بورن»
جوالی که بوی نان نکند [داخلش آرد نباشد] به عزایش ببرند بهتر است.
بحث بر سر خاصیت و اثر وجودی است. (همان: ۸۷)

har ka denun hedâ, nun ham dene «هر که دنون هدا، نون هم دنه»
هر کس که دندان داد، نان هم می‌دهد.
خداوند روزی‌رسان است. (ذبیح‌نیا عمران، ۱۳۸۲: ۱۶۹)

šah ke sere, laškar atâ lâpe nun vase «شاه که سر، لشکر اتا لاپه نون، وسه»
شاه که سیر است یک نصفه‌نان برای یک لشکر بسنده است.
کسی که وقتی کار خودش به راه افتاد برای دیگران امتیازی قائل نیست. (همان: ۹۸)
«هر کی بخرده نون گدایی، نتونه ها کنه پادشاهی»

har ki baxerde nune gedâyi natune hâ kene pâdešâhi
هر کی نان گدایی را خورد، نمی‌تواند پادشاهی کند.
مربوط به عادت و طبیعت شخص است. (ایاز، ۱۳۸۳: ۲۰۲)
hič vaqt ganem be nerxe jow nabune «هیچ وقت گنم به نرخ جو نبونه»
هیچ وقت قیمت گندم با جو برابر نیست.
ارزش هر کسی به شخصیتش بستگی دارد. (همان: ۲۰۱)

نقره‌فروشی

esbenâ beštovâš, noqreye xelâl re koyine «اسبنا بشتواش، نقره خلال ر کویینه؟»
قلیه اسفناج، خلال نقره را می‌خواهد چه کار؟

هرگاه فرد نداری به دنبال جنس گران قیمت و غیرضروری باشد یا برای هر چیز جزیی، تدارکات مفصلی بگیرد این مثل را به کار می‌برند. (جوادی آملی، ۱۳۸۵: ۲۹)

کفش دوزی

«پر بتن چرم و جرب ر وسینه»
por battene čarm o jereb re vesine
زیاد دویدن، کفش و جوراب را پاره می‌کند.
زمانی که کسی بی‌اندیشه و بی‌هدف دوندگی کند این مثل را به کار می‌برند. (همان: ۷۰)



چرم فروشی

«مگه، گوی خام اتاء»
mage goye xâm atâe
مگر چرم گاو یکی یکدانه است.
به معنی مقدار زیادی از کالا در بازار است. (ذبیح‌نیاعمران، ۱۳۸۲: ۱۲۷)

کوزه فروشی

«ول ها کرده کلا ر راس نکنه»
vale hâ kerde kelâ re râs nakene
کوزه کج شده را راست نمی‌کند.

در نکوهش تنبلی می‌آید. (جوادی آملی، ۱۳۸۵: ۳۱۳)

kelâger tele dele ow xeyne «کلاگر تله دله او خینه»

کوزه‌گر از کوزه شکسته آب می‌خورد.

اگر فرد ثروتمندی به دلیل خست به خود و خانواده‌اش سخت بگیرد این مثل را به کار

می‌برند. (همان: ۲۳۷)

beškase gome čemer kene

«بشکسه گمه چمر کنه»

صدای کوزه شکسته می‌دهد.

برای کسی که در منازعه مرتباً دعوا را پیگیری و فتنه‌جویی نماید این مثل را

به‌کار می‌برند. (همان: ۵۶)

amzenâ tim gomeye der

«امزنا تیم، گمه در»

تخم گشنیز در کوزه است.

این مثل را در نکوهش برملا ساختن راز می‌گویند. (ایاز، ۱۳۸۳: ۵۷)

«او ر از کوزه خرنه، آفتاب ر از دریچه گیرنه»

ow re az kuze xerne âftâb re az dariče girne

آب را از کوزه می‌خورد، آفتاب را از راه روزنه می‌گیرد.

در مورد کسی که بسیار تنبل است به کار می‌رود. (همان: ۶۸)

شالیکوبی

vene odang bičepelâqe

«ونه اودنگ، بی‌چپلاقه»

آبدنگ او بی‌چپلاقه است.

این مثل را برای کسی که کار بی‌حاصلی انجام دهد می‌گویند. به عبارت دیگر او

بی‌خود زحمت می‌کشد مانند آبدنگ بدون کما و چپلاق به دور خود می‌چرخد بدون

این‌که در تبدیل شالی به برنج نقشی ایفا کند. (جوادی آملی، ۱۳۸۵: ۳۱۵)

asio be nobe hase, odang be panji

«آسیو به نوبه هس، اودنگ به پنچی»

آسیا به نوبت است و آبدنگ در وقت تعیین شده است.

هرگاه کسی بخواهد نوبتش را رعایت نکند این مثل را می‌زنند. (همان: ۳۰)
 «گته دنگ ر ش چپا زنه»
 gate dang re še čepâ zane

دنگ بزرگ را برای خرده‌برنج خودش می‌زند.
 هرگاه شخصی برای انعقاد معامله‌ای تلاش کند تا خودش از آن میان نفعی ببرد این مثل
 را درباره‌اش به کار می‌برند. (همان: ۲۵۱)

«دنگ آن سر کتنه»
 dang ân sare katene

دنگ فقط آن سمت را می‌کوبد.

