

جنبه‌های فولکلوریک سراهای بازار سنتی اراک

دکتر فرهاد امام‌جمعه*

پروین بختیاری بستاکی**

چکیده

بازارهای سنتی، هم محلی برای تجارت و هم محلی برای تبادل و ارتباط به طور عام بوده‌اند. در این بازارها علاوه بر کارکرد اقتصادی، کارکردهای آموزشی، مذهبی، فرهنگی و... نیز دیده می‌شود. در این مقاله، ضمن اشاره به عناصر مختلف فرهنگ مردم در بازار سنتی اراک، مانند عناصر مادی، مشاغل، معرفی سراهای بازار، جایگاه زنان در بازار، مراسم و ادبیات شفاهی رایج در بازار، فضای ذهنی بازار و اخلاقیات بازاریان مطرح شده است. نمایش بازارهای سنتی و آشنایی با مختصات آنها می‌تواند دستمایه ساخت مجموعه‌های مستند قرار گیرد؛ زیرا این نوع بازار در اغلب شهرهای ایران مشاهده می‌شود.

کلیدواژه‌ها: بازار سنتی، فرهنگ مادی بازار، فرهنگ غیرمادی بازار، بازار

سنتی اراک، مشاغل بازار سنتی

f.emamjome@yahoo.com
bakhtiaryp@yahoo.com

* دکتری مردم‌شناسی و استادیار دانشگاه آزاد اسلامی اراک
** کارشناسی ارشد مردم‌شناسی

مقدمه

شهرها همواره مراکزی برای داد و ستد بوده‌اند و بازارهای شهری، قدیمی‌ترین فضاهای شهری به حساب می‌آیند که به طور مستمر تا به امروز باقی مانده‌اند. بازارهای سنتی، هم محلی برای تبادل کالا و هم محلی برای تبادل و ارتباط به طور عام بوده‌اند و روابط انسانی در این بازارها بسیار بیشتر از بازارهای جدید است. در بازارهای سنتی، علاوه بر کارکرد اقتصادی، کارکردهای آموزشی، مذهبی، فرهنگی و... نیز دیده می‌شود (فکوهی، ۱۳۸۳: ۲۷۱). مطالعه فرهنگی^۱ اجتماعی فضای بازارهای سنتی، نشان‌دهنده حضور پررنگ و برجسته عناصر فرهنگی و اجتماعی در محیطی به ظاهر اقتصادی است. مدعای این سخن، وجود فضاهای آموزشی و مذهبی مثل مسجد، مدرسه و سقاخانه؛ فضاهای بهداشتی مانند حمام؛ فضاهای تولید و فضاهای ارتباطی مثل دالان و غیره در بازارهای سنتی ایران بویژه بازار سرپوشیده اراک است.

انسان‌شناسان معتقدند که رفتار کنشگران در بازار، صرفاً توجیه اقتصادی ندارد و فقط برای کسب سود بیشتر نیست. به عبارت دیگر، رسیدن به منفعت مادی، تنها هدف ارزشمند افراد در عرضه بازار نیست، بلکه در چنین فضایی عوامل انسانی با در نظر گرفتن نیازها و اهداف غیر اقتصادی، دست به انتخاب‌های فرهنگی می‌زنند.

مجموعه تاریخی بازار اراک، نمونه ارزشمندی از شهرسازی اوایل قرن ۱۳ است که بنای آن را فردی به نام سپهدار اعظم، حاکم اراک گذاشته است. این بازار از دیرباز به عنوان مرکز اقتصادی و تجاری و همچنین عرضه فرش همراه با مواد اولیه آن از قبیل تار و پود، نقشه، دار قالی و خامه شناخته می‌شود.

جنبه‌های فولکلوریک سرراهی بازار سنتی اراک ❖ ۱۳۷

این بنای باارزش تاریخی که تلفیقی از معماری مدرن و سنتی ایران است، در چهار جهت شمال، جنوب، شرق و غرب ساخته شده است. بازار اراک به عنوان آخرین اثر معماری ایرانی و اسلامی در مرکز شهر اراک قد برافراشته است و همچنان از محل‌های تجاری پررونق شهر به شمار می‌رود. این بازار که به بازار سرپوشیده نیز معروف است، کمتر از یک کیلومتر طول دارد.



این مقاله با رویکرد کیفی و توصیفی و به روش میدانی تدوین شده و جامعه هدف نیز همه سرراهی موجود در بازار سرپوشیده اراک است که به دلیل گستردگی و تأکید بر روش‌شناسی توصیفی، تنها سرسراهی کاشانی، هزاوه‌ای‌ها و کتابفروشی‌ها که از سرراهی قدیمی و معروف هستند، انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات نیز از مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه و مشاهده میدانی استفاده شده است. این مقاله می‌کوشد به این پرسش پاسخ دهد که «کدامیک از جنبه‌های فولکلور در فضاهای ذهنی بازار مشاهده می‌شود؟» برای انجام این امر از الگوی تحلیلی فرانس بواس^۱ استفاده شده است.

