



<http://doi.org/10.22133/TLJ.2024.449844.1162>

An Assessment of Urban Tourists' Perceptions of the Objective Aesthetics of High-Rise Residential Towers' Facades (Case Study: Tehran's Region 22)

Sepehr Farhadi Matin¹ , Ali Mashhadi^{2*} 

¹ MA. Student in Department of Art and Architecture, University of Science and Culture, Tehran, Iran.

² Assistant Prof., Department of Art and Architecture, University of Science and Culture, Tehran, Iran.

Article Info

Abstract

Original Article

Received:
27-03-2024

Accepted:
27-05-2024

Keywords:
Urban Tourists
Objective Aesthetics
Perceptual
Experience Façade
High-rise Tower

Nowadays, many aesthetic concepts in the field of towers have been imposed on tourists through fashion, such as Roman, neoclassical, and... Instead of conveying meaning, these buildings have only become a means of consumption and repetition of fashion in the society. This reproduction of fashion without paying attention to the principles of European classical and neoclassical architecture and only taking its external elements such as columns, statues, etc., not according to the standards of this architecture, but sometimes accompanied by its change, and only the image of fashion architecture It has been shown. In addition, there is no provision for measuring the taste of urban tourists in this field. The purpose of writing this article is to compare the factors that play a role in tourists' perception of the objective aesthetics of high-rise residential towers. The type of research in this research is practical. The research method in this research is qualitative and based on descriptive, analytical and comparative approach. In order to collect data from semi-structured interviews and in the process of data analysis, Atlas software was used. The results of this realization consist of three parts. In the first part, there are components that have been mentioned by more people and also have more commonality among the towers, among which, as the component with the highest commonality and influence, the "component" A high variety of shapes can be seen. The second part of the conclusion is also related to the correlation of objective aesthetic components in the facade of the towers.

*Corresponding author

e-mail: ali.mashhadi@usc.ac.ir

How to Cite:

Farhadi Matin, S., & Mashhadi, A. (2024). An Assessment of Urban Tourists' Perceptions of the Objective Aesthetics of High-Rise Residential Towers' Facades (Case Study: Tehran's Region 22). *Tourism and Leisure Time Journal*, 9(17), 139-157.

Published by University of Science and Culture <https://www.usc.ac.ir>
Online ISSN: 2783-3828

1. Introduction

In all cities until the last decade, there are no guidelines for facade design, which makes every employer design with a different idea and follow this document in Tehran for every high-rise building with other towers on the facade. For example, the difference in the size of the openings, the difference in the use of decorations, the difference in the concept view, etc. It does not have a unified identity and harmony in the facade of the buildings. Mentioned buildings turn into fashion tools by losing meaning (Imani and Zafarmandi, 2014). In the last decade, in the municipality of big cities, it is done for general decisions for the purpose of control, and this itself has become the reason for the movement of views towards uniformity. Usually, architects follow the common styles to design the facade of high-rise towers for personalization on the body and environment. Like modern and minimalist style. Employers also have a mechanism in facade design to involve customers' opinions in facade design. Aesthetic response to the characteristics of an interwoven structure that includes perception, emotional reactions, cognitive and cognitive evaluations in the individual and clearly biological, personality, social and cultural experience, goals, expectations, associations, internal and environmental structures, in different people. , are different (Nasar & Hong, 1999). Environmental theory states that acquiring knowledge about the beauty of the environment is formed from it (Carlson, 2000). Considering these issues, in fact, it is a combination of the opinions of engineers and employers that is used in the design of the facade of high-rise residential towers. Since the perception of aesthetics is dependent on the perception of the tourist and the characteristics of the physical environment. Therefore, it is important to present a research in the field of aesthetic analysis of high-rise residential towers considering these two components. Are there features in the environment that appeal to everyone? It seems that the need for more transparency or reduction of uncertainty is included in this classification. Clarity has value in itself. The perceptual system contributes to greater clarity. He said that the main facades of residential apartments are the most important and the first factors that are recognized when facing these buildings, and the beauty of the main facade is not unaffected by the beauty of the urban environment (Pakzad, 2003). Contemporary researches have been conducted in the field of the effects of beauty on psychological function. More than two thousand years ago, Vitruvius was the first person who, in his treatise, paid attention to three important characteristics of architecture: "sustainability, functional architecture, beauty" (Pollio, 1914). In particular, one of the most important elements expected from a destination is the aesthetic experience. The aesthetic judgment of the destination has a positive and direct effect on three dimensions of tourists' behavioral decision-making (intention to revisit, recommend to others, and decision to pay more) (Gulertekin Genc & Temizkan, 2023).

