

فصلنامه‌ی مطالعات تاریخ ایران اسلامی

سال اول - شماره سوم - پاییز ۱۳۹۱، ص ۳۹ - ۵۵

بازار» و کارکردهای اجتماعی - فرهنگی آن در تمدن اسلام و ایران*

فاطمه اورجی^۱

چکیده

آنچه از واژه «بازار» در بدایت امر به ذهن متبادر می‌شود مکانی است جغرافیایی که در آن مردم به داد و ستد می‌پردازند. این تصور اگرچه نادرست نمی‌نماید، اما به‌تنهایی وافی به مقصود نیست. بازار، به مفهوم اخص آن، پدیده‌ای بی‌بدیل و مختص خاورمیانه و شمال آفریقا است. بازار در تمدن اسلام، مرکز اقتصادی - مالی و حوزه فرهنگی - اجتماعی بود؛ کلیتی متمرکز مبتنی بر اندیشه وحدت اسلامی از یک سو، و متضمن منافع شهرنشینان از سوی دیگر. کارکردهای اجتماعی و فرهنگی بازار را باید مهم‌ترین کارکردهای جامعه درون‌شهری در کشورهای اسلامی دانست که به سبب ارتباط مستمر آن با طبقات مختلف مردم، در تحولات اجتماعی و فرهنگی، به‌ویژه در ایجاد نوعی تشکیلات منظم و تأثیرگذار و در گسترش برخی نهضت‌ها، نقش بزرگی داشته است. از مهم‌ترین نکات قابل مطالعه در نقش اجتماعی و فرهنگی بازار، روابط این نهاد و اعضای آن با عموم مردم، یعنی آداب و اخلاق کسب است که اتفاقاً بخش قابل توجهی از اشارات منابع به بازار و بازاریان را تشکیل می‌دهد. نوشتار حاضر بر آن است تا ضمن بررسی تبارشناسانه مفهوم «بازار»، به تحلیل کارکردهای اجتماعی - فرهنگی آن در پرتو ماهیت شهری تمدن اسلامی پردازد و تأثیرات آن‌ها را در کنش‌ها و فرایندهای اجتماعی، یا به تعبیری دیگر، در تاریخ اجتماعی بازنمایاند.

واژگان کلیدی:

بازار، تاریخ اجتماعی، تمدن اسلامی، ایران، نقش‌ها و کارکردها

^۱ - استادیار گروه تاریخ دانشگاه تبریز forouji@tabrizu.ac.ir

تاریخ تصویب: ۱۳۹۳/۰۸/۱۰

*- تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۳/۲۰

«بازار» واژه‌ای است ایرانی که از راه بازرگانی از یک سو به زبان‌های مختلفی راه یافته است. برای بررسی و پژوهش درباره بازار و کارکردهای اجتماعی و فرهنگی آن در تمدن اسلام و ایران، نخست باید به بررسی واژه‌شناسی آن پرداخت، بعد نگاهی کلی و گذرا به پیشینه آن در ایران باستان افکند، و سپس به بحث اصلی، یعنی بازار در دوران اسلامی پرداخت. بازار در تمدن اسلام به منزله مرکزی اقتصادی و مالی از یک سو، و حوزه‌ای فرهنگی و اجتماعی از سوی دیگر، در تحولات تمدنی و اقتصادی جهان اسلام نقش عمده‌ای را بر جای گذاشته است. تبادل بازرگانی در کنار تبادل افکار و اندیشه‌ها باعث سرازیر شدن ثروت و اندیشه‌های ملل دیگر به حوزه تمدنی جهان اسلام شد و در شکوفایی و رشد تمدن اسلام تأثیر بسزایی را ایفا کرد. بیهوده نیست که مورخان و جغرافیا نویسان سده‌های نخستین و میانه اسلامی به رونق و شکوفایی شهرهای اسلامی به سبب وجود بازار، اشاره‌های فراوان کرده‌اند. بنا براین، نوشتار حاضر، تحقیقی تاریخی است و به روش توصیفی - تحلیلی به بررسی این سؤال اصلی می‌پردازد که کارکردهای اجتماعی و فرهنگی بازار در تمدن اسلام و ایران چگونه بود؟ و این که آیا بازار در شکل‌گیری و بافت شهرها تأثیر داشت یا نه؟ تشکیلات صنفی در بازارهای اسلامی چگونه بود؟ و نقش بازار در جنبش‌های به‌وجودآمده چگونه و به چه میزان بود؟

نگاهی به واژه‌شناسی «بازار» و سابقه آن در ایران باستان

«بازار» در فارسی میانه به صورت «وازار» (Wazar)، در فارسی میانه مانوی با ترکیب‌هایی چون «وازارگ» (بازاری)، «وازرگان» (بازرگان)، وازارگانیه (بازرگانی)، «وازاربذ» (رئیس بازار) و نیز «رستگ وازار» (راسته بازار)، در پازند vazar، در ارمنی vacar؛ و با گونه‌های مختلف در گویش‌های محلی ایران آمده است (هرن و هوشمان: ۱۳۵۹، ۲۱۹/۱).

این واژه احتمالاً از صورت مفروض ایران باستان carana-vaha گرفته شده که ترکیبی است از دو جزء، جزء نخست آن vaha، است که به صورت wahag در فارسی میانه و «بها» در فارسی دری (از ماده wah از ریشه هند و اروپایی wes (خریدن) بازمانده است و همین ریشه هند و اروپایی در صورت‌های wasna هندی باستان onos، یونان venum، لاتینی هم دیده می‌شود. جزء دوم آن carana از ریشه car (= پسوند zar در فارسی میانه و «زار» در فارسی دری) است. بنابراین، carana-vaha مجموعاً به معنی «جایگاه داد و ستد» است (همان: ۳۰۲-۸۵۵).

این واژه ایرانی، از راه بازرگانی، از یک سو به عربی، ترکی عثمانی و زبان‌های اروپایی و از سوی دیگر به زبان سرزمین‌های هند و سیلان راه یافته است. گفته‌اند که اشتهار جهانی بازارهای قسطنطنیه (استانبول) در اشاعه این واژه میان زبان‌های اروپایی سهمی داشته است (برای اطلاعات بیشتر در این زمینه رک: Encyclopaedia Britannica, 1985, vol. V: 392؛ مشکور ۱۳۵۷: ۲۱/۱؛ Ergin, 1947: 360-362).

اطلاعات به‌دست‌آمده از ایران باستان نمایانگر وجود بازرگانی گسترده در ایالات و شهرهای متعدد ایران و وجود بازارهایی جهت داد و ستد کالا است. این امر، به‌ویژه با روی کار آمدن دولت ساسانیان (۲۲۴ق - ۶۵۱م) و پدیدآمدن شهرهای تازه، رونق بسیار یافت و مبادلات بازرگانی با چین،

هندوستان و آسیای مرکزی وسعت گرفت. این دگرگونی با پدید آمدن شهرهای بزرگ و پرجمعیت همراه شد. در سده سوم میلادی و پس از آن، شهرهای تازه‌ای پدید آمدند و شهرهای کهن تجدید بنا شدند. شهرها که مراکز بازرگانی و خرید و فروش بودند، رفته‌رفته به مراکز صنعت نیز تبدیل شدند.

از این شهرها اردشیر خرّه، گندی‌شاپور، وه‌اردشیر، بیشاپور، بود اردشیر، هرمزد اردشیر، رام هرمزد، رام اردشیر و بسیاری دیگر را می‌توان نام برد که دارای بازارهای وسیع و مراکز خرید و فروش و کاروانسراهای متعدد بودند. «خوزستان بازار» که تازیان آن را «سوق الاهواز» نامیدند، یکی از مراکز بازرگانی عمده در گوشه شمال غربی خلیج فارس بود (رضا و دیگران، ۱۳۵۵: ۱۰). در این باره همچنین (رک: پیگولوسکایا، ۱۳۷۲: ۱۸۹؛ پیگولوسکایا، ۱۳۶۷: ۱۷۶). همچنین شوشتر و اهواز از مراکز عمده نساجی به شمار می‌رفت.

نظر به اهمیت تجارت و بازرگانی در ایران باستان، اسرای جنگی به بخش‌های مختلف ایران، به‌ویژه نقاط دورافتاده، فرستاده می‌شدند و از قابلیت‌های آن‌ها در امور راه‌سازی، تجارت، بازرگانی و صنعتی استفاده می‌شد. همچنین در قراردادهای منعقد شده میان پادشاهان ایران با دولت‌های دیگر، همواره بخش‌های مهمی از قراردادها به تجارت و بازرگانی و شرایط مربوط به آن اختصاص می‌یافت. از جمله این شرایط، رسیدگی و نگاهداری راه‌های منتهی به مسیرهای تجاری هر دو طرف بود.

پیش از اسلام بازرگانی در ایران مقیاسی بس وسیع یافت و بسیاری از شهرهای ایران در محدوده مراکز ویژه مبادلات بازرگانی قرار گرفتند. ایران و روم شرقی در زمینه تجارت و سلطه بر بازارهای جهانی و بازرگانی - به‌ویژه ابریشم که از چین و آسیای مرکزی تا غرب آسیا و سواحل دریای مدیترانه کشیده شده بود - رقابت داشتند. بازرگانی ترانزیتی از طریق راه ابریشم که منافع هنگفتی برای ایران به همراه داشت از دیدگاه سیاست خارجی مورد توجه خاص دولت ساسانی بود (پیگولوسکایا، ۱۳۶۷: ۲۵۱-۲۵۲).

