

## Phenomenological Analysis of the Architectural Reading of Vakil Bazaar in Shiraz Based on the Ideas of Juhani Pallasmaa

Mohammad Ali. Rahimi <sup>1\*</sup>, Hossein Mahboudi <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Assistant Professor, Dept. of Architecture, Bushehr Branch, Islamic Azad University, Bushehr, Iran.

<sup>2</sup> Ph.D. Candidate in Architecture, Dept. of Architecture, Bushehr Branch, Islamic Azad University, Bushehr, Iran

### ABSTRACT

Received: 23 November 2024  
Revised: 26 December 2024  
Accepted: 4 January 2025  
Available Online: 1 February 2025

Article type: Research Paper  
DOI:

In The meantime, Yohani Palasma, as a phenomenological architect, has been able to address this issue with his opinions and theories. Therefore, from the connection between Yohani Palasma's phenomenological themes and the bodily perception of the space of Vakil Bazaar in Shiraz, it can be stated that Vakil Bazaar in Shiraz is a building that is created from numerous rows, squares, halls, and chambers that force humans to reflect on their spaces. Being with all the feelings that are formed from being inside the Vakil Bazaar building leads humans to perceive the environment. Because the senses of touch, smell, hearing, sight and taste quickly activate their indicators in the environment of this market. Therefore, the present study seeks to answer the question of how the phenomenological themes of Juhani Pallasmaa are hidden in the architectural space of Vakil Bazaar in Shiraz? And how can Juhani Pallasmaa phenomenological thoughts make the architectural space understandable and perceptible to the audience as a bodily process? To answer the questions raised, the phenomenological research method based on Max van Menen's model with free, axial and selective coding was used. In the theoretical part, studies on phenomenology were conducted from the perspective of Juhani Pallasmaa, and in the field part, a conversation was held with 30 participants using observation and semi-structured and open interviews. In this stage, the selected components from the interviews were matched with the phenomenological themes of Juhani Pallasmaa in the context of Vakil Bazaar in Shiraz. In the end, it was concluded that there is a significant affinity between Juhani Pallasmaa phenomenological concepts, which include: the atmosphere of space, overcoming mere vision, emotional architecture, tactile motivation, auditory intimacy, the space of scent, and silence and slowness, and embodied perception in the architectural space of Vakil Bazaar in Shiraz.

### KEYWORDS

Phenomenology, Juhani Pallasmaa, Lawyer's Market, Sensory Perceptions, Embodiedness

\* Corresponding author.

E-mail address: [Ma.Rahimi@iau.ac.ir](mailto:Ma.Rahimi@iau.ac.ir)



## تحلیلی پدیدارشناسانه در باب خوانش معماری بازار وکیل شیراز مبتنی بر مضامین

### یوهانی پالاسما

محمدعلی رحیمی<sup>۱\*</sup>، حسین مهبودی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup>استادیار گروه معماری، واحد بوشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران Ma.Rahimi@iau.ac.ir

<sup>۲</sup>پژوهشگر دکتری معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، بوشهر، ایران. Hn.Mahboudi@gmail.com

#### چکیده

انسان از طریق ادراک بدنی، بلافاصله با جهان درگیر و از آن آگاه می‌شود. در عصر حاضر ساختمان‌ها با رویکردهای طراحی و ساخت متعصبانه در حال تبدیل شدن به اهدافی برای فریفتن بصری به صورت لحظه‌ای هستند، در حالی که حس حضور، انعطاف‌پذیری و در حقیقت حس واقعی خود را از دست می‌دهند. در این میان یوهانی پالاسما به عنوان یک معمار پدیدارشناس توانسته است با آرا و نظریات خود به این مقوله بپردازد. لذا از ارتباط مضامین پدیدارشناسی یوهانی پالاسما و ادراک بدنمند فضای بازار وکیل شیراز می‌توان اینگونه اظهار داشت که بازار وکیل شیراز بنایی است که از راسته‌ها، چهارسوق‌ها، سراها و حجره‌های متعددی ایجاد شده است که انسان را وادار به تأمل در فضاهای خود می‌کند. بودن با تمام احساساتی که از قرار گرفتن در بطن بنای بازار وکیل شکل می‌گیرد انسان را به ادراک محیط هدایت می‌کند. چرا که حواس لامسه، بویایی، شنوایی، بینایی و چشایی به سرعت شاخص‌های خود را در محیط این بازار فعال می‌کنند. از این رو پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سوال است که مضامین پدیدارشناسی یوهانی پالاسما در فضای معماری بازار وکیل شیراز به چه صورتی مستتر می‌گردد؟ و تفکرات پدیدارشناختی یوهانی پالاسما چگونه می‌تواند فضای معماری را برای مخاطب به صورت یک فرآیند بدنمند قابل فهم و ادراک نماید؟ برای پاسخ به سوالات مطروحه از روش تحقیق پدیدارشناسانه و بر اساس الگوی ماکس ون‌منن با کدگذاری آزاد، محوری و گزینشی استفاده شده است. در بخش نظری مطالعات پیرامون پدیدارشناسی از دیدگاه یوهانی پالاسما انجام شد و در بخش میدانی با استفاده از مشاهده و مصاحبه نیمه‌ساختار یافته و باز با ۳۰ مشارکت‌کننده گفتگو صورت پذیرفت. در این مرحله به تطبیق مولفه‌های گزینش شده از مصاحبه‌ها با مضامین پدیدارشناسی یوهانی پالاسما در بستر بازار وکیل شیراز پرداخته شد. در انتها این نتیجه حاصل شد که بین مفاهیم پدیدارشناختی یوهانی پالاسما که شامل: اتمسفر فضا، غلبه بر بینایی صرف، معماری احساس‌گرا، انگیزه لامسه، صمیمیت شنوایی، فضای رایحه و سکوت و آهستگی می‌باشد و ادراک بدنمند در فضای معماری بازار وکیل شیراز قرابت معناداری وجود دارد.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۹/۰۳

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۱۰/۰۶

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۰/۱۵

تاریخ انتشار:

۱۴۰۳/۱۱/۱۳

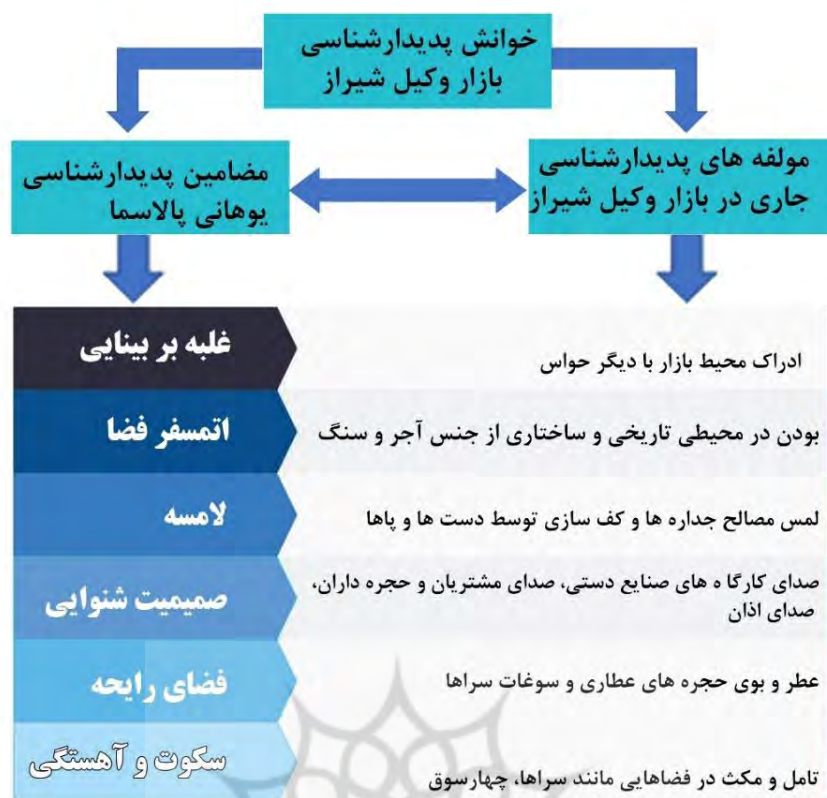
مقاله علمی پژوهشی

#### واژگان کلیدی

پدیدارشناسی، یوهانی پالاسما، بازار وکیل، ادراکات حسی، بدنمندی

## مقدمه

چرخه زیست جهان انسان‌ها از پدیدارهایی که نمود واقعی دارند به وجود می‌آید که شامل، افراد، گل‌ها، درختان، جنگل‌ها، سنگ، زمین، چوب، آب، از شهرها و خیابان‌ها و خانه‌ها، درها و پنجره‌ها، از خورشید و ماه، از شب و روز و فصل‌های متغیر. همچنین برخی پدیدارهایی وجود دارند که با ادراکات انسان‌ها در ارتباط هستند و با احساسات درونی افراد پیوند می‌یابند. (شولتز، ۱۳۸۸: ۱۷) زیست جهان و تجربه اختصاص یافته به آن در رویکردی همچون پدیدارشناسی در معماری قابل اندیشه و بازشناسی است. موضوعی که انسان را به واکاوی در برانگیختگی احساسات در مواجهه با محیط هدایت می‌کند. با پذیرش رویکرد پدیدارشناسانه، دادگی اعیان را درون مایه بحث قرار می‌دهیم. بنابراین موضوع تحلیل‌های پدیدارشناسانه سوژه‌ای بدون جهان نیست و پدیدارشناسی جهان را به نفع آگاهی نادیده نمی‌گیرد، بلکه از آن رو به آگاهی می‌پردازد که آگاهی جهان را مکشوف کند. (دن زهوی، ۱۴۰۲: ۵۵) از آنجایی که تنها راه ارتباط انسان با جهان خارج از طریق حواس رخ می‌دهد پرسش از ساز و کارهای حواس انسان در ادراک محیط ساخته شده فضای زیستی، مهم تلقی می‌شود. (امان پور، ۱۴۰۰) جان دیویی در ابتدای کتاب هنر به مثابه تجربه می‌گوید در هر تجربه انسانی، تصدیق نقش مرکزی ابعاد زیباشناسانه کل تجربه انسانی به این معناست که هرچیز مهمی از برهم کنش مدام یک موجوده زنده و محیط‌های پیچیده‌اش ناشی می‌شود. (رابینسون، ۲۰۱۲: ۳۴) در ادامه معمارانی که در زمینه پدیدارشناسی فعالیت دارند با توجه به مضامین پدیدارشناسی در حیطه نظر و دغدغه‌های اساسی آن که سرلوحه اثر خود قرار می‌دهند در تلاشند که با تفسیرهای معمارانه برداشتی جدید از محیط معماری نشان دهند. از جمله این معماران، یوهانی پالاسما معمار و نظریه‌پرداز فنلاندی بی‌گمان چهره‌ای مؤثر و راه‌گشاست. (شیرازی، ۱۳۸۹) در این پژوهش سعی شده است نظریات یوهانی پالاسما تشریح گردد و بازتاب عوامل مؤثر در تجربه زیسته معماری که او در مجموع آنها را بدنمندی می‌نامد در بنای معماری «بازار وکیل شیراز» بررسی و مورد ارزیابی قرار گیرد. که این امر می‌تواند وجوهی از تمایز اینگونه بناهای تاریخی را با بناهای مدرن و منحصرأ بازارهای امروزی نشان دهد. ضرورت پژوهش بیان می‌دارد که امروزه با ساخت بازارها و مراکز تجاری با هزینه‌های بسیار و همچنین استفاده از انواع تکنولوژی در زمینه طراحی و ساخت، این بناها در مقایسه با بنای بازارهای تاریخی دارای قابلیت کمتری جهت کشش و جذب مخاطب به سمت ماهیت بنای معماری و تأمل در فضا می‌باشند. این موضوع با مشاهده صرفاً فعل خرید و فروش توسط بهره‌وران قابل بررسی می‌باشد که در نتیجه به نوعی عدم تعلق خاطر به محیط و رخداد حس بینایی به تنهایی در محیط و کمرنگ بودن دیگر احساسات چون لامسه، شنوایی، بویایی و چشایی می‌گردد. موضوعی که می‌تواند اثراتی همچون عدم سرزندگی و شادابی محیطی و همچنین کاهش گردشگران داخلی و خارجی از بناهای مذکور امروزی را به دنبال داشته باشد. در این پژوهش در بخش نظری مطالعات پیرامون اصل پدیدارشناسی و همچنین پدیدارشناسی از دیدگاه یوهانی پالاسما انجام شد و در بخش میدانی با استفاده از مشاهده و مصاحبه نیمه ساختار یافته و باز با ۳۰ مشارکت‌کننده به تطبیق مضامین پدیدارشناسی یوهانی پالاسما در بستر بازار وکیل شیراز پرداخته شد. این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال است که مضامین پدیدارشناسی یوهانی پالاسما در فضای معماری بازار وکیل شیراز به چه صورتی مستتر می‌گردد؟ و همچنین تفکرات پدیدارشناختی یوهانی پالاسما چگونه می‌تواند فضای معماری را برای مخاطب به صورت یک فرآیند بدنمند قابل فهم و ادراک نماید؟ در شکل ۱، مضامین مورد نظر پالاسما در مواجهه با اتمسفر فضای بازار وکیل نشان داده شده است.