2. Literature Review

Hegel believed that Beauty is the expansion of the mind that gives a person the perception of a phenomenon, process or event (Pakzad, 2008). Alberti, the architect of the Renaissance era, considered beauty in architecture to be in proportion and unity between components (Lang & Grutter, 2017). The evidence of scientists' research shows that beauty as an effective factor in the continuation of the generation has been a criterion in selection, and in other words, beauty is considered equal to health and flawlessness, and with the passage of time, it has been effective in the formation of human psychological patterns. Thornhill, 2003). On a large scale, aesthetics is not only limited to the ideas of beauty, but also includes its types and even its opposite, i.e. ugliness (Kirillova, 2023). Beauty experience as a factor in decision making (Chatterjee & Vartanian, 2014). Beauty is not only limited to art; over time the field of aesthetics has expanded (Davies. et al, 2009). Apartments can be classified into two categories, the first category includes buildings below eight floors (mid-rise) and the second category includes buildings above eight floors (high-rise) (Crosbie & Chiara, 1995). Identity is one of our psychological needs and a prerequisite for any social life (Qasemi, 2017). In its progress, the aesthetic experience must pass through the sensory realm and enter the mental and semantic domain (Kholosi, Behzadfar and Mohammadi, 2013). The aesthetic experience of architecture is always a complex category and influenced by different factors, therefore knowing what and how this experience is as a qualitative necessity can influence the design process and principles of architecture (Mousaviyan, 2022). The way to evaluate one's feelings and emotions in an architectural space is the last factor affecting the aesthetic experience in an architectural space (Chatterjee and Vartanian, 2017). Today, what is taken from the word "Aesthetics" or its translation "Aesthetics" is based on the objective and subjective dimensions of beauty (Khakzand et al., 2013). The conducted researches based on Gestalt psychology, the theories presented in connection with the urban vision and landscape and the perspectives that analyze the city from a visual perspective

deal with the role of multiple senses in the beauty of the environment (Lang, 2016). A wide range of articles and books that deal with the issue of environmental preferences; All of them are introduced as a part of the research related to aesthetics in urban planning; Nevertheless, it seems that these researches have examined a set of scattered and different topics, and how they are related to each other is not clear (Habibi and Vosughi, 2015). Form is one of the components of objective aesthetics. Form means regularity between parts (Arnheim, 2003), and Rumi also emphasizes the necessity of using specific criteria in aesthetic judgment and the necessity of its rational justification (Yousefian, 2009). Many designers tried to increase the beauty of urban landscapes based on these rules (Shahbazi, 2017). In general, objective aesthetics arises from the order of sensory materials and is more focused on the shapes, rhythms, complexities and visual compositions of the external environment. The main point of objective aesthetics is to pay attention to the visual structure of the environment (Lavie and Tractinsky, 2004). In the present research, the priorities of the components of objective aesthetics have been extracted from the consensus of 43 experts. In the following, the mentioned components are mentioned in full, then in Table 1, the priorities mentioned among the components are categorized. The components of objective aesthetics include: order, proportions, harmony, balance, unity, rhythm, continuity and continuity, porosity, decorative elements and details, color and materials, lines, style, form, light shade. As the main goal of this research, a comparative comparison of the objective aesthetic criteria of high-rise residential towers in Tehran with the perceptual experience approach of tourists is considered. Among the different forms of tourism, urban tourism is for visiting cities. The motivation of this type of tourism is visiting sightseeing, shopping, business or entertainment. Along with the development of tourism in urban areas, more support services such as restaurants and accommodation are built to meet the needs of tourists. This type of tourism is compared to rural tourism. In comparison, tourism facilities in this way are much more and increase the attraction of tourists.

Among the different forms of tourism, urban tourism is for visiting cities. The motivation of this type of tourism is visiting sightseeing, shopping, business or entertainment. Along with the development of tourism in urban areas, more supporting services such as restaurants and accommodation are built to meet the needs of tourists, although urban tourists are not the only ones who use these facilities, and the people of the city also benefit from these infrastructures. This type of tourism is compared to rural tourism. In comparison, tourism facilities in this way are much more and increase the attraction of tourists.

