

پیشہ ورانہ قصیدہ

(وضاحت اجتماعی بازار در دورہ صغویہ)

مؤلف:

مہدیہ مہدی نژاد

تابستان ۱۳۹۶

سرشناسه	: مهدی نژاد، مهدیه، ۱۳۵۹-
عنوان و نام پدیدآور	: پیشه وران قیصریه: وضعیت اجتماعی بازار در دوره‌ی صفویه/مؤلف مهدیه مهدی نژاد
مشخصات نشر	: بجنورد: قره بلاغ، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۲۲۴ص: مصور.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۵۱۱-۵-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
عنوان دیگر	: وضعیت اجتماعی بازار در دوره‌ی صفویه.
موضوع	: بازارها-- ایران -- تاریخ
موضوع	: Bazaars(market) -- Iran -- History
موضوع	: بازارها -- ایران -- جنبه های اجتماعی
موضوع	: Bazaars (Market) -- Social Aspects -- Iran
موضوع	: ایران -- بازرگانی -- تاریخ -- قرن ۱۰-۱۲ ق.
موضوع	: Iran -- History -- 16-18 th Century Iran
موضوع	: ایران -- تاریخ -- صفویان، ۹۰۷-۱۱۴۸ق.
موضوع	: Iran -- History -- Safavits, 1502-1736
موضوع	: ایران -- روابط اقتصادی -- اروپا
موضوع	: Iran -- Foreign economic relations -- Europe
رده بندی کنگره	: ۶۲۷۵۱۸: ۱۳۹۶/۵
رده بندی دیویی	: ۹۵۵: ۱۱/۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۷۴۴۹۱۸

بجنورد- خیابان ۳۲ متری شهدا- خیابان معالی- پلاک ۴۶- شاهین پور: ۰۹۱۵۱۸۷۳۶۲۷

نام کتاب: پیشه وران قیصریه (بررسی وضعیت اجتماعی بازار در دوره‌ی صفویه)

مؤلف: مهدیه مهدی نژاد

ویراستار: حبیب الله رحمانی

ناشر: قره بلاغ

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶

صفحه آرا: محمد شاهین پور

طراح جلد: سمانه صابری

چاپ: مهتاب

قطع: وزیری

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۵۱۱-۵-۶

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان



مقدمه..... ۱

۱- بخش اول: نگاهی به تاریخچه تجارت در ایران

۱-۱- تجارت پیش از اسلام..... ۶

۱-۲- تجارت دوره اسلامی..... ۸

۱-۳- تجارت در دوره مغول - تیموری..... ۱۳

۲- بخش دوم: نگاهی به تاریخچه بازار در ایران

۱-۱- پیشینه بازار در ایران..... ۱۶

۱-۲- بازار..... ۱۶

۱-۲-۱- بازار در ایران..... ۱۸

۱-۲-۲- بازار در دوران اسلام..... ۲۰

۱-۲-۳- شکل بازار در شهرها..... ۲۱

۱-۲-۴- جایگاه بازار در شهرها..... ۲۳

۱-۲-۵- کارکردهای فرهنگی، ارتباطی، اجتماعی و سیاسی بازار..... ۲۴

۱-۲-۶- نظام درونی بازار و شیوه اداره بازار..... ۲۷

۱-۲-۸- احتساب و نظارت بر بازارها..... ۲۸

۳- بخش سوم: مقدمه ای بر ساختار اقتصادی در دوره سده

۱-۳- دوره انحطاطی پیامد استیلای مغول..... ۳۰

۲-۳- دوره تدارک برای رونق (دوره بعد از تیموریان)..... ۳۱

۳-۳- دوره صفویه..... ۳۲

۱-۳-۳- دوره اول: دوره ی طهماسب و اسماعیل..... ۳۲

۲-۳-۳- دوره رشد و رونق اقتصادی: شاه عباس اول..... ۳۷

۳-۳-۳- وضعیت اقتصادی..... ۴۰

۱-۳-۳- تولید شهری..... ۴۰

- ۴۲..... ۳-۳-۲- تولید کالایی پیشه‌وری
- ۴۴..... ۳-۳-۳- تولید کارگاهی
- ۴۷..... ۳-۳-۴- ویژگی‌های تولید کارگاهی
- ۵۶..... ۳-۳-۵- مناسبات تجاری

۴- بخش چهارم: تجارت در دوره صفویه

- ۶۱..... ۴-۱-۱- نگاهی به تجارت ایران در دوره صفویه
- ۶۴..... ۴-۱-۱- تجارت خارجی
- ۶۸..... ۴-۱-۱- تجارت ابریشم
- ۷۲..... ۴-۱-۱- صادرات و واردات
- ۷۳..... ۴-۱-۲-۱- کالاهای وارداتی
- ۷۵..... ۴-۱-۳-۲- کالاهای صادراتی
- ۷۷..... ۴-۱-۴- عوامل مؤثر بر تجارت

۵- بخش پنجم: بازرگانان در دوره صفویه

- ۸۶..... ۵-۱-۱- تجار، تجار شهری، تجار بین‌المللی
- ۸۷..... ۵-۲-۱- تجار غیرمسلمان: ارامنه، یهودی، مسیحی تجارت و بازرگانی
- ۹۸..... ۵-۳-۱- حکومت و تجارت: دخالت در خرید و فروش و تجارت
- ۱۰۳..... ۵-۴-۱- شهرهای مهم تجاری: اصفهان، تبریز، قزوین
- ۱۱۳..... ۵-۵-۱- ساختار و تشکیلات اصناف
- ۱۱۵..... ۵-۶-۱- تشکیلات و فعالیت اصناف

۶- بخش ششم: بازار در دوره صفویه

- ۱۴۲..... ۶-۱-۱- تعریف بازار از نگاه مورخان
- ۱۵۲..... ۶-۲-۱- شکل مناسبات بازار در تهران دوره صفویه
- ۱۵۲..... ۶-۲-۱- ساختار و کالبد بازار در شهرها
- ۱۵۸..... ۶-۲-۲- کارکردهای بازار در دوره صفویه
- ۱۶۰..... ۶-۲-۳- نظام درونی بازار در دوره صفویه

۴-۲-۶- جایگاه و شکل بازار در دوره صفویه..... ۱۶۴

۷- بخش هفتم: رابطه بازرگانان با کمپانی های اروپایی در دوره صفویه

۱-۷- تجارت خارجه و شرایط نوین بین المللی..... ۱۶۸

۱-۱-۷- شرکت های تجاری غرب..... ۱۶۹

۲-۱-۷- طرح کلی سیستم تجارت ایران..... ۱۷۱

۳-۱-۷- ادوار و مراحل بارز ورود و عملکرد کمپانی ها در ایران..... ۱۷۲

۴-۱-۷- مسائل ویژه در ارتباط با تجارت کمپانی ها با ایران..... ۱۷۴

۱-۲-۱-۷- ورود سیستم تجارت غربی (کمپانی ها) به ایران..... ۱۷۷

۶-۱-۷-۲- تأثیر گذاری در بخش اقتصادی..... ۱۷۹

۲-۷-۲- شیوه های مامل تجارت ایرانی با کمپانی های غربی در دوره صفویه..... ۱۷۹

نتیجه گیری..... ۱۸۳

تصاویر..... ۱۸۵

معرفی و بررسی برخی از منابع..... ۱۸۹

منابع و مأخذ..... ۲۰۷

مقدمه:

تشکیل حکومت صفویه در ایران مقارن با تحولات سیاسی و اجتماعی تعیین‌کننده در سرزمین‌های پیرامون ایران (عثمانی، ترکستان، روسیه) از یک سو و رشد مناسبات سرمایه‌داری تجاری در اروپا و گسترش آن به سراسر حوزه‌ی جغرافیای دریایی شرق از سوی دیگر بود. حکمرانان صفوی براساس ضرورت‌های ناشی از روند سریع رشد مناسبات بازرگانی بین‌المللی و با عنایت به توانایی‌ها و زمینه‌های رشد مناسبات بازرگانی داخلی در ایران اقدامات سیاسی، اجتماعی، اقتصادی را به اجرا درآوردند که پیامدهای عمیق آن در دوران صفویه در عرصه‌های مختلف قابل مطالعه است. به نظر می‌رسد توجه به تحولات اقتصاد جهانی و مطالعه و بررسی مناسبات بازار در دوره‌ی صفوی امکان مناسبی را برای فهم و درک ساختارهای اقتصادی دوره‌ی صفوی در اختیار می‌نهد. در واقع از طریق مطالعه بازار در دوران صفوی می‌توان به شناسایی سیاست‌های اقتصادی حکمرانان صفوی در حوزه تجارت داخلی و خارجی پرداخت.

بازار به عنوان یک سازمان اقتصادی و یک نهاد اجتماعی بزرگ به عنوان یکی از مؤثرترین نهادها و سازمان‌های شهری همواره مورد توجه جغرافی‌دانان و جهانگردان و مسافران واقع می‌شد و همچنین بازارها به مثابه ستون فقرات اقتصاد شهری مرتبط کننده و در مواردی اداره کننده فعالیت‌ها و تحرکات روزمره اجتماعی و مبادلات بازرگانی کالاهای مورد نیاز جامعه شهری بوده است.

دوره صفوی دوره رونق و رشد اقتصاد جامعه ایران است. این دوره دو ویژگی داشت: اول اینکه تا حد زیادی نتیجه رشد آرام نیروهای تولیدی جامعه ایران پس از تیموریان بود. دوم، ظهور صفویان و به ویژه اصلاحات شاه‌عباس - به عنوان سیاست‌های هماهنگ‌کننده بخش‌های مختلف جامعه با این روند به این رشد آهنگی شتاب‌گونه بخشید. طبیعی است تجدید و احیاء نظام اقتصادی، سیاسی و اجتماعی هرگز به معنای تغییر ساختاری جامعه - به ویژه در بخش اقتصاد - نبود. در عین حال، هم‌گام با این رشد و رونق امور اقتصادی دوره عباس اول مناسبات تجاری سنتی ایران دوره شکوفایی خود را طی می‌کرد و می‌بایست وارد مراحل بالاتر و متکامل‌تری از شیوه تولید و مناسبات اقتصادی گردد که در عمل اینگونه نشد. پی‌جویی علل این امر در دو بعد کلی قابل بررسی است: جنبه اول: نوسازی و تجدید ساختار سیاسی جامعه صفوی براساس الگوی کهن

«پاتریمونیالی» و «استبداد مطلق» صورت گیرد. این روند توانان شدن رونق مناسبات تجاری سنتی با شکوفایی نهاد سیاسی یکی از علل استمرار ساخت کهن اقتصادی خواهد شد. جنبه دوم، ورود پدیده‌ای نوظهور در جامعه صفوی است: شرکت‌های تجاری. اصولاً دوره صفوی مقارن شکل‌گیری، گسترش و تکامل یکی از مهم‌ترین نهادهای سرمایه‌داری غرب یعنی شرکت‌های تجاری بود. این شرکت‌ها با ورود به عرصه مناسبات تجاری ملل شرقی از یک سو مسیرهای تجاری کهن دریائی را قبضه و به تدریج جانشین راه‌های خشکی شرق کرده از دیگر سو بر اهمیت و حجم داد و ستد دریایی افزوده و رشد تجارت ملل آسیائی را تا حد زیادی وابسته به تجارت دریایی کرده بودند. در این حال، به ویژه در ایران این شرکت‌ها با به دست‌گیری سیستم تبادل و تعامل با حکومت‌ها به عنوان مهم‌ترین تاجران این کشورها یا به عبارتی موسسه برتر تجاری کشور، موفق به برقراری سیستم انتقال دوجانبه به ضرر مناسبات تجاری سنتی و داخلی این ملل شدند. این روند در معنای ازدیاد موانع برای راه‌آهن و تغییر ساختارهای مستعد تحول این جوامع بود.

