

# منظر پسااستعماری؟

## ارزیابی عوامل مؤثر بر الگوی منظر کسب و کار بومی مراکش؛

### مطالعه نمونه: میدان جماع الفناء

سمانه رحمدل

کارشناس ارشد معماری منظر، دانشگاه تهران

Samaneh\_rahmdel@yahoo.com

#### چکیده

منظر کسب و کار بومی مراکش شامل عرصه‌ای از منظر است که بیشترین نمود فعالیت‌های اجتماعی روزمره مردم این سرزمین را در خود دارد. منظر کسب و کار به دلیل همین روزمرگی، بیشترین نزدیکی را به فرهنگ بومی دارا بوده و در عین حال تابع متغیرهای گوناگونی است که موجب تمایز این منظر در مقیاس درون فرهنگی می‌شود. این نوشتار با هدف شناخت بخشی از فرهنگ بومی سرزمین مراکش، در جستجوی مهمترین عوامل تأثیرگذار در شکل‌گیری الگوی کنونی منظر کسب و کار بومی مراکش است. این فرایند در دو بخش مشاهدات میدانی و مطالعات کتابخانه‌ای صورت گرفته است. مرحله نخست به کشف مسئله و مرحله دوم به حل آن اختصاص دارد. در بخش میدانی با بررسی مدینه‌های مراکش به عنوان مکان بروز منظر کسب و کار بومی، دو میدان الهیدیم مکناس و جماع الفناء مراکش به عنوان دو نمونه شاخص کانونی این منظر انتخاب شده است. با مقایسه این دو، فرضیه تأثیر گردشگری به عنوان یک متغیر اصلی در الگوی منظر کسب و کار مدینه مطرح می‌شود. در این بخش وضع منظر میدان جماع الفناء به عنوان شاهد فرض معرفی می‌شود. این فرضیه در بخش دوم به چالش کشیده می‌شود.

در بخش مطالعات کتابخانه‌ای، با رویکرد بررسی تاریخی شکل‌گیری منظر کسب و کار جماع الفناء، دو دوره گذار تاریخی شناسایی شده که دوره نخست به حفاظت کالبدی منظر میدان و دوره دوم به حفاظت فرهنگ شفاهی (مشخصاً کسب و کار بومی و تاریخی میدان) منجر شده است. در هر دو دوران نقش عوامل خارجی بسیار شاخص است. در نهایت با رد نسبی فرضیه، ثابت می‌شود که دوام منظرین میدان هرچند به عوامل «بیگانه» وابسته بوده؛ اما این بیگانه، نه گردشگر بلکه مقیم مراکش بوده است. به عنوان نتیجه، مقاله این نظریه را مطرح می‌کند که منظر کسب و کار میدان جماع الفناء، نه منظر گردشگری بلکه منظری با ظاهر پسااستعماری، اما عمیقاً استعمارزده است؛ زیرا خودآگاهی بومی در به وجود آمدن آن نقش چندانی نداشته است.

#### واژگان کلیدی

منظر کسب و کار بومی، میراث شفاهی، منظر پسااستعماری، میدان جماع الفناء، میدان الهیدیم.

## مقدمه

منظر مردمی محسوب می‌شود. رفتارهای مردمی در قضیه تبادل کالا و خدمات در سطح شهر، امکان خوبی جهت رفتارشناسی محیطی در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. منظر کسب‌وکار تابعی از عوامل گوناگون اعم از عینی و ذهنی بوده که در هر منطقه، برخی از این عوامل نقش مؤثرتری در شکل‌دهی به این صحنه‌پردازی اجتماعی دارند.

آنچه امروز تحت عنوان شهر مراکشی قابل شناسایی است، عرصه‌ایست دوپاره، شامل شهر قدیم موسوم به مدینه و شهر جدید معروف به ویل نوول (ville nouvelle). این دو بخش هم از جنبه کالبدی و هم از لحاظ نوع زیست شهری جاری در کالبد، دارای تفاوت اساسی هستند و به تبع آن، منظر کسب و کار نیز در شهرهای مراکشی دارای دو بروز متفاوت است.

مدینه‌های مراکش در شکل کنونی خود، امتزاج کالبد به جامانده از منظر شهری پیشین و روح زندگی جاری در شهر امروز مراکشی است. حاصل این امتزاج، کمرنگ شدن منظر سکونتی و در مقابل، بروز بیشتر منظر کسب‌وکار بومی بوده که مدینه را تحت سلطه خود درآورده است.

اصطلاح «گفتمان پسااستعماری» از اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی توسط اندیشمندانی نظیر ادوارد سعید به فضای فکری جهان پسامدرن راه پیدا کرد. هدف آن به طور کلی مرکززدایی از جهان (با مرکزیت استعمارگران اروپا و امریکایی) و رواج نظریه وجود جهان چند مرکزی، از نظر فرهنگی و تمدن، است (وطن‌آبادی، ۱۳۸۲: ۳۱). باید توجه داشت که واژه پسااستعمار به معنای دوران پس از استعمار نبوده؛ چه بسا سرزمین‌هایی که با پایان دوران استعمار همچنان موفق به بازیابی هویت خود نشده و استعمارزده باقی مانده‌اند.

از سوی دیگر، بعد تجاری منظر شهری که در این مقاله از آن با عنوان «منظر کسب و کار» نام برده می‌شود، از آن جهت که بازتابی از کیفیت معیشت و در نتیجه میزان سرزندگی محیط زندگی است، همواره با اسامی و عناوین مختلف مورد توجه قرار داشته است.

