

پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران
سال ۱، شماره ۲
پاییز و زمستان ۱۳۹۰، صص ۵۶-۲۹

بررسی تحولات کارکردی بازار آمل از گذشته تا کنون

شهرام یوسفی‌فر⁻

معصومه یدالله‌پور⁻

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۱۰/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۹/۲/۲۴

چکیده

بازار آمل از پیشینه تاریخی، موقعیت جغرافیایی و تنوع کارکردی خاصی در منطقه شمالی کشور برخوردار است و در مقایسه با دیگر بازارهای شهری ایران کارکردهای گوناگونی را در خود متحقق کرده است. بازار آمل عملکردهای چندگانه همزمانی مانند بازارهای دائمی، بازارچه‌های محلی و نیز بازار هفتگی را دارا است که سبب استقرار فضاهایی با کاربری مسکونی در کنار مکان‌های تجاری در کالبد بازار شده و در نتیجه این پیوستگی فضایی، نیازهای ساکنان محله‌های مجاور و کل شهر را در دوره‌های مختلف تاریخی درون بازار تامین گشته است. در این مقاله نقش کارکردی بازار در مناسبات شهر آمل مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین موقعیت و کارکردهای بازار در روند ساخت و گسترش کالبدی شهر بررسی می‌شود تا نقش آن در شکل‌دهی ساخت فضایی شهر و تأسیس و تداوم حیات نهادها (مراکز اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) در گذشته و حال مشخص گردد. نتایج این بررسی نشان می‌دهد، کارکردهای اجزای اصلی کالبدی بازار در آمل نظم زندگی اجتماعی و اقتصادی شهری را سامان می‌دادند. محور اصلی بازار آمل به مانند شریان اصلی ارتباط ساکنان شهر عمل کرده و نقش محوری آن در کالبد شهر، بر زندگی روزانه مردم شهر در زمینه‌های مختلف تأثیر داشته است: به دلیل آنکه بازار نهادهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی شهری را در خود جای داده و به دلیل مرجعیت خود در فضای شهری، تداوم و کارکردهای مؤثر آن‌ها را تا کنون تضمین نموده است. امروزه کارکردهای اماکن و اجزای کالبدی در بازار آمل به مانند بخشی ارزشمند از میراث معنوی و فرهنگی شهر به شمار می‌روند و این امر نشان‌دهنده تداوم ارزش‌آفرینی بازار در زندگی کنونی این شهر همزمان با دگرگون شدن آن است. در این تحقیق از روش مطالعه کتابخانه‌ای و آرشیوی برای دستیابی به اطلاعات مربوط در کنار روش مطالعه میدانی مبتنی مشاهده مستقیم و انجام مصاحبه استفاده شده است.

کلید واژگان: آمل، بازار، تغییرات اجتماعی، فضای شهری، مشاغل سنتی، میراث فرهنگی.

shyousefifar@yahoo.com

masoom8227@yahoo.com

⁻ دانشیار تاریخ ایران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

⁻ کارشناسی ارشد ایران‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی

مقدمه

فضای بازار عناصر اصلی زندگی شهری مانند مسجد جامع و ارگ را در دوره شهرنشینی سنتی و حتی معاصر در خود جای داده است. در ایران بازار نقش بسیار مؤثری در تحقق عملکردهای سیاسی، تجاری و فرهنگی شهر در ایران داشته است. این نقش بازار در حقیقت بازتابی از ساختار شهرهای اسلامی است. شهر آمل در استان مازندران در بخش شمالی ایران قرار دارد و از جمله شهرهای کهن ایران است که در گذشته بر سر راه مهم بازرگانی دریای مازندران و همچنین در ارتباط با راه‌های عراق قدیم و مرکز ایران قرار داشت و برای مدت‌های طولانی مرکز حکومت‌های محلی در منطقه شمال ایران بود. موقعیت سوق‌الجیشی، مرکزیت سیاسی و مجاورت با گذرگاه‌های بین‌منطقه‌ای استراتژیک، شهر آمل را به ملتقای سرمایه و کالا تبدیل کرده بود.

بازار آمل در کنار یکی از دروازه‌های شهر قرار داشت و هسته اولیه تشکیل شهر به شمار می‌آمد و به عنوان بخش مرکزی، مکان استقرار عناصر کالبدی اصلی شهر بود. بر این اساس کالبد بازار با معماری متفاوت خود بافت تاریخی شهر را دربرگرفته و تا به امروز موجودیت خود را حفظ کرده است. بازار آمل جزو معدود بازارهای دائمی و سرپوشیده استان مازندران است. شباهت‌های این بازار با بازارهای ایرانی، زمینه مطالعاتی بسیار مهمی را در اختیار قرار می‌دهد. در مطالعه حاضر، بازار آمل چون یک جامعه تام در نظر گرفته شده است که در فضای آن مناسبات و روندهای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی شهر از گذشته‌ای دور در جریان بوده و هم اکنون نیز در بخش‌هایی از آن پایدار و قابل مطالعه است. شناسایی این وجه از زندگی بازار شهر آمل چشم‌اندازهای وسیعی برای مطالعه و فهم مناسبات شهر آمل و درک تغییرات و تحولات اجتماعی آن فراهم می‌آورد. از آنجاکه مطالعه پدیده بازار باید از زوایا و چشم‌اندازهای مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی صورت گیرد، مطالعه بین‌رشته‌ای ناگزیر و البته نتایج چنین پژوهشی فهم دقیق‌تری از جامعه شهری آمل به دست می‌دهد. شناسایی و جمع‌آوری اطلاعات میدانی در مورد اماکن و کارکردهای اجزای بازار آمل با روش مکان‌نمایی عناصر اصلی بازار بر نقشه‌ها مطالعه حاضر را دقیق‌تر می‌کند.

پرسش‌های پژوهش

- ۱- الگوی کالبدی بازار آمل بر اساس چه مؤلفه‌های شکل گرفته بود؟
- ۲- کارکردهای اصلی بازار آمل در چه ارتباطی با الگوی کالبدی آن قرار می‌گیرند؟

ساختار کالبدی بازار آمل

بازارهای شهری از نظر نحوه شکل‌گیری به دو گروه اصلی تقسیم می‌شوند: ۱- 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. ۲- 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 شکل پیروی می‌کنند. این بازارها در پنج گروه جای دارند: تک محوری (خطی یا طولی)، بازارهای چند محوری، بازارهای صلیبی (مقاطع)، بازارهای منظومه‌ای، بازارچه (رجبی، ۱۳۸۵: ۱۲۴-۱۱۹).

بازار آمل از نظر نحوه شکل‌گیری جزء بازارهای منظم یا طراحی شده است و از الگوی بازارهای خطی یا طولی و الگوی بازارچه به صورت توأمان پیروی می‌کند. ساختار کالبدی بازار آمل به ویژه در بخش راسته بازار از تقاطع خیابان مهدیه، امام‌رضا و خیابان شهید بهشتی شروع می‌شود و به سمت جنوب‌شرقی- شمال‌غربی و در فضای محلات مختلف ادامه پیدا می‌کند (یدالله پور، ۱۳۸۸: ۴۹). در گذشته کالبد بازار از سمت راسته شرقی پل قدیم هراز خیابان آیت (ژاندارمیری سابق) آغاز و در جهت ذکرشده، ادامه پیدا می‌کرد. تغییرات راه‌های اصلی ورودی به شهر جابه‌جایی فوق را سبب گردیده است.

بازار آمل تحت تأثیر اقلیم مرطوب و پرباران کرانه دریای مازندران از ویژگی‌های سبکی و معماری ویژه‌ای سود می‌برد که علی‌رغم مسقف بودن تحت تأثیر نیازها و محیط و هویت فرهنگی جامعه شهری آمل نیز قرار دارد. با عنوان مثال کاربرد مصالح چوب در احداث بنای بازار به وفور صورت گرفته است و از این رو امکان ساخت بناهای مرتفع در آن وجود ندارد.

عناصر کالبدی گوناگون در بازارهای کهن ایران هویتی مستقل و در عین حال وابسته به یکدیگر دارند. بازار افزون بر آن که مرکز تجارت شهر به شمار می‌رفت، فعالیت‌های اجتماعی، مذهبی، فرهنگی و سیاسی را نیز در خود جای داده بود. بازار در رابطه با عملکردهایش در امتداد راه‌های اصلی شهر قرار داشت و این ویژگی ارتباطی از نظر کالبدی شکل خاصی به بازارهای سنتی بود. عناصر کالبدی بازار به دو دسته قابل تفکیک بودند که خود به اجزای کوچک‌تری تقسیم می‌شدند: اول عناصر سازنده هویت تجاری بازار مانند راسته، چهارسو، تیمچه و غیره و عناصر دوم کامل‌کننده نیازهای بازار مانند مسجد، حمام و غیره (بیگلری، ۱۳۵۵: ۹).

بازار به مانند مرکز شهرهای کهن ایران عملکرد داشته و چون توانمندی اقتصادی آن نیز هم در رابطه با نیازهای جامعه و مردم قرار داشت بیش از هر عنصر دیگری متکی به فعالیت‌های مردم در حوزه اقتصاد بوده است (رجبی، ۱۳۸۶: ۷۰). این مقاله به بررسی عناصر کالبدی بازار آمل و کارکردهای آن در اقتصاد و جامعه شهری می‌پردازد تا از این مسیر چگونگی تداوم فرایندها و کارکردهای دوره سنت در فضای شهری جدید بررسی شود.

کارکرد اقتصادی و تفکیک فضایی بازار آمل

مهم‌ترین کارکرد اقتصادی بازار سنتی ایرانی تجارت و سپس تولید پیشه‌وری است و سایر کارکردهای بازار، ارائه خدمات متفاوت و مکمل برای دو کارکرد نخست است. در بازارهای سنتی ایران نحوه جای‌گزینی مکان‌یابی برای حرفه‌ها و مشاغل به صورت مجزا از یکدیگر است. اعضای یک صنف، راسته بازار مخصوص به خود را دارند، چنان‌که در بازار آمل نیز مانند دیگر بازارهای سنتی، بازاربان دارای راسته‌های مخصوص به خود مانند بازار نمدمالان، کفش‌دوزان، مسگران و سراجان، برنج فروشان بودند. عمده‌ترین مراکز تجاری شهر آمل در قالب راسته اصلی بازار و راسته‌های فرعی آن سامان یافته بود. راسته اصلی قبل از پل دوازده چشمه آغاز و تا مرکز اصلی کاشی محله ادامه می‌یابد. از دیگر عناصر تجاری بازار آمل می‌توان به چهارسو، تیمچه‌ها و کاروانسراها اشاره نمود. تیمچه سعادت تنها تیمچه بازار آمل است و بازار مسجد جامع قسمت دیگری از تیمچه سعادت است که با هم تیمچه بزرگ را تشکیل می‌دهند. تیمچه میوه‌چیان بعدها به آن اضافه شده است.

ساختمان بازار از نظر ابعاد دهنه و فضای درونی مغازه از الگوی مشابهی پیروی می‌کند. فضاهای فعالیت صنف‌های مختلف به فراخور نوع فعالیت آن‌ها دارای ویژگی‌هایی است. به طور کلی به دلیل نوع مصالح و نقشه ساختمانی و شرایط فرهنگی و اجتماعی بیشتر واحدهای بازار به صورت یک طبقه احداث شده است. مغازه‌ها اغلب دارای دو مسیر دسترسی هستند یکی از مسیر راسته اصلی بازار و دیگری از پشت مغازه که به بارانداز و انبارها راه می‌یابند. مغازه‌ها از دو طرف در ارتباط با گذر و از دو طرف دیگر به مغازه‌های همجوار پیوسته هستند (یدالله پور، ۱۳۸۸: ۷۶)

راسته

بازار آمل از راسته‌های عمود بر هم و متقاطع تشکیل شده است و در دو طرف آن دکان‌های بهم پیوسته در یک ردیف قرار گرفته‌اند. با توجه به اینکه بازار آمل از یک راسته اصلی تشکیل شده، راسته‌های فرعی آن به صورت عمود بر هم، حاصل توسعه بازار در معابر فرعی بوده‌اند. هر یک از این راسته‌ها به یکی از اصناف یا پیشه‌وران اختصاص داشت و پیشه‌ها با هم از لحاظ فعالیت سازگاری داشته‌اند مانند نمدمالی و آهنگری. بازار آمل یکی از بازارهای اصیل ایرانی است که در امتداد مهم‌ترین راه و معبر شهری شکل گرفته است به همین سبب راسته اصلی مهم‌ترین بخش و عنصر اصلی بازار است. راسته‌های بازار به دلیل رطوبت و بارندگی زیاد اغلب فاقد طاق هستند و فقط بام شیب‌دار حجره‌ها از دو طرف تا حدودی فضای بالای راسته‌ها را می‌پوشاند و در هنگام بارندگی مانع از ریزش باران می‌شود. یکی از ویژگی‌های برجسته بازار آمل، کارکرد مسکونی آن است که می‌توان نام چندین دکان مسکونی را در نزدیکی راسته اصلی از طریق وقف‌نامه‌های بازار مشاهده نمود.

