

گاهشمار بازار بزرگ تهران
(دوره قاجاریه و پهلوی)

گروه پژوهشگران

← فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا →

- سرشناسه : آریان فر، حمیدرضا، ۱۳۵۶ - گردآورنده
عنوان و نام پدیدآور : گاهشمار بازار بزرگ تهران (دوره قاجاریه و پهلوی) / پژوهش گروهی بنیاد ایران شناسی؛ تدوین حمیدرضا آریان فر؛ ویراستاران زهره دولتی، زهرا ذوالفقاری.
مشخصات نشر : تهران: بنیاد ایران شناسی، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری : ۱۹۷ ص: مصور (رنگی)، نقشه : ۲۹×۲۱ س.م.
شابک : 978-622-97973-6-5
وضعیت فهرست نویسی : فیبا
یادداشت : کتابنامه: ص. ۱۹۵ - ۱۹۷.
موضوع : بازار بزرگ تهران -- تاریخ
بازارها -- ایران -- تهران -- تاریخ
Bazaars (Markets) -- Iran -- Tehran -- History
ایران -- تاریخ -- قاجاریان، ۱۱۹۳ - ۱۳۴۴ ق.
Iran -- History -- Qajars, 1779 - 1925
ایران -- تاریخ -- پهلوی، ۱۳۰۴ - ۱۳۳۳
Iran -- History -- Pahlavi, 1925 - 1954
شناسه افزوده : بنیاد ایران شناسی
رده بندی کنگره : H۵۴۷۵/الف۹۷۲۴۱۴۰۳
رده بندی دیویی : ۳۸۱/۱۸۰۹۵۵۱۲۲
شماره کتابشناسی ملی : ۹۶۰۹۰۱۹
اطلاعات رکورد کتابشناسی : فیبا

عنوان: گاهشمار بازار بزرگ تهران (دوره قاجاریه و پهلوی)
تدوین: حمیدرضا آریان فر (عضو هیئت علمی بنیاد ایران شناسی)
طراح جلد: طاهره حسینی شکیب
صفحه آرا: معصومه پورحجازی
ویراستاران: زهره دولتی و زهرا ذوالفقاری
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۷۹۷۳-۶-۵
نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۳
شمارگان: ۱۰۰ نسخه
ناشر: بنیاد ایران شناسی

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به بنیاد ایران شناسی است.

نشانی: تهران، خیابان شیخ بهایی جنوبی، خیابان ایران شناسی، بنیاد ایران شناسی



۷ سخن ناشر
۹ پیشگفتار
۱۱ مقدمه
۱۶ شیوه تدوین گاهشمار حوادث سیاسی- اجتماعی بازار بزرگ تهران
۱۹ بهره اول: دوره قاجار (۱۲۱۰-۱۳۴۴ق.)
۹۳ بهره دوم: دوره پهلوی اول (۱۳۰۴-۱۳۲۰ش.)
۱۰۵ بهره سوم: دوره پهلوی (۱۳۲۰-۱۳۳۳ش.)
۱۹۵ منابع
۱۹۵ کتابها و مقاله‌ها
۱۹۶ اسناد
۱۹۶ نشریات

www.ketab.ir

«اسلام و آداب و فرهنگ اسلامی، جزء فرهنگ ملی ماست. «ملی»، مقابل «اسلامی» نیست؛ عین همان اسلامی است.» ... «هویت ایرانی در تاریخ چیز عجیبی است؛ همه کسانی که به ایران تهاجم کردند، بعد از مدتی زبانشان، آدابشان، فرهنگشان به یک نحو در ایران حل شد. تنها چیزی که مستثنی است، اسلام است که به ایران آمد، در ایران غرق نشد، ماند. ایرانی، اسلام را از بن دندان قبول کرد. در کشورهای مورد تهاجم عرب‌های مسلمان - مصر، فلسطین و شامات - زبان عوض شد؛ اما ایران، زبانش عوض نشد و فارسی باقی ماند؛ این خصوصیتی است که متعلق به کشور ما است.» ... «نسلی که خودساخته است، دارای هویت است؛ هویت ایرانی - اسلامی محکم و عمیقی دارد، دلباخته و فریفته این و آن و بازمانده‌های تمدن منسوخ‌شده شرق و غرب نیست؛ نسلی است دانا، دانشمند، کارآمد، ماهر، آشنا با سبک زندگی اسلامی و سنت‌های ایرانی؛ یک چنین نسلی لازم است تا بتواند آن تمدن [نوین اسلامی] را بسازد.» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۸۷.۲.۱۸؛ ۱۳۹۲.۸.۲۰؛ ۱۳۹۲.۲.۲۱؛ ۱۴۰۱).

بنیاد ایران‌شناسی با بهره‌گیری از مساعدت استادان و محققان ایران‌پژوه در مناطق گوناگون کشور و نیز در جهان، مترصد تحقیق برای تقویت هویت ملی ایرانیان در مسیر تحقق تمدن نوین اسلامی، از طریق زمینه‌سازی برای انجام مطالعات و تحقیقات درخصوص مسائل تاریخی، تمدنی، فرهنگی، هنری و دینی کشور ایران است. شناختن و شناساندن موارث ایرانی در جای‌جای ایران، از طریق پژوهش‌های چندوجهی ایران‌شناسانه در زمره مأموریت‌های این بنیاد است تا بتوان با رجعتی درونی به خود، ایران و ایرانی را، نه از منظری غیرومی و مستشرقانه، بلکه با نگاهی درونی و خودباورانه «شناخت» و «شناساند».