در میان مؤلفه‌های بومی منظر شهری، فعالیت‌های اجتماعی جایگاه ویژه‌ای را دارا بوده که بروز آن بیش از هر چیز در منظر کسب‌وکار مشهود است. منظر کسب‌وکار در هر سرزمینی از ارکان

## ضرورت تحقیق

گردشگری‌پذیری در شهرهای مختلف، منظر کسب‌وکار میدان در طیف میان منظر بومی و منظر توریستی تغییر می‌کند.

## سوالات تحقیق

۱. عوامل مؤثر بر دوام منظر کسب‌وکار بومی در مراکش چیست؟
۲. منظر کسب‌وکار بومی مراکش تا چه حد اصالت بومی داشته و چه مقدار از آن صرفاً «صحنه‌سازی» بومی است؟ و یا به عبارت دیگر، حفظ ساختار بومی منظر کسب تا چه حد ناشی از خودآگاهی و خودشناسی بومی و تا چه میزان تحت تأثیر عوامل غیربومی و احیاناً استعماری بوده است؟
۳. نقش گردشگری (به عنوان عامل بیگانه، با زمینه استعماری) در شکل فعلی منظر کسب‌وکار مراکش چگونه است؟ فاعل است یا منفعل؟

## بررسی چگونگی منظر کسب‌وکار بومی مراکش از طریق مشاهدات میدانی

در بخش نخست این نوشتار، «چگونگی» منظر کسب‌وکار بومی در سه گام مورد بررسی قرار می‌گیرد:

گام اول: خوانش میدانی محیط‌های کسب‌وکار بومی در شهرهای مراکش و شناسایی مدینه به‌عنوان خاستگاه منظر کسب‌وکار

برای فهم فرایند تکامل منظر شهری در سرزمین‌های استعمارزده، تفکیک میان نقش استعمار و مستعمره در این فرایند حائز اهمیت است؛ زیرا این مسئله روشن می‌کند که ساختار معاصر منظر شهری بومی تا چه حد بر اساس آگاهی ساکنان نسبت به داشته‌های فرهنگ بومی خود شکل گرفته و تا چه حد مبتنی بر ناآگاهی ناشی از نفوذ فرهنگ استعماری بوده است. در این میان از نشانه‌های حضور فرهنگ بومی در منظر شهری نمی‌توان به سادگی گذشت زیرا این نشانه‌ها می‌تواند محصول حیات سنتی، آگاهی معاصر بومی و یا عوامل غیربومی باشد. هرکدام از علل یاد شده، می‌تواند منجر به آینده‌ای متفاوت برای منظر شهری بومی باشد. بنابراین لازم است نخست وضعیت «حال» شناسایی شود، آنگاه با نقبی به گذشته، دلیل وضعیت فعلی منظر شهری کشف شود. به همین علت است که مقاله حاضر از تفسیر وضعیت کنونی منظر شهری مورد بحث آغاز شده و در ادامه به تحلیل خاستگاه وضع فعلی می‌پردازد.

## فرضیه

منظر کسب‌وکار بومی در میداین مدینه شهرهای مراکش تابع مستقیم صنعت گردشگری بوده به گونه‌ای که با تغییر در میزان

تا سوغاتی‌های کوچک که نام و نشان مراکش بر آنها نقش بسته، همه از راسته‌های بازار مراکش منظری متفاوت با بازار مکناس ساخته‌اند. مخاطب حاضر در محل نیز برداشت را از منظر کسب و کار تأیید می‌کند.

#### – گشایش‌های فضایی

گشایش‌های فضایی در بافت مدینه مکناس بیشتر شبیه مرکز محله بوده و معمولاً در آن چند مغازه ارائه‌دهنده خدمات روزمره همچون بقالی و تعمیرگاه لوازم خانگی وجود دارد. گشایش فضایی در مراکش اصولاً شباهتی به مرکز تجمع بومی نداشته و بیشتر به ادامه بازار شبیه است. معمولاً در گشایش‌های فضایی این شهر علاوه بر تداوم راسته بازار، وجود کافه‌های روباز و لبریز از گردشگر اروپایی چشمگیر است. کافه‌هایی که به ارائه غذاهای سنتی مراکشی می‌پردازد؛ این فضاها بیشتر از ارائه کالا، به ارائه خدمات اختصاص دارد.

#### – میدان

میدان در مدینه دو شهر مراکش و مکناس، صرف نظر از تفاوت‌ها، که به آن پرداخته خواهد شد، فضایی چندعملکردی است به صورت تلفیقی از کارکرد کالامحور راسته بازار و کارکرد خدمات محور گشایش‌های فضایی. به همین علت میدان، همزمان دارای فضاهای مکث، نیم‌مکث و حرکت بوده که از نظر کمیت و کیفیت متنوع است. این تنوع و چندگانگی فضایی که توسط رویکرد مخاطب نیز به تأیید می‌رسد، میدان مدینه را در هر دو این شهرها به بخش شاخص منظر کسب و کار و عصاره آن تبدیل می‌کند (تصویر ۱ و ۲).

#### • مقایسه منظر کسب و کار در دو میدان الهدیم و جماع الفناء

پس از انتخاب میداین مدینه‌ها به‌عنوان منطقه کانونی و نماد منظر کسب و کار، در گام سوم به مقایسه چگونگی کارکرد تجاری دو میدان الهدیم و جماع الفناء پرداخته می‌شود تا در خلال این مقایسه و تطبیق علل تمایز، متغیرهای احتمالی شکل‌دهنده به منظر کسب و کار بومی مدینه‌ها شناسایی شود. این مقایسه بر مبنای سه متغیر مخاطب، زمان و کالا/خدمات انجام می‌شود.

