

## مروری بر چند کتاب درباره بازار



**کتابنامه بازار** . گردآورندگان: حجت‌الله حسن لاریجانی، نعمت‌الله توحید لاله‌یی، مهین نصیری‌پور ماسوله، تهران: بنیاد دایره‌المعارف اسلامی و سازمان میراث فرهنگی، ۱۳۷۲، ۱۹۰ ص.

این «کتاب‌نامه» که شامل نام و مشخصات بیش از ۱۵۰۰ کتاب و مقاله به زبان‌های فارسی، انگلیسی، فرانسه و آلمانی است به دو بخش کلی فارسی و زبان‌های دیگر تقسیم شده است. تقسیم‌بندی درونی این دو بخش نیز، گذشته از مقدمات، شامل مشخصات کتاب‌ها و مقالات در زیرمقوله‌هایی چون «کلیات، بازارهای شهری، بازارهای روستایی، بازارهای عشایری، کاروانسراها، طرح‌های جامع شهری و روستایی و عشایری، باستان‌شناسی و تاریخ بازارها، فهرست موضوعی و فهرست نام کسان است.

این کتابنامه حاصل یکی از فعالیت‌های مقدماتی برای برگزار کردن «نخستین مجمع بررسی بازار در فرهنگ و تمدن جهان اسلام» بوده است که ظاهراً در سال ۱۳۷۲ در بنیاد دایره‌المعارف اسلامی برگزار شده است.

در مقدمه این کتابنامه سعی شده است که تعریفی از بازار و جایگاه آن در جوامع شرقی به

دست داده شود، همچنین به طور کلی گونه‌ای مقوله‌بندی و سنخ‌شناسی از انواع بازار به دست داده شده است.

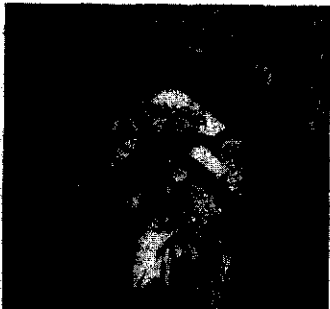
بازارهای ایرانی. حسین سلطان‌زاده، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۰، ۱۲۰ ص: مصور (از مجموعه «از ایران چه می‌دانم» [۱۱])

تک‌نگاشتی است موجز و جامع که در پنج فصل به بررسی و بازگویی جایگاه و اهمیت تاریخی - اجتماعی بازار در ایران، ویژگی‌های کارکردی و نقش اقتصادی بازار، خصوصیات شهری و انواع بازار، شرح عناصر و فضاهای ارتباطی و برخی از ویژگی‌های معماری بازار پرداخته است.

مؤلف در «پیش‌سخن» خود بر این تک‌نگاشت به نکات بااهمیتی اشاره کرده است: از جمله این‌که شکل‌گیری تدریجی: «بازار مهمترین محور ارتباطی و فضای شهری در شهرهای ایرانی» به شمار می‌آمده است؛ بازارهای ایرانی و پیشینه‌ای تاریخی که به چند هزار سال پیش از میلاد می‌رسد و نیز این‌که بازار هر شهر تا دوره معاصر که شکل شهر در پی توسعه شهرها و ایجاد خیابان‌ها و تغییر الگوی سکونت و شهرنشینی تغییر کرده ارتباطی ارگانیک و منسجم با سایر فضاهای شهری داشته و در پی توسعه شهرها این ارتباط گسیخته شده است؛ همچنین است تأکید بر اهمیت فضایی بازار از لحاظ سیاسی - اجتماعی در کنار اهمیت اقتصادی آن. و نیز این‌که بازارها به‌ویژه در دوره اسلامی محل شکل‌گیری مهمترین تشکیلات صنفی بوده‌اند.

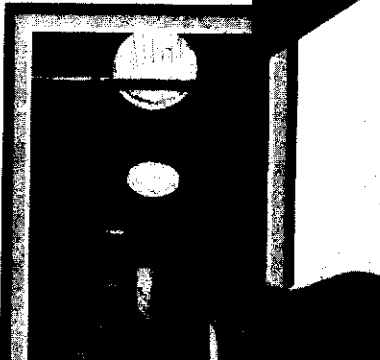
در اهمیت بازارها از لحاظ کالبدی نیز به نکات درخور توجهی اشاره شده است از جمله موقعیت بازارهای دائمی و سرپوشیده همچون یک فضای عمومی برای گذراندن اوقات فراغت به دلیل محافظت رهگذران از گزند آفتاب سوزان و باد و باران.

