

حفاظت از بازار تاریخی وکیل شیراز بر مبنای احیاء آداب و سنن واجد ارزش

حسین بحرالعلمی^۱، علیرضا رازقی*^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۲۰

چکیده:

بازار تاریخی شیراز به واسطه کارکردها یا سازماندهی‌های متنوع در ابعاد ارتباطی، اقتصادی، تشکیلاتی، اجتماعی و فرهنگی مذهبی واجد ارزش‌های ملموس و ناملموس بوده و آداب و سنن متنوعی در آن برقرار است؛ ارزش‌هایی که هرکدام به‌نوبه خود نیازمند حفاظت بوده و در فرایند احیا تاثیرگذارند.

پژوهش حاضر با هدف ایجاد معرفت نسبت به نقش و اهمیت ابعاد ناملموس در احیاء موارث فرهنگی، این بازار را از حیث نظام سنتی و آداب و سنن مرتبط مورد مطالعه قرار داده و در راستای دستیابی به فهم احیاء ارزش‌های مذکور حرکت می‌کند؛ در این راه با راهبردی تفسیری تاریخی و با رویکردی پدیدارشناسانه، آداب و سنن گذشته بازار را از طریق مطالعات اسنادی و مصاحبه‌ها و مشاهدات میدانی شناسایی و راهبردهای احیاء مصادیق ارزش‌های احصاء شده را تبیین می‌نماید.

این ارزش‌ها با توجه به ماهیت مشترک خود در ذیل عناوین پنج‌گانه طبقه‌بندی و پس از تحلیل و تجمیع از طریق بررسی ارتباطات موجود، به دوازده راهبرد کلیدی از جمله تقویت نقش ارتباطی بازار در مقیاس مجموعه‌ای، احیاء جریان تولیدگر، احیاء آداب و سنن مرتبط با نظام‌های انگیزشی و سازوکار تامین امنیت بازار، گرایش به سمت مدیریت مشارکتی و کاهش نقش نهادهای دولتی در امور داخلی بازار، گرایش به سمت انتقال ارزش‌های ناملموس به نسل جوان و ممانعت از تبدیل بازار شیراز به یک مرکز صرفاً گردشگری در راستای بازیابی آداب و سنن بازار و درنهایت صیانت از ارزش‌های فرهنگی مذهبی و تاکید و تشویق به پایبندی نسل جوان به آداب و سن مرتبط به‌عنوان موارث ارزشمند ناملموس در این مجموعه شهری، منتج می‌شوند.

واژگان کلیدی: میراث ناملموس، آداب و سنن، احیاء، بازار وکیل شیراز.

^۱. کارشناس ارشد مرمت و احیاء بناها و بافت‌های تاریخی، دانشگاه هنر، تهران، ایران.

^۲. دکترای معماری اسلامی، دانشیار دانشگاه هنر، تهران، ایران.

۱- مقدمه:

بازار وکیل شیراز میراثی است که در تاریخ اجتماعی و اقتصادی این شهر جایگاه ویژه‌ای داشته و به واسطه تداوم ارزش‌های کالبدی و عملکردی کماکان با گذشت قرن‌ها رونق و خود را حفظ کرده است. نقش و منزلت اجتماعی این مجموعه در زندگی شهری موجب شده که بازار نه تنها به عنوان یک فضای اقتصادی بلکه مکانی برای بسیاری از مراودات اجتماعی سیاسی و حتی فرهنگی مذهبی محسوب شود (سلطان‌زاده، ۱۳۶۲: ۱۵۱). این بازار همواره در پاسخ به کیفیتی از زندگی است و بالطبع صورتی از زندگی در قالب فعالیت‌ها و مراودات گوناگون روزانه، در آن برقرار است. بدین ترتیب این مکان تاریخی با پیکره کالبدی خاص، متشکل از بخش‌های ارگانیک و از پیش طراحی شده، مجموعه‌ای نظام‌مند از سازماندهی‌ها، مقررات و آداب و رسوم و رفتارها را در خود جای داده و بر این اساس واجد کیفیات ارزشی ملموس و ناملموس است؛ ابعادی که هر کدام به نوبه خود در فرایند حفاظت و احیاء نیازمند توجه بوده و رویکردهای خاص خود را می‌طلبند. در بعد ناملموس معرفت و شناخت عمیق نسبت به این سازماندهی‌ها و فعالیت‌ها یا به طور کلی آداب و سنن بازار است که ارزش‌ها را تفهیم کرده و بیانگر هویت و پویایی بازار در هر دوره است؛ شناختی که تاکنون از دید پژوهشگران و متولیان امر حفاظت به دور مانده یا در مواردی خاص به صورت سطحی بدان پرداخته شده است. در واقع شناخت نسبت به این آداب و سنن تاریخی و چگونگی فهم احیاء مصادیق ازدست‌رفته آن نیازمند تسلط بر نظام زندگی در بازار و شناسایی راهبردهای مدیریت تغییرات در این زمینه است.

بر این اساس پژوهش حاضر باهدف ایجاد معرفت نسبت به نقش و جایگاه ابعاد ناملموس در روند احیاء بازار وکیل شیراز آداب و سنن قابل‌اتکا در این زمینه را شناسایی و طبقه‌بندی کرده و در نهایت ایده‌های مفهومی احیاء در این مجموعه تاریخی را ارائه می‌کند.

با نگاه به این هدف، پژوهش حاضر در راستای پاسخ‌گویی به سوالات زیر سامان یافته است:

- آداب و سنن واجد ارزش در بازار تاریخی وکیل شیراز کدامند؟
- حفاظت از بازار تاریخی وکیل شیراز بر مبنای احیاء آداب و سنن واجد ارزش چگونه خواهد بود؟

۲- پیشینه نظری تحقیق:

توجه به مفهوم میراث ناملموس و ارزش‌های مرتبط با آن در نیمه دوم قرن بیستم مطرح و تاکنون در سطوح جهانی تکامل یافته است. در سال ۱۹۶۰ م. ریموند ویلیامز^۱ ضمن ارائه یک تعریف جدید بیان می‌کند که فرهنگ را نمی‌توان به محصولات ملموس آن محدود کرد زیرا به طور مداوم زنده بوده و در حال تکامل است (Raymond, 1960: 11) بیانی که مبانی مفهومی میراث ناملموس را پایه‌ریزی کرد. به همین ترتیب تا اواخر دهه ۱۹۷۰ م. توجه بخشی از جامعه بین‌المللی به این موضوع جلب شد که دامنه و معنای فرهنگ فراتر از محصولات ملموس آن است و حفاظت مناسب در این بعد، زمانی محقق می‌شود که در ارتباط با معنای غیرمادی آن نیز باشد (Ienzerini, 2011: 104). به دنبال این جریان فکری با بیان اهمیت منظر فرهنگی، گسترش مفهوم میراث ناملموس آغاز

