



اعتبارسنجی مدل مفهومی متأثر از زیبایی‌شناسی محیطی در روح مکان آثار فرهنگی معماری معاصر ایران**

رضوانه منصوری^۱، فرح حبیب^{۲*}، آزاده شاهچراغی^۳

۱ دانشجوی دکتری تخصصی معماری، گروه معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. rezvanehmansouri@yahoo.com

۲* (نویسنده مسئول) استاد، گروه معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. f.habib@srbiau.ac.ir

۳ دانشیار، گروه معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. shahcheraghi@srbiau.ac.ir

چکیده

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی و از نظر ماهیت، کمی است. جامعه آماری شامل معماران و اساتید دانشگاهی است که به موضوع تحقیق آگاهی دارند و تعداد آن‌ها با توجه به گستردگی در سطح کشور نامشخص است. با استفاده از فرمول کوکران و حجم جامعه نامشخص، تعداد ۳۸۴ نفر به‌عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شدند. در این پژوهش از پرسش‌نامه ۸۵ سؤالی استفاده شد. جهت بررسی پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ استفاده شد که میزان آن ۰/۷۸۵. به‌دست آمد و جهت بررسی روایی از روایی صوری استفاده و تأیید شد. در ادامه از آزمون k-S، تحلیل عاملی تأییدی برای اعتبارسنجی مدل با کمک نرم‌افزار smart pls و spss استفاده شد. نتایج نشان داد مدل از روایی برخوردار بوده و مدل با ۶ متغیر اصلی و ۸۵ بعد تأیید شد. و همچنین یافته‌های حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که ابزار ایجاد روح مکان همان عناصر فیزیکی محیط هستند که باید ویژگی‌های آن‌ها را براساس احترام حواس انسانی درست در کنار هم تبدیل به فضای محاط‌کننده انسان ساخت نمود تا ایده‌هایی که در ذات پیکره‌های عینی مستتر هستند در احساس مخاطب به منصفه ظهور برسند. چون ایده‌پردازی از کیفیات انتزاعی و استعاری با بهره‌گیری از حس خیال و خاطر، اهمیت نقش زمان و مکان در بروز فضای معین و تغییر ابعاد در بستر زیبایی‌شناسی محیطی می‌تواند در وجود سناریوی حرکتی تعریف شده با دسترسی مناسب و حس‌آمیزی بصری و حسی حجم در مقابل نور با ورود نور تلطیف‌شده از نورگیرها اثر بگذارد. همچنین ابداع نوین ترکیب استعاره‌های هویت تاریخی و پدیده‌های دنیای مدرن با الهام از روح مفاهیم گذشته اثر متقابلی در این همانی سوژه و ابژه در برخورد پیچیده و متغیر با ابعاد نمادین فرهنگی و تمثیلی دارد.

اهداف پژوهش:

۱. آشنایی با اعتبارسنجی مدل مفهومی متأثر از زیبایی‌شناسی محیطی در روح مکان آثار فرهنگی معماری معاصر ایران.

۲. آشنایی با عوامل مؤثر در ایجاد روح مکان در آثار فرهنگی معماری معاصر.

سؤالات پژوهش:

۱. اعتبارسنجی مدل مفهومی متأثر از زیبایی‌شناسی محیطی در روح مکان آثار فرهنگی معماری معاصر ایران به چه صورت است؟

۲. چه عواملی در روح مکان در آثار فرهنگی معماری معاصر نقش دارند؟

اطلاعات مقاله

مقاله پژوهشی

شماره ۴۷

دوره ۱۹

صفحه ۵۹۵ الی ۵۷۹

تاریخ ارسال مقاله: ۱۴۰۰/۱۰/۱۷

تاریخ داوری: ۱۴۰۰/۱۱/۲۰

تاریخ صدور پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۲۸

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۹/۰۱

کلمات کلیدی

اعتبارسنجی مدل،

زیبایی‌شناسی محیطی،

روح مکان،

آثار فرهنگی،

معماری معاصر ایران.

ارجاع به این مقاله

منصوری، رضوانه، حبیب، فرح، شاهچراغی، آزاده. (۱۴۰۱). اعتبارسنجی مدل مفهومی متأثر از زیبایی‌شناسی محیطی در روح مکان آثار فرهنگی معماری معاصر ایران. مطالعات هنر اسلامی، ۱۹(۴۷)، ۵۷۹-۵۹۵.

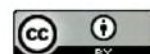


[dori.net/dor/20.1001.1.1730708.1401.19.47.34.2](https://doi.org/10.22034/IAS.2022.336102.1923)



[dx.doi.org/10.22034/IAS.2022.336102.1923](https://doi.org/10.22034/IAS.2022.336102.1923)

** این مقاله برگرفته از رساله دکتری تخصصی معماری رضوانه منصوری با عنوان «تبیین مدل مفهومی متأثر از زیبایی‌شناسی محیطی در روح مکان آثار فرهنگی معماری معاصر ایران» است که به راهنمایی خانم دکتر فرح حبیب و مشاوره خانم دکتر آزاده شاهچراغی در گروه معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران به انجام رسیده است.



مقدمه

فضا به معنای عام، واقعیتی دارای ویژگی‌های هویتی مشخص و معین است. نتیجه برداشت‌های آدمی از فضا از تجربه‌های ذهنی، شخصی، فرهنگی و اجتماعی او تأثیرپذیر است. لذا یک فضای معماری در مفهوم کلی نشان‌دهنده خصوصیات اصلی فرهنگی و سرزمینی آن است. هر جامعه‌ای دارای فرهنگ خاص خود است که شالوده معماری آن جامعه را پایه‌گذاری می‌کند و معماری آن جامعه تصویر عینی آن فرهنگ می‌باشد. در حقیقت، معماری وسیله واقعی سنجش فرهنگ یک ملت بوده و هست. برای تبیین بروز زیبایی‌شناسی محیطی در فضای فرهنگی باید زیبایی را بشناسیم؛ زیبایی پدیده یا رویدادی است که از تلاقی و توافق داده‌های حسی کالبدی و محیطی از یک سو و مفاهیم فرهنگی و توانایی ذهنی و آگاهی ناظر از سوی دیگر شکل می‌گیرد. زیبایی‌شناسی یک تجربه عینی-ذهنی است که در ادراک انسان شکل می‌گیرد، و زیبایی‌شناسی محیطی تجربه درک و احساس محیط با تمام حواس براساس ارزش‌های ذاتی جنبه شناختی است.

زیبایی‌شناسی محیطی کاملاً ارتباط دو سویه بین انسان و محیط را شرح می‌دهد، به گونه‌ای که انسان پس از قرارگیری در فضا با به‌کارگیری حواس خود و آنچه به عینیت می‌بیند، تمامی جنبه‌های محیط را به صورت داده وارد ذهن خود می‌کند و روی آن پردازش انجام می‌دهد، و به ادراک و شناخت از آن دست می‌یابد. سپس شناخت حاصل شده از ادراک محیط می‌تواند برداشت‌های انسان را از محیط شکل دهد به گونه‌ای که هر کدام را ارزش‌گذاری کند و بعد به صورت متقابل خود انسان نیز در محیط دخالت فعالانه داشته باشد و آنچه در نظر خود حامل ارزش‌های زیبایی‌شناسی محیط است را خلق کند. جنبه دیگری که در این پژوهش به آن پرداخته خواهد شد.

روح مکان به عنوان متعالی‌ترین مرتبه شکل‌گیری سطوح شکل‌گیری حس مکان است (همان: ۲۷۶) که انسان با حضور در مکان تحت تأثیر روح محافظ آن قرار می‌گیرد. این مسئله ارتباط تنگاتنگ و حتی گاه این همانی بین روح مکان و زیبایی‌شناسی محیطی را نشان می‌دهد. پس پرداختن این دو جنبه در کنار هم و ایجاد ارتباط بین آن‌ها در معماری رابطه بین انسان و محیط را به خوبی تکوین می‌کند. در عین حال، تأثیر کالبد و فرم معماری به عنوان ظرف مکانی که معلولی از فرهنگ جامعه است در بازنمایی این مفاهیم و معانی تأثیر به‌سزایی دارد. در این میان، حس مکان نیز از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دستیابی به هویت برای افراد می‌شود. امروزه معنادار بودن فضا از مهم‌ترین راهکارهای کیفیت بخشی به فضای معماری است و طراحان و معماران در این زمینه تلاش می‌کنند. از این رو توجه به مفاهیمی همچون حس مکان و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر آن بسیار مورد توجه می‌باشد. توجه به وجوه حسی و روانی مخاطب در زیبایی‌شناسی محیطی یکی از عوامل مؤثر در ارتقا حس مکان می‌باشد. معماری به عنوان نقطه تلاقی علم و هنر، با هدف ارتقای کیفیت مکان، امروزه به صورتی گسترده دست به گریبان نظریات و مقوله‌های درهم تنیده زده است. در پژوهش‌ها موارد مورد اهمیت چگونگی القای روح و حس مکان در بناهای امروزی توسط عناصری از قبیل اندام، کالبد، عناصر محیطی و ... می‌باشد (بهبهانی اسلامی و کابلی، ۱۳۹۵). همچنین می‌توان گفت حس تعلق به عنوان یکی از مراتب حس مکان، فرآیند دو سویه از ارتباط هیجانی می‌باشد که رشد روانشناختی، فیزیکی و شناختی انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این فرآیند به عنوان مبنایی برای شکل‌گیری اعتماد یا بی‌اعتمادی و چگونگی ارتباط با پدیده‌های پیرامون شناخته می‌شود (Hinshow et al., ۱۹۹۹).

