

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی ام وی وی کی وی کم اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

«بازار در گذر زمان»^۱

(بررسی تأثیر فرآیند مدرن شدن بر تغییر کارکردهای سنتی بازار بزرگ تهران)

وحید فروزنده^۲

مریم واعظ

چکیده

در این مقاله با رویکردی تاریخی به بررسی دوره‌های مختلف بازار بزرگ تهران پرداخته و با روش مشاهده مشارکتی و مصاحبه عمیق و ساخت یافته و مطالعه اسنادی و همچنین به کارگیری رویکرد نظری دورکیم در کتاب «تقسیم کار اجتماعی» به بررسی تغییراتی که در کارکردهای مختلف بازار تهران، یعنی کارکردهای اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، سیاسی و دینی- مذهبی، در طول زمان بوجود آمده پرداختیم و نشان دادیم که بازار بزرگ تهران در جهت روند مدرن شدن شهر تهران، افزایش جمعیت روزافزون، رشد شهرنشینی، صنعتی شدن جامعه، افتراق بین طبقات و اقشار اجتماعی، افتراق نهادی و ساختاری، تشکیل بازارهای ملی، گسترش مبادله، تخصیص نقش‌ها و کارکردها و غیره بسیاری از کارکردهای ارزشی و فرهنگی- اجتماعی و سیاسی خود را در روند گذار جامعه از حالت مکانیکی و سنتی به دوره جدید و ارگانیک از دست داده است و کارکرد اصلی خود را صرفاً در حوزه اقتصادی و آن هم بیشتر در حیطه عمده فروشی فرو کاسته است.

واژه‌های کلیدی: بازار بزرگ تهران، کارکردهای بازار، فرآیند مدرن شدن، تقسیم کار، تخصصی شدن، افتراق

نهادی

۱. مقدمه

بازار مکانی است که کسب و کار، تجارت، پول و قدرت اقتصادی در آن وجود دارد. در واقع بازار یکی از ارکان اصلی و بنیادی نظام زندگی بشر امروزی است و بسیاری از فعالیت‌ها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. از گذشته دور اینگونه بود که بخشی از فعالیت‌های بازار در حوزه سیاست و دین صورت می‌گرفت و به همین دلیل همیشه بازار در کنار سیاست و دین حضور داشت و با یگدیگر تعامل مشترک داشتند و تأثیرات متقابل بر روی یکدیگر می‌گذاشتند. به صورتی که تقریباً در بسیاری از دوره‌های تاریخی نظام اجتماعی ایران فرایند همکاری بین دین، سیاست و اقتصاد روند کلی حرکت جامعه را شکل می‌داد که در هر دوره بسته به زمینه و بافت اجتماعی و توان هر کدام یکی فعال تر و موثرتر از دیگران عمل می‌کرد. به همین دلیل در شهرهای اسلامی بازار به عنوان مهمترین شاهراه حیاتی، برخی از عناصر شهری مانند مسجد جامع، مدرسه‌های مذهبی، خانقاه

۱. الهام گرفته از نام کتاب ماکس وبر، «شهر در گذر زمان»

۲. vahidforouzandeh@gmail.com

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی ام و سی و یکم اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

وگرمابه را در خود جای می‌داد و با مراکز مهم مذهبی، اقتصادی و سیاسی پیوندی استوار ایجاد می‌کرد. مسجد جامع بعنوان مرکز دینی در هسته مرکزی شهر ساخته می‌شد و بازار به عنوان مرکز معیشتی مردمی و فعالیت‌های صنفی معمولاً در جوار مسجد جامع قرار داشت. احمد اشرف در مورد فضای شهرهای اسلامی می‌گوید «شهر اسلامی متشکل از سه رکن اصلی ارگ، مسجد جامع و بازار بوده که محل استقرار عمل دیوانی، علما و بازاریان بوده است، بازارها ستون فقرات نظام اجتماعی و اقتصادی شهرها بودند. در بازارها تجار بزرگ و متوسط در رأس سلسله مراتب اجتماعی جای داشتند {...} شهرهایی که فرمانروایان اسلامی بنیان گذاردند دو پایه اصلی داشت، یکی مسجد جامع و دیگری بازار. مساجد جامع در شهرها عموماً در کنار مقر فرمانروایان و والیان قرار داشت و بعضاً مراکز اجتماعات سیاسی و رسمی هم بود و معمولاً در کنار آن مدرسه علمیه شهر واقع بود و بالاخره بازار که آن را احاطه می‌کرد» (احمد اشرف، ۱۳۵۹: ص ۲۲) از همین جهت بود که بنا به گفته محققان بازار در کنار دربار و روحانیت علاوه بر نیروی اقتصادی یکی از مهمترین نیروهای سیاسی و اجتماعی را داشت و به نوعی بازار که مجموعه‌ای بود از دکانها، حجره‌ها، کارگاه‌های صنایع دستی، بناهای مورد نیاز مردم (حمام، زورخانه، کاروانسرا، آب‌انبار) و خانه‌های مسکونی جامعه‌ای بود در درون جامعه شهری که تجار معتبر و متوسط و اصناف و پیشه‌وران در آن مجتمع بودند (بهنام: ۱۳۷۵) بنابراین ما در این تحقیق در ابتدا کارکردهای چهارگانه بازار یعنی کارکرد اقتصادی، کارکرد اجتماعی و فرهنگی، کارکرد سیاسی و کارکرد دینی - مذهبی را نشان داده و در ادامه بر اساس نظریه دورکیم در کتاب «درباره‌ی تقسیم کار اجتماعی» و با رویکردی تاریخی نشان می‌دهیم که چگونه کارکردهای سنتی بازار روز به روز به علت تخصصی شدن امور مختلف در جامعه ارگانیک از یکدیگر تفکیک شده و بصورت مستقل و به دور از یکدیگر و البته در تعامل باهم به کار خود ادامه می‌دهند.