شکل ۱- مدل تطبیقی پژوهش (نگارندگان)

### روش تحقیق

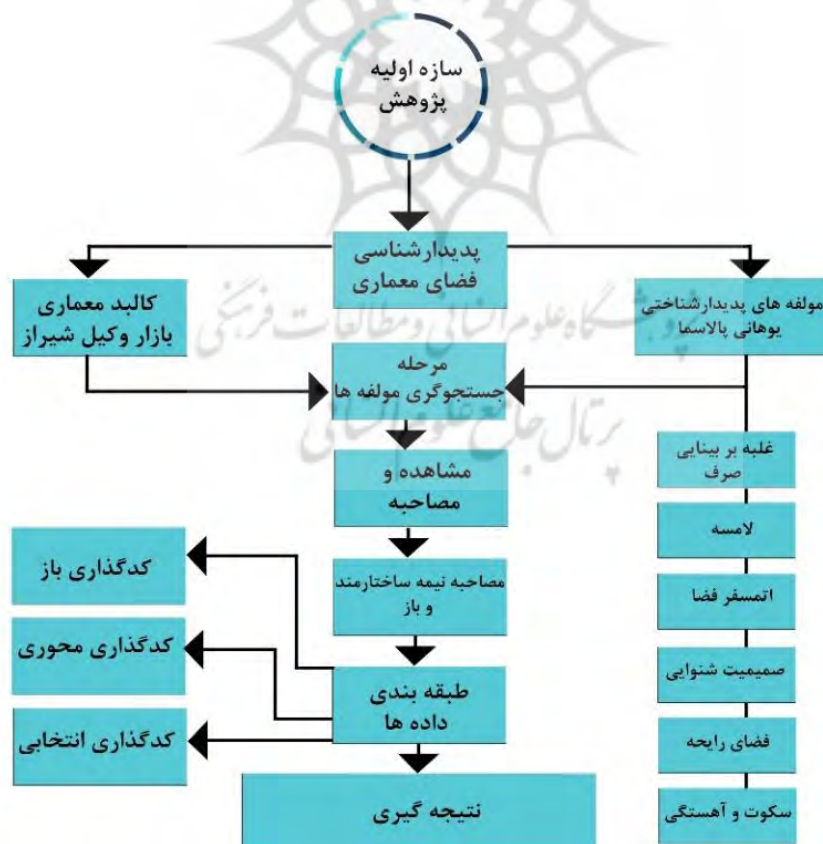
دریافت شیوه تحقیق به اهداف مستتر در پژوهش بر می گردد و همه این موارد بر اساس ذات و مسیر پژوهش قرار دارد. (حیدری: ۱۳۹۳: ۲۱۷) پژوهش حاضر به دنبال بررسی نظریات پدیدارشناسی یوهان پالاسما در بازار وکیل شیراز می باشد. برای تحقق این امر از روش پدیدارشناسی توصیفی و تفسیری و بر اساس الگوی ماکس ون منن استفاده شده است. تحقیق بر مبنای پدیدارشناسی با رویکرد کیفی به دنبال توصیفی از جوهره اصلی پدیده هاست. لذا روش پژوهش پدیدارشناسی در حیطه مطالعات کیفی و به بررسی ادراک و تجربه زیسته انسان با بودن در محیط می پردازد. در واقع هر فرآیندی که افراد از پدیده های مورد بررسی تجربه کرده اند و بیان آن به شکلی که تجربه و لمس شده است هدف این نوع از تحقیق می باشد. داده های تحقیق همچنین از طریق گردآوری کتابخانه ای- اسنادی، مشاهدات میدانی و مصاحبه نیمه ساختاریافته و باز صورت گرفته است. پژوهش حاضر در دو حوزه نظری و میدانی به انسجام رسیده است که در حیطه نظری به پدیدارشناسی از نظر یوهانی پالاسما و در بخش میدانی «بازار وکیل» مورد آزمایش قرار گرفته است. پژوهشگران در بازدیدهای حضوری از بازار وکیل شیراز به مصاحبه، عکاسی و بررسی تجربه زیسته در آن مکان روی آورده اند. در طی مسیر پژوهش، در بخش نظری مطالعات کتابخانه ای پیرامون پدیدارشناسی از دیدگاه یوهانی پالاسما انجام شد و در بخش میدانی با استفاده از مشاهده و مصاحبه نیمه ساختاریافته و باز با ۳۰ مشارکت کننده طبق شکل ۲ به تطبیق مضامین پدیدارشناسی یوهانی پالاسما در بستر بازار وکیل شیراز پرداخته شد. لذا با توجه به ماهیت پژوهش پدیدارشناسانه و بررسی تجربه زیسته افراد در بستر بازار وکیل، نمونه های انتخاب شده به طور هدفمند از حجره داران و صاحبان مشاغل در این بازار بودند. در این پژوهش فرآیند مصاحبه به شکل نیمه ساختاریافته از ۳۰ فرد کسبه بازار که از لحاظ جنسیت طبق جدول ۱ شامل ۲۵ مرد و ۵ زن می باشند و در میانگین سنی ۳۵ تا ۷۰ سال

قرار داشتند و در طیف زمانی پاییز و زمستان ۱۴۰۲ صورت پذیرفت. پس از انجام مصاحبه‌ها داده‌های دریافت شده تا اندازه‌ای منطقی به اشباع رسیدند چرا که در کدگذاری‌ها روند تکراری بودن مولفه‌ها عیان گردید.

جدول ۱- توزیع شغلی، سنی و جنسیتی مشارکت کنندگان (نگارندگان)

| نوع شغل               | تعداد | رده سنی      | جنسیت | تعداد |
|-----------------------|-------|--------------|-------|-------|
| فروش فروشی            | ۵     | ۳۵ تا ۷۰ سال | مرد   | 25    |
| عطاری                 | ۴     |              | زن    | ۵     |
| فروش نقره جات         | ۳     |              |       |       |
| فروش و ترمیم ظروف مسی | ۴     |              |       |       |
| پرده فروشی            | ۵     |              |       |       |
| پارچه فروشی           | ۷     |              |       |       |
| سوغات سرا             | ۲     |              |       |       |
| جمع نفرات             |       | ۳۰           |       |       |

در پژوهش حاضر بررسی و تحلیل اطلاعات به دست آمده به صورت تحلیل و تفسیر پدیدارشناختی و بر اساس مراحل رایج تحلیل در مطالعات کیفی صورت پذیرفته است که در شکل ۲ مراحل پژوهش از شکل‌گیری ساختار اولیه پژوهش تا نتیجه‌گیری مشخص شده است.



شکل ۲- روش شناسی پژوهش (نگارندگان)

### اتکا به روش مکس ون منن در پدیدارشناسی پژوهش حاضر

رویکرد پدیدارشناسی ون منن در این پژوهش تجربه زیسته انسان از طریق ارتباط با ادراکات بدنمند را مبنای پژوهش قرار داده است. لذا این روش با توجه به تجربه‌های زیست شده افراد در بستر بازار وکیل شیراز به جستجوی ارتباط بین ادراکات حسی انسان‌ها و درک بدنمند فضای معماری می‌پردازد. ون منن در کتاب «پژوهش درباره تجربه زیسته» برای هر پژوهش پدیدارشناسانه شش گام اصلی توصیه می‌کند که عبارت است از: «تمرکز بر تجربه زیسته، بررسی تجربه به همانگونه‌ای که زیست شده، تحلیل اطلاعات دریافتی به کمک نگرش پدیدارشناسی، تدوین پدیدارشناختی، حفظ ارتباط پیوسته با پدیده و ایجاد تعادل در زمینه با در نظر گرفتن همزمان کلیت و اجزا آن. (پنج تنی و دیگران، ۱۳۹۶) از ویژگی‌های روش مکس ون منن می‌توان به این موضوع اشاره کرد که تعامل میان پژوهشگران و مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها حین تحقیق اثرات شهودی و خودآگاهی را به همراه دارد. (رحمانی و دیگران، ۱۴۰۱) در جدول ۲ مراحل تعمیم روش مکس ون منن در تحقیق حاضر مشخص گردیده است.

جدول ۲- مراحل راهبردی تحقیق پدیدارشناسی مکس ون منن در پژوهش حاضر (نگارندگان)

| مرحله تحقیق |                               | گام‌های عملی محقق                     | شرح روش پیاده سازی مراحل                                                                                                      |
|-------------|-------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| مرحله اول   | تجربه شخصی به عنوان نقطه شروع | جستجوی محقق                           | محقق با طرح سوالات اساسی پیرامون تجربه زیسته مسیر پدیدارشناسی را آغاز می‌نماید.                                               |
| مرحله دوم   | گفتگو                         | اجرای مصاحبه با مشارکت‌کنندگان        | محقق در راستای سوالات پدیدارشناسی به تعامل و مصاحبه با افرادی که دارای تجربه زیسته در محیط مورد نظر هستند می‌پردازد.          |
| مرحله سوم   | کشف پدیده‌ها                  | کدگذاری‌های متنوع                     | محقق با کدگذاری‌های باز، محوری و انتخابی از مصاحبه‌ها به استخراج مولفه‌های پدیدارشناسی و کلیدی می‌پردازد.                     |
| مرحله چهارم | نوشتن متون                    | دریافت‌های پدیدارشناسی در قالب متن    | محقق از پس داده‌های دریافتی از مصاحبه‌ها شروع به نگارش متونی می‌نماید که در حیطه تجربه زیست افراد به نقطه اشتراکی رسیده باشد. |
| مرحله پنجم  | حفظ رابطه سازگار شده با پدیده | رابطه بین پژوهش و نوشتن               | در این مرحله محقق سعی در نوشتن متنی سازگار شده با پدیده‌ها دارد که باید متنی قوی، غنی و عمیق باشد.                            |
| مرحله ششم   | همتراز کردن                   | آشکار کردن مولفه‌های جاری پدیدارشناسی | کارآمدی متن توسط محقق بیان می‌گردد. محقق به ارتباط مضامین پدیدارشناسی یوهانی پالاسما و تجربه زیسته در بازار وکیل می‌پردازد.   |

### پیشینه تحقیق

از پیشگامان رویکرد پدیدارشناسی را می‌توان ادmond هوسرل دانست که بعدها فیلسوفانی چون هایدگر، گاستون باشلار و موریس مرلوپونتی به واکاوی جنبه‌های مختلف آن روی آوردند. همچنین در قلمرو معماری، افرادی مثل کریستین نوربرگ شولتز، آلبرتو پرز گومز، یوهانی پالاسما، استیون هال و پیتر زومتور به بررسی ادراکات بدنی در مواجهه با اثر معماری و محیط و تجربه‌گرایی، قدم برداشته‌اند. (زومتور، ۱۳۹۳: ۱۱۰) در جدول ۳، برخی مطالعات انجام شده در زمینه پدیدارشناسی معماری نشان داده شده است.

