

بررسی کیفی ماندگاری معماری مجموعه‌ی بازار تبریز از منظر پدیدارشناسی

الهام حاتمی گلزاری^۱؛ احمد میرزا کوچک خوشنویس^۲؛ قادر بایزیدی^۳؛ فؤاد حبیبی^۴

تاریخ دریافت مقاله :

۱۳۹۸/۰۶/۲۲

تاریخ پذیرش مقاله :

۱۳۹۸/۱۰/۰۱

چکیده

معماری تجسم فرهنگ یک جامعه است که در قالب کالبد مادی بیان و مورد قضاوت قرار می‌گیرد. امروزه یکی از مهمترین مسائلی که نظر معماران را به خود جلب نموده، مسئله‌ی لزوم ماندگاری معماری و احیای آن است. در این راستا پارادایم پدیدارشناسی با رویکرد تفسیری با تأکید بر روح و حس مکان به دنبال شناخت عوامل مؤثر بر تداوم و ماندگاری مکان، مشروط به تجربه‌ی انسان و تفسیر او است که پژوهشگر از طریق تعامل با موضوع مورد پژوهش به شناخت آن می‌رسد. شناخت در این دیدگاه امری عینی و مادی نیست و دارای ابعاد و تفسیرهای مختلف است. در این راستا هدف تحقیق حاضر تأکید بر رویکرد پدیدارشناسی به منظور کشف دلالت‌های ماندگاری در مجموعه‌ی بازار تاریخی تبریز می‌باشد. نظام تفسیر و رویکرد تحقیق حاضر پدیدارشناسی، و نظام تحلیل آن روش‌شناسی کیفی است و از روش نظریه‌ی زمینه‌ای برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و ارائه‌ی نظریه‌ی نهایی استفاده شده است. در این راستا، فضای معماری مجموعه‌ی بازار تبریز، در ذیل سه مؤلفه‌ی معنا و هویت، کالبد و فضا و عملکرد به صورت جزء به جزء مورد بررسی قرار گرفته است؛ در این مرحله محققان با انجام مصاحبه‌های باز و عمیق نسبت به گردآوری اطلاعات اقدام کرده و عناصر و اجزای بازنمونی مؤلفه‌ها، تحت ۱۵ مفهوم اولیه شناسایی و کدگذاری باز گردیده است؛ در مرحله‌ی بعد هر کدام از معیارهای ماندگاری، در ذیل هر یک از پدیدارهای دوگانه‌ی روح مکان و حس مکان (هویت مکان، وابستگی به مکان و دلبستگی به مکان)، در چند سطح پدیدارشناختی و با استفاده از کدگذاری‌های محوری و گزینشی، مورد تفسیر و تعیین موضوع قرار گرفته است. نهایتاً ۷ مقوله‌ی عمده‌ی تأثیرگذار؛ خاطره‌انگیزی برای افراد؛ هویتمند بودن فضای بازار؛ انعطاف‌پذیر بودن آن و انطباق با نیازهای افراد در دوره‌های تاریخی (در نظر داشتن نیازهای زمانی و مکانی)؛ داشتن عملکرد چندمنظوره؛ وجود انواع نشانه‌ها در فضای بازار و دسترسی مناسب به کارکردهای مختلف؛ تأکید بر انواع مراودات اجتماعی، اقتصادی و ...؛ و چیدمان فضایی مناسب ساختمان‌ها با مناظر مناسب بر ماندگاری معماری بازار شناسایی و تدوین شده است. در مرحله‌ی پایانی، با یکپارچه کردن، مقایسه، و تعمق پیرامون مقولات به دست آمده در مراحل قبلی، یک مقوله‌ی هسته تحت عنوان «خاطره‌انگیزی و ایجاد حس تعلق به فضا در مجموعه‌ی بازار و همچنین توسعه‌ی عملکردی در محور خطی و دوره‌ای روبه‌پیشرفت در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، معنوی و حفظ گذشته‌ی تاریخی» به عنوان عامل اصلی ماندگاری معماری بازار تبریز براساس رویکرد پدیدارشناسی انتخاب گردیده است.

کلمات کلیدی: ماندگاری، معماری، پارادایم پدیدارشناسی، بازار تاریخی تبریز.

این مقاله برگرفته از رساله‌ی دکتری تحت عنوان "جلوه‌های کمال‌جویی در ضرب‌آهنگ کاوی زندگی روزمره و تأثیر آن در ماندگاری معماری، بررسی چهارگونه از بناهای تاریخی تبریز" با همکاری نویسندگان می‌باشد.

^۱ دانشجوی دکتری معماری، گروه معماری، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران، E.hatami.g@gmail.com

^۲ استادیار گروه گروه ابنیه و بافت، پژوهشگاه میراث فرهنگی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول): A.m.khoshnevis@gmail.com

^۳ استادیار گروه معماری، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران. Q_bayzidi@iausdj.ac.ir

^۴ استادیار گروه علوم اجتماعی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران. habibi_foad@yahoo.com

مقدمه

معماری به عنوان ظرفی برای زندگی انسان در نظر گرفته می‌شود که علاوه بر برآوردن نیازهای او، هدفی بس والاتر بر آن مترتب می‌باشد که همانا برقراری ارتباط با احساسات و عواطف انسانی است. از طرفی معماری تجسم فرهنگ و یک جامعه است که در قالب کالبد مادی ارائه و بیان شده و مورد قضاوت قرار می‌گیرد. امروزه یکی از مهمترین مسائلی که نظر معماران را به خود جلب نموده است، مسئله‌ی لزوم ماندگاری در معماری و احیای آن به‌شمار می‌رود (شفیعیان داریانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۳). ماندگاری یک پدیده، علاوه بر ویژگی‌هایش، از نحوه‌ی برخورد با آن در دوره‌های بعدی و همچنین شرایط پیرامون آن تأثیر می‌پذیرد. همچنین ماندگاری در معنا، کارکرد و کالبد یک پدیده (پاکزاد، ۱۳۹۴: ۱۰۸) و همچنین هویت آن قابل بررسی است. بنابراین طرح مسئله‌ی ماندگاری معماری نیاز به یک بررسی متفکرانه، دقیق و همه‌جانبه دارد (آیوایان، ۱۳۸۵: ۶). از طرفی مکان یک پدیده‌ی چندوجهی است که علاوه بر محیط فیزیکی، محیط اجتماعی و فرهنگی را نیز دربر دارد. به عبارت دیگر مکان ترکیبی از فعالیت‌های انسانی (ارتباطات اجتماعی، احساسات، افکار، روابط اقتصادی و ...) در بستر کالبد و فضای آن می‌باشد (Stedman, 2003:673). در محور زمان کارکرد یک مکان می‌تواند تغییر کند و یا کالبد آن دچار فرسودگی گردد؛ ولی معنای مکان از طریق تجربه‌ی مکان برای افراد امکان تفسیر می‌یابد و در بستر زمانی در ارتباط با حواس و عواطف در شرایط اجتماعی - اقتصادی تبلور می‌یابد (Stokols and humaker, 1981:396). در این راستا رویکرد پدیدارشناسی با تأکید بر رابطه‌ی بین عناصر در یک مکان (بستر شکل‌گیری) و همچنین رابطه‌ی انسان با این عناصر (دست یافتن به درک عینی و ذهنی مکان و یکی شدن با آن) به دنبال بررسی روح و حس مکان می‌باشد که از عوامل اصلی ماندگاری مکان محسوب می‌گردند. پدیدار کردن مکان به صورت ملموس وظیفه‌ای است که هنر معماری آن را بر عهده دارد. در حوزه‌ی معماری معنای ویژه‌ای از مکان نهفته است و تنها به‌عنوان یک «جا» مانند هرجای دیگر برای ساختن به حساب نمی‌آید. اگرچه مکان در حوزه‌های مختلف دانش نظیر جغرافیا و برنامه‌ریزی به

عنوان یک مفهوم کلیدی مطرح است ولی معماری چونان هنر، هنگامی که در کار می‌آید حقیقت موضوعات خود مثلاً مکان را آشکار می‌کند، در معماری اساس مکان گذاشته می‌شود و هر دو با سکونت انسان بر روی زمین ارتباط دارند (صافیان و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۴). از این‌رو پدیدارشناسی با تأکید بر مکان و هویت، روح و حس آن سعی در شناسایی حقیقت و واقعیت یک مکان و بنا دارد. پدیدارشناسی واژه‌ای اساساً فلسفی است، چراکه برای نخستین بار فیلسوفان بوده‌اند که این واژه را جهت شرح موقعیت چیزها و وضعیت پدیدارشدن آنها به کار برده‌اند. پدیدارشناسی در پی بررسی توصیفی و بی‌واسطه آنچه که بر آگاهی ما پدیدار می‌شود است و بیشتر شیوه‌ی نگریستن و دیدن است تا مجموعه‌ای از آموزه‌های سخت و دقیق. بدین معنا، پدیدارشناسی در پی تحصیل و ترویج احکام و گزاره‌هایی سخت و بدین‌سان پی‌افکندن یک نظام فلسفی استوار به معنای کلاسیک آن نیست، بلکه بیشتر در پی فراهم آوردن اشارات و رهنمون‌هایی نرم و منعطف برای فهم و ادراک محیط است. همان‌طور که موران خاطر نشان می‌سازد، پدیدارشناسی درصدد آن است تا «نگرشی ناب و بدون پیش‌داوری یعنی رها از هرگونه پیش‌فرض‌ها و رویکردهای علمی، متافیزیکی، مذهبی یا فرهنگی بر وجوه بنیادین و اساسی تجربه‌ی انسانی در جهان و از جهان داشته باشد» (Moran and Mooney, 2002: 1). به تعبیر دیگر، پدیدارشناسی به "گوهر تظاهر" یا "گونه‌های بروز" می‌پردازد و شیوه‌های "پدیدار شدن" را بررسی می‌کند.