1. Franz Boas

فولکلور و فضای ذهنی بازار

بخش اعظم یا تمامی اجزا و عناصر فرهنگی با توجه به شتابی که فناوری در سیر رشد یا انحطاط خصلت‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی اقشار و فرهنگ‌های کهن و جدید دارد، دچار تغییر یا حتی تحولاتی خواهد شد که اگر از آن غفلت کنیم، شاید در چشم برهم‌زدنی دیگر از فرهنگ انسانی یا بومی خبری نباشد و فرهنگ سایبر جای آن را بگیرد. از خلال مشاهدات و مصاحبه‌های انجام شده در سراهای بازار سنتی اراک، جنبه‌های مختلف فولکلوریک این اماکن شناسایی شد که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

۱. فرهنگ مادی

قیان یا قاپون: وسیله اصلی در وزن کردن مواد انبوه و اولیه مثل خامه، الیاف، برنج و... بوده است که به شغل خاصی اختصاص ندارد و در گذشته در هر سرا قابل دیدن بوده است. این وسیله دارای دو کفه است که هر کدام با ۴ زنجیر به تیر چوبی ضخیمی که اثر آن در سرای کتابفروش‌ها سمت چپ است، آویزان می‌شده و بالای آن، سنگی به نام شاهین بوده که در هنگام برابری جنس با سنگ میزان در بالای تیر به صورت افقی قرار می‌گرفته است. امروز فقط در قسمت سر باز سرای کاشانی، نمونه آن را می‌توان دید، ولی شکل نوین آن به نام باسکول در همه‌جا قابل یافتن است. (مصاحبه با شفیع و اخوان هزاوه، ۱۳۹۲)

لولهنگ یا لولنگ: وسیله‌ای سفالین بود که پادوها برای آب‌پاشی سراها یا جلوی حجره، از آن استفاده می‌کردند.

چرتکه: وسیله ابتدایی و کاملاً چوبی که همچنان زینت‌بخش میز کسبه قدیمی سراهاست. برای انجام حساب و کتاب‌ها از آن استفاده می‌شود و نحوه

استفاده از آن تابع قاعده ساده‌ای است. کاربران در هنگام استفاده از چرتکه می‌گویند: «بذار چرت بندازم». در میان کسبه جدیدتر، ماشین حساب و تلفن‌های همراه جای چرتکه را پر کرده است.

چرتکه شامل یک چارچوب و ۱۰ میله بود که هر کدام چند مهره چوبی را در خود داشتند و همین وسیله کار کسبه را راه می‌انداخته است؛ زیرا در گذشته حتی معاملات تجاری بزرگ از چند ده یا چند صد هزار تومان تجاوز نمی‌کرده است و تعداد میله‌ها و مهره‌های چرتکه برابر با تعداد رقم‌هایی است که در نهایت قیمت‌ها وجود داشته است، ولی امروزه مثلاً ماشین حساب‌ها ظرفیت حساب رقم‌های میلیونی به بالا را دارند.

الوار یا تیر: در بافت قدیم سرای هزاوه‌ای، بالای در حجره‌های سرای کاشانی و کتابفروش‌ها تیرهای چوبی قطوری دیده می‌شود که به آن الوار می‌گویند که از جنس چوب درخت صنوبر است. در گذشته، به دلیل نبود تیر آهن جایگزین مناسبی برای استحکامات بوده است.

دار یا دستگاه: در اکثر سراهای بازار اراک، حتی سرای کتابفروش‌ها که مشاغل قدیم کمتر دیده می‌شود و حِرَف جدید جایگزین آنها شده‌اند، می‌توان دار قالی را دید؛ زیرا در گذشته سراهای بازار، مقر تجارت فرش بوده‌اند و از زمانی که خرید و فروش فرش در سراها از رونق افتاد، تجار و صاحبان حجره‌ها به ورود مشاغل جدید از جمله قماش‌ی، پتوفروشی یا پلاستیک‌فروشی رضایت داده‌اند. ولی قدیمی‌ها بر پایداری حرفه فرش در سراها تعصب دارند و شاید بر اساس همین پابندی شغلی است که در حجره‌ها و سراها، گونی، پشم، خامه و خامه‌های رنگ‌شده و دار را جلوی دید می‌گذارند.

چراغ لامپا: در گذشته که شبکه توزیع برق وجود نداشت، نور بازار و سراها به وسیله چراغ لامپا و چراغ توری تأمین می‌شد. یک توری در داخل محفظه آهنی دستی بود که به زنجیرهای آجری بین طاق‌های بازار آویزان می‌کردند. در بازار یک مأمور شهرداری به نام کربلایی نقی چراغچی با دو شاخه بلند، صبح‌ها می‌آمد که چراغ‌ها را ببرد تا توری چراغ‌دستی را عوض کنند یا نفت بریزند و عصرها می‌آمدند و آنها را روشن می‌کردند.