جدول ۳- برخی از پژوهش های صورت گرفته در رابطه با پدیدار شناسی در معماری (نگارندگان)

| ردیف | منابع                                                                                                                                                                                                               | نتایج حاصله                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱-   | نصرت پور، دریا، انصاری مجتبی، پورمند، حسنعلی، ۱۴۰۰، بررسی مولفه های پدیدارشناختی یوهانی پالاسما در بستر جغرافیایی مکان (نمونه موردی: میدان حسن آباد)، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی منطقه ای، سال دوازدهم، شماره ۱. | با توجه به ویژگی های پدیدارشناختی پالاسما در خوانش مکان، آگاهی از مواجهه فرد و تجارب شخصی او از مکان و میزان غنای حسی دریافت شده از مهم ترین موارد بررسی خصوصیات کالبدی بناست که از طریق یکی شدن با فضا و ادغام ادراک حافظه و تخیل در فرآیندی بدنی رخ می دهد. |
| ۲-   | زهوی، دن، ۱۴۰۲، الفبای پدیدار شناسی، ترجمه مریم خدادادی، تهران، بید گل.                                                                                                                                             | دن زهوی در اینجا پدیدارشناسی را ارثه می دهد. و هدف او از نوشتن این کتاب این بوده است که شماری از ایده های پدیدارشناسانه متمایز را به آسان ترین وجه ممکن شرح دهد.                                                                                              |
| ۳-   | زومتور، پیتر، ۱۳۹۳، رهیافت پدیدارشناسی در اندیشه ی پیتر زومتور، ترجمه مرتضی نیک فطرت و سیده صدیقه میرگذارلنگرودی، تهران، علم معمار.                                                                                 | این کتاب بر آن است تا با جستاری بر ادبیات پدیدار شناسی معماری، بستری نظری جهت تعمق در اندیشه معمار سویسی، پیتر زومتور فراهم آورد.                                                                                                                             |
| ۴-   | پالاسما، یوهانی، ۱۳۹۲، ترجمه علی اکبری، دست متفکر، تهران، نقش پرهام.                                                                                                                                                | پالاسما در این کتاب به جایگاه دست و دریافت های بساوی آن در ادراک محیط و نیز نقش اش در پردازش ایده های ذهنی طراح در خلق اثر هنری می پردازد.                                                                                                                    |
| ۵-   | بات، ریتو، ۱۴۰۰، بازاندیشی در زیبایی شناسی نقش بدن در طراحی معماری، ترجمه رضا علی پور، تهران، پله.                                                                                                                  | در این کتاب تجسد یافتگی محیط به شیوه های گوناگون حسی و حرکتی مورد بحث است که در آنها بدن با آگاهی ادراکی پیش انعکاسی خود با جهان پیش رو به خصوص جنبه های محیطی و معماری آن عجین و هماهنگ می شود.                                                              |
| ۶-   | پالاسما، یوهانی، زومتور، پیتر، ۱۴۰۰، ترجمه مرتضی نیک فطرت و احسان بیطرف، اتمسفر ساختمان، تهران، فکر نو.                                                                                                             | این کتاب جلد دوم از مجموعه اتمسفرولوژی است که شامل مجموعه مقالاتی است که در شماره ۹۱ ژورنال معماری Oase در سال ۲۰۱۳ به چاپ رسیده است که شامل مطالب و مصاحبه هایی از گرنوت برومه، یوهانی پالاسما و پیتر زومتور می باشد.                                        |
| ۷-   | پالاسما، یوهانی، بورچ، کرسستین، ۱۳۹۶، اتمسفر معمارانه، ترجمه مرتضی نیک فطرت، تهران، فکر نو.                                                                                                                         | در اینجا مفهوم اتمسفر می تواند در وهله اول ادراک را تغییر دهد. اتمسفر می تواند توجه را به سمت رابطه بین کیفیات محیطی و وضعیت ها سوق دهد.                                                                                                                      |
| ۸-   | استیون، هال، ۱۳۹۴، پرسش های ادراک پدیدارشناسی معماری، ترجمه علی اکبری و محمد امین شریفیان، تهران، پرهام نقش.                                                                                                        | در این کتاب معماران نظریه پردازی همچون استیون هال، آلبرتو پرز گومز و پالاسما به ارائه پاسخی به پرسش از شناخت فضا، ادراک تام آن به کمک تجربه حسی می پردازند.                                                                                                   |
| ۹-   | شولتز، کریستین نوربرگ، ۱۳۸۸، روح مکان، ترجمه محمدرضا شیرازی، تهران، رخ داد نو.                                                                                                                                      | هدف شولتز از تالیف این کتاب بعد وجودی است. او در این کتاب به فهم کیفی و پدیدارشناختی می پردازد.                                                                                                                                                               |
| ۱۰-  | باقری، یحیی، متین، مهرداد، ۱۴۰۰، خوانش پدیدارشناسی یوهانی پالاسما در پاپیون مه اثر دیلر اسکوفیدو (اکسپو ۲۰۰۲)، مجله فضای زیست.                                                                                      | نتایج این پژوهش نشان می دهند علاوه بر دیدن و دیده شدن که ناشی از ادراک ذهنی و بصری است معماری می تواند با به بازی گرفتن سایر حواس انسانی تجسمی متفاوت از فضا و مفهوم آن و نیز حس مکان متأثر از حضور در فضا را منجر گردد.                                      |

نوآوری و نتایج حاصله از این پژوهش می تواند معماری امروزی را به خوانشی همراه با ادراکی بدنمند دعوت نماید و حس تعلق خاطر به فضا را به بنا بازگرداند. موضوعی که اگر مورد توجه طراحان و سازندگان قرار گیرد باعث می شود که ساختمان ها به کالاهای تجاری صرف تبدیل نشوند و فرد بتواند بنا را تا سالیان متمادی در ذهن به خاطر بسپارد و صرف نظر از بهره وری از عملکرد بنا، مخاطب خواهد توانست رابطه ای عمیق و تأمل برانگیز با معماری و فضای موجود برقرار نماید. نتایج حاصله می تواند در کنار بازخوانی مضامین یوهانی پالاسما تبدیل به الگویی جهت طراحی و ساخت

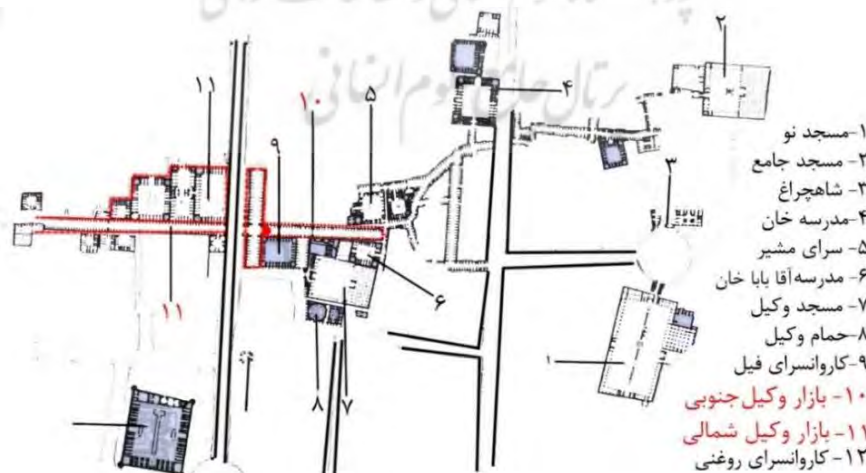
بنای معماری گردد.

### بازار وکیل شیراز

این بازار قسمتی از مجموعه بزرگی بوده است که به دستور کریمخان زند و در سال های ۱۱۸۳-۱۱۸۷ در محوطه وسیعی با مشارکت معماران، صنعت گران و استادکاران آن دوره بنا گردیده است. دستور ساخت بازار وکیل شیراز بعد از مشاهده بازار قیصریه لار توسط کریمخان داده می شود. (پروشانی، ۱۳۸۹) بازار وکیل که در تاریخ به مثابه قلب تپنده شهر شیراز و مرکز تجاری، اجتماعی و سیاسی شهر بوده است، پس از تغییرات و مداخلاتی که اخیراً و به خصوص از دهه ۱۳۰۰ مصادف با خیابان کشی های پهلوی اول در آن انجام شد، دگرگونی هایی را به خود دید و اولین ضربه را در راستای جداسازی در ساختار کلی بازار و تبدیل آن به دو قسمت مستقل جنوبی و شمالی وارد کرد، به صورتی که قسمت جنوبی بازار توسط خیابان های لطفعلی خان و احمدی از یکدیگر جدا شدند. (شمس و دیگران، ۱۴۰۱)

### کالبد

محورهای طولی در مسیر بازار وکیل موجب می شود افراد زاویه دید خطی از بخش داخلی بازار به دست آورند. این موضوع، در محور دید با تداخل تقسیمات عرضی فضا، دیدهای گوناگونی را به وجود می آورد. با توجه به هم نشینی محورهای طولی و عرضی و اینکه هر محور به یک حجره ختم می شود باعث حرکت فیزیکی دوگانه در محیط می شود. فرد لحظه ای به شکل طولی و لحظه ای به شکل عرضی امتداد بازار را طی می کند. این حرکت در محورهای مختلف باعث ایجاد منظرهای گوناگون از فضای بازار در خاطر می شود. راسته ی شمالی تا چهارسو با ۷۹ طاق به نام بازار کلاهدوزان؛ راسته ی جنوبی با چهل طاق به بازار بزازان؛ راسته ی شرقی با نوزده طاق به بازار علاقه بندان و راسته ی غربی با یازده طاق به بازار ترکشدوزان معروف بوده است. پهنای راسته های بازار وکیل از پهنای سایر بازارهای ایران بیشتر است. در مقابل هر حجره سکوهایی سنگی با نقوش برجسته ایجاد شده است. سقف راسته ها با ردیفی از طاق های آجری، تویزه ها، کاربندی های ساده و آجرکاری های جناغی ساخته شده است. به منظور ایجاد تهویه و نور در بازار، روزنه هایی در سقف راسته ها و پنجره های جاسازی شده در سقف هر کدام از حجره ها دیده می شود. سطح کف این بازار که در گذشته، نزدیک به یک متر پایین تر از سطح کنونی بوده، با سنگ لوح خاکستری پوشانده شده بود. همچنین مصالح به کاررفته در ساخت بازار وکیل آجر، گچ و آهک است. (مشبکی و دیگران، ۱۳۹۸) در شکل ۳، پلان و بافت تاریخی اطراف بازار وکیل شیراز مشخص شده است.