۲. طرح مسأله

تهران در حال حاضر به عنوان پایتخت و بزرگترین و پرجمعیت‌ترین شهر ایران مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان شهری بوده است تا با شناخت هرچه بهتر و بیشتر جوانب و مسائل موجود در آن بتوانند تصمیمات بهتری در جهت رشد و توسعه و ارتقای آن گرفته و مسائل و مشکلات آن را به بهترین نحو حل و رفع کنند. به همین دلیل به نظر می‌آید اگر بر اساس آنچه که گفته شد بازار را به عنوان یکی از مهمترین ارکان اجتماع شهری بدانیم و به تبع بازار بزرگ تهران را نیز دارای چنین نقشی بدانیم ضروری می‌نماید تا برای بررسی و بهبود مسائل موجود در شهر تهران بازار بزرگ را به عنوان یکی از اصلی‌ترین و تأثیرگذارترین نهادهای جامعه ایران در رویدادهای چند سده اخیر تا به امروز مورد بررسی قرار داده و کارکردهای حال و گذشته آن را مورد تأمل قرار دهیم تا بتوانیم با بینش و رویکردی صحیح‌تر به امور مربوط به بازار که خود در حوزه‌های مهمی از

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی‌ام‌وسی ویکم اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

جامعه تاثیرگذار است پرداخت. بنابراین سوال ما در این تحقیق اینگونه است که آیا بر اثر رشد شهرنشینی کارکردهای سنتی بازار بزرگ ایران تغییر کرده است یا خیر؟ و اگر تغییر کرده است کارکردهای آن چه سر و شکلی به خود گرفته و حدود و میزان آن چقدر است؟ و این تغییر کارکرد نیازمند چه نوع از سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در امور کلان جامعه است؟ و شناخت آن چه تاثیراتی بر نوع رویکرد و بینش ما در تصمیم‌گیری‌های مربوط به الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت داشته باشد؟

۳. پیشینه تحقیق

درباره موضوع مورد مطالعه این تحقیق (یعنی رویکردی جامعه‌شناسانه به بازار) حداقل با تحقیق و جستجویی که محقق داشته متأسفانه منابع مناسب و مطلوبی نه در سطح پایان‌نامه و نه در سطح کتاب و مقاله وجود داشت و آنچه که در این زمینه وجود داشت و تا حدودی به موضوع این مقاله نزدیک بیشتر با رویکردی که مربوط به علوم سیاسی یا مردم‌شناختی صورت گرفته بودند که در ادامه به توضیح مختصر مهمترین آن‌ها خواهیم پرداخت:

شاید بهترین تحقیقی که با موضوع مقاله هماهنگی و ارتباط دارد مقاله «بازار تهران: تداوم یا دگرگونی؟» (۱۳۸۳) آرنگ کشاورزبان و همچنین کتاب او «بازار و دولت در ایران» (۲۰۰۷) است که به این مساله می‌پردازد که بر خلاف رویکردهای ایستا و ثابت به بازار او بازار و را با رویکردی مبتنی بر اقتصاد سیاسی و با توجه به پل‌های ارتباطی میان بیرون و درون بازار در دو دوره پهلوی و جمهوری اسلامی مورد بررسی قرار داده و نشان می‌دهد که ساختار و کارکردهای بازار بر اساس تعامل متقابلی که با دولت و قدرت سیاسی دارد دچار دگرگونی و تفاوت کارکرد شده است که در دوره پهلوی به علت جدایی کامل از حاکمیت سیاسی و استقلال نهادی دارای یک همبستگی و تداوم در حوزه‌های مختلف نهادی و ساختاری بود، اما در دوره جمهوری اسلامی علی‌رغم همکاری و تعامل بازار و دولت چون بازار دولتی می‌شود و به نوعی وابسته و در سطحی پایین‌تر از نهاد قدرت قرار می‌گیرد ویژگی‌های کارکردی خود را که در دوره پیش بر عهده داشت به دولت و حکومت واگذار کرده و صرفاً نقش تجاری و اقتصادی را بر عهده دارد.

در مقاله‌ای دیگر با نام «تغییر فرهنگی - اجتماعی و توسعه نهادی در ایران، مورد تجربی بازار» که این مقاله در بعضی از قسمت‌ها وامدار آن است دکتر بهار به دگرگونی کارکردهای نهادی موجود در بازار از ابتدا تا حال حاضر پرداخته و مبتنی بر رویکرد مطالعات ارتباطاتی تغییرات بوجود آمده در طول زمان در بازار را بر اساس پیشرفت تکنولوژی رسانه‌ای و انتشار و بروز آن در بازار تغییرات بوجود آمده در طول زمان را مورد بررسی قرار داده و به شرح آن‌ها پرداخته‌اند.