#### متغیر اول: مخاطب

مخاطب از یک سو منظر مردمی محیط را تحت تأثیر حضور خود قرار می‌دهد (رفتارشناسی مردمی) و از سوی دیگر نوع کسب و کار را مشخص می‌کند. در زمینه تعیین نوع کسب و کار و تجارت عمومی شهری، مسئله کالا و خدمات و مورد نیاز مخاطب حرف اول را می‌زند. در اینجا نقش مخاطب غیربومی در ایجاد تفاوت‌ها پررنگ می‌شود. مخاطب بومی در درجه اول به دنبال کالا و خدمات روزمره و در مرحله بعدی در پی کالا و خدمات غیرروزمره اما مرتبط با زندگی بومی خود است. در مقابل، مطالبه مخاطب غیربومی و گردشگر، تجربه و خریداری محصولاتی است که ردی از

بومی؛ در این بخش با توجه به سوالات تحقیق، دو شهر مکناس و مراکش به‌عنوان نمونه موردی انتخاب شده‌است؛ زیرا ضمن شباهت ساختاری مدینه‌ها، این دو شهر از نظر مخاطب گردشگر در دو قطب متضاد قرار دارند که این، امکان مقایسه دقیق را فراهم می‌کند.

گام دوم: مکان‌یابی کانون‌های منظر کسب و کار در مدینه؛ بر اساس مشاهدات میدانی، میداین شهری به‌عنوان کانون منظر کسب و کار شناسایی می‌شود.

گام سوم: مقایسه منظر کسب و کار میداین مدینه دو شهر با در نظر گرفتن متغیرهای زمان و مخاطب؛ و شکل‌گیری فرضیه.

#### • مدینه‌های مراکش؛ خاستگاه منظر کسب و کار بومی

در مقایسه بافت اقتصادی مدینه با شهر جدید، دو قطبی بومی، مدرن (با توجه به مفهوم علمی مدرنیته به‌عنوان امری جهانی و غیربومی) به وضوح قابل شناسایی است. در هر دو شهر مکناس و مراکش، مدینه شهر در دو عرصه میدان شهری و راسته‌های بافت از نظر اقتصادی دارای پویایی می‌باشد. هرچند این پویایی در هر دو شهر و نیز در نقاط مختلف هر شهر دارای شدت و ضعف و نیز کیفیت‌های گوناگون است، اما در هر حال نشان از گزینش مدینه به‌عنوان فضای فعال تجاری دارد. اگرچه میزان بومی‌بودن، با توجه به نوع مخاطب و نیز نوع خدمات در مدینه‌های این دو شهر متفاوت است؛ ولی مدینه هر شهر دست کم در مقایسه با بخش جدید خود، منظر کسب و کار متمایزی دارد.

#### • مکان‌یابی کانون‌های منظر کسب و کار در مدینه

مدینه شهری در مراکش به طور کلی شامل سه بخش کالبدی میدان، راسته‌های بازار و گشایش‌های فضایی است. مقایسه منظر کسب و کار در این سه بخش منجر به شناسایی پویاترین فضای تجاری بافت قدیم می‌شود.

#### – راسته‌ها

در راسته‌های تجاری در شهر مکناس نقش مخاطب حتی پررنگ‌تر احساس می‌شود. صرف‌نظر از سطح پایین اقتصادی، کالاهای ارائه شده در چند دسته قرار می‌گیرند: نخست کالاهای روزمره همچون مواد غذایی و گوشت. دوم کالاهای غیر روزمره با مصرف بومی، مانند لباس‌ها و پارچه‌های ارزان که نمونه آن بر تن زنان مراکشی فراوان دیده می‌شود. سوم کالاهای غیرروزمره گران‌قیمت که به طور مشخص باید به راسته طلافروشان بازار اشاره کرد، که طبعاً کالای مورد توجه گردشگران نبوده و جهت مصارف ویژه برای بومیان کارکرد دارد.

راسته‌های بازار در شهر مراکش هم طولانی‌تر به نظر می‌رسیده و هم از لحاظ نوع کالای ارائه شده، منظری کاملاً توریستی به خود گرفته است. از فروش انواع چرم و منسوجات، سفال و بلور گرفته



تصویر ۲. میدان الهدیم، روز، پیش از هجوم دوره گردان. مکناس. عکس: سمانه رحمدل، ۱۳۹۵.



تصویر ۱. میدان جماع الفنا، روز، مراکش. عکس: سمانه رحمدل، ۱۳۹۵.

آن، نشان می‌دهد که این محصولات عملاً منطبق با درخواست مخاطب بومی ارائه شده‌اند (تصویر ۳).

در میدان جامع الفناء مراکش بر خلاف مکناس با دو طیف کسب‌وکار موقت مواجه هستیم. نخست طیف فروشندگان مواد غذایی و دوم، طیف ارائه‌دهندگان خدمات نمایشی و هنرهای بومی. در یک تقسیم‌بندی دیگر می‌توان از کسب‌وکار مادی-کالامحور و کسب‌وکار شفاهی-فرهنگی نام برد.

در مورد نخست، تعدد دستفروشان و نیز شکل ویژه حضورشان (در کانکس‌های بزرگ و مرتفع که سراسر با اعداد و ارقام و تبلیغ محصول پوشانده شده) خبر از رقابتی آشکار بر سر جذب گردشگر دارد. مهمترین محصول ارائه شده توسط این دستفروشان، نوشیدنی‌های گیاهی و انواع آبمیوه است که کاملاً متناسب با رفتارشناسی گردشگران انتخاب شده‌است. زیرا اساس رفتار گردشگران بر طی مسیرهای طولانی در بازه‌های زمانی طولانی بوده که مهمترین پیامد آن تشنگی است (تصویر ۴). نوع مخاطب نیز این بخش از منظر کسب‌وکار میدان جامع الفناء را تکمیل و تثبیت می‌کند. فروشندگان اغذیه نیز در ساعاتی از شبانه روز حضور پررنگی دارند که مخاطبشان بین طیف بومی و گردشگر در نوسان است.