در برخی از سراها مثل کتابفروش‌ها و کاشانی، هنوز هم صبح‌ها و بخشی از بعدازظهر اکثر کسبه چراغ روشن نمی‌کنند، زیرا نور بخش سربسته بازار، توسط نورگیرهایی که در طاق‌ها تعبیه شده است، تأمین می‌شود و از چراغ بیشتر برای نما دادن به کالاها استفاده می‌گردد که آن هم در بین کسبه جدید یا حجره‌هایی که در کنج قرار گرفته‌اند و نورگیر نیستند، رایج است.

۲. مشاغل

از آنجا که کار سراها مرتبط با فرش و تولید مواد اولیه بوده است، اکثر مشاغل مربوط به فرش است. از جمله:

رنگرزاها: مکان این رده شغلی در خود بازار نبوده و خیابان رنگرزاها به صاحبان این مشاغل اختصاص داشته است.

تاجرهای عمده هر کدام برای خود، رنگرز مخصوصی داشتند؛ چرا که نوع رنگ، کیفیت کلاف‌ها و سلیقه مشتریان متفاوت بود و تجار برای اطمینان خاطر و بر اساس اعتمادی که داشتند، همیشه با رنگرز مشخصی کار می‌کردند. امروز خیابان رنگرزاها فقط نام این شغل را به دوش می‌کشد و غیر از دو رنگرز که صرفاً فروشنده‌اند، اثری از این شغل در این خیابان نیست. در گذشته این کار در کارگاه‌های سنتی و با لوازم و البته رنگ‌های طبیعی، سنتی و

جنبه‌های فولکلوریک سراهای بازار سنتی اراک ❖ ۱۴۱

غیرصنعتی که از گیاهان بومی به دست می‌آمدند، انجام می‌گرفته است. رنگ‌ها از پوست انار یا کاه (برای ایجاد رنگ کرم) بود. همچنین روناس را از یزد و کرمان می‌آوردند. در اراک سورمه‌ای و گلنار را بیشتر می‌پسندیدند، ولی در تبریز رنگ گل‌بهی و سنجدی هم طرفدارانی داشت (احمری، مصاحبه، ۱۳۹۲). پوست گردو و انار را با ماستی به نام ماست چرخ‌چی که پسمانده ماستی بود که چربی و سرشیرش را گرفته بودند، مخلوط می‌کردند تا رنگ هم زیباتر و هم ماندگارتر شود (عزیزی، مصاحبه، ۱۳۹۲). دوغ، حاوی اسیدلاکتیک است و در براق شدن خامه و حالت مخملی دادن به فرش تأثیر بسیار دارد.

خامه‌فروش: در گذشته خامه، ماده اصلی در قالببافی بوده است که از پشم گوسفند به دست می‌آمد و به صورت عمده عرضه می‌شد. در گذشته، خامه را از قم، مشهد، سبزوار و کرمانشاه می‌آوردند و امروز در میان تجار اراک خامه مشک‌آباد اراک معروف است. خامه‌فروشان در سراه‌ها، استفاده‌کنندگان اصلی از قپان بوده‌اند. امروزه این شغل در سطح خرده‌فروش در بازار دیده می‌شود.

نقشه‌کش: از مشاغلی که در ثبت قالی به عنوان یک هنر ملی نقش به‌سزایی دارد، نقشه‌کشی فرش است. در حال حاضر دو نقشه‌کش در سرای کاشانی و یک نفر به نام آقای آستانه‌ای در سرای کتابفروش‌ها وجود دارد. تعداد این نقاشان به دلیل روی کار آمدن نقشه‌های چاپی کم شده است. معمولاً حجره نقشه‌کش‌ها در قسمت باز سراه‌هاست، به دلیل اینکه این کار نیاز به نور داشته و در گذشته نوری بهتر از نور آفتاب برای این امر نبوده است. با توجه به اینکه چراغ‌های پایه بلندی برای این کار تعبیه شده است، ولی همچنان این هنرمندان در فضاهای رو باز هستند. لوازم کار در این شغل بسیار ساده است. نور لازم،

کاسه‌های رنگ که معمولاً سفالی‌اند، قلم‌موهای بسیار ظریف و ورق‌های مخصوص این کار.

در گذشته، تجار طرح ذهنی خود را به نقشه‌کش می‌دادند و آنها می‌کشیدند و فرش‌فروشان از روی خانه‌های نقشه می‌فهمیدند نقشه فرش چند متری یا چند زر و گره است. آن موقع نقشه‌کش‌ها، خانه‌شمار پول می‌گرفتند؛ برای مثال ۱۲۰، ۱۶۰ یا ۲۰۰ خانه، ولی امروزه قیمت‌ها همه ثابت است و نقشه آماده در بازار وجود دارد. همچنین به دلیل اینکه این نقشه‌ها با دقت کمتری تهیه شده‌اند و رنگ‌ها در خانه خودشان قرار نمی‌گیرند، دچار نقصان‌اند. باید توجه داشت که از دست رفتن نقشه‌کشان قدیم، به بهای کمرنگ شدن یا از بین رفتن طرح قالی اراک است.