یک‌طرفه قضاوت کردن. (پرتوی آملی، ۱۳۵۸: ۶۰)



عطاری

«حنا به دست نمونه، دنیا به کس نمونه»

henâ be dast namune, donyâ be kas namune

حنا به دست نمی‌ماند، دنیا به کس نمی‌ماند.

این مثل ناظر بر بی‌وفایی دنیاست. (همان: ۵۳)

یخ‌فروشی

yaxruš yax dâšta qosa nâšta

«یخ‌روش، یخ داشته، غصه نداشت»

یخ‌فروش، یخ داشت و غصه نداشت.

اگر جنسی در دست فروشنده بماند و مشتری به سراغش نیاید و بدین سبب نگران شود دیگران برای دلداری این مثل را می‌زنند که یخ‌فروش با اینکه جنسش هر لحظه در حال آب شدن است غصه نمی‌خورد تو چرا نگرانی؟ (جوادی آملی، ۱۳۸۵: ۳۳۸)

dâq bar dele yax bešte

«داغ، بر دل یخ بسته»

داغ بر دل یخ گذاشت.

کار بیهوده انجام دادن، کنایه از افرادی است که در قبال درخواستی مخالفت می‌ورزند.

(ایاز، ۱۳۸۳: ۱۲۲)

نفت‌فروشی

nafruši demâq dâri naxâne

«نفت‌روشی، دماغ داری نخانه»

فروش نفت نیاز به بینی گرفتن ندارد.

اگر از بوی نفت بیزاری، این شغل را تغییر بده. (همان: ۱۸۱)

verne kêr o bâr nafte gan kene

«ونه کار و بار، نفت گن کنه»

کار و طرز رفتارش بوی نفت می‌دهد.

کارهایش بودار است. (همان: ۱۹۰)

حمّامی و آسیابانی

«آسیوبونی از نخردی، حمّامی از نشوردنی میرنه»

âsiyobuni az naxardi, hamâmi az našurdeni mirna

آسیابان از نخوردن و حمّامی از نشستن می‌میرد. (همان: ۶۷)

âsiiovuni keme, moz hayton kasre

«آسیوونی کمه، مز هیتن کسره»

آسیابانی می‌کنم هنگام مزد گرفتن خجالت می‌کشم.

کسانی که کار می‌کنند ولی هنگام گرفتن مزد خجالت می‌کشند. (ذبیح‌نیاعمران، ۱۳۸۲:

(۱۸)

in ow in asio re nârdene

«این او این آسیو ر ناردنه»

این آب آسیاب را نمی‌گرداند.

در عدم تناسب دو چیز می‌آید. (جوادی آملی، ۱۳۸۵: ۴۳)

جمع‌بندی

ویژگی‌های فرهنگی هر جامعه‌ای بویژه تا پیش از عصر نو، ریشه در داستان‌ها، باورها و زبان‌زدهای شفاهی داشته که سینه‌به‌سینه و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شده است. فضاها و مشاغل مختلف تحت تأثیر این ویژگی‌های فرهنگی گاهی ادبیات شفاهی مربوط به خود را دارا بودند. به طور مثال بازار از ارکان اصلی شهرهای سنتی به‌شمار می‌رفت و به دلیل آنکه بسیاری از فضاهای کالبدی شهری را در خود جای داده، نقش مهمی در رشد فرهنگی جوامع داشته است. از این روی ادبیات عامه که موجب شناخت فرهنگی هر قوم می‌شود می‌تواند بسیار تحت تأثیر این نهاد قرار گیرد به‌گونه‌ای که می‌توان بسیاری از مشاغل، حرفه‌ها، اعتقادات مردم در زمینه معاملات، درستی و نادرستی معاملات، مقید بودن به دین در معامله و بسیاری از این موارد را از طریق بررسی این گونه ادبیات استخراج کرد. تعاملات و دادوستدهای مادی و غیرمادی تحت تأثیر این ویژگی‌های فرهنگی قابل بررسی هستند. نگاه به مسائل مختلف رفتاری از طریق ویژگی‌های مشاغل مختلف می‌تواند زمینه مطالعات ژرف‌تر را فراهم نماید.

منابع

۱. ایاز، محمود (۱۳۸۳) دل گپ، آمل: شرکت غدیر خم.
۲. پرتوی آملی، مهدی (۱۳۵۸) فرهنگ عوام آمل، تهران: وزارت فرهنگ و آموزش عالی.
۳. جوادی آملی، یحیی (۱۳۸۵) ضرب‌المثل‌های آمل، تهران: اطلاعات.
۴. ذبیح‌نیاعمران، آسیه (۱۳۸۲) امثال و حکم مردم آمل، یزد: لاله کویر.

