

## مؤلفه‌های تجربه زیبایی‌شناسی و خوانش نقش هویت در ترجیحات آثار معماری

نوع مقاله: پژوهشی

سمیه موسویان\*

E-mail: m.moosaviyan@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۱ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۶/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۶/۳۰

### چکیده

هرگاه معماری از تکیه‌گاه‌های عینی ساختمان به سمت محیط ناملموس ادراک و تجربه‌ی انسانی حرکت می‌کند، پیشبرد درک تجربی زیبایی‌شناسی دشوار می‌شود. چراکه ماهیت غیرلموس، زودگذر و هیجانی آن باعث می‌شود، سنجش درونی آن با خودآگاهی یا سنجش خارجی آن با مشاهده یا توسط ابزارها با مشکل روبه‌رو شود. از این‌رو یکی از راه‌های ممکن برای شناخت بهتر این نوع از ادراک، توجه به موضوع هویت‌مداری در آثار معماری و نقش آن در تشدید احساس زیبایی‌شناسانه انسان از فضا است؛ لذا هدف از تهیه مقاله حاضر شناخت توانمندی‌های زیبایی‌شناسی در معماری ایران در پاسخ به نیازهای مخاطبان و کشف رابطه‌ی میان ترجیحات آن‌ها و انطباق آن با موضوعات هویتی مرتبط با ارزیابی‌های عاطفی ناشی از تجربه حس خوشایندی فضاهاست. در این راستا این پرسش مطرح می‌شود، مؤلفه‌های تبیین‌کننده ارزیابی عاطفی فضا چه ارتباطی با حس هویت‌مداری و انطباق آن با ترجیحات زیبایی‌شناسی کاربران مبتنی بر تجربه آثار معماری دارند؟ بر اساس مؤلفه‌ها و معیارهای مرتبط با آنچه مستخرج از ادبیات نظری موضوع بود و با بهره‌گیری از نمونه جامع‌آماری ۴۰ نفر زن و تکمیل پرسشنامه محقق‌ساخته در بازدید حضوری از سه ساختمان فرهنگی منتخب، داده‌های حاصل از امتیازها (طیف پنج لیکرتی) با استفاده از تحلیل رگرسیون ارزیابی شد. نتایج نشان داد: مؤلفه تبیین‌کننده ارزیابی عاطفی کاربران ابتدا از طریق مؤلفه‌های هیجانی به دو بعد اصلی ۱- حالات هیجانی و ۲- مبادله هیجانی، قابل تقسیم‌بندی است. حالت هیجانی که تجربه‌ی عاطفی و احساسی کاربر را شامل می‌شود و از طریق مؤلفه‌های ادراکی، شناختی و انگیزشی تبیین می‌گردد، بیشترین ارتباط را با احساس هویت‌مداری آثار معماری نشان می‌دهند. مبادله‌ی هیجانی نیز مبتنی بر تعامل کاربر و تجربه فضایی اوست که نقش مؤلفه‌های حسی- حرکتی و رفتاری را به‌عنوان عامل مؤثر بر تعامل هیجانی و ارزیابی عاطفی حاصل از آن معین می‌کند و به‌صورت غیرمستقیم تحت‌تأثیر مؤلفه‌های شناختی بر شدت ترجیحات زیبایی‌شناسی فضا مؤثر هستند.

**کلیدواژه‌ها:** هویت معماری، ارزیابی عاطفی، تجربه زیبایی‌شناسی، حالات هیجانی،

مبادله هیجانی.



### مقدمه و طرح مسئله

هویت یک اثر معماری تفسیری چندبعدی است که از تعامل مؤلفه‌های گوناگون حاصل می‌شود. ماهیت معماری تنها یک کالبد خنثی نیست و بلکه همانند یک متن قابل خوانش، دارای معانی هدف‌داری است که از ابعاد متفاوتی برخوردار است. به عبارت دیگر اثر معماری از یک سو دارای خاصیت ابزاری و رسانه‌ای است و از سوی دیگر این قابلیت را دارد تا به نیروهای عاطفی و احساسی انسان جهت بخشد؛ لذا این عواطف در سطوح مختلفی می‌توانند تحت تأثیر هویت یک مکان معنادار شوند.

در سال‌های اخیر، واکنش افراد به زیبایی محیط مصنوع به یکی از دغدغه‌های مهم تحقیقات محیط-رفتار تبدیل شده است. زیبایی‌شناسی حوزه‌ای پیچیده از تجربه انسان است که موضوع آن بسیار متفاوت است. تاکنون زیبایی‌شناسی یکی از دشوارترین حوزه‌ها از نظر تأیید اعتبار علمی بوده است. چراکه، این رویدادها پدیده‌های غیرقابل مشاهده‌ای را شامل می‌شوند که آن سوی چارچوب ذهنی ظاهراً نفوذناپذیر هوشیاری تجسم‌یافته انسان را آشکار می‌سازند و سابقه تلاش‌هایی که به این موضوع پرداخته‌اند، اندک است. از این رو زیبایی‌شناسی به عنوان یکی از حوزه‌های این دانش تاکنون قادر نبوده است به انتظارات موجود از موشکافی‌ها و بررسی‌های علمی در زمینه معماری پاسخ دهد. چراکه تجربه زیبایی‌شناسی ابعاد و حیطه‌ای دارد که قابل لمس نیست و از استدلال منطقی تبعیت نمی‌کند؛ با این‌که همواره تعبیرها و برداشتهای متنوعی از این تجربه وجود داشته است، اما محور اصلی تحلیل‌ها، فاعل تجربه و دریافت مخاطب فضا است. به همین دلیل پدیدارشناسی چون دوفرن، تجربه زیبایی‌شناسی را تجربه مخاطب می‌داند؛ لذا می‌توان گفت که هرگاه معماری از تکیه‌گاه‌های عینی ساختمان به سمت محیط ناملموس تجربه‌ی انسانی حرکت می‌کند، پیشبرد درک تجربی زیبایی‌شناسی دشوار می‌شود. باید اقرار کرد که پاسخ‌های فردی یا غیرعینی به عنوان بازدارنده‌های اساسی محسوب می‌شوند، چراکه ماهیت غیرملموس، زودگذر و هیجانی آن باعث می‌شود، سنجش درونی (با خودآگاهی) یا خارجی (با مشاهده یا توسط ابزارها) با مشکل روبه‌رو شود.

از این رو از نگاه نگارنده یکی از راه‌های ممکن برای شناخت بهتر این نوع از ادراک توجه به موضوع هویت در آثار معماری و نقش آن در تشدید احساس زیبایی‌شناسانه انسان از فضا است. در حقیقت باید گفت زیبایی‌شناسی معماری فهم درست برخی قابلیت‌های ذهنی خاص است، قابلیت‌هایی نظیر تجربه و قضاوت. به عقیده اسکروتن، همواره تجربه

است که به سنجش زیبایی‌شناسی می‌رسد تا آنجا که چیزی تجربه‌ی یک اثره را تغییر دهد، مفهوم زیبایی آن را نیز تغییر می‌دهد (اسکروتن، ۱۹۸۹: ۱۰۷). لذا هر تجربه‌ای از محیط دارای ابعاد زیبایی‌شناسی است که دامنه وسیعی از پدیدارها و تجربه‌های متنوعی را در برمی‌گیرد. این تجربیات اساساً ادراکی هستند و برخی جنبه‌های این ادراکات، احساسات مشخصی را به وجود می‌آورند و به دلیل لحظه‌ای بودن ادراک محیط، واکنش‌های بسیار سریعی در انسان ایجاد می‌کنند که به شکل یک تجربه زیسته به انسان عرضه می‌شوند و این تجربه را می‌توان به درجات مختلف از محیط کسب کرد؛ بنابراین می‌توان این پرسش را مطرح کرد که هویت یک مکان چگونه می‌تواند در تجربه زیسته آن بر ارزیابی عاطفی انسان از آن مکان اثرگذار باشد؟

چراکه یکی از این احساسات برانگیخته و قابل توجه، در محیط، مسئله هویت‌مندی یک مکان است که افراد به دلیل همین نوع از احساس خاص و ترجیحاتشان نسبت به یک مکان با محیط تعامل بیشتری کرده و با تجربه حس ویژه مرتبط به آن مکان، احساس تعلق و دل‌بستگی پیدا می‌کنند. با این ملاحظات، توجه اندکی به واکنش‌های ذهنی واقعی از مکان‌ها معطوف شده است؛ مواردی چون ارزیابی عاطفی و هیجانات مثبت ناشی از احساس هویت‌مندی در مکان و در نتیجه ایجاد واکنش‌های بدنی یا رفتاری خاص، ایجاد خودانگیختگی و یا توجه و غیره که مرتبط با دریافت حس زیبایی از فضا است، مغفول مانده است.

با توجه به اهمیت موضوع هویت‌بخشی فرهنگی در خلق آثار معمارانه، ضرورت فهم اولیه عوامل مؤثر در ادراک خوشایند بودن معماری و ارتباط آن با مسئله هویت از آنجا حائز اهمیت است که محیط کالبدی به‌عنوان بخشی از زندگی روزمره مردم مرتباً مشاهده و تحلیل می‌گردد، پس این قابلیت را دارد تا تأثیرات متفاوتی به لحاظ ادراکی و عاطفی از خود بر جای گذارد تا جایی که اگر محیط مصنوع به‌عنوان یک کل هویت‌مند نتواند پاسخ متوازنی در سازمان فضایی خود به مخاطبان بدهد، امکان وقوع پیامدهای ناخواسته‌ای را به لحاظ عاطفی فراهم می‌سازد.

