

جمعه بازار در کارپانتراس

فرانسه

میشل دولاپرادل

اما تنها مسئله اقتصادی نیست که مردم را برای خرید به آنجا می‌کشاند. قیمت‌ها هم نسبت به فروشگاه‌های بزرگ چندان جالب توجه نیست و اجناس هم چیزی مشابه همانهاست. مردم بیشتر برای حال و هوای بازار به آنجا روی می‌آورند. برای گردش و برخورد با افراد. مهاجران مراکشی شمال شهر در کنار اعیان محلی و روستاییان و در فصل تابستان، ملاکان پارسی اطراف شهر و توریست‌های رهگذر در این بازار به چشم می‌خورند. مردم در طول گردششان به جاهایی کشیده می‌شوند که شاید به هیچ طریق دیگری زحمت رفتن به آنجا را به خود نمی‌دادند. بازار در کنار فعالیتهای بازرگانی خود، اجتماعی را به وجود می‌آورد که در آن گروه‌هایی ساعتها در کنار هم قرار می‌گیرند که در حالت عادی با یکدیگر ارتباطی ندارند و از بسیاری جهات مثل نوع سکونت، رفتار و پیشینه فرهنگی کاملاً متفاوتند. فروشندگان بازار هفتگی، در به وجود آوردن این برخوردها نقش اساسی ایفا می‌کنند.

اینها همه همشان در جهت این است که کار خرید و فروش را به یک واقعه جمعی تبدیل کنند. برای خریدار امکان ندارد که فوری خریدش را بکند و بی‌دردسری کارش برود. فروشنده با صدای بلند جنس مورد نظر را فریاد می‌زند، کالای

امروزه بازار روز در شهرهای متعدد جهان بار دیگر رایج شده است.

کارپانتراس، شهری قدیمی و گالوروم‌نشین در جنوب شرقی فرانسه است. در قدیم که این شهر توسط حصاری احاطه می‌شد، کوچه‌های باریک و پیچ در پیچی داشت که با میدانگ‌های زیبا تزیین شده بودند. صبح روزهای جمعه، از ساعت ۷، بازار قلب شهر را تسخیر می‌کند. در این روز ۳۵۰ فروشنده دوره‌گردی که همیشه در آن منطقه دور می‌گردند، به فروشندگان محلی که کالاهای خود را در پیاده‌روی جلوی مغازه‌شان عرضه می‌کنند، اضافه می‌شود. رفت و آمد اتومبیلها ممنوع می‌شود و انبوه جمعیت در لابه‌لای بساط دستفروشان موج می‌زند. در انبوه مواد غذایی، بوها و رنگهای مختلف، صدای دستفروشان که بلندتر از هیاهوی جمعیت است به گوش می‌رسد.



بازار فروش خوک در کارپانتراس
(۱۸۴۱). یک نقاشی آبرنگ
اثر دنی بونه

میشل دولاپرادل،
MICHÈLE DE LA
PRADELLE
یک بوم‌شناس فرانسوی است.

خود را تبلیغ می‌کند، رابطه عادی بین فروشنده و خریدار را برهم می‌زند و امکان تبادل نظری را فراهم می‌آورد که هرکس در دور و اطراف دگه می‌تواند در آن شرکت داشته باشد.

در تشکیل این جماعت موقت، مشتریان به دلخواه مشارکت دارند. افرادی که هیچگونه سر و کاری با هم ندارند، در کنار وانت گوشت فروشی، در پای طبق ماهی فروشی یا در میان انبوه عابران، با هم ارتباطی بازاری برقرار می‌کنند و این ارتباطها از زندگی روزمره شخصی یا حرفه‌ای شان کاملاً مجزا است. هر بهانه‌ای برای باز کردن سر صحبت مناسب است مثل وضع هوا، باران که مدتی است نباریده، رماتیسم که فراگیر شده، کیفیت کنگرهای فرنگی، اوضاع زمانه ...

در چنین وضعیتی صحبت کردن فقط به منظور حرف زدن و ادامه گفتگو صورت می‌گیرد. پس از این حرفهای پیش‌باftاده که تنها برای باز کردن سر صحبت به کار می‌رود، شبه‌اعتمادی به طرف مقابل پیدا می‌کنید و با کسی که تنها پنج دقیقه‌ای است آشنا شده‌اید، مثل دوستی چندین و چندساله برخورد می‌کنید. شما به مسائلی عمومی تکیه می‌کنید و در مورد وضعیت واقعی‌تان که بسیار متفاوت از وضعیت طرف صحبتتان است، سکوت اختیار می‌کنید و در مورد مسائلی همچون وضعیت تحصیلی فرزندان، باغ، خانه و کارهای منزل صحبت نمی‌کنید.

