

معنای مکان در معماری بازار تاریخی تبریز با توجه به رویکرد مطالعات فرهنگی

فرناز خیابانی^۱، احد نژادابراهیمی^۲، شهریار شقاقی^{۳*}، آریتا بلالی اسکویی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۱۵

چکیده

برای تعریف ماهیت یک چیز، باید در پی یافتن نوعی ارتباط یا ساختار باشیم که در میان تعدادی از موقعیت‌های مرتبط به‌طور ثابت و لایتغیر باقی می‌ماند. هدف اصلی از آن‌را می‌توان بُعد پدیدارشناسی، در بررسی، تحقیق و شناخت مستقیم و بی‌واسطه پدیده‌ها عنوان نمود. استقرار هویت هر عصر، معنای مکان خود را دارا بوده است. گرچه الحاقی در برخورد با جنبشی رُخ دهد فعل و انفعالاتی توصیف می‌گردد. به‌طور خاص، مجموعه بازار تاریخی تبریز را می‌توان یک چارچوب رسا و گران‌مایه با ویژگی و خصوصیات بی‌همتا همچون هنر، معماری و مملو از زیبایی بی‌مانند در تبیین توسعه پایدار از دیرباز تا به امروز در جهت معنای مکان، دارای «هویت واحد»، هویدا داشت. علی‌هذا هدف پژوهش حاضر، کاوش و تجزیه و تحلیل «معنای مکان در معماری بازار تاریخی تبریز با توجه به رویکرد مطالعات فرهنگی»، در آفرینش یک راهبرد معنای مفهومی افزون‌بر بیش فرامون‌های مستتر معنایی، می‌باشد. تحقیق حاضر را می‌توان به‌روش اجرایی تحقیق توصیفی-تحلیلی توصیف نمود؛ و بر پایه مستندات مکتوب در پدیدار کردن یک راهبرد با واکاوی کیفی-کمی بهره‌مند می‌باشد. یافته‌های پژوهش نمایان‌گر آن است که مجموعه بازار تاریخی تبریز در پیوست بقاء معنای مکان به‌مانند ابعاد معنای در معماری مجموعه افزون‌بر نمود آمیخته و «هویت واحد»، در آن پدیده است. به‌طور خاص، شهر تبریز و مجموعه بازار تاریخی تبریز دارای یک همبستگی و فرمایش بوطیقای فضا (عطف به مکان)، در معماری بی‌مثال همزادگونه با تبیینات معنای مکان در نهران خود حائز هویت‌مندی به‌حساب می‌آید. در نتیجه، در این تحقیق بر آنیم مجموعه بازار تاریخی تبریز چه به‌مثابه معنای مکان در معماری آن، چه بن‌مایه سرمایه اجتماعی-فرهنگی-اقتصادی-سیاسی و چه به‌جهت پایداری بدید در خور توجه و دل‌بستگی ماندگاری در سطوح جهانی منظور می‌گردد.

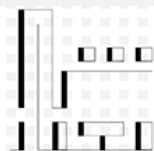
* مقاله حاضر مستخرج از رساله دکتری فرناز خیابانی با عنوان «معنای مکان در معماری بازار تاریخی تبریز با توجه به رویکرد مطالعات فرهنگی»، با راهنمایی «دکتر احد نژادابراهیمی»، و «دکتر شهریار شقاقی»، و مشاوره «دکتر آریتا بلالی اسکویی»، می‌باشد.

^۱ دانش‌پژوه دکتری معماری گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد شبستر، دانشگاه آزاد اسلامی، شبستر، ایران. farnaz.khiyabani@gmail.com

^۲ استاد گروه معماری و معماری اسلامی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران. ahadebrahimi@tabriziau.ac.ir

^۳ استادیار گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد شبستر، دانشگاه آزاد اسلامی، شبستر، ایران. (نویسنده مسئول: sh.shagagi@iaushab.ac.ir)

^۴ دانشیار گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران. a.oskoyi@tabriziau.ac.ir



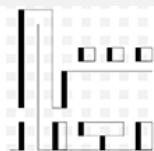
واژگان کلیدی: معنای مکان، بازار تاریخی تبریز، معماری، هویت واحد، مطالعات فرهنگی

۱- مقدمه

یکی از تأثیرگذارترین بسترهای پژوهشی که امروزه در حوزه مباحث نظری معماری مطرح است، بُعد پدیدارشناسی است که سعی در بازنگری مفهوم مکان و ادراک جسمانی از طریق توجه به جایگاه تجربه زیسته انسان و احیاء معانی مستتر ساخت در فضاهای انسان داشته است. پدیدارشناسی در معماری، به کیفیت چگونگی تجربه انسان و رابطه میان سوژه بدنمند و فضای پیرامونی اش و توانایی او در دریافت داده‌های محیطی توجه دارد (نیک فطرت کردمحله، ذبیحی، شاهچراغی، ۱۳۹۸: ۸۱۳). پدیده، به معنای شیء یا یک جنبه و نمود شناخته شده از حواس و نه از طریق فکر کردن تعریف شده است هدف اصلی پدیدارشناسی، بررسی و شناخت مستقیم و بی واسطه بین پدیده‌هاست. پدیدارشناسی معماری، به معنای نگرستن به معماری از درون تجربه آگاهانه آن است که به حضور وجودی انسان در جهان توجه دارد که دریافت‌های حسی و تبدیل آن در فرایندهای پردازش ذهنی و بازنمایی، مهمترین نقش را ایفاء می‌کنند (دبده و دیگران، ۱۴۰۲: ۵۴-۳۷).

معماری به‌بهای تعالی روحی و روانی، آرامش و آسودگی از برجسته‌ترین نیازهای فطری انسان در تبیین پاسخ است در واقع هدف بخش مهمی از فعالیت‌های انسان در زندگی، تثبیت رسیدن به این آرامش و تعالی روحی و روانی است. بر همین اساس، معماران یعنی کسانی که ظرف زندگی انسان را مهیا می‌کنند نیز هدفی جزء ایجاد فضایی آرامش بخش برای انسان ندارند. معماری به منظور خلق فضایی که دارای موجودیت کیفیت مکانی مورد تبیین است امروزه به‌طور گسترده با منظری معمارانه عینیت یافته است (راپاپورپ، ۱۳۸۴: ۵). در عصری که با نمو فرز کُنشگران پدیده‌های نوین و وهن کُنش‌های ناحیه‌ای در شناسایی به موقع ماهیت بُعدهای نوین جهانی و منطقه‌ای، خسارت و زمینه‌ای آکیدیبر حیات میراث فرهنگی تاریخی در جای‌جای فضاهای شهری به عمل آمده است.

خلاً معنا و هویت بیش از پیش در جوامع امروزی تابع جهانی شدن خودنمایی می‌کند. از این رو بی‌جهانی و گمشدگی به عنوان بحرانی برای انسان مطرح گردیده است و یکی از نمودهای بارز آن از بین رفتن حس تعلق به مکان است. امروزه معنامندی مکان‌ها به عنوان راهکارهای کیفیت بخشی به فضای معماری مطرح است از طرفی مکان مفهومی پیچیده و مرکب است. اطلاعاتی که از محیط کسب می‌شود، نمادین و معنابخش است. تجربیات گذشته در مکان، مبنای درک شرایط جدید است لذا آنچه مکان را متفاوت کرده، هویت مکان است. مکان‌ها، مراکز اصلی تجربه بلافصل از جهان است. هویت‌یابی انسان با مکان این فرض را به وجود می‌آورد که مکان واجد شخصیت است، به این معنا که ویژگی‌هایی وجود دارد که یک مکان را از سایر مکان‌ها متمایز می‌نماید (ابل، ۱۳۸۷: ۲۵۵). در نتیجه، بخشی از هویت افراد از طریق مکان باز یابی می‌شود و فضای بنای ساخته شده، باید با توجه به بستر و زمینه فرهنگی جامعه، شکل گرفته باشد (Altman, Low, 1992: 1). معماری به واسطه نقطه تلاقی



علم‌و هنر باهدف آفرینش فضایی که دارای تبیین‌مکانی بوده است. ادامهٔ چرخهٔ حیات انسان به‌مثابهٔ کمال بینش مطالعات فرهنگی، هر اجتماعی می‌تواند وابسته‌به تداوم دگرگونی‌های فرایند به‌عمل‌آمدهٔ معنای‌مکان در محیط عنوان گردد.