3. Research question

The main question of this research is what are the objective aesthetic criteria of the facade of high-rise residential towers in Tehran according to the user's perceptual experience?

4. Methodology

The method of this research is qualitative and based on descriptive, analytical and comparative approach. In this research, the selection of the statistical population has been made in order to answer the questionnaire of the components of objective aesthetics, which includes questions extracted from the first priorities of objective aesthetics. The mentioned priorities are the result of examining the views of 43 experts in the field of aesthetics. The mentioned items can be seen in Table 1.

In order to have comprehensiveness of the research and create validity, the statistical population is divided into two categories (statistical sample resulting from it): these categories include passers-by (urban tourists) on horseback and on foot. The number of interviewees in this research is 50 based on the statistical population of the research. In order to control the conditions and get reliable answers from the interviews, buildings with similar conditions have been selected. According to the purpose of the research, towers have been chosen as samples. The selected towers for this research are five residential towers in the height range of 20 to 22 floors, which have similar dimensions and heights. These towers are located in five different neighborhoods in the 22nd district of Tehran, and their characteristics and locations are specified in Table 2.

In collecting information, description and interpretation of the existing conditions have been done in order to present a more complete and different definition of the subject in question. In this research, library sources and authoritative references, whose validity has been evaluated in advance, are used, and information about the way of human perception, unconsciousness, identity, types of design, objectivity, mental image and collective

aesthetics is used. It is collected, then by comparing the views of experts on objective aesthetics, the most frequent and important cases are prioritized. Finally, the independent and dependent variables related to the specific purpose and the micro-factors related to the components are determined. The continuation of the research process has been done through inferential data in order to analyze and test people's perception. This is done through the mentioned objective aesthetic components questionnaire and semi-structured interview. After conducting the interviews, Atlas.ti software was used to compare the answers obtained from the interviews, coding and classifying them. First, the typed files of the answers of the interviewees are entered into the mentioned software, then the propositions (examples) related to the desired priorities in objective aesthetics are selected from among the answers, and from them the components of aesthetics from the point of view of the urban tourist. (sub-themes) are selected. Next, the frequency and sharing of the mentioned sub-themes in this software are compared and the desired criteria are weighted. The summary form and step by step of the above-mentioned methodological steps of the research can be examined in diagram 1.

5. Results

Based on the results obtained from the previous chapters and the answers received from the interviewees; Materials were obtained that form the body of our research. The charts mentioned below; There are categories of visual and perceptual components of objective aesthetics and their sub-branches. In this section, we tried to refine the mentioned materials and summarize them in tables.

Data analysis was done to extract sub-themes with Atlas.ti software and finally 61 sub-themes (Charts 2, 3, 4, 5 and 6) were extracted from the responses of the interviewees. The mentioned themes are subsets of the main themes of proportions, facade lines, color and materials, form and order. In each of the diagrams 2 to 6, the types of connection between the sub-themes (subsets) and with the main themes (head of the set) are shown. The type of communication between sub-themes is divided into opposite and non-communicating. Also, the form of communication between sub-themes (subsets) and the main themes (head of the set) is defined as "is part of".

After extracting and categorizing the sub-themes of the research, we will compare their frequency (mentioned by people) in high and low frequency areas. First, this comparison is done among those sub-themes that are a subset of a common main theme, so that the correlation of those sub-themes is completed, then the comparison of the high and low areas of abundance in relation to all the sub-themes of the research is done at once. is done (diagrams 7, 8, 9, 10 and 11). In the mentioned charts, a quantitative comparison of the frequency of each main theme's subgroups (proportions, facade lines, color and materials, form and order) has been done in the high and low frequency areas.

In the analysis of the sub-themes, a component has been found that has a 100% share between the interviews of the towers and ranked first in terms of frequency. The sharing of components between the towers is the result of a series of common features in the facade of the towers. In the mentioned towers, the variety of shapes and forms in the facade was present both in the facade itself and compared to other towers around, they had different and more varied shapes and forms. The surrounding towers generally had simple and cubic shapes, and common and simple attachments were also available as facade elements in some of them.