کتابخانه  
بازار



سازمان اسناد و کتابخانه ملی

حسین سلطان‌زاده



در این کتاب انواع بازارهای «شهری، ناحیه‌ای، محله‌ای، همسایگی» عناصر و فضاهای ارتباطی بازارها نظیر «راسته‌ها، دالان‌ها، چهارسو، میدان، جلوخان»، عناصر و فضاهای معماری نظیر «حجره، کاروانسرا، تیمچه، قیصریه» و نیز شکل‌های مختلف بازارها توضیح داده شده است. تصاویر و نقشه‌های کتاب نیز به خواننده در درک و تجسم فضاهای بازارهای عمده شهرهای ایرانی کمک شایانی می‌کند.

همیشه بازار. مینا جباری، تهران: آگاه، ۱۳۷۹، ۱۷۶ صفحه، مصور.

این کتاب کم حجم اما پر بار، با توجه به رویکرد این شماره از گفتگو، اهمیت شایان توجهی می‌یابد. این کتاب حاصل بخشی از رساله مؤلف است که متأسفانه عنوان و مشخصات دقیق آن در هیچ جای کتاب ذکر نشده است.

مؤلف بازار را همچون موضوع و مصداق تحقیق‌اش نهادی «سنتی» می‌داند که قابلیت‌های مثبت مدرن شدن را در خود داشت ولی «توسعه‌تحمیلی» و «مدرنیزاسیون از بالا» نه تنها قادر به درک این توان بالقوه نبوده که حتی، با اتخاذ سیاست‌هایی نادرست، آن را به نیرویی در مقابل «مدرنیته‌ای ریشه‌دار» بدل کرده است.

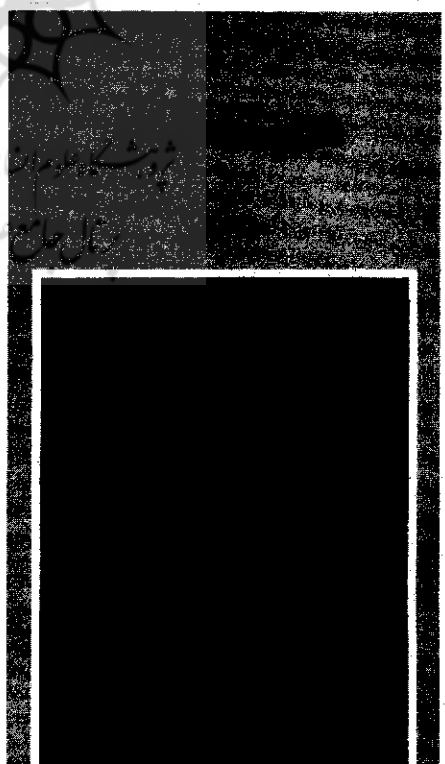
همیشه بازار ضمن ارائه شرح کوتاهی از رابطه سنت و مدرنیته با توجه به نقش نهادهای سنتی می‌گوید: «بازار در مقام مبارزه در مقابل مدرنیته‌تحمیلی دولت و در برابر سیاست‌های دولت که ریشه در اعتقادات جامعه نداشته قرار گرفت... سنت آشنا و مردمی در برابر سیاست مدرن ولی ناآشنا با همگان». (ص ۵۱) و نیز چند سطر بعد در ذکر علل مقاومت بازار سنتی در برابر سیاست‌های «مدرن‌سازی» می‌گوید: «در بررسی تاریخی عملکرد بازار ... سعی در نشان دادن این واقعیت داریم که اقتصاد ایران با زیربنای تجارت سنتی، امکان تحقق بخشیدن به تغییرات مثبت در جهت مدرنیزه کردن اقتصاد و تجارت را داشت و سرمایه‌تجار، آگاهی تجاری و میل آنها به سرمایه‌گذاری زیربنایی در کشور، کاملاً این شرایط را امکان‌پذیر می‌کرد. علاوه بر اینها، بازار در نقش حامی منافع سیاسی مملکت از پشتیبانی مردم و علما برخوردار بود و حتی وجهه مردمی نیز پیدا می‌کرد. در واقع مانع اصلی در مقابل بازار، دولت و استبداد و نادانی و ناکارایی دولت‌ها بود.» (ص ۱۶)