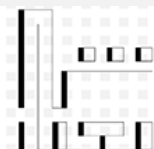
۲- بیان مسأله

فرایندهای سبکی فی‌الحال، گریبان سوبه‌های مختلف و مقوله‌های متعدد درجهت آفرینش محیط‌های انسان ساختی است که بتواند شرایط مناسب سکوتی انسان را فراهم آورد. توجه بیش‌ازحد به عملکرد، اغراق در سادگی و افراط، عدم‌توجه به گذشته و فرهنگ در دیدگاه‌های معماری مدرن، باعث گردید بسیاری از وجوه ادراکی و ارتباطی فضاها بین مخاطب و فضای معماری ساخته شده کمرنگ گردد (دبده، ۱۴۰۱: ۵). مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم‌وبیش آگاهانهٔ آن‌ها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد. به‌طورخاص، فهم و احساس فرد بازمینهٔ معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌شود. این حس، عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌گردد. بررسی معنا در پژوهش موردمطالعه «معنای‌مکان در معماری بازار تاریخی تبریز باتوجه به رویکرد مطالعات فرهنگی»، از مناظر مختلف مبین آن است که این مفهوم کلیهٔ ذهنیت‌هایی است که یک محرک برای ناظر به‌وجود می‌آورد، زمانی که آن‌را با تجربیات خود، اهداف و منظورهایش مقایسه می‌کند.

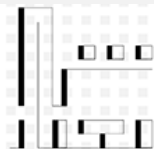
۳- پیشینه پژوهش

تاکنون تعاریف بسیاری دربارهٔ مفهوم-«مکان»، بیان شده است که همگی مدعی خاص بودن ماهیت-«مکان»، در برابر مفهوم عام‌تر «محیط»، بوده‌اند. براین‌اساس، محیط دربرگیرندهٔ موقعیت مکانی و فیزیکی، فاقد معنی یا هرگونه ارزشی برآمده از تجربهٔ فرد است. درحالی‌که مکان پدیدهٔ چندوجهی بوده. که علاوه‌بر محیط‌فیزیکی، محیط‌اجتماعی را نیز دربردارد. به‌عبارتی دگر، مکان ترکیبی از فعالیت‌های انسانی، نقش‌ها و روابط آن‌ها با یکدیگر است. افراد طبق تجارب، ارتباطات اجتماعی، احساسات و افکار خود در بستر کالبدی فضا به آن مفهوم‌مکان می‌بخشد. به‌طور خلاصه مکان‌ها موقعیت‌های فیزیکی هستند که آغشته به ارزش و «معنا»، شده‌اند.

نظریه‌پردازانی جهت تبیین مفهوم‌مکان، مدل‌هایی ارائه کرده‌اند که ازاین‌میان، می‌توان به مدل مکان ادوارد رلف^۱ و دیوید کانتر^۲ اشاره نمود. مطالعات رلف در کتاب "مکان و بی‌مکانی"، را شاید بتوان مهمترین پژوهش در رابطه‌با موضوع مکان دانست. رلف دراین کتاب با نگاهی پدیدارشناسانه درپی چگونگی و چرایی معنی‌دار شدن مکان برای مردم است این کتاب روایت از دست‌رفتن بازاندیشی در مفهوم‌مکان است و هرچند در وهلهٔ نخست به‌مرور متون مربوطه‌به مکان می‌پردازد، اما بابه‌میان کشیدن مفهوم بی‌مکانی پیامدهای از دست‌رفتن معنی مکان را یادآور می‌شود. جغرافیای انسان‌گرایانه‌ای که رلف دراین اثر ارائه می‌دهد، حوزه‌ای است که در آن مفهوم مکان بیشتر موردتوجه قرارگرفته است. درنتیجه، نویسنده براین عقیده است که انسان نیاز عمیقی به‌ایجاد ارتباط ذهنی



با مکان‌های معنادار داشته و اگر از این نیاز چشم‌پوشی کند، با آینده‌ای مواجه می‌شود که در آن مکان‌ها به‌هیچ‌انگاشته می‌شوند. اما در صورتی که به‌این‌نیاز پاسخ داده و به بهبود وضعیت بی‌مکانی بپردازد، آنگاه پتانسیل لازم را برای توسعه محیطی فراهم می‌آورد که در آن مکان‌ها برای انسان‌ها هستند، تجربیات مختلف او را منعکس کرده و ترقی می‌دهند. او مکان را شامل سه مؤلفه «کالبد»، «فعالیت» و «معنا» می‌داند. او معتقد است که از میان این سه مؤلفه، معنا نسبت به دو مؤلفه دیگر از اهمیتی بیشتر برخوردار است و رسیدن به آن را دشوارتر می‌داند. کانتر، نیز مدلی سه بخشی از مکان را متشکل از سه بُعد درهم‌تنیده «فعالیت‌ها»، «تصورات» و «کالبد»، ارائه می‌دهد و بر جنبه‌های فردی ادراک فضا تأکید می‌ورزد. رلف و کانتر دو رویکرد مختلف را نسبت به موضوع مکان نشان می‌دهند. رلف با یک نگاه پدیدارشناسانه در حوزه جغرافیای انسانی به جنبه‌های خاصی از مفهوم مکان به‌ویژه معنای مکان توجه دارد. در مقابل، کانتر با نگاهی روان‌شناسانه، به مکان نگاهی اثبات‌گرایانه دارد. اما هر دو عناصر اصلی مکان را شامل سه مؤلفه وابسته کالبد، به فعالیت‌های درون آن و معانی برخاسته از آن می‌دانند. لذا «معنا»، در این میان اهمیت به‌سزایی می‌یابد. به‌علاوه، بعضی مفهوم مکان را متأثر از مقاصد انسانی می‌دانند؛ در این باره رلف معتقد است: «مکان‌ها در فضای وجودی فرد می‌توانند به‌عنوان مراکزی از معنا یا قانون مقاصد و اهداف انسانی درک شوند» (رلف، ۱۳۸۹: ۸). کریستین نوربرگ-شولتز^۳ در کتاب «معماری: حضور، زبان و مکان»، زبان و مکان احراز هویت انسانی را در برقراری پیوند سرشار از معنا با جهانی متشکل از چیزها می‌داند که به‌شکل مادی مکان بستگی دارد، چنان‌که جنبه‌های دوگانه سکونت را احراز هویت و تعیین موقعیت می‌داند. این جنبه‌های دوگانه معماری در ساختن مکان، بر عملکردهای معمارانه تجسم و پذیرش منطبق می‌شوند. بدین ترتیب که هر مکان در همان حال که جهت امکان‌دهی به عملکردهایی آن‌ها را در خود پذیرا می‌شود، مفاهیمی را نیز تجسم می‌بخشد. او همچنان بیان می‌دارد که احراز هویت، گشودگی و بازبودن، شخصیت محیط را نیز شامل شده که در آن باعنوان روح مکان یاد می‌شود (نوربرگ-شولتز، ۱۳۸۷: ۲۴۱). مطالعه لیبلا اسکائل^۴ و رابرت گیفورد^۵ باعنوان «تعریف دل‌بستگی مکان: یک چارچوب سازمان‌دهی سه‌گانه»، به‌طوری‌که این مفهوم را دارای سه بُعد اعم از: شخص، فرایند روانی و مکان می‌دانند. بُعد فردی؛ (شخص)-مکان، اشاره به برداشت شخص با توجه به معانی فردی یا گروهی از مکان داشته که خود متأثر از سوابق تاریخی یا معنوی و مذهبی خواهد بود. بُعد فرایند روانی؛ با جنبه‌های عاطفی، شناختی و نیز الگوی رفتاری در ارتباط قرار می‌گیرد. این مؤلفه‌ها نیز خود از غرور، شادی، عشق، خاطرات، دانش فردی، معانی، چگونگی نگهداری مکان و نیز بازسازی آن تأثیر می‌پذیرند. و بُعد مکان؛ از دید نویسندگان وابسته به ویژگی‌های فضایی محیط و نیز عناصر اجتماعی یا کالبدی آن است که ناشی از خصوصیات طبیعی یا انسان‌ساخت و نیز نمادهای اجتماعی می‌باشند (Scannell, Gifford, 2010: 1). فرزین حق‌پرست^۶ مازیار آصفی^۷ و الناز ابی‌زاده^۸ در پژوهشی باعنوان «تحلیل تأثیرات زمینه‌های ادراکی و دل‌بستگی مکانی بر وفاداری کنشی گردشگران (نمونه موردی: بازار تاریخی تبریز)»، به بررسی بازار تاریخی تبریز به‌مثابه پایه‌های ادراکی و دل‌بستگی مکانی بر اقتناع معنای مکانی در باب گردشگران تأکید دارد. طوری که می‌توان از تفحص پژوهش حاضر بر این نتیجه دست‌یافت مجموعه بازار تاریخی تبریز تمثیلی بامعنی در اندریافت گردشگران بری القای دل‌بستگی مکانی می‌تواند پدیدآورد. ازسوی، امر وفاداری اصلی را به بازار تاریخی تبریز بر وفاداری تبیین می‌سازد که بر استمرار