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی‌ام‌وسی ویکم اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

احمد اشرف در مقاله‌ای دیگر با نام «اتحاد بازار و روحانیت: بنیان اجتماعی شورش‌ها و انقلاب‌ها» (۱۳۸۷) که بیشتر جنبه علوم سیاسی به خود دارد بنا به گفته خود به دنبال «قراردادن انقلاب اسلامی اخیر در تاریخ سیاسی و اجتماعی معاصر ایران» است. در این نوشته، اشرف با اشاره به نقش تاریخی تجار و روحانیت در جریان‌های اجتماعی-سیاسی تاریخ معاصر ایران، از نادیده انگاشته شدن نقش علما در وقایع سیاسی در برخی از پژوهش‌ها یاد می‌کند و همچنین با نگاهی به نقش بازار در ایران پس از اسلام، کارکردهای بازار را بدین شرح برشمرده است: الف) مرکز داد و ستد و تولید صنایع دستی که در محله‌های قدیمی شهر قرار داشت. ب) در کنار مسجد عرصه عمده آمیزش برون خانوادگی بود. ج) مظهر شیوه زندگی سنتی شهری بود و هماهنگی نهادهای دینی و سیاسی را در تغییراتی که بصورت اصلاحی و ساختاری در جامعه ایران شکل گرفته را به خوبی نشان می‌دهد

خرم‌نژاد (۱۳۸۶) نیز در پایان‌نامه خود با رویکردی مردم‌شناسانه و توصیفی به بررسی ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی اصناف بازار تهران پرداخته و تغییرات حاصل آمده بر این ساختارها را با تاکید بر ساختار اقتصادی توضیح داده است.

۴. کارکردهای چهارگانه بازار

بر اساس توضیحاتی که در مقدمه داده شد می‌توان برای بازار به صورت کلی و بازار بزرگ تهران چهار نوع کارکرد کلان یعنی کارکردهای اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، سیاسی و دینی-مذهبی در نظر گرفت، که در ادامه به شرح و توضیح هر کدام خواهیم پرداخت.

۱. کارکرد اقتصادی: این کارکرد به نوعی کارکرد اصلی بازار به عنوان یک نهاد اقتصادی شناخته می‌شود. چرا که بازار همیشه مرکز تجاری اصلی شهر و فضایی برای محل خرید و فروش و داد و ستد کالاهای ضروری و غیر ضروری زندگی انسان‌ها در شهر بوده است و افراد در گذشته اکثر نیازهای زیستی و معیشتی خود را در بازار برطرف می‌کردند.

۲. کارکرد اجتماعی-فرهنگی: این کارکرد به دو صورت نشان داده می‌شود، ذهنی و عینی. جنبه عینی آن بر می‌گردد به فضای ساختاری بازار که معماری آن نشانگر یک فرهنگ غنی در گذشته است و بر اساس آن اجتماع و فرهنگ گذشته به نوعی تداعی می‌شود و از جهتی دیگر نحوه ساختاری بازار که دارای قسمت‌های مختلف از جمله راسته اصلی که راسته‌های فرعی همگی به آن مربوط می‌شوند و بصورت عمود بر آن ساخته می‌شوند و دالان‌ها که خود از جهتی به کاروانسراها یا تیمچه‌ها و از جهتی دیگر به راسته‌های فرعی وصل می‌شد و سایر قسمت‌های بازار همچون حمام، زورخانه، قهوه‌خانه و مدارس و مساجد که خود زمینه‌ساز جنبه ذهنی این کارکرد و نشانگر نوعی فضای ارتباطی بصورت خاص بین افراد حاضر و شاغل در بازار و بصورت عام

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی ام و سی و یکم اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

بین بسیاری از اقشار مردم بود که هر روزه در این مکان‌ها به تعامل اجتماعی متقابل با یکدیگر می‌پرداختند و باعث رشد و افزایش انسجام همبستگی میان افراد جامعه می‌شدند. در واقع این کارکرد به نوعی همان چیزی است که هابرماس از آن به حوزه عمومی تعبیر می‌کند که در قرن هجدهم اروپا افراد مختلف جامعه اعم از روشنفکران و مردم عامه در مکان‌های عمومی همچون کافه و تریاها و غیره دور هم جمع می‌شدند و به بحث و تبادل نظر می‌پرداختند و درباره رویدادهای مهم روز جامعه گفتگو می‌کردند و در جهت خیر و نفع عمومی جامعه دست به کنش و گفتگوی عقلانی می‌زدند (اوٹ ویت: ۱۳۸۶)

۳. کارکرد سیاسی: بازار بنا بر سابقه طولانی خود در دوره‌های مختلف نشان داده است که در امور کلان سیاسی مملکت تاثیر به سزایی داشته است و بصورت یک نیروی فعال در جهت موافق یا مخالف با قدرت سیاسی حاکم دست به کنشگری زده است. به نحوی که بازاری‌ها در جامعه مدنی ایران گروه اجتماعی مهمی را تشکیل می‌دادند و چنان که در ادامه توضیح داده خواهد شد در برهه‌های مهم سیاسی تاریخ ایران از جمله نهضت مشروطه، جنبش تنباکو، حضور در مجلس موسسان، تلاش برای به قدرت رسیدن دکتر مصدق و نهضت ملی کردن نفت و تلاش در سرنگونی حکومت پهلوی و پیروزی انقلاب اسلامی ایران حضور موثر داشته‌اند.