چایچی: در گذشته مکانی به عنوان قهوه‌خانه و دیزی‌پزی وجود داشت که تجار در هنگام داشتن مهمان، پادوهای خود را برای تهیه غذا به آنجا می‌فرستادند. طبخ یک نوع غذا آن هم دیزی در فضای بازار، علاقه بازاریان در گذشته به این غذا را نشان می‌دهد. البته به دلیل اسکان مسافران و تاجران در بازار، وجود چنین مکانی الزامی بود. امروزه هر چند قهوه‌خانه‌های سنتی دایر شده‌اند، ولی نتوانسته‌اند جای چایچی‌های قدیم را برای کسبه پر کنند.

باربر: در دوران رونق تجارت‌سراها، هر سرا برای حمل قالی و مواد اولیه باربر مخصوص به خود را داشته است. هر سرا، ۴ یا ۵ باربر داشت که با گاری اجناس کسبه و خریداران را معمولاً تا در منزل یا سرای دیگر حمل می‌کردند. وضعیت باربران در برخی از سراها مثل سرای هزاوه‌ای‌ها، شکل رسمی‌تری داشت. این سرا، سرایداری به نام حاج خان ملکی داشت که خودش ۵ تا باربر داشت و بهداشت سرا هم با همین باربرها بود. (اخوان‌هزاوه، مصاحبه، ۱۳۹۲)

جنبه‌های فولکلوریک سرراه‌های بازار سنتی اراک ❖ ۱۴۳

این شغل همچنان با تعداد کمتری در سطح بازار دیده می‌شود. در هر سرا فعلاً یک باربر بیشتر وجود ندارد و آن هم به دلیل کسادی اقتصاد سرراه‌هاست که معمولاً شناسایی آنها کار سختی نیست، زیرا اغلب در محوطه پوشیده سرا بر روی گاری خود نشسته‌اند. امروزه تجمع بزرگ‌تر باربران را می‌توان در چهار سوق بازار دید که منتظر تماس کسبه یا فراخواندن مشتری‌ها هستند.

مکاری (mokâri): پیش از ورود ماشین به اراک، شغلی به نام مکاری وجود داشته است که به گفته بازاریان همان صاحبان قاطر، شتر و اسب بودند که وسایل و اجناس مردم را تحویل می‌گرفتند و به نواحی اطراف می‌بردند یا می‌آوردند. این افراد، اشخاصی مورد اعتماد بودند. در منابع دیگر از این شغل به نام «چارواداری» یاد شده است.

۳. نامگذاری سرها

بر اساس شنیده‌ها، بیشتر سرها به نام بانیان خود، مانند حاج میر علی اصغر کتابفروش، حاج محمدرضا کاشانی و محمود اخوان هزاره‌ای نامگذاری می‌شده‌اند یا حرفه رایج در سرایی، سبب شهرت آن به نام خاصی شده است؛ مثل سرای صندوق‌سازها یا نقشینه.

۴. تعبیه بخش روباز و سرپیسته در سرها

سراه‌های بازار به طور غالب دارای دو فضای سرپوشیده و روباز هستند. تجارتخانه‌ها و محل فروش کالا نیز در جوانب این فضاها قرار داشتند. ساختمان این تجارتخانه‌ها معمولاً دو طبقه بودند و در برخی از آنها تُّجار و خریداران یا مسافرانی که از دیگر نقاط برای خرید به شهر می‌آمدند، شب را در طبقه دوم می‌گذراندند. بنابراین، سرها و کاروانسراها به مفهوم ویژه، ضمن

ایفای نقش تجاری، اقامتگاه موقت نیز محسوب می‌شدند. تقسیم‌بندی خاصی بین مشاغل سراهای روباز و بسته وجود داشته و دارد. مشاغلی که به کار تولیدی می‌پردازند، به دلیل زمان کار طولانی که گاه از ساعت کاری سرا بیشتر است، در فضای روباز قرار می‌گیرد. همچنین، نقشه‌کش‌ها و رفوگران به دلیل نیاز به نور زیاد و طبیعی در طبقات دوم قسمت روباز جای داشتند و دارند. فضای سربسته، مختص تجارتخانه‌ها و فرش‌فروشی‌ها بود تا اجناسشان از سرما و گرما، باران و نور خورشید محافظت شوند. در بازار، فضای روباز بیشتر حالت بارانداز دارد که همه اجناس در گذشته از سوی باربرها در این قسمت تخلیه می‌شدند و هر تاجری مال‌التجاره خود را برمی‌داشت.