راه دریایی به هند، جزایر سران‌دیب، حبشه و دریای سرخ عامل مهمی در بازرگانی پر جنب و جوش ایران با کشورهای خاورمیانه و نزدیک بود. راه «عطریات» که از سواحل سوریه تا جنوب عربستان و حضرموت امتداد داشت، از راه‌های مورد اختلاف دو دولت ایران و روم شرقی بود (همان: ۲۵۲-۲۵۳). ناوهای بازرگانی چینی - که شمار خدمه آن‌ها به ۴۰۰-۵۰۰ می‌رسید - در اسکله‌های سیراف لنگر می‌انداخت و کالاهای خود را به بازارهای ایران عرضه می‌کرد. بازرگانان و دریانوردان ایرانی از بنادر خلیج فارس به سواحل دریای سرخ، بنادر اقیانوس هند، سیلان و سواحل غربی هندوستان می‌رفتند. کالاهایی را از ایران به آن سرزمین‌ها می‌بردند و از آن کشورها نیز کالاهایی را به ایران می‌آوردند و در بازارهای کشور عرضه می‌کردند. از سیراف کشتی‌ها همه ساله ده‌ها هزار رأس اسب به بنادر جنوب شرقی هند حمل می‌کردند و در بازارهای آن کشور عرضه می‌کردند (پتروشفسکی و بلیایف، ۱۳۵۶: ۲۳۳).

از ایران به سیلان نیز اسب صادر می‌شد که بهای خوبی داشت و صادرکنندگان از پرداخت حق گمرک معاف بودند. این خود نشانه نفوذ و برتری بازرگانان ایرانی در بازارهای سیلان و هندوستان بوده است. رسم یادشده قرن‌ها پایدار ماند، چنان‌که پس از چند سده تا زمان مارکوپولو نیز باقی بود. بازرگانان ایرانی از شمال برنئو، مروارید و از جزایر فیلیپین، طلا و عاج می‌آوردند و در بازارهای

ایران عرضه می‌کردند. بازارهای داخلی ایران از محصولات جماعات روستایی و املاک شخصی نیز برخوردار بود. در مآخذ، بارها از بازار شهرها و حومه‌های آن‌ها یاد شده است. بازار کاه‌فروشان تیسفون و بازار عمومی محصولات کشاورزی شهر «آمد» در مآخذ سریانی سده‌های پنجم و ششم میلادی شهرتی بسزا داشتند. در مآخذ چینی نیز مطالبی درباره کالاهایی که از سوی ایرانیان به فروش می‌رسید ارائه شده است (پیگولوسکایا، همان: ۲۵۳).

بازار در عصر اسلامی و نقش آن در شکل‌گیری و بافت شهرها

عناصر عملکردی شهرهای اسلامی که مجموعه‌ای یکپارچه را تشکیل می‌دهند عبارتند از؛ حصار پیرامونی و دروازه‌ها، ارگ، مسجد جامع، محلات و بازار. در این میان، بازار به سبب مرکزیت اقتصادی و مالی خود برای شهرهای این حوزه فرهنگی دارای اهمیتی اساسی است. از این رو، بازار شاخص اصلی شهرهای اسلامی و در عین حال، برجسته‌ترین ویژگی آن‌ها به شمار می‌رود. در بازار شهرهای اسلامی، وجود مساجد، مدارس، بیمارستان‌ها و تأسیسات تجاری از جمله انبارها، دکان‌ها و دفتر در مجاورت هم، کلیتی متمرکز را می‌سازد که از یک سو مبتنی بر اندیشه وحدت اسلامی است و از دیگر سو متضمن منافع شهرنشینان به شمار می‌رود (اهلرس، ۱۳۸۰: ۱۶۶-۱۶۷). به این ترتیب، بازار پدیده‌ای مختص خاورمیانه و شمال آفریقا است و هنگامی می‌توان از شهر در حکم شهر اسلامی سخن گفت که دارای بازار باشد، زیرا این‌گونه کانون‌های خرید با این ویژگی‌ها - چه در شرق باستان و چه در دیگر تمدن‌های باستانی - دیده نشده است.

به عبارت دیگر، هم در شهرهای شرق باستان و هم در شهرهای کهن غربی (رومی - یونانی) مرکز شهر به معابد، قصرها و میدان‌های گردهمایی اختصاص داشت و تجارت و مبادله کالاها اغلب در جلو دروازه‌های شهر، در بازارگاه‌های مجاور شهر، در بنادر و مانند آن صورت می‌گرفت؛ اما تنها در شهرهای اسلامی سده‌های میانه است که بازار کانون اصلی فعالیت‌های تجاری در مکانی ویژه، یعنی در مرکز و در قلب شهر، جای گرفته است (همان: ۸۳-۸۴). البته در برپایی بازارها، سنت برآمده از تاریخ در بهره‌گیری از فضا و همچنین میراث مبتنی بر ساختارهای شهری کهن نقشی مهم بر عهده داشته است. بدین سان، ریشه‌های بازار اسلامی در شرق باستان قابل جست‌وجو است و بسیاری از بازارهای فعلی شهرهای اسلامی، یا در محل بازارهای پیشین، یا در نزدیکی آن‌ها شکل گرفته‌اند. برخی بازارهای ترکیه از جمله ادرنه، بورسه و استانبول در محل بازارهای پیش از اسلامی برپا شده‌اند. همچنین قدمت بازارهای شهرهایی مانند حلب و دمشق به پیش از اسلام بازمی‌گردد. بازار سنتی اسکندریه در داخل شهر باستانی، ظاهرآدر محل آگورای یونانی یا فروم رومی برپا شده است. همچنین طبق نوشته پژوهشگران، دولت فاطمی (۹۰۹-۱۱۷۱ م) به هنگام ساختن شهر قاهره، از طرح چهارگوشه، متشکل از دو محور اصلی متقاطع ۴۰ رعب و چهار دروازه بهره گرفت. ساخت دو محور که دروازه‌های شهر را به یکدیگر مربوط می‌ساخت، زمینه گسترش بازار در محدوده تحت پوشش خود را فراهم می‌ساخت. در لیبی و مغرب نیز محل تأسیسات بازار به سده‌های میانه بازمی‌گردد.

به رغم این سابقه، سرآغاز ویژگی‌بخشی پدیده بازار اسلامی را به سده‌های میانه نسبت داده‌اند. از این دوره به بعد است که بازار در حکم یک نظام عملکردی یکپارچه در مرکز شهر، همراه با کلیت

کالبدی و یکپارچگی فضایی و سازمانی آن، به منزله دستاوردی خلاقانه در حوزه فرهنگ اسلامی مطرح شده است. این روند تا سده‌های بعدی ادامه یافت، به نحوی که بسیاری از مجموعه بناهای باشکوه در بسیاری از بازارها، به‌ویژه در ایران، به سده‌های ۱۱ تا ۱۳ ق ۱۷- تا ۱۹ م مربوط می‌شود. اهمیت بازار در حیات شهری اسلامی تا به آنجاست که در دوره معاصر برای آن جایگزینی با همان دامنه عملکرد و اثرگذاری شناخته شده است (سلطان‌زاده، ۱۳۸۰: ۲۶۴).

از سوی دیگر، شکل‌گیری بسیاری از شهرهای اسلامی را به وجود بازار و پدید آمدن محلات شهری به دور آن مربوط دانسته‌اند. به این معنا که ابتدا بازار (میدان) ساخته می‌شد و سپس محله‌های مسکونی به دور آن شکل می‌گرفتند. در اصفهان پیش از سده شانزدهم میلادی میدان کهنه و بازار، کانون مرکزی شهر به شمار می‌رفت و تمامی راه‌های ارتباطی و تجاری شهر، از آن جا شروع و به آن ختم می‌شد. به عبارت دیگر، محورهای اصلی و محل تلاقی آن‌ها، میدان کهنه و بخش‌های مختلف شهر را تشکیل می‌داد که به ناحیه بازار مرکزی تعلق داشتند. علاوه بر این، برخی از محل‌ها در بازارهای حاشیه‌ای مجاور دروازه‌ها یا بازارهای خطی مستقر در طول راه‌های درون‌شهری پدیدار شده بودند (حبیبی، ۱۳۵۷: ۵۲).

از همین رو، در بسیاری از شهرها، بازار در مرکز شهر قرار داشت و به مثابه کانون مرکزی شهر شناخته می‌شد. در این میان، استقرار مسجد جامع در مجاورت بازار، نقش مهم و ویژگی بارزی داشت و آن را مهم‌ترین عنصر شکل‌دهی شهر اسلامی مطرح می‌ساخت. به این ترتیب، بازار علاوه بر مرکزیت اقتصادی، مهم‌ترین پیونددهنده فضاها و مراکز اقتصادی، مذهبی، اجتماعی و سیاسی بود. با توجه به مرکزیت بازار در اغلب شهرهای اسلامی، بازار و دهانه اصلی آن به میدان مرکزی شهر باز می‌شد. علاوه بر این، دروازه‌های مختلف شهر به تفاوت در شکل‌پذیری بازار دخیل بودند. به همین سبب، حداقل یک یا چند راه اصلی درون‌شهری به بازار منتهی می‌شد. در مواردی، بازار از مهم‌ترین دروازه شهر تا مرکز آن یا حتی تا دروازه‌های دیگر امتداد می‌یافت (سلطان‌زاده، ۱۳۷۲: ۲۶-۲۷).

بر این اساس، بازار مجموعه‌ای متشکل از معابر و خیابان‌ها بود که از یک سو مرکز شهر را به راه‌های ناحیه‌ای و فراناحیه‌ای شهری و روستایی متصل می‌کرد، و از دیگر سو، بناها و تأسیسات مهم شهری را در مجموعه‌ای بسته و یکپارچه در کنار هم مطرح می‌ساخت. به این ترتیب، محور اصلی بازار عنصر ارتباط‌دهنده کانون‌های اصلی و مهم شهر و در یک کلام، ستون فقرات شهر اسلامی بود (حبیبی، همان: ۴۷-۴۸).

اگرچه سرزمین‌های مختلف اسلامی از نظر اقلیم با یکدیگر تفاوت‌هایی دارند، اما این مسئله در ساخت و محل استقرار بازار در شهر تأثیر چندانی نداشته است؛ هرچند نحوه استقرار شهرهای خاورمیانه پیوسته با تنوع همراه بوده است. شهرهایی مانند اسکندریه و استانبول در کنار دریا، بعضی شهرها مانند قیروان و مراکش در دشت‌های خشک، برخی دیگر مانند بغداد و قاهره در کنار رودخانه و بعضی مانند ارزروم و شیراز در جلگه‌های مرتفع قرار گرفته‌اند. اما به‌رغم این تنوع بین شهرهای اسلامی، از ایران تا اسپانیا و از ترکیه تا یمن، بازار همه‌جا در درون دیوارها و هسته مرکزی این‌گونه شهرها استقرار یافته است.

با این همه، با توجه به جایگاه بازار در بافت شهر، چهار نوع مختلف استقرار بازار قابل تشخیص است: ۱. در محور اتصالی دو دروازه، مانند بازارهای الجزیره، قاهره، قیروان و رباط؛ ۲. در محور

ارتباطی بین دروازه شهر و مسجد جامع یا ارگ، مانند بازارهای مدینه، تهران و تونس؛ ۳. در محور اتصالی بین دو مسجد بزرگ یا مکان مقدس، مانند بازار اصفهان، استانبول و مکه؛ ۴. در محور اتصالی مسجد جامع و ارگ یا بین ارگ و دیگر تأسیسات حفاظتی (دیوارشهر، دژها و مانند آن) یا بین بندر و مرکز شهر؛ نمونه این نوع بازارها عبارتند از بازار حلب، بغداد، دمشق و کویت (همان: ۵۲).

بازارها و کاوانسراهای بین‌راهی نیز در شکل‌گیری شهرها و بازار شهرها اثرگذار بوده‌اند. بر همین مبنا، بسیاری از سکونتگاه‌های کوچک روستایی واقع در کنار راه‌های اصلی تجاری، با شکل‌گیری و گسترش بازار به شهر تبدیل می‌شدند. بی‌دلیل نیست که بسیاری از شهرهای کوچک و بزرگ در کنار همین مسیرهای کهن تجاری برپا شده‌اند (خیرآبادی، ۱۳۷۶: ۶۰-۶۱).

عملکردهای مختلف بازار مستلزم فضاها و اجزای مختلف ساختاری بود که به این ترتیب، با بافت و جایگاه آن در ساختار شهری ارتباطی نزدیک و اندام‌وار داشت. از این رو، بازار از یک یا چند محور اصلی و چندین محور فرعی تشکیل می‌شد. در دو قسمت هر یک از این محورها، ردیفی یکنواخت و پیوسته از دکان‌ها و حجره‌ها قرار داشت که برخی از آن‌ها صرفاً محل عرضه و فروش کالا و بعضی دیگر کارگاه و محل تولید کالا بود (سلطان زاده، ۱۳۷۲: ۴۳-۴۴). به این ترتیب، اجزای گوناگون بازار عبارت بود از راسته‌ها، به منزله اصلی‌ترین عنصر که از تقاطع آن‌ها چهارسو (چهارسوق) پدید می‌آمد؛ رسته (محل استقرار صنف)؛ دالان؛ سرا (خان یا تجارتخانه)؛ خانبار (کالبار) محل انبار و یا پردازش کالا؛ تیم یا تیمچه محل تجمع تجارتخانه همسان؛ قیصریه محل کار صنعتگران ظرفکار و دکان‌های مختلف که هر دسته از آن‌ها به عرضه کالای معینی می‌پرداختند. در کنار این عناصر، مسجد، حمام، قهوه‌خانه، خوراک‌پزخانه و واحدهای فرهنگی یا خدماتی وجود داشت (پیرنیا، ۱۳۷۲: ۱۲۳-۱۲۵؛ حبیبی، همان: ۴۶-۴۷). به این ترتیب، بازار تقریباً در تمام شهرهای خاورمیانه و شمال آفریقا کانون اصلی فعالیت‌های اقتصادی محسوب می‌شد و به عبارتی، بازار برای شهرهای شرقی، در عمل، همان بخش مرکزی تجارت در شهرهای امروزی به شمار می‌رفت.

گذشته از اهمیت بازارها در ساخت شهرها، یکی از عناصر کالبدی بسیاری از شهرهای کوچک و بزرگ، بازارگاه‌ها و بازارچه‌های شهری است. بازارگاه معمولاً فضایی باز و ساخته‌نشده و محل عرضه کالاهای گوناگون توسط دست‌فروشان بود. از این‌گونه بازارگاه‌ها که در مواردی به صورت فصلی فعال بودند، در بسیاری از شهرهای کوچک و بزرگ وجود داشت و حتی برخی شهرها را بازارگاه می‌نامیدند. این احتمال وجود داشت که این بازارگاه‌ها به تدریج و با گسترش بیشتر به بازارهای دائمی تبدیل شوند. برخی از این بازارگاه‌ها در بیرون شهرها و معمولاً در مجاورت دروازه‌ها قرار داشتند. کالاهایی که در بازارگاه‌ها عرضه می‌شد، کالاهای روزمره و ارزان‌قیمت و عمدتاً محصولات کشاورزی بود. در مقابل، بازارچه‌ها معمولاً در مرکز هر محله مستقر بودند و به رفع نیازهای روزمره اهالی می‌پرداختند (پیرنیا، همان: ۲۹). وسعت این‌گونه بازارچه‌ها که به صورت میدانگاهی یا گذرگاهی بودند، به وسعت محله و شمار ساکنان آن بستگی داشت. معمولاً بعضی از فضاهای عمومی محله‌ها همچون مسجد، حسینیه، سقاخانه و آب‌انبار در کنار بازارچه‌ها قرار می‌گرفت (سلطان‌زاده، همان: ۲۹).

بازار را باید مهم‌ترین جامعه‌ی درون‌شهری کشورهای اسلامی دانست که به سبب ارتباط مستمر با طبقات مختلف مردم، در تحولات اجتماعی، به‌ویژه ایجاد تشکیلات منظم و تأثیرگذار و گسترش برخی نهضت‌ها، نقش بزرگی داشته و از نظر فرهنگی نیز حائز اهمیت خاصی بوده است. اهمیت بازار در حیات اجتماعی، اقتصادی و حتی فرهنگی شهر را از آن جا می‌توان دریافت که افزون بر روایات بسیاری که درباره‌ی بازار و بازاریان از پیامبر اکرم (ص) و امامان (ع) نقل شده، وجود آن را از مشخصه‌های «شهر اسلامی» و لابد در ردیف وجود و حضور والی و قاضی و جامع شمرده‌اند و برخی از حکمای اخلاق و صوفیه درباره‌ی آن سخن گفته‌اند (طوسی، ۱۴۰۷: ق: ۵۹۷/۱). با این همه، در انبوه آثار فقها و مورخان و نویسندگان کتب ادب و تاریخ، به‌دشواری می‌توان اشاره‌هایی قابل اعتنا به جنبه‌های اجتماعی و سیاسی و فرهنگی بازار به دست آورد. اما باید تصریح کرد که در فرهنگ اسلامی، بازار و بازرگانی پدیده‌ی جالبی است که گذشته از داد و ستد کالا، به نوعی فرهنگ تبدیل شده است. این فرهنگ، از تشویق و تحریض به کسب در احادیث معصومان (ع) تا آرای فقها و صوفیه و بسیاری از دانشمندان که خود اهل بازار بوده‌اند، و تا جوانمردان و اهل فتوت که در قرون متأخرتر بخش اعظم آن‌ها را صنوف بازار تشکیل می‌داده‌اند، قابل استخراج است.