۴. کارکرد دینی و مذهبی: بازار از بدو شکل‌گیری همیشه با نهاد دین در ارتباطی وثیق بوده است. به گونه‌ای که یکی از مهمترین مکان‌های موجود در بازار مساجد (از جمله مسجد شاه (امام)) و مدارس علمیه بوده است و از جهتی دیگر محل برگزاری مراسم مذهبی از جمله جشن‌ها و عزاداری‌های مذهبی بوده است. همچنین بازاریان با روحانیت ارتباط و پیوندی مستحکم داشتند. به عنوان مثال بازاری‌هایی که می‌خواستند از فعالیت‌های اقتصادی خود بهره‌مند شوند باید دو شأن اجتماعی- دینی در جامعه اسلامی کسب می‌کردند. نخست اینکه می‌بایست درآمد خود را حلال کنند. برای این کار می‌بایست خمس و زکات می‌پرداختند و به این ترتیب علما مال آن‌ها را مشروعیت می‌بخشیدند. دوم آنکه با فعالیت‌های اجتماعی- دینی چشمگیری همچون ساختن مسجد و مدرسه و زیارت مکه خود را شخصی پاک و مومن نشان می‌دادند. از جهتی دیگر نیز ازدواج بین خانواده‌های بازاری و علما باعث تقویت این رابطه می‌شد و همه این‌ها باعث می‌شد که در یک رابطه دوطرفه و متقابل بازاریان با اعتبار و مشروعیت علما و روحانیون به کسب و کار خود رونق بخشند و علما و روحانیون نیز از طریق بازاریان نیازهای اقتصادی خود را تأمین می‌کردند (کمالی: ۱۳۸۱).

۵. رویکرد نظری

دورکیم در پیشگفتار چاپ نخست کتاب «درباره تقسیم کار اجتماعی» این مساله را مطرح می‌کند: که چگونه چنین شد که فرد در حالی که خودفرمان تر می‌شود به نحو تنگاتنگ‌تری به جامعه متکی می‌شود؟ چگونه است که فرد در عین حال هم فردگراتر می‌شود و هم با این همه به جامعه بسته‌تر می‌شود؟... به نظر می‌رسد آن چه

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی ام وی وی کم اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

این تعارض را حل کرده است دگرگونی همبستگی اجتماعی است که از تقسیم کار دم به دم فزاینده سرچشمه می‌گیرد (دورکیم: ۱۳۸۹) بر همین اساس دورکیم دو سنخ همبستگی را در مقابل هم می‌گذارد، نخست همبستگی مکانیکی که ویژه‌ی چیزی است که او آن را جوامع قطاعی می‌خواند. در این حالت هر جزء سازنده جامعه با هر جزء دیگر همانندی و مشابهت دارد و به سخنی دیگر اجتماعی بالنسبه تمایز نیافته‌اند. در این اوضاع و احوال همبستگی اجتماعی به باورهای و احساسات مشترک همه اعضای گروه وابسته است و همبستگی هنگامی به حداکثر می‌رسد که وجدان جمعی یکسر آگاهی تام ما را فراگیرد و در هر نقطه با آن تطبیق کند. بلعکس، همبستگی ارگانیک یا اندام‌وار در جایی سر بر می‌آورد که تقسیم کار تکامل یافته باشد، به نحوی که به افراد نقش‌های اجتماعی گوناگونی اختصاص می‌یابد و در واقع در همبستگی ارگانیک هر یک از ما قلمرویی داریم که اختصاصاً از آن ماست و در نتیجه دارای شخصیت منفرد هستیم. همچنان که همبستگی ارگانیک به صورت شکل اصلی یکپارچگی اجتماعی در می‌آید تقسیم کار است که به نحو دم‌افزون نقشی را ایفا می‌کند که روزگاری بر عهده‌ی آگاهی مشترک یا وجدان جمعی بود. این است آنچه عمدتاً موجودات اجتماعی را در سنخ برتر جامعه در کنار یکدیگر نگه می‌دارد (کالینیکوس: ۱۳۸۵) در واقع تز اصلی این کتاب این است که تخصصی شدن کارکردی در نتیجه افزایش تراکم مادی و اخلاقی صورت می‌گیرد. منظور او از این اصطلاحات افزایش در تراکم جمعیت و ازدیاد تعامل اجتماعی و مبادله است. رشد شهرها نشانه شاخص این پدیده است. بنابراین تراکم جمعیت افزون‌شده، رشد شهرها و بهبود در حمل و نقل و ارتباطات، با چند برابر کردن روابط درون-اجتماعی، تراکم افزون شده جامعه را به همراه می‌آورند و بنا به گفته دورکیم به دنبال تخصص پیدا کردن افراد و گروه‌ها در انجام وظایف خاص و وابستگی به دیگران برای آنچه خود نمی‌توانند تولید کنند، بر اثر رشد تعاملات و وابستگی‌های متقابل شکاف‌های میان این قطاع‌ها پر می‌شود (تامپسن: ۱۳۸۸) و تفکیک‌پذیری و تخصصی شدن رشد می‌یابد و کارکردهای جامعه بصورت تخصصی میان نهادهای مختلف جامعه تقسیم می‌شود.