به‌عبارت‌دیگر هم‌خوانی هویت کالبدی معماری با ارزش‌های زیبایی‌شناسی محیط موجب تداوم ارتباط میان انسان و مکان می‌گردد، یعنی خلق مکانی که هویتش با ترجیحات خوشایندی انسان سازگار باشد، موجب می‌شود تا هویت‌مندی شاخصه‌های کالبدی و محتوایی اثر حامل پیامی گردد که به ارزیابی محیطی معنا بخشد و در نتیجه ارتقاء زیستی انسان را در راستای ترجیحات زیبایی‌شناسی او به همراه خواهد داشت؛



لذا ضروری می‌نماید هویت معماری از طریق دریچه‌ای جدید مورد بازیابی و بازشناسی قرار گیرد؛ بنابراین هدف از انجام تحقیق حاضر، بازشناسی و خوانش قابلیت‌های زیبایی‌شناسی معماری در پاسخ به نیازهای مخاطبان و کشف رابطه‌ی میان ترجیحات افراد و ارتباط آن با بحث هویت‌مندی آثار و انطباق آن با ارزیابی‌های عاطفی ناشی از حس خوشایندی فضاهاست. چراکه هویت در محیط مصنوع بازتاب فرآیندی ادراکی و شناختی مبنی بر انطباق میان عینیت و ذهنیت با هدف دل‌بستگی احساسی به محیط‌های خاصی است.

### سؤالات تحقیق

مبتنی بر تجربه آثار معماری، مؤلفه‌های تبیین‌کننده ارزیابی عاطفی فضا چه ارتباطی با حس هویت‌مداری و انطباق آن با ترجیحات زیبایی‌شناسی کاربران دارند؟

### روش تحقیق

مقاله‌ی حاضر در دو مرحله انجام شد؛ مرحله ابتدایی شامل مطالعاتی نظری بود که طی آن، اقدام به شناسایی مؤلفه‌ها و معیارهایی شد که با سنجش آن‌ها بتوان بیشترین میزان تجربه و ارزیابی‌های زیبایی‌شناسانه‌ی افراد را آزمود. بخش دوم انجام مطالعه به صورت موردپژوهی بود که ترجیحات زیبایی‌شناسی افراد به واسطه حضور واقعی آن‌ها در بناهای منتخب (تئاتر شهر، فرهنگسرای نیاوران و پردیس سینمایی ملت) و تکمیل پرسشنامه محقق ساخته در زمان حضور در بنا مورد سنجش قرار گرفت. بدین ترتیب که جامعه آماری ۴۰ نفره از زنان از سه ساختمان به طور پیوسته و متوالی در یک روز بازدید کردند و پس از هر بازدید پرسشنامه‌ای را تکمیل نمودند و پس از تکمیل پرسشنامه‌های جداگانه در انتها یک فرم آزمون ترجیحات را تکمیل و ترجیحاتشان از بناها را اولویت‌بندی کردند.

### مبانی نظری

#### مفهوم هویت در محیط کالبدی

پروشانسکی هویت مکان را به عنوان زیرساختاری ادراکی مبتنی بر ذهنیت فرد نسبت به محیط می‌داند. بر این مبنا، شکل‌گیری هویت مکان به عنوان مفهومی تعاملی، بازتاب فرآیندی ادراکی و شناختی مبنی بر قیاس و انطباق دائم میان عینیت و ذهنیت با هدف تعریف هویت خود از دیدگاه پیوستگی‌ها و درواقع دل‌بستگی احساسی به محیط‌های

خاصی است. هسته‌ی این فرآیند مبنی بر ادراک، شناخت و در واقع تجربه یا به تعبیری پشت‌صحنه ادراکی مبنی بر مکان‌ها و ویژگی‌های آن‌هاست (ارباب و همکاران، ۱۳۹۴: ۶). رلف، فرآیند شکل‌گیری هویت مکان را به ارتباط متقابل تجربه‌ی حاصل از ادراکات و ابعاد فیزیکی محیط وابسته می‌داند. به اعتقاد او هویت مکان تحت تجربه‌ی مستقیم، درونی و درک معنای ابعاد فیزیکی و اجتماعی محیط شکل می‌گیرد و همواره به یک همانندی مداوم که تمایز بخشی مشخص از فضا نتیجه آن است، ارجاع دارد؛ بنابراین، خصلت اساسی جوهره‌ی مکان، «خلق درونی مجزا از بیرون» است که بر تلقی از مکان به‌عنوان بخش خاصی از فضا و هویت آن مبتنی بر تجارب عمیق و مستقیم تأکید دارد. درجه و ژرفای درون بودن مبنی بر شدت تجربه‌ی مکان، مبنای نیرومندی در وضعیت احراز هویت مکان است (رلف، ۱۳۹۵: ۶۲). لینچ با اعتقاد به نظریه آگاهی ادراکی و دیدگاهی کل‌نگر، هویت مکان را نتیجه‌ی ارتباط متقابل شخص و مکان در قالب یک «تجلی منسجم ذهنی» می‌داند. این فرآیند، حاصل پیوند میان محیط و فرآیندهای ادراک و شناخت است که بازشناسی مکانی متمایز از طریق خاطرات تجارب گذشته حاصل آن است. سهولت در شناخت محیط و برقراری پیوند میان عناصر آن با رویدادها در یک تجلی منسجم ذهنی از زمان و فضا و مرتبط با مفاهیم غیرفضایی و ارزش‌ها، شکل‌گیری هویت مکان را به همراه دارد (لینچ، ۱۳۹۳: ۱۶۷). از دیدگاه رولرو و دی پیکولی هویت مکان مرتبط با دل‌بستگی و بعد شناختی و ادراکی مبنی بر دریافت خود به‌عنوان عضوی از یک فضا تلقی می‌گردد (ارباب و همکاران، ۱۳۹۴: ۶).

چپ‌من، نیز شکل‌گیری هویت مکان را حاصل دل‌بستگی عاطفی و احساسی مبتنی بر تعامل انسان و محیط می‌داند؛ مفهومی که منتج از «تجارب بصری و فضایی» است که به‌واسطه آن، بخشی از فضا متمایز می‌شود (چپ‌من و اسپارکر، ۱۳۹۴: ۱۷۵)؛ بنابراین هویت مکان اساساً به‌عنوان مفهومی تعاملی، محصول ارتباط متقابل و مستمر میان عینیت و ذهنیت، زمینه و محتوا و در نتیجه تعامل مکان و شخص از طریق ادراکات حاصله است. به‌این ترتیب می‌توان فرآیند ادراکات عاطفی انسان و احساس زیبایی از یک مکان خاص را از طریق مفهوم هویت مکان، درگیری ذهن و عین مخاطب در آن مکان و شرایط شکل‌گیری حوزه معنایی حاصل از آن دنبال کرد. لذا در این پژوهش ابتدا از طریق مطالعات نظری شاخص در حوزه زیبایی‌شناسی محیط، مؤلفه‌هایی را به‌عنوان عامل اولیه مدنظر قرار می‌دهد و سپس با ارزیابی مؤلفه‌ها نتیجه ترجیحات افراد را با مفهوم هویت هر مکان به‌عنوان یک ویژگی و عامل ثانویه تحلیل می‌کند.

### تجربه و زیبایی‌شناسی در محیط

چارچوب‌های تئوریک ادراک محیطی رویکردهایی اساسی‌اند که تجربه‌ی زیبایی‌شناسی را وابسته به ادراک محیطی می‌دانند. این مکاتب فکری بر اساس شرایط درک زیبایی محیط و عوامل ادراکی یا غیر ادراکی تأثیرگذار بر تجربه بنا نهاده شده‌اند.

دیدگاه یکپارچه‌گرایی، بر تجربه‌ی ادراکی محیط مبتنی بر دانش عمومی و شرایط فرهنگی/اجتماعی ادراک‌کننده تأکید می‌کند. در این نگرش، تجربه‌ی زیبایی‌شناسی محیطی با دانش و معرفت نسبت به محیطی که باید درک و تحسین شود، هدایت می‌شود و غالب کیفیات ادراکی، کامل و وابسته به هم بوده و به‌طور هم‌زمان رخ می‌دهند و تجربه زیبایی‌شناسی محیطی تحت تأثیر عوامل متعددی مانند تاریخ، فرهنگ، طبقه اجتماعی، شخصیت و چگونگی استفاده از محیط قرار دارد (کارلسون، ۲۰۰۹: ۱۷).

رویکرد تعامل زیبایی‌شناسی که نگرشی غیرشناختی و یکپارچه است، بر تأثیر تعاملی و هم‌زمان فعالیت‌های حسی و ادراکی در ایجاد تجربه‌ی زیبایی‌شناسی فعال و پیوسته تأکید می‌کند. این تئوری به تعامل یکپارچه‌ی انسان و محیط (کالبدی، اجتماعی، طبیعی و غیره) معتقد است و به‌عنوان اساس پدیدارشناسی در زمینه ارتباط میان محیط و انسان معرفی شده است. آرنولد برلینت، بنیان‌گذار این تفکر اظهار می‌کند که چشم‌پوشی از درگیر شدن با مفاهیم متضاد عین/ذهن به هنگام درک زیبایی‌شناسی و کم کردن فاصله میان ادراک‌کننده و پدیده قابل درک از طریق برقراری پیوند کامل و چندحسی با آن پدیده، نقطه قوت این تئوری است (برلینت، ۲۰۱۳: ۱). مفهوم «مشارکت زیبایی‌شناسی» برلینت، نشان‌دهنده‌ی جای گرفتن انسان و مشارکت فعال او در تجربه ادراکی است که مشخصه آن عمل یا فعالیت متقابل تجربی است. چنین درکی، تجربه‌ای از حضور انسان است که به‌صورت ضمنی یا آشکار مشارکتی است و آگاهی بدنی را با حرکت واقعی از میان فضاها نشان می‌دهد. زمانی که تداوم ادراک در درک زیبایی‌شناسی محوریت می‌یابد، مسئله قضاوت زیبایی‌شناسی نیز تغییر می‌کند. به‌جای دوگانگی بیننده/فضا، در یک موقعیت به عنوان «میدان زیبایی‌شناسی» قرار می‌گیرند که مشخصه آن درک فعالانه و مشارکتی انسان در محیط است. هر فرد ادراک‌کننده در این موقعیت نقشی ایفاء می‌کند، نه تنها از طریق فعالیت ادراکی، بلکه با ابعاد غیرقابل مشاهده همچون تجربه، حافظه، دانش و غیره؛ یعنی بازه‌ی کل عوامل فردی و فرهنگی که به تجربه حسی فعال انسان به‌صورت آگاهانه یا ناآگاهانه رنگ می‌دهند؛ اما زمان، تجربه و تفاوت‌های فردی، تفاوت‌های غیرقابل کاستنی را ایجاد می‌کنند و از آنجاکه هیچ دو مکانی دقیقاً شبیه نیستند،

قضاوت در خصوص آن‌ها به‌ندرت یکسان خواهد بود؛ بنابراین از دیدگاه تجربی، تنوع قضاوت زیبایی‌شناسی یک نقص نیست؛ بلکه فقط شرایط پویای تجربه قابل‌درک را بازتاب می‌دهد (برلینت، ۲۰۱۰: ۳۳۴).

به اعتقاد برلینت، ادراکات چندحسی، توانمندی‌هایی را برای شناسایی و بهبود تجربه‌ی زیبایی‌شناسی محیط از طریق مشارکت کالبدی ارائه می‌دهد. چنین مشارکت فعالانه در محیط، ادراک زیبایی‌شناسی انسان از فضا، جرم، چگالی، نیرو و جهت‌یابی را تغییر می‌دهد؛ به‌ویژه زمانی که به‌عنوان تجربه‌های حسی مستقیم درک می‌شوند. بدین‌معنا که حس‌های کلی بدن فعال هستند: آگاهی حس لامسه‌ای، هوشیاری حرکتی، ادراک تنی از فضا، جرم، حرکت و جهت‌یابی که هم به‌صورت فیزیکی و هم به‌صورت بصری به دست می‌آیند. چراکه محیط گسترده‌ترین و به لحاظ ادراکی فراگیرترین بافت انسانی است و ماهیت کلی و ضمنی تجربه را از این طریق شکل می‌دهد؛ بنابراین ادراک محیطی همه حواس را درگیر می‌کند، نه به‌عنوان مسیرهای عینی، بلکه به‌صورت جابجایی حسی، با چندین برابر کردن «آگاهی حسی ترکیبی». از این‌رو ادراکات حسی، یک تجربه‌ی میدانی پیچیده و چندوجهی است؛ زمانی که چنین تجربه‌ای محیطی باشد، ماهیتی زیبایی‌شناسی به خود می‌گیرد که در آن آگاهی حسی در کانون توجه قرار می‌گیرد که منجر به شناسایی ماهیت زیبایی‌شناسی تجربه‌های محیطی می‌گردد (برلینت، ۲۰۱۴: ۵۵).

برلینت نظریه «تعامل زیبایی‌شناسی» را به یک مفهوم محوری در زیبایی‌شناسی تبدیل کرد که جایگزین مفهوم بی‌غرضی (اصل بی‌طرفی کانت) شد. تعامل زیبایی‌شناسی بر ویژگی‌های جامع و زمینه‌ای ادراک زیبایی تأکید دارد. این تعامل شامل مشارکت فعال در فرآیندهای ادراکی همچون فعالیت فیزیکی و یا تعامل ادراکی خلاقانه در محیط است. همچنین تعامل زیبایی‌شناسی، زیبایی را به ریشه لغت‌شناختی آن با تأکید بر حس اولیه ادراک از تجربه حسی نسبت می‌دهد. ادراک به‌خودی‌خود برای تشخیص فعالیت متقابل همه احساسات از جمله حواس حرکتی و جسمانی باز پیکربندی می‌شود. به‌این‌ترتیب کنش‌های پیوسته به ابعاد فرآیند زیبایی‌شناسی تبدیل شده و از این‌رو تجربه ادراکی به شکلی فعال و مستقیم درک می‌شود؛ بنابراین این تئوری بیان می‌کند که ارزش زیبایی یک ویژگی برجسته در فرآیند متقابل و دوسویه‌ی مشارکت ادراکی بین ادراک‌کننده و محیط است (برلینت، ۲۰۱۳: ۱).



### مؤلفه‌های مؤثر در شکل‌گیری تجربه‌ی زیبایی‌شناسی معماری

با توجه به توضیحات فوق ادراک زیبایی بستگی به فعالیت‌های ضمنی و درونی تحریک‌شده دارد که شامل تجربیات عاطفی و پردازش ارزیابی‌ها و نیز عوامل مرتبط با زمینه است که توسط انواع مختلفی از محرک‌های محیطی فعال می‌گردند. در حقیقت واکنش‌های عاطفی را می‌توان با ترجیحات عاطفی ارزیابی کرد که به‌عنوان واکنش‌های قابل ارزیابی و معنای تجربه‌مند فرد نسبت به محیط در نظر گرفته می‌شوند.

لذا مؤلفه‌هایی که جزء اساسی ساختار شکل‌دهنده به تجربه انسان از زیبایی هستند و از طریق پاسخ‌های حسی در فضا فعال‌سازی می‌شوند و در صورت پردازش عاطفی مثبت، تجربه زیبایی‌شناسانه را شکل می‌دهند، عبارت‌اند از: ۱- مؤلفه‌ی ادراکی که اشاره به ساختار محرک‌ها (عناصر فضا) دارد و منعکس‌کننده ابعادی نظیر هماهنگی، رنگ، بافت، ریتم، نظم، تعادل و غیره در ترکیب معمارانه است و به‌عنوان مجموعه‌ای غنی از کیفیت‌های ادراکی درک می‌شوند (بل، ۱۳۹۲). ۲- مؤلفه‌ی انگیزشی که متشکل از حالات حسی یا تمایلات عملی آمادگی برای رفتار در فضاست (راسل و محراییان، ۱۹۷۸: ۳۵۵). ۳- مؤلفه‌ی حسی-حرکتی که متشکل از پاسخ‌های فیزیولوژیک انسان به فضاست و بعد تعاملی که منعکس‌کننده قابلیت‌های منتج از تجربه معماری است را فعال می‌سازد و شامل حواس چندگانه می‌شود، همچون جهت، جاذبه، تعادل، پایداری، حرکت، استمرار، پیوستگی، مقیاس و غیره (برلینت، ۲۰۱۳: ۱). ۴- مؤلفه‌ی شناختی که اشاره به محتوا، معنا و زمینه اثر معماری دارد (کارلسون، ۲۰۰۰: ۷۸) و معیارهای مرتبط با این گروه از مؤلفه‌ها به‌طور مستقیم بحث هویت‌مندی مکان را مورد توجه قرار می‌دهد. ۵- مؤلفه‌ی هیجانی که موسوم به تجربه عاطفی است و منعکس‌کننده هیجانات مثبت یا منفی از حیث اثرات آن بر مخاطب فضاست (راسل و محراییان، ۱۹۷۸: ۳۵۵). ۶- مؤلفه‌ی رفتاری که شامل رفتار بیانی و کنش ارادی فعال از جمله نزدیکی یا اجتناب در فضا است (کاپلان و کاپلان، ۱۹۸۹: ۴۹؛ وارتانیان و همکاران، ۲۰۱۳: ۴۴۶؛ وارتانیان و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۰).

بر اساس هدف مقاله‌ی حاضر جهت دستیابی به معیارهای قابل برداشت برای مؤلفه‌های مذکور، در بررسی مطالعات ترجیحات زیبایی‌شناسی به شاخص‌ترین نظریه‌های مطرح در این حوزه رجوع شد و مهم‌ترین معیارهای فضایی مرتبط با هر مؤلفه که از بار مفهومی مشترکی برخوردار بودند و نقشی اصلی‌تر را در تئوری‌ها مشخص می‌کردند، برگزیده شدند و به مؤلفه‌ی مربوطه مرتبط گردیدند تا این امکان صورت پذیرد که با خوانش مؤلفه‌های تجربه زیبایی‌شناسی و سنجش معیارهای مربوط



به آن‌ها، بتوان به ارزیابی عاطفی افراد که تحت تأثیر هویت‌مندی مکان است، دست یافت (جدول ۱).

جدول شماره ۱: مؤلفه‌های مؤثر در شکل‌گیری تجربه زیبایی‌شناسی معماری و معیارهای وابسته (نگارنده)

مؤلفه‌های تجربه زیبایی‌شناسی معماری	ویژگی‌ها	معیارها	معیارهای قابل استناد در تئوری‌های ترجیحات محیط
مؤلفه‌ی ادراکی	ویژگی‌ها و خصوصیات مورفولوژیک، ساختاری و پیکربندی ساختمان همچون: تناسب، ریتم، مقیاس، رنگ، نور، سایه، سلسله‌مراتب، نظام هندسی/ فضایی، روابط مکانی و غیره که به تجربیات ادراکی منجر می‌شود.	- پیچیدگی (تنوع، غنای الگوها، تجانس، تباین، بی‌نظمی، غنای بصری، میزان اطلاعات، ترکیب عناصر) - انسجام (یگانگی، نظم، توالی، شفافیت، وحدت، سازمان‌یافتگی)	۱. تئوری کاپلان‌ها (۱۹۸۹) ۲. مطالعات بل (۱۳۹۲) ۳. نسر (۱۹۹۸) ۴. هرزوغ (۱۹۹۲)
مؤلفه‌ی انگیزشی	مجموع متغیرهای محیطی که تأثیرات آن‌ها به فعالیت ذهنی انسان و جهت‌دار کردن احساس و رفتار او منجر می‌شود.	- تازگی (جدید بودن، منحصر به فردی) - تضاد (ناهمخوانی) - ابهام (پیچیدگی) - شگفتی (تهییج و برانگیختگی)	۲. مدل دوار ترکیبی عاطفه، راسل و محراییان (۱۹۷۸)
مؤلفه‌ی حسی-حرکتی	خصوصیاتی که از طریق ادراک حواس چندگانه و القاء احساس حرکتی (همچون جهت، جاذبه، تعادل، حرکت، استمرار، پیوستگی و غیره)، سبب ایجاد حس اکتشاف و کنجکاوی فضایی می‌گردند.	- خوانایی - کشودگی و باز بودن، شفافیت، وضوح، نفوذپذیری بصری/حرکتی، تداوم و پیوستگی - راز (اکتشاف و کنجکاوی) - غوطه‌وری (غنای حسی) - تعامل پویا	۱. تئوری برلینت (۲۰۱۰) ۲. تئوری کاپلان‌ها (۱۹۸۹) ۳. کالن (۱۹۶۱) ۴. هرزوغ (۱۹۹۲)
مؤلفه‌ی شناختی	تجربه ادراکی بر دانش ادراک کننده تأکید می‌کند و تحت‌تأثیر عوامل متعددی همچون معنا، حافظه، تاریخ، فرهنگ، طبقه اجتماعی، ویژگی‌های فردی، تجربه قبلی، علاقه، سلیقه و غیره بر قضاوت‌های زیبایی‌شناسی فرد تأثیر می‌گذارد.	- آشنایی (سبک، آرکی‌تایپی) - معنا (نشانه، نماد و ...) - آگاهی (اهمیت تاریخی، سنتی، هویت‌مندی) - تجربه قبلی (انگیزش تداعی و خاطره‌انگیزی)	۱. کارلسون (۲۰۰۹) ۲. تئوری ارزیابی شناختی نسر (۱۹۹۴) ۳. راپاپورت (۱۹۸۲) ۴. هرزوغ (۱۹۹۲)



<p>۱. مدل دوار ترکیبی عاطفه، راسل و محرابیان (۱۹۷۸) ۲. اولریچ (۱۹۸۳)</p>	<p>– شاخص‌های عاطفه مثبت: لذت، خوشایندی، شادابی، مطلوبیت، دلپذیری و غیره</p>	<p>پردازش عاطفی مثبت که از طریق ارزیابی هیجانی مکان به شکل احساسات زیبایی‌شناسی به وقوع می‌پیوندد. افراد به محرک‌ها یا شرایط به شیوه‌های مختلف (نه به یک شیوه ثابت) به صورت هیجانی پاسخ می‌دهند.</p>	<p>مؤلفه‌ی هیجانی</p>
<p>۱. تئوری کاپلان‌ها (متأثر از نظریه بقاء اپلتون ۱۹۸۷) ۲. تئوری وارثان و همکاران (۲۰۱۳، ۲۰۱۵) ۳. کالن (۱۹۶۱) ۴. گیسون (۱۹۸۶)</p>	<p>– نزدیکی – اجتناب (تمایل به پایان دادن، گسترش یا تکرار قرار گرفتن در معرض فضای معماری) – ماندگاری در فضا (میزان طول زمان سپری شده در فضا) – قابلیت (دعوت‌کنندگی) – کارایی (تمایل به انجام فعالیت)</p>	<p>خصوصیاتی که از طریق پتانسیل‌های برانگیختگی فضایی سبب ایجاد تمایلات عملی انسان در محیط می‌گردند. انگیزه نزدیکی به معنی تمایل برای نزدیکی به محرک و انگیزه اجتناب تمایل برای دوری از محرک است.</p>	<p>مؤلفه‌ی رفتاری</p>

### تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق

جهت انتخاب نوع ساختمان موردپژوهی چند عامل اصلی در نظر گرفته شد: ۱- ساختمان بایستی تحت مقوله عمومی قرار گیرد که امکان دسترسی به عموم افراد جهت حضور در بنا را بدهد. ۲- باید تحت نوع خاصی کاربری قرار گیرد که از اهمیت کارکردی زیادی برای نسل فعلی برخوردار باشد. ۳- دسترسی به طیف گسترده‌ای از نمونه‌های نوع ساختمانی از حیث تغییرات در سبک معماری، موقعیت و دوره زمانی را شامل شود. این امر محقق را قادر می‌سازد تا تأثیری را بسنجد که ممکن است فرهنگ یا دوره زمانی خاص در احساس هویت‌مندی یک مکان داشته باشد. به دلیل مطابقت با موارد فوق بناهای فرهنگی شهر تهران انتخاب شدند.

در این مرحله پژوهشگر وارد تحلیل میدانی در دو مقیاس شد: ۱- مقیاس جزءنگر که شامل حضور در مکان و برداشت تحلیلی از عناصر کالبدی و ویژگی‌های فضایی مکان‌ها از طریق پیمایش و استفاده از ابزار عکس‌برداری و یادداشت‌برداری بود. ۲- مقیاس کل‌نگر که نتیجه تحلیل برداشت جزءنگر بود، بدین طریق به خوانش ویژگی‌های چند نمونه از ساختمان‌های فرهنگی پرداخته شد. بر این اساس چند ساختمان شاخص شهر تهران که پتانسیل اثرگذاری بر تجربه‌ی کاربر از حیث احساس

متفاوت از هویت‌مندی مکان را داشتند، توسط دو متخصص انتخاب شدند؛ و در نهایت سه ساختمان که از نظر ویژگی‌های ریخت‌شناسی، سبک، زمان ساخت و جزئیات معماری متنوع بودند، انتخاب گردیدند که عبارت‌اند از: ۱- تئاترشهر ۲- فرهنگسرای نیاوران و ۳- پردیس سینمایی ملت.

هدف پژوهش واکاوی تجربیات زیبایی‌شناسانه عموم افراد (غیر از معماران و متخصصین) بود. در همین راستا ۴۰ نفر زن با رده سنی ۳۰ تا ۴۵ سال با تحصیلات در مقطع کارشناسی به بالا، به‌طور داوطلبانه به شرکت در انجام این پیمایش تمایل پیدا کردند و در مجموع ۱۲۰ پرسشنامه در بازدید حضوری از سه ساختمان تکمیل شد. بدین ترتیب که پس از توضیحات اولیه از روش انجام پژوهش از شرکت‌کننده‌ها خواسته شد از هر سه ساختمان به‌طور پیوسته و متوالی در یک روز بازدید کنند. دیدگاه این شیوه، ایجاد تغییر از چشم‌انداز بررسی منفعلی فضا به سمت کشف فعال بود که نتیجتاً به خلق تجربه‌ای چندوجهی از فضا منجر می‌گردد. لذا بازدیدها در طی چندین مرحله مکرر انجام شد؛ بدین معنا که در هر بار بازدید ۵-۶ نفر مشارکت داشتند. زمانی که افراد بازدید از هر ساختمان را به اتمام می‌رساندند، پرسشنامه محقق ساخته به‌صورت جداگانه در هر ساختمان تکمیل می‌شد. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها در انتهای بازدید، افراد فرم رتبه‌بندی ترجیحات را تکمیل کردند.

در پرسشنامه برای سنجش تأثیر معیارها و مؤلفه‌های موردنظر بر ترجیحات از تکنیک مقیاس لیکرت استفاده شد. لذا به‌منظور افزایش روایی محتوایی، پرسش‌ها توسط دو متخصص، موردبررسی قرار گرفت و با دریافت نظرات متخصصان در مورد مفاهیم و پرسش‌های تدوین‌شده روایی آن‌ها کنترل گردید و سپس برای کنترل اعتماد یا پایایی سؤالات پرسشنامه ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد ( $\alpha=0/72$ ) که نشان‌دهنده پایایی پرسشنامه و همبستگی درونی پرسش‌ها بود.

ابتدا فرم‌های نظرسنجی ترجیحات موردبررسی قرار گرفتند و مطابق آمار توصیفی و بر طبق نظرسنجی‌ها، ۷۸/۶ درصد آراء ارزیابی، تئاترشهر را به‌عنوان بنای اول و ۶۳/۹ درصد آراء، فرهنگسرای نیاوران را به‌عنوان بنای دوم و ۵۶/۵ درصد آراء پردیس سینمایی ملت را به‌عنوان بنای سوم ترجیح دادند. پس از بررسی نظرسنجی‌ها و روشن شدن ترجیحات افراد، به تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ها پرداخته شد. در این راستا، ابتدا میانگین هر مؤلفه از مکان بازدید محاسبه شد و برای مقایسه میانگین‌ها از تحلیل واریانس استفاده گردید. در این روش سعی بر این بود که اختلاف بین جامعه آماری در



بازدید از ساختمان‌های مختلف ارزیابی شود، لذا با توجه به پراکندگی کل داده‌ها، تجزیه واریانس در این روش امکان‌پذیر بود. به این ترتیب می‌توان برابر بودن میانگین را بین گروه‌های مختلف آزمود. یکی از پیش‌فرض‌های انجام تحلیل واریانس، نرمال بودن توزیع داده‌های متغیرهاست که این پیش‌فرض با آزمون کشیدگی و پراکندگی مورد بررسی قرار گرفت. همچنین برای بررسی رابطه و تأثیر متغیرها بر یکدیگر از آزمون رگرسیون خطی استفاده شد که در تحلیل رگرسیون خطی، تأثیر خطی متغیر یا متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، مورد آزمون قرار گرفت.

برای بررسی وضعیت هر مؤلفه و مجموع آن‌ها در سه ساختمان، ابتدا میانگین پاسخ‌های داده شده از طرف پاسخگویان برای هر یک از مؤلفه‌ها مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج آن به ترتیب زیر گزارش شده است (جدول ۲).

جدول شماره ۲: میانگین هر یک از مؤلفه‌ها و مجموع آن‌ها در ساختمان

مؤلفه‌ها	تئاتر شهر	فرهنگسرای نیاوران	سینما ملت
میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار	میانگین انحراف معیار
انگیزشی	۰/۸۵۱	۳/۱۴۲	۳/۲۸۵
شناختی	۰/۷۲۶	۳/۵۰۰	۳/۰۷۱
ادراکی	۰/۴۱۱	۳/۳۹۲	۳/۳۹۲
حسی - حرکتی	۰/۴۲۵	۳/۶۷۸	۳/۶۰۷
رفتاری	۰/۶۴۷	۳/۳۳۹	۳/۵۳۵
هیجانی	۰/۲۸۵	۳/۹۱۰	۳/۶۷۸
مجموع	۰/۴۸۲	۳/۴۱۰	۳/۳۷۸

یافته‌ها نشان دادند که بالاترین میانگین پاسخ‌ها در تئاتر شهر به ترتیب متعلق به ۱- مؤلفه‌های هیجانی، ۲- مؤلفه‌های ادراکی، ۳- مؤلفه‌های انگیزشی، ۴- مؤلفه‌های شناختی، ۵- مؤلفه‌های رفتاری، ۶- مؤلفه‌های حسی- حرکتی است. در فرهنگسرای نیاوران به ترتیب ۱- مؤلفه‌های هیجانی، ۲- مؤلفه‌های حسی- حرکتی، ۳- مؤلفه‌های شناختی، ۴- مؤلفه‌های ادراکی، ۵- مؤلفه‌های رفتاری و ۶- مؤلفه‌های انگیزشی است و در پردیس سینما ملت به ترتیب ۱- مؤلفه‌های هیجانی، ۲- مؤلفه‌های حسی- حرکتی، ۳- مؤلفه‌های رفتاری، ۴- مؤلفه‌های ادراکی، ۵- مؤلفه‌های انگیزشی و ۶- مؤلفه‌های شناختی است.

با توجه به مجموع میانگین مؤلفه‌ها در هر ساختمان، به ترتیب بالاترین مجموع میانگین مربوط به ۱- تئاتر شهر (۴/۳۷۱)، ۲- فرهنگسرای نیاوران (۳/۴۱۰) و ۳- پردیس سینمایی ملت (۳/۳۷۸) است و ارتباط مجموع مؤلفه‌ها با ترجیحات زیبایی‌شناسی افراد

مورد توجه است؛ به طوری که این موضوع ارتباط میانگین مجموعه مؤلفه‌ها و ترجیحات زیبایی‌شناسی را نشان می‌دهد.

از مهم‌ترین پیش‌فرض‌ها برای استفاده از آزمون‌های آمار پارامتریک، نرمال بودن توزیع داده‌های متغیرهای تحقیق است. لذا توزیع داده‌های متغیرهای تحقیق به صورت نرمال توزیع شده‌اند؛ زیرا پراکندگی‌ها بین بازه ۲- و ۲+ است. برای بررسی وجود تفاوت، معناداری بین مؤلفه‌ها از تحلیل واریانس استفاده شد (جدول ۳).

جدول شماره ۳: بررسی پیش‌فرض نرمال بودن توزیع داده‌ها

مؤلفه‌ها	پراکندگی	کشیدگی
انگیزشی	۰/۶۲۷	-۰/۴۹۷
شناختی	۰/۴۰۴	-۰/۹۶۲
ادراکی	-۰/۰۸۸	-۱/۰۳۲
حسی- حرکتی	-۰/۳۰۳	-۰/۲۸۱
رفتاری	۰/۱۹۶	-۰/۷۴۷
هیجانی	-۰/۹۴۶	۰/۴۲۲

نتایج نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد و میزان نقطه بحرانی کمتر از ۰/۰۵، میزان آماره برای مؤلفه‌ی ادراکی ( $F=20/62$ )، مؤلفه‌ی انگیزشی ( $F=7/97$ )، مؤلفه‌ی حسی- حرکتی ( $F=5/172$ )، مؤلفه‌ی شناختی ( $F=6/22$ )، مؤلفه‌ی رفتاری ( $F=9/14$ )، مؤلفه‌ی هیجانی ( $F=12/34$ ) لذا همه مؤلفه‌ها در سه مکان مورد بازدید از دیدگاه افراد متفاوت است و تفاوت، معناداری را نشان می‌دهند.

برای بررسی تأثیر مجموع مؤلفه‌ها بر تجربه بازدیدکنندگان از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است. انجام این آزمون نیازمند پیش‌فرض‌هایی از جمله نرمال بودن توزیع داده‌هاست که توزیع داده‌های متغیرها به صورت نرمال بود؛ بنابراین بررسی تأثیر مجموع مؤلفه‌ها در هر سه ساختمان به‌طور جداگانه انجام گرفت. در تئاتر شهر، مجموع مؤلفه‌ها ۲۷/۲ درصد، فرهنگسرای نیاوران، ۸۵/۱ درصد و در پردیس ملت، ۶۹/۸ درصد متغیر تجربه افراد را پیش‌بینی می‌کنند و سایر تغییرات مربوط به متغیرهای دیگر است که در مدل در نظر گرفته نشده است. لذا مجموع مؤلفه‌ها در تئاتر شهر، فرهنگسرای نیاوران و پردیس ملت، تأثیر مثبت و معناداری بر تجربه افراد دارند، زیرا در سطح اطمینان ۹۵ درصد نقطه بحرانی کمتر از ۰/۰۵، تئاتر شهر ( $p\text{-value}= 0.046$ )، فرهنگسرای نیاوران ( $p\text{-value}= 0.000$ ) و در پردیس ملت ( $p\text{-value}= 0.000$ ) است.



نتایج حاصل از بررسی شاخص‌های پراکندگی (میانگین و انحراف معیار) متغیرها در هر ساختمان از تجربه افراد از بازدیدها به شرح ذیل است (جدول ۴).

جدول شماره ۴: بررسی میانگین و انحراف معیار متغیرها

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
تنوع	۴/۷۱	۰/۸۲۵	۳/۳۵	۱/۰۰۸	۳/۱۴	۱/۱۶۷
انسجام	۴/۸۵	۰/۳۶۳	۴/۲۸	۰/۸۲۵	۴/۱۴	۰/۵۳۴
غنای بصری	۴/۲۱	۰/۸۹۲	۳/۰۷	۱/۱۴۱	۲/۷۸	۱/۱۲۱
مقیاس و اندازه	۴/۵۷	۰/۵۱۳	۲/۸۵	۱/۰۲۷	۳/۵۰	۰/۹۴۰
شگفتی	۴/۴۳	۰/۸۵۱	۳/۱۴	۱/۰۲۷	۳/۲۸	۰/۹۱۳
ادراک چندحسی	۴/۲۱	۱/۰۵۰	۳/۵۷	۱/۲۸۴	۳/۴۲	۱/۱۵۷
اکتشاف و کنجکاوی	۴/۲۸	۰/۸۲۵	۴/۳۶	۰/۷۴۵	۳/۷۱	۰/۸۲۵
خوانایی	۳/۸۶	۰/۸۶۴	۳/۱۴	۱/۲۹۲	۳/۷۱	۰/۸۲۴
غوطه‌وری حسی	۴/۵۰	۰/۶۵۰	۳/۶۴	۰/۸۴۲	۳/۵۷	۰/۷۶۰
آگاهی	۲/۷۸	۱/۳۱۱	۲/۲۸	۱/۲۰۴	۲/۵۷	۱/۵۰۴
قابلیت (دعوت‌کنندگی)	۴/۴۳	۰/۶۴۶	۳/۰۷	۱/۰۷۱	۳/۸۵	۱/۰۹
عملکرد	۴/۴۲	۰/۷۵۶	۳/۸۵	۰/۹۴۹	۴/۱	۰/۶۷۹
اجتناب- نزدیکی	۴/۴۲	۰/۶۴۶	۳/۳۶	۱/۰۸۱	۳/۵۱	۰/۹۴۰
جذابیت	۴/۵۷	۰/۵۱۳	۴/۰۷	۰/۶۱۶	۳/۸۵	۱/۰۱
احساسات	۴/۷۸	۰/۴۲۶	۳/۷۸	۰/۸۹۲	۳/۳۶	۱/۰۱
دوست داشتن	۴/۸۵	۰/۳۶۳	۳/۹۳	۰/۸۲۸	۳/۷۱	۰/۹۹۴
لذت بخشی	۴/۷۵	۰/۳۶۳	۳/۸۶	۰/۷۷۰	۳/۷۸	۰/۶۹۹

مطابق یافته‌ها در تجربه‌ی بازدید از تئاتر شهر، بیشترین میانگین به ترتیب متعلق به متغیرهای مربوط به ۱- «انسجام» و «دوست داشتن»، ۲- «احساسات»، ۳- «لذت بخشی»، ۴- «تنوع» است. در فرهنگسرای نیاوران: ۱- «اکتشاف و کنجکاوی»، ۲- «انسجام»، ۳- «جذابیت» و ۴- «دوست داشتن» است؛ و در پردیس سینما ملت: ۱- «انسجام»، ۲- «عملکرد»، ۳- «قابلیت» (دعوت‌کنندگی) و «جذابیت»، ۴- «لذت بخشی» است.

برای مقایسه معناداری متغیرها در سه ساختمان مورد بازدید در سطح اطمینان ۹۵ درصد و میزان نقطه بحرانی کمتر از ۰/۰۵ بین مکان‌های مورد بازدید از نظر متغیرهای تنوع ( $F=9/96$ )، انسجام ( $F=5/46$ )، غنای بصری ( $F=7/149$ ) مقیاس و اندازه

( $F=7/97$ )، شگفتی ( $F=1/79$ )، غوطه‌وری حسی ( $F=6/58$ ) قابلیت ( $F=7/028$ )، اجتناب و نزدیکی ( $F=5/749$ )، جذابیت ( $F=5/21$ )، احساسات ( $F=11/31$ )، دوست داشتن ( $F=8/57$ )، لذت‌بخشی ( $F=12/41$ ) تفاوت معناداری را نشان می‌دهند؛ اما بین مکان‌های مورد بازدید از نظر متغیرهای ادراک چندحسی ( $F=1/79$ ) اکتشاف و کنجکاوی ( $F=2/719$ )، خوانایی ( $F=1/936$ )، آگاهی ( $F=0/486$ ) و عملکرد ( $F=1/92$ ) تفاوت معناداری وجود ندارد.

### یافته‌های تحقیق

با توجه به تحلیل‌ها، مجموع میانگین مؤلفه‌ها در هر ساختمان، به ترتیب بالاترین مجموع میانگین مربوط به ۱-تئاتر شهر، ۲-فرهنگسرای نیاوران و ۳-پردیس سینمایی ملت است و این موضوع اهمیت ارتباط مجموع مؤلفه‌ها با ترجیحات افراد را که ناشی از تجربه واقعی فضاها، معماری بود را مورد توجه قرار می‌دهد. در نهایت بر طبق آزمون رگرسیون خطی، بررسی تأثیر مجموع مؤلفه‌ها بر تجربه بازدیدکنندگان نشان داد که مجموع مؤلفه‌ها در هر سه ساختمان، تأثیر مثبت و معناداری را بر تجربه‌ی افراد داشته است؛ زیرا در ساختمان تئاتر شهر که مجموعه مؤلفه‌ها و هر مؤلفه به‌طور جداگانه در آن بیشترین مقدار را نسبت به دو ساختمان دیگر کسب کرده بود، زیباتر تلقی شد. بر طبق یافته‌ها مؤلفه‌ها با اثرگذاری متفاوتی در هر ساختمان می‌توانند به‌منظور پیش‌بینی خوشایند بودن آن از منظر تجربه فرد مورد توجه قرار گیرند.

در ساختمان تئاتر شهر که به‌عنوان بنای اول انتخاب شد، هر کدام از مؤلفه‌های پیشنهادی در آن با بالاترین امتیاز در همه مؤلفه‌ها به‌عنوان بنای نخستین ارزیابی گردید و این مسئله اثرگذاری هر مؤلفه به‌تنهایی و مجموعه میانگین‌ها را در کل ترجیحات تأیید می‌کند که به بیشترین میزان تجربه‌ی زیبایی‌شناسی منجر شده است. آنچه در مقایسه هر سه ساختمان قابل توجه است، تأثیر مؤلفه‌ی شناختی به‌عنوان پارامتر چهارم در ساختمان تئاتر شهر و پارامتر سوم در ساختمان فرهنگسرای نیاوران و پارامتر آخر در پردیس سینما ملت است؛ که این موضوع اهمیت نقش معیارهای اثرگذار در احساس هویت‌مندی مکان از طریق مؤلفه‌ی شناختی را نشان می‌دهد که در ترجیحات زیبایی‌شناسی اثرگذار بوده است.

لذا مؤلفه‌های مؤثر بر ترجیحات زیبایی‌شناسی مطابق با ویژگی‌های خاص هر ساختمان به‌صورت متفاوتی برجسته می‌شوند و در هر ساختمان اهمیت هر کدام از



مؤلفه‌ها متغیر است. متها زمانی که این تجربه در بالاترین حد قرار می‌گیرد؛ حداکثر اثرگذاری همه مؤلفه‌ها روشن می‌گردد؛ لذا آنچه در ارتباط با هدف پژوهش روشن می‌گردد شدت اثرگذاری مؤلفه‌ی شناختی و مسئله هویت‌مندی نقش آن در اولویت ترجیحات زیبایی‌شناسی آثار بود.

از سوی دیگر در میان مؤلفه‌های مختلف واکنش‌های هیجانی افراد یعنی امتیاز مؤلفه‌های هیجانی ناظران نسبت به فضاها از سایر مؤلفه‌ها در هر سه ساختمان برجسته‌تر بود و بیشترین میانگین به مؤلفه‌ی هیجانی در هر سه ساختمان مربوط می‌شد. باید اذعان کرد که میزان اندازه میانگین این مؤلفه با ترجیحات زیبایی‌شناسی افراد ارتباط دارد، بدین معنا که به ترتیب ترجیحات زیبایی‌شناسی افراد و میزان اندازه میانگین مؤلفه‌ی هیجانی در هر ساختمان، ۱-تئاترشهر (۴/۷۶۸)، ۲-فرهنگسرای نیاوران (۳/۹۱۰) و ۳- پردیس سینما ملت (۳/۶۷۸)، به ترتیب از بیشترین تا کمترین است. این موضوعی است که در مرکز توجه مطالعه حاضر قرار گرفت که بین خصوصیات فرمی ادراکی فضاها و تأثیر هیجانی آن بر تجربیات زیبایی‌شناسی معماری ارتباط وجود دارد.

اما تحلیل‌های مرتبط با هر ساختمان نشان داد که در پس شدت تأثیر مؤلفه‌ی هیجانی، سایر مؤلفه‌های دیگر نقش اثرگذار متفاوتی داشته‌اند که می‌توان به چند نکته اشاره کرد: اول این که کاربران به‌طور هیجانی به مؤلفه‌های ادراکی یعنی ویژگی‌های مورفولوژیک معماری پاسخ داده‌اند و همان‌طور که تفاوت‌های معناداری در مؤلفه‌های ادراکی ساختمان‌ها تأیید شد، تحلیل‌ها نشان می‌دهند که در ساختمان تئاترشهر، مؤلفه‌های ادراکی (همچون مقیاس، ریتم، تکرار، تقارن، هماهنگی و انسجام و سایر موارد) بسیار گسترده‌تر از دو ساختمان دیگر وجود دارند و کاربران به‌طور متفاوتی به عوامل ادراکی این ساختمان پاسخ داده‌اند. بدین معنا که مؤلفه‌ی ادراکی به‌واسطه ویژگی‌های خاص معمارانه‌ی تئاترشهر، بیشترین تأثیر را بر ترجیحات افراد و ارزیابی‌ها داشته است و تأثیر و شدت این مؤلفه در دو ساختمان دیگر همچون ترجیح اول افراد نبود. این نتایج نشان می‌دهند که ویژگی‌های ادراکی از محرک‌های قوی تأثیر بر عوامل حسی و هیجانات کاربران در مقایسه با سایر مؤلفه‌های دیگر محسوب می‌شوند، چراکه این عوامل موجب تحریک احساسات و تجربه عاطفی حاصل از آن می‌گردند. در حقیقت کاربران محرک‌های هیجانی مختلفی را بر طبق طراحی عناصر معماری تجربه می‌کنند و مؤلفه‌ی ادراکی، تحت تأثیر مؤلفه‌ی شناختی عامل هیجان را تحریک می‌کند. دوم این که مؤلفه‌ی شناختی از عوامل مورد توجه بر تحریک مؤلفه‌ی هیجانی بود و



با توجه به تفاوت معناداری این مؤلفه در ساختمان‌ها تحلیل‌ها نشان دادند که مؤلفه‌های شناختی در دو ساختمان فرهنگسرای نیاوران و تئاترشهر به واسطه حضور عناصر شناختی از جمله نشانه‌های معماری ایرانی و نمادهای سنتی، تاریخی و آشنای ایرانی از عوامل اثرگذار بر ترجیحات بوده است. لذا این موضوع اهمیت موضوع هویت در ساختمان‌ها و نقش آن در ترجیحات زیبایی‌شناسانه را به خوبی نشان می‌دهد. چراکه این مؤلفه در پردیس سینمایی ملت که به عنوان ساختمانی مدرن نشانی از نماد هویت ایرانی ندارد، کمترین اثرگذاری را بر ارزیابی‌ها داشته است.

مورد سوم این‌که تفاوت معناداری در مؤلفه‌های انگیزشی در سه ساختمان نشان داده شد. پس می‌توان استدلال کرد که مؤلفه‌های انگیزشی از طریق محرک‌های محیطی در هر ساختمان به طور متفاوتی توسط کاربران ادراک شده است؛ یعنی عوامل انگیزشی در فضاهای معماری موجب تحریک هیجان‌ات و احساسات می‌گردند و ادراک این عوامل در هر ساختمان برای فرد متفاوت‌اند؛ بنابراین این مؤید استدلالی است که کاربران طیف وسیعی از احساسات زیبایی‌شناسانه را در هر فضای معماری حس می‌کنند که به طور متفاوتی در قالب عوامل انگیزشی ادراک می‌شوند که بر تجربه‌ی هیجانی فرد اثر گذارند و به ارزیابی‌ها ختم می‌گردند. به طوری که مؤلفه‌ی انگیزشی در ساختمان تئاترشهر بعد از مؤلفه‌ی ادراکی، مهم‌ترین مؤلفه‌ی تأثیرگذار بر تجربه زیبایی‌شناسانه بود. درحالی‌که در دو ساختمان دیگر به عنوان مؤلفه‌ی اثرگذار در ترتیب‌های آخر قرار دارد؛ اما نکته موردتوجه این است که کاربران به طور متفاوتی به عوامل انگیزشی پاسخ داده‌اند. این نتایج می‌تواند بیان کند که عوامل انگیزشی به طور کلی از توجه خودآگاه کاربر پنهان هستند. به نظر می‌رسد که این عوامل چنان‌که باید ظاهر نمی‌شوند، بلکه به صورت پنهان بر تحریک هیجان‌ات کاربران اثر گذارند تا ترجیحات را تحت تأثیر قرار دهند. در حقیقت این گونه مؤلفه‌ها اثرگذاری درونی بر سایر مؤلفه‌ها و در نتیجه ارزیابی‌ها را دارند؛ اما اثرگذاری مؤلفه‌های ادراکی و شناختی به صورت آشکارتر در ارزیابی فرد مشخص می‌شوند همان‌طور که بیان شد مؤلفه‌های شناختی شامل معیارهای اصلی مؤثر بر هویت‌مندی مکان محسوب می‌شوند.

می‌توان استدلال کرد که ارزیابی عاطفی افراد از طریق مؤلفه‌های هیجانی در یک فضا به دو بعد اصلی: ۱-حالات هیجانی و ۲-مبادله هیجانی، قابل تقسیم‌بندی است. بدین معنا که حالت هیجانی مربوط به احساس و تجربه کاربر است که مؤلفه‌های ادراکی، شناختی و انگیزشی در آن نقش دارند؛ اما مبادله‌ی هیجانی بر تعامل کاربر و تجربه‌ی فضایی حاصل از



آن تأکید دارد؛ لذا در اینجا نقش مؤلفه‌ی حسی-حرکتی و مؤلفه‌ی رفتاری به‌عنوان عامل مؤثر بر مبادله‌ی هیجانی و ارزیابی حاصل از آن روشن می‌گردد. در حقیقت مبادله‌ی هیجانی، شامل الگوهای هیجانی به‌صورت یک الگوی تعاملی است و امیال کاربردی را به‌صورت یک حالت هیجانی بر طبق تمایلات عملی فرض می‌کند، تمایل برای اجتناب یا نزدیکی دوباره به محرک، یکی از ابعاد اساسی هیجان در نظر گرفته می‌شود.

در همین راستا باید گفت که مؤلفه‌ی حسی-حرکتی به‌طور یکسان در هر دو ساختمان فرهنگسرای نیاوران به‌واسطه‌ی بداعت طراحی در سازمان‌دهی دسترسی‌های فضایی و همچنین در پردیس سینمایی ملت، به علت وجود رمپ و شیب‌راه‌های متقارن، بیشترین تأثیر را بر تجربه و ارزیابی افراد داشته است. به‌طوری‌که مؤلفه‌ی حسی-حرکتی در این دو ساختمان به‌طور یکسان، بعد از مؤلفه‌ی هیجانی بیشترین امتیاز را کسب کرد. اگرچه امتیاز این مؤلفه در تئاترشهر همچنان از دو بنای دیگر بیشتر است؛ اما اولویت آن در ارزیابی افراد متفاوت بود. لذا این نتایج نقش اثرگذاری مؤلفه‌ی حسی-حرکتی را در مبادله هیجانی و ارزیابی‌ها نشان می‌دهد. همچنین در مورد مؤلفه‌ی رفتاری نیز لازم به توضیح است؛ که در پردیس سینمایی ملت، این مؤلفه بیشترین اثرگذاری را بر ارزیابی‌ها داشت و مطابق با نظر بازدیدکنندگان مهم‌ترین وجه ساختمان، تناسب کاربری آن به‌عنوان سینما بود. این مؤلفه در دو ساختمان دیگر نیز به‌طور یکسان بر وجوه رفتاری مخاطب اثرگذار بود؛ اما در ساختمان تئاترشهر نسبت به دو ساختمان دیگر مؤلفه‌ی رفتاری بیشترین امتیاز را نسبت به دو ساختمان دیگر کسب کرد؛ اما اولویت این مؤلفه در ارزیابی افراد نسبت به سایر مؤلفه‌ها متفاوت بود.

در نتیجه می‌توان گفت؛ مؤلفه‌ی تبیین‌کننده ارزیابی عاطفی کاربران از طریق مؤلفه‌های هیجانی به دو بعد اصلی: ۱- حالات هیجانی و ۲- مبادله هیجانی، قابل تقسیم‌بندی است. حالت هیجانی که تجربه عاطفی و احساسی کاربر را شامل می‌شود و از طریق مؤلفه‌های ادراکی، شناختی و انگیزشی تبیین می‌گردد که بیشترین ارتباط را با احساس هویت‌مندی آثار معماری نشان می‌دهند. مبادله هیجانی نیز مبتنی بر تعامل کاربر و تجربه فضایی اوست که نقش مؤلفه‌های حسی-حرکتی و رفتاری را به‌عنوان عامل مؤثر بر تعامل هیجانی و ارزیابی عاطفی حاصل از آن را معین می‌کند که به‌صورت غیرمستقیم تحت تأثیر مؤلفه‌های شناختی (نماد هویت، ریشه در سنت، نشانه فرهنگی و...) بر شدت ترجیحات زیبایی‌شناسی فضا مؤثر هستند. در حقیقت دو بعد اصلی مؤلفه‌ی هیجانی یعنی حالت هیجانی و مبادله‌ی هیجانی و مؤلفه‌های اثرگذار بر هر کدام از این

ابعاد، تبیین‌کننده‌ی ارزیابی عاطفی کاربران از طریق احساس هویت‌مندی مکان هستند؛ که در هر ساختمان مطابق با ویژگی‌های مورفولوژیک و پیکربندی آن به صورت متفاوتی در تجربه فرد شدت می‌یابند.

### بحث و نتیجه‌گیری

لازمه اصلی یک رویکرد تجربی در زیبایی‌شناسی آثار معماری، ارائه الگوهای تحلیلی کلی از فضا است که به ابعاد اصلی تجربه فرد و هویت یک مکان ارتباط دارند و امکان مقایسه ارزیابی افراد از طریق مجموعه مؤلفه‌های ادراکی، انگیزشی، حسی-حرکتی، شناختی، رفتاری و هیجانی را فراهم می‌سازد. این مجموعه‌ی مؤلفه‌ها نسبت به ادراک، احساس و عمل توسعه یافته‌اند و از طریق معیارهای کلیدی مرتبط با هر کدام از آن در وضعیتی به هم پیوسته و تعاملی قرار دارند. این تجربه شامل تمام قوای شناختی و هیجانی انسان است که از تعامل کارکردی هم‌زمان مجموع مؤلفه‌ها شکل می‌گیرد؛ اما نکته مورد توجه در خوانش این مؤلفه‌ها، درک محرک‌های محیطی در ایجاد هیجان و احساسات زیبایی‌شناسانه‌ی افراد از طریق احساس هویت‌مندی در مکان است، به طوری که این نوع از تجربه‌ی هیجانی ناشی از ارزیابی‌های زیبایی‌شناسانه را می‌توان در تعامل با فضا به شکلی معنادار از مفهوم هویت تفسیر کرد.

لذا تجربه‌ی زیبایی‌شناسی قادر به حل ابعاد کیفی احساسات اولیه از طریق مکان است که به نوبه خود ساختارهای ارزیابی پیچیده‌ای را می‌سازند. احساسات زیبایی‌شناسی، دارای ابعاد چندگانه هستند و این مسئله به ویژگی پویای ارزیابی فرد از مکان بستگی دارد. این نشان می‌دهد که احساس خوشایندی و هیجانات انسان برآمده از ویژگی‌های خاص هر اثر معماری از طریق ایجاد تحریک و انگیزش است و این حالات عاطفی و شناختی هر کدام به شیوه‌ای متفاوت و مستقل و در راستای هم تجربه می‌شوند. لذا پاسخ زیبایی‌شناسی دریافت شده در این پژوهش اشاره به واکنش‌های شگفت‌انگیز ذهنی به مفهوم ارزیابی عاطفی، کالبدی و رفتاری دارد که ناشی از عوامل زیبایی‌شناسی محرک‌های آشنا و هویت‌بخش است.

بر این مبنا چند موضوع اصلی در ارتباط با هر کدام از مؤلفه‌ها مورد تأکید است که عبارت‌اند از:

- ابعاد زیبایی‌شناسی به عنوان یک پتانسیل در کل ساختار فیزیکی/فضایی هر اثر معماری وجود دارد و این ابعاد تنها زمانی بروز می‌یابد که انسان، معماری را



به عنوان یک واقعیت پویا از طریق تجربه‌ای ذهنی ادراک کند و این ادراک، بافت بالقوه و ویژگی‌های زیبایی‌شناسی هر اثر معماری را مشخص می‌نماید. پس حصول این نوع از تجربه منتج از شخصیت پویای فضا است که برای تحقق کیفیت‌های زیبایی‌شناسانه بالقوه در هر ساختمان «مؤلفه‌های ادراکی» متفاوتی را برجسته می‌سازد. لذا هر قدر که مؤلفه‌ی ادراکی به صورت کالبدی، ویژگی‌های مرتبط با هویت (تاریخی/سستی) گروهی از افراد جامعه را نمایان سازد، این تجربه شدت می‌یابد.

- تجربه زیبایی‌شناسی به ارزیابی عاطفی یعنی مؤلفه‌های هیجانی نسبت به سایر ابعاد تجربه ذهنی فرد نزدیک‌تر است و اثر معماری که دارای بیشترین میزان از تجربه‌ی زیبایی‌شناسی است، فضای ذهنی فرد را برای جذب‌هی هیجانی پیوسته باز می‌کند. بدین معنا که احساس زیبایی، به نوعی احساس یکپارچگی و رابطه ویژه فرد با مکانی است که تحت تأثیر این تجربه، فضا را ادراک می‌کند. در حقیقت احساسات زیبایی‌شناسی مانند تحسین، لذت، شغف، تهییج و نظایر این‌ها، به واسطه‌ی ارزیابی‌های شناختی اثر القاء می‌شوند (مانند آگاهی، معنا، محتوا، ساختارهای نمادین، الگوواره‌ها، سنت، تاریخ و فرهنگ و غیره) و این ترکیب برای فرد اساساً لذت‌بخش است؛ لذا می‌توان چنین استدلال کرد که تحت تأثیر ارزیابی شناختی یعنی «قضاوت زیبایی‌شناسی» و مجموعه عواطف وابسته به آن یعنی «احساسات زیبایی‌شناسی» تجربه زیبایی‌شناسی معماری پدید می‌آید. پس ظهور این تجربه نتیجه بافتی زمینه‌ای و چندجانبه‌ای است که تحت لوای رابطه‌ی فرد و فضا شکل می‌گیرد. از این رو این پدیده را می‌توان در نهایت حاصل ترکیب احساسی و تمایل ذاتی فرد که وابسته به حالات روحی خاص او تحت تأثیر اثرات عاطفی منتج از هویت مکان دانست؛ بنابراین تجربه زیبایی‌شناسی معماری به عنوان یک فرآیند تعاملی پیچیده در قالب «فعالیت هیجانی» اساسی به ایجاد سایر فرآیندهای پیچیده‌تر شناختی منجر می‌گردد و از دیدگاه تجربی به صورت حس مطلوبیت، خوشایندی، رضایت‌مندی، جذابیت و غیره، تجربه می‌شود.

- هر چه پتانسیل‌های انگیزشی فضا با اثرات مشترک محرک‌های معماری بیشتر باشد، جذب‌هی زیبایی‌شناسی نیز افزایش می‌یابد. ایجاد جذابیت‌های فضایی به واسطه‌ی مؤلفه‌های انگیزشی از اجزاء اصلی ساختار تجربه‌ی زیبایی‌شناسی محسوب می‌شود. مبتنی بر همین فرآیند، توجه و فعالیت‌های ذهنی فرد دامنه وسیع‌تری می‌یابد که اغلب موجب ویژگی‌های تأثیرآمیز متغیری بر تجربه می‌گردد. در نتیجه می‌توان

مؤلفه‌ی انگیزشی را به‌عنوان یک مکانیزم تعیین‌کننده در نظر گرفت که موجب بهبود ارزیابی ذهنی هیجان در فرآیند تجربه‌ی زیبایی‌شناسی می‌شود. در حقیقت از طریق تعامل با محیط، فاکتورهای انگیزشی فرد درگیر می‌شوند که تحریک کنش‌ها، عواطف و حواس جسمی را به همراه دارند. لذا در این حالت تجربه معماری حاکی از احساساتی همدلانه است که رشته‌ای از واکنش‌های روحی/جسمانی فرد را در برمی‌گیرد که با شدت هیجان ادراک‌شده از طریق هویت مکان ارتباط دارند.

- مؤلفه‌های حسی-حرکتی تحت تأثیر ویژگی‌ها و قابلیت‌های معماری نقش مهمی در تعاملات شناختی و هیجانی محیط ایفاء می‌کنند. سیستم حسی-حرکتی انسان به‌واسطه ویژگی‌های بازمودی عناصر معماری و همچنین وجود یک رابطه‌ی خودکار بین پتانسیل‌های محیط و فرد فعال می‌شوند، این موضوع اهمیت نقش مؤلفه‌های حسی-حرکتی (مکانیزم‌های تجسم‌یافته) را در دریافت احساس زیبایی محیط نشان می‌دهد که دربرگیرنده شبیه‌سازی کنش‌ها، هیجان‌ات و احساسات جسمانی است که یقیناً این موارد نقش مهمی در ادراک زیبایی معماری ایفاء می‌کنند. لازم به توضیح است که مکانیزم ادراک بصری به‌صورت هم‌زمان در درون میدان‌های دید مرکزی (حالت آگاهانه و متمرکز) و محیطی (حالت نیمه آگاهانه و غیرمتمرکز) عمل می‌کنند. به‌واسطه این حالت سیال، تجربه زیبایی به‌عنوان یک نوع منحصربه‌فرد از محرک‌های معماری عمل می‌کند که می‌تواند بین ادراک عناصر و ادراک صحنه‌های معماری در طول یک طیف شناختی از توجه تا واکنش‌های بصری در گذار باشد. نکته حائز اهمیت این‌که این اشکال مجزا از پردازش زیبایی معماری در سراسر سیستم ادراک بصری فرد به‌صورت موازی عمل می‌کنند. از این رو، ادراک زیبایی فضای معماری، وابسته به رابطه بین پردازش کانونی و محیطی بصری است و هر یک از آن‌ها نقش منحصربه‌فردی در تجربه زیبایی‌شناسی دارند.

- تجربه در صورتی که زیبایی‌شناسی باشد، شناخت را به‌صورت بخشی از ابعاد اصلی ادراک آن در نظر می‌گیرد. در صورتی که شناخت و آگاهی مرتبط با درک ساختار و واکنش هیجانی اثر معماری در شناسایی روابط آن باشد؛ تعامل هم‌زمان و هماهنگ همه این قابلیت‌های ذهنی و در انطباق با ابعاد دیگر آن تجربه می‌شود؛ لذا ارزیابی ذهنی انسان که ناشی از تعامل با مؤلفه‌های شناختی اثر است، آغازگر تجربه‌ی زیبایی‌شناسی می‌شود و پاسخ (احساس) ذهنی مثبت یک بعد آگاهانه/ناآگاهانه از آن تجربه می‌گردد؛ لذا تجربه زیبایی‌شناسی به‌عنوان مفهومی چندبعدی و متشکل از



ابعادی شناختی است که از طریق فرآیندهای تجربی فضا دریافت و به واسطه هویت‌مندی آن شدت می‌یابد.

- دخالت واکنش‌های بدنی غیر آشکار در تجربه معماری بیان می‌کند که مؤلفه‌های ادراکی و انگیزشی منجر به واکنش‌های رفتاری می‌شوند که این خود بیانگر رابطه‌ی بین ابعاد هیجانی و همچنین درگیری مؤلفه‌های حسی-حرکتی از طریق بدن با فضا است. در حقیقت تعامل با فضای معماری هویت‌مند از طریق قابلیت‌های ایجاد شده آن می‌تواند مؤلفه‌های انگیزشی را درگیر کند؛ بنابراین مبنی بر آن که ادراک زیبایی معماری بستگی به فعالیت‌های درونی تحریک شده دارد که شامل پردازش عاطفی و نیز عوامل شناختی مرتبط با زمینه‌های فردی می‌شود؛ در نتیجه مؤلفه‌های رفتاری هم می‌توانند مسبب فعال‌سازی توجه و انگیزش جهت امکان دادن به فرد برای تجربه آگاهانه خود به‌عنوان نهاد تجربه‌کننده و همچنین تجربه زیبایی به‌واسطه پدیده اثر معماری باشد.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تجربه زیبایی‌شناسی در آثار معماری عبارت است از ارزیابی عاطفی تجربه ادراک فضا بر اساس رهیافتی مستقیم از طریق مؤلفه‌های ادراکی، انگیزشی، حسی-حرکتی، شناختی و رفتاری که به‌صورت ترکیبی از تصورات احساسی مختلف (نظیر لذت، خوشایندی و غیره) بروز می‌یابد؛ اما ویژگی‌هایی که به‌صورت کلیدی در مورد این تجربه می‌توان در نظر گرفت عبارت‌اند از: پذیرش و تجربه‌پذیری مکان به‌عنوان یک کیفیت باز و گسترده به‌واسطه‌ی امکان ایجاد توجه؛ ادراک از طریق یک تجربه‌ی حسی-حرکتی در تلفیق با حافظه و تصورات گذشته، برانگیختگی ادراکات فرد به‌صورت احساسی از هویت‌مندی مکان و دوسویگی به معنی تبادل پویا میان انسان و این نوع از مکان، پیوستگی و درنهایت تعامل با فضا برای شیوه‌های گفتمانی و مشارکتی فرد و فضا در یک ساختار هویت‌مند. از آنجاکه کارکرد اصلی توسعه شناختی انسان، کارکرد ادراکی ناشی از تعامل با محیط از طریق معیارهای مرتبط با سنت، فرهنگ و تاریخ است که بر طبق انباشت دانش و اثر هیجانی آن توسعه می‌یابد. از این حیث آنچه به‌صورت لذت‌بخش ادراک می‌شود، مبتنی بر الگوهای هویت‌بخش و قابل‌شناسایی برای فرد ناشی از مکانیسم‌های هیجانی است و این موضوع کم‌اهمیتی نیست؛ بالأخص معماری‌هایی که تغییرات بنیادی و ماندگار در آگاهی انسان را سبب می‌شوند.

## منابع

- ارباب، پارسا؛ عزیزی، محمد مهدی؛ زبردست، اسفندیار (۱۳۹۳)؛ «واکاوی ارتباط مدت‌زمان سکونت با شکل‌گیری هویت مکان در توسعه شهری جدید»، *مدیریت شهری*، دوره ۳، ش ۱۲، صص ۷۲-۵۹.
- بل، سایمون (۱۳۹۲)؛ *منظر، الگو ادراک و فرآیند*، ترجمه: بهناز امین‌زاده. تهران: دانشگاه تهران.
- چپ من، دیوید؛ ولس، اسپارکز (۱۳۹۴)؛ *آفرینش محلات و مکان‌ها در محیط انسان‌ساخت*، ترجمه: شهرزاد فریادی، منوچهر طبیبیان، تهران: دانشگاه تهران.
- دامپار، سجاد (۱۳۹۳)؛ «رابطه وجوه ادراکی انسان با عوامل هویت‌بخش در معماری»، *مسکن و محیط روستا*، ش ۱۴۶، صص ۱۰۶-۹۱.
- رلف، ادوارد (۱۳۹۵)؛ *مکان و بی‌مکانی*، ترجمه: محمدرضا نقصان محمدی، کاظم‌مندگاری و زهیرمتکی، تهران: آرمان‌شهر.
- لینچ، کوین (۱۳۹۳)؛ *تنوری شکل شهر*، ترجمه: سید حسین بحرینی، تهران: دانشگاه تهران.
- Appleton, J. (1987); "Landscape as prospect and refuge", In *The visual elements of landscape*, (39-74). Amherst: The University of Massachusetts Press.
- Berleant, A. (2013); "What is aesthetic engagement?" *Contemporary aesthetics*, 11(1), 5.
- Berleant, A. (2010); "Reconsidering scenic beauty", *Environmental Values*, 19(3), 335-350.
- Carlson, A. (2000). *Aesthetics and the environment*. Routledge.
- ---- (2009); *Nature and landscape: an introduction to environmental aesthetics*, Columbia University Press.
- Gibson, J. J. (1979); *The Ecological Approach to Visual Perception*, Boston: Houghtonmiff Lin.
- Gosling D. (1996); *Gordon Cullen-Visions of Urban Design*, London: Academy Editions.
- Herzog T. RA. (1992); "Cognitive Analysis of Preference for Urban Spaces", *Journal of Environmental Psychology*, 12:237-48.
- Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989); *The experience of nature: A psychological perspective*, Cambridge University Press.
- Nassar, J.L. (1994); "Urban design aesthetics: The evaluative quality of building exterior", *Environment and Behavior*, 26, 337-401.
- Nasar, J.L. (1998); *The Evaluative Image of the City*, California; Sage Publication.
- Rapoport A. (1982); *The Meaning of the Built Environment. California*: SAGE publication.
- Russell, J.A, & Mehrabian, A. (1978); "Approach-avoidance and affiliation as functions of the emotion-eliciting quality of an environment", *Environment and behavior*, 10(3), 355-387.
- Scruton, R. (1989). *The Aesthetics of Architecture*. Princeton University Press.
- Ulrich, R.S. (1983); "Aesthetic and affective response to natural environment", In *Behavior and the natural environment* (85-125), Springer, Boston, MA.
- Vartanian, O, Navarrete, G, Chatterjee, A, Fich, L. B, Gonzalez-Mora, J.L, Leder, H, ... & Skov, M. (2015); "Architectural design and the brain: effects of ceiling height and perceived enclosure on beauty judgments and approach-avoidance decisions", *Journal of environmental psychology*, 41, 10-18.
- Vartanian, O, Navarrete, G, Chatterjee, A, Fich, L. B, Leder, H, Modroño, C, ... & Skov, M. (2013); "Impact of contour on aesthetic judgments and approach-avoidance decisions in architecture", *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110 (Supplement 2), 10446-10453.