

تحلیل مردم شناختی نقش اجتماعی و فرهنگی بازارها (مطالعه موردی بازار کیف فروشان و مسگر بازار شهرستان مراغه)

وحید رشیدوش^۱

چکیده

بازار مکانی است که تبادلات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در آن صورت می گیرد. بازار نه تنها نیازها و احتیاجات زندگی روزمره انسان ها را برطرف می کند، بلکه کارکردهای بسیار مهمی در دوام و ثبات جامعه دارد. بر این اساس هدف از انجام این پژوهش، تحلیل مردم شناختی نقش اجتماعی و فرهنگی بازارهای سرپوشیده کیف فروشان و مسگر بازار در شهرستان مراغه می باشد. روش کار در این پژوهش مطالعه عمیق و ژرفا نگر، حضور در میدان تحقیق و مشاهده مستقیم همراه با مشارکت و مصاحبه که از مطالعه اسنادی و کتابخانه ای نیز استفاده شده است. همچنین با به کارگیری نظریه هایی از مکاتب کارکردگرایی مالیونوفسکی، به بررسی کارکردهای فرهنگی و اجتماعی بازار پرداخته شده است. در این راستا نتایج بدست آمده حاکی از این امر می باشد که بازارهای سرپوشیده در ایران همواره بر فرهنگ مردم شهر تاثیر به سزایی داشته است. از این روی بازار کیف فروشان و مسگر بازار شهرستان مراغه تنها یک فضای اقتصادی مبادله و سرمایه نیستند بلکه یک فضای خاص اجتماعی و فرهنگی می باشند که باعث به وجود آمدن یک نوع یگانگی و انسجام گروهی شده که می توانند عاملی در جهت فرهنگ پذیری و انتقال فرهنگی باشند.

کلمات کلیدی: شهرستان مراغه، بازار کیف فروشان، مسگر بازار، کارکرد اجتماعی، کارکرد فرهنگی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

^۱ . عضو هیات علمی دپارتمان مردم شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

مقدمه و بیان مسئله

یکی از عمده عوامل ایجاد کانون های اولیه بشری و اجتماعات انسانی، مکان های مبادله (بازار) بوده است. بازار به لحاظ تاریخی سابقه بسیار طولانی دارد. مکانی که مناسبات اقتصادی در آن صورت می گیرد و علاوه بر آن مظاهر فرهنگ جمعی و ارتباطات انسانی در آن به فراوانی به چشم می خورد. در واقع بازارها محور ارتباطی میان افراد در مناطق مختلف هستند و از گذشته های دور نه تنها در بازارها مبادله کالاها و سرمایه ها جریان داشته بلکه اطلاعات و اخبار از این طریق و به صورت شفاهی در بین افراد رد و بدل می شده است. (رجبی، ۱۳۸۵؛ ۲۳) در گذشته تاریخی، بازار معبر و شاهراه اصلی ارتباطی مردم شهر به شمار آمده و از این رهگذر فضای کالبدی و ساختار بازار به نیاز های متنوع زیستی آدمیان پاسخ مثبت و مطلوب می داده است. بازار از مجموعه اماکن عمومی مانند حمام، مدرسه، مسجد، تکیه، سقاخانه، زورخانه و قهوه خانه به وجود آمده است که بر روی هم، بافت کامل و اندام واری را به وجود می آورد که از نظر ارتباطات، بخش های مختلف زندگی و فعالیت های اقتصادی، اجتماعی، مذهبی و سیاسی، جوابگوی نیازمندی های مردم بوده است. (سلطان زاده، ۱۳۸۳؛ ۱۳) شهرهای قدیمی تر ایران اکثرا شهرهای بازرگانی هستند و در نتیجه بازار ستون فقرات شهرها را تشکیل داده است. بازرگانی مهم ترین عامل در پایه گذاری، دگرگونی، و رشد برخی از شهرها می باشد. (ورجاوند، ۱۳۶۶؛ ۱۰) به راه افتادن کاروان های بازرگانی با بار و بنه پر ارزش در مسیری که چین را از راه نجد ایران به کناره شرق دریای مدیترانه متصل می ساخت، سبب به وجود آمدن طولانی ترین و شگفت آورترین مسیر بازرگانی جهان و جهانیان شد که امروز از آن با عنوان جاده ابریشم یاد می کنند. (سعیدیان، ۱۳۷۵؛ ۳۱) با تقویت نقش بازار و قرارگیری عناصر اصلی شهر چون میدان، مساجد، مدارس، کاروانسراها، حمام ها و .. در کنار تیمچه ها و حجره ها، نقش بازار در شهرهای ایرانی بسیار پر رنگ می شود. امروزه، بازارها در ایران کالبدی از بافت های درهم تنیده انسانی است که در روابط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی یک جامعه نمود می یابد.

همچنین اغلب بازارهای ایران به صورت خطی شکل گرفته اند و با اهمیت ترین مسیر با حجره های اطرافش، راسته اصلی بازار قلمداد می شوند و در امتداد راسته اصلی، اصناف و مشاغل معتبر قرار می گرفتند. توسعه و گسترش بازار در معابر و مسیرهای فرعی موجب به وجود آمدن راسته های فرعی می شدند. اغلب، هر راسته فرعی مختص یک صنف مشخص بوده است. بازار اصلی (بازار بزرگ) معمولاً از یک میدان عمومی شهر شروع می شود و غالباً از طریق دو یا چند مرکز فرهنگی رونق می یابد. به طور کلی از قدیم الایام بازارها به گونه ای طراحی و شناخته می شدند که تعاملات اجتماع، سیاسی و فرهنگی را بوجود می آورند. فرهنگ، مجموعه ای از آگاهی ها (شناخت ها) و رفتارهای فنی، اقتصادی، آیینی (شعائر)، مذهبی، اجتماعی و غیره است که یک

جامعه انسانی معینی را مشخص می کند. (فربد، ۱۳۷۶؛ ۳۴) بر این مبنا کارکردهای فرهنگی اجتماعی بازار از تنوع بیشتری برخوردار می شود که تمامی وجوه زیست آدمی را در بر می گیرد. بازار پدید آورنده و نیز جلوه گاهی از اندیشه ها، افکار، منش و خوی مردمان می باشد. چنین بازارهای علاوه بر نقش پذیری در بعد اقتصادی در زمینه های فرهنگی، اجتماعی نیز نقش مهمی داشته و همچنین در شناخت ویژگیهای فرهنگ سبک زندگی مردم یک شهر موثر هستند.

پیشینه تحقیق

هادی گروسین (۱۳۷۵) در اثر خود به نام بازار و پیشینه های همدان خصوصیات و ویژگی های معماری بازار همدان و توضیح اصطلاحاتی مانند اصناف تجار، دوره فروش ها، دوره گردها، صراف ها، دلال ها و مشاغل موجود در بازار همدان را آورده است. مینا جباری (۱۳۷۹) در کتاب همیشه بازار، عملکرد داخلی بازار و فعالیت تجاری، مالی بازار و روابط کار و گروه های تشکیل دهنده بازار و نقش بازار در وقایع اجتماعی را مورد مطالعه قرار داده است. جعفر شهری (۱۳۷۱) در کتاب تهران قدیم جلد ۲ فایده بازار، صنف های مختلف در تهران و لقب های آنان مثل بازار بزازها، مسگرها، زرگرها، خیاط ها، کفاش ها و خصوصیات آن ها پرداخته است. ناصر نجمی (۱۳۷۷) در کتاب تهران در گذر زمان به وضع عمومی بازار تهران در عصر ناصرالدین شاه پرداخته است. احمد احمد پور (۱۳۷۶) در اثر خود به نام جغرافیا و کارکردهای بازار کرمان به تکوین و تحول بازار در ایران و کارکرد بازار سنتی ایران، بنیان اقتصاد و کارکردهای سنتی بازار کرمان پرداخته است.

چارچوب نظریه

در این پژوهش از رویکرد کارکردگرایی استفاده شده است. کارکردگرایی، رویکردی کهن در اندیشه ها و نظریات مردم شناختی است که توسط نظریه پردازان بزرگی چون مالینوفسکی و امیل دورکیم بسط و گسترش یافت. (ریتزر، ۱۳۸۲: ۱۳۲) دیدگاهی نظری بر پایه این اندیشه که رویدادهای اجتماعی را می توان به بهترین وجه بر حسب کارکردگرایی هایی که انجام می دهند تبیین کرد. (گیدنز، ۱۳۸۷: ۸۰۴) نظریه نیازهای مالینوفسکی نقش کلیدی در رویکرد کارکردی او نسبت به فرهنگ دارد. (جری دی، ۱۳۹۱: ۱۶۸) کارکردگرایی در لغت به معنای کار ویژه، نقش و وظیفه می باشد و نتایج حاصله و آثار عینی پدیده های اجتماعی را در بر می گیرد. کارکردگرایان به طور کلی جامعه را نظامی واجد نظم و ترتیب می دانند. کارکردگرایان بر این باورند که اجزای سازنده یک جامعه، نهادهایی چون نظام اقتصادی، نظام سیاسی، نظام خانواده، مذهب و سازمان های آموزشی و پرورشی اند که بدون کارکردهای ضروری و منظم آن ها، جامعه ای وجود نخواهد داشت و نتیجه فقدان یا اختلال این اجزاء، به خطر افتادن حیات و بقای کل سیستم اجتماعی است.

روش تحقیق

روش کار در این پژوهش به صورت کیفی انجام شده است. مشاهده مشارکت آمیز و مصاحبه، معمولاً محور اصلی تحقیق انسان‌شناختی را تشکیل می‌دهند. مردم‌شناس ضمن زندگی در میان جامعه مورد مطالعه خود و مشاهده عناصر مختلف تشکیل دهنده زندگی آن‌ها باید به طبقه‌بندی پدیده‌های اجتماعی بپردازد. از این رو باید از دقت کامل و زمینه‌های رفتاری مناسبی در برقراری ارتباط با مردم برخوردار باشد. (رضی، ۱۳۵۵؛ ۷) در این پژوهش نیز پژوهشگر سعی کرده که در میدان تحقیق به طور مستقیم حضور، مشاهده مشارکتی و مصاحبه عمیق داشته باشد. سوژه‌های مصاحبه نیز بدین صورت بود که ابتدا به سراغ افراد مطلع که در این خصوص تحقیقات و تالیفات داشتند رفته و سپس با بازاری‌ها مصاحبه انجام شده است. در کنار دو روش مشاهده و مصاحبه عمیق، مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای نیز استفاده شده است.

واژه بازار

بازار به معنی محل خرید و فروش و عرضه کالا است. واژه بازار بسیار کهن است و در برخی از زبان‌های کهن ایرانی وجود داشته است. بازار در فارسی میانه به صورت بازار و با ترکیب‌هایی مانند بازارگ (بازاری) و بازارگان (بازرگان) به کار می‌رفته است و در پارتی به صورت واژار، مورد استفاده قرار گرفته است. این واژه ایرانی به زبان برخی از سرزمین‌هایی که با ایران تبادلات بازرگانی داشتند، مانند سرزمین‌های عربی، ترکی، عثمانی و برخی از کشور‌های اروپایی، راه یافته است. (سلطان‌زاده، ۱۳۸۳؛ ۱۱) بازار از واژه پهلوی واکار اخذ شده است، واژه فرانسوی بازار از پرتغالی گرفته شده و آنان این واژه را از ایرانیان گرفته‌اند (دهخدا، ۱۳۷۳؛ ۱۱۲۸) بازار محلی برای خرید و فروش کالا و خوراک و پوشاک یا میدانی برای داد و ستد است و از این واژه ترکیبات کنایی و استعاره‌ای فراوانی هم ساخته می‌شود مانند: بازار آشفته، بازار آراستن، بازار افتادن به چیزی، بازار برچیدن، بازارگرمی و... در کتیبه سه زبانه شاپور اول، به صورت رستگ، بازار (راسته یا رسته بازار) آمده است. این واژه احتمالاً از صورت مفروض ایرانی باستان گرفته شده که به معنای جایگاه داد و ستد است. (حبیب، ۱۳۸۵؛ ۲۹) بازار اصطلاحاً عبارت است از منطقه‌ای معین در دست مجموع افرادی خاص که به تناسب حرفه خویش و عرضه و تقاضایی که در جامعه وجود دارد به تنهایی یا گروهی دادوستد می‌کنند. اصطلاح بازار سیاه نیز به مجموع مبادلاتی گفته می‌شود که در آن کالا به قیمت غیر رسمی و به صورت نیمه مخفی خرید و فروش شوند. (میر سلیم، ۱۳۷۲، ۲۰۶)

جایگاه بازار در ایران

بر اساس اسناد و مدارک موجود، پیشینه بازارها در ایران به چند هزار سال قبل از میلاد می‌رسد. شهر سوخته در کنار دلتای رود هیرمند، که در هزاره سوم و چهارم پیش از میلاد یکی از سکونت

گاه های بسیار مهم محسوب می شد و در پی یک آتش سوزی گسترده و پس از آن احتمالاً سیل منهدم شد، می توان یکی از کهن ترین شهر های شناخته شده دانست که در آن زمان مراکز ویژه فعالیت های تولیدی از سایر نواحی شهر متمایز شده بود. بسیاری از فعالیت ها و فضای صنعتی در ناحیه معینی واقع در بخش غربی، که کارگاه های صنعتی خوانده اند استقرار یافته بود، گویا ناحیه کوچک تری نیز در بخش شرقی شهر به فعالیت های صنعتی اختصاص یافته بود. ناحیه دیگری در بیرون از فضای اصلی شهر حفاری شده و به فعالیت های مربوط به سفالگری اختصاص یافته بود. (سجادی، ۱۳۶۵: ۵۴) گستردگی مبادلات بازرگانی و روابط اجتماعی در هزاره دوم پیش از میلاد در عیلام چنان بود که قوانین و ضوابط قضایی و اجتماعی دقیقی برای اداره جامعه و بازار تدوین کرده بودند. (پیر نیا، ۱۳۹۰: ۴۱) در شماری از سکونتگاه هایی که پیش از تشکیل دولت ماد یا همزمان با آن وجود داشته، نشانه هایی از کارگاه های فلز کاری یا سفالگری دیده شده است. در بعضی از شهرهای دوره های هخامنشی، اشکانی و ساسانی نیز بازار یکی از عناصر مهم شهری بوده است. (کریمی، ۱۳۸۷: ۲۸) بازار در کشورهای اسلامی از نظر کارکردی، با مراکز مهم سیاسی-اقتصادی و مذهبی پیوند داشته است و هر صنفی، راسته خاص خود را داشته که مشاغل و صنعت های دیگر در آن راه نداشتند و آن بخش از بازار به نام آن صنف مشهور می شد. (حبیبی، ۱۳۷۵: ۴۶) از دوره سلجوقیان به بعد شاهد شکوفایی بازار در فضاهای شهری ایران می شویم و در دوره صفویه به دلیل برقراری امنیت کامل و توسعه روابط خارجی و گسترش مبادلات تجاری، رونق بازار به اوج خود می رسد. (سلطان زاده، ۱۳۸۰: ۲۱-۲۲) از بازار و میدان به عنوان عناصر اصلی متشکله شهر دوره اسلامی یاد می شود. تغییر مهم در سازمان کالبدی بازار و تنظیم فضای آن را وجود مسجد جامع ایجاد می کند و بازار به دور مسجد و مدرسه می چرخد و آن را در بر می گیرد. بازار نیز چون مسجد از اشکال بسیار ساده آغاز کرده و در تحول خود به پیچیدگی فضایی و انتظام کامل دست یافته است. موقعیت و جایگاه بازار و فضاها و مراکز مهم شهر در امتداد آن و همچنین اهمیت نقش و منزلت بازاریان در زندگی شهری باعث می شد که بازار صرفاً در حد یک فضای اقتصادی باقی نماند بلکه تبدیل به فضایی برای بسیاری از فعالیت های اجتماعی از جمله مکانی برای برگزاری مراسم عزاداری و جشن های ملی و مذهبی شود. ضمن اینکه فضای مطلوب داخلی و سرپوشیده آن می توانست مکانی برای تفریح و گذران اوقات فراغت باشد. (ایراندوست و همکاران، ۱۳۹۰: ۵-۱۵)

ساختار بازار در ایران

بازارها، ساختاری متمایز و منحصر به فرد داشته و در عین حال جزیی از پیکره شهرند که نمادی از تمدن پیشین بشریت محسوب می شوند. بازارها همچون هسته هایی در داخل و بطن شهر ها قرار گرفته اند که دستخوش شدید ترین تغییرات اجتماعی می باشند. بازارهای شهری از نظر نحوه

شکل‌گیری به دو گروه اصلی تقسیم می‌شوند. بازارهای طراحی نشده که به صورت نامنظم و بدون نقشه قبلی در مسیر توسعه خود بنا به نیازهای جامعه و مردم رشد کرده‌اند و گاه بعد از مدتی با تغییر شکل، طراحی شده و جایگزین شکل‌های قبلی شده‌اند. بازارهای طراحی شده که متأثر از سبک‌های ایرانی پس از اسلام بودند، این بازارها دارای نقشه از پیش طراحی شده بودند و از اصول ویژه‌ای در شکل‌گیری می‌کنند. این بازارها در پنج گروه جای دارند که عبارتند از تک‌محوری (خطی یا طولی)، بازارهای چند محوری، بازارهای صلیبی (مقاطع)، بازارهای منظومه‌ای، بازارچه (رجبی، ۱۳۸۵: ۱۲۱).

منظور از بازار بزرگ (سنتی) شهر، همان مرکز اصلی داد و ستد، معاملات و پیشه‌وری می‌باشد که در هسته مرکزی شهر و در درون مجموعه‌ای از ساختمان‌های ثابت و همگن و با شکل و معماری خاص جای دارد. بازار در درون شهر به عنوان محور ارتباطی اصلی مورد استفاده قرار می‌گرفت. (ستاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۹-۴۶) بازارهای بزرگ و سنتی شهرهای اسلامی و ایران (به خصوص خاورمیانه) مرکز ثقل اقتصادی و نظام بهره‌وری از سرمایه است. بخش اصلی در بناهای بازارهای اسلامی با معماری سنتی، کوی‌ها یا گذرگاه‌های اصلی و فرعی (راسته‌ها) می‌باشد. کوی‌ها و گذرگاه‌های اصلی و فرعی (راسته) جهت خرده‌فروشی و پیشه‌وری مورد استفاده قرار می‌گیرند. راسته یا گذرگاه اصلی و فرعی بازار، مسیری نسبتاً طولانی است که در دو طرف آن دکان‌ها و فروشگاه‌های به هم پیوسته در یک ردیف رو به سوی گذرگاه‌ها دارند. این گذرگاه‌ها معمولاً محور اتصال مرکز شهر به خیابان‌های اطراف شهر است. طول راسته‌ها متفاوت می‌باشد (یک یا دو فرسخ). اما بخش مسقف و پرجنب و جوش بازارها معمولاً بین ۲۰۰ تا ۵۰۰ متر است. عرض محورهای اصلی راسته‌ها ۴ تا ۸ متر بوده است. کوچه‌های تنگ بیشتر محصول قرن سیزدهم هستند و احتمالاً قبلاً مسکونی بوده و بعداً به بازار پیوسته‌اند. از خصوصیات مهم راسته‌ها نبودن خانه‌های مسکونی در میان آن‌ها است. بخش‌های مرکزی و پررفت و آمد راسته‌ها به دکان‌های خرده‌فروشی و بخش‌های کناری و پیرامونی به کارگاه پیشه‌وران اختصاص داشته است. کم‌اهمیت دانستن صنایع دستی باعث نابودی کارگاه‌های آن در برخی بازارها شده و گهگاه بعضی از حجره‌ها از صورت سنتی خود خارج و به مغازه‌های شیشه‌دار جدید تبدیل شده است.

بازارهای شهرستان مراغه

شهرستان مراغه دومین شهر بزرگ استان آذربایجان شرقی در شرق دریاچه ارومیه و بر دامنه کوه سه‌سهند قرار گرفته و از شمال به شهرستان تبریز و عجب‌شیر و ارتفاعات کوه‌های سه‌سند با حداکثر ارتفاع ۳۷۱۰ متر و از سمت شرق به شهرستان هشترود و رشته کوه‌های شرق با حداکثر ۲۵۰۰ متر ارتفاع از سطح دریا و از جنوب به ملکان و کوه‌های کم ارتفاع با حداکثر ۱۵۰۰ متر ارتفاع و بالاخره از مغرب به بناب و دریاچه ارومیه با ارتفاع تقریبی ۱۲۷۵ متر از سطح دریا محدود است.

(سپهروند، ۱۳۸۱؛ ۱۵) تاریخ واقعی بنای مراغه با توجه به شواهد موجود به قبل از میلاد مسیح (ع) می‌رسد. (دیاکونف، ۱۳۸۳؛ ۱۳۹) به اعتقاد برخی از مورخین نام مراغه، بیگمان همان ماراآوایا بادآواو به معنی جایگاه ماد می‌باشد^۱. (مروارید، ۱۳۷۲؛ ۶۳) موقعیت سوق‌الجیشی، اقلیم فرهنگ و سنن اجتماعی مراغه از دوران گذشته، محقق بزرگ خواجه نصیرالدین طوسی را بر آن داشت تا هولاکو خان مغول را تحت تأثیر قرار داده و شهر مراغه را به پایتختی مرکز حکومت ایلخانیان انتخاب نماید و با تأسیس و ایجاد رصدخانه مراغه موجبات روی آوردن دانشمندان و جویندگان علوم مختلف از جمله منجمین، ریاضی‌دانان، فلاسفه و به ویژه فقیه بزرگ شیعی مرحوم علامه حلی به مراغه جهت تلمذ از محضر اساتید و دانشمندان عصر را فراهم نموده است. (یوسف جمالی، ۱۳۷۷؛ ۱۰۳) در اوایل دوره قاجار مراغه جز ده شهر بزرگ و پر جمعیت ایران بوده است. بازار های تاریخی شهرستان مراغه نظیر بسیاری از بازارهای شهرهای کهن، از یک طرف برای تولید و عرضه محصولات و مبادلات کالا، خرید و فروش خدمات جنبی بازرگانی مجهز بوده و از سوی دیگر با عناصر تجاری، اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و خدماتی تا محله های مسکونی و سایر بخش های شهر مراغه ارتباط دائمی داشته اند. در مجموع این بازارها مظهر کاملی از تاریخ گذشته این سرزمین می باشد که در گذر ایام سیمای کنونی را به خود گرفته است. در گذشته بازارها در شهرستان مراغه محل تولید و عرضه انواع محصولات و انجام پاره ای از خدمات بود. عده ای صنعتگر در این بازار وجود داشت که به ساخت بعضی از مایحتاج عمومی مردم اشتغال داشتند. نانوايي، کباب پزی، قندریزی هم از مهم ترین مشاغل این شهر محسوب می شد که صاحبان این مشاغل دارای مغازه های محقری در سطح شهر بودند. البته مشاغلی هم وجود داشت که معمولاً مکان و محل ثابتی نداشتند و از طریق حرکت در کوچه و خیابان ها به انجام سفارشات محوله از سوی مردم می پرداختند که از مهم ترین شغل ها می توان به هیزم شکنان دوره گرد اشاره کرد. این افراد تنه های درختی را که معمولاً به مصرف پخت و پز خانواده ها یا برای سوخت زمستانی مورد استفاده قرار می گرفت، برای آن ها خرد می کردند و در برابر کار دستمزدی ناچیز دریافت می داشتند. حمل و نقل بار و بسته های تجاری بر روی دوش یا به کمک چهارپایان، یکی دیگر از مشاغل طبقه بی تخصص مراغه بود. صاحبان سایر مشاغل خدماتی که عمدتاً کارگران ساختمانی را شامل می شدند، بیشتر در قهوه خانه هایی که در نقاط مختلف شهر دایر بودند استقرار داشتند و مرسوم چنین بود، کسانی که احتیاج به کار از قبیل بنا، عمل، مقنی، گچ کار و غیره داشتند با مراجعه به قهوه خانه به آسانی می توانستند نیروی کار مورد نظر و نیازشان را تأمین کنند. (غلامیه، ۱۳۸۵؛ ۳۴) مهم ترین بازارهای تاریخی این شهر عبارتند از چای اوستو بازار، میتولار یا بازار پارچه

۱. نام دیگر این شهر همچون افراهورد، افرازهروح، افراهروذ، افرازهروذ، افرازهارود، امدادهارود، مراوا یا ماراوا و ماراغا می باشد.

فروشان، داش ماغازالار، نعلبد بازار، دور میدانی، نجار بازار، دلال بازار، بزاز بازار، ملامحمود طاق دهنه سی، موسوی بازار، سرای حمیدیه، سرای خواجه ملک، ملا مجید دهنه سی، مسگر بازار، کفاش بازار، بویوک کاروانسرا، سوزوچی بازار، قاپان میدانی، آق مسجد دهنه سی، قوطب میدانی، دوشابچیلار بازاری، چاروقچو بازاری، بازار کیف فروشان، زرگر بازار، سراج بازار، فرش بازار، خشکبار بازار و... متاسفانه در سالهای اخیر برخی از بازارها تغییر کاربری داده و با به طور کلی از بین رفتند.

بازار کیف فروشان و مسگر بازار شهرستان مراغه

بازار کیف فروشان شهرستان مراغه با قدمتی پیش از دویست سال مربوط به دوره صفوی و اوایل دوره قاجار می باشد. این بازار در دوران های مختلف تاریخی رو به ویرانی گذاشته و پس از مرمت مجدداً رونق خود را باز یافته و طی یک قرن اخیر مرکز اصلی داد و ستد مراغه بوده است. بازار کیف فروشان طوری طراحی شده است که به بازار زرگرها و نجار بازار و بازارهای دیگر ارتباط دارد. این بازارها که در مرکز شهر واقع شدند دارای چندین راه ورودی و خروجی می باشند. بازار کیف فروشان مشتمل بر یک راسته اصلی و چند راسته فرعی متصل به آن است. این بازار از منظر نحوه شکل گیری جز بازارهای منظم یا طراحی شده است و از الگوی بازارهای خطی یا طولی پیروی می کند. در ورودی این بازار از سمت مرکز شهر کاروان سرای خواجه ملک قرار دارد. تاریخچه کاروان سرای به دوران قاجار می رسد. بنا به گفته صاحبان حجره داران قدیمی، تاریخ این کاروان سرای به ۳۰۰ سال پیش و به نام آقای ملکم آفتاندینان معروف به خواجه ملک که شخصی ارمنی و تاجر بود ثبت شد است. دور تا دور کاروان سرای حجره های قدیمی وجود دارند که هنوز هم محل داد و ستد مردم می باشد. این اثر دوره قاجار در خرداد ماه ۱۳۸۲ به عنوان یکی از آثار ملی ایران به ثبت رسیده است. بعد از کاروان سرای در دو طرف بازار، مغازه های کیف فروشی قرار دارد. در انتهای بازار، مسجد و میدان کوچکی وجود دارد که به وسیله راه های فرعی متصل به نجار بازار می شود. بازار مسگران که در مراغه به نام مسگر بازار معروف هست یکی از باسابقه ترین بازارهای تاریخ این شهر می باشد. یکی از پیشه های پر رونق گذشته در شهرستان مراغه، حرفه روی گری یا سفیدگری مس بود که صاحبان آن به وسیله قلع، پشت و روی ظروف مسی را سفید می کردند. آن وقت به دلیل این که هنوز ظروف چینی، بلوری، ملامین، پلاسکو و آلومینیومی در مراغه رایج نشده بود و علاوه بر ظروف غذاخوری بسیاری از سایر ظروف مصرفی مانند آفتابه، لگن حمام، طشت رختشویی و غیره از مس تهیه می شد و لوازم مس احتیاج به سفیدگری مرتب داشت، به همین جهت سفیدگران از پرفعالیت ترین اصناف به حساب می آمدند. که همه این عوامل منجر به ایجاد مسگر بازار در شهر ستان مراغه شد. بازار مسگران مانند بازار کیف فروشان از منظر نحوه شکل گیری جز بازارهای منظم یا طراحی شده است و از الگوی

بازارهای خطی یا طولی پیروی می کند. مغازه ها اغلب دارای دو مسیر دسترسی هستند یکی از مسیر راسته اصلی بازار و دیگری از پشت مغازه که به بارانداز و انبارها راه می یابند. مغازه ها از دو طرف در ارتباط با گذر و از دو طرف دیگر به مغازه های همجوار پیوسته هستند. این بازار رو به روی بازار کیف فروشان قرار دارد و از دو طرف به خیابان های بزرگ این شهر مرتبط می باشد و یک از پر شلوغ ترین بازارهای این شهر محسوب می شود.

اقتصاد بازار کیف فروشان و مسگر بازار شهرستان مراغه

تامین معیشت افراد جامعه در همه دوره های تاریخ بشر از دغدغه های اصلی انسان بوده است و در دنیای امروزه اقتصاد جوامع و یا شیوه تولید، توزیع و مصرفشان با توجه به فرهنگ جامعه از نکات مهم و قابل بررسی و تامل می باشد. بازارهای سنتی ایران معمولا محل عرضه و معاملات صنایع سبک و کوچک می باشند. اما کم کم در طول زمان بازارهای سنتی به دلایلی از قبیل تغییر کاربری از رونق افتادند. بازار کیف فروشان مراغه نیز از این قاعده مستثنی نیست. به طوری که در این بازار، مغازه های از قبیل کتابفروشی، قصابی و شیرینی فروشی هم وجود دارد. به گفته صاحب یکی از این مغازه ها علت کاربری بیشتر به خاطر مشلات اقتصادی بوده است. چون معتقد بود که نمی توان از طریق کیف فروشی امرار معاش کرد. یکی دیگر از مصاحبه کننده ها که تغییر کاربری داده و شغل شیرینی فروشی را انتخاب کرده بود بیان کرد که پدر من قبلا به شغل کیف فروشی و تعمیرات کیف می پرداخت. پدر بزرگ من هم چنین شغلی داشت. ابتدا من هم شغل پدر را ادامه دادم. ولی در چند سال اخیر به دلیل برخی از مشکلات تغییر کاربری دادم.

در ادامه پژوهشگر وارد مغازه ای شد که در نگاه اول کیف های چرمی بزرگ زنانه و مردانه جلب توجه می کرد و فروشنده ۶۵ ساله که به تعمیر کیف هم می پرداخت با صدای دلنشین اما کم رنق بیان کرد که این شغل پدر بزرگ من است ولی امروزه این شغل کارآیی خاصی ندارد. وی افزود بیشترین فروش ما اکثرا در اواخر شهریور و بیشتر کیف دانش آموزان می باشد و در بقیه سال متاسفانه فروش چندانی نداریم. حتی مردم هم برای تعمیر کیف دیگر مراجعه نمی کنند. وی که درحال تعمیر یک کیف با چرخ مخصوص خود بود ادامه داد در دو هفته قبل فقط یک کیف برای تعمیر به دست من رسیده است. وی همچنین اضافه کرد این چرخ که برای تعمیر کیف می باشد تقریبا ۹۰ سال عمر دارد و از پدرم به من رسیده است و من تعلق خاطری به این چرخ دارم. دو پسر من علاقه ای به شغل پدرشان ندارند و به شغل های دیگر پرداختتند. به سراغ مغازه دیگر رفتیم. صاحب مغازه پیرمردی تقریبا ۹۳ ساله بود و به سختی صحبت می کرد. وی بیان کرد که قدیمی ترین فرد در این بازار می باشد که ابتدا به شغل کیف فروشی و تعمیر کیف می پرداخت. ولی چند سال هست که تغییر کاربری داده و به فروشنده گی روی آورده است. وی افزود که اسم قدیمی این بازار چاریخچه بازار می باشد. (جالب اینجا بود که در مصاحبه با مغازه داران کسی از

اسم قدیم این بازار اطلاعی نداشت). وی افزود که در دوران پهلوی در ورودی این بازار چند کله پزی وجود داشت که بعدها به کیف فروشی تغییر کاربری داد. وی معتقد بود که در زمانی که سن زیادی نداشت این بازار پررونق ترین بازار این شهر محسوب می شد. ولی امروزه کاربری خود را از دست داده است.

مسگر بازار مراغه با قدمتی به اندازه تاریخ این شهر که در دل مراغه واقع شده است ولی متأسفانه به گفته حجره داران، مسگر بازار روزگار خوبی ندارد. بازار مسگران که در زمانی نه چندان دور یکی از پررفت و آمدترین و پر رونق ترین بازارهای شهرستان مراغه محسوب می شد و استادان این بازار آثار زیبایی را خلق می کردند. ولی امروزه به دلایلی دچار رکود شده به طوری که به گفته بازاریان قدیم این بازار از ۴۵ مغازه مسگر فقط پنج مغازه در این شغل باقی ماندند و بقیه تغییر کاربری و یا تغییر مکان دادند و امروزه فقط اسمی از این بازار باقی مانده است. این رکود بر بازار مسگران آنچنان شدید بود که طی مصاحبه آثار روحی و روانی آن بر تعدادی از مغازه داران به طور کامل مشهود بود. یکی از حجره داران که تقریباً ۸۵ سال سن داشت و به مدت ۷۰ سال در این بازار به شغل مسگری می پرداخت بیان کرد که روزی این بازار پررونق بود و از هر گوشه این بازار صدای چکش و جابجایی ظروف به گوش می رسید. آنچنان رونق داشت که مردم برای خرید و حتی برای دیدن کار مسگران به این بازار می آمدند و جای سوزن انداختن نبود. ولی امروزه به دلایلی صنعت دستی مس، کارایی خود را از دست داده و این عامل باعث تغییر کاربری، جابجایی مغازه ها و سرانجام نابودی این بازار شده است. در ادامه افزود در گذشته های دور یاد می آید که مردم برای تهیه جهیزیه دختران خود تنها به این بازار مراجعه می کردند ولی در دهه های اخیر با رکود این صنایع دستی مواجه هستیم. فرد دیگری که تقریباً ۷۶ سال سن داشت بیان کرد که این شغل پدرم هست و این مغازه یادگار پدر بزرگم می باشد. ولی فرزندان من تمایلی به ادامه این شغل ندارند و شغل دیگری را انتخاب کردند من هم درصدد تعطیلی این مغازه هستم. وی افزود شغل مسگری با شغل های دیگر فرق دارد. صدای تق تق چکش ها جای خود را به سکوتی طاقت فرسا دادند. امروزه موسیقی چکش زنی در این بازار تنها از یک یا دو حجره شنیده می شود و ابزار مسگری یا در پستوی حجره ها خاک می خورد و یا به قیمت خیلی ارزان به ضایعات فروشان فروخته می شود. وی افزود که من ابزار مسگری در مغازه دارم که قدمت ۱۳۵ سال را دارد ولی نسل جدید و فرزندانم معتقد هستند که آن ها را باید دور ریخت.

از جمله مواردی که دارای کارکرد اقتصادی در روابط بازاریان است، رابطه استاد و شاگردی است. این شیوه که از دیرباز در بازار ایران وجود داشته، تا حدی در مسگر بازار و بازار کیف فروشان قابل رؤیت است. بدین ترتیب در این شیوه سنتی و قدیمی با استخدام جوانی (شاگرد) که اکثراً بر اساس شناخت های فامیلی و دوستی و بدون پیروی از قوانین کار انجام می گیرد، پنداره خانواده را در

فضای شغلی خود ایجاد می کند. در مطالعه میدانی حاضر، مشاهده گردید که یکی از مواردی که احساس برتر بودن به عده ای از بازاریان در این دو بازار را می دهد این است که عمدتاً از طریق پدر خود وارد عرصه بازار شده اند. از نگاه بازاریان این شغل به نوعی در خانواده آن ها موروثی می باشد. معمولاً کسانی که در بازار و در مغازه ها شاگردی می کنند از بستگان و آشنایان صاحب مغازه هستند و این نفرات را اقوام به کاسبان معرفی می کنند و اگر فرزند یکی از اقوام تمایل داشته باشد در بازار کار کند ابتدا باید چندین سال شاگردی کند و اگر دست و دل پاک باشد و از خود صداقت و به قولی جریزه و جوهر نشان دهد بعد از گذشت چند سال به فوت و فن کار آشنا شده و درآمدش چندین برابر می شود اما به هر حال کمتر پیش می آید شاگردها از افراد غریبه باشند. به گفته بازاریان قدیم استخدام یک شاگرد در زمان حاضر نیاز به تحقیق از طرف صاحب مغازه می باشد. صاحب مغازه سعی می کند که کاملاً از این فرد خانواده اش و حتی از فامیل هایش آگاهی کامل داشته باشد. اگر یک نقطه منفی در این فرد و یا حتی خانواده اش باشد کسی استخدام نمی کند. ولی در گذشته داستان چیزی دیگری بود. طبق گفته مغازه داران، در گذشته کسانی که سن کمی داشتند و به دلایلی از قبیل از دست دادن پدر و یا مادر و غیره دچار مشکلاتی مالی می شدند در بازار معرفی می شدند و یکی از بازاریان این فرد را به شاگردی قبول می کرد. این شاگرد زیر دست یک بازاری پرورش می یافت و سرانجام خودش تبدیل می شد به یک بازاری با تجربه. در گذشته کسی با سوابق و یا خانواده اش کاری نداشت. به گفته یکی از بازاریان که ۴۷ ساله بود و در مسگر بازار به شغل مسگری مشغول بود اضافه کرد پدر من زمانی که من کوچک بودم به دلایلی از دنیا رفت. سابقه خوبی هم نداشت. مادر من قادر به تامین هزینه های زندگی نبود. یکی روز مادرم به مسجد آقا محمد تقی در بازار کیف فروشان آمد و از خادم این مسجد کمک مالی کرد. این خادم موضوع را در نماز ظهر به بازاریان مطرح کرد. بازاریان بعد از مشورت، کمک مالی اندکی به مادرم کردند. بازاریان شاگردی من را مطرح کردند. من که در آن زمان تقریباً ۱۰، ۱۱ ساله بودم به پیشنهاد مادرم به بازار آمدم و یکی از بازاریان به نام کربلایی سلطان که به شغل مسگری مشغول بود من را به شاگردی قبول کرد. من به مدت ۱۴ سال در مغازه کربلایی سلطان مشغول به کار شدم. او در این مدت علاوه بر شغل مسگری، صداقت، درستی، راستگویی، احترام به دیگران و... را یادم داد. حقوق من را هفته ای پرداخت می کرد. اما در طول هفته به بهانه های مختلف هم به من حقوق می داد. همیشه هنگام نماز به مسجد می رفت من را هم با خودش به مسجد می برد. همیشه دهانش به دعا باز می شد. بعد از ۱۴ سال به کمک کربلایی سلطان مغازه بغلی را خریدم و تا الان هم مشغول هستم. کربلایی سلطان ۷-۸ سال قبل از دنیا رفت.

کارکردهای فعالیت‌های مذهبی بازار کیف‌فروشان و مسگربازار شهرستان مراغه بر اساس پژوهش انجام شده به نظر چنین بر می‌آید که فعالیت‌های مذهبی یکی از ابعاد اجتماعی مهم در میان بازاریان مراغه بوده و نقش مهمی را در خلق روابط غیر تجاری و چه بسا تجاری در بین این قشر از مردم ایفا می‌کند. انجام مناسک مذهبی (در جشن‌ها و عزاداری‌های دینی) هیئت‌های مذهبی و کارکردهای بعدی آن، ارتباط قشر بازاریان با روحانیت و تاثیر این ارتباط کهنه که به واسطه زمینه مشترک مذهبی این دو گروه شکل گرفته، عرصه‌ای است که بازاری‌ها را بدون تفکیک قومی و محلی و از هر صنف و حرفه در ساحت مشترکی قرار می‌دهد. در رابطه با چهره مذهبی، می‌توان به وجود مساجد جامع و برخی مساجد بزرگ در عرصه بازار اشاره کرد. بازار کیف‌فروشان دارای مسجدی هست به نام آقا محمد تقی که در ورودی این بازار واقع شده است که توسط جماعت‌های بازاری و اصناف این بازار ساخته و وقف شده است. به گفته حجره‌داران قدیم در بازار کیف‌فروشان و مسگر بازار، فضای مسجد به عنوان یکی از اماکن انجام و ادای فرائض دینی، موجب گرد هم آمدن بازاریان به ویژه در گذشته بوده است. این اجتماع ایجاد شده که عمدتاً با هدف انجام مناسک دینی در مساجد انجام می‌شد، بازاریان را در تعامل روی در روی و چهره به چهره و در فرصتی مناسب با فراغتی کافی قرار می‌داد که عاملی در جهت پیوند روابط دوستانه و همچنین تبادل اطلاعات بازار و وقایع مهم می‌شد. در این دو بازار از گذشته، هیئت‌های مذهبی تشکیل می‌شد مانند شهادت حضرت علی (ع)، ایام فاطمیه، ایام سوگواری ماه محرم و دیگر مراسم. طی مصاحبه انجام شده با یکی از حجره‌داران ۷۱ ساله در بازار کیف‌فروشان که اکنون به شغل کتابفروشی روی آورده است بیان می‌کند که در گذشته فضای برگزاری آیین‌ها در داخل بازار (مسجد) و یا به واسطه اعلامیه‌های تدارک دیده شده، در منازل و محلات یکی از بازاریان صورت می‌گرفت. در این گونه مراسم که در گذشته رواج بیشتری داشت، اغلب میزبان یکی از فروشندگان در بازار بود. مدعوین مراسم شامل قشر‌های مختلف اجتماعی، من جمله بازاریان می‌باشند که در طی مراسم سوگواری و یا جشن دینی، میزبان پرداخت هزینه‌ای نه چندان کم را جهت پذیرایی متقبل می‌شد. این پرداخت هزینه قطعاً با میل و رغبت میزبان و در شکل مذهبی آن به واسطه باورها و عقاید دینی وی به راحتی انجام می‌گیرد و هر گاه از او سؤال می‌شود آیا هزینه سنگین گرفتن مراسم بر دوستان سنگینی نمی‌کند؟ در پاسخ می‌گویند خدا می‌رساند یعنی همان باور دینی که در وجود مسلمانان، وجود دارد. گاهی میزبان نه یک فرد خاص بلکه گروهی از بازاریان می‌باشند در این شکل از پذیرایی انجام شده به واسطه انبوه جمعیت حاضر در مناسک ساده تر بوده و لذا هزینه به نسبت کمتری از شکل دیگر دعوت پرداخته می‌شود. یکی از شاخص‌های مذهبی در مسگر بازار و بازار کیف‌فروشان، تقویم دینی بازار است، این دو بازار در تمام روز‌های دینی مربوط به وفات و شهادت امامان دینی از زمان

های دور، تعطیل و هم اکنون نیز تعطیل می باشد. پژوهشگر هم هنگام مراجعه به بازار در این روزها مغازه ها تعطیل بودند.

از جمله کارهایی که در بین بازاریان در گذشته بوده و الان هم به مقدار کمتری به چشم می خورد ریش سفیدی در بین مردم است. به گفته حجره داران در این دو بازار، در گذشته اگر بین دو نفر شکرآب می شد با میانجی گری یک ریش سفید در مسجد آقا محمد تقی در کیف بازار قائله ختم می شد و دو نفر آشتی می کردند ولی امروزه کمتر به چشم می خورد و البته این فرهنگ هنوز هم از بین نرفته و گاهی اوقات به وسیله ریش سفیدی بسیاری از مشکلات حل می گردید. یکی از مصاحبه شوندگان فردی بود ۴۸ ساله که در مسگر بازار شغل پدرش را ادامه می داد بیان کرد که بازاریان در گذشته فقط به فکر اقتصاد و به قول معروف پول در آوردن نبودند. زمانی که من ۷ یا ۸ ساله بودم یادم می آید که در ماه رمضان بازاریان در مسگر بازار موقع افطار سفره بزرگی را پهن می کردند و در محوطه ابتدای بازار همه افراد از قشرهای مختلف حضور داشتند. از کارگر و مغازه دار و پیر و جوان و کودک و زن و مرد همه در صف افطاری دیده می شدند. در ایام اعیاد مثل شعبان یا عید فطر همه بازار را آذین می بستند و با چیدن میز و صندلی در تمامی مسگر بازار و بازار کیف فروشان از طلوع تا غروب آفتاب با شیرینی و چای از مردم پذیرایی می کردند. همچنین در ماه محرم در صبح روز تاسوعا و عاشورا در مسگر بازار با دادن نان محلی همراه با پنیر و چای از عزاداران پذیرایی می کردند و تمامی هزینه ها را خود بازاریان پرداخت می کردند.

القاب و عناوین کسبه

مهم ترین عنوان و لقب شایع در مسگر بازار و بازار کیف فروشان عنوان حاجی است. تعداد فراوانی از بازاریان به واسطه داشتن وضعیت مالی مناسب، ملزم و مفتخر به سفر حج می شده اند و از این رو گاه ویژگی های بازاری بودن به انضمام حاجی شدنشان منجر به پیدایش ترکیب واژگانی مانند "حاجی بازاری" که خود همین عنوان نشانگر نوع و تیپ خاص از انسان اجتماعی متمکن مذهبی در جامعه متاخر و حاضر ایرانی است. ولی امروزه کمی کم رنگ تر شده اما هنوز هم وجود خود را کماکان حفظ کرده و نشان از این دارد که این فرهنگ مذهبی همچنان به روند خود ادامه داده است. گذشته از لقب و عنوان رایجی که گفته شد در این دو بازار لقب دیگری نیز به گوش می رسد، مثل کربلایی و مشهدی. البته در گذشته رواج بیشتری داشته ولی امروزه کمتر به گوش می رسد. یکی از مغازه داران در بازار کیف فروشان که ۵۶ ساله بود و اکنون نیز شغل پدرش را ادامه می دهد بیان کرد که تقریباً حدود ۲۰ سال پیش وقتی کسی از این بازار به مکه، کربلا، مشهد مقدس و قم مشرف می شد، قبل از رفتن از تمامی بازاریان حلالیت می گرفت. البته این حلالیت گرفتن طی یک مراسم با شکوهی برگزار می شد. بدین صورت که اهالی بازار بعد از اقامه

نماز ظهر در مسجد آقا محمد تقی بعد از فرستادن سه صلوات با صدای بلند سه بار فریاد می زدند حلال کردیم. البته اکثرا مراسم همراه با صرف نهار می شد که از طرف فرد مشرف شده صورت می گرفت. بازگشت فرد مشرف شده هم با یک سری مراسم هایی همراه بود که از قبیل پذیرایی شیرینی و چای در خود بازار و یا پذیرایی به صورت نهار در مسجد آقا محمد تقی صورت می گرفت. البته در برخی از موارد به دلیل بالا بودن هزینه ها، بازاریان تقریبا خودشان بیشتر هزینه ها را تقبل می کردند. به این صورت که قبل از آمدن فرد مشرف شده، ریش سفید محله شروع به جمع آوری پول و یا مواد غذایی می کرد. مواد غذایی از قبیل روغن، گوشت، برنج و... را شامل می شد. سپس فرد ریش سفید با چند نفر دیگر از بازاریان که عموما سن بالا بودند، با شیرینی و دسته گل به منزل فرد مشرف شده می رفتند و هدایا را که شامل پول و یا مواد غذایی می شد را تقدیم خانواده می کردند .

سوگند های بازاریان

در گفت و گوهای بازاریان در بازار کیف فروشان و مسگر بازار اکثرا اذعان داشتند که در کسب و کارشان سوگند نمی خورند. یکی از مغازه داران ۵۲ ساله که در بازار کیف فروشان به شغل فروشندگی لبنیات را داشته (به دلیل تغییر شغل) بیان کرد که پدر من و بازاریان قدیم هیچ وقت در داد و ستد سوگند نمی خورند چون معتقد بودند که حرف شان سند است. هیچ وقت در بین بازاریان کاغذی به عنوان سند امضاء نمی شد. تمامی داد و ستد کلامی بود و اعتماد کردن به هم دیگر در بین مردم باب بود. ولی امروزه بر خلاف این قضیه می باشد و حکایت از سوگند هایی دارد که در بین این قشر از مردم رایج می باشد. مانند الله و کیلی و حضرت عباسی خداو کیلی و... از رایج ترین سوگند های در این دو بازار می باشد. یکی دیگر از مصاحبه شوندگان که ۶۸ سال دارد و به مدت ۴۵ سال است که به شغل مسگری مشغول می باشد در مورد این سؤال جواب داد که روابط گذشته و اعتمادها اکنون از بین رفته و دلیل اصلی آن، آمدن بعضی از افراد کم تجربه و یا کلاهبردار به بازار می باشد. به همین دلیل بی اعتمادی در این روزها زیاده شده و همه در معاملات سفت و سخت تر کارها را انجام می دهند و به قول معروف کاری می کنند که مولادرتش نره و کسانی که اعتماد زیادی کرده اند یا ورشکست شده اند یا بدهی های زیادی بالا آورده اند و همین امر باعث شده بازاریان کمی دست به عصا رفتار کنند.

نتیجه گیری

گردش روزگار همان گونه که آدمی را پیر و فرتوت می کند و در کام مرگ می اندازد شهرها و آبادی ها را نیز فرسود می سازد و در دل خاک می نشاند. در طول تاریخ بشر چه شهرهای آباد و پر جمعیت که در پهنای زمین به وجود آمدند سپس نسل های بی شمار و انسان ها را در درون خود جای دادند. افراد بسیار زیادی سالیان دراز در خشیدند و نور پاشیدند و آنگاه همای

سعادتشان در چنگال شاهین حوادث گرفتار آمد و کم کم در مفاک خاک جای گرفتند. ولی تنها وسیله ای که باعث جاودانه ماندن نام این اشخاص یا اماکن گشته کتیبه ها و آثاری است که از گذشتگان به جای مانده است که بهترین نمونه آن ها را می توان در بازار خلاصه کرد. بازار به عنوان جامع ترین فضای گروهی، جمعی در گستره کالبد شهر، مرکز مبادله و باز تولید فرهنگ، هنر، اقتصاد، داشته ها و دستاوردهای مادی و معنوی انسان بوده و هنوز هم با تاب و توان خود این سهم را بر دوش می کشد و حافظه جمعی و فردی مردمان را به خود مشغول داشته است. بازار به عنوان یک مرکز تاریخی، حوادث تلخ و شیرین را در خود جای داده است. بازارهای سنتی و تاریخی هر شهر به عنوان بخشی قابل تامل از میراث فرهنگ دیر پای ایرانی از دیرباز به عنوان یک نهاد اقتصادی اجتماعی و فرهنگی ایفای نقش کرده اند و به درستی یک میراث فرهنگی زنده محسوب می شوند. شهرستان مراغه یکی از بزرگترین شهرستان های آذربایجان شرقی است که قدمت بسیاری از اماکن تاریخی آن به چندین هزار سال می رسد. تا جایی که از این شهرستان به عنوان قطب تاریخی آذربایجان یاد کردند. هسته مرکزی شهرستان مراغه در داخل یک چهار ضلعی واقع شده است که بازارهای تاریخی این شهر از جمله مسگر بازار و بازار کیف فروشان در مرکز این چهار ضلعی قرار دارند. مسگر بازار و بازار کیف فروشان به عنوان بزرگترین مراکز تجاری این شهر از گذشته های دور پای خارجیان را نیز به این شهر باز کرده بود که از جمله آن می توان به اقوام ارامنه شهرستان مراغه اشاره کرد که این بازارها باعث ماندگار شدن این اقوام و تاسیس تجارت خانه ها و کاروانسرای ها در این شهرستان شد که بهترین نمونه آن را می توان به کاروانسرای خواجه ملکم در بازار کیف فروشان و مسگر بازار شهرستان مراغه به عنوان یک میراث ارزشمند و گرانبقدر تاریخی و محلی برای شناخت مناسبات اجتماعی و فضایی برای برگزاری بسیاری از مناسبات اجتماعی و آداب و سنن ملی و مذهبی اعم از جشن ها و سوگواری ها می باشد و همچنین نقش و منزلت اجتماعی اصناف و بازاریان را در زندگی شهری نشان می دهد. این بازارها دارای مسجدی می باشند که توسط جماعت های بازاری، اصناف و یا تجار سرشناس بازار ساخته شده و وقف شده اند. این موضوع یعنی استقرار یک فضای قدسی و دینی در فضای تجاری بازار را به همراه داشته است. فضای مسجد به عنوان اماکن انجام و ادای فرائض دینی موجب گرد هم آمدن بازاریان می باشد، این اجتماع ایجاد شده که عمدتاً با هدف انجام مناسک دینی انجام می شود بازاریان را در تعامل چهره به چهره و در فرصتی مناسب با فراغتی کافی قرار می دهد و عاملی در جهت پیوند روابط دوستانه و همچنین تبادل اطلاعات بازار و وقایع مهم رخ داده و موثر در تجارت می باشد. در گذشته های نه چندان دور به گفته بازاریان قدیمی مسجد آقا محمد تقی در بازار کیف فروشان جای برای برطرف کردن مشکلات مردم اعم از مالی و غیر مالی بود. در گذشته در این بازارها روابط افراد با هم براساس یک

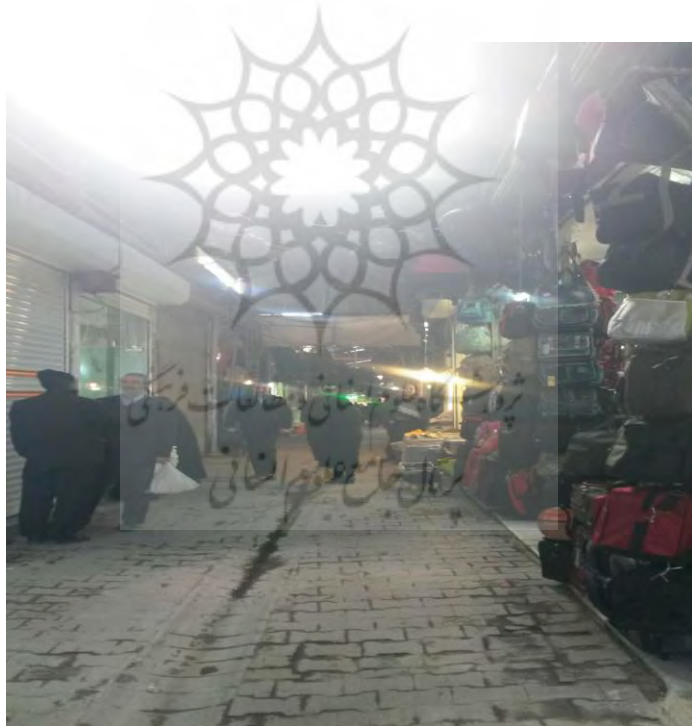
روابط دوستانه و حسنه بود. استخدام شاگرد هم براساس همین روابط و بیشتر به منظور کمک به فرد صورت می گرفت. رابطه استاد با شاگرد در گذشته ها آن چنان صمیمی بود که که هیچ یک از طرفین تمایلی به گسست رابطه نداشته، بلکه گاهی از طریق برقراری روابط خانوادگی (پیوندهای ازدواج) این رابطه کاری به یک رابطه فامیلی تبدیل می شود، لذا روابط خانوادگی با تمام قدرت بر زندگی ملی-اجتماعی بازار کیف فروشان و مسگر بازار حاکم می شد.



تصویر شماره ۱: بازار مسگر بازار فرهنگی



تصویر شماره ۲: ورودی بازار مسگر بازار



تصویر شماره ۳: ورودی بازار کیف فروشان



تصویر شماره ۴: بازار کیف فروشان

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- ایراندوست، کیومرث- بهمنی اورمانی، آرمان. (۱۳۹۰). تحولات کالبدی بازار سنتی در شهر های ایران (مطالعه موردی بازار شهر کرمانشاه)، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، شماره ۵، پاییز ۱۳۹۰، صص ۵- ۱۵.
- پیر نیا، حسن. (۱۳۹۰). تاریخ کامل ایران قبل از اسلام. انتشارات فرهنگ رسا: تهران.
- پانوف، میشل- پرن، میشل. (۱۳۸۴). فرهنگ مردم شناسی. ترجمه: اصغر عسگری خانقاه. انتشارات سمت: تهران.
- جری دی، مور. (۱۳۹۱). زندگی و اندیشه بزرگان انسان شناسی. مترجمان: هاشم آقابیک پوری، جعفر احمدی. انتشارات جامعه شناسان: تهران.
- حبیب، فرح. (۱۳۵۸). هم‌وایی نور و رنگ در فضاهاى شهری ایرانی. نشریه هنرهای زیبا. شماره ۲۷. پاییز ۱۳۸۵. صص ۲۷- ۳۴.
- حبیبی، سید محسن. (۱۳۷۵). از شار تا شهر. انتشارات دانشگاه: تهران.
- دیاکونف، ایگور میخائیلوویچ. (۱۳۸۳). تاریخ ماد. ترجمه: کریم کشاورز. شرکت انتشارات علمی و فرهنگی: تهران.
- دهخدا، علی اکبر. (۱۳۷۳). لغت نامه. انتشارات دانشگاه تهران: تهران.
- رجبی، آزیتا. (۱۳۸۵). ریخت شناسی بازار. نشر آگاه: تهران.
- ریتزر، جورج. (۱۳۷۴). نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر. ترجمه: محسن ثلاثی. انتشارات علمی: تهران.
- رضی، هاشم. (۱۳۵۵). مردم شناسی اجتماعی. انتشارات آسیا: تهران.
- سلطان زاده، حسین. (۱۳۸۳). از بازارهای ایرانی چه می دانید. انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی: تهران.
- سجادی، منصور. (۱۳۶۵). شهر سوخته. انتشارات جهاد دانشگاهی: تهران.
- سلطان زاده، حسین. (۱۳۸۰). بازارهای ایرانی. دفتر پژوهش های فرهنگی: تهران.
- سعیدیان، عبدالحسین. (۱۳۷۵). مردمان ایران. انتشارات علم و زندگی: تهران.
- ستاری سار بانقلی- جدایی، امیر. (۱۳۹۰). بررسی تحلیل طرح های کاربردی به کار رفته در تیمچه های بازار تبریز. فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی. شماره ۵. پاییز ۱۳۹۰. صص ۲۹- ۴۱.
- سپهروند، مجید. (۱۳۸۱). مراغه در سیر تاریخ. انتشارات احرار تبریز: تبریز.
- غلامیه، مسعود. (۱۳۸۵). تاریخ مراغه به روایت تصویر. انتشارات اوحدی: تبریز.
- فرید، محمد صادق. (۱۳۷۶). مبانی انسان شناسی. انتشارات عصر جدید: تهران.

- قرایی مقدم، امان اله. (۱۳۹۱). انسان شناسی فرهنگی. انتشارات ابجد: تهران.
- کریمی، سمیه. (۱۳۸۷). مطالعه انسان شناسی اقتصادی بازار. انتشارات افکار: تهران.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷). جامعه شناسی. ترجمه: منوچهر صبوری. انتشارات نی: تهران.
- مروارید، یونس. (۱۳۷۲). مراغه از نظر اوضاع طبیعی اجتماعی اقتصادی و تاریخی. انتشارات علمی: تهران.
- میرسلیم، سید مصطفی. (۱۳۷۲). دانشنامه جهان اسلام - حرف (ب) جزوه سوم. انتشارات فرهنگ ارشاد اسلامی: تهران.
- نبوی، بهروز. (۱۳۸۲). مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم اجتماعی. انتشارات فروردین: تهران.
- ورجاوند، پرویز. (۱۳۶۶). شهرسازی و شهرنشینی در ایرانشهرهای ایران. به کوشش محمد یوسف کیانی. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: تهران.
- یوسف جمالی، محمد کریم. (۱۳۷۷). تاریخ تحولات سیاسی ایران در دوران مغولان و ایلخانان تا صفویه در ایران، اصفهان.