در باب ضرورت و اهمیت انجام‌دادن این پژوهش، با توجه به مسائل مطرح‌شده در باب معضلات عدم وجود روح مکان و در نظر نگرفتن زیبایی‌شناسی محیطی در معماری معاصر فضاهای فرهنگی حال حاضر و عدم وجود مدل

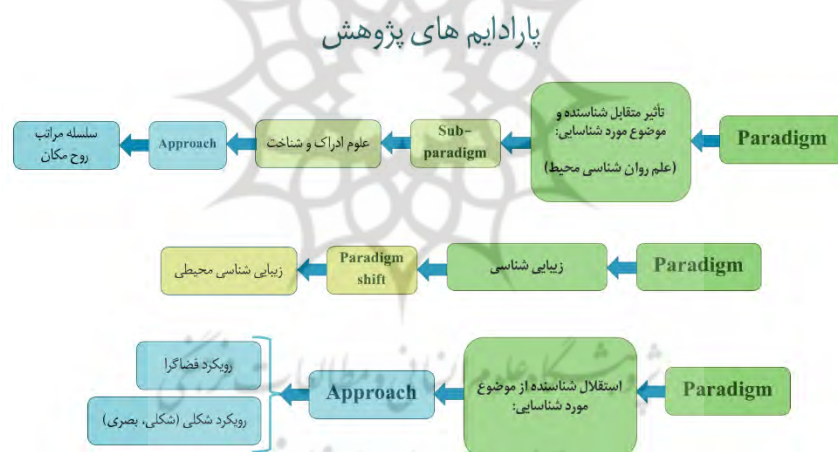
مفهومی معماری مشخص و سازمان‌یافته جهت ایجاد راهبرد مشخص در این فضاها که نقطه عطف تعاملات انسان با محیط و دیگر انسان‌ها در آن‌ها شکل می‌گیرد، پرداختن به آن حائز اهمیت شمرده می‌شود؛ چراکه فرهنگ و هویت در معماری معاصر آثار فرهنگی در حال فراموشی رنگ باختن است، و تبیین یک مدل مفهومی ایرانی که پاسخگوی نیازهای معاصر امروز باشد وجود ندارد که مشتمل بر در نظر گرفتن تمامی حواس انسانی از ادراک زیبایی‌شناسی محیطی باشد و منجر شود به غنای حسی مکان فرهنگی و دارای روح محافظ خویش باشد و سپس این ارزش‌ها را به ذهن مخاطب متبادر سازد، ضرورت دارد و در هیچ پژوهشی به آن پرداخته نشده است. بدین‌منظور که هویت خود از تصور روح مکان سرچشمه می‌گیرد و روح مکان نیز رابطه زیبایی‌شناختی انسان و محیط هست. بدین‌جهت هویت و فرهنگ رابطه تنگاتنگی با زیبایی‌شناسی محیط دارد؛ پس بهترین فضا برای ارائه مدل پژوهش فضاها فرهنگی هستند تا بتوان معضل مطرح شده را به‌واسطه مدل مفهومی سامان یافته حل نمود و پاسخ مناسبی باشد به‌منظور رفع نیاز معماران به‌واسطه معیارها و شاخص‌های معین، تا بتواند راهگشا واقع گردد.

به نظر می‌رسد تبیین مدل مفهومی معماری مستدل برای زیبایی‌شناسی محیطی که منطبق بر ارزش‌های روح مکان باشد، برای معماری معاصر ایران آن هم در فضاها فرهنگی که عمده نگرش‌ها و ادراکات محیطی به‌علت حجم بالای تعاملات اجتماعی در این فضاها شکل می‌گیرد، امروزه مورد نیاز واقع شده است. پس از مطالعات نظری و انجام مصاحبه از معماران معاصر، با روش داده بنیاد متنی مدل مفهومی پژوهش تبیین گردید. با توجه به مسائل مطرح شده آنچه در این پژوهش به آن پرداخته شده است، اعتبارسنجی تبیین مدل مفهومی برای فضاها فرهنگی است که متأثر از زیبایی‌شناسی محیطی در روح مکان این فضاها است که به‌صورت روش داده بنیاد به‌واسطه کدگذاری آراء و نظرات اندیشمندان و صاحب‌نظران موضوع در کنار هماهنگی آن با مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی محیطی در سلسله‌مراتب دستیابی به روح مکان تدوین گشته است. در اینجا با مطالعات و تحلیل کمی اعتبار مدل مورد سنجش قرار داده شده است، تا نتایج حاصل از آن بتواند رهیافت و راهبرد مناسبی باشد در جهت ساماندهی و یکپارچه نمودن مسیر معماری در بناهای جمعی و فرهنگی ایران، تا بر مسائل آن پاسخی کاربردی و مؤثر باشد.

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نوع روش توصیفی-پیمایشی، از نظر ماهیت کمی است. چارچوب نظری پژوهش به‌روش کتابخانه‌ای، اطلاعات اسنادی و تهیه فیش از کتب و مقالات معتبر گردآوری گشته است. جامعه آماری پژوهش برای پرسش‌نامه شامل معماران و اساتید دانشگاهی است که به موضوع تحقیق آگاهی دارند که تعداد آن‌ها با توجه به گستردگی در سطح کشور نامشخص است، بنابراین با استفاده از فرمول کوکران و حجم جامعه نامشخص، تعداد ۳۸۴ نفر به‌عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شدند. روش نمونه‌گیری نیز در دسترس است. در این پژوهش از پرسش‌نامه ۸۵ سؤالی استفاده شد. جهت بررسی پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ استفاده شد که میزان آن ۰/۷۸۵. به‌دست آمد، و جهت بررسی روایی آن، با استفاده از روایی صوری، و روایی مدل از روایی همگرا، واگرا و سازه استفاده شد. در ادامه از آزمون k-s، تحلیل عاملی تأییدی برای اعتبارسنجی مدل با کمک نرم‌افزار smart pls و spss بهره گرفته شده است. درخصوص عنوان پژوهش حاضر تاکنون اثر مستقلی به‌رشته تحریر درنیامده است اما آثاری به بررسی حس مکان در آثار معماری معاصر پرداخته‌اند که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود. پهلوان‌پور و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «تبیین مدل‌های ادراک حسی مؤثر بر حس تعلق به مکان در مساجد محل‌های معاصر (نمونه موردی: مساجد محل‌های معاصر قزوین) این مسئله را مطالعه کرده‌اند. یافته‌های تحقیق وجود رابطه معنادار بین مؤلفه‌های ادراک حسی و حس تعلق به مکان در مساجد محله‌ای را نشان می‌دهند؛ که در آن میزان تأثیرگذاری شاخصه‌های فرهنگی و

نظام اجتماعی موجود در محله از دیگر شاخصه‌ها بیشتر می‌باشد. شاهمرادی (۱۳۹۹) به بررسی بازتاب مفهوم زیبایی‌شناسی در معماری معاصر پرداخته است.

دانش پایه و حبیب (۱۳۹۶) معیارهای اصلی شکل‌گیری حس مکان در پهنه‌های توسعه جدید شهری مطالعه موردی: منطقه ۲۲ و ۴ شهرداری تهران را مطالعه کردند. در این پژوهش، ۱۰ معیار اصلی شامل غنای بصری، تناسبات بصری، کیفیت کالبدی فضایی، خوانایی، قابلیت ادراک مکان، هویت و شخصیت، قابلیت دسترسی، انعطاف‌پذیری، آسایش و دعوت‌کننده و جذاب‌بودن مکان، در زمینه شکل‌گیری و تشخیص حس مکان از نقطه‌نظر ساکنان توسعه جدید شهری تدوین شد. واعظی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی روش‌های ارزیابی و تحلیل کیفیت و زیبایی‌شناسی محیط و منظر شهری» معتقد است که انسان دارای دو ساحت عاطفی و عقلانی و ادراک زیبایی یکی از فعالیت‌ها روح است و این فعالیت رخ نمی‌دهد مگر در برابر محرکی از عالم خارج، که نهایتاً با سه بازخورد (لذت، شافتی، ارزش) همراه می‌باشد. شاهرودی کلور و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «سنجش تطبیقی مؤلفه‌های حس مکان در عناصر کالبدی مساجد سنتی و معاصر شیراز (موردپژوهی مسجد حاجعلی، مسجد مشیرالملک، مسجدالرجا و مسجد دانشگاه)» تبیین کنند که مؤلفه‌های کالبدی در ساختار مسجد سنتی و معاصر سطوح مختلف حس مکان را تأمین می‌کنند و تفاوت تنها در اولویت‌بندی آن‌هاست.