۵. جایگاه زنان در اقتصاد سراها

بررسی جنسیت در فعالیت‌ها یکی از مواردی است که در مردم‌شناسی اقتصادی بر آن تأکید شده است. در هر سه سرای بازار، زنان چون در مقام بافندگان فرش و عامل ارتباطی بین مراحل قبل و بعد از تولید فرش بوده‌اند، کارکرد آشکار و مهمی داشته‌اند. هر چند امروزه برخلاف گذشته، نقش

جنبه‌های فولکلوریک سراهای بازار سنتی اراک ❖ ۱۴۵

مصرفی زنان نسبت به نقش تولیدی آنان بیشتر شده است اما همچنان در این عرصه فعال هستند.

۶. جایگاه پادو

هیچ کدام از سراها دیگر حجره‌های ویژه پادوها را ندارند. در گذشته هر حجره‌ای پادوی مخصوص خود را داشت که به دنبال مطالبات کارفرما و دریافت بدهی‌ها، تمیز کردن حجره‌ها و پذیرایی از مهمان حجره و خرید روزانه خانه صاحب مغازه بودند. امروزه بسیاری از پادوها و سرایداران گذشته جزء مغازه‌داران بازارند و به دلیل تغییر در کارکرد این صنف طبیعی است که حجره پادو دیگر مشاهده نشود.

۷. نمودهای اخلاقی بازاریان

در اذهان مردم ایران خاطره خوب و مطلوبی از بازار و بازاریان وجود دارد. بدین معنا که بازاریان را افراد متدینی می‌دانند که در کار خیر پیشقدم هستند. در این بررسی به دلایل ایجاد این ذهنیت اشاره می‌شود و این نکته مشخص می‌گردد که چه رابطه‌ای میان تجارت و اخلاقیات وجود دارد و پیوند این دو چگونه در فرهنگ تجاری بازار توجیه می‌شود.

ویژگی‌های اخلاقی تجار قدیم

در گذشته رابطه تجار با یکدیگر و با مردم بسیار خوب بود. احترام زیادی برای هم قائل بودند و از یکدیگر در مواقع بحرانی حمایت می‌کردند. زمانی که کسی در ورطه ورشکستگی قرار می‌گرفت، به او کمک می‌کردند. اما امروزه منفعت‌طلبی به قدری رواج یافته که این روابط را تحت‌الشعاع قرار داده است.

در گذشته، تجار، با برخورداری از سلامت فکری بالا، اغلب متدین، مؤمن و معتقد بودند، کم‌فروشی نمی‌کردند و دوستی و مودت بین فروشندگان و مشتری وجود داشت. معمولاً تجار قدیمی سه ویژگی را همواره مدنظر قرار می‌دادند: ادب، انسانیت و محبت. (شفیعی، مصاحبه، ۱۳۹۲)

ویژگی‌های اعتقادی تجار قدیم

در گذشته اعتقاد بر این بود که مال آدمی امانت خداوند است و بخشی از درآمد، از آن دیگری است که باید به دست صاحبش برسد. در گذشته وجود صفات پسندیده اخلاقی در نزد تجار باعث می‌شد تا افراد نیز هنگام قرار گرفتن در آن فضا، با بازاریان هم‌رنگ شوند و آن صفات را از خود بروز دهند. حتی برخی غیرمسلمان‌ها نیز که در همین فضا قرار گرفتند، واجد آن صفات شدند. مثل ینوک ارمنی یا تجار یهودی سرای یهودی‌ها. شاید بتوان این صفات را ذیل سه اصطلاح «توکل»، «برکت» و «شکرگزاری» قرار داد:

توکل: اصطلاح «روزی را خدا باید حواله کند» از عبارات‌هایی بود که به‌صورت مداوم از زبان تجار شنیده می‌شد. این باور، اعتقادی همگانی در میان تجار بود و نوع ارتباط و کسب روزی آنها بر توکل بر خداوند استوار شده بود. (حاجیان، مصاحبه، ۱۳۹۲)

برکت: علاوه بر اعتقاد و باور به «توکل به خداوند»، باور به «برکت» نیز از ویژگی تجار قدیمی به‌شمار می‌رفت. آنها باور داشتند که خداوند به روزی آنها و آنچه کسب می‌کنند برکت می‌دهد و میزان و مقدار آن مهم نیست؛ پس نیازی به حرص و طمع وجود ندارد.

شکرگزاری: امید در میان تجار قدیمی بیش از امروز به چشم می‌خورد. شاید به همین دلیل است که در سنین بالا هم از کار دست نمی‌کشند و برای کار و عمرشان ارزش قائلند. این تجار در همه حال شکرگزار خداوند هستند و

جنبه‌های فولکلوریک سراهای بازار سنتی اراک ❖ ۱۴۷

در طول روز و در گفتگوهای خود با مردم یا با یکدیگر، این سپاس و شکرگزاری را بر زبان می‌آورند.