بنیاد ایران‌شناسی در جایگاه مؤسسه‌ای پژوهشی، آموزشی و فرهنگی، با نظر داشت اهدافی در اساسنامه خود، دیدگاه‌های مقام معظم رهبری، بنیانه گام دوم انقلاب اسلامی، سیاست‌های کلی برنامه هفتم توسعه، الگوی پیشرفت اسلامی - ایرانی و دیگر اسناد بالادستی کشور، اینک در مسیری گام نهاده که شناختن و شناساندن فرهنگ و تمدن ایران‌زمین در ادوار مختلف تاریخ پرافتخار آن، به‌ویژه دستاوردهای انقلاب شکوهمند اسلامی به ایرانیان و غیرایرانیان، از جمله اهداف و مأموریت‌های پژوهشی اصلی آن است. همچنین همگامی پژوهشی در مسیر ایجاد تمدن نوین ایران اسلامی، از طریق تعمیق شناخت از «هویت ملی و دینی ایرانیان» و «ادوار شکوفایی فرهنگ و تمدن ایران» در برنامه پژوهشی بنیاد، هدف‌گذاری شده که از طرق گوناگون دنبال می‌شوند: طراحی و اجرای طرح‌های خرد و کلان پژوهشی، همایش‌ها و سلسله‌نشست‌های پژوهشی، انتشار نشریات تخصصی و ... در این میان، بخشی از برون‌داد فعالیت‌های پژوهشی انجام‌شده در حوزه مطالعات ایران‌شناسانه، در قالب کتاب منتشر شده و در دسترس پژوهشگران کشور قرار می‌گیرد که کتاب پیش‌رو، یکی از آنها است.

بنیاد ایران‌شناسی از همفکری و همکاری استادان و پژوهشگران علاقه‌مند به تحقیق و تتبع در تاریخ و فرهنگ و تمدن ایران، برای شناختن و شناساندن موارث پرافتخار این سرزمین، استقبال می‌نماید و امیدوار است با انتشار دستاوردهای پژوهشی خود و یا نشر نتایج تحقیقات پژوهشگران ایران‌دوست، به پشتوانه توفیق الهی، در ادای دین به ایران عزیز، سهمی داشته باشد.

کتاب گاهشمار رویدادهای سیاسی - اجتماعی بازار بزرگ تهران (دوره قاجاریه و پهلوی تا سال ۱۳۳۳ش.) که از سوی بنیاد ایران‌شناسی فراهم آمده است، برای بهره‌مندی علاقه‌مندان به دانش ایران‌شناسی و مطالعات بازار عرضه می‌شود. این کتاب حاصل یکی دیگر از پژوهش‌هایی است که در معاونت پژوهشی بنیاد طراحی شده و به تحریر در آمده است. آنچه که در این کتاب عرضه شده، گویای بسیاری از نکات درباره رویدادهای بازار بزرگ تهران در دوره قاجار و پهلوی است. تصویر تاریخی از بازارهای سنتی - تاریخی در کشور، به‌عنوان منطقه و فضای اصلی مناسبات پیشه‌وری و تجاری، تصویری در حال تغییر و تبدیل بوده و هست. از این رو فقدان اسناد و مدارک لازم برای بازشناسی نقش و کارکرد بازار در زندگی شهری و تغییرات شتابان و بی‌پایان، ثبت تحولات تاریخ اجتماعی - اقتصادی بازارهای شهری و محلی پیرامون آن را لازم می‌نماید. در تدوین این اثر ذکر مهم‌ترین حوادث و وقایع سیاسی - اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی بازار بزرگ تهران در دوران یاد شده مد نظر قرار گرفته است.

نظر به وسعت دوره مورد مطالعه و لزوم بهره‌گیری از منابع مختلف اعم از اسناد، روزنامه‌ها و کتب تاریخی، از همکاری جمعی از پژوهشگران استفاده شده است. از این رو سپاسگزاریم از پژوهشگران و همکارانی که در استخراج گزارش‌ها، تهیه و تدوین این کتاب کوشش نموده و نمونه‌ای از کار گروهی را در علوم انسانی عرضه کرده‌اند، بایسته است. علاوه بر آقای دکتر حمیدرضا آریان‌فر که مسئولیت تدوین طرح را بر عهده داشته‌اند، آقایان رضا صفادل، صادق حجتی، اسماعیل سنگاری، محمد حسن‌نیا و خانم زهره شیرین‌بخش در امر پژوهش با ایشان همکاری داشته‌اند که از ایشان تشکر می‌شود. این پژوهش از مساعدت خانم‌ها زهره دولتی، زهرا ذوالفقاری، هاجر رستمعلی، زینب خیردوست و مهرنوش کاوسی در ویرایش و تنظیم فنی متن بهره‌مند است. همچنین خانم معصومه پورحجاری برای صفحه‌آرایی و همکاران کتابخانه و مرکز اسناد و نیز معاونت اداری و مالی در امر انتشار اثر همکاری کرده‌اند؛ سپاسگزارشان هستیم. توفیق روزافزون الهی، نصیب دوستداران ایران بزرگ و پژوهشگران کوشا در مطالعات ایران‌شناسی باد.

معاونت پژوهشی بنیاد ایران‌شناسی

فروردین ۱۴۰۳

بررسی تاریخی بازار بزرگ تهران حکایت از آن دارد که مجموعه بزرگ و به هم پیوسته بازار بر اساس الگویی خطی، روند رشد و تکامل کالبدی خود را پیموده است. امتداد راسته اصلی بازار از دروازه قدیم حضرت عبدالعظیم (ع) تا سبزه میدان در ادوار مختلف، عناصر فضایی را که کارکردهای تجاری، مسکونی، و خدماتی داشته‌اند، در خود جای داده و با ایجاد برخی محورهای مواصلاتی که به صورت عمودی تا درون محله‌های پیرامون راسته ادامه داشتند، در مناطق مسکونی نفوذ کرده و به تدریج فضاهای مورد نیاز فعالیت‌های تجاری و پیشه‌وری را از مجاری مزبور گسترش داده است. امروزه بازار تهران که محدوده تهران قدیم را در بر گرفته تابع دگرگونی‌های گوناگونی است که در ادوار مختلف تکامل شهر تهران رخ داده است.