کتاب دو بخش عمده دارد: «معماری بازار» و «عملکرد داخلی بازار». در بخش اول نام‌گذاری بازارها، شکل‌های مختلف بازارها و مفاهیم فضاهای مختلف بازارها (از جمله راسته و حجره و چارسو و ...) توضیح داده می‌شود و نیز جایگاه و پیوند نهادهای همجوار (همچون مساجد و مدارس و تکیه‌ها و قهوه‌خانه‌ها) با بازار تشریح شده است. در بخش دوم که عمده‌ترین و مهم‌ترین بخش این کتاب

است. فعالیت‌های تجاری - مالی بازاریان، روابط کاری ایشان، گروه‌های تشکیل‌دهنده بازار (نظیر تجار، بانکدارها، خرده‌فروش‌ها ... انباردارها، باربرها، تسمه‌کش‌ها و عدلبندها و شاگردان حجره‌ها و غیره) توصیف شده‌اند. در قسمت دیگری از این بخش تحت عنوان «فعالیت‌های خارجی بازار» رابطه بازار با دولت، سیاست و فعالیت‌های سیاسی، رابطه تجاری بازار با حکومت و رابطه بازار با قوانین تجاری و مالیاتی تشریح شده است. قسمت دیگر این بخش «بازار و وقایع اجتماعی» نام دارد که در آن از جمله به نقش بازار در «شورش تنباکو»، نهضت مشروطه، ملی شدن صنعت نفت» و چند جنبش اعتراضی دیگر اشاره شده است. «فعالیت‌های اجتماعی بازار»، «رابطه مردم با بازار»، رابطه «بازار با جامعه اطراف» و «فعالیت‌های خیریه بازار» از جمله دیگر بخش‌های کتاب‌اند. همیشه بازار با یک پی‌گفتار، تصویر چند سند و کتابنامه پایان می‌یابد.

**نقش بازار در قیام ۱۵ خرداد.** رحیم روحبخش، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی ۱۳۸۱، ۴۶۸ص.  
 گزیده‌ای است از اسناد ساواک درباره «قیام ۱۵ خرداد ۱۳۴۲» و بررسی کنش بازاریان و به‌ویژه هیئت‌های مؤتلفه اسلامی و رابطه ایشان با رهبریت روحانی که بنابر نوشته گردآورنده از میان ۵۰۰۰ برگ سند از پرونده‌های ساواک انتخاب شده است.

کتاب ۱۸



بخش اول تحت عنوان « بازار در چشم‌انداز تاریخی ایران » با اختصار کامل به بازگویی مطالبی نه چندان تازه در مورد سابقه مبارزاتی بازار و بازاریان پرداخته و باز به اختصار بسیار سعی در توضیح و تشریح علل بروز واقعه ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ داشته است. جالب‌ترین قسمت این بخش معرفی اعضای فعال هیئت‌های مؤتلفه اسلامی است.

در بخش دوم که شامل چهار فصل است به شرح روز به روز وقایع پیش و پس از روز ۱۵ خرداد پرداخته و سعی شده براساس برخی از اسناد گرد آمده در همین مجموعه و نیز مواد و مطالب دیگر تصویری از آن روزها ترسیم نماید.

بخش سوم به واکنش «بازارهای شهرستان‌ها» نسبت به وقایع ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ اختصاص یافته که در آن در کنار برخی از اسناد عمدتاً بر خاطرات افراد شرکت‌کننده تأکید گذاشته شده است. سپس در ۲۳۶ صفحه اسناد مذکور بازچاپ شده و با یک گاه‌شمار از فروردین ۱۳۴۰، یعنی مقارن درگذشت آیت‌الله بروجردی تا فروردین ۱۳۴۳، یعنی زمان آزادی آیت‌الله خمینی کامل گردید.

اگرچه صرف خواندن سندهای تاریخی مشرب‌تر است و گویای لحظه لحظه روزها و ساعت‌ها و نگاه آدمیان، ولی چاپ اسناد مرتبط با وقایع تاریخی کاری است سهل ممتنع، زیرا بسته به این‌که چه کسی و با چه دیدگاهی و به چه ترتیبی اسناد را برگزیند و در کنار هم بچیند معنای مختلف از آن حاصل می‌آید.



پروفیسر شمس کاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پر تال جامع علوم انسانی

دوره های جلد شده

نگار

سال اول تا سال دهم

شعبه پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

قیمت هر مجلد: ۴۰۰۰ تومان

## مطبوعاتی پارس

ویژه کتابخانه‌ها - دانشگاهها - مراکز فرهنگی و تحقیقاتی و محققان  
خرید و فروش دوره‌های کامل و صحافی شده نشریات ادواری (قدیم - جدید)

عناوین نشریات عبارتند از:

- |              |                     |                 |
|--------------|---------------------|-----------------|
| ۱- سخن       | ۷- نگین             | ۱۳- هنر و مردم  |
| ۲- یغما      | ۸- وحید             | ۱۴- آینده       |
| ۳- خوشه      | ۹- فرهنگ ایران زمین | ۱۵- تماشا       |
| ۴- پیام نوین | ۱۰- راهنمای کتاب    | ۱۶- علم و زندگی |
| ۵- موسیقی    | ۱۱- بابا شمل        | ۱۷- کتاب هفته   |
| ۶- کلک       | ۱۲- بررسیهای تاریخی | ۱۸- خواندنیها   |

و روزنامه‌های توس - جامعه - میزان - انقلاب اسلامی - کیهان و غیره

فهرست شامل نشریات ادبی - تاریخی - هنری - سیاسی - علمی - فرهنگی  
می‌باشد. در ضمن ۵۰۰ دوره نشریات ادواری (قدیم و جدید) به صورت کامل و  
صحافی شده جهت آرشيو یکجا به فروش می‌رسد.

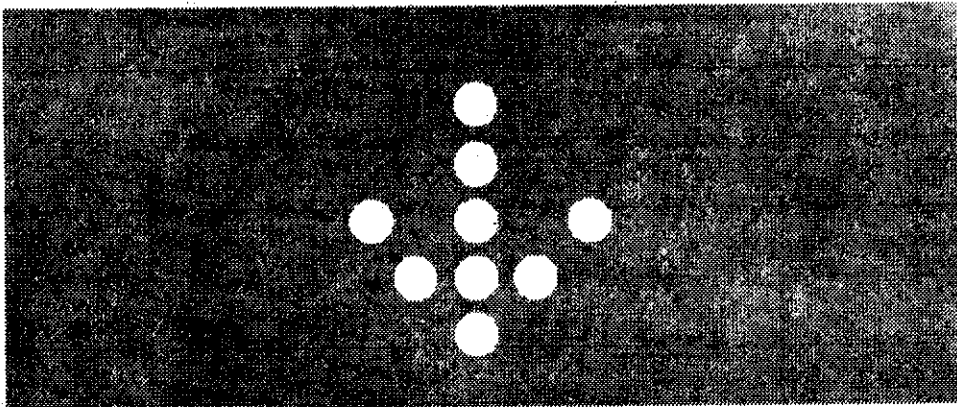
آدرس: تهران - میدان انقلاب، ابتدای کارگر شمالی، نرسیده به چهارراه فرصت،  
پاسا سعید، طبقه دوم.

تهران - صندوق پستی: ۵۱۹۵-۱۴۱۵۵

تلفن: ۰۲۶۹۷۱-۸۰۳۶۹۳-۶۴۱۸۵۹۳ - ۶۴۹۹۳۳۸ فاکس: ۸۸۸۷۳۸۶

مسئول: حسین تقوی موبایل: ۰۹۱۳۲۴۹۲۰۸۰



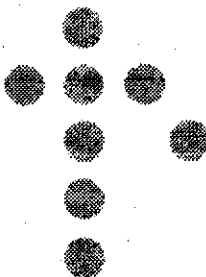


**MAX**  
Advertising  
& Creative Center

مکتب توانایی ترکیب آخرین دانش‌های مربوط به  
مطرح‌های اجتماعی - فرهنگی را با راهبردهای نوآورانه  
و ابزاری آن برای یک پرتفه استراتژیک موفق دگرد.  
مسلماً آگاهی در حوزه توسط اجتماعی، گرایش افکار  
عمومی، پیش دست‌اندرکاران و سیاست‌های  
اجتماعی و فرهنگی، همگی به منزله سرمایه‌های  
ارزشمند در طراحی و ابزاری مناسب‌ترین پرتفه‌های  
جامع و استراتژیک تبلیغاتی برای شرکت‌های چندملیتی  
به شمار می‌آید.

تلفن: ۲۵۶۹۸۰

کانون طراحی و تبلیغات مکتب فعالیت خود را بر  
اساس نیاز شرکت‌های بین‌المللی برای بازار داخلی  
متمرکز نموده‌است. از اهداف مکتب می‌توان طراحی  
پرتفه‌های جامع و پرتفه‌های استراتژیک تبلیغاتی با  
توجه به درخواست مشتری و در جهت بازار جهانی و  
افزایش سهم بازار را برشمرد. این رویکرد نه تنها از  
طریق شناسایی گروه هدف بلکه با دستهای به جنبه‌های  
پیدا و تپیدای بازار ایران صورت می‌گیرد.



# Books In Print

## راهنمای بازار کتاب



پاییز ۸۳

• فهرست کتابهای موجود و در دست انتشار ناشران فعال کشور • نام و مشخصات و آخرین بهای هر کتاب • فهرست راهنما برای جستجوی کتابها (نمایه عنوان کتابها و نمایه نام نویسندگان و ...) • "راهنمای ناشران" و "راهنمای پخش کنندگان کتاب" •

مؤسسه فرهنگی-تربیتی  
**جهان کتاب**

تلفن: ۱۸۱-۸۷۳۶۱۷



ہوگا افسوس کوئی نہ

دقت

طیلت کیلئے

چاپ

زار نو بین بسٹ شکوہ

تلفن: ۶۵۶۶۷۷

۸۸۲۶۹۸۷

ایران - تهران - صندوق پستی: ۱۴۸۸-۱۳۱۴۵

## فرم اشتراک

فصلنامه فرهنگی و اجتماعی گفتگو مجله‌ای است که از طریق مقالات، نقد و تفسیر اخبار به بررسی و ارزیابی مسائل اجتماعی و فرهنگی ایران و جهان می‌پردازد. تک‌فروشی و حق اشتراک مهم‌ترین منابع تامین مخارج این نوع نشریات هستند. در صورتی که روش گفت و گو را می‌پسندید و ماندگاری آن را برای فرهنگ و جامعه مفید می‌دانید ما را یاری کنید.

### شرایط اشتراک:

بهای اشتراک سالانه (۴ جلد) در داخل کشور (با احتساب هزینه پست) سه هزار و دویست تومان است. برای موسسات و کتابخانه‌ها شش هزار و چهارصد تومان و برای محصلین و دانشجویان سه هزار تومان.

متقاضیان می‌توانند وجه اشتراک را تقدماً به نماینده مجله بپردازند و رسید دریافت کنند. یا وجه اشتراک را به حساب جاری شماره ۵۶۷۸/۵ بانک ملت شعبه بلوار کشاورز به نام مراد تقی واریز کنند و اصل برگه را با ذکر نشانی دقیق (با قید کدپستی) به نشانی صندوق پستی مجله ارسال کنند.

نام و نام خانوادگی:

نشانی:

ایران - تهران - صندوق پستی: ۱۴۸۸-۱۳۱۴۵

## فرم اشتراک دوسالانه

فصلنامه فرهنگی و اجتماعی گفتگو مجله‌ای است که از طریق مقالات، نقد و تفسیر اخبار به بررسی و ارزیابی مسائل اجتماعی و فرهنگی ایران و جهان می‌پردازد. تک‌فروشی و حق اشتراک مهم‌ترین منابع تامین مخارج این نوع نشریات هستند. در صورتی که روش گفت و گو را می‌پسندید و ماندگاری آن را برای فرهنگ و جامعه مفید می‌دانید ما را یاری کنید.

### شرایط اشتراک:

بهای اشتراک دوسالانه (۸ جلد) در داخل کشور (با احتساب هزینه پست) شش‌هزار و چهارصد تومان است. برای موسسات و کتابخانه‌ها دوازده هزار و هشتصد تومان و برای محصلین و دانشجویان شش هزار تومان.

متقاضیان می‌توانند وجه اشتراک را نقداً به نماینده مجله بپردازند و رسید دریافت کنند. یا وجه اشتراک را به حساب جاری شماره ۵۶۷۸/۵ بانک ملت شعبه بلوار کشاورز به نام مراد نقفی واریز کنند و اصل برگه را با ذکر نشانی دقیق (با قید کدپستی) به نشانی صندوق پستی مجله ارسال کنند.

نام و نام خانوادگی: .....
نشانی: .....
.....