

## بازشناسی حس معنویت در فرایند شناخت (نمونه موردی: بازار تاریخی تبریز)

المیرا کریمی پور<sup>۱</sup> (دانشجوی دکتری معماری اسلامی، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز،

ایران)

e.karimipour@tabriziau.ac.ir

پریسا هاشم پور (استاد تمام معماری، عضو هیئت علمی دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز،

ایران)

p.hashempour@tabriziau.ac.ir

### چکیده

حس معنویت، منسوب شدن به حقیقت ذاتی و مطلق در برابر امور مادی، ظاهری و صوری است. در واقع این امر قابلیت جلوه‌گری در محسوسات بی‌شماری دارد تا انسان با احساس تاثیر عمیق و ابتهاج، صاحب یک تجربه ارتباط معنادار با خود، دیگران، جهان و قدرت برتر شود که بصورت واکنش‌ها، روایات و اعمال بیان می‌شود. تجربه احساسات، از طریق تجربه در فضا ایجاد می‌شود و معماری با ظهور واقعیت سه جهان جسمانی، خیالی و عقلی، همچون پلی از قلمرو معنوی با فضای ذهنی فرد ارتباط برقرار می‌کند و او را به شناخت می‌رساند. پژوهش با هدف تحکم حس معنویت در کالبد معماری، به دنبال فرایند شناخت این حس مخاطب در فضایی با کاربری غیرمذهبی بود که بازار تاریخی تبریز با انواع عملکردهای مختلف، مورد بررسی قرار گرفت تا درصدد پاسخگویی به این پرسش برآید که «حس معنویت در گذار از مراحل احساس تا شناخت توسط مخاطب، چگونه است؟». در این راستا، پژوهش در قالب کیفی، ترکیبی از تحقیق بنیادی و اکتشافی در دو مرحله کاوش نظری و عملی صورت گرفت. کاوش نظری به صورت توصیفی تحلیلی، به جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای پرداخته و سپس کاوش عملی به صورت اکتشافی، با روش پدیدارشناختی از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاری در چهار سطح (احساس، ادراک، تعقل و شهود) با نمونه‌گیری گلوله‌برفی تا رسیدن به اشباع نظری (۱۰ نفر)، صورت گرفت. تحلیل کیفی تفسیری داده‌ها به روش ون منن از طریق کدگذاری در سه مرحله باز، محوری و گزینشی انجام شد. در نتیجه، تجربه افراد توسط

<sup>۱</sup> نویسنده مسئول

۵ درونمایه اعم از بینادذهنیت (در ارتباط با دیگران)، تقدس‌گرایی (در ارتباط با خداوند)، تنوع‌گرایی، تاریخ‌گرایی و حس مکان (در ارتباط با جهان و دیگران) مشخص گردید.

**کلمات کلیدی:** حس معنویت، تجربه فضا، مراتب شناخت، بازار تاریخی تبریز

#### ۱. مقدمه

اغلب اندیشمندان دینی و غیردینی، تنها راه پایان‌دادن به حالت‌های نفسانی نامطلوب که منشعب از تحکم اندیشه‌های ماتریالیسم صرف و سایر مؤلفه‌های مدرنیته در قالب توجه به عقلانیت ابزاری و غفلت از امور قدسی در زندگی بشری است؛ را در تحکم معنویت‌گرایی در انسان برای رضایت و آرامش درونی می‌دانند (اخوان‌ارمکی و نعلچی، ۱۳۹۳، ص. ۱۴۶-۱۵۹). حس معنویت، منسوب شدن به حقیقت ذاتی و مطلق در برابر امور مادی، ظاهری و صوری است (جمعه‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵، ص. ۲۱۸؛ معین، ۱۳۵۴) که البته لزوماً به هیچ دین یا نظام اعتقادی خاصی وابسته نیست؛ لذا برخی از مردم ممکن است معنویت را از طریق مذهب بیابند؛ در مقابل، دیگران ممکن است آن را از طریق کاوش شخصی و ارتباط با جهان طبیعی یا ابزارهای دیگر پیدا کنند؛ که نتیجتاً می‌تواند موجب احساس آرامش درونی، احساس ارتباط متقابل با دیگران و جهان و شناخت هدف و معنای خود در زندگی شود (سینگ<sup>۱</sup>، ۲۰۲۳، ص. ۱۰).

تجربه احساسات، از طریق تجربه در فضا ایجاد می‌شود (لی<sup>۲</sup>، ۲۰۲۲، ص. ۱۲) و معماری همچون ابزاری قوی، این توانایی را دارد تا به عنوان پلی به "قلمرو معنوی درونی" سفر کند و با "فضای ذهنی درونی" فرد ارتباط برقرار کند (هریس<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵)؛ که این ارتباط، در گرو شناخت مخاطب بدان صورت می‌گیرد (صالحی و همکاران، ۱۳۹۴، ص. ۱۱۴). چرا که در ورای کالبد مادی، اندیشه‌هایی پنهان شده‌است که نیازمند شناخت مشخصه‌های «اندیشه» آن است (پورمند، ۱۳۸۶).

این پژوهش با هدف تحکم حس معنویت در کالبد معماری، به دنبال فرایند شناخت این حس، توسط مخاطب می‌باشد که بر این اساس، بازار تاریخی تبریز به عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب گردید تا درصدد پاسخگویی به این پرسش برآید که «حس معنویت در گذار از مراحل احساس تا شناخت توسط مخاطب در بازار تاریخی تبریز، چگونه است؟». برای این منظور، پس از بررسی ادبیات نظری پژوهش، روش تحقیق بصورت پدیدارشناسی در بازار تاریخی تبریز به عنوان نمونه موردی، صورت می‌پذیرد که در بخش روش تحقیق به تفصیل بیان می‌گردد.

<sup>1</sup> Singh

<sup>2</sup> Lee

<sup>3</sup> Harries

پیشینه تحقیق به دو بخش فرایندشناخت و حس معنویت تقسیم می‌شود: در بخش اول (فرایندشناخت)، مرتضوی (۱۳۸۰) در روانشناسی محیط و کاربرد آن، دریافته‌است که در نظریه روان‌شناسی بوم شناختی، ادراک، سازوکار برون فرآیندی بوده و مربوط به چگونگی تحریکات اعضای حسی و جمع آوری اطلاعات است؛ اما شناخت، درون فرآیندی است و نحوه تأثیر تجارب پیشین، عوامل روان شناختی (مانند انگیزه‌ها و ارزش‌ها) و شخصیتی افراد در تعبیر و تفسیر آن اطلاعات حسی می‌باشد. در این میان اکبری و فلامکی (۱۳۹۵) در مقاله بررسی جایگاه ادراکات حسی و احساس در پدیده شناسی فضای ساخته شده، بیان می‌کنند که یکی از روش‌های شناخت، پدیده شناسی است که بر اساس تجربه فضای زیسته افراد در شناخت محسوسات، ادراکات حسی و احساس، ایفای نقش می‌کند. کاویانی (۱۳۹۴) در مقاله احساس و ادراک از دیدگاه قرآن، اشاره می‌کند که حیطه‌های شناختی انسان بتدریج از حرکتی صرف (بازتاب‌ها) به ادراک حسی و سپس به شناخت انتزاعی و بعدتر به ادراکات فراحسی می‌رسد که از ادراکات بشری در دنیا فراتر است و اصطلاحاً «فرا ادراک» نامیده می‌شود که در علوم شناختی چندان جایگاهی ندارد. نارویی نصرتی (۱۴۰۱) در مقاله احساس و ادراک در روان‌شناسی و مقایسه آن با دیدگاه ملاصدرا، دریافت که روان‌شناسان آن را امری مادی و منحصر ادراکات حسی می‌دانند؛ درحالی که ملاصدرا معتقد است این امر برای نفس رخ می‌دهد که جوهری مجرد بوده و انسان علاوه بر ادراکات حسی دارای ادراک شهودی، نقلی، و حیانی و عقلی است که ادراک شهودی و عقلی، پایه دیگر ادراکات حسی هستند. با توجه به این بررسی‌ها اگر قرار باشد معماری خلق شود، باید بر اساس شناخت از حقیقت صورت پذیرد که اشرافی و نقی زاده (۱۳۹۴) در مقاله مقایسه تطبیقی فرآیند شناخت و آفرینش، بدان پرداختند و بیان می‌کنند که دریافت صور از دو طریق امکان دارد: ۱) با واسطه و ۲) بی‌واسطه؛ دریافت با واسطه که همان مرحله شناخت از طریق حواس است؛ در صورتی که دریافت بی‌واسطه همان ادراکات شهودی است که بدون حواس در نفس هنرمند صورت می‌یابد و روندی است که از عقل به سمت خیال حرکت می‌کند و در قوس نزولی مراتب وجودی قابل بررسی است.