شکل ۱- پارادایم‌های پژوهش (مأخذ: نگارندگان)

۱. زیبایی‌شناسی و زیبایی‌شناسی محیطی

۱.۱.۲. تعریف زیبایی‌شناسی

معادل انگلیسی واژه زیبایی‌شناسی، Aesthetics است؛ فرهنگ لغت آکسفورد جدید، زیبایی‌شناسی را به سادگی به‌عنوان «مجموعه‌ای از قواعد که درباره طبیعت و ادراک زیبایی هستند» تعریف می‌کند، هرچند به زعم کاتبرت، این اصطلاح و ریشه یونانی آن به تنهایی، بیش از این را بر ما آشکار می‌سازد؛ واژه *aisthetikos* با ریشه یونانی از واژه *aistheta* به معنی چیزهای قابل ادراک است که البته از واژه *aesthesthai* به معنای ادراک متمایز می‌باشد. هرچند، زمانی که ما به معنای زیبایی برسیم، مجدداً در یک چرخه، مسیر رفته را طی کرده و به همین نقطه می‌رسیم (۱۷۳، ۲۰۰۶، Ctuibert).

۱.۲. زیبایی‌شناسی محیطی

زیبایی‌شناسی محیط با زیبایی‌شناسی هنرهای انتزاعی تفاوت دارد. هرچند که ممکن است ارتباطی هم بین آن‌ها یافت شود. درواقع زیبایی‌شناسی محیط، تجربه ادراکی محیط با استفاده از همه حواس است (شاهچراغی و بندر آباد، ۱۳۹۶: ۲۲۵). به‌علاوه، یک جنبه ارزش‌گذاری نیز هست که دامنه درک مخاطب را پوشش می‌دهد و همین نکته است که زیربنای داورهای ارزشی مثبت یا منفی ما را نسبت به محیط‌مان تشکیل می‌دهد. بنابراین، زیبایی‌شناسی محیطی عبارت است از بررسی تجربه درک محیط براساس ارزش ذاتی و مستقیم جنبه شناختی ادراکی (برلینت، ۱۹۹۸: ۲۸۹). بدین‌منظور، می‌توان به این نکته مهم اشاره کرد که زیبایی‌شناسی محیطی ابتدا به ضرورت درک و تحسین ارزش‌های زیبایی‌شناختی محیط طبیعی و طبیعت بکر تأکید می‌کرد ولی در ادامه با گسترش دامنه این پارادایم بین‌رشته‌ای، تحسین ارزش‌های زیبایی‌شناختی محیط به‌عنوان یک کل و شامل محیط طبیعی و محیط مصنوع و فرآیندهای انسانی در دستور کار قرار گرفت (Arriaza et al., ۲۰۰۴; Dutton, ۲۰۰۴; Smout, ۱۹۹۱; Carlson, ۲۰۰۳).

زیبایی و فهم آن از ویژگی‌هایی است که خداوند متعال در انسان نهادینه کرده و انسان به‌واسطه هنر که مأمور و تجلی‌گاه زیبایی است آن را درک می‌کند. انسان چیزی را زیبا می‌داند که برایش لذت‌بخش باشد و درواقع زیبا بودن جدای از زیبایی‌شناسی، با نوع مخاطب در ارتباط است اما همین زیبا بودن در روند زیبایی‌شناختی است که به‌عنوان اثری در خور بحث، ارزیابی می‌شود. آگاهی از علم زیبایی‌شناسی ضروریست و حس زیبایی‌شناسی که حاصل فرایند ادراک است، از برجسته‌ترین حس و انگیزه بشریست (شاهمرادی، ۱۳۹۹). امر زیبایی‌شناسی در هنر نیز از دیدگاه اندیشمندان اسلامی بسیار مورد اهمیت است (قائم‌فر، ۱۳۹۵). ازسویی حس مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات کم و بیش آگاهانه آن‌ها از محیط خود است که شخص را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد، به‌طوری‌که فهم و احساس فرد با زمینه معنایی محیط پیوند خورده و یکپارچه می‌شود. این حس عاملی است که موجب تبدیل یک فضا به مکانی با خصوصیات حسی و رفتاری ویژه برای افراد خاص می‌شود. حس مکان علاوه بر اینکه موجب احساس راحتی از یک محیط می‌شود، از مفاهیم فرهنگی مورد نظر مردم، روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه در یک مکان مشخص حمایت کرده و باعث یادآوری تجارب گذشته و دست‌یابی به هویت برای افراد می‌شود (فلاح، ۱۳۸۵).

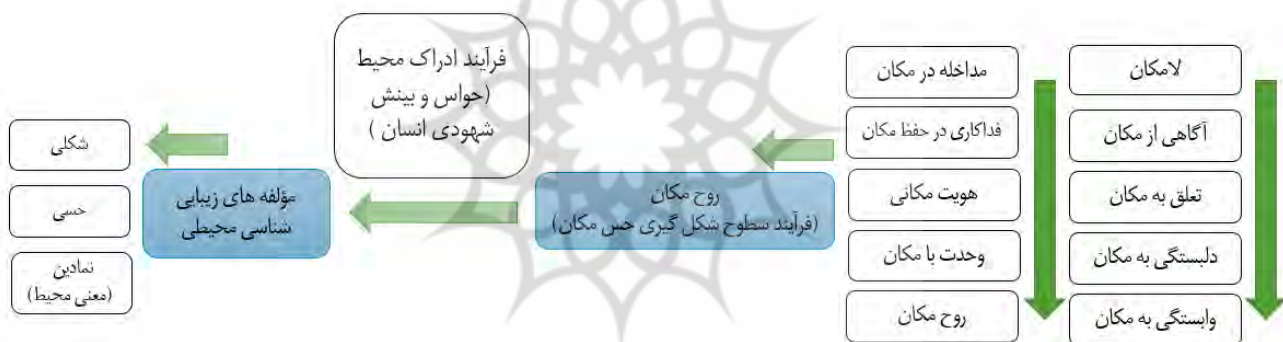
زیبایی‌شناسی محیطی این فرصت را در اختیار تمامی انسان‌ها فارغ از ویژگی‌های اجتماعی، سنی، جنسیت، میزان تحصیلات، موقعیت اجتماعی و غیره، قرار می‌دهد تا به تجربه زیبایی‌شناسی انواع محیط و منظر پیرامون خود دست یابند. درواقع زیبایی‌شناسی محیطی قضاوت زیبایی‌شناختی را از قید و بند تحلیل کارشناسی در مورد فضاها و محیط‌های ویژه رها کرده است (Kquofi & Glover, ۲۰۱۲). اهمیت این مهم از آن نظر است که آگاهی عموم مردم از ارزش‌های زیبایی‌شناختی محیط، یکی از راه‌های کلیدی افزایش مشارکت و همکاری مردم در جهت حل خلاقانه مسائل و مشکلات محیطی است (Carlson, ۲۰۰۳; Konijnendijk, ۲۰۰۸; Qingping, ۲۰۰۶).

از این رو مطرح شده است که زیبایی‌شناسی محیطی در معنای امروزی، مفهومی گسترده و بهم پیوسته از دانش‌های مختلف (چون روانشناسی، فلسفه، معماری، معماری منظر، طراحی شهری و...) است که تقریباً هر زمینه ممکن و قابل تصور از فرآیند درک انسان از محیط پیرامونش را دربر می‌گیرد (Wang et al., ۲۰۰۹).

۲. روح مکان به‌عنوان والا ترین درجه از سلسله‌مراتب حس مکان

حس مکان معنای حقیقت و ماهیت مکان از دیدگاه پدیدارشناسی است که نشانی بر اهمیت معانی و پیام‌های موجود در مکان است. معناهایی که مردم براساس نقش‌ها، توقعات، انگیزه‌ها و دیگر عوامل به رمزگشایی و درک آن‌ها می‌پردازند. براساس این دیدگاه، ادراک و قضاوتی که بر مبنای رمزگشایی از معانی مذکور در ذهن فرد شکل می‌گیرد، منجر به خلق حس مکان می‌شود (Relph, ۱۹۷۶, ۸۷). در واقع پدیدارشناسان با در نظر گرفتن سه مؤلفه فرم، عملکرد و معنا، در قالب مؤلفه‌های هویت مکان، حس مکان را به عنوان جنبه یا بعد دیگری از هویت که در جهت ارتباط سه مؤلفه مذکور عمل می‌کند، تلقی می‌کنند (Relph, ۱۹۷۶).

