



## عملکرد اجتماعی - اقتصادی بازارهای مازندران در دوره قاجار با تکیه بر شهرهای

ساری، بابل و بهشهر

صالحه دهقان<sup>۱</sup>

فرشته اسدی اوریمی<sup>۲</sup>

فریما صبورمنش<sup>۳</sup>

### چکیده

دوران قاجار به لحاظ آغاز حرکت از جامعه سنتی به سمت یک جامعه صنعتی یکی از اساسی ترین مراحل تاریخی کشور ایران می باشد و بازار نیز یکی از عوامل تعیین کننده امور اجتماعی، اقتصادی و سیاسی مملکت است. در این میان بازارهای مازندران (شهرهای ساری، بابل و بهشهر) با توجه به شرایط اقلیمی و جغرافیایی و همچنین ارتباط تجاری گسترده روسیه با ایران و مخصوصاً نواحی شمال آن از اهمیت به سزایی برخوردارند. در این پژوهش با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی به عملکرد اجتماعی - اقتصادی بازارهای مازندران در دوره قاجار پرداخته شده است و داده ها از طریق روش کتابخانه ای و به صورت موضوعی گردآوری شده است. در پاسخ به سوال اول که شرایط جغرافیایی و اقلیمی شهرهای مازندران (ساری، بابل و بهشهر) در کارکرد اجتماعی - اقتصادی بازارهای منطقه چه تاثیری داشته است می توان فرض کرد با توجه به مقتضیات محلی و تولیدات منطقه ای، شهرهای مازندران کارکرد اجتماعی - اقتصادی پویاتری داشتند و در پاسخ به سوال دوم که روابط بازرگانی با روسیه در دوره قاجار چه تاثیری بر عملکرد اجتماعی - اقتصادی بازارهای مازندران داشته است می توان گفت با توجه به مبادلات اقتصادی ایران با سایر کشورها به ویژه روسیه و ورود برخی از کالاهای خارجی به بازارهای ایران از جمله مازندران در برخی موارد به تولید محصولات ایرانی آسیب وارد شد.

**واژگان کلیدی:** کارکرد، بازار، مازندران، قاجار، شهر.

۱. کارشناسی ارشد تاریخ ایران اسلامی، دبیر مقطع متوسطه دوم دبیرستان شهدای سپاه منطقه ۱۵ تهران. [sdehqan23@gmail.com](mailto:sdehqan23@gmail.com)

۲. کارشناسی ارشد تاریخ دوره اسلامی، دبیر مقطع متوسطه دوم دبیرستان فرزنانگان ۲ ساری. (نویسنده مسئول) [fereshteadadi.orimi50@gmail.com](mailto:fereshteadadi.orimi50@gmail.com)

۳. کارشناس تاریخ، دبیر تاریخ مقطع متوسطه دوم دبیرستان فرزنانگان ۲ ساری. [Farima49saboormanesh@gmail.com](mailto:Farima49saboormanesh@gmail.com)

## مقدمه

در اکثر شهرهای ایران به ویژه شهرهای تاریخی - بازرگانی که در مسیر کاروان ها قرار داشته اند می توان از بازار به عنوان قلب شهر نام برد. از نظر جغرافیای شهری، بازار، مجموعه ای از سلول ها و مغازه ها است و بافت اصلی شهر را تشکیل می دهد. بخش قدیمی شهر نقش مهمی را در زمینه خدماتی، بازرگانی و اجتماعی به عهده دارد.<sup>۱</sup> این بخش از شهرها از دیرباز، محصور در برج و بارویی بوده که امروز بخش (سوق) یا بازار را در بطن خود دارد که یک ارگانیک کاملاً شهری است؛ بنابراین شناسایی این ارگانیک جهت شناخت یک شهر و تاریخ آن ضروری می باشد. بدون شناخت بازار امکان شناخت ساختار شهر و سیستم آن وجود ندارد و طبیعتاً در شناخت تاریخ آن شهر با مشکل روبرو خواهیم شد لذا بسیاری از شهرشناسان از قبیل هانس بوبک در کتاب نظریه عناصر شهری قدیم و سرمایه داری بهره وری، مارسل بازن در کتب قم شهر زیارتی، طالش منطقه ای قومی در شمال ایران، گیلان و آذربایجان شرقی، لوئیس ویرث در مقاله شهرگرایی شیوه ای از زندگی، برای بازار اهمیت خاصی قائل شده اند. گذشته از این، اختلاف نظر مسئولین ذیربط در اتخاذ تصمیم نسبت به بافت قدیم شهر و تعلق آنها در تعمیرات لازم در بافت قدیم، نگارندگان را به این نتیجه رساند که تا اصول اساسی حاکم بر روند بازار، کارکردها و اهمیت اجتماعی و اقتصادی آن در ارتباط با شهر بررسی نشود نمی توان برنامه ریزی جامع و اصولی در بافت قدیم شهر و بازار ایجاد کرد و از طرفی دوره قاجار به دلیل وقوع دو تحول مهم اقتصادی که در روند توسعه بازارها تاثیر به سزایی برجای گذاشت اهمیت خاصی دارد؛ نخست آنکه مبادلات اقتصادی بین ایران و سایر کشورها به ویژه روسیه در دوره قاجار منجر به ورود برخی از کالاهای خارجی به بازارهای ایران شد و در برخی از موارد به تولید محصولات ایرانی آسیب وارد شد؛ دومین تحول هم مربوط به تاسیس و راه اندازی تعدادی کارخانه مانند کارخانه باروت کوبی، اسلحه سازی، ماهوت بافی، ابریشم تاب و ... بود که موجب شد بازار به عنوان یگانه محور اقتصاد شهر به تدریج ضعیف شود.<sup>۲</sup> در این پژوهش با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی به عملکرد اجتماعی - اقتصادی بازارهای مازندران در دوره قاجار پرداخته شده است و داده ها از طریق روش کتابخانه ای و به صورت موضوعی گردآوری شده است.

بازار در ایران اسلامی به مثابه یکی از مهمترین فضاهای شهری و عناصر عملکردی قلمداد می شود و همواره به عنوان ستون فقرات شهر عمل کرده که عموماً سایر عناصر در ارتباطی تنگاتنگ و منسجم با آن سازمان یافته اند که نقش بسیار تعیین کننده کاربردی، اجتماعی، اقتصادی و مذهبی داشته است. در این میان نقش بازارهای قدیمی و سنتی استان مازندران به نوبه خود قابل مطالعه و بررسی می باشد. ساری، بابل و بهشهر از جمله شهرهای قدیمی استان در حوزه دریای خزر هستند که با توجه به موقعیت خود همواره در طول تاریخ دارای اهمیت خاصی بوده اند. بازار قدیمی ساری در اوج شکوه خود شامل راسته و میدان و عناصر اصلی بود که با هم ساختاری منسجم و پویا را پدید آورده بود. میدان اصلی شهر به عنوان مرکزیت اقتصادی و اجتماعی و سیاسی بازار مطرح بود که در اطراف آن قصر حکومتی، ساختمان های اداری و عناصر تجاری مانند مغازه ها و سایر عناصر مذهبی، اجتماعی و فرهنگی مانند مسجد جامع شهر، نقاره خانه ها و قهوه خانه ها قرار داشتند. بازارهای سنتی بابل هم به دلیل اینکه این شهر مرکز تجاری استان مازندران بود و بخش عمده تجارت آن در دست یهودیان بود از اهمیت به سزایی برخوردار است؛ شهر بهشهر هم که در دوره شاه عباس صفوی به اشرف البلاد معروف شد دارای محله های مختلفی بود که در این محله ها بازارهای هفتگی و روزانه دایر می شد. در این نوشتار ما به دنبال پاسخ به سوالات زیر می باشیم: الف) شرایط جغرافیایی و اقلیمی شهرهای مازندران (ساری، بابل و بهشهر) در ساخت و کارکرد اجتماعی - اقتصادی بازارهای منطقه در عصر قاجار چه تاثیری داشته است؟ ب) روابط بازرگانی ایران و روسیه در دوره قاجار چه تاثیری بر عملکرد اجتماعی - اقتصادی بازارهای مازندران (شهرهای ساری، بابل و بهشهر) داشته است؟

## اهمیت و کارکردهای بازار در ایران

بازار نهادی است که در نتیجه نیازهای اولیه مردم شهرها و روستاها پدید آمد و به دنبال گسترش جمعیت و به همان نسبت افزایش تقاضاهای مردم، بازار و عناصر در پیوند با آن رو به توسعه نهاد و به یک نظام پیچیده شهری با بخش های متعدد وابسته به آن

<sup>۱</sup> پوراحمد، احمد، جغرافیا و کارکردهای بازار کرمان، کرمان: مرکز کرمان شناسی، ص ۲۴.

<sup>۲</sup> منظمی تبار، جواد، نقش بازار در تحولات اجتماعی و سیاسی دوره قاجار، شهرپور ۷۴، ص ۳۵.

تبدیل شد که با کارکردهای گوناگون در راستای بهبود زندگی افراد جامعه و در خدمت آن قرار گرفت.<sup>۱</sup> تقویت روحیه اجتماعی یکی از مهمترین ویژگی های بازارهای سنتی ایران است که در مقام مهم ترین مکان حل و فصل اختلافات و اجرای احکام و تصمیمات بوده است به گونه ای که حتی اجرای احکام دولتی و ابلاغ این احکام به مردم به طور معمول در فضای بازار یا مشرف به آن انجام می پذیرفت. در واقع از دید اجتماعی به دلیل بسیاری آمد و شد افراد جامعه از طبقات گوناگون در بازار، این نهاد مانند یک مرکز بزرگ خبرپراکنی امروزی عمل می کرده است.<sup>۲</sup>

مهم ترین نقش بازار که زمینه ساز پدید آمدن آن در شهرها شد قطعاً نقش اقتصادی بازار بوده است. تامین نیازهای روزانه مردم موجب پیدایش بازارهای کوچک محلی شده که به مرور به افزایش تعداد بازارها و گسترش کارکردهای داخلی و خارجی آنان در جهت تامین نیازهای جامعه منتهی شد و سایر نقش های بازار را در درون خود پدید آورد. بازار همچنین به عنوان مرکزی فرهنگی و اجتماعی، محلی برای تفریح و سرگرمی مردم به حساب می آمد. معرکه گیران، کشتی گیران و بندبازان در بازار و میدان ها اسباب تفریح و سرگرمی مردم را فراهم می کردند. وجود حمام ها که غالباً در گذرگاه های اصلی و عمومی شهر یا راسته های بازار و مجاور مساجد یا در مراکز محلات و میدان های محله ای ساخته می شد فرصتی برای حضور مردم در کنار هم و گذراندن ساعتی از روز فارغ از دغدغه های روزانه سبب می شد.<sup>۳</sup> بازار از دیرباز به عنوان یک مرکز اسلامی، ارتباطی تنگاتنگ با علما و روحانیت اسلام و مساجد داشته است. معمولاً خانه های روحانیون طراز اول و امام جماعت نزدیک بازار و میدان مرکزی شهر و یا در جوار مسجد جامع بود و مردم برای حل و فصل اختلافات خود و نیز بسیاری از امور مانند مشورت و اموری که در حوزه تخصص علما بود به ایشان مراجعه می کردند.<sup>۴</sup> نخستین همکاری گسترده علما و تجار بر ضد دستگاه حاکم و نفوذ قدرت های خارجی را در جنبش مردمی تنباکو علیه امتیازنامه رژی، می توان مشاهده کرد که در آن جنبش، مبارزات و اعتراضات بازرگانان علیه اقدام ناصرالدین شاه در دادن امتیاز تنباکو به یک شرکت انگلیسی، از حمایت گسترده مراجع و علمای دینی به رهبری میرزای شیرازی و میرزا حسن آشتیانی برخوردار شد. بازار و تجار مازندران نیز مانند سایر بازارها و تجار ایران در مقابل فتنه و ظلم و ستم بیگانگان و عمال داخلی ایستادند و با تعطیلی بازار، حکومت ها را به عقب نشینی واداشتند و توانستند ستون محکم تعدادی از حرکت های اعتراضی در صحنه سیاست ایران باشند.<sup>۵</sup> در دوره قاجار بازارها ستون فقرات ساخت اجتماعی شهر بودند و شالوده زندگی اقتصادی و اجتماعی در شهرها را تشکیل می دادند. در بازارهای این دوره تجار بزرگ و متوسط در رأس سلسله مراتب اجتماعی جای داشتند. هر حرفه و کسب و کاری از سه رده مشخص شامل استادان، صاحبان دکان، کارگران و شاگردان تشکیل می شد. تجار و اصناف در این دوره با نظم خاصی در بازارها جای داشتند.<sup>۶</sup>

### عناصر و فضاهای بازارهای ایران

در بنای بازارهای اسلامی سه بخش را می توان از هم تمیز داد: الف) کوی ها یا گذرگاه های اصلی و فرعی (راسته ها). ب) مجتمع های تجاری دارای انبارها و محل هایی برای سکونت موقت بازرگانان (خان، سرا، ...). ج) مکان های تجاری بی امکان سکونت (قیصریه، تیمچه، ...). **راسته**: راسته ها به عنوان پرتدد ترین قسمت بازار شناخته شده اند. زیرا محل رفت و آمد و برخورد مستقیم خریدار و فروشنده هستند.<sup>۷</sup> **دالان**: دالان به راسته فرعی بازار که از طریق دو در از دیگر راسته ها جدا می شد و بیشتر در مدخل سراها یا کاروانسراها قرار داشت گفته می شد.<sup>۸</sup> این دالان ها می توانستند تو در تو باشند.

<sup>۱</sup> سلطانهزاده، حسین، (۱۳۶۵)، شهروشنهرنشینی در ایران، تهران: نشرآبی، ص ۲۵۲.

<sup>۲</sup> فروتن، فریدون، ۱۳۷۵، نقش اجتماعی بازار، ص ۳۶۰.

<sup>۳</sup> رجیبی، آزیتا، ۱۳۸۶، ریخت شناسی بازار، تهران: انتشارات نگاه، ص ۱۰۷.

<sup>۴</sup> احمدپور احمد، جغرافیا و کارکردهای بازار کرمان، انتشارات مرکز کرمان شناسی، ص ۱۲۴.

<sup>۵</sup> همان، ص ۱۲۰.

<sup>۶</sup> اشرف، احمد، ۱۳۵۹، موانع تاریخی رشد سرمایه داری در ایران، انتشارات زمینه، ص ۲۵.

<sup>۷</sup> رجیبی، آزیتا، ۱۳۸۶، ریخت شناسی بازار، تهران: انتشارات نگاه، ص ۸۲.

<sup>۸</sup> دانش نامه جهان اسلام، مدخل بازار.

**چهارسو:** چهارطرف، چهارجانب و ... محل تقاطع دو بازار؛ آنجا که دو بازار مانند صلیب یکدیگر را قطع می کنند. محلی که بازار از آن باز و ممتد گردد<sup>۱</sup>. در گذشته چهارسوها محل استقرار داروغه و محتسب بوده که بر اوزان و مقادیر و قیمت ها نظارت داشتند. **حجره:** دالان یا حجره را ساده ترین و کوچک ترین اما در عین حال باید مهم ترین عنصر بازار دانست. مساحت حجره ها متفاوت بوده و به طور متوسط از ده تا بیست و پنج متر بوده است. حجره های طبقه پایین بیشتر نقش یک مغازه یا دکان را داشته که کالا در آن عرضه می شد<sup>۲</sup>. **قیصریه:** قیصریه به وسیله دو در به بازار مربوط می شد و سراهای طولی بودند که به فروش اجناس گران قیمت مانند جواهر و پارچه های گران قیمت و مشاغلی چون نقره کاری و ملیله دوزی و ... اختصاص داشتند.

**کاروانسرا:** تاریخ ایجاد کاروانسرا در ایران به پیش از اسلام می رسد. در دوره اسلامی در منابع گزارش های فراوانی از کاروانسراهای شهر های ایران و رونق آنها وجود دارد. ناصر خسرو در سفر خود به مهربان آنجا را دارای سه کاروانسرای بزرگ می داند که هر یک چون حصاری محکم و عالی است<sup>۳</sup>. **خان یا سرا:** خان در حقیقت به کاروانسراهای کوچکی که در سر تا سر سر بازار ساخته می شد و برای کارهای تجاری مورد استفاده قرار می گرفت اطلاق می شد. **تیم و تیمچه:** واژه تیم به معنی کاروانسرا می باشد، سراهی دارای چند دکان که تاجران در آن داد و ستد می کنند<sup>۴</sup>. تیمچه نیز همان کاروانسرا البته در مقیاسی کوچک تر است. در تیمچه ها چند تجارت خانه مشابه و امور دفتری بازرگانی و تجارت های عمده انجام می شود. در تیمچه هر حجره به یک تاجر اختصاص دارد و در هر تیمچه معمولاً یک نوع تجارت یافت می شود<sup>۵</sup>. در دوره قاجاریه طرح های متنوعی از ترکیب تیمچه و کاروانسرا پدید آمد و نمونه های متعددی از چنین فضاهایی ساخته شد.

**میدان:** در داخل و در حاشیه و کنار برخی از بازارها فضای بازی به نام میدان قرار داشت که بازارهای روز یا ادواری در آن برپا می شد. میدان غالباً جنبه تشریفاتی داشته و رابطه بازار را با فضای خارج برآورده می ساخت و معمولاً جزء در برخی از شهرها جزء ضروری بازار محسوب نمی شدند<sup>۶</sup>.

### پیشینه بازار در ایران تا روی کار آمدن قاجاریه

آثار و شواهد به دست آمده از تپه حسنلو در جنوب غربی دریاچه ارومیه، تپه یحیی در جنوب کرمان، تپه سیلک کاشان و شهر سوخته سیستان توسط باستان شناسان، آنها را به این نتیجه رسانده که پیشینه سکونت گاه های متکی بر بازرگانی و صنایع دستی در ایران به حدود ده هزار سال پیش می رسد. یعنی در مکان های یاد شده، محلی با مشخصات بازار برای عرضه محصولات غذایی و سایر نیازمندی ها وجود داشته است. طرح بازار به صورت چهارسو یا دو دالان مسقف عمود بر هم، بر سفالی از هزاره چهارم پیش از میلاد بر جای مانده است برای راسته یا کوی پیشه وران نیز شاهد معتبری از دو هزار سال پیش در کاوش های باستان شناسی شوش یافت شده است<sup>۷</sup>. تشکیلات اقتصادی موجود در دوره داریوش هخامنشی نیز می تواند شاهدهی بر فعالیت های اقتصادی و بازرگانی در آن دوره باشد. کاوش های هیأت باستان شناسی فرانسوی در سال های ۱۹۵۱-۱۹۴۹ طرح کاخ بزرگ «لشگری بازار» غزنوی در بست را روشن ساخته است که آن را به محمود غزنوی نسبت می دهند. همچنین وی در بلخ بازار پرسودی به نام بازار عاشقان و باغی باشکوه داشت<sup>۸</sup>. در دوره غزنویان و سلجوقیان به سبب وجود حکومت های مقتدر، اقتصاد اقتصاد ملی شکوفا شد؛ در منابع تاریخی مربوط به قرون چهارم تا ششم قمری مانند حدودالعالم من المشرق الی المغرب، صوره الارض، المسالك والممالک، سفرنامه ناصر خسرو و ... مطالب فراوانی درباره افزایش تولید انواع صنایع دستی در شهر و حتی روستاها و صادرات آن به شهرهای کشورهای دیگر و بازارهای شهرهای بزرگ وجود دارد. در دوران تیموریان بازارهای شهرهایی

<sup>۱</sup> پوراحمد، احمد، جغرافیا و کارکردهای بازار کرمان، انتشارات مرکز کرمان شناسی، ص ۶۶.

<sup>۲</sup> رجبی، آریتا، ۱۳۸۶، ریخت شناسی بازار، تهران: انتشارات نگاه، ص ۷۷.

<sup>۳</sup> سفرنامه ناصر خسرو، ص ۱۶۳.

<sup>۴</sup> دهخدا، لغت نامه دهخدا، ج ۵، ذیل تیمچه، ص ۲۴۶.

<sup>۵</sup> احمد پوراحمد، جغرافیا و کارکردهای بازار کرمان، انتشارات مرکز کرمان شناسی، ص ۱۰۰.

<sup>۶</sup> دانش نامه جهان اسلام، مدخل بازار.

<sup>۷</sup> مومنی، دانش نامه جهان اسلام، ج ۶، مدخل بازار، صص ۳۷۱-۳۷۰.

<sup>۸</sup> باسورث، ۱۳۷۲، صص ۱۴۰-۱۳۹.

چون سمرقند، بخارا، هرات، مرو، مشهد، سلطانیه و تبریز مورد توجه قرار می گیرد. کلاویخو در آغاز قرن نهم (۱۵ میلادی) از رونق کسب و کار و نیز آبادانی نسبی که در مناطقی از سفر خود به نزد تیمور دید، صحبت کرده است. در دوره قاجار، تهران به عنوان پایتخت کشور به سرعت گسترش یافت و به تبع گسترش شهر، بازار اصلی آن در امتداد محورهای شهر که به دروازه های اصلی منتهی می شد، گسترش یافت. اما تحولاتی در این دوره روی داد که بر روند توسعه بازار و نقش آن به عنوان یگانه مرکز داد و ستد و صادرات و واردات شهرها، تاثیر به سزایی بر جا می گذاشت. مبادلات اقتصادی بین ایران و سایر کشورها، به ویژه روسیه و کشورهای اروپایی، منجر به ورود برخی از کالاهای خارجی به بازارهای ایران شد و در برخی از موارد به تولید محصولات داخلی و صدور آن آسیب زد. از سوی دیگر تاسیس و راه اندازی کارخانه هایی مانند اسلحه سازی، ماهوت بافی، بلورسازی، چاپخانه، توپ ریزی و ... در خارج از شهر و ... موجب تضعیف نقش بازار در شهرها گردید و عدم حمایت حکومت از صنعتگران و سرمایه گذاران نیز موجب گردید آنها در رقابت با تولید کنندگان خارجی از پیشرفت مناسبی برخوردار نباشند. همچنین ساختن معبر و خیابان های مستقیم در شهرها، به منظور ایجاد مسیری برای راندن کالسکه و برگزاری مراسم و آیین های تشریفاتی رایج شد و ورود اتومبیل بر ساختار شهری و تحول بازارها، نقش و تاثیر تعیین کننده ای بر جای گذاشت و ایجاد نمادهای جدید شهری، اداری و حکومتی و فضاهای تجاری در کنار خیابان ها، بازارها را به فضایی تقریباً ایستا، قدیمی و تاریخی تبدیل نموده و دچار رکود گردانید.<sup>۱</sup>

### معرفی بازارهای مازندران (شهرهای ساری، بابل و بهشهر)

**بازار نرگسیه ساری:** بازار نرگسیه ساری به عنوان نمای سنتی بازار تاکنون باقی مانده است و عوامل جوی محیط هر روز ضربه ای به استخوان بندی آن وارد می سازد. حمام اصفهانی در ضلع غربی بازار قرار دارد و قدمت آن به ۱۵۰ سال می رسد. نمای ورودی کاروانسرای تبریزی واقع در خیابان نادر (جمهوری اسلامی امروز) در ضلع شمالی بازار و در حاشیه بازار نرگسیه قرار دارد. **بازار روز ساری:** این بازار در قدیم محل کاروانسرائی قدیمی بوده است. وجود امامزاده یحیی در دل این فضای شهری هویت و سابقه تاریخی آن را غنا می بخشد. انجام مراسم مذهبی در جلوی امامزاده از قدیم الایام مرسوم بوده و فضای فوق در ایام محرم انباشته از مردم مشتاق جهت شرکت و تماشای مراسم می باشد.<sup>۲</sup>

**جمعه بازار جویبار:** این بازار هر هفته روزهای جمعه از ساعت ۶ صبح الی ۳ بعداز ظهر در محلی به نام سراجکلا واقع در ابتدای ورود به قائمشهر تشکیل می شود. یکی از بازارهای بسیار قدیمی و با اهمیت در منطقه است. اجناس عرضه شده در بازار قدیم عبارت بوده اند از: تولیدات کشاورزی و لبنی، هیزم، ذغال، نان تنوری، ماهی سرخ شده، عسل، چکمه، پارچه، جازو، انواع پرند شکاری، شیرینی جاتی مانند بامیه، پشمک، حلوا گردو و ... از کارهای دستی مردم منطقه وسایلی مانند: پارچه کرباس، چوقا، جوراب و دستکش پشمی، حصیر و سبد، زنبیل، کلک (نوعی پارچه پشمی)، گیوه، دمپایی چوبی به نام تک تکی، تلم، وسیله چوبی به نام چرخو برای جدا کردن پنبه از تخم و وسیله دیگری به نام چل برای تبدیل پنبه به نخ در بازار وجود داشت.

**بازار ماهی:** یکی از بازارهای فصلی که نظر هر بیننده تازه وارد را جلب می کند «بازار فروش ماهی» در برخی از شهرهای ساحلی استان مازندران می باشد. از مهم ترین این بازارها می توان به بازار ماهی فریدونکنار و بازار نرگسیه ساری اشاره کرد. در فصل صید که معمولاً از ۲۵ مهر ماه هر سال آغاز و تا فروردین سال بعد ادامه دارد صیادان، ماهی های صید شده را به وسیله وانته بارها به بازار می فرستند و بر اساس قراردادی که هر صیاد با یکی از ماهی فروشان بازار دارند ماهی را به مغازه دار طرف قرارداد که «سماک» نامیده می شود تحویل می دهند.

**بازار امامزاده عباس ساری:** این بازار که همه ساله در سه جمعه اول فروردین ماه و روزهای سیزده بدر و عید فطر و عید قربان در اطراف امامزاده عباس ساری واقع در روستای آزادگله تشکیل می گردید. حدوداً از سال ۱۳۱۲ تشکیل و در حدود سال ۱۳۵۷ تعطیل گردید.

<sup>۱</sup> سلطانزاده، حسین، مقاله گذری در بازارهای ایران، کتاب نامه ایران، ج ۱، ص ۳۳۸.

<sup>۲</sup> رجیبی، آریتا، ۱۳۸۶، ریخت شناسی بازار، تهران: انتشارات نگاه، ص ۹۷.

**جبار بازار ساری:** این بازار سالی یک بار در روز سی ام ماه در حدود اوایل مرداد ماه در اطراف امامزاده جبار واقع در بین روستای خارکش به اسپرس شهرستان ساری تشکیل می شد. جبار بازار به نظر اهالی محل، حدود ۱۰۰ سال سابقه داشته و نزدیک به ۲۰ سال قبل تعطیل گردیده است. فروشندگان بازار مالیات نمی دادند و به دلخواه مبلغی به صندوق امامزاده پرداخت می کردند. از جمله اوزان و مقیاس هایی که در دوره قاجار در بازارها کاربرد داشته است و کم و بیش در بازارهای ساری و اطراف آن نیز مورد استفاده قرار می گرفت عبارتند از: **آرشین<sup>۱</sup>**: این واژه یکی از نام های مورد استفاده به جای ذراع است که در نواحی شمالی ایران رواج داشته است. مقیاس آرشین معیاری روسی است. آرشین روسی برابر با ۷۱/۱ سانتی متر بود که به صورت گسترده در آذربایجان هم به کار می رفت.<sup>۲</sup> **جریب<sup>۳</sup>**: به معنی گستره زمینی است که برای کشت نیاز به یک من بذر دارد و مقادیر آن نسبت به هر ناحیه و روستا تفاوت دارد. در مازندران طول جریبی که عمومیت بیشتری داشت ۱۰/۰۰۰ ذرع بود که مقدار آن با سایر نواحی تفاوت بسیاری داشت و در گویش محلی آن را «گری» می گفتند. **دهو<sup>۴</sup>**: برابر با ۱۰۰ ذرع است. این مقیاس در توابع گیلان به کار برده می شد. در مازندران ۱۰ دهو برابر با ۱/۱۰۰ جریب بود.<sup>۵</sup> **کیل<sup>۶</sup>**: مقیاسی برای سنجش وزن و حجم غلات بود. وزن این مقیاس در هر ناحیه متفاوت بود. کیل در مازندران مقدار وزن کیل در مبادلات برنج و گندم به ترتیب به ۵/۶ و ۷/۱ کیلوگرم می رسید. علاوه بر این موارد؛ خروار، جوله، لتر، من، سیر و ... هم از اوزانی بودند که در بازارها کاربرد داشته اند.

### بازارهای سنتی شهرستان بابل

شهر بارفروش (بابل) مرکز تجاری مازندران بوده است. شهری که اکنون بابل نام دارد روزی مامطیر، بارفروش ده و بارفروش نام داشت و بابل نام نوینی است که به فرمان رضا شاه در سال ۱۳۱۰ خورشیدی به تناسب رود بابل (بابل) که از دو کیلومتری آن می گذرد و به مناسبت دو دهکده اطراف آن یعنی بابلکنار و بابلکان به آن داده شده است. نام اولیه این شهر مامطیر بوده است.

**سه شنبه بازار کله بست میر بازار:** بازار هفتگی کله بست میر بازار واقع در مسیر جاده اصلی بابل-بابلسر، صبح روزهای سه شنبه در خیابان اصلی محل تشکیل می شود. محل اولیه این بازار در محوطه مسجد جامع بوده است و از فروشندگان پولی به عنوان مالیات دریافت نمی شد. کالاهایی که در بازار قدیم عرضه می شده علاوه بر انواع محصولات کشاورزی و تولیدات لبنی، انواع پرند، ماهی، شکر قرمز، انواع دام و صنایع دستی و ... بوده است. ضمناً در بازار پیشه ورانی مانند مسگر، سلمانی، لحاف دوزی، چینی بند زن برای رفع احتیاجات اهالی محل حضور داشتند. از جمله سرگرمی های موجود در این بازار می توان به تعزیه، ماربازی، ریسمان بازی، کارهای پهلوانی مانند پاره کردن زنجیر و بلند کردن وزنه اشاره کرد.<sup>۷</sup>

**۵ شنبه بازار بهنمیر:** این بازار که در روزهای ۵ شنبه در اطراف تکیه سر بازار تشکیل می شود از ابتدا شروع به کار تا به امروز در همین محل تشکیل می شده است. انواع صنایع دستی مانند دمپایی چوبی به نام چو کتله، چاروق، گیوه، کترا<sup>۸</sup>، تلم چوبی برای گرفتن کره، در بازار به فروش می رسد.

**جمعه بازار امیرکلا:** شهر امیرکلا واقع در ابتدای جاده بابل-بابلسر دارای جمعه بازار بسیار قدیمی می باشد که صاحب نظران قدمت آن را حدود ۱۰۰ سال تخمین زده اند. پول های رایج در بازار عبارت بود از یک پول، دو پول، شش پول، هشت پول، یک شاهی و ... اختلافات در بازار به وسیله فردی به نام مشهدی زین العابدین محمدیان مورد رسیدگی قرار می گرفت.<sup>۹</sup> کالاهایی که در جمعه بازار قدیم وجود داشته است شامل: پنبه، برنج، حبوبات، کنجد، مواد لبنی، شکر قرمز، نیشکر، صنایع دستی مانند لاک و قاشق چوبی، دسته چپق، چوب سیگار، سرقلیان، حصیر و ... می شد.

<sup>۱</sup> Arshin

<sup>۲</sup> فلور، ویلم، ۱۳۹۱، اوزان و مقیاس ها در عصر قاجار، ترجمه مصطفی نامداری منفرد، تهران: انتشارات آبادبوم، ص ۳۳.

<sup>۳</sup> jarib

<sup>۴</sup> Dohu

<sup>۵</sup> همان، ص ۵۴.

<sup>۶</sup> Keyl

<sup>۷</sup> ملاحی، حبیب، ۱۳۷۳، بازارهای سنتی استان مازندران، سازمان میراث فرهنگی کشور، ص ۲۰.

<sup>۸</sup> Ketra

<sup>۹</sup> ملاحی، حبیب، ۱۳۷۳، بازارهای سنتی استان مازندران، سازمان میراث فرهنگی کشور، ص ۲۴.

**دوشنبه بازار روستای هلیدشت بابل :** روستای هلیدشت در ۱۵ کیلومتری جاده بابل - گنچ افروز قرار دارد. بازار هفتگی صبح روز دوشنبه در جاده اصلی تشکیل می شود. این بازار ابتدا در روستای گنچ افروز ۳ کیلومتری غرب روستای هلیدشت برپا می شد که به علت عدم استقبال مردم حدود ۶۰ سال قبل به روستای هلیدشت انتقال یافت.<sup>۱</sup> در روز بازار فروشندگان اجناس خود را یک روز قبل به وسیله چارپایان یا با پای پیاده به محل بازار حمل می کردند تا فردای آن روز کالاهای خود را که بیشتر شامل محصولات کشاورزی و تولیدات لبنی، شیرینی جات محلی، گوشت، ماهی، انواع پرند و وحشی و اهلی بوده و همچنین انواع صنایع دستی مردم منطقه مانند چادر شب، حوله، جوراب و دستکش و شال گردن پشمی، نمد، شیردان چوبی به نام جوله و دیگ چوبی به نام خرده خار را در معرض فروش قرار دهند.

**یکشنبه بازار روستای زوارده بابل :** در روستای زوارده واقع در ۲۲ کیلومتری جاده بابل به بندپی شرقی معروف به جاده حبیبی صبح روز یکشنبه هر هفته در اطراف پیر تکیه، بازار تشکیل می گردد. در سال های ابتدای شروع کار بازار، چند مغازه چوبی با پوششی از ساقه گندم و شالی در محوطه بازار وجود داشته و از فروشندگان سیار که در گوشه و کنار بازار بساط پهن می کردند مبلغی به عنوان اجاره دریافت می شد و به مصرف عمران و آبادی روستا می رسید.<sup>۲</sup>

### بازارهای سنتی شهرستان بهشهر

به واسطه وجود شرایط مساعد در دامنه های کوه های جهان مورا ( البرز شرقی ) بهشهر امروزی به عنوان یکی از روستاهای پیش از تاریخ شکل گرفت و در طول تاریخ نام های مختلفی نظیر تیمشه، نامیه، خرگوران، پنجهازه و آسیابسر داشته است. در زمان شاه عباس اول اشرف البلاد و در دوره رضاشاه بهشهر نام گرفت. این شهر از بناهای دوره صفوی است که در روزگار شاه عباس بسیار آباد و معروف بود و در حقیقت پایتخت دوم کشور بود و چند ماه از سال محل سکونت شاه ایران بود.

بهشهر دارای دو بازار قدیمی می باشد که هر دوی آنها تاکنون هنوز پابرجا می باشند :

**روز بازار ( بازار روز ) :** بازار روز بهشهر که در خیابان امام فعلی قرار دارد از گذشته تا به امروز برقرار است. این روز بازار مخصوص تره بار می باشد و انواع و اقسام میوه ها و سبزیجات در آن وجود دارد. زمین این بازار متعلق به اداره اوقاف بوده است و از قدیم تحت نظارت شهرداری فعالیت می کرده است و فروشندگان این بازار از گذشته تا به امروز مالیات خود را به اداره دارائی می پردازند.

**بازار المهدی :** بازار یا پاساژ المهدی نیز در خیابان امام فعلی قرار دارد. طبق اظهارات قدیمی ترین فرد بازار، این مکان قبلاً حمام اصلی شهر بوده و از سال ۱۳۵۶ به بازار تبدیل شده است. تمام فروشندگان این بازار جزء کاسبان قدیمی شهر هستند. در این بازار انواع و اقسام لوازم مورد نیاز مردم وجود دارد و سبک معماری آن از گذشته تا به امروز تغییر نکرده است. در بازارهای بهشهر نیز فعالیت های مختلفی صورت می گرفت از جمله تولید، کلی فروشی، خرده فروشی، دستفروشی، دوره گردی، صرافی، داد و ستد داخلی و خارجی، سکونت موقت و فعالیت های دینی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و ... بازار مرکز مالی شهر بود و از آنجایی که اقتصاد ایران مبتنی بر کشاورزی بود سلف خری منبع مهم دیگر سرمایه را تشکیل می داد.<sup>۳</sup>

### ریخت شناسی اقلیمی بازارهای مازندران

راسته های بازارهای مناطق مرطوب و پرباران کرانه دریای مازندران اغلب فاقد سقف هستند یا اگر هم سقف داشته باشند سقف ها به صورت شیب دار می باشند که بیشتر نیز متشکل از سقف یا بام مغازه ها در دو طرف بازار و راسته ها هستند که تا حدودی فضای بالای راسته ها را می پوشانند و در هنگام بارندگی مانع از ریزش باران بر روی عابران می شوند. در گذشته اغلب سطح بام شیبدار، مغازه های این گونه بازارها با لیاف گیاهی چون گال ( ساقه برنج ) یا سفال برای پوشش بام سقف مغازه ها پوشش داده می شد اما امروزه از شیروانی های فلزی یا حلبی پوشیده شده است. کف مغازه ها یا حجره های آن نیز سنگ چین شده و فاقد فضاهایی مثل زیرزمین می باشد مانند بازار رشت، بابل، ساری، لاهیجان، گرگان و لنگرود. بازارهای شهرهای ساری، بابل و بهشهر از لحاظ ریخت شناسی جزء بازارهای مناطق مرطوب و پرباران کرانه دریای خزر به شمار می آیند و جزء معدود بازارهای

<sup>۱</sup> ملاحی، حبیب، ۱۳۷۳، بازارهای سنتی استان مازندران، سازمان میراث فرهنگی کشور، ص ۲۷.

<sup>۲</sup> ملاحی، حبیب، ۱۳۷۳، بازارهای سنتی استان مازندران، سازمان میراث فرهنگی کشور، ص ۳۱.

<sup>۳</sup> قلعه بندی، سید حسن، ۱۳۴۷، تاریخ و جغرافیای شهرستان بهشهر، ساری، ص ۶۵.

شمال ایران هستند که به صورت سرپوشیده با کارکرد ایرانی ظاهر شده اند. در حقیقت وضعیت اقلیمی مازندران و شرایط جغرافیایی آن به عنوان یک عامل تاثیرگذار بر عملکرد اجتماعی - اقتصادی بازارهای منطقه اهمیت زیادی دارد. وضعیت اقلیمی مازندران و اثرگذاری آن بر تنوع و فراوانی محصولات مختلف در بازارهای منطقه از نظر اقتصادی موجب رونق بازار و کسب درآمد بیشتر برای بازاریان می شده و از نظر اجتماعی رفت و آمد بیشتر مردم در بازار و برقراری روابط گسترده بین فروشندگان و خریداران را سبب شده است چرا که تنوع محصولات در بازارهای استان موجب رفع اغلب نیازهای مردم منطقه در داخل استان شده است.

### روابط بازرگانی ایران و روسیه و تاثیر آن بر عملکرد اجتماعی - اقتصادی بازارهای منطقه

#### وضعیت اقتصادی ایران در عصر قاجار

به طور کلی پایه های اقتصادی دوره قاجار را می توان تحت ۳ عنوان کشاورزی، صنایع و بازرگانی بررسی کرد: الف) کشاورزی: طبقه کشاورز اعم از ده نشینان و چادرنشینان در حدود ۷۰ درصد جمعیت ایران را تشکیل می دادند و مهم ترین و مشخص ترین طبقه مولد ثروت کشور بودند. محصولات نظیر غلات (گندم و جو و ارزن)، برنج، پنبه، توتون و تنباکو، حبوبات و بقولات و محصولات صیفی و میوه و تریاک تولید می شد و از منابع طبیعی نباتی، محصولات جنگلی و کتیرا و انواع صمغ نباتی فراهم می شد. کشاورزی همانطور که پایه و اساس ثروت مملکت را تشکیل می داد، با اجرای سیستم مالیات بر اراضی مزروعی، یکی از منابع مهم درآمد دولت بود.<sup>۱</sup>

۲- صنایع: صنایع ایران عموماً دستی بود و ابزارآلات ساده و مختصر در صنعت به کار می رفت و نیروی انسانی مولد عبارت بود از نیروی فکری و قوه محرک عبارت بود از نیروی جمعی کارگران کارگاه. صنایع این دوره به طور اجمال عبارت بود از: بافندگی؛ شامل بافت قالی و قالیچه، زری بافی، ترمه بافی، مخمل بافی، عبا بافی و ... مواد اولیه بافندگی از قبیل پنبه و پشم و ابریشم در داخل کشور تهیه و تمام محصولات این صنایع در ایران مصرف می شد. چرم سازی و پوست دوزی؛ که در تهران و گرگان و همدان و باختران رواج داشت. صنایع فلزی ساده در حدود ذوب مس و سرب و نقره و طلا و آهن. صنایع مربوط به چوب شامل: ساختن قایق و بلم و کشتی کوچک و یا خراطی مخصوص تراش و صیقل دادن چوب و ساختن ابزاری مانند میانه قلیان و دسته چپق و ... صنایع ظریفه شامل جواهرسازی، زرگری، نقره کاری، مینا کاری. صنایع معدنی مانند آجرپزی و تهیه آهک و گچ، صنایع غذایی و دارویی.

۳- بازرگانی: موقعیت مناسب ایران برای بازرگانی خارجی و امور ترانزیتی در غالب ادوار تاریخی موجب بسط تجارت و تمرکز سرمایه در این کشور بوده است. در دوره اول سلطنت قاجاریه یعنی از ۱۲۱۰ تا ۱۲۵۰ هجری قمری حکومت قاجاریه با یک سلسله جنگ های دفاعی در برابر روسیه و عثمانی مواجه گردید و انگلستان پس از راندن رقیب خود فرانسه، از ایران برای بسط نفوذ سیاسی خویش در کشور ما به فعالیت پرداخت و رقابت اقتصادی و سیاسی روسیه و انگلیس به نحو بارزی در ایران تجلی کرد. در تجارت خارجی ایران در دوره قاجار، روس و انگلیس و هندوستان به ترتیب مقام اول و دوم و سوم را داشتند و مدت ها روسیه مقام اول را در تجارت ایران برای خود حفظ کرده بود؛ به طوریکه قریب به ۴۵ درصد از معاملات خارجی ایران با روسیه انجام می گرفت و انگلیس و هند نیز ۲۵ تا ۳۰ درصد داد و ستد خارجی ایران را داشتند و ۳۰ تا ۲۵ درصد بقیه واردات و صادرات ایران با کشورهای دیگر جهان صورت می گرفت. واردات ایران عبارت بوده از: منسوجات پنبه ای و پارچه ای پشمی خالص و منسوجات پشم و پنبه و بافته های ابریشم و پنبه، قند و چای، کبریت، نفت، پوست خام برای تهیه چرم، نخ پنبه و کتاب، اسباب آهنی و فولادی و ورقه های آهن سیاه و آهن سفید و مسکوک طلا و شمش و امثال آنها. صادرات مهم عبارت بوده از: پنبه، میوه خشک، فرش و قالی و قالیچه، برنج، ابریشم خام، پوست خام، تریاک، صمغ، پشم خام.

قرن ۱۹ مصادف است با دوره اقتدار حکومت قاجار و ربع اول قرن ۲۰ دوره احتضار آن است. ایران قرن ۱۹ در مقایسه با تحولات اجتماعی - اقتصادی اروپا، مسلماً عقب افتاده بود؛ اما ایستا، بی حرکت و تغییرناپذیر نبود. اقتصاد سیاسی ایران در دوره قاجار وضعیت خوبی نداشت، در واقع پس از انحطاط صفویه به سختی می توان اقتصاد ایران را برای مدتی قابل ملاحظه در موقعیتی مطلوب یافت. در قرن ۱۹ که زمان ظهور عواملی چون رقابت امپراتوری ها، تجارت آزاد، تکنولوژی جدید، دموکراسی سیاسی و ..

<sup>۱</sup> شمیم، علی اصغر، ایران در دوره سلطنت قاجار، انتشارات بهزاد، تهران، ۱۳۸۷، ص. ۳۶۳



بود اقتصاد ایران همانند سیاست آن ناگزیر از تعادل خارج شد.<sup>۱</sup> از اوایل سده ۱۹ کشورهای استعمارگر روسیه و انگلیس با توجه به شرایط سیاسی و اقتصادی حاکم بر ایران و عقب ماندگی اقتصادی آن از شمال و جنوب و شرق کشور شروع به دست اندازی ارضی و تشدید دخالت در امور اقتصادی و سیاسی ایران کردند. شکست سیاسی و نظامی ایران از روسیه و تحمیل عهدنامه گلستان در سال ۱۱۹۲ و سپس ترکمنچای در سال ۱۲۰۶، ناتوانی اقتصاد ایران را نسبت به اروپا آشکار ساخت.<sup>۲</sup> در واقع دخالت دولت های بیگانه در امور داخلی و انحطاط ارکان اقتصادی کشور از ویژگی های دوره قاجاریه است. سلاطین قاجار بدون توجه به وضع معیشت مردم و نیروهای تولیدی اقدام به گردآوری ثروت عظیمی در خزانه های خود کردند و مانع از توسعه و رشد اقتصادی کشور می شدند.<sup>۳</sup>

اعطای امتیازات گوناگون به بازرگانان و کشورهای خارجی یکی از عوامل مهم در تضعیف نقش تجار ایرانی در صحنه داخلی و خارجی بود. استبداد حکومت و مقامات مملکتی و عدم امنیت اجتماعی و اقتصادی از دیگر علل بسیار مهم در تضعیف صنعت، تجارت داخلی و رشد سرمایه داری در ایران بود. در این عصر تعدادی کارخانه از جمله کارخانه باروت کوبی، اسلحه سازی، توپ ریزی، ماهوت بافی، ابریشم تابی، کاغذ سازی، بلورسازی، صابون پزی، پنبه پاک کنی، نخ ریزی و ... توسط بازرگانان و اعیان کشور ساخته شد، اما به سبب عدم حمایت دولت از آنان و رقابت با کالاها و تجار خارجی پیشرفت قابل ملاحظه ای به دست نیاوردند.

### درآمدهای دولت قاجاریه و اثرات آن بر امور بازرگانی

یکی از راه های کسب درآمد دولت ها درآمدهای گمرکی است اما در دولت قاجاریه درآمدهای گوناگون دیگر نیز وجود داشت که اثر مستقیم آن در امور بازرگانی و تجارت مشاهده می شود و از آنجایی که این منابع درآمد، تحت عناوین مختلف مانند راهداری، قپانداری، مالیات دلالی و ... از بازرگانان و کالاهای تجاری دریافت می شد، شدت و ضعف دریافت ها و یا افزایش و کاهش آن بر مقدار و جا به جایی کالا اثر مستقیم داشت. درآمدهای شاه عبارت بود از: ۱- مالیات: نخستین منبع درآمد، مالیات بود که حق اصلی و موروثی شاه محسوب می شد. دریافت این مالیات به صورت نقدی یا جنسی از هر محصولی بود که از دست رنج روستائیان به دست می آمد مانند گندم، جو، ذرت، ارزن، تنباکو و ابریشم و ... به مقدار محصول به دست آمده محاسبه و دریافت می شد. ۲- باج: باج هم نوعی مالیات محسوب می شد که توسط حکومت و به میل زمامداران معین و دریافت می شد. باج زیان های فراوانی به روستائیان وارد می آورد. ۳- پیشکش: پیشکش یا تحفه، نوعی مالیات بود که افراد در عید نوروز موظف بودند بپردازند. میزان و مقدار این نوع مالیات با توجه به توانایی مالی افراد محاسبه می شد. ۴- گمرک: درآمد گمرکی از عایدات مهم بودجه یک کشور محسوب می شود. درست است که این عایدات در دوران قاجاریه برای خدمات عمومی مصرف نمی شد اما خود بخش مهم شریان حیاتی و لخرجی های دربار بود. ۵- حمالی (حمال باشی): هر کالا که با کشتی به بندرعباس و بوشهر می رسید به محض اینکه به ساحل حمل می شد مشمول پرداخت وجوهی قرار می گرفت که توسط حمال باشی دریافت می شد. ۶- دلالی: دلالی، مالیاتی بود که به کالا های مشمول فروش تعلق می گرفت. به محض اینکه کالا به فروش می رسید حق دلالی آن به دلال باشی پرداخت می شد. ۷- قپانداری: کالاهایی که توزین می شدند مشمول مالیاتی به نام قپانداری بودند. این مالیات که اصولاً ۲/۵ درصد بود پس از توزین کالا از خریدار و فروشنده دریافت می شد.<sup>۴</sup>

### وضعیت تجار و تجارت در دوره قاجار

در دوره قاجار تاجر به کسی اطلاق می شد که خودش را به صدور و ورود کالا برای سود شخصی مشغول می داشت. آنها به خاطر ارتباط با علما و روحانیون محل زیست خود، از اعتبار ویژه ای در بازار برخوردار بودند. به طور کلی در این دوره تاجران زیر نظر حکومت بودند و افزون بر پایتخت در اغلب شهرهای مهم ایران، دولت، شاه یا وزیر امور تجارت و یا حاکم شهر، در رأس تجار، شخصی را که او را ملک التجار می نامیدند قرار می دادند. تجار معمولاً در حجره هایی که در سراهای تاجرنشین، تیمچه ها و یا در کاروانسراهای معتبر قرار داشت مستقر بودند و با کمک شاگردان حجره ها و پادوها به امور تجاری می پرداختند. تجار و اصناف

<sup>۱</sup> کاتوزیان، محمدعلی، ۱۳۶۶، اقتصاد سیاسی ایران (از مشروطه تا پهلوی)، ترجمه محمدرضا نفیسی و کامبیز عزیزی، نشرمرکز، ص ۹۰.

<sup>۲</sup> رزاقی، ابراهیم، ۱۳۸۱، آشنایی با اقتصاد ایران، تهران: انتشارات نی، ص ۱۲.

<sup>۳</sup> کارلاسرنا، ۱۳۶۲، آدمها و آیینها در ایران، ترجمه علی اصغر سعیدی، تهران: انتشارات زوار، صص ۹۱-۹۲.

<sup>۴</sup> انصاری رنایی، قاسم؛ کرمانی، قنبرعلی، ۱۳۸۰، تجارت در دوره قاجاریه، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، صص ۴۲۷-۴۱۶.

با نظم خاصی در بازارها جای داشتند و هر بخشی از بازار به حرفه و صنعت معینی اختصاص داشت. در بازارهای اسلامی تجار بزرگ دارای موقعیتی ممتاز بودند و پایگاه اجتماعی آنان از پایگاه اجتماعی کسبه و پیشه‌ورانی که در اصناف متشکل می‌شدند کاملاً متمایز بود. به بیان دیگر تجار از یک سو از اهل بازار متمایز بودند و از سوی دیگر در راس هرم قدرت و منزلت و ثروت بازار جای داشتند. تجار بر اساس میزان ثروت و سرمایه به سه دسته تقسیم می‌شدند: ۱- تجار بزرگ، که به صادرات و واردات کالا با خارج از کشور و حوزه‌های گوناگون به سرمایه‌گذاری می‌پرداختند. ۲- تجار متوسط و تجار کوچک که سرمایه‌های محدود تری داشته و به معاملات در داخل کشور مشغول بودند. ۳- بنکدارها که رابط بین تجار و خرده‌فروشان بازار بودند و در رده پایین طبقه تاجر قرار می‌گرفتند. هرچند برخی از محققان، بنکدارها را جزو رده‌های بالای اصناف هم قرار می‌دهند.<sup>۱</sup> بنابراین تجار بزرگ و متوسط در راس سلسله مراتب اجتماعی بازار که ستون فقرات شهری محسوب می‌شد، قرار داشتند. تجار بزرگ در دوره قاجار برای کسب موفقیت، با اعضای قدرتمند حکومت همکاری داشتند تا فضای امن و مناسبی برای تجارت خود فراهم نمایند. از سوی دیگر دارا بودن بیشترین نقدینگی در دست تجار بزرگ، حکومت را به آنها محتاج می‌کرد. از بررسی عملکرد تجار در بعد سیاسی، فرهنگی و اجتماعی در دوره قاجار و در جریان انقلاب مشروطه به چند نکته مشترک می‌توان اشاره کرد: ۱- توجه و تاکید تجار به قانون و لزوم استقرار و اهمیت قانون و رفع هرگونه تبعیض. ۲- روابط میان تجار و اصناف و تبعیت اصناف از تصمیمات تجار، به دلیل اینکه تجار آگاه‌تر و مدعی‌تر بودند و از اقتدار بیشتری برخوردار بودند، لذا اصناف همواره دنباله‌رو تجار بودند و رهبری سیاسی بازار نیز در دست تجار و رهبران اصناف بود.

### روابط بازرگانی با روسیه و تاثیر آن بر عملکرد بازارهای مازندران

روسیه (شوروی) در مناسبات خود با ایران سیاستی را تعقیب کرد که می‌توان آن را ترکیبی از همان اصول قدیمی تزاریسم با نقشه‌ها و روش‌های جدید شوروی تعریف کرد. سیاست امپراتور روسیه را از روی تمایل شدیدی که دولت تزاری به تحصیل امتیازات اقتصادی انحصاری در مقابل نفوذ تجارتی باختر داشت و می‌خواست شمال ایران را از هر حیث تابع و متکی به همسایه شمالی بنماید می‌توان شناخت و در نتیجه تعقیب همین سیاست بود که روسیه در تجارت خارجی ایران مقام بزرگ و برجسته‌ای به دست آورد و در حقیقت یکی از عوامل مهم و بزرگ تجارت خارجی ایران محسوب می‌شد زیرا قبل از جنگ جهانی اول دو سوم تجارت ایران در دست روس‌ها بود. «باید تدابیر گوناگون به کار برد که مملکت ایران روز به روز بی‌پول‌تر شود و تجارتش تنزل کند» عبارت فوق بخشی از وصیت‌نامه منتسب به پتر کبیر می‌باشد که لازمه تسلط روس را بر ایران در تنزل تجارت و وضعیت ضعیف مالی ذکر می‌کند. عبارت فوق گویای این مهم است که روسیه تزاری تجارت را عاملی در راه بسط و گسترش نفوذ سیاسی و نظامی و اقتصادی می‌داند. این عقیده و برداشتی این‌چنینی از روابط تجاری روسیه با ایران تنها مختص زمان تزارها نیست بلکه نمونه‌هایی از آن را می‌توان در آثار نویسندگان جدید شوروی نیز به کرات جستجو کرد. در حقیقت دولت شوروی رویه‌ی مخصوصی برای تجارت خود با کشورهای مشرق زمین پیش گرفت که اساساً با اسلوبی که در باختر تعقیب می‌کرد فرق داشت. در سال ۱۹۲۰ که تجارت خارجی شوروی به انحصار دولت درآمد کشورهای همسایه از حدود دریای سیاه گرفته تا مغولستان از مواد و مقررات (انحصار) و پرداخت بعضی عوارض معاف شدند. در سال ۱۹۲۳ از طرف دولت شوروی سندی به طور رسمی چاپ و منتشر گردید که به نام اصول تجارت شرق خوانده می‌شد و در آن سند کلیه قوانین و اصول مزبور مشتمل می‌شدند بر:

الف) محصولات صنعتی روسیه شوروی که باید با مواد خام کشورهای شرقی مبادله گردد. ب) اجازه داده می‌شود که بازرگانان مشرق زمین راساً اجناس خود را در روسیه شوروی به فروش برسانند. ج) روسیه شوروی نسبت به توازن تجارت با مشرق زمین اصرار نخواهد کرد. د) باید موجبات ترقی و پیشرفت و توسعه شرکت‌های مختلط روسی و شرقی را فراهم نمود. ح) باید اجناس صنعتی شوروی در خاور ارزان‌تر از باختر فروخته شود.

اجرای این سیاست کلی اقتصادی در مورد ایران مراحل مختلف و متعددی را طی کرد که بیشتر ناشی از احتیاجات اقتصادی و قدرت خود کشور شوروی بود، نه نظر نوع پرستانه و خیرخواهانه روس‌ها نسبت به ناسیونالیسم نوزاد و نوپای ایران. از آغاز روابط دیپلماتی ایران و شوروی در سال ۱۹۲۱ تا سال ۱۹۲۷ تجارت بین دو کشور متکی به هیچ نوع قرارداد مخصوص نبود و بازرگانان ایرانی با استفاده از معافیت عمومی بازرگانان شرق از انحصار تجارت خارجی شوروی، آزادانه در خاک شوروی رفت و آمد

<sup>۱</sup> اشرف، احمد، ۱۳۵۹، موانع تاریخی رشد سرمایه‌داری در ایران، انتشارات زمینه، ص ۷۸.

می کردند و با افراد روسی یا موسسات بازرگانی شوروی داد و ستد می کردند و البته این امر در آن دوره که روسیه سیاست اقتصادی جدیدی در پیش گرفته بود امکان داشت، چنانکه تجار ایرانی حتی در بازار مکاره باکو و نیژنی نوگورود نیز شرکت داشتند. نتیجه آزادی آمد و رفت و داد و ستد تجار ایرانی وسیله آن شد که ایران بیشتر به صدور مواد خام و خواربار به روسیه خسته و وامانده و قحطی زده بپردازد و در واردات و صادرات خود و به طور کلی از لحاظ بازرگانی خارجی تعادل مطلوبی به دست آورد. مقارن همان احوال مذاکرات ممتدی هم به منظور عقد یک قرارداد بازرگانی بین دو کشور به عمل آمد که دو اشکال عمده مانع از آن بود که این قرارداد زودتر منعقد و به موقع به اجرا گذاشته شود. یکی اینکه روس ها تقاضا و اصرار داشتند که نمایندگان بازرگانی آن ها در ایران از مصونیت سیاسی بهره مند شوند و دیگر اینکه مایل بودند دولت ایران حقوق و عوارض گمرکی وارداتی را در مورد صادرات نفتی روسیه به ایران تقلیل دهد. در واقع به واسطه فقدان خطوط ارتباطی لازم و کافی برای شهرستان های شمالی ایران تهیه نفت مورد نیاز از مناطق نفت خیز شوروی در شمال به مراتب آسان تر و به صرفه تر از مناطق نفت خیز خوزستان در جنوب بود. در خلال مدتی که مذاکرات برای عقد قرارداد بازرگانی ادامه داشت، سیاست اقتصادی شوروی تماماً حقوق و عوارض گمرکی صادرات ایران را به روسیه تقلیل داده بود تا باعث شود که شهرستان های شمالی ایران از لحاظ داد و ستد و رفع نیازمندی های خود تدریجاً به بازار شوروی که سهل الوصول تر از سایر بازارها بود متکی شوند.

در این هنگام دولت شوروی وقتی ملاحظه کرد که ایران با تقاضاهای او در مورد قرارداد تجارتي موافقت نمی کند در سال ۱۹۲۶ ورود اجناس ایرانی را به روسیه شوروی قذغن کرد. این اقدام برای شهرستان های شمالی ایران به خصوص شهرستان های اطراف بحر خزر که محصول میوه و برنج و پوست و ماهی و ... آنها در شوروی به فروش می رفت و از این لحاظ به بازار آن کشور اتکا داشتند مصیبت بزرگی بود. دولت شوروی تصمیم خود را به اجرا گذاشت و جز در موارد استثنایی، برای هیچ یک از بازرگانان ایرانی جواز ورود کالا و محصول صادر نکرد و آن عده معدودی هم که جواز دریافت داشتند برای آن بود که تا از وجود آن افراد در امور جاسوسی و ... استفاده شود و در حقیقت با دادن جواز، آنها ملزم می گردیدند که برای پلیس مخفی شوروی جاسوسی کنند. نتیجه فشار شوروی این شد که در سال ۱۹۲۷ قرارداد تجارتي ایران و شوروی به امضا رسید و با بستن آن قرارداد، اولیای امور بازرگانی روسیه در ایران امتیازات فوق العاده ای به دست آوردند که با استفاده از آنها توانستند اوضاع و احوال بازار ایران را قویاً تحت نفوذ خود قرار دهند. سهم شوروی در تجارت خارجی ایران از ۲۳ درصد در سال ۱۹۲۷-۱۹۲۶ به بیش از ۳۸ درصد در سال ۱۹۲۹-۱۹۲۸ ترقی کرد. بازرگانان ایرانی به طور کلی از قرارداد بازرگانی فوق الذکر و محدودیت هایی که در آن قرارداد برایشان قائل شده بودند سخت ناراضی بودند و پیوسته شکایت داشتند که منافع آنها کاملاً به مخاطره افتاده است. شکایت اغلب آنها این بود که نمایندگان بازرگانی شوروی آنقدر مال التجاره ها را نگاه می دارند و در تحویل آن این دست و آن دست می کنند که نرخ اجناس بی جهت بالا می رود و وقتی که تجار ایرانی به خاطر کثرت تقاضا به کشورهای دیگر مراجعه و قراردادی امضا می کردند، ناگهان نمایندگان شوروی کالاهای خود را به قیمت ارزان روانه بازار می نمودند و به این نحو، آن تجاری که با سایر موسسات خارجی معامله کرده و قرارداد بسته بودند سخت متضرر می شدند.

از طرف دیگر سقوط نرخ اجناس به دست مامورین شوروی که گاهی اوقات حتی از قیمت تمام شده اجناس پایین تر می آمد مانع از توسعه و ترقی صنایع داخلی ایران بود و کلیه مساعی و مجاهدت های دولت ایران با سرمایه داران ایرانی برای ایجاد کارخانه قند و کبریت و پارچه بافی و ... به واسطه همین مانورهای اقتصادی شوروی با مانع و محظور مواجه می گشت. علاوه بر این، شوروی در مقابل اجناسی که به ایران می فروخت تقاضای وجه نقد می کرد، در صورتیکه خودشان در مورد اجناسی که از بازرگانان ایرانی ایتباع می نمودند ابتدا پای بند چنین رسم و قاعده ای نبودند. باید بگوییم که اتحاد شوروی پیوسته سعی می کرد که ایران را از لحاظ اقتصادی تابع خود نگاه دارد و برای رسیدن به این منظور غالباً با ریختن اجناس ارزان قیمت روسی به بازار ایران و بازارهای شمال محصولات داخلی خود ایران و رقبای خارجی را زمین می زد و با وجود این و با علم به اینکه شهرستان های شمالی ایران برای فروش فرآورده های خود به بازار شوروی نیاز دارند، دولت ایران را مجبور به امضای قراردادهایی می کرد که غالباً به نفع روسیه و به زیان ایران بود و فقط موقعی روسیه مقام برجسته خود را در تجارت خارجی ایران از دست داد که با فعالیت های شدید اقتصادی آلمان و اقدامات جدی رضاشاه برای تنظیم امور ایران روبرو گشت.<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> لنزوسکی، جورج، ۱۳۵۳، رقابت روسیه و غرب در ایران، ترجمه اسماعیل رائین، تهران: انتشارات جاویدان، تهران، ص ۴۵.

در دوره سلطنت قاجار دولت تزاری روسیه از نظر مقتضیات سیاسی و اقتصادی با نفوذی که در ایران داشت، برای مبادله تجاری، تسهیلات بسیاری در شمال ایران قائل شده بود. در زمان پادشاهی مظفالدین شاه، روابط تجاری بافروش با روسیه توسعه بسیار یافت و آمد و رفت تجار موجب رونق بازار و افزایش درآمد این شهر گردید: «مردم این صفحات از راه بنادر جنوبی دریای مازندران به روسیه می رفتند و از طریق بادکوبه و حاجی طرخان (سند شماره ۴-۲ صفحه) و گروزونی قفقاز و دیگر بنادر روسیه، به تمام اروپا آمد و شد داشتند و عده ای از بازرگانان بافروش همه ساله به بازار بین المللی معروف به مکاره در شهری به نام نیژنی نوو گروود (نی ژینوگراد) می رفتند و کالاهای خود را که عبارت از پنبه، کنف، پرتقال، کشمش، برگه قیسی، هلو، گردو و نظایر آنها بود به فروش می رسانیدند و در آن جا انواع کالا از پارچه، مس آلات، سماور، صندلی، پتو، وسایل منزل و ... خریداری می کردند»<sup>۱</sup>. رفت و آمد به روسیه و تجارت با آن کشور در وضع اجتماعی مردم بافروش اثرات زیادی داشت از جمله: ۱- زندگی به سبک اروپا، دست کم در بین طبقات بازرگان مانند ساختن خانه ها به سبک اروپا، استعمال لوازم و وسایل زندگی اروپایی، سماور برای چای، قاشق و چنگال برای غذا خوردن و ... ۲- این ارتباطات که همراه با وارد کردن کارخانه هایی از روسیه مانند کارخانه پنبه پاک کنی، کارخانه بسته بندی کنف و نظایر آن بود موجب شد تعدادی از مهندسان و کارکنان روسی هم به بافروش بیایند و زبان روسی رواج پیدا کند و کلمات روسی ناخودآگاه وارد زبان مردم شود. به هر حال بافروش قبل از انقلاب کبیر روسیه (۱۹۱۷) که راه تجارت با روسیه باز بود، یکی از مراکز مهم شمال کشور و محل واردات کالا از روسیه و صادرات کالا به روسیه (از طریق بندر مشهدسر) و مرکز خرید محصولات طبیعی و مصنوعی قراء و قصبات عمده مازندران بود و شهری تجاری محسوب می شد (سند شماره ۴-۳).

علاوه بر اهالی بافروش هرکس از اهالی مازندران می توانست به عنوان بازرگان به روسیه رود و بدون تضمین هر مقدار کالا که بخواهد با خود بیاورد و از هر نوع مواد اولیه و خام محصولات حتی پوست انار به روسیه بفرستد. بازرگانان روسیه و ایران برای خرید اشیاء صادراتی به بیشتر کسبه و دهقانان مبالغ زیادی برای پیش خرید کالاهای صادراتی پول می دادند، که تا چند ماه دیگر چیزهای درخواستی آنها را خریده، تحویل دهند و به همین مناسبت بیشتر روستاییان و کسبه مازندران ثروتمند بودند. بندرگاه کالاهای بابل (مشهدسر) و مرکز بازرگانی بافروش (بابل) بود و در بندر فرح آباد ساری و بندر گز هم کشتی ها بارگیری می کردند. اما این وضع چندان نپایید، جنگ جهانی اول و انقلاب اکتبر ۱۹۱۷ وضع مازندران را به کلی تغییر داد. اسکناس و منات رایج تزاری از اعتبار افتاد، در صورتیکه اکثر مردم مازندران برای رفع نیازمندی های خود مبالغ هنگفتی اسکناس روسی داشتند. از طرف دیگر در امتداد جنگ، محصولات صادراتی از قبیل پنبه، کنجد، برنج و ... روی هم انباشته شده و بدون مصرف مانده بود و همچنین کالاهای وارداتی نیز در ظرف آن مدت بی اندازه کمیاب شده بود و این اوضاع چنان بر زندگی مردم مازندران لطمه وارد کرد که فقر و تنگدستی دامنگیر همه شد<sup>۲</sup>. اجناس روسی در مشهدسر بیشتر به فروش می رسد و از آنجا آنها را به خراسان نیز می برند. همانطور که قبلاً هم گفته شد یکی از اقلام صادراتی ایران به روسیه برنج بود، لذا طبیعتاً با منع صدور برنج به روسیه بازرگانان ایرانی و کشاورزان مناطق شمالی ایران ضرر می کردند.

یک کاروانسرا در سبزه میدان بابل قرار داشت که شرکتی روسی آنرا اجاره کرده بود و بازرگانان هشتراخی و باکویی که بیشتر ارمنی بودند در آن منزل داشتند. این بازرگانان از روسیه آهن، فولاد، ظروف مسی (سماور)، چینی، بلور و برخی کالاهای پنبه ای می آوردند و با کالاهایی از شاهرود و تهران مبادله می کردند. در کاروانسراهای دیگر کالاهای بومی مانند برنج، گندم، کتان، لوبیا، باقلا، کنجد و فرآورده های شیری، گوشت، قند، شکر، چای و ... می فروختند. با توجه به توسعه صنایع دستی در آن زمان، جوراب های پشمی و شال گردن و دستکش و نظایر آن توسط بازرگانان بافروش به روسیه به ویژه شهر بادکوبه (باکو) صادر می شد و از واردات عمده بازرگانان بافروش از روسیه می توان به قند و شکر، روغن و پارچه و وسایل و ابزارآلات صنعتی اشاره کرد<sup>۳</sup>. پس از الحاق سرزمین های قفقاز و آسیای میانه به امپراتوری تزارها در نیمه نخستین قرن ۱۳، بخش عمده مبادلات

<sup>۱</sup> جعفر نیایی با همکاری پوراندخت حسین زاده، ۱۳۸۳، بابل شهر زیبای مازندران، ج ۱، تهران: انتشارات سالمی، ص ۱۸۳.

<sup>۲</sup> همان، ص ۱۸۵.

<sup>۳</sup> مهجوری، اسماعیل، تاریخ مازندران، ص ۲۹۲.

<sup>۴</sup> طبری، محمد صالح، ۱۳۷۸، بابل سرزمین طلای سبز، تهران: انتشارات فکر روز، ص ۱۸۴.

بازرگانی روسیه تزاری با ایالات شمالی کشور به وسیله تجار این سرزمین ها و اقلیت آرامنه صورت می گرفت. روس ها از ناحیه قفقاز به آسانی بر توانگرترین و پر جمعیت ترین شهرهای ایران دسترسی داشتند و روسیه به ارزش بالقوه بازار ایران و بازارهای شمال پی برده بود. روس ها به منظور ایجاد تسهیلات لازم برای فعالیت های بازرگانی و مبادلات میان دو کشور عده ای از تجار قفقازی را که روابط بازرگانی با ایران داشتند به اقامت در شهرهای عمده تجاری تشویق می نمودند و آنان را با عنوان تاجر باشی ( که به روسی اگنت<sup>۱</sup> می گفتند ) به سرپرستی و نمایندگی منافع تجار روسیه در آن شهر منصوب می کردند. تاجر باشی های روس به خصوص در ایالات شمالی کشور دارای نفوذ و اقتدار زیادی بودند و فعالانه در امور تجاری شرکت داشتند.<sup>۲</sup> پس از دوره اول و دوم جنگ های ایران و روس که به معاهده گلستان و ترکمنچای انجامید ، علاقه روس ها به شهرهای شمال ایران افزایش یافت و در پی آن در استرآباد و مشهدسر که بندرگاه بافروش بود تاسیساتی دایر گردید. سود سرشار حاصل از تجارت با روسیه مراد تجار شمال ایران را با این کشور شدیدتر کرد و در مقابل علاقه روس ها به مازندران به خصوص شهر تجاری بابل بیشتر شد. روس ها دست به تشکیل یک بحریه قوی در دریای خزر زدند که یکی از نتایج آشکار این ارتباط تجاری آشنایی حتی مردم عادی بافروش با زبان روسی بود ؛ نفوذ سیاسی و فرهنگی روس ها در مازندران که با ایجاد شیلات شمال و بانک استقراضی شروع شده بود با تشکیل ارتش قزاق - که یکی از دو مرکز آن بافروش بود - عمیق تر شد.<sup>۳</sup> به این نکته باید اشاره شود که کالایی که بتواند به سرعت برای خالی کردن بازار فراهم گردد ، بهترین راه را از آن خود می کند و نیز اگر کالاها از نظر ترانزیت کمترین مدت زمان را دربرگیرد حاوی منافع زیاد و برگشت سریع سرمایه خواهد بود. بهبود ارتباطات با روسیه مدت زمان ترانزیت را اساساً تغییر داد و کالاهای روسی شاید در عرض ۳ ماه یا کمتر از تاریخ تولیدش وارد بازارهای شمال ایران می شد و حال آنکه امتعه کشور ما در عرض ۵ و یا حتی ۶ ماه به همان بازارها می رسید و این هم عاملی بود که موجب موفقیت بیشتر روس ها در تجارت با شهرهای شمالی ایران می شد.<sup>۴</sup> در رابطه با شهر اشرف (بهشهر) مکنزی در کتاب خود چنین آورده است : اکثراً تجارت نفت و نمک می کنند و به روس ها محصولات کشاورزی تازه می فروشند. کمپانی جدید روس ها در آشوراده قرار دارد و انبارش در طرف چپ جزیره واقع است. این انبار بسیار کوچک است. فقط نوع پست آهن و اشیاء شیشه ای و سماورهای برنزی و پارچه چیت از نوع پست و اشیاء مختلف دیگر مانند عینک و ... برای فروش داشتند. روس ها در همه جا برای آنچه وارد می کنند ۵ درصد گمرک می پردازند و برای واردات آنها هیچ نرخ معینی وجود ندارد و طبق قیمت روز تعیین می شود. از جمله واردات روسیه به ایران و شهر اشرف : آهن ، میخ ، قلاب ماهیگیری ، ساج برای پختن نان ، فولاد ، حلبی ، مس ، پارچ برنجی ، قفل ، آینه ، تور ، سوزن ، سنجاق ، پارچه چیت کشمیر ، پارچه های پشمی ، کله قند و شکر و چای و ... و صادرات به روسیه شامل : پارچه های نخی خراسانی ، انواع میوه های خشک مانند پسته دامغان و یزد ، کشمش ، بادام ، انجیر ، قیسی ، برنج ، عسل و ...<sup>۵</sup>

توسعه کشاورزی شمال ایران به خاطر تسهیلات زیادی که از روسیه و سایر بازارها می رسید و نیز به خاطر حمایت محصولات ایران در بازارهای روسیه بر ثروت و رفاه این ایالات و نیز قدرت خریدشان افزوده شد. در میان صادرات ایران به روسیه اولین پایگاه از آن مواد خام ، دومی از آن کالاهای تولیدی و سومی از آن مواد غذایی بود.<sup>۶</sup> این روابط تجاری بیشتر مواقع به نفع روسیه بود و این کشور همیشه به دنبال اجرای سیاست هایی بود که از نظر اقتصادی و تجاری در چهارچوب منافع این کشور باشد. نمونه ای از اقدامات سیاسی که پس از جریان سیاست اقتصادی نوین یا نپ اجرا شد ، ممنوع شدن ورود اجناس ایران به شوروی بود که این خود ضربه ای بر پیکر اقتصاد مناطق شمالی ایران که طی سالیان دراز در داد و ستد با همسایه شمالی بودند وارد آورد. بدین ترتیب کسانی که به روسیه پوست ، ماهی و برنج و ... صادر می کردند شدیداً لطمه دیدند.<sup>۷</sup> تا قبل از انقلاب ۱۹۱۷ حدود دو سوم تجارت ایران از طریق روسیه انجام می گرفت. محصولات عمده صادراتی ایران در سال های مورد بحث بیشتر شامل پنبه ، میوه جات ،

<sup>۱</sup> agent

<sup>۲</sup> اشرف ، احمد ، ۱۳۵۹ ، موانع تاریخی رشد سرمایه داری در ایران ، تهران : انتشارات زمینه ، ص ۵۰ .

<sup>۳</sup> غلامرضا ملکشاهی و جمعی از نویسندگان ، ۱۳۷۹ ، بابل شهر بهارنارنج ، ویراستار کاظم فرهادی ، تهران : انتشارات چشمه ، صص ۳۰۷-۳۰۳ .

<sup>۴</sup> عیسوی ، چارلز ، ۱۳۶۲ ، تاریخ اقتصادی ایران ، ترجمه یعقوب آژند ، تهران : انتشارات گستره ، ص ۲۱۱ .

<sup>۵</sup> مکنزی ، ۱۳۶۲ ، سفرنامه شمال ، ترجمه منصوره اتحادیه ، تهران : انتشارات گستره ، ص ۲۱۵ .

<sup>۶</sup> عیسوی ، چارلز ، ۱۳۶۲ ، تاریخ اقتصادی ایران ، ترجمه یعقوب آژند ، تهران : انتشارات گستره ، ص ۲۲۲ .

<sup>۷</sup> قادری ، حاتم ، ۱۳۵۹ ، پژوهشی در روابط ایران و روسیه یا قرارداد ۱۹۲۱ ، ایرانچاپ ، ص ۱۷ .

خشکبار، پوست، پشم و برنج و ... بود، این نوع صادرات در عصر پیشرفت تکنولوژی و شکوفایی صنعت نمایانگر صادرات کشوری عقب افتاده بوده است. از جهت دیگر اگر شهرهای شمالی ایران که منبع عمده صادراتشان اقلام ذکر شده فوق بود روزی نمی توانستند تولیدات خود را صادر کنند به نوبه خود شکستی که نصیب روابط اقتصادی- تجاری و زندگی آنها می شد بی شباهت به شکستی که کشورهای صنعتی امروز در صورت نداشتن بازار برای محصولات خود خواهند دید نیست. با توجه به مطالب ذکر شده، اهمیت روابط بازرگانی با روسیه در دوره قاجار و تاثیر آن بر عملکرد بازارهای مازندران مشخص شده است. روسیه همیشه به دنبال این بود که ایران را از نظر اقتصادی وابسته به خود نگه دارد. لذا برای رسیدن به این منظور غالباً با ریختن اجناس ارزان قیمت روسی به بازار ایران و بازارهای شمال، به محصولات داخلی ایران ضربه ای وارد می ساخت و گاهی اجناس و کالاهای فروشندگان ایرانی در بازار با رکود روبرو می شد. البته روابط بازرگانی با روسیه در رفاه تجار و بازرگانان نیز تاثیری داشته و همچنین در بهبود وضعیت کشاورزان در شمال اثراتی داشته است که پیش تر به آن اشاره شد. ولی در مجموع آسیب هایی که در روابط بازرگانی ایران و روسیه در دوره قاجار به کالاهای ایرانی وارد شد، چشمگیرتر است.

### بحث و نتیجه گیری

در تحلیل مطالب یاد شده در می یابیم که بازار در شهر ایرانی، مرکز اصلی و تعیین کننده عناصر مختلف اقتصادی و اجتماعی بوده و نهادهای نهان و آشکار فیزیکی و غیر فیزیکی را در شهر، زندگی بخشیده است و به نسبت قدرت تولیدی و جاذبه ی اقتصادی خود تحولاتی را که در چهارچوب سنت به وجود آورده بود پذیرفته و با عواملی که خودیاری اقتصادی بازار را در محور زندگی و جامعه شهری به وجود می آورد؛ مانند عناصر نگهداری کالا و انبارداری، عناصر تجاری، عناصر اجتماعی و خدماتی و تولیدی، عناصر فرهنگی و تفریحی و ... موجودیتی پویا به مجموعه بازار که تا مرز محلات پیش رفته می داده است. به طور کلی در مورد بازارهای مازندران (شهرهای ساری، بابل و بهشهر) می توان به این موارد اشاره کرد:

۱- بازارهای فعلی مازندران (شهرهای ساری، بابل و بهشهر) با توجه به موقعیت جغرافیایی و توانایی تولیدی شهر و نیز کیفیت و وسعت آن، بازارهای مهمی هستند و برخلاف تعدادی از بازارها که در طی زمان و به صورت خود جوش شکل گرفته اند، این بازارها با اراده و خواست حاکمان وقت و با همکاری برخی از بزرگان شهر شکل گرفتند و وسعت یافتند.

۲- بازاریان مازندران به همراه مردم کشور در اکثر حرکت های تاریخی، سیاسی و اجتماعی ایران، نقش مهمی داشته اند. آنها با ارتباط نزدیک با روحانیون و مراجع و با بستن دکان ها، تحصن، تامین نیازهای مالی حرکت های سیاسی و اجتماعی، تشکیل انجمن ملی و فرستادن نمایندگان به مجلس، فرستادن تلگراف های متعدد به شاهان قاجار و اقدامات دیگر در حرکت های مردمی و نهضت های مختلف مشارکت داشته اند.

۳- بازارهای مازندران (همانند بازارهای دیگر شهرهای اسلامی) در دوره قاجار و قبل از آن صرفاً کارکرد تجاری نداشته اند بلکه با داشتن فضاهای مختلف مذهبی، فرهنگی و خدماتی مانند مساجد، مدارس، گرمابه، قهوه خانه، زورخانه و ... کارکردهای مختلف دیگری نیز داشته اند و نقش شاهراه حیاتی شهر را بازی می کرده اند، که هر رویدادی در آن به سرعت و بلافاصله به سایر نقاط شهر منتشر می شد و سرایت می کرد. وجود انجمن ها و مراکز خیریه در بازار و نقش تجار و بازرگانان در تشکیل و ادامه فعالیت این مراکز در رسیدگی به مشکلات و نیازهای محرومان و نیازمندان مهم بوده است؛ بنابراین انجمن های صنفی، گروه ها و انجمن های خیریه و هیات های مذهبی از مهم ترین نهادهای اجتماعی موجود در بازار بوده اند.

۴- در بررسی گروه بندی اجتماعی بازار، تقسیم بندی خاصی در دوره قاجار وجود داشته است. تجار و بازرگانان در راس هرم بودند و افراد کارآموز و پادوها در مراتب پایین هرم جای داشتند و حتی خود تجار نیز با توجه به میزان ثروت و سرمایه میان خود تقسیم بندی داشته اند و دو گروه عمده بازاریان که در بازار قابل تشخیص بودند، یکی پیشه وران و دیگری تجار و کسبه بوده اند.

۵- استقرار اصناف و پیشه ها در بازار، تابع عوامل و شرایط مختلف بوده است. اما به طور کلی پیشه ورانی که در حرفه معینی فعالیت داشتند غالباً در یک راسته مستقر بودند. به طور معمول و غالب، حرفه های معتبر در بهترین و امن ترین قسمت بازار و سایر حرفه ها به تناسب اعتبار و عوامل دیگری مانند سرو صدا، آلودگی، بوی نامطبوع و ... در محل های دورتر و حتی خارج از دروازه های شهر مستقر می شدند.

۶- مشاغل موجود در بازار نیز با توجه به تغییر و تحولات عصر جدید و در نتیجه عدم نیاز و ضرورت، دستخوش تغییراتی شده است. بسیاری از آنها فراموش شده و برخی با حفظ ماهیت تغییر شکل داده اند. به تناسب تغییر مشاغل بازارها، تیمچه ها و سراها نیز از حالت تخصصی و صنفی درآمده و مشاغل مختلف را در خود جای داده اند.

۷- مجموعه بازارهای مازندران از ترکیب اجزای مختلف تجاری شامل بازارها، بازارچه ها، تیمچه ها، سرای ها، دالان ها و حجره ها و اجزای غیرتجاری شامل مساجد، مدارس، حمام ها، زورخانه ها، آب انبارها و ... شکل گرفته است و به عنوان یک الگوی کامل بازار در وسعتی قابل توجه در دوره قاجار موجودیت داشته است.

۸- نظارت و امنیت از مشخصات مهم در بازارهای ایران و شمال بوده است که از زمان های بسیار دور افرادی مانند محتسب، داروغه، بیگلربیگی، میرعسس و ... این کار را بر عهده داشته اند. از زمان ناصرالدین شاه، اداره نظمیہ انجام بخشی از وظیفه نظارت و امنیت را بر عهده می گیرد. بررسی سفرنامه های سیاحان، روزنامه های محلی و کتاب های تاریخی، حاکی از وجود قوانینی سفت و سخت درباره قیمت ها، زمان باز و بسته شدن بازار و مجازات متخلفان، در دوره قاجار است، اما در عین حال گزارش هایی نیز از تخلف و هم دستی برخی از این افراد (داروغه و میرعسس) با دزدان وجود دارد.

۹- رونق و رواج یا رکود در بازارهای مازندران (شهرهای ساری، بابل، بهشهر)، متأثر از عوامل مختلفی بوده است. اما به طور کلی چگونگی روابط ایران با روسیه و موقعیت اقلیمی و جغرافیایی مازندران از عوامل و شرایطی بوده اند که ثبات و آرامش در بازارهای منطقه و مناسبات اقتصادی آن را تحت تاثیر قرار داده اند. جنگ های ایران و روسیه و بسته شدن قراردادهای گلستان و ترکمنچای و سایر امتیازات داده شده به روسیه در دوره قاجار، از عوامل رکود و کاهش مقطعی تجارت در بازارهای منطقه بوده است. در حالی که عواملی مانند وضعیت اقلیمی و جغرافیایی این مناطق، احداث بازارها و بازارچه های جدید، ورود تجار خارجی و ارمنی و روسی و ایجاد تجارتخانه های متعدد در بازارهای مازندران و مخصوصاً بارفروش (بابل) از عوامل و شرایط رونق و رواج تجارت در بازارهای منطقه بوده است.

## منابع

- آدمیت، فریدون، ناطق، هما. (۱۳۵۶). افکار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در آثار منتشر نشده دوره قاجار، تهران: انتشارات آگاه.
- اشرف، احمد. (۱۳۵۹). موانع تاریخی رشد سرمایه داری در ایران دوره قاجار، تهران: انتشارات زمینه.
- انتر، ماروین. (۱۳۵۱). روابط بازرگانی ایران و روسیه، ترجمه عطاءالله نوریان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- انصاری رنانی، قاسم؛ کرمانی، قنبرعلی. (۱۳۸۰). تجارت در دوره قاجاریه، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- فلور، ویلم. (۱۳۹۱). اوزان و مقیاس ها در عصر قاجار، ترجمه مصطفی نامداری منفرد، تهران: انتشارات آدابوم.
- فلور، ویلم. (۱۳۶۵). جستارهایی از تاریخ اجتماعی ایران در عصر قاجار، ترجمه ابوالقاسم سری، تهران: انتشارات توس.
- قاضیها، فاطمه. (۱۳۸۰). اسناد روابط ایران و روسیه از دوره ناصرالدین شاه تا سقوط قاجاریه، تهران: انتشارات مرکز اسناد و تاریخ دیپلماسی.
- کاتوزیان، محمدعلی. (۱۳۶۶). اقتصاد سیاسی ایران، ترجمه محمدرضا نفیسی و کامبیز عزیزی، تهران: انتشارات مرکز.
- کاظم زاده، فیروز. (۱۳۵۴). روس و انگلیس در ایران، ترجمه منوچهر امیری، تهران: انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- کرمانی، ناظم الاسلام. (۱۳۴۹). تاریخ بیداری ایرانیان، به اهتمام علی اکبر سعیدی سیرجانی، تهران: انتشارات بنیاد فرهنگ ایران.
- لنزوسکی، جورج. (۱۳۵۳). رقابت روسیه و غرب در ایران، ترجمه اسماعیل رائین، تهران: انتشارات جاویدان.
- مراغه ای، زین العابدین. (۱۳۴۴). سیاحت نامه ابراهیم بیگ، تهران: انتشارات کتاب های صدف.
- مستوفی، عبدالله. (۱۳۶۰). شرح زندگانی من یا تاریخ اجتماعی و اداری دوره قاجار، تهران: انتشارات زوار.
- ورهرام، غلامرضا. (۱۳۶۸). نظام سیاسی و سازمان های اجتماعی ایران عصر قاجار، تهران: انتشارات معین.
- حسین زاده، پوراندخت. (۱۳۴۳). شهر بابل، تهران: انتشارات انجمن دوستداران مازندران.
- ستوده، منوچهر. (۱۳۷۵). از آستارا تا استرآباد، ج ۴، تهران: انتشارات اداره کل انتشارات و تبلیغات.
- طبری، محمد صالح. (۱۳۷۸). بابل سرزمین طلای سبز، تهران: انتشارات فکر روز.
- گیلانی، ملا شیخ علی. (۱۳۵۲). تاریخ مازندران، به تصحیح منوچهر ستوده، تهران: انتشارات بنیاد فرهنگ ایران.
- ملاحی، حبیب. (۱۳۷۳). بازارهای سنتی استان مازندران، انتشارات سازمان میراث فرهنگی کشور.

- ملکشاهی، غلامرضا. (۱۳۸۹). بابل شهر بهار نارنج، ویراستار کاظم فرهادی، تهران: انتشارات چشمه.
- مرعشی، ظهیرالدین. (۱۳۶۱). تاریخ طبرستان، رویان و مازندران، تهران: انتشارات شرق.
- مهدوی، سیروس. (۱۳۷۴). نگاهی به مازندران در روزگار قاجار.
- نیاکی، جعفر. (۱۳۷۹). بابل شهر زیبایی مازندران، تهران: انتشارات رامرنگ.
- پروشانی، ایرج. (۱۳۸۹). بازار در تمدن اسلامی، تهران: انتشارات کتاب مرجع.
- پروشانی، ایرج. (۱۳۸۸). مهم ترین خصوصیات بازارهای مرکزی شهرهای اسلامی، دانش نامه جهان اسلام.
- پور احمد، احمد. (۱۳۷۸). جغرافیا و کارکردهای بازار کرمان، کرمان: انتشارات مرکز کرمان شناسی.
- رجبی، آذیتا. (۱۳۸۶). ریخت شناسی بازار، تهران: انتشارات نگاه.
- رنانی، محسن. (۱۳۸۴). بازار یا نابازار، انتشارات سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
- سلطانزاده، حسین. (۱۳۸۳). بازارهای ایرانی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.
- سلطانزاده، حسین. (۱۳۷۸). شهر و شهرنشینی در ایران، تهران: انتشارات آب.
- رایینو، سنت لویی. (۱۳۸۳). سفرنامه مازندران و استرآباد، ترجمه غلامعلی وحید مازندرانی.
- گاسپار، دروویل. (۱۳۶۷). سفر در ایران، ترجمه منوچهر اعتماد مقدم، تهران: انتشارات شباویز.
- مکنزی، چارلز فرانسیس. (۱۳۵۹). سفرنامه شمال، ترجمه منصوره اتحادیه (نظام مافی)، تهران: انتشارات گستره.
- عبدلی، قهرمان. (۱۳۸۰). یادگیری اجتماعی از بازار، دانشگاه تهران.
- علیپور، حسین. (۱۳۸۰). سازماندهی فضایی بافت قدیم شهرستان بابل (۵شنبه بازار و اطراف آن)، دانشگاه تهران.