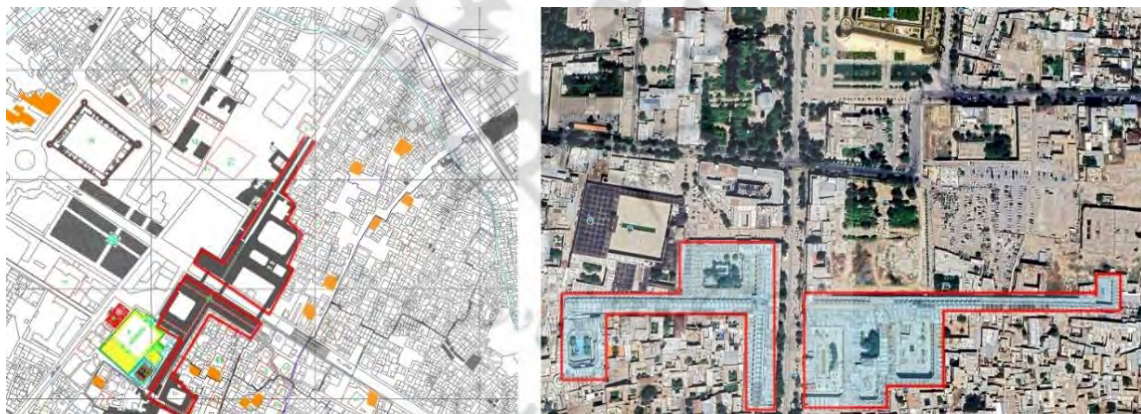


شکل ۳- پلان بافت تاریخی شیراز (پیرنیا، ۱۳۸۴)

### عملکرد

در شرح و تفکیک محورهای اصلی یا راسته های بازار وکیل شیراز که به شغل های منحصر به فرد اختصاص داشتند

می‌توان اینگونه بیان داشت: راسته شمالی بازار وکیل از دروازه اصفهان شروع می‌شود و به چهارسوق می‌رسد. بازار کلاه‌دوزان و ترمه‌فروشان و همچنین سراهای گمرک، احمدی و روغنی در این قسمت بازار واقع شده بودند. راسته جنوبی بازار وکیل از سمت سردر مسجد وکیل شروع می‌شود. بازار شمشیرگرها که امروز محل فروش صنایع‌دستی است، در این بخش بازار قرار داشته‌است. راسته شرقی بازار وکیل، راسته علاقه‌بندان بوده‌است؛ یعنی کسانی که ابریشم تابیده و نخ می‌فروختند. در حال حاضر عطاری‌ها و فرش‌فروش‌ها جای علاقه‌بندان را در بازار گرفته‌اند. راسته غربی بازار وکیل که اکنون عمدتاً در انحصار فرش‌فروش‌ها درآمده، در گذشته راسته ترکش‌دوزها بوده‌است. ترکش‌دوز به کسی می‌گفتند که سروکارش با دوخت لوازم چرمی بود. همچنین علاوه بر کاروانسراهای گمرک، احمدی و روغنی، در دوره قاجار کاروانسرای دیگری به قسمت جنوب‌شرقی بازار وکیل اضافه می‌شود که سرای مشیر شیراز نام می‌گیرد. نکته‌ای که سرای مشیر را از بازار وکیل متمایز می‌کند، حیاط آن است که در وسط بنا قرار گرفته و با وجود حوضی در وسط حیاط و درختان نارنج خودنمایی می‌کند. هشتی نیز بازار را به دو بخش تقسیم می‌کند؛ به گونه‌ای که از سمت غرب به سرای مشیر و از سمت جنوب به اردو بازار متصل شده‌است. سردر ورودی سرا با مقرنس و کاشی تزیین و در سقف دالان هشتی ورودی آن نیز مقداری کاشی معرق به کار رفته‌است. در محوطه سرای مشیر در چهار ضلع، حجره‌هایی در دو طبقه ساخته شده‌است. شکل ۴ و ۵ موقعیت بازار را مشخص می‌کند. از جمله صنایعی که در این مکان فعالیت دارند می‌توان از خاتم‌سازی، معرق، حکاکی، قلم‌زنی، حکاکی روی طلا و مس و گبه‌بافی نام برد. شکل ۶ مکان حجره‌های برخی از شغل‌ها را در بازار وکیل نشان می‌دهد.



شکل ۴- عکس هوایی بازار وکیل شیراز ( www.earth.google.co ) شکل ۵- موقعیت بازار وکیل در بافت تاریخی (میراث فرهنگی)



شکل ۶- نمایش برخی از شغل‌های حجره‌ها در بازار وکیل شیراز (نگارندگان)

## مبانی نظری

درک معنای محیط به واسطه حضور در فضا و ادراک آن تعیین می‌گردد و تداوم تجربه‌های فضا بر پایه زنجیره‌ی ادراک ذهنی و بدنمند، منجر به تحقق ادراک فضا می‌گردد که عامل مهمی در ایجاد حس رضایت افراد در تماس با محیط محسوب می‌شود. (GOSLING, 1996) زندگی پهنه‌ای است که پدیدارها روی آن رخ می‌دهند لذا مکان‌ها با هر ابعادی بستری برای تجربه زیسته افراد در نظر گرفته می‌شوند. (عابدی و مظاهریان، ۱۳۹۲) پالاسما تجربه معماری را نوعی مواجهه وجودی می‌داند، به گونه‌ای که «تجربه یک فضا یک گفتمان است، نوعی مبادله. بدین صورت در ادراک فضا، کالبد و فضا با هم پیوند می‌خورند به طریقی که در انتها انسان با یک کالبد فضا مواجه است، موجودیتی در هم‌تنیده. (شیرازی، ۱۳۸۹: ۴۹) می‌توان تشخیص داد که انسان در عصر حاضر احساس غریبی بسیاری از قرارگیری در فضاهای معماری معاصر در قیاس با بناهای پر از احساس تاریخی داشته باشد که این امر در اثر عدم وجود ادراک محیطی و تخیل در فضاهای ساخته شده می‌باشد. (اکبری و نیرومند، ۱۳۹۸) زمانی که انسان در فضا قرار می‌گیرد، فضا نیز او را احاطه می‌کند و این موضوع یک واکنش بین ابژه و سوژه است. پورگ هریسون، یک محقق ادبی آمریکایی در اظهارنظری شاعرانه می‌گوید: «در پیوند مکان و روح هر دو به یک اندازه ظرفی برای یکدیگر هستند». (Harrison, 2008: 13) مردم معمولاً با محیط کالبدی و اجتماعی محاط کننده خود، ارتباط جسمی-ذهنی برقرار می‌کنند اما زمانی به فضاهای عمومی مجذوب می‌شوند که محیط به بخش تاثیرگذاری از زندگی‌شان تبدیل شود و نیازها و انتظارات آنان را برآورده کند. (حسینی و دیگران، ۱۴۰۲) ساختمان‌ها باید دیگر حواس ما را متوجه خود سازند. درست به اندازه‌ای که حس بینایی را ارضا می‌کنند. در واقع معماری باید نهادهای عصبی و حسی بیشتری از ما را متوجه خود کند. (بات، ۱۴۰۰: ۲۴۳)

## پدیدارشناسی

پدیدارشناسی به عنوان «روش تحلیل پدیدارها» نخست در قرن هجدهم میلادی به کار رفت (SPIGELBERG, 1984) ادموند هوسرل (۱۸۵۹-۱۹۳۸) بنیان‌گذارش بود اما مارتین هایدگر (۱۸۸۹-۱۹۷۶) ژان پل سارتر (۱۹۰۵-۱۹۸۰) موریس مرلوپونتی (۱۹۰۸-۱۹۶۱) و امانوئل لویناس (۱۹۰۶-۱۹۹۵) دیگر حامیان تاثیرگذار بودند. یک دلیل تاثیرگذاری این سنت آن است که تقریباً همه نظریه‌پردازی‌های بعدی در فلسفه آلمانی و فرانسوی را می‌توان بسط پدیدارشناسی یا واکنش به آن دانست. در نتیجه پیدا کردن درک درستی از پدیدارشناسی نه تنها به خاطر خودش، بلکه از آن رو که همچنان شرط لازم برای فهم تحولات بعدی در نظریه‌پردازی قرن بیستم است اهمیت دارد. (دن‌زهوی، ۱۴۰۲: ۱۱) پدیده ماهیتی است که بر افراد عیان می‌شود لیکن پدیدارشناسی فرآیندی بیشتر از آن مساله‌ای است که بر انسان‌ها نمایان می‌شود. (پرتویی، ۱۳۹۲) پدیدارشناسی دامنه گستره انواع تجربه‌ها از جمله: ادراک، تخیل، تفکر، عاطفه، میل، اراده و عمل می‌باشد. (بالامیرزائی و دیگران، ۱۳۹۶) اصطلاح phenomenology کلمه‌ای است که از پیوند دو واژه phainomenon و logos به وجود آمده است. این اصطلاح به ساختار علمی پژوهش برمی‌گردد. (میرهادی، ۱۴۰۰) لذا واژه phenomenology به معنی اجازه دادن به عیان شدن اشیاست در راستای هرچیزی که در اصل خود می‌باشد بدون اضافه کردن چیزی توسط افراد. (پالمر، ۱۳۹۳) از نگاه نظریه‌پردازان، پدیدارشناسی روشی برای تفسیر ارتباط موقعیت بدون زوائد و اصیل چیزها و محیط بدون هیچگونه قضاوت قبلی است. (Moran & Mooney, 2002) پدیدارشناسی اساساً مطالعه تجربه زیسته یا زیست جهان است. (van manen, 1997) اکثراً پدیدارشناسان به موضوعاتی چون روانشناسی، زیبایی‌شناسی و هستی‌شناسی پرداخته‌اند و کمتر نگاهی به سمت پدیدارشناسی محیط روزمره در نگرش آنها دیده می‌شود. اگرچه آثار پیشین معدودی وجود دارد، اما به ندرت دارای ارجاع مستقیمی به معماری هستند. پدیدارشناسی معماری از این رو ضروری و مورد نیاز است. (شولتز، ۱۳۸۸: ۱۸) مکان، بینایی، بویایی، چشایی، شنوایی، لامسه، تصور و پیش‌بینی را با یکدیگر ترکیب می‌کند. (Relph, 2007) زمانی که بحث ارتباط انسان و فضا مطرح می‌شود

اینگونه نیست که انسان در یک سمت و فضا در سمت دیگر قرار گیرد. (انصاری، ۱۳۹۳: ۶۷) فضا معطوف به تجربه زیسته، دربرگیرنده مفهومی اندیشیده شده و احساس شده است که بر مادیت آن منضم می‌شود. پس فضا برآمده از هستی زیست شده معنا می‌یابد و به معنای دقیق کلمه، پدیدار می‌شود. انسان با حضور در فضا، از طریق ادراکات حسی، محیط را دریافت می‌کند و به بودنش در فضا معنا می‌دهد و از کیفیت وجودی پدیده‌ها در فضا آگاهی می‌یابد. (آرنت، ۱۳۹۹) پدیده مورد بررسی در رویکرد پدیدارشناسی بر اساس رویکرد معرفت‌شناسی تفسیری و با تکیه به ذهنیت افراد و معنایی که از پدیده در تجربه زندگی به دست آورده‌اند ارزیابی می‌شود. (فارسی محمدی پور، طالبی، ۱۳۹۴) معماری باید ابزاری باشد که تجربیات و احساسات را از طریق تمام حواس به خاطر بسپارد. (Barbara & Perliss, 2006) مساله مهم در نگرش پدیدارشناسانه، بر این فرض استوار است که انسان و محیط او به طور تنگاتنگ در هم تنیده هستند. (کارنما و مسعودی، ۱۳۹۵) هدف اصلی پدیدارشناختی شناخت ذات چیزهاست که به معنی قرار گرفتن در برابر ماهیت پدیده‌ها بدون هیچ‌گونه اضافاتی می‌باشد. (زومتور، ۱۳۹۳: ۱۱۰) با تمام این تعاریف، پدیدارشناسی نه فقط مانند یک روش، بلکه به مثابه یک نگرش از ابتدا معرفی شده است. (Ryba, 1993)

### یوهانی پالاسما

یوهانی پالاسما معمار پدیدارشناسی است که در سال ۱۹۳۶ و در کشور فنلاند متولد شده است. پالاسما از منظر پدیدارشناسی از فلسفه مریلوپونتی تاثیر می‌پذیرد. (شیرازی، ۱۳۸۹) استیون هال معمار پدیدارشناسی است که در مورد پالاسما بیان می‌دارد: «پالاسما به معماری و حواس انسانی می‌پردازد و ویژگی پدیداری این نوع نگاه است که به متون او در مساله فلسفه معماری اهمیتی اساسی می‌دهد.» (holl, ۲۰۰۵) متون کلاسیک وی با عنوان «چشمان پوست» درباره معماری و حواس، الهام‌بخش معماران بسیاری بوده است. (Craven, ۲۰۱۹) پالاسما با نیم نگاهی به تفکرات هایدگر سوالی را بیان می‌نماید که چرا تعداد کمی از ساختمان‌های مدرن باعث فعال شدن احساسات انسانی می‌شوند و اکثر ساختمان‌هایی که در گذشته‌های دور ساخته شده‌اند برای انسان‌ها احساس تعلق خاطر دارند. (رئیس، ۱۳۹۱)