6. Conclusion

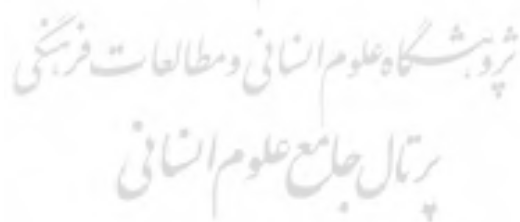
By analyzing the data obtained from the comparative comparison of the objective aesthetic components between the towers, it is understood that a series of components have the highest frequency (indicated by people) and they are also common among the interviews of all the towers, on this basis, counting them as the most effective. The cases in the objective aesthetics of the facade of high-rise residential towers are justified from the perspective of the perceptual experience of urban tourists. A series of cases in the photo have the lowest amount of frequency and no commonality between the interviews of the towers, which the mentioned explanation justifies recognizing them as the least effective cases in the objective aesthetics of the facade of high-rise residential towers from the perspective of the tourist's perceptual experience. The "high shape diversity" component, based on research findings, has the highest frequency and commonality among towers; The most effective component of objective aesthetics from the point of view of tourists is the view of high-rise residential towers. Comparing the frequency of sub-themes in the subset of each main theme shows the correlations of those sub-themes, which was done by

comparing the mentioned sub-themes between the five selected towers. Comparing all sub-themes of the research together also shows the correlation between the upper and lower areas of the sub-themes. In comparing the frequency of all research sub-themes with each other, "high diversity of shape" and "high diversity of line shape" have a direct correlation in high frequency, which is the reason for having the highest frequencies and commonalities between the towers. In the low area of abundance, the mentioned sub-themes have a direct correlation with each other and are actually the least influential components: "Small size of components", "Balance of warm and cold colors", "Dark color", "Fabulous color", "precious material", "conventional shape", "absence of false skyline", "more empty space", "covering facilities", "linear layout", "different angles" and "greater distance between components" which is the main reason for having The lowest frequencies and commonalities are among the research towers. The mentioned sub-themes have an indirect correlation with each other as high and low frequency areas.

The purpose of writing this article was to compare the factors affecting the objective aesthetic perception of tourists from the facade of high-rise residential towers; By comparing the frequency and relationship of research sub-themes with each other, the main question of the research about what these components are was answered.

As mentioned in the introduction of the research; One of the most important demands of tourists about an environment is aesthetic experience. Also, according to theoretical foundations, aesthetic experience is known as a factor in decision making. This beauty is an expansion in the memory that is achieved by the perception of a phenomenon, process or event. The findings of the current research (sub-themes and their relationship and frequency) have been achieved in line with what and how to perceive objective aesthetics.

In previous researches that share the same topic with the present research; The facades of residential buildings have been examined from the perspective of users' expectations, and the disturbances in these facades are due to the failure to meet these expectations. In this research, by achieving the effective factors on the objective aesthetic perception of tourists, the effective components and their relationships are identified in this field, which can create a way to implement and fulfill the expectations of tourists and users. In addition, in past researches, the theory Verbal communication has been proposed as a framework to identify factors affecting the aesthetic quality of the environment, the reason for which is the absence of a clear image of the dimensions of the aesthetic quality of a place or urban space in general. In the present research, by obtaining the components of objective aesthetics from the point of view of tourists, factors have been obtained that have created a framework for determining the dimensions of objective aesthetics from the point of view of tourists.





<http://doi.org/10.22133/TLJ.2024.449844.1162>

گردشگری و اوقات فراغت

بررسی ادراک گردشگران شهری از زیبایی شناسی عینی نمای برج‌های بلندمرتبه مسکونی (نمونه موردی: منطقه ۲۲ تهران)

سپهر فرهادی متین^۱، علی مشهدی^{۲*}

^۱دانش آموخته کارشناسی ارشد، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