تجار قدیمی، ویژگی‌های دیگری نیز داشتند:

- آموزش

در گذشته برای کسانی که می‌خواستند وارد کسب و کار شوند، حدود شرعی و عرفی کار و معاملات توضیح داده می‌شد. امروزه این موضوعات از مواردی است که نظریه‌پردازان مدیریت کیفیت در علوم بازرگانی و فروش به‌عنوان شیوه‌های جلب مشتری و ورود به عرصه رقابت تجاری بر آنها تأکید می‌کنند. از جمله مستحبات مکاسب که معمولاً آموزش داده می‌شد، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. دقت در معامله به معنی جنس خوب خریدن و جنس خوب فروختن.
 ۲. مسامحه در خرید و فروش و سخت نگرفتن به مشتری‌ها و مردم.
 ۳. پرهیز از تزئین کاذب جنس‌ها برای ایجاد رغبت سطحی در خریداران و بالعکس آن، تلاش برای جلب رضایت عمیق و پایدار مشتری‌ها.
 ۴. بیان عیوب اجناس معیوب و آگاه کردن خریدار از کالایی که می‌خرد.
 ۵. تفاوت قائل نشدن بین مشتریان و به بیان امروزی نگاه حرفه‌ای و همسان به بازار.
 ۶. احسان کردن هنگام معامله و تخفیف دادن به مشتری.
 ۷. اقاله نادم یا قبول کردن جنس از مشتری پشیمان شده.
- به طور کلی، تعلیمات مکاسب در گذشته رنگ و بوی دینی داشت و بازاریان سعی می‌کردند احکام دینی را در معاملات خود، جاری و رعایت کنند.

- دستگیری کردن

در گذشته، کسبه قدیمی از نیازمندان، بدون اینکه متی بر سر آنها نهند، دستگیری می کردند. مثلاً روزی در یکی از حجره‌های سرای کتابفروش‌ها، فرد ساده‌ای وارد یکی از حجره‌ها شد که گویا مبلغ اندکی از صاحب حجره می‌خواست. آن کاسب در کنار بدهی‌اش، چکی به آن فرد داد و گفت این برای خرج تحصیل نورچشمی‌هایت است که پس‌دادنی در آن نیست. بعد هم از او با چای پذیرایی کرد. استفاده صاحب حجره از کلمه نورچشمی جالب بود که به نظر پژوهشگر، می‌خواست به آن فرد بفهماند که تو بر سر فرزندان متی نداری یا در سرای هزاهای‌ها، فروشنده جوان پلاستیک‌فروشی مشاهده شد که دست پیرمرد نابینایی را گرفته بود و به سمت حجره‌داران می‌برد و برایش کمک جمع می‌کرد. هر کدام از کسبه بعد از پرداخت مبلغی، جوان را به سمت تاجر بعدی راهنمایی می‌کردند.

گاه این کمک، برای تاجر دیگر انجام می‌شد. مثلاً اگر تاجری ورشکسته می‌شد، به او می‌گفتند توقف کن. سپس چند تن از بازاریان جمع می‌شدند و سرمایه‌ای برای تاجر ورشکسته جمع‌آوری می‌کردند.

- اهمیت مال حلال

در گذشته مردم در حلال بودن آنچه که به دست می‌آوردند، بسیار دقت می‌کردند. مثلاً قالیباف‌ها که به واقع انسان‌های خوبی بودند، وقتی کارشان تمام می‌شد، می‌گفتند «حاجی اگر یک تار از خامه فرشت به پای مرغ ما پیچیده باشد، ما را حلال کن». یا در هنگام خرید چای، اول پاکت را وزن می‌کردند و بعد چای را می‌کشیدند که پول اضافه نگیرند و مدیون نشوند.

جنبه‌های فولکلوریک سرراهای بازار سنتی اراک ❖ ۱۴۹

در قانون عرفی و شرعی گذشته، در هر معامله‌ای، ۱۰ درصد قیمت واقعی جنس به عنوان سود حلال در نظر گرفته می‌شد. معمولاً میزان سود در برابر هر ۱ ریال ۱ قران بود؛ یعنی ۱۰ درصد قیمت واقعی.

۸. اجرای مراسم در بازار

سراها در تعطیلات رسمی، بویژه سوگواری‌های بزرگان دین مثل وفات پیامبر ﷺ، شهادت حضرت علی علیه السلام و روز عاشورا به طور کامل تعطیل هستند و در تعطیلات دیگر، مانند شهادت امام صادق علیه السلام یا نیمه شعبان، کار خود را با چند ساعت تأخیر آغاز می‌کنند. در نیمه شعبان، ماه رمضان یا ایام دیگر سال، در سرراهی مورد مطالعه تغییری مشاهده نمی‌شود، برخلاف راسته‌بازار که آذین یا پرچم به وفور دیده می‌شود. در گذشته نه چندان دور، سرای کاشانی در ایام فاطمیه، به مدت ۱۰ روز مراسم روضه‌خوانی برپا می‌کرد. بدین کیفیت که فضای سرپوشیده سرا را با فرش می‌پوشاندند و خانم‌ها از درب حیاط و آقایان از درب اصلی وارد می‌شدند. زمان آن هم دو ساعت بود و چهار سخنران و روضه‌خوان داشت. هزینه مراسم از کارکرد ۱۰ روز کسبه سرا جمع می‌شد.