می‌شود؛ به عقیده بلیک^۲ مطالعه مناظر فرهنگی به واسطه رجوع به مباحث مردم‌شناسی و نحوه زندگی آنان با اثر و محیط پیرامونی ما را به مفهوم عناصر ناملموس نزدیک می‌سازد (Blake, 2000: 73). پس از بیان این ارتباط، اعلامیه مکزیکوسیتی (۱۹۸۲ م.) در ضمن ارائه تعریفی از فرهنگ، بر لزوم درک و فهم میراث فرهنگی به خصوص ابعاد ناملموس آن در راستای حفاظت تاکید می‌کند (World conference on cultural policies, 1982)، به همین ترتیب بیانیه واشنگتن (۱۹۸۷ م.) شهرهای تاریخی را به واسطه نقش آن به عنوان سند تاریخی بررسی و به جایگاه ارزش‌های ناملموس در بعد شهری اشاره می‌کند (ICOMOUS meeting in Washington: 1987) یک سال بعد کنفرانس عمومی یونسکو اولین ابزار قانونی بین‌المللی در قالب توصیه‌نامه حفاظت فرهنگ سنتی و عامه تصویب و به واسطه آن بخشی از میراث فرهنگی ناملموس را به عنوان عاملی برای تاکید بر هویت فرهنگی، لایق حفاظت می‌نامد (ICOMOUS General meeting in Paris, 1989) پس از آن در سال ۱۹۹۹ برنامه‌ای برای حفظ گنجینه زندگی انسانی مورد توجه قرار گرفته و در ضمن توصیه به شناسایی صنایع سنتی، به انتقال دانش و مهارت‌های مرتبط با آن (به عنوان بخشی از میراث ناملموس) به نسل‌های جوان تاکید می‌کند (UNESCO - Intangible Heritage Section, 1999). در تکمیل این رویکرد مجمع عمومی یونسکو در پاریس (۲۰۰۱ م.) حفاظت از تنوع فرهنگی را به طور جدایی‌ناپذیر در گرو حفظ میراث ناملموس معرفی و آن را برای ارتقاء همگانی و روابط بین فرهنگی ضروری می‌داند (General conference in paris, 2001). در طی این روند تکاملی، سرانجام در سال ۲۰۰۳ کنوانسیون تحت عنوان "صیانت از میراث فرهنگی ناملموس"^۳ تدوین و این بعد میراثی را به معنای اقدامات، نمایش‌ها، ابزارها، دانش و مهارت و فضای فرهنگی مرتبط با مصنوعات دانسته که جوامع و گروه‌ها آن‌ها را به عنوان بخشی از میراث فرهنگی خود می‌شناسند (کنوانسیون صیانت از میراث ناملموس به ترجمه چراغی، ۱۳۸۸: ۲۵۰). یک سال بعد در نشست بین‌المللی یونسکو در ژاپن مجدداً بر اهمیت حفاظت از میراث ناملموس و برخی نمودهای آن همچون عنوان و اسامی بومی که در فرایند جهانی شدن به واسطه یکنواختی فرهنگی در خطر نابودی قرار دارند، تاکید می‌شود (ICOMOUS International conference in Tokyo, 2004) در دهه اخیر احیاء آداب، سنن و مفاهیم مرتبط با موارد ناملموس فرهنگی به نحو قابل توجهی مد نظر جامعه متخصصان و برنامه‌ریزان حوزه میراث فرهنگی قرار داشته و علاوه بر مصادیق یادشده در کنوانسیون‌ها سنت‌ها، شیوه‌های اجتماعی و دانش‌های مربوط به طبیعت و جهان نیز در زمره موارد ناملموس قرار می‌گیرند که به نوعی بیانگر جایگاه آداب و سنن به عنوان میراث فرهنگی در جوامع محلی است (lenzerini, 2011: 107). قابل توجه است که این رویکرد حفاظتی فردی نیست، بلکه مشارکت جامعه و به رسمیت شناختن عموم ذینفعان مرتبط است. بنابراین، باید توجه ویژه‌ای به فرآیند همکاری عمومی با نسل جدیدی از شیوه‌های مدیریت موارد فرهنگی از طریق اشکال متنوع مشارکت داشت (Luo, 2020: 2). در حال حاضر در ایران نیز همسو با جریان جهانی حفاظت و احیاء میراث ناملموس، توجه به شناخت و احیاء جنبه‌های مختلف مرتبط با آداب و سنن واجد ارزش در فرایند حفاظت از موارد معماری و شهری مورد نظر قرار دارد به نحوی که پژوهش حاضر نیز تلاشی است در این ارتباط.

۳- چهارچوب نظری تحقیق:

درواقع آداب و سنن به عنوان بخش مهمی از ابعاد ناملموس میراثی، بار مفهومی خاص خود را دارد که برخی پژوهشگران تمایزاتی را برای آن قائل شده‌اند؛ به عقیده هندلر^۴ آداب از حیث لغوی به معنای عادت و رسوم پذیرفته شده در یک جامعه است و در معنای عمومی آن ساختاری است که از عادت‌ها و عقاید گرفته شده است (handler, 1984: 107). این تعریف با دیدگاه عرفانی به معنای ویژگی‌های ارائه شده از یک نسل به نسل دیگر مطابقت دارد، شیلز^۵ این فرایند انتقال زمانی را بیش از سه نسل دانسته تا

محتوای منتقل شده سنت به حساب آید (Shils, 1971: 12-15). بر این اساس احتساب آداب و سنن به عنوان بخشی مهم از میراث فرهنگی ناملموس، لزوم شناخت و حفاظت از این بعد ارزشی را تفهیم می‌کند. به عقیده وسو^۶ پس از درک و بیان مفهوم میراث ناملموس و ارزش‌های مرتبط با آن، گام دوم آگاهی از این مساله است که حفاظت دیگر نمی‌تواند تنها بر اساس کیفیت شیئی سوژه میراثی باشد و در این زمینه شناخت ارزش‌های ناملموس شرط لازم امر حفاظت است (Vecco, 2010: 323). یکی از معیارهای کلیدی در توانایی شهر برای ایجاد و/یا حفظ هویت، میراث ناملموس ذاتی آن، از جمله آیین‌ها، سنت‌ها و شیوه‌های زندگی است. در واقع، هر چیزی که مردم یک شهر را توصیف می‌کند، بخشی از هویت شهر را تشکیل می‌دهد. بنابراین حفظ و نگهداری میراث موجب تقویت هویت شهر برای ساکنان آن و افزایش همبستگی اجتماعی می‌شود؛ بازارهای سنتی نیز به طور خاص در پیچه ای به فرهنگ زنده مردم و مکان‌ها هستند؛ آنها نمایشگاه دائمی میراث فرهنگی ناملموس یک جامعه هستند. بنابراین بازارها علاوه بر اهمیت اجتماعی و اقتصادی باید به عنوان مجموعه ای از میراث ملموس و ناملموس در جامعه حفظ شود (MZandieh, 2020: 3). در عین حال مدیریت میراث فرهنگی ناملموس به شیوه ای که میراث ملموس و مادی مدیریت می‌شوند کار دشواری است چرا که میراث ناملموس دایما در جریان و در حال تغییر است. میراث ناملموس در یک قالب دائمی نمی‌گنجد و تجلی و بروز هر عنصر از عنصری دیگر متفاوت است (اعظمی و دیگران، ۱۴۰۰: ۱۰۵). در واقع مهم‌ترین عامل در مواجهه با اثر میراثی نحوه شناخت و اولویت‌بندی ارزش‌ها در آن است. این اولویت‌ها در چندین قالب کلی و توسط نظریه‌پردازان متعدد مطرح شده‌اند که در این پژوهش لیست ارائه شده توسط برنارد فیلدن مد نظر قرار گرفته و در راستای تبیین اهمیت حفاظت از ابعاد ناملموس میراثی بدان اتکا شده است. حفاظت از این بعد و ارزش‌های مربوطه به معنای حفظ پیوند آن با فرهنگ زندگی و نقش آن در هویت دارندگان است در عین حالی که اجازه می‌دهد همه داشته‌های خود را به نسل‌های آینده انتقال دهد (lenzerini, 2011: 120). این فرایند انتقال بین نسلی ریشه در پایداری یا حیات مصادیق ارزشی ناملموس دارد. به عبارت دیگر هر وجود مادی که در گذشته مورد استفاده بوده دارای ارزش‌های جاری مرتبط با ابعاد ناملموس است که می‌تواند تخیل انسان را به حرکت درآورده و شرط آنکه چنین تاثیری را بر محیط بگذارد آن است که به صورتی اصیل در محیط فعال باشد (صفا منش و دیگران، ۱۳۸۲: ۳۳). در مورد بازارهای سنتی، این فعالیت و پویایی حساس و شکننده هستند، زیرا تنظیمات رفتاری منشأ تاریخی دارند (MZandieh, 2020: 3). پیش شرط پویایی و تداوم در صورت عدم تحقق به واسطه تغییر و تحول یا از بین رفتن ارزش‌های ناملموس، لزوم احیاء یا بازگردانی آن را توجیه می‌کند؛ بنابراین احیاء، علاوه بر اعطای کاربری، در مواجهه با میراث ناملموس در معنای بازگردانی حالت وجودی ذاتی و اصلی (حبیبی و مقصودی، ۱۳۹۰: ۲۰-۲۱) یا به عبارت دیگر برقراری پیوند آداب و سنن درهم‌آمیخته با آن با زندگی امروز و زمینه‌سازی انتقال آن به نسل‌های آینده قلمداد می‌شود.

بر این اساس پژوهش حاضر ضمن تاکید بر جایگاه و نقش شناخته شده میراث ناملموس در کیفیت حیات مواریث فرهنگی ملموس، آداب و سنن مرتبط با جریان زندگی در بازار تاریخی وکیل شیراز را شناسایی و با تکیه بر سیر تکاملی مفهوم احیاء، در راستای برقراری پیوند مابین مصادیق ارزشی ناملموس گذشته با جریان زندگی حال در این مجموعه شهری، ایده‌هایی مفهومی به‌عنوان مبادی احیاء در بازار تاریخی وکیل شیراز ارائه می‌کند.