کُنش‌های گردشگران می‌توان مؤثر عنوان گردد طوری که این موضوع صُور پایدار در حیات مجوعه داشته‌است (حق پرست، آصفی، ابی‌زاده، ۱۳۹۸: ۲۶). اصغر مولائی^۹ در پژوهش خود با عنوان «سرمایه اجتماعی در بازارهای تاریخی ایران (مطالعه موردی بازار تاریخی تبریز)»، به‌واری بازارهای تاریخی ایران نگاه داشته‌است طوری که بر باور وی این مجموعه‌ها نمونه‌های فراخ از فرهنگ بومی ایرانی را به‌تصویر رخ می‌نهد. به‌بیانی، تبیین سرمایه‌های اجتماعی این مجموعه بازارها می‌توان در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، تاریخی، معنایی و فضایی مورد ارزیابی ژرف قرار داد. همچنین بازارهای تاریخی ایران را می‌توان گونه‌های بارز با کیفیات سازگار محیطی فضاها، شیوه‌های مبادلات و پیش‌آمدها (تبیین سرمایه‌های اجتماعی بی‌نیاز و پویا در گذر زمان)، برخوردار دانست. امری که امروزه با تغییر و تحولات پدید آمده و با سبک‌های معماری سنتی و غیربومی در اطراف بازارها مورد بی‌هویتی پدید گشته. در نتیجه، پژوهش مولائی با مطالعه موردی در تلاش است با اهداف و تبیین ابعاد سرمایه‌های اجتماعی در بازار تاریخی تبریز در پی اساس و پایه‌های استوار در رویارویی با پدیده‌ها متمرکز است (مولائی، ۱۳۹۹: ۶۱).

۴- روش پژوهش

روش تحقیق در به‌کارگیری پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی بهره‌مند بوده است و به‌طور خاص، تأویل از نوع کیفی برخوردار می‌باشد که درصدد آن است با راهبردهای گردآوری کتابخانه‌ای و اسنادی با تجزیه و تحلیل بیان مفهومی از عوامل‌های عملکردی برخوردار گشته نگاه داشته‌است. همچنین در جهت فرمایش مفاهیم «معنای مکان در معماری بازار تاریخی تبریز با توجه به رویکرد مطالعات فرهنگی»، به یک متدولوژی اساسی مشتمل ارج می‌نهد. از سوی، می‌توان عنوان کرد که معنای مکان در معماری به‌مثابه یک شکل از هنر، یک مدیوم طراحانه و یا سایر عوامل معماری با متعلقات آن به‌شمار می‌آید. طوری که با فرایند مورد آکاوای در سیستماتیک کردن این نوع از پژوهش در حیطه مورد تبیین می‌توان گونه‌های تکامل تاریخی در میراث فرهنگی را به‌تفحص اهداف با محوریت عملکردی در راستای دل‌بستگی محقق ساخت.

در نتیجه، می‌توان اذعان داشت که؛ بازار تاریخی به‌طور خاص علاوه بر بُعد معنای مکان دارای ابعاد متمایز که به‌عنوان یک مجموعه واحد در ایران و سطح بین‌المللی تثبیت گردیده شده است. در نهایت، این تحقیق در تلاش است نوعی فرمایش هویتی برای این نوع از مجموعه‌های متکامل با راهبردهای سازگار در جهت توسعه پایدار مورد ارزیابی، تبیین ساخت. و به‌تبع کُنشگری‌ها در واکنش به پرسش‌های استفهامی ذیل است:

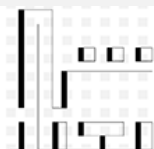
۱. حس تعلق بین معنا و پیدایش مکان در «بوطیقای فضا»، در باب معنای مکان در معماری بازار تاریخی تبریز با توجه به رویکرد مطالعات فرهنگی به‌چه‌نحو قابل تأویل می‌باشد؟
۲. ادراک معنا در مکان بازار تاریخی تبریز به‌طریق چه نوع از اجزاء و معناها دربرگیرنده معنای مکان بوده است؟

۴. ۵- مبانی نظری پژوهش

۵. معنای مکان برآیندی از عوامل متفاوتی است که در نتیجه تعامل انسان و مکان حاصل می‌گردد و تعامل انسان با مکان نیز از طریق پیام‌های عناصر مختلف موجود در مکان صورت می‌پذیرد. در واقع، کشف معنی این پیام‌ها، ارتباط انسان را با مکان برقرار می‌کند. یکی از جنبه‌ها و اهداف اصلی و اساسی ارتباطات و تعاملات میان این دو، دریافت و ادراک معنای مکان می‌باشد. مکان‌ها ذاتاً پایگاه‌های معنایی هستند که در طول زندگی براساس رویداد شکل گرفته‌اند و با آغشته شدن با معنا، افراد و گروه‌ها و جوامع، فضا به مکان تغییر می‌کند (رلف، ۱۳۸۹: ۱). به همین منظور، آنچه که در رابطه با فرایند شکل‌گیری ادراک معنا دار حائز اهمیت است، مدنظر قرار دادن انسان و جهان در یک رابطه دو سویه است که بر مبنای آن انسان نمی‌تواند سوژه را بدون توجه به جهانی که در آن زندگی می‌کند، درک نماید. در نتیجه، ادراک، یک ساختار کلی است که اساس و شالوده آن، رفتارهای زیستی و در رأس آن معنای عالی و آگاهی مفهومی قرار دارد که هر دو این جنبه‌ها از لوازم ادراک بوده و تفکیک‌ناپذیر از آن هستند (متیوز، ۱۳۹۷: ۱۳). موضوع دیگر چگونگی کشف معنای و تجربه آن‌ها در محیط و شناسایی این موضوع است که آیا معنای ادراک شده توسط فرد، در «محیط»، وجود دارد یا در «ذهن نظاره‌گران».

۶. در پژوهش حاضر تلاش است به آنالیز «معنای مکان در معماری بازار تاریخی تبریز با توجه به رویکرد مطالعات فرهنگی»، ارج نهد. نگاه فرهنگی به معماری و نیز رابطه این دو با هم محققان کثیری را در خود جای داده است طوری که می‌توان به مباحث مرتبط از منظر صاحبان اندیشه خارجی و داخلی در تحقیقات مذکور به تعاریف فرهنگ، معماری بومی و تأثیر این دو عامل بر یکدیگر به صورت توصیفی و مروری پرداخته‌اند که به برخی از آن‌ها می‌توان نظر داشت که عبارت‌اند از:

۷. لین مانزو^{۱۰} به رابطه عاطفی میان انسان و مکان و ابعاد مختلف تجربه مکان توسط افراد نگاه داشته است. بنابه عقیده وی، محیط دارای معنای مختلف مثبت و منفی است که بسته به نوع تجربه آن توسط افراد به دست می‌آیند. یک محیط ممکن است برای فردی دارای معنایی مثبت بوده و برای فردی دیگر، معنایی منفی به همراه داشته باشد. این امر وابسته به نوع ادراک و نحوه تجربه محیط توسط افراد است که به پیش‌زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی آن بستگی دارد. آموس راپاپورت^{۱۱} و پل الیور^{۱۲} از سرآمدان این عرصه‌اند که در برابر معماری یادمانی و رسمی به معماری عامیانه، مردمی و بومی پرداخته‌اند. راپاپورت برای مطالعه معماری به عوامل غیرمادی می‌پردازد و این نگرش او در واقع واکنشی است به مطالعات علمی رسمی که مبتنی بر پوزیتیویسم بود و نیز نقدی است بر معماری به سبک جهانی. طوری که راپاپورت تا آنجا پیش می‌رود که علیت عوامل فیزیکی، اقلیمی، تکنولوژیکی، تکاملی و اقتصادی را زیر سؤال می‌برد و تنها براساس فرهنگ به قرائت معماری پرداخته است. جیمز جی. گیسون^{۱۳} روان‌شناسی آزمایشی و بینایی؛ سطوح مختلف تعامل میان انسان و محیط را در شش سطح از معنا تعریف کرده است که سلسله‌مراتبی از سطوح افزایش یابنده، معنای محیط‌های شهری را از مراحل ادراک تا ارتباط با ارزش‌ها و مفاهیم غیرفضایی را شامل می‌شود. سطوح معنا بنابه عقیده وی شامل معنای آنی و ابتدایی (مبین ویژگی‌های آشکار کالبدی)، معنای کارکردی معنای ارزشی و عاطفی، (مبین عملکرد و سودمندی پدیده)، معنای ابزاری



(پاسخگو به مقاصد و کاربردهای ویژه (مبین جنبه‌های احساسی قابل درک از پدیده)، معنای نشانه‌ای (مبین جنبه‌های نشان‌های پدیده) و معنای نمادین می‌شود.

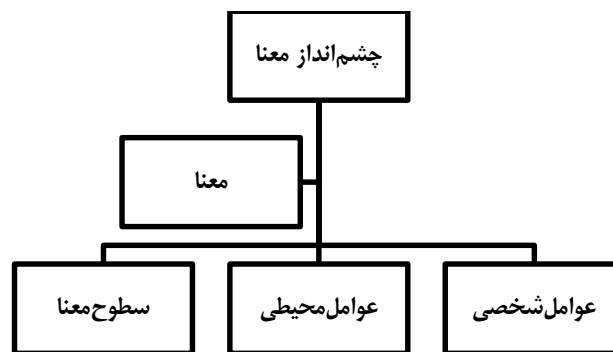
۸. حسام‌الدین کریمی^{۱۴} و غلامعلی ستوده^{۱۵} در تحقیق خود بیان می‌کنند معماری ساخت‌وسازی براساس عوامل منتج از قالب‌های ذهنی است که این عوامل با کنارهم قرار گرفتن و تأثیرپذیری از فرهنگ به‌عنوان یک عامل کنترل‌کننده و بسیار مهم در نهایت به معماری بومی تبدیل می‌شوند (کریمی، ستوده، ۱۳۹۴: ۱). فرهاد قاسمی‌آذر^{۱۶} و موسی تارویردی‌زاده نصیر کندی^{۱۷} تنظیم فضاهای زیستی، امروزه را نیازمند فرهنگی نو می‌داند که حاصل آمیزش «گذشته، حال و آینده»، در یکدیگر باشد و معماری در متن آن جای گیرد (قاسمی‌آذر، ۱۳۹۳: ۱). محمود روح‌الامینی^{۱۸} معتقد است معماری و ساخت بنا باعث جهت‌دهی رفتار و شکل‌گیری رفتار ما می‌شود و به‌دنبال آن بر فرهنگ تأثیر خواهد گذاشت. در نتیجه، معماری پدیده‌ای است که از فرهنگ نشأت گرفته و بر آن تأثیرگذار خواهد بود (روح‌الامینی، ۱۳۹۰: ۱۵). داراب دیبا^{۱۹} معتقد است اگر معماری مطابق با خواستارهای فرهنگی باشد آن معماری ریشه‌ای عمیق خواهد گرفت. سید محمد بهشتی شیرازی^{۲۰} زاده ۱۳۳۰ شمسی اهل ایران، معتقد است تغییرات فرهنگی موجب دگرگونی در مبانی معماری می‌شود که تعیین‌کننده شیوه‌های تعامل بین مفاهیم نظری و فرهنگی و فضای معماری می‌شود. در نتیجه، می‌توان ادعان داشت که برمبنای مطالعات نظری، ادراک و تجربه مردم از مکان بنا بر نوع رابطه و نحوه تجربه افراد با مکان می‌تواند وجوه متفاوتی از معنا را دربرگیرد. به‌نقل از معمار دبدبه^{۲۱} «معماری چیزی است که کل محیط را کنترل می‌کند و اثر آن در تجربه یک‌عمر دریافت می‌شود نه در یک مشاهده محدود و منجر به معنای مکان می‌گردد».

۶- یافته‌های پژوهش

۶-۱- نگاهی بر معنا

معانی محیط یعنی مفاهیمی که از محیط به‌واسطه تجربه رونمایی می‌شوند. نظریه‌های متعددی معنا را عامل ایجاد کیفیت‌فضا و حس مکان دانسته‌اند از جمله؛ ادوارد رلف، مکان‌ها را به‌طور ذاتی محل گردآمدن معانی برمی‌شمارد که در تجربه‌های ما شکل گرفته‌اند و انسان‌ها چه به‌صورت فردی چه گروهی با الصاق معانی به فضاها آن‌ها را به مکان تبدیل می‌کنند (Carmona, Tiesdell, 2007, 101). معنا در دیدگاه روان‌شناسانه روندی واسطه‌ای یا وضعیتی ذهنی در رفتار یک انسان است که نتیجه ادراک محرک و مقدم‌بر تولید واکنش می‌باشد محیط دارای معانی و کیفیت‌های متفاوتی است. برخی از روان‌شناسان محیطی کیفیت محیط را معنای عاطفی می‌نامند که در پی ادراک پیام‌های محیط ایجاد شده و موجب قضاوت مخاطب نسبت به محیط می‌شود. معنا حاصل «گشتالت»، وجوه معناشناسانه محیط و یا کیفیت‌های ذهنی متعدد است (رحمانی، ندیمی، ۱۳۹۸: ۵۱). معنایی که از اثر معماری دریافت می‌کنیم جسمانی و بدنمند است به‌این معنی که ذهن به‌واسطه مؤلفه‌های حسی

حرکتی بدن می‌تواند معنای محیط را کسب کند (حقیر، مسئله‌گو، ۱۳۹۹: ۲۳-۱۹). همچنین می‌توان برای تبیین این موضوع برپایه (نمودار ۱)، نگاه‌داشت.



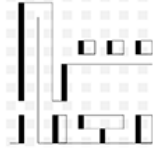
نمودار ۱- سیر تکامل معنا- (مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۲)

۱-۱-۶- عوامل شخصی

انسان‌ها در برخورد بایک مسئله عملکردی در محدوده ذهن از خود بروز می‌دهند و با برداشت و تفسیر شخصی نسبت به آن واکنش نشان داده و تصمیم‌گیری می‌کنند. در نتیجه، مجموعه‌ای از خاطرات باورها و پیش‌فرض‌های بنیادی راهنمای رفتار انسان در زندگی را تشکیل می‌دهند. این خاطرات و باورها براساس ماهیت متفاوت در ذهن انسان بروز کند. این تناقض ناشی از تأثیر ایجاد معانی در حافظه‌های شخصی است به این صورت که انسان آن‌گونه که تمایل دارد خاطرات را به یاد می‌آورد. عوامل متعددی بر حافظه‌های شخصی اثرگذارند که هر کدام تأثیر متفاوت دارند.

۱-۲-۶- عوامل محیطی

می‌توان اذهان داشت که: گونه دوم؛ که در آن معنا به مصداق اشاره داشته و بیشتر بر عامل خارجی تکیه دارد مشتمل بر معنای موجود در مکان و مرتبط با تأثیر عوامل محیطی و کالبدی مکان می‌باشد. مکان‌ها، مراکز تجارب انسان‌ها و مبتنی بر نوعی آگاهی هستند که آن‌ها را به عنوان مراکز پرمحتوا و عمیق از تصورات و رفتارهای انسانی معرفی می‌کنند. در ارتباط با محیط کالبدی می‌توان بیان کرد که پهنه‌ها و موقعیت جغرافیایی، مکانی است که فرد در آن قرار دارد و تأثیراتی که در معنا می‌تواند ایجاد کند با توجه به مفهوم مکان و معانی متمرکز در آن مفاهیم گوناگونی را در رابطه با پیوند میان انسان با مکان می‌توان مورد توجه قرار داد که مبین چگونگی لحظه برقراری ارتباط و عمق حضور انسان در مکان و به تبع آن دست‌یابی به سطوح مختلفی از معنای آن می‌باشد.