از مراسم مذهبی مرسوم دیگر در بازار، تعزیه‌خوانی در ماه محرم و صفر بود که از پشتیبانی مالی بازاریان و نذورات مردم برخوردار بود. این مراسم در روزهای نهم و دهم ماه محرم هر سال هزاران دیده مشتاق و محزون را در حاشیه خیابان اصلی شهر، بویژه در کنار دکان‌ها و ورودی کاروانسراهای بازار به خود جلب می‌کرد. دو دسته بزرگ و مطرح تعزیه‌خوانی شهر یعنی محله قلعه و حصار در این دو روز در صحن بازار اراک تعزیه برپا می‌کردند. یک نیمروز، بازار جولانگاه قلعه بود و نیمروز دیگر جولانگاه حصاریان.

(ولاشجردی فراهانی، ۱۳۹۰: ۷۹)

۹. ادبیات و فضای کاری بازار

ادبیات، بخش بزرگ و مهمی از فرهنگ هر قشر، جامعه و فرهنگی را تشکیل می‌دهد که نمی‌توان در مطالعاتی از این دست آن را نادیده انگاشت. در میان هر قشر و صنفی، اصطلاحات و کنایات زیادی برخاسته از ادبیات عامه و شرایط کارشان وجود دارد که گاه استعمال آنان آنقدر فی‌البداهه است که از دید مردم‌شناسان دور می‌ماند.

- تعارفات

در بیشتر گفتگوها و مراودات کسبه، عبارت‌هایی را می‌شنوید که برخاسته از باورهایشان است؛ مانند «خدا عاقبت شما را به خیر کند»، «خدا به مال شما برکت دهد»، «انشاءالله، سالم و برقرار باشید»، «الهی سایه پدر و مادر بالای سرت باشد»، «خدا رحمتش کند» و ... اگر توجه کنید در بیشتر این دعاها، خداوند محور اصلی است و افراد از بندگان خداوند چیزی را طلب نمی‌کنند.

- ضرب‌المثل‌ها

مثل‌های رایج در میان کسبه در شرایط خاص بیان می‌شوند. بنابراین، دسترسی به این ضرب‌المثل‌ها به طور عام امکان‌پذیر نیست. برخی از رایج‌ترین مثل‌ها عبارت‌اند از:

«ما در این کار چُکیدیم ولی بعضی‌ها چسبیدند»

ما از آن دست آدم‌هایی هستیم که به قالی چسبیدیم و آن را رها نکردیم و از اول در کار قالی بودیم، ولی قالی فروش‌های جدید چون رنج قالی را نکشیده‌اند، نمی‌توانند عیب قالی را متوجه شوند، ولی ما با یک نگاه عیب فرش را درمی‌آوریم. (احمری، مصاحبه، ۱۳۹۲)

«امضا، قالب خشت مالی نیست»

بسیاری از کسبه گذشته و امروز، با دادن چک و امضای آن مخالف هستند و دیگران را از آن برحذر می‌دارند.

«به حال تاجری باید گریست که درآمدش بود ۱۹ و خرجش ۲۰»

این مثل در درس مکاسب هم به کار می‌رفت و اشاره به تنظیم امرار معاش داشت. به عبارت دیگر، به تاجران گوشزد می‌کرد که بیشتر از درآمدها خرج نکنند.

«گر به نیست که زیر سقفمان را سوراخ کند، اگر سقفمان را سوراخ کرد

مراقب مالمان هست»

این اصطلاح، به این دلیل که در گذشته مردم به یکدیگر اعتماد داشتند، بیان می‌شد و مراد از گر به هم مستأجر بود.

- اصطلاحات

اصطلاحات به کار رفته از سوی کاسبان بازار، گاه عمومی بودند و گاه الزامات و ویژگی‌های شغلی را دربرمی‌گرفتند. در این بخش به برخی از این اصطلاحات اشاره می‌شود:

دوا شور کردن: تمامی فرش‌ها، پیش از عرضه به بازار شسته می‌شوند تا اگر آب بر روی قالی ریخت، رنگ پس ندهد.

سرد (sord) کردن: مرحله‌ای از تولید خامه است که طی آن ضایعات پشم را می‌گرفتند.

فرش گل آمریکایی: در اراک، فرش آمریکایی شهرت بسیار داشت؛ زیرا یکی از افراد یک کمپانی آمریکایی که از صادرکنندگان فرش ساروق به اروپا و آمریکا بودند، به دلیل تکراری شدن نقشه و طرح فرش‌ها، در جمع نقشه‌کشان شرکتش، دسته کلیدی را از جیبش درمی‌آورد و بر روی کاغذ می‌گذارند و طرح

بوته‌ای از آن درمی‌آورد و نقشه‌کشان را به ترسیم چنین طرح‌هایی تشویق می‌کند. از آن زمان به بعد سبکی به نام دستگاه آمریکایی معروف می‌شود که رنگ‌های غالب آن گلنار و دوغی بوده است.