طیف ارائه‌دهندگان خدمات نمایشی و هنرهای بومی، تمایز مهم دیگر میان منظر کسب‌وکار در دو میدان شهری مکناس و مراکش است. چنین خدماتی در میدان الهدیم چنان نادر است که عملاً به حساب نمی‌آید. در حالی که حضور انواع افراد و یا گروه‌های نوازنده موسیقی، مارگیرها و همین‌طور کالسکه‌های سنتی که گردشگران را از ورودی مدینه به میدان جامع الفناء جابجا می‌کند، صحنه‌ای پر هیاهو خلق کرده که احتمال تأثیر صنعت گردشگری را بر فرهنگ رایج میدان افزایش می‌دهد (تصویر ۵).

#### متغیر سوم: زمان

علاوه بر تأثیر مخاطب و خدمات، مسئله زمان نیز در تغییر منظر کسب‌وکار مؤثر است. به طور ویژه این تأثیر در طول شبانه‌روز

تاریخ و فرهنگ سنتی مراکش در خود داشته باشد، محصولاتی که هر چند بومی است ولی چنان با زندگی روزمره بومیان درآمیخته که دیگر جایگاهی در منظر کسب‌وکار بومی ندارد، به این معنا که مورد نیاز بومیان نیست. مخاطب گردشگر در اصل به دنبال تجربه تاریخ مراکش در سفر معاصر خود است.

مخاطب در میدان الهدیم مکناس به صورت مطلق بومی است در حالیکه میدان جامع الفناء مراکش دارای هر دو طیف مخاطب بومی و گردشگر می‌باشد. تمایز مخاطب بیش از هر چیز تأثیر خود را در تفاوت نوع کالا/خدمات ارائه شده نشان می‌دهد. در واقع در مشاهدات میدانی به نظر می‌رسد متغیر دوم خود تابعی از متغیر اول باشد (گامی مؤثر به سوی فرضیه مقاله). چگونگی این ارتباط در ادامه نوشتار مطرح می‌شود.

#### متغیر دوم: کالا/خدمات

دو میدان جامع الفناء در مراکش و الهدیم در مکناس، دارای دو بروز فیزیکی منظر کسب‌وکار است: منظر کسب‌وکار دائم و موقت. کسب‌وکار دائم در هر دو میدان در بخش‌هایی وسیع از بدنه میدان و در قالب مغازه‌ها و کافه‌های برون‌گرا شکل گرفته‌است. کسب‌وکار موقت که نمود پویاتری نسبت به شکل دائم آن دارد، شامل غرفه‌های متحرک دستفروشان و سایر خدمات موقت تجاری است. در تقسیم‌بندی بر اساس کسب‌وکار دائم و موقت، دو میدان کمابیش مشابهت دارند، اما کیفیت و نیز کمیت ارائه این خدمات موجب ایجاد تفاوت می‌شود. در میدان الهدیم، در ساعات پرتراکم (که در ادامه مورد بحث قرار خواهد گرفت) تحت تأثیر مخاطب غیربومی بیشتر به ارائه خدمات عمومی شهروندی جهت اوقات فراغت اختصاص دارد. برای مثال وجود غرفه‌های متعدد فروش نوشیدنی سنتی (آب نیشکر) و نیز خوراک سنتی (مانند خوراک نخود) و نیز فروش محصولات کم‌هزینه جهت فراغت کودکان (بادکنک و اسباب بازی‌های ارزان). هر چند که تجربه خوراک بومی یکی از جاذبه‌های گردشگری مراکش است، ولی منظر کسب‌وکار بومی میدان الهدیم و منظر مردمی مرتبط با

در میدان مدینه دوشهر مکناس و مراکش چشم‌گیرتر است. در مکناس و میدان ال‌هدیم، در ساعات میانی روز حضور مردم و دستفروشان کم‌رنگ است، با نزدیک شدن به غروب این حضور افزایش یافته و تا شب با فضایی غرق در جمعیت در حال فعالیت اجتماعی روبرو هستیم که دکه‌ها و فروشندگان دوره‌گرد متعدد نقش مهمی در این رونق منظر مردمی ایفا می‌کنند. در مراکش نیز هرچند در طول روز تعداد زیادی غرفه‌های فروش نوشیدنی در میدان جامع‌الفناء به چشم می‌خورد، اما با نزدیک شدن به ساعات پایانی روز، سیل عظیم فروشندگان مواد غذایی و نوازندگان و نمایشگران به همراه گردشگران و نیز بومیان به میدان سرازیر می‌شوند تا شب‌هنگام، میدان عرصه منظر مردمی تلفیقی از مردم بومی و گردشگران باشد (جدول ۱)؛ (تصویر ۶).

#### نتیجه‌گیری بخش میدانی: شکل‌گیری فرضیه

آنچه از بخش نخست این نوشتار به‌عنوان فرضیه قابل دریافت است این‌که منظر کسب و کار و صنعت گردشگری در شهرهای کشور مراکش رابطه‌ای دوگانه و رفت و برگشی بایکدیگر دارند. به این ترتیب که در ابتدا صنعت توریسم تحت علل گوناگون شکل گرفته که یکی از آنها منظر تاریخی این سرزمین بوده‌است؛ در این مرحله، منظر کسب و کار در بافت تاریخی به‌عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری مطرح است. در ادامه، حضور گردشگر موجب تغییر تدریجی و یا شاید دفعی منظر کسب و کار در بدنه سنتی مدینه‌ها شده و هم از نظر نوع کالاها و هم از نظر خدمات ارائه شده، تحولاتی مبتنی بر خواست گردشگر صورت گرفته‌است. تحولاتی که در نهایت موجب شکل‌گیری منظر کسب و کار متمایز در بدنه‌های مشابه مدینه شهرهای مختلف شده‌است. بر این اساس به نظر می‌رسد الگوی کنونی منظر کسب و کار بومی مدینه‌ها تابع صنعت گردشگری است. شاهد این فرضیه به طور مشخص میدان جماع‌الفناء مراکش به‌عنوان یکی از شاخص‌ترین کانون‌های جذب گردشگر در کشور مراکش می‌باشد.

#### بررسی چگونگی منظر کسب و کار بومی مراکش از طریق مطالعات کتابخانه‌ای

جهت بررسی درستی یا نادرستی فرضیه نیاز به مطالعات کتابخانه‌ای و انطباق آن با مشاهدات میدانی است که بخش دوم این نوشتار به این موضوع می‌پردازد. در این بخش تمرکز بر میدان جماع‌الفناء است که صنعت گردشگری پیش از این به‌عنوان یک متغیر اصلی در الگوی منظر کسب و کار آن مطرح شده بود.

#### تاریخچه منظر کسب و کار در میدان جماع‌الفناء

بررسی منابع تاریخی بیانگر آن است که منظر کسب و کار شفاهی در میدان جماع‌الفناء مراکش قدمتی بسیار بیش از گردشگری



تصویر ۳. فروشنده دوره گرد آب نیسکر. میدان ال‌هدیم مکناس. عکس: سمانه رحمدل، ۱۳۹۵.



تصویر ۴. بساط آیمیه فروشی؛ پررونق و رنگارنگ، همسو با مطالبات گردشگری. میدان جماع الفناء. مراکش. عکس: سمانه رحمدل، ۱۳۹۵.



تصویر ۵. کالسکه های ورودی میدان جماع الفناء در انتظار گردشگر. مراکش. عکس: سمانه رحمدل، ۱۳۹۵.

جدول ۱. مقایسه منظر کسب و کار دو میدان الهدیم مکناس و جماع الفناء مراکش بر اساس متغیرهای سه گانه. مأخذ: نگارنده.

میدان جماع الفناء مراکش	میدان الهدیم مکناس	مکان متغیر
بومی / گردشگر	بومی	مخاطب
تلفیق محلی و گردشگری / موقت و دائم کالای بومی (غیر روزمره) / خدمات تغذیه بومی / خدمات فرهنگی (منظر شفاهی)	عمدتاً محلی / موقت و دائم کالای روزمره / خدمات تفریحی و تغذیه بومی	کالا / خدمات
روز نیمه فعال. غروب / شب بسیار فعال	غروب / شب فعال	زمان



تصویر ۶. گروه نوازندگان محلی در میدان جماع الفناء. غروب. عکاس: سهیلا رحمتی دلیر، ۱۳۹۵.

### حفاظت از منظر کسب و کار: مراحل و دلایل

در ادامه مطالعات کتابخانه‌ای پیرامون موضوع مورد بحث، دو مرحله تحول اساسی در سیاست‌گذاری شهری مؤثر در منظر میدان جماع الفناء شناسایی شده است که هر دو مرحله، هرچند با دلایل و انگیزه‌های اجرایی کاملاً متفاوت، در راستای محافظت از منظر کسب و کار میدان بوده‌اند.

#### • دوران استعمار

نخستین تحول بنیادی در ساختار میدان جماع الفناء، در دوره استعمار کشور مراکش توسط فرانسه (از ۱۹۱۲ تا ۱۹۵۶ میلادی) اتفاق افتاد. این تحول در واقع بخشی از سیاست‌گذاری فرهنگی فرانسه در توسعه شهری مستعمره خود بود. در این دوران فرماندار

مدرن دارد. حسن الیوسی نویسنده صوفی مسلک مراکشی که در قرن ۱۷ میلادی می‌زیسته، در نوشتاری به رواج حرفه قصه‌گویی (storytelling) در جماع الفناء اشاره کرده و شرح می‌دهد که چگونه پیرمرد قصه‌گویی در حالی که جماعت به دور او حلقه زده‌اند به روایت داستانی مهیج مشغول است (Tebbaa & El Faiz, 98 : 2003). این موضوع به دورانی برمی‌گردد که جماع الفناء هنوز شکل کالبدی یک میدان شهری را نداشته و بیشتر یک فضای باز وسیع بود که در آن فعالیت‌هایی نظیر آنچه گفته شد اتفاق می‌افتاد. این مسئله نشان می‌دهد که منظر کسب و کار حداقل در بخش شفاهی آن، بر صنعت گردشگری از یک سو و نظام‌مندی شهری میدان جماع از سوی دیگر تقدم زمانی دارد.

مادی‌گرا و مبتنی بر کالا شد. زیرا با بازشناسی و نوسازی میدان جماع الفناء، این میدان عملاً به فصل مشترک مدینه و بخش اروپایی‌نشین شهر مراکش تبدیل شد و نقش عملکردی گره شهری به عهده آن گذارده شد. به این ترتیب می‌توان انتظار داشت که پای «بیگانه» به تدریج به این منطقه مهم شهری باز شده و در نتیجه خدمات تجاری مورد مطالبه این قشر نیز همگام با آن در بخش‌های نوگرای میدان ارایه شد.

در مجموع باید گفت که مرحله نخست جهش منظرین میدان جماع الفناء هرچند دارای خاستگاه غیروومی بوده و اهداف استثمارگرایانه را در پس خود داشته، در نهایت به دلیل رعایت اصول زندگی شهری بوم‌گرا، نتایج همگرایانه‌ای در برداشته است: هم منجر به ایجاد نظم کالبدی در میدان شده و هم از نظام بومی پیشین مبتنی بر کسب و کار شفاهی حفاظت کرده است. در واقع بزرگترین دستاورد منظرین این دوران، حفظ نظم شرقی-ارگانیک میدان بوده که بار فرهنگی-تاریخی منظر را به عهده داشته است.