۴- روش‌شناسی تحقیق:

این پژوهش مبتنی بر راهبردی تفسیری تاریخی بوده و با توجه به هدف نهایی خود با رویکردی پدیدارشناسانه آداب و سنن بازار در وضعیت گذشته را شناسایی و در نهایت ایده‌های مفهومی احیاء که به‌نوعی تابع شناخت و ارزش‌گذاری این آداب و سنن در طول

تحقیق است را ارائه می‌کند. بر این اساس در گام نخست با تکیه بر مطالعات اسنادی و سپس مصاحبه‌ها^۱ و مشاهدات میدانی، آداب و سنن تاریخی فرهنگی در بازار وکیل شیراز به‌عنوان ابعاد ارزشی ناملوس در این سوژه میراث فرهنگی، طبقه‌بندی شده‌اند؛ پس از آن در گام دوم مطابق با وضعیت اصیل شناسایی شده و بر مبنای ارزش‌های مرتبط، به تبیین ایده‌های مفهومی احیاء با تمرکز بر آداب و ارزش‌های بررسی شده در این مجموعه تاریخی پرداخته شده است.

۵- یافته‌های تحقیق:

مطالعه و بررسی منابع اسنادی بالاخص سفرنامه‌ها و کتب تاریخی موجود اطلاعات گسترده‌ای از ابعاد ملاموس و ناملوس این مجموعه شهری در اختیار قرار می‌دهد. طبقه‌بندی یافته‌های حاصل از این منابع در کنار مصاحبه‌ها و مشاهدات میدانی، بر اساس وجوه اشتراک عملکردی، بیانگر پنج ساختار یا محیط نظام‌مند در ابعاد وجودی این مجموعه تاریخی اعم از فرهنگی و مذهبی، اجتماعی، مدیریتی و مشارکتی، اقتصادی و کالبدی است که هر بعد آداب و سنن ویژه‌ای را در دل خود جای داده. آداب و سنن که شناخت نسبت به آن‌ها منجر به درک صحیحی ارزش‌های ناملوس بازار در هر یک از محیط‌های پنج‌گانه به ترتیب ذیل خواهد شد.

۵-۱ ارزش‌های فرهنگی^۲ و مذهبی در بازار شیراز:

نظام زندگی در بازار به‌عنوان جزئی از مجموعه شهری متأثر از شیوه زندگی و فرهنگ عمومی جامعه است. بنابراین دور از انتظار نیست که در جریان زندگی بازار، شواهدی از فرهنگ مردم شهر دیده شود. این شواهد در بازار شیراز در دو قالب کلی اعم از آداب و رسوم فرهنگی و آداب و سنن مذهبی قابل بررسی است.

در قالب فرهنگ بومی و ملی بازار شیراز همه‌ساله در ایام نوروز شاهد مراجعات گسترده جهت خرید ویژه سال نو است و متأثر از این سنت حداکثر مبادلات اقتصادی نیز در این بازه زمانی انجام می‌شود؛ غالباً در گذشته به هنگام جشن‌های، ملی بازار مهم‌ترین مکان برای برگزاری این‌گونه آداب و سنن به شمار می‌رفته است (بهزادفر و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۶) در این ایام مراجعات و ازدحام ناشی از آن به حدی است که در حرکت پیاده اخلاص به وجود آمده و عبور و مرور به‌سادگی میسر نمی‌شود (سلطان‌زاده، ۱۳۹۰: ۲۱۱). همچنین بررسی خاطرات کسبه، نموده‌های دیگری از فرهنگ بومی و ملی در قالب ورزش‌های باستانی یا مجالس نقالی و شاهنامه‌خوانی و به‌خصوص حافظ خوانی در قهوه‌خانه‌ها رواج داشته است. وجود این‌گونه کیفیت‌ها با عملکردهای مختلف در کنار اجرای آداب و سنن فرهنگی، فضای بازار را برای کاربران با تفریح و تنوع همراه می‌ساخته (فروتن و دیگران، ۱۳۹۲: ۹).

در ابعاد مذهبی نیز بازار در مناسبت‌های ویژه حال و هوای متفاوتی دارد، معمولاً گروه‌های مختلف نسبت به برگزاری مراسم ویژه این ایام اقدام کرده و در رونق و تفصیل آن با یکدیگر رقابت دارند (بهزادفر و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۶) همچنین بازار در اعیاد مذهبی آراسته شده و مراسم ویژه‌ای در آن جریان دارد؛ جالب‌توجه است که عزاداری ایام محرم در شکلی منحصر به فرد در بازار وکیل شیراز انجام

^۱ پس از بررسی مجموعه بازار وکیل شیراز با هدف انتخاب جامعه آماری و انجام مصاحبه‌های میدانی، مشخص شد در حال حاضر اکثر قریب به اتفاق بازاریان اطلاع چندانی از وضعیت گذشته ندارند و صرفاً نزدیک به چهل نفر از کسبه میانسال و کهنسال می‌توانند اطلاعات دقیقی از چگونگی آداب و سنن گذشته بازار در محدوده‌های مختلف آن در اختیار قرار دهند. بر این اساس این افراد به‌عنوان جامعه آگاه و مطلع از وضعیت اصیل بازار تاریخی شیراز انتخاب شده و مصاحبه‌های میدانی با محوریت آنان صورت پذیرفت.

می‌شود بدین ترتیب که کسبه فرش فروش فضای میانی در محدوده بازار وکیل را مفروش ساخته و این راسته تبدیل به یک تکیه بزرگ جهت برگزاری مراسم عزاداری می‌شود به همین صورت در هنگام اعیاد نیمه شعبان نیز با مشارکت کسبه، راسته‌ها آذین‌بندی و چراغانی می‌شوند (یافته‌های میدانی محققین).

از طرف دیگر سازوکار بازار بر اساس ساختار حقوقی مبتنی بر منبع شرع استوار بوده است (حبیبی، ۱۳۸۹: ۳۳۸)؛ بر همین اساس اخلاق و احکام کسب در مساجد بازار توسط روحانیون آموزش و مداوما بر آن‌ها تاکید می‌شده است؛ بنابراین مساجد و نمازخانه‌های موجود در بازار شیراز نه تنها محلی برای انجام فرایض دینی و تعاملات اجتماعی بوده، بلکه مکانی برای آشنایی بازاریان با اخلاق و احکام کسب محسوب می‌شوند (فروتن و دیگران، ۱۳۹۲: ۹). خاطرات بازاریان نشان می‌دهد این آداب و سنن مذهبی در تمام فعالیت‌های روزانه نمود یافته و یک بازاری از ابتدای گشایش حجره اشعار و اذکاری با محتوای مذهبی بر زبان جاری می‌ساخته و در طول روز مطابق با توصیه‌های واجب و حتی مستحب دینی به دادوستد می‌پرداخته و در شب‌هنگام خمس مال روزانه خود را جدا می‌ساخته است؛ آدابی که در گذشته جایگاه اعتقادی و عملی پررنگ‌تری در بین بازاریان داشته است. در واقع مردم به یاری فرهنگ، یعنی مجموعه‌ای از همین ارزش‌ها، باورها، جهان‌بینی و نظام‌های نهادی مشترک به بازار در قالب یک محیط معنا می‌دهند (راپاپورت ۱۹۸۸: ۱۷) و نقطه عطف پیوند مابین این اعتقاد و عملکرد در گذشته جایی بوده است که باورهای مذهبی عامل همبستگی و شکل‌گیری وجدان جمعی به شمار می‌رفت (امام‌جمعه و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۰). بر این اساس ارزش‌ها یا آداب و سنن مطرح در ابعاد فرهنگی مذهبی در بازار شیراز در جدول ذیل جمع‌بندی می‌شود.