### دیدگاه یوهانی پالاسما در پدیدارشناسی چند حسی

پالاسما معتقد است که تجربه زیسته در فضای معماری از ترکیب لایه‌های عینی، زیستی، فرهنگی، تک نفره و گروهی شکل می‌گیرد. (نسبیت، ۱۹۹۶: ۱۵۶) به طور کلی تفکرات پالاسما در زمینه پدیدارشناسی معماری را می‌توان در دو الزام بیان نمود: الزام توجه به تمام حواس در معماری و الزام توجه به خلق محیطی برای شکل‌گیری تجربه زیسته. (سلیمی و دیگران، ۱۳۹۹) یوهانی پالاسما مضامینی را در پدیدارشناسی معماری بدین صورت که در ذیل آمده است عرضه می‌دارد:

۱- غلبه بر بینایی به عنوان حس فراگیر: پالاسما باور دارد که توجه به حس بینایی در فرهنگ غرب به دوران رنسانس باز می‌گردد، در دورانی که که حواس انسانی به عنوان بدن کیهانی شناخته می‌شده است. نگاه به آتش، چشایی به آب، بویایی به بخار، شنیدن به هوا و لامسه به زمین وابسته بود. (باقری و دیگران، ۱۴۰۰) همیشه در فرهنگ غرب حس بینایی را به عنوان اصلی‌ترین حس در نظر داشته‌اند. به صورتی که به تفکر به مثابه نگاه کردن توجه شده و اندیشیدن را نوعی از بینش می‌دانستند. هنر معماری کماکان به عنوان هنری چشمی، نظریه‌پردازی و تدریس شده است. در واقع اهمیت بینایی هرگز قوی‌تر از عصر کنونی ما در زمینه تولید تصاویر بصری و صنعتی انبوه نبوده است. همانگونه که ایتالو کالوینو آن را با نام «بارش بی پایان تصاویر» مطرح کرد. (calvino, 1988)

۲- معماری احساس‌گرا: به شیوه‌ای از معماری اشاره دارد که به امکان داشتن همه احساسات انسانی و حضور بدن

می‌نگرد (شیرازی، ۱۳۸۹) کیفیت‌های ماده، فضا و مقیاس، توسط چشم، گوش، پوست، بینی، زبان، اسکلت و استخوان‌بندی و ماهیچه‌ها مورد سنجش قرار می‌گیرد. و ما آثار هنری و معماری را از طریق حواسمان و وجودمان احساس می‌کنیم. از نظر مرلوپونتی برای ادراک یک شی باید همه حواس در تبادل اطلاعات از آن شی نقش داشته باشند. (Merleau-Ponty, 1964)

۳- اتمسفر فضا: در معماری هر اثری به مانند یک نوشتار می باشد که در زمان تجربه آن همچون داستانی شرح داده می‌شود که بیننده‌ای فرضی به جستجو در فضایی قرار می‌گیرد. (طیب زاده، عبودی، ۱۴۰۱: ۱۱۴) انسان با قرار گرفتن در فضا باعث خلق اتمسفرهای گوناگون می‌شود. یک خیابان پرجمعیت، آرامش دریا، صدای باران، بوی غذا در بازار تاریخی و ... تماماً دلیلی برای وقوع اتمسفری متفاوت در آن زمان می‌شوند. (بورچ و دیگران، ۱۳۹۶: ۸) پالاسما اتمسفر را مضمون اصلی معماری می‌داند. او ادعا می‌کند که تجربه اتمسفر می‌تواند با مفهوم کیفیت فضایی در ارتباط باشد. (پالاسما و دیگران، ۱۳۹۹: ۱۲) ابزارهایی چون نور، صدا، درخشش اشیا مادی و محتوای عاطفی به فضا کیفیت می‌بخشد. (De Matteis, 2020) اتمسفر معماری به این موضوع اشاره دارد که یک ساختمان می‌تواند شامل ویژگی‌های غیرقابل توصیفی باشد که به خاص بودن آن ساختمان به عنوان یک مکان با کیفیت فضایی مناسب کمک می‌کند. (Seamon, 2000)

۴- انگیزه لامسه: ادراکات حسی انسان‌ها رابطه آنها را با دنیای پیرامون‌شان تنظیم می‌کنند و شکل می‌دهند. مارتین‌هایدگر دست را مستقیماً به ظرفیت تفکر انسان پیوند می‌زند. (harper, 1977: 357) تمام حس‌ها از جمله بینایی تعمیم‌هایی از حس لامسه هستند. (بات، ۱۴۰۰) پالاسما عقیده دارد حس لامسه حس اصلی بدن است. پالاسما پوست را به مثابه یک اندام حسی در نظر می‌گیرد و بینایی از نظر او باید فرم ویژه‌ای از حس لامسه در نظر گرفته شود. (پالاسما و دیگران، ۱۳۹۹: ۱۰۴) از نظر گاستون‌باشلار: «دست به ما در ادراک اصالت درونی ماده کمک می‌کند و به همین دلیل ما را در فهم ماهیت فیزیکی ماده یاری می‌دهد». (Gaston, 1982, 107) کنت‌سی بلومر و چارلز دبلیومور در کتابشان "تن، حافظه و معماری" یکی از نخستین پژوهش‌ها در تجربه معماری، به برتری حوزه بساویی اشاره می‌کنند: «اساساً تصویر تن از ابتدایی‌ترین تجربه پیدا کردن مکان و لمس آن در زندگی نشأت می‌گیرد و دریافت‌های بینایی انسان در ادامه آن گسترش پیدا می‌کند». (Bloomer, moore, 1977: 44)

۵- صمیمیت شنوایی: بینایی صرف باعث احساس تنها شدن انسان می‌شود اما حس شنوایی موجب ارتباط و همدلی می‌شود. صدا تناسبات فضایی را ارزیابی و قابل فهم می‌کند. انسان با گوش‌هایش محدوده فضا را تشخیص می‌دهد. (هال و دیگران، ۱۳۹۴: ۴۱) بینایی باعث ایجاد محدودیت می‌شود اما حس شنوایی ارتباط را فراهم می‌کند. بناها در برابر حس بینایی عملی از خود نشان نمی‌دهند اما قادرند صدای انسان را به گوش‌هایش برگردانند. (پالاسما، ۱۳۹۶: ۶۱)

۶- فضای رایحه: انسان با قرار گرفتن در برابر بوهایی خاص به طور ناخودآگاه وارد فضایی می‌شود که حافظه بصری آن را از یاد برده است. بینی باعث یادآوری چشم‌ها می‌شود. (پالاسما، ۱۳۹۶: ۶۷) از نظر پالاسما قوی‌ترین خاطره‌ای که از یک فضا به جا می‌ماند بوی آن فضا است. (هال و دیگران، ۱۳۹۴: ۴۳) در بنای بازارهای ایران، افراد حیطه‌های رایحه‌ای متفاوتی را دریافت می‌کنند و از عرصه‌ای به عرصه‌ی دیگر وارد می‌شوند. هر قسمتی از بازار عطر و بوی ویژه خود را داراست. ما از میان قلمروهای متفاوت رایحه‌ای می‌گذریم و حس مکان و فضای متمایزی را ادراک می‌کنیم. پیش از آنکه با چشم ورودمان به تیمچه‌ای دیگر را ببینیم، با بینی رایحه آن را استشمام می‌کنیم. (شیرازی، ۱۳۸۹: ۳۹)

۷- سکوت و آهستگی: هر تجربه معماری، تمامی اصوات بیرونی را خاموش می‌سازد و توجه را به وجود واقعی خود شخص جلب می‌کند. انسان توسط معماری از تنهایی بنیادینش مطلع می‌شود. (هال و دیگران، ۱۳۹۴: ۴۱) پالاسما معتقد است سرعت تجربه فضای معماری باید کاهش یابد و زمان تأمل در فضا افزایش یابد. (شریفیان و دیگران، ۱۳۹۸) پالاسما از مطرح نمودن سکوت و آهستگی اشاره به وجه کهن و جاودان معماری و هنر دارد. (شیرازی، ۱۳۸۹: ۹۰)

### یافته ها

بازار وکیل، بنایی که از راسته ها، چهارسوق ها، سراها و حجره های متعددی ایجاد شده است انسان را وادار به تأمل در فضاهای خود می کند. بودن با تمام احساساتی که از قرار گرفتن در بطن بنا شکل می گیرد انسان را به ادراک محیط هدایت می کند. حواس لامسه، بویایی، شنوایی، بینایی و چشایی به سرعت شاخص های خود را فعال می کنند. لذا در بخش یافته ها به تطابق مضامین پدیدارشناسی پالاسما و فضای معماری بازار وکیل شیراز با توجه به تحلیل مصاحبه های برداشت شده از مشارکت کنندگان پرداخته شده است. شکل ۷ فضاهای مختلف بازار وکیل شیراز را نشان می دهد.



شکل ۷- تصاویر بازار وکیل شیراز (نگارندگان)

### مفهوم سازی و کدگذاری داده ها

در این بخش با توجه به بررسی های کالبدی و معماری بازار وکیل شیراز و مطالعات پدیدارشناسی پیرامون مضامین معمار پدیدارشناس یوهانی پالاسما به جستجوی الگوهای پدیدارشناسی با اتکا به فهم تجربه زیسته مشارکت کنندگان که در پژوهش حاضر صاحبان حجره ها بودند به مصاحبه های نیمه ساختارمند و باز جهت دریافت داده های تحقیق پرداخته شده است. در روند مصاحبه به بررسی تجربه زیسته مشارکت کنندگان با تعدادی سوال روی آورده شد که برخی از سولات اساسی شامل این موارد می باشد: ۱- در عبور از راستاها چه اصوات و رایحه هایی برای شما لذت بخش است؟ ۲- کدام قسمت حجره ها و بازار برای شما جذابیت بیشتری دارد؟ ۳- در شرح فضای بازار برای شخصی که بازار را ندیده است چه مواردی را بیان می کنید؟ ۴- در زمان تاریکی چگونه و با چه عواملی راستاها و حجره ها را می یابید؟ با تحلیل مصاحبه ها ۲۴ عامل اولیه ادراک متجسد در این بازار دریافت و کدگذاری شد. و در مرحله بعد هریک از مفاهیم به دست آمده در راستای مضامین پالاسما دسته بندی محوری و گزینشی شد. و در نهایت به ۶ مفهوم ادراک متجسد، آوای صمیمیت، ادراک لامسه، رایحه خاطره انگیز، تامل و توقف و احساس محیط دست یافتیم. و در مرحله پایانی مفهوم ادراکات متجسد به عنوان روح پدیدارشناسی جاری در بازار وکیل شیراز بیان گردید. در جدول ۴،

مولفه‌های پدیدارشناسی جاری در بازار وکیل شیراز در ۶ کد اصلی و ۲۴ کد فرعی کدگذاری و مشخص شده است.