#### • دوران پس از استعمار

دومین جهش منظرین، بیش از نمونه پیشین جنبه ذهنی منظر میدان جماع الفناء را هدف قرار داد. هرچند مدینه شهر مراکش - که میدان جماع الفناء زیرمجموعه آن بود - در سال ۱۹۸۵ میلادی به‌عنوان میراث جهانی در سازمان یونسکو ثبت شد، اما اهمیت فرهنگی میدان همچنان مهجور باقی مانده بود (Skounti & Tebbaa, 2011 : 57)؛ تا جایی که در دهه ۱۹۹۰ سیاست‌های شهرداری مراکش، این میدان را در معرض تخریب کالبدی قرار داد (Meller, 2010). ارزش منظر میدان به‌عنوان «میراث شفاهی و غیرملموس» نخستین بار توسط خوان گویتیسولو (Juan Goytisolo) نویسنده اسپانیایی ساکن مدینه مراکش مورد توجه قرار گرفت. او در رمان خود «مقبره» (makbara)، منتشر شده به سال ۱۹۸۰، زندگی رایج در میدان جماع الفناء را اتوپای زندگی عشایری (یا همان زیست موقت) معرفی می‌کند؛ آن را جهان بدون رییس خوانده و در عین الغای مالکیت، میدان را دارای سلسله‌مراتب فضایی محکم می‌داند (Goytisolo, 1988 : 205) او سازوکار فضایی میدان را «بی‌قواره» و «ناشیانه» دانسته (همان) و در عین حال این شیوه را ستایش می‌کند. به کار بردن اصطلاح «چریدن» برای زندگی در جریان در میدان نیز، زاویه دید گویتیسولو را به فرهنگ بومی جماع الفناء و سرزمین مغرب آشکارتر می‌سازد. در واقع وی به‌عنوان یک «بیگانه» به قضاوت در مورد فرهنگ مراکشی پرداخته و چون آن را دور از مدنیت جهان شمول دانسته، تحسینش کرده است. نگرشی که به نوعی ادامه دیدگاه تفکیک‌آمیز مارشال میان دو جهان اروپایی و افریقایی است.

گویتیسولو توانست روشنفکران محلی را با خود همراه کرده و توجهات را جلب کند. ایده وی تحت عنوان «حفاظت از میراث

فرانسوی مراکش، ماشال لیوتی (Marechal Lyautey)، سیاست همخوان‌سازی را به جای همگون‌سازی در شهرسازی و معماری مراکش در پیش گرفت. به این معنا که جهت ایجاد نظم اجتماعی دلخواه دولت فرانسه و ایجاد اتحاد، اعمال فشار امری نامطلوب و پرهزینه شمرده و به جای آن، قرار بر حفظ روش‌های زندگی محلی شد (Minca, 2006 : 158,159). اهمیت چنین سیاستی هنگامی آشکار می‌شود که با سیاست توسعه شهری دولت استعمارگر بریتانیا در مستعمره‌ای مانند هند مقایسه شود. سیاست مبتنی بر تغییرات وسیع در ساختار شهری؛ (نظیر آنچه در شهر بمبئی شاهد آن هستیم). بر این اساس ایده طراحی شهر دوگانه (city dual) مطرح شد که شامل سه رکن بود:

۱. حفظ و نگهداری مناطق سنتی و بومی

۲. ایجاد کمربند سبز دور این مناطق بوم

۳. طراحی و ساخت شهر جدید برای سکونت ساکنان اروپایی

براساس این نظریه شهرهای مراکش شامل دو بخش مجاور مدینه و ویل نوول شدند. در ادامه مارشال لیوتی برای توسعه بافت سنتی به موازات حفظ نظام بومی، پروژه‌ای را تحت عنوان «الهام بخشی برای فرهنگ‌های محلی» آغاز کرد. بخشی از این پروژه مربوط به مطالعات سیستماتیک سایت‌های تاریخی مراکش بود. از دل این مطالعات، میدان جماع الفناء «بازکشف» شد. تا پیش از آن میدان فاقد شکل هندسی قابل تشخیص و حریم مشخص‌کننده محدوده آن بود. در عین حال این فضا واجد «سرزندگی» بود که مارشال را مجذوب خود کرد (همان : ۱۶۰ و ۱۶۱). سرزندگی حاصل از منظر مردمی وابسته به منظر کسب و کار بومی که در طول زمان همچنان دوام یافته، اما ارزش آن ناشناخته مانده بود.

مارشال دستور به محاسبه و مشخص کردن حدود میدان داد و دستورات سه‌گانه برای محافظت از میدان به‌عنوان میراث فرهنگی مراکش وضع شد:

۱. مرکز میدان، از ساخت و سازهای آتی مستثنی شد.

۲. نمای ساختمان‌های پیرامون میدان، بدون مجوز از مراجع ذی‌صلاح اجازه اعمال تغییرات ندارند.

۳. فقط «بومیان» اجازه خرید یا اجاره ساختمان‌های پیرامون و جز محدوده میدان را دارا هستند (همان : ۱۶۷).

#### تأثیر سیاست‌گذاری شهری بر منظر کسب و کار میدان

دستورات سه‌گانه حفاظت میدان جماع الفناء از دو بعد بر منظر کسب و کار آن مؤثر بود. بعد اول با تأکید بر مصونیت فضای داخلی میدان، هر گونه ساخت‌وساز عملاً مهر تأییدی بر ادامه حیات فعالیت‌های مبتنی بر منظر کسب و کار بومی داخل میدان زد. به این ترتیب عرصه برای حفظ و بقای میراث شفاهی میدان باز ماند. از سوی دیگر جایگزینی مغازه‌ها و کافه‌ها به جای دیوارهایی که پیش‌تر به دور میدان بود، آغازگر موج جدیدی از منظر کسب

### گردشگری و منظر کسب‌وکار: تماشاگر و بازیگر

کشور مراکش به دلایل گوناگون (از جمله نزدیک بودن به اروپا، داشتن سواحل فراوان و تأثیرات سال‌ها تحت‌الحمایگی اروپا) سرزمینی گردشگر پذیر بوده است و این مسئله جای مناقشه نیست. پرسش اساسی این نوشتار از ابتدا بر نوع ارتباط متقابل میان گردشگر و منظر کسب‌وکار بوده‌است. گردشگری در شهری مانند مراکش از زمان استعمار به صورت جسته و گریخته وجود داشته‌است، اما آغاز رونق گردشگری به‌عنوان دومین منبع درآمد کشور، به اواخر دهه ۱۹۹۰ و به‌طور مشخص پس از ابلاغ «چشم‌انداز ۲۰۱۰» در سال ۱۹۹۹ توسط پادشاه مراکش سلطان محمد ششم برمی‌گردد (فرمان مبتنی بر دستیابی رقم به ۱۰ میلیون گردشگر خارجی در سال ۲۰۱۰ میلادی). تاریخ هر دو مرحله گذار منظر کسب‌وکار میدان جماع‌الفناء بر این تاریخ تقدم زمانی دارد. در واقع گردشگران در دو مرحله اصلی گذار منظرین میدان جماع‌الفناء - و مشخصاً منظر کسب‌وکار- نقش کم‌رنگی داشته‌است. این به معنای مؤثر نبودن گردشگران در صنعت کسب‌وکار بومی نیست. برای مثال حضور گردشگران، کسب‌وکار حاشیه میدان جماع‌الفناء را، همانند بازارهای مدینه مراکش، به‌طور کامل تحت تأثیر خود قرار داده‌است (این تأثیر صنعت گردشگری، در مقایسه با شهری کم‌گردشگر مانند مکناس بیشتر هویدا می‌شود). اما در فضای داخل میدان، تأثیر توریسم بیشتر محدود به کسب‌وکار مادی است. برای نمونه غرفه‌های فروش نوشیدنی فضاهای با ظاهر کاملاً توریستی هستند، اما نمونه بومی آن در غرفه‌های فروش نوشیدنی سنتی نیشکر در مکناس نیز مشهود است؛ یعنی این عناصر نیز به‌طور مطلق تحت تأثیر توریسم نیستند.

کسب‌وکار شفاهی اما چنان که دیده‌شد، جز فرهنگ و تاریخ میدان

ناملموس میدان جماع‌الفناء» در نهایت در ۱۹۹۷ منجر به معرفی جماع‌الفناء توسط یونسکو به عنوان فضای فرهنگی لازم به حفاظت شد (Schmith, 2005: 179). طرح پیشنهادی خوان‌گویتیسولو چنان مهم بود که زمینه‌ساز بیانیه سال ۲۰۰۳ یونسکو در زمینه میراث فرهنگی ناملموس شد. در این بیانیه عوامل غیرفضایی همچون رفتارها، نمادها، دانش و مهارت‌های بومی تحت عنوان میراث فرهنگی ناملموس شناخته شد (Unesco, 2003). این تعریف با ارزش‌های شفاهی و ناملموس میدان جماع‌الفناء و به‌ویژه کسب‌وکار شفاهی رایج در این میدان انطباق دارد. فعالیت‌های تاریخی میدان نظیر فالگیری و پیشگویی، با این تعاریف و تلاش گویتیسولو تحت حمایت یونسکو درآمدند (تصویر ۷ و ۸).

مرحله دوم جهش منظرین میدان جماع‌الفناء نه جنبه عینی داشت و نه شامل تحول کالبدی بود. این جهش یک تحول معنایی بود که نظریه همگان را به ارزش میراث شفاهی میدان جلب کرد و از این بابت جهش منظرین مهمی در تصویر ذهنی مخاطبان میراث فرهنگی نسبت به میدان جماع‌الفناء به حساب می‌آید. نکته مهم آن‌که خاستگاه این تحول نیز مانند مرحله اول غیربومی و مبتنی بر اقدام فردی بوده و نقش مخاطب بومی و روحیه جمعی در حفاظت از این میراث معنوی کم‌رنگ است. می‌توان اثرات میل به جهانی‌شدن و نیز تداوم ذهنی استعمار را از علل مهم این برخورد دانست. نکته مهم در تفاوت انگیزه تحول منظر میدان است که علت فرهنگی داشته و مبتنی بر علاقه به حفظ میراث فرهنگی هرچند متعلق به کشوری بیگانه بوده‌است. در حالی که خودآگاهی بومی در این قضیه برانگیخته نشده و حتی برعکس، ناآگاهی بومی نسبت به داشته‌های فرهنگی میدان جماع‌الفناء، میدان را در معرض خطر تغییرات کالبدی قرار داده بود.



تصویر ۸. بساط مارگیری. میدان جماع‌الفنا. مراکش.  
عکس: سمانه رحمدل، ۱۳۹۵.



تصویر ۷. بساط فالگیر. شب. جماع‌الفنا.  
عکس: سجاد مودن، ۱۳۹۵.



ناشی از تغییرات روح زمان و جهانی شدن ملت‌ها باشد. به عبارتی، گردشگران در میدان جماع الفناء صرفاً تماشاگران و یا حداکثر سیاهی‌لشکر صحنه نمایش عظیمی هستند که بازیگران اصلی آن، همین میراث‌داران فرهنگ شفاهی میدان هستند.