۱-۳-۶- سطوح معنا

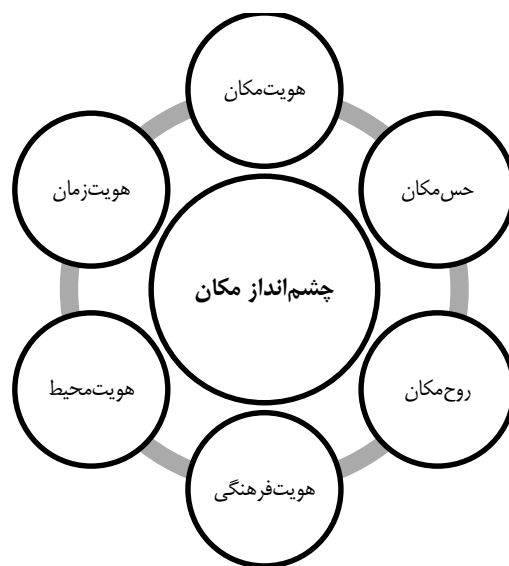
یکی از مباحث مهم در معناشناسی موضوع سطوح مختلف معنی است. سطح اول؛ معنی یا اشاره اصلی می‌باشد که مبین عملکرد اصلی (عملکرد قابل حصول)، یک موضوع است. سطح بعدی؛ معنا با اشاره ضمنی خوانده می‌شود که طبیعتی نمادین و سمبولیک دارد. این سطوح مختلف معنی امکان تفاوت قائل شدن بین عملکرد یا نحوه استفاده مستقیم یک شیء و شناخت اجتماعی از آن شیء را ایجاد می‌کند (که در این پژوهش محوریت موضوع بازار تاریخی تبریز می‌باشد).

۲-۶- نگاهی بر مکان

مکان از مظهر معماری در مرکز محیط‌های جغرافیایی در هر جامعه قرار دارد و دارای پیچیدگی‌های مفهومی در مناطق مختلف بوده می‌باشد. «مکان»، یک «سایت معنادار»، است که ترکیبی از مکان، روح مکان-حس مکان به‌شمار می‌آید که نتیجه آن فضا می‌باشد. حس مکان دلیلی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات منحصر به فرد اعم از: حسی و رفتاری تلقی می‌شود طوری که این حس به گونه‌ای به پیوند انسان با مکان منجر می‌گردد که انسان خود را جزئی از آن مکان می‌پندارد (فلاحت، ۱۳۸۵: ۵۹). شناخت مؤلفه‌های حس مکان و معیارهای مؤثر برای شکل‌گیری آن‌ها و شاخص‌ها، نشانه‌های تحقق حس مکان و قالب‌های تحقق آن امری ضروری به نظر می‌آید. یک مکان، منوط به شناخت معنی، هویت و کارکرد فضا و مکان بوده است چراکه هویت بشری مستلزم هویت مکان برای انسان تلقی و تجلی و باعث هویت آن می‌شود مکان را می‌توان به یک نقطه نفوذ مطلق با مجموعه و مجموعه‌های خاصی از پدیدارشناسی مکان‌های دیگر اشاره نمود (پرتوی، ۱۳۸۲: ۴۵). حال اگر بُعدهای به‌وجودآمده با وجود مکان روابط انسان و نوع نگاه آنان به موضوع در مواجهه با رویکرد مطالعات فرهنگی تبیین باشد که شاید آن مکان یک بنای بااهمیت تاریخی و همانند (بازارها، کاروانسرا، مساجد)، یا غیره، باشد که نشان یک مکان برای انسان می‌باشد (دبده، ۱۳۹۸: ۵۰).

۲-۱-۶- فرتاش چیستی و کیستی مکان

فرتاش چیستی و کیستی مکان در پدیده مکانی هم‌سو با هویت، روح مکان-حس مکان، در ساختار مکان با چشم‌اندازی گسترده با مقوله‌ای از فضا برای انسان در محیط تداعی می‌شود. پدیداری ماهیت فرتاش مکان برگرفته از عناصر وابسته از وجوه نیاز انسان تجلی می‌گردد و به واسطه تعامل با محیط و سطوح بابر جستگی‌های از آثار در به وجود آمدن اثرها به‌ویژه عناصر پایه همچون معنا در ذهن مخاطب نهان می‌یابد. به‌طور کلی می‌توان فرتاش چیستی و کیستی مکان در رویارویی با فرایند به‌وجودآمده از مکان را بر پایه (شکل ۱)، موردواکاوی اجمالی به تصویر گذاشت.

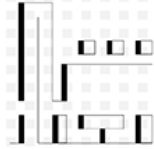


شکل ۱- چشم انداز مکان از مستترهای حاصله از آن- (مأخذ: نگارندگان)

۳-۶- نگاهی بر معنای مکان

معنای مکان برآیندی از پیوندهای اجزاء کثیر به هم پیوسته، که در نتیجه کُنشگری انسان و مکان تبیین می‌گردد و در رابطه هم‌کنش انسان با معنای مکان نیز از استمرارات عناصر گوناگون در پدیده مکان نقش می‌یابد (دبده، ۱۳۹۹: ۹). از سوی، پی بردن به کُنش‌ها و رابطه انسان معنای مکان را تثبیت می‌کند (Franck, 2010: 74). به طور خاص، می‌توان اذعان داشت یکی از ارکان و سویه‌های اهداف اصلی و پایه پیوند و کُنش‌های مابین این دو با اندر یافتن معنای مکان است.

معنای مکان برهم‌کنش با معنای فضا ذهنی شکل می‌گیرد. بر باور کریستین نوربرگ-شولتز «وجود فضاها از مکان‌ها است نه از خود فضاها». پس طراحی فضا وابسته است به شناخت افراد از مکان و آنچه حس مکان نامیده می‌شود. در واقع، مکان؛ فضای دارای معنا است، به همین جهت آن را بخشی از فضا که به واسطه روابط اجتماعی- فرهنگی مشخص می‌گردد (مدنی‌پور، ۱۳۸۲: ۱۲). در تبیین این پژوهش؛ «مکان»، (فضای مورد ادراک)، به عنوان هویت واحد مدنظر می‌باشد (دبده و دیگران، ۱۴۰۲ الف: ۱۲۰-۸۵). مکان مقری است فیزیکی باتمامی چگونگی‌های



اجتماعی- (فرهنگی)، و مکانی اش (جزء‌های عینی-واقعی))، با آنکه پذیرنده بودن دگرگونی وابسته، از فراگیری گیتایی اش باز دفاع می‌کند و ارتباطات متقابل اش را در هر آن از زمان روا می‌دارد. مکان حاصل ارتباط و همکنش انسان با جزء‌های عینی-واقعی، مکان می‌باشد.

۳-۱-۶- تبیین روح مکان-حس مکان در مستتر دل‌بستگی درباره معنای مکان

دل‌بستگی به معنای مکان به اثربخشی هُنایش ادراک یک مکان ایما دارد که آدمی به‌عنوان روح‌مکان در تبیین حس مکان با هر نوع فرهنگی به آن معنا می‌نهد (Kyle et al., 2004: 213). گیرایش حسی و ادراکی مکان بر افراد، را می‌توان نوعی استدلال هویتی هم‌راستا با دل‌بستگی معنای مکان عنوان کرد، کمالینکه افراد می‌توانند به یک چیز، یک اثر و یا حوزه‌های گوناگون همچون مکان در برخورد باشند (دبده، صدیق، رضوان‌پناه، ۱۴۰۱: ۹۸-۱۱۷). در واقع، دل‌بستگی به معنای مکان پیوند عمیق با مکان است که با دادن معنی، مکان تثبیت می‌گردد.

۳-۲-۶- هویت حاصله از مستتر معنای مکان

هویت یعنی حدودمیزی که شخص می‌تواند در یک مکان به‌عنوان مکانی متمایز و شاخص یا به‌تعبیری منحصر به فرد یا خاص از دیگر مکان‌ها موردواکاوی در معنا قرار گیرد یعنی شخصیتی مشخص و فاخر صورت گردد. هویت یک مفهوم عام است و برای داشتن هویت‌ساختاری باید مجموعه‌ای از ویژگی و خصوصیات‌ها در چیزی جمع، هویت در معنای کلی، دارای دو جنبه کالبدی (ظاهری)، و (باطنی)، بوده طوری که فقط از نظر ذهنی می‌توان این دو جنبه را از هم جدا کرد (دبده، رضوان‌پناه، ۱۴۰۰: ۵).

۷- گستره موردپژوهی: مجموعه بازار تاریخی تبریز

مروری بر موقعیت مکانی بازار تاریخی تبریز روی نقشه ایران با گذری بر فرایند ساختاری و توسعه پایداری در راستای پیوندهای رشد شهر برپایه (جدول ۱)، می‌توان نگاه داشت. به‌طور خاص، بن‌مایه ماهیت بازار را می‌توان زمینه منفرد در مواجهه با سطوح بنیادی و برجسته‌ترین شاخصه‌های معناگرای شهرهای شرق اسلامی نگاه‌داشت (پورجعفر، ارباب‌زادگان‌هاشمی، پورجعفر، ۱۳۹۳: ۳). با تطبیق بازار و سایر اتمسفر متشابه در دیگر نقاط می‌توان ادعان داشت، شالوده‌های به‌وجودآمده در فضاهای شهری اعم از: فرانسه، ایتالیا، آلمان و غیره، برپایه رویارویی با قصر حکومتی یا اتحاد و پیوندهای فرایند شناخت عمومی، یا نقش اقتصادی و غیره، مورد توجه بوده است (پورجعفر، مولائی، پورجعفر، ۱۳۹۵: ۹۶). طوری که بازارهای ایران، نطق و نقش‌بستن تمام پدیده‌های تأثیرگذار و ارزشمندتر از آنچه بیان شد تبیین و به‌کارگیری سرمایه‌های اجتماعی در مواجهه با رویکرد فرهنگی در تثبیت معنای مکان در زمره توجه بوده است. هدف اصلی و واحد آن از مکان ماندگاری و پایداری بوده و با

اشتراک‌گذاری آن در هر عصر به خصوص عصر حاضر می‌توان به یک هویت واحد در رسیدن به ماهیت هویت مکان نمود کرد و آن را ساختار و بنیان‌گذار هویت آن مکان با جنبه‌های اجتماعی-فرهنگی با هویت گذشته و اصلی در آن محیط به مکان به‌شمار آورد.

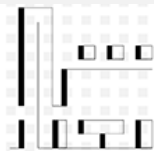
جدول ۱- گستره‌های کلی و اجمالی بر مجموعه بازار تاریخی تبریز- (مأخذ: برداشت نگارندگان، ۱۴۰۲)

موقعیت جغرافیایی	<p>استان آذربایجان شرقی</p> <p>شهرستان تبریز</p>		<p>بیکربندی فضا</p> <p>تراکم ساختاری</p>	<p>یکپارچگی</p>
	<p>دوره صفوی</p>	<p>دوره سلجوق</p>	<p>محور رنگ زرد: مسیرهای اصلی تجاری</p> <p>محور رنگ نارنجی: مسیرهای فرعی تجاری</p> <p>محور رنگ قرمز نارنجی: ساختمان‌های تجاری</p> <p>محور رنگ گندمی: محدوده شهر در قرن ۱۷ میلادی</p>	
بازار تاریخی تبریز				

	<p>دروازه‌های ورودی</p>	<p>دوره قاجار</p>	<p>محورهای راهیابی: دروازه‌های ورودی شهر</p>	<p>مجموعه رنگ صورتی</p>
	<p>توسعه بازار</p>		<p>ساختار شهر تبریز در اقتباس مسیر تاریخی</p>	<p>محورهای اصلی گردشگری- میراث فرهنگی تبریز</p>
<p>صور معنای مکان در کالبد بازار تاریخی تبریز</p>				

۷-۱- تبیینات معنا-گرایی در تثبیت دل‌بستگی بر بر مجموعه بازار تاریخی تبریز

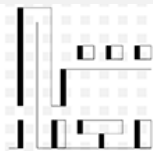
هویت در دوره‌های مختلف معماری امری بسیار متفاوت بوده و بخشی از این تفاوت‌ها به فرهنگ صحنه می‌گذارند (دبیده، ۱۴۰۰: ۵۵). و در تعیین و تبیین شاخصه‌های معناگرایی در هر دوره معماری می‌تواند بنیان‌گذار هویت در یک جامعه با پدیده‌ها برپایه (جدول ۱)، پدیدار می‌گردد.



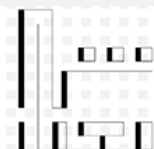
جدول ۱: تبیینات معنا-گرایی در تثبیت دل‌بستگی بر بر مجموعه بازار تاریخی تبریز
(مأخذ: برداشت نگارندگان از مجموعه آثار معمار دبدبه، ۱۴۰۲)

ردیف	تبیینات اصلی تبیین هویت	اهداف رسیدن به تبیین هویت
۱	انسان	- عامل اصلی در تشکیل هویت
۲	هدف‌مندی	- توجه به محوری و مرکزی بودن همه فضاها
۳	وحدت / کثرت	- حقیقت وجودی حق، تجلی حق - انسجام کالبدفضایی و عملکرد سامانه‌ای - تکرار الگوها
۴	صراحت	- کلی بودن طرح - پیچیدگی در عین حال خوانایی و دارای آراستگی و نظم مشخص
۵	محور/مرکزی-شبکه‌ای	- عنصر اصول در طراحی
۶	سلسله مراتب	- مشخص بودن و تعریف و تبیین هر مسیر
۷	هماهنگی	- ارتباط با فضاها - حفظ ارزش‌های عملکردی فضاها - متعادل و دارای نظم، هماهنگی کامل با بنا
۸	حد و حریم	- حفظ رابطه بین انسان با ابنیه‌ها - حفظ رابطه خود انسان با دیگران در فضای داخلی
۹	عنصر طبیعت	- استفاده از عناصر طبیعی در فضا به صورت مستقیم

تبیینات معنا-گرایی در تثبیت دل‌بستگی بر مجموعه بازار تاریخی تبریز



			- استفاده از موتیف‌های برگرفته از طبیعت، زنده‌بازار
	۱۰	رمزنگاری	- ارزش باطنی و حقیقی بودن - رمزوراز بودن فضاها در درک هر یک از فضاها
	۱۱	نماد	- معناگرایی، معنای مکان - کشف حقایق همگام با روح مکان-حس مکان
	۱۲	نور	- نمایگر حضورالهی - جلوه‌ صور عالم‌مثال
	۱۳	انعکاس	- انعکاس در فضای داخلی بر مفهوم امتداد و عالم‌مثال - هماهنگی در اجزاء به صورت به هم پیوسته - نشانه کلی و نمود بصری وحدت
	۱۴	نقوش هندسی	- تناسب، نظم و تقارن - مرکزی بودن نقوش هندسی به عنوان الگوی وحدت‌بخش
	۱۵	آینه	- روشنایی و مهد یکی از عوامل تعیین‌کننده هویت
	۱۶	تزئینات	- پدیدآورنده سبک‌ها هر دوره در معماری و معماری داخلی مجموعه
	۱۷	انسان	- پدیدآورنده اصلی هویت در جهان هستی

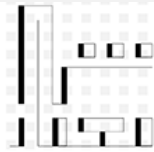


معماری به‌عنوان بخش واقعی و ملموس روایات در زمان مکانی بوده و وسیله‌ای مستقیم و ملموس با آدمی به‌شمار می‌آید که از طریق آن روایت معماری را با رموز و آرزوهای مبهم معنا می‌سازد. همان‌طور که یک اثر با تمام اجزاء و جزئیات در رسیدن به یک هدف واحد بوده همچون بازار تاریخی تبریز، این عامل از معماری، معماری اثر را با سایر پدیده‌های متمایز با دل‌بستگی در به‌وجود آمدن معنا بر مکان تبیین ساخته است. در نتیجه، وفور وجه فضاهای معماری در شهر تبریز همانند سایر فضاهای معماری در بافت‌های متراکم کشور است. با وجود این تمایز که با توجه به طولانی بودن فصل سرما نسبت به شهرهای مرکزی و جنوبی، فضاهای معماری متناسب با شرایط مزبور، طراحی و سازمان‌دهی به‌عمل می‌آمدند. بسیاری از مساجد و مدارس مدنی، درون‌گرا و دارای یک حیاط مرکزی یا جانبی بوده‌اند. البته مساجدی نیز یافت می‌شوند که فاقد فضای باز درونی بوده و تنها از یک فضای سرپوشیده تشکیل یافته‌اند. طولانی‌بودن فصل سرما سبب می‌گردد بخش عمده‌ای از شبکه بازار تاریخی تبریز، سرپوشیده، و علاوه بر راسته‌های بازار شمار زیادی تیمچه وجود داشته که فضاهای سرپوشیده نسبتاً مناسبی برای عابران، خریداران و فروشندگان کالاها فراهم می‌آورد. پیوندهای دل‌بستگی بُدهای همچون معناگرایی در معنای مکان در بطن اثر ماندگار و تابه‌امروز پایدار واقع شود. اگر بگوییم معماری با مسائلی در مقیاس‌های بزرگ شهری در ارتباط است، می‌توان بر آن داشت، معماری در مقیاس انسانی و در ارتباط با فضاهای عمومی و شخصی است در حقیقت تجلی معنا در ارتباط انسان با جهان بیرونی معنای مکان است. معماران مجموعه، علاوه بر داشتن دانش کافی در زمینه معماری بر بازار تاریخی تبریز به توسعه و بهبود حس دریافتی از فضای معمارانه با نگاه ژرف یکجا به‌نمایش ارج نهادند به‌گونه‌ای که حس تعلق و یکپارچگی را در فضا می‌توان با معنای مکان همگام با هویت واحد هویدا داشت.

۱-۸- ارائه راهکار و پیشنهادات

چنین به‌نظر می‌آید امروزه مسئله معنای مکان در معماری اکثر بناهای ایجاد شده در فضاهای شهری قابل تبیین با گذشته نیست طوری که این امر باعث گردیده هویت آثار روبه بی‌هویتی و ابتذال سوق آورد. در این پژوهش تلاش است تا با واکاوی معنای مکان در معماری بازار تاریخی تبریز با توجه به رویکرد مطالعات فرهنگی، به این فرایند در تثبیت هرچه بیشتر اثر در معنای مکان مؤثر واقع شود. وجود معماری، وجود خلق و ایجاد فضای زنده و گویا در مکان علاوه بر ابعاد معنای را به‌همراه آورد و معنای مکان تبیین شود. و در برخورد با کُنش‌ها و چالش‌های بازتابنده همچون ناپیوستگی معنا و یا بی‌مکانی انسان، می‌بایست بر سوبه‌های به‌مثابه معماری گذشته ایران توجه شود. که به‌واسط بیان و شیوه‌های به‌کارگیری در معماری بازار تاریخی تبریز عینیت پیدا کرده است.

اهداف معماری با هدف‌های برای راحتی، آسایش، آرامش و غیره، برای انسان با تفکرات فضایی مملو از ابعاد معنایی در معناها پدید می‌آورد و نمی‌توان آن را تنها در جهت بهره‌گیری در پاسخ به نیازهای مادی و فیزیکی آدمی محدود نمود. در نتیجه، پدیده معماری به‌عنوان نیاز اصلی برای حیات انسان مدنظر است علاوه بر آن برآورده کردن نیازهای انسانی در آثار، نیازهای والاتر در امر ماندگاری سایر پدیده‌ها در جهت برقراری ارتباط یک ذهنیت جامع در ساختار و کالبد نیازهای آدمی می‌توان بیان داشت. امروزه یکی از مهمترین مسائل در حیطه ارزش‌مندی، ارزش‌گذاری



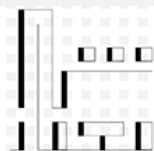
و ارزش‌ساختاری از نظر؛ نظریه‌پردازان و معماران، مسئله عمیق پیوندها با فلسفه معماری و معماری فلسفی با معماری که معنا را در مکان به معنای مکان یا به بی‌مکان تبدیل می‌کند.

پی‌نوشت

1. Edward Relph
2. David Victor Canter
3. Christian Norberg-Schulz
4. Leila Scannell
5. Robert Gifford
6. Farzin Haghparast
7. Maziar Asefi
8. Elnaz Abizadeh
9. Asghar Molaei
10. Lynne Manzo
11. Amos Rapoport
12. Paul Oliver
13. James J. Gibson
14. Hesamedin Karimi
15. Gholamali Sotoudeh
16. Farhad Ghasemi-Azar
17. Musa Tarvirdizadeh Nasir Kandi
18. Mahmoud Roholamini
19. Darab Diba
20. Mohammad Beheshti Shirazi
21. Dabdabeh Architect/Mohammad Dabdabeh

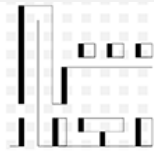
منابع

- ابل، کریس. ۱۳۸۷. *معماری و هویت*، ترجمه: فرح حبیب، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.
- پرتوی، پروین. ۱۳۸۲. *مکان و بی‌مکانی رویکردی پدیدارشناسانه*، نشریه علمی پژوهشی-هنرهای زیبا-معماری و شهرسازی، شماره ۱۴، ۵۰-۴۰.



- پورجعفر، محمدرضا، مولائی، اصغر، پورجعفر، علی. ۱۳۹۵. **تبیین ویژگی‌های طراحی شهری ایرانی اسلامی تبریز**، دوفصلنامه علمی تخصصی-فیروزه اسلام پژوهش معماری و شهرسازی اسلامی، سال دوم، شماره ۲، ۱۰۸-۸۷.
- پورجعفر، محمدرضا، ارباب زادگان‌هاشمی، علیرضا. پورجعفر، علی. ۱۳۹۳. **تجلی خرده فرهنگ‌های ایرانی اسلامی در طراحی فضاهای شهری**، چاپ اول، تهران: انتشارات آرمان شهر.
- حق پرست، فرزین. اصفی، مازیار. ابی‌زاده، الناز. ۱۳۹۸. **تحلیل تأثیرات زمینه‌های ادراکی و دل‌بستگی مکانی بر وفاداری کنشی گردشگران (نمونه موردی: بازار تاریخی تبریز)**، فصلنامه علمی پژوهشی-برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، سال نهم، شماره اول، (پیاپی ۳۲)، ۴۴-۲۵.
- حقیر، سعید. مسئله‌گو، مهسا سادات، ۱۳۹۹. **تأثیر فضای معماری مدرن در وسعت بخشیدن به دامنه آگاهی ناظر و ریشه‌یابی آن در نظریه تن-آگاه مرلوبوتنی**، فصلنامه علمی پژوهشی-باغ‌نظر، دوره ۱۷، شماره ۸۷، ۲۸-۱۹.
- دبده، محمد. [دیگران]. ۱۴۰۲. **پدیدارشناسی سئویه‌های مکانی در بوطیقای فضای معماری داخلی؛ (موردپژوهی: مجموعه بازار تاریخی تبریز)**، فصلنامه علمی پژوهشی-معماری و محیط‌پایدار، دوره ۱، شماره ۴، شیراز، ۵۴-۳۷.
- دبده، محمد. ۱۳۹۸. **دست‌نوشته‌های از مجموعه آثار معمار دبده (هویت و مکان)**، تهران.
- دبده، محمد. ۱۳۹۹. **وجودیت مکان**، اولین کنفرانس ملی عمران، معماری و فناوری اطلاعات در زندگی شهری، مشهد-ایران، ۱۴-۱.
- دبده، محمد. ۱۴۰۰. **دست‌نوشته‌های از مجموعه آثار معمار دبده (هویت در معماری داخلی)**، تهران.
- دبده، محمد. ۱۴۰۱. **دست‌نوشته‌های از مجموعه آثار معمار دبده؛ (ادراک محیط)**، تهران.
- دبده، محمد. رضوان‌پناه، مجید. ۱۴۰۰. **فلسفه و معماری، کنفرانس ملی معماری، عمران، شهرسازی و افق‌های هنر اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب**، تبریز-ایران، ۱۰-۱.
- دبده، محمد. صدیق، مرتضی. رضوان‌پناه، مجید. ۱۴۰۱. **نقد و بررسی کتاب «طراحی براساس ادراک و رفتار انسانی»؛ از مجموعه آثار معمار دبده، فصلنامه علمی پژوهشی-معماری و شهرسازی؛ معمار شهر**، دوره ۱، شماره ۴، ۱۱۷-۹۸.
- دبده، محمد. و [دیگران]. ۱۴۰۲. **تشبیه‌هویت در معماری و معماری داخلی: با مروری بر تغییر کاربری انطباقی خانه‌های تاریخی تبریز (دوره قاجار)؛ گردآوری از مجموعه آثار معمار دبده**، چاپ اول، تهران: انتشارات طحان گستر.
- راپاپورت، ایما. ۱۳۸۴. **معنی محیط ساخته‌شده: رویکردی درارتباط غیرکلامی**، ترجمه: فرح حبیب. چاپ اول، تهران: انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- رحمانی، سارا. ندیمی، حمید. ۱۳۹۸. **تأملی در کیفیت و معنی محیط**، فصلنامه علمی پژوهشی-باغ‌نظر، دوره ۱۶، شماره ۷۱، ۶۰-۵۱.
- رلف، ادوارد. ۱۳۸۹. **مکان و بی‌مکانی**، ترجمه: محمدرضا نقصان‌محمدی، کاظم مندگاری و زهیر متکی، ویراستار: علی درویش‌زاده، چاپ اول، تهران: انتشارات آرمان شهر.
- رلف، ادوارد. ۱۳۸۹. **مکان و بی‌مکانی**، ترجمه: محمدرضا نقصان‌محمدی، کاظم مندگاری و زهیر متکی، ویراستار: علی درویش‌زاده، چاپ اول، تهران: انتشارات آرمان شهر.

- روح‌الامینی، محمود. ۱۳۹۰. *زمینه فرهنگ‌شناسی: تألیفی در انسان‌شناسی فرهنگی و مردم‌شناسی*، چاپ‌دهم، تهران: انتشارات عطار. فلاح، محمداق. ۱۳۸۵. *مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن*، نشریه علمی پژوهشی-هنرهای زیبا-معماری و شهرسازی، شماره ۲۶، ۵۷-۶۶.
- قاسمی‌آذر، فرهاد. تارویردی‌زاده نصیر کندی، موسی. ۱۳۹۳. *تأثیر فرهنگ بر معماری بومی*، دومین کنگره بین‌المللی سازه، معماری و توسعه شهری، تبریز-ایران، ۱۲-۱.
- کریمی، حسام‌الدین. ستوده، غلامعلی. ۱۳۹۴. *بررسی ارتباط بین فرهنگ و معماری بومی و تأثیر آن در ارتقاء کیفیت طراحی*، اولین کنفرانس سالانه پژوهش‌های معماری، شهرسازی و مدیریت شهری، یزد-ایران، ۹-۱.
- متیوز، اریک. ۱۳۹۷. *موریس مرلوپوتتی: پدیدارشناسی ادراک*، ترجمه: محمود دریانورد، ویراستار: حسن عرب، چاپ‌اول، تهران: انتشارات زندگی روزانه. مدنی‌پور، علی. ۱۳۹۲. *طراحی فضای شهری: نگرشی بر فرایندی اجتماعی-مکانی*، ترجمه: فرهاد مرتضایی، چاپ‌چهارم، تهران: انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری.
- مولائی، اصغر. ۱۳۹۹. *سرمایه اجتماعی در بازارهای تاریخی ایران (مطالعه موردی بازار تاریخی تبریز)*، فصلنامه علمی پژوهشی-جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، دوره هفتم، شماره ۱۵، ۸۸-۶۱.
- نوربرگ-شولتز، کریستین. ۱۳۸۷. *معماری: حضور، زبان و مکان*، ترجمه: علیرضا سیداحمدیان، چاپ‌دوم، تهران: انتشارات نیلوفر.
- نیک‌فطرت کردمجله، مرتضی. ذبیحی، حسین. شاهچراغی، آزاده. ۱۳۹۸. *روایت مکان در آثار معماران معاصر از منظر ادبیات تطبیقی فلسفه و معماری*، *بارویکرد پدیدارشناسی (نمونه‌موردی: موزه هنرهای معاصر تهران)*، فصلنامه علمی پژوهشی-جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، دوره ۹، شماره ۳۷، ۸۳۴-۸۱۳.
- Altman, Irwin. Low. Setha M. 1992. *Place Attachment: A Conceptual Inquiry*, Published By New York and London : Springer; First Edition.
- Carmona, Matthew. Tiesdell, Steve, 2007. *Urban Design Reader*, Published By London: Routledge; First Edition.
- Franck, Georg. 2010. *Architektonische Qualität und Raumplanung, In Dortmunder Vorträge zur Stadtbaukunst 2*, Zürich: Niggli Verlag AG, Sulgen/Zürich, 74-87.
- Kyle, Gerard., et al. 2004. *Effects of Place Attachment on Users' Perceptions of Social and Environmental Conditions in a Natural Setting*, Journal of Environmental Psychology, Vol. 24 (2): 213-225.
- Scannell, Leila. Gifford, Robert, 2010: *Defining place attachment: A tripartite organizing framework*, Journal of Environmental Psychology, Vol. 30 (1): 1-10.



THE MEANING OF PLACE IN THE ARCHITECTURE OF THE HISTORICAL BAZAAR OF TABRIZ, CONSIDERING THE CULTURAL STUDIES APPROACH *

Farnaz Khiabani ^۱, Ahad Nezhadebrahimi ^۲, Shahriar Shaghghi ^{۳*}, Azita Belali Oskui ^۴

Abstract

To define the nature of something, one must seek a kind of relation or structure that is consistent in multiple related conditions. Its prominent goal is the phenomenological dimension in direct and immediate analysis, inquiry, and cognition of phenomena. The settling of each age's nature contains its specific definition of place. Though reaching a new style might imply a kind of addition and description of some actions. Specifically, considered a unique complex of art, architecture, and beauty, the Bazaar of Tabriz is an evident and rich structure in the presentation of sustainable development by the meaning of place and as having a "Unitary Identity". Therefore, the goal of the present study is to seek and analyze the "meaning of place in the historic Bazaar of Tabriz based on the cultural studies approach", In the creation of a strategy, in addition to the hidden meaningful hyper phenomena. The present study is based on a descriptive-analytical method And makes use of written documents to develop a strategy by quantitative-qualitative research. The results of the study show that the Bazaar of Tabriz emerged as an addition to the subsistence of the meaning of place like meaningful dimension in its architecture in addition to the combined phenomenon and "Unitary Identity". Specifically, Tabriz and the historic Bazaar of Tabriz consisting of a unity and development of the space poetics (place oriented), is considered as having identity by the emergence of the meaning of place in itself. As a result, the present study aims to show the historic Bazaar of Tabriz internationally as the representative of the meaning of place, as the social, cultural, economic, and political basis, and also as a sustainable building to which must be paid attention and remembered with an eternal affection.

Keywords: Meaning of Place, Tabriz Traditional Bazaar, Architecture, Unitary Identity, Cultural Research

* This Article Is Extracted From The Doctoral Thesis Of 'Farnaz Khiabani', Titled "*The Meaning of Place in the Architecture of the Historical Bazaar of Tabriz, Considering the Cultural Studies Approach*", Under The Supervision Of 'Dr. Ahad Nezhadebrahimi', & 'Dr. Shahriar Shaghghi', Advisory Of 'Dr. Azita Belali Oskui'.

¹ Doctoral Researcher in Architecture, Department of Architecture, Faculty of Art and Architecture, Shabestar Branch, Islamic Azad University, Shabestar, Iran. farnaz.khiabani@gmail.com

² Professor of Architecture and Islamic Architecture, Faculty of Architecture and Urban Planning, Islamic Art University of Tabriz, Tabriz, Iran. hadebrahimi@tabriziau.ac.ir

³ Assistant Professor of Architecture Department, Faculty of Art and Architecture, Shabestar Branch, Islamic Azad University, Shabestar, Iran (Corresponding Author: sh.shagagi@iaushab.ac.ir).

⁴ Associate Professor at the Faculty of Architecture and Urban Planning, Islamic Art University of Tabriz, Tabriz, Iran. a.oskoyi@tabriziau.ac.ir