جدول ۱: ارزش‌های فرهنگی و مذهبی در بازار شیراز

ماهیت ارزش ^۸	اباد
آداب و سنن یا مصادیق عینی ارزش	فرهنگی مذهبی (Cultural)
۱-CU- مراجعه گسترده مردم جهت انجام خرید ویژه عید نوروز 2-CU- تقالی، شاهنامه‌خوانی و حافظ خوانی در قهوه‌خانه‌ها 3-CU- اقامه اذان در محدوده بازار و مراجعه گسترده مردم به مسجد وکیل 4-CU- مفروش ساختن راسته بازار وکیل و برپایی مراسم عزاداری در ایام محرم 5-CU- آذین‌بندی بازار همه‌ساله در ایام نیمه شعبان 6-CU- عمل و اعتقاد به همه واجبات و مستحبات مربوط به معاملات و دادوستد شرعی همچون خمس درآمد روزانه	- هویت - فرهنگی - تداوم

۵-۲ ارزش‌های اجتماعی^۹ در بازار وکیل شیراز:

بازار شیراز به واسطه حضور و فعالیت اقشار مختلف و برقراری ارتباط مابین آن‌ها خود یک نهاد اجتماعی قدرتمند محسوب می‌شود. در این مکان اقشار و طبقات و گروه‌های مختلف اجتماعی، قومی، نژادی و فرهنگی در ارتباط با یکدیگر قرار گرفته و به شکل ناخودآگاه یکدیگر را تحت تاثیر قرار می‌دهند (بهزادفر، ۱۳۸۸: ۱۵). بررسی‌های انجام‌گرفته در این زمینه نشان می‌دهد رده سنی جامعه بازاریان به واسطه وجود آداب یا سلسله‌مراتب استادشگردي طولانی‌مدت، بالاتر بوده و فرد پس از گذر دوره‌ای طولانی‌مدت و طی این سلسله‌مراتب و کسب تجربه کافی به‌عنوان طبقه اجتماعی کاسب در بازار تاریخی شیراز پذیرفته می‌شد. در این سازماندهی، هر حجره

پادوی مخصوص به خود داشته که وظایف و اختیارات از پیش تعیین شده را در راستای فعالیت‌های اقتصادی اجتماعی عهده‌دار بوده‌اند (امام‌جمعه و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۲). این سازوکار موجب شده در طی تغییرات شتابان توأم با انقطاع نسلی در میان بازاریان مسایل و پیامدهای بعدی کمتر به چشم بخورد (حبیبی، ۱۳۸۹: ۹).

در توصیف جامعه مراجعین نیز باید گفت غالباً اولویت حضور با مردان و افراد بزرگسال بوده است هرچند در برخی راسته‌ها شرح‌حال‌هایی از حضور گسترده زنان نیز وجود دارد چنانچه در سفرنامه به‌سوی اصفهان آمده است: "در بازاری از شیراز که به فروش ابریشم و منسوجات اختصاص دارد، زنان حجاب دار زیادی به چشم می‌خورند که کودکان خردسال و زیبایی به همراه دارند (پیرلوتی، ۱۳۷۲: ۹۱).

بنابراین بازار سنتی هم محلی برای تبادل کالا و هم محلی برای ارتباط به طور عام است و روابط انسانی در آن بسیار بیشتر از فضاهای تجاری جدید است (امام‌جمعه و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۲). در جامعه حاضر در بازار اعم از بازاریان یا مراجعین سطح بالای از احترام متقابل اجتماعی وجود داشته (همان: ۱۲) و بازاریان عموماً با یکدیگر ارتباط کاری و حتی خانوادگی صمیمانه برقرار می‌کردند به‌نحوی که دو حجره مجاور در بازار شیراز ارتباطی نزدیک تعریف شده تحت عنوان "هم دکان" داشته‌اند.

از طرف دیگر در گذشته سطح ارتباطات مابین جامعه مراجعین نیز گسترده بود چنین که خاطرات بازاریان نشان می‌دهد، مردم غالباً در خوراکی‌پزی‌ها و قهوه‌خانه‌ها حاضر شده و با یکدیگر صحبت و تعامل داشتند؛ همچنین در حین خرید مرادوات بین فروشنده و مشتری در قالب فرهنگ چانه‌زنی به‌وفور دیده می‌شده است. در چنین فضایی عاملان انسانی با در نظر گرفتن نیازها و اهداف اقتصادی و غیر اقتصادی دست به انتخاب‌های فرنگی می‌زنند (امام‌جمعه و دیگران، ۱۳۹۲: ۳) و این کالبد بازار است که سازمان اجتماعی و نیروی انسانی را در خود جای داده و به شکل و شمابلی درآورده که کالبد خواستار آن است (آریان‌فر، ۱۳۸۹: ۸۲)

جدول ۲: ارزش‌های اجتماعی در بازار وکیل شیراز

اهداد	ماهیت ارزش	آداب و سنن یا مصادیق عینی ارزش
اجتماعی (Social)	<ul style="list-style-type: none"> - عملکردی - هویت - تاریخی - فرهنگی 	<ul style="list-style-type: none"> ۱۵۰- روابط صمیمانه کاری و خانوادگی مابین کسبه ۲۵۰- روابط نزدیک دو حجره مجاور تحت عنوان "هم‌دکان" ۳۵۰- سلسله‌مراتب طولانی مدت استادشاگردی در قالب <u>پادو</u>، <u>وردست</u>، <u>پاچال‌دار</u> یا <u>دکان‌دار</u>، <u>اوستا</u> یا <u>کاسب</u> و <u>اوستای صنف</u> ۴۵۰- سطح بالای ارتباطات اجتماعی در <u>خوراکی‌پزی‌ها</u> و <u>قهوه‌خانه‌ها</u> ۵۵۰- حضور زنان و ارتباطات اجتماعی بالا حین خرید در قالب <u>فرهنگ چانه‌زنی</u>

۵-۳ ارزش‌های مدیریتی و مشارکتی در بازار وکیل شیراز:

عملکردها و آداب و سنن متنوع برقرار در بازار شیراز و نظم و ارتباط برقرار فی‌مابین آن‌ها نمایانگر وجود سازوکاری مدیریتی، ناظر و هماهنگ‌کننده است که در این مجموعه بر اساس تفکیک کالبدی و عملکردی پایه‌ریزی شده است.

گفتگوهای صورت پذیرفته با کسبه بازار وکیل شیراز نشان می‌دهد در گذشته این بازار در هر محدوده از کالبد بازار یک مدیر یا به اصطلاح "بزرگ‌تر بازار" داشته است. از طرف دیگر رشد مناسبات اقتصادی و اجتماعی و ضرورت‌های ناشی از آن دست‌اندرکاران هر یک از رشته‌های شغلی را در سازمان مشخصی تحت عنوان صنف گرد هم آورده و انسجام بخشیده است (حبیبی، ۱۳۸۹: ۷۱) علاوه بر سیستم مدیریت محدوده‌ای چنانچه در خاطرات بازگو شده نیز شنیده می‌شود، هر صنف نیز ورای موقعیت قرارگیری یک بزرگ‌تر یا به اصطلاح رایج در بازار شیراز "اوستای صنف" داشته که وظیفه او غالباً حل مشکلات و کارشناسی‌ها و قضاوت‌های درون صنفی بوده است.

یکی دیگر از وظایف بزرگ‌تران یا ریش‌سفیدان بازار نظارت و هماهنگی بر معاملات و امور املاک وقفی، فعالیت‌های مشارکتی و حمایتی و درنهایت سازوکار تامین امنیت در این بازار بوده است. این بازار همواره با مقوله وقف پیوندی دیرپا یافته و بخش عمده درآمدهای ناشی از آن به تامین هزینه خدمات داخلی آن اختصاص می‌یافته است (یوسفی‌فر و دیگران، ۱۳۹۴: ۳). بسیاری از فعالیت‌های دیگر همچون تعمیر و نگهداری کالبد بازار، کمک به حادثه دیدگان و ورشکستگان (امام‌جمعه و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۲)، برپایی مراسمات مذهبی و حتی اتخاذ مواضع سیاسی در قالب آداب و سنن مشارکتی به اجرا درمی‌آمد. از طرف دیگر مساله مهمی همچون تامین امنیت بازار نیز به واسطه مشارکت بازاریان و در قالب آدابی مشخص و نظام‌مند به اجرا درمی‌آمده است؛ اسکات وارینگ در این باره تشریح می‌کند: "داروغه تعدادی گزمه یا پاسبان در اختیار دارد تا امنیت در بازار را برقرار سازد و چنانچه تخلفی مشاهده شود بلادرنگ افراد خاطی توقیف خواند شد. میرعسس نیز این وظایف را در شب در اختیار قرار دارد. او تعدادی شب‌پا را به پاسبانی و نگهبانی می‌گمارد این ترتیب برای ثبات نظم و امنیت بازار بسیار سودمند است" (وارینگ و دیگران، ۱۳۶۹: ۱۹۷). جالب توجه است که هنوز کسبه بازار شیراز نگهبان را به لفظ "شب‌پا" یاد می‌کنند و بهایی را که تحت مدیریت بزرگ‌تران بابت آن پرداخت می‌کنند هزینه "شب‌پایی" می‌نامند (یافته‌های میدانی محققین)، البته توجه به نظم و امنیت علاوه بر ابعاد عملکردی در ساختار کالبدی نیز نمود یافته و در راستای تامین آن درب‌هایی مستحکم در ابتدا و انتهای بازار وکیل نصب شده است.