^۲استادیار، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
مقاله پژوهشی	امروزه مفاهیم زیبایی شناسی متعددی در زمینه نمای برج‌ها از طریق مد به گردشگران تحمیل شده است؛ مانند سبک‌های قدرت نمای رومی و نئوکلاسیک. این بناها به جای انتقال معنا تنها به ابزار مصرف و تکرار مد در جامعه تبدیل شده‌اند. این بازتولید مد بدون توجه به اصول معماری کلاسیک و نئوکلاسیک اروپا و فقط اخذ عناصر ظاهری آن، از قبیل ستون و مجسمه - آن‌هم نه طبق معیارهای این معماری؛ بلکه گاهی با تغییر آن - همراه بوده و تنها سیمای معماری مد را به نمایش گذاشته است. به علاوه برای سلیقه گردشگران شهری مراتب سنجشی در این زمینه پیش‌بینی نشده است. هدف از نگارش این مقاله، مقایسه تطبیقی عواملی است که در ادراک زیبایی شناسی عینی گردشگران از نمای برج‌های بلندمرتبه مسکونی نقش دارند. نوع تحقیق در این پژوهش، کاربردی است. روش تحقیق در این پژوهش، کیفی بوده و براساس رویکرد توصیفی - تحلیلی و قیاسی انجام شده است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها، از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و در سیر تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزار اطلس‌تی استفاده شده است. نتایج این تحقیق مشتمل بر دو بخش است. در بخش اول، مؤلفه‌هایی یافت شده‌اند که افراد بیشتری به آن‌ها اشاره کرده‌اند و همچنین اشتراک بیشتری را بین برج‌ها داشته‌اند که در این بین، به‌عنوان مؤلفه‌ای با بالاترین اشتراک و تأثیر، مؤلفه «تنوع بالای شکلی» مشاهده می‌شود. بخش دوم نتیجه‌گیری نیز ناظر بر هم‌بستگی مؤلفه‌های زیبایی شناسی عینی در نمای برج‌ها برداشت شده است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۰۸	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۷	
واژگان کلیدی: گردشگران شهری زیبایی شناسی عینی تجربه ادراکی نما	
*نویسنده مسئول رایانامه: ali.mashhadi@usc.ac.ir	
نحوه استناددهی: فرهادی متین، سپهر و مشهدی، علی (۱۴۰۳). بررسی ادراک گردشگران شهری از زیبایی شناسی عینی نمای برج‌های بلندمرتبه مسکونی (نمونه موردی: منطقه ۲۲ تهران). گردشگری و اوقات فراغت، ۹(۱۷)، ۱۳۹-۱۵۷.	
ناشر: دانشگاه علم و فرهنگ https://www.usc.ac.ir	
شاپای الکترونیکی: ۲۷۸۳-۳۸۲۸	