در نگاه اثبات‌گرایان علم روانشناسی محیطی این‌گونه مطرح است که ارتباط انسان با محیط در سطوح گوناگونی "حس مکان" را به‌وجود می‌آورد انسان مراتب متفاوتی از حس مکان را درک می‌کند. در کتاب «محاط در محیط»، توسط دکتر شاهچراغی سطوح آن به شرح زیر طبقه‌بندی شده است: ۱- بی‌مکانی؛ ۲- آگاهی از مکان؛ ۳- تعلق به مکان؛ ۴- دلبستگی به مکان؛ ۵- وابستگی به مکان؛ ۶- مداخله در مکان؛ ۷- فداکاری در حفظ مکان؛ ۸- هویت مکانی؛ ۹- وحدت با مکان؛ ۱۰- روح مکان (شاهچراغی و بندرآباد، ۱۳۹۶: ۲۷۴) که در ادامه به‌صورت شکلی بیان شده است:



شکل ۲- سلسله‌مراتب روح مکان در فرآیند شکل‌گیری زیبایی‌شناسی محیطی براساس دیدگاه شاهچراغی و بندرآباد (استخراج: نگارندگان)

روح مکان همان ویژگی است که یک مکان یا منظر را از دیگری متمایز می‌کند، منحصر به فرد و مخصوص است. *Genius Loci* واژه رومی است. بنابر باورهای کهن رومی هر وجود مستقلی دارای یک *Genius* یا روح محافظ خویش است. این روح به مردم و مکان‌ها زندگی می‌بخشد و از تولد تا مرگ همراه آن‌هاست. و محیط و ذات آن‌ها با این روح تعیین می‌شود. بنابراین بر چپستی یک چیز دلالت دارد. تصور روح مکان به معنی پذیرش وجود یک هویت برای مکان است که انسان با حضور در آن تحت تأثیر این روح قرار می‌گیرد و رفتارهای وی نیز تحت تأثیر آن است. رلف و شولتز هر دو تأکید دارند که هر مکان چیزی را دارد هم ماهیت مکان و ویژگی یا روح مکان است. هم شامل جریانی از پدیده‌ها و رویدادها و هم شامل ساختار معانی و مفاهیم است. مثلاً روح مکان مدرسه می‌تواند بر آموزش کودکان تأثیر گذارد یا شهر وین در اتریش به دلیل روح مکانی که دارد، معماران و موسیقی دانان را تحت تأثیر قرار داده است. روح مکان رابطه زیباشناختی انسان و محیط است (شاهچراغی و بندرآباد، ۱۳۹۶: ۲۷۶).

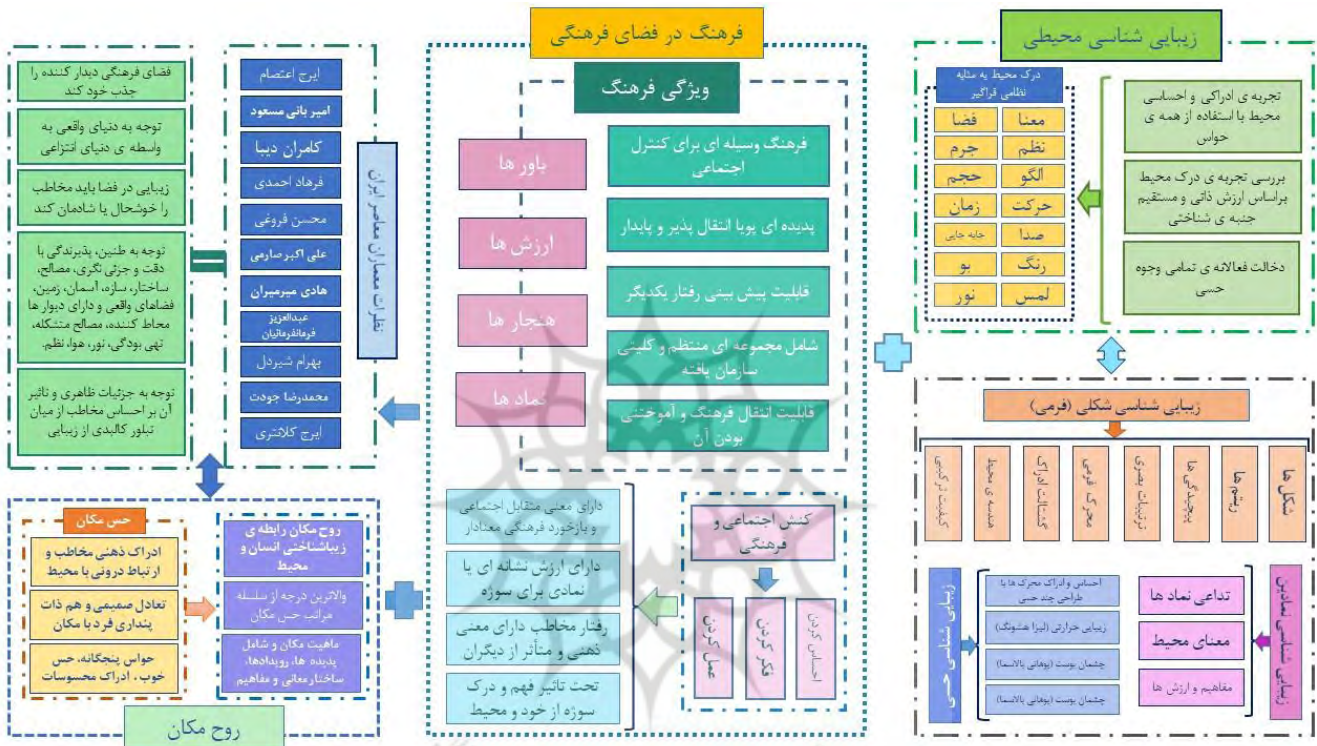
۳. درک فضاهای فرهنگی به واسطه حس مکان

نوعی تمایل در بین شهروندان برای بسته‌بندی شخصی‌سازی و تخصیص رنگ تعلق به مکان وجود دارد. اینگونه تعلق مکانی را به دو دسته تعلق توافق‌جویانه و تعلق شفاجویانه دسته‌بندی می‌کند. وی همچنین بر اثرگذاری رنگ تعلق در خوانایی و هویت مکان تأکید می‌کند (Bentley, ۱۹۹۱). ویلیامز و همکارانش نیز ارتباط بین داده‌های جمعیت‌شناختی و ویژگی‌های فردی را با حس تعلق و دلبستگی به مکان‌های شهری، محیط‌های بکر و مناطق حائل بررسی کردند. نظریه ایشان اکثر نتایج به‌دست آمده از تحقیقات قبلی در این زمینه را تصدیق کرد و تنها در زمینه دو متغیر درآمد و سطح آموزش ادعان کرد که به‌نظر می‌رسد رابطه بین حس تعلق و دلبستگی به مکان و این دو متغیر رابطه‌ای مستقیم و منفی است. این نظریه منبع مهمی در زمینه حس تعلق و دلبستگی به مکان در محیط‌های طبیعی و مناطق تفریحی است و در آن ضمن بیان ضرورت توسعه مفهوم حس تعلق و دلبستگی به مکان و تبیین ابزار مناسب سنجش این انگاره تأکید شده است که حس تعلق و دلبستگی به مکان انگارهای مهم و معتبر در برنامه‌ریزی چگونگی استفاده از فضاهای تفریحی است (Williams et al., ۱۹۹۲). همچنین می‌توان گفت شناخت عوامل نامحسوس تأثیرگذار بر زیبایی‌شناسی محیطی، نقش مهمی در درک صحیح پیچیدگی‌های این دانش دارد. عواملی چون هویت فرهنگی، حس‌بخشی از اجتماع بودن، تعاملات مطلوب اجتماعی و ترجیحات فردی و جمعی به‌واسطه نقشی که در تقویت پیوند عاطفی انسان‌ها با محیط پیرامون دارند، زمینه توسعه دامنه ارزش‌های زیبایی‌شناسی محیطی را فراهم کرده‌اند (۲۰۰۹ Wang et al.,).

پس می‌توان گفت تجربه ادراکی و احساسی محیط با استفاده از همه حواس در مطالعات نظری با دیدگاه زیبایی‌شناسی محیطی مورد اهمیت قرار می‌گیرد به‌گونه‌ای که دخالت فعالانه تمامی وجوه حسی در معماری فضا به منصفه ظهور می‌رسد؛ چراکه در اینجا بررسی تجربه درک محیط براساس ارزش‌های ذاتی و مستقیم جنبه شناختی به واسطه نظامی فراگیر اتفاق می‌افتد. در زیبایی‌شناسی محیطی همراه با فضا، جرم، حجم، شکل‌ها، ترتیبات بصری، گشتالت ادراک، کیفیات ترکیبی، محرک‌های فرمی و هندسه محیط، یک‌سری جنبه‌های دیگری در کنار آن مورد اهمیت قرار می‌گیرد که پیچیدگی‌ها، ریتم‌ها، نظم و الگوها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد مانند تداعی معنا، لمس، رنگ، نور، بو، حرکت، جابه‌جایی، زمان، صدا که در جهت ایجاد طراحی چند حسی مؤثرند؛ چراکه تبادل مفاهیم، ارزش‌ها، معنای محیط و تداعی نمادها به‌واسطه آن انجام می‌شود. از آنجایی که روح مکان، رابطه زیباشناختی انسان و محیط است، انسان در محیط معماری به‌واسطه حواس پنجگانه خود ادراکات محسوس دارد و حس مطلوب را از محیط می‌گیرد. این حس از تعادل صمیمیت و هم‌ذات‌پنداری فرد با مکان نشأت می‌گیرد، و به بالاترین درجه از سلسله‌مراتب حس‌مکان یعنی روح مکان نائل می‌آید.