جدول ۳: ارزش‌های مدیریتی و مشارکتی در بازار وکیل شیراز

اهد	ماهیت ارزش	آداب و سنن یا مصادیق عینی ارزش
مدیریتی مشارکتی (Management)	- عملکردی - هویت - تاریخی - فرهنگی	۱- مدیریت بزرگ‌تر بازار در راسته‌های مختلف ۲- مدیریت اوستای صنف در فعالیت‌های درون صنفی ۳- معیار اندازه‌گذاری املاک در قالب مضربی از یک یا نیم درک ۴- رواج سنت وقف و تامین هزینه ابنیه عام‌المنفعه ۵- مشارکت در فعالیت‌های اجرایی و تعمیراتی بازار ۶- مشارکت در کمک‌رسانی به حادثه‌دیدگان و ورشکستگان ۷- فعالیت افرادی با القاب داروغه، میرعسس و شب‌پا برای تامین امنیت روزانه و شبانه بازار ۸- نظارت افرادی با القاب داروغه و محتسب بر قیمت، کیفیت و اوزان کالاها

۵-۴ ارزش‌های اقتصادی^{۱۰} در بازار وکیل شیراز:

این ساختار یا محیط دربرگیرنده مهم‌ترین بعد عملکردی بازار بوده و اصلی‌ترین آداب و سنن جاری در آن را در قالب انواع فعالیت‌های تولیدی، خریدوفروش و بسیاری قراردادهای مرتبط با سازماندهی‌های صنفی از بدو پیدایش بازار نمود می‌یابد. در این باره آمده است: "در شهر (شیراز) نظم و ترتیبی عجیب حکم فرماست. هر یک از پیشه‌وران بازاری مخصوص به خود داشته و در آن متمرکزند" (ابن بطوطه، ۱۳۷۶: ۱۹۴). همچنین فروکاوا می‌نویسد: "راسته هر صنفی در بازار شیراز جداست، چنانچه کفشان و زین سازان و دیگر اصناف و صاحبان حرفه‌ها هر کدام راسته خود را دارند" (فروکاوا، ۱۳۸۴: ۲۲۱). فرصت الدوله نیز در دوران قاجار از بازار بزازان، کلاه‌دوزان، سراجان و شمشیرگران نام می‌برد که هر کدام در راسته مخصوص به خود مشغول به کارند (فرصت‌الدوله، ۱۳۷۷: ۸۲۲). در دوران پهلوی نیز بازار کم‌وبیش ساختار صنفی خود را حفظ کرده اما تغییراتی گسترده در نوع اصناف پدید می‌آید؛ به‌عنوان مثال اکثر اصناف فعال در محدوده وکیل جای خود را به قالی‌فروشان می‌دهند (سامی، ۱۳۶۳: ۲۵۶).

در این میان بررسی نام اصناف و حرف تاریخی فعال در بازار شیراز، گواهی بر اهمیت و جایگاه سنت تولید در ساختار اقتصادی این مجموعه تاریخی است؛ چنانچه مقدسی در قرن چهارم از رونق تولید پاجه‌های پشمی و ابریشمی در بازار شیراز یاد می‌کند (مقدسی، ۱۳۶۱: ۶۴۲ و ۶۵۹) و در جای دیگر بر اهمیت صنایع ساخت سلاح و زین‌وبرگ مردان و اسبان در دوران صفوی اشاره می‌شود که نام راسته شمشیرگران یادگاری از آن دوران است (باربارو، ۱۳۴۹: ۳۴۶)؛ به همین ترتیب "اسکات وارینگ" در دوران زندیه شمشیرگران در بازار وکیل را مشهور دانسته و تشریح می‌کند که فولاد موردنیاز تولیدگران در آن زمان از حیدرآباد هند وارد و محصول‌تشان به اقصا نقاط جهان صادر می‌شده است (وارینگ و دیگران، ۱۳۶۹: ۱۸۸). در ادامه فروکاوا در توصیفی موشکافانه سنت تولید در بازار شیراز را در راستای جلب مخاطب دانسته و می‌نویسد: تولیدگران در بازار شیراز حرفه و پیششان را در حال کار نمایش می‌دهند چنانچه ابریشم‌فروش در جلوی دکانش ابریشم‌بافی می‌کند و پشم‌باف پارچه می‌بافد، آن‌ها برای جلب توجه خریداران فن و هنر خود را نمایش می‌دهند چنانچه رنگ‌رزان رنگ سرخابی و ارغوانی را می‌آمیزند یا زرگران مس و سیم را ذوب می‌کنند و به قالب می‌ریزند (فروکاوا، ۱۳۸۴: ۸۰)؛ اشاره به اهداف تبلیغاتی تولید در این توصیف جالب توجه است.

در جریان این توصیفات علاوه بر اشاره به اهمیت تولید در بازار وکیل انواع و اقسام کالاها و اصناف اصیل فعال در این بازار همچون بزازان، فلزگران، قالی‌فروشان، کلاه‌دوزان و خیاطان نیز معرفی می‌شوند که غالباً به‌واسطه نفوذ کالاهای وارداتی در دوران قاجار متحول شده‌اند؛ البته نقطه نظرات بازاریبان نشان می‌دهد برخی از این کالاها در جریان مبادلات پایاپای توسط پيله‌وران یا روستاییان معاوضه می‌شده‌اند که این نوع مبادله نیز در حال حاضر رونقی ندارد. لازم به ذکر است در جریان عمده فعالیت‌های اقتصادی، آداب و سنن یا سازماندهی‌های مالیاتی، پولی و بانکی پشتوانه و نظام بخش محیط اقتصادی در این مجموعه تاریخی بوده است؛ آدابی که عمدتاً در بناهایی چون ضرابخانه یا صرافی انجام می‌شدند، خاطرات کسبه نشان می‌دهد جمع‌آوری مالیات از تجار نیز در سرای گمرک مرسوم بوده و علاوه بر آن کسبه فعال در محدوده‌های پروتق هرکدام متناسب با وسع خود ملزم به پرداخت مبلغی به‌عنوان مالیات بوده‌اند. جالب توجه است که علاوه بر موارد یادشده فردی با وظایف مالی مشخص از قبیل مبادله پول یا اعطای وام وجود داشته

که در بین بازاریان شیراز به اصطلاح "بانکو" نامیده می‌شده است. در حال حاضر این آداب و سنن و فعالیت‌ها عمدتاً از حوزه اجرا و حتی نظارت بازار خارج و به نهادهای دولتی سپرده شده است.

جدول ۴: ارزش‌های اقتصادی در بازار وکیل شیراز

ماهیت ارزش	ابعاد
آداب و سنن یا مصادیق عینی ارزش	
۱- EC - نظام صنفی و فعالیت برخی اصناف اصیل همچون بزازان ۲- EC - فعالیت اصناف تولیدگر همچون شمشیرگران، فلزگران، رنگرزان و کلاه‌دوزان در معرض دید عموم ۳- EC - آداب و سنن برقرار در جریان فعالیت ضرابخانه، گمرک‌خانه و بانکو ۴- EC - انجام مبادلات کالا به کالا توسط پيله‌وران یا روستاییان ۵- EC - فعالیت دست‌فروشان در میدان بازار	اقتصادی (Economic)

۵-۵ ارزش‌های کالبدی^{۱۱} مرتبط با آداب و سنن در بازار شیراز:

بنا به اسناد موجود سابقه بازار تاریخی شیراز در نخستین صورت شکل‌گیری آن به قرن چهارم و پنجم هجری بازمی‌گردد. ابو شمس‌الدین مقدسی در این باره می‌نویسد: "عضد الدوله شهری (در محدوده شیراز کنونی) ساخت و آن را فنا خسرو نامید، او اموال زیادی بر این شهر مصرف داشت و بازارهای وسیع در آن ساخت" (مقدسی، ۱۳۶۱: ۴۶۲). این بازار در ادوار بعد روندی رو به رشد طی کرده و تا آنجا که ابن بطوطه به تشریح آن می‌نویسد: "در مشرق زمین هیچ شهری از لحاظ زیبایی و باغ‌ها به پای دمشق نمی‌رسد مگر شیراز" (ابن بطوطه، ۱۳۷۶: ۱۹۴). این بازار تا اوایل دوران صفویه جهت‌گیری توسعه خود را به سمت دروازه اصطخر (کازرون) حفظ کرده و پس از آن به سمت شمال یا دروازه اصفهان متمایل شده و این جهت‌گیری در روند توسعه تاکنون حفظ شده است (نصر، ۱۳۸۳: ۲۵).

در این فرایند اندام‌های مختلفی یا هندسه ارگانیک و یا طراحی شده همچون "مجموعه وکیل" و "بازار نو" بر پیکره کالبدی بازار اضافه می‌شود؛ بخش‌هایی که هرکدام در دوران مختلف با عناوین و اسامی متفاوتی در نزد عموم مشهور بوده‌اند. بررسی‌ها نشان می‌دهد این اسامی غالباً منسوب به نام بانیان یا افراد و حرفه‌های صاحب نفوذ و فعال در آن راسته هستند.

این پیکره کالبدی یکپارچه در ضمن عملکردهای ویژه خود نقش ارتباطی یا مواصلاتی نیز داشته و کتب تاریخی متعدد به صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر این عملکرد و اهمیت آن در ساختار شهر اشاره دارند. تاورنیه در ضمن تشریح وضعیت این بازار می‌نویسد: "خیابان درازی است، سرپوشیده که در آن چیزهای زیادی می‌فروشند" (تاورنیه، ۱۳۸۲: ۳۳۱). در جای دیگر فلاندن می‌گوید: جاده بین دکان‌ها را افراد پیاده و سواره در صورت‌های گوناگون مملو ساخته‌اند (فلاندن، ۱۳۵۶: ۳۳۱). علاوه بر اشارات فوق شرح‌حال‌های کاملی از راه‌های مرسوم دوره قاجار وجود دارد که بیانگر اهمیت بازار در شبکه ارتباط شهری فی‌مابین دروازه کازرون و دروازه اصفهان و بافت هم‌جوار است (افسر، ۱۳۵۳: ۲۸۶).

رسم جالب توجه دیگری که برخی منابع دیگر بدان اشاره دارند، بیانگر عملکرد سطح فوقانی بازار به عنوان یک مسیر ارتباطی است؛ پیر لوتی در این باره می نویسد: در شیراز پشت بام خیابان های مستقیم و طویل بازار جاده سهل الوصول و راحتی را پدید آورده که در فواصل معین دارای سوراخ ها و شکاف هایی است که از آن ها صدای قیل و قال به گوش می رسد. برای نزدیک شدن به یکی از مساجد شیراز از روی بازار مسگرها می گذریم. در اینجا صدای عجیبی شنیده می شود که از هزاران چکش برمی خیزد و مثل این است که صدای مذبور از اعماق زمین به گوش می رسد" (پیرلوتی، ۱۳۷۲: ۱۰۷).

علاوه بر آن از دیگر ویژگی های مرتبط با پیکره کالبدی وجود یک نظام آبرسانی سطحی و منحصر به فرد در بازار است که توجه بسیاری از سیاحان را به خود جلب کرده. تاورنیه در این مورد چنین می نویسد: "در شیراز دو بازار خوش ساخت و جود دارد که از وسط آن ها نهر آب جاری می گذرد" (تاورنیه، ۱۳۸۲: ۳۹). جوی های آبی که به توصیف شاردن موجب تجمع قهوه خانه ها و خوراک پزی ها در میانه بازارهای سنتی می شده است. این سازوکار در حال حاضر از بین رفته و علاوه بر ساختار کالبدی بر عملکردهای تفننی بازار نیز تأثیری مخرب نهاده است.

جدول ۵: ارزش های کالبدی در بازار شیراز

ابعد	ماهیت ارزش	آداب و سنن یا مصادیق عینی ارزش
کالبدی (Corporal)	- قدمت - تداوم - معماری - منحصر به فرد بودن	CO-۱ وجود مجموعه هایی از دوران صفویه، زندیه و قاجار CO-۲ وجود سازوکار آبرسانی منحصر به فرد CO-۳ عملکرد ویژه سطح فوقانی بازار به عنوان معبر ارتباطی CO-۴ وجود عناوین و اسامی تاریخی همچون راسته شمشیر گران، سراج ها، ترکش دوزها، شمشیر گرها، علاقه بندها، بازار کلاه دوزها، بازار مشیر، بازار حاجی، بازار میرزا یوسفی و ...

۶- تحلیل یافته های تحقیق:

تاکنون ضمن اتکا به جست و جوی های میدانی و بررسی اسناد و کتب تاریخی، یافته هایی در قالب آداب و سنن یا مصادیق عینی ارزش در ابعاد وجودی بازار وکیل شیراز شناسایی شد. بررسی و تحلیل این یافته ها نشان می دهد غالباً ارتباطی دوسویه مابین مصادیق شناسایی شده در ابعاد ارزشی پنج گانه وجود دارد.

به عنوان مثال فعالیت اصناف اصیل در یک محدوده به عنوان یک ارزش در بعد اقتصادی و روابط صمیمانه مابین کسبه در بعد اجتماعی، هر دو تحت نظر یک "اوستای صنف" و نظارت او بر فعالیت های درون صنفی در بازار وکیل شیراز محقق می شوند و یا بسیاری از مراسم ها یا آداب و سنن شناسایی شده در ذیل ارزش های فرهنگی مذهبی به واسطه مدیریت "بزرگتر بازار" در راسته های مختلف و مشارکت کسبه در امور درونی بازار و یا در جریان فعالیت های اقتصادی یا اجتماعی در این مجموعه شهری تحقق یافته اند.

شناسایی و تحلیل ارتباط مابین ارزش های ناملموس در این بازار تاریخی نشان می دهد عملکردها، سازمان دهی ها، رفتارها و به طور کلی آداب و سنن جاری در این مجموعه شهری، بخش عمده ای از ارزش و اهمیت آن را شکل می دهد و آسیب هایی که در هر بعد ارزشی

رخ می‌دهد می‌تواند به‌شدت در نحوه حیات و سطح ارزش و جایگاه آن در ابعاد گوناگون مؤثر باشد. به عبارت دیگر این سطح از وابستگی یا ارتباط موجب می‌شود آداب و سنن شناسایی شده در ذیل یک بعد، تاثیری چشم‌گیر در نحوه برقراری آداب و سنن جاری در یک یا چند بعد ارزشی دیگر داشته باشد. بر این اساس تحلیل و بررسی یافته‌ها و شناسایی این ارتباطات کمک می‌کند تا برخی آداب و سنن موجود به عنوان یک زمینه یا فرصت مناسب برای احیاء مصادیق فراموش شده (به استناد منابع اسنادی و میدانی) محسوب شود.

در این فرایند ضمن توجه به این ارتباط و بهره‌گیری از فرصت‌های موجود، راهبردهایی تحت عنوان ایده‌های مفهومی احیاء در راستای تثبیت و تقویت یا باززنده سازی ارزش‌های ناملموس در مجموعه بازار تاریخی وکیل شیراز تبیین می‌شوند. نحوه ارتباط مابین ارزش‌های شناسایی شده و سیر دستیابی به مجموعه‌ای دوازده‌گانه از راهبردها در قالب برنامه مفهومی احیاء در جدول زیر ارائه شده است. بدیهی است که حفاظت جامع و پایدار در این مجموعه زمانی محقق خواهد شد که ضمن توجه به وجوه کالبدی، عملکردها به همراه آداب و سنن تاریخی درهم تنیده با آن مورد توجه قرار گرفته و بر اساس مدل مفهومی ارائه شده، ارزش‌های ناملموس در این بازار تا حد امکان احیا گردد.