منطقه بازار به عنوان محور تاریخی - فرهنگی شهر تهران، واجد ارزش‌های کالبدی و تاریخی بسیاری است و هرگونه مطالعه در مورد ریخت و کالبد و سازمان فضایی شهر تهران منوط به شناسایی دقیق و کامل منطقه بازار است. فقر اطلاعات و داده‌ها در مورد بازار تهران سبب می‌شود هرگونه مطالعه‌ای درباره این موضوع، اولین گام در نوع خود محسوب شود و، از این رو، ملاحظات ویژه‌ای فراروی محققان قرار می‌دهد. این‌گونه ضرورت‌هاست که اولویت‌های اصلی را به مطالعه در زمینه‌هایی حوادث و وقایع سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی - تاریخی و نظایر این موضوعات می‌دهد.

فضای بازار تهران واجد کیفیتی خاص است که جماعت بازاری هویت خود را با ارجاع به آن معنا می‌بخشند. امروزه برای بسیاری از کسانی که برای خرید خرد و کلان به این کالبد و فضا وارد می‌شوند، واژه «بازار» به معنای فضایی منطبق با محدوده فضایی کنونی بازار تهران است و در گفتگو بین بازاریان مفهم بازار می‌توان احساس تمایز آنها را نسبت به همکارانشان که در خیابان‌های پیرامون بازار یا دیگر مناطق اطراف آن به کار مشغول‌اند، درک کرد. این احساس تمایز فضای کالبدی بازار با دیگر نواحی به قدری عمیق است که یکی از تعاریف بازاریان از بازاری کسی است که در زیر سقف بازار به دادوستد خرد و کلان اشتغال دارد.

با آنکه «بازار» موضوعاتی ناب برای مطالعات ایران‌شناسی در اختیار می‌گذارد اما تاکنون به عنوان موضوعی پژوهشی کمتر با اقبال محققان در داخل و خارج از کشور روبه‌رو بوده است. فقر مطالعات تخصصی در مورد بازارهای ایران به دلایلی مختلف باز می‌گردد که برخی از آنها به این شرح است:

- بازار به عنوان یک پدیده اجتماعی، پدیده‌ای پویا و در حال تغییر مداوم است. ظهور رخدادهای و تغییر وضعیت اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تأثیرات متفاوتی را بر شرایط بازار و بازاریان بر جای می‌گذارد. از این رو هرگونه مطالعه در مورد پدیده بازار نیازمند به کارگیری روش‌های پژوهش متنوع و کارآمدی است. تأمل در این امر بر دشواری‌های چنین مطالعه‌ای را روشن می‌سازد.
- فضای بازار مملو از اطلاعات حساس در مورد موقعیت‌ها و منافع اقتصادی و آینده‌نگری‌های اجتماعی و سوداگرانه باعث می‌گردد روحیه محافظه‌کاری بر جماعات حاضر در آن محیط مسلط شود و در نتیجه هرگونه کسب اطلاعات در مورد ساده‌ترین موضوعات مربوط به بازار فرایند بسیار پیچیده‌ای به خود گیرد. در حالی که بررسی آن موضوعات در بخش‌های دیگری از جامعه شهری با آن‌گونه دشواری‌ها روبه‌رو نیست.



- در مورد بازار زیاد گفته شده و می‌شود اما کمتر نوشته شده و می‌شود. از این رو مطالعه بازار در بهترین شکل محدود به پژوهش‌های موردی و بخشی در وضعیت کنونی آن می‌شود که در نهایت عمق و گستره مناسبات بازار را نشان نمی‌دهد. از این روست که هر بار نتایج مطالعات انجام شده در مورد بازارها بررسی می‌گردد، نیاز به مطالعه فراگیر و همه جانبه در مورد همه ابعاد این پدیده احساس می‌گردد.

- مطالعه همه جانبه پدیده بازار، مستلزم مطالعه و پژوهش در وضعیت دیروز و امروز نظام مشاغل و حرف، نهادهای اجتماعی، بازاریان، وضعیت کالبدی و ریخت‌شناسی، اماکن تجاری و غیرتجاری (مذهبی، فرهنگی و مسکونی)، گردشگری و میراث‌فرهنگی، تعامل با حوزه سیاست، رخدادهای و وقایع و دیگر مسائل خرد و کلان است. کهن بازارهای شهری تهران به عنوان جامعه‌ای کوچک بازتاب روشن و دقیقی از مناسبات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی جامعه شهری را در خود دارد. نتیجه چنین مطالعه‌ای دستاوردهایی کاربردی برای پژوهش و فهم مسائل و موضوعات جامعه‌شناسی شهری در اختیار صاحب نظران گذاشته و آنان را در حل و فصل مشکلات و دشواری‌های پیش رو توانا می‌سازد.

فضای کالبدی و فرهنگی بازار بزرگ تهران از دو بعد واجد اهمیت است؛ موقعیت تاریخی و کنونی بازار تهران در شهر و دیگر جایگاه آن در سطح ملی، از این نظر که فضای کنونی بازار تهران به تمامی منطقه باستانی و تاریخی روستا و هسته اولیه شهر تهران را در بر گرفته است و در واقع کالبد شهر درون قاجاری تا مشروطیت را شامل می‌گردد. از این رو است که شناسایی تاریخ و تحولات بازار تهران قدم اول برای مطالعه پیشینه شهر تهران محسوب می‌شود. وجود بسیاری مقابر امامزاده‌گان، مشاهیر معروف، بناهای مذهبی چون مسجد عتیق و نظایر آن، ساختمان‌های مسکونی و تجاری و غیره، همگی جلوه‌های میراث فرهنگی شهر تهران به شمار می‌روند. بازار تهران نه تنها به مانند یک مجموعه از موارث فرهنگی شهر تهران بلکه به مانند میراث معنوی در سطح ملی مطرح است. بازار تهران به دنبال پایتخت شدن شهر تهران در کسوت بازاری که عملکردهای ملی داشت، فراتر رفت و در جریان مهاجرت شماری از تجار بزرگ شهرهای مختلف ایران به درون آن موقعیت خود را محکم‌تر از پیش نمود. از سوی دیگر بنا به پیوندهای بازار با سیاست و دین، رهبران بزرگ در بازار و در کنار بازرگانان فعالیت می‌کردند. به هنگام وقوع تحولات و تغییرات اجتماعی منجر به وقوع نهضت تنباکو و انقلاب مشروطیت و نیز حوادثی چون نهضت ملی شدن نفت یا قیام ۱۵ خرداد و در نهایت انقلاب اسلامی ورود به عرصه عمل سیاسی، بارها از سوی گروه‌های مزبور محقق گردید. به عنوان مثال واقعه قتل گریبایدوف، حادثه مسجد چال و تخریب ساختمان بانک استقراضی روس، وقایع بست نشینی در مسجد شاه و حوادث آن، بست‌نشینی در سفارت و دیگر حوادث دوران مشروطیت، جملگی به مانند رخدادهای ملی در نزد مردم به شمار می‌روند. از این منظر منطقه بازار تهران صرف نظر از موارث فرهنگی به مانند میراث معنوی کشور به شمار می‌رود که یادآور و تداعی کننده بسیاری یادمان‌ها در خاطره جمعی مردمان شهر و کشور است و از این رو باید مورد توجه جدی قرار گیرد و در مطالعه‌ای وسیع از این منظر مورد بازشناسی قرار گیرد. بدون تردید انجام چنین تحقیقی به ثبت منطقه بازار تهران به عنوان میراث معنوی در نزد سازمان یونسکو منجر خواهد شد.

نقش و عملکرد اقتصادی بازار به عنوان اصلی‌ترین ویژگی در زمینه‌های گوناگونی محقق می‌گردید که تأمل در آن اهمیت و جایگاه بسیار تأثیرگذار بازار در ساختار اقتصادی جامعه شهری در گذشته و حتی امروز را روشن می‌کند و بنا به سودمندی‌هایی که در این راستا در بردارد، به ایفای نقش می‌پردازند. سازمان‌دهی مالی - اعتباری بازار تهران در فعالیت‌های اقتصادی مختلف جامعه دوره معاصر که نهادهای رقیب جدید خارجی و داخلی به اشکال متفاوت ظاهر گردیدند، حفظ گردیده و تاکنون نیز به انحاء مختلف تداوم یافته است. بازارها در دوره جدید با پذیرش شماری وظایف جدید تا اندازه زیادی ساختار اقتصادی و عملکردی خود را با ضرورت‌های مناسبات تجارت جهانی وفق داده‌اند. امروزه این پیشگامی بازار در عرصه‌های این چنینی باعث شده است که یادمان‌های بسیاری از مؤسسات مالی و اعتباری مدرن در درون یا پیرامون بافت و منطقه بازار دیده شوند. امروزه نیز همچنان مراکز نمایندگی و دفاتر برخی شرکت‌های بازرگانی داخلی و خارجی در درون بازار حضور دارند و حتی در صورت استقرار و فعالیت دفاتر اصلی آن‌ها در دیگر نقاط مهم



شهرها، شعبه یا دفتری ویژه در درون بازار را برای خود حفظ کرده‌اند. تولید کالا و مصنوعات مختلف که در بازار صورت می‌گرفت، وجه دیگری از عملکرد اقتصادی بازارها را نشان می‌داد.

نقش و عملکرد اجتماعی- فرهنگی بازار تهران برای حفظ انسجام مناسبات شهرنشینی، کم‌اهمیت‌تر از عملکردهای با اهمیت اقتصادی آن بخش نبوده است، زیرا جامعه بازار در برابر پراکندگی و ستیزه‌های اجتماعی که در شکل تفرق محله‌های جامعه شهری وجود داشت، به مانند جزیره ثابت و آرامش به نظر می‌رسید. با آن که در درون فضای بازار گروه‌های مختلف زندگی می‌کردند و حتی پذیرای انفکاک مکان کسب و کار و محل زندگی نیز شده بودند، اما زمینه‌های برقراری روابط نزدیک اجتماعی- اقتصادی و فرهنگی در میان جامعه بازار بسیار بیشتر از زمینه‌های ایجاد تفرقه و ستیز میان آنان بود. بخشی از ارتباطات نزدیک بازاریانی تحت تأثیر شاخص‌های قومی و منطقه‌ای مشترک بازاریان قوام می‌گرفت. پیوستگی‌های دینی نیز عامل دیگری در این خصوص بود. حضور و فعالیت بازاریایی که به یک قوم، مذهبی یا منطقه از کشور وابستگی داشتند و هر کدام در یک بخشی از بازار فعالیت می‌کردند خود موجبات استحکام حلقه‌های اتصال در پشت پیوندهای اقتصادی و در محدوده‌های موقعیت شغلی افراد را فراهم می‌آورد. افراد با پیش زمینه‌های مشترک در سازمان‌ها و مکان‌های مذهبی به یکدیگر می‌رسیدند و ارتباط برقرار می‌کردند. بازار مکانی بود که بنا به غلبه روحیه عمل اجتماعی و برخورداری از انسجام اجتماعی به کانون توجه بخش‌های مردم شهری تبدیل شده بود. تداوم این عملکرد در بازارها را در دوره معاصر و تا هم‌اکنون به اشکال مختلف می‌توان ملاحظه کرد که از آن جمله می‌توان به چگونگی توزیع اعلامیه‌ها و اخبار شفاهی مبارزان علیه رژیم پهلوی در درون بازار و بهره‌برداری مطلوب از این کارکرد کهن اطلاع‌رسانی و کسب خبر در بازار در مبارزات اجتماعی اشاره کرد.

حضور عناصر مختلف شهری در درون بازار تهران، مجموعه‌ای از روابط گوناگون اجتماعی و فرهنگی در کنار فعالیت‌های اقتصادی به وجود آورده و منطقه بازار را به مفهوم «اجتماع» نزدیک کرد. فضای کالبدی متراکم بازار موجب تماس‌های رودرروی بازاریان می‌شد و امکان دیدارهای روزمره آنان را در غذاخوری، قهوه‌خانه، زورخانه، مسجد، مدارس، امازاده‌ها، میدین، مسیر راسته بازارها، و دیگر اماکن عمومی فراهم می‌آورد. روابط متقابل بازاریان در منطقه بازار، حتی در هنگام اقامت شبانه، به بالابردن سطح کیفی فضای کالبدی بازار می‌افزود. در چنین فضای کالبدی، فضای اجتماعی نقش بسته بود که در ذهنیت بازاریان از ساختار کالبدی و عناصر آن معانی خاص خود را پیدا می‌کرد. تأثیرگذاری این برداشت از جامعه بازار در ذهن بازاریان هنوز پابرجاست.

ویژگی گردهمایی‌های روزانه گروه‌ها و افراد در فضای بازار سبب می‌گردد خلعت بسیج عمومی در تهییج افکار در آن امکان از سهولت بیشتری برخوردار باشد. بازار به عنوان مکانی مؤثر برای شکل‌دهی به افکار عمومی و بهره‌برداری از آن در ایجاد آشوب‌ها یا جنبش‌های اجتماعی و اعلام اعتراضات اجتماعی پیوسته مورد توجه فعالان سیاسی- اجتماعی و مخالفان وضع موجود قرار داشته است. بررسی وقایع و رخدادهایی که در گذشته و دوره معاصر از بازارها نشأت گرفته است دلالت بر آن دارد که حضور روزانه گروه‌های بسیاری از جمعیت شهرها در بازارها که به صورت سازمان یافته و توده‌وار ملاحظه می‌شود، زمینه بسیار مؤثری را در انگیزش افکار عمومی یا اعلام اعتراضات اجتماعی داشته است. بازارهای ایران به‌ویژه از مقطع وقوع نهضت تنباکو به بعد نقش آفرینی‌های جدی در این زمینه نشان داده‌اند که اوج آن نوع رویدادها در جریان انقلاب سال ۱۳۵۷ ظاهر گردید و بازار تهران در دوره معاصر به یکی از مهم‌ترین پشتیبانان اقتصادی و اجتماعی گروه‌های مخالف و مبارزی که در داخل و خارج از بازار علیه وضع موجود مبارزه می‌کردند، تبدیل شده بود. حمایت بازاریان تهران تأثیراتی بسیار اساسی در تداوم و استمرار گروه‌ها و سازمان‌های مخالف در ایران معاصر داشته است.

در بازارهای شهری اقلیت‌های مذهبی و دینی از ادوار کهن تا دوره معاصر حضور داشتند. پیروان ادیان یهودیت، مسیحیت، زرتشتی در کنار بازاریان مسلمان به فعالیت و کسب و کار می‌پرداختند. وجود شمار زیادی از زیارتگاه‌های ادیان مختلف در بازارهای ایران موبد این حضور و تداوم فضای فرهنگی- دینی ویژه‌ای است که در بازارها امکان بروز پیدا می‌کرده است. در بازار تهران کلیسای طاطاوس مقدس در کنار دالان گبرها و بازار کیلویی‌ها و نظایر اینها نشانه‌هایی از این موضوع را ارائه می‌نماید. در عین حال بازارها مهم‌ترین مکان بروز احساسات مذهبی و برگزاری آیین‌ها و رسوم مربوط

بود. معمولاً در ایام سوگواری و عزاداری بازارها تعطیل می‌شد دسته‌های عزاداری به راه می‌افتاد و شور عمومی مردمان در این ایام در قالب همیاری در راه‌اندازی دستجات و اطعام و ارائه نذورات و نظایر این گونه آداب و رسوم متجلی می‌گردید. معمولاً با سابقه‌ترین هیأت‌های عزاداری شهر تهران به منطقه بازار و نواحی نزدیک به آن تعلق دارند. امروزه در بازار تهران هنوز یکی از بزرگ‌ترین آیین‌هایی که در ماه محرم برپا می‌گردید، ادامه دارد و در سومین روز پس از عاشورا در مسیر خیابان مصطفی خمینی و به طور عمده در چهار راه سیروس، آیین خداحافظی علم‌ها برگزار می‌شود. در این مراسم علم‌ها، پرچم‌ها و دسته‌ها و هیأت‌های عزاداری منطقه و حتی دیگر مناطق اطراف بازار به سوی چهار راه سیروس حرکت کرده و با انجام حرکات نمایشی در مسیر حرکت به همگان بدرود می‌گویند و مردم بسیاری برای دیدن این مراسم و انجام برخی امور اعتقادی در محل حضور پیدا می‌کنند. علاوه بر این مراسم عزاداری بازاریان به هنگام درگذشت رهبرای دینی و مورد احترامشان به شکل تعطیلی بازار یا برگزاری شعائر خاص از اهمیت زیادی برخوردار بود.

ایام جشن و سرور نیز در بازارها تجلی بیشتر و گسترده‌تری دارد. در اعیاد مذهبی و دینی، آذین‌بندی سردر بازارها یا درون سراها و تیمچه‌ها و تهیه اطعام و ارائه نذورات گوناگون در بازارها صورت می‌گرفت و همچنان تداوم یافته است. در گذشته در ایام بازدید مقامات بلند پایه یا سفر و میهمانان خارجی از بازار نیز آذین‌بندی بازارها به نشانه خوشامدگویی و نشان دادن سرور بازاریان و مردمان شهر تلقی می‌شد.

به طور کلی در شرایط جدید اجتماعی - اقتصادی و فرهنگی جامعه که تحت تأثیر الگوهای متفاوت شهرنشینی بسیاری نهادها و مؤسسات و نهادهای ویژه تأمین نیازها و ضرورت‌های زندگی شهری در فاصله‌ای زیاد و بدون ارتباط با کالبد و حوزه‌های عملکردی بازار بر پا شده‌اند، تغییرات بسیاری در این راستا در بازارها ظاهر شده است. بسیاری از حوزه‌های عملکردی که قبلاً در انحصار فضای بازار بود، به تدریج از ساختار بازار منتزع شده و بر اساس نظم متفاوتی در سراسر شهر پراکنده شده‌اند. در این میان شاید یکی از مهم‌ترین علل بروز تغییرات وسیع در حوزه عملکردی بازار به تغییر شبکه ارتباطی و دسترسی درونی شهر تهران مربوط است که باعث گردید نقش و جایگاه استخوان بندی بازار که مبنای شبکه دسترسی و ارتباطی شهر را تشکیل می‌داد، از دست رفته و در پی آن روند افول حوزه‌های عملکردی اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بازار نیز شدت گیرد.

نقش و عملکرد سیاسی بازار تهران در مقایسه با عملکرد اقتصادی یا اجتماعی و فرهنگی بازار مباحث بیشتری را سبب شده است. موضوع خودگردانی امور بازار و بازاریان، شکل‌گیری و فعالیت اصناف، وجود برخی شبه نهادهای مدنی چون دادگاه‌های صنفی و نظایر اینها مقوله تأمین امنیت در بازار و سازمان آن، تکالیف و تعهدات دو جانبه بازار در برابر حکومت در زمینه‌هایی چون جمع‌آوری و پرداخت مالیات و غیره، ظرفیت‌های بازار در ایستادگی در برابر سیاست‌های زیادخواهانه حکومت‌ها و فرآیند شکل‌گیری مقاومت‌ها و جنبش‌های مدنی از درون جامعه بازار، پیوندهای روحانیت با بازاریان و همسویی‌های آنان در حوزه سیاست و نظایر این موارد، همگی دلالت بر اهمیت موضوع نقش و عملکرد سیاسی بازار در جامعه شهری دیروز و معاصر دارد. در دوره جدید نیز برآمدن نظام دولت - بازار به استقرار روابط متفاوتی بین دولت و بازار انجامید که در این میان بازار به نمایندگی از حوزه خصوصی و غیر دولتی و به اصطلاح مدنی جامعه عمل می‌کرد. در شرایط جدید نظام بازار به عنوان نهادی مدنی در برابر گرایش‌های تمرکزجویانه در رفتارهای سیاسی فهمیده می‌شد و گروه‌های تشکیل دهنده بازار به مانند تعیین‌کننده‌ترین مجموعه‌های تأثیرگذار بر کانون‌های قدرت در جامعه عمل کرده‌اند.

در نتیجه رسوخ مناسبات جهانی سرمایه‌داری در کشور و پیامدهای گسترده اجتماعی - اقتصادی آن در قرن سیزدهم، مسئله جدیدی تحت عنوان چگونگی تعامل بازاریان و پیشه‌وران ایران با آن وضعیت به وجود آمد و در نتیجه دو گرایش عمده، یکی متمایل به ادغام در مناسبات بازار جهانی و دیگری متمایل به الگوی اقتصاد ملی و مستقل ظاهر گردید و تا به امروز در عرصه سیاست و اقتصاد ایران به کنش و واکنش در داخل و با سیاست‌ها و مناسبات جهانی پرداخته‌اند. از منظر بازاریان ایران وجوه بسیاری از تغییراتی که در حال رخ دادن بود، مطلوب نبود و بسیاری از اقدامات و رویه‌های از پیش گرفته شده مانند عقد قراردادهای تجاری با کشورهای خارجی و اعطای سیاست‌های ترجیحی به تجار بیگانه، واگذاری

امتیازات و انحصارات به نمایندگان تجاری بیگانه، سیاست‌های نادرست مالی و پولی و اقتصادی حکومت قاجاریه و سیاست‌های گمرکی نادرست زیان‌های جبران‌ناپذیری را به کیان اقتصاد کشور وارد می‌کرد. بر این اساس دو سده اخیر تاریخ ایران شاهد آغاز فعالیت بخش بازار و بازاریان ایران در حوزه سیاست و فعالیت‌های اندیشه‌ای و اجتماعی فعال در مباحث تجدد و مدرنیته، سنت و سنت‌گرایی و آراء اجتماعی و سیاسی و دینی و اقتصادی مبتنی بر این رویکردها بوده است. رخدادها و وقایع سرنوشت‌سازی چون نهضت تحریم کالاهای خارجی، نهضت مشروطیت، فصولی از حضور بازار و بازاریان را در عرصه سیاسی ایران رقم زد. دوره بیست ساله پهلوی اول که سیاست‌های مدرن‌سازی را علیه وضعیت سنتی تعقیب می‌کرد، آسیب‌های فراوانی به کالبد بازارها و مناسبات سنتی بازار وارد ساخت. از این رو مفهوم بندی و تجدید موضع بازار و بازاریان همگام با دیگر اقشار اجتماعی ناراضی از سیاست‌های حکومت‌های وقت در ضدیت با استبداد داخلی و سلطه بیگانه از اواخر قرن چهاردهم شکل گرفت و پیامدهای سیاسی-اجتماعی و اقتصادی بسیاری در پی داشت.

بی‌تردید بازار نیز به‌عنوان یکی از اجزای جامعه ایرانی متأثر از این تغییرات بوده است. وابستگی هرچه بیشتر اقتصاد ایران به نظام اقتصاد صنعتی و جهانی، روی کارآمدن رقبات جدید برای بازاریان حتی در فضای خارج از بازار قدیمی، استقرار و دخالت‌های دولت در اقتصاد و پیدایش نفت به‌عنوان عاملی فوق‌العاده مؤثر در اقتصاد ملی، همگی گویای تغییرات شگرف در کارکردهای بازار در ایران بود.

بنابراین بازار تهران با برخورداری از پشتوانه و نیرومندی‌های اقتصادی و مالی ضمن اتخاذ رویکرد انتقادی و گاه مخالفت اجتماعی-سیاسی در زندگی سیاسی معاصر ایران به ایفای نقش پرداخته و پس از وقایع منجر به مشروطیت به عنوان یکی از کانون‌های مخالفت سیاسی در جامعه شهری ایران ظاهر گردیده است. از این دوره به بعد، بازارها در ایران، مملو از چالش با دولت‌ها و سیاست‌های نوسازی اجتماعی و اقتصادی آنان است که به طور کلی در شکل تمایل دولت‌ها به برقراری سلطه اداری، حقوقی، اجتماعی و اقتصادی بر بازار و بازاریان و نیز تمایل بازاریان به مقاومت در برابر فشارهای دولت‌ها و دخالت‌های مختلف آنان در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، حقوقی و مالی دولت‌ها مربوط می‌گردد.

با ذکر این مقدمه، اطلاع کامل از زمان دقیق وقایع و حوادث بازار بزرگ تهران اهمیت زیادی دارد؛ چرا که در بسیاری موارد یک محقق تنها با علم بر تاریخ حوادث است که می‌تواند رویدادها را شرح و تفسیر نماید و رابطه علت و معلولی میان آن‌ها را کشف نماید. بنابراین طبقه‌بندی اطلاعات در این کتاب بر مبنای ترتیب وقوع زمانی رخدادها انجام شده است. کرونولوژی (chronology) یا گاهشماری، علمی برای محاسبه زمان یا دوره‌هایی از زمان و اختصاص رخدادها در تاریخ‌های دقیق وقوع آنهاست. این علم به بررسی وقایع و رخدادها در تاریخ‌های زمانی دقیق آن‌ها می‌پردازد. بسیاری از نوشته‌های تاریخی در واقع همان کرونولوژی به معنی تخصیص رخدادها به تاریخ‌های زمانی دقیق آنهاست. گاهشماری یا طبقه‌بندی اطلاعات به صورت زمان‌بندی شده بر مبنای ترتیب وقوع زمانی رخدادها می‌تواند نسبی یا مطلق باشد. کرونولوژی نسبی در واقع چینش حوادث و وقایع تاریخی نسبت به یک مبدا زمانی است ولی کرونولوژی مطلق دسته‌بندی ویژه‌ای از وقایع است که تاریخ (date) نامیده می‌شود. بنابراین با توجه به اهمیت مقوله زمان و ترتیب وقوع حوادث، مورخان را بر آن داشت تا در گزارش رخدادها و وقایع، ترتیب و توالی زمانی را در نظر بگیرند. این شیوه تدوین در مورد رویدادهای قرن حاضر متداول شده و تاکنون کتاب‌های متعددی درباره آن منتشر شده است. کتاب‌ها و آثاری که منابع مناسبی برای علاقه‌مندان و پژوهشگران حوزه تاریخ، سیاست، اقتصاد و فرهنگ می‌باشد.

بازار بزرگ تهران در دوران معاصر از نظر محتوا و مضمون سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و فراز و فرودهای آن در بردارنده حوادث و وقایع مهمی است که با وجود تحقیقات صورت گرفته همچنان نیازمند بررسی بیشتری است. این مجموعه برای آشکار ساختن نقش بازار در تحولات، حوادث و وقایع بازار تهران دوره قاجار و پهلوی تا سال ۱۳۳۳ تنها به کنار هم قرار دادن رویدادها به ترتیب زمان وقوع آن‌ها بسنده کرده است.

بررسی وقایع و حوادث سیاسی - اجتماعی بازار تهران به صورت گاهشمار گام نخست در تشریح و تحلیل کارکردهای سیاسی و اجتماعی بازار تهران خواهد بود. هدف از گردآوری و تدوین طرح حاضر دستیابی به مجموعه‌ای منظم و طبقه‌بندی شده از داده‌های دست اول تاریخی است که بتوان روابط علی و معلولی دقیقی میان آنها شناسایی کرد.

منظور از حوادث و وقایع عمده سیاسی - اجتماعی در پژوهش حاضر، هر واقعه مؤثر در روند زندگی بازار به‌عنوان یک جامعه تام است. تأثیرات اعم از دامنه دار یا محدود، طولانی مدت یا مقطعی در این مجموعه توجه خواهد شد. بر این اساس، برخی از حوادث و رخدادها که به صورت مستقیم و در فضای فیزیکی بازار رخ نداده، اما حوزه‌ای محدود یا گسترده از فعالیت‌های بازار را تحت تأثیر قرار داده، در مجموعه گنجانده شده است.

گردآورنده بر آن است که یکی از مهم‌ترین مشکلات پژوهش درباره بازار در ایران، پراکندگی اطلاعات مربوط به بازار در منابع و مدارک گوناگون است. منابعی که گاه چنان فرعی و دور از موضوع قلمداد می‌شوند که پژوهشگران به آنها توجه نمی‌کنند. گردآوری و تدوین مجموعه‌ای که دستیابی به داده‌های اولیه مربوط به تحولات سیاسی - اجتماعی بازار را به مجموعه‌ای نسبتاً کامل بتواند گرد آورد، از کاستی‌ها در این حوزه پژوهش است؛ امیدواریم با بازبینی کلیه اسناد و مدارک در دسترس بنیاد ایران‌شناسی بتوانیم آنها را در یک مجموعه واحد بیان کنیم.

بازه زمانی در نظر گرفته شده در این طرح، حوادث و رخ دادهای بازار از آغاز دوره قاجاریه (۱۲۱۰ق./ ۱۷۹۵م.) تا سال ۱۳۳۳ش./ ۱۹۵۴م. است. آغاز دوره قاجار و انتخاب شهر تهران به‌عنوان پایتخت این سلسله، دوره جدیدی در تحولات سیاسی - اجتماعی و کالبدی این شهر شکل گرفت؛ در واقع مطرح شدن تهران به‌عنوان یک شهر، مرهون توجه و حمایت نخستین شاهان قاجاری بوده است. ساخت عمارت‌ها و مجموعه‌های جدیدی در این شهر و توجه به زیرساخت‌های لازم برای استمرار زندگی در شهر، مانند: بحث تأمین آب و منابع غذایی ساکنان آن و... تهران را برای گسترش کالبدی و توسعه سیاسی اجتماعی آن آماده ساخت. در این دوره، بازار بزرگ تهران به‌عنوان یکی از بخش‌های مهم و مرکزی شهر مورد توجه دستگاه دیوان‌سالاری قاجاری قرار گرفت و از سوی دیگر به‌دلیل ویژگی‌های اساسی بازارهای ایرانی منطقه بازار به‌عنوان شریان حیاتی زندگی اجتماعی در تهران روزبه‌روز رونق گرفت. در واقع در بازشناسی پیشینه تاریخی بازار تهران می‌توان تأسیس سلسله قاجاری و استقرار آن در تهران به‌عنوان پایتخت را مقطعی برای آغاز پویایی بازار تهران در نظر گرفت. بازار تهران به تدریج در طول دوره قاجاریه در قلب تهران گسترش یافت و با تحکیم پایگاه‌های سیاسی و مذهبی خود به نوعی مدیریت نظام اقتصادی دوره قاجاری را در دست داشت. مقطع در نظر گرفته شده برای پایان گاهشمار به‌دلیل تفاوت‌های ساختاری جامعه ایرانی پس از کودتا با دوره قبل از آن است. اگرچه تغییرات سیاسی و اجتماعی عمیق و گسترده در جامعه ایرانی پیش از کودتا و در دوره مشروطیت و حتی اواخر دوره ناصری در ایران قابل شناسایی است، اما وقوع کودتای ۱۲۹۹ش./ ۱۹۲۰م. و نظام سیاسی برخاسته از آن مظاهر پوشالی نظام پیشین را نیز از میان برداشت و جامعه ایرانی را در مسیر جدیدی قرار داد.

شیوه تدوین گاهشمار حوادث سیاسی - اجتماعی بازار بزرگ تهران

گاهشمار حاضر به صورت «زمانی» طبقه‌بندی و داده‌های آن طی ۳ مرحله آماده‌سازی شده‌اند:

الف) گردآوری و ارزیابی داده‌ها: در این مرحله با توجه به بازه زمانی طرح کوشیده شده با استفاده از منابع دست اول این دوره، اطلاعات مربوط به رخ داده‌های بازار گردآوری و ارزیابی شوند. در دوره دوم تاریخ قاجاریه، به روزنامه‌ها به‌عنوان مهم‌ترین منبع دربرگیرنده اخبار و حوادث مربوط بازار مراجعه شده است. روزنامه‌های دوره قاجاری از سال ۱۲۷۶ق./ ۱۸۵۹م./ ۱۲۳۸ش. [با انتشار نخستین روزنامه، وقایع اتفاقیه] اطلاعات نسبتاً دقیق [اما نه جامع] از بازار تهران به دست می‌دهند. در دوره نخست تاریخ این پژوهش از منابع مکتوب و اطلاعات به‌دست آمده به اسناد تکیه شده است.

ب) عنوان‌نویسی و شرح خبر: در عنوان‌نویسی اخبار گزینش شده، کوشیده شده عنوانی انتخاب شود که ابعاد موضوع مطرح شده در خبر را به صورت خلاصه در بر داشته باشد. با توجه به تغییرات صورت گرفته در شیوه نگارش در زبان فارسی، متن اخبار با زبان فارسی معیار بازنویسی و در صورت لزوم عین متن خبر درج خواهد شد.



ج) گویاسازی اخبار: در ایضاح اخبار شرح و توضیح موارد ذیل مورد نظر خواهد بود:

۱. اشخاص، القاب؛
 ۲. اماکن؛
 ۳. حوادث وقایع مهم و تأثیرگذار؛
 ۴. اصلاحات و مفاهیم اقتصادی و تجاری [مانند: عقود مختلف یا واحدهای پولی]؛
 ۵. واژه‌های غیر فارسی و سایر موارد ضروری...
- نمونه مداخل:

تاریخ: ۱۲۷۱/۰۹/۱۸ ق. / ۴ ژوئن ۱۸۵۵ م. / ۱۴/۳/۱۲۳۴ ش.

عنوان: بازدید ناصرالدین‌شاه از دکان‌ها و اصناف میدان جدید^۱ در ماه رمضان به رسم معمول سال‌های گذشته^۲
متن خبر: ---

منبع خبر: وقایع اتفاقیه، ۲۱ رمضان ۱۲۷۱ ق.، ش ۲۲۷ ص ۱۴۲۴-۱۴۲۳.

عنوان: دستگیری و تنبیه چند دزد در تهران

تاریخ: شوال ۱۲۷۱ ق. / ۱۷ ژوئیه ۱۸۵۵ م. / ۲۷/۳/۱۲۳۴ ش.

متن خبر: دزدان دستگیر شده؛ نصیر نام شیرازی، اسکندر نام نهاوندی، حیدر بروجردی پس از تنبیه و گرداندن آنها در بازار تهران از شهر اخراج شدند.^۳

منبع خبر: وقایع اتفاقیه، ۱۲۷۱ ق. / ۲۴ سپتامبر ۱۸۵۴ م. / ۲/۷/۱۲۳۳ ش.، ش ۲۳۱ ص ۱۴۴۸.

این اثر در سه بهره تدوین شده است. بهره اول به مهم‌ترین حوادث و وقایع بازار بزرگ تهران از آغاز دوره قاجار تا پایان دوره می‌پردازد. بهره دوم از روی کار آمدن حکومت پهلوی تا سال ۱۳۲۰ ش. و بهره سوم، دوره پهلوی دوم تا سال ۱۳۳۳ ش. را در بر می‌گیرد. برای استخراج اخبار بازار تهران در طی دوران یاد شده، اغلب روزنامه‌ها، مجلات و کتب تاریخی مطالعه، استفاده و فیش‌برداری شده است. در پایان هر خبر نیز منبع خبر آورده شده تا پژوهشگران بازار با مراجعه به منابع اصلی اطلاعات بیشتری به دست آورند.

^۱ مراد از میدان جدید، سبزه میدان است که در سال ۱۲۶۸ ق. / ۲۷ اکتبر ۱۸۵۱ م. / ۵/۸/۱۲۳۰ ش. در دوره ناصرالدین شاه ساماندهی شد و تغییرات اساسی در آن به وجود آمد.

^۲ معمولاً در روزهای رمضان بازار تهران در طول روز بسته بوده و پس از افطار تا نزدیکی سحر خرید و فروش در آن جریان داشت.

^۳ بازار تهران به‌عنوان مهم‌ترین مرکز اجتماع مردم شهر و محل عبور و مرور بسیاری از آنها به‌عنوان جایگاهی برای اطلاع‌رسانی و از جمله شناساندن و اعلام جرم افراد بوده است.