کارکرد اجتماعی

نخستین نکته‌ی قابل مطالعه در نقش اجتماعی و فرهنگی بازار، روابط این نهاد و اعضای آن با عموم مردم، یعنی آداب و اخلاق کسب است که اتفاقاً بخش قابل توجهی از اشارات منابع را به بازار و بازاریان تشکیل می‌دهد. درباره‌ی فضیلت بازرگانی و کسب حلال — که از نشانه‌های ایمان و از جمله عبادات شمرده شده است (غزالی، ۱۳۶۴: ۲۵۶-۲۵۷) — در روایات و اقوال بزرگان دین و علم و اخلاق، سخن بسیار می‌توان یافت. چنان‌که صوفیه به این معنی متمسک شده‌اند، و اشتغال به کسب حلال را برای مریدان لازم دانسته‌اند تا فراغ خاطر، پس از زوال ضرورت معاش، برای عبادات فراهم آید (همان: ۲۶۰-۲۶۱). غزالی پس از تصریح به لزوم اطلاع از علم بیع، آن را دارای سه رکن دانسته، و در بحث از یکی از ارکان آن، یعنی «خریدار و فروشنده» به بررسی اخلاق و آداب کسب پرداخته است و همواره بازاریان را به مروّت و خودداری از سودجویی توصیه کرده، و آورده است که «بازاری مرد» باید بیندیشد که «بازار دنیا وی را از بازار آخرت باز ندارد.» او همچنین به پیروی از برخی احادیث، بعضی شغل‌ها و صنف‌ها را مکروه، و برخی را حرام دانسته است. به نظر او بهترین پیشه‌ها، بزازی و خرازی و بدترین آن‌ها، صرافی است. او جولاهگی و پنبه‌فروشی و دوک‌گری را رکیک خوانده است (همان: ۲۵۹-۲۷۷). همین معنی را بعدها کاشفی به نحوی دیگر با تفصیلی بیشتر بیان کرده است (کاشفی، ۱۳۵۰: ۲۶۲).

انتساب صاحبان برخی پیشه‌ها و اصناف به خلق و خوبی خاص در میان مردم، رواجی ویژه داشته است و از همین نسبت‌ها می‌توان خلیقات برخی طبقات بازاری و روابطشان را با مردم دریافت؛ مثلاً جولاهگان را نمونه‌ی سفاهت، حجامان را نمونه‌ی وقاحت، صباغان و صواغان را فریبکار، و دلان را دروغگو می‌دانستند و از دون‌همتی و بخل آن‌ها یاد می‌کردند (بیهقی، ۱۲۲۵: ق ۱۹۰۶ م: ۱۶۱). بانندگان و پشم‌ریسان و ماهی‌فروشان و پرده‌فروشان و کهنه‌فروشان را به حمق و خشم و

ستم و گمراهی منسوب می‌داشتند (جاحظ، ۱۳۸۵ ق - ۱۹۶۵ م: ۱۰۵/۲) و از پیامبر اکرم (ص) نیز در همین باره روایاتی نقل می‌کردند. کتاب قابوس‌نامه یکی از کهن‌ترین آثار است که در آن، به آداب و اخلاق کسب پرداخته شده و تصریح شده است که «اگر پیشه‌ور باشی و از جمله پیشه‌وران بازار ... زودکار و ستوده‌کار باش ... و کار به از آن کن که هم‌نشینان تو کنند ... با خریدار به جان و دوست و برادر و بارخدای سخن گوی ... چون چنین کنی ... در بازار معروف‌تر و مشهورتر از جمله پیشه‌وران باشی.» (عنصرالمعالی، ۱۳۴۷: ۱۷۷).

اما باید گفت که این نسبت‌ها و وصف‌ها بی‌گمان ناشی از احوال اجتماعی و حتی سیاسی حاکم بر بازار و جامعه در دوران‌های مختلف بوده است و نمی‌توان آن‌ها را اوصاف حقیقی صاحبان پیشه‌ها دانست. مثلاً قلقشندی - لابد درباره مصر و شام - آورده است که چون حيله‌گران و مفسدان سرشته‌دار شده‌اند، بسیاری از معاملات بازار فاسد است و وجه شرعی ندارد (قلقشندی، ۱۴۰۷ ق - ۱۹۸۷ م: ۱۱/۱۳)؛ در حالی که چند قرن پیش از او ناصرخسرو بازاریان قاهره را تحسین کرده و آن‌ها را به راستگویی و خدمت به مشتری ستوده است (ناصرخسرو، ۱۳۵۴: ۹۴-۹۵).

با این همه، از کتب حسبه و وظایف محتسبان در امور مربوط به بازار برمی‌آید که صحت عمل و نیکنامی گروه بزرگی از بازاریان محل تردید بوده است. در قرون اولیه اسلامی، اصناف و بازاریان را غالباً موالی و اقلیت‌های دینی تشکیل می‌دادند، چه در آن ایام عرب‌ها اشتغال به پیشه‌وری را دون شأن خویش می‌دانستند و جاحظ به این معنی تصریح کرده است (شیخلی، ۱۳۶۲: ۱۸).

بخش مهمی از بازارهای شرقی سرزمین‌های اسلامی در دست ایرانیان بود و بخش بزرگی نیز در دست یهودیان و مسیحیان قرار داشت که به‌ویژه در زمینه صرافی و جواهرفروشی فعالیت می‌کردند. در سده ۱۰ ق - ۱۶ م در اصفهان، ارمنیان در بازار، جایگاه خاصی داشتند و راسته‌ای نیز به نام آنان مشهور بود (متز، ۱۳۶۲: ۳۸۳/۲؛ شیخلی، همان: ۱۹-۲۱). این نکته هم جالب است که بسیاری از بازارها منسوب به اشخاص و خاندان‌های مشهور بوده است؛ مانند بازار غوریه، بازار لاجین منسوب به یکی از سلاطین مملوک مصر، بازار امیرالجبوش امیر مصر و سوق ابی عینیه در واسط. این بازارها یا ساخته خود آن‌ها بوده است یا در محلی که آنان زندگی می‌کردند و به نام ایشان منسوب شده بود بعداً بازاری پدید می‌آمد که به نام آن‌ها مشهور می‌شد. از آن میان، گاه بازار و راسته‌ای به امیر و سلطانی تعلق داشت که ممکن بود آن را به اقطاع دهند، چنان‌که اسماعیل بن صالح بن علی، مجموعه دکان‌هایی را در سوق حلب از هارون‌الرشید به اقطاع گرفت (ابن عدیم، ۱۴۲۴ ق - ۱۳۸۱ش: ۲۵۴/۴).

وجود بازار و نوع راسته‌ها می‌توانست حاکی از ثروت شهر و مردم آن باشد. مثلاً معلوم است که وقتی در شهری تنها سیصد بازار جواهرفروشی وجود داشته، حجم ثروت مردم - که می‌بایست آن بازارها را می‌گرداندند - چه اندازه بوده است. توجه به فقرا و درویشان هم - که در توصیه‌های اخلاقی به بازاریان جای مهمی دارد - می‌توانست تصویری از ثروت و رفاه اهل بازار در یک شهر به دست دهد. مثلاً گزارش مقریزی که در دکان‌های غذایی بازار قاهره ظروفی برای فقرا قرار داده بودند و در آن غذا می‌ریختند (المقریزی، ۱۹۹۸ م: ۹۵/۲)، نشان از همین معنی دارد. از آن سوی به عقیده بسیاری از نویسندگان، مداخله دولت در امور بازار و دست‌اندازی امرا و سلاطین بر آن،

می‌توانست موقعیت کل بازاریان را سخت در معرض تهدید و بلکه اضمحلال قرار دهد. مقریزی یکی از عوامل پریشانی و کساد بازار را همین پدیده دانسته است (همان‌جا).

ابن‌خلدون نیز طی بحث نسبتاً مفصلی، مفسد مداخله دولت و زمامداران را در بازار برشمرده است. بررسی ابن‌خلدون، برقراری انواع مالیات‌های غیرمرسوم بر بازار، یا مشارکت زمامداران در تجارت بازار و جابه‌جایی نرخ‌ها و احتکار دولتی و ایجاد بحران در بازار توسط دولت و استفاده از امکانات و مقررات دولتی برای بهره‌مندی و مشارکت در سود بازاریان را در بر می‌گیرد. وی معتقد است که مداخله دولتی در بازار، حتی اگر برای ازدیاد ثروت و توانایی مالی دولت صورت گیرد — اگرچه ممکن است سودآور باشد — سهم بزرگی عاید خزانه دولت نمی‌کند، زیرا نمی‌توان یا دشوار است که بتوان از تجارت دولتیان و وابستگان به دولت مالیات واقعی اخذ کرد، و همین امر مایه تباهی و کساد بازار و اقتصاد کشور و سبب ایجاد بحران اجتماعی می‌شود. از آن سوی، ابن‌خلدون معتقد است که اگر مقرری‌های کارگزاران لشکری و کشوری دولت با سطح عمومی زندگی تطابق نداشته باشد، آن‌ها نیز نمی‌توانند به زیردستان و اطرافیان خود که بخش اعظم مردم شهرها را تشکیل می‌دهند پول برسانند، پس حجم پول در دست عموم مردم کاهش می‌یابد و داد و ستد در بازارها راکد می‌شود؛ آن‌گاه میزان خراج پایین می‌آید و اندوخته دولت تنزل می‌یابد (ابن‌خلدون، ۱۳۴۶-۱۳۴۷: ۳۴۷ و ۳۵۷).