جدول ۶: ایده‌های احیاء آداب و سنن در بازار تاریخی وکیل شیراز

آداب و سنن در بازار وکیل شیراز احیاء ایده‌های		۱- احیاء عناوین و اسامی تاریخی یا اتکاء به اسناد و شرح حال‌های موجود از وضعیت گذشته بازار.	۲- حمایت از تخریب بقایای سازوکار آبرسانی و اقدام به احیاء بخش‌هایی از آن.	۳- تقویت نقش ارتباطی بازار در مقیاس مجموعه‌ای به واسطه احیاء آداب اصیل در این حوزه.	۴- صیانت از اصناف اصیل موجود. مسانعت از ورود حرفه‌های جدید و ناسازگار با هویت تاریخی بازار.	۵- احیاء جریان تولیدگر در بازار و گرایش به سمت حمایت از کالاهای تولیدی کاربردی.	۶- احیاء آداب و سنن مرتبط با نظام‌های انگیزشی و سازوکار تأمین امنیت بازار.	۷- گرایش به سمت مدیریت مشارکتی و کاهش نقش نهادهای دولتی در امور داخلی بازار.	۸- استفاده از فرصت‌های تنبیهی و تشویقی جهت صیانت یا احیاء آداب و سنن اصیل در بازار.	۹- گرایش به سمت انتقال ارزش‌های ناملموس به نسل جوان و پایبندی آن‌ها به آداب و سنن بازار.	۱۰- تأکید بر حفظ و تقویت مراودات و ارتباطات اجتماعی مابین بازاریان و مراجعین.	۱۱- مسانعت از تبدیل بازار شیراز به یک مرکز صرفاً گردشگری یا اقتصادی	۱۲- صیانت از ارزش‌های فرهنگی مذهبی و تأکید و تشویق به پایبندی نسل جوان به آداب و سنن مرتبط
اقتصادی	Ee1- نظام صنفی و فعالیت برخی اصناف اصیل												
	Ee2- فعالیت اصناف تولیدگر در معرض دید عموم												
	Ee3- آداب برقرار در ضرابخانه، گمرکخانه و بانکو												
	Ee4- انجام مبادلات کالا به کالا												
	Ee5- فعالیت دست‌فروشان در میداين بازار												
کالبدی	Co1- وجود مجموعه‌ای از دوران صفویه و مابعد												
	Co2- وجود سازوکار آبرسانی منحصر به فرد												
	Co3- عملکرد نام بازار به عنوان معبر ارتباطی												
	Co4- وجود عناوین و اسامی تاریخی												

ایده‌های احیاء آداب و سنن در بازار وکیل شیراز	شرح حال‌های موجود از وضعیت گذشته بازار.												
	۱- احیاء عناوین و اسامی تاریخی با اتکاء به اسناد و اقدام به احیاء بخش‌هایی از آن.	۲- سامانیت از تخریب بقایای سازوکار آبرسانی و به‌واسطه احیاء آداب اصیل در این حوزه.	۳- تقویت نقش ارتباطی بازار در مقیاس مجموعه‌ای به‌واسطه احیاء آداب اصیل در این حوزه.	۴- صیانت از اصناف اصیل موجود، سامانیت از ورود حرفه‌های جدید و ناسازگار با هویت تاریخی بازار.	۵- حمایت از کالاهای تولیدی کاربردی.	۶- احیاء جریان تولیدگر در بازار و گرایش به سمت حمایت از کالاهای تولیدی کاربردی.	۷- احیاء آداب و سنن مرتبط با نظام‌های انگیزشی و سازوکار تامین امنیت بازار.	۸- احیاء آداب و سنن اصیل در بازار.	۹- استفاده از فرصت‌های تشویقی جهت صیانت یا احیاء آداب و سنن اصیل در بازار.	۱۰- استفاده از فرصت‌های تشویقی جهت صیانت یا احیاء آداب و سنن اصیل در بازار.	۱۱- گرایش به سمت مدیریت مشارکتی و کاهش نقش نهادهای دولتی در امور داخلی بازار.	۱۲- احیاء جوان و پابندی آن‌ها به آداب و سنن بازار.	۱۳- احیاء جوان و پابندی آن‌ها به آداب و سنن بازار.
کمیته و کمیته‌ها	Cu1- مراجعه جهت انجام خرید ویژه عيد نوروز												
	Cu2- تقالی و حافظ خوانی در قهوه‌خانه‌ها												
	Cu3- اقامه همه‌روژه اذان در محدوده بازار												
	Cu4- برپایی مراسم عزاداری در ایام محرم												
	Cu5- آذین‌بندی بازار در ایام نیمه شعبان												
	Cu6- عمل و اعتقاد کسبه به واجبات و مستحبات												
اجتماعی	So1- روابط صمیمانه کاری و خانوادگی بین کسبه												
	So2- روابط نزدیک دو حجره مجاور (هم‌دکان)												
	So3- سلسله‌مراتب طولانی مدت استادشاگردی												
	So4- ارتباطات اجتماعی بالا در اغذیه‌فروشی‌ها												
	So5- حضور و مروده و چانه‌زنی در حین خرید												
مدیریتی و مشارکتی	Ma1- مدیریت بزرگتر بازار در راسته‌های مختلف												
	Ma2- مدیریت اوستای صنف در فعالیت‌های صنفی												
	Ma3- معیار یک یا نیم درک در بیمایش املاک												
	Ma4- رواج سنت وقف و تامین هزینه ابنیه عمومی												
	Ma5- مشارکت در فعالیت‌های اجرایی و تعمیراتی												
	Ma6- مشارکت در کمک‌رسانی به ورشکستگان												
	Ma7- فعالیت افرادی برای تامین امنیت بازار												
	Ma8- نظارت بر قیمت، کیفیت و اوزان کالاها												

۷- نتایج تحقیق:

در طی این پژوهش ساختار نظام‌مند بازار تاریخی وکیل شیراز با تمرکز بر ابعاد عملکردی مورد مطالعه قرار گرفته و یافته‌های حاصله در قالب ابعاد ارزشمند پنج‌گانه اعم از فرهنگی و مذهبی، اجتماعی، مدیریتی و مشارکتی، اقتصادی و کالبدی طبقه‌بندی و مجموعه‌ای از آداب و سنن تاریخی در ذیل هر یک از این ابعاد ذکر شد. آداب و سنن که به‌واسطه فراموشی یا کمرنگ شدن در اکثر ابعاد

وجودی بازار، کیفیت حیات در این مجموعه شهری را تنزل داده و اعمال سطوحی از احیاء در این مجموعه شهری را ایجاب می‌کنند. بر این اساس در راستای فهم این فرایند احیاگرایانه مجموعه ارزش‌ها یا آداب و سنن شناسایی شده را تجمیع و با تحلیل روابط فی‌مابین راهبردهایی دوازده‌گانه اعم از:

"احیاء عناوین و اسامی تاریخی - ممانعت از تخریب بقایای سازوکار آبرسانی و اقدام به احیاء بخش‌هایی از آن - تقویت نقش ارتباطی بازار در مقیاس مجموعه‌ای به واسطه احیاء آداب اصیل در این حوزه - صیانت از اصناف اصیل موجود و ممانعت از ورود حرفه‌های جدید و ناسازگار با هویت تاریخی بازار - احیاء جریان تولیدگر و گرایش به سمت حمایت از کالاهای تولیدی کاربردی - احیاء آداب و سنن مرتبط با نظام‌های انگیزشی و سازوکار تامین امنیت بازار - گرایش به سمت مدیریت مشارکتی و کاهش نقش نهادهای دولتی در امور داخلی بازار - استفاده از فرصت‌های تنبیهی و تشویقی جهت صیانت یا احیاء آداب و سنن اصیل - گرایش به سمت انتقال ارزش‌های ناملموس به نسل جوان و پایبندی آن‌ها به آداب و سنن بازار - تاکید بر حفظ و تقویت مرادوات و ارتباطات اجتماعی مابین بازاریان و مراجعین - ممانعت از تبدیل بازار شیراز به یک مرکز صرفاً گردشگری یا اقتصادی و درنهایت صیانت از ارزش‌های فرهنگی مذهبی و تاکید و تشویق به پایبندی نسل جوان به آداب و سن مرتبط" در این مجموعه تاریخی پیشنهاد می‌شود. این موارد در واقع بیانگر ایده‌های مفهومی احیاء و تسهیل‌کننده فرایند حفاظت جامع در بازار تاریخی وکیل شیراز هستند.

پی‌نوشت:

- 1- Williams Raymond
- 2 - Janet Blake
- 3 - Intangible Cultural Heritage (ICH)
- 4 - Richard Handler
- 5 - Edvard Shils
- 6 - Marlina Vecco
- 7 - Cultural

۸ - ماهیت ارزش‌ها بر اساس طبقه‌بندی تعریف‌شده توسط یوکایوکیلهتو و تعمیم آن توسط مهدی حجت تبیین شده است. ر.ک (حجت، ۱۳۸۰: ۹۶).

- 9 - Social
- 10 - Economic
- 11 - Corporal

۱۲ - در حال حاضر کالبد باقی‌مانده از مجموعه بازار شیراز عموماً مربوط به دوران صفویه، زندیه، قاجار و مابعد است.

منابع

- ابن بطوطه، محمدبن عبدالله (۱۳۷۶)، سفرنامه ابن بطوطه، ترجمه محمدعلی موحد، تهران، انتشارات آگه.
- افسر، کرامت الله (۱۳۵۳)، تاریخ بافت قدیمی شیراز، تهران: انتشارات انجمن آثار ملی.
- آریان فر، حمیدرضا (۱۳۸۹)، «بازار بزرگ»، کتاب ماه تاریخ و جغرافیا، شماره ۱۴۹.
- اعظمی، کاترین و بلیک، ژانت الیزابت (۱۴۰۰)، «بررسی عملکرد مدیریت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در حوزه میراث فرهنگی ناملموس»، مجله مدیریت فرهنگی، شماره ۵۴.

- امام جمعه، فرهاد و بختیاری‌بستاک، پروین (۱۳۹۲)، «جنبه‌های فولکوریک سراهای بازار سنتی اراک»، فصلنامه فرهنگ مردم ایران، شماره ۳۵.
- باربارو، جوزفا و دیگران (۱۳۴۹)، سفرنامه‌های ونیزیان در ایران (شش سفرنامه)، ترجمه منوچهر امیری، تهران، انتشارات خوارزمی.
- بهزادفر، مصطفی، نادری، مجید و فروزانگهر، حمیده (۱۳۸۸)، «نقش و کارکرد بازارهای سنتی ایران»، فصلنامه آبادی، شماره ۶۴.
- پیرلوتی (۱۳۷۲)، سفرنامه به سوی اصفهان، ترجمه بدرالدین کتابی، بی‌جا، انتشارات اقبال.
- تاورنیه، ژان باتیست (۱۳۸۲)، سفرنامه تاورنیه، ترجمه حمید ارباب شیرانی، تهران، انتشارات نیلوفر.
- چراغی، سوسن (۱۳۸۳)، «کنوانسیون صیانت از میراث فرهنگی ناملموس»، مجله اثر، شماره ۳۶ و ۳۷.
- حبیبی، حسن (۱۳۸۹)، سرگذشت بازار بزرگ تهران، بازارها و بازارچه‌های پیرامونی آن در دویست سال اخیر، تهران، انتشارات بنیاد ایران‌شناسی.
- حبیبی، سید محمدحسن و مقصودی، ملیحه (۱۳۹۰)، مرمت شهری، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- حجت، مهدی (۱۳۸۰)، میراث فرهنگی در ایران: سیاست‌ها برای یک کشور اسلامی، تهران، سازمان میراث فرهنگی (پژوهشگاه).
- صفامنش، کامران و منادی زاده، بهروز (۱۳۸۲)، «مبانی ارزش‌گذاری بناها و مجموعه‌های قدیمی»، فصلنامه هفت شهر، شماره ۱۲ و ۱۳.
- راپاپورت، آموس، ۱۳۶۶ (۱۹۸۷)، منشا فرهنگی مجتمع‌های زیستی، ترجمه راضیه رضازاده، تهران، دانشگاه علم و صنعت ایران.
- سامی، علی (۱۳۶۳)، شیراز شهر جاویدان، شیراز، انتشارات نوید شیراز.
- سلطان‌زاده، حسین (۱۳۶۲)، روند شکل‌گیری شهر و مراکز مذهبی در ایران، تهران، انتشارات آگاه.
- سلطان‌زاده، حسین (۱۳۹۰)، تاریخ مختصر شهر و شهرنشینی در ایران، تهران، انتشارات چهارطاق.
- فرصت الدوله شیرازی، محمد نصیر بن جعفر (۱۳۷۷)، آثار عجم، تصحیح منصور رستگار فسایی، تهران، انتشارات امیرکبیر.
- فروتن، منوچهر، عراقچیان، محمدرضا و صنعتگر کاخکی، مریم (۱۳۹۲)، «نقش بازارهای سنتی در ساختار فضایی شهرهای اسلامی - ایرانی»، کنفرانس ملی اسلام در زندگی شهری، تهران.
- فروکاوا، نیویوشی (۱۳۸۴)، سفرنامه فوروکاوا، ترجمه هاشم رجب‌زاده و کینجیئه اورا. تهران، انتشارات انجمن آثار و مفاخر فرهنگی.
- فلاندن، اوژن (۱۳۵۶)، سفرنامه اوژن فلاندن به ایران، ترجمه حسین نور صادقی، تهران، انتشارات اشراقی.
- مقدسی، محمد ابن احمد (۱۳۶۱)، احسن‌التقاسیم فی معرفه‌الاقالیم، ترجمه علینقی منزوی، تهران، انتشارات کومش.
- نصر، طاهره (سها) (۱۳۸۳)، معماری و شهرسازی شیراز در دوره پهلوی، تهران، انتشارات روزنه‌کار.
- وارینگ و دیگران (۱۳۶۹)، ده سفرنامه یا سیری در سفرنامه‌های گردشگران خارجی راجع به ایران، ترجمه مهرا ب امیری. تهران، انتشارات وحید.
- یوسفی‌فر، شهرام و یدالله‌پور، معصومه (۱۳۹۴)، «مؤسسات وقفی در حیات بازار سنتی امل»، فصلنامه وقف میراث جاویدان، شماره ۹۰.
- Blake, Janet (2000), «on defining the cultural heritage», international and comparative law quarterly, Vol: 49, issu 01.
- Handler, Richard and Gocelin, Linnekin (1974), tradition, genuine or spurious», Journal of American folklore, Vol 97, No 385.
- ICOMOUS General conference in Paris (2001), UNESCO universal declaration on cultural diversity.
- ICOMOUS General meeting in Paris (1989), recommendation on the safeguarding of traditional culture and folklore.
- ICOMOUS international conference in Tokyo (2004), globalization and intangible cultural heritage.
- ICOMOUS meeting in Washington D.C. (1987), charter for the conservation of historic towns and urban areas (Washington charter).

Lenzerini, Fedrico (2011), »intangible cultural heritage: the living culture of people«, The European journal of international law, Vol: 22, No1.

(2020), »Safeguarding intangible heritage through edutainment in Luo,yu and Taylor & Francis China's creative urban environments, International Journal of Heritage Studies.

Raymond, Williams (1960), Border country: a novel, Chatto and windus.

Shils, Edvard (1971), »traditions«, comparative studies in society and history, No 13.

UNESCO intangible heritage (1999), guideline for the establishment of national living human treasures system.

Vecco, Marlina (2010), »a definition on cultural heritage from tanjable to entangable«, Journal of cultural heritage, Vol:11.

World conference on cultural policies in Mexico (1982), convention concerning the protection of the world cultural and nature heritage.

Zandieh, Mahdi and Seifpour Zeinab (2020), »Preserving traditional marketplaces as places of intangible heritage for tourism«, Journal of Heritage Tourism, Vol: 15.

Conservation of vakil historic bazaar of Shiraz based on revitalization of Valuable traditions¹

Hossein bahrololoom²: MA in Restoration and Conservation of Historical Buildings and Urban Fabrics, University of Art, Tehran, Iran.

Alireza Razeghi^{3}: PhD in Islamic Architecture, Associate Professor, University of Art, Tehran, Iran.*

Abstract:

Due to the variety of usage of historical bazaar of Shiraz such as economical, social, cultural and even communicative dimensions, it includes many different structures; all of which need conservation. In fact paying enough attention to both tangible and intangible aspects and dimensions of the structure plays a crucial role in conserving the identity and cultural authenticity of the complex. This process has often been neglected or considered only in structural dimensions.

The current study aims at presenting a comprehensive understanding of the traditional system of historical bazaar of Shiraz and its related values and traditions, emphasizing on the previous weaknesses. In order to meet the realization of the comprehensive conservation, this study relies on the gathered data and moves in line with revitalization plan of the above named values. Using historical interpretation strategy through the study of the documented references, interviews and field observations, this study compares the historical-cultural traditions and their relevant structures in the historical bazaar of Shiraz; therefore studies the current changes in the field.

These valuable traditions, according to their similar nature, were classified under five main categories include cultural, social, management, economic and corporal traditions and after analysis and aggregation, were resulted to the main revitalization strategies.

The authentic identity and integrated and comprehensive conservation plan of the historical bazaar of Shiraz will be guaranteed under the case that the above named Strategy, with an emphasis on structural dimensions, are taken into consideration and are implemented by preservation custodians.

Key words: Intangible heritage, Traditions, Revitalization, Vakil Bazaar of Shiraz.

¹. This paper is prepared based on the results of the MA thesis entitled, "Conservation of vakil historic bazaar of Shiraz based on revitalization of traditions", under the supervision of the second author.

². Email: *Email: hosseinbahrololoom@gmail.com*

³. *Corresponding Author's, Email: *razeghi@art.ac.ir*