سی‌زی: به شکل سقف حجره‌های سرای کاشانی گفته می‌شود که احتمالاً از سبک‌های معماری یزدی است و به آن ضربی هم گفته می‌شود.

دولابچه: هر سرا، یک در اصلی از جنس چوب و بسیار مرتفع دارد. بر روی در برخی از سراها در کوچک دیگری هم بود که به آن دولابچه می‌گفتند که برای نگهبانان و کسانی که قبل از ورود همه می‌خواستند وارد سرا شوند، تعبیه شده بود. این اصطلاح، از محوطه‌ای کوچک که در دل دیوار بوده و در بیشتر خانه‌های قدیمی جای نگهداری خوراکی‌ها و جنس به شمار می‌رفته و درب چوبی کوچکی داشته، گرفته شده است.

دلیل این امر می‌تواند استفاده زیاد آنان در طول روز و عادت‌واره شدن این ادبیات باشد. یافتن ادبیات عامه آن هم در میان مشاغل بسیار دشوار است، زیرا با پرسش از مردم نمی‌توان آنها را یافت و باید منتظر موقعیت و شرایطی بود که اهالی خود را ملزم به کاربرد آن بدانند. غیر از اصطلاحات شغلی که از جغرافیا و فرهنگ بومی برمی‌آید، بروز مفاهیم اعتقادی، به صورت تظاهرات نهادینه شده در باورها، نگرش‌ها و ارزش‌ها متبلور می‌شود.

جمع‌بندی

در این مقاله توجه صرفاً معطوف به فرش و فرهنگ عامه مربوط به فرش‌فروشان نبود، اما تخصیص فضای عمده‌ای از کار سرای بازارها در گذشته به تولید فرش و مواد اولیه آن، ناخودآگاه مطالعات را به این سو سوق می‌دهد.

بر اساس مشاهدات، این نظر تأیید می‌شود که بسیاری از وجوه فولکلوریک بازار در میان دو نسل با جریان‌ها و تأثیرات گوناگون همچنان باقی مانده است و کارکرد دارد؛ مانند ابزار، خصلت‌های جمعی و اصطلاحات و نظایر آن. برخی دیگر از وجوه هم به دلیل رشد فناوری و تغییر نسل بازار و جایگزینی گزاره‌های بهتر و مؤثرتر رنگ باخته‌اند؛ مانند برخی مشاغل. در بررسی کارکردها نیز با نوعی تغییر کارکرد و صور روبه‌رو هستیم که نباید آن را نادیده انگاشت و جدای از فرهنگ عامه دانست؛ این نکته‌ای است که نه تنها بواس، بلکه بیشتر فولکلورشناسان از آن غفلت ورزیده‌اند.

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد، پیوند جریان دین و کسبه بازار در میان نسل‌های بازار متفاوت بوده است. در گذشته، ارتباط میان این دو حوزه قوی‌تر بود و پایبندی به اعتقادات دینی در تمام ابعاد زندگی تجاری کسبه مشاهده می‌شد. نقطه عطف این پیوند در گذشته، جایی بود که اعتقادات و باورهای مذهبی عامل همبستگی و شکل‌گیری وجدان جمعی به شمار می‌رفت. در حالی که ارتباط این دو در میان نوبازاریان کم است و گاه پایبندی به فرهنگ دینی عامل تأثیرگذار در کاهش رشد اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. ایجاد چنین دگرگونی در فرهنگ دینی در میان کسبه را باید تابع شرایط حاکم بر فضاها و جریان‌های قدرتمند خارج از محیط بازار دانست؛ مانند تأثیرات جمعیتی، درستی یا نادرستی الگوها و ارزش‌های فرهنگی حاکم بر سطح شهر و... در این شرایط، جلوه دین در رفتار و منش کسبه و احکام تجاری کمرنگ می‌شود و به عنوان جریان باریک و آرامی در کنار الگوهای ارزشی جدید ادامه می‌یابد.

منابع

الف) کتاب

۱. فکوهی، ناصر (۱۳۸۳). انسان‌شناسی شهری. تهران: نشر نی.
۲. ولاشجردی فراهانی، غلامعلی (۱۳۹۰). آوازهایی در مه (فرهنگ عامه مردم اراک). اراک: نشر پیام دیگر.

ب) مصاحبه

۱. احمری، نورالدین، سرای کتابفروش‌ها، بازار اراک، ۱۳۹۲
۲. اخوان‌هزاوه، رضا، صاحب سرای هزاوه‌ای‌ها، بازار اراک، ۱۳۹۲
۳. حاجیان، مهدی، بخش سرباز سرای کاشانی، بازار اراک، ۱۳۹۲
۴. شفیعی، اسماعیل، سرای کتابفروش‌ها، بازار اراک، ۱۳۹۲
۵. عزیزی، حاج فضل‌الله، سرای کاشانی، بازار اراک، ۱۳۹۲