مقدمه

در کلیه شهرها تا یک دهه گذشته، هیچ دستورات عملی برای طراحی نما وجود نداشت که این باعث می‌شد هر کارفرما با ایده‌ی متفاوتی نما طراحی کند و این دستاویزی شد تا در تهران هر ساختمان بلندمرتبه از نظامی ناهمگون با سایر برج‌ها در نما پیروی کند؛ برای مثال تفاوت در اندازه بازشوها، تفاوت در استفاده از تزئینات، تفاوت در کانسپت نما و غیره. این در نما ساختمان‌ها هویتی یکپارچه و هماهنگ ندارند. ساختمان‌های اشاره‌شده با ازدست‌دادن انتقال معنایی به ابزار مد تبدیل می‌شوند (ایمانی و ظفرمندی، ۱۳۹۴). در یک دهه اخیر، در شهرداری کلان‌شهرها اقداماتی برای تصویب دستورات العمل‌های کلی به منظور کنترل نما انجام شد و این امر خود مایه حرکت نماها به سمت یکنواختی شده است. معمولاً معماران برای طراحی نمای برج‌های بلندمرتبه مسکونی مبتنی بر کالبد و محیط از سبک‌های متداول پیروی می‌کنند؛ مانند سبک مدرن و مینیمالیست. کارفرمایان نیز در طراحی نما مکانیزمی در اختیار ندارند تا بتوانند نظر مشتریان را در طراحی نما دخیل سازند. واکنش زیبایی‌شناختی به ویژگی‌های یک بنا فرایندی درهم‌تنیده است که دربرگیرنده ادراک، واکنش‌های احساسی، شناخت و ارزیابی‌های شناختی در فرد بوده و به شکلی واضح به تناسب بیولوژی، شخصیت، تجربه اجتماعی و فرهنگی، اهداف، توقعات، تداعی‌ها، ساختارهای درونی و عوامل محیطی، در افراد مختلف، متفاوت است (Nasar & Hong, 1999). نظریه زیبایی‌شناسی محیطی بیان می‌کند که کسب دانش درباره عملکردهای محیط به شکل‌گیری ترجیحات منجر می‌شود (Carlson, 2000). با توجه به این مسائل، در واقع این ترکیبی از نظرات مهندسان و کارفرمایان است که در طراحی نمای برج‌های بلندمرتبه مسکونی اعمال می‌شود. از آنجاکه ادراک زیبایی‌شناسی به ادراک گردشگر و به ویژگی‌های کالبدی محیط به صورت توأمان وابسته است؛ بنابراین ارائه تحقیقی در زمینه تحلیل زیبایی‌شناسی برج‌های بلندمرتبه مسکونی با در نظر داشتن این دو مؤلفه اهمیت دارد. آیا ویژگی‌هایی در محیط وجود دارد که برای همه افراد جذابیت داشته باشد؟ به نظر می‌رسد نیاز به شفافیت بیشتر یا تقلیل عدم قطعیت در این طبقه‌بندی جای گیرد. شفافیت یا وضوح به خودی خود ارزش دارد. نظام ادراکی به شفافیت بیشتر کمک می‌کند. می‌توان گفت نماهای اصلی آپارتمان‌های مسکونی مهم‌ترین و اولین عواملی هستند که در رویارویی با این بناها بازشناسی می‌شوند و زیبایی نماهای اصلی در زیبایی محیط شهری بی‌تأثیر نیست (پاکزاد، ۱۳۸۲). پژوهش‌های معاصر انجام‌شده در حوزه تأثیرات زیبایی در کارکرد روان‌شناختی انسان نشان می‌دهد تجربه زیبایی با تأثیرگذاری در تصمیم‌گیری افراد، قابلیت ارتقای تجربه محیطی را فراهم می‌کند (Chatterjee, 2011). بیش از دوهزار سال پیش، ویتروویوس^۱ اولین فردی بود که در رساله خود، به سه ویژگی مهم معماری توجه کرد: «پایداری، معماری کارایی، زیبایی» (Pollio, 1914). به طور خاص، یکی از اساسی‌ترین عناصری که گردشگران از یک مقصد انتظار دارند، تجربه زیبایی‌شناختی است. قضاوت زیبایی‌شناسی مقصد بر سه بعد از تصمیمات رفتاری گردشگران (قصد بازدید مجدد، قصد توصیه به دیگران و تمایل به پرداخت هزینه بیشتر) تأثیر مثبت و مستقیمی دارد (Gulertekin Genc & Temizkan, 2023).

مبانی نظری و مرور پیشینه

در فرهنگ معین، واژه زیبایی چنین تعریف شده است: «نظم و هماهنگی که همراه عظمت و پاکی در شیء وجود دارد و عقل و تخیلات و تمایلات انسان را تحریک می‌کند و لذت و انبساط پدید می‌آورد» (نقره‌کار، ۱۳۸۹). هگل به طور دقیق‌تری از واژگان استفاده کرده و معتقد است: «زیبایی، انبساط خاطری است که از ادراک یک پدیده، فرایند و یا رویداد به انسان دست می‌دهد» (پاکزاد، ۱۳۸۶). آلبرتی، معمار عصر رنسانس، زیبایی در معماری را در تناسب و وحدت بین اجزا می‌داند (لنگ و گروتز، ۱۳۹۷). شواهد پژوهش‌های دانشمندان نشان می‌دهد زیبایی به‌عنوان عاملی مؤثر در ادامه نسل، معیاری در انتخاب بوده است و به بیانی دیگر، زیبایی معادل سلامت و بدون نقص بودن تلقی شده و با گذر زمان در شکل‌گیری الگوهای روانی انسان مؤثر واقع شده است (Thornhill, 2003).

در مقیاسی وسیع، زیبایی‌شناسی تنها به ایده‌های زیبایی محدود نمی‌شود؛ بلکه شامل انواع و حتی متضاد آن یعنی زشتی نیز می‌شود (Kirillova, 2023). تجربه زیبایی به‌منزله عاملی در تصمیم‌گیری مشارکت دارد (Chatterjee & Vartanian, 2014). زیبایی تنها به هنر محدود نمی‌شود. با گذشت زمان، حوزه زیبایی‌شناسی گسترش وسیع‌تری یافته است (Davies et al., 2009). شکل آپارتمان را می‌توان در دو