در کل نظر دورکیم را به صورت خلاصه اینگونه می‌توان شرح داد که او با تفکیک قائل شدن میان دو دوره تاریخی یعنی دوران سنتی و دوران مدرن کار خود را شروع می‌کند. در دوران سنتی اجتماعات قطاعی بدون داشتن هیچ رابطه‌ای و به تعبیر دورکیم با وجود تهیبود معنوی نسبت بهم وجود داشتند که رابطه افراد در آن بر اساس ویژگی‌های طبیعی و انتسابی‌ای همچون سن و جنس و نژاد از یکدیگر تفکیک می‌شد و همبستگی میان آن‌ها بصورت مکانیکی و مجزا بود و همه کارکردهای موجود عموماً در یک قطاع و یک اجتماع خاص بصورت تام و تمام برآورده می‌شد و هیچ تفکیکی وجود نداشت میان سطوح مختلف اجتماعات گذشته. اما به مرور زمان و با بوجود آمدن تراکم مادی جمعیت و در نتیجه آن بوجود آمدن یک تراکم اخلاقی بالا (ارتباطات

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی‌ام‌وسی و یکم اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

اجتماعی پیچیده و به هم پیوسته) میان اجتماعات مختلف یک کل و شبکه متشکل از اجتماعات مختلف و به هم مرتبط به نام جامعه بوجود آمد که اگرچه از مجموع افراد اجتماعات مختلف بود، اما دیگر هیچ شباهتی با اجتماعات گذشته نداشت و شکل و ماهیتی متفاوت از آن‌ها به خود گرفته بود و آنچه باعث تمایز افراد در آن می‌شد تخصص و مهارت آن‌ها بود و همین بالا رفتن تراکم اخلاقی و ازدیاد ارتباطات مبتنی بر تخصص افراد باعث بوجود آمدن نوعی از همبستگی دیگر به نام همبستگی ارگانیکی شد که اراده همگی افراد جامعه بصورت یک کل یکپارچه بهم مرتبط می‌ساخت. تمام این ویژگی‌ها دوران مدرن خود باعث بوجود آمدن میزان بسیار بالایی از تفکیک‌پذیری میان نهادهای مختلف جامعه می‌شد به گونه‌ای که دیگر نمی‌توان تمام کارکردهای چهارگانه فوق را از یک نهاد درخواست کرد، بلکه به وسیله تمایزیابی میان نهادهای مختلف و تفکیک‌پذیری کارکردهای آن‌ها دیگر باید برای برآورده کردن هر یک از کارکردهای هر اجتماعی به نهاد مخصوص آن رجوع کرد. بنابراین بر اساس این رویکرد نظری به بررسی بازار بزرگ تهران در دوره‌های تاریخی مختلف پرداخته و آن را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۶. بازار تهران در گذر زمان

شهر تهران در دروه قاجاریه به عنوان پایتخت ایران انتخاب شد و از آن زمان تاکنون تغییرات بسیاری را به خود دیده است که آن‌ها را می‌توان در چهار دوره مورد بررسی قرار داد:

۱. مرحله اول

مرحله شکل‌گیری بازار بعد از مرکزیت یافتن شهر تهران به عنوان پایتخت سلسله قاجار است. تهران قبل از سال ۱۲۰۰ هجری قمری که آقا محمدخان بخواهد آن را به پایتختی کشور برگزیند، دارای بازار بسیار محدود و محلی بود که تجارت و صنعت در آن اهمیت چندانی نداشت. حاشیه بازار محل سکونت نبود و نسبت به سایر محلات شهر واحدهای تجاری و داد و ستد، مغازه‌ی کمتری در آن وجود داشت. اما پس از آنکه شهر تهران به صورت رسمی پایتخت کشور شد، بازار تهران از نظر تجارت اهمیت خاصی یافت. بدون شک تجار نیز متوجه این اهمیت بودند و برای گسترش بازار سرمایه‌گذاری بسیاری کردند. به این منظور بعد از اواسط قرن سیزدهم بازار تهران کم کم به جهت اهمیت مکانی (نزدیکی مکانی به مراکز اداری و حکومتی که کل تصمیم‌گیریهای شاه در مکانی به نام «ارک» در آن جا قرار داشت) هویت اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی خود را یافت. این نحوه گسترش شهر، حاکی از یک اصل عمده مرتبط با توسعه بازارها و شهرها در ارتباط با هم است. بدیهی است که مراکز اقتصادی شهرهای ایران در درجه اول بازارها بودند و به موازات رشد شهرها بازارها نیز گسترش یافتند. در این دوره از نظر دینی بازار تهران به موقعیت خوبی دست یافت، چرا که از نظر موقعیت جغرافیایی مابین چند امامزاده در مرکز شهر قرار داشت. همچنین در حاشیه بازار نیز مساجد، تکایا، مراکز دینی، حسینیه و

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی ام و سی و یکم اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

مراکز علمی آموزشی نیز وجود داشت. به همین دلیل در این مرحله بازار هم محل کسب درآمد بود و هم مرکز تحولات فرهنگی و سیاسی و دینی بود (بهار: ۱۳۸۰). در همین مرحله بود که بازاریان با روحانیون با همراهی یگدیگر در نهضت تنباکو و انقلاب مشروطه شرکت کرده و با تعطیل کردن بازارها و همراهی با روحانیون قدرت مشترکی را در برابر قدرت سیاسی بنا کردند (زیباکلام: ۱۳۸۹) بنابراین در این دوره نهادهای مختلف که متولی برآورده کردن کارکردهای مذکور بودند کاملاً در یکدیگر ادغام شده و به نوعی بصورت کاملاً تمایز نیافته در کنار یکدیگر به کار خود ادامه می دادند.

۲. مرحله دوم

در این مرحله نوسازی بازار آغاز شده است. این مرحله پس از انقلاب مشروطه و با استقرار رژیم پهلوی شروع می شود و تا انقلاب اسلامی ادامه دارد. سیاست اصلی رژیم پهلوی با توجه به تجربه موفق بازاریان در حمایت از انقلاب مشروطه و جنبش تحریم تنباکو، کم رنگ کردن نقش بازار در حوادث اجتماعی و اقتصادی بود. این امر تنها از طریق توسعه اقتصاد مدرن امکان پذیر می شد و برخی از مواردی که برای رسیدن به این مقصود اجرا شد به شرح زیر است: ۱. تاسیس سازمان های جدید اقتصادی همچون پاساژ و بازارچه ها در کنار بازار ۲. تاسیس مراکز آموزشی مدرن در برابر مراکز علمی و آموزشی موجود در بازار ۳. پدید آوردن اجتماعات جدید همچون کافه، سینما، تماشاخانه و غیره در برابر مراکز تجمع سنتی بازاریان که به نوعی بنا به نظر هابرماس در کتاب «دگرگونی ساختاری حوزه عمومی» باعث بوجود آمدن یک حوزه عمومی سالم که در پی افزایش حقوق و خیر عمومی افراد بودند می شد ۴. جابه جایی ارگ دولتی به مناطق شما شهر تهران (بهار: همان). بر همین اساس می بینیم که اگرچه در دوره اول بنا به اقتضائات جامعه رابطه رودررو و مستقیمی میان نهادهای اقتصاد، دین، سیاست و فرهنگ بود اما در دوران رضاشاه به دلیل مواجه شدن با پدیده مدرنیته و توسعه غربی و افزایش جمعیت شهر تهران او دست به اصلاحاتی زد که باعث نوعی پراکندگی و تفکیک میان نهادهای مختلف متمرکز در بازار شد و همین باعث آن شد که حاشیه بازار که محل سکونت زندگی افراد و مکان تعامل و روابط اجتماعی بسیاری بود و قشرهای مختلف جامعه را در طول روز به هم پیوند می داد صرفاً به مکانی تجاری تبدیل شود و نوعی جداسدگی و شکاف میان نهادها بوجود آید و آن ها دیگر نتوانند کارکردهای خود را در بازار ایفا کنند.

۳. مرحله سوم

با این که در دوره رضاشاه با تلاش هایی که از سوی او برای تخریب بازار تهران به عنوان یک مرکز اقتصادی، فرهنگی سنتی انجام گرفت، هنوز تا اندازه ای ناظر حضور بازاریان در جریان های سیاسی، دینی و ملی هستیم که حکایت از نقش اساسی بازار در حیات اجتماعی ایران در این زمان دارد تا جایی که کاتوزیان از همکاری و

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی‌ام‌وسی و یکم اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

همراه بودن بازاری‌ها و روحانیون در مجلس موسسان سخن می‌گوید (کاتوزیان: ۱۳۹۳). اما پس از کودتای ۲۸ مرداد و با توجه به سیاست‌های نوسازی تهران در دوره پهلوی اول که به خیابان‌های جدید و گسترش و پدیدآوردن پاساژها، مغازه‌ها، کارگاه‌های خصوصی بزرگ و کوچک انجامید، روش‌هایی به کار گرفته شد تا اقتصاد جدید خیابانی جایگزین اقتصاد قدیم بازاری شود و با نوعی تبلیغ مستقیم و غیرمستقیم ارزش‌های تاریخی بازار از میان برود. در این صورت ما با نوعی مبادلات بولواری در نوع فرنگی آن روبرو هستیم که از جذابیت بیشتری برخوردار می‌باشد. به این ترتیب بازار بیشتر به قشر جنوب شهری و بی‌سلیقه‌ها و کهنه‌گرایان جامعه تعلق می‌یابد. از طرفی دیگر دولت موقوفه‌های تحت حمایت روحانیون را که بخش اعظم آن در بازار بود با صدور بخشنامه‌ای از طرف وزارت معارف در حیطه قدرت خود درآورد و هر نوع تغییری را در آن مجاز دانست. بنابراین رژیم پهلوی سعی کرد تا با جایگزینی اقتصاد جدید، کالای جدید، نوع تولید و نوع مبادلات جدید، به تخریب بازار سنتی بپردازد. به این علت اصلاحات رضاشاهی باعث پراکندگی شغلی و مکانی در بازار تهران گردید. آنچه در این دوره بر سر بازار آمده است تفکیک نهادی و پراکندگی و یا ترکیب مشاغل شهری و یا به وجود آوردن طبقه جدید نیست که اینها متعلق به دوره قبل می‌باشد، بلکه میل به مصرف کالای جدید به جای مصرف تولیدات قدیمی به لحاظ تاثیر و نفوذ و روند مدرن شدن است (بهار: همان).

۴. مرحله چهارم

با وجود این که در دوره سوم جدایی نهادها و موسسات اجتماعی از بازار صورت گرفته بود، در دوره چهارم ارتباط بین نهادها از طریق فعالیت سیاسی مطرح شد و نوعی تعامل جدید به وجود آمد. به عبارت دیگر، در دوره قبل هنوز شرایط اقدام واحدهای متعدد در درون بازار به دلیل پایداری بازاریان در دفاع از حکومت ملی و بروز نهضت‌های متعدد در آن وجود داشته است؛ در دوره محمدرضا شاه یکی از طبقات تاثیرگذار که جزو لایه‌های میانی مردم بودند خرده بورژوازی بازار بود که در واقع نوعی طبقه متوسط سنتی را تشکیل می‌داد (آبراهامیان: ۱۳۹۰) لذا نهاد دین در کنار نهادهای سیاسی، اجتماعی، هماهنگ با رفتار و منش بازاریان، همچنان فعال عمل می‌کرده است. بنابراین در دوره بعد از انقلاب اگرچه باعث همبستگی فکری بیشتر بین نهادها و موسسات اجتماعی شد، اما در کل با روند مدرنیزاسیون و بصورت کلی روند جهانی شدن و جامعه ارگانیک این نهادها روز به روز از یکدیگر تفکیک و تخصصی تر شدند و این باعث عدم همبستگی‌های درون گروهی و همگرایی‌هایی رودرروی نهادی افراد شد (بهار: همان) بنابراین اگرچه رابطه مثبتی میان نهادهای مختلف جامعه وجود داشت اما بنا به اقتضائات ساختاری جامعه در سیر روند جهانی این نهادها از یکدیگر تفکیک شدند و هر کدام در اصناف و وزارت‌ها و سازمان‌های مختلف به کارکردهای خود پرداختند (آبراهامیان: همان). به عنوان مثال بنا به دلایل اقتصادی و ساختاری در شهر تهران بسیاری از اصناف از خود بازار خارج شدن و در سطح

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی ام وی وی کم اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

شهر پخش شدند و همچنین به علت بوجود آمدن پاساژها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای فراوان در سطح شهر بازار دیگر نقش خرده‌فروشی خود را از دست داد و صرفاً به مکانی برای فروش عمده اجناس بدل شد.

۷. نتیجه‌گیری

بر اساس آنچه که در نوشتار بالا مورد بحث قرار گرفت می‌توان گفت که بازار تهران به عنوان یکی از بدنه‌های اصلی شهر تهران به مرور زمان و بر اثر موج اتفاقاتی که در جهان و روند مدرن شدن جوامع مختلف به قوع پیوست در گذر زمان و در دوره‌های تاریخی مختلف دچار تغییرات ساختاری و نهادی فراوانی شده است که این ادعا را بر اساس انواع کارکردی که بازار بر عهده داشته و به مرور زمان از دست رفته است مورد بررسی قرار دادیم. بازار بزرگ تهران در ابتدای تاسیس خود به علت پیوند داشتن با نهادهای مختلف سیاست و دین و فرهنگ، دارای چهار کارکرد اساسی اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و دینی بود که در مسیر تاریخی‌ای که از سر گذراند و بر اثر رشد جمعیت و افزایش ارتباطات و تخصصی شدن امور مختلف جامعه، بر اساس تقسیم کار روزافزون این کارکردها از یکدیگر تفکیک شده و هر یک بر اساس منطق و ویژگی‌های خاص و منفرد خود بصورت مجزا و با داشتن ارتباطی ارگانیک و شبکه‌ای به کار خود ادامه دادند. بنابراین می‌توان در نهایت گفت که بر اساس این تحقیق اگرچه بازار از دوران گذشته تا به حال از نظر فیزیکی در کنار قلمروی اقتصادی خود مکان‌های اجتماعی، مذهبی، تفریحی و خانوادگی نیز در درون خود دارد اما در طی چند دهه گذشته و خصوصاً دوران پهلوی و بعد از انقلاب اسلامی از جنبه‌های کارکردی بسیاری دچار تغییرات فراوان شده است چرا که همانطور که در این تحقیق نشان دادیم شهر تهران به دلیل موقعیت پایتخت بودن و روند مدرنیزاسیون روز به روز دچار گستردگی و پراکندگی زندگی با حجم جمعیت بالایی از افراد ساکن در آن شد و این باعث بوجود آمدن تفکیک ضروری کارکردهای بازار و کمرنگ شدن نقش‌های ارزشی و اجتماعی آن شد و نقش بازار را صرفاً به جنبه اقتصادی آن (عمده فروشی اجناس) فرو کاست.

ارائه پیشنهادات

بنا بر آنچه که در بالا شرح آن رفت به نظر می‌رسد برای رسیدن به توسعه و پیشرفت پایدار و ارتقای سطوح مختلف جامعه کارکردهای نهادهای قدیمی و بانفوذی همچون بازار را مبتنی بر وضعیت و شرایط امروزی جامعه تقویت کرده و بازسازی کنیم که می‌توان بر این اساس پیشنهادات زیر را مطرح کرد:

۱. کم کردن نظارت دولتی بر ساختار بازار و دادن استقلال نسبی به آن
۲. ایجاد فضاهایی عمومی در کنار بازار در جهت ترغیب افراد به بافت سنتی بازار که باعث تقویت جنبه‌های فرهنگی و سنتی جامعه ایران در اقشار مختلف جامعه می‌شود

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی‌ام و سی و یکم اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

۳. ایجاد رویکرد خرده‌فروشی اجناس مختلف که علاوه بر رعایت ویژگی‌های عقیدتی و فرهنگی کشور با جنبه‌های نو و مدرن جامعه سازگاری داشته باشد
 ۴. بوجود آوردن طرح ترافیکی مناسب و همچنین وسایل حمل و نقل عمومی کافی در مسیرهای بازار برای رفت و آمد آسان
 ۵. احیاء و مرمت فضای فیزیکی بازار به جهت جلب بیشتر مردم و افزایش تراکم مادی و به تبع اخلاقی آن
 ۶. کم کردن واردات اجناس خارجی و اشاعه‌ی اجناس داخلی و مبتنی بر دین و فرهنگ جامعه ایرانی در بازار
 ۷. آشناسازی مردم با بافت سنتی بازار که می‌تواند به وسیله تبلیغات و بازدیدهای مختلف صورت بگیرد
 ۸. برگزاری مراسم‌ها و جشن‌های مذهبی و ملی در بافت سنتی بازار
- به نظر می‌رسد اگر مسئولان و برنامه‌ریزان کشور این مسأله اساسی جامعه، یعنی کاهش و رو به زوال رفتن کارکردهای بازار بزرگ تهران، را مورد نظر و بررسی قرار دهند و با مشورت گرفتن از متفکران مختلف در حوزه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و... به توجه جدی برای احیاء و بازسازی کارکردهای بازار بزرگ تهران از جنبه‌هایی دیگر که متناسب با شرایط ساختاری و فرهنگی کشور و بخصوص شهر تهران است بپردازند می‌توان از همبستگی و انسجام بالاتری در جهت احیاء بسیاری از ارزش‌ها و فرهنگ‌های کمرنگ شده و یا از یاد رفته جامعه در جهت رشد و پیشرفت آن کمک گیرند.

منابع

- آبراهامیان، یرواند. (۱۳۹۰). تاریخ ایران مدرن. ترجمه: محمد ابراهیم فتاحی. تهران. نشر نی.
- اشرف، احمد. (۱۳۵۹). موانع تاریخی رشد سرمایه داری در ایران دوره قاجاریه (نسخه الکترونیکی). تهران. نشرزمینه.
- اشرف، احمد. (۱۳۸۷). اتحاد بازار و روحانیت: بنیان اجتماعی شورش‌ها و انقلاب‌ها. در احمد اشرف و علی بنوعزیزی. کتاب طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران (صفحه ۱۶۳-۱۱۷). تهران. نیلوفر.
- اوث ویت، ویلیام. (۱۳۸۶). هابرماس؛ معرفی انتقادی. ترجمه: لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان. تهران. اختران.
- بهار، مه‌ری. (۱۳۸۰). تغییر فرهنگی، اجتماعی و توسعه نهاد در ایران: مورد تجربی بازار. پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه مازندران. شماره ۳. ۲۵ صفحه.
- بهنام، جمشید. (۱۳۷۵). ایرانیان و اندیشه تجدد. تهران. نشر و پژوهش فرزاد روز.
- تامپسن، کنت. (۱۳۸۸). امیل دورکیم. ترجمه: شهناز مسمی‌پرست. تهران. نشرنی.
- خرم‌نژاد، نسرين. (۱۳۸۶). بررسی ساختار فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی اصناف بازار تهران (نمونه مورد مطالعه طلافروشان بازار تهران). پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران. دانشکده علوم اجتماعی، تهران.

چهارمین کنفرانس الگویی اسلامی ایرانی پیشرفت

پیشرفت ایران؛ گذشته، حال، آینده

سی ام وی وی کیو اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

دورکیم، امیل. (۱۳۸۹). درباره تقسیم کار اجتماعی. مترجم: باقر پرهام. تهران. مرکز. زیباکلام، صادق. (۱۳۸۹). سنت و مدرنیته. تهران. روزنه. کاتوزیان، محمدعلی. (۱۳۹۳). مقاله جامعه و دولت در دوره رضاشاه. ترجمه: مهدی حقیقت‌خواه. در تورج اتابکی. کتاب تجدد آمرانه. (صفحه ۶۴-۲۳). تهران. ققنوس. کالینیکوس، آکس. (۱۳۸۵). درآمدی تاریخی بر نظریه اجتماعی. ترجمه: اکبر معصوم‌بیگی. تهران. آگه. کشاورزیان، آرنگ. (۱۳۸۳). بازار تهران: تداوم یا دگرگرونی؟. مجله گفتگو. شماره ۴۱. ۳۵ صفحه. کمالی، مسعود. (۱۳۸۲). جامعه مدنی، دولت و نوسازی در ایران. مترجم: کمال پولادی. تهران. مرکز بازشناسی اسلام و ایران.

Arang Keshavarzian. (2007). *Bazaar and State in Iran: The Politics of the Tehran Marketplace.* Cambridge. Cambridge.