همچنین هدف پدیدارشناسی، بررسی ارتباط وجودی مردم با جهانی است که آنها خودشان را در آن پیدا می‌کنند، جهانی که شامل جنبه‌های محیطی و معمارانه است (Seamon, 2008: 1). پدیدارشناسی توصیف و تفسیر تجربه‌ی زیسته‌ی انسان است؛ همان‌طور که رابرت سوکولوفسکی^۱ فیلسوف بیان می‌کند، پدیدارشناسی مطالعه‌ی تجربه‌ی انسانی و مطالعه‌ی راه‌هایی است که اشیاء از طریق همین تجربه‌ها بر ما آشکار می‌شوند (Seamon, 2013: 143)؛ این تجربه، تجربه‌ای بی‌واسطه و مستقیم است؛ تجربه‌ای که بدون تفکر ارادی و بدون متوسل شدن به طبقه‌بندی کردن یا مفهوم‌سازی،



¹1 - Rabert Sokolowski

حاصل می‌شود و معمولاً شامل آن چیزهایی است که مسلم دانسته می‌شوند یا متداول هستند.

با توجه به اهمیت معماری و نقش تأثیرگذار رویکرد پدیدارشناسی بر ماندگاری معماری در این تحقیق براساس مطالعه‌ی کیفی در پی دستیابی به دلالت‌های ماندگاری معماری بازار تبریز از منظر پدیدارشناسی می‌باشیم.

بازار تبریز از قرن‌های نخستین اسلامی، از شهرتی خاص برخوردار بوده و برای پاسخگویی به فعالیت‌های تجاری، منطقه‌ی وسیعی از شهر را دربر می‌گرفت. بازار تبریز از قرن چهارم ه.ق. در منابع مختلف آمده است. پس می‌توان گفت که از عمر بازارهای مسقف تبریز حداقل هزار سال می‌گذرد. از اظهار نظرات چنین بر می‌آید که بازار تبریز ضمن داشتن فعالیت‌های مذهبی - اجتماعی در فضاهای خود (تیمچه مظفری) از ثبات و پایداری و رونق اقتصادی شایان توجهی در دوران متمادی برخوردار بوده (پورجعفر و پورجعفر، ۱۳۹۰: ۲). مساحت بازار تبریز ۲۹ هکتار بوده و طول راسته‌های آن ۵۷۶۰ متر می‌باشد و همچنین این بازار ترکیبی از انواع کاربری‌های اقتصادی، مذهبی و آموزشی با نقش‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است. در راستای هدف مورد بررسی، پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به سؤال اساسی زیر می‌باشد:

معماری مجموعه‌ی بازار تبریز از منظر ماندگاری در چه وضعیتی می‌باشد؟

مهمترین عوامل تأثیرگذار بر ماندگاری معماری مجموعه‌ی بازار تبریز از رویکرد پدیدارشناسی کدامند؟

پیشینه تحقیق

در راستای پدیدارشناسی معماری و همچنین ماندگاری معماری مطالعات متعددی انجام گرفته است. با توجه به مطالعات انجام گرفته هرکدام به نحوی در مورد معماری بحث‌هایی را صورت داده‌اند. با این وجود ماندگاری معماری براساس پدیدارشناسی نوآوری این تحقیق بوده است که دلالت‌های ماندگاری معماری بازار تبریز را از منظر پدیدارشناسی مورد بررسی قرار داده است.

در راستای ماندگاری معماری، نقره‌کار و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهشی با عنوان راز جاودانگی آثار معماری به بررسی

و بیان دیدگاه‌های مختلف مطرح شده در ماندگاری و جاودانگی معماری پرداخته‌اند. دیدگاه‌ها و نگرش‌های مطرح شده در این پژوهش عبارتند از نوگرا و فرانوگرا و رویکردهای فراگیرتر با ویژگی‌هایی همچون هنر معمارپسند و هنر عامه‌پسند و شعاعی (۱۳۹۰)، مطالعه‌ی تطبیقی علل ماندگاری حسینیه‌های ایران (تهران، ساری، بندرعباس، نائین) را مورد بررسی قرار داده است. ایشان به حسینیه‌ها به عنوان اماکن مذهبی اشاره نموده است که براساس باورها و عقاید شیعیان از احترام و جایگاه والایی برخوردار بوده و هستند. در این تحقیق به بررسی علل ماندگاری حسینیه‌ها بر حسب نوع فعالیت، معنا و کالبد پرداخته شده است. شفیعیان داریانی و همکاران (۱۳۹۳)، در مطالعه‌ی خود مفهوم ماندگاری در معماری اسلامی و مقایسه‌ی آن با مفهوم پایداری در معماری معاصر را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج تحقیق بر این مهم استوار است که تفاوت اساسی معماری ماندگار و پایدار در وجود عنصر معنی و معنویت است. علاوه بر این مشخصه، توجه به فرهنگ و استفاده از کهن‌الگوهای ماندگار و توانایی جذب مخاطب را می‌توان از دیگر تفاوت‌های میان معماری ماندگار و پایدار بیان نمود. یزوردیاگا^۱ (۲۰۱۴)، نیز در مطالعه‌ی خود بیان می‌کند که ماندگاری در فضای شهری و ساخت‌وساز به روش‌های مختلف تعریف شده است که به نظر می‌رسد دوام فنی مهمترین آنها از نظر وجود و قابلیت استفاده از ساختمان‌ها می‌باشد.

همچنین در راستای پدیدارشناسی معماری، شیرازی (۱۳۹۲)، در مقاله‌ای به بررسی جایگاه پدیدارشناسی در تحلیل معماری و محیط پرداخته است. در این مقاله ابتدا پدیدارشناسی فلسفی که نقطه‌ی عزیمت پدیدارشناسان معماری بوده مورد بررسی قرار گرفته و با اشاره به تفاوت قرائت‌های پدیدارشناسان نشان داده می‌شود که چگونه هر یک برحسب اهداف و دغدغه‌های خاص خود تلقی متمایزی از قابلیت‌ها و اهداف پدیدارشناسی دارند. در نهایت وضعیت پدیدارشناسی معماری و محیط در مقایسه با موقعیت پدیدارشناسی فلسفی مطالعه شده و خاطر نشان می‌گردد که این وضعیت عمدتاً متأثر از اندیشه‌های دو پدیدارشناس برجسته، مارتین هایدگر^۲ و موریس مرلوپونتی^۳ است. هدفی