در بخش دوم مطالعات (حس معنویت)، پژوهش‌هایی همچون ملکی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله ارزیابی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر ادراک حس معنویت در فضای داخلی مساجد، مهدوی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله بررسی و بازخوانی مولفه‌های موثر بر ارتقاء حس معنویت در معماری مساجد و در مقاله رتبه‌بندی شاخص‌های آرامش معنوی در معماری مساجد سنتی مبتنی بر ادراک حس معنویت و همچنین در مقاله تبیین راهبردی مولفه‌های حس معنوی در معماری مساجد ایران (۱۳۹۸) و مقاله بازشناسی اصول ایجاد حس معنویت توسط عماد و همکاران (۱۴۰۱) بررسی شدند و مشخص گردید که همگی بیشتر بر روی میزان تأثیر مولفه‌ها بر روی مخاطبان پرداخته اما به نحوه تأثیر در آنان، نپرداختند؛ لذا این پژوهش حس معنویت را از حیطه نحوه تأثیر از مرحله احساس تا مرحله شناخت، مورد بررسی قرار می‌دهد:

حس معنویت: حس معنویت در لغت به معنای منسوب شدن به حقیقت ذاتی و مطلق در برابر امور مادی، ظاهری و صوری است که در سایه آن امکان رسیدن به حیات طیبه امکان پذیر است (عماد و همکاران، ۱۴۰۱، ص. ۱۹۹). معنویت به احساس ارتباط با چیزی بالاتر از خود اشاره دارد که می‌تواند در زمینه سکولار (غیردینی) نیز تجربه شود؛

چراکه بین معنویت و دینداری تمایز وجود دارد و همه مردم بدون توجه به اعتقادات می‌توانند ویژگی های ماورایی در فضا را درک کنند اما این بدان معنی نیست که لزوماً تجربه معنوی در همه فضاها برابر است (اسماعیلی و سین کلیر<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱). دستیابی به این مهم، با شناخت توانایی های نهادینه شده در وجود بشریت برجسته می‌شود که شامل مجموعه جنبه های فکری، اخلاقی، فرهنگی و عاطفی انسان یا محصولات فکری او بوده و بصورت غیر مادی و مربوط به روح است (باسو<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). علاوه بر این، معنویت یک سفر شخصی و فردی است که می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد (سینگ<sup>۳</sup>، ۲۰۲۳، ص. ۱۰). در این سفر، توجه به این نکته ضروری است که حالت استعلایی در «جهان بیرون» اتفاق نمی‌افتد، بلکه در درون افراد نهفته است (کمپیل<sup>۴</sup>، ۲۰۲۳، ص. ۶).

برای درک و کشف راه های ایجاد چنین فضایی در معماری ابتدا لازم است، کیفیت چنین فضایی را درک کرد (گلدبرگر<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰). در این میان پالاسما این فضاها را دارای تجربیاتی می‌داند که در آن کیفیت های فیزیکی به «احساسات ماورایی باردار متافیزیکی واقعیت و معانی معنوی» تبدیل می‌شوند (پالاسما<sup>۶</sup>، ۲۰۱۵، ص. ۱۹). این نوع معماری یک گفتگوی غیرمستقیم اما ظریف در سطح فردی ایجاد می‌کند. لذا می‌تواند به افراد احساس وحدت با محیط اطرافشان را بدهد (اسماعیلی و سین کلیر، ۲۰۲۱). پس در یک تجربه متعالی، فرد به سمت درون می‌چرخد و با روح خود ارتباط برقرار می‌کند (والتون<sup>۷</sup>، ۲۰۱۵). با توجه به مطالب گفته شده، حس معنویت یک تجربه ارتباط معنادار با خود، دیگران، جهان و قدرت برتر است که بصورت واکنش ها، روایات و اعمال بیان می‌شود (مهدی نژاد و همکاران، ۱۳۹۷، ص. ۶۵). در واقع این امر قابلیت جلوه‌گری در محسوسات بی‌شماری دارد تا انسان با احساس تاثیر عمیق و ابتهاج، صاحب تجربه اوج از این امر گردیده و پرورش یابد (حیدری و همکاران، ۱۳۹۳). در این راستا پژوهش در صدد بررسی این تجربه از ابتدای رویارویی فرد با محسوسات تا در نهایت واکنش، رفتار و اعمال است که این امر مستلزم بررسی فرایند شناخت در او می‌باشد.

فرایند شناخت: انسان از چهار منبع شروع به ادراک می‌کند که در همه، علم حضوری معیار شناخت و کشف حقیقت هر پدیده ای است (جوادی آملی، ۱۳۷۶، ص. ۴۵۷) و می‌توان آن‌ها را مترادف عوالم جسمانی، خیالی، عقلی و شهودی دانست؛ همچنین دارای چهار اندام شناختی حس و خیال و عقل و روح به عنوان ابزار می‌باشد (تصویر ۱).

۱. اندام های حسی: پالاسما یک تجربه متعالی را در وهله اول از طریق حواس فرد می‌داند؛ جایی که انسان بدن میانجی بین خود، دیگران و محیط می‌شود (بری<sup>۸</sup>، ۲۰۱۲؛ والتون، ۲۰۱۵) و بدین وسیله، انسان از این کیفیات و خصوصیاتی که مربوط به ظواهر اشیای مادی و در شعاع معین در پیرامون او قرار گرفته است، آگاه

<sup>1</sup> Sinclair

<sup>2</sup> Basu

<sup>3</sup> Singh

<sup>4</sup> Campbell

<sup>5</sup> Goldberger

<sup>6</sup> Pallasmaa

<sup>7</sup> Walton

<sup>8</sup> Barrie

می‌شود (خداپناهی، ۱۳۸۲، ص. ۸۲). لذا ارتباط با دنیای حسی از طریق حضور پدیده‌های طبیعی و انسانی در جهت ایجاد تمرکز حواس بیرونی می‌باشد. پدیده‌های طبیعی شامل چشم اندازه‌ها، خورشید، زمین، آسمان، نور، خاک، گیاهان، آب و باد بوده و پدیده‌های انسانی توسط حضور مکان‌های اجتماعی، بینابینی و خلوت صورت می‌پذیرد. ارتباط با دنیای خیالی از طریق تجربه و دریافت اطلاعات حاصل از داده‌های حسی، ادراک می‌شود (صالحی و همکاران، ۱۳۹۴، ص. ۱۲۰-۱۲۱). بنابراین می‌توان گفت که ادراک از طریق حرکت در فضا-زمان تجربه می‌شود (چینگ، ۱۳۷۳، ص. ۱۲-۱۳). در اینجا حرکت تنها به معنای جابه‌جایی نبوده؛ بلکه معانی تغییر، شدن و تبدل را نیز شامل می‌شود.

۲. قوای باطنی: ابزار شناخت منحصر به اندام‌های حسی نیست. قوا و ادراکات باطنی ما نیز در آگاهی و شناخت نقش دارند:

۱،۲. قوه خیال: از جمله این قوای باطنی، قوه خیال است که پس از قطع ارتباط ما با اشیا، صورت و تصویر شیء مشاهده شده را در خود حفظ می‌کند و در موقع لزوم، به خاطر می‌آورد و در صفحه ذهن منعکس می‌سازد. قوه خیال در واقع، وظیفه ذخیره‌سازی اطلاعات را در قالب رمزهای دیداری و شنیداری و ... به عهده دارد (احمدوند، ۱۳۸۳، ص. ۲۲۱-۲۲۷). بنابر نظریه اکولوژیک ادراک، اطلاعات دریافتی از حواس پنج‌گانه و نظام‌های جهت‌دهنده و حرکتی در محیط، مبنای اصلی نظام ادراکی انسان هستند. اما پیش از آن که معنی و مفهومی، احساس و ادراک شود، در عرف فرهنگی اجتماعی هر محیط آموخته می‌شود. بنابراین الگوی محیط توسط حواس احساس می‌شود اما ادراک آن مبتنی بر طرحواره‌های ذهنی هستند (شاه چراغی، ۱۳۹۱، ص. ۱۶۱-۱۶۲). مرتبه حس، به فعلیت رسیدن امتدادهای جهان مادی بوده و عینیت کامل در قالب صورت دارد؛ اما مرتبه خیال و عقل، از امتدادهای مادی رها شده و در جایگاه وجودی بالاتر قرار می‌گیرد (صالحی و همکاران، ۱۳۹۴، ص. ۱۱۳).

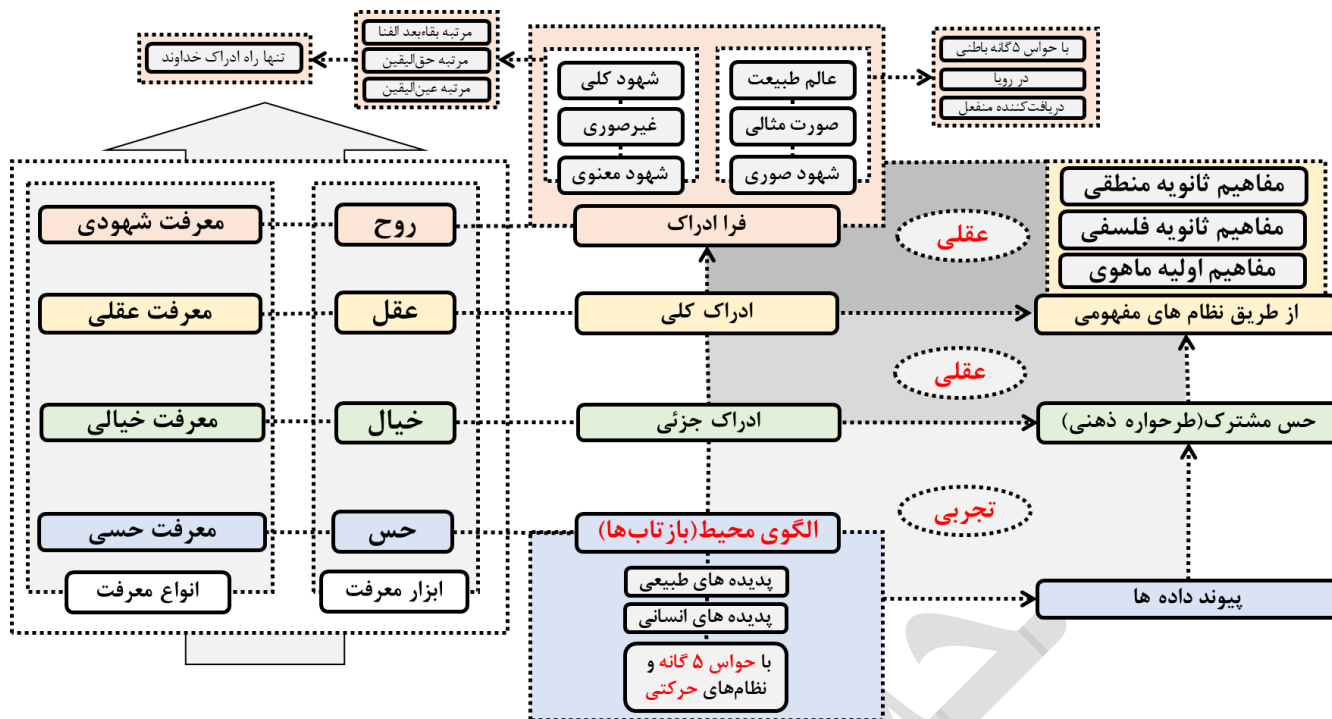
۲،۲. قوه عقل: عقل یکی از ابزارهای عالی شناخت است و از شناخت‌ها و ادراکاتی که به وسیله این قوه حاصل می‌شود، با «ادراک عقلی» یاد می‌کنند. بنابراین، انسان علاوه بر قوای حس و خیال، از قوه عاقله نیز برخوردار است که به وسیله آن، از مجموع صورت‌ها و ادراکات جزئی (مجموع اطلاعاتی که از طریق حواس ظاهری و قوه خیال به دست می‌آید)، مفاهیم کلی را درک می‌کند. بنابراین، عقل نوعی شناخت و ادراک کلی را برای فرد میسر می‌سازد. ارتباط با دنیای عقل از طریق نظام‌های مفهومی حاصل می‌شود. ملاصدرا مفاهیم را به دو دسته معقولات اولیه و معقولات ثانویه تقسیم می‌کند. مفاهیم اولیه توسط حواس به ذهن راه پیدا می‌کنند ولی مفاهیم ثانویه در مرحله بعد حاصل می‌شوند. در این میان مفاهیم ثانویه، خود به دو دسته فلسفی و منطقی قابل تقسیم هستند (ملاصدرا، ۱۹۸۱، ص. ۳۳۱-۳۳۹).

به اعتقاد ابن سینا، ابتدا محسوسات به واسطه اعضای حسی احساس می‌شوند و پس از پیوند داده‌های حواس پنج‌گانه، حس مشترک شکل می‌گیرد و در واقع این حس مشترک است که ادراک را در عالم خیال می‌پروراند (ابن

سینا، ۱۳۶۳، ص. ۶۰). در پس احساس و ادراک، شناخت صورت می‌گیرد. لذا ادراک، تجربی بوده اما شناخت، عقلی است (کانت، ۱۳۹۰، ص. ۶۷).

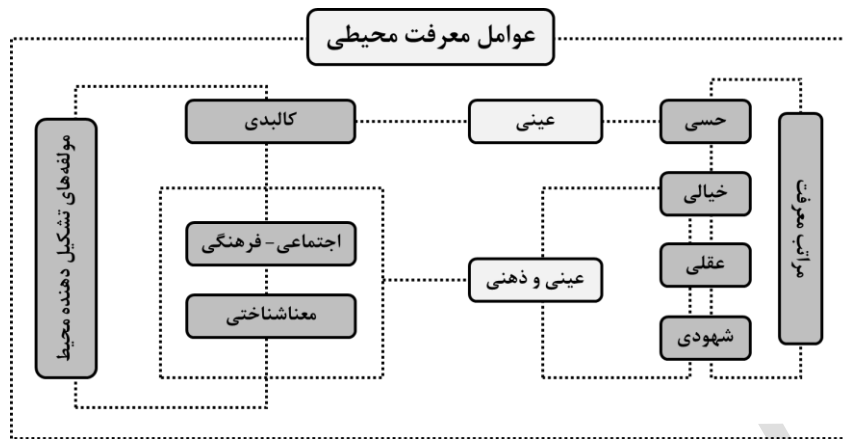
۳. ادراک شهودی: بسیاری از دانشمندان معتقدند که ابزاری بهتر از عقل برای شناخت حقایق در اختیار انسان نیست (شجاعی، ۱۳۸۶، ص. ۱۶). اما ادراک شهودی بالاترین مرتبه ادراک است که در آن فرد واقعیت اشیا را می‌یابد (احمدی، ۱۳۶۳، ص. ۶۶-۶۷). این نوع از ادراک به دو شکل کشف صوری و معنوی تحقق می‌یابد. در کشف صوری، حواس ظاهری، پنجره حواس باطنی بوده که صورت و تمثیل حس‌گونه از حواس ۵ گانه باطنی در رویا روی می‌دهد. متعلق صوری، عالم مثال است که قسمی از آن کشف صوری از عالم طبیعت بوده و قسمی به صور مثالی تعلق می‌گیرد. در کشف صوری، فرد اغلب منفعل و دریافت کننده است (فرغانی، ۱۳۷۹، ص. ۶۶۹-۶۷۱). چنان‌که ادراک حسی خداوند ممکن نیست، تمثیل خدا و کشف صوری او ممکن نیست؛ چراکه او از ماده و مقدار مبرا است. لذا تنها راه ادراک خداوند، شهود معنوی است (جوادی آملی، ۱۳۸۵، ص. ۴۵).

کشف معنوی، معقول و غیرصوری بوده و تمثیل در آن راه ندارد. در این مقام، روح با تجردش به عالم غیب، معانی مجرد و غیبی را به صورت معنوی و نه با تمثیل، کشف می‌کند. در منابع اسلامی، حقایق باطنی به قلب نسبت داده شده است که اشاره به روح آدمی به عنوان قوه شهود دارد (فنائی اشکوری، ۱۳۹۰، ص. ۱۴۸). نوع کشف و شهود تابع مرتبه وجودی دریافت کننده و مکاشف آن است و متناسب با آن به عامل الفاکنده آن نیز بستگی دارد (ابن عربی، ج ۱، ص. ۲۸۱). مراتب کشف معنوی متفاوت بوده و دارای ۳ مرتبه است: مرتبه عین الیقین (مشاهده عیان و بی واسطه حقیقت در عین دوگانگی سوژه و ابژه)، مرتبه حق الیقین (برداشتن کامل حجاب و فانی شدن مشهود به عالم متصل) و مرتبه بقاء بعد الفنا که مرتبه اتحاد و وحدت است (قیصری، بی تا، ص. ۱۰۷-۱۱۱؛ آشتیانی، ۱۳۶۵، ص. ۵۴۴-۵۶۰). همچنین از نظر عرفای اسلامی، در مراتبی از شهود امکان خطا وجود دارد؛ اما مراتب بالاتر خطاناپذیرند. شهود جزئی یا صوری، خطاپذیر و شهود کلی یا معنوی، خطاناپذیرند (قیصری، بی تا، ص. ۶۰۵).



تصویر ۱، مراتب معرفت در جهان بینی اسلامی (منبع: نگارنده)

انواع معرفت به محیط: در گونه بندی فضا از دیدگاه اسلامی، دو دسته فضای آفاقی و انفسی وجود دارد. فضای آفاقی با الهام از فضای پر جاذبه طبیعت، وجه مادی، متکثر و تنوع طلب انسان را ارضا می کند و عموماً در ساحت عمومی و بیرونی نمود دارد. در حالی که فضای انفسی زمینه ایجاد خلوت و حضور درونی آدمی است که حالتی از خودآگاهی را برا انسان فراهم می کند و عمدتاً در فضاهای درونی مورد توجه است (نقره کار، ۱۳۹۲، ص. ۱۰۴-۱۰۹). محیط توسط مولفه های کالبدی، عملکردی و معنایی شکل می گیرد (فلاح، ۱۳۸۴؛ کاکایی، ۱۳۹۵؛ مویدی، ۱۳۹۳؛ محمدی زارع و قصاب نژاد، ۱۳۹۳؛ رفیعیان و پورمحمدی، ۱۳۹۱)؛ که در یک دسته بندی دقیق تر می توان دو مولفه مصنوع و انسانی را در نظر گرفت که مولفه مصنوع خود به دو مولفه عملکردی و فرمی؛ و مولفه انسانی به مولفه اجتماعی-فرهنگی و معناشناختی قابل تقسیم است (ستاری فرد، ۱۳۹۴، ص. ۱۵۱). اما آنچه این پژوهش بر آن تاکید دارد، این است که مولفه های محیط را می توان بر اساس مراتب معرفت و آگاهی به محیط، در چهار بعد احساسی، ادراکی، عقلی و شهودی جای داد. در اینصورت بعد احساسی اشاره به مولفه های کالبدی محیط دارد؛ درحالی که بعد ادراکی، عقلی و شهودی، مولفه های اجتماعی-فرهنگی و معناشناختی را شامل می شود (تصویر ۲).

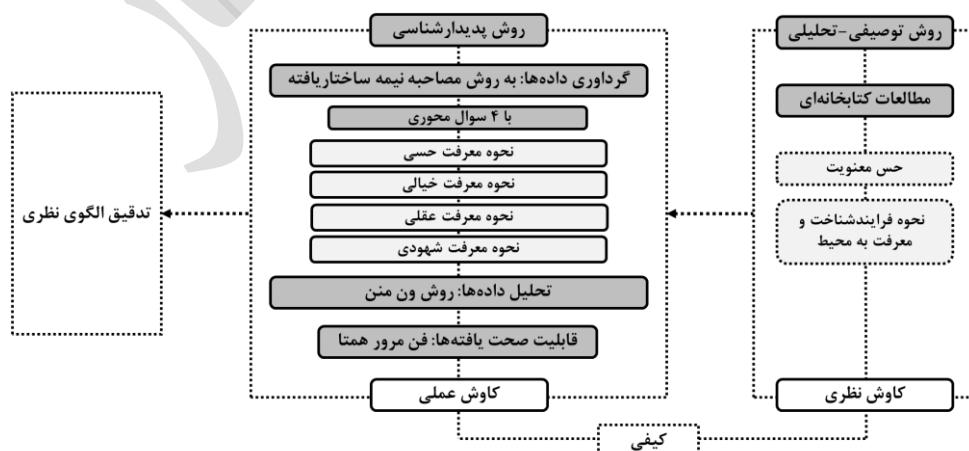


تصویر ۲. عوامل معرفت به محیط (منبع: نگارنده)

## ۲. متدولوژی

پژوهش ترکیبی از تحقیق بنیادی و اکتشافی است که به صورت کیفی در دو مرحله کاوش نظری و عملی می‌باشد. در مرحله کاوش نظری تحقیق کیفی به صورت توصیفی-تحلیلی، به جمع‌آوری اطلاعات کتابخانه‌ای پرداخته و سپس در مرحله کاوش عملی به صورت اکتشافی، با روش پدیدارشناختی از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاری بر پایه چهار سوال محوری از جمع‌بندی مبانی نظری تا رسیدن به اشباع نظری (سیدمن، ۱۳۹۵، ص. ۹۳)، توسط ۱۰ نفر (از میان گروه در دسترس (کسبه، گردشگران و سایر کاربران)، در مراحل زمانی مختلف (بین ساعت ۹ تا ۱۷)، از دو جنس زن و مرد، در بازه سنی شامل جوان تا کهنسال در مکان‌های مختلف بازار) ادامه یافت (نمودار ۳).

فهم نحوه شناخت افراد در بازار مبتنی بر تجربه زیسته آنان است. برای دستیابی به این تجربه که در پدیدارشناسی از آن به عنوان علم مطالعه تجربیات افراد یاد می‌شود، گردآوری داده‌ها با محوریت مصاحبه و تحلیل کیفی متن مصاحبه‌ها به روش ون من (ون من<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶، ص. ۹۲-۹۳) به صورت فرایند تحلیل درونمایه‌ای انجام گرفت (تصویر ۳). جهت صحت یافته‌ها، از فن مرور همتا بهره گرفته شد (سیل<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹، ص. ۱۴۴-۱۴۵).



<sup>1</sup> Van Manen

<sup>2</sup> Seale



۱.۲. محدوده مورد مطالعه

بازار سنتی تبریز، بزرگترین بازار سرپوشیده جهان (تصویر ۴)، با داشتن ۴۲۱ هکتار وسعت (مرصوصی و خانی، ۱۳۸۹، ص. ۱۵۰)، ۵۵۰۰ باب حجره، ۴۰ گونه شغل، ۳۵ باب سرا، ۲۵ باب تیمچه، ۲۰ باب مسجد، ۲۰ باب مسجد، ۲۰ باب راسته و راسته بازار، ۱۱ باب دالان و ۹ باب مدرسه دینی، به عنوان اصلی ترین مرکز داد و ستد مردم تبریز شناخته می شود (قربانی، ۱۳۸۲، ص. ۱۴۵ و ۲۰۰). لذا از یکسو با انواع عملکردهای مختلف و حفظ گذشته تاریخی به عنوان قلب تپنده شهر و از سوی دیگر معانی معنوی به عنوان یکی از مهمترین معانی که در مجموعه بازار تبریز توسط افراد ادراک می شود (حاتمی گلزاری و همکاران، ۱۳۹۹، ص. ۱۸۰)؛ موجب شد تا این پژوهش به عنوان رویکرد علمی به شناخت بازار تاریخی تبریز به عنوان یک فضای ماندگار با هدف معرفت به حقیقت وجودش در ورای کالبد مادی اثر، پردازد.



۲۶ کد شناسایی شده است. این مقولات در مرحله آخر در ۵ کد گزینشی قرار می‌گیرند. جهت خلاصه کردن متن پژوهش حاضر، کدهای حاصل شده در جدول ۱ ارائه شده است:

جدول ۱، کدهای استخراج شده از متن مصاحبه‌ها و مقوله‌بندی آنها  
 مأخذ: نگارنده

ردیف	کدهای باز(زیر مقولات)	مقولات فرعی(سطح اول)	کدهای محوری	کدهای گزینشی
۱	جمعیت زیاد	پویایی سرزندگی	تعاملات بالا	بیناذهنیت
	رفت و آمد زیاد			
	برخورد با افراد			
	برخورد با گاری			
	وجود سکوهایی برای استراحت و تماشاکردن	دعوتگری حضورپذیری		
	پذیرایی با چای از بازدیدکنندگان			
وجود اقشار مختلف مردم(مذهبی، بازاری، گردشگران و...)	همه شمول بودن			
۲	نورپردازی طبیعی(روزن و هورنو)	ارتباط با طبیعت	اشاره به آفرینش خداوند	تقدس‌گرایی
	وجود حیاط در توده‌گذاری‌ها			
	وجود پرچم‌های عزاداری	اجرای مناسک مذهبی	حضور خداوند	
	برپایی مراسم محرم			
	وجود مراکز مذهبی همچون مقبر			
	فضایی شبیه بهشت	نماد سازی		
	ایجاد سکون و سکوت بیشتر در بعضی فضاها	ایجاد خلوت و قلمرو	فضای انفسی	
	ایجاد حریم بیشتر در بعضی فضاها			
۳	شلوغی در فضاهایی همچون حیاط‌ها و راسته‌ها	وجود فضاهای آفاقی	تنوع فضایی	تنوع‌گرایی
	ارتفاع سقف کمتر با نورپردازی روزن شکل			
	سکون بیشتر در فضاهایی همچون سراها	وجود فضاهای انفسی		
	ارتفاع بیشتر با نورپردازی بشکل هورنو			
	ایجاد اختلاف سطح	عرصه‌بندی فضاها		
	وجود درهای چوبی			
	تزیینات متفاوت در فضاها	ارزش‌گذاری های متفاوت فضاها		
	نمایان کردن فضا در توده	ایجاد کاوش‌پذیری		
	وجود مسیرهای مختلف	تنوع و گستردگی اقسام مختلف از اجناس		
	هر فضا مختص یک کالای خاص			
وجود فضاهای مذهبی، تفریحی، اقتصادی و ...	رفع نیازهای مختلف	تنوع عملکردی		

تاریخ‌گرایی	قدمت تاریخی	خاطره‌انگیزی در طول تاریخ	تجارب‌زیسته مختلف از بدو ایجاد بازار	۴
			سر زبان‌ها افتادن در دوره سلجوقی	
			شهرت زیاد در دوره ایلخانی	
			میزبان بازرگانان و تاجران در دوره صفویه	
	دقت نظر گذشتگان در نحوه طرح و اجرا و مصالح	توجه به قابلیت‌های محیطی هر فضا متناسب با عملکرد	نحوه اجرای سقف فضاها در آفاقی در ترغیب به حرکت	
			نحوه اجرای سقف فضاها در انفسی در ترغیب به سکون	
		مصالح بوم‌آورد	کاربرد آجر در ساخت	
نشانه‌گی و نمادگرایی تاریخی	فرم‌های گذشتگان	فرم پنجره‌ها و تزئینات		
تداوم کاربری در طول تاریخ	عملکرد بازار تا کنون	بازار از قرن چهارم هجری قمری		
حس مکان	حس حضور	قرابت با فضای مربوطه	اجناس یک شکل و بوی آن‌ها در مسیر حرکتی	۵
		حس کشش سلسله مراتبی	باریک شدن دالان قبل تر رسیدن به سرا	
		دعوتگری و ایجاد قرابت	مفروش کردن برخی فضاها	
	تعلق خاطر به مکان	احترام به آیین مذهبی و اجرای مناسک	نصب پرچم‌های عزاداری یا اعیاد	
اجرای مراسم دینی				

### ۳. یافته‌ها

پس از خارج نویسی از متن مصاحبه‌ها، بر اساس روش پژوهش ون‌منن، افراد تجربه‌زیسته خود را با ۵ درون‌نمایه اصلی توصیف کردند که در جدول ۲ نشان داده شده است:

جدول ۲، حس معنویت در مراتب معرفتی

درون‌نمایه	مکان مصاحبه	معرفت حسی	معرفت خیالی	معرفت عقلی	معرفت شهودی
------------	-------------	-----------	-------------	------------	-------------

شهود معنوی	شهود صوری	(نظام‌های مفهومی)	(طرحواره ذهنی)	(محسوسات)		
_____	_____	پویایی بازار (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> و <u>دیگران</u> )	حضور در جهانی کوچک	<u>دیدن</u> افراد زیاد در بازار <u>شنیدن</u> صداهای زیاد برخورد(لمس) به گاری و سایر افراد		بینادهنیت حاصل از تعاملات
_____	_____	وجود دعوتگری و حضورپذیری بیشتر در بازار (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> و <u>دیگران</u> )	درک بازار به عنوان فضایی جهت تامین فضای استراحت موقت و ایجاد فضایی جهت به تماشا نشستن بازار و دیگران و ایجاد قرابت با آنجا	<u>دیدن</u> گوشه‌های دنج سکوماند و <u>لمس کردن</u> بر اثر نشستن روی آن  <u>دیدن</u> سکو در ابتدا و انتهای هر سرا در مسیر <u>حرکتی</u> ، جهت نشستن(لمس) و <u>نوشیدن</u> چای  <u>دیدن</u> سکوهایی مفروش شده در سرای مظفریه و ملک، جهت نشستن(لمس)	  	
_____	_____	همه شمول بودن بازار (تجربه ارتباط معنادار با <u>دیگران</u> )	درکی از یک جامعه کوچک(کل)	<u>دیدن</u> اینکه بازار دربرگیرنده تمام اقشار مردم است و نه فقط مذهبی‌ها و حضور پررنگ گردشگران داخلی و خارجی		
_____	حضور خداوند در پس هر تاریکی (تجربه ارتباط معنادار با <u>خداوند</u> )	_____	وجود فضای برتر	<u>دیدن</u> سراهایی در پس دالان‌ها و نور حاصل از چشم‌انداز آن‌ها در طول مسیر <u>حرکتی</u>		تقدس گرایی
_____	ایجاد اعتماد (تجربه ارتباط معنادار با <u>خداوند</u> و <u>دیگران</u> )	ممکن است این فروشنده منصف‌تر باشد (تجربه ارتباط معنادار با <u>خداوند</u> و <u>دیگران</u> )	نزدیکی فروشنده به مکان مقدس و اعتقاد به نظارت خداوند بر اعمال او	<u>دیدن</u> فروشنده ای در کنار مقبره		
_____	حضور خداوند (تجربه ارتباط معنادار با <u>خداوند</u> )	فضای قدسی	نزدیکی به خداوند در فضایی چون بازار	<u>دیدن</u> مراکز مذهبی همچون مقبره و مسجد در طول مسیر <u>حرکتی</u> بازار		
عین‌الیقین: آگاهی بی‌واسطه به	_____	امکان زیارت در فضای بازار (تجربه ارتباط معنادار با <u>خداوند</u> )	حضور در محضر خداوند	<u>دیدن</u> و رفتن به داخل فضای مقبره (حرکتی) و <u>لمس کردن</u> ضریح و <u>دیدن</u> و <u>شنیدن</u> <u>دیگران</u> در حال توسل و		

خداوند و آیت‌الله به عنوان واسط		<u>خداوند و دیگران</u>		تمسک		
حق‌الیقین: اتصال به خداوند						
بقابعدالفنا: وحدت با خداوند						
_____	نور، نمادی از وجود الهی (تجربه ارتباط معنادار با جهان و خداوند)	ارتباط با طبیعت (تجربه ارتباط معنادار با جهان)	دنبال کردن نور خدا	<u>دیدن</u> روزن‌هایی در سقف با حرکت کردن در طول راسته‌ها		
وجود الهی (تجربه ارتباط معنادار با خداوند)	تمرکز وجود الهی ناظر بر ما (تجربه ارتباط معنادار با خداوند)		حضور نور خداوند در بالای سر	و دیدن هورنو در سقف های گنبدی سراها		
_____	حس حضور در بهشت و محضر خداوند (تجربه ارتباط معنادار با خداوند)	امکان آسایش در فضای مربوطه و درونگری (تجربه ارتباط معنادار با خود و جهان)	نمایی از بهشت	<u>دیدن</u> خلوت سرای میرزاجلیل به همراه زیبایی سازه چوبی سقف، تک درخت موجود در وسط و آسمان آبی در بالای آن (تزئینات مفهومی)		
عین‌الیقین: آگاهی بی‌واسطه به خداوند و مناسک به عنوان واسط	حس حضور خداوند در بازار (تجربه ارتباط معنادار با خداوند و دیگران)	حجره‌داران افراد متدینی هستند و حجره‌ها موروثی به آنان رسیده (تجربه ارتباط معنادار با خداوند و دیگران)	اعتقادات جمعی	<u>دیدن</u> و شنیدن برگزاری مراسم و مناسک و کارهای خیر و نیک بصورت جمعی در بازار از گذشته و دائمی بودن مالکیت بازاری‌ها		
حق‌الیقین: اتصال به خداوند						
بقابعدالفنا: وحدت با خداوند						
_____	_____	تنوع عملکردی (تجربه ارتباط معنادار با جهان و دیگران)	رفع نیازهای متفاوت	<u>دیدن</u> عملکردهای مختلف در بازار همچون دادوستد، اعمال مذهبی، فراغت، بازدید توریست و ... در طول مسیر حرکتی		

				بازار		تنوع گرای
_____	_____	تنوع اجناس و امکان خرید به صرفه‌تر (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> )	ادراک فضایی با تمام امکانات مورد نیاز همراه با قدرت انتخاب و مقایسه و تماشا	دیدن <u>دالان‌ها</u> و <u>سراهای</u> مختلف و اختصاص هر تیمچه، سرا و راسته به محصولی خاص در طول مسیر <u>حرکتی</u> بازار		
_____	_____	حرکت در فضاهای آفاقی (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> )	درکی از ایجاد کشش و دالان بودن	دیدن <u>توالی قوس‌ها</u> در سقف با حرکت <u>کردن</u> در طول راسته‌ها		
_____	_____	ایجاد کاوش‌پذیری (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> )	ترغیب به کشش	دیدن <u>سراهایی</u> در پس دالان‌ها و نور حاصل از چشم‌انداز آن‌ها در طول مسیر <u>حرکتی</u>		
_____	_____	امکان تفریح و استراحت (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> )	فضای باغ مانند	دیدن <u>فضای سبز</u> و <u>لمس</u> هوای آزاد روی پوست در حیاط‌ها		
_____	_____	سکون و ماندگاری بیشتر در فضای انفسی (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> و <u>خود</u> )	حضور در فضایی مهم	دیدن <u>ارتفاع</u> بیشتر سراها (۲ طبقه) و بازشوایی در دو طبقه گرداگرد سراها		
_____	_____	تاکید بر دو نوع فضای آفاقی و انفسی با ارزش‌گذاری‌های متفاوت (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> )	تفاوت قائل شدن در ارزش فضایی و تاکید بر توقف بیشتر در سراها در مقابل راسته‌ها	دیدن و مقایسه هورنو در سراها و روزن در راسته‌ها در طول مسیر <u>حرکتی</u>		
_____	_____	تاکید بر ارزش‌گذاری بیشتر در فضای انفسی (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> و <u>خود</u> )	ارزش هویتی و تاریخی فضا	دیدن <u>تزئینات</u> بیشتر (اعم از کاربردی و مفرنس و ..) در برخی سراها همچون سرای مظفریه، ملک و میرزاجلیل		
_____	_____	تنوع فضایی (آفاقی و انفسی) در کنارهم؛ سراها؛ حیاط‌ها و راسته‌ها؛ فضاهای آفاقی (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> و <u>دیگران</u> )	درکی از یک جهان در مقیاس کوچکتر	دیدن، <u>لمس</u> کردن و <u>شنیدن</u> هر دونوع فضای شلوغ و خلوت در بازار در طول <u>حرکت</u> در آن		

_____	_____	عرصه‌بندی و رعایت سلسله مراتب (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> )	حس جداسدن از جایی به جای دیگر	دیدن و لمس کردن اختلاف سطح در برخی نقاط بازار در طول مسیر حرکتی			
_____	_____			دیدن در چوبی بزرگ در دو طرف سراها و تیمچه‌ها			
_____	_____	ارزش تاریخی (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> )	تصور فضایی خاطره‌انگیز	شنیدن در لحظه	دیدن و شنیدن در خصوص تاریخچه و قدمت و هویت تاریخی بازار		تاریخ گرایی
_____	_____		قدمت بازار	شنیدن در گذشته			
_____	_____	توجه گذشتگان به قابلیت‌های محیطی متناسب با هر فضا(مانند: فضای آفاقی، نیازمند کشش و حرکت) (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان و دیگران</u> )	درک تاریخی بودن از فضا بخاطر طاق‌های آجری	دیدن توالی قوس‌ها در سقف با حرکت کردن در طول راسته‌ها			
_____	_____	توجه گذشتگان به مصالح بوم‌آورد (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان و دیگران</u> )	حضور در فضایی با هویت تاریخی	دیدن کاربرد آجر در کل بنا			
_____	_____	تاکید بر ارزش تاریخی فضا (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> )	نشانه و نماد	دیدن فرم‌ها(مانند فرم پنجره‌ها) و تزئینات(اعم از کاربردی و مفرنس و ..)			
_____	_____	تداوم کاربری در طول تاریخ (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> )	تصور بازار در گذشته تا به الان	دیدن و شنیدن اینکه این بازار از ابتدا همین کاربری را داشته است			
_____	_____	حس حضور در فضای موردنظر و امکان خرید به صرفه‌تر (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> )	حس قرابت با اجناس	بویدن عطرهای مختلف در طول حرکت در هر راسته بازار با توجه به عرضه اجناس(ادویه، چرم و ..)			



_____	_____	حس حضور در فضا (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان و دیگران</u> )	درک فضای آشنا با دعوتگری و مهمان نوازی از کاربر فضا	دیدن و پای گذاشتن (لمس) روی فرش		حس مکان
_____	_____	تعلق خاطر به مکان (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان و دیگران</u> )	حجره داران افراد متدینی هستند و اکثرا این حجره ها ارث آبا و اجدادی آن ها است	دیدن حرکتی راسته ها  دیدن و شنیدن برگزاری مراسم و مناسک و کارهای خیر و نیک بصورت جمعی در بازار از گذشته؛ و دائمی بودن مالکیت بازاری ها	 	
_____	_____	ایجاد آمادگی برای حضور در فضایی با ارزش (تجربه ارتباط معنادار با <u>جهان</u> )	حس کشش و ترغیب سلسله مراتبی	دیدن باریک شدن دالان میرزا جلیل در طول مسیر حرکتی قبل از رسیدن به سرای آن		

آنچه از پژوهش حاضر در بازشناسی نحوه شناخت به حس معنویت مخاطبان در بازار تبریز برمی آید، این است که:

\* تجربه زیسته آنان توسط ۵۰ درونمایه اعم از بیناذهنیت از طریق ارتباط با دیگران، تقدس گرایی از طریق ارتباط با خداوند، تنوع گرایی، تاریخ گرایی و حس مکان از طریق ارتباط با جهان و دیگران، منجر به تجربه معنوی مخاطبان خود می شوند.

\* بیشترین حواس به کارگرفته در ادراکات حسی شامل دیدن و قابلیت جابه جایی است. همچنین بخشی از علم به قدمت تاریخی بازار حاکی از شنیده ها با حواس شنیدن است که در لحظه حضور در بازار یا در گذشته شنیده شده است که اگر در گذشته شنیده باشد، دیدن بازار، به عنوان ادراک حسی و شنیده های حاکی از قدمت بازار، به طحوارۀ ذهنی مبدل می شود.

\* در تقدس گرایی، ادراک خداوند تنها در مرتبه شهود معنوی صورت گرفته است و شهود صوری تنها به حس حضور خداوند و ایجاد حس اعتماد به افراد در آن فضا منجر گردیده است. همچنین در تقدس گرایی، علاوه بر شهود، عقل هم قابلیت معرفتی دارد؛ اما این معرفت در موضوعاتی چون امکان زیارت و حضور در فضای قدسی (نزدیکی به خداوند) و ارتباط با طبیعت (به عنوان آفرینش خداوند) محدود می شود.

\* در بازار با وجود تنوع عملکردی که مبنای عملکردش به روی دادوستد می باشد؛ تنها زیارت از مقبره و اجرای مناسک مذهبی، به شهود معنوی ختم می شود. همچنین بطور کلی شهود (صوری و معنوی) تنها در تقدس گرایی پدیدار شده است.

\* طبق بررسی‌های صورت‌گرفته، بیشترین ارتباط صورت گرفته در بازار (در بینادذهنیت، تنوع‌گرایی، تاریخ‌گرایی و حس مکان)، از جنس ارتباط با جهان و دیگران است. همچنین ارتباط با خداوند تنها در مقوله تقدس‌گرایی و ارتباط با خود، تنها در فضاهاى انفسی دیده می‌شود.

\* طبق جدول ۲، طرحواره ذهنی در مرتبه خیال، همیشه یک تصویر ضبط شده در حافظه (مانند نمایی از بهشت) نیست و گاه یک معنا (معنایی همچون هویت) است که قرابت زیادی با معنای شکل گرفته در معرفت عقلی دارد. لذا مرتبه معرفت خیالی در جهت تکمیل مرتبه معرفت عقلی می‌باشد که این موضوع (در خصوص معرفت عقلی)، در راستای نظریه روانشناسی محیط می‌باشد.

\* محرک بیرونی می‌تواند در مرتبه معرفت عقلی به معنایی برسد اما در مرتبه شهود، معنا متفاوت از آن باشد و تنها وجه اشتراک آن‌ها در مرتبه ادراک خیالی باشد. لذا آنچه که منجر به معرفت عقلی می‌گردد، معرفت خیالی است و از یک معرفت حسی مشترک، می‌توان انواع متفاوتی خیال کرد که هر یک به معرفت عقلی متفاوت منجر می‌شود. برای مثال، دیدن نور حاصل از وجود حیاط در پس دالان (به‌عنوان ادراک حسی مشترک)، در طرحواره ذهنی وجود فضای برتر، به شهود حضور خداوند در پس هر تاریکی؛ و در طرحواره ذهنی ترغیب به کشش، منجر به کاوش‌پذیری می‌گردد.

\* طرحواره‌های ذهنی برگرفته از معرفت عقلی در گذشته هستند؛ بدین صورت که برای مثال، دیدن پرچم‌ها و اجرای مناسک مذهبی به معنای اعتقادات جمعی در معرفت خیالی منجر به دانستن این امر در معرفت عقلی می‌شود که حجره‌داران، افراد متدینی هستند و حجره‌ها موروثی به آنان رسیده است. اما وقتی افراد به این امر در معرفت عقلی آگاه شدند، خود این مهم (متدین بودن حجره داران و موروثی بودن حجره‌ها) می‌تواند به یک طرحواره ذهنی تبدیل گردد و به تعلق خاطر به مکان در معرفت عقلی اشاره کند.

\* در مرتبه معرفت عقلی، چه زمانی که خیال و عقل به یک معنا اشاره دارند و چه غیر آن؛ درک افراد بر اساس مفاهیم ثانویه (حداقل یک پای مفاهیم در ذهن) است. آن هم بدین خاطر است که مفاهیم اولیه ماهوی، به بدیهیات اشاره می‌کنند که محسوس است و نمی‌توان آن‌را به‌عنوان تجربه زیسته که موضوع پژوهش است، به حساب آورد. لذا از آوردن این موضوع در جدول ۲ صرف نظر شده است.

#### ۴ بحث

این پژوهش با قصد این که حس معنوی تنها مختص به فضاهاى مذهبی نیست؛ کار خود را آغاز کرد. چرا که ارتباط با خداوند تنها یکی از انواع ارتباط در ایجاد این حس می‌باشد. بنابراین فضای بازار که داد و ستد به عنوان عملکرد اصلی آن می‌باشد، انتخاب گردید تا به عنوان نماینده کاربری‌های غیر مذهبی، سایر کاربری‌ها را برای بررسی حس معنویت در پژوهش‌های آتی پیشنهاد دهد.

یکی از مواردی که این پژوهش را از سایر پژوهش‌ها متمایز می‌سازد این است که این پژوهش بر خلاف اکبری و فلامکی (۱۳۹۵) در مقاله بررسی جایگاه ادراکات حسی و احساس در پدیده شناسی فضای ساخته شده، از پدیدارشناسی برای پاسخ به سوالات فراتر از ادراکات حسی و ادراک بهره‌گرفته شده است و به نحوه فرآیند می‌پردازد. همچنین برخلاف کاویانی (۱۳۹۴) در مقاله احساس و ادراک از دیدگاه قرآن، که شهود را امری فرابشریت دانسته است، شهود را به عنوان مرتبه بالاتری از معرفت در چرخه این فرآیند می‌داند و متصور است که افراد حداقل امکان شهود از نوع صوری را دارند. وجه تمایز دیگر این پژوهش در بررسی نحوه معرفت به خداوند است که مطالعات پیشین همچون جوادی‌آملی (۱۳۸۵) در کتاب *براهین اثبات وجود خدا*، معرفت به خداوند را مصون از ادراک حسی و خیالی و در کل مصون از تمثیل و شهود صوری می‌دانستند اما بر اساس یافته‌های تحقیق در جداول حاصل از مصاحبه‌ها، معرفت به خداوند می‌تواند از نوع شهود صوری باشد که در این صورت بر پایه ادراک حسی و شکل‌گیری در قوه خیال است. اما در ادامه این فرآیند باید شهود معنوی در فرد صورت گیرد تا همه حجاب‌ها کنار رفته و فرد به ذات حقیقی خداوند نائل آید. لذا این پژوهش در راستای نارویی نصرتی (۱۴۰۱) در مقاله *احساس و ادراک در روان‌شناسی و مقایسه آن با دیدگاه ملاصدرا* است که شهود را نیز پایه دیگر ادراکات حسی دانسته است.

## ۵. نتیجه‌گیری

از آنجا که حس معنویت یک تجربه ارتباط معنادار با خود، دیگران، جهان و خداوند است؛ پژوهش با هدف تحکم حس معنویت در کالبد معماری، به دنبال فرآیند شناخت این حس در مخاطب فضا با کاربری غیرمذهبی بود. در این راستا بازار تاریخی تبریز با حفظ گذشته تاریخی و انواع عملکردهای مختلف که در ادراک معنوی مخاطب خود موثر است، به عنوان نمونه موردی انتخاب گردید. از آنجا که کشف نحوه معرفت مخاطب از فهم تجربه او، برآمده از نگرش پدیدارشناسانه به بازار است؛ پژوهش با روش پدیدارشناختی از طریق مصاحبه در چهار مرتبه به ترتیب شامل: احساسی (با حواس ۵ گانه و قابلیت حرکتی)، ادراکی (با طرحواره ذهنی)، عقلی (توسط مفاهیم) و شهودی (صوری و معنوی) بر پایه تعامل مخاطب و بازار، صورت گرفت. بدین ترتیب، تجربه زیسته افراد بر اساس حس معنویت، توسط ۵ درونمایه اعم از بینادذهنیت از طریق ارتباط با دیگران، تقدس‌گرایی از طریق ارتباط با خداوند، تنوع‌گرایی، تاریخ‌گرایی و حس مکان از طریق ارتباط با جهان و دیگران، مشخص گردید. همچنین بیشترین حواس در مرتبه ادراکات حسی، به دیدن و قابلیت جابه‌جایی اختصاص داده شده است.

## فهرست مراجع

\* قرآن کریم

\* آشتیانی، ج. (۱۳۶۵). شرح مقدمه قیصری. قم: دفتر تبلیغات اسلامی

- \* ابن سینا. (۱۳۶۳). *روان‌شناسی شفا*، ترجمه اکبر دانا سرشت. تهران: بینا
- \* احمدی، ح. (۱۳۶۳). *علم‌النفس از دیدگاه دانشمندان اسلامی و تطبیق آن با روان‌شناسی جدید*. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی
- \* احمدوند، م.ع. (۱۳۸۳). *روان‌شناسی فیزیولوژیک*. تهران: دانشگاه پیام نور
- \* اخوان ارمکی، م؛ نعلچی، م. (۱۳۹۳). *سبک زندگی معنوی امام رضا(ع): الگویی برای آرامش روانی*. فرهنگ رضوی، سال ۲، شماره ۷، پاییز، صص ۱۴۵-۱۹۵
- \* اشرافی، ن؛ نقی‌زاده، م. (۱۳۹۴). *مقایسه تطبیقی فرایند شناخت و آفرینش با تبیین جایگاه «حقیقت» و «ایده» در هنر و معماری غربی و اسلامی*. هویت شهر، سال ۹، شماره ۲۳، پاییز، صص ۳۷-۴۶
- \* امام جمعه زاده، س.ج؛ محمودی رجا، س.ز و سید علی سراج. (۱۳۹۵). *بررسی تطبیقی کاربردی پارادایم جهانی شدن فرهنگ و جهان بینی دینی بر ساماندهی زندگی بشریت با تأکید بر معارف رضوی*. فرهنگ رضوی، سال ۴، شماره ۱۵، پاییز، صص ۱۹۳-۲۲۷
- \* الکساندر، ک. (۱۳۸۱). *معماری و راز جاودانگی*، ترجمه مهرداد قیومی بیدهندی. تهران: دانشگاه شهیدبهشتی
- \* ایمان، م.ت. (۱۳۹۱ الف). *فلسفه روش تحقیق در علوم انسانی*، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه
- \* بمانیان، م؛ پورجعفر، م؛ احمدی، ف و علیرضا صادقی. (۱۳۸۹). *بازخوانی هویت معنوی و انگاره های قدسی در معماری مساجد شیعی (اعاده قراءه الهویة المعنویة والانماط المقدسة فی عمارة المساجد الشیعیة)*. نشریه شیعه‌شناسی، دوره ۸، شماره ۳۰، صص ۳۷-۷۰
- \* پنج‌تنی، م منصوریان، ی و مهتاب مبینی. (۱۳۹۶). *پدیدارشناسی تجربه زیباشناختی مکان: مطالعه موردی میدان نقش جهان*. پژوهش‌های فلسفی، سال ۱۱، شماره ۲۰، صص ۲۳-۵۹
- \* پورمند، ع.ع. (۱۳۸۶). *رویکرد اندیشه‌ای در تداوم معماری ایران*. مجله صفا، (۴۵)، صص ۹۰-۱۰۳
- \* جوادی‌آملی، ع. (۱۳۸۵). *حیات عارفانه امام علی(ع)*. قم: اسرا
- \* جوادی‌آملی، ع. (۱۳۷۶). *رحیق مختوم*، شرح حکمت متعالیه. بخش یک، جلد ۲. قم: مرکز نشر اسراء
- \* چینگ، ف. (۱۳۷۳). *فرم، فضا، نظم*، ترجمه زهره قراگزلو. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- \* حاتمی گلزاری، ا؛ خوشنویس، ام.ک؛ بایزیدی، ق و فؤاد حبیبی. (۱۳۹۹). *بررسی کیفی ماندگاری معماری مجموعه‌ی بازار تبریز از منظر پدیدارشناسی*. دوفصلنامه اندیشه معماری، سال ۴، شماره ۷، بهار و تابستان، صص ۱۷۲-۱۸۸
- \* حسنی، ک؛ نوروزبرازجانی، و. (۱۳۹۷). *الگوی نوین از دستور زبان شکل در معماری خانه امروز نمونه موردی: خانه‌های مجموعه‌ای قاجاری شهرهای تبریز و تهران*. باغ نظر، ۱۵ (۶۳)، شهریور، صص ۲۹-۴۰
- \* حیدری، ح؛ روحانی‌رصاف، ج و خدیجه کار دوست فینی. (۱۳۹۳). *جایگاه معنویت و تجارب اوج از دیدگاه آبراهام مزلو. انسان پژوهی دینی*، سال ۱۱، شماره ۳۱، بهار و تابستان
- \* خاماچی، ب. (۱۳۷۵). *بازار تبریز در گذر زمان*. انتشارات اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تبریز.

- \* خداپناهی، م.ک. (۱۳۸۲). *نوروسایکولوژی و سایکوفیزیولوژی*، تهران: سمت
- \* رفیعیان، م؛ پورمحمدی، م. (۱۳۹۱). میزان کیفیت محیطی پیرامون حرم حضرت معصومه با استفاده از رویکرد مخاطب محور. دو فصلنامه معماری و شهرسازی آرمانشهر. شماره ۹، پاییز و زمستان، صص: ۳۳۱-۳۳۱
- \* سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی. (۱۳۹۰). *خانه بازار تبریز*
- \* ستاری فرد، ش. (۱۳۹۴). بررسی نقش مراکز مذهبی در افزایش سرزندگی شهرهای معاصر؛ مطالعه موردی: محدوده امامزاده صالح تجریش، تهران. مدیریت شهری، شماره ۴۰، پاییز، صص ۱۴۱-۱۵۸
- \* سیدمن، ا. (۱۳۹۵)، *مصاحبه به عنوان یک روش پژوهش کیفی؛ راهنمای پژوهشگران علوم تربیتی، اجتماعی و انسانی*. (علی کوشا زاده، علیرضا جابری و سارا حسینی ارنی، مترجم). تهران: انتشارات مهکامه
- \* شاهچراغی، آ. (۱۳۹۱). *پارادایم‌های پردیس: درآمدی بر بازشناسی و بازآفرینی باغ ایرانی*. تهران: انتشارات جهاددانشگاهی
- \* شجاعی، م.ص. (۱۳۸۶). *نگاهی به شناخت از منظر فلسفه، روان‌شناسی و اسلام*. معرفت، شماره ۱۱۹
- \* شفقی، س. (۱۳۸۴). *بازار بزرگ اصفهان. سازمان فرهنگی تفریحی شهرداری، مرکز اصفهان شناسی و خانه ملل*
- \* صالحی، س؛ نقی‌زاده، م و فرح حبیب. (۱۳۹۴). تبیین چگونگی ارتباط هنرمند و مخاطب در اثر معماری به عنوان خالق عامل معرفت. مدیریت شهری، شماره ۴۱، زمستان، صص ۱۰۷-۱۲۴
- \* عماد، ف؛ موحد، خ؛ تقی پور، م و علی اکبر حیدری. (۱۴۰۱). *بازشناسی اصول ایجاد حس معنویت در بافت پیرامون فضاهای مذهبی در شهر شیراز با تکیه بر مفهوم سلسله مراتب*. فصلنامه علمی پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال ۱۳، شماره ۴۹، صص ۱۹۴-۲۰۷
- \* فرخزاد، پ. (۱۳۸۴). *راهنمای پژوهش تاریخی (کتابخانه ای)*، تهران: طهوری.
- \* فرغانی، س.م. (۱۳۷۹). *مشارق الدراری: شرح تائیه ابن فارض*. قم: دفتر تبلیغات اسلامی \* فلاح، محمدصادق. (۱۳۸۴). نقش طرح کالبدی در حس مکان مسجد. *هنرهای زیبا*، شماره ۲۲، صص ۳۵-۴۲
- \* فنائی اشکوری، م. (۱۳۹۰). *معرفت شهودی در عرفان اسلامی*. *پژوهشنامه عرفان*، سال ۳، شماره ۵، صص ۱۳۷-۱۵۷
- \* قربانی، ک. (۱۳۸۲). *احیاء و ساماندهی بافت تجاری- سنتی شهری (بازار تبریز)*، پایان نامه کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری، به راهنمایی محمدرضا پورجعفر، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- \* قیصری، د. (بی تا). *شرح فصوص الحکم*. قم: انتشارات بیدارفر
- \* کاکایی، ف. (۱۳۹۵). *بازیابی مولفه‌های حس مکان در عناصر معماری مساجد (نمونه موردی: مسجد وکیل شیراز)*. تهران: *اولین کنفرانس علمی پژوهشی عمران، معماری و محیط زیست پایدار*، خرداد
- \* کانت، ا. (۱۳۹۰). *نقد عقل محض*، ترجمه بهروز نظری. کرمانشاه: باغ نی
- \* لایس، ک. (۱۳۸۵). *نقد هنر*، ترجمه امیر مازیار و امیر نصری. تهران: فرهنگستان هنر
- \* معلمی، ح. (۱۳۸۸). *مفاهیم ماهوی و فلسفی و منطقی*. ذهن، شماره ۴۰، زمستان، صص ۱۶۳-۱۸۴

- \* مطهری، م. (۱۳۶۹). فطرت. تهران: انتشارات صدرا
- \* مطهری، م. (۱۳۹۰). مسئله شناخت. تهران: انتشارات صدرا.
- \* ملاصدرا، ص. م. (۱۹۸۱). اسفار. بیروت: داراحیاء التراث العربی، چاپ سوم
- \* نقره کار، ح. (۱۳۹۲). حکمت هنر و معماری اسلامی. تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت
- \* مرصوصی، ن؛ خانی، م. ب. (۱۳۸۹). تحلیل کارکردهای اقتصادی بازار تبریز و حوزه نفوذ آن. پژوهش های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۵، بهار
- \* مهدی نژاد، ج؛ عظمتی، حر و علی صادقی حبیب آباد. (۱۳۹۷). رتبه بندی شاخص های آرامش معنوی در معماری مساجد سنتی مبتنی بر ادراک "حس معنویت" با بهره گیری از روش VIKOR، پژوهش های هستی شناختی، شماره ۱۴، صص ۸۲-۵۹
- \* منصوریان، ی. (۱۳۹۴). گفت و گو با منیره پنجتنی. مجله اطلاعات حکمت و معرفت، سال ۱۰، شماره ۶، پیاپی ۱۱۳، شهریور، تهران
- \* منصوریان، ی. (۱۳۹۳). بازتاب تجربه های زیسته در پژوهش. لیزنا
- \* محمدی زارع، ف؛ قصاب نژاد، ن. (۱۳۹۳). ارزیابی حس مکان در حرم امام رضا ع و تاثیر آن بر هویت معنوی شهر مشهد. مشهد: ششمین کنفرانس ملی برنامه ریزی و مدیریت شهری با تاکید بر مولفه های شهر اسلامی، آبان
- \* مویدی، م. (۱۳۹۳). تبیین نقش بقعه امامزادگان به عنوان فضاهایی عمومی در شکل گیری احساس تعلق و ارتقاء سطح هویت شهری. بازایی از سایت بانک جامع امامزادگان و بقاع متبرکه ایران اسلامی، در تاریخ ۳۱ تیرماه
- \* Barrie, Th. (2012). Sacred Space and the Mediating Roles of Architecture. *European Review*, 20 (1), pp: 79-94.
- \* Basu, J. (2019). Place Spirituality in the imaginary locus: How real is the nonreal?. *Archive for the Psychology of Religion*, 41(1), pp:33-37
- \* Campbell, J. (2003). *Myths of Light: Eastern Metaphors of the Eternal*. Novato, CA: New World Library.
- \* Creswell J. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- \* Creswell J. (2012). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- \* Esmaeili, N & Sinclair, B.R. (2021). Sacrality, space + self: critical explorations of meaning, relationship + resonance in Islamic architecture, Conference: Performative Environments: Architectural Research Centers Consortium (ARCC): Tucson, Arizona, USA
- \* Goldberger, P. (2010). Architecture, Sacred Space, and the Challenge of the Modern. Retrieved from Paul Goldberger: Oct 18, 2020. <http://www.paulgoldberger.com/lectures/architecture-sacred-spaceand-the-challenge-of-the-modern/>.

- \* Harries, K. (2015). Transcending Aesthetics. *In Transcending Architecture: Contemporary Views on Sacred Space*, edited by Julio Bermudez, Washington, D.C: Catholic University of America Press, pp: 22-208
- \* Lee, K.(2022). The Interior Experience of Architecture: An Emotional Connection between Space and the Body. *Buildings*, 12, 326. <https://doi.org/10.3390/buildings12030326>
- \* Pallasmaa, J. (2012). *The Eyes of the Skin: Architecture and the Senses*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- \* Pallasmaa, J.(2015). Light, Silence, and Spirituality in Architecture and Art.” *In Transcending Architecture. Contemporary Views on Sacred Space*, edited by Julio Bermudez, Washington, D.C: Catholic University of America Press, pp: 19–32
- \* Rubin, H. J. & Rubin, I. S. (2005), *Qualitative Interviewing*, London, Sage
- \* Seamon, D. (2000). A Way of Seeing People and Place: Phenomenology in Environment-Behavior Research In J. D. S. Wapner, T. Yamamoto, and H Minami (Eds.), (Ed.), *Theoretical Perspectives in Environment-behavior Research*, New York: Plenum, pp: 157-178.
- \* Singh, P. (2023). Spirituality - A Gurbani Perspective. *The Sikh Review, Kolkata*, WB, India, 71 (6), pp:10-14
- \*Seale, C. (1999), *The Quality of Qualitative Research*, London, Sage.
- \* Van Manan M. (1997). *Phenomenology of Practice: Meaning-Giving Methods in Phenomenological Research and Writing*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press
- \*Van Manen, M. (2006). *Researching Lived-Experience: Human Science for an Action Sensitive Pedagogy* (2nd ed.), London, Ontario, Canada: The Althouse Press
- \* Walton, Th. (2015). Exploring Transcendence. *In Transcending Architecture. Contemporary Views on Sacred Space*, edited by Julio Bermudez, Washington, D.C: Catholic University of America Press, pp: 66-260
- \* Walnut Creek, CA: Left Coast Press.
- \*Willis, J. W. (2007), *Foundations of Qualitative Research*, London, Sage.