درواقع همان روحی که حافظ مکان است و شامل پدیده‌ها، رویدادها، ساختار معانی و مفاهیم است. انسان مفاهیم، معانی و ارزش‌ها را همراه با هنجارها، باورها و نمادها از پدیده‌ای پویا و انتقال‌پذیر و پایدار به‌نام فرهنگ می‌گیرد؛ چراکه فرهنگ شامل مجموعه‌ای منظم و کلیتی سازمان‌یافته است و قابلیت آموختنی دارد. از آنجایی که فرهنگ وسیله‌ای برای کنترل اجتماعی است، کنش اجتماعی و فرهنگی در فضای فرهنگی مورد اهمیت قرار می‌گیرد. آنچه فرد از محیط و فضای فرهنگی به ذهنش متبادر می‌شود و داده‌ها را پردازش می‌کند رابطه مستقیم با احساس کردن، فکر کردن و در نتیجه عمل کردن اوست. عمل و فکر سوژه در فضای فرهنگی بسیار مهم است چراکه در تعامل با افراد دیگر عکس‌العمل‌ها و داده‌های ذهنی دیگران را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد و رفتار مخاطب دارای معنی ذهنی و متأثر از دیگران است. پس محیط دارای ارزش نشانه‌ای یا نمادی برای سوژه است و دارای معنی متقابل اجتماعی و بازخورد

فرهنگی معنادار است و تحت تأثیر فهم و درک سوژه از محیط و خود است. پس فضای فرهنگی باید دیدارکننده را جذب خود کند. در کنار توجه به دنیای انتزاعی باید واقعیت‌های دنیای واقعی را در نظر بگیرد و مخاطبان را خوشحال یا شادمان کند. در واقع توجه به جزئیات ظاهری و تأثیر آن بر احساس مخاطب از میان تبلور کالبدی محیط اینجا معنا می‌یابد. این جزئی‌نگری باید در طنین، ساختار، مصالح، پذیرندگی، سازه، خط آسمان، زمین، فضاهای واقعی دارای دیوارهای محاط‌کننده، مصالح متشکله، تهی‌بودن، نور، هوا و نظم به منصفه ظهور برسد و مورد توجه قرار گیرد. در ادامه چارچوب نظری پژوهش آمده است:



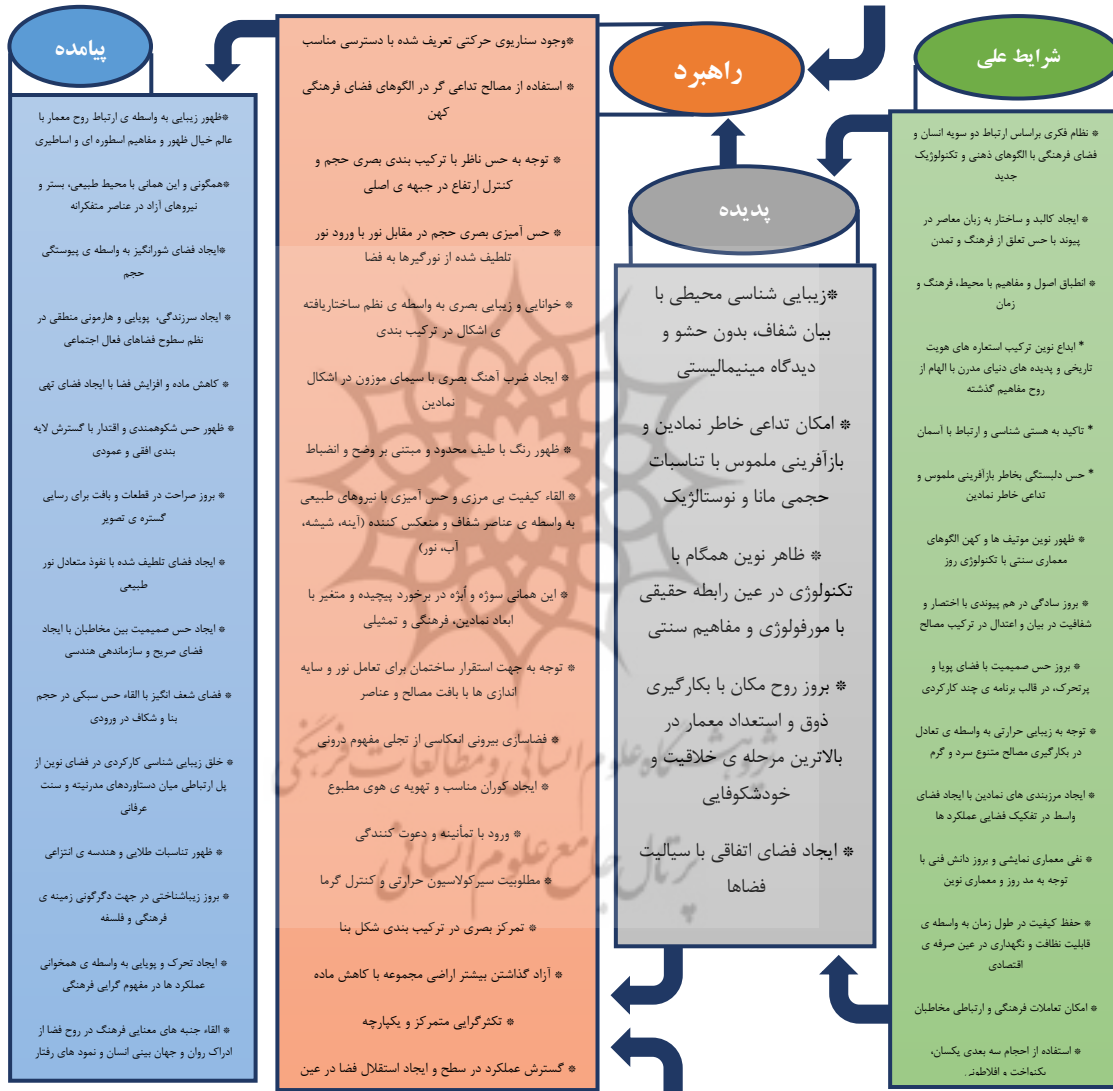
شکل ۳- چارچوب نظری پژوهش (مأخذ: نگارندگان)

۴. مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی پژوهش با نظریه‌پردازی داده‌بنیاد به‌واسطه کدگذاری باز، محوری و انتخابی از نظرات ۱۱ نفر از معماران معاصر ایران که صاحب‌نظران حوزه پژوهش هستند، براساس زیبایی‌شناسی محیطی در روح مکان آثار فرهنگی معاصر ایران جمع‌آوری شد؛ که به‌صورت استقرایی انجام شده است. که دسته‌بندی اولیه کدها با افق دید چارچوب نظری پژوهش و آنچه مطرح شد صورت گرفته است. نظریه‌پردازی داده‌بنیاد در واقع تولید نظریه است و در مرحله مقدماتی ارائه مدل است نه توصیف صرف پدیده. برای واژه‌گراند تئوری (Grounded Theory) در زبان فارسی، معادل‌هایی مثل: «نظریه زمینه‌ای»، «تئوری مفهوم سازی بنیادی»، «متولوژی رویش نظریه‌ها»، «نظریه بنیادی» و «گراند تئوری» ارائه شده است (اخوان و جعفری، ۱۳۸۵). در این مقاله به اعتبارسنجی مدل پژوهش پرداخته شده است. در ادامه مدل پژوهش برگرفته از کدگذاری انتخابی ارائه شده است:

عوامل زمینه

* تمرکز بر عقاید، باور ها و ارزش های ساختاری در زیبایی شناسی محیطی در پاسخگویی به نیاز ها * پاسخ به شرایط محلی با ارزش های دید و منظر * توجه به حس لامسه و زیبایی حرارتی با ایجاد سیرکولاسیون هوای مطبوع و نور تعدیل یافته * توجه به نیاز و اسکیمای ذهنی کاربران در برنامه ریزی و توسعه ساختاری * تجلی انعکاس سراسر و شفافیت بی مرز * وجود تداوم، ریتم و ضرب آهنگ حسی در فضا * مکاشفه بین راز و ابهام فضای تیره و روشن در بافت * بروز الگوی بنیادین دو محور آب و نور در اقلیم ایران * ایده پردازی از کیفیات انتزاعی و استعاری با بهره گیری از حس خیال و خاطر * امکان ایجاد طوفان ذهنی، تعامل افکار و تبادل اطلاعات در گفتمان روشنفرانه ی فضای فرهنگی * اهمیت نقش زمان و مکان در



* پیچیدگی در عین ایجاز و قابلیت شناسایی و پیش بینی * وجود فضای تهی از منظر جنبه ی محتوایی سنت در طرح * حذف مزاحمت های صوتی و عملکردی * طراحی براساس محدودیت ها، مقتضیات زمان و امکانات بستر اجتماعی

* همخوانی با شرایط خاص اقلیمی، و توجه به گونه شناسی معماری * بروز معیارهای عینی براساس ادراک و اسکیمای مخاطب * رابطه ی متقابل ظاهری بین اجزا * ترکیب عناصر غیرهمگن و متنوع با توجه به عوارض و شکل زمین

شکل ۴- مدل مفهومی پژوهش (مأخذ: نگارندگان)

۵. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف (k-s) برای نرمال بودن متغیرهای تحقیق

برای انتخاب نرم افزار مناسب جهت تحلیل عاملی تأییدی، در ابتدا به بررسی نرمال بودن متغیرها پرداخته می‌شود. بنابراین در ابتدا این شرط برای متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول ۱- آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای نرمال بودن متغیرهای تحقیق

متغیر	سطح معناداری	آلفا	نتیجه آزمون
شرایط علی	۰/۳۳۴	۰/۰۵	نرمال نیست
پدیده محوری	۰/۳۶۵	۰/۰۵	نرمال نیست
عوامل زمینه‌ای	۰/۴۱۱	۰/۰۵	نرمال نیست
شرایط مداخله گر	۰/۳۷۳	۰/۰۵	نرمال نیست
راهبردها و استراتژی‌ها	۰/۳۲۱	۰/۰۵	نرمال نیست
پیامدها	۰/۴۱۲	۰/۰۵	نرمال نیست

با توجه به این که سطح معنی‌داری آزمون کولموگروف-اسمیرنوف در جدول فوق که برای متغیرهای پژوهش، کمتر از ۰/۰۵ است، نتیجه می‌شود که توزیع متغیرهای فوق ذکر تفاوت معناداری با توزیع نرمال داشته است. بنابراین نتیجه می‌گیریم که توزیع متغیرهای تحقیق نرمال نبوده است. با توجه به اینکه متغیرهای تحقیق دارای توزیع غیر نرمال می‌باشند، لذا برای بررسی متغیرهای مدل از نرم‌افزار pls استفاده شده است.

۵.۱. آزمون پایایی و روایی

برای آزمودن مدل اندازه‌گیری در این پژوهش جهت بررسی پایایی ابعاد مربوط سؤالات پرسشنامه از آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی، و از روایی همگرا، واگرا و آزمون روایی سازه استفاده شده است. که نتایج آن به شرح زیر می‌باشد:

۵.۱.۱. پایایی (آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی)

جدول ۲- آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

روش	آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی
راهبردها	۰/۹۵۱	۰/۹۵۷
زمینه ای	۰/۹۸۹	۰/۹۹۰
علی	۰/۷۶۴	۰/۸۱۰
مداخله گر	۰/۸۰۸	۰/۸۴۸
پدیده محوری	۰/۷۱۴	۰/۸۰۵
پیامدها	۰/۷۳۹	۰/۸۰۰

ستون اول آلفای کرونباخ و ستون سوم ضریب پایایی ترکیبی است که بالاتر از ۰/۷ است و نشان‌دهنده پایایی متغیرهای مدل است. ستون چهارم میانگین واریانس استخراجی است که از ۰/۵ بالاتر است. بنابراین روایی آن تأیید می‌شود.

۵،۲. روایی

روایی شامل روایی همگرا، روایی واگرا و روایی سازه (تحلیل عاملی تأییدی و معادلات ساختاری) است.

۵،۲،۱. روایی همگرا

این شاخص که به اندازه‌گیری میزان تبیین متغیرهای پنهان پژوهش توسط متغیرهای مشاهده‌پذیر آن (مؤلفه‌ها/سؤالات) می‌پردازد توسط شاخص AVE (متوسط واریانس استخراج شده) مورد سنجش قرار می‌گیرد و حداقل مقدار قابل قبول برای روایی همگرا ۰/۵۰ می‌باشد که نتایج آن در جدول شماره ۳ ارائه شده است:

جدول ۳- روایی همگرا متغیرهای پژوهش

متغیر	روایی همگرا	وضعیت متغیر
راهبردها	۰/۵۴۹	قابل قبول
زمینه‌ای	۰/۸۹۲	قابل قبول
علی	۰/۶۶۷	قابل قبول
مداخله‌گر	۰/۶۹۹	قابل قبول
پدیده محوری	۰/۶۰۰	قابل قبول
پیامدها	۰/۶۳۹	قابل قبول

جدول فوق نشان‌دهنده روایی همگرایی متغیرهای پژوهش می‌باشد. با توجه به اینکه کلیه مقادیر بالاتر از ۰/۵ می‌باشند؛ بنابراین روایی همگرا برای کلیه متغیرهای پژوهش در حد قابل قبول می‌باشد.

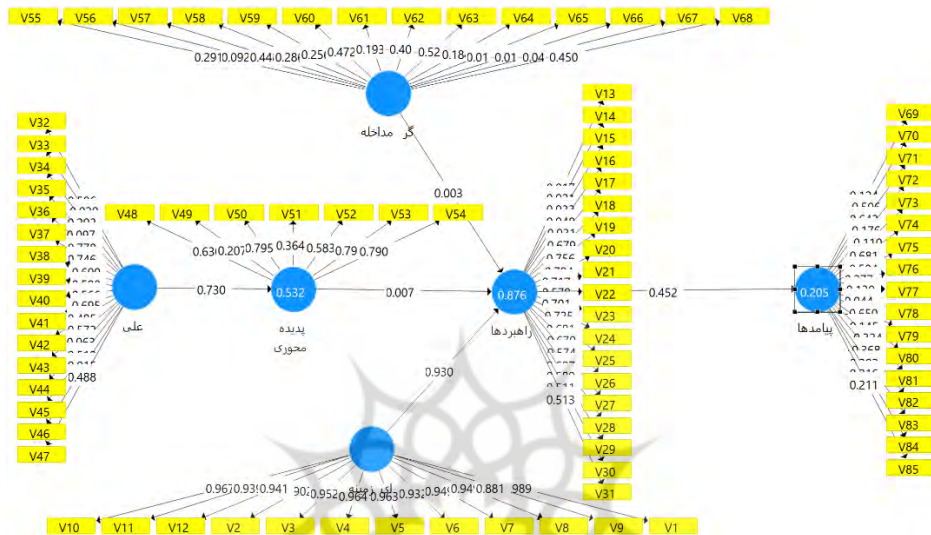
جدول ۴- روایی واگرایی متغیرهای پژوهش

پیامدها	پدیده محوری	مداخله‌گر	علی	زمینه‌ای	راهبردها
۰/۳۷۲	۰/۳۸۲	۰/۳۱۱	۰/۴۱۸	۰/۴۳۳	۰/۴۵۲
۰/۶۳۳	۰/۳۳۱	۰/۳۲۸	۰/۴۳۰	۰/۸۰۷	۰/۶۵۸
		۰/۳۱۴	۰/۳۲۸	۰/۳۲۱	۰/۳۰۳
			۰/۵۱۶	۰/۷۸۸	۰/۶۸۲
				۰/۹۴۴	۰/۶۳۶
					۰/۷۴۱

در روایی واگرا ضرایب بین دو متغیر در ستون باید از مجذور ضریب آن متغیر کمتر باشد تا از نظر واگرایی دارای روایی گردد. با توجه به مقادیر از نظر روایی واگرا در وضعیت مناسبی قرار دارد.

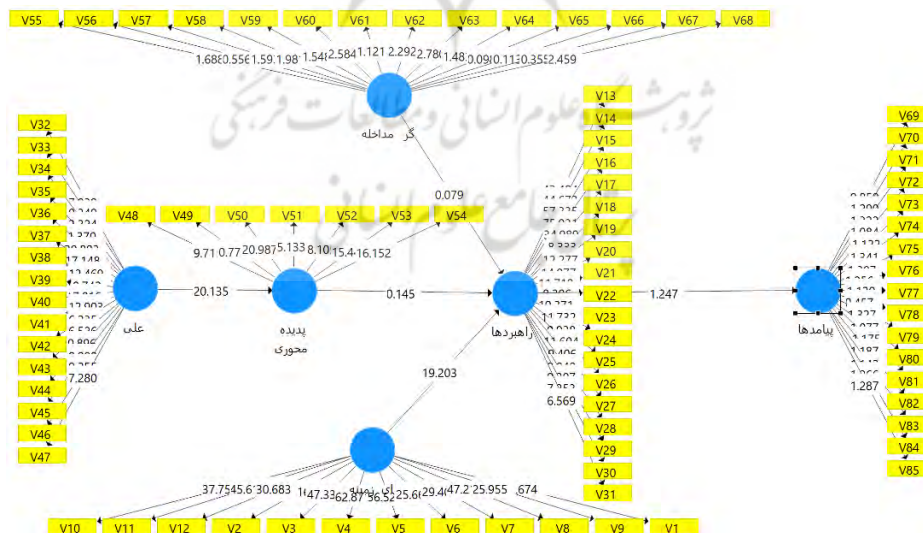
۵.۲.۲، روایی سازه (تحلیل عاملی تأییدی و معادلات ساختاری)

شدت تأثیر، میزان شدت ارتباط بین متغیرها را نشان می‌دهد و طیف این ضریب بین ۰ تا ۱ می‌باشد. هرچه این میزان به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده قوی‌تر بودن روابط بین متغیرها می‌باشد. مدل پژوهش برای بررسی روابط بین متغیرها بدین صورت به‌دست آمده است:



شکل ۵- مقادیر شدت تأثیر روابط بین متغیرهای پژوهش در مدل نهایی

که سطح معناداری روابط فوق، در شکل زیر ارائه شده است:



شکل ۶- مقادیر T روابط بین متغیرهای پژوهش در مدل نهایی

۶.۳. برازش مناسب بودن مدل ساختاری

در ادامه جهت بررسی برازش و مناسب بودن مدل ساختاری بالا از شاخص‌های ذیل استفاده می‌شود:

۶.۳.۱. معیار R^2

این معیار برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد.