1 - Yzurdiaga

2 - Martin Heidegger

3 - Maurice Merleau-Ponty

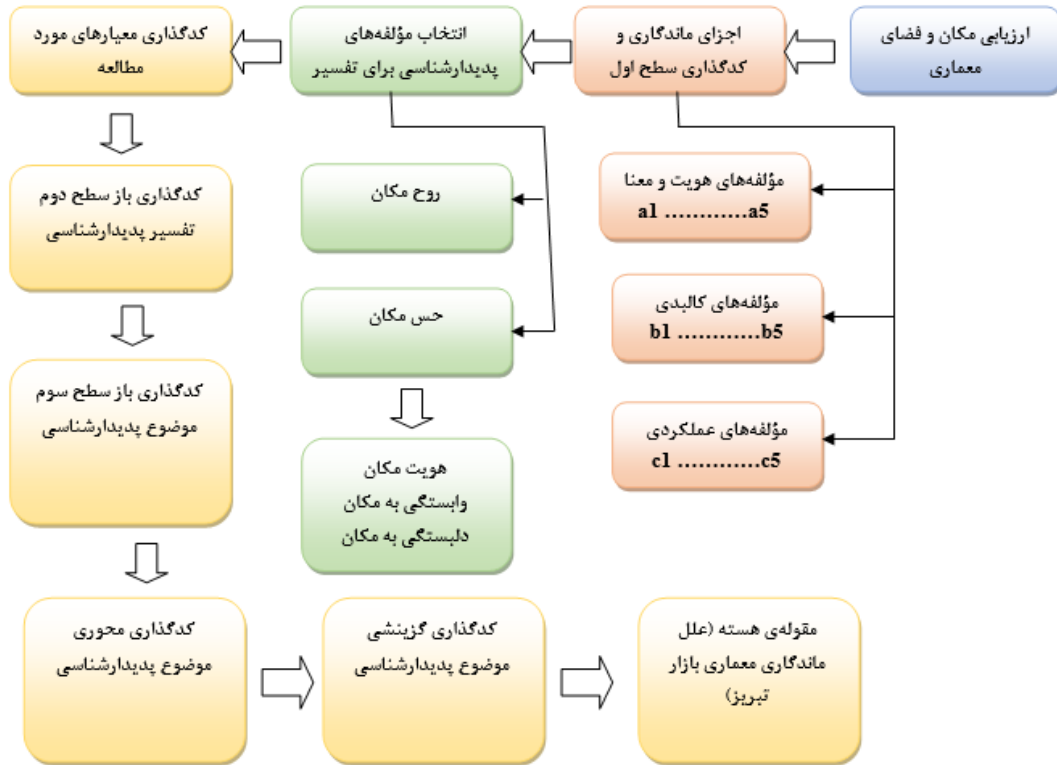




روش تحقیق

به‌طور کلی، روش‌شناسی پژوهش حاضر کیفی با رویکرد پدیدارشناسی است، که از روش مردم‌نگاری برای اجرای عملیات تحقیق و انجام دادن کلیه‌ی مراحل کار میدانی استفاده شده است. هدف عمده‌ی روش مردم‌نگاری که روش اصلی این پژوهش است ارائه‌ی یک «توصیف عمیق» از واقعیت تحت بررسی است. اما دستیابی به این توصیف عمیق نیازمند فنون و ابزارهایی است که به کمک آن بتوان داده‌های گردآوری شده را سازماندهی و تنظیم کرده و به نظریه‌ای مبتنی بر واقعیات دست یافت. این نوع نظریه را نظریه‌ی زمینه‌ای می‌خوانند که مستقیماً از داده‌هایی استخراج می‌شود که در جریان پژوهش به صورت منظم گردآمده و تحلیل شده‌اند. در این تحقیق برای گردآوری اطلاعات، علاوه بر حضور در فضا و گردآوری اطلاعات میدانی به روش مردم‌نگاری، که شامل روش‌های انجام مصاحبه، مشاهده‌ی عمیق فضاها، تصویربرداری، صدابرداری و مطالعه‌ی اسناد و مدارک درخصوص مطالعه‌ی موردی است، از گردآوری اسنادی و کتابخانه‌ای برای تدوین پیشینه و ادبیات نظری تحقیق استفاده شده‌است. همچنین پژوهش حاضر برای تحلیل اطلاعات و رسیدن به یک توصیف عمیق و تدوین یک نظریه‌ی زمینه‌ای از روش کدگذاری داده‌های گردآوری شده بهره‌خواهد برد. به عبارتی، در مرحله‌ی اول، معیارهای ماندگاری شناسایی شده (معنا و هویت، کالبد، فضا و عملکرد)، از طریق کدگذاری باز و با معیار پدیدارشناسی دوگانه (روح و حس مکان)، تفسیر شده و موضوع آنها شناسایی می‌شود. در مرحله‌ی دوم، برای ارتباط دادن بین مفاهیم شناسایی شده و مقوله‌بندی آنها از کدگذاری محوری استفاده می‌شود و در ادامه برای ساخت خط اصلی نظریه، مقولات از طریق کدگذاری گزینشی به همدیگر مرتبط می‌شوند تا نهایتاً با ارائه‌ی مجموعه‌ای گفتمانی از قضایای نظری به فرآیند ساخت نظریه‌ی زمینه‌ای پایان بخشید. مسیر کلی تحقیق براساس نمودار شماره ۱ می‌باشد.

و معانی قهرمان‌لویی (۱۳۹۵)، در مطالعه‌ی خود به تبیین مؤلفه‌های معماری حاکم بر بناهای عبادی از منظر حکمی و پدیدارشناسی پرداخته‌اند. نتایج حاصل از این مطالعه، قرائت از مؤلفه‌های قدسی در ساختار و فرم بناهای عبادی به‌عنوان انگاره‌های قدسی حاکم بر طراحی فضاهای عبادی می‌باشد. روش نتیجه‌گیری نیز بصورت استنتاجی است که به طریق استدلال، گواه و شاهد از بحث‌های قیاسی حاصل می‌آید. نگین تاجی و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی به تبیین نسبت رابطه‌ی انسان و مکان در فرآیند طراحی معماری با رویکرد پدیدارشناسی پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که پدیدارشناسی مکان، دو رویکرد هستی‌شناسی (روح مکان) و شناخت‌شناسی (حس مکان) را دربرمی‌گیرد. در مراحل اولیه‌ی فرآیند طراحی (شناخت مسئله)، از هر دو رویکرد «پدیدارشناسی مکان» می‌توان استفاده کرد. در این مرحله به‌کارگیری روح مکان به‌عنوان راهنمای طراحی در فرآیند طراحی هم‌امکان‌پذیر و هم‌الزامی می‌باشد؛ و از حس مکان می‌توان با مشارکت ذی‌نفعان برای ایجاد ظرفیت ارتباط مؤثر بین فرد و مکان در فرآیند طراحی استفاده کرد. علاوه بر این، برای آموختن از فرآیند طراحی و همچنین بهبود ارتباط طرح با کاربر واقعی، می‌توان رویکرد شناخت‌شناسی پدیدارشناسی را بکار گرفت. در این حالت، میزان موفقیت طرح در آفرینش حس مکان پس از بهره‌برداری مورد سنجش قرار می‌گیرد. امامی کوپائی و همکاران (۱۳۹۷)، نیز پدیدارشناسی را به‌عنوان پاسخی به مسأله‌ی روشی در فهم چیستی معماری پیشامدرن سنتی بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تفکر تصویری و مواجهه علمی و کمی با آثار معماری ما را به درک درستی از چیستی معماری نمی‌رساند، بلکه ما نیازمند رجوع به خود آثار هنری و هم‌دلی و هم‌زبانی با آنها هستیم؛ تا با یافتن زبانی مشترک و هم‌سخنی با این آثار، مفاهیم بنیادین و ناگفته‌های آنها را آشکار سازیم. این پژوهش مسیری را که می‌تواند ما را در فهم درست معماری سنتی یاری رساند را در هفت گام، حیرت و طلب، آشکارگی عالم بنا، پالایش ذهنی، این‌همانی ذهن و فضا، فهم پدیدارشناسانه از فضا، یافتن زبانی برای بیان و آشکارسازی معانی پنهان ترسیم کرده است.



نمودار ۱: مدل تحلیلی تحقیق (مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸).

مبانی نظری

پارادایم پدیدارشناسی

پارادایم پژوهش پدیدارشناسی، دیدگاه تفسیرگرایی است. طبق این دیدگاه «واقعیت، مشروط به تجربه‌ی انسان و تفسیر او است، و پژوهشگر از طریق تعامل با موضوع مورد پژوهش به شناخت آن می‌رسد. شناخت در این دیدگاه امری عینی و مادی نیست و دارای ابعاد و تفسیرهای مختلف است» (بازرگان، ۱۳۹۱: ۱۸). برای فهم ذات پدیدارها، در این روش «پژوهشگر جوهره‌ی تجارب انسانی را در باب یک پدیده، آن طور که توسط مشارکت‌کنندگان در پژوهش توصیف می‌شود، شناسایی می‌کند و با برقراری رابطه‌ی تنگاتنگ با مشارکت‌کنندگان، تلاش می‌کند الگوها و روابط معنا را شکل دهد» (کرسول^۱، ۱۳۹۴: ۴۱).

نظریه و روش پدیدارشناسی، در پی بحران‌های فلسفی غرب توسط «ادموند هوسرل^۲» مطرح شد. هوسرل که بر سر آگاهی، کنش و الزام‌های فرهنگی تأکید داشت، در تلاش بود تا از پیش‌فرض‌ها و تبیین‌های رایج فارغ شده و

شیوه‌ای برای شهود معانی ذاتی ارائه دهد. او در این راستا کوشید تا با به تعلیق درآوردن رویکردهای شناخت رایج که به نظرش سرچشمه‌ی کژاندیشی است، به آگاهی ناب نائل آید. پدیدارشناسی، به عنوان یک حرکت فکری و فلسفی، نقطه‌عطف بسیاری از روش‌های نقد معماری معاصر بوده است. اساس پدیدارشناسی، دیدگاهی ناب و تازه به پدیده‌ها و دست یافتن به خود چیزها بوده است و به‌عنوان یک رویکرد فلسفی، درک خاصی از مکان و فضا را بیان می‌دارد (پرتوی، ۱۳۹۲: ۶۲-۲۷). رویکرد پدیدارشناسی، براساس نوع و چگونگی نگرش به دو دسته‌ی اصلی تقسیم می‌شود: الف) پدیدارشناسی جریان‌ی هستی‌شناسانه، ب) پدیدارشناسی جریان‌ی شناخت‌شناسانه.

الف) پدیدارشناسی هستی‌شناسانه

زیست‌شناسانه

نقطه‌ی آغاز این رویکرد، علاقه و توجه هایدگر^۳ به مکان بود. او به وضوح تقدم اولویت هستی‌شناسی را به جنبه‌های مبتنی بر عمل می‌دهد تا جنبه‌های تأملی و تفکری، زیرا

1 - Kersole
2 - Edmund Husserl
3 - Heidegger





معتقد بود ما در وهله‌ی اول با جهان در تعامل هستیم و متعاقباً از طریق این تعامل و درگیری توأم با توجه است که جهان برای ما مکشوف و مقتضی می‌گردد (پرتوی، ۱۳۹۲: ۵۱). هایدگر از انسان به عنوان موجودی در جهان و در نسبت و تعامل مستقیم با آن یاد می‌کند. از نظر او بودن در جهان، شاخه‌ی اصلی هسته‌ی بشر و مؤید این واقعیت است که هرآنچه هست محیطی دارد (پرتوی، ۱۳۹۲: ۴۸) به نقل از (Relph, 2000).

جهان روزمره، همان محیط به تجربه درآمده است؛ یعنی زیست‌جهان. زیست‌جهان، روزنه‌ی ما از پدیدارهایی عینی تشکیل یافته و کلیتی است ساخته شده از چیزهای عینی که دارای مصالح مادی، شکل، بافت و رنگ‌اند؛ زیست‌جهان به زمینه‌ی ناخودآگاه، مفهومی و زندگی روزانه‌ی انسان‌ها اشاره دارد، زمینه‌هایی که معمولاً بدان توجهی ندارد. زیست‌جهان از برهم‌کنش پدیده‌هایی ایجاد می‌شود که ذاتاً با یکدیگر متفاوتند و نمی‌باید هرگز جداگانه مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند (شولتز، ۱۳۸۱: ۸۹). این چیزها یک «خصلت محیطی» را تعیین می‌کند که اساس مکان است. در کل هر مکان، دارای یک خصلت یا «جو» است. جوی که معماران پدیدارشناس از آن به عنوان روح مکان نام می‌برند.

کاراکتر محیط (روح مکان)، از طریق رابطه‌ی بین چیزها آفریده می‌شود. شولتز در کتاب روح مکان، «برگشت به چیزها» را برای توضیح مکان به کار برده است. فاکتورهایی مانند محل، منظر، اقلیم، نور روز، ساختمان‌ها و حتی فعالیت‌های انسان مکان را می‌آفرینند. این کتاب در حالت کلی این فاکتورها را به چیزهای انسان‌ساخت و چیزهای طبیعی تقسیم کرده است. او تمایل دارد که آنها را به «چیز^۱»، «نظم^۲» و «زمان^۳» تقسیم‌بندی کند. «چیز» می‌تواند شامل چیزهای طبیعی از قبیل منظر و چشم‌انداز و چیزهای انسان‌ساخت از قبیل ساختمان، شهر و حتی رفتار انسان باشد. اینها همه ویژگی‌ها و ارتباط خاص با یکدیگر دارند. «نظم» مکان فضای ساختارمند با ویژگی داده شده است، و از سه محور قابل درک هستند. چهار جهت اصلی به عنوان راهنما و شناساننده اصلی مکان؛ گروه‌های آسمانی

(خورشید، ستاره، ماه و تغییرات آسمانی)؛ که این دو به عنوان نظم کیهانی نامیده می‌شوند. و سرانجام «زمان» که می‌تواند به عنوان متغیر نظم کیهانی در نظر گرفته شوند (Verschuure, 2009). ترکیب آنها با هم می‌تواند یک کاراکتر ویژه از مکان سازد، که همان روح مکان است.

ب) پدیدارشناسی شناخت‌شناسی - تجربه‌ی زیسته

فلسفه‌ی شناخت به‌طور اخص توسط ادmond هوسرل پایه‌گذاری شد و سؤال اصلی پدیدارشناسی هوسرل این است که جهان اطراف و اشیاء برای من چه معنایی می‌دهند و این معانی چگونه در آگاهی من شکل می‌گیرد (مصطفوی، ۱۳۹۱: ۴۸). این مکتب در پی آن است که با تفکیک آگاهی باواسطه و بی‌واسطه از یکدیگر، آگاهی انسان را از پدیدارهای ذهنی که بدون واسطه در ذهن وی ظاهر می‌شوند و ممکن است حتی عینیتی هم نداشته باشند، مورد مطالعه قرار دهد. تجربه‌ی زیسته، از فضای زیسته روی می‌دهد. فضای زیسته یا مکان زیسته نیز موقعیتی است که تجربه‌های زیسته‌ی ما در آن شکل می‌گیرد. اما این مفهوم، متفاوت با معنای جغرافیایی مکان است، زیرا آنچه این وجه را می‌سازد، اولاً تأثیر متقابلی است که یک مکان مشخص بر احساس ما از بودن در آنجا می‌گذارد و ثانیاً احساس ما از بودن در آنجاست که به آن مکان معنا می‌بخشد (Van Manen, 1997). در این رویکرد، تمام آنچه در یک مکان اتفاق افتاده و همه‌ی موجوداتی که در آن زیسته‌اند، در ایجاد حس مکان شرکت می‌کنند (گلابی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۶۸).

بررسی مطالعات و ادبیات اولیه مرتبط با حس مکان، آشکار می‌کند که این مفهوم برای پدیدارشناسان، ارتباطی احساسی با مکان است که از طریق معنا و نشانه درک می‌شود و توجه انسان به مکان موجب شکل‌گیری یک تصویر ذهنی غنی از آن می‌شود. توان معتقد است، حس مکان، در گذشته به دست نمی‌آید و برای شناخت آن به اقامت و درگیری در مکان نیاز است (Tuan, 1977). حس مکان، یعنی تجربه و درک یک شخص از قرارگاهی ویژه و آنچه از ماهیت مکان برای یک انسان ادراک می‌شود

1 -Schultz
2 - Thing
3 - Order
4 - Time

ماندگاری و دیدگاه‌های مطروحه در ماندگاری معماری

ماندگار^۲ یعنی ماندنی، یعنی آنچه که بتواند باقی باشد و تداوم یابد. به قول لینچ ماندگاری عبارت است از میزان مقاومت عناصر یک شهر در مقابل فرسودگی و زوال و دارا بودن توانایی فعالیت طی دوره‌ی طولانی (پاکزاد، ۱۳۹۴: ۱۰۸). همچنین ماندگاری، بیان نوعی تداوم تاریخی و به دنبال آن تداوم فرهنگی است. اگرچه کالبد بسیاری از پدیده‌ها و آثار معماری همچنان باقی است؛ ولی از آنجا که حیات ندارند و برای مردم فرهنگ‌سازی و حیات‌بخشی نمی‌کنند، در عین ماندگاری (باقی بودن موجودیت کالبدی) مرده‌اند. کریستوفر الکساندر^۳ زنده شدن شهرها را وابسته به احیای «الگوهای مشترک» می‌داند. الکساندر می‌گوید برای آنکه دوباره به الگوی زبانی مشترک و زنده راه بگشاییم، باید نخست بیاموزیم که الگوهای پرمایه و حیات‌بخش را چگونه کشف کنیم (الکساندر، ۱۳۸۶: ۲۱۴). نقدهای بسیاری به نظریه‌ی کریستوفر الکساندر مطرح است دکتر مزینی آن‌را اینگونه بیان می‌کند: مهمترین اشکالی را که از بعد مبانی نظری می‌توان بر او وارد کرد؛ کم‌توجهی او به آرمان‌های معنوی است (نقره‌کار و همکاران، ۱۳۸۸: ۳۸). بنابراین آنچه باعث و بانی شکل‌گیری اثر معماری ماندگار می‌شود؛ اثری که در ورای زمان و مکان قرار دارد؛ اندیشه-ای با بن‌مایه‌های محکم و استوار است (پورجعفر و همکاران، ۱۳۸۶: ۹۵).

طبقه‌بندی دیدگاه‌های ارائه شده در مورد تداوم یک اثر نشان می‌دهد که معماری چیزی را ماندگار می‌داند که ستایش می‌کند. از این رو جایی که چیزی برای ستایش شدن وجود ندارد، معماری هم نمی‌تواند وجود داشته باشد (پلاسم، ۱۳۸۵: ۱۹). پدیده‌های ماندگار در طول زمان‌های مختلف و تأثیرپذیری و تأثیرگذاری بر ابعاد مختلف زندگی، به بخشی از خاطرات جمعی تبدیل می‌شوند. به‌این‌ترتیب توجه به ماندگارها در طراحی فضا باعث افزایش حس تعلق به فضا می‌شود (پورجعفر و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۰). در این حالت فضا از زمان دیگری غیر از زمان حال برخوردار است.

که از طریق آن، حس متفاوت بودن محیط به فرد القا می‌شود. حس مکان از ادراک فردی و اجتماعی، عادات و تجربه پدیدار می‌شود (Jiven and Larkham, 2003:67). این حس تدریجی و ناخودآگاه، از ساکن شدن در محیط، آشنا شدن با خصوصیات فیزیکی و تعلق به یک محدوده، منتج می‌شود و بیشتر بر خصوصیات و کیفیات مثبت یک محیط تأکید می‌ورزد (Jakson, 1994:23). حس مکان در طول زمان و با توجه به درک افراد، میزان حضور و مشارکت آنان در مکان متفاوت است. به عبارت دیگر حس مکان دارای مراتب و شدت‌های مختلف، متناسب با هر انسان و به صورت فردی است. حس به مکان از طریق دل بستگی به مکان ایجاد می‌گردد. دل بستگی به مکان، فرآیندی ذهنی و فردی است و می‌تواند بصورت خودآگاه یا ناخودآگاه ایجاد شود و تأکید بر روشی است که افراد به صورت شخصی معنای مکان را برای خود می‌سازند (Gifford, 2002). همچنین مفهومی تکمیل‌کننده است که الگوهای مکان‌های متفاوت از لحاظ مقیاس، بعد، مشخصه و ملموس بودن، کنشگرهای متفاوت و ارتباطات اجتماعی یعنی افراد، گروه‌ها، فرهنگ‌ها، جنبه‌های زمانی، حالت خطی، حالت دوره‌ای را شامل می‌شود (Low and Altman, 1992:28). اولین بخش دل بستگی به مکان، وابستگی به مکان است؛ و این دل بستگی هدفمند یا عملکردی است و به رضایت‌مندی و سازگاری و تطابق مکان با خواست‌ها و نیازهای کاربران نزدیک است و به عامل‌های حس رضایت، حس مالکیت و اقامت طولانی وابسته است. دومین بخش از دل بستگی مکان، هویت مکان است و این دل بستگی از نوع معنایی-احساسی است (Inglis et al, 2008:8). هویت مکان، به ویژگی‌های قابل تشخیص و شناخت مکان بیرونی اشاره دارد (رضازاده، ۱۳۸۴:۲۳۷). لینچ^۱ هویت هر مکان را در تمایز آن مکان با مکان‌های دیگر تعریف می‌نماید و آن را پایه‌ای برای شناخته شدن مکان موردنظر به عنوان موجودیتی منحصر به فرد می‌داند (لینچ، ۱۳۸۱). این موضوع، نشان‌دهنده‌ی آن است که هر مکان، آدرسی واحد و منحصر به فرد دارد و به عبارت دیگر، قابل شناسایی است.





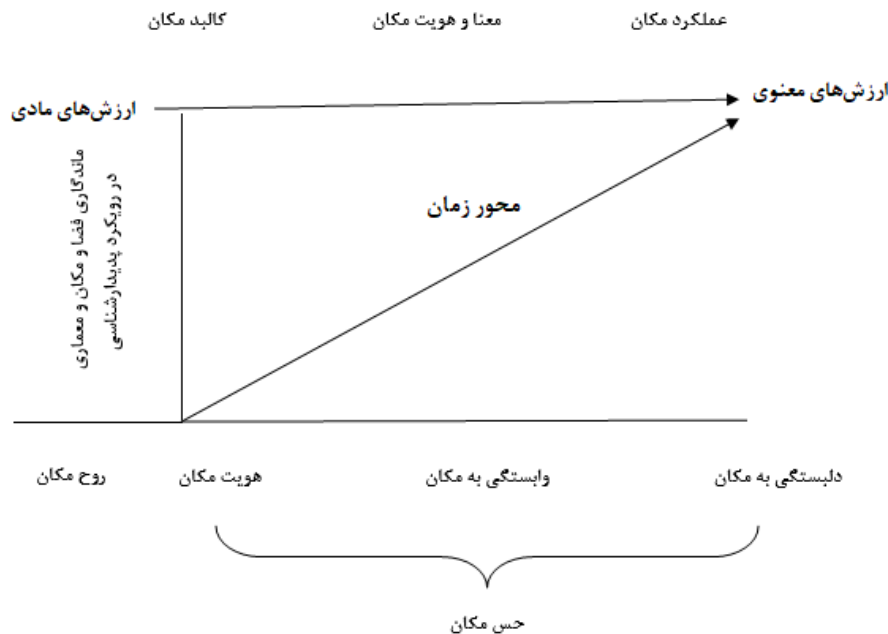
رویکردهای کلی در حوزه‌ی ماندگاری و جاودانگی در ۳ دسته قابل تقسیم‌بندی است:

اول؛ وجود ایده‌ی خاص و منحصر به فرد براساس نظر خواص و جامعه‌ی آکادمیک (معمارمحور، هنر پیشینی) (محمدزاده، ۱۳۸۵: ۲۷؛ معینی و ساعی‌نیا، ۱۳۸۳: ۴۲۵؛ حجت، ۱۳۸۲: ۶۵)؛ وجه اخلاقی این گرایش قابل به اعطای آزادی عمل هرچه بیشتر به معمار و امکان ابراز خلاقیت فردی او تا حد ممکن است. از ویژگی‌های معماری این گروه می‌توان به معمارمحور بودن، نادیده گرفتن انسان به عنوان مخاطب، نو بودن و ... اشاره کرد. این آثار بیشتر از آنکه برای تأمین و رفع نیازی از انسان ساخته شده باشد به دنبال مطرح کردن خود و سازنده‌ی خود است.

دوم؛ توجه به ایده‌های مردمی و نظر عوام (مردم‌محور، هنر پسینی) (اینگرسول و تاتاری، ۱۳۸۷: قبادیان، ۱۳۸۴: ۱۱۰-۱۰۵، مزینی، ۱۳۸۱: ۷)؛ از مهمترین طرفداران این دیدگاه مکتب پست‌مدرن است که آن را "معماری پاپ" یا "معماری مردمی" هم نامیده است. در این معماری، از احجام، تزئینات و رنگ‌های عامه‌پسند استفاده می‌شود. اما درنهایت می‌توان دید که این تلاش باز هم نتوانسته خود را از سلايق معمار جدا کند و تبدیل به نوعی شوخی با نظر عام شده است. هنر رواج گرفته‌ی عامه‌پسند دیری نمی‌پاید و در

اندک زمان "مد"ی جانشین "مد" دیگر می‌شود. شاید سخن گوته^۱ - شاعر معروف آلمانی - موضوع را روشن‌تر بیان کند: "هنرمند باید آن چیزی را که مردم دوست داشته باشند بیافریند" در عین توجه به آفریدن آن چیزی که مردم دوست دارند.

سوم؛ دیدگاه فراگیر (توجه به هر دو بعد یا به تعبیری ساحتی فراتر و جامع‌تر، هنر جامع) (مزینی، ۱۳۸۱: ۷؛ الکساندر، ۱۳۸۶: ۸). در نمودار شماره ۲ مدل مفهومی تحقیق ارائه گردیده است. این مدل تلفیقی از مدل پژوهش نگین تاجی و همکاران (۱۳۹۶) و همچنین مطالعات اسنادی مختلف در راستای اهداف تعیین شده برای این تحقیق می‌باشد. براساس مدل مفهومی و قاعده‌ی آن پدیدارشناسی بیان می‌کند در بخش اول یعنی روح مکان میزان ماندگاری در معماری در سطح پایینی قرار دارد؛ ولی در بخش دوم حس مکان با توجه به وابستگی و دلبستگی به مکان و معماری میزان ماندگاری افزایش می‌یابد. همچنین بالای مدل حاکی از آن است که ماندگاری از کالبد بنا شروع شده و با هویت و معنا و همچنین عملکرد یک بنا و مکان و به عبارتی تبدیل ارزش‌های مادی به معنوی در محور زمان کامل‌تر می‌گردد.



نمودار ۲: مدل مفهومی تحقیق (مأخذ: نگین تاجی و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۵؛ بازترسیم نگارندگان، ۱۳۹۸).

یافته‌های تحقیق

بازار تاریخی تبریز به عنوان قلب تپنده‌ی شهر دارای عملکردها و کارکردهای مختلف بوده و با حفظ گذشته‌ی تاریخی می‌تواند به عنوان یک بنای ماندگار محسوب گردد. در این قسمت به بررسی مؤلفه‌های معنا و هویت، کالبدی و عملکردی بازار تبریز از منظر ماندگاری پرداخته می‌شود.

هویت و معنا

معنا نیاز بنیادی انسان است. معنا یکی از مفاهیم کلیدی و معنادار بودن یکی از فاکتورهای اصلی سنجش کیفیت فضاهای معماری است. معنا حادثه‌ای حسی-ادراکی است. حسی از سوژه با حسی از دنیا وارد تعامل می‌شود و حاصل این تعامل دریافتی، زیبایی‌شناختی است که معنا را رقم می‌زند (گرمس^۱، ۱۳۸۹: ۸). مشخصات کالبدی، فعالیت‌ها و معانی، ابعاد سه‌گانه‌ی هویت مکانی را شکل می‌دهند. هویت مکان به‌عنوان یکی از راه‌های ارتباط میان انسان‌ها

و مکان‌ها، از رهگذر فرهنگ، نوع و ماهیت فناوری ساخت، نشانه‌ها و ویژگی‌های دیدمانی (بصری) و کالبدی ادراک می‌شود. درواقع، بخشی از هویت منظر با کالبد گذشته‌ی مکان پیوسته است و زمانی که مکان‌های خاطره‌انگیز با اتصال تاریخی به گذشته از بین می‌روند، چشم‌انداز مکانی هویت‌مند نابود می‌شود؛ چشم‌اندازی که می‌تواند با حیات مدنی امروز و تداوم تاریخی گذشته مکان را هویت‌مندتر کند. در مجموعه‌ی بازار تبریز معانی مختلفی به وسیله‌ی افراد ادراک می‌شود که از مهمترین آنها معانی معنوی و ارزشی می‌باشد. با وجود ۲۰ مسجد و ۹ مدرسه‌ی دینی و آموزشی، انعکاس عناصر روحانی و ارزش‌های جامعه در این مجموعه آشکار است. همچنین عملکرد مساجد با مدارس علمیه و کتابخانه‌ها آمیخته و پایگاهی برای برگزاری مراسم در اعیاد و عزاداری‌ها دارند که در طول ادوار مختلف از چرخه‌ی خطی و روبه‌پیشرفت پیروی کرده است.



شکل ۱: برگزاری مراسم مذهبی محرم در مجموعه بازار تبریز (مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸).

کالبد

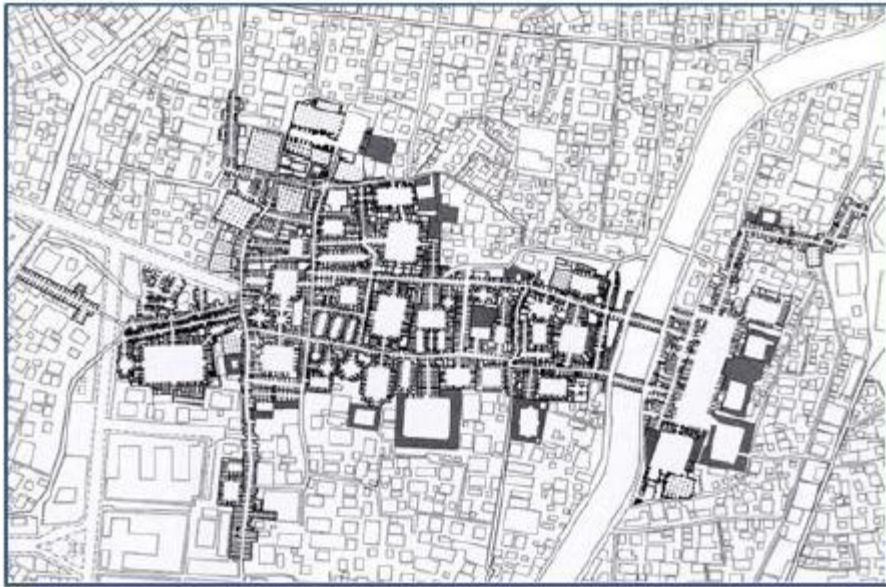
هسته‌ی مرکزی شهر تبریز در داخل یک چهارضلعی قرار گرفته و بازار تبریز در مرکز این چهارضلعی واقع شده است. این بازار از سمت شرق به عالی قاپو (مجموعه کاخ‌های ولیعهدنشین) و از سمت غرب به مسجدجامع محدود شده

و از سمت شمال، بخش‌هایی از شمال رودخانه‌ی مهران‌رود را شامل می‌شود و این دو بخش به وسیله‌ی پل‌های چوبی که در امتداد راسته بازار قرار دارند، به هم متصل می‌شوند. همچنین بازار تبریز مظهر حیات جمعی شهر و از مهمترین تجارب معماری و شهرسازی در شمال غرب ایران به شمار



اشتغال در پیوندهای گوناگون خود امنیت روانی جامعه را نیز تقویت می‌کند. چنانچه با گذشت صدها سال از عمر خود هنوز هم کارایی بسیار زیادی دارد و علی‌رغم تحمل ضربات و ناملایمات شهرسازی جدید، با تأکید بر گذشته‌ی تاریخی خود به حفظ موجودیت خود ادامه می‌دهد و مشارکت‌پذیری بالای افراد را در داخل خود شاهد است. در شکل شماره ۲ نحوه‌ی گسترش بازار تبریز نشان داده شده است. این گسترش به شکل متمرکز و پیوند کالبدی با بافت جدید بوده است.

می‌رود این فضا دارای سلسله‌مراتب مکانی و ارتباط با محلات شهر بوده است. سرپوشیده بودن بازار آسایش لازم را برای مشتریان فراهم می‌کند و آنها بدون واهمه از گزند عناصر جوی و اقلیمی خشن مانند تابش آفتاب گزنده یا سوز سرمای شدید به فعالیت خود ادامه می‌دهند. البته کسبه و ساکنان دائمی بازار هم به‌همان نسبت از شرایط مناسب بهره‌مند می‌شوند، آنها در امنیت کامل به کسب و کار می‌پردازند. معماری و هندسه‌ی زیبای بازار هم مثال زدنی است و خود با ترکیب چشم‌نواز نوعی تکریم ارباب رجوع به‌شمار می‌رود. پس این مجموعه‌ی معماری با ایجاد



شکل ۲: نحوه‌ی گسترش بازار تبریز (مأخذ: آرشیو میراث فرهنگی، ۱۳۹۸).

است. افزون بر این، بازار تبریز در زمینه‌ی تخلیه و توزیع کالا نیز عملکردهای متنوعی دارد و به سبب همجواری با کشورهای قفقاز جنوبی، واقع شدن در مسیر ترانزیت اروپا و وجود شبکه‌های ارتباطی و محورهای ملی و بین‌المللی دارای موقعیت ممتازی برای ایفای نقش ملی در زمینه‌ی تخلیه و توزیع کالاها است. در داخل کشور نیز بازار تبریز همواره از بازارهای توانمند در بسیاری از زمینه‌ها بوده است و با بازارهای خارج از کشور ارتباط مبادلاتی مستقلی دارد. عملکرد چندمنظوره‌ی بازار تبریز ناشی از گسترش آن در محورهای موازی و دسترسی مناسب به عناصر مختلف از جمله مراکز مذهبی، مدرسه‌ها، مراکز تجاری و ... است. همچنین هرکدام از عناصر نیز دارای عملکردهای متنوعی می‌باشند. اغلب تیمچه‌ها و سراهای بازار سه طبقه می‌باشند

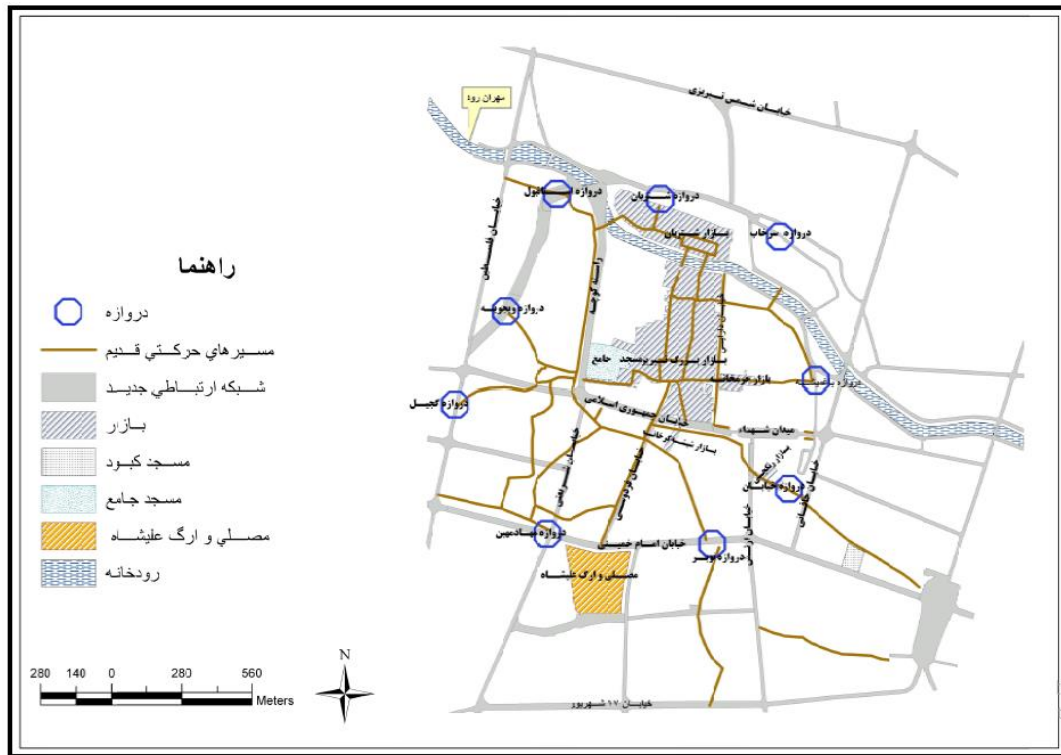
عملکرد

بازار تبریز دربرگیرنده‌ی عناصر مهمی چون مراکز مذهبی، مدرسه‌ها و بخش‌های تجاری (همچون حجره‌ها، دکان‌ها، انبار کالاها و کاروانسراها) و همچنین پل بازار است. این مجموعه دارای ۲۰ راسته و بازار، ۳۵ سرا، ۲۵ تیمچه، ۱۱ دالان و حدود ۸۰۰۰ مغازه و ۴۰ نوع صنف است و تنها محلی است که در آن تجارت، مذهب، فرهنگ و عوامل اجتماعی به‌هم پیوسته‌اند. بازار امیر، زیباترین و مهم‌ترین بازار این مجموعه، در زمان حاضر از مراکز اصلی تجارت و صادرات فرش، و همراه با آن بورس طلا و جواهر و منسوجات است. تیمچه‌ی مظفریه معروف‌ترین بخش بازار تبریز از مراکز عمده‌ی تجارت فرش آذربایجان و مرکز صادرات قالی این خطه و ایران، و دارای شهرت جهانی



در مجموعه‌ی بازار تبریز نشان داده شده‌است. تلفیق عملکردهای مختلف در این مجموعه باعث تقویت ماندگاری در طی ادوار مختلف گردیده است.

که طبقه‌ی زیرین برای انبار کالا، طبقه‌ی دوم تجارت‌خانه و محل کار و طبقه‌ی سوم جهت استراحت و آسایش طراحی شده است. در شکل شماره ۳ عناصر و کارکردهای مختلف



شکل ۳: موقعیت بازار تبریز در هسته‌ی مرکزی شهری و تلفیق عملکردها در آن (مأخذ: مرصوصی و خانی، ۱۳۹۰)

مفهوم‌سازی و کدگذاری داده‌ها

پس از بررسی تفصیلی بازار تبریز، فضای معماری مجموعه‌ی بازار تبریز به مثابه‌ی یک الگو، در ذیل سه مؤلفه‌ی معنا و هویت، کالبد و فضا و عملکرد به صورت جزء‌به‌جزء مورد بررسی قرار گرفته‌است؛ در این مرحله محققان با حضور در محدوده‌ی مورد پژوهش و انجام مصاحبه‌های باز و عمیق نسبت به گردآوری اطلاعات اقدام کرده و ماندگاری عناصر و اجزای مورد مطالعه، تحت ۱۵ مفهوم اولیه شناسایی و کدگذاری باز گردیده است؛ در مرحله‌ی بعد هر کدام از معیارهای ماندگاری، در ذیل هر یک از پدیدارهای دوگانه‌ی روح مکان و حس مکان (هویت مکان، وابستگی به مکان و دل‌بستگی به مکان)، در چند سطح پدیدارشناختی و با استفاده از کدگذاری‌های محوری و گزینشی، مورد تفسیر و تعیین موضوع قرار گرفته است. نهایتاً ۷ مقوله‌ی عمده‌ی تأثیرگذار: خاطره‌انگیزی در افراد؛ هویت‌مند بودن فضای بازار؛ انعطاف‌پذیر بودن آن و انطباق

با نیازهای افراد در دوره‌های تاریخی (در نظر داشتن نیازهای زمانی و مکانی)؛ عملکرد چندمنظوره؛ وجود انواع نشانه‌ها در فضای بازار و دسترسی مناسب به کارکردهای مختلف؛ تأکید بر انواع مراودات اجتماعی، اقتصادی و ...؛ چیدمان فضایی مناسب ساختمان‌ها با مناظر مناسب بر ماندگاری معماری بازار شناسایی و تدوین شده است. سپس در مرحله‌ی پایانی، با یکپارچه کردن، مقایسه، و تعمق پیرامون مقولات به‌دست آمده در مراحل قبلی، یک مقوله‌ی هسته تحت عنوان «خاطره‌انگیزی و ایجاد حس تعلق به فضا در مجموعه‌ی بازار و همچنین توسعه‌ی عملکردی در محور خطی و دوره‌ای روبه پیشرفت در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، معنوی و حفظ گذشته‌ی تاریخی» به عنوان عامل اصلی ماندگاری معماری بازار تبریز براساس رویکرد پدیدارشناسی انتخاب گردیده است. در جدول شماره ۱ مؤلفه‌های مؤثر بر ماندگاری در سه عامل اصلی و ۱۵ عامل فرعی استخراج شده و کدگذاری شده‌اند.



جدول ۱: مفهوم‌سازی داده‌های حاصل از پژوهش (کدگذاری باز سطح اول). (مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸)

کدهای بازنمون مؤلفه‌ها	عناصر پدیدارهای هر مؤلفه، کدگذاری باز سطح اول (مفهوم سازی)	مؤلفه‌های ماندگاری معماری
a1	خاطره‌انگیزی و ایجاد حس تعلق به فضا در مجموعه‌ی بازار	هویت و معنا a
a2	انعکاس عناصر روحانی، ارزش‌ها و باورهای آیینی جامعه	
a3	استفاده از الگوهای کهن و سنتی ایرانی در معماری بناها	
a4	آشنا بودن فضا برای مخاطب و احساس راحتی در آن	
a5	منحصربه‌فرد بودن اثر (فرم زیبا، خلاقیت و نوآوری اثر، اثرگذاری مطلوب)	
b1	پیوند و اتصال بافت کالبدی مجموعه‌ی بازار با گذشته‌ی تاریخی	کالبدی b
b2	تأکید بر انسان در طراحی (نشستن، حرکت و استراحت)	
b3	هماهنگی فرم بنا با بستر طرح	
b4	هماهنگی کالبد با عملکرد و اقلیم	
b5	تأکید بر نشانه‌ها در مجموعه‌ی بازار تبریز	
c1	ترکیب با سایر فضاها و عملکردها (وجود کاربری‌های ترکیبی)	فضایی و عملکردی c
c2	کیفیت حضور انسان در مکان	
c3	پاسخگویی به نیازهای زمانی و مکانی انسانی	
c4	توجه به بعد اجتماعی انسان و وجود فضاهایی برای تعاملات اجتماعی	
c5	دسترسی راحت به مجموعه‌ی بازار با توجه به موقعیت قرارگیری آن در سطح شهر	

پدیدارشناسی و موضوع مستخرج از پدیدارشناسی براساس مؤلفه‌های ماندگاری پرداخته است.

همچنین جدول شماره ۲ به بررسی ماندگاری براساس رویکرد پدیدارشناسی (روح و حس مکان) در دو سطح تفسیر

جدول ۲: شمای کلی از ماندگاری حاصل از کدگذاری باز سطح دوم و سوم. (مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸)

کدهای مؤلفه‌ها	نوع پدیدارهای انتخابی برای تفسیر	کدگذاری باز سطح دوم تفسیر پدیدارشناسی	کدگذاری باز سطح سوم موضوع پدیدارشناسی	مؤلفه‌های ماندگاری معماری
a1	روح مکان	داشتن نگرشی خاص در طراحی ساختمان‌ها و فعالیت‌های انسانی با توجه به نیازهای معنوی	ساختارمندی و مکانیابی مناسب فضاهای معنوی (همانند مساجد)	هویت و معنا a
.	حس مکان	حضور و مشارکت شهروندان در انواع مراسم و آیین‌ها	مشارکت‌پذیری مناسب فضاهای معنوی	
.	دل‌بستگی به مکان	استفاده از الگوهای کهن و سنتی ایرانی در معماری بناهای معنوی	خاطره‌انگیزی و ایجاد حس تعلق به فضای معنوی در مجموعه‌ی بازار	
.	وابستگی به مکان	ایجاد رضایتمندی در شهروندان‌ها	تطابق مجموعه‌ی بازار با خواست‌ها و نیازهای معنوی	
a5	هویت مکان	منحصربه‌فرد بودن بازار تبریز از نظر انواع دسترسی به فضاهای معنوی	انعطاف‌پذیری مناسب در دسترسی‌ها	



منظر، چشم‌انداز و ساختارمندی مناسب فضای بازار	کالبد مناسب مجموعه با توجه به استقرار مناسب ساختمان‌ها و همچنین محیط آنها برای اقلیم‌های مختلف	روح مکان	b1	کالبدی b
در نظر گرفتن نیازهای انسان در ساخت کالبدی فضای بازار و ایجاد سلسله‌مراتب مناسب دسترسی	تأکید بر انسان در طراحی مجموعه	حس مکان	.	
در نظر گرفتن نیازهای انسان در ساخت کالبدی فضای بازار و دسترسی به آنها	تأکید بر نشانه‌ها در طراحی مجموعه‌ی بازار تبریز	دلبستگی به مکان	.	
ساختارمندی بافت کالبدی مجموعه‌ی بازار با انواع نیازهای افراد	در نظر داشتن رضایت افراد مختلف در طراحی	وابستگی به مکان	.	
پیوند و اتصال بافت‌های کالبدی مختلف مجموعه‌ی بازار با گذشته‌ی تاریخی	هماهنگی فرم بناهای مختلف با بستر طرح مجموعه‌ی بازار	هویت مکان	b5	
اختلاط مناسب کاربری‌ها و چیدمان فضایی مناسب آنها	ترکیب فضاهای مختلف با کارکردهای متنوع در مجموعه بازار (تجاری، مذهبی، آموزشی و ..)	روح مکان	c1	فضایی و عملکردی C
کیفیت پاسخگویی مناسب در عملکردهای مختلف	کیفیت پاسخگویی مناسب فضای بازار به نیازهای انسانی	حس مکان	.	
تطبيق مجموعه‌ی بازار در یک حالت خطی رو به پیشرفت با عملکردهای مختلف	پاسخگویی به نیازهای زمانی و مکانی انسانی با توجه به دوران مختلف	دلبستگی به مکان	.	
مجموعه‌ای با عملکرد چندمنظور	توجه به بعد اجتماعی، اقتصادی، معنوی و فرهنگی افراد	وابستگی به مکان	.	
حفظ عملکرد خود از منظر سابقه‌ی تاریخی و تطبیق خود با نیازهای امروزی	داشتن سابقه‌ی تاریخی در ابعاد مختلف	هویت مکان	c5	

گزینش شده و در انتها نیز عامل اصلی ماندگاری معماری بازار تبریز ارائه گردیده است.

در جدول شماره ۳ نیز با توجه به نتایج جدول شماره ۲ ابتدا موضوعات محوری پدیدارشناسی در راستای مانگاری بازار تبریز استخراج شده، در مرحله‌ی بعد مؤلفه‌های تأثیرگذارتر

جدول ۳: کدگذاری محوری، گزینشی و انتخاب مقوله‌ی هسته. (مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۸)

مؤلفه‌های ماندگاری معماری	کدهای مؤلفه‌ها	کدگذاری محوری موضوع پدیدارشناسی	کدگذاری گزینشی موضوع پدیدارشناسی	مقوله‌ی هسته (علل ماندگاری معماری بازار تبریز)



مؤلفه‌های پدیدارشناختی آن یعنی روح و حس مکان می‌باشد. در این راستا ماندگاری معماری مجموعه‌ی بازار تبریز نیز ناشی از پایداری مؤلفه‌های معنا و هویت، کالبد و عملکرد و داشتن روح و حس مکان در فضای معماری خود است. این معماری با ویژگی‌هایی همچون منظر، چشم‌انداز، ساختارمندی و مکانیابی مناسب فضاهای مختلف معنوی، اقتصادی، اجتماعی؛ خاطره‌انگیزی و ایجاد حس تعلق بین افراد و افزایش مشارکت‌پذیری آنها؛ پیوند و اتصال بافت‌های کالبدی با گذشته‌ی تاریخی؛ داشتن عملکرد چندمنظوره و وجود انواع نشانه‌ها در فضای معماری آن از منظر پدیدارشناختی دارای روح مکان مناسب بوده و در بین افراد با توجه به هویت خود حسی ایجاد کرده که باعث وابستگی و دلبستگی به آن شده‌است. همچنین این ویژگی‌ها باعث ماندگاری فضای معماری بازار تبریز در محور زمان به صورت خطی و دوره‌ای روبه پیشرفت در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، معنوی و ... شده است.

- پالاسما، یوهانی. ۱۳۸۵. تعهد اجتماعی و معمار خودمختار. ترجمه‌ی مجتبی پوررسول. مجله‌ی معماری و شهرسازی. سال هفدهم، شماره ۳۸-۳۹: ۱۷-۱.
- پرتوی، پروین. ۱۳۹۲. پدیدارشناسی مکان، تهران: انتشارات متن.
- پورجعفر، محمدرضا و علی پورجعفر. ۱۳۹۰. نقش سرمایه‌ی اجتماعی در وضعیت اقتصادی بازارهای سنتی در ایران. اولین همایش اقتصاد شهری در ایران. مشهد. ۲ و ۳ آذر.
- پورجعفر، محمدرضا. رضا اکبریان. مجتبی انصاری و حسن علی پورمند. ۱۳۸۶. رویکرد اندیشه‌ای در تداوم معماری ایران. مجله صفا. شماره ۱۶: ۱۰۵-۹۰.
- پورجعفر، محمدرضا. علیرضا صادقی و زاهد یوسفی. ۱۳۸۷. بازشناسی اثر معنا در جاودانگی مکان، نمونه موردی: روستای هورامان تخت کردستان. مجله مسکن و محیط روستا. دوره‌ی ۲۸، شماره ۱۲۵: ۱۷-۲.
- حجت، عیسی. ۱۳۸۲. آموزش معماری و بی‌ارزشی ارزش‌ها. مجله‌ی هنرهای زیبا. شماره ۱۴: ۷۰-۶۳.
- شعاعی، حمیدرضا. ۱۳۹۰. مطالعه‌ی تطبیقی علل ماندگاری حسینیه‌های ایران (تهران، ساری، بندرعباس،

بدیع معماری باشد. از طرفی وقتی صحبت از ماندگاری یک اثر می‌شود، در مورد آرمان معمار در دوره‌های مختلف تاریخی که همیشه در پی ساخت یک معماری ماندگار بوده است، اشاره می‌گردد؛ همچنین وقتی به بررسی عوامل تأثیرگذار مانایی در یک اثر معماری می‌پردازیم، به این نتیجه می‌رسیم که معمار حکیم با توجه به تمام جنبه‌های مؤثر در انسان توانسته به آرمان خود نزدیک شود و در مرتبه‌ای بالاتر توجه به خداوند را که خالق انسان است، در پس کالبد ظاهری، در ناخودآگاه مخاطب القاء کند. معمار حکیم با توجه به انسان که مخلوق خداوند است معماری مانایی خلق نموده و با توجه به طبیعت که آن نیز از مخلوقات خداوند است، حکمتی ماندگار در اثر خود تزریق کرده که این پایداری به معنای توجه معنوی به طبیعت و یکی شدن معماری با آن در ظاهر و باطن می‌باشد؛ که در نهایت به ماندگاری یک اثر معماری می‌انجامد. از اینرو می‌توان عنوان کرد که ماندگاری معماری برگرفته از عوامل و ویژگی‌های خود بنا و محیط اطراف می‌باشد. همچنین ماندگاری معماری در گرو

منابع

- آیوازیان، سیمون ۱۳۸۵. جست و جویی برای دستیابی به هنر و معماری متعالی. مجله‌ی معماری و فرهنگ. سال هشتم، شماره ۲۵: ۲۵-۱.
- الکساندر، کریستوفر. ۱۳۸۶. معماری و راز جاودانگی. ترجمه‌ی مهرداد قیومی بیدهندی. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- امامی کوپائی، سمانه، نوروز برازجانی، ویدا، صافیان، محمدجواد. ۱۳۹۷. پدیدارشناسی، پاسخی به مسأله‌ی روش در فهم چیستی معماری (پیشامدرن سنتی)، باغ‌نظر، دوره‌ی ۱۵، شماره ۶۵: ۲۴-۱۳.
- اینگرسول، ریچارد و کریستینا تاتاری. ۱۳۸۷. معماری بدون مردم، ترجمه‌ی عباس مخبر. مجله‌ی معمار. سال یازدهم، شماره ۳۷: ۳۰-۱۵.
- بازگان، عباس. ۱۳۹۱. روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته، رویکردهای متداول در علوم رفتاری تهران: انتشارات دیدار.
- پاکزاد، جهان‌شاه. ۱۳۹۴. مبانی نظری و فرایند طراحی شهری. تهران: انتشارات شهیدی.



- پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۳، شماره ۷۵: ۱۵۲-۱۳۳.
- مزینی، منوچهر. ۱۳۸۱. معماری و مردم. مجله‌ی معمار. سال پنجم، شماره ۱۸: ۱۷-۴.
 - مصطفوی، شمش‌الملوک. ۱۳۹۱. هایدگر و پدیدارشناسی هرمنوتیکی هنر، فصلنامه‌ی کیمیای هنر، سال اول، شماره ۳: ۵۴-۴۷.
 - معینی، حسین و ساعی‌نیا، علی. ۱۳۸۳. اخلاق و تفکر خلاقانه‌ی معماری در دنیای امروز. دومین کنگره‌ی تاریخ معماری و شهرسازی ایران. جلد نخست. تهران: نشر رسانه پرداز.
 - نقره‌کار، عبدالحمید. مهدی حمزه‌نژاد و آيسان فروزنده. ۱۳۸۸. راز جاودانگی آثار معماری، تحلیلی بر نگرش‌های نوگرا، فرانگرا و رویکردهای فراگیرتر. مجله‌ی علمی پژوهشی باغ نظر، دوره ۶، شماره ۱۲: ۴۴-۳۱.
 - نگین‌تاجی، صمد، انصاری، مجتبی، پورمند، حسنعلی. ۱۳۹۶. تبیین نسبت رابطه‌ی انسان و مکان در فرآیند طراحی معماری با رویکرد پدیدارشناسی، نشریه‌ی هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی، دوره‌ی ۲۲، شماره ۴: ۸۰-۷۱.
 - هدفی، فرزانه، مغانی قهرمان‌لویی، رامین. ۱۳۹۵. تبیین مؤلفه‌های معماری حاکم بر بناهای عبادی از منظر حکمی و پدیدارشناسی، فصلنامه‌ی مدیریت شهری، سال پانزدهم، شماره ۴۴: ۱۵۴-۱۳۹.
 - Altman, I. Low, S. 1992. Place Attachment, Plenum Press, New York.
 - Gifford, R. 2002. Environmental Psychology: Principles and Practice, Optimal Books, Canada.
 - Inglis, J. Deery, M. Whitelaw, P. 2008. The Development of Place Attachment in Parks, Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism, Australia.
 - Jackson, J. B. 1994. A Sense of Place, a Sense of Time, Yale University Press, New Haven.
 - Jiven, G. Peter L. 2003. Sense of Place: Authenticity and Character, نائین). رساله‌ی دکترای معماری به راهنمایی دکتر مختاباد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات. تهران.
 - شفیعیان داریانی، فائزه. محمدرضا پورجعفر و علیرضا قبادی. ۱۳۹۳. مفهوم ماندگاری در معماری اسلامی و مقایسه‌ی آن با مفهوم پایداری در معماری معاصر. پژوهش‌های معماری اسلامی. سال دوم، شماره ۵: ۵۰-۳۲.
 - شولتز، کریستیان نوربرگ. ۱۳۸۱. معماری: حضور، زبان و مکان، ترجمه‌ی علیرضا سید علویان، انتشارات نیلوفر، تهران.
 - شیرازی، محمدرضا. ۱۳۹۲. جایگاه پدیدارشناسی در تحلیل معماری و محیط، نشریه‌ی معماری و شهرسازی آرمان‌شهر، دوره‌ی ۵، شماره ۱۱: ۹۹-۹۱.
 - صافیان، محمدجواد، انصاری، مائده، غفاری، علی، مسعود، محمد. ۱۳۹۰. بررسی پدیدارشناختی - هرمنوتیک نسبت مکان با هنر معماری، نشریه‌ی پژوهش‌های فلسفی دانشگاه تبریز، سال چهارم، شماره ۸: ۱۲۹-۹۳.
 - قبادیان، وحید. ۱۳۸۴. مبانی و مفاهیم در معماری معاصر غرب. تهران: نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
 - کرسول، جان. دبلیو. ۱۳۹۴. طرح پژوهش (رویکردهای کمی، کیفی و شیوه‌ی ترکیبی)، ترجمه‌ی حسن دانائی‌فرد و علی صالحی، تهران: انتشارات مؤسسه‌ی کتاب مهربان نشر.
 - گرمس، آلزیرداس ژولین. ۱۳۸۹. نقصان معنا، ترجمه‌ی حمیدرضا شعیری، چاپ اول، تهران: نشر علم.
 - گلابی، بایزید، بایزیدی، قادر، طهماسبی، ارسلان، صحابی، جلیل. ۱۳۹۷، کاوش عمیق معنای خانه‌ی بومی به روش پدیدارشناسی (مورد مطالعه: خانه‌ی روستایی منطقه‌ی موکریان ایران)، فصلنامه‌ی پژوهش‌های روستایی، دوره‌ی نهم، شماره ۴: ۶۶۱-۶۴۶.
 - لینچ، کوین. ۱۳۸۱. تئوری شکل خوب شهر، ترجمه‌ی سیدحسین بحرینی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
 - محمدزاده، محمد. ۱۳۸۵. در جستجوی قطعه‌ی گمشده. مجله‌ی معمار. سال نهم، شماره ۲۹: ۳۲-۲۴.
 - مرصوصی، نفیسه، خانی، محمدباقر. ۱۳۹۰. تحلیل کارکردهای اقتصادی بازار تبریز و حوزه‌ی نفوذ آن،



- Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ, 393-415.
- Tuan, Yi-Fu. 1977. *Space and Place the Perspective of Experience*, University of Minnesota Press, New York.
 - Van Manen, M. 1997. *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy*, ON: The Althouse Press, London.
 - Verschuure, G. 2009. Long Live the Genius Loci, the 4th International Conference of the International Forum on Urbanism (IFoU) – Urbanism beyond Neo-Liberalism, Amsterdam.
 - Yzurdiaga, Katherine P. 2014. "Reconsidering Firmitas: Durability as an Integral Function of the Sustainably Built Environment", Pomona Senior Theses. Paper 111, http://scholarship.claremont.edu/pomona_theses/111.
 - Journal of Urban Design, 8 (1), pp.67-81.
 - Moran, D., Mooney, T. 2002. *The Phenomenology Reader*, New York: Routledge.
 - Seamon, D. 2008. *A Phenomenology of Inhabitation: The Lived Reciprocity between Houses and Inhabitants as Portrayed by American Writer Louis Bromfield sciences*. In *Hermeneutics and modern philosophy*, ed. Wachterhauser, B. R., 219-40. Albany, NY: State University of New York Press.
 - Stedman, Richard C. 2003. Is it really just a social construction? The contribution of the physical environment to sense of place. *Society and Natural Resources*. (16): 671-685.
 - Stokols, D. 1981. Group place transactions: some neglected issues in psychological research on settings.