جدول ۴- مولفه‌های پدیدارشناسی جاری در بازار وکیل شیراز (نگارندگان)

| کدهای باز نمود مولفه‌ها                                                                                                                                                                  | کدهای باز نمود مولفه‌ها | کدهای باز نمود مولفه‌ها                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------|
| a چشم و قوه بینایی فقط یکی از احساسات انسانی جهت ادراک محیط بازار می باشد. ادراکات بدنمند در بازار به طور کامل فعال هستند.                                                               | a 1                     | پیدا کردن حجره‌ها در صورت نبودن نور محیطی                    |
|                                                                                                                                                                                          | a 2                     | شناسایی راسته‌ها با صداهای محیطی                             |
|                                                                                                                                                                                          | a 3                     | رایحه‌های خاطره‌انگیز در هر راسته                            |
|                                                                                                                                                                                          | a 4                     | احساس تفاوت دمای محیطی در هر بخش بازار                       |
| b خو گرفتن با سرو صداهای محیطی، عاملی است جهت سرزنده بودن بازار مطرح می باشد.                                                                                                            | b 1                     | صدای همه‌مردمان در حال خرید                                  |
|                                                                                                                                                                                          | b 2                     | صدای بلند حاملان بار در راستاهای بازار                       |
|                                                                                                                                                                                          | b 3                     | صدای اذان و حالت روحانی جاری در بازار                        |
|                                                                                                                                                                                          | b 4                     | صدای کارگاه‌ها و ابزارهای تولید صنایع دستی                   |
| c مصالح به کار رفته در بنای بازار حس لامسه را به کنش وا می دارد.                                                                                                                         | c 1                     | لمس مصالح و جداره‌های آجری و سکوها سنگی                      |
|                                                                                                                                                                                          | c 2                     | خوشایند بودن بافت درهای چوبی با شیشه‌های رنگی                |
|                                                                                                                                                                                          | c 3                     | لمس کف فرش‌های سنگی متفاوت در راسته‌ها و سراها هنگام قدم زدن |
| d هر بخش یا راسته‌ی بازار از رایحه‌ای آشنا برای افراد برخوردار است.                                                                                                                      | d 1                     | رایحه حجره‌های عطاری و فروش خوراکی                           |
|                                                                                                                                                                                          | d 2                     | بوی حجره‌های فرش و پارچه‌فروشی                               |
|                                                                                                                                                                                          | d 3                     | بوی نم و رطوبت مصالح بازار                                   |
|                                                                                                                                                                                          | d 4                     | بوی درختان نارنج در سراهای مشیر و فیل                        |
| e علاقه به استراحت و گپ و گفت‌های گروهی در محل‌های رو باز و سراهای بازار.                                                                                                                | e 1                     | مکث هنگام رسیدن به اختلاف سطح‌های جلوی حجره‌ها               |
|                                                                                                                                                                                          | e 2                     | کشش به سمت سراهای بدون سقف و هوای تازه هنگام خستگی           |
|                                                                                                                                                                                          | e 3                     | دور بودن از سروصدای محیط شهری                                |
|                                                                                                                                                                                          | e 4                     | هدایت به سمت نورهای تابیده شده از سمت سراها و هورنوها        |
| F در بازار وکیل حس و حال فضایی به عنوان میزبانی برای احساسات انسانی به فعال شدن حواس متجر می‌شود. بویها، صداها، مصالح قابل لمس و مشاهده کالبد بنا و جنب جوش افراد از جمله این موارد است. | f 1                     | سرزندگی بازار با سروصداهای مردمان موقع خرید و چانه زنی       |
|                                                                                                                                                                                          | f 2                     | وزش نسیم‌های ملایم از سمت سراها و روزن‌ها به داخل بازار      |
|                                                                                                                                                                                          | f 3                     | صداها و بویهای حجره‌های صنایع دستی و عطاری‌ها                |
|                                                                                                                                                                                          | f 4                     | خاطره‌انگیزی مصالح بازار                                     |
|                                                                                                                                                                                          | f 5                     | استراحت در فضاهای باز سراها                                  |

در این پژوهش تجربه‌ی زیسته مشارکت‌کنندگان در بازار وکیل بررسی شد و رخدادهای پدیدارشناسی یوهانی پالاسما در این فرآیند تجربی مورد مطالعه قرار گرفت و در نهایت با تحلیل یافته‌ها و مصاحبه‌ها در جدول ۵، به تطابق مضامین پالاسما و فضای زیست شده بازار وکیل شیراز و کدگذاری گزینشی پرداخته شده است.

جدول ۵- کدگذاری گزینشی در راستای مضامین پدیدارشناسی یوهانی پالاسما در تطابق با معماری بازار وکیل شیراز (نگارندگان)

| تطابق مضامین پالاسما در معماری بازار وکیل شیراز |                    |                                                                                                    |
|-------------------------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| کدهای مولفه‌ها                                  | کدهای گزینشی       | تفسیر مضامین در متن بازار                                                                          |
| a                                               | ادراک متجسد        | درک بدنمند فضای بازار با فعال شدن حواس لامسه، بویایی و چشایی در کنار بینایی.                       |
| b                                               | آوای صمیمیت        | وجود اصوات مختلف تولید صنایع دستی در راستاها همچون مس گرها، صدای مشتریان و پخش اذان در محیط بازار. |
| c                                               | ادراک لامسه        | بافت آجرها در جداره‌ها و سنگ‌های صیقل خورده در سکوها و ورودی‌های حجره‌ها و کفسازی‌های متنوع.       |
| d                                               | خاطره‌انگیزی رایحه | پخش بویهای اجناس برخی حجره‌ها مانند: عطاری، اغذیه‌فروشی و فرش‌فروشی در محیط بازار.                 |
| e                                               | تامل و توقف        | تامل و ادراک کالبدی فضا در مواجهه با فضاهای مکث مانند سراها و چهارسوق و هورنوها سقف.               |
| f                                               | احساس محیط         | دور شدن از زندگی ماشینی و ورود به فضایی با رنگ و بوی سنتی و آشنا.                                  |

## انطباق پذیری مولفه‌های پدیدارشناسی در کالبد بنا

۱- غلبه بر بینایی صرف و توجه به معماری احساس گرا: چشم با دیدن فضاهایی طویل و مرتفع در لحظه ورود به محور اصلی بازار، گوش با پژواک صداهای محیطی، انسان‌ها و حجره‌های صنایع دستی و دست با لمس مصالح جداره‌های پیرامونی و پاها با درک کف فرش‌های موجود، بینی با فهم رایحه‌های موجود در فضا همگی باعث شده‌اند که بازار وکیل شیراز به نمودی پدیدارشناسانه بدل شود. پرسپکتیوهایی که چشم از بنا درک می‌کند از بیرون بنا نمودی چندان نخواهند داشت و نیاز به کنشی از سمت مخاطب و ایجاد حس کنجکاوی دارد که سبب شود فرد وارد فضا شود و بازار را از منظر داخلی تجربه نماید. این موضوعی است که می‌تواند در مضامین پدیدارشناسی پالاسما که با عنوان غلبه بر بینایی و معماری احساس گرا مطرح می‌شود خودنمایی کند. در مصاحبه‌ها و گفتگوهای شکل گرفته با مشارکت‌کنندگان اکثراً به درک فضای بازار با حواس دیگری به غیر از بینایی تاکید داشتند. افراد به صداها و بوهای ادراک شده و حتی ذکر مسیریابی با این عناصر می‌پرداختند. لمس مصالح جداره‌ها توسط دست و مصالح کف توسط پا در لحظه ورود برای آنها جدایی از دنیای بیرون و ورود به فضایی دل‌انگیز را تداعی می‌کند. این حواس در کنار حس بینایی به درک بدمندی از محیط ختم می‌شود.

۲- اتمسفر فضا: از خلال گفتگوها در مورد اتمسفر فضا، مشارکت‌کنندگان به صداهای موجود در فضا و حتی پژواک صداها، صدای مردمان که در حال خرید و فروش هستند، بوهایی که از حجره‌های عطاری، فرش فروشی و دیگر صنایع دستی و حتی بوی برخاسته از مصالح بازار، تماشای نوع معماری موجود با طاق‌های آجرکاری شده، ورود به سراها و قرارگیری در فضایی بدون سقف با حوض آب و فضای سبز که همگی به ایجاد حس و حالی منحصر به فرد در فضا منجر می‌شود اشاره داشتند که با مولفه پدیدارشناسی اتمسفر فضا در ارتباط با یوهانی پالاسما همخوانی دارد.

۳- انگیزه لامسه: لمس سطوح که از مصالحی که در تماس مستقیم با انسان قرار دارند باعث فعال شدن حس لامسه می‌گردد. در بازار وکیل سطوح آجری، سنگی، گره‌چینی‌هایی که در قاب پنجره‌ها و درها ایجاد شده‌اند عناصری هستند که از طریق لامسه قابل درک هستند. دست آجرها را می‌فهمد و پاها سنگفرش را ادراک می‌کند. سطوحی که حتی دمای محیطی را به انسان می‌فهماند. هرچند که با دیدن و لمس این مصالح انسان ناخودآگاه به یاد معماری که در گذشته تجربه کرده است فراخوانده می‌شود. لمس جداره‌ها توسط دست و کف فضاها توسط قدم زدن، لمس گیاهان و دست بردن در حوض آب موجود در سراها برای مشارکت‌کنندگان به مفهومی خوشایند بدل گشته است و در طول مصاحبه‌ها اشارات مداومی به این موضوع داشتند.

۴- صمیمیت شنوایی: این موضوعی است که پالاسما در مورد اصوات موجود در بنا از آن یاد می‌کند. مخاطب با طی مسیر در بازار با پژواک اصواتی که در محاصره فضاهای بازار قرار می‌گیرند برخورد می‌کند. انعکاسی که حس در جریان بودن زندگی را القا می‌کند. صداهایی که از انسان، اشیا و بازتاب آن توسط معماری در محیط فراگیر می‌شود گوش‌نواز و نبود آن نقصانی است بر پیکره بازار. این صداها سبب به خاطر سپاری محیط بازار در ذهن می‌شود. پژواک صدای گام‌ها در سنگفرش بازار انسان را به مسیریابی با نه حس بینایی بلکه با احساس شنیداری رهنمون می‌سازد. پژواک اصوات معرف مقیاس فضا است و مشاهده‌گر می‌تواند با چشمانی بسته با شنیدن انعکاس صداها به ابعاد بنا پی ببرد. مشارکت‌کنندگان اکثراً به روزهایی اشاره دارند که مشتریان اندکی در بازار هستند و یا تعطیلی حجره‌های صنایع دستی مانند حجره‌های بازار مس‌گرا که نقصانی به طراوت و شادابی محیط بازار است و احساسی ناخوشایند در نبود اینگونه صداها برای آنها به وجود می‌آید.

۵- فضای رایحه: با عبور از میان حجره‌ها و ادراک عطر و رایحه‌های مختص بنا که از جداره‌ها، مصالح و کالاهای

موجود در حجره‌ها برخاسته است انسان را به ذخیره‌سازی ذهنی فضای بازار از طریق رایحه محیط وادار می‌سازد. بینی حس فضایی را که فراموش شده را می‌تواند بازگرداند و از نظر پالاسما بینی، چشم‌ها را مجبور به یارآوری می‌کند. عطر و بوی مصالح آجر و سنگ و حجره‌های فروش متعدد گیاهان دارویی که توسط مشارکت‌کنندگان ذکر شده است، می‌تواند این ویژگی به خاطر سپاری فضا توسط حس بویایی را به عرصه ظهور برساند. مفهومی که می‌تواند با ادراک بوهایی مشابه در زمان و مکانی دیگر افراد را به سمت تصویرسازی ذهنی از بازار وکیل بکشد.

۶- سکوت و آهستگی: هورنوهایی که نور را از سقف به محیط داخلی انتقال می‌دهند، چهارسوق هایی که فضاهای مکث را نشانه می‌گیرند و طاق‌هایی که در طول مسیر دیده می‌شود اتمسفری خاص به کالبد این بازار ملحق می‌نماید. توقف و تأمل در محل‌هایی که نور از بالا به پایین می‌تابد و یا سراهای موجود که حوض‌های آب و درختان اطراف آن ادامه اتمسفر موجود در فضا است که همگی در جهت ایجاد معنی سکوت و آهستگی یوهانی پالاسما در بازار وکیل رخ می‌دهند. مشارکت‌کنندگان به این موضوع اشاره داشتند که در مواقع استراحت و رفع خستگی به قدم زدن در محیط بازار و سراهای می‌پردازند و با انتخاب گوشه‌هایی از فضا به خلوتی ناب پناه می‌برند.

### نتیجه

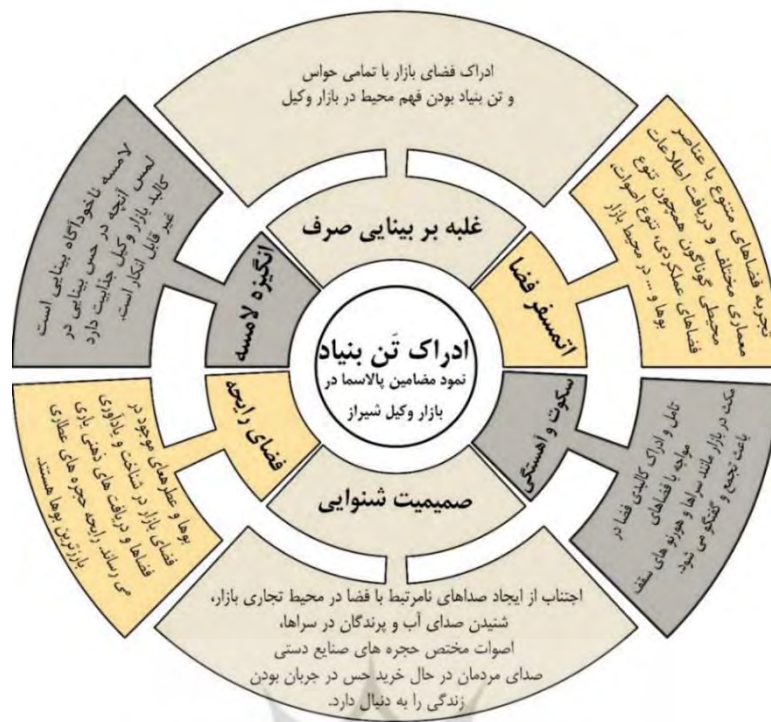
زندگی انسان‌ها در فضای زیسته‌ای شکل می‌گیرد که در آن تمام تجربه‌ها، تخیلات، خاطره‌ها و به یادآوری‌ها به هم می‌پیوندند. با توجه به این نگرش است که ساختمان به عنوان یک اثر معماری از یک ساختار مادی خارج شده و به موجودیتی فرهنگی که از تداعی‌ها و مفاهیم نشأت می‌گیرد بدل خواهد شد. انسان فقط فضا را نمی‌بیند، بلکه آن را می‌بوید، می‌شنود، لمس می‌کند و حتی آن را می‌چشد. چشم می‌خواهد در ادراک فضا با دیگر حواس همکاری کند، صدای محیط از طریق گوش مشارکت می‌جوید، هر مکان عطر و بوی خاص خود را دارد و پوست به عنوان واسطه‌ای میان بدن و محیط احساس می‌کند و می‌فهمد. در نتیجه بدن با تمامی احساسات خود نقشی بنیادین در ادراک فضای معماری خواهد داشت و این موضوع در فهم و خوانش فضای بازار وکیل شیراز به طور آشکاری توسط مشارکت‌کنندگان دیده می‌شود. جدول ۶ نتایج یافته‌ها را در قالب پدیدارهای موجود در بازار وکیل شیراز و میزان تطابق آنها با مضامین یوهانی پالاسما را نشان می‌دهد.

جدول ۶- مفاهیم منتج از مصاحبه و یافته‌های میدانی در بستر بازار وکیل شیراز (نگارندگان)

| کلیات              | مراتب ویژه برگرفته از مصاحبه و مشاهده                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | معانی اثربخش                                                                                   | معانی موجود                                                                      | معانی تطبیقی                                                                 |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| مراحل ادراک فضا    | عبور فرد از محیط شهری معاصر و ورود به محیطی تاریخی که چون عالمی دیگر او را برای ساعاتی به گذشته بر می‌گرداند. فضایی تاریخی با ماهیت خرید و فروش که فعالیت‌ها و جنب و جوش‌های انسانی را به همراه دارد. در این مکان انسان با حضوری بدنمند که تمامی حواس را فعلیت می‌بخشد به استقبال اتمسفر جاری در محیط می‌رود.                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ۱- زندگی معاصر در محیط سنتی<br>۲- حضور بخشی حواس                                               | ۱- تعامل با کالبد بنا<br>۲- دریافت پیام‌های محیطی                                | مضامین پالاسما<br>معماری احساس‌گرا<br>اتم‌سفر فضا                            |
| تجربه زیسته در فضا | فرد با ورود به بازار به یکباره تمام احساسات خود را با محیط هماهنگ می‌کند. گوش صداها را می‌شنود و به خاطر می‌سپارد و حتی مسیریابی می‌تواند از این طریق شکل بگیرد و صداهای مشتریان که برای او لذت‌بخش است. بینی رایحه محیط را که از کالاهای حجره‌ها نشأت گرفته می‌شود را به ذهن منتقل می‌کند. دست و پوست مصالح را با حس لامسه به فهمی عمیق فرا می‌خواند. فرد با تمامی این موارد در راسته‌ها، سراهای و چهارسوق‌ها حرکت می‌کند و حرکت در فضا را به تجربه‌ای زیست شده ذخیره می‌نماید. فرد در سراهای اندکی مکث می‌کند، باغچه‌ها و فضاهای سبز در مجاورت حوض آب، او را به توقفی همراه با تأمل دعوت می‌کنند. | ۱- مسیریابی با حواس پنج‌گانه<br>۲- مکث و حرکت.<br>۳- تجربه‌ی زیست با فعلیت تمامی احساسات بدنی. | ادراک بدنمند<br>در عبور از بازار علاوه بر چشم‌ها، گوش، بینی و لامسه هم می‌بینند. | مضامین پالاسما<br>صمیمت شنوایی<br>رایحه فضا<br>انگیزه لامسه<br>سکوت و آهستگی |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                            |                                                                                                                           |                                  |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| بازخورد<br>ذهنی در فضا | به خاطر سپاری ذهنی و به یادآوری ذهنی، ماهیتی است که از ادراک محیط بازار در ذهن مخاطب نقش می‌بندد. آنچه از فضا و ویژگی‌های معماری در برابر او وجود دارد نیاز به ادراک با قوه‌ای به جز قوه بینایی دارد که در این هنگام اگر دیگر احساسات بدنی در محیط فعال شده باشند باعث ماندگاری فضا در ذهن خواهد شد. | ۱- به خاطر سپاری<br>۲- به یادآوری<br>۳- یکپارچگی ذهن و جسم | حضوربخشی<br>پدیدارهایی در ذهن<br>که به بینایی وابسته<br>نیستند و عامل<br>خاطره انگیزی و<br>ماندگاری فضا در<br>یاد می‌شود. | مضامین پالاسما<br>غلبه بر بینایی |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|

با توجه به جدول ۶ می‌توان بیان نمود بسیاری از مضامین مد منظر یوهانی پالاسما در مورد پدیدارشناسی در بازار وکیل شیراز تبدیل به ماهیتی قابل مشاهده و درک جهت تجربه‌ای بدنمند شده است. بازار وکیل شیراز به عنوان مرزی مابین دنیای معاصر و دنیای سنتی مکانی جهت شروع فعالیت ادراکات انسانی در فضایی معماری است که بدن را به سمت تعامل و گره خوردن با محیط می‌کشاند و احساسات انسانی را در مقابل اتمسفر فضایی برای ادراک فضای بازار طلب می‌نماید. استمرار در ادراک فضا و اتمسفر موجود در بازار توسط مشارکت‌کنندگان تبدیل به تجربه زیسته‌ای می‌شود که تمام احساسات بدنی در آن نقش مستقیم دارند؛ از حس شنوایی جهت شنیدن اصوات کارگاه‌ها، مردمان، اذان و ... یا حس بویایی جهت دریافت رایحه‌های خاص حجره‌های عطاری و .... مکث و توقف در سراها و یا لمس مصالح به کار رفته در جداره‌های بازار همگی در ایجاد تجربه‌ی زیسته افراد دخیل هستند. و اما در نهایت این ادراک بدنمند از بازار وکیل شیراز منجر به بازخوردهای ذهنی در مشارکت‌کنندگان می‌گردد که عاملی جهت دریافت اطلاعات محیطی و به خاطر سپاری و بازگویی آنها می‌شود که در این مرحله می‌توان بیان نمود قوه بینایی فقط یکی از احساسات و مولفه‌های دریافت اطلاعات می‌باشد چرا که تمامی احساسات و ادراکات در به خاطر سپاری این فضا دخیل هستند. فضایی که فرد با فعلیت بخشیدن به تمامی حواس در آن قرار می‌گیرد و با هر گام تجربه‌ای متفاوت از اتمسفر موجود به دست می‌آورد. دریافت همه جانبه و آنی اتمسفر به شیوه ادراکی مشخصی نیازمند است. اگر چه ما معتقد هستیم که همه چیز را با دقت درک می‌کنیم. تخیل ما از جهان از طریق پویای فعال و دائمی و توسط حواس، حرکت و جنبش و امتزاج و تفسیر دریافت‌های چند تکه ذاتی ما شکل می‌گیرد. نتایج حاصله از این پژوهش می‌تواند معماری امروزی را به خوانشی همراه با ادراکی بدنمند دعوت نماید و حس تعلق خاطر به فضا را به بناها بازگرداند. موضوعی که اگر مورد توجه طراحان و سازندگان قرار گیرد باعث می‌شود که ساختمان‌ها به کالاهای تجاری صرف تبدیل نشوند و فرد بتواند بنا را تا سالیان متمادی در ذهن به خاطر بسپارد و صرف نظر از بهره‌وری از عملکرد بنا، مخاطب خواهد توانست رابطه‌ای عمیق و تأمل برانگیز با معماری و فضای موجود برقرار نماید. لذا معماری می‌تواند با فراهم‌آوری شرایطی برای بروز تمامی حواس انسانی در محیط، ماهیت اثر را به تجربه‌ای متفاوت بدل گرداند، تجربه‌ای که در آن هر یک از احساسات می‌توانند ادراک متفاوتی به انسان‌ها از معماری ببخشند. در انتها نتایج نشان می‌دهند بین مضامین پدیدارشناختی یوهانی پالاسما و ادراکات بدنمند در فضای معماری بازار وکیل شیراز قرابت معناداری وجود دارد. همچنین شکل ۸، مفاهیم پدیدارشناسی یوهانی پالاسما را در اثربخشی اتمسفر فضایی بازار وکیل شیراز بر مشارکت‌کنندگان را نشان می‌دهد.



شکل ۸ - مدل نهایی پژوهش منتج از یافته‌های میدانی (نگارندگان)

## منابع

- ۱-ابراهیمی اصل، حسن، پناهی، سیامک، ۱۳۹۶، شناخت مولفه پارالاکس و ریشه یابی آن در فلسفه طراحی استیون هال (نمونه موردی، موزه هلستینیکی، اکتشافات درون و تسراکت زمان)، مجله باغ نظر، سال چهاردهم، شماره ۵۰.
- ۲-آرنت، هانا، ۱۳۹۹، حیات ذهن، ترجمه مسعود علیا، چاپ. پنجم، تهران: انتشارات ققنوس.
- ۳- استیون، هال، ۱۳۹۴، پرسش های ادراک پدیدارشناسی معماری، ترجمه علی اکبری و محمد امین شریفیان، تهران، پرهام نقش.
- ۴-اکبری، علی، نیرومند شیشوان، ۱۳۹۸، جایگاه تجربه زیسته از منظر فلسفه بدن در فرآیند طراحی و خلق مکان، فصلنامه پژوهش های فلسفی، سال ۱۳، شماره ۲۶.
- ۵- امان پور، مریم، ۱۴۰۰، پدیدارشناسی معماری ادراکات چند حسی در اندیشه های یوهانی پالاسما، فصل نامه معماری سبز، سال هفتم، شماره ۵.
- ۶-انصاری، مائده، ۱۳۹۳، پدیدارشناسی هرمونوتیک مکان- حیث مکانی میدان نقش جهان، آبادان، نشر پرسش.
- ۷- بات، ریتو، ۱۴۰۰، بازاندیشی در زیبایی شناسی نقش بدن در طراحی معماری، ترجمه رضا علی پور، تهران، نشر پله.
- ۸-باقری، حسین، ۱۳۹۲، نقش مصالح در ادراک چند حسی از حیاط خانه ایرانی، اولین همایش ملی معماری، مرمت، شهرزی و محیط زیست پایدار.
- ۹- باقری، یحیی، متین، مهرداد، ۱۴۰۰، خوانش پدیدارشناسی یوهانی پالاسما در پاوین مه اثر دیلر اسکوفیدو (اکسپو ۲۰۰۲)، فصلنامه فضای زیست، دوره ۱، شماره ۱.
- ۱۰-بالامیرزائی، حسین، البرزی، فریبا، ۱۳۹۶، ادراکات حسی مکان در فضاهای معماری از دیدگاه پدیدارشناسی، کنفرانس ملی معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین.
- ۱۱- پالاسما، یوهانی، ۱۳۹۳، چشمان پوست با مقاله ای تحلیلی بر فلسفه موریس مرلوپونتی و معماری، ترجمه علیرضا فخر کننده و سارا گلمکانی، تهران، نشر نی.
- ۱۲- پالاسما، یوهانی، ۱۳۹۶، ترجمه رامین قدس، چشمان پوست، تهران، پرهام نقش.
- ۱۳- پالاسما، یوهانی، ۱۳۹۲، ترجمه علی اکبری، دست متفکر، تهران، نقش پرهام.
- ۱۴- پالاسما، یوهانی، ۱۳۹۴، معماری تصویر: فضای وجودی در سینما، ترجمه علی ابهری، تهران: کتاب مس.
- ۱۵- بورچ، کریستین، پالاسما، یوهانی، بومه، گرنوت، ۱۳۹۶، ترجمه مرتضی نیک فطرت، اتمسفر معمارانه، فکر نو.
- ۱۶- پالاسما، یوهانی، زومتور، پیتر، بومه، گرنوت، ۱۳۹۹، ترجمه مرتضی نیک فطرت و احسان بیطرف، اتمسفر ساختمان، تهران، فکر نو.

- ۱۷- پالمر، ریچارد، ۱۳۹۳، ترجمه محمدسعید حنایی کاشانی، علم هرمنوتیک: نظریه تاویل در فلسفه های شلایرماخر، دیلتای، هایدگر، گادامر، تهران، هرمس.
- ۱۸- پرتوی، پروین، ۱۳۹۲، پدیدارشناسی مکان، تهران، موسسه ی تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری متن.
- ۱۹- پروشانی، ایرج و دیگران، ۱۳۹۸، بازار در تمدن اسلامی، ترجمه ی سعید ارباب شیرانی، تهران، نشر کتاب مرجع، چاپ اول.
- ۲۰- پیرنیا، محمدکریم، معماریان، غلامحسین، ۱۳۸۹، آشنایی با معماری اسلامی ایران، تهران، سروش دانش.
- ۲۱- پیرنیا، محمدکریم، معماریان، غلامحسین، ۱۳۸۴، سبک شناسی معماری ایرانی، تهران، سروش دانش.
- ۲۲- حاتمی گلزاری، الهام، کوچک خوشنویس، احمدرضا، بایزیدی، قادر، ۱۳۹۹، بررسی کیفی ماندگاری معماری مجموعه ی بازار تبریز از منظر پدیدارشناسی، دو فصلنامه اندیشه معماری، سال چهارم، شماره هفتم.
- ۲۳- حسینی گوهری، پیمان، اکبری، علی، افهمی، رضا، ۱۴۰۲، پدیدارشناسی تولید فضای شهری در تجربه زیسته شهروندان تهران از فضاهای عمومی فرهنگی، مجله علمی گفتمان طراحی شهری، دوره ۴، شماره ۲.
- ۲۴- حیدری، شاهین، ۱۳۹۳، درآمدی بر پژوهش معماری، تهران، فکر نو.
- ۲۵- خاتمی، محمود، ۱۳۹۲، پدیدارشناسی هنر، تهران، موسسه تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری.
- ۲۶- رابینسون، سارا، پالاسما، یوهانی، ۲۰۱۲ ذهن در معماری، ترجمه رضا امیر رحیمی، تهران، موسسه معمار نشر.
- ۲۷- رحمانی، هیوا، پورزرگر، محمد رضا، منصوری، بهروز، ۱۴۰۱، پدیدارشناسی آموزه های شعر حافظ در فرایند یادگیری معماری براساس رویکرد ون منن، نشریه علمی باغ نظر.
- ۲۸- رئیسی، ایمان، عشقی صنعتی، حسام، ۱۳۹۱، نسبت فضا و مکان در اثر معماری، با تکیه بر اندیشه های هایدگر و کریستن نوبرگ شولتز، روزنامه شرق، شماره ۱۵۰۱.
- ۲۹- زومتور، پیتر، ۱۳۹۳، رهیافت پدیدارشناسی در اندیشه پیتر زومتور، ترجمه مرتضی نیک فطرت و سیده صدیقه میرگذار لنگرودی، تهران، علم معمار.
- ۳۰- زهوی، دن، ۱۴۰۲، القبا ی پدیدارشناسی، ترجمه مریم خدادادی، تهران، بیدگل.
- ۳۱- سلیمی، مینا، شریف زاده، محمد رضا، ۱۳۹۷، پدیدارشناسی مکان های مقدس با تکیه بر معماری ایرانی- اسلامی، فصلنامه علمی عرفان اسلامی، سال شانزدهم، شماره ۶۳.
- ۳۲- شریفیان، محمدامین، طهوری، نیر، ۱۳۹۸، مطالعه تطبیقی پدیدارشناسی معماری در نظریات یوهانی پالاسما و استیون هال، فصل نامه کیمیای هنر، سال هشتم، شماره ۲۳.
- ۳۳- شمس، فاطمه، پورجعفر، محمد رضا، اسدپور، هاجر، ۱۴۰۱، شناسایی تحولات کروئولوژیک الگوهای رفتاری افراد در بازار سنتی ایرانی مورد مطالعه: بازار وکیل شیراز، فصلنامه پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۳.
- ۳۴- شولتز، کریستین نوبرگ، ۱۳۸۸، روح مکان- به سوی پدیدارشناسی معماری، ترجمه محمد رضا شیرازی، تهران، رخ داد نو.
- ۳۵- شیرازی، محمد رضا، ۱۳۸۹، پدیدارشناسی در عمل- آموختن از تحلیل پدیدارشناختی پالاسما از ویلا مایرآ، مجله آرمانشهر، شماره ۴.
- ۳۶- شیرازی، محمد رضا، ۱۳۸۹ معماری حواس و پدیدارشناسی ظریف یوهانی پالاسم. تهران، نشر رخ داد نو.
- ۳۷- طبیب زاده، کیمیا، عبودی، فرخ، ۱۴۰۱، معماری و زبان مشترک آن با سایر هنرها، تهران، فکر نو.
- ۳۸- عابدی، محمد، مظاهریان، حامد، ۱۳۹۲، ادراک و بررسی فضا و مکان به مثابه محل تعاملات انسان با رویکرد پدیدارشناسی، همایش معماری و شهرسازی انسان گرا، قزوین.
- ۳۹- علی اصل، شفیقه، بمانیان، محمد رضا، ۱۳۹۴، زیبایی شناسی یوهانی پالاسما در خانه های تبریز، کنفرانس بین المللی علوم و مهندسی، دبئی، امارات.
- ۴۰- فارسی محمدی پور، علیرضا، طالبی، منیب، ۱۳۹۴، مطالعه پدیده بازار سنتی سندانج از منظر پدیدارشناسی، فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی، دوره هفتم، شماره ۳.
- ۴۱- فروزانگهر، حمیده، ۱۴۰۱، تبیین ادراکات حسی به طبیعت در فرایند طراحی معماری بیوفیلی؛ پدیدارشناختی یوهانی پالاسما، نشریه بوطیقای معماری، سال اول، شماره دوم.
- ۴۲- فیلیپ، تیدول، ۱۳۹۹، معماری و همدلی، ترجمه محمد گلشن و نیما اسماعیلی، مشهد، کتابکده کسری.
- ۴۳- کارنما، الهه، مسعودی، عباس، ۱۳۹۵، بررسی مفهوم پدیدارشناسی مکان؛ تفحصی در آرا پدیدارشناختی کریستین نوبرگ شولتز یوهانی پالاسما،

- چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در عمران، معماری و شهرسازی، بارسلون، اسپانیا.
- ۴۴- کاکوئی، معین، رئیس، ایمان، ۱۳۹۳، تحلیل مسجد ولیعصر تهران با رویکرد پدیدارشناسی یوهانی پالاسما، همایش ملی نظریه های نوین در معماری و شهرسازی.
- ۴۵- مشبکی اصفهانی، علیرضا، مشبکی اصفهانی، محمدرضا، ۱۳۹۸، مقایسه تطبیقی نظام معماری بازار قیصریه اصفهان و بازار وکیل شیراز با رویکرد کالبدی، فصلنامه علمی تخصصی مطالعات طراحی شهری و پژوهشهای شهری، سال دوم، شماره ۲.
- ۴۶- میرهادی، غزاله، ۱۴۰۰، بررسی آرا و نظرات یوهانی پالاسما با نگاهی به مقاله هندسه احساس، نگاهی به پدیدارشناسی، مجله معماری شناسی، سال چهارم، شماره ۲۰.
- ۴۷- نسبیت، کیت، ۱۹۹۶، نظریه های پسامدرن در معماری. ترجمه. شیرازی، محمدرضا. تهران، نشر نی.
- ۴۸- نصرت پور، دریا، انصاری مجتبی، پورمند، حسنعلی، ۱۴۰۰، بررسی مولفه های پدیدارشناختی یوهانی پالاسما در بستر جغرافیایی مکان (نمونه موردی: میدان حسن آباد)، فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی منطقه ای، سال دوازدهم، شماره ۱.
- ۴۹- Barbara, A., & Perliss, A. (2006). *Invisible Architecture. Experiencing Places through the Sense of Smell*. Skira. 64-67.
- ۵۰- Bloomer, Kent C and Charles W Moore, *Body, Memory and Architecture*, Yale University Press (New Haven, Connecticut and London) 1977, p 44.
- ۵۱- Calvino, Italo, *Six Memos for the Next Millennium*, NY: Vintage Books, 1988.
- ۵۲- Craven, Jackie. (۲۰۱۹, August ۱۵). Juhani Pallasmaa, *The Soft-Spoken Finn With Big Ideas*. Retrieved from <https://www.earth.google.com>
- ۵۳- De Matteis, F. (2020). *Atmosphere In Architecture*, International Lexicon Of Aesthetics.
- ۵۴- Gaston, Bachelard, *Water and Dreams: An Essay on the Imagination of Matter*, The Pegasus Foundation (Dallas, Texas), 1982, p 107.
- ۵۵- Gosling, D. (1996). *Gordon Cullen: Vision of Design*. Britain: Academy Editions
- ۵۶- Harrison, Robert Pogue. 2008. *Garden: An Essay on the Human Condition*. Chicago and London.
- ۵۷- Holl, S. (۲۰۰۵) *Phenomenal Zones*. In: Holl, et al. "Questions of Perception, Phenomenology of Architecture", Tokyo, A+U Publ. Co: 40-42.
- ۵۸- Moran, D. & Mooney, T. (2002) *"The Phenomenology Reader"*, London, New York, Routledge.
- ۵۹- Nesbitt, Kate (1996). *Theorizing a New Agenda for Architecture: An Anthology of Architectural Theory 1965 – 1995*, New York: Princeton Architectural Press.
- ۶۰- Relph, E. 2007, *Spirit of Place and Sense of Place in Virtual Realities*, Techné.
- ۶۱- Ryba T, *The Essence of Phenomenology*, New York 1991.
- ۶۲- Seamon, David. (2000). *A Way of Seeing People and Place: Phenomenology in Environment-Behavior Research* (2000). Manhattan: Kansas State University.
- ۶۳- Spiegelberg H, *The phenomenological movement*, the Hague 1984.
- ۶۴- Van Manen, Max (1997), *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy*, ON: The Althouse Press, London.
- ۶۵- [www.earth.google.com](http://www.earth.google.com)