باید دانست که مراد ابن‌خلدون به اثبات رابطه مستقیم میان عمران و رواج بازار است. در واقع یکی از امتیازات و مشخصات بازارهای مشهور و پیشرو در کشورهای اسلامی، مداخله نکردن دولت در صدور و ورود و نرخ‌گذاری کالاها در مواقع عادی بوده است. قیمت کالاها می‌بایست با درآمد و ثروت مردم تناسب داشته باشد و این، مستلزم اطلاع از احوال اجتماعی و اقتصادی جامعه بوده است. شاید از این روست که گفته‌اند: نرخ‌گذاری کالاها در دست بازاریان مقیم شهرها بوده است، نه تاجران بزرگ که همواره در سفر بودند و از اوضاع اقتصادی و اجتماعی شهر خود اطلاع دقیقی نداشتند. این معنی تا حدی مقبول و رایج بوده است که حتی گفته‌اند: بازارهای بزرگی چون اسکندریه و بغداد، نرخ‌ها را برای همه‌جا تعیین می‌کردند (متز، همان: ۲/ ۳۷۰-۳۷۱).

بازارهای بزرگ که معمولاً شکل مجتمع‌های تجاری داشت، یعنی دارای راسته‌بندی‌های متنوع بود، بعدها خود در ایجاد تشکیلات منظم در بازار — اگرچه ارتباط مستقیم اقتصادی با آن نداشت — مانند تشکیلات فتوت، اخی‌ها و غیره مؤثر افتاد. در روایتی منقول از امام علی (ع)، بازار به مسجد تشبیه شده است که هر کس زودتر به موضعی در آن رسید، می‌تواند تمام روز را همان‌جا بماند و بساط کسب راه اندازد (حلی، ۱۳۷۷: ۲۴۵).

از این روایت چنین برمی‌آید که در آغاز اسلام و لاقبل در نخستین شهرهای اسلامی، بازارها دارای دسته‌بندی و راسته‌بندی نبوده‌اند. برخی معتقدند که نخستین نمونه‌های تشکیلات نسبتاً سازمان‌یافته بازاریان را در بازار کرخ بغداد می‌توان دید (رک. مسعودی، ۱۳۷۴: ۴۰۶/۲-۴۰۸، ۶۵۷-۶۶۸). مضاف بر آن باید گفت که راسته‌بندی و وجود اصناف مختلف در بازار علاوه بر آنکه از وجود تشکیلات خاصی خبر می‌دهد، خود حاکی از رواج صنعت و هنر و تجارت است؛ مثلاً در اسناد جنیزه از ۲۶۵ پیشه و صنف در مصر یاد شده است که بی‌گمان دارای تشکیلات بوده‌اند، اگرچه از چگونگی همه آن‌ها خبر نداریم. در بازار دمشق، هم‌زمان بیش از پنجاه صنف و پیشه وجود داشته که از برخی از آن‌ها حتی در اسناد جنیزه نیز یاد نشده است. جالب آن‌که برخی از

اصناف، خود به تیره‌های کوچک‌تر تقسیم می‌شدند؛ مثلاً صنف‌های کفشگر و چرمگر هر یک مشتمل بر دو یا سه گروه جدا بودند (Goitein, 1968: 257).

یکی از وجوه قابل بررسی بازار، نقش و موقعیت آن در برخی حوادث سیاسی، کشمکش‌های مذهبی، امور نظامی، بحران‌های درون‌شهری و وقایعی است که بر خود بازار عارض شده است. از جمله کهن‌ترین اشارات به نقش بازار در این حوادث، گزارش طبری است دربارهٔ بسیج لشکر مختار ثقفی در بازار و جنگ با عبدالله بن زبیر در آنجا و اتکا بر موالی که بیشتر اهل تجارت و بازار بودند و نیز مقابلهٔ بازاریان کوفه با قیام راوندی در ۱۴۱ ق - ۷۸۵ م (طبری، ۱۳۵۲: ۵۰۵/۷ - ۵۰۶: زرین‌کوب، ۱۳۶۲: ۳۵۷). همچنین می‌دانیم که بخشی از سپاه ابومسلم در پیکار با امویان را پیشه‌وران و پیله‌وران تشکیل می‌دادند (زرین‌کوب، همان: ۳۹۱) و در پیکار امین و مأمون در پایان سدهٔ ۲ ق - ۸ م بازاریان نقشی مهم داشتند و در برابر محاصرهٔ بغداد توسط مأمون، به دفاع از شهر برخاستند.

بازار به سبب موقعیت شهری می‌توانست محیطی مناسب برای تبلیغ و دعوت دینی و سیاسی باشد. در واقع، شواهدی در دست است که نشان می‌دهد بازار و بازاریان رکن مهم برخی از نهضت‌ها بوده‌اند. اینکه در منابع از بازارهای صاحب‌الزنج موسوم به مبارکه و میمونه یاد شده است که مورد هجوم و غارت سپاه عباسی واقع شدند (طبری، همان: ۱۹/۷ - ۶۲۰)، نشان از این دارد. علل و اسباب قیام زنگیان و موقعیت نازل اجتماعی اعضا و پیشوایانش، همه از طرفداری طبقهٔ فقیر پیشه‌وران و بازاریان جزء از این قیام حکایت دارد. به علاوه گفته‌اند که قرمطیان و باطنیان اساساً برای مبارزه با دستگاه خلافت، بر بازاریان، پیشه‌وران شهری و اهل حرفه اتکا داشتند. این معنی از القاب برخی از داعیان مانند کیال، حداد و غیره آشکار است (همان: ۱۳۵/۱۰). به گزارش سیاست‌نامه، محمد نخشی، از باطنیهٔ خراسان، در بازار فعالیت می‌کرد و برخی از رؤسای این فرقه خود اهل بازار بودند (نظام‌الملک، ۱۳۶۴: ۲۸۷) و در لحسا قرمطیان برای جلب پیشه‌وران و بازاریان جزء آن‌ها را مورد حمایت مالی قرار می‌دادند (ناصرخسرو، همان: ۱۴۸-۱۴۹). هم بدین سبب است که گفته‌اند: فاطمیان مصر به امور بازارها عنایت تمام داشتند و بر هر بازار «عریفی» از افراد همان پیشه می‌گماشتند و به شغل حسب و محتسبان سخت اهمیت می‌دادند (المقریزی، ۱۳۹۰ ق/ ۱۹۷۱ م: ۲/۱۵۱-۲۲۴).

برخی از محققان، تشکیلات اصناف در بازار را ساختهٔ اسماعیلیان یا متأثر از تشکیلات آنان دانسته و آورده‌اند که اینان برای رهبری نهضت، مراکز مستقل و سازمان‌یافته‌ای پدید آوردند و برای جلب توده‌های مردم، اتحادیه‌ها و تشکیلات صنفی ایجاد کردند. به عقیدهٔ اینان - که مقایسهٔ اصناف سدهٔ ۹ ق - ۱۵ م در آناتولی با تشکیلات اسماعیلیه آن را تأیید می‌کند - هر دو سازمان سخت شبیه به هم هستند (Lewis, 1937-1938: 25-26).

گزارش‌ها و شواهد تاریخی حاکی از آن است که مدت‌ها پیش از اسماعیلیه، بازارهای بزرگ دارای تشکیلات صنفی و برخی اتحادیه‌ها بوده‌اند. در قرون متأخرتر، بازاریان و اصناف آسیای صغیر خود جمعیت و نهضتی خاص، موسوم به اخی‌لیق (اخیگری) را ایجاد کردند که تشکیلات و سازمان آن، بنا به نظر بعضی از محققان، حاکی از باطنیگری و ارتباط اعضای آن با اسماعیلیه بود. بنا به نوشتهٔ برخی منابع، اعضای جمعیت اخی‌لیق برخلاف تشکیلات فیتان ضرورتاً می‌بایست از بازاریان و صاحبان حرف باشد (Çağatay, 1989: 46).

به هر حال، پیوستن بازار به نهضت‌های سیاسی و نظامی که با حکومت رسمی مبارزه می‌کرد تابع اوضاع اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بود. تسلط امرا و زمامداران ستمگر که با وضع مالیات‌های نامرئوسوم و مداخله در تولید و توزیع کالا، اسباب رکود بازار و فقر توده مردم پیشه‌ور و صاحبان حرف را فراهم می‌آوردند، خود از مهم‌ترین عوامل این گرایش بود که نمونه‌های بزرگ آن را در قیام زنگیان و قرمطیان می‌توان مشاهده کرد. یکی از بزرگ‌ترین نقش‌های بازار در تحولات اجتماعی و سیاسی قرن گذشته را باید در نهضت مشروطه ایران دید که بازاریان در بروز و تداوم آن نقش مهمی داشتند و استوارترین نقاط اتکای اقتصادی و اجتماعی رهبران این نهضت به شمار می‌رفتند (در این زمینه نک. کسروی، ۱۳۶۳، ۱۱۰/۱؛ ناظم‌الاسلام کرمانی، ۱۳۶۲: ۵۰۹/۱-۵۱۴). انجمن‌های صنفی مختلف که تشکیلات ایشان به نهضت یاری‌ها رسانده و پس از اعلام مشروطه رسمیت یافته بودند، با نشریه انجمن اصناف به نوبه خود نقش بزرگی در فعالیت نخستین دوره‌های مجلس شورای ملی ایران و دوره استبداد صغیر ایفا کردند (در این باره رک. دولت‌آبادی، ۱۳۴۹: ۱۱۶/۲-۱۱۷؛ اشرف، ۱۳۷۵: ۲۷).

کارکرد فرهنگی

بازار با نهادهای وابسته به آن، همان‌طور که به سبب موقعیت خاص اجتماعی‌اش، گویاترین پهنه حیات مادی طبقات مختلف مردم با همه فراز و نشیب‌هایش به شمار می‌رفت، می‌توانست جلوه‌گاه عقاید، و موطن هنر و اندیشه و ادبیات خاص نیز باشد.

واژه «بازار» که گونه‌ای تنوع و فراوانی را به ذهن متبادر می‌کند در زبان ادب نیز با بیان کنایی، همین مفهوم را در ترکیباتی چون بازار معانی، بازار قلم، بازار اهل فضل، بازار نظم و نثر، بازار علم، بازار فلسفه و ... می‌نمایاند و لطف معنی خاصی به کلام می‌بخشد (ابن عبید، ۱۹۹۷ م: ۳۷۱/۱؛ قنوجی، ۱۹۷۸: ۱۷۹/۱) تا آن‌جا که این‌گونه ترکیبات را در عنوان کتاب‌ها — همچون *سوق الشوق لأهل الذوق* — نیز به کار می‌بردند.

در زمینه عقاید مذهبی و اعتقادی عامه مردم — که از آن‌ها به منزله مردم کوچه و بازار یاد می‌شود — ادبیات بازار، یعنی ادبیاتی که در بازار و میان بازاریان رواج داشته، یا درباره آن‌ها پدید آمده است، یکی از جذاب‌ترین زمینه‌های قابل بررسی فرهنگی را تشکیل می‌دهد. بی‌گمان بر اثر توسعه بازار صنایع و حرف و پیشه‌ها، به تدریج در زبان هر یک از اصناف و گروه‌های بازاری واژه‌هایی متناسب با همان شغل و حرفه وارد شد که صاحبانش نه تنها از آن در گفت و گوهای درون‌صنفی و مربوط به فن و حرفه و شغل خاص، بلکه در محاورات عمومی نیز استفاده می‌کردند؛ نمونه‌هایی از این‌گونه محاورات در برخی از کتب ادب ضبط شده است (جاحظ، ۱۳۵۲ ق ۱۹۳۳-۱۹۳۴ م: ۸۳/۱-۳۸۴).

برخی از این واژه‌ها و بلکه تعبیرها را — تا آن‌جا که به روابط مردم با بازاریان مرتبط بود — همه درمی‌یافتند، ولی برخی دیگر که در محاورات خود اهل حرفه به کار می‌رفت، برای دیگران نامفهوم بود. این واژه‌ها و اصطلاحات که دور از زبان فاخر و فصیح، و برخاسته از زبان و اندیشه عامه خلق است، افزون بر اهمیت ادبی آنکه از منابع پرارزش زبان و ادب هر قوم به شمار می‌رود، غالباً از دیدگاه تاریخ اجتماعی نیز سخت در خور اعتناست. فایده اخیر، از اشعاری که درباره پیشه‌ها و

پیشه‌وران و بازاریان در قالب‌های مختلف شهری سروده شده، با توجه به فقدان منابع مستقل درباره تاریخ حیات عامه مردم، بیشتر متصور است (قاسمی، ۱۳۴۷: ۴۳۶).

این گونه ادبیات منظوم در سده‌های نخستین اسلامی فراوان نبود. به نظر می‌رسد اشعار ابوعلی باخزری درباره جوانی خیاط که در آن از لغات و اصطلاحات همان پیشه استفاده شده، و نیز یک رباعی منسوب به ابوالمجد بستی در زمره نخستین اشعار از این گونه است (همان: ۴۴). در زبان فارسی، کهن‌ترین اشعار درباره پیشه‌ها و بازاریان ظاهراً قطعه‌هایی است از مسعود سعد سلمان و امیر خسرو دهلوی (گلچین معانی، ۱۳۸۰: ۳۰-۱۴). سرایش این گونه اشعار در قرون بعد رو به افزایش نهاد، تا آنجا که در ادب فارسی گونه‌ای از سخن را که درباره بازار و انواع پیشه‌ها و حرفه‌ها گفته و سروده شده، و واژه‌ها و اصطلاحات همان پیشه‌ها به وفور در آن‌ها آمده است، «شهر آشوب» و «شهر انگیز» و «عالم آشوب» می‌خواندند (قاسمی، همان: ۴۳۶-۴۳۸).

برخی از این منظومه‌ها نام‌های خاصی داشتند، مانند شهر آشوب سیفی نجاری، موسوم به صنایع البدایع و نیز مجمع الاصناف منسوب به لسانی شیرازی یا صفات الاصناف از یوسف اصم استرآبادی که از بهترین نمونه‌های این گونه اشعار به شمار می‌روند (گلچین معانی، همان: ۲-۳). برخی از شهر آشوب‌ها، سروده اهل بازار است؛ مانند یک شهر آشوب عربی از استاد حسن دبایغ که خود ظاهراً بازاری بوده است (قاسمی، همان: ۴۴۱).

علاوه بر این، منظومه‌هایی نیز وجود دارد که صرفاً به وصف بازاری خاص پرداخته است؛ مانند منظومه‌ای موسوم به مینابازار از نورالدین محمد ظهوری (۱۰۲۵ ق ۱۶۱۶ م) شاعر دربار ابراهیم عادلشاه (۹۸۸-۱۰۳۵ ق/ ۱۵۸۰-۱۶۲۶ م) که در آن به وصف بازاری پرداخته است که عادلشاه در بیچارپور ساخت. در میان شاعران، کسانی را نیز می‌شناسیم که خود اهل بازار و خرید و فروش بوده، و دیوان‌هایی بر جای نهاده‌اند؛ از جمله می‌توان از شاعر عباس صبوحی یاد کرد که نانوایی داشت (کریمی، ۱۳۶۲: ۲) و در برخی اشعارش از ابزارها و ادوات بعضی حرف به استعاره و کنایه استفاده کرده است؛ یا می‌توان به ثبوتی، شاعر ترک از مردم قرمان، اشاره کرد که در بازار، شربت و معجون می‌فروخت و دیوانی دارد (حاجی خلیفه، ۱۹۴۲/۱۹۴۱: ۷۸۱/۱).

در حقیقت، شمار دانشمندان و ادیبان شناخته‌شده‌ای که اهل بازار بودند، کم نیست و می‌توان فهرست بلندبالایی از آنان فراهم آورد. این خود شاید با سنت و شیوه بسیاری از اصحاب پیامبر(ص) که در بازارها کار می‌کردند، بی‌ارتباط نبوده باشد. سری بن احمد کندی، طرازساز و رفوگر بود و در بازار بزآزان موصل دکان داشت (بیهقی، همان: ۱۶۴/۱-۱۶۵). برخی از بازاریان دانشمند، مجالس درس خود را نیز در دکان‌ها ترتیب می‌دادند، مانند محمد بن علی شهرزوری که در بازار بغداد عطر می‌فروخت و طالبان علم در همان دکان به درس او می‌رفتند (ابن قاضی شهبه، ۱۴۰۷ ق ۱۹۸۷ م: ۱۵۰/۶).

برخی از شهرها و بازارها نیز بر سر مزار دانشمندان و صوفیان اهل بازار پدید می‌آمد و گسترش می‌یافت؛ مانند شهر و بازار بزرگی که در اطراف آرامگاه امیر غیاث‌الدین از صوفیه بزرگ هرات در عصر تیمور - که خود در «بازار خوش» هرات دکان حلوافروشی داشت - برآمد و شهرتی یافت (اسفزاری، ۱۳۳۸: ۱۳۶-۱۳۹).

به علاوه، گزارش‌های بسیاری در دست است که نشان می‌دهد بازارها محل املا و روایت حدیث بوده است و کسانی چون ابونصر ابراهیم بن فضل اصفهانی و ابومنصور قفال در بازار

اصفهان می‌ایستادند و از بر حدیث روایت می‌کردند و سلسله اسناد را نیز می‌گفتند (ذهبی، ۱۹۴۸: ۸۱/۴). از این رو، غریب نیست که در بسیاری از بازارها، مدرسه — همچون مسجد که جزء لاینفک بازارها بود — ساخته شده است. امروزه هم در داخل یا جنب بسیاری از بازارهای سرزمین‌های اسلامی، علاوه بر مسجد و جامع، مدارس قدیم برای تدریس علوم دینی دایر است یا بقایای آن دیده می‌شود. در واقع، جایگاه اجتماعی بازار و ارتباط نزدیک بازاریان با مراکز دینی و بعضی مساجد و جوامع، خود موجب شده است تا مدارس دینی در متن بازار یا بدنه آن، جایگاهی اساسی بیابند. چنان‌که مدارس بسیاری را در راسته‌ها و تیمچه‌های بازار تهران می‌شناسیم که برخی هنوز دایر است (سلطان‌زاده، ۱۳۶۴: ۴۱۱-۴۱۲).

ارتباط بازار با مدارس و جوامع و علما را وجود راسته‌ها و بازارهای کتاب‌فروشان و وراقان تکمیل می‌کرد. این‌گونه بازارها مهم‌ترین نقش را در توسعه دانش و انتقال فرهنگ بر عهده داشتند؛ چه می‌دانیم که بسیاری از دانشمندان بخش مهمی از اوقات خویش را در بازار کتاب‌فروشان سپری می‌کردند، کتاب می‌خریدند یا می‌خواندند، استنساخ می‌کردند و یادداشت برمی‌داشتند، بی‌آنکه کتاب را بخزند. برخی نیز خود در این بازارها دکان داشتند و همان‌جا به تربیت طالبان علم می‌نشستند (ابن حجر عسقلانی، ۱۳۹۲ ق ۱۹۷۲- م، ۱۳۴/۵-۱۵۰). یکی از نامدارترین نویسندگان کهن، ابن‌ندیم، خود در بازار وراقان کار می‌کرد و *الفهرست*، اثر بی‌مانند او، نتیجه کاوش‌های او در کتاب‌های واردشده به بازار وراقان است. محمد بن حسین وراق، معروف به ابن‌خفاف از راویان نامدار، چنان‌که از نامش پیداست احتمالاً در بازار وراقان کار می‌کرد و یک بار که بازار آتش گرفت، تنها ۱۰۸۰ جلد از کتاب‌های او که برخی از سماع‌هایش را نیز در بر داشت، سوخت. درباره ابوالفرج اصفهانی گفته‌اند که به سوق الوراقین می‌رفت و مقدار زیادی کتاب می‌خرید، به خانه می‌برد و از آن‌ها در تألیف آثارش بهره‌مند می‌شد (در این باره رک. خطیب بغدادی، ۱۳۴۹ ق: ۳۸۹/۱۱).

در ابیاتی که مقریزی نقل کرده، آمده که اگرچه مجالست با بازار و بازاریان مذموم است، ولی رفت و آمد به بازار کتاب که در آن ابزار اهل ادب یافت می‌شود، ستوده شده است (مقریزی، همان: ۱۰۲/۲).

گاه همه یا بخشی از بازارها وقف بودند، یا بسیاری از مدارس و جوامع در بازارها اوقاف خاصی داشتند و گاه می‌شد که سراسر یک بازار وقف یک جامع، یا مدرسه بود. در ربع رشیدی نیز که هسته اصلی آن را مدرسه و بیمارستان تشکیل می‌داد، اوقافی از بازار شهرستان رشیدی برای مقاصد جدا شده بود (در این باره رک. فضل‌الله همدانی، ۱۳۵۶: ۱۳۸-۱۳۹).

یکی از جهات مهم فرهنگی و مرتبط با بازار، نفوذ تصوف میان بازاریان و تأثیر برخی تشکیلات صوفیه و فقیان بر بازار است؛ چنان‌که گفته‌اند، میان برخی از جنبه‌های تشکیلات صنفی با تشکیلات صوفیه مشابهت‌هایی وجود دارد، به‌ویژه در قرون متأخر بسیاری از صاحبان حرف و پیشه به نحله‌های مختلف اهل تصوف گرایش و ارادت داشتند. سخنانی که صوفیان برای تشویق مریدان به کسب و کار در بازار و بی‌نیازی از خلق و در عین حال تهذیب اخلاق نقل می‌کردند، مانند این سخن که «توکل حال پیامبر (ص) است و کسب سنت او و هر که بر حال او باقی بماند نباید سنت او را رها کند.» (قشیری، ۱۹۸۸: ۷۷)؛ یا اینکه یکی از صوفیان می‌گفت: «ده بیست سال است که با اعتقاد به توکل در بازار کار می‌کنم.» (همان: ۷۸)، خود از سبب‌های گرایش بازاریان به صوفیان و

ایجاد ارتباط بین آنان بود؛ تا آنجا که مثلاً در مارواءالنهر، بازاریان دوستدار و طرفدار صوفیه را «محب» می خواندند (محمد بن منور، ۱۳۶۶: ۱۶۰/۱).

وجود برخی خانقاه‌ها در بازارها، یا ایجاد بازار در کنار خانقاه‌ها، خود مؤید این ارتباط است. بسیاری از صوفیان در بازار به کار می پرداختند، مانند جنید بغدادی که در بازار خرازی می کرد (قشیری، ۱۹۸۸: ۱۰-۲۵؛ ابن خلکان، ۱۹۷۴: ۲۵۱/۲).

از عبارات منسوب به ابوالعباس قصاب، از مشایخ صوفیه، می توان میان آنان با تشکیلات جوانمردان (فتیان) بعدی در بازار ارتباط برقرار کرد. چه، آیین جوانمردی در سده‌های مختلف به تدریج با افکار و آداب و رفتار طبقه متوسط جامعه از پیشه‌وران و اصناف پیوند خورد و در سازمان و رسوم و قواعد آن‌ها تأثیر بسیار بر جای نهاد؛ چنان‌که برخی از اصناف برای خود آیین و آداب خاصی در فتوت برپا کردند. بررسی این آداب و اخلاق از مهم‌ترین منابع بررسی اوضاع عمومی اخلاقی و فرهنگ جامعه است. برخی از اصناف اهل فتوت، آثار مکتوبی نیز پدید آوردند و سلسله‌هایی برای خود ترتیب دادند. مانند فتوت‌نامه چیت‌سازان و فتوت‌نامه آهنگران که برخی از امامان شیعه (ع) را بنیان‌گذار و پیر بزرگ طریقت خویش دانسته‌اند و مرادشان از دوازده پیر و استاد یا دوازده اصل اخلاق منطبق با ائمه دوازده‌گانه (ع) است (کربن، ۱۳۶۳: ۸۸۰-۸۸۳).

در هر یک از این رسائل، شیوه‌های اخلاقی کار در دکان و تربیت شاگرد و تولید محصول نیز وصف شده است. فتوت‌نامه واعظ کاشفی هم از مشهورترین آثار در نوع خود و مشتمل بر اشارات بسیاری به بازار و بازاریان و آداب و اخلاق جوانمردان بازاری است.

نتیجه

بازار پدیده‌ای مختص خاورمیانه و شمال آفریقا است که شارستان تنها با این پدیده هویت می‌یابد. بازار به منزله یک نظام عملکردی یکپارچه در مرکز شهر، همراه با کلیت کالبدی و یکپارچگی فضایی و سازمانی آن، دستاوردی خلاقانه در حوزه فرهنگ اسلامی است و آن را باید مهم‌ترین جامعه درون‌شهری در کشورهای اسلامی دانست که علاوه بر مرکزیت اقتصادی، مهم‌ترین پیوندهنده فضاها و مراکز اقتصادی، مذهبی، اجتماعی و سیاسی بوده، و به سبب ارتباط مستمر با طبقات مختلف مردم، در تحولات اجتماعی، به‌ویژه ایجاد نوعی تشکیلات منظم و تأثیرگذار، در گسترش برخی نهضت‌ها نقش بزرگی داشته است.

بازار به سبب موقعیت شهری می‌توانست محیطی مناسب برای تبلیغ و دعوت دینی - سیاسی و حتی بسیج عمومی و اعتراضات سیاسی علیه قدرت‌های حاکم باشد.

بازار همواره جلوه‌گاه عقاید، موطن هنر و اندیشه و ادبیات خاص در طول تاریخ ایران و اسلام بوده است. برخی از بازاریان دانشمند، مجالس درس خود را نیز در دکان‌ها ترتیب می‌دادند. به علاوه، گزارش‌های بسیاری در دست است که نشان می‌دهد بازارها محل املا و روایت حدیث بوده است. بنابراین، بازارها مهم‌ترین نقش را در توسعه دانش و انتقال فرهنگ بر عهده داشته‌اند.

منابع

- *آمار دارالخلافه تهران* (۱۳۶۸). به کوشش سیروس سعدوندیان و منصوره اتحادیه، تهران، نشر تاریخ ایران.
- ابن حجر عسقلانی، احمد (۱۳۹۲ ق - ۱۹۷۲ م). *الدرر الکامنه*، به کوشش محمد عبدالمعید خان، حیدرآباد دکن، دائرة المعارف العثمانیه.
- ابن خلدون (۱۳۶۶-۱۳۴۷). *مقدمه ابن خلدون*، ترجمه محمد پروین گنابادی، تهران، بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- ابن خلکان، احمد بن محمد (۱۹۷۴). *وفیات الاعیان و ابناء الزمان*، حقه احسان عباس، بیروت.
- ابن عبید، عبدالله (۱۹۹۷ م). *قری الضیف*، به اهتمام عبدالله بن حمد منصور، ریاض، أضواء السلف.
- ابن عدیم، عمر (۱۴۲۴ ق - ۱۳۸۱ ش). *بغیه الطلب فی تاریخ حلب*، به کوشش عبدالعزیز الطباطبائی، قم، دلیل ما.
- ابن قاضی شهبه، ابوبکر (۱۴۰۷ ق - ۱۹۸۷ م). *طبقات الشافعیه*، به کوشش عبدالعلیم خان، بیروت، دارالندوه الجدیده.
- اسفزاری، محمد (۱۳۳۸). *روضات الجنات فی اوصاف مدینه هرات*، به کوشش محمدکاظم امام، تهران، دانشگاه تهران.
- اشرف، احمد (۱۳۷۵). «نظام صنفی جامعه مدنی و دموکراسی در ایران»، گفتگو، تهران، ش ۱۴: ۲۷.
- اهلرس، اکارت (۱۳۸۰). «تحولات شهری در ایران (۱۲۹۹ تا ۱۳۲۰ ش)»، *ایران، شهر - روستا - عشایر*، ترجمه عباس سعیدی، تهران، منشی.
- بیهقی، ابراهیم (۱۲۲۵ ق - ۱۹۰۶ م). *المحاسن و المساوی*، به اهتمام محمد ابوالفضل ابراهیم، قاهره، مطبعه السعاده.
- پتروشفسکی، ای. پ؛ بلیایف، ی. آ. (۱۳۵۶). *سه مقاله درباره بردگی*، ترجمه سیروس ایزدی، تهران، امیرکبیر.
- پیگولوسکایا، نینا ویکتورونا (۱۳۶۷). *شهرهای ایران در روزگار پارتیان و ساسانیان*، ترجمه عنایت‌الله رضا، تهران، علمی و فرهنگی.
- پیگولوسکایا، نینا ویکتورونا (۱۳۷۲). *اعراب حدود مرزهای روم شرقی و ایران در سده‌های چهارم - ششم میلادی*، ترجمه عنایت‌الله رضا، تهران، مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی (پژوهشگاه).
- پیرنیا، محمدکریم (۱۳۷۲). *آشنایی با معماری اسلامی ایران*، به کوشش غلامحسین معماریان، تهران، نشر دانشگاه علم و صنعت.
- جاحظ، عمرو (۱۳۸۵ ق - ۱۹۶۵ م). *الحيوان*، به اهتمام عبدالسلام محمد هارون، قاهره، مکتبه مصطفی البابی الحلبي.
- جاحظ، عمرو (۱۳۵۲ ق - ۱۹۳۳ م). *رسائل*، به اهتمام عبدالسلام محمد هارون، قاهره، مکتبه التجاریه الکبری.

- حاجی خلیفه (۱۹۴۱-۱۹۴۲). *کشف الظنون عن اسامی الکتب و الفنون*، تصحیح رفعت بیلگه، استانبول، وزارت معارف.
- حبیبی، محسن (۱۳۵۷). *از شار تا شهر*، تهران، دانشگاه تهران.
- حلی، یحیی (علامه) (۱۳۷۷). *جامع الشرایع*، تهران، المکتبه العلمیه الاسلامیه.
- خطیب بغدادی، احمد (۱۳۴۹ ق). *تاریخ بغداد و مدینه السلام*، بیروت، الکتب العربی.
- خیرآبادی، مسعود (۱۳۷۶). *شهرهای ایران*، ترجمه حسین حاتمی نژاد و عزت الله مافی، مشهد، نشر نیکا.
- داندمایف، م. (۱۳۶۶). *تاریخ سیاسی و اقتصادی هخامنشیان*، ترجمه کمال بنی پور، تهران، نشر گستره.
- دولت آبادی، یحیی (۱۳۴۹). *حیات یحیی*، ج ۲، تهران، ابن سینا.
- ذهبی، محمد (۱۹۴۸). *العبر*، به کوشش صلاح الدین منجد، کویت، مؤسسه الرساله.
- رشیدالدین، فضل الله همدانی (۱۳۵۶). *وقف نامه ربع رشیدی*، به کوشش مجتبی مینوی و ایرج افشار، تهران، انجمن آثار ملی.
- رضا، عنایت الله و دیگران (۱۳۵۵). *آب و فن آبیاری در ایران باستان*، تهران، وزارت آب و برق.
- زرین کوب، عبدالحسین (۱۳۶۲). *تاریخ ایران بعد از اسلام*، تهران، امیرکبیر.
- سلطان زاده، حسین (۱۳۶۴). *تاریخ مدارس ایران از عهد باستان تا تأسیس دارالفنون*، تهران، بنیاد فرهنگ ایران.
- سلطان زاده، حسین (۱۳۷۲). *فضاهای شهری در بافت های تاریخی ایران*، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- سلطان زاده، حسین (۱۳۸۰). *بازارهای ایرانی*، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- طوسی، محمد بن حسن (۱۴۰۷ ق). *الخلاف، التحقيق جماعه من المحققین*، قم، مؤسسه النشر الاسلامی التابعه لجماعه المدرسین.
- شیخلی، صباح ابراهیم سعید (۱۳۶۲). *اصناف در عصر عباسی*، ترجمه هادی عالم زاده، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.
- طبری، محمد بن جریر (۱۳۵۲). *تاریخ طبری یا تاریخ الرسل و الملوک*، ترجمه ابوالقاسم پاینده، تهران، بنیاد فرهنگ ایران.
- عنصرالمعالی، کیکاووس (۱۳۴۷). *قابوس نامه*، به کوشش سعید نفیسی، تهران، کتابفروشی فروغی.
- غزالی، محمد (۱۳۶۴). *کیمیای سعادت*، به کوشش محمد عباسی، تهران، گنجینه.
- قاسمی، رضا (۱۳۴۷). «شهر آشوب»، *راهنمای کتاب*، تهران، س ۱۱، ش ۸- ۹: ۴۳۶.
- قشیری، عبدالکریم (۱۹۸۸). *رساله قشیری*، ترجمه مقدمه و تعلیقات پیرمحمدحسن، اسلام آباد، اداره تحقیقات اسلامی.
- قلقشندی، احمد (۱۹۸۷-۱۴۰۷ م). *صبح الاعشی فی صناعه الانشاء*، شرح محمد حسین شمس الدین، بیروت، دارالکتب العلمیه.
- قنوجی، صدیق (۱۹۷۸). *ابجدالعلوم*، به اهتمام عبدالجبار زکار، بیروت.

- کاشفی، حسین (۱۳۵۰). *فتوت‌نامه سلطانی*، به کوشش محمدجعفر محجوب، تهران، بنیاد فرهنگ ایران.
- کربن، هانری (۱۳۶۳). *آیین جوانمردی*، ترجمه احسان نراقی، تهران، نشر نو.
- کرمی، احمد (۱۳۶۲). *مقدمه‌ای بر دیوان صبوحی*، تهران، نشریات ما.
- کسروی، احمد (۱۳۶۳). *تاریخ مشروطه ایران*، تهران، امیرکبیر.
- گلچین معانی، احمد (۱۳۸۰). *شهر آشوب در شعر فارسی*، به کوشش پرویز گلچین معانی، تهران، دانشگاه تهران.
- متز، آدام (۱۳۶۲). *تمدن اسلامی در قرن چهارم هجری*، ترجمه علیرضا ذکاوتی قراگزلو، تهران، امیرکبیر.
- محمد بن منور (۱۳۶۶). *اسرار التوحید فی مقامات شیخ ابوسعید ابوالخیر*، به کوشش محمدرضا شفیعی کدکنی، تهران، نشر سخن.
- مسعودی، ابوالحسن علی بن حسین (۱۳۷۴). *مروج الذهب و معادن الجواهر*، ترجمه ابوالقاسم پاینده، ج ۲، تهران، علمی و فرهنگی.
- مشکور، محمدجواد (۱۳۵۷). *فرهنگ تطبیقی عربی با زبانهای سامی و ایرانی*، تهران، بنیاد فرهنگ ایران.
- المقریری، احمد بن علی (۱۹۹۸ م). *الخطط*، تحقیق محمد زینهم، قاهره، مکتبه مدبولی.
- المقریزی، احمد (۱۳۹۰ ق - ۱۹۷۱ م). *الفاظ الحنفاء*، به کوشش محمد علی محمد احمد، قاهر، دارالمکتبه الثغافیه.
- ناصرخسرو (۱۳۵۴). *سفرنامه*، به کوشش محمد دبیرسیاقی، تهران، نشر سخن.
- ناظم‌الاسلام کرمانی، محمد (۱۳۶۲). *تاریخ بیداری ایرانیان*، به کوشش علی‌اکبر سعیدی سیرجانی، تهران، بنیاد فرهنگ ایران.
- نظام‌الملک، حسن (۱۳۶۴). *سیاست‌نامه (سیرالملوک)*، به کوشش جعفر شعار، تهران، کتاب‌های جیبی.
- هرن، پاول؛ هوبشمان، هاینریش (۱۳۵۹). *اساس اشتقاق فارسی*، ترجمه جلال خالقی مطلق، تهران، بنیاد فرهنگ ایران.
- Çağatay, Neşet (1989). *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- *Encyclopaedia Britannica* (1985). Vol. V, "bazaar".
- Ergin, Osman (1947). "Çarşı", *İslâm Ansiklopedisi*, Vol. III, pp. 360 – 362.
- Goitein, S. D. (1968). *Studies in Islamic History and Institutions*. Leiden: E.J. Brill.
- Lewis, Bernard (1937–1938). "The Islamic Guilds", *The Economic History Review*. Vol. 8, No. 1, pp. 20 – 37.