رنگ و بوی محلی

این اجتماع‌پذیری نتیجه حس تعلق به محیط زندگی مشترک است. در کارپانتراس رفتن به بازار شاهدهی است بر دارا بودن یک هویت جمعی یا مطالبه این هویت. از آنجا که بازار به عنوان یک نهاد واقعی در این شهر تلقی می‌گردد، خرید ماهی یا زیتون از بازار روشی است برای اینکه هم خودمان باور کنیم و هم به دیگران نشان دهیم که ما نیز از اهالی این محله‌ایم، حال چه واقعاً اهل آن محل باشیم و چه اینگونه وانمود کنیم، زیرا اگر امروزه بخواهیم در فرانسه کسی باشیم، باید به جایی تعلق داشته باشیم. با اشاره‌های ظریفی از قبیل اینکه «آیا شما هنوز هم از آن پاته‌های مخصوص تهیه می‌کنید؟» می‌توانید خود را به قصاب به عنوان هم‌محلی معرفی کنید. برای ملاکان پارسی نیز بازار فرصتی است تا از این مناسبات محلی سود جویند.

این اجتماع‌پذیری از پیشینه تاریخی این منطقه جدا نیست. در واقع از گذشته‌های دور، بازار در همان روز و همان مکان برپا می‌شده است. تنها خرید پنی‌رز و بند کفش در میدان پاله (اقامتگاه قدیمی پاپهای آوینیون قرن ۱۴) دارای بعدی نمادین است. امروزه سنتی بودن بازار کارپانتراس از بسیاری جهات بیشتر ظاهری است تا واقعی. اینگونه بازارهای هفتگی مانند تصویرهای لحظه‌ای از یک دنیای ناپدید شده است. سبب زمینها هنوز خاک آلوده‌اند و برگ

هویجها را هنوز نکنده‌اند تا فروشنده چنین وانمود کند که گویی خودش آنها را در سحرگاه از زمین باغش کنده است.

رایحه‌ای از زمانهای پیشین

مشتریان و فروشندگان تنها کسانی نیستند که می‌کوشند به بازار رنگ و بوی سنتی ببخشند. شهرداری نیز در پی آن است که با تصویرهای تاریخی بسیار، بازار را به شکل قدیمی آن بازسازی کند. آنها محصولات و فراورده‌ها را به شکل قدیم که بازار به تیمچه‌های خاص هر کالا تقسیم شده بود، عرضه می‌کنند. جایی که در آن، صنایع دستی و محصولات کشاورزی محلی به فروش می‌رسید. مانند بازار گندم‌فروشها، بازار سیرفروشها، بازار برگ توت و غیره ...

از این نقش کهن تنها یک اثر در بازار باقی‌مانده است: بازار معروف قارچ دبلان که مهمترین بازار فرانسه است و به‌طور مستقل اداره می‌شود. تنها افسراد حرفه‌ای در زمینه خرید و فروش قارچ دبلان، یعنی دلاکان و کنسروسازان و راباسیه‌ها rabbassiers، یعنی محلی‌هایی که در اوقات بیکاری همراه سگهایشان در تپه‌های اطراف کارپانتراس در بی قارچ دبلان می‌گردند - در این بازار حضور می‌یابند. این نوعی تشریفات تقریباً محرمانه است، نوعی نمایش جنبی بی‌دردسر حاشیه بازار اصلی که به بازار کارپانتراس چهره اصیل می‌دهد.

اهالی کارپانتراس حداقل برای چند ساعتی در هفته، چنین احساس می‌کنند که از لذت خرید در بازار مخصوص متعلق به ولایت قدیمی برخوردار هستند. این مردمان تحت نام هویتی مشترک، و در پس پرده ناشناس بودن، دوستی کلی و فراگیری را تجربه می‌کنند که هم لذت‌بخش است و هم ساختگی و قراردادی، و شباهتی به فیلیا دارد - همان روحیه دوستانه‌ای که از نظر ارسطو جزئی ضروری از یک اجتماع سیاسی محسوب می‌شود.



«این بازار، اجتماعی را به وجود می‌آورد که در آن گروههایی ساعتها در کنار هم قرار می‌گیرند که در حالت عادی با یکدیگر ارتباطی ندارند.» بالا، صحنه‌هایی از بازار کارپانتراس.