معماری اجزای اصلی بازار آمل به مانند سایر بازارهای سنتی ایران نیست. از نظر شکل فضاهای موجود، روباز و مغازه‌ها دارای سقف سفالی شیب‌دار با پیش‌آمدگی برای حفظ مراجعه‌کنندگان و کالاهای عرضه شده از ریزش باران بودند، در حال حاضر بسیاری از مغازه‌ها

دارای سقف پیش‌آمده با ورق آهن سفید یا چادر هستند و از فضای باز راسته بازار برای عرضه کالاهای خود استفاده می‌کنند. تحلیل کالبدی بازار شهر آمل نشان می‌دهد اجزای اصلی بازار را راسته‌های اصلی و فرعی تشکیل داده است که در گذشته فضاهایی با کاربری تخصصی بودند. بازار آمل از ده راسته تشکیل شده بود، که عبارت هستند از: ۱- راسته عطاران (کفش‌دوزان) ۲- راسته حبشی ۳- راسته پالان‌دوزان ۴- نوراسته (سراجان) ۵- راسته گروسی (مسگران) ۶- راسته نمدمالان ۷- راسته آفاعباس ۸- راسته هاشمی ۹- راسته پایین بازار ۱۰- راسته نیماکی (برنج‌فروشی). وجود بازار و نوع راسته‌ها بیان‌کننده ثروت شهر و مردم آن است. بازار آمل بخش عظیمی از کالاهای روستاییان عرضه می‌کرد و بیشترین ارتباط تجاری این شهر با تهران بوده است.

چهارسو

چهارسو به صورت میدانچه‌ای است که چهار راسته بازار به نام‌های کفش‌دوزان، نوراسته، نمدمالان و پالان‌دوزان در آنجا با یکدیگر ارتباط می‌یابند، چهارسو از محل برخورد دو راسته نمدمالان و نوراسته پدید آمده است و از نظر ارتباطی و اجتماعی از میادین مهم بازار آمل به شمار می‌آید. این فضا مانند چهارسوی بازار ایرانی دارای ارزش مکانی و برخلاف بازارهای ایران فاقد سقف و طاق است. چهارسو دارای حوضچه‌ای بود، که اکنون خراب شده است. چهارسو به دلیل وجود تکیه مشایی در محل به مشایی تکیه معروف است (حبیبی، خراز). چهارسو یا میدانچه مشایی مرکز فروش محصولات کشاورزی توسط دست‌فروشان بود، بقالی، کله‌پزی، خراطی، لحاف‌دوزی، یخ‌فروشی و میوه‌فروشی، نانواپی نیز در آن دایر بوده است (مرتضوی مقدم، بزاز).

دست‌فروشان امروزه نیز مانند سابق در این میدانچه برای فروش محصولات خود گرد هم می‌آیند. مشاغلی که در گذشته در آن دایر بود جای خود را به مشاغلی چون مانتو‌فروشی، گل‌فروشی و غیره داده و به دلیل از بین رفتن کفش‌دوزان و تغییر کاربری میدان مشایی، راسته کفش‌دوزان به بازار چهارسو معروف شده است.

تیمچه سعادت

تیمچه در بازار آمل به فضای سرپوشیده با حجره‌های یک و دو طبقه گفته می‌شود. جایگاه تجار طراز اول و بنکدارهای بزرگی بوده است که به مانند تیمچه‌های ایرانی به تجارت یک نوع کالا می‌پرداختند. تیمچه‌های بازار آمل فاقد معماری خاص تیمچه‌های ایرانی است. با توجه به اینکه تیمچه متأثر از معماری دوران بعد از صفویه است، هم در دسته معمول‌ترین شکل آن قرار

می‌گیرد، یعنی دارای دو طبقه مسقف مستطیل شکل است مانند تیمچه سیدحسین عطار، هم در دسته‌ای که دارای یک طبقه مسقف هستند مانند تیمچه میوه‌چیان. بازار آمل در واقع دارای یک تیمچه بود. اغلب پیشه‌وران به خرده‌فروشی اشتغال داشته‌اند. اندازه، وسعت و حجم مبادلات بالای بازرگانی بازار آمل در داشتن تیمچه تأثیرگذار بوده است.

تیمچه سید حسین عطار یا سعادت از جمله تیمچه‌های بازار آمل است که از یک طرف با راسته اصلی بازار و از سمت دیگر با سرا ارتباط داشت بدین‌گونه که به منظور تسهیل در امر تجارت کالا و ایجاد امکان دید بیشتر برای بالا بردن میزان فروش، انبار کالا در محل فروش وجود داشت تا تصمیم‌گیری برای خریدار آسان شود.

تیمچه‌های بازار آمل امروزه تغییرات فراوانی کرده‌اند، مشاغل موجود در بازار با توجه به تغییر و تحولات عصر جدید و عدم نیاز و ضرورت دیگر کاربری ندارند و یا با حفظ ماهیت تغییر شکل دادند مانند نمدمالی، پالان‌دوزی، کفش‌دوزی، دباغی و مسگری و غیره. بازار آمل نیز در ارتباط با تغییر نوع فعالیت اقتصادی و به تبع آن تغییر مشاغل از حالت تخصصی درآمده است (مانند تیمچه سعادت که به صورت بازار زرگرها درآمده و بازار نمدمالان که امروزه همه نوع مشاغل را در خود جای داده است).

بازارچه

بازارچه در شهر آمل به بازارهای کوچکی می‌گویند که برای تأمین نیازهای روزانه و هفتگی ساکنان هر محله تشکیل می‌شود (سلطان‌زاده، ۱۳۸۰: ۵۶). بازارچه به صورت فشرده همه واحدهای خدمات عمومی را در سطح فضایی مناسبی گرد هم آورده و به صورت گسترده سبب استقرار واحدهای مختلف گشته است و با وجود داشتن مقیاس کالبدی کمتری از بازار اصلی، در بازارچه ویژگی‌های کلی خدماتی و تولیدی واحدهای بازار دیده می‌شود. بنابراین بازارچه به نوعی راسته بازار یا گذر اصلی محله تلقی می‌شود که به عنوان واحدهای خدماتی عمومی ضمن پاسخ‌گویی به نیازهای محلی ساکنان به کارآیی بهتر بازار مادر کمک کرده و در توزیع متناسب و کم شدن تردها به سمت مرکز شهر نقش بسزایی داشته است (رجبی، ۱۳۸۵: ۱۸۷-۱۸۶).

فضای بازارچه در بازار آمل به دو صورت بود: ۱- میدانچه‌ای که در فضای باز در میدان‌های تجاری درون شهری از جنبه و اهمیت کارکردی کمابیش همانند فضاهای بسته برخوردار بوده است مانند بازارچه مشایی، آقا عباس و کاشی محله ۲- به صورت گذر در بخشی از معبر اصلی محله قرار داشت و در مواردی عرض آن بخش از معبر که بازارچه در آن جای داشت پهن‌تر از سایر قسمت‌های معبر بود تا توقف و معامله خریداران و مردم محله، برای عابران ایجاد زحمت نکند مانند بازارچه شاهاندشت و نیایکی محله. از ویژگی دیگر بیشتر بازارچه‌های بازار آمل، داشتن

ترکیب مسکونی- تجاری است به گونه‌ای که تلفیق دو مرکز محله به نام‌های مشایی محله و شاهاندشت محله سبب شده است تا قسمت بزرگی از بافت مسکونی تحت نفوذ مستقیم بازارچه قرار بگیرد.

مسقف نبودن بازارچه‌های مناطق شمال از ویژگی‌های دیگر بازار آمل است. در خور یادآوری است وسعت بازارچه‌های محله بازار و محدوده آن به وسعت محله و جمعیت آن بستگی داشت. بنابراین بازارچه‌های بازار آمل و محدوده آن عبارت بودند از: ۱- بازارچه مشایی ۲- بازارچه شاهاندشت ۳- بازارچه آقا عباس ۴- بازارچه کاشی محله ۵- نیاکی محله. روبه‌روی شهرداری از جاهای دیگری بود که بازار برپا می‌شد. در رابطه با نقش بازارچه در زندگی و حافله ساکنان، یکی از معتمدان بازار آمل می‌گوید:

”صد تا دویست الاغ دماوند به این منطقه می‌آمد و با خود کشمش، انجیر و قیصی می‌آورد، عوضش برنج می‌برد. برنج باری دو تومن بود تا ظهر برنج هجده‌زار رو می‌گرداندند کسی نمی‌دانست چی هست بعد می‌گفتن منم خسته، مالم خسته، منم گرسنه، مالم گرسنه بعد می‌گفتند هجده زار حساب کنید مقداری پول می‌گرفتن، مقداری جنس می‌دادن. این گونه معامله می‌کردند. در آن زمان برکت الاهی بود با پنج زار (پنج قرون) می‌تونستند یک کیسه گردو بخرند“ (حبیبی، صاحب خرازی).

از بازارچه‌های اطراف بازار آمل می‌توان به بازار کوچکی که در کنار امامزاده یوسف‌رضا در قرق (انتهای چاکسر) اشاره نمود. جمعه بازار در کنار امامزاده ابراهیم نیز از جمله بازارهای هفتگی است که در آملی راسته برگزار می‌شده است. اینک به معرفی مهم‌ترین بازارچه‌های بازار و محدوده آن می‌پردازیم سپس نقش آن‌ها را با بازار آمل بیان می‌کنیم:

۱- بازارچه مشایی: این بازارچه با توجه به نام محل قرارگیری آن (مشایی محله) نام‌گذاری شده است. خراطی، کله‌پزی، نانوايي، بقالی، میوه‌فروشی، لحاف‌دوزی از جمله مشاغل بودند که در این بازارچه یا میدانچه وجود داشت. دست‌فروش‌ها همه نوع محصول را در بازارچه مشایی می‌فروختند (قلی‌پور، کیف‌فروش).

۲- بازارچه شاهاندشت: این بازارچه با توجه به نام محل قرارگیری آن (شاهاندشت محله) نام‌گذاری شده است. مکانی بود که روستاییان هندوانه، مرغ، کدو، سبزی خوردن و سایر محصولات خود را برای فروش به آنجا می‌بردند. علاوه بر آن چند خرده‌فروشی نیز در آن دایر بوده است (مرتضوی مقدم، بزاز).

بازارچهٔ آقاعباس، کاشی محله و نیاکی از دیگر بازارچه‌هایی بودند که، علاوه بر چند خرده‌فروشی، محل فروش محصولات روستایی چون ماست، تخم‌مرغ، کدو، خیار، خربزه و هندوانه و غیره بود. در حال حاضر این بازارچه‌ها به دلیل ضعف عملکرد، فرسودگی کالبدی، تغییر نیازهای مردم و غیره تعطیل شده‌اند. بنابراین بازار آمل که در گذشته از کارکردهای توأمان دو الگوی بازارچهٔ محله‌ای و بازار شهری و منطقه‌ای بهره می‌برد، امروزه به بازار شهری محدود شده است.

سهم بازار در تجارت منطقه‌ای و بین‌المللی جنبهٔ دیگری از نقش اقتصادی آن بود. هر شهر و نواحی تابع آن محصولاتی داشت که علاوه بر رفع نیازهای داخلی به دیگر نواحی یا دنیا صادر می‌شد. چنانچه در منابع تاریخی و جغرافیایی از شهر آمل به عنوان یک شهر بازرگانی یاد شده است، که صادرات آن به خارج تا دوردست‌ها صورت می‌گرفت. مهم‌ترین کالای شهر مزبور از دیر زمان ابریشم بود (ابن‌اسفندیار، ۱۳۶۶: ۸۱-۸۰؛ اصطخری، ۱۳۴۷: ۷۲).

کارکرد ارتباطی بازار آمل

بازار مهم‌ترین محور ارتباطی در فضای شهری ایران در گذشته به شمار می‌آمد، زیرا بازارهای اصلی و دائمی در هر شهر در امتداد مهم‌ترین راه و محور شهری شکل می‌گرفت و به تدریج و متناسب با نیازهای بازرگانی و تولیدی گسترش می‌یافت. بنابراین توسعهٔ بازار به طور کامل با نحوهٔ توسعهٔ شهر مرتبط بود (سلطان‌زاده، ۱۳۸۰: ۶۰). بازار به عنوان حلقهٔ مهم ارتباطی شهرها، نبض اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه را در دست داشته و با واقع شدن در کنار یکی از دروازه‌های اصلی شهر یا اماکن متبرکه همواره از ویژگی گذر بودن خود سود جسته است (رجبی، ۱۳۷۶: ۷۱).

گذر، میدان و دروازه از عناصر ارتباطی بازارهای ایرانی بودند. عامل ارتباطی، مواصلاتی و سوق‌الجیشی شهر آمل سبب شد تا همواره در طی تاریخ پرفراز و نشیب خود علی‌رغم حوادث بی‌شمار طبیعی و مصنوعی ماندگار شود. قرارگیری شهر آمل بر سر راه مازندران به شهرهای مرکزی فلات ایران و شهرهای جنوبی سلسله جبال البرز و واقع شدن در مرکز مازندران از زمان‌های دور تا کنون سبب رونق کسب و تجارت در این شهر بوده است. احداث راه‌های متعدد در زمان شاه عباس (جادهٔ کرانه ساحلی دریای مازندران و جادهٔ ری به فرح آباد) باعث رونق اقتصادی، اجتماعی و کالبدی شهر گردید، به نحوی که در این زمان بسیاری از بناهای شهر که بر اثر عوامل طبیعی یا غیرطبیعی از بین رفته بودند مورد مرمت و نوسازی قرار گرفتند. همین قابلیت دسترسی مناسب به دیگر مناطق تجاری مجاور، سبب استقرار مرکز حکام محلی طبرستان در این شهر بود. استقرار آمل بر سر راه تجاری و کاروان‌رو سبب گردید تا روستاییان

با برخورداری از این امتیاز، روزهای معینی از هفته یا ماه در مراکز معینی از شهر جهت مبادلات کالاهای خود تجمع و فعالیت نمایند (یدالله‌پور، ۱۳۸۸: ۱۱۵).

گذر

شبکه ارتباطی شهر آمل از نظر کاربری به دو دسته تقسیم می‌شود: نخست، راههایی که از میان محله و برخی از فضاها و بناهای معماری و شهری می‌گذرند و ضمن دارا بودن کارکرد حرکتی و عبوری، دسترسی به واحدهای مسکونی و سایر بناها را نیز میسر می‌سازند که به آن‌ها کوچه، کوی، راسته و گذر اطلاق می‌شود (همان، ۱۱۵). دوم، راههایی هستند که ضمن دارا بودن کارکرد عبوری و حرکتی از لحاظ اقتصادی و اجتماعی در کنار فضاهایی با این کاربری ساخته شده‌اند. در بافت قدیم آمل بر اساس ویژگی‌های معابر می‌توان آن‌ها را به اصلی، فرعی، بن‌بست و کوچه باغ‌ها دسته‌بندی کرد. معابر اصلی در رونق اقتصادی بازارهای سنتی تأثیرگذار بوده‌اند. از گذرهای اصلی محله‌های بازار می‌توان به میدانچه مشایی، بازارچه شاهاندشت و بازارچه کاشی محله اشاره نمود و دیگر مراکز اصلی که با فاصله از راسته بازار و تقریباً در مرکز ثقل هندسی محلات قرار دارند (همان، ۱۱۶).

میدان

میدان فضای بازی در داخل و گاهی در کنار برخی از بازارها است که در آن بازار روز یا ادواری برپا می‌شود. این میدان‌ها جزء جدانشدنی بازار به معنای متداول آن بجز در چند مورد نیستند. میدان‌ها از لحاظ اقتصادی محل مناسبی برای دست‌فروشی به شمار می‌آیند و در کنار بازار گاه کاربرد مذهبی، سیاسی و نمایشی نیز داشته‌اند (پروشانی، ۱۳۷۵: ۳۳۴-۳۳۳). در بازار آمل به میدان مشایی، میدونی نیز می‌گفتند و مراسم سینه‌زنی و محرم در آنجا بر پا بود (مسائلی، زرگر). جایی بود که در آنجا کشتی نیز می‌گرفتند (مرتضوی مقدم، بزاز). از میادین دیگر بازار آمل می‌توان سبزه میدان، میدان آقا عباس (میدونی یا میدانگاهی) و میدانچه امام‌حسن‌عسگری (ع) را نام برد. سبزه میدان آمل از جمله میادینی است که با قرار گرفتن در نزدیکی دروازه شرقی آمل بین بازار و دیگر نقاط شهر ارتباط برقرار می‌کرده است.

دروازه و پل

دروازه‌ها یکی دیگر از عناصر ارتباطی شهرهای ایران در گذشته تاریخی به شمار می‌آیند که بیشتر جنبه حفاظتی و امنیتی داشته‌اند. با توجه به اینکه شهر آمل دروازه طبرستان به شمار

می‌رفت، خود دارای چهار دروازه بوده است که ابن اسفندیار از آن‌ها در تاریخ خود بدین‌گونه نام می‌برد: ”باب جرجان، باب گیلان، باب البحر، باب الجبل“ (ابن اسفندیار، ۱۳۶۶: ۷۱). پل‌ها نیز در گذشته در مسیر راه‌های کاروان‌رو بر روی رودخانه و مسیل‌ها ساخته می‌شدند، که عملکرد آن‌ها فقط از جهت ارتباطی نبود. برخی از این پل‌ها دروازه شهر بودند. در داخل شهر پل‌ها نه تنها محل اجتماع بلکه برای فضایی تفریح و خرید و فروش بودند (قبادیان، ۱۳۷۳: ۳۶۰-۳۵۹). مانند پل دوازده چشمه در آمل که یکی از دروازه‌های اصلی شهر به شمار می‌آید.

بر اساس مطالعه‌ای که بر روی عکس هوایی سال ۱۳۳۵ در شهر آمل صورت گرفته است راسته اصلی بازار آمل در امتداد جنوب شرقی-شمال غربی و بین دو دروازه شرقی و شمالی قرار داشت. با توجه به اینکه شهر آمل در گذشته علاوه بر راه تجاری، دارای راه‌های منطقه‌ای و بین‌شهری با دیگر نقاط بوده است، دو دروازه دیگر عمده‌ترین راه‌هایی بوده‌اند که در تجارت منطقه‌ای نقش مهمی داشته‌اند. بنابراین می‌توان گفت که یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های شهر، قدرت ارتباطی آن بود و بازار به عنوان اهرم اقتصادی نقش مهمی در فرایندهای اجتماعی داشته و دارد (شفقی، ۱۳۸۱: ۴۶).

کارکرد مذهبی عناصر کالبدی بازار آمل

عقاید مذهبی در ایران بر کلیه جنبه‌های زندگی و شکل شهرها تأثیرگذار بوده‌اند. بعد از ورود عرب‌ها به ایران، مساجد به صورت مراکز عمده مذهبی شهرهای ایران درآمدند و در مرکز شهر یا طول بازار اصلی یا بسیار نزدیک به آن احداث می‌شدند و مانند دیگر عناصر مذهبی چون حسینیه، امام‌زاده برآورنده نیازهای بازار نیز بوده‌اند.

مساجد

مسجد در شهر اسلامی یک فضای بسیار حائز اهمیت با کاربری‌های متعدد بوده است. بازار با مسجد جامع شهر ارتباط اجتماعی و کالبدی نزدیکی داشته است. نزدیکی موقعیت مکانی مسجد به بازار، سبب سهولت استفاده بازاریان از مسجد در انجام فرایض دینی می‌شده است و آن‌ها برای مشورت در امور مذهبی به روحانیون این مساجد مراجعه می‌کردند. مبادله اطلاعات مذهبی، اخبار سیاسی و تجاری در میان افراد و گروه‌های اجتماعی در فضای مسجد کارکرد ارتباطی مسجدهای درون بازار آن بود. مردم وابسته به تجارت و حرفه‌های خاص اغلب برای خود مسجدی جداگانه می‌ساختند، همچنین افرادی که در یک محل زندگی می‌کردند در مرکز هر محله‌ای از مناطق مسکونی مساجدی می‌ساختند. کارکرد آموزشی از دیگر کارکردهای مساجد

بود، جلسات تدریس مذهبی در مساجد بزرگ‌تر و عمومی‌تر برگزار می‌شد (خیرآبادی، ۱۳۷۶: ۹۱-۸۹). علاوه بر آن، نقش مسجد در تاریخ اجتماعی - سیاسی ایران نیز بسیار برجسته است. فضاهای ورودی هر کدام از مساجد با خصوصیات کارکردی آن متناسب است. مسجدها از لحاظ کارکردی به انواع زیر طبقه‌بندی می‌شوند: مسجد جامع، مسجد و مدرسه، مسجد محله‌ای، مسجد ناحیه‌ای، مصلا، مسجد مقبره، مسجد گورستان، مسجد نمازخانه‌ای (سلطان‌زاده، ۱۳۷۲: ۳۴). مسجد جمعه، مسجد ارگ، مسجد منتسب به رجال سیاسی، مسجد دربار، مسجد روستایی، مسجد به نام شهرهای بزرگ، مسجد به نام فرقه خاص اسلامی، مسجد به نام تیره‌های نژادی و محلی، مسجد زیارتی، مسجد رباطی و بیابانی (سعیدی رضوانی، ۱۳۶۸: ۵۰-۴۸).

علاوه بر تقسیم بندی کارکردی، مساجد کل کشور بر اساس سند به دست آمده سه نوع است: یک نوع آن مساجدی است که دارای موقوفات هستند. نوع دوم مساجدی است که جنبه تاریخی دارند نوع سوم مساجدی است که موقوفاتی ندارند (سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران، سند شماره: ۱۳۰۰۰۰۲۵۰). وجود مسجد در بازار، گویای نزدیکی روحانیون به تجار و پیوندهای مذهبی و اقتصادی میان این دو گروه بوده است. بنابراین با توجه به تقسیم‌بندی کارکردی مساجد کشور، مساجدی که در بازار آمل وجود داشته و دارد به شرح زیر طبقه‌بندی می‌شود: مسجد جامع، مسجد-مدرسه، مسجد محله‌ای، مسجد ناحیه‌ای و مصلا.

۱- مسجد جامع: نقش مسجد جامع به عنوان مهم‌ترین مرکز دینی و اجتماعی در حیات شهری موجب شد تا در بیشتر شهرهای بزرگ مانند مسجد جامع آملدر کنار مهم‌ترین راه درون شهری بنا شود که اغلب به یک یا دو دروازه مهم شهر متصل بود و بازار نیز در داخل آن شکل می‌گرفت، (سلطان‌زاده، ۱۳۷۴: ۱۸). مسجد جامع آمل در کانون و مرکز بافت کهن شهر آمل قرار گرفته است و هم به صورت مسجد-مدرسه و هم برای برپایی نماز جماعت کاربری داشته است. استقرار مسجد جامع در بازار آمل سبب شده است تا اجزای مهم تجاری بازار چون تیمچه و چهارسو در مجاورت آن قرار گیرند و مسجد، فضایی برای تجمع بازاریان در برطرف کردن مشکلات یکدیگر و شرکت در مراسم‌های متعدد باشد.

۲- مسجد-مدرسه: مسجد جامع، مسجد آقاعباس، مسجد هاشمی از جمله مسجد-مدرسه‌های بازار آمل هستند که در آنجا علوم دینی تدریس می‌شود.

۳- مسجد محله‌ای: این نوع مساجد مانند مسجد آقاعباس، مسجد هاشمی، مسجد حاج علی کوچک (سابق) و مسجد امام حسن عسگری علاوه بر کارکرد دینی، محل تجمع مردم محله در هنگام برگزاری بسیاری از مراسم اجتماعی، فعالیت‌های آموزشی و غیره بوده است (سلطان‌زاده، ۱۳۷۴: ۱۶).

۴- مسجد ناحیه‌ای: مسجد جامع و مسجد سبزه میدان را می‌توان با توجه به نقش فرامحله‌ای آن‌ها از زمره این‌گونه مسجد دانست.
 ۵- مصلا: این مسجد در جوار بقعه میربزرگ قرار دارد که در سال ۱۳۶۲ شمسی ساخته شده و در سبزه میدان آمل قرار گرفته است.

مساجد بازار آمل با توجه به دسته‌بندی مساجد کل کشور، هم در زمره مساجد اوقافی قرار دارند هم در زمره مساجد تاریخی. این مساجد عبارتند از: الف. مساجد اوقافی: گاه همه یا بخشی از بازارها وقف بودند یا بسیاری از مدارس و جوامع در بازارها اوقاف خاصی داشتند، مانند مسجد جامع آمل و مساجدی چون مسجد آقا عباس، مسجد هاشمی، مسجد حاج علی کوچک (سابق)، مسجد امام حسن عسگری، مسجد نیاکی و مسجد سبزه میدان. ب: مساجد تاریخی: مسجد جامع، مسجد آقا عباس، مسجد امام حسن عسگری، مسجد حاج علی کوچک (سابق)، مسجد نیاکی و مسجد هاشمی را می‌توان از جمله این‌گونه مساجد دانست. بنابراین نقش‌های اصلی مسجد بیشتر در کیفیت عملکرد و نوع استفاده‌ای که از آن به عمل می‌آید، نهفته است (سعیدی رضوانی، ۱۳۶۸: ۳۸).

تکیه و حسینیه

حسینیه به محل‌هایی اطلاق می‌شد که برای روضه‌خوانی و سینه‌زنی مورد استفاده قرار می‌گرفت و بیشتر به صورت منازل مسکونی بود. این مراکز در زمان صفویه به دلیل انجام مراسم عزاداری به حسینیه معروف شده بودند. در دوره قاجار به تدریج تعزیه و نمایش مذهبی پدید می‌آید. فضایی را که برای تعزیه می‌ساختند تکیه نامیدند. البته در حسینیه‌ها نیز تعزیه‌خوانی به نمایش گذاشته می‌شد بی‌آنکه تغییر نام دهد (سلطان‌زاده، ۱۳۷۴: ۱۸۳). در برخی از شهرها نیز فضاهای ساخته شده مزارها را تکیه می‌نامند (همان، ۱۷). درحقیقت حسینیه‌های مهم در طول بازارهای اصلی در هسته مرکزی شهر واقع و حسینیه‌های کوچک‌تر در محلات مختلف پراکنده شده‌اند. ساختن حسینیه مانند مساجد نشانگر ایمان مذهبی، شخصیت اجتماعی و اتحاد صنفی است که این موضوع به ویژه در میان صنف‌های موجود در مجموعه بازار صدق می‌کند. حسینیه مانند مساجد در سراسر شهر پراکنده هستند به گونه‌ای که هر محله مسکونی حسینیه مخصوص به خود را دارد (خیرآبادی، ۱۳۷۶: ۹۹-۱۰۰). اکثر تکایای ایران به صورت مرکز محله بودند و همواره در طول سال مورد استفاده واقع می‌شوند. تکایای معدودی نیز به ویژه در شهرستان‌های کوچک و برخی از روستاها در طی فصول تقریباً عملکردی نداشتند و تنها در هنگام عزاداری و دیگر مراسم جمعی استفاده می‌شدند (سلطان‌زاده، ۱۳۶۲: ۱۸۳).

شکل فضایی تکایا یا حسینیه‌ها اغلب به صورت مربع، مستطیل یا هشت ضلعی است (رجبی، ۱۳۸۶: ۱۰۲)، به گونه‌ای که تکیه‌ها در برخی از شهرها به صورت فضاهای واقع در مرکز محله، بسیار ساده و تنها شامل یک اتاق مستطیل شکل است، مانند تکیه‌های شهر بابل در مرکز محله‌های قدیمی اما در همین شهر تعدادی حسینیه در کنار راسته‌های اصلی قرار گرفته‌اند و طرح آن‌ها شبیه به طرح خانه‌های بزرگ و وسیع است (سلطان‌زاده، ۱۳۷۴: ۱۷). این فضاهای مذهبی بیشتر در روزهای عزاداری مخصوصاً محرم، صفر و رمضان به ویژه روزهای عاشورا و تاسوعا و یا هنگام فوت افرادی از بازاریان استفاده می‌شود (شفقی، ۱۳۸۱: ۵۱). حسینیه‌ها و تکایا در مناطق مرطوب به طور معمول سرباز، در مناطق کوهستانی سرد و در مناطق گرم و خشک سرپوشیده و مسقف هستند. حسینیه‌های سرپوشیده مهم‌ترین فضای سرپوشیده بازار تلقی می‌شوند. معمولاً در تکایای داخل بازار موقعیت مسجد بسیار مهم است بدین معنا که یا در درون تکایا مسجد ساخته شده است یا در بیرون ولی همجوار با آن (رجبی، ۱۳۸۶: ۱۰۳). حضور یک بنای مذهبی در مفصل‌های شهری (میدان و میدانچه) موجب می‌شود که از لحاظ بصری همواره در نقاط مهم ارتباطی شهر حضور این فضاها احساس شود. اهمیت حضور این بناهای مذهبی چنان بود که در بسیاری از شهرها مرکز محله را حسینیه یا تکیه می‌نامیدند (سلطان‌زاده، ۱۳۷۴: ۲۲).

شهر آمل از طایفه‌های متعددی تشکیل شده و هر طایفه تکیه یا حسینیه مخصوص به خود را داشته است، این تکایا یا حسینیه به نام همان طایفه شناخته می‌شود. با اینکه به کار بردن دو اصطلاح تکیه یا حسینیه در مناطق مختلف ایران یکسان نیست ولی در حالی که هر دو اصطلاح رایج است بیشتر از واژه تکیه استفاده می‌کنند. از کارکردهای مهم تکیه‌های آمل، عزاداری امام حسین (ع) در ماه محرم و سوگواری است. بسیاری از تکیه‌ها وقف این امر هستند در تکایای داخل بازار موقعیت مسجد بسیار مهم است بدین معنا که حداقل یک مسجد در داخل یا در کنار همه تکایا وجود دارد (همان، ۱۰۳). چنان‌که در تکایای بازار آمل یکی از مهم‌ترین تکایا در مجاورت مسجد جامع و دیگر مساجد بازار واقع شده است. این تکیه که مشایی نام دارد در یکی از مفصل‌های مهم شهری (میدانچه مشایی یا میدونی یا مشایی تکیه) واقع شده است و مختص به طایفه مشایی است و دارای موقوفات بیشتری است که از جانب این طایفه برای انجام مراسم عزاداری امام حسین (ع) وقف شده است. از تکیه‌های دیگر بازار آمل می‌توان تکیه آملی‌ها را نام برد که در مجاورت راسته اصلی بازار قرار گرفته است.

امامزاده

امامزاده به کسی می‌گویند که نسبتش به یکی از ۱۲ امام شیعیان برسد و به مقبره آنان نیز امامزاده گفته می‌شود. این‌گونه بناها در شهرها یک ناحیه هسته‌ای مهمی را به وجود می‌آورند که اهمیت مذهبی‌شان فراتر از مسجد جامع می‌شود و اغلب به مکان‌های اصلی برای دیدار و تجمع شهروندان و نیز زیارت تبدیل می‌شوند (خیرآبادی، ۱۳۷۶: ۹۴-۹۳). امامزاده یکی از فضاهای مهم تشیع در شهرهای ایران است که با توجه به مرکزیتشان در شهر و انتصابشان به خاندان امامان دوازده‌گانه شیعه اهمیت می‌یابند. همه زیارتگاه‌ها امامزاده نیستند برخی از آنها مقابر مدرسان مذهبی هستند (همان، ۱۹۹). بنابراین مزار عده‌ای از بزرگان مذهبی نیز نقش مؤثری در بسیاری از بافت‌های شهری داشته است زیرا برخی از این مزارها به تدریج به یک مجموعه شهری تبدیل می‌شوند که برای تأمین نیازهای زائران، فضاهای عمومی، خدماتی و تجاری در پیرامون آن‌ها ساخته می‌شود (سلطان‌زاده، ۱۳۷۴: ۱۷).

امامزاده‌های بازار آمل و محدوده آن‌ها کانونی برای اجتماع مردم از مناطق مختلف هستند که با واقع شدن در مجاورت راسته اصلی بازار، در نزدیکی محله یا محلات بازار هم در جهت دادن به راسته بازار آمل و در خودکفایی آن منطقه نقش مهمی داشته‌اند مانند امامزاده معصوم و امامزاده قاسم. بسیاری از امامزاده‌های آمل در مجاورت گورستان شهر واقع شده و به صورت مرکب در جوار یک تکیه یا متصل به آن قرار گرفته‌اند، این‌گونه امامزاده‌ها از لحاظ موقعیت استقراری و کارکردی در مجاورت شهر یا حومه آن قرار دارند. بسیاری از امامزاده‌های شهر آمل در بافت کهن شهری واقع شده‌اند و از عناصر شاخص محله خود هستند، برخی از این نوع امامزاده‌ها در مجاورت دروازه غربی این شهر قرار دارند و از موقعیت ارتباطی خود بهره می‌برند مانند امامزاده ابراهیم، این فضای مذهبی شهری به دلیل موقعیت ارتباطی خود یک فضای تفرج‌گاهی و اقتصادی در جوار خیابان طالب آملی به وجود آورده است. بدین ترتیب می‌توان گفت امامزاده‌ها یا زیارت‌گاه‌ها به فراخور شمار پیروان و مشتاقان خود و نیروی جاذبه توریست‌زیارتنی بر بخشی یا تمامی بافت و طرح شهر تأثیر می‌گذارند و کانونی برای اجتماع گروه‌های گوناگون مردم، آداب و رسوم و تیره‌های قومی و نژادی مختلف به شمار می‌آیند (همان، ۹۷).

علاوه بر کارکرد مذهبی این عناصر جنبه اجتماعی آن‌ها نیز قابل بررسی است. جامعه بازاریان علاوه بر نماز جماعت روزانه در جلسات هفتگی هیئت مذهبی نیز شرکت می‌کردند و در محرم هر سال مراسم ویژه‌ای (سینه‌زنی و تعزیه) بر پا می‌داشتند. هر یک از طایفه‌های آمل برای خود دسته‌های جداگانه‌ای داشتند. جلسات هفتگی آنان فرصت مناسبی برای ملاقات، بحث و گفت‌وگو درباره مسایل اقتصادی، سیاسی، ازدواج و اخبار و اطلاعات بازار بوده است.

کارکرد اجتماعی و سیاسی بازار آمل

تقویت همبستگی اجتماعی یکی از مهم‌ترین ویژگی بازارهای سنتی ایران بود زیرا که بازار مهم‌ترین مکان حل و فصل اختلافات، اجرای احکام و تصمیمات بوده است. اجرای احکام دولتی و ابلاغ این احکام به مردم به طور معمول در فضای بازار یا فضاهای مشرف به آن انجام می‌پذیرفت (رجبی، ۱۳۸۶: ۶۳). در واقع از دید اجتماعی به دلیل بسیاری آمد و شد افراد جامعه از طبقات گوناگون در بازار، این نهاد عملکردی مانند یک مرکز بزرگ اطلاع‌رسانی امروزی داشته است (فروتن، ۱۳۷۵: ۳۶۰). بازار در مقام مهم‌ترین شاه‌راه حیاتی شهر یک محور سه‌گانه اجتماعی، مذهبی و سیاسی را در کنار محور اقتصادی تشکیل می‌دهد. به طور مثال در هنگام بحران‌های اجتماعی و سیاسی به ویژه در مقابله با عوامل خارجی یا دستگاه حکومتی به مثابه سنگر اجتماعی مردم نقش فعالی به عهده داشته و از حجره‌ها و فضاهای عمومی واقع در آن برای تجمع استفاده می‌شده است (رجبی، ۱۳۸۶: ۶۴). کارکرد اجتماعی سبب تردد همراه با ازدحام در بازار است که خود بیانگر جذابیت‌های گوناگون اجتماعی بازار برای افراد مختلف است. بدین ترتیب می‌توان گفت بازار، محل برخورد، تعارضات سیاسی و اجتماعی، مجازات محکومین و مجرمین، مکان عرضه منزلت اجتماعی، نبض شهر و در واقع مکان تبلور اندیشه‌ها بوده است (همان، ۶۶-۶۵). کارکرد دیگر بازار که نمود فراوانی در جامعه شهری داشته، کارکرد سیاسی آن است. بازارها در بسیاری از جنبش‌های سیاسی و اجتماعی ایران ایفای نقش نموده‌اند (الشیخلی، ۱۳۶۲: ۱۲۶). از آنجایی که بازار به معنای بازنمود انباشت ثروت یکی از بنیان‌های اصلی شکل‌گیری شهر محسوب می‌شود همواره در ساختار و فرایندهای سیاسی تأثیرگذار بوده است و حکومت‌ها نیز در پی آن بودند که بازار را هرچه بیشتر تحت سیطره خود درآورند و اغلب این کار را از طریق وضع قوانین و مقرراتی انجام می‌دادند که گاه با عرف و منافع بازار در تضاد قرار می‌گرفت (جباری، ۱۳۷۹: ۹۸).

ویژگی کارکردی بازار که سبب شکل‌گیری انواع فعالیت‌های اجتماعی در فضای بازار می‌شد و مسجد جامع نقشی کانونی در پیوند ساختارهای گوناگون جامعه داشت. بازار و محله‌های اطراف آن یکی از عوامل مهم دگرگونی‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در شهرهای اسلامی بوده‌اند، کارکرد اجتماعی بازار و مسجد جامع در شهر آمل از همین منظر قابل بررسی است.

چراغانی کردن بازار به مناسبت تولد رضاشاه (سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران، سند شماره: ۲۹۰۰۰۰۰۸۶)، مراسم دعا و نیایش به درگاه ایزد متعال با حضور گروه‌های مختلف به ویژه طبقات مختلف اصناف به منظور رفع خطر از شاهنشاه در مسجد جامع (مرکز اسناد انقلاب

اسلامی، سند شماره: ۰۰۵۶۹۰۱۴)، تحصن تاجران و کسبه‌ها برای نداشتن وجه راه‌سازی به دلیل عدم کسب و ضرر به تجارت و غیره (سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران، سند شماره: ۲۹۰۰۰۳۱۶۸) را می‌توان نمونه‌هایی از کارکرد اجتماعی بازار آمل دانست.

بایستی توجه داشت اصناف و پیشه‌وران، مهم‌ترین تشکل اجتماعی، صنفی و سیاسی در گذشته بودند و در برخی از دوره‌ها در هنگام بروز بحران‌های سیاسی و اجتماعی به صورت متشکل اقدام می‌کردند. یکی از روش‌های اعلام مخالفت بازاریان با اقدامات حکومت، تعطیل کردن بازار بود. در دو قرن اخیر در بسیاری از بحران‌های اجتماعی، بازاریان شهرهای ایران با بستن دکان‌های خود در بازار، مخالفت خود را با برخی از فعالیت‌ها و تصمیم‌گیری‌های حکومت‌ها اعلام می‌کردند از جمله در جنبش تنباکو (۱۳۰۷ق)، انقلاب مشروطیت، نهضت ملی شدن صنعت نفت (۱۳۲۹) و انقلاب اسلامی (۱۳۵۷) بارها بازاریان با تعطیل کردن بازار، مخالفت خود را با حکومت و عوامل استعمار اعلام کردند (سلطان‌زاده، ۱۳۸۰: ۳۱). بنابراین یکی از نقش‌هایی که می‌توان همزمان با کارکرد اجتماعی بازار مورد بررسی قرار داد نقش سیاسی بازار و بازاریان است. تشکیل جمعیت طبرستان (۱۳۲۴) یکی از بازنمودهای کارکرد اجتماعی بازار آمل است که توسط مالکان و بازرگانان این شهر تشکیل شد به دنبال آن اتحادیه‌ای به نام اتحادیه شورای عالی جبهه آزادی آمل توسط تجار و بازرگانان این شهر به منظور به دست آوردن آزادی کامل و عدالت واقعی تشکیل شد (سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران، سند شماره: ۲۹۳۰۰۲۲۰۸).

آمل و سایر شهرهای مازندران در نهضت امام خمینی اهمیت داشتند. در جریان لایحه انجمن‌های ایالتی و ولایتی (۱۳۴۱) در بابل مانند سایر شهرهای کشور، علما و بازاریان به صحنه آمدند و فعالیت‌های فراوانی برای آگاه ساختن افکار عمومی نسبت به اصول ضد قانونی و ضد شرعی آن لایحه به عمل آوردند. در جریان قیام ۱۵ خرداد نیز در شهر بهشهر در پی مذاکره نمایندگان بازاریان به همراه مقام‌های امنیتی شهر با آیت‌الله کوهستانی تصمیم به خودداری از هرگونه اعتراض گرفتند اما بازاریان آمل و بابل برای اعتصاب و تعطیل بازار تلاش‌هایی کردند که گویا با دست‌گیری عامل اصلی اعتصاب (پرویز ناصری) این تصمیم به ثمر نرسید (روحبخش، ۱۳۸۱: ۱۵۹)، (مرکز اسناد انقلاب اسلامی، سند شماره: ۰۰۱۱۱۲۵۴)

کارکرد خدماتی بازار آمل

بناهایی با کاربری ارائه خدمات عمومی مانند حمام، آب‌انبار، نانوايي، قهوه‌خانه و غذاخوری، مؤسسات اعتباری و غیره عمدتاً در مراکز تجمع شهرها مانند راسته‌های بازار و مراکز محلات

احداث می‌شدند که می‌توان به حمام، آب‌انبار، نانوايي، قهوه‌خانه و غذاخوری، مؤسسات اعتباری و غیره اشاره نمود.

نقش آب‌انبار نیز برای ذخیره آب در فصول پرآب و استفاده از آن در ایام سال بود (قبادیان، ۱۳۷۳: ۲۹۸). آب‌انبار در کاروانسراهای بین‌راهی نیز احداث می‌شد (قبادیان، ۱۳۷۳: ۲۹۸). حمام در محلات یا در بازار نقش مکان گفت‌وگو، تبادل افکار و بحث اجتماعی، سیاسی و اقتصادی را نیز ایفا می‌کرد. قهوه‌خانه، غذاخوری و مراکز خدماتی دیگر که به عرضه مواد غذایی می‌پردازند در سطح بازارهای سنتی برای رفع خستگی، خوردن و آشامیدن خریداران و فروشندگان بوده است که به طور معمول در نزدیکی اماکن متبرکه یا ورودی بازارها می‌توان نمونه‌های آن را بیشتر مشاهده نمود. در کنار این مکان‌ها می‌توان سایر مغازه‌های خدماتی چون قصابی، نانوايي را نیز مشاهده کرد. زورخانه نماد مردانگی و رشد فتوت و افتادگی در میان اقشار جامعه به ویژه بازاریان بود. به همین دلیل در بازارهای شهر یا محله، زورخانه محل تجمع اصناف بود. در درون بافت بازار سنتی مراکز قرض‌الحسنه به عنوان یک اهرم مهم کمک‌رسانی اسلامی در جبران کمبودهای موجود، نقش فعالی را ایفا نموده و بر مبنای تعاون میان اقشار بازاری شکل گرفته است (رجبی، ۱۳۸۶: ۱۱۰-۱۱۲). از عناصر خدماتی بازار آمل می‌توان به حمام‌ها، آب‌انبارها، قهوه‌خانه و نانوايي در زیر اشاره کرد.

حمام‌های عمومی

شست‌وشو و تطهیر در دین اسلام به اندازه‌ای اهمیت دارد که با تکیه بر سخن پیامبر(ص) (النظافت من الایمان) فضایی را برای انجام دادن این امور به نام حمام اختصاص داده‌اند. این مکان محلی برای نظافت و استراحت و دارای ارزش اجتماعی بسیار بالایی بود، زیرا که فضایی برای حل و فصل کارهای روزمره نیز بود و زمانی معاملات تجاری در آن‌ها صورت می‌گرفت. حمام‌ها اغلب در مسیر گذرگاه‌های اصلی شهر، راسته بازار و یا مراکز محلات ساخته می‌شدند. در مکان‌یابی حمام‌ها، تأمین آب و دفع فضلاب همیشه عمل مهمی بودند (شفقی، ۱۳۸۱: ۵۴-۵۳). بسیاری از حمام‌های بازار آمل نیز در مسیر گذرهای اصلی شهر یا راسته‌های بازار قرار داشته‌اند که نزدیکی به منابع آبی (رودخانه هراز یا آب‌انبارها) در مکان‌یابی آن‌ها بی‌تأثیر نبوده است.

حمام‌های بازار آمل و محدوده آن عبارت بودند از: ۱- حمام رجائی (مشایی) ۲- حمام گروسی (سبزه میدان) ۳- حمام اشرف، از قدیمی‌ترین حمام‌های بازار بود که روبه‌روی مسجدحاج علی کوچک قرار داشت ۴- حمام صالح‌نژاد در چاکسر محله (وقف‌نامه) ۵- حمام آقا عباس ۶- حمام سه‌راهی قادی محله، نیاکی محله و پایین‌بازار (جوربندی، قهوه‌چی) ۷- حمام قادی محله ۸- حمامی در اثرایی راسته (قلی‌پور، کیف‌فروش) ۹- حمامی در نیاکی محله قرار دارد که مالکیت

آن وقفی است (وقفنامه) و حمام‌های معروف دیگری چون حمام یوسف خان در شاهاندرشت محله، حمام چرخ فلک در قادی محله، حمام کاظم بیگ، چهارسوق، بقال، عطار، ساچمه‌پاشان، مسگر بازار که اثری از آن‌ها باقی نمانده است (ستوده، ۱۳۶۶: ۶۰). همچنین دو حمام قدیمی در هارون محله که در دوره رضاشاه تخریب و به جای آن‌ها اداره پست و تلگراف احداث شده است (همان، ۷۲).

آب‌انبار

آب‌انبار در نواحی گرم و خشک از جمله ملزومات مهم، برای تداوم زندگی بوده و در بیشتر محلات شهری و روستاها یک یا چند آب‌انبار وجود داشته است. این آب‌انبارها شامل یک مخزن بزرگ مکعب یا مکعب مستطیل و یا استوانه‌ای شکل در داخل زمین بود که روی این مخزن را با طاق قوسی یا گنبدی می‌پوشاندند. این مخازن اغلب یک و در بعضی از موارد دو راه‌پله برای برداشت آب از مخزن داشتند. در نواحی کوهستانی نیز باوجودی که بارندگی نسبتاً بیشتر از نواحی گرم و خشک است و اغلب در این نواحی چشمه‌سار و نهرهای دائم یا فصلی جریان دارد، برای ذخیره آب قابل شرب به طور معمول از آب‌انبار استفاده می‌کردند که تعداد آب‌انبارها در این نواحی کمتر از مناطق گرم و خشک است (قبادیان، ۱۳۷۳: ۳۰۰-۲۹۹). آب‌انبار در شهرهای کناره دریای مازندران نیز موارد معدود، در محلاتی وجود داشت که در برخی از فصول سال امکان دسترسی به آب قابل شرب نبود با این حال شکل کلی آب‌انبارها بجز در سواحل جنوبی کشور به مانند مناطق گرم و خشک بوده است (همان، ۳۰۲).

شهر آمل یکی از معدود شهرهای مازندران است که در گذشته تعداد بسیاری آب‌انبار در آن وجود داشت. برای استفاده از آب آشامیدنی، در ساختار کالبدی خانه، مساجد و تکایای شهر حوضی بود که از آب این آب‌انبارها پر می‌شد. آب‌انبارهایی که در بازار و محدوده آن وجود داشت عبارت بودند از: ۱- آب‌انبار گردمانندی در پشت مسجد هاشمی بود که بیش از ۶۰-۵۰ پله داشته و آب از طریق جوبی که در کوچه ایمانی بود وارد این آب‌انبار می‌شد (هدایتی، موکت‌فروش). ۲- آب‌انباری در سبزه میدان جنب منزل مقصودنیا و ملک‌زاده بود ۳- در پایین بازار جلوی منزل عدل کنار منزل شریعت‌زاده آب‌انبار داشت ۴- آب‌انبار امام‌زاده ابراهیم که کوچک، تنگ و ترسناک بود (مرتضوی مقدم، بزاز) ۵- روبه‌روی کاروانسرای ساداتی آب‌انباری وجود داشت که اکنون بازار روز شده است (سلیمانی، مصاحبه؛ ۱۳۸۷/۷/۲۲). ستوده نیز در کتاب خود نام چند آب‌انبار موجود در شهر آمل را بدین‌گونه یاد می‌کند: آب‌انبار یوسف‌خان در شاهاندرشتی محله، آب‌انباری در پایین بازار، آب‌انبار شاه عباسی و آب‌انبار امیرمکرم (ستوده، ۱۳۶۶: ۱۰۲).

نحوه آبرسانی این آبانبارها بدین گونه بود که با ایجاد نهر، آب رودخانه هراز را به داخل نهر روان می‌کردند تا به آبانبار برود و گزنه‌هایی می‌گذاشتند تا آب صاف شود و برای تصفیه آبانبار از نمک‌های بیلاقی درشت و کلوخ مانند استفاده می‌کردند (قلی‌پور، کیف‌فروش)، در تابستان آب‌ها را در آبانبار می‌ریختند. این آبانبارها دارای پله‌های زیادی بودند و با کوزه، از آن آب می‌گرفتند درحالی که گرم‌های سرخی در آب بود با صاف کردن آن به وسیله پارچه توری از آن استفاده می‌کردند (مرتضوی مقدم، بزاز). متأسفانه این آبانبارها به دلیل بی‌توجهی شهرداری و تأسیس چاه در سال ۱۳۳۲-۱۳۳۰ تخریب شده‌اند.

قهوه‌خانه

قهوه‌خانه در اصل محلی برای نوشیدن قهوه بود و برای نخستین بار در قزوین و در زمان شاه طهماسب اول صفوی وارد معماری/ فرهنگ ایرانی شد. در دوره شاه عباس اول به دلیل انتقال پایتخت از قزوین قهوه‌خانه‌های متعددی در سطح این شهر بنا شدند. در ابتدا قهوه‌خانه مکانی مخصوص برای حضور اعیان و اشراف بود، ولی از اواخر دوره صفوی و به ویژه در دوره قاجاریه، با رونق گرفتن قهوه‌خانه‌ها عموم مردم می‌توانستند از آن‌ها استفاده کنند. از زمان ناصرالدین شاه به این طرف پیشه قهوه‌خانه‌داری در شهرهای بزرگ از جمله تهران شناخته شد و عمومیت یافت. قهوه‌خانه نه تنها محلی برای نوشیدن قهوه بود بلکه محلی مناسب برای گروه‌های مختلف بود تا باورهای خود را به صورت اجرای نمایش از راه نقل حکایات افسانه‌ای، حماسی، بحث و جدل و اعتقادات دینی بود تبلیغ کنند (ساریخانی، ۱۳۸۴: ۱۱۵). به تدریج این قهوه‌خانه‌ها به یکی از عناصر خدمات عمومی در شهر تبدیل شدند که به عرضه مواد غذایی می‌پرداختند.

مشهورترین قهوه‌خانه بازار آمل، قهوه‌خانه رضانی در بازار چهارسو بود. در واقع در هر راسته‌ای قهوه‌خانه داشت که عبارت بودند از: ۱- قهوه‌خانه جلالی شاهاندشتی و قهوه‌خانه جوربندی در راسته نمدمالان بود که مالکیت آن وقفی است و واقف آن سید محسن است (مرتضوی مقدم، بزاز). این قهوه‌خانه در حال حاضر در راسته نمدمالان قرار دارد که امروزه به بازار هاشمی تغییر نام داده است. ۲- قهوه‌خانه نائیجی نزدیک تکیه مشایی بود که الان به فروشگاه لوازم‌خانگی تبدیل شده است (جوربندی، قهوه‌چی). ۳- قهوه‌خانه فولاد و قاسم‌زاده که در تیمچه میوه‌چیان قرار دارد و از قهوه‌خانه‌های قدیمی بازار آمل به شمار می‌آیند. ۴- قهوه‌خانه تقی جنیدی که در تیمچه سعادت قرار دارد (مرتضوی مقدم، بزاز). نانوائی: نانوائی از دیگر فضاهای خدمات‌رسانی عمومی است که در تهیه مواد غذایی بازاریان و مردم تقریباً در بسیاری از راسته‌ها وجود داشت.

”از نانوهای معروف عبدالله محسیا (مسیحا) بود. حسین کریمی کنار بانک ملت در راستهٔ نمدمالی بود که پایین‌تر از آن محمدی بود که الان برقرار است. نانویی در نوراسته پیش از من بود اما در زمان من نبود. آقای پهناور هم در این دایرهٔ مشایی، طرف مشایی محله نانویی داشت“ (عطارزاده، عطار).

کاروانسرا

کاروانسرای مناطق مرطوب شمال از شکل کلی کاروانسراهای مناطق گرم و خشک پیروی می‌کند. با اینکه در بیشتر کاروانسراهای شهری، فضایی برای چهارپایان در نظر نمی‌گرفتند. در آمل به محلی گفته می‌شد که روستاییان حیوانات خود را در آنجا می‌بستند و به خرید می‌رفتند. در واقع محل نگهداری اسب، خر و الاغ بود.

”در آنجا به حیوانات غذا می‌دادند و مبلغ پنج زار یعنی یک تومان دریافت می‌کردند“ (قلی‌پور، کیف فروش).

کاروانسراهایی که در محدودهٔ بازار قرار داشت عبارت بودند از: ۱- کاروانسرای به نام حبشی در انتهای بازار نوراسته، پشت تکیهٔ مشایی وجود داشت. ۲- در ابتدای و بعد از پل دوازده چشمه کاروانسرای وجود داشت که در حال حاضر اثری از آن‌ها نیست، زیرا این عناصر در بازار آمل تابع شرایط خود بوده و بسیاری از آن‌ها مانند آب‌انبار و غیره از بین رفته‌اند.

کارکرد مسکونی بازار آمل

محله یکی از عناصر عمدهٔ شهرهای اسلامی بود که بر اساس عوامل اقتصادی، طبقاتی، قومی، زبانی، صنفی و مذهبی تشکیل می‌شد. محله نوعی همبستگی اجتماعی- مذهبی را سبب می‌شد، به طور مثال همواره ثروتمندانی بودند که قسمتی از دارایی خود را صرف عمران و آبادانی محلهٔ خود کنند و بانی احداث بناهای عمومی و خدماتی گردند. بنابراین به طور معمول در مرکز محله‌های بزرگ و متوسط فضاهای مذهبی، تجاری و خدماتی خاص آن محله وجود داشته که این مراکز خدماتی بر درون‌گرایی آن‌ها تأثیرگذار بوده است (سلطان‌زاده، ۱۳۷۴: ۱۸). ساختار اجتماعی جامعهٔ ایرانی در گذشته به نحوی بود که، اگر در میان افراد شهر، مسئله‌ای بروز می‌کرد هر فرد نخست به منافع محله‌ای خود و همسایگانش و سپس به دیگر اهالی شهر می‌اندیشید در این حالت تنها بازار به عنوان نمادی شهری و اجتماعی نمایانگر همبستگی و یکپارچگی مردم شهر به شمار می‌آمد (سلطان‌زاده، ۱۳۸۰: ۳۱-۳۰).

تقسیم‌بندی شهر به محلات متعدد و متفاوت موجب ارائه تسهیلاتی در اداره شهرها می‌شد، به همین دلیل کمتر شهر بازرگانی و تولیدکننده صنایع دستی را می‌توان یافت که در محو تفاوت‌ها و برابری مطلق بخشیدن به محلات مسکونی کوشیده باشد. این امر سوای مواردی استثنایی خاص شهرهای این دوره است و با شروع صنعت و توسعه روابط اجتماعی و تولیدی، رشد تجارت و روش‌های نوین اداره شهرها است که منسوخ می‌گردد. در حقیقت شکل‌گیری فضای ساخته‌شده در مقیاس‌های وسیع‌تر که از تمایلات، سلیقه و نیازهای ساکنان آن تأثیر پذیرفته است، بازگوکننده نظام اجتماعی و فرهنگ شهرنشینی آنان است (فلامکی، ۱۳۸۳: ۱۳۳-۱۳۲). بخش مسکونی به عنوان منطقه اصلی و خصوصی شهر، کارکرد کاملاً متفاوتی با منطقه بازار دارد. این دو با یکدیگر ارتباط ارگانیک دارند و بخش مسکونی، مکملی برای بازار است، از کوچک‌ترین واحد در شهر (منزل شخصی) تا گروهی از واحدهای مسکونی (محله) و مرکز اصلی شهر (بازار) همگی به شدت به یکدیگر وابسته‌اند و اتصال سلول‌مانند دارند. خانوارها خدمات خود را از مرکز محله و بازار دریافت می‌کنند و نیازهای روزمره ساکنان از محله و نیازهای پیچیده‌تر، محرمانه‌تر و کالاهای گران‌تر از بازار مرکزی تأمین می‌شود. مغازه‌های محله نیز در ارتباط دائم با بازار بوده و کالاهای مورد نیاز آن‌ها از طریق تجار فراهم می‌گردید (خیرآبادی، ۱۳۷۶: ۱۰۸). در نتیجه، محلات در شهرهای اسلامی مرکزی با عناصر عملکردی خاص در مقیاس محله داشته است. مسجد و بازارچه عنصر اصلی و مشترک مراکز محلات بوده است (سعیدی رضوانی، ۱۳۶۸: ۱۱۵-۱۱۴).

شهر آمل از محلات گوناگونی تشکیل شده و از ویژگی‌های محلات شهر بازرگانی دوره اسلامی نیز بهره‌مند بوده است. چنان‌که در سفرنامه‌ها از آن‌ها نام برده می‌شود: محله چاکسر، تی‌جنجار (محله صنعتکاران)، پل بیور (در ساحل دریا)، آسیاب‌سر (با امام‌زاده و آسیاب)، اودنگ‌سر (با آسیاب آبی و آبدنگ)، گیریلی‌خل، کاروانسرا محله (در ابتدای شهر، نزدیک هراز که به کاروانسرا چال معروف است)، آب‌انبار محله، گلاکش، گورک، باغبان محله، خوش‌وش، مهدی‌خل، اودشت محله، درویش‌خل و کلش‌خل و اسامی کوچه‌ها را بدین گونه یاد می‌کند: کوچه هرازسر، سرحمام، چهارسو، مسگر بازار، عطار، بقال، نعل‌گران (صغلان یعنی کوچه آهن‌گران یا مسجد)، کاظم‌بیگی، کوچه ساچمه‌پازان (جایی که ساچمه می‌ریزند) (ملگونف، ۱۳۶۴: ۱۳۰-۱۲۹). مهجوری نیز آمل را دارای ۱۱ خیابان و ۱۷ محله می‌داند و جمعیت شهر را ۳۰۷۶۵ نفر، تعداد خانه ۳۹۷۹۷، تعداد دکان‌ها ۱۵۰۰ دستگاه یاد می‌کند (مهجوری، ۱۳۴۷: ۳۴۷).

بررسی منبع تاریخی و سفرنامه‌ها نشان می‌دهد که محلات قدیم آمل بیشتر بر اساس شغل، اسم اشخاص و عناصری چون کاروانسرا و آب‌انبار نام‌گذاری شده‌اند، درحالی‌که محلات

امروزین بازار و محدوده آن بیشتر بر اساس طایفه نام‌گذاری شده است. این بدان جهت است که، از نظر کالبدی شهر آمل در طول تاریخ با تحولات گوناگونی روبه‌رو بوده است. شهر آمل به دلیل تهاجم و تخریب (حملة سلطان مسعود غزنوی در سال ۴۲۶ ق/۱۰۳۵ م) در دوره‌های انتقالی حساسی قرار گرفته است و در نتیجه تحرک جمعیتی ناشی از مهاجرت همواره مؤلفه مهمی در تغییر کالبدی شهر آمل بوده است. در دورانی که شهر آمل به دلیل آتش‌سوزی (آتش‌سوزی ۱۳۳۵ قمری) یا سیل‌های متعدد ویران گردید گروه‌های مختلفی از نقاط دور و نزدیک با ویژگی‌های فرهنگی متفاوت به شهر کوچ کردند و در محله‌های جدا از هم مستقر شدند و امروزه نام طایفه و محل سکونت اصلی خود را به محلات آن داده‌اند. مهم‌ترین این محلات عبارت هستند از: مشایی محله (قطب اصلی بازار آمل)، شاهاندشت محله و کاشی محله (از گذرهای مهم بازار). پایین بازار و نیایکی محله ارتباط بی‌واسطه‌ای با بازار داشته‌اند. هارون محله نیز (از راسته‌های اصلی بازار و ورودی بازار از طریق پل دوازده چشمه بوده) در قسمت شرقی پل واقع شده است. گرجی محله و قادی محله نیز از محلات محدوده بازار به شمار می‌آیند. البته بایستی یادآور شد که بر اثر شکسته شدن سد دریوک و جاری شدن سیل (۹۶۱-۹۶۰ قمری)، شاه عباس صفوی عده‌ای از گرجی‌ها و ارمنی‌ها را به آمل کوچاند تا جمعیت از دست‌رفته را احیا کند. به همین دلیل می‌توان گفت گرجی محله بر اساس پیشینه قومی نام‌گذاری شده است.

فضاهای مسکونی تبلور نوع زندگی مردم و نشأت‌یافته از اعتقادات و نیازهای آن‌ها است و با شرایط محیطی و اقلیمی نیز هماهنگ است. در بررسی گونه‌شناختی معماری واحدهای مسکونی شهر آمل بایستی به عوامل گوناگونی چون اقلیمی، اجتماعی، اقتصادی، نوع مصالح و غیره توجه داشت که در این میان عامل اقلیمی مهم‌ترین آن به شمار می‌آید.

شایسته یادآوری است هریک از محله‌های مسکونی فوق دارای محدوده و مرز معین و تعریف‌شده هستند. این محدوده توسط حصار یا مانع کالبدی مشخص نمی‌شود بلکه گذرها، کوی‌ها و یا پلاک‌ها (خانه یا باغ) محدوده هر محله را تشکیل می‌دهد. در واقع اطلاع و آگاهی ساکنان خانه از تعلقشان به محله عمده‌ترین عامل تعیین محدوده به شمار می‌رود. به طور کلی خصوصیات فضایی، کالبدی و اجتماعی محلات بافت قدیم شهر آمل به صورت زیر است: ۱- ضمنی و عرضی بودن حریم و مرزهای محلات (مرزهای فرهنگی و اجتماعی) ۲- استقلال و خوداتکایی محلات مسکونی از نظر برخورداری از امکانات عمومی و تجهیزات خدماتی ۳- رعایت سلسله مراتب دسترسی از راسته اصلی بازار به کوی محلات به دلیل حجاب سکونتی محلات (ارتباط مستقیم محلات با راسته اصلی بازار) ۴- تبلور همجواری‌ها، همیاری‌ها و همکاری‌های اجتماعی و ایجاد جو مشارکت و روحیه تعاون در میان ساکنان محله (بدالله‌پور، ۱۳۸۸: ۱۶۴-۱۶۳).

مجموعه بافت کهن آمل به همراه تمامی عناصر و فضاهای شهری تشکیل‌دهنده آن اعم از بازار، مسجد جامع، مراکز اصلی محلات، مساجد و تکایا و غیره برخلاف دیگر شهرهای سنتی ایران که خیابان‌های چلیپایی آن‌ها را قطع کرده، به وسیله خیابان‌ها و لبه‌های طبیعی (هراز) احاطه گردیده است. با این وجود، بافت منسجم و یکپارچه قدیم و محدوده آن توسط مجموعه‌ای از گذرهای اصلی، گره‌ها و مفصل‌های شهری از قبیل میدان، میدانچه، بازارچه، مسجد و غیره با بافت جدید و حوزه‌های پیرامون خود پیوند و ارتباط فضایی- کالبدی برقرار می‌کند (همان، ۱۶۴).

رشد و توسعه بازار آمل به صورت تک محوری سبب شده است تا محلات مسکونی بیشتری را که بر مبنای پیشینه طایفه‌ای شکل گرفته بودند، پیرامون خود نظام دهد. خط سیر بازار و محورهای آن نقش مهمی در تفکیک محله‌ای ایفا می‌کند و هر یک از این محلات در مرکز خود فضاهای مذهبی، تجاری و خدماتی خود را دارا است و همزمان بسیاری از نیازهای خود را از بازار مادر فراهم می‌کند. بنابراین بازار ایرانی مجموعه واحد مستقلی از دکان‌ها، تیمچه‌ها، کاروانسراها، میدان‌ها، بناهای مذهبی، حمام‌ها و دیگر مکان‌های عمومی است (میشل بوناین- ویلیام فلور، ۱۳۷۵: ۳۸۸) و بدون بازار یک سکونتگاه به عنوان شهر پدید نمی‌آمده است.

کارکرد فرهنگی بازار آمل

بافت قدیم شهرها مجموعه تکامل یافته و ارگانیک تمامی فضاهای معماری و شهری در کالبدی بسیار بارز هستند که بهترین نمونه برای نشان دادن فرهنگ غنی و اندیشه‌های دوران خود به شمار می‌آیند. فضاهای مختلف معماری و شهری بازتاب‌دهنده خصوصیات مذهبی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و تاریخی جامعه شهری هستند که از کارایی مناسب برای زندگی در آن دوره تاریخی برخوردار بوده‌اند. محور تاریخی و فرهنگی شهر آمل که در بافت بازار قرار گرفته است، بخش تاریخی شهر چون محلات، گذرها، فضاهای مسکونی، بازار، مساجد، تکیه‌ها و امام‌زاده‌ها و غیره را شامل می‌شود. بناهای تاریخی اصلی شهر آمل که میراث فرهنگی این شهر به شمار می‌روند و از جاذبه‌های بسیاری بهره‌مند هستند، در محوطه اصلی بازار این شهر و نواحی مجاور آن قرار گرفته‌اند و غنای کالبدی این محوطه را نشان می‌دهند.

نگاهی اجمالی به عناصر تاریخی و معنوی ارزشمند موجود در محوطه اصلی بازار و فضای کالبدی پیوسته به آن نشان می‌دهد که در صورت بازشناسی ارزش فضاهای مزبور، کارکردهای فرهنگی و اجتماعی این اماکن در فضای فرهنگی شهر قابل بازسازی است.

فرسایش بیش از حد ارزش عناصر فضایی و فرهنگی موجود در بافت بازار که در نتیجه جریان زندگی روزانه و فرایند نوسازی شهر در بخش خارج از منطقه بافت مرکزی (بازار آمل) صورت گرفته است، مهم‌ترین عامل کم توجهی به عناصر مورد بحث است. این در حالی است که شهر آمل به شدت از نبود نشانه‌های شهری معنی‌دار که نشان‌دهنده عملکرد آئینی، اجتماعی و فرهنگی شهر و فضاهای گوناگون آن باشند، آسیب دیده است. اگرچه این پدیده وضعیت عمومی بسیاری از شهرهای دارای بناهای تاریخی و بافت قدیمی است که دارای ارزش‌های فرهنگی و توریستی هستند (رضوانی، ۱۳۸۵: ۱۰۲).

بازار آمل به عنوان معبر اصلی و شاه‌رگ ارتباطی - اقتصادی شهر آمل امکان آن را دارد که به عنوان مجموعه گردشگری در خدمت توسعه اقتصادی شهر درآید، زیرا رشد گردشگری در بافت کهن و مرکز شهر آمل موجب رونق اقتصادی و اجتماعی سایر بخش‌های کم‌توان شهر مانند مشاغل و حرف‌های در حال زوال موجود در بازار آمل خواهد شد.

این موضوع باید به عنوان احیای عملکردهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بازار آمل مورد توجه قرار گیرد. جالب آن است که علی‌رغم ناآگاهی مردم شهر بسیاری از آثار تاریخی این شهر در محله یا محلات بازار (مساجد، فضاهای مسکونی، پل و بقاع) و محدوده آن (بقاع و امامزاده‌ها) قرار دارد. اگر گفته شود حمام اشرف به عنوان حمام دوره صفوی در این منطقه واقع شده بود یا بقعه مبارک زید بن علی (ع) که در منطقه مجاور بافت مرکزی شهر قرار دارد و از نظر زیدیان جهان محل اعتنا است بخشی از اهمیت آن بازگو شده است. بر این اساس با ایجاد پیوند میان ارزش‌های تاریخی و فرهنگی شهر با توسعه کالبدی - فضایی که از منظر برنامه‌ریزی و طراحی شهری، بخش معینی از ارزش‌های تاریخی یک شهر را تشکیل می‌دهد، احیای عملکردی مجموعه بازار آمل دارای اهمیت فراوانی است.

پیشنهادهای

۱- اهمیت توجه به صنعت گردشگری در بافت مرکزی و بازار آمل: مهم‌ترین عناصر تاریخی، فرهنگی و مذهبی شهر آمل در محله یا محلات بازار قرار دارد، بنابراین می‌توان با تکیه بر این توانمندی و ظرفیت، برنامه‌ریزی دقیقی برای رونق اقتصادی و اجتماعی شهر و بازار آن نمود. به عنوان مثال شهر آمل می‌تواند از برنامه‌هایی ویژه شهرهای زیارتی برخوردار شود. مقبره میربزرگ آمل، امامزاده ابراهیم، گنبد خضر، مقابر ائمه زیدی و نظایر این‌ها همگی یادگار دوران حکمرانی علویان طبرستان هستند که به دست فراموشی سپرده شده‌اند.

۲- هویت‌بخشی به کالبد بازار: از طریق سنگ فرش کردن کف بازار یا استفاده از امکانات جدیدی که نمای مغازه‌ها را بتوان به صورت پوشیده از نماهای چوبی درآورد می‌توان هویت بازار متعلق به منطقه شمالی کشور را در ذهن بازدیدکنندگان تصویرسازی کرد. همچنین لازم است با

بهره‌گیری از روش‌های نوین، سقف بازار را که در مواقع بارندگی سبب دشواری تردد عابران می‌شود، پوشش داد.

۳- اعاده هویت و کارکرد اماکن وقفی: نقش موقوفه‌ها در جریان اقتصادی بازار و ساماندهی کالبد و نگاه‌داری آن‌ها خود را در گذشته نشان داده است، عدم عنایت به نوسازی موقوفه‌ها و رهاشدگی آن‌ها باعث شده است، کهن‌ترین عناصر کالبدی بازار تصویری ناخوشایند در بازار بیابند.

۴- افزایش ضریب ایمنی بازار: با توجه به فرسودگی مصالح به کار رفته در دکان‌های بازار شماری از مغازه دچار آتش‌سوزی شده‌اند. برای جلوگیری از آتش‌سوزی‌های مکرر باید با روش‌های مناسب، ضریب خطر را کاهش داد. آتش‌سوزی به شدت به بافت قدیم لطمه زده و در جریان نوسازی اماکن مزبور دخالت‌های ناشیانه در بافت قدیم صورت می‌گیرد. مقاوم‌سازی و ایمن‌سازی بافت بازار و محل‌های کار و کسب یکی از بهترین روش‌های حفظ بافت قدیم بازار آمل است.

۵- تهیه نقشه جامع نوسازی بافت قدیم بازار آمل: در این راستا مخالفت با ساخت و ساز بی‌رویه به ویژه احداث بناهایی چون پاساژ و نظایر این‌ها در بافت بازار ضروری است. امری که به شدت ترکیب مشاغل و اصناف و نیز تردد در درون بازار صدمه می‌زند و پیامدهای ناگواری را از نظر تغییر ارزش ملک و مکان فعالیت‌های صاحبان حرف در داخل بافت قدیم بازار آمل به وجود می‌آورد.

۶- ایمن‌سازی و مسقف نمودن سقف بازار: این اگر جمله راه‌هایی است که اگر با استفاده از الگوهای معماری سنتی صورت گیرد در تابستان‌های شرجی و گرم منطقه و نیز باران‌های سیل‌آسا محافظت لازم برای مراجعان را فراهم می‌آورد و نیز عنصری جذاب برای علاقه‌مندان به بازدید از اماکن تاریخی خواهد بود.

۷- ساماندهی و نظم‌بخشی به بازارهای روزانه یا هفتگی شهر در مجاورت بازار قدیم آمل: امروزه بازارهای روز و هفتگی آمل به صورت نابسامان در بخش‌های جنوبی امام‌زاده ابراهیم برگزار می‌شوند که در نظر مراجعه‌کنندگان بسیار زننده می‌نمایند. در صورتی که اگر از سوی شهرداری و دیگر نهادهای مرتبط منطقه‌ای به عنوان مثال میدانچه مشائی به محل اختصاصی برگزاری بازار روز اختصاص یابد افزون بر تقویت کارکردهای اقتصادی بازار، امکان بهره‌گیری از توان گردشگری بازار روز در تقویت این کارکرد در بازار آمل را می‌توان فراهم کرد.

۸- افزایش ظرفیت‌های گذران اوقات فراغت در بازار آمل: از طریق برنامه‌ریزی جهت دایر کردن عناصر خدماتی چون رستوران سنتی، نانوايي، قصابی، کله‌پزی و قهوه‌خانه از یکسو نیازهای مختلف مردم در این محدوده برطرف گردد و از مراجعه آنان به دیگر نواحی شهر جلوگیری شود و از سوی دیگر فضای فراغتی مناسبی برای اهالی و گردشگران فراهم می‌آید. امروزه این گونه اماکن که یادآور هویت قدیم شهری است تحت عنوان ”سنت‌سرا“ نامیده می‌شوند که اگر در منطقه بازار دایر شود بهتر است.

نتیجه‌گیری

بازار نهادی است اجتماعی که عناصر دینی، تجاری، سیاسی و اجتماعی شهر را شامل می‌شود و در حوزه فرهنگی ایران در گذشته به مثابه بخش مرکزی اقتصاد به شمار می‌رفت و در شهرهای کوچک‌تر بخش عظیمی از کالاها و خدمات مورد نیاز روستاییان را تولید و تأمین می‌کرد. بازار آمل از نظر نحوه شکل‌گیری بازارهای شهری در زمره بازارهای طراحی‌شده (منظم) قرار دارد به گونه‌ای که هم از الگوی بازارهای تک‌محوری و هم از الگوی بازارچه پیروی می‌کند. با توجه به اینکه گسترش فضای کالبدی شهر هیچ‌گونه هماهنگی با مرکزیت پیشین بازار نداشته است، احداث خیابان‌های متعدد در اطراف بازار و افزایش مراکز تجاری در بخش‌های جدید شهر نمونه‌هایی از این دگرگونی ناهماهنگ هستند. در نتیجه بازار آمل که با کارکرد بازارهای سنتی ایرانی بنا شده است، نمی‌تواند مانند گذشته عمل کند و به دلیل تحولات فرهنگی، دگرگونی‌های اجتماعی-اقتصادی، تغییر نیازهای مردم و غیره از حالت تخصصی خود (که بیشتر جنبه تولیدی داشته بود) خارج شود و با حفظ ماهیت، مشاغل متفاوتی را در خود جای دهد. در نتیجه از الگوی توأمان بازارچه محله‌ای، بازار شهری و فرامنطقه‌ای که در گذشته بهره می‌برد به بازار شهری محدود شده است. اما این بازار که در مهم‌ترین معبر شهری قرار گرفته، همچنان از گذر بودن خود سود می‌جوید و دارای عملکردی مؤثر است.

وجود مسجد جامع و موقوفات آن نقش مهمی در تداوم عملکرد دینی و اقتصادی بازار آمل داشته و دارد و بازار همچنان از کارکرد مذهبی، فرهنگی و اجتماعی برخوردار است اما بسیاری از عناصر خدماتی بازار به مرور زمان و تغییر نیازها دستخوش تغییرات و دگرگونی شده‌اند.

رشد و خط سیر بازار آمل سبب شده تا محلات مسکونی بیشتری پیرامون آن نظام یابند. بازار و دیگر آثار تاریخی که در محلات و یا محدوده آن قرار دارد به عنوان میراث فرهنگی در قالب بناهای تاریخی نه تنها هویت کشور ایران را شکل می‌دهند بلکه در توسعه پایدار کشور و به ویژه شهر آمل نقش مهمی را ایفا می‌کنند.

منابع

- آسپندیار کاتب، بهاء‌الدین محمدبن حسن (۱۳۶۶)، **تاریخ طبرستان**، به تصحیح عباس اقبال و محمد رضانی، تهران: پدیده خاور.
- اصطخری، ابواسحاق ابراهیم (۱۳۴۷)، **مسالك و ممالک**، به کوشش ایرج افشار، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- آسپندیار (۱۳۵۵)، «بازارهای ایرانی»، **مجله هنر و مردم**، شماره ۱۶۲.
- آیروشان، ایرج. فروتن، فریدون. میشل بوناین- ویلیام فلور (۱۳۷۵)، «مدخل بازار»، **دانش‌نامه جهان اسلام**، ج ۱.
- آجباری، مینا (۱۳۷۹)، **همیشه بازار**، تهران: آگاه.
- آخیرآبادی، مسعود (۱۳۷۶)، **شهرهای ایران**، ترجمه حسین حاتمی نژاد و عزت‌الله مافی، مشهد: نیکا.
- الشیخعلی، صباح ابراهیم سعید (۱۳۶۲)، **اصناف در عصر عباسی**، ترجمه هادی عالم‌زاده، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- آزیتا (۱۳۸۶)، **ریخت شناسی بازار**، تهران: آگاه.
- آرضوانی، علی اصغر (۱۳۸۵)، **جغرافیا و توریسم**، تهران: دانشگاه پیام نور.
- آروحوخش، رحیم (۱۳۸۱)، **نقش بازار در قیام ۱۵ خرداد**، تهران: ۱۳۸۱.
- آساریخانی، مجید (۱۳۸۴)، «نقاشی قهوه‌خانه‌ای در دوره قاجار»، **فصل‌نامه میراث جاویدان**، شماره ۵۰.
- آستوده، منوچهر (۱۳۶۶)، **از آستارا تا استارباد**، جلد چهارم، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- آسعیدی رضوانی، عباس (۱۳۶۸)، **بینش اسلامی و پدیده‌های جغرافیایی**، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی.
- آسلطان‌زاده، حسین (۱۳۸۰)، **بازارهای ایرانی**، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- آرژمان (۱۳۶۲)، **روند شکل‌گیری شهر و مراکز مذهبی در ایران**، تهران: آگاه.
- آرژمان (۱۳۷۲)، **فضاهای ورودی در معماری سنتی ایران**، تهران: فرهنگ.
- آرژمان (۱۳۷۴)، **ناتین شهر هزاره‌های تاریخی**، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- آشفقی، سیروس (۱۳۸۱)، «عناصر بازار اصفهان و موقوفات آن» **فصل‌نامه میراث جاویدان**، سال دهم، شماره ۲.
- آفلامکی، محمد منصور (۱۳۸۳)، **باز زنده‌سازی بناها و شهرهای تاریخی**، تهران: دانشگاه تهران.
- آقبادیان، وحید (۱۳۷۳)، **بررسی اقلیمی ابنیه سنتی ایران**، تهران: دانشگاه تهران.
- آملگونف، عزالدین (۱۳۶۴)، **سفرنامه ملگونف به سواحل جنوبی دریای خزر**، تکمیل و ترجمه مسعود گلزاری، تهران: دادجو.

≠ مهجوری، اسماعیل (۱۳۴۱)، تاریخ مازندران، جلد ۱، تهران.
 ≠ یدالله پور، معصومه (۱۳۸۸)، بازار آمل، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، بنیاد ایران‌شناسی.

مصاحبه‌ها

≠ احمد سلیمانی، آهنگر، مکان مصاحبه: راسته نمدمالان یا بازار هاشمی، مغازه وسایل و لوازم کشاورزی احمد سلیمانی، تاریخ مصاحبه: ۱۳۸۷/۷/۲۲، روز مصاحبه: دوشنبه، ساعت مصاحبه ۵-۳/۵ عصر.
 ≠ تیمور حیدری، واسطه، راسته برنج‌فروشی.
 ≠ جواد یزدان‌پناه، برنج فروش، مکان مصاحبه: راسته نیاکی، مغازه برنج‌فروشی یزدان‌پناه، تاریخ مصاحبه: ۱۳۸۷/۱۰/۱۹، روز مصاحبه: شنبه، ساعت مصاحبه: ۱۱-۱۰ صبح.
 ≠ حبیب حبیبی، خراز، مکان مصاحبه: بازار نوراسته، جنب پاساژ اخوان، حجره آقای حبیبی، ۱۳۸۷/۷/۲۸، ساعت مصاحبه: ۱۲-۱۰ ظهر.
 ≠ رضا عطارزاده، عطار، مکان مصاحبه: بازار چهارسو، عطاری بابونه حسن عطارزاده، ۱۳۸۷/۱۰/۱۷، ساعت مصاحبه: ۳/۵-۱ بعدازظهر.
 ≠ سید عبدالله مرتضوی مقدم، یزاز، مکان مصاحبه: بازار چهارسو، فروشگاه اطلس، تاریخ مصاحبه: ۱۳۸۷/۷/۲۱، روز مصاحبه: یکشنبه، ساعت مصاحبه: ۱۲/۵-۹/۵ ظهر.
 ≠ عبدالاحد مسائلی، زرگر، مکان مصاحبه: بازار نوراسته، زرگری مسائلی، تاریخ مصاحبه: ۱۳۸۷/۷/۲۸، روز مصاحبه: یکشنبه، ساعت مصاحبه: ۱۲/۵-۱/۵ بعدازظهر.
 ≠ عزیزالله جوربندی، قهوه‌چی، مکان مصاحبه: راسته نمدمالان، قهوه‌خانه امید به خدا، تاریخ مصاحبه: ۱۳۸۷/۱۰/۱۹، روز مصاحبه: شنبه، ساعت مصاحبه: ۲-۲/۵ بعدازظهر.
 ≠ قدرت‌الله هدایتی، موکت فروش، مکان مصاحبه: راسته نمدمالان، جنب مسجد آقاعباس، فروشگاه فرش و موکت بابک، تاریخ مصاحبه: ۱۳۸۷/۷/۲۲، روز مصاحبه: دوشنبه، ساعت مصاحبه: ۱۱/۵-۹/۵ صبح.
 ≠ محمد حبیبی، خراز، مکان مصاحبه: بازار نوراسته، جنب پاساژ اخوان، حجره آقای حبیبی، ۱۳۸۷/۷/۲۸، ساعت مصاحبه: ۱۲-۱۰ ظهر.
 ≠ محمدرضا قلی‌پور، کیف فروش، مکان مصاحبه: قصر کیف، بازار جنب تکیه امیری، تاریخ مصاحبه: ۱۳۸۷/۷/۲۲، روز مصاحبه: دوشنبه، ساعت مصاحبه: ۱/۵-۱۱/۵ بعدازظهر.
 ≠ نصرت‌الله شهره، خواروبارفروش و لوازم شکار فروش سابق در تیمچه، مکان مصاحبه: خیابان مهدیه، فروشنده مجاز اسلحه شکاری و لوازم شکار، تاریخ مصاحبه: ۱۳۸۷/۱۰/۱۹، روز مصاحبه: یکشنبه، ساعت مصاحبه: ۱۲/۵-۱۱ ظهر.