1. Vitruvius

دسته طبقه‌بندی کرد که دسته اول ساختمان‌های زیر هشت طبقه (میان‌مرتبه) و دسته دوم ساختمان‌های بالای هشت طبقه (بلندمرتبه) را شامل می‌شود (Chiara & Crosbie, 1995). هویت از نیازهای روانی ما و پیش‌نیاز هرگونه زندگی اجتماعی بالنده است (قاسمی، ۱۳۹۷). تجربه زیبایی‌شناسی در سیر پیشرفت خود باید از قلمرو حسی گذر کند و به حوزه ذهنی و معنایی وارد شود (خلوصی و همکاران، ۱۳۹۳). تجربه زیبایی‌شناسی معماری همواره مقوله‌ای پیچیده و تحت‌تأثیر عوامل متفاوت است؛ بنابراین شناخت چپستی و چگونگی این تجربه به‌منزله ضرورتی کیفی در فرایند طراحی و اصول معماری تأثیرگذار است (موسویان، ۱۴۰۱).

نحوه ارزیابی احساسات و عواطف فرد در یک فضای معماری آخرین عامل تأثیرگذار در تجربه زیبایی در یک فضای معماری است (Coburn et al., 2017). آنچه امروزه از کلمه «Aesthetics» یا ترجمه آن «زیبایی‌شناسی» برداشت می‌شود، مبتنی بر ابعاد عینی و ذهنی زیبایی است (خاک‌زند و همکاران، ۱۳۹۳). تحقیقات انجام‌شده مبتنی بر روان‌شناسی گشتالت، نظریات ارائه‌شده درباره دید و منظر شهری و دیدگاه‌هایی که شهر را از منظر بصری تحلیل می‌کنند به نقش حواس چندگانه در زیبایی محیط می‌پردازند (لنگ، ۱۳۹۵). طیف گسترده مقالات و کتاب‌هایی که به موضوع ترجیحات محیطی پرداخته‌اند همگی بخشی از تحقیقات مرتبط با زیبایی‌شناسی در شهرسازی معرفی می‌شوند؛ باوجوداین، به نظر می‌رسد این تحقیقات مجموعه‌ای از موضوعات پراکنده و متفاوت را بررسی کرده‌اند که چگونگی ارتباط آن‌ها با یکدیگر مشخص نیست (حبیبی و وثوقی، ۱۳۹۵). از مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی عینی فرم است. فرم به معنای انتظام میان اجزاست (آرنه‌ایم، ۱۳۸۲). مولانا نیز به ضرورت بهره‌گیری از معیارهایی مشخص در قضاوت زیبایی‌شناسی و ضرورت توجیه عقلانی آن تأکید می‌کند (یوسفیان، ۱۳۷۹). طراحان بسیاری تلاش کرده‌اند که زیبایی مناظر شهری را براساس این قواعد افزایش دهند (شهبازی، ۱۳۹۷).

به‌طور کلی زیبایی‌شناسی عینی از نظم مواد حسی به وجود می‌آید و بیشتر متوجه شکل‌ها، ریتم‌ها، پیچیدگی‌ها و ترکیبات بصری محیط بیرون است. نکته اصلی زیبایی‌شناسی عینی، توجه به ساختار بصری محیط است (Lavie & Tractinsky, 2004). در پژوهش حاضر، از اجماع نظر ۴۳ نفر از صاحب‌نظران، اولویت‌بندی‌های مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی عینی استخراج شده است. در ادامه مؤلفه‌های مذکور به‌طور کامل نام برده می‌شود. سپس در جدول ۱، اولویت‌های ذکرشده از بین مؤلفه‌ها دسته‌بندی می‌شود. مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی عینی عبارت‌اند از: نظم، تناسب، هماهنگی، تعادل، وحدت، ریتم، پیوستگی و تداوم، تخلخل، عناصر و جزئیات تزئینی، رنگ و مصالح، خطوط نما، سبک، فرم و سایه روشن. هدف اصلی این پژوهش، مقایسه تطبیقی معیارهای زیبایی‌شناسی عینی نمای برج‌های بلندمرتبه مسکونی تهران با رویکرد تجربه ادراکی گردشگران است.

در میان صورت‌های مختلف گردشگری، گردشگری شهری به‌منظور بازدید از شهرها انجام می‌شود. انگیزه این نوع از گردشگری بازدید از مکان‌های دیدنی، خرید، کسب‌وکار یا سرگرمی است. همراه با توسعه گردشگری در نواحی شهری، برای برآوردن نیازهای گردشگران، خدمات حمایتی بیشتری نظیر رستوران و محل اقامت ساخته می‌شود؛ البته گردشگران شهری تنها کسانی نیستند که از این امکانات استفاده می‌کنند و خود مردم شهر نیز از این زیرساخت‌ها بهره‌مند می‌شوند. این شیوه از گردشگری در مقابل گردشگری روستایی قرار می‌گیرد. در مقام مقایسه، تسهیلات گردشگری در این شیوه بسیار بیشتر است و جذب گردشگران را افزایش می‌دهد.

سؤال پژوهش

سؤال اصلی این پژوهش عبارت است از: «معیارهای زیبایی‌شناسی عینی نمای برج‌های بلندمرتبه مسکونی تهران با توجه به تجربه ادراکی کاربر چه هستند؟»

روش پژوهش

روش این پژوهش کیفی و براساس رویکرد توصیفی-تحلیلی و قیاسی است. در این پژوهش انتخاب جامعه آماری به‌منظور پاسخ به پرسش‌نامه مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی عینی انجام شده است. پرسش‌نامه مذکور شامل سؤالاتی بیرون‌آوری‌شده از اولویت‌های اول زیبایی‌شناسی عینی است. اولویت‌های ذکرشده نتیجه بررسی دیدگاه‌های ۴۳ نفر از صاحب‌نظران حوزه زیبایی‌شناسی است (جدول ۱).

جدول ۱: اولویت های زیبایی شناسی عینی از دیدگاه صاحب نظران

اولویت های اول	اولویت های دوم	اولویت های سوم
نظم	ریتم	عناصر تزئینی
رنگ و مصالح	سایه و روشن	تخلخل
خطوط نما	پیوستگی و تداوم	سبک
فرم	تعادل	وحدت
تناسبات		هماهنگی

جامعه آماری و نمونه های آماری

به منظور جامعیت داشتن پژوهش و ایجاد روایی، جامعه آماری به دو دسته (نمونه آماری منتج از آن) تقسیم می شود که این دسته ها مشتمل بر عابران (گردشگران شهری) سواره و پیاده هستند. تعداد مصاحبه شوندهگان این پژوهش بر مبنای جامعه آماری پژوهش، ۵۰ نفر است. به منظور کنترل شرایط و دریافت پاسخ های قابل اطمینان از مصاحبه ها، ساختمان هایی با شرایط نزدیک به هم انتخاب شده است. با توجه به هدف پژوهش، برج هایی برای نمونه برگزیده شده اند. برج های منتخب برای این پژوهش پنج برج مسکونی در محدوده ارتفاعی ۲۰ تا ۲۲ طبقه اند که ابعاد و ارتفاع نزدیکی دارند. این برج ها در پنج محله متفاوت در منطقه ۲۲ تهران واقع شده اند و مشخصات و موقعیتشان در جدول ۲ مشخص شده است.

جدول ۲: مشخصات برج های منتخب پژوهش

نام برج	توضیحات	اولویت های سوم
برج المپیک	این ساختمان یک برج ۲۲ طبقه مسکونی است؛ واقع در بلوار دهکده المپیک، جنوب شرقی میدان المپیک.	
برج ایزدیار	این برج ۲۱ طبقه مسکونی در بزرگراه شهید خرازی، بلوار کاشان، جنوب میدان موج واقع شده است.	
برج ونوس	این برج ۲۱ طبقه مسکونی در بزرگراه شهید لشکری، بلوار کوهک، خیابان نسیم پنجم، خیابان نسترن شرقی، خیابان مهر، قرار دارد.	
برج تریتموم	این برج مسکونی ۲۱ طبقه دارد و در بزرگراه شهید خرازی، بلوار طبیعت، بلوار میعاد، خیابان شهید حدادی قرار گرفته است.	
برج آرتمیس	این برج ۲۰ طبقه مسکونی در آزادراه تهران کرج، بلوار کوهک، خیابان نسیم ۱۶ است.	

در گردآوری اطلاعات، اقدام به توصیف و تفسیر شرایط موجود شده است تا بیان و تعریف کامل تر و متفاوتی از موضوع مدنظر ارائه شود. در این پژوهش، از منابع کتابخانه‌ای و مراجع معتبر، که از قبل اعتبارشان سنجیده شده، استفاده می‌شود و اطلاعاتی درