

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز تحت عنوان :
Aesthetics of Bazar In Medina of Morocco
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

زیبایی‌شناسی بازار در مدینه‌های کشور مراکش*

ساره جورمند**

کارشناس ارشد مطالعات معماری ایران، دانشگاه هنر اصفهان، ایران.

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۲/۰۹ تاریخ اصلاح: ۹۷/۰۴/۱۵ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۶/۳۱ تاریخ انتشار: ۹۷/۰۹/۱۱

چکیده

بازار به عنوان یکی از عناصر معماری، نقش ستون فقرات شهر را در شهرسازی اسلامی دارد؛ مطالعه این عنصر در شهرهای مختلف و وجوه اشتراک و افتراق آنها می‌تواند پاسخ به چگونگی شکل‌گیری بازار در هر سرزمین باشد. آنچه در این تحقیق مورد توجه بوده، مطالعه بازارهای کشور مراکش در مدینه (بافت‌های تاریخی)های شش شهر رباط، تانژه، تطوان، فاس، مکناس و مراکش است. در این تحقیق سعی بر آن است تا به شناخت عناصر تأثیرگذار در زیبایی‌شناسی بازارهای این کشور پرداخته و با مطالعه مصادیق زیبا در این بازارها، به درک زیبایی‌شناسی آنها پرداخته شود. اطلاعات در دو بخش حاصل از مشاهدات میدانی و مطالعات کتابخانه‌ای در پی پاسخ به این پرسش است: چه عناصر مشترکی در نمونه‌های انتخاب شده وجود دارد که می‌تواند به عنوان قوانین زیبایی‌شناسی این سرزمین در چگونگی شکل‌گیری بازارهای مراکش، از آن نام برد؟ مطالعه نمونه‌ها نشان می‌دهد که سه حوزه معنا، فعالیت و کالبد با مصادیق مرتبط با هر یک، عوامل تأثیرگذار بر زیبایی بازارهای مراکش است که از مجموع مصادیق موجود، همگنی بازار با بافت مدینه‌ها، شکل‌گیری عملکرد مسکونی و تجاری در کنار هم و سادگی فضاها سه مصادیقی است که با تکرار بیشتر در بازارها، ارزش‌گذاری بالاتری نسبت به سایر مصادیق برخوردار است.

واژگان کلیدی

بازار، مدینه، زیبایی‌شناسی، مراکش.

مقدمه

بازارها نقش مراکز فعالیت‌های تجاری را با اقسام و مراحل مختلف ایفا می‌کنند و این نقش به طور مستقیم در شکل‌گیری بافت انواع آن انعکاس یافته است (عثمان، ۱۳۷۶: ۲۳۸). بی‌تردید عوامل بسیاری در ایجاد این تفاوت مؤثر است؛ آن جمله می‌توان به بستر جغرافیایی، پیشینه ذهنی و فرهنگ جامعه، خاستگاه زمانی و مکانی اثر، نیازها و شرایط اقتصادی و اجتماعی اشاره کرد. این تفاوت زمانی آشکار می‌شود که با تدقیق در نمونه‌های مشابه، بتوان به یک قانون‌مندی مشخص

یکی از ویژگی‌های اصلی شهرهای اسلامی آن است که این شهرها از بافتی تجاری برخوردارند و حتی برخی از پژوهشگران معتقدند که شهرهای اسلامی در اصل برای تحقق اهداف تجاری در تقاطع راه‌های عبور کاروان‌های تجاری تأسیس شده‌اند.

رسید و از طریق آن، در سطحی بالاتر به چرایی این تفاوت پاسخ داد.

این تحقیق بر آن است تا به این پرسش پاسخ دهد که عناصر مشترک در بازارهای‌های انتخاب شده چیست که می‌تواند به عنوان قوانین زیبایی‌شناسی این سرزمین در چگونگی شکل‌گیری بازارها مؤثر باشد.

مجموع عوامل مؤثر در ایجاد تفاوت‌ها، سبب می‌شود تا آنچه از زیبایی یک اثر در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد نیز متفاوت باشد. بنابراین این تحقیق در بخش اول بعد از مرور کلی بازار شهرهای اسلامی و توصیف بازار در مدینه‌های مراکش، با استفاده از منابع موجود به تعاریف مربوط به چیستی زیباشناسی و زیبایی‌شناسی، به تعریف مفاهیم مربوط به زیبایی در یک مکان پرداخته و در بخش دوم با استناد به مبانی به دست آمده و مشاهدات صورت گرفته در طول سفر، با تشخیص عوامل تکرارشونده به عنوان مصادیق زیبا در بازارهای ۶ شهر از میان شهرهای کشور مراکش عناصر و مصادیق زیباشناسی بازار در هر یک از شهرها را استخراج و در نهایت به شناخت قواعد زیبایی در بازارهای مراکش می‌رسد.

بازار در شهرهای اسلامی

وضعیت بازار شهرهای اسلامی در ابتدا فضایی باز و بدون ساختمان بود مگر سایبان‌هایی حصیری که فروشندگان خود و کالاهایشان در سایه آن قرار می‌گرفتند.

وجود بازارهای روزانه و فصلی در ابتدا و سپس گسترش آن با توجه به مکان و زمان در شهرها سبب شد تا بازار در طی زمان تکامل پیدا کند. پوشش سقف بازارها توسط پارچه و الیاف در دسترس، قرارگیری دکان‌ها در جلوی خانه‌ها و عدم تفکیک عملکردها و وجود فعالیت‌های مورد نیاز در کنار هم شکل اولیه بازار در شهرها را به تصویر می‌کشد (عثمان: ۲۳۹).

مراحل تکامل بازار در دوره امویان را می‌توان در چند مورد خلاصه کرد:

- بنای بازارهای جدید و قراردادن سقف‌هایی برای آنها با پیروی از یک شیوه معماری معین.
 - تأسیس واحدهای تجاری در دو طبقه که طبقه اول به تجار و طبقه دوم برای سکونت در نظر گرفته شده بود.
 - تکامل و تحول بازار در این دوره در صنف‌بندی تجارت خلاصه می‌شد، در این صنف‌بندی هر صنف تجاری در یک محل مشخص استقرار می‌یافت (عثمان: ۲۴۱).
- این دوره تکامل، پایه و اساس شکل‌گیری بازارها را بنا نهاد و از آن پس به نظر می‌رسد تغییرات شکل گرفته در جزئیات

مربوط به بازار بوده است.

بازار در مراکش

در میان بافت مدینه‌های کشور مراکش، در ادامه گذر از کوچه‌های پیچ در پیچ، در میان زندگی روزانه ساکنان، گذرهایی با عرض بیشتر وجود دارد که در دو سمت آن، ردیف مغازه‌ها در کنار یکدیگر قرار گرفته است. رهگذران این مسیرها تنها خریداران و یا فروشندگان نیستند، ساکنان خانه‌هایی هستند که بی‌هیچ فاصله‌ای در طبقات و یا در کنار مغازه‌ها شکل گرفته است و تلفیقی از شور و زندگی روزمره همراه با فعالیت اقتصادی افراد را می‌توان با حضور در بافت‌ها تجربه کرد. نقاط مشترک بازار در مدینه شهرهای مراکش، نداشتن تعریف مکانی مشخص است؛ به عبارت دیگر بازار در بافت، حل شده و ترکیب همگنی از تجارت و سکونت شکل گرفته است. در هر گذر تلفیقی از اصناف تجاری وجود دارد؛ مصنوعات چرمی در کنار سفال، پوشاک و خوراکی‌جات، تنوعی از رنگ و بو داشته و هر لحظه توجه مخاطب را به سویی جلب می‌کند. مخاطب با غرق شدن در اجناس، گذرها را پیچ در پیچ طی می‌کند به طوری که به نظر می‌رسد شخص در بنای واحدی در حرکت بوده تا به واشدگاهی می‌رسد که معمولاً محل بازارهای موقت است. در بازار مراکش آنچه خود را متمایز از دیگر فضاها می‌کند اجناس و افراد حاضر در مکان هستند نه کالبد و فرم بازار. کالبد بازار چیزی متفاوت از دیگر گذرهای بافت نیست، شاید تنها سایبان‌ها عنصری است که خاص این گذرهاست که در بعضی از شهرها تنها در بالای مغازه‌ها، در برخی دیگر پوشش‌های ابتدایی مانند خیزران و یا حصیر و در شهرهایی چون فاس و مکناس به شکل سطوح مشبکی است که بر کل گذر بازی نور و سایه را به نمایش می‌گذارد (تصاویر ۱-۱ تا ۱-۳ و ۲-۱ و ۲-۲ و ۳ و ۴-۱ تا ۴-۴).