جدول ۵- شاخص R^2

	R^2
راهبردها	.۸۷۶
زمینهای	
علی	
مداخله‌گر	
پدیده محوری	.۵۳۲
پیامدها	.۳۰۵

هرچه مقادیر R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیشتر باشد (معمولاً از ۰.۳/ بالاتر باشد)، نشان از برازش بهتر مدل است. با توجه به جدول مناسب بودن برازش قوی مدل ساختاری تأیید می‌شود.

۶.۳.۲. معیار Q^2

این معیار توسط استون‌گیزر (۱۹۷۵) معرفی شد و قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد؛ یعنی مدلهایی که دارای برازش بخش ساختاری قابل قبول هستند باید قابلیت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل را داشته باشند. مقادیر ۰.۰۲، ۰.۱۵ و ۰.۲۵ به ترتیب نشان از قابلیت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی دارند.

جدول ۶- شاخص Q^2

	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
راهبردها	۰/۴۶۹
زمینه‌ای	
علی	
مداخله‌گر	
پدیده محوری	۰/۳۹۰
پیامدها	۰/۳۲۰

هرچه مقادیر Q^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیشتر باشد (معمولاً از ۰.۳/ بالاتر باشد)، نشان از قدرت پیش‌بینی بهتر مدل دارد. با توجه به جدول و مقادیر به دست آمده برای سازه‌های مدل می‌توان گفت که برازش قوی مدل ساختاری پژوهش بار دیگر تأیید می‌شود.

۶.۳.۳. معیار NFI و $SRMR$ جدول ۷- شاخص‌های یار NFI و $SRMR$

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	۰/۰۷۱	۰/۰۷۵
NFI	۰/۸۱۸	۰/۸۱۴

در جدول معیار SRMR کمتر از ۰.۸ است که نشان‌دهنده مناسب بودن مدل است. از طرفی NFI به ۱ نزدیک‌تر باشد نشان‌دهنده مناسب بودن مدل است.

برای آزمون مدل اندازه‌گیری در این پژوهش از آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی جهت بررسی پایایی ابعاد مربوط سؤالات پرسشنامه و از روایی همگرا، واگرا و آزمون روایی سازه استفاده شده است. میزان آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی بالاتر از ۰.۷ است و نشان‌دهنده پایایی متغیرهای مدل است. در ارتباط با روایی همگرا با توجه به اینکه کلیه مقادیر بالاتر از ۰.۵ می‌باشند؛ بنابراین روایی همگرا برای کلیه متغیرهای پژوهش در حد قابل قبول می‌باشد. در روایی واگرا ضرایب بین دو متغیر در ستون باید از مجذور ضریب آن متغیر کمتر باشد تا از نظر واگرایی دارای روایی گردد. با توجه به مقادیر از نظر روایی واگرا در وضعیت مناسبی قرار دارد. همچنین از نظر روایی سازه نیز، میزان مقادیر R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیشتر باشد (معمولاً از ۰.۳ بالاتر باشد)، نشان از برازش بهتر مدل است. با توجه به جدول مناسب بودن برازش قوی مدل ساختاری تأیید می‌شود. با توجه به اینکه مقدار Q^2 برای تمامی متغیر وابسته بالاتر از ۰.۳ هستند؛ بنابراین می‌توان گفت، مدل ساختاری از قدرت پیش‌بینی بالایی برخوردار است و در حد قابل قبول می‌باشد. همچنین معیار SRMR کمتر از ۰.۸ است که نشان‌دهنده مناسب بودن مدل است. از طرفی NFI به ۱ نزدیک‌تر باشد نشان‌دهنده مناسب بودن مدل است. براساس استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، مدل مورد نظر برازش شد و نتایج بارهای عاملی مدل مورد نظر را تأیید نمود. از آزمون $k-s$ ، تحلیل عاملی تأییدی برای اعتبارسنجی مدل با کمک نرم‌افزار smart pls و spss استفاده شد. نتایج نشان داد مدل از روایی برخوردار بوده و مدل با ۶ متغیر اصلی و ۸۵ بعد تأیید شد.

نتیجه‌گیری

براساس یافته‌های پژوهش می‌توان مطرح گفت معماری که براساس ارزش‌های زیبایی‌شناسی محیطی شکل گرفته است، دیدارکننده را جذب خود می‌کند. درواقع به‌گونه‌ای تداعی معانی و نمادها را به ذهن مخاطب باید متبادر کند که همواره به این مهم توجه خود را معطوف کرده باشد که مخاطب و سوژه فضا در دنیای انتزاعی به‌سر نمی‌برد و عموماً در دنیای اشیاء واقعی است. پس درواقع ابزار ایجاد روح مکان همان عناصر فیزیکی محیط هستند که باید ویژگی‌های آن‌ها را براساس احترام حواس انسانی درست در کنار هم تبدیل به فضای محاط‌کننده انسان ساخت نمود تا ایده‌هایی که در ذات پیکره‌های عینی مستتر هستند در احساس مخاطب به‌منصه ظهور برسند. پس می‌توان گفت همان‌طور که می‌دانیم تنها پرداختن به یک لایه تک بعدی از زیبایی فرمال نمی‌تواند پاسخگوی تبادر روح مکان باشد، اما باید گفت درواقع چگونگی استفاده از همان فرم‌ها، احجام و فضاها در کیفیات ترکیبی بسیار تأثیرگذار خواهد بود. همان‌طور که به‌درستی زیبایی‌شناسی محیطی دخالت فعالانه تمامی وجوه حسی است؛ اما باید این مهم را نیز در نظر گرفت که نمی‌توان زیبایی‌شناسی در روح مکان را صرفاً به حواس انسانی و حالات درونی او محدود ساخت، بلکه باید توجه داشت که همان جنبه‌های فیزیکی هستند که تنها ابزار بیرونی ما برای القای تداعی خاطر مطلوب به مخاطب است. پس همان‌طور که نباید از آن‌ها گذشت بلکه باید دقت داشت که چگونه از آن‌ها باید استفاده کرد. همان‌طور که عناصر فیزیکی از جمله شکل‌ها، ریتم‌ها، محرک‌های فرمی، جنس مصالح، هندسه محیطی، ابعاد، پیچیدگی یا خوانایی، حجم و جرم دقیقاً با رابطه مستقیم الگوهای رفتاری مخاطب را در فضا تعیین می‌کند. چگونگی قرارگیری ترکیبات بصری و ترتیبات فرمی، مصالح، ابعاد فرم‌ها در تقابل با سوژه دقیقاً درک محیط را به‌مثابه نظامی فراگیر امکان‌پذیر می‌سازد، و همان

سایه می‌اندازد بر چگونگی ادراک سوژه به‌واسطهٔ صدهایی که ایجاد می‌شود، رنگ‌هایی که می‌بیند و از هم تمیز می‌دهد، شدت و میزان نوری که وارد فضا می‌شود، و پیچیدگی یا خوانایی که به‌واسطهٔ ضرب آهنگ‌های حسی و ریتم می‌تواند حرکت سناریوی فضا، و شکل‌گیری کشف و شهود ذهنی را برای او ممکن سازد. این تنوع در محیط‌های عمومی به‌خصوص فضای فرهنگی بسیار مورد نیاز است؛ چراکه در فضای فرهنگی مخاطب اهداف والاتری را جستجو می‌کند، و براساس هرم مازلو از نیازهای ابتدائی خود گذر کرده است زیرا کاربری آثار فرهنگی همواره اهدافی متفاوت با کاربری‌های دیگر را جستجو می‌کنند، و برای ارتقاء سواد، دانش، فرهنگ، حذف هویت و سنت‌ها شکل می‌گیرند. مهم‌ترین مسئله‌ای که در فضای فرهنگی خود را نشان می‌دهد تعاملات اجتماعی هست که فرد با محیط و با افراد دیگر در لایه‌های اجتماعی و کنش‌های فرهنگی ایجاد می‌کند. در واقع آثار فرهنگی مکانی است که هدف هم‌افزایی، کشف و شهود و کسب دانایی شکل می‌گیرد. مخاطبی که آنجا قرار دارد برای جستجوی نیازهای والاتری آن مکان را برمی‌گزیند. پس می‌توان گفت از آنجایی که کاربری آثار فرهنگی با کاربری چون بیمارستان که مخاطب در آن به‌دنبال رفع نیازهای اضطراری و پایه‌ای چون کسب سلامتی است بسیار متفاوت است. پس ابعاد زیبایی‌شناسی محیطی در بالاترین درجه که خلاقیت، رشد و شکوفایی به‌واسطهٔ کشف و شهود سوژه است در فضای فرهنگی می‌تواند به‌منصهٔ حضور برسد تا به روح مکان نائل آید. در این بین، فعالیت و گسترهٔ درک افراد از محیط زیاد است؛ پس شکل‌دهی به محیط فرهنگی باید روح و روان فرد را به آرامش برساند تا با ذهن بی‌دغدغه بتواند برای اهداف آن فضا دخالت مؤثر خود را بروز دهد؛ چراکه در محیط فرهنگی که حجم تعاملات جمعی و فرهنگی بالاتر است احساس و رفتار مخاطب دارای معنی ذهنی خاص می‌شود و تأثیرگذار بر رفتار دیگر مخاطبان فضا است. پس می‌توان گفت در آثار فرهنگی جنبه‌های تاریخی، سنتی و اجتماعی از جنبه‌های حسی و تداعی خاطر جداشدنی نیستند. تمرکز بر عقاید، باورها و ارزش‌های ساختاری در زیبایی‌شناسی محیطی در پاسخگویی به نیازها حائز اهمیت است. همچنین مواردی چون ایده‌پردازی از کیفیات انتزاعی و استعاری با بهره‌گیری از حس خیال و خاطر، اهمیت نقش زمان و مکان در بروز فضای معین و تغییر ابعاد در بستر ریخت‌شناسی می‌تواند در وجود سناریوی حرکتی تعریف شده با دسترسی مناسب و حس‌آمیزی بصری و حسی حجم در مقابل نور با ورود نور تلطیف شده از نورگیرها اثر بگذارد. همچنین ابداع نوین ترکیب استعاره‌های هویت تاریخی و پدیده‌های دنیای مدرن با الهام از روح مفاهیم گذشته اثر متقابلی در این همانی سوژه و ابژه در برخورد پیچیده و متغیر با ابعاد نمادین فرهنگی و تمثیلی دارد. بروز روح مکان با به‌کارگیری ذوق و استعداد معمار با توجه به کارکردهای اجتماعی فضای فعال، می‌تواند در مطلوبیت سیرکولاسیون حرارتی و کنترل گرما که خود پاسخگوی حس بساواپی پوست است تأثیر به‌سزایی قائل شود. سیرکولاسیون حرکتی تعریف شده در ارتباط بین فضای باز و بسته نیز در کنار تجلی انعکاس سراسر است و شفافیت بی‌مرز عناصر فضا می‌تواند دیدگاه همه‌جانبه‌نگری را خلق کند که در تعادل موزون، ریتم، تداوم و یکپارچگی در بستر برای خوانایی عناصر مؤثر واقع شود. پس می‌توان گفت این پیچیدگی در عین ایجاز و قابلیت شناسایی و پیش‌بینی ذهن مخاطب و ادراک او را در کشف و شهود تعقیب می‌کند. این‌گونه تمهیداتی چون حذف مزاحمت‌های صوتی و عملکردی در کنار هماهنگی دنیای ذهنی معمار با دنیای بیرونی در عین انطباق با افکار زمان می‌تواند در ایجاد تحرک و پویایی به‌واسطهٔ هم‌خوانی عملکردها در مفهوم‌گرایی فرهنگی راهگشا واقع گردد.

منابع

کتاب‌ها

- شاهچراغی، آزاده؛ بندرآباد، علیرضا. (۱۳۹۶). محاط در محیط، کاربرد روانشناسی محیطی در معماری و شهرسازی، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
- فلامکی، ترمه. (۱۳۸۱). جامعه‌شناسی تغییرات اجتماعی، تهران: انتشارات آگرا، نشر لویه.
- معماریان، محمدرضا. (۱۳۸۳). مفهوم هویت، دومین کنگره معماری و شهرسازی ایران، جلد دوم، تهران: سازمان میراث فرهنگی کشور.

مقالات

- اخوان، پیمان؛ جعفری، مصطفی. (۱۳۸۵). «نظریه‌پردازی و آزمایش نظریه‌ها در حوزه مدیریت دانش»، فصلنامه مدیریت فردا، شماره ۱۵ و ۱۶.
- برلینت، آرنولد. (۱۹۹۸). «زیبایی‌شناسی محیطی»، ترجمه: جواد علافچی، مجله زیباشناخت، شماره ۱۶.
- بهبهانی اسلامی، مایده و کابلی، احمدرضا. (۱۳۹۵). «القای روح و حس مکان معماری کهن ایرانی به بناهای معاصر»، چهارمین کنفرانس علمی پژوهشی افق‌های نوین در علوم جغرافیا و برنامه‌ریزی معماری و شهرسازی ایران، تهران.
- پهلوان‌پور، رسول؛ سهیلی، جمال‌الدین و خاک‌زند، مهدی. (۱۳۹۸). تبیین مدل‌های ادراک حسی مؤثر بر حس تعلق به مکان در مساجد محله‌ای معاصر (نمونه موردی: مساجد محله‌ای معاصر قزوین). مجله پژوهش‌های معماری اسلامی. ۷ (۳): ۹۱-۱۰۶.
- دانش پایه، نسا؛ حبیب، فرح. (۱۳۹۶). «معیارهای اصلی شکل‌گیری حس مکان در پهنه‌های توسعه جدید شهری (نمونه مطالعه: منطقه ۲۲ و منطقه ۴ شهرداری تهران). مطالعات شهری، ۶(۲۵)، ۱۷-۳۰.
- شاهمرادی، علی‌اکبر. (۱۳۹۹). «بازتاب مفهوم زیبایی‌شناسی در معماری معاصر»، دومین کنفرانس محیط زیست، عمران، معماری و شهرسازی.
- فلاح، م. (۱۳۸۵). «مفهوم حس مکان و عوامل شکل‌دهنده آن». هنرهای زیبا، (۲۶)، ۵۷-۶۶.
- قائمی فر، ش. (۱۳۹۵). «الگوی زیبایی‌شناسی در معماری براساس دیدگاه اندیشمندان اسلامی». شباک، ۲، ۳۷-۴۷.

منابع انگلیسی

- Arriaza, M., Canas-Ortega, J.F., Canas-Madueno, J.A., Ruiz-Aviles, P. (۲۰۰۴). Assessing the visual quality of rural landscapes. *Landscape Urban Plan*, vol ۶۹, pp. ۱۱۵-۱۲۵. ۸.
- Bentley, I., Alcock, A., McGlynn, S., Murrain, P., Smith, G., (۱۹۹۲), *Responsive environments: A manual for designers*. Oxford: Butterworth Architecture.
- Carlson, A. (۲۰۰۳). *Environmental Aesthetics*. In E. Craig (Ed.), *Routledge Encyclopedia of Philosophy*, London: Routledge, <http://www.rep.routledge.com/article/M۰۴۷> [Accessed ۱۱/۰۷/۲۰۱۳]. ۳۴.
- Cuthbert, A. R. (۲۰۰۶). *The Form of Cities*, Australia: Blackwell Publishing Ltd.
- Dutton, D. (۲۰۰۴), *Let's Naturalize Aesthetics*, http://aesthetics-online.org/ideas/articles/index.php?articles_id=۱۹, [Accessed ۱۶/۰۶/۲۰۱۳]. ۵۵.
- Hinshaw, F.S., Boris, N.W., and Zeanah, C.H. (۱۹۹۹). Reactive attachment disorder twin in maltreated. *Infant mental health Journal*, vol ۲۰, pp. ۴۲-۵۹.
- Konijnendijk, C.C. (۲۰۰۸). *The forest and the city: the cultural landscape of urban woodland*, Netherlands: Springer. ۱۰۷.

- Kquofi, S., and Glover, R., (۲۰۱۲). Awareness Level of Environmental Aesthetics on KNUST Campus, Kumasi, Ghana: A Descriptive Account. *Journal of Environment and Earth Science*, vol ۲, No. ۱۰, pp. ۸۴-۹۲.
- Qinping, L. (۲۰۰۶). The Worldwide Significance of Chinese Aesthetics in the Twenty-First Century. *Frontiers of Philosophy in China*, vol. ۱, No. ۱, pp. ۳۳-۴۰. ۱۶۴.
- Relph, E., (۱۹۷۶), *Place and Placelessness*, London: pion.
- Smout, T.C. (۱۹۹۱). The Highlands and the Roots of Green Consciousness ۱۷۵۰-۱۹۹۰. *Proc. British Academy*, vol ۷۶, pp. ۲۳۷-۲۶۳. ۱۷۹.
- Wang, M.C., You, M. and Lee, CH.F. (۲۰۰۹). Environmental Aesthetics: Philosophic Foundations and Methodological Perspectives, in *Proceeding of International Association of Societies of Design Research*, Seoul: Korean Society of Design Science, pp. ۳۳۵۹-۳۳۶۸. ۱۹۵.
- Williams, D.R., Anderson, B.S., McDonald, C.D., and Patterson, M.E. (۱۹۹۵). Measuring place attachment: More preliminary results, P. ۷۸ in *Abstracts of the ۱۹۹۵ Symp. on Leisure Research*, Arlington, VA: National Recreation and Park Assoc.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی