

بازارهای هفتگی روستایی در شمال ایران

بیژن افسر کشمیری

بازارهای هفتگی روستایی در ایران سابقه تاریخی دارد، و در طول تاریخ تغییر و تحولاتی پیدا کرده است. پاره‌ای از آنها از بین رفته، پاره‌ای باقی مانده و پاره‌ای تغییر مکان داده‌اند. گاه نیز بازارهای جدیدی سر برآوردند. هنوز هم در خراسان، آذربایجان و سرتاسر جنوب دریای خزر (گیلان و مازندران) بازارهای هفتگی روستایی همچنان تشکیل می‌شود و گروه‌های مختلف اجتماعی در آن شرکت می‌کنند. بازارهای هفتگی شمال ایران بازارهای مناسب روستایی این منطقه است زیرا در محیط و شرایطی مناسب خود به وجود آمده‌اند، وضع اجتماعی خاص روستاها، نزدیکی دهات به هم و نیز حاصلخیزی خاک و آب فراوان و در نتیجه کشاورزی پررونق و دست یافتن دهقانان به مازاد تولید وجود بازارهای روستایی را ایجاب می‌کند. بازارهای هفتگی روستایی در این منطقه که در روزهای مختلف هفته تشکیل می‌شوند و نام آن روز را به خود می‌گیرند هنوز هم نقش مؤثری در اقتصاد منطقه دارند. در این بازارها محصولات کشاورزی و صنایع دستی و سایر فرآورده‌های روستایی به فروش می‌رسد.

روستاییان به طور مرتب یک یا دو روز در هفته در آن شرکت می‌کنند و تولیدات زراعی و دامی و صنایع دستی خود را به فروش می‌رسانند و از نظر نظام قیمتها و ارزش کالاها تابع نظامی معین‌اند. از سوی دیگر بازارهای هفتگی روستایی در رشد آبادی نشینی تأثیر داشته‌اند و آبادیهایی هستند که نام آنها با کلمه بازار همراه است. مانند آبادی «جمعه بازار».

بازارها بعد از انقلاب سال ۱۳۵۷ دگرگونی‌هایی پیدا کردند برخی حذف شدند، برخی پس از حذف شدن دوباره احیا شدند، روزهای تشکیل شدن برخی از آنها تغییر کرد و پاره‌ای از آنها علاوه بر عملکردهای همیشگی وظایف دیگری را هم به عهده گرفتند. در واقع نهادهای جدید به آنها افزوده شد و این به ویژه در سالهای جنگ تحمیلی محسوستر بود.

معنی و تعریف بازار

واژه بازار در پهلوی واکار vacar، در پارسی باستان آباکاری Abacari مرکب از (آبابه معنی محل اجتماع و مصدر کاری به معنی چریدن) است. در واقع بازار محل خرید و فروش کالا و خوراک و پوشاک است، یا میدانی برای دادوستد. لفظ بازار در پاره‌ای از گویشها به صورت زیر است:

گرایش و زبان	تلفظ	فونتیک
گیلکی	بازار، واکار	Bazar, Vecar
نطنزی	واکار	Vacar
فریزندی ^۱ - برنی	بازار	Bazar
سمتانی	وازه‌ار	vazhar
سنگسری	وزز	vazar
فریزی ^۲ - سرخه‌ای لاسگردی و شهمیزادی	بازار	Bazar
آستی ^۳	بزر	Bazar

بازار علاوه بر معنی دادوستد به معنی تشویق، اضطراب، تاجر و سوداگر، قیمت کالا، سود و معامله و سودا، تجارت، خرید و فروش، معامله و سودا، قرار و عهد پیمان نیز هست. معانی مجازی: اعتبار، بها، حرمت، محبوبیت، اهمیت، قدرت، ارزش، شایستگی، رونق، رواج، رفتار و روش، کردار، وضع و معامله و ترتیب نیز آمده است.

از این واژه ترکیبات کنایی فراوانی هم ساخته شده است، مانند بازار آشفته، بازار آراستن، بازار افتادن به چیزی، بازار برچیدن، بازارگرمی و از این قبیل.^۴

واژه بازار از فارسی وارد زبان پرتغالی و فرانسه شده است. اعراب در آن تصرف کرده، الف را به یا بدل کرده «ببازار» گفته و بیازره برآن جمع بسته‌اند در تعریف بازار شهری در لغت‌نامه دهخدا چنین آمده:

«... دو رسته از دکان‌های بسیار در برابر یکدیگر که غالباً سقفی آن دو رسته را به یکدیگر می‌پیوندد...» و با اشاره به قاموس کتاب مقدس آمده.

«... بازار: معروف است و در آنجا هرگونه متاع به فروش میرود و گاهی کوچه‌های درازی ترتیب داده در طرفینش دکانهایی ساختند چنانکه حال نیز معمول است و گاهی این لفظ دلالت بر محل وسیعی می‌نماید که در میان شهر قرار داده، خریدار و فروشنده در آنجا جمع می‌شوند و متاعهای خود را به فروش می‌رسانند...»

و در تعریف بازارهای روستایی چنین آمده:

«... دکان‌های موقت بی ترتیب در زیر چادرها و سقف‌هایی از پارچه که هفته‌ای یکبار در بعض قری کنند، و بیشتر در نواحی شمال ایران معمول است. پنج‌شنبه بازار، جمعه‌بازار، چهارشنبه‌بازار، سه‌شنبه بازار، دوشنبه‌بازار، شنبه‌بازار، یکشنبه‌بازار...»^۵

تاریخچه بازار

در مورد بازار، قدمت و انواع آن مأخذی وجود دارد مقدسی در ۱۰۰۰ سال پیش، از آن نام برده و منوچهری می‌گوید «... دفتر به دبستان بود و نقل به بازار» بازارها در شهرهای مختلف ایران تشکیل می‌شده است. در تاریخ بخارا آمده هر ۱۵ روز بازار است و چون بازار آخر سال باشد، ۲۰ روز بازار کنند. در آثار الباقیه به وجود بازارهایی اشاره شده که در اصفهان تشکیل می‌شده است.^۶

در حدود العالم آمده: طواویس، شهرکیست از بخارا... و اندر وی هر سالی یک روز بازار است که خلق بسیار اندروی گرد آیند.

و اندر مرسمنده، در هر سالی یک روز بازار بود که گویند آن روز در آن بازار افزون از صد هزار دینار بازرگانی کنند.^۷

امروز بازارهای روستایی در شمال ایران هفتگی و گاهی سالانه است. رابینو ۷۵ سال پیش از آن نام برده و کریم کشاورز ۶۲ سال بعد از رابینو تعداد همان بازارها را کم و بیش برشمرده. بازارها در شمال ایران گاه حوادث سیاسی نیز بخود دیده‌اند چنانکه بازار کسما در درگیریهای جنگلی‌ها با قوای دولتی به آتش کشیده شده، «بازار کسما شعله‌ور را مردم کوچه و بازار از این حادثه سرودند.

سیمای بازارهای هفتگی

بازارهای هفتگی معمولاً در ناحیه ویژه‌ای از ده یا شهر تشکیل می‌شوند. از نظر ریخت‌شناسی گاه مانند بازار لشت نشاء میدان وسیعی است که راه‌روها یا تیمچه‌هایی رو باز آن را به چند شعبه تقسیم می‌کنند. گاه چون بازار شهرهای خطی مانند خمام، لولمان، پره‌سر و کوچصفهان در کنار جاده اصلی و ارتباطی تشکیل می‌شوند، گاه چون بازارهای انزلی و قائم‌شهر و بابل بازارهای هفتگی روستایی از تمام امکانات بازارهای ثابت شهری استفاده می‌کنند و در آنها ادغام می‌شوند، و دادوستد کنندگان تمام محوطه‌های خالی بین دکانها و میدانها را با برافراشتن چادرها اشغال می‌کنند و به بازار ثابت جان تازه‌ای می‌دهند، گاه نیز برخی از این بازارها در اطراف زیارتگاهها یا امامزاده‌ها تشکیل می‌شوند، مانند دوشنبه‌بازار آستانه اشرفیه که در فضای بقعه و به دور آن تشکیل می‌شود فضای گشوده‌ای که حرم به وجود آورده برای تشکیل بازار مناسب است و این امکان به وجود آمده که در هر حال یک ضلع آن به دیوار حرم تکیه کند. در نتیجه مردم هم برای رفع نیازهای اقتصادی و هم به منظور زیارت در آن شرکت می‌کنند. در اطراف حرم علاوه بر دهکده‌های موقت خرازی و انواع مواد غذایی و پوشاک، نانوايي، کبابی، دیزی پزی هم به وجود آمده است زنان و مردان کشاورز علاوه بر اینکه به زیارت می‌روند، به خرید و فروش کالاها و نیز صرف نهار می‌پردازند. در حقیقت زیارت هم فضای دادوستد و هم فضای اوقات فراغت ایجاد کرده است.

در جاهایی که بازار در کنار جاده‌های اصلی تشکیل می‌شود، جمعیت انبوه، ترافیک سنگین، اضافه شدن مجموعه‌ای از کسب سیار به کسب ثابت، افزاشته شدن چادرها، وضع خاص تزئین و ترتیب بساط بازار، دود غلیظ کبابیها، فریاد فروشندگان، مهمه عابرین، توقف بسیار ماشین‌ها که در روزهای عادی دیده نمی‌شود و وجود افراد پیاده بسیار با مقداری از تولیدات دستی و زراعی در جاده‌ها چهره آن منطقه را به کلی دگرگون می‌کند.

انواع بازار

بازار شهری

بازار شهری مجموعه‌ای قدیمی و با سابقه طولانی است که قدمت آن به آغاز شهرنشینی می‌رسد. همراه با شهرها تداوم یافته و همراه با آنها نیز از بین می‌رود. بازار شهری همه عوامل مذهبی، فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی را همراه دارد و از نشانه‌های شهر است این بازار دارای محیط رسمی است و ضوابط حقوقی و روابط اقتصادی و اجتماعی و پیچیده دارد. در آن اوراق بهاردار (چک و سفته) رواج دارد و معاملات سنگین انجام می‌گیرد. بازار شهری در سطح وسیعی عمل می‌کند و جنبه خرده‌فروشی آن برای مصارف شخصی بسیار کم و ناچیز است مکان و وضع ثابت دارد و از ارکان مهم شهر بشمار می‌رود.

بازارهای هفتگی روستایی

این بازارها دوگانه‌اند. گونه‌ای از بازارهای هفتگی روستایی در شهر تشکیل می‌شوند، مانند دوشنبه‌بازار بندر انزلی و گونه‌ای دیگر بازارهایی هستند که در روستا تشکیل می‌شوند، غالب بازارهای هفتگی منطقه از این قبیل‌اند:

الف - بازارهای هفتگی روستایی که در شهر تشکیل می‌شوند.

این بازارها هفته‌ای یک بار در شهر تشکیل می‌شوند. هنگام تشکیل از تمام امکانات شهری استفاده می‌کنند. محل تشکیل آنها در حاشیه بازار شهری است و گاه در آن ادغام می‌شود و به صورت کسب سیاری به کسب ثابت بازار شهری اضافه می‌شود. بدین معنی که در کنار مغازه‌های ثابت و خیابانهای بازار پر از چادرهای برافراشته‌ای می‌شود که زیر آن افراد روستایی به کسب می‌پردازند، حال آنکه در روزهای معمولی به این روستاییان در این گونه مکانها اجازه کسب داده نمی‌شود.

ب - بازارهای هفتگی روستایی که در روستاها تشکیل می‌شوند.

این بازارها هفته‌ای یک یا دو روز در روستاها یا حاشیه روستاها، در محل برخورد راههای اصلی، تشکیل می‌شوند. عمده محصولات آنها کشاورزی است، محصولات کارخانه‌ای نیز در این گونه بازارها مشاهده می‌شود. در روزهای بازار چادرهای فروشندگان افراشته و محصولات گسترده می‌شود. بعد از خاتمه بازار همه بر چیده می‌شود تنها داربستها می‌ماند. در این گونه بازارها راسته‌ها چندان مشخص نیست. تنها در بعضی اقلام می‌توان آن را تشخیص داد، مانند راسته فروش احشام، ماکیان و یا صنایع دستی. به طور کلی می‌توان گفت که این گونه بازارها از نظم چندان بر خوردار نیستند و زمان آنها نیز کوتاه است از ۷ صبح تا ۴ بعدازظهر دایرند ولی عملاً ساعت ۲ بعدازظهر کسب تعطیل است و تا ساعت ۴ بازار جمع می‌شود.

محل بازار و ارتباط آن با روستاهای پیرامون

بازارهای هفتگی روستایی با روستاهای پیرامون خود ارتباطی دیرینه دارند، هر بازار نماینده حیات اقتصادی و اجتماعی روستاهایی است که به آن نزدیک است و علت تشکیل آن را می‌توان نیاز جامعه روستایی به بازار و سهمی که بازارهای هفتگی روستایی در پیوند روستاهای دور و نزدیک اطراف خود دارند دانست. به عبارت بهتر بازارها در شعاع فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستاها و منعکس کننده پاره‌ای از خواسته‌های روستاییان هستند و تشکیل آنها همواره با روستاهای اطرافشان ارتباط دارد. نبود کانونهای داد و ستد در روستاها، به گونه‌ای که در شهر وجود دارد، و دوری روستاها از شهر و نبودن راههای ارتباطی مناسب میان شهر و روستا و تفاوت ارزشهای رفتاری شهری و روستایی، روستاییان را ناگزیر از ایجاد و حفظ بازارهای هفتگی روستایی و فرهنگ تجاری خاص خود می‌کند.

وجود بازارهای هفتگی روستاییان را از مراجعه به شهر بی‌نیاز می‌کند و تمایل کمتری به مسافرت به مرکز شهرها برای فروش تولیدات و خرید مایحتاج خود نشان می‌دهند. از سوی دیگر بازار همچون رابط میان روستاهای پیرامون خود عمل می‌کند و کارکردهایی مانند انتقال نیروی انسانی از یک ده به ده دیگر را هم به طور ضمنی انجام می‌دهد. علاوه بر آن هم مرکز روابط اقتصادی و مالی است و هم مرکز مبادلات اجتماعی. سفر هفتگی روستاییان به بازارهای هفتگی با فاصله روستاها به بازار و زمان و روز تشکیل آن رابطه مستقیم دارد. به همین دلیل بازارها در مکانی مناسب برای همه و در روز و زمان معین برپا می‌شوند.

بنابراین تشکیل بازارها چه از نظر مکانی و چه از نظر زمانی با احتیاجات روستاها تناسب دارد. انتخاب محل بازارها گرچه تابع برنامه‌ریزی دقیق قبلی نیست و فقط بر مبنای تجربه است. ولی دسترسی روستاییان به آن به آسانی صورت می‌گیرد و اگر بازاری در یک روز هفته برای تعدادی از روستاها دور است یا بدان دسترسی نیست، بازار بعدی که در روز دیگر هفته و در مکان دیگر تشکیل می‌شود این وضع را جبران می‌کند. اغلب روستاییان سعی می‌کنند محصولات خود را در زمان بازار به فروش برسانند و مایحتاج خود را نیز در همین محدوده زمانی بخرند. در واقع بازارهای هفتگی روستایی با روستاهای اطراف خود ارتباط متقابل اقتصادی و اجتماعی دارند.

راهها

عامل راه دهات زیادی را به بازار مربوط می‌کند و سهم مهمی در رونق بازار و ارتباط روستاها با یکدیگر دارد. بدین ترتیب معنی اجتماعی بازار و وظیفه‌ای که بازار به عهده دارد بیشتر اهمیت پیدا می‌کند.

مراجعه‌کنندگان به بازارها اغلب از روستاهایی می‌آیند که فاصله آن از شهر دور است و ناچار باید از بازارهای هفتگی روستایی خرید کنند بنابراین کشاورزان باید تولیدات کشاورزی را در روزهای تعیین شده در اسرع وقت به بازار برسانند، بخصوص محصولات فاسد شدنی را. بازار مج‌ها^۸ مرتب از بازاری به بازار دیگر در رفت و آمد هستند و یک کاروان دادوستد زنجیره‌ای به وجود آورده‌اند، در نتیجه، برای برقراری این ارتباط اقتصادی و اجتماعی راهها اهمیت حیاتی دارند. طولانی بودن راهها و خرابی و یا مناسب نبودن آنها برای وسیله نقلیه موتوری، دسترسی روستاییان و بازاریان را به بازار کند و سخت می‌کند. گرچه محل بازارها خود بر اثر تجربه‌های دیرین مناسب انتخاب شده و غالباً روستاهای بسیاری در فاصله کم نسبت به آن قرار دارند، ولی با دگرگونی‌هایی که در شیوه مبادله به وجود آمده است راهها اهمیت خاصی پیدا کرده‌اند.

مشکلات راهها

مناسب بودن راهها درآمدو شد روستاییان به بازار و میل بیشتر مراجعه به بازار و امکان آن در تمام فصول، بخصوص در مواقع کاشت که زمان برای آنان نسبتاً اهمیت پیدا می‌کنند مؤثر است. راهها در مناطق جنوبی بحر خزر بخصوص راههایی که روستاها را بهم مرتبط می‌کند، از وضع خوبی برخوردار نیستند. میزان باران در این منطقه زیاد است و باران تقریباً در تمام مواقع سال دیده می‌شود. در نتیجه روستاییان در این مناطق بیشتر با فرسایش و خرابی راهها و طغیان رودخانه‌ها مواجه هستند و گاه روستاهایی که در فاصله نسبتاً نزدیکی از بازار قرار دارند بعلت یک مانع طبیعی یا فقدان یک پل و یا صعب‌العبور بودن جاده ارتباطشان با بازار قطع می‌شود. از سوی دیگر وسایل حمل و نقل موتوری چون موتورسیکلت، مینی‌بوس، ماشین سواری شخصی و کرایه که جای بسیاری از وسایل حمل و نقل سنتی را گرفته‌اند، اگر چه به رفت و آمد روستاییان سرعت می‌بخشد، ولی در دسرهایی نیز برای آنان ایجاد کرده‌اند، و بالاخره تشکیل یک یا دو روز بازار در هفته و مشکلات ناشی از راهها و عدم دسترسی به وسایط نقلیه باعث می‌شود که دهقانان نتوانند منظم و به موقع محصولات خود را وارد بازار کنند.

اثرات منفی احداث راهها

احداث راهها گاه اثر منفی روی رونق و یا دوام بازارها دارد. احداث راههای جدید و گاه عوض شدن مسیر آنها و نیز بی توجهی به مسایل اقتصادی و اجتماعی و ارتباطها و آمد و شد روستاییان، سبب مرگ بازار می شود. مسیر جاده های جدید غالباً با شرایط و نیازهای منطقه هماهنگی ندارد در مسیر بیشتر آنها بعلت اینکه به زمین یک مالک با نفوذ برخورد کرده، کیلومترها تغییر مسیر داده و از کارایی آن کاسته شده است. در نتیجه بازار به خاطر نیاز به راه به کنار آن نقل مکان می کند و از روستاها فاصله می گیرد. بنابراین، پاره ای از روستاها از بازارها دور می شوند و حضور روستاییان در بازارها با تأخیر انجام می گیرد. مثلاً عوض شدن محل «میربازار»، که روزهای سه شنبه تشکیل می شود، باعث شده که سخت کم رونق شود. پاره ای از بازارها در نقطه ای کور قرار می گیرند و ارتباط آنها قطع می شود، بازار «گنج افروز» و «زوارده» بابل و بازار «سید شرفشاه» در اردو رود کنار نزدیک رضوانشهر در اثر بی توجهی به موقعیت آنها بتدریج تعطیل شده اند. نتیجه اینکه جابجایی بازارها و یا حذف شدن آنها عادات چندین ساله روستاییان و نیز نظام مبادله را در منطقه بهم می زند و روستاییان را که بشدت نسبت به بازار و دخالت در آن حساسیت دارند، دچار نابسامانی می کند.

روابط اجتماعی در بازار

۱- روابط چهره به چهره

بازارهای هفتگی روستایی برای اجتماعات کوچک روستایی که با هم و نیز با خارج از محدوده ده (محیط شهری) ارتباطی ندارند و از نفوذ و جریان فکری و بخصوص آنچه در شهر می گذرد تا حد زیادی برکنار هستند فرصت مناسبی برای خبرگیری، دید و بازدید و تفریح و مبادلات کالا است. بسیاری از روستاییان جز در روزهای بازار همدیگر را نمی بینند و بازار بخاطر فضای اجتماعی قوی که ایجاد می کند محل برخورد گروههای بسیاری از روستاییان است که همچنان خود را پای بند رفتن به بازار می دانند. علاوه بر آن گاه بر اثر توسعه راهها و وسایط نقلیه موتوری مختلف از شهرها و روستاهای دیگر نیز وارد بازار هفتگی روستایی می شوند. از آنجا که هر بازار، بازار چندین ده است روستاییان روستاهای همجوار به یک بازار رفت و آمد می کنند و آن را بازار خودشان می دانند و به آن تعلق خاطر دارند. این تعلق خاطر به سبب روابط دوستانه ای است که با افراد روستاهای دیگر پیدا می کنند. برای مثال یک روستایی در روستای دیگری غیر از روستای خودش احساس غریبه بودن می کند، ولی در بازار هفتگی که روستاییان

دهات مختلف به آن مراجعه می‌کنند این احساس را ندارد. این روابط دوستانه حتی شامل فروشندگان و رانندگان وسایط نقلیه که ارتباطات روستایی را فراهم می‌آورند نیز می‌شود. در بازار گروه‌های دور به یکدیگر نزدیک می‌شوند و بدین ترتیب دهقانان و روستاییان یکدیگر را در بازار پیدا می‌کنند، ملاقات می‌کنند و درد دل می‌کنند و مسایلشان را با یکدیگر در میان می‌گذارند و بالاخره معامله و همکاری و احساسات مختلف آنان را به هم پیوند می‌دهد، در حالی که ممکن است هیچ‌گونه روابط خویشاوندی بین آنان نباشد.

۲- همسریابی

بازارهای هفتگی روستایی فرصتی را برای روستاییان فراهم می‌آورد که آنها در برخورد اجتماعی قرار گیرند. در روزهای بازار گروه‌های مختلف دهقانان و روستاییان از روستاهای مختلف در بازار شرکت می‌کنند.

شرکت روستاییان در بازارهای هفتگی تنها دلایل اقتصادی ندارد، بلکه دلایل اجتماعی هم دارد. برای گروهی از آنان، بخصوص جوانان، بازار محل گذران اوقات فراغت و تفریح و احياناً فرصتی برای همسریابی است. این بازارها که امکان برخورد‌های چهره به چهره و برقراری روابط اجتماعی جدید و بی‌واسطه را برای جوانان فراهم می‌آورند باعث شده‌اند که در کنار شیوه‌های سنتی همسرگزینی - نظارت بزرگ‌ترها در کلیه مراحل - شیوه‌های امروزی تری نیز وجود داشته باشد که در آن سلیقه جوانان نیز سهم دارد. اگر در روستاها برای پسر و دختر تنها دیدار در مزرعه، راه قنات یا مدرسه امکان پذیر بود، امروز بازار هفتگی حوزه مناسبی برای رد و بدل احساسات و عواطف و شناخت پسر و دختر از یکدیگر است.

۳- بازار و قهوه‌خانه

قهوه‌خانه در بازارهای روستایی محل تجمع خریداران و فروشندگان شهری و روستایی است. قهوه‌خانه ارتباط تنگاتنگی با بازار دارد و در بیشتر موارد خدمتگذار خریداران و فروشندگان بازار است. در روزهای بازار تعداد مراجعه‌کنندگان به قهوه‌خانه از روزهای عادی بیشتر است، و قهوه‌خانه در این روزها پیوسته در حال پرورخالی شدن از افراد مختلف است. در قهوه‌خانه‌های بازار علاوه بر چای و قلیان، صبحانه و ناهار هم به مشتریان عرضه می‌شود و بدین لحاظ در قهوه‌خانه‌ها برای روزهای بازار برای پذیرایی از مشتریان تدارک وسیعی صورت می‌گیرد. صاحبان قهوه‌خانه‌ها از آنجا که در تماس دایم با مردم هستند از تمام وقایع بازار خبردارند.

در بازارهای هفتگی روستایی دو نوع قهوه خانه وجود دارد: قهوه خانه‌های ثابت و دائمی که جزو دکانهای ثابت بازار است و در حاشیه بازار قرار دارد. کاسبکاران و بازاریان و تجاربرنج در این قهوه خانه‌ها می‌نشینند و اوضاع بازار را زیر نظر دارند در روزهای بازار این قهوه خانه‌ها قبل از سرگرفتن بازار دایر است و صرف صبحانه در آن رواج دارد. خیلی از بازاریان هم شبها در آن می‌خوابند و یا بارهای خود را در اطراف و یا داخل قهوه خانه و یا انباری آن به امانت می‌گذارند. قهوه خانه‌های سیار در بین کاسبکاران و ارباب حرفه‌گوناگون بازار هفتگی پراکنده می‌شوند و تنها در روزهای بازار با افزایش سایبان تشکیل می‌شوند این کافه‌های سیار در تمام مدت روز مشغول پذیرایی از مشتریان هستند و غالباً سربایی از آنان پذیرایی می‌کنند. پاره‌ای از آنها تخت‌هایی برای نشستن مشتریان دارند و یا به مشتریانی که مایل به نشستن هستند چهارپایه‌ای می‌دهند و مانند سایر کاسبکاران بازار خرج بازار را می‌پردازند و غالباً منشأ شهری دارند. در روستاها مراجعه کنندگان به قهوه خانه‌ها معمولاً مردان هستند، ولی در روزهای بازار زنان هم از خدمات آنها استفاده می‌کنند. پاره‌ای از قهوه خانه‌ها که بزرگتر و تمیزتر هستند خوراک محلی و غیر محلی آماده می‌کنند. این قهوه خانه‌ها غالباً محل آمد و شد روستاییان و دهقانان مرفه است که معمولاً همراه زن و فرزندان خود در بازار شرکت می‌کنند.

در قهوه خانه‌ها از هر دری صحبت می‌شود و بحثهای زیادی در بارهٔ مثلاً فراوانی محصول سال، شلوغی و رونق بازار، معاملات و غیره و دیگر موضوعهای اجتماعی انجام می‌گیرد و معمولاً طرفین بحث، همدیگر را به چای دعوت می‌کنند. در زمستانها قهوه خانه‌ها نقش مؤثری در تدارک چای و نهار بازاریان دارند و محل گرم و مناسبی برای گذران چند لحظه فراغت و فرار از سرما هستند در تابستانها داخل قهوه خانه‌ها خلوت است و در فضای جلوی آنها از مشتریان پذیرایی می‌شود.

۴- نمایش پهلوانی

در بازارهای هفتگی روستایی نمایشهای پهلوانی هم اجرا می‌شود. پهلوانان معمولاً با نمایشهای خود مانند زنجیر پاره کردن و ماشین بلند کردن، یا رد کردن ماشین از دست، نظاره‌گران و مشتاقان کارهای پهلوانی را به دور خود جمع می‌کنند.

پهلوان با شروع بازار بساط خود را پهن و شرکت کنندگان در بازار را کم کم به دور خود جمع می‌کند. دوتفر دستیار دارد، مرشد که ابتدا شروع مراسم را با خواندن اشعاری در مدح علی (ع) به آگاهی مردم می‌رساند و راننده‌ای که ماشین را به فرمان پهلوان می‌راند. پهلوان که در

بازار بخصوص نزد جوانان از احترام خاصی برخوردار است، غالباً منشأ شهری دارد و علاوه بر بازارهای هفتگی روستایی در شهرها هم نمایش می‌دهد. طالبان نظاره عملیات پهلوانی بیشتر جوانان هستند که در بازار معمولاً گروه زیادی را تشکیل می‌دهند. پهلوان در تمام مدت زورآزمایی از خدای خود مدد می‌طلبد و جملاتی حاکی از تقوی و جوانمردی به زبان می‌آورد. وی نیز خرج بازار را می‌پردازد.

تغییرات در بازارهای هفتگی روستایی

پس از انقلاب اسلامی ۲۲ بهمن‌ماه سال ۱۳۵۷، تغییرات اجتماعی و اقتصادی در برگزاری بازارهای هفتگی روستایی پدید آمد. در این میان روز تشکیل تعدادی از بازارهای هفتگی تغییر کرد جمعه‌بازارها، و پاره‌ای از بازارهای هفتگی به علت آنکه جامعه روستایی در پیدایش آن سهمی نداشته از بین رفتند (بازارهای مثل قو، گنج افروز) و تعدادی از بازارهای دیگر احیا شدند (بازار سیاهکل). همچنین برخی بازارها برای دستیابی به تسهیلاتی چون احداث پل و جاده (میربازار) نقل مکان کردند.

همراه با انقلاب بازارهای هفتگی روستایی کارکردهای دیگری نیز پیدا کردند و در واقع ویژگیهای انقلاب وارد بازارهای هفتگی شد. بازارهای هفتگی روستایی محل ثبت نام داوطلبان بسیج برای اعزام به جبهه، جمع‌آوری کمکهای نقدی به جنگزدگان، کمکهای مالی و نقدی برای جبهه، توزیع کوپنهای سهمیه‌بندی کالاهای ضروری و توزیع کوپنها و قطعات یدکی ماشین آلات کشاورزی شده است. این تغییرات را می‌توان به صورت زیر بیان کرد.

۱- تغییرات اجتماعی

الف - تغییرات در روزهای بازار

پس از انقلاب اسلامی که روزهای جمعه به عنوان روزگردهمایی و روز عبادی سیاسی تعیین شد، برخی از جمعه‌بازارها تعطیل و قرار شد در روزهای دیگر تشکیل گردد. این تغییر در روزهای بازار در زندگی روستاییان آثاری برجای نهاد. در وهله اول روستاییان نتوانستند خود را به سرعت با این تغییرات سازگار سازند زیرا آنان به جمعه‌بازار عادت و احتیاجات هفتگی خود و مراجعه به بازار را با روزهای تشکیل بازار تنظیم کرده بودند و چون اکثر آنان تولیدات خود را به نزدیکترین بازار ده محل سکونت خود برای فروش عرضه می‌کردند، با حذف جمعه‌بازار روستاییان و دهقانان عملاً یک روز بی‌بازار می‌ماندند. از سوی دیگر بازارهای هفتگی هم دچار

مشکلات اکولوژیک شدند و گاهی دوبازار در فاصله کمی از هم در یک روز تشکیل شده و یکی باعث بی‌رونق شدن بازار دیگری می‌شد. همچنین برخی گروهها نتوانستند در بازارهای هفتگی شرکت کنند، مثلاً در پاره‌ای از نواحی شرکت در بازار و خرید برای گروههای اداری مشکل شده و کاسبها، بخصوص بازارمیج‌ها، در هفته یک روز بازار پر جمعیت را از دست دادند و این باعث افت اقتصادی شد.

با وجود این، در بیشتر مناطق، روستاییان و دهقانان رفته رفته به حذف بازار در روزهای جمعه عادت کرده و توانسته‌اند با این تغییرات خود را هماهنگ کنند. در پاره‌ای نواحی هم در آن دسته از بازارهای هفتگی که هنوز در روزهای جمعه تشکیل می‌شوند، به علت شرکت دهقانان در نماز جمعه، زمان دادوستد محدود شده است.

ب - بازار و انقلاب

پس از پیروزی انقلاب بازارهای هفتگی روستایی نیز از حوادث و اتفاقات انقلابی تأثیر پذیرفته مسایل و مشکلات جنگ تحمیلی هم بر آن اثر نهاد و پذیرای نهادهای انقلابی شد بدین معنی که در کنار چادرهای کسب و دادوستد بازار، چادرهای نهادهای انقلابی برای جمع‌آوری اعانات و دهشهای مردم روستا و نیز ثبت نام داوطلبان جنگ برافراشته شد.

استقرار نهادهای انقلابی در بازار از جمله فعالیتهای انجمنهای اسلامی از یکسو باعث قرارگرفتن روستاییان و دهقانان در جریان حوادث جبهه و مشکلات جنگ و تشویق آنان به از خودگذشتگی اقتصادی از یکسو و آگاه نمودن آنان به ضرورت سهمیه‌بندی و پذیرش کمبودها و در صحنه نگاهداشتن مردم روستایی توسط رسانه‌های گروهی از جمله پوستر و دیوار نوشته‌ها از سوی دیگر شده است. بعلاوه حل اختلافات در بازارها نیز به نهادهای انقلابی واگذار شد در واقع بازارهای هفتگی روستایی به نحو قابل ملاحظه‌ای وظایف تازه‌ای را به عهده گرفت و خود را با انقلاب همراه ساخت.

۲- تغییرات اقتصادی

الف - بازارهای هفتگی و سهمیه‌بندی

با قرارگرفتن کشور در تحریم اقتصادی و جنگ تحمیلی عراق سهمیه‌بندی در روستاها نیز متداول شد. و این بیش از همه در بازارهای هفتگی روستایی اثرگذاشت. روستاییان که به مصرف کالاهای وارداتی عادت کرده بودند، به علت همه‌گیر شدن سهمیه‌بندی بیش از شهریان

دچار مشکلات معیشتی شدند. بازارهای هفتگی در انحصار احتکارگران قرار گرفت و رفتارهای خودسرانهٔ محتکران و سودجویان نظم طبیعی بازارهای روستایی را به هم زد. به طوری که جریان همیشگی دادوستد دچار تغییرات اساسی شد در نتیجه کالاهای ضروری چون قند، شکر، چای سیکار، صابون ... و کالاهای حیاتی چون روغن، گوشت، مرغ و نیز محصولات کشاورزی غالب منطقه چون برنج که دهقانان خود در تولید آن نقش داشته به ناچار زیر نظارت دولت درآمد. شرکتهای تعاونی، با کمک نهادهای انقلابی برای سهمیه بندی کالاها و توزیع عادلانهٔ آن، پاره‌ای از وظایف بازار را به عهده گرفتند. بدین ترتیب شرکت در بازارهای هفتگی از حالت اختیاری به حالت اجباری درآمد و روستاییان و دهقانان ناچار شدند که در روزهای بازار که توزیع مطابق سهمیه انجام می‌شد در بازار حضور داشته باشند. چون این تغییرات در بازارهای هفتگی به طور ناگهانی صورت گرفت، هماهنگی با آن برای روستاییان و دهقانان دشوار بود.

ب - تعطیل و احیای بعضی از بازارها

بعضی از بازارهای هفتگی مثل «متل قو» و «گنج افروز» از بازارهایی بودند که پس از انقلاب نتوانستند به کار خود ادامه دهند و ناگزیر تعطیل شدند. بازار گنج افروز که حدود دو سال پیش از انقلاب به علت خرابی راههای ارتباطی روستاهای اطراف، از دامنهٔ فعالیتهای خود کاسته بود. پس از انقلاب بر اثر اصلاحات ارضی اسلامی، زمین بازار به تصرف دهقانان درآمد و به زمین کشاورزی تبدیل شد و در نتیجه بازار به کلی از میان رفت.

قبل از انقلاب بازار «متل قو» به لحاظ جاذبه‌های توریستی منطقه تشکیل می‌شد با متوقف شدن فعالیتهای توریستی در منطقه، متل قو از بین رفت و نام متل قو به سلمان شهر تبدیل شد. از سوی دیگر دوشنبه بازار سیاهکل که سالها قبل از انقلاب اسلامی به خاطر برخی مسایل سیاسی تعطیل شده بود، دوباره تشکیل شد و رونق پیدا کرد.

نتیجه گیری

بازارهای هفتگی روستایی در شمال ایران یک یا دو روز در هفته در روستاهای این منطقه تشکیل می‌شوند. حیات اقتصادی این بازارها به فرآورده‌های زراعی، دامی و صنایع دستی و نیز محصولات صنعتی که در روستاها تولید می‌شود بستگی دارد.

دهقانان و روستائیان در بازارها وارد مبادلات اقتصادی و اجتماعی می‌شوند و زن و مرد در آن شرکت می‌کنند. در روزهای بازار چادرهای بازاریان افزاشته و محصولات گسترده می‌شود

و بعد از خاتمه بازار همه چیز برچیده می‌شود و مکان بازار شکل همیشگی خود را پیدا می‌کند. شرکت در بازارهای هفتگی برای روستاییان و دهقانان حیاتی است. روستاییان از دهات مختلف با تولیدات زراعی وارد بازار می‌شوند. بازار محل برخورد گروه‌های مختلف اجتماعی است. برخورد چهره به چهره در آن نیرومند است. خریدار و فروشنده همدیگر را می‌شناسند و روابط اجتماعی روستاییان خصلتی صمیمانه دارد. حضور در بازار نهادی شده و دهقانان چه بدهکار و چه طلبکار به بازار مراجعه می‌کنند و می‌کوشند که مشکلات و کمبودهای زندگی روستایی را در روزبازار حل کنند.

بالاخره علیرغم اینکه عدم دسترسی اهالی روستاها به جاده‌های مناسب، رکود بازار، سهمیه‌بندی مواد غذایی، جنگ و خرابی راه‌ها، روستاییان را می‌آزارد، ولی بازارها همچنان به حیات خود ادامه می‌دهند.

(این مقاله چکیده گزارشی است که در موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران انجام گرفته است).

یادداشتها

- ۱- فریزند، محلی در ۵ فرسخی نطنز. یرن، نزدیک فریزند نطنز
- ۲- فریزی، در استان خراسان ۵۵ کیلومتری شمال غربی طر‌قه.
- ۳- استی، بخش از نواحی کوهستانی قفقاز که به دو لهجه ایرانی و ادنگوری صحبت می‌کنند.
- ۴- لغت نامه دهخدا، ماده بازار.
- ۵- لغت نامه دهخدا، ماده بازار.
- ۶- خسروی - خسرو. پژوهشی در جامعه روستایی ایران، انتشارات ایران، سال ۱۳۵۵ ص ۳.
- ۷- لغت نامه دهخدا، ماده بازار.
- ۸- بازارمچ، از دو کلمه (بازار) و (مچ = گردش) تشکیل یافته است و بازار مچ یعنی کسی که در بازار گردش می‌کند.
- ۹- از بازارهای هفتگی استان مازندران.