مکان و زیبایی

آنچه پیش‌تر در بخش تکامل بازارها بدان اشاره شد، نشان از تکامل بازار در دو بخش کالبد و فعالیت این عنصر شهری است. این دو عامل در کنار معنا سه عاملی است که در عصر سنت یک مجموعه واحد را شکل می‌داده و مجموع سه عامل، میزان سنجش زیبایی بوده است (منصوری، ۱۳۸۹: ۱۳). در این تحقیق نیز مصادیق تکرارشونده در بازارهای مراکش، در سه بخش کالبد (صورت)، فعالیت (کارکرد) و معنا (تقدس) استخراج می‌شود و پاسخ به سه سوال می‌تواند در یافتن مصادیق زیبایی (چیستی) بازارها راه‌گشا باشد:

- عناصر تکرارشونده در کالبد بازارهای مراکش چیست؟

فعالیت‌ها، سه پایه هویت مکان را شکل می‌دهند. البته نباید چنین تصور کرد که حس مکان در این سه عنصر قرار گرفته است، بلکه تعامل انسان با این سه عنصر است که حس مکان را شکل می‌دهد. از آنجا که زیبایی نیز بخشی از تأثیر

فعالیت‌های تکرارشونده در بازارهای مراکش چیست؟
- حس تکرارشونده در بازارهای مراکش چیست؟
در دیدگاه صاحب‌نظران درباره حس مکان نیز این دسته‌بندی وجود دارد، «رالف» می‌گوید: خصوصیات کالبدی، معانی و



تصویر ۱-۲. تنوع محصولات، مراکش، عکس: ساره جورمند، ۱۳۹۵.



تصویر ۱-۱. گذرهای باریک و پیچ در پیچ تطوان، عکس: ساره جورمند، ۱۳۹۵.



تصویر ۲-۱. تنوع محصولات، مراکش، عکس: ساره جورمند، ۱۳۹۵.



تصویر ۲-۲. تنوع فضایی. تانزه، عکس: ساره جورمند، ۱۳۹۵.



تصویر ۳-۱. تنوع فضایی. تانزه، عکس: ساره جورمند، ۱۳۹۵.



تصویر ۳. نمونه تنوع فضایی موجود در شهرهای تانژه و تطوان که در هر دو شهر یکی است ولی در تصویر یک شهر آمده است. تانژه و تطوان، عکس: ساره جورمند، ۱۳۹۵.



تصویر ۱-۴. نوع پوشش سقف در بازارها. مراکش. عکس: ساره جورمند، ۱۳۹۵.



تصویر ۳-۴. تنوع پوشش سقف در بازارها. مراکش، عکس: ساره جورمند، ۱۳۹۵.

همچنین «مونتگمری» می‌گوید: «معانی مکان، ریشه در خصوصیات کالبدی و فعالیت‌های وابسته بدان دارد، ولی آن خصوصیات کالبدی مکان را شکل نمی‌دهند؛ بلکه مقاصد و تجربیات انسانی (فعالیت) هستند که خصوصیات مکان را شکل می‌دهند. بنابراین آنچه محیط ارائه می‌دهد، عملکردی است که عمل ارزنده خود ما آن را شکل می‌دهد. مونتگمری فضای عمومی موفق را در نوع فعالیت فضا می‌داند که می‌بایست تا حد امکان متنوع باشد؛ به عقیده او بدون حضور یک فعالیت پایه اقتصادی، امکان خلق مکان خوب وجود ندارد. مکان می‌بایست زمینه فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی را نیز فراهم کند (مدیری، ۱۳۸۷).

«کانتر» در تکمیل کار رالف و مونتگمری، مکان را شامل فعالیت، خصوصیات کالبدی و معانی محیط تعریف می‌کند. اغلب در تعاریف مکان بر اهمیت خصوصیات کالبدی اغراق می‌شود، در حالی که فعالیت‌ها و معانی اغلب تأثیر مهم‌تری در خلق حس مکان دارند (همان).



تصویر ۲-۴. تنوع پوشش سقف در بازارها. فاس، عکس: ساره جورمند، ۱۳۹۵.



تصویر ۴-۴. تنوع پوشش سقف در بازارها. تطوان، عکس: ساره جورمند، ۱۳۹۵.

حس حضور در یک مکان است، می‌توان از این سه عامل در تفکیک مصادیق زیبایی بهره گرفت.

و ترکیبی از نور و سایه در گذر از راسته‌ها فضایی متفاوت از گذرهای صرفاً مسکونی است و در نهایت وجود مفصل ارتباطی بین گذرها که معمولاً با وجود سقاییه و مسجد، به صورت نقطه عطفی در بافت مدینه و بازار شناخته می‌شود و فضای جمعی موجود در میانه و یا آغاز و انتهای بازار، سبب ایجاد تنوع فضایی شده که حس حضور در فضا را معنا می‌دهد (جدول ۲ و ۳).

آنچه از مقایسه مصادیق مربوط به سه حوزه کالبد، فعالیت و معنا در بازارهای ۶ شهر از شهرهای مراکش به دست آمد، به نظر می‌رسد هر سه حوزه مذکور به یک میزان در زیباشناسی بازارهای مراکش تأثیرگذار بوده است؛ عدم وجود تزیینات (سادگی)، نوع پوشش سقف (مصالح در دسترس)، نسبت ۱ به ۲ عرض گذرها به ارتفاع (تناسبات) به عنوان قوانین تکرارپذیری است که در اکثر نمونه‌ها مشاهده می‌شود. تلفیق عملکردهایی نظیر فضاهای مسکونی، سقاخانه و مسجد در میان بافت بازار به همراه قرارگیری اصناف متفاوت در کنار هم سبب شده تا نقش این حوزه نیز در زیبایی‌شناسی بازار پر رنگ شود. در نهایت وجود بازارها به عنوان بخش جدایی‌ناپذیر از بافت مدینه‌ها و به صورت غالب برقراری نسبت مساوی بین فعالیت‌های مرتبط با بازار و عملکردهای دیگر در بافت، از مصادیقی است که حس حضور در بازارهای مراکش را از نمونه‌های دیگر متمایز می‌کند. همچنین تنوع فضایی موجود مانند مفاصل ارتباط‌دهنده گذرها، واشدگاه‌ها و فضاهای جمعی و میدان‌ها سبب می‌شود تا از یکنواختی فضا کاسته شده و کوششی در مخاطب ایجاد کرده تا او را به ادامه مسیر ترغیب کند. در این بین نوع بهره‌مندی فضا از نور طبیعی در ایجاد حسی فضا بی‌تأثیر نیست؛ عبور از فضاهایی با مشبک‌هایی از مصالح ساده و یا بعضاً سایه‌اندازی کامل جداره‌ها بر گذر و یا حضور نور بدون کنترل سبب شد تا در کنار دیگر مصادیق حوزه معنا، ارزشی نسبتاً برابر با دو حوزه دیگر ایجاد کند.

نتیجه‌گیری

از عناصر و عوامل تکرار شده در ۶ شهر انتخابی می‌توان به تعاریف و قاعده‌هایی رسید که بیان‌کننده زیبایی از نگاه مردمان آن سرزمین است؛ سادگی، درون‌گرایی، هماهنگی با محیط از جمله مواردی بوده که از مطالعه نمونه‌ها حاصل شده است و از عوامل زیبایی‌شناسی بازارهای این منطقه به شمار می‌رود. بنابراین آنچه مصادیق زیبایی‌شناسی در بازارهای مراکش را تعیین می‌کند در هر سه حوزه کالبد، فعالیت و معنا است و هریک با سطح ارزشی تقریباً یکسان

با توجه به مجموعه عواملی که در شکل‌گیری یک عنصر در مقیاس معماری یا شهرسازی، از جز تا کل نقش دارد، در این تحقیق در بخش زیباشناسی کالبد بازارها عواملی مانند رنگ، تزیینات، تناسبات (عرض گذرها، ارتفاع)، نوع پوشش سقف بررسی می‌شود. نوع عملکردهای شکل گرفته در بازار، تفکیک یا تلفیق تخصص‌ها و نوع اجناس ارایه شده جهت فروش در زیباشناسی فعالیت بازارها مؤثر است و در نهایت موقعیت مکانی بازارها در بافت، نسبت بازار با دیگر عملکردهای بافت، تنوع فضایی (فضاهای مکث و حرکت) و چگونگی استفاده از نور، می‌تواند به حس تکرار شونده در بازارها کمک کند.

زیبایی در بازار مراکش

براساس طبقه‌بندی ذکر شده در جدول ۱، بازار در مدینه‌های ۶ شهر از شهرهای کشور مراکش مورد مطالعه قرار گرفت و میزان تکرار مصادیق مورد نظر در هر شهر، بررسی شد.

در بخش کالبد بازار، رنگ‌های به کار رفته طیف رنگ‌های روشن است که به صورت غالب رنگ سفید و کرم بوده و هیچ یک از بازارهای مورد مطالعه تزیینات نداشته است. آنچه گذرهای بازار را از آفتاب حفظ می‌کند، سایبان و مشبک‌هایی از جنس حصیر یا چوب است. وجود بناهای دو طبقه در کنار گذرها در اکثر شهرها، سبب ایجاد تناسبات ۱ به ۲ در نسبت عرض گذر به راسته شده که در بعضی شهرها این نسبت ۱ به ۳ است.

در حوزه فعالیت بازار، وجود عملکرد مسکونی در کنار عملکرد تجاری در تمام نمونه‌ها مشهود است که با وجود سقاییه‌ها و مسجد نیز در اکثر موارد، بافت بازار را شکل داده است. همچنین در تمام نمونه‌های ذکر شده، اصناف تجاری در کنار هم مشغول بوده و تفکیک صنوف و اختصاص هر گذر به یک صنف از اهمیت چندانی برخوردار نیست (تصاویر ۵ و ۶).

در بخش معنا، تمام بازارها در میان بافت مدینه‌ها شکل گرفته و نمی‌توان این بخش با عملکرد تجاری را از بافت مدینه‌ها جدا کرد. این عامل سبب شده است تا در اکثر نمونه‌ها بازار با عملکردهای دیگری که در میان بافت وجود دارد از نسبتی یکسان برخوردار باشد، اگرچه از نظر سطح اختصاص داده به خود، با عملکرد مسکونی تقریباً یکسان است و یا نسبت به مسجد و سقایا سطح بیشتری را به خود اختصاص داده، اما حضور در این مکان حس حضور در بازار را ندارد چنانچه این اتفاق در شهرهای تطوان و مراکش متفاوت بوده و حضور در این دو شهر، حضور در فضایی با عملکرد تجاری و اهمیت عامل اقتصادی را تقویت می‌کند. نور به عنوان یکی از مصادیق مهم در ایجاد معنا در فضاها، در اکثر بازارهای مراکش به صورت کنترل شده مورد استفاده قرار گرفته (جلوگیری از تابش مستقیم آفتاب به رهگذران و محصولات)



تصویر ۵. واشدگاه فضای انتهایی بازار. تطوان، عکس : ساره جورمند، ۱۳۹۵.



تصویر ۶. نسبت بازار با دیگر عملکردها. فاس، عکس : ساره جورمند، ۱۳۹۵.

جدول ۱. طبقه‌بندی مصادیق مربوط به هر حوزه، مأخذ : نگارنده.

حوزه	مصادیق
کالبد	رنگ- تزیینات- تناسبات- نوع پوشش
فعالیت	عملکردهای موجود- تفکیک یا تلفیق اصناف تجاری
معنا	موقعیت مکانی بازار در بافت- نسبت بازار با دیگر عملکردها در سطح شناخته شده به عنوان بازار- نور- تنوع فضایی

جدول ۲. مصادیق تکرارشونده در بازارهای ۶ شهر مورد مطالعه، مأخذ : نگارنده.

شهر	رابط	تانژه	تطوان	فاس	مکناس	مراکش	طبقه بندی حوزه مصادیق
مصادیق تکرارشونده (زیبا)	ندارد	سفید-کرم	سفید-سبز	کرم-قهوه ای	کرم-قهوه ای	اکر	رنگ غالب
	ندارد	ندارد	رنگ تا نیمه دیوار	ندارد	ندارد	ندارد	تزیینات
تناسبات (عرض گذر به ارتفاع)	یک طبقه	دو و سه طبقه	یک، دو و سه طبقه	یک و دو طبقه	یک و دو طبقه	یک و دو طبقه	کالبد
نوع پوشش سقف	حصیر، پارچه	ندارد	ندارد	مشبک-سایبان (چوب)	مشبک-سایبان (چوب)	مشبک-سایبان (پارچه، حصیر، چوب)	فعالیت
عملکردهای موجود در بازار	مسکونی	مسکونی	مسکونی-سقایه-مسجد	مسکونی-سقایه-مسجد-مدرسه	مسکونی-مدرسه-مسجد	مسکونی-مسجد	فعالیت
صنف تجاری	تلفیقی	تلفیقی	تلفیقی	تلفیقی	تلفیقی	تلفیقی	فعالیت
موقعیت مکانی بازار در بافت	میان بافت	میان بافت	میان بافت	میان بافت	میان بافت	میان بافت	معنا
نسبت بازار با دیگر عملکردها	برابر	برابر	اقتصاد	برابر	بسته به زمان متغیر	اقتصاد	معنا
نور و سایه	کنترل شده	تعریف نشده	تعریف نشده	کنترل شده	کنترل شده	تا حدی کنترل شده	معنا

جدول ۳. تصاویر بازار در شهرهای مورد مطالعه (رنگ و نوع پوشش)، عکس: ساره جورمند ۱۳۹۵.

شهر	رنگ	نوع پوشش
رباط	-----	
تانزه		-----
تطوان		
فاس		
مراکش		

فهرست منابع

- بemat، نجم‌الدین. (۱۳۹۳). شهر اسلامی. ترجمه: محمدحسین حلیمی و منیژه اسلامبولچی. تهران: سازمان اوقاف و امور خیریه، سازمان چاپ و انتشارات.
- عثمان، محمد عبدالستار. (۱۳۷۶). مدینه اسلامی. ترجمه: علی چراغی، تهران: امیرکبیر
- مدبری، آتوسا. (۱۳۸۷). شناخت فضا و تحلیل کالبدی، تهران: دانشگاه آزاد تهران مرکز.
- منصوری، سید امیر. (۱۳۸۹). زیبایی‌شناسی ایرانی. زیباسازی و منظر شهری، سلسله نشست‌های تخصصی پیرامون نگرش زیباشناختی و کیفیت محیط در سیمای شهری.
- منصوری، سید امیر. (۱۳۸۹). زیبایی‌شناسی ایرانی. زیباسازی و منظر شهری، سلسله نشست‌های تخصصی پیرامون نگرش زیباشناختی و کیفیت محیط در سیمای شهری.

در شکل‌گیری این قوانین تأثیرگذار بوده است. اما به نظر می‌رسد از بین مصادیق عنوان شده، همگنی بازار با بافت مدینه‌ها در مرحله اول، شکل‌گیری عملکرد مسکونی و تجاری در کنار هم که مطابق با بازار در نمونه‌های اولیه شهرهای اسلامی بوده در مرحله دوم و در نهایت سادگی فضاها، از مصادیق تکرارشونده‌ای است که می‌تواند از ارزش‌گذاری بیشتری نسبت به سایر مصادیق برخوردار بوده و حضور در بازارهای مدینه شهرهای مراکش را ویژگی خاص بخشد.

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.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author (s), with publication rights granted to the journal of art & civilization of the orient. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

جورمند، ساره. (۱۳۹۷). زیبایی‌شناسی بازار در مدینه‌های کشور مراکش. مجله هنر و تمدن شرق، ۶ (۲۱): ۵-۱۴

DOI:10.22034/JACO.2018.77144

URL: http://www.jaco-sj.com/article_77144.html

