

هویت تیمچه ها در بازارهای قدیمی نمونه موردی: تیمچه مظفریه در بازار تبریز

رقیه خبازی^۱ سجاد رجبی^۲، فاطمه موسی زاده^۳، سمیرا پرزاده استیاری^۴

۱- دانشکده فنی و حرفه ای سما، واحد سراب، گروه معماری، سراب، ایران rogayehkabazy@gmail.com

۲- دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ممقان، گروه معماری، ممقان، ایران sajad.rajabi63@yahoo.com

۳- دانشگاه فنی و حرفه ای الزهراء، واحد تبریز، گروه معماری، تبریز، ایران fa.ar.msz@gmail.com

۴- دانشگاه فنی و حرفه ای الزهراء، واحد تبریز، گروه معماری، تبریز، ایران s.parzaduh@gmail.com

چکیده:

تاریخ شکل گیری بازارها زمانی شروع می شود که انسان موفق به تولید محصول بیشتر از نیاز خود می گردد که در ابتدا به صورت موقت بوده و به تدریج از حالت موقت به دائمی و دارای ساختار معماری تبدیل گردید. معماری و نحوه ی شکل گیری فضاها و مجتمع های زیستی در ایران در طی دوره های مختلف تاریخی منطبق با شرایط فرهنگی، اجتماعی، بومی و اقلیمی بوده است، که بازار تبریز از این قاعده مستثنی نیست. در این مقاله ابتدا به بررسی بازارهای قدیمی و تیمچه ها و بعد به بیوگرافی از بازار تبریز و هویت و کاربری تیمچه مظفریه در طول دوره های مختلف، و حفظ هویت تیمچه ها با توجه به نیازهای جامعه نسبت به زمان ها و مکان های متفاوت به روش اسنادی، کتابخانه ای پرداخته شده که در نهایت با نتیجه گیری ختم می گردد.

کلمات کلیدی: بازار، تیمچه، بازار تبریز، تیمچه مظفریه

مقدمه:

با افزایش جمعیت و موفقیت انسان به تولید محصول بیش از نیاز و احتیاج او به محصولات خارج از حیطه تولیدات خود، مراحل شکل گیری بازار هر چند به صورت ابتدایی آغاز شد. بازار مهمترین محور ارتباطی و فضای شهری در شهر های ایرانی در گذشته به شمار می آمده است زیرا بازار های اصلی و دائمی در هر شهر به طور معمول در امتداد مهمترین راه و محور شهری که از یک دروازه شروع می شد و تا مرکز شهر ادامه می یافت، شکل می گرفت. شکل گیری تدریجی بازار به این علت بود که بیشتر شهرهای ایرانی از توسعه یک روستا پدید آمدند و تنها تعداد انگشت شماری از شهرها به صورت طراحی شده ساخته می شدند. [۱]

بازار هر شهر تا اوایل قرن معاصر با سایر فضا های شهری ارتباطی ارگانیک و منسجم داشت اما از آغاز دوره معاصر و در پی توسعه شهرها و ایجاد خیابان هایی برای دسترسی سواره و تعیین الگوهای سکونت و شهر نشینی، ارتباط آن با سایر فضاهای شهری به تدریج گسیخته شد. از یک سو، موقعیت و جایگاه شهری بازار و فضاها و مراکز واقع در امتداد آن، و از سوی دیگر اهمیت نقش و منزلت اجتماعی اصناف و بازاریان در زندگی شهری موجب شد که بازار تنها یک فضای اقتصادی به شمار نیاید، بلکه فضایی برای بسیاری از فعالیت های اجتماعی از جمله برگزاری جشنهای ملی و مذهبی باشد. به همین ترتیب فضای بازار در هنگام برگزاری سوگواری های مذهبی، سیمایی خاص می یافت. نقش و کارکرد اجتماعی بازار تنها به موارد مزبور خلاصه نمی شد، بلکه غالباً بازاریان به ویژه در دوران اسلامی مهمترین تشکیلات صنفی و اجتماعی بودند که به خصوص در شهرهای بزرگ، گاه در برابر حکومت ها و حکام مستبد ایستادگی می کردند. [۲]

تعریف بازار:

بازار به معنی محل خرید و فروش و عرضه کالا است. واژه بازار بسیار کهن است و در برخی از زبانهای کهن ایرانی وجود داشته است. بازار در فارسی میانه به صورت واژار و با ترکیبهایی مانند واژارگ (بازاری) و واژارگان (بازرگان) به کار می رفته، و در پارسی به صورت واژار مورد استفاده قرار گرفته است. [۳]

بازار از واژه پهلوی واکار اخذ شده است واژه فرانسوی بازار از پرتغالی گرفته شده و آنان این واژه را از ایرانیان گرفته اند [۴]. واژه بازار در ادبیات فارسی مفهومی وسیع و گسترده دارد و به معنی محل شلوغ و پر ازدحام و مکانی که جایگاه خاصی در رقم زدن سرنوشت های اقتصادی و حتی سیاسی دارد بکار میرود.

پیشینه و تاریخچه ی بازار :

قدمت بازار در سکونتگاه های ایران به چند هزار سال قبل از میلاد می رسد. بازار از عناصر مهم در دوره های اشکانی و ساسانی بوده است. با افزایش ارتباط اجتماعی، تعدد مسیرها، توسعه اقتصادی، فضاهای بازرگانی و تولیدی شکل گرفت. بازارهای بزرگ در قرن های چهارم و پنجم گسترش و توسعه یافتند، گسترش تبادلات داخلی و خارجی و قدرت گرفتن اصناف و بازرگانان در صورتی که حمله ی مغول رخ نمی داد در امور سیاسی کشور می توانست نقش مهمی ایفا کند. از آنجا که در دوره سلجوقی معماری اوج و شکوفایی بسیاری داشته بازار نیز همچون دیگر بخش های معماری پیشرفت چشمگیری نمود. بسیاری از بازارها در اثر غارت و ویرانگری از بین رفتند ولی در زمان غازان خان و الجایتو و وزیران آنها بازارهایی احداث گردید. جهت ترمیم اقتصاد و جامعه ی آسیب دیده تلاش هایی از دوره ی ایلخانان آغاز شد و در عهد صفویه به ویژه حکومت شاه عباس با اجرای وحدت و امنیت سیاسی این تلاش ها تکامل یافت و توسعه

بازارها را به همراه داشت. سرآغاز وابستگی سیاسی و اقتصادی کشور به اروپا از قاجار بود اما با اینکه کالاهای خارج مانع پیشرفت صنایع داخلی شده بود، ولی خصوصیات و نقش کالبدی و کارکردی بازار تغییر نکرد. [۵]

محیط معمارانه و شهرسازانه بازار :

فضای ساخته شده درون بازارهای شهرهای ایران هم از دیدگاه های هنری و فنی غنی است و هم اسرار آمیز ، هم پذیرنده است و هم بازدارنده و محتاط و محافظه کار ، در طول بازارهای سرپوشیده ی ایران آهنگ حرکت انسان در طول محورهای اصلی با این ویژگیها مواجه است :شاخه بندی و تناوب فضاهای قابل تفکیک به شیوه ی ارگانیک مهارت در کاربرد مصالح برای جلوگیری به مسائل و به الزامات استاتیکی ، آفرینش تصویرهای پر صلابت و پرجاذبه و اطمینان بخش ، تدوین و آرایش فضای پیاده ها یا بخش همگانی بازار از ورودی بازار تا پیش خوان دکان ها تنظیم روشنائی و رنگ در صفحه ها و در منظر عمومی و جزء اینها. از دیدگاهی دیگر ، شهرهای ما، بازارهای خود را به تصویری غنایی پس کمتر از آنچه حقیقت دارد به نمایش می گذارد در تمامی مراحل زندگی پررونق بازارهایی که لزوم گسترش را مطرح می کرده اند دیده می شود . بازار به شیوه ایی ارگانیک در هر دو سمت مسیرهای اصلی و فرعی اش بر حسب مورد ، توسعه ی کالبدی ، کاربردی می یابد. [۶]

نقش اقلیم در شکل گیری بازار:

از لحاظ کالبدی در اقلیم های مختلف تفاوت هایی بین بازارها وجود دارد.

بازار در کرانه جنوبی دریای خزر :

به لحاظ رطوبت و بارندگی بسیار زیاد راسته های بازار غالباً فاقد طاق هستند و فقط بام شیبدار حجره ها از دو طرف تاحدودی فضای بالای راسته ها را می پوشانند و در هنگام بارندگی مانع از ریزش باران بر عابرین می شود.

در کرانه شمالی خلیج فارس و دریای عمان :

فراهم نمودن شرایط آسایش در بازار مستلزم آفتاب گرم و سوزان و همچنین تسهیل جریان هوا در بازار است لذا مشاهده می شود که راسته های بازار در کرانه های جنوبی کشور دارای سایبانی مرتفع هستند و با تمهیدات مختلف سعی شده از جدا کردن جریان هوا جهت تهویه و جابجایی هوای مرطوب و سنگین استفاده شود.

بازار در نواحی کوهستانی و مرتفع فلات :

در این مناطق خصوصاً در نواحی شمال و شمال غرب کشور سرما و بوران از عوامل مهم و تعیین کننده در شکل ساختمان است. لذا راسته های بازار در شهرهای نسبتاً بزرگ در این نواحی عموماً دارای طاق آجری می باشند. ولی در اینجا عرض راسته ها و ارتفاع کف تا زیر طاق کمتر از بازارهای مشابه در نواحی گرم و خشک است.

بازار در دشت های فلات:

در این اقلیم نیز مانند نواحی کوهستانی و مرتفع اکثر راسته های بازار دارای طاق با مصالح بنایی هستند. منتهی در اینجا به دلیل آنکه از لحاظ زیست اقلیمی گرمای هوا و تابش آفتاب بیش از سرمای زمستان مشکل آفرین است لذا طاق ها بلندتر، عرض راسته ها بیشتر و منفذهای بالای طاق ها بیشتر هستند. علاوه بر منفذهای بالای بام مشاهده می شود که در بعضی از بازارها خصوصاً در نواحی جنوبی مانند بازار وکیل شیراز و قیصریه ابراهیم خان در کرمان بازشوهایی در زیر طاق قرار دارند که به تأمین نور و تهویه و کاهش حرارت در راسته ها کم می کند. [۷]

نحوه شکل گیری بازار و شناخت اجزای تشکیل دهنده آن :

معماری و نحوه شکل گیری فضاها و مجتمع های زیستی در ایران در طی دوره های مختلف تاریخی منطبق با شرایط فرهنگی، اجتماعی، بومی و اقلیمی بوده است. در نتیجه شکل گیری مجتمع های زیستی در اکثر موارد قبل از آن که نتیجه یک تفکر گروهی و از پیش تعیین شده باشد مانند معماری های بومی همه جای جهان تابعی از بافت طبیعی زمین، عوارض و پتانسیل ها و وضعیت موجود منطقه بوده است. بازار ایران نیز در همه شهرهای آن عمدتاً از دو حالت بیشتر خارج نبوده است:

حالت اول: مربوط به شرایطی است که بازار با توجه به تعریف آن در معماری ایرانی به گونه ای در داخل شهر ساخته شده است. چون رودخانه ای که در طی مسیر حرکتی خود زمین های اطراف را سیراب می کند بتواند خود را در اکثر بخش های شهر قابل استفاده کند. در واقع نحوه شکل گیری بازار دقیقاً بر مبنای این بوده است که اکثر محله های شهر بتوانند به بازار دسترسی سریع و نزدیک داشته باشند. به بیان دیگر بازار از بیشتر محله های قدیمی عبور کرده است. در چنین شرایطی با توجه به وجود محله های مسکونی از قبل در جای جای فواصل بین آنها و گروه هایی که در میان آنها ایجاد می شود و به تعداد لازم مسجد، تکیه، حسینیه، سردابه و حمام ایجاد می شود و در همین نقاط فضاهایی برای امکان تجارت و بازرگانی که از مناطق دیگر به آنجا می آمدند ساخته می شوند که این فضاها همان کاروانسراهای داخل شهر بودند. این کاروانسراها عمدتاً به سراهایی برای خرید و فروش مایحتاج مورد نیاز مردم شهر نیز تبدیل شده اند در این حالت شکل گیری بازار نیز به طبع فرم محله ها و بافت موجود شهری شکل متناسب و هم گونه با آن به خود گرفته است در نتیجه در اکثر موارد بازار ایرانی دارای مسیری متنوع و حتی گاهی پیچ در پیچ بوده است. گونه ای از این حالت بازار اصفهان است که از مسجد جامع این شهر شروع و به میدان نقش جهان ختم می شود. در این مسیر سبزه میدان، ده ها کاروانسراها، چندین حمام، چندین مدرسه و حوزه مذهبی و بازارهای مختلف خرید و فروش و تیمچه های مختلف وجود دارند. این بازار در سده های مختلف و در نتیجه شکل گیری آن منطبق با شکل گیری بافت شهری بوده است. البته بخشی از بازار مانند بافت اطراف نقش جهان در یک مقطع خاص ساخت شده و نظم هندسی موید این مطلب است. بازار بسیاری از شهرهای ایران اگرچه ممکن است فرم های مختلفی داشته باشد وضعیت شبیه به بازار اصفهان و منطبق بر حالت اول دارد. این میدان در اصل کمی بزرگتر بوده است و بازارهایی در کنار آن قرار داشته و تقریباً چیزی بود مثل مجموعه گنجعلی خان کرمان اما وقتی معمار آن می بیند که طاق بازارها رانش دارند برای رفع آن فضاهایی را در قسمت های یاد شده می سازد که باعث کوچک شدن میدان می شود و بعدها در زمان شاه صفی این دهانه تبدیل به مغازه ها می شود. این میدان دارای چند محور است که در محور شمالی و جنوبی، قیصریه و مسجد امام قرار دارند. به علت اینکه قیصریه که در بالای تماشا خانه بوده در حال فروریختن بوده در جلوی آن مجبور به ساخت بازار شده اند و محوطه جلوی آن فضاهای بازی بوده که در آن کیوسک های چوبی قرار می گرفته است.

حالت دوم: در این حالت کل یا بخشی از بازار یک شهر در دوره خاص و به دستور حاکم یک دوره منطبق بر طومارهایی که در نقشه کشی آن دوره در آرشیوهای دربار، موجود بوده و یا به دستور حاکم توسط معماران ترسیم شده است. که به گونه ای ساخته می شده که بتواند نزدیکترین دسترسی را به دژ اصلی شهر و کاخ محل زندگی حاکم داشته باشد. در نتیجه بازار در جایی نزدیک به محل سکونت حاکم در یک مقطع زمانی خاص ساخته می شده است. مهم ترین تفاوت این حالت یا حالت اول در این است که در وضعیت دوم ممکن است حتی بازار ساخته شده هیچ سنخیتی با بافت و محله های شهری نداشته باشد.

بازار بعضی شهرهای قدیمی که قدمت کمتری دارند نمونه ای از حالت دوم است. به عنوان مثال بازار سنندج فقط در پایان صفوی و به دستور حاکم وقت در محدوده مشخص نزدیک میدان مرکزی شهر ساخته شده است. این بازار بر مبنای نقشه های میدان نقش جهان ساخته شده و در نتیجه فرم منظم آن هیچ سنخیتی با بافت آشفته شهر

ندارد. بازار کاشان هم مجموعه طولانی است که نظم موجود در بخشهایی از آن منطبق بر حالت دوم و فرمهای اتفاقی بخشهای دیگر از آن نمودی از حالت اول است.

تمام ویژگیها نظیر هم خوانی با جنس زمین، شیب زمین، جهت تابش آفتاب، جهت باد یا مسیر حرکت باد غالب نامطلوب و حتی زندگی مردم همان گونه که بر شکل گیری شهر تأثیر گذاشته دقیقاً به همان ترتیب بر شکل گیری بازارهای حالت اول تأثیر گذاشته در حالی که در شکل گیری بازارهای حالت دوم کمتر نشانه ای از آنها پیدا است. [۸]

انواع بازار :

۱- بازارهای ادواری :

بازارهایی هستند که در مواقع معینی از روزهای هفته و ماه تشکیل می شوند. در برخی از مناطقی که تعدادی روستای آباد وجود دارد هر مدت یک بار، بازاری در یکی از روستاها برپا می شود و روستاییان کالاهای قابل فروش و تبدالی خود را به آن جا می برند و کالاهایی را که لازم دارند، می خرند. در روستاهایی که از نظر تبادل کالا دارای موقعیتی مناسب هستند، بازار هفتگی و دوره ای برپا می شود و یک روز معین در هفته بازار در محل کم و بیش معینی تشکیل می گردد. در برخی از شهرهای کوچک نیز بازارهای ادواری تحت عنوان دوشنبه بازار، پنجشنبه بازار وجود دارد.

۲- بازارهای شهری:

بازارهایی که دارای فضایی ساخته شده هستند، بازارهای شهری نامیده شده اند. شواهدی وجود دارد که حاکی از وجود چنین بازارهایی در برخی از شهرهای پیش از میلاد و از جمله شهرهای عیلامی است. بسیاری از شهرهای بزرگ در قرن چهارم دارای بازارهای ساخته شده بزرگی بودند.

۳- بازارچه ها:

بازارهای کوچکی در مراکز محله ها برای تأمین نیازهای روزمره و هفتگی اهالی محله شکل می گرفته اند. این بازارهای کوچک محله ای بیشتر به بازارچه مشهورند. در شهرهای بزرگ و متوسط، بازارچه هر محله، بنا بر وسعت محله و جمعیت آن، شامل تعدادی دکان بود که نیاز اساسی را تأمین می کرد. [۹]

عناصر مختلف بازار عبارتند :

۱- راسته ، ۲- رسته ، ۳- دالان ، ۴- سرا یا خان ، ۵- خانباز ، ۶- تیم یا تیمچه ، ۷- قیصریه ، ۸- دکان ها
عناصری که جزء نیاز بازار بوده است مثل:
قهوه خانه، شربت خانه، چای خانه که اغلب آنها از بین رفته اند، خوراک پز خانه، محلی برای غذا، مساجد کوچک، حمام.
[۱۰]

تیم یا تیمچه:

واژه تیم به معنی کاروانسرا بوده است، چنانکه ناصر خسرو در سفرنامه خود از این واژه استفاده کرده است و تیمچه به معنی تیم کوچک یا کاروانسرای کوچک بوده است. فضاهای سر پوشیده ای هستند که به عرضه یک نوع کالا اختصاص دارند و به ندرت، تیمچه های روباز هم دیده می شوند که بسیار محدود و کوچک هستند. تیمچه ها یک فضای آزاد در وسط دارند و اطراف آنها حجره ها و مغازه ها در یک و یا در دو طبقه قرار گرفته اند. چون تیمچه ها اغلب مسقف هستند، از این رو معماران و هنرمندان ایرانی، چیره دستی و مهارت خود را به نوعی در آرایش سقف این تیمچه ها به کار بسته اند. بنابراین، سقف اکثر تیمچه ها کاربردی و رسمی بندی و در گوشه ها مقرنس کاری شده است. یکی از

تیمچه های معروف ایران، تیمچه امین الدوله غفاری در کاشان است که مقرنس کاری سقف این تیمچه از شاهکارهای هنری ایران محسوب می شود. این بنا در دوره قاجاریه ساخته شده است و تقریباً همه سیاحانی که در این زمان از ایران بازدید کردند از آن تعریف و تمجید نموده و ارزش هنری آن را ستوده اند. از تیمچه های معروف تهران یکی تیمچه حاجب الدوله و دیگری تیمچه مهدیه که اولی به بلور، ظروف ولوازم خانگی و دومی به فرش، آینه و شمعدان اختصاص دارد. یکی دیگر از تیمچه های معروف ایران، تیمچه مظفریه تبریز است که اختصاص به فروش فرش دارد و از فضاهای زیبای درون بازار است.

بازار تبریز:

بازار تبریز نشانه وسعت و اهمیت و بزرگی شهر تبریز بوده است. اصلی ترین راه های ارتباطی شرق و غرب و شمال و جنوب، از چین و اروپا و از مصر به روسیه از آن عبور کرده و بر سر جاده ابریشم بوده است. اسناد مکتوب که در آن اشاره به بازار تبریز شده باشد را میتوان از قرن چهارم هجری به بعد بیان نمود که افرادی مثل ناصر خسرو و یا مقدسی بازار تبریز را آباد و پر از کالا می بیند و بعنوان مثال مقدسی در قرن چهارم شهر و بازار تبریز را به آبادی و وفور کالا و رواج معاملات تعریف کرده است. [۱۱]

بعد از حکومت صفوی و در دوران افشاریه به دلیل کشور گشائیهای نادرشاه و عدم توجه وی به مسائل شهرسازی در کشور تحول چشمگیری در بافتهای شهر و بازارها دیده نمی شود تا اینکه بعد از زلزله وحشتناک ۱۱۹۳ ه. ق. فعالیتهای شهرسازی جدیدی در تبریز آغاز می گردد. بعد از وقوع این زلزله بنا به گفته مورخین عمق ویرانی به حدی بود که از ارتفاع خیلی از دیوارها بیش از یک وجب باقی نمانده بود، به دستور نجفقلی خان دنبلی حاکم شهر تبریز، بافت شهر دوباره بازسازی شده و بازار آن نیز به همانطور به دو هسته مرکز شهر باروئی احداث گردید. با روی کار آمدن حکومت قاجاریه تقریباً بافت و پیکره اصلی بازار به همان صورت باقی ماند، اما در اواخر قاجاریه و اوایل حکومت پهلوی با تعلق تازه و جدیدی که از شهر و شهرنشینی پدید آمد، تبریز در معرض اندامهای جدید شهری و فضاهای تازه از جمله خیابان قرار گرفت. در اثر خیابان کشی های دوران پهلوی، بازار تبریز در چهارضلعی خیابانهای پهلوی سابق و خاقانی در جنوب و شرق آن، خیابانهای شمس تبریزی و ملل متحد در شمال و غرب آن قرار گرفت و از آن موقع به بعد روز به روز شعاع مرکزی بازار کمتر و کمتر شد [۱۲]. ساختار حال حاضر بازار تبریز، دارای معماری قاجاری بوده، چرا که بعد از زلزله سال ۱۱۹۳ ه. ق که متعاقب آن با فروپاشی حکومت زندیه، سلسله قاجاریه بر مسند قدرت می نشیند بازسازی خرابه های بازار تبریز آغاز گردید، و بسیاری قسمتهای دیگر به آن اضافه میگردد. با نگاهی به اسامی عناصر بازار تبریز و تاریخچه ساخت آن به قاجاری بودن آن کاملاً می توان پی برد. [۱۳]

بازار تبریز، مانند اکثر بازارهای بزرگ ایران دارای ساختار خطی ارگانیک بوده که دارای چند راسته اصلی و تعدادی بیشتر راسته های فرعی می باشد در این بازار تمامی عناصر شاخص معماری در بازارهای ایرانی دیده میشود. بازار تبریز بعنوان بزرگترین بازار سرپوشیده جهان «ثبت شده در یونسکو» دارای ۱۶ راسته، ۱۴ دالان، ۲ تیمچه، ۲۵ سرا و ۱۴ مسجد و حدود هشت هزار مغازه می باشد. [۱۴]

از لحاظ مسایل سیاسی و اجتماعی در قدیم بازار بعنوان اصلی ترین مرکز اجتماعی شهر به حساب می آمد. تمامی تصمیم گیری ها، مباحث مهم، حتی خیلی از خواستگاری ها، شایعه پراکنیها یا اخبار درست، ملاقاتها و یا جلسات مهم شهری در آن انجام می پذیرفت. بازاریان بازار تبریز در تمامی موارد شادی و اندوه دوشادوش مردم شهرشان و حتی یک قدم جلوتر بار مسایل اجتماعی را به دوش می کشیدند. هرگاه منافع مردم و یا کشور را بعلت خود کامگی

سران مملکت در خطر می دیدند با تعطیلی مغازه های خود اعتراض خود را از قضیه نشان می دادند. نقش اجتماعی بازار تبریز صرفاً در مخالفت با حکومت خلاصه نمی گردد بلکه در مسایل فرهنگی جامعه نیز اینان همیشه نقش ارزنده ایفا نموده اند. یکی از مهم ترین آنها از صدها سال در بازار هر ساله بر اهمیتش افزوده گردیده و مراسم عزاداری و سوگواری امام حسین (ع) و سایر امامان معصوم بوده است.

تیمچه مظفریه:

این تیمچه زیباترین تیمچه بازار تبریز می باشد که اختصاص به فرش و صادرات فرش دارد. راجع به نامگذاری این تیمچه کارنگ چنین توضیح می دهد: گویند پس از پایان رسیدن بنای تیمچه روزی ولیعهد مظفرالدین میرزا، قصد تماشای آن را کرد، به اتفاق حواشی به بازار آمد، حاج شیخ جعفر قزوینی هم بانی آن و یکی از بازرگانان کاردان و نیکوکار و ورزیده بود حضور داشت، ولیعهد بسیار تحسین کرد. سابقاً رسم بر این بود که در پاسخ این تحسین می بایست عرض شود پیشکش ولیعهد است و با این سخن بلافاصله ساختمان نو بنیاد، ملک متعلق ولیعهد می شد و به صاحب ملک فقط آفرین و احسنت باقی میماند. حاج شیخ ماهر بود، گفت نام نیکوتر از خود خواهد داشت، ولیعهد پرسید چه نامی؟ گفت مظفریه و بدین طریق از خطر حتمی از دست رفتن تیمچه به سلامت جست. بنای تیمچه مظفریه در سال ۱۳۰۵ ه.ق پایان یافت. [۱۵]

شکل و شمایل تیمچه ی مظفریه، امروز هم تقریباً همانی است که حدود ۱۳۰ سال قبل و بعد از ساخت و تکمیل تزیینات بوده. دو درب چوبی بزرگ در دو طرف تیمچه که به روی تالاری با سقفی بلند و چند گنبد پنجره دار کوچک باز میشوند، این تیمچه مابین راسته های قیزبستیچی و صادقیه قرار گرفته است.

در هر طرف راهروی عریض تیمچه، ۱۳ حجره در طبقه ی همکف وجود دارد، یعنی با یک چرخش سریع دور تا دور محوطه ی اصلی تیمچه، می توانید ۲۶ حجره زیبا با قالی ها و تابلوفرش های زیباتری ببینید و با صاحبان آنها تا دلتان می خواهد در مورد رنگ و طرح و ویژگی های قالی ها صحبت کنید.

تیمچه مظفریه از معدود بخش های دو طبقه ی بازار تبریز است. راهروی ورودی به طبقه ی بالا، از «گوشواره» های تیمچه، کمی جلوتر از درب های اصلی می گذرد. در طبقه ی بالا هم درست مانند طبقه ی همکف، ۲۶ حجره وجود دارد و بیشتر کارهای جانبی این هنر، صنعت مانند طراحی قالی یا رفوگری و اصلاح در آنها انجام می شود. در این طبقه می توان با بهترین و ورزیده ترین رفوگران قالی و تابلوفرش، رنگ شناسان و رنگرزان یا کهنسال ترین طراحان قالی شهر دیدار نمود.



شکل ۱: تیمچه مظفریه

هویت فرهنگی این تیمچه در بازار تبریز بسیار بالاست که، حفظ این هویت تا به حال، بر ارزش آن افزوده است. اجرای مراسمات عزاداری ائمه معصومین خصوصا در محرم، باعث سیاه پوشی تیمچه شده و تیمچه شکل معنوی خاصی به خود می گیرد.



شکل ۲: تیمچه مظفریه در ماه محرم

نتیجه گیری:

ما در این مقاله ابتدا به بررسی بازارهای ایران، بازار تبریز و تیمچه مظفریه پرداختیم. همانطور که گفته شد بازار تبریز طی مراحل و دوره های متوالی در اثر عوامل متعدد شاهد تغییرات فراوانی بوده است، ولی تقریباً از دوران قاجار به بعد ساختار اصلی بازار تغییر نکرده، که این ارزش مهمی برای بازار تبریز می باشد.

در عنوان مقاله صحبت از هویت تیمچه ها شده خصوصاً تیمچه مظفریه، ما نیز به تبع آن به بررسی تیمچه ها پرداختیم.

تیمچه یکی از زیباترین، پیچیده ترین و متنوع ترین الگوهای فضای بازار است، با کاربردی وسیع و در واقع در درون بافت پیچیده بازار عرصه ای است برای به نمایش گذاشتن هنر استاد کاران و مهارت معماران، این الگو از لحاظ عملکردی پذیرای کلیه عملکردهای تجاری بازار است که می تواند در فضای پوشیده به حیات خود ادامه دهد.

اما آنچه بیش تر اتفاق می افتد و می تواند به عنوان یک اصل در تیمچه مطرح باشد استقرار صنوف در کنار خدمات جنبی این صنوف است در یک واحد فضایی به اسم تیمچه مانند فرش فروشان که رفوگران نیز در کنار آنها قرار دارند.

برای پیدایش تیمچه علاوه بر دلیل نقش عملکردی آن یک دلیل کالبدی نیز می توان ذکر کرد و آن فضایی است که در بین راسته ها به وجود آمده و تیمچه ها در کنار سراها بهترین پاسخ به این نیاز است، در بازارهای تک محوری مثل نایین و یا زنجان از این الگو استفاده نشده است و در مواردی که نیاز به فعالیت صنفی بوده برآوردن چنین نیازی را سراها به عهده می گرفتند. در مورد تیمچه مظفریه، خاصیت اصلی آن درب دار بودن آن است که این خصیصه امکان تک صنفی شدن این فضا را بیشتر می کند.

تیمچه ها از بدو شروع بکار بازارهای قدیمی، کاربری کاروانسرا داشته و به صورت تک صنفی عمل نموده اند، حال تیمچه مظفریه از لحاظ هویتی بعلاوه حفظ شرایط اولیه خود به یکی ارزشمندترین فضاها در بازار تبریز تبدیل شده است دومین عامل تاثیر گذار در این فضا در حفظ هویت و زیبایی آن استفاده از آن بعنوان مکان فرهنگی در مراسمات عزاداری و اعیاد است. چهره این فضای ارزشمند در ماه محرم، کاملاً سیاه پوش شده که این خود نقطه ی عطفی برای مشهور شدن تیمچه مظفریه می باشد.

هویت بیش از آن که معطوف به گذشته باشد به بینش افراد مرتبط است، زمان حال را در برمی گیرد و تقاضا برای بهره مندی از آن ریشه در نیازهای فردی و جمعی شهروندان در محیط شهری دارد، ولی می توان در مورد تیمچه ها با حفظ هویت اصلی به نیازهای افراد پاسخ داد.

پی نوشت ها:

- ۱- سلطان زاده، ح، بازارهای ایرانی، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی، تهران، ۱۳۸۳.
- ۲- سلطان زاده، ح، همان.
- ۳- پروشانی، ا، واژه بازار، دانشنامه جهان اسلام، مقاله بازار.
- ۴- دهخدا، لغت نامه دهخدا.
- ۵- حاجی قاسمی، ک، گنجنامه بناهای بازار، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۳.
- ۶- حاجی قاسمی، ک، همان.

- ۷- قبادیان، و، بررسی اقلیمی ابنیه سنتی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۳.
- ۸- سلطان زاده، ح، همان.
- ۹- سلطان زاده، ح، همان.
- ۱۰- سلطان زاده، ح، همان.
- ۱۱- استرانج، ترجمه: محمود عرفان، جغرافیای تاریخی سرزمین های خلافت شرقی، تهران، ۱۳۳۷.
- ۱۲- عمرانی، ب - اسمعیلی سنگری، ح، بازار تبریز، سومین کنگره تاریخ معماری و شهری ایران، بم، ۱۳۸۵.
- ۱۳- عمرانی، ب، اسمعیلی سنگری، ح، بافت تاریخی شهر تبریز، میراث کتاب، تهران، ۱۳۸۵.
- ۱۴- اسمعیلی سنگری، ح-عمرانی، ب، تاریخ و معماری بازار تبریز، انتشارات ستوده، ۱۳۸۶.
- ۱۵- کارنگی، ع، آثار تاریخی آذربایجان، ۱۳۵۱.

منابع:

- کیانی، م، تاریخ هنر معماری ایران در دوره اسلامی، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۶.
- میردانش، س، آشنایی با بناهای تاریخی، شرکت چاپ و نشر کتاب های درسی ایران، ۱۳۸۱.
- پیرنیا، م، آشنایی با معماری اسلامی ایران، انتشارات سروش دانش، ۱۳۸۷.
- فلامکی، م، مرمت شهری، چشم اندازها و نگرانی ها، فصلنامه ی هفت شهر، شماره ی اول، ۱۳۷۹.
- پرویزی، ا، معماری ملی از دیدگاه هویت فرهنگی، مجله ی مطالعات ملی، ۱۳۸۸.
- نگهبان، ع، شهرنشینی و شهرسازی از هزاره چهارم تا هزاره اول، جهاد دانشگاهی، ۱۳۶۵.
- قبادیان، و، سفر نامه ناصر خسرو، به کوشش نادر وزین پور، امیر کبیر تهران.
- هنرفر، ل، گنجینه آثار تاریخی اصفهان، ثقفی اصفهان، ۱۳۴۴.