هدف ما در این بررسی ارائه نمودن کلی از تعامل ساختارهای سنتی بازار جامعه صفوی است که در عهد عباس اول در عین شکوفائی خود قرار داشت، و از سوی دیگر ورود و عملکرد شرکت‌های تجاری غرب با ساخت سیاسی و اجتماعی تجارت آن به عنوان علت‌العلل مسائل فوق است می‌باشد. به نظر ما رشد و سلطه‌یابی سدید ساخت سیاسی در شکل «دسپوتیزم شرقی» و سیستم «پاتریمونیالی»، در دولت صفوی به حد اعلا رسید. این روند تمایل حکومت به کنترل و انتفاع از سایر بخش‌های اجتماع، به ویژه ساخت اقتصادی را تسدید کرد. حکومت با مداخله در شیوه تولید شهری، روستائی و مناسبات تجاری جامعه، ضرب‌اهنگ تولید را از آن بخش‌ها سلب کرده، مازاد تولید و ارزش‌های اضافی را به سوی خود سرازیر می‌کرد. از سوی مناسبات داخلی تجاری، همراه با سایر بخش‌های اقتصادی به ساخت سیاسی وابسته شد. رشد و هویت‌یابی مستقل باز می‌ماند. ورود کمپانی‌ها و تعامل تجاری با حکومت سبب تشدید این روند می‌شود و باز هم مناسبات تجاری از تعامل با نظام جدید و تجربه تکامل تجاری به مانند اروپا باز می‌ماند. ارامنه که به عنوان ابزار دخالت و انتفاع‌یابی حکومت از نظام بازار و مناسبات تجاری به شمار می‌رفتند نیز قربانی انتفاع حکومت از قبل کمپانی‌ها می‌شوند. به هر حال ضعف‌ها و نارسایی‌های ساختار اقتصادی و سیاسی کهن ایران به اضافه ظهور عوامل جدید (ورود کمپانی‌ها و شکل ویژه

استبداد مطلقه)، سبب ضایع شدن فرصت مناسب جهت رشد در یکی از شکوفاترین ادوار رشد مناسبات تجاری ایران شد.

در این پژوهش سعی شده است با استفاده از منابع، مأخذ و اسناد به جا مانده از گذشته به جمع آوری اطلاعات، ارزشیابی و بررسی صحت و سقم اطلاعات، حقایق گذشته به صورت منظم و مرتبط ارائه گردد و سپس با مقایسه اختلافات و همانندی‌ها و درک رابطه علت و معلولی میان رویدادها به تجزیه و تحلیل واقعی رویدادها پرداخته شود. روش انجام این پژوهش به صورت کتابخانه‌ای و جمع آوری اطلاعات به شکل فیش برداری و بازخوانی اسناد و سپس تجزیه و تحلیل آنهاست. در این پژوهش از روش تحلیل تاریخی مبتنی بر روش‌های تطبیقی و بر مبنای گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای و فیش‌برداری از کتاب‌های مرتبط با موضوع و تحلیل اطلاعات تاریخی استفاده شده است.

این پژوهش، هم‌بخش دارد. بخش اول نگاهی به تاریخچه تجارت در ایران می‌پردازد. در بخش دوم تاریخچه بازار در ایران را بررسی و واکاوی می‌کند. در بخش سوم بر ساختار اقتصادی در دوره صفویه اشاره می‌کند. بخش چهارم تجارت در دوره صفویه را بررسی می‌کند. در بخش پنجم و ششم به وضعیت اجتماعی و بازرگانان در دوره صفویه پرداخته است. در نهایت در بخش هفتم رابطه بازرگانان با کمپانی‌های اروپایی در دوره صفویه را تجزیه و تحلیل می‌کند.

در پایان امید دارم این پژوهش مورد توجه خوانندگان و محققان پژوهان محترم قرار گیرد و ما را از نظرات سازنده‌ی خود بهره‌مند نمایند.