بوده به گونه‌ای که استعمارگران را تحت تأثیر خود قرار داده است. هرچند شکل این فعالیت‌ها تغییراتی داشته، برای نمونه امروز قصه‌گویان و فال‌گیران کمتری در میدان حضور داشته و نوازندگان حضور فعال‌تری دارند (Schmitt, 2005: 184)؛ اما به نظر می‌رسد این تغییرات بیشتر از اینکه تحت تأثیر حضور گردشگران باشد

## نتیجه‌گیری

ظاهر منطبق با معیارهای مرکززدایانه پسااستعماری ست، ولی در باطن «منظر پسااستعماری» به حساب نمی‌آید، زیرا برخاسته از آگاهی جمعی ساکنان بومی مراکش نبوده و تنها حاصل اقدام فردی افرادی است که از قضا، خود مستقیم یا غیرمستقیم، استعمارگر هستند. منظر حاصل، منظری که هرچند به شکل بومی و اصیل خود شباهت زیادی دارد، اما این دوام و حفظ هویت بومی خود را مرهون استعمار و «بیگانه» است (بیگانه به معنای مقیم/ استعمارگر و نه گردشگر). تناقضی که شاید علت آن از خودبیگانگی فرهنگی ناشی از همنشینی طولانی با کشورهای اروپایی باشد و می‌تواند در دراز مدت میراث شفاهی میدان جماع الفناء را تهدید به تغییر یا تزلزل کند و این میراث تحت تأثیر مطالبات گردشگران اروپایی قرار گیرد.

در اصل منظر کسب و کار بومی مراکش، منظری استعماری با پوشش و ظاهر پسااستعماری است. علت آن نیز عدم وجود خودآگاهی جامعه مستعمره نسبت به اهمیت گفتمان پسااستعمارگرایی در جامعه خویش است. تا زمانی که جامعه در موضوع پسااستعمار به خودآگاهی جمعی نرسد، همه ابعاد منظر، از جمله منظر کسب و کار، نفوذپذیر و در معرض آسیب استعمار نوین خواهد بود.

با توجه به دستاوردهای بخش دوم این نوشتار، فرضیه مطروحه هرچند به طور کامل مردود نیست اما قابل قبول نیز نمی‌باشد. تأثیر گردشگران بر صنعت کسب و کار مادی میدان جماع الفناء، با عنوان احتمالی گردشگرپذیرترین بخش منظر کسب و کار بومی مراکش، کمابیش قابل مشاهده است (هرچند این تأثیر بیشتر در بخش جداره پیرامونی میدان چشمگیر است). اما منظر کسب شفاهی که به واقع «روح میدان» است با حفظ میراث چندصد ساله، همچنان نبض مدینه را در اختیار داشته و گردشگران را محسوس خود می‌کند.

اقدام نویسنده اسپانیایی در توجه به میراث ناملموس، موجب آشکار شدن تمایز منظر کسب و کار میدان جماع الفناء از سایر بخش‌های مدینه شهر مراکش شده و ثابت نمود اعتبار حقیقی میدان وابسته به منظر کسب و کار شفاهی آن است. هرچند کمیت و شکل منظر شفاهی تحت تأثیر عوامل گوناگونی نظیر استعمار، اختلاط فرهنگی، جهانی شدن و گردشگری دچار تحول شده اما حقیقت روح آن ثابت مانده است: جماعتی که به دور یک نفر حلقه زده و شاهد هنرنمایی وی هستند.

در انتها باید گفت هرچند رونق صنعت گردشگری بر «منظر کسب و کار بومی» میدان تأثیر داشته، منظر کسب و کار میدان جماع الفناء منظری صرفاً توریستی نیست. این منظر هرچند در

## پی‌نوشت

- این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی «گردشگری منظر بومی مراکش» است که در سال ۹۵ و ۹۶ در پژوهشکده نظر انجام و سفر مطالعاتی آن به مقصد ۱۲ شهر مراکش در شهریور ۹۵ برگزار شد.

## فهرست منابع

- Goytisoló. J. (1988). *Makbara*. Barcelona: Seix Barral.
- Meller. H. (2010). *Taking it to the next level: the internationalization of domestic norms and intangible cultural heritage*. Georgetown University's Journal of Communication, Culture & Technology (CCT). August 26, 2010. available at: <http://www.gnovisjournal.org/2010/08/26/taking-it-next-level-internationalization-domestic-norms-and-intangible-cultural-heritage>.
- Minca. C. (2006). *Re-inventing the 'square': post-colonial geographies and the tourist gaze in Jamaa el Fna, Marrakech*. In book: *Travels in Paradox: Re-mapping Tourism*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Schmitt. T. (2005). *Jemaa el Fna Square in Marrakech: Changes to a Social Space and to a UNESCO Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity as a Result of Global Influences*. *The Arab World Geographer*. 8(4) :173-195.
- Skounti. A. & Tebbaa. O. (2011). *Patrimoine mondial et patrimoine culturel immatériel, le problème de la double reconnaissance de l'UNESCO: cas de Marrakech. De l'immatérialité du patrimoine culturel*. Pub: Bureau régional de l'UNESCO à Rabat et Equipe de recherche Culture, patrimoine et tourisme de la Faculté des Lettres et des Sciences humaines, Université Cadi Ayyad, Marrakech.
- Tebbaa. O. and El Faiz. M. (2003). *Jemaa el Fna*. Casablanca: Editions Paris Mediterranee.
- UNESCO (2003). *International Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. part. 2, para. 1.
- وطن‌آبادی، شعله. (۱۳۸۲). *گفتمان پسااستعماری*. *مجله بایا*. ۲(۸،۷،۶) : ۳۳-۳۰.