پژوهش‌های انسان‏شناسي ايران

سال 1، شمارۀ 2

پاییز و زمستان 1390، صص56- 29

**بررسی تحولات كاركردي بازار آمل از گذشته تا كنون**

شهرام يوسفي‌فر[[1]](#footnote-1)\*

معصومه يدالله‌پور[[2]](#footnote-2)\*\*

تاریخ دریافت: 20/10/1389

تاریخ پذیرش: 24/2/1389

**چكيده**

بازار آمل از پيشينه تاریخی، موقعیت جغرافیایی و تنوع کارکردیخاصی در منطقة شمالي كشور برخورداراست و در مقايسه با ديگر بازارهاي شهري ايران كاركردهاي گوناگوني را در خود متحقق كرده ‌است. بازار آمل عملکرد‌های چندگانه‌ همزمانی مانند بازارهاي دائمي، بازارچه‌هاي محلي و نیز بازار هفتگي را دارا استکه سبب استقرارفضاهایی با كاربري مسكوني در كنار مكان‌هاي تجاري در کالبد بازار شده و در نتیجه این پیوستگی فضایی، نيازهاي ساكنان محله‌هاي مجاور و کل شهر را در دوره‌هاي مختلف تاريخي درون بازار تامین گشته است. در اين مقاله نقش كاركردي بازار در مناسبات شهر آمل مورد بررسی قرار گرفته است، بنابراین موقعيت و كاركردهاي بازار در روند ساخت و گسترش كالبدي شهر بررسي مي‌شود تا نقش آن در شكل‌دهي ساخت فضايي شهر و تأسيس و تداوم حيات نهادها (مراكز اقتصادي، اجتماعي و فرهنگي) در گذشته و حال مشخص گردد. نتايج اين بررسي نشان مي‌دهد، كاركردهاي اجزاي اصلي كالبدي بازار در آمل نظم زندگي اجتماعي و اقتصادي شهري را سامان مي‌دادند. محور اصلي بازار آمل به مانند شريان اصلي ارتباط ساکنان شهر عمل كرده و نقش محوري آن در كالبد شهر، بر زندگي روزانة مردم شهر در زمينه‌هاي مختلف تأثير داشته است: به دليل آنكه بازار نهادهاي اجتماعي، اقتصادي و فرهنگي شهري را در خود جاي داده و به دلیل مرجعيت خود در فضاي شهري، تداوم و كاركردهاي مؤثر آن‌ها را تا كنون تضمين نموده است. امروزه كاركردهاي اماكن و اجزاي كالبدي در بازار آمل به مانند بخشي ارزشمند از ميراث معنوي و فرهنگي شهر به شمار مي‌روند و اين امر نشان‌دهنده تداوم ارزش‌آفريني بازار در زندگي كنوني اين شهر همزمان با دگرگون شدن آن است. در اين تحقيق از روش مطالعة كتابخانه‌اي و آرشيوي براي دستيابي به اطلاعات مربوط در كنار روش مطالعة ميداني مبتنی مشاهدة مستقيم و انجام مصاحبه استفاده شده است.

**کلید واژگان:** آمل، بازار، تغييرات اجتماعي، فضاي شهري، مشاغل سنتی، ميراث فرهنگي.

**مقدمه**

فضاي بازار عناصر اصلي زندگي شهري مانند مسجد جامع و ارگ را در دورة شهرنشینی سنتی و حتي معاصر در خود جاي داده‌ است. در ایران بازار نقش بسیار مؤثری در تحقق عملکردهای سیاسی، تجاری و فرهنگی شهر در ایران داشته‌ است. این نقش بازار درحقیقت بازتابی از ساختار شهرهای اسلامی است. شهر آمل در استان مازندران در بخش شمالی ایران قرار دارد و از جمله شهرهاي كهن ايران است كه در گذشته بر سر راه مهم بازرگاني درياي ‌مازندران و همچنین در ارتباط با راه‌های عراق قديم و مرکز ايران قرار داشت و برای مدت‌هاي طولاني مركز حكومت‌هاي محلي در منطقه شمال ایران بود. موقعيت سوق‌الجيشي، مركزيت سياسي و مجاورت با گذرگاه‌هاي بين‌منطقه‌اي ‌استراتژيك، شهر آمل را به ملتقاي سرمايه و كالا تبدیل کرده بود.

بازار آملدر کنار یکی از دروازه‌های شهر قرار داشت و هستة اولیۀ تشکیل شهر به شمار می‌آمد و به عنوان بخش مرکزی، مکان استقرار عناصر کالبدی اصلی شهر بود. بر اين اساس كالبد بازار با معماري متفاوت خود بافت تاريخي شهر را دربرگرفته و تا به امروز موجوديت خود را حفظ كرده ‌است. بازار آمل جزو معدود‌ بازارهاي دائمي و سرپوشيدة استان مازندران است. شباهت‌هاي این بازار با بازارهای ایرانی، زمینۀ مطالعاتی بسیار مهمی را در اختیار قرار می‌دهد. در مطالعة حاضر، بازار آمل چون يك جامعة تام در نظر گرفته شده است كه در فضای آن مناسبات و روندهاي اقتصادي، فرهنگي و اجتماعي شهر از گذشته‌اي دور در جريان بوده و هم ‌اكنون نيز در بخش‌هايي از آن پايدار و قابل مطالعه است. شناسايي اين وجه از زندگي بازار شهر آمل چشم‌اندازهاي وسيعي براي مطالعه و فهم مناسبات شهر آمل و درك تغييرات و تحولات اجتماعي آن فراهم مي‌آورد. از آنجاكه مطالعة پديدة بازار بايد از زوايا و چشم‌اندازهاي مختلف سياسي، اقتصادي، اجتماعي و فرهنگي صورت گيرد، مطالعة بين‌رشته‌اي ناگزیر و البته نتايج چنين پژوهشي فهم دقيق‌تري از جامعۀ شهري آمل به دست می‌دهد. شناسايي و جمع‌آوري اطلاعات ميداني در مورد اماكن و كاركردهاي اجزاي بازار آمل با روش مكان‌نمايي عناصر اصلي بازار بر نقشه‌ها مطالعة حاضر را دقيق‌تر مي‌كند.

**پرسش‌های پژوهش**

1ـ الگوی کالبدی بازار آمل بر اساس چه مؤلفه‌های شکل گرفته‌ بود؟

2ـ کارکردهای اصلی بازار آمل در چه ارتباطی با الگوی کالبدی آن قرار می‌گیرند؟

**ساختار کالبدی بازار آمل**

بازارهاي شهري از نظر نحوۀ شکل‌گیری به دو گروه اصلی تقسیم می‌شوند: 1ـ بازارهای طراحی نشده‌؛ كه به صورت نامنظم و بدون نقشۀ قبلی در مسير توسعة خود بنا به نیازهای جامعه و مردم رشد كرده‌اند و گاه بعد از مدتی با تغییر شكل، طراحی شده و جایگزین شکل‌های قبلی شده‌اند. 2ـ بازارهای طراحی شده؛ كه متأثر از سبک‌های ایرانی پس از اسلام بودند، این بازارها دارای نقشه از پیش طراحی شده بودند و از اصول ويژه‌اي در شکل پيروي مي‌كنند. اين بازارها در پنج گروه جاي دارند: تک محوری (خطی یا طولی)، بازارهای چند محوری، بازارهای صلیبی (متقاطع)، بازارهای منظومه‌ای، بازارچه (رجبی، 1385: 124-119).

بازار آمل از نظر نحوۀ شکل‌گیری جزء بازارهای منظم یا طراحی شده است و از الگوی بازارهای خطی یا طولی و الگوی بازارچه به صورت توامان پیروی می‌کند. ساختار كالبدي بازار آمل به ‌ويژه در بخش راستۀ بازار از تقاطع خيابان مهديه، امام‌رضا و خيابان شهيد‌ ‌بهشتي شروع مي‌شود و به سمت جنوب‌شرقي- شمال‌غربي و در فضاي محلات مختلف ادامه پيدا مي‌كند (يدالله پور، 1388: 49). در گذشته كالبد بازار از سمت راستۀ شرقی پل قديم هراز خیابان آیت (ژاندارمری سابق) آغاز و در جهت ذكر‌شده، ادامه پيدا مي‌كرد. تغييرات راه‌هاي اصلي ورودي به شهر جابه‌جايي فوق را سبب گرديده‌ است.

بازار آمل تحت تأثير اقلیم مرطوب و پرباران کرانۀ دریای مازندران از ويژگي‌هاي سبكي و معماري ويژه‌اي سود مي‌برد كه علي‌رغم مسقف بودن تحت تأثير نيازها و محيط و هويت فرهنگي جامعة شهري آمل نيز قرار دارد. با عنوان مثال كاربرد مصالح چوب در احداث بناي بازار به وفور صورت گرفته است و از اين رو امكان ساخت بناهاي مرتفع در آن وجود ندارد.

عناصر كالبدي گوناگون در بازارهاي كهن ايران هويتي مستقل و در عين حال وابسته به يكديگر دارند. بازار افزون بر آن‌كه مرکز تجارت شهر به شمار مي‌رفت، فعالیت‌های اجتماعی، مذهبی، فرهنگی و سیاسی را نيز در خود جاي داده‌ بود. بازار در رابطه با عملكردهايش در امتداد راه‌های اصلی شهر قرار داشت و اين ویژگی ارتباطی از نظر کالبدی شکل خاصی به بازارهای سنتی بود. عناصر کالبدی بازار به دو دسته قابل تفکیک بودند که خود به اجزای کوچک‌تری تقسیم می‌شدند: اول عناصر سازندة هويت تجاري بازار مانند راسته، چهارسو، تيمچه و غیره و عناصر دوم كامل‌كننده نيازهاي بازار مانند مسجد، حمام و غیره (بيگلري، 1355: 9).

بازار به مانند مركز شهرهاي كهن ايران عملكرد داشته و چون توانمندي اقتصادی آن نيز هم در رابطه با نیاز‌هاي جامعه و مردم قرار داشت بیش از هر عنصر دیگری متکی به فعاليت‌هاي مردم در حوزة اقتصاد بوده است (رجبي، 1386: 70). این مقاله به بررسي عناصر كالبدي بازار آمل و كاركردهاي آن در اقتصاد و جامعة شهري می‌پردازد تا از اين مسير چگونگی تداوم فرایندها و كاركردهاي دورة سنت در فضاي شهري جديد بررسي شود.

**کارکرد اقتصادی و تفکیک فضایی بازار آمل**

مهم‌ترين كاركرد اقتصادي بازار سنتی ایرانی تجارت و سپس توليد پيشه‌وري استو سایر کارکردهای بازار، ارائه خدمات متفاوت و مكمل برای دو کارکرد نخست است.در بازارهاي سنتي ايران نحوة جاي‌گزيني مکان‌یابی برای حرفه‌ها و مشاغل به صورت مجزا از یکدیگر است. اعضای يك صنف، راسته بازار مخصوص به خود را دارند، چنان‌که در بازار آمل نیز مانند دیگر بازارهای سنتی، بازاریان دارای راسته‌های مخصوص به خود مانند بازار نمدمالان، کفش‌دوزان، مسگران و سراجان، برنج فروشان بودند. عمده‌ترين مراكز تجاري شهر آمل در قالب راستۀ اصلي بازار و راسته‌هاي فرعي آن سامان يافته بود. راستۀ اصلي قبل از پل دوازده‌ چشمه آغاز و تا مركز اصلي كاشي‌ محله ادامه مي‌يابد. از دیگر عناصر تجاری بازار آمل می‌توان به چهارسو، تیمچه‌ها و کاروانسراها اشاره نمود. تیمچة سعادت تنها تيمچة بازار آمل است و بازار مسجد جامع قسمت دیگری از تیمچۀ سعادت است که با هم تیمچۀ بزرگ را تشکیل می‌دهند. تیمچۀ میوه‌چیان بعدها به آن اضافه شده است.

ساختمان بازار از نظر ابعاد دهنه و فضاي دروني مغازه از الگوي مشابهي پيروي مي‌كند. فضاهاي فعاليت‌ صنف‌های مختلف به فراخور نوع فعاليت آن‌ها داراي ويژگي‌هايي است. به طور كلي به دليل نوع مصالح و نقشه ساختماني و شرايط فرهنگي و اجتماعي بيشتر واحدهاي بازار به صورت يك طبقه احداث شده است. مغازه‌ها اغلب داراي دو مسير دسترسي هستند يكي از مسير راسته اصلي بازار و ديگري از پشت مغازه که به بارانداز و انبارها راه مي‌يابند. مغازه‌ها از دو طرف در ارتباط با گذر و از دو طرف ديگر به مغازه‌هاي همجوار پيوسته هستند (يدالله پور، 1388: 76)

**راسته‌**

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

معماری اجزای اصلی بازار آمل به مانند سایر بازارهای سنتی ایران نیست. از نظر شكل فضاهاي موجود، روباز و مغازه‌ها داراي سقف سفالي شيب‌دار با پيش‌آمدگي برای حفظ مراجعه‌کنندگان و كالاهاي عرضه ‌شده از ريزش باران بودند، در حال حاضر بسياري از مغازه‌ها داراي سقف پيش‌آمده با ورق آهن سفيد يا چادر هستند و از فضاي باز راستۀ بازار براي عرضه كالاهاي خود استفاده مي‌كنند. تحليل كالبدي بازار شهر آمل نشان مي‌دهد اجزاي اصلي بازار را راسته‌هاي اصلي و فرعي تشكيل داده ‌است كه در گذشته فضاهایی با کاربری تخصصی بودند. بازار آمل از ده راسته تشكيل شده بود، که عبارت هستند از: 1ـ راستۀ عطاران (کفش‌دوزان) 2ـ راستۀ حبشی 3ـ راستۀ پالان‌دوزان 4ـ نوراسته (سراجان) 5ـ راستۀ گروسی (مسگران) 6ـ راستۀ نمدمالان 7ـ راستۀ آقاعباس 8ـ راستۀ هاشمی 9ـ راستۀ پایین بازار10ـ راستۀ نیاکی (برنج‌‌فروشی). وجود بازار و نوع راسته‌ها بيان‌كنندة ثروت شهر و مردم آن است. بازار آمل بخش عظيمي از كالاهاي روستاييان عرضه می‌کرد و بيشترين ارتباط تجاري اين شهر با تهران بوده است.

**چهارسو**

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

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

**تیمچه سعادت**

# تیمچه در بازار آمل به فضای سرپوشیده با حجره‌های یک و دو طبقه گفته می‌شود. جایگاه تجار طراز اول و بنکدارهای بزرگی بوده است که به مانند تیمچه‌های ایرانی به تجارت یک نوع کالا می‌پرداختند. تیمچه‌های بازار آمل فاقد معماری خاص تیمچه‌های ایرانی است. با توجه به اینکه تیمچه‌ متأثر از معماری دوران بعد از صفویه است، هم در دستۀ معمول‌ترین شکل آن قرار می‌گیرد، یعنی دارای دو طبقۀ مسقف مستطیل شکل است مانند تیمچۀ سید‌حسین عطار، هم در دسته‌ای که دارای یک طبقۀ مسقف هستند مانند تیمچۀ میوه‌چیان. بازار آمل در واقع دارای یک تیمچه بود. اغلب پیشه‌وران به خرده‌‌فروشی اشتغال داشته‌اند. اندازه، وسعت و حجم مبادلات بالای بازرگانی بازار آمل در داشتن تیمچه تأثیرگذار بوده است.

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

تیمچه‌های بازار آمل امروزه تغییرات فراوانی کرده‌اند، مشاغل موجود در بازار با توجه به تغيير و تحولات عصر جديد و عدم نياز و ضرورت دیگر کاربری ندارند و یا با حفظ ماهيت تغيير شكل دادند مانند نمدمالي، پالان‌دوزي، كفش‌دوزي، دباغي و مسگري و غیره. بازار آمل نيز در ارتباط با تغییر نوع فعالیت اقتصادی و به تبع آن تغییر مشاغل از حالت تخصصي درآمده‌ است (مانند تيمچة سعادت كه به صورت بازار زرگرها درآمده و بازار نمدمالان كه امروزه همه نوع مشاغل را در خود جاي داده ‌است).

**بازارچه**

بازارچه در شهر آمل به بازارهای کوچکی می‌گویند که برای تأمین نیازهای روزانه و هفتگی ساکنان هر محله تشکیل می‌شود (سلطان‌زاده، 1380: 56). بازارچه به صورت فشرده همۀ واحدهای خدمات عمومی را در سطح فضایی مناسبی گرد هم آورده و به صورت گسترده سبب استقرار واحدهای مختلف گشته است و با وجود داشتن مقیاس کالبدی کمتری از بازار اصلی، در بازارچه ویژگی‌های کلی خدماتی و تولیدی واحدهای بازار دیده می‌شود. بنابراین بازارچه به نوعی راستۀ بازار یا گذر اصلی محله تلقی می‌شود که به عنوان واحدهای خدماتی عمومی ضمن پاسخ‌گویی به نیازهای محلی ساکنان به کارآیی بهتر بازار مادر کمک کرده و در توزیع متناسب و کم شدن ترددها به سمت مرکز شهر نقش بسزایی داشته ‌است (رجبی، 1385 :187- 186).

فضای بازارچه در بازار آمل به دو صورت بود: 1ـ میدانچه‌ای که در فضای باز در میدان‌های تجاری درون شهری از جنبه و اهمیت کارکردی کمابیش همانند فضاهای بسته برخوردار بوده است مانند بازارچۀ مشایی، آقا عباس و کاشی ‌محله 2ـ به صورت گذر در بخشی از معبر اصلی محله قرار داشت و در مواردی عرض آن بخش از معبر که بازارچه در آن جای داشت پهن‌تر از سایر قسمت‌های معبر بود تا توقف و معامله خریداران و مردم محله، برای عابران ایجاد زحمت نکند مانند بازارچۀ شاهاندشت و نیاکی ‌محله. از ویژگی دیگر بیشتر بازارچه‌های بازار آمل، داشتن ترکیب مسکونی- تجاری است به ‌گونه‌ای‌که تلفیق دو مرکز محله به نام‌های مشایی‌ محله و شاهاندشت ‌محله سبب شده است تا قسمت بزرگی از بافت مسکونی تحت نفوذ مستقیم بازارچه قرار بگیرد.

مسقف نبودن بازارچه‌های مناطق شمال از ویژگی‌های دیگر بازار آمل است. در خور یادآوری است وسعت بازارچه‌های محلۀ بازار و محدودۀ آن به وسعت محله و جمعیت آن بستگی داشت. بنابراين بازارچه‌های بازار آمل و محدودة آن عبارت بودند از: 1ـ بازارچۀ مشایی 2ـ بازارچۀ شاهاندشت 3ـ بازارچۀ آقا عباس 4ـ بازارچۀ کاشی‌ محله 5ـ نیاکی ‌محله. روبه‌روی شهرداری از جاهای دیگری بود که بازار برپا می‌شد. در رابطه با نقش بازارچه در زندگی و حافظه ساکنان،یکی از معتمدان بازار آمل می‌گوید:

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

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

1ـ بازارچه مشایی: این بازارچه با توجه به نام محل قرارگیری آن (مشایی ‌محله) نام‌گذاری شده است. خراطی، کله‌پزی، نانوایی، بقالی، میوه‌‌فروشی، لحاف‌دوزی از جمله مشاغلی بودند که در این بازارچه یا میدانچه وجود داشت. دست‌‌فروش‌ها همه نوع محصول را در بازارچۀ مشایی می‌فروختند (قلی‌پور، کیف‌فروش).

2ـ‌ بازارچۀ شاهاندشت: این بازارچه با توجه به نام محل قرارگیری آن (شاهاندشت‌ محله) نام‌گذاری شده است. مکانی بود که روستاییان هندوانه، مرغ، کدو، سبزی خوردن و سایر محصولات خود را برای فروش به آنجا می‌بردند. علاوه‌ بر آن چند خرده‌‌فروشی نیز در آن دایر بوده است (مرتضوي ‌مقدم، بزاز).

بازارچۀ آقاعباس، کاشی ‌محله و نیاکی از ديگر بازارچه‌هايي بودند كه، علاوه بر چند خرده‌فروشی، محل فروش محصولات روستایی چون ماست، تخم‌مرغ، کدو، خیار، خربزه و هندوانه و غیره بود. در حال حاضر این بازارچه‌ها به دلیل ضعف عملکرد، فرسودگی کالبدی، تغییر نیازهای مردم و غیره تعطیل شده‌اند. بنابراين بازار آمل كه در گذشته از كاركردهاي تؤامان دو الگوي بازارچة محله‌اي و بازار شهري و منطقه‌اي بهره مي‌برد، امروزه به بازار شهري محدود شده است.

سهم بازار در تجارت منطقه‌اي و بين‌المللي جنبة ديگري از نقش اقتصادي آن بود. هر شهر و نواحي تابع آن محصولاتي داشت كه علاوه بر رفع نيازهاي داخلي به ديگر نواحي يا دنيا صادر مي‌شد. چنانچه در منابع تاريخي و جغرافيايي از شهر آمل به عنوان يك شهر بازرگاني ياد شده است، كه صادرات آن به خارج تا دوردست‌ها صورت مي‌گرفت. مهم‌ترين كالاي شهر مزبور از دير زمان ابريشم بود (ابن‌اسفنديار، 1366: 81-80؛ اصطخري، 1347: 72).

**كاركرد ارتباطي بازار آمل**

بازار مهم‌ترین محور ارتباطی در فضای شهری ایران در گذشته به شمار می‌آمد، زیرا بازارهای اصلی و دائمی در هر شهر در امتداد مهم‌ترین راه و محور شهری شکل می‌گرفت و به‌ تدریج و متناسب با نیازهای بازرگانی و تولیدی گسترش می‌یافت. بنابراین توسعۀ بازار به طور کامل با نحوۀ توسعۀ شهر مرتبط بود (سلطان‌زاده،1380: 60). بازار به عنوان حلقۀ مهم ارتباطی شهرها، نبض اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه را در دست داشته و با واقع شدن در کنار یکی از دروازه‌های اصلی شهر یا اماکن متبرکه همواره از ویژگی گذر بودن خود سود جسته است (رجبی، 1376: 71).

گذر، میدان و دروازه از عناصر ارتباطی بازارهای ایرانی بودند. عامل ارتباطی، مواصلاتی و سوق‌الجیشی شهر آمل سبب شد تا همواره در طی تاریخ پرفراز و نشیب خود علی‌رغم حوادث بی‌شمار طبیعی و مصنوعی ماندگار شود. قرارگیری شهر آمل بر سر راه مازندران به شهرهای مرکزی فلات ایران و شهرهای جنوبی سلسله جبال البرز و واقع شدن در مرکز مازندران از زمان‌های دور تا کنون سبب رونق کسب و تجارت در این شهر بوده است. احداث راه‌های متعدد در زمان شاه عباس (جادۀ کرانه ساحلی دریای مازندران و جادۀ ری به فرح آباد) باعث رونق اقتصادی، اجتماعی و کالبدی شهر گردید، به ‌نحوی‌که در این زمان بسیاری از بناهای شهر که بر اثر عوامل طبیعی یا غیرطبیعی از بین رفته بودند مورد مرمت و نوسازی قرار گرفتند. همین قابلیت دسترسی مناسب به دیگر مناطق تجاری مجاور، سبب استقرار مرکز حکام محلی طبرستان در این شهر بود. استقرار آمل بر سر راه تجاری و کاروان‌رو سبب گردید تا روستاییان با برخورداری از این امتیاز، روزهای معینی از هفته یا ماه در مراکز معینی از شهر جهت مبادلات کالاهای خود تجمع و فعالیت نمایند (يدالله‌پور،1388: 115).

**گذر**

شبکۀ ارتباطی شهر آمل از نظر کاربری به دو دسته تقسيم مي‌شود: نخست، راه‌هایی که از میان محله و برخی از فضاها و بناهای معماری و شهری می‌گذرند و ضمن دارا بودن کارکرد حرکتی و عبوری، دسترسی به واحدهای مسکونی و سایر بناها را نیز میسر می‌سازند که به آن‌ها کوچه، کوی، راسته و گذر اطلاق می‌شود (همان، 115). دوم، راه‌هایی هستند که ضمن دارا بودن کارکرد عبوری و حرکتی از لحاظ اقتصادی و اجتماعی درکنار فضاهایی با این کاربری ساخته شده‌اند. در بافت قدیم آمل بر اساس ویژگی‌های معابر می‌توان آن‌ها را به اصلی، فرعی، بن‌بست و کوچه باغ‌ها دسته‌بندی کرد. معابر اصلی در رونق اقتصادی بازارهای سنتی تأثیرگذار بوده‌اند. از گذرهای اصلی محله‌های بازار می‌توان به میدانچۀ مشایی، بازارچۀ شاهاندشت و بازارچۀ کاشی‌ محله اشاره نمود و دیگر مراکز اصلی که با فاصله از راستۀ بازار و تقریباً در مرکز ثقل هندسی محلات قرار دارند (همان، 116).

# میدان

# میدان فضای بازی در داخل و گاهی در کنار برخي از بازارها است که در آن بازار روز یا ادواری برپا می‌شود. این میدان‌ها جزء جدانشدنی بازار به معنای متداول آن بجز در چند مورد نیستند. میدان‌ها از ‌لحاظ اقتصادی محل مناسبی برای دست‌فروشی به شمار می‌آمدند و در کنار بازار ‌گاه کاربرد مذهبی، سیاسی و نمایشی نیز داشته‌اند (پروشانی، 1375: 334- 333). در بازار آمل به میدان مشایی، میدونی نیز می‌گفتند و مراسم سینه‌زنی و محرم در آنجا بر پا بود (مسائلی، زرگر). جایی بود که در آنجا کشتی نیز می‌گرفتند (مرتضوی مقدم، بزاز). از میادین دیگر بازار آمل می‌توان سبزه میدان، میدان آقا‌ عباس (میدونی یا میدانگاهی) و میدانچۀ امام‌حسن‌عسگری(ع) را نام برد. سبزه میدان آمل از جمله میادینی است که با قرار گرفتن در نزدیکی دروازۀ شرقی آمل بین بازار و دیگر نقاط شهر ارتباط برقرار می‌کرده ‌است.

# دروازه و پل

# دروازه‌ها یکی دیگر از عناصر ارتباطی شهرهای ایران در گذشتۀ تاریخی به شمار می‌آیند که بیشتر جنبۀ حفاظتی و امنیتی داشته‌اند. با توجه به اینکه شهر آمل دروازۀ طبرستان به شمار می‌رفت، خود دارای چهار دروازه بوده است که ابن ‌اسفندیار از آن‌ها در تاریخ خود بدین‌گونه نام می‌برد: ”باب جرجان، باب گیلان، باب‌البحر، باب‌الجبل“ (ابن‌اسفندیار، 1366: 71). پل‌ها نیز در گذشته در مسیر راه‌های کاروان‌رو بر‌ روی رودخانه و مسیل‌ها ساخته می‌شدند، که عملکرد آن‌ها فقط از جهت ارتباطی نبود. برخی از این پل‌ها دروازۀ شهر بودند. در داخل شهر پل‌ها نه تنها محل اجتماع بلکه برای فضایی تفریح و خرید و فروش بودند (قبادیان، 1373: 360-359). مانند پل دوازده چشمه در آمل که یکی از دروازه‌های اصلی شهر به شمار می‌آید.

بر اساس مطالعه‌ای که بر روی عکس هوایی سال 1335 در شهر آمل صورت گرفته است راستۀ اصلی بازار آمل در امتداد جنوب شرقی-‌‌ شمال غربی و بین دو دروازۀ شرقی و شمالی قرار داشت. با توجه به اینکه شهر آمل در گذشته علاوه بر راه تجاری، دارای راه‌های منطقه‌ای و بین‌شهری با دیگر نقاط بوده است، دو دروازۀ دیگر عمده‌ترین راه‌هایی بوده‌اند که در تجارت منطقه‌ای نقش مهمی داشته‌اند. بنابراین می‌توان گفت که یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های شهر، قدرت ارتباطی آن بود و بازار به عنوان اهرم اقتصادی نقش مهمی در فرایندهای اجتماعی داشته و دارد (شفقی، 1381: 46).

**كاركرد مذهبي عناصر کالبدی بازار آمل**

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

**مساجد**

مسجد در شهر اسلامی یک فضای بسیار حائز اهمیت با کاربری‌های متعدد بوده است. بازار با مسجد جامع شهر ارتباط اجتماعی و کالبدی نزدیکی داشته است. نزدیکی موقعیت مکانی مسجد به بازار، سبب سهولت استفادۀ بازاریان از مسجد در انجام فرایض دینی می‌شده است و آن‌ها برای مشورت در امور مذهبی به روحانیون این مساجد مراجعه می‌کردند. مبادله اطلاعات مذهبی، اخبار سیاسی و تجاری در میان افراد و گروه‌های اجتماعی در فضای مسجد کارکرد ارتباطی مسجدهای درون بازار آن بود. مردم وابسته به تجارت و حرفه‌های خاص اغلب برای خود مسجدی جداگانه می‌ساختند، همچنین افرادی که در یک محل زندگی می‌کردند در مرکز هر محله‌ای از مناطق مسکونی مساجدی می‌ساختند. کارکرد آموزشی از دیگر کارکردهای مساجد بود، جلسات تدریس مذهبی در مساجد بزرگ‌تر و عمومی‌تر برگزار می‌شد (خیرآبادی، 1376: 91-89). علاوه برآن، نقش مسجد در تاریخ اجتماعی- سیاسی ایران نیز بسیار برجسته است.

فضاهای ورودی هر کدام از مساجد با خصوصیات کارکردی آن متناسب است. مسجدها از لحاظ کارکردی به انواع زیر طبقه‌بندی می‌شوند: مسجدجامع، مسجد و مدرسه، مسجد محله‌ای، مسجد ناحیه‌ای، مصلا، مسجد مقبره، مسجد گورستان، مسجد نمازخانه‌ای (سلطان‌زاده، 1372: 34). مسجد جمعه، مسجد ارگ، مسجد منتسب به رجال سیاسی، مسجد دربار، مسجد روستایی، مسجد به نام شهرهای بزرگ، مسجد به نام فرقۀ خاص اسلامی، مسجد به نام تیره‌های نژادی و محلی، مسجد زیارتی، مسجد رباطی و بیابانی (سعیدی رضوانی، 1368: 50-48).

علاوه بر تقسیم بندی کارکردی، مساجد کل کشور بر اساس سند به دست آمده سه نوع است: یک نوع آن مساجدی است که دارای موقوفات هستند. نوع دوم مساجدی است که جنبۀ تاریخی دارند نوع سوم مساجدی است که موقوفاتی ندارند (سازمان اسناد و کتابخانۀ ملی ايران، سند شمارۀ : 250000130). وجود مسجد در بازار، گویای نزدیکی روحانیون به تجار و پیوندهای مذهبی و اقتصادی میان این دو گروه بوده است. بنابراین با توجه به تقسیم‌بندی کارکردی مساجد کشور، مساجدی که در بازار آمل وجود داشته و دارد به شرح زیر طبقه‌بندی می‌شود: مسجدجامع، مسجد- مدرسه، مسجد محله‌ای، مسجد ناحیه‌ای و مصلا.

1ـ مسجد جامع: نقش مسجد جامع به عنوان مهم‌ترین مرکز دینی و اجتماعی در حیات شهری موجب شد تا در بیشتر شهرهای بزرگ مانند مسجد جامع آملدر کنار مهم‌ترین راه درون شهری بنا شود که اغلب به یک یا دو دروازۀ مهم شهر متصل بود و بازار نیز در داخل آن شکل می‌گرفت، (سلطان‌زاده، 1374: 18). مسجد جامع آمل در کانون و مرکز بافت کهن شهر آمل قرار گرفته است و هم به صورت مسجد- مدرسه و هم برای برپایی نماز جماعت کاربری داشته است. استقرار مسجد جامع در بازار آمل سبب شده است تا اجزای مهم تجاری بازار چون تیمچه و چهارسو در مجاورت آن قرار گیرند و مسجد، فضایی برای تجمع بازاریان در برطرف کردن مشکلات یکدیگر و شرکت در مراسم‌های متعدد باشد.

2ـ مسجد- مدرسه: مسجد جامع، مسجد آقاعباس، مسجدهاشمی از جمله مسجد- مدرسه‌های بازار آمل هستند که در آنجا علوم دینی تدریس می‌شود.

3ـ مسجد محله‌ای: این نوع مساجد مانند مسجد آقاعباس، مسجد هاشمی، مسجدحاج علی کوچک (سابق) و مسجدامام حسن عسگری علاوه بر کارکرد دینی، محل تجمع مردم محله در هنگام برگزاری بسیاری از مراسم اجتماعی، فعالیت‌های آموزشی و غیره بوده است (سلطان‌زاده، 1374: 16).

4- مسجد ناحیه‌ای: مسجد جامع و مسجد سبزه میدان را می‌توان با توجه به نقش فرامحله‌ای آن‌ها از زمرۀ این‌گونه مسجد دانست.

5ـ مصلا: این مسجد در جوار بقعۀ میربزرگ قرار دارد که در سال 1362 شمسی ساخته شده و در سبزه میدان آمل قرار گرفته است**.**

مساجد بازار آمل با توجه به دسته‌بندی مساجد کل کشور، هم در زمرۀ مساجد اوقافی قرار دارند هم در زمرۀ مساجد تاریخی. این مساجد عبارتند از: الف. مساجد اوقافی: گاه همه يا بخشي از بازارها وقف بودند يا بسياري از مدارس و جوامع در بازار‌ها اوقاف خاصي داشتند، مانند مسجد جامع آمل و مساجدي چون مسجد آقا عباس، مسجد هاشمی، مسجد حاج علی کوچک (سابق)، مسجد امام حسن عسگری، مسجد نیاکی و مسجد سبزه ‌میدان. ب: مساجد تاریخی: مسجد جامع، مسجد آقا عباس، مسجد امام حسن عسگری، مسجد حاج علی کوچک (سابق)، مسجد نیاکی و مسجد هاشمی را می‌توان از جملۀ این گونه مساجد دانست. بنابرین نقش‌های اصلی مسجد بیشتر در کیفیت عملکرد و نوع استفاده‌ای که از آن به عمل می‌آید، نهفته است (سعیدی رضوانی، 1368: 38).

# تكيه و حسينيه‌

# حسینیه به محل‌هایی اطلاق می‌شد که برای روضه‌خوانی و سینه‌زنی مورد استفاده قرار می‌گرفت و بیشتر به صورت منازل مسکونی بود. این مراکز در زمان صفویه به دلیل انجام مراسم عزاداری به حسینیه معروف شده بودند. در دورۀ قاجار به ‌تدریج تعزیه و نمایش مذهبی پدید می‌آید. فضایی را که برای تعزیه می‌ساختند تکیه نامیدند. البته در حسینیه‌ها نیز تعزیه‌خوانی به نمایش گذاشته می‌شد بی‌آنکه تغییر نام دهد (سلطان‌زاده، 1374: 183). در برخی از شهرها نیز فضاهای ساخته شدۀ مزارها را تکیه می‌نامند (همان، 17). درحقیقت حسینیه‌های مهم در طول بازارهای اصلی در هستۀ مرکزی شهر واقع و حسینیه‌های کوچک‌تر در محلات مختلف پراکنده شده‌اند. ساختن حسینیه مانند مساجد نشانگر ایمان مذهبی، شخصیت اجتماعی و اتحاد صنفی است که این موضوع به ‌ویژه در میان صنف‌های موجود در مجموعۀ بازار صدق می‌کند. حسینیه مانند مساجد در سراسر شهر پراکنده هستند به‌ گونه‌ای که هر محلۀ مسکونی حسینیۀ مخصوص به خود را دارد (خیرآبادی، 1376: 100-99). اکثر تکایای ایران به صورت مرکز محله بودند و همواره در طول سال مورد استفاده واقع می‌شوند. تکایای معدودی نیز به ‌ویژه در شهرستان‌های کوچک و برخی از روستاها در طی فصول تقریباً عملکردی نداشتند و تنها در هنگام عزاداری و دیگر مراسم جمعی استفاده می‌شدند (سلطان‌زاده، 1362: 183).

شکل فضایی تکایا یا حسینیه‌ها اغلب به صورت مربع، مستطیل یا هشت ضلعی است (رجبی، 1386: 102)، به گونه‌ای که تکیه‌ها در برخی از شهرها به صورت فضاهای واقع در مرکز محله، بسیار ساده و تنها شامل یک اتاق مستطیل شکل است، مانند تکیه‌های شهر بابل در مرکز محله‌های قدیمی اما در همین شهر تعدادی حسینیه در کنار راسته‌های اصلی قرار گرفته‌اند و طرح آن‌ها شبیه به طرح خانه‌های بزرگ و وسیع است (سلطان‌زاده، 1374: 17). این فضاهای مذهبی بیشتر در روزهای عزاداری مخصوصاً محرم، صفر و رمضان به ‌ویژه روزهای عاشورا و تاسوعا و یا هنگام فوت افرادی از بازاریان استفاده می‌شود (شفقی،1381: 51). حسینیه‌ها و تکایا در مناطق مرطوب به ‌طور معمول سرباز، در مناطق کوهستانی سرد و در مناطق گرم و خشک سرپوشیده و مسقف هستند. حسینیه‌های سرپوشیده مهم‌ترین فضای سرپوشیدۀ بازار تلقی می‌شوند. معمولاً در تکایای داخل بازار موقعیت مسجد بسیار مهم است بدین معنا که یا در درون تکایا مسجد ساخته شده است یا در بیرون ولی همجوار با آن (رجبی، 1386: 103). حضور یک بنای مذهبی در مفصل‌های شهری (میدان و میدانچه) موجب می‌شود که از لحاظ بصری همواره در نقاط مهم ارتباطی شهر حضور این فضاها احساس شود. اهمیت حضور این بناهای مذهبی چنان بود که در بسیاری از شهرها مرکز محله را حسینیه یا تکیه می‌نامیدند (سلطان‌زاده، 1374: 22).

شهر آمل از طایفه‌های متعددی تشکیل شده و هر طایفه تکیه یا حسینیۀ مخصوص به خود را داشته است، این تکایا یا حسینیه به نام همان طایفه شناخته می‌شود. با اینکه به کار بردن دو اصطلاح تکیه یا حسینیه در مناطق مختلف ایران یکسان نیست ولی در آمل در حالی که هر دو اصطلاح رایج است بیشتر از واژه تکیه استفاده می‌کنند.از کارکردهای مهم تکیه‌های آمل، عزاداری امام حسین (ع) در ماه محرم و سوگواری است. بسیاری از تکیه‌ها وقف این امر هستند در تکایای داخل بازار موقعیت مسجد بسیار مهم است بدین معنا که حداقل یک مسجد در داخل یا در کنار همۀ تکایا وجود دارد (همان،103). چنان‌که در تکایای بازار آمل یکی از مهم‌ترین تکایا در مجاورت مسجد جامع و دیگر مساجد بازار واقع شده است. این تکیه که مشایی نام دارد در یکی از مفصل‌های مهم شهری (میدانچۀ مشایی یا میدونی یا مشایی تکیه) واقع شده است و مختص به طایفۀ مشایی است و دارای موقوفات بیشماری است که از جانب این طایفه برای انجام مراسم عزاداری امام حسین (ع) وقف شده است. از تکیه‌های دیگر بازار آمل می‌توان تکیۀ آملی‌ها را نام برد که در مجاورت راستۀ اصلی بازار قرار گرفته ‌است.

# امام‌زاده

# امام‌زاده به کسی می‌گویند که نسبتش به یکی از 12 امام شیعیان برسد و به مقبرۀ آنان نیز امام‌زاده گفته می‌شود. این‌گونه بناها در شهرها یک ناحیۀ هسته‌ای مهمی را به وجود می‌آورند که اهمیت مذهبی‌شان فراتر از مسجد جامع می‌شود و اغلب به مکان‌های اصلی برای دیدار و تجمع شهروندان و نیز زیارت تبدیل می‌شوند (خیرآبادی، 1376: 94-93). امام‌زاده یکی از فضاهای مهم تشیع در شهرهای ایران است که با توجه به مرکزیتشان در شهر و انتصابشان به خاندان امامان دوازده‌گانۀ شیعه اهمیت می‌یابند. همۀ زیارتگاه‌ها امام‌زاده نیستند برخی از آن‌ها مقابر مدرسان مذهبی هستند (همان، 199) بنابرین مزار عده‌ای از بزرگان مذهبی نیز نقش مؤثری در بسیاری از بافت‌های شهری داشته است زیرا برخی از این مزارها به ‌تدریج به یک مجموعۀ شهری تبدیل می‌شوند که برای تأمین نیازهای زائران، فضاهای عمومی، خدماتی و تجاری در پیرامون آن‌ها ساخته می‌شود (سلطان‌زاده، 1374: 17).

امام‌زاده‌های بازار آمل و محدودۀ آن‌ها کانونی برای اجتماع مردم از مناطق مختلف هستند که با واقع شدن در مجاورت راستۀ اصلی بازار، در نزدیکی محله یا محلات بازار هم در جهت دادن به راستۀ بازار آمل و در خودکفایی آن منطقه نقش مهمی داشته‌اند مانند امام‌زاده معصوم و امام‌زاده قاسم. بسیاری از امام‌زاده‌های آمل در مجاورت گورستان شهر واقع شده و به صورت مرکب در جوار یک تکیه یا متصل به آن قرار گرفته‌اند، این‌گونه امام‌زاده‌ها از لحاظ موقعیت استقراری و کارکردی در مجاورت شهر یا حومۀ آن قرار دارند. بسیاری از امام‌زاده‌های شهر آمل در بافت کهن شهری واقع شده‌اند و از عناصر شاخص محلۀ خود هستند، برخی از این نوع امام‌زاده‌ها در مجاورت دروازۀ غربی این شهر قرار دارند و از موقعیت ارتباطی خود بهره می‌برند مانند امام‌زاده ابراهیم، این فضای مذهبی شهری به دلیل موقعیت ارتباطی خود یک فضای تفرج‌گاهی و اقتصادی در جوار خیابان طالب آملی به وجود آورده ‌است. بدین ترتیب می‌توان گفت امام‌زاده‌ها یا زیارت‌گاه‌ها به فراخور شمار پیروان و مشتاقان خود و نیروی جاذبۀ توریست زیارتی بر بخشی یا تمامی بافت و طرح شهر تأثیر می‌گذارند و کانونی برای اجتماع گروه‌های گوناگون مردم، آداب و رسوم و تیره‌های قومی و نژادی مختلف به شمار می‌آیند (همان،97).

علاوه بر كاركرد مذهبي اين عناصر جنبة اجتماعي آن‌ها نيز قابل بررسي است. جامعة بازاريان علاوه بر نماز جماعت روزانه در جلسات هفتگي هيئت مذهبي نيز شركت مي‌كردند و در محرم هر سال مراسم ويژه‌اي (سينه‌زني و تعزيه) بر پا مي‌داشتند. هر يك از طايفه‌هاي آمل براي خود دسته‌هاي جداگانه‌اي داشتند. جلسات هفتگي آنان فرصت مناسبي براي ملاقات، بحث و گفت‌و‌گو دربارة مسايل اقتصادي، سياسي، ازدواج و اخبار و اطلاعات بازار بوده است.

**كاركرد اجتماعي و سياسي بازار آمل**

تقویت همبستگی اجتماعی یکی از مهم‌ترین ویژگی بازارهای سنتی ایران بود زیرا که بازار مهم‌ترین مکان حل و فصل اختلافات، اجرای احکام و تصمیمات بوده است. اجرای احکام دولتی و ابلاغ این احکام به مردم به ‌طور ‌معمول در فضای بازار یا فضاهای مشرف به آن انجام می‌پذیرفت (رجبی، 1386: 63). در واقع از دید اجتماعی به دلیل بسیاری آمد و شد افراد جامعه از طبقات گوناگون در بازار، این نهاد عملکردی مانند یک مرکز بزرگ اطلاع‌رسانی امروزی داشته است (فروتن، 1375: 360). بازار در مقام مهم‌ترین شاه‌راه حیاتی شهر یک محور سه‌گانۀ اجتماعی، مذهبی و سیاسی را در کنار محور اقتصادی تشکیل می‌دهد. به طور مثال در هنگام بحران‌های اجتماعی و سیاسی به ویژه در مقابله با عوامل خارجی یا دستگاه حکومتی به مثابۀ سنگر اجتماعی مردم نقش فعالی به عهده داشته و از حجره‌ها و فضاهای عمومی واقع در آن برای تجمع استفاده می‌شده است (رجبی،1386: 64). کارکرد اجتماعی سبب تردد همراه با ازدحام در بازار است كه خود بیانگر جذابیت‌های گوناگون اجتماعی بازار برای افراد مختلف است. بدین ترتیب می‌توان گفت بازار، محل برخورد‌ها، تعارضات سیاسی و اجتماعی، مجازات محکومین و مجرمین، مکان عرضۀ منزلت اجتماعی، نبض شهر و در واقع مکان تبلور اندیشه‌ها بوده است (همان، 66-65). کارکرد دیگر بازار که نمود فراوانی در جامعۀ شهری داشته، کارکرد سیاسی آن ‌است. بازارها در بسیاری از جنبش‌های سیاسی و اجتماعیایران ایفای نقش نموده‌اند (الشیخعلی، 1362: 126).از آنجایی که بازار به معنای بازنمود انباشت ثروت یکی از بنیان‌های اصلی شکل‌گیری شهر‌ محسوب می‌شود همواره در ساختار و فرایندهای سیاسی تأثیرگذار بوده‌ است و حکومت‌ها نیز در پی آن بودند که بازار را هرچه بیشتر تحت سیطرۀ خود درآورند و اغلب این کار را از طریق وضع قوانین و مقرراتی انجام می‌دادند که گاه با عرف و منافع بازار در تضاد قرار می‌گرفت (جباری، 1379: 98).

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

چراغانی کردن بازار به مناسبت تولد رضاشاه (سازمان اسناد و كتابخانۀ ملي ايران، سند شمارۀ: 290000086)، مراسم دعا و نیایش به درگاه ایزد متعال با حضور گروه‌های مختلف به ‌ویژه طبقات مختلف اصناف به منظور رفع خطر از شاهنشاه در مسجد جامع (مركز اسناد انقلاب اسلامي، سند شمارۀ: 00569014)، تحصن تاجران و کسبه‌ها برای نداشتن وجه راه‌سازی به دلیل عدم کسب و ضرر به تجارت و غیره (سازمان اسناد و كتابخانۀ ملي ايران، سند شمارۀ: 290003168) را می‌توان نمونه‌هایی از کارکرد اجتماعی بازار آمل دانست.

بایستی توجه داشت اصناف و پیشه‌وران، مهم‌ترین تشکل اجتماعی، صنفی و سیاسی در گذشته بودند و در برخی از دوره‌ها در هنگام بروز بحران‌های سیاسی و اجتماعی به صورت متشکل اقدام می‌کردند. یکی از روش‌های اعلام مخالفت بازاریان با اقدامات حکومت، تعطیل کردن بازار بود. در دو قرن اخیر در بسیاری از بحران‌های اجتماعی، بازاریان شهرهای ایران با بستن دکان‌های خود در بازار، مخالفت خود را با برخی از فعالیت‌ها و تصمیم‌گیری‌های حکومت‌ها اعلام می‌کردند از جمله در جنبش تنباکو (1307ق)، انقلاب مشروطیت، نهضت ملی شدن صنعت نفت (1329) و انقلاب اسلامی (1357) بارها بازاریان با تعطیل کردن بازار، مخالفت خود را با حکومت و عوامل استعمار اعلام کردند (سلطان‌زاده، 1380: 31). بنابراین یکی از نقش‌هایی که می‌توان همزمان با کارکرد اجتماعی بازار مورد بررسی قرار داد نقش سیاسی بازار و بازاریان است. تشکیل جمعیت طبرستان (1324) یکی از بازنمودهای کارکرد اجتماعی بازار آمل است که توسط مالکان و بازرگانان اين شهر تشکیل شد به دنبال آن اتحادیه‌ای به نام اتحادیۀ شورای عالی جبهۀ آزادی آمل توسط تجار و بازرگانان اين شهر به منظور به دست آوردن آزادی کامل و عدالت واقعی تشکیل شد (سازمان اسناد و كتابخانۀ ملي ايران، سند شمارۀ: 293002208).

آمل و سایر شهرهای مازندران در نهضت امام خمینی اهمیت داشتند. در جریان لایحۀ انجمن‌های ایالتی و ولایتی (1341) در بابل مانند سایر شهرهای کشور، علما و بازاریان به صحنه آمدند و فعالیت‌های فراوانی برای آگاه ساختن افکار عمومی نسبت به اصول ضد قانونی و ضد شرعی آن لایحه به عمل آوردند. در جریان قیام 15 خرداد نيز در شهر بهشهر در پی مذاکرۀ نمایندگان بازاریان به همراه مقام‌های امنیتی شهر با آیت‌الله کوهستانی تصمیم به خودداری از هرگونه اعتراض گرفتند اما بازاریان آمل و بابل برای اعتصاب و تعطیل بازار تلاش‌هایی کردند که گویا با دست‌گیری عامل اصلی اعتصاب (پرویز ناصری) این تصمیم به ثمر نرسید (روحبخش، 1381 : 159)، (مركز اسناد انقلاب اسلامي، سند شمارة: 00111254)

**كاركرد خدماتي بازار آمل**

بناهایی با کاربری ارائه خدمات عمومی مانند حمام، آب‌انبار، نانوایی، قهوه‌خانه و غذاخوری، مؤسسات اعتباری و غیره عمدتاً در مراکز تجمع شهرها مانند راسته‌های بازار و مراکز محلات احداث می‌شدند که می‌توان به حمام، آب‌انبار، نانوایی، قهوه‌خانه و غذاخوری، مؤسسات اعتباری و غیره اشاره نمود**.**

نقش آب‌انبار نیز برای ذخیرۀ آب در فصول پرآب و استفادۀ از آن در ایام سال بود (قبادیان، 1373: 298). آب‌انبار در کاروانسراهای بین‌راهی نیز احداث می‌شد (قبادیان، 1373: 298). حمام‌ در محلات یا در بازار نقش مکان گفت‌و‌گو، تبادل افکار و بحث اجتماعی، سیاسی و اقتصادی را نیز ایفا می‌کرد. قهوه‌خانه، غذاخوری‌ و مراکز خدماتی دیگر که به عرضۀ مواد غذایی می‌پردازند در سطح بازارهای سنتی برای رفع خستگی، خوردن و آشامیدن خریداران و فروشندگان بوده است که به‌ طور معمول در نزدیکی اماکن متبرکه یا ورودی بازارها می‌توان نمونه‌های آن را بیشتر مشاهده نمود. در کنار این مکان‌ها می‌توان سایر مغازه‌های خدماتی چون قصابی، نانوایی را نیز مشاهده کرد. زورخانه‌ نماد مردانگی و رشد فتوت و افتادگی در میان اقشار جامعه به ویژه بازاریان بود. به‌ همین‌ دلیل در بازارهای شهر یا محله، زورخانه محل تجمع اصناف بود. در درون بافت بازار سنتی مراکز قرض‌الحسنه به عنوان یک اهرم مهم کمک‌رسانی اسلامی در جبران کمبودهای موجود، نقش فعالی را ایفا نموده و بر مبنای تعاون میان اقشار بازاری شکل گرفته است (رجبی، 1386: 112-110). از عناصر خدماتی بازار آمل می‌توان به حمام‌ها، آب‌انبارها، قهوه‌خانه و نانوایی در زیر اشاره کرد.

**حمام‌های عمومی**

شست‌و‌شو و تطهیر در دین اسلام به اندازه‌ای اهمیت دارد که با تکیه بر سخن پیامبر(ص) (النظافت من‌الایمان) فضایی را برای انجام دادن این امور به نام حمام اختصاص داده‌اند. این مکان محلی برای نظافت و استراحت و دارای ارزش اجتماعی بسیار بالایی بود، زیرا ‌که فضایی برای حل و فصل کارهای روزمره نیز بود و زمانی معاملات تجاری در آن‌ها صورت می‌گرفت. حمام‌ها اغلب در مسیر گذرگاه‌های اصلی شهر، راستۀ بازار و یا مراکز محلات ساخته می‌شدند. در مکان‌یابی حمام‌ها، تأمین آب و دفع فاضلاب همیشه عمل مهمی بودند (شفقی، 1381: 54-53). بسیاری از حمام‌های بازار آمل نیز در مسیر گذرهای اصلی شهر یا راسته‌های بازار قرار داشته‌اند که نزدیکی به منابع آبی (رودخانۀ هراز یا آب‌انبارها) در مکان‌یابی آن‌ها بی‌تأثیر نبوده است.

حمام‌های بازار آمل و محدوۀ آن عبارت بودند از: 1- حمام رجائی (مشایی) 2- حمام گروسی (سبزه میدان) 3- حمام اشرف، از قدیمی‌ترین حمام‌های بازار بود که روبه‌روی مسجدحاج علی کوچک قرار داشت 4- حمام صالح‌نژاد در چاکسر محله (وقف‌نامه) 5- حمام آقا عباس 6- حمام سه‌راهی قادی محله، نیاکی محله و پایین‌بازار (جوربندی، قهوه‌چی) 7- حمام قادی‌ محله 8- حمامی در ائرایي راسته (قلی‌پور، کیف‌فروش) 9- حمامی در نیاکی‌ محله قرار دارد که مالکیت آن وقفی است (وقف‌نامه) و حمام‌های معروف دیگری چون حمام یوسف‌ خان در شاهاندشت‌ محله، حمام چرخ فلک در قادی‌ محله، حمام کاظم بیگ، چهارسوق، بقال، عطار، ساچمه‌پاشان، مسگر بازار که اثری از آن‌ها باقی نمانده است (ستوده، 1366: 60). همچنین دو حمام قدیمی در هارون‌ محله که در دورۀ رضاشاه تخریب و به جای آن‌ها ادارۀ پست و تلگراف احداث شده است (همان، 72).

# آب‌انبار

آب‌انبار در نواحی گرم و خشک از جملة ملزومات مهم، برای تداوم زندگی بوده و در بیشتر محلات شهری و روستاها یک یا چند آب‌انبار وجود داشته است. این آب‌انبارها شامل یک مخزن بزرگ مکعب یا مکعب مستطیل و یا استوانه‌ای شکل در داخل زمین بود که روی این مخزن را با طاق قوسی یا گنبدی می‌پوشاندند. این مخازن اغلب یک و در بعضی از موارد دو راه‌پله برای برداشت آب از مخزن داشتند. در نواحی کوهستانی نیز با‌وجودی‌که بارندگی نسبتاً بیشتر از نواحی گرم و خشک است و اغلب در این نواحی چشمه‌سار و نهرهای دائم یا فصلی جریان دارد، برای ذخیرۀ آب قابل شرب به‌ طور ‌معمول از آب‌انبار استفاده می‌کردند که تعداد آب‌انبارها در این نواحی کمتر از مناطق گرم و خشک است (قبادیان، 1373 : 300- 299). آب‌انبار در شهرهای کنارۀ دریای مازندران نیز موارد معدود، در محلاتی وجود داشت که در برخی از فصول سال امکان دسترسی به آب قابل شرب نبود با این‌حال شکل کلی آب‌انبارها بجز در سواحل جنوبی کشور به مانند مناطق گرم و خشک بوده است (همان، 302).

شهر آمل یکی از معدود شهرهای مازندران است که در گذشته تعداد بسیاري آب‌انبار در آن وجود داشت. برای استفاده از آب آشامیدنی، در ساختار کالبدی خانه، مساجد و تکایای شهر حوضی بود که از آب این آب‌انبارها پر می‌شد. آب‌انبارهایی که در بازار و محدودۀ آن وجود داشت عبارت بودند از:1- آب‌انبار گردمانندی در پشت مسجد هاشمی بود که بیش از 60-50 پله داشته و آب از طریق جوبی که در کوچۀ ایمانی بود وارد این آب‌انبار می‌شد (هدایتی، موکت‌فروش). 2- آب‌انباری در سبزه ‌میدان جنب منزل مقصودنیا و ملک‌زاده بود 3- در پایین بازار جلوی منزل عدل کنار منزل شریعت‌زاده آب‌انبار داشت 4- آب‌انبار امام‌زاده ابراهیم که کوچک، تنگ و ترسناک بود (مرتضوی مقدم، بزاز) 5- روبه‌روی کاروانسرای ساداتی آب‌انباری وجود داشت که اکنون بازار روز شده است (سلیمانی، مصاحبه؛ 22/7/1387). ستوده نیز در کتاب خود نام چند آب‌انبار موجود در شهر آمل را بدین‌گونه یاد می‌کند: آب‌انبار یوسف‌خان در شاهاندشتی‌محله، آب‌انباری در پایین بازار، آب‌انبار شاه عباسی و آب‌انبار امیرمکرم (ستوده، 1366: 102).

نحوۀ آب‌رسانی این آب‌انبارها بدین‌گونه بود که با ایجاد نهر، آب رودخانۀ هراز را به داخل نهر روان می‌کردند تا به آب‌انبار برود و گزنه‌هایی می‌گذاشتند تا آب صاف شود و برای تصفیۀ آب‌انبار از نمک‌های ییلاقی درشت و کلوخ مانند استفاده می‌کردند (قلی‌پور، کیف‌فروش)، در تابستان آب‌ها را در آب‌انبار می‌ریختند. این آب‌انبارها دارای پله‌های زیادی بودند و با کوزه، از آن آب می‌گرفتند درحالی که کرم‌های سرخی در آب بود با صاف کردن آن به وسیلۀ پارچۀ توری از آن استفاده می‌کردند (مرتضوی مقدم، بزاز). متأسفانه این آب‌انبارها به دلیل بی‌توجهی شهرداری و تأسیس چاه در سال 1332-1330 تخریب شده‌اند.

# قهوه‌خانه‌

# قهوه‌خانه در اصل محلی برای نوشیدن قهوه بود و برای نخستین بار در قزوین و در زمان شاه‌ طهماسب اول صفوی وارد معماری/ فرهنگ ایرانی شد. در دورۀ شاه عباس اول به دلیل انتقال پایتخت از قزوین قهوه‌خانه‌های متعددی در سطح این شهر بنا شدند. در ابتدا قهوه‌خانه‌ مکانی مخصوص برای حضور اعیان و اشراف بود، ولی از اواخر دورۀ صفوی و به ویژه در دورۀ قاجاریه، با رونف گرفتن قهوه‌خانه‌ها عموم مردم می‌توانستند از آن‌ها استفاده کنند. از زمان ناصرالدین ‌شاه به این طرف پیشۀ قهوه‌خانه‌داری در شهرهای بزرگ از جمله تهران شناخته شد و عمومیت یافت. قهوه‌خانه نه تنها محلی برای نوشیدن قهوه بود بلکه محلی مناسب برای گروه‌های مختلف بود تا باورهای خود را به صورت اجرای نمایش از راه نقل حکایات افسانه‌ای، حماسی، بحث و جدل و اعتقادات دینی بود تبلیغ کنند (ساریخانی، 1384: 115). به‌ تدریج این قهوه‌خانه‌ها به یکی از عناصر خدمات عمومی در شهر تبدیل شدند که به عرضۀ مواد غذایی می‌پرداختند.

مشهورترين قهوه‌خانۀ بازار آمل، قهوه‌خانۀ رمضانی در بازار چهارسو بود. در واقع در هر راسته‌ای قهوه‌خانه داشت که عبارت بودند از: 1- قهوه‌خانۀ جلالی شاهاندشتی و قهوه‌خانۀ جوربندی در راستۀ نمدمالان بود که مالکیت آن وقفی است و واقف آن سید‌ محسن است (مرتضوی مقدم، بزاز). این قهوه‌خانه درحال حاضر در راستۀ نمدمالان قرار دارد که امروزه به بازار هاشمی تغییر نام داده ‌است. 2- قهوه‌خانه نائیجی نزدیک تکیۀ مشایی بود که الان به فروشگاه لوازم‌خانگی تبدیل شده است (جوربندی، قهوه‌چی). 3- قهوه‌خانۀ فولاد و قاسم‌زاده که در تیمچۀ میوه‌چیان قرار دارد و از قهوه‌خانه‌های قدیمی بازار آمل به شمار می‌آیند. 4- قهوه‌خانۀ تقی جنیدی که در تیمچۀ سعادت قرار دارد (مرتضوی مقدم، بزاز). نانوایی: نانوایی از دیگر فضاهای خدمات‌رسانی عمومی است که در تهیۀ مواد غذایی بازاریان و مردم تقریباً در بسیاری از راسته‌ها وجود داشت**.**

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

**کاروانسرا**

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

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

کاروانسراهایی که در محدودۀ بازار قرار داشت عبارت بودند از: 1- کاروانسرایی به نام حبشی در انتهای بازار نوراسته، پشت تکیۀ مشایی وجود داشت. 2- در ابتداي و بعد از پل دوازده‌ چشمه كاروانسرايي وجود داشت كه در حال حاضر اثري از آن‌ها نيست، زيرا اين عناصر در بازار آمل تابع شرايط خود بوده‌ و بسياري از آن‌ها مانند آب‌انبار و غیره از بين رفته‌اند.

**كاركرد مسكوني بازار آمل**

محله یکی از عناصر عمدۀ شهرهای اسلامی بود كه بر اساس عوامل اقتصادی، طبقاتی، قومی، زبانی، صنفی و مذهبی تشكيل می‌شد. محله نوعی همبستگی اجتماعی- مذهبی را سبب می‌شد، به طور مثالهمواره ثروتمندانی بودند که قسمتي از دارایی خود را صرف عمران و آبادانی محلۀ خود کنند و بانی احداث بناهای عمومی و خدماتی گردند. بنابراین به ‌طور معمول در مرکز محله‌های بزرگ و متوسط فضاهای مذهبی، تجاری و خدماتی خاص آن محله وجود داشته که این مراکز خدماتی بر درون‌گرایی آن‌ها تأثیرگذار بوده است (سلطان‌زاده، 1374: 18). ساختار اجتماعی جامعۀ ایرانی در گذشته به نحوی بود که، اگر در میان افراد شهر، مسئله‌ای بروز می‌کرد هر فرد نخست به منافع محله‌ای خود و همسایگانش و سپس به ديگر اهالی شهر می‌اندیشید در این حالت تنها بازار به عنوان نمادی شهری و اجتماعی نمایانگر همبستگی و یکپارچگی مردم شهر به شمار می‌آمد (سلطان‌زاده، 1380: 31-30).

تقسیم‌بندی شهر به محلات متعدد و متفاوت موجب ارائه تسهیلاتی در ادارۀ شهرها می‌شد، به‌ همین ‌دلیل کمتر شهر بازرگانی و تولید‌کنندۀ صنایع‌ دستی را می‌توان یافت که در محو تفاوت‌ها و برابری مطلق بخشیدن به محلات مسکونی کوشیده باشد. این امر سوای مواردی استثنایی خاص شهرهای این دوره است و با شروع صنعت و توسعۀ روابط اجتماعی و تولیدی، رشد تجارت و روش‌های نوین ادارۀ شهرها است که منسوخ می‌گردد. در حقیقت شکل‌گیری فضای ساخته‌شده در مقیاس‌های وسیع‌تر که از تمایلات، سلیقه و نیازهای ساکنان آن تأثیر پذیرفته است، بازگوکنندۀ نظام اجتماعی و فرهنگ شهرنشینی آنان است (فلامکی،1383: 133-132). بخش مسکونی به عنوان منطقۀ اصلی و خصوصی شهر، کارکرد کاملاً متفاوتی با منطقۀ بازار دارد. این دو با یکدیگر ارتباط ارگانیک دارند و بخش مسکونی، مکملی برای بازار است، از کوچک‌ترین واحد در شهر (منزل شخصی) تا گروهی از واحدهای مسکونی (محله) و مرکز اصلی شهر (بازار) همگی به شدت به یکدیگر وابسته‌اند و اتصال سلول‌مانند دارند. خانوارها خدمات خود را از مرکز محله و بازار دریافت می‌کنند و نیازهای روزمرۀ ساکنان از محله و نیازهای پیچیده‌تر، محرمانه‌تر و کالاهای گران‌تر از بازار مرکزی تأمین می‌شود. مغازه‌های محله نیز در ارتباط دائم با بازار بوده و کالاهای مورد نیاز آن‌ها از طریق تجار فراهم می‌گردید (خیرآبادی، 1376 :108). درنتیجه، محلات در شهرهای اسلامی مرکزی با عناصر عملکردی خاص در مقیاس محله داشته است. مسجد و بازارچه عنصر اصلی و مشترک مراکز محلات بوده است (سعیدی رضوانی،1368: 115-114).

شهر آمل از محلات گوناگونی تشکیل شده و از ویژگی‌هاي‌ محلات شهر بازرگانی دوره اسلامی نیز بهره‌مند بوده است. چنان‌که در سفرنامه‌ها از آن‌ها نام برده می‌شود: محلۀ چاکسر، تی‌جنجار (محلۀ صنعتکاران)، پل بیور (در ساحل دریا)، آسیاب‌سر (با امام‌زاده و آسیاب)، اودنگ‌سر (با آسیاب آبی و آبدنگ)، گیریلی‌خل، کاروانسرا محله (در ابتدای شهر، نزدیک هراز که به کاروانسرا چال معروف است)، آب‌انبار محله، گلاکش، گورک، باغبان ‌محله، خوش‌وش، مهدی‌خل، اودشت ‌محله، درویش‌خل و کلش‌خل و اسامی کوچه‌ها را بدین گونه یاد می‌کند: کوچۀ هرازسر، سرحمام، چهارسو، مسگر بازار، عطار، بقال، نعل‌گران (صغلان یعنی کوچۀ آهنگران یا مسجد)، کاظم‌بیگی، کوچۀ ساچمه‌پاژان (جایی که ساچمه می‌ریزند) (ملگونف، 1364 : 130-129). مهجوری نیز آمل را دارای 11 خیابان و 17 محله می‌داند و جمعیت شهر را 30765 نفر، تعداد خانه 39797، تعداد دکان‌ها 1500 دستگاه یاد می‌کند (مهجوری، 1347: 347).

بررسی منبع تاریخی و سفرنامه‌ها نشان می‌دهد که محلات قدیم آمل بیشتر بر اساس شغل، اسم اشخاص و عناصری چون کاروانسرا و آب‌انبار نام‌گذاری شده‌‌اند، درحالی‌که محلات امروزین بازار و محدودۀ آن بیشتر بر اساس طایفه نام‌گذاری شده است. این بدان جهت است که، از نظر کالبدی شهر آمل در طول تاریخ با تحولات گوناگونی روبه‌رو بوده است. شهر آمل به دلیل تهاجم و تخریب (حملۀ سلطان مسعود غزنوی در سال 426 ق/1035 م) در دوره‌های انتقالی حساسی قرار گرفته‌ است و در نتیجه تحرک جمعیتی ناشی از مهاجرت همواره مؤلفه مهمی در تغییر کالبدی شهر آمل بوده‌ است. در دورانی که شهر آمل به دلیل آتش‌سوزی‌ (آتش‌ سوزی 1335 قمری) يا سيل‌هاي متعدد ویران گردیدگروه‌های مختلفی از نقاط دور و نزدیک با ویژگی‌های فرهنگی متفاوت به شهر کوچ کردند و در محله‌های جدا از هم مستقر شدند و امروزه نام طایفه و محل سکونت اصلی خود را به محلات آن داده‌‌اند. مهم‌ترین این محلات عبارت هستند از: مشایی ‌محله (قطب اصلی بازار آمل)، شاهاندشت‌ محله و کاشی ‌محله (از گذرهای مهم بازار). پایین بازار و نیاکی ‌محله ارتباط بی‌واسطه‌ای با بازار داشته‌اند. هارون‌ محله نیز (از راسته‌های اصلی بازار و ورودی بازار از طریق پل دوازده چشمه بوده) در قسمت شرقی پل واقع شده است**.** گرجی ‌محله و قادی ‌محله نیز از محلات محدودۀ بازار به شمار می‌آیند. البته بایستی یادآور شد که بر اثر شکسته شدن سد دریوک و جاری شدن سیل (961-960 قمری)، شاه عباس صفوی عده‌ای از گرجی‌ها‌ و ارمنی‌ها را به آمل کوچاند تا جمعیت از دست‌رفته را احیا کند. به همین دلیل می‌توان گفت گرجی ‌محله بر اساس پیشینه قومی نام‌گذاری شده است.

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

شایستۀ یادآوری است هریک از محله‌های مسکونی فوق دارای محدوده و مرز معین و تعریف‌شده هستند. این محدوده توسط حصار یا مانع کالبدی مشخص نمی‌شود بلکه گذرها، کوی‌ها و یا پلاک‌ها (خانه یا باغ) محدودۀ هر محله را تشکیل می‌دهد. در واقع اطلاع و آگاهی ساکنان خانه از تعلقشان به محله عمده‌ترین عامل تعیین محدوده به شمار می‌رود. به طورکلی خصوصیات فضایی، کالبدی و اجتماعی محلات بافت قدیم شهر آمل به صورت زیر است:1ـ ضمنی و عرضی بودن حریم و مرزهای محلات (مرزهای فرهنگی و اجتماعی) 2ـ استقلال و خوداتکایی محلات مسکونی از نظر برخورداری از امکانات عمومی و تجهیزات خدماتی 3ـ رعایت سلسله مراتب دسترسی از راستۀ اصلی بازار به کوی محلات به دلیل حجاب سکونتی محلات (ارتباط مستقیم محلات با راستۀ اصلی بازار) 4ـ تبلور همجواری‌ها، همیاری‌ها و همکاری‌های اجتماعی و ایجاد جو مشارکت و روحیۀ تعاون در میان ساکنان محله (يدالله‌پور،1388: 164-163).

مجموعۀ بافت کهن آمل به همراه تمامی عناصر و فضاهای شهری تشکیل‌دهندۀ آن اعم از بازار، مسجد جامع، مراکز اصلی محلات، مساجد و تکایا و غیره برخلاف دیگر شهرهای سنتی ایران که خیابان‌های چلیپایی آن‌ها را قطع کرده، به وسیلۀ خیابان‌‌‌‌ها و لبه‌های طبیعی (هراز) احاطه گردیده‌ است. با این وجود، بافت منسجم و یکپارچۀ قدیم و محدودۀ آن توسط مجموعه‌ای از گذرهای اصلی، گره‌ها و مفصل‌های شهری از قبیل میدان، میدانچه، بازارچه، مسجد و غیره با بافت جدید و حوزه‌های پیرامون خود پیوند و ارتباط فضایی- کالبدی برقرار می‌کند (همان، 164).

رشد و توسعة بازار آمل به صورت تك‌ محوري سبب شده است تا محلات مسكوني بيشتري را كه بر مبناي پیشینه طايفه‌اي شكل گرفته بودند، پیرامون خود نظام دهد. خط سير بازار و محورهاي آن نقش مهمي در تفكيك محله‌اي ايفا می‌کند و هر يك از اين محلات در مركز خود فضاهاي مذهبي، تجاري و خدماتي خود را دارا است و همزمان بسياري از نيازهاي خود را از بازار مادر فراهم مي‌كند. بنابراين بازار ايراني مجموعة واحد مستقلي از دكان‌ها، تيمچه‌ها، كاروانسراها، ميدان‌ها، بناهاي مذهبي، حمام‌ها و ديگر مكان‌هاي عمومي است (ميشل بوناين- ويليام فلور، 1375: 388) و بدون بازار يك سكونتگاه به عنوان شهر پديد نمي‌آمده‌ است.

**كاركرد فرهنگي بازار آمل**

بافت قدیم شهرها مجموعۀ تکامل‌یافته و ارگانیک تمامی فضاهای معماری و شهری در کالبدی بسیار باارزش هستند که بهترین نمونه برای نشان دادن فرهنگ غنی و اندیشه‌های دوران خودبه شمار می‌آیند. فضاهای مختلف معماری و شهری بازتاب‌دهنده خصوصیات مذهبی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و تاریخی جامعة شهري هستند که از کارایی مناسب برای زندگی در آن دوره تاریخی برخوردار بوده‌اند. محور تاريخي و فرهنگي شهر آمل كه در بافت بازار قرار گرفته است، بخش تاريخي شهر چون محلات، گذرها، فضاهای مسکونی، بازار، مساجد، تکیه‌ها و امام‌زاده‌ها و غیره را شامل می‌شود. بناهای تاریخی اصلي شهر آمل که میراث فرهنگی اين شهر به شمار مي‌روند و از جاذبه‌های بسیاری بهره‌مند هستند، در محوطة اصلي بازار اين شهر و نواحي مجاور آن قرار گرفته‌اند و غناي كالبدي اين محوطه را نشان مي‌دهند.

نگاهي اجمالي به عناصر تاريخي و معنوي ارزشمند موجود در محوطة اصلي بازار و فضاي كالبدي پيوسته به آن نشان می‌دهد كه در صورت بازشناسي ارزش‌ فضاهاي مزبور، كاركرد‌هاي فرهنگي و اجتماعي اين اماكن در فضاي فرهنگي شهر قابل بازسازي است.

فرسايش بيش از حد ارزش عناصر فضایی و فرهنگی موجود در بافت بازار كه در نتيجة جريان زندگي روزانه و فرایند نوسازی شهر در بخش خارج از منطقة بافت مركزي (بازار آمل) صورت گرفته است، مهم‌ترين عامل كم توجهي به عناصر مورد بحث است. اين در حالي است كه شهر آمل به شدت از نبود نشانه‌هاي شهري معني‌دار كه نشان‌دهنده عملكرد آئيني، اجتماعي و فرهنگي شهر و فضاهای گوناگون آن باشند، آسیب دیده است. اگرچه اين پديده وضعيت عمومي بسياري از شهرهاي داراي بناهای تاریخی و بافت قدیمی است که دارای ارزش‌‌های فرهنگی و توریستی هستند (رضواني، 1385: 102).

بازار آمل به عنوان معبر اصلی و شاهرگ ارتباطی- اقتصادی شهر آمل امكان آن را دارد كه به عنوان مجموعة گردشگري در خدمت توسعة اقتصادي شهر درآيد، زیرا رشد گردشگري در بافت کهن و مركز شهر آمل موجب رونق‌ اقتصادی و اجتماعي ساير بخش‌هاي كم‌توان شهر مانند مشاغل و حرف‌های در حال زوال موجود در بازار آمل خواهد شد.

اين موضوع باید به عنوان احياي عملكردهاي فرهنگي، اجتماعي و اقتصادي بازار آمل مورد توجه قرار گيرد. جالب آن است كه علي‌رغم ناآگاهي مردم شهر بسياري از آثار تاريخي اين شهر در محله يا محلات بازار (مساجد، فضاهاي مسكوني، پل و بقاع) و محدودة آن (بقاع و ‌امام‌زاده‌ها) قرار دارد. اگر گفته شود حمام اشرف به عنوان حمام دورة صفوي در اين منطقه واقع شده ‌بود يا بقعة مبارك زيد بن علي (ع) كه در منطقة مجاور بافت مركزي شهر قرار دارد و از نظر زيديان جهان محل اعتنا است بخشي از اهميت آن بازگو شده است. بر اين اساس با ايجاد پيوند میان ارزش‌های تاریخی و فرهنگی شهر با توسعۀ کالبدی– فضایی که از منظر برنامه‌ریزی و طراحی شهری، بخش معینی از ارزش‌های تاریخی یک شهر را تشکیل می‌دهد، احياي عملكردي مجموعة بازار آمل دارای اهمیت فراوانی است.

**پيشنهادها**

1ـ اهميت توجه به صنعت گردشگري در بافت مركزي و بازار آمل: مهم‌ترین عناصر تاریخی، فرهنگی و مذهبی شهر آمل در محله یا محلات بازار قرار دارد، بنابراین می‌توان با تکیه بر اين توانمندي و ظرفيت، برنامه‌ريزي دقيقي براي رونق اقتصادي و اجتماعي شهر و بازار آن نمود. به‌ عنوان مثال شهر آمل می‌تواند از برنامه‌هايی ويژة شهرهاي زيارتي برخوردار شود. مقبرة ميربزرگ آمل، امام‌زاده ابراهيم، گنبد خضر، مقابر ائمة زيدي و نظاير اين‌ها همگي يادگار دوران حكمراني علويان طبرستان هستند كه به دست فراموشي سپرده شده‌اند.

2ـ‌ هويت‌بخشي به كالبد بازار: از طريق سنگ‌‌ فرش کردن كف بازار يا استفاده از امكانات جديدي كه نماي مغازه‌ها را بتوان به صورت پوشيده از نماهاي چوبي درآورد می‌توان هويت بازار متعلق به منطقة شمالي كشور را در ذهن بازديدكنندگان تصوير‌سازي كرد. همچنين لازم است با بهره‌گيري از روش‌هاي نوين، سقف بازار را كه در مواقع بارندگي سبب دشواري تردد عابران مي‌شود، پوشش داد.

3- اعادة هويت و كاركرد اماكن وقفي: نقش موقوفه‌ها در جريان اقتصادي بازار و ساماندهي كالبد و نگاه‌داري آن‌ها خود را در گذشته نشان داده است، عدم عنايت به نوسازي موقوفه‌ها و رهاشدگي آن‌ها باعث شده است، كهن‌ترين عناصر كالبدي بازار تصویری ناخوشايند در بازار بیابند.

4ـ افزايش ضريب ايمني بازار: با توجه به فرسودگی مصالح به كار رفته در دکان‌های بازار شماري از مغازه دچار آتش‌سوزی شده‌اند. برای جلوگیری از آتش‌سوزی‌های مكرر بايد با روش‌هاي مناسب، ضريب خطر را كاهش داد. آتش‌سوزي به شدت به بافت قديم لطمه زده و در جريان نوسازي اماكن مزبور دخالت‌هاي ناشيانه‌ در بافت قديم صورت مي‌گيرد. مقاوم‌سازي و ايمن سازي بافت بازار و محل‌هاي كار و كسب يكي از بهترين روش‌هاي حفظ بافت قديم بازار آمل است.

5ـ تهية نقشة جامع نوسازي بافت قديم بازار آمل: در این راستا مخالفت با ساخت و ساز بی‌رویه به ويژه احداث بناهايي چون پاساژ و نظاير اين‌ها در بافت بازار ضروری است. امري كه به شدت تركيب مشاغل و اصناف و نيز تردد در درون بازار صدمه می‌زند و پيامدهاي ناگواري را از نظر تغيير ارزش ملك و مكان فعاليت‌هاي صاحبان حرف در داخل بافت قديم بازار آمل به وجود مي‌آورد.

6ـ ايمن‌سازي و مسقف نمودن سقف بازار: این اکر جمله راه‌هايي است كه اگر با استفاده از الگوهاي معماري سنتي صورت گيرد در تابستان‌هاي شرجي و گرم منطقه و نيز باران‌هاي سيل‌آسا محافظت لازم براي مراجعان را فراهم می‌آورد و نیز عنصری جذاب برای علاقه‌مندان به بازديد از اماكن تاريخي خواهد بود.

7ـ ساماندهي و نظم‌بخشي به بازارهاي روزانه يا هفتگي شهر در مجاورت بازار قديم آمل: امروزه بازارهاي روز و هفتگي آمل به صورت نابسامان در بخش‌های جنوبی امام‌زاده ابراهيم برگزار مي‌شوند كه در نظر مراجعه‌كنندگان بسيار زننده مي‌نمايند. درصورتي كه اگر از سوي شهرداري و ديگر نهادهاي مرتبط منطقه‌اي به عنوان مثال ميدانچة مشائي به محل اختصاصی برگزاري بازار روز اختصاص يابد افزون بر تقويت كاركردهاي اقتصادي بازار، امكان بهره‌گيري از توان گردشگري بازار روز در تقويت اين كاركرد در بازار آمل را مي‌توان فراهم كرد.

8ـ افزايش ظرفيت‌هاي گذران اوقات فراغت در بازار آمل: از طريق برنامه‌ريزي جهت دایر کردن عناصر خدماتی چون رستوران سنتی، نانوایی، قصابی، کله‌پزی و قهوه‌خانه از یکسو نيازهاي مختلف مردم در اين محدوده برطرف گردد و از مراجعة آنان به ديگر نواحي شهر جلوگيري شود و از سوی دیگر فضای فراغتی مناسبی برای اهالی و گردشگران فراهم می‌آید. امروزه اين گونه اماكن كه يادآور هويت قديم شهري است تحت عنوان ”سنت‌سرا“ ناميده مي‌شوند كه اگر در منطقة بازار داير شود بهتر است.

**نتيجه‌گیری**

بازار نهادي است اجتماعي كه عناصر ديني، تجاري، سياسي و اجتماعي شهر را شامل می‌شود و در حوزه فرهنگي ايران در گذشته به مثابة بخش مركزي اقتصاد به شمار مي‌رفت و در شهرهاي كوچك‌تر بخش عظيمي از كالاها و خدمات مورد نياز روستاييان را توليد و تأمين مي‌كرد. بازار آمل از نظر نحوۀ شکل‌گیری بازارهای شهری در زمرۀ بازارهای طراحی‌شده (منظم) قرار دارد به‌ گونه‌ای‌ که هم از الگوی بازارهای تک‌محوری و هم از الگوی بازارچه پیروی می‌کند. با توجه به اينکه گسترش فضاي كالبدي شهر هيچ‌گونه هماهنگی با مركزيت پیشین بازار نداشته‌ است، احداث خيابان‌هاي متعدد در اطراف بازار و افزايش مراكز تجاري در بخش‌های جدید شهر نمونه‌هایی از این دگرگونی ناهماهنگ هستند. در نتیجه بازار آمل كه با كاركرد بازارهاي سنتی ايراني بنا شده‌ است، نمی‌تواند مانند گذشته عمل كند و به دليل تحولات فرهنگي، دگرگوني‌هاي اجتماعي- اقتصادي، تغيير نيازهاي مردم و غیره از حالت تخصصي خود (که بيشتر جنبة توليدي داشته بود) خارج شود و با حفظ ماهيت، مشاغل متفاوتي را در خود جاي دهد. در نتيجه از الگوي تؤامان بازارچه محله‌اي، بازار شهري و فرامنطقه‌اي كه در گذشته بهره مي‌برد به بازار شهري محدود شده است. اما اين بازار كه در مهم‌ترين معبر شهري قرار گرفته، همچنان از گذر بودن خود سود مي‌جويد و داراي عملكردي مؤثر است.

وجود مسجد جامع و موقوفات آن نقش مهمي در تداوم عملکرد ديني و اقتصادي بازار آمل داشته و دارد و بازار همچنان از كاركرد مذهبي، فرهنگي و اجتماعي برخوردار است اما بسياري از عناصر خدماتي بازار به مرور زمان و تغيير نيازها دستخوش تغييرات و دگرگونی شده‌اند.

رشد و خط سير بازار آمل سبب شده‌ تا محلات مسكوني بيشتري پیرامون آن نظام يابند. بازار و ديگر آثار تاريخي كه در محلات و يا محدودة آن قرار دارد به ‌عنوان میراث فرهنگی در قالب بناهای تاریخی نه تنها هویت کشور ایران را شکل می‌دهند بلکه در توسعۀ پایدار کشور و به‌ ويژه شهر آمل نقش مهمی را ایفا می‌کنند.

**منابع**

* ابن‌اسفندیار کاتب، بهاءالدین محمدبن حسن (1366)، **تاریخ طبرستان**، به تصحیح عباس اقبال و محمد رمضانی، تهران: پدیدۀ خاور.
* اصطخري، ابو‌اسحاق ابراهيم (1347)، **مسالك و ممالك**، به كوشش ایرج افشار، تهران: بنگاه ترجمه و نشر كتاب.
* بیگلری، اسفندیار (1355)، »بازارهای ایرانی«، **مجلۀ هنر و مردم**، شمارۀ 162.
* پروشانی، ایرج. فروتن، فریدون. میشل بوناین- ویلیام فلور (1375)، »مدخل بازار«، **دانش‌نامۀ جهان اسلام**. ج1.
* جباری، مینا (1379)، **همیشه بازار**، تهران: آگاه
* خیرآبادی، مسعود (1376)، **شهرهای ایران**، ترجمۀ حسین حاتمی نژاد و عزت الله مافی، مشهد: نیکا.
* الشیخعلی، صباح ابراهیم سعید (1362)، **اصناف در عصر عباسی**. ترجمۀ هادی عالم‌زاده. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
* رجبی، آزیتا (1386)، **ریخت شناسی بازار**، تهران: آگاه.
* رضوانی، علی اصغر (1385)، **جغرافیا و توریسم**، تهران: دانشگاه پیام نور.
* روحبخش، رحیم (1381)، **نقش بازار در قیام 15 خرداد**، تهران: 1381.
* ساريخاني، مجيد (1384)، »نقاشي قهوه‌خانه‌اي در دورۀ قاجار«، **فصل‌نامۀ ميراث جاويدان**، شمارۀ 50.
* ستوده، منوچهر (1366)، **از آستارا تا استارباد**. جلد چهارم، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
* سعیدی ‌رضوانی، عباس (1368)، **بینش اسلامی و پدیده‌های جغرافیایی**، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی.
* سلطان‌زاده، حسین (1380)، **بازارهای ایرانی**، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
* ━━━ (1362)، **روند شکل‌گیری شهر و مراکز مذهبی در ایران**، تهران: آگاه.
* ━━━ (1372)، **فضاهای ورودی در معماری سنتی ایران**، تهران: فرهنگ.
* ━━━ (1374)، **نائین شهر هزاره‌های تاریخی**، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
* شفقی، سیروس (1381)، »عناصر بازار اصفهان و موقوفات آن« **فصل‌نامۀ میراث جاویدان**، سال دهم، شمارۀ 2.
* فلامکی، محمد منصور (1383)، **باز زنده‌سازی بناها و شهرهای تاریخی**، تهران: دانشگاه تهران.
* قبادیان، وحید (1373)، **بررسی اقلیمی ابنیۀ سنتی ایران**، تهران: دانشگاه تهران.
* ملگونف، عزالدین (1364)، سفرنامۀ **ملگونف به سواحل جنوبی دریای خزر**، تکمیل و ترجمۀ مسعود گلزاری، تهران: دادجو.
* مهجوری، اسماعیل (1341)، **تاریخ مازندران**،جلد 1، تهران.
* يدالله پور، معصومه (1388)، **بازار آمل**، رسالة كارشناسي ارشد، دانشگاه شهيد بهشتي، بنياد ايران‌شناسي.

**مصاحبه‌ها**

* احمد سلیمانی، آهنگر، مکان مصاحبه: راستۀ نمدمالان یا بازار هاشمی، مغازۀ وسایل و لوازم کشاورزی احمد سلیمانی، تاریخ مصاحبه: 22/7/1387، روز مصاحبه: دوشنبه، ساعت مصاحبه 5- 5/3 عصر.
* تیمور حیدری، واسطه، راستۀ برنج‌فروشی.
* جواد یزدان‌پناه، برنج‌ فروش، مکان مصاحبه: راستۀ نیاکی، مغازۀ برنج‌‌فروشی یزدان‌پناه، تاریخ مصاحبه: 19/10/1387، روز مصاحبه: شنبه، ساعت مصاحبه: 11-10 صبح.
* حبیب حبیبی، خراز، مکان مصاحبه: بازار نوراسته، جنب پاساژ اخوان، حجرۀ آقای حبیبی، 28/7/1387، ساعت مصاحبه: 12-10 ظهر.
* رضا عطارزاده، عطار، مکان مصاحبه: بازار چهارسو، عطاری بابونۀ حسن عطارزاده، 17/10/1387، ساعت مصاحبه: 5/3-1 بعدازظهر.
* سید عبدالله مرتضوی مقدم، بزاز، مکان مصاحبه: بازار چهارسو، فروشگاه اطلس، تاریخ مصاحبه: 21/7/1387، روز مصاحبه: یکشنبه، ساعت مصاحبه: 5/12 – 5/9 ظهر.
* عبدالاحد مسائلی، زرگر، مکان مصاحبه: بازار نوراسته، زرگری مسائلی، تاریخ مصاحبه: 28/7/1387، روز مصاحبه: یکشنبه، ساعت مصاحبه: 5/12- 5/1 بعدازظهر.
* عزیزالله جوربندی، قهوه‌چی، مکان مصاحبه: راستۀ نمدمالان، قهوه‌خانۀ امید به خدا، تاریخ مصاحبه: 19/10/1387، روز مصاحبه: شنبه، ساعت مصاحبه: 5/2-2 بعدازظهر.
* قدرت‌الله هدایتی، موکت‌ فروش، مکان مصاحبه: راستۀ نمدمالان، جنب مسجدآقاعباس، فروشگاه فرش و موکت بابک، تاریخ مصاحبه: 22/7/1387، روز مصاحبه: دوشنبه، ساعت مصاحبه: 5/11- 5/9 صبح.
* محمد حبیبی، خراز، مکان مصاحبه: بازار نوراسته، جنب پاساز اخوان، حجرۀ آقای حبیبی، 28/7/1387، ساعت مصاحبه: 12-10 ظهر.
* محمدرضا قلی‌پور، کیف فروش، مکان مصاحبه: قصر کیف، بازار جنب تکیۀ امیری، تاریخ مصاحبه:22/7/1387، روز مصاحبه: دوشنبه، ساعت مصاحبه: 5/1- 5/11 بعدازظهر.
* نصرت الله شهره، خواروبارفروش و لوازم شکار فروش سابق در تیمچه، مکان مصاحبه: خیابان مهدیه، فروشندۀ مجاز اسلحۀ شکاری و لوازم شکار، تاریخ مصاحبه: 19/10/1387، روز مصاحبه: یکشنبه، ساعت مصاحبه: 5/12 – 11 ظهر.

1. \* دانشيار تاريخ ايران، پژوهشگاه علوم انساني و مطالعات فرهنگي [shyousefifar@yahoo.com](mailto:shyousefifar@yahoo.com) [↑](#footnote-ref-1)
2. \*\* كارشناسي ارشد ايران‌شناسي، دانشگاه شهيد بهشتي masoom8227@yahoo.com [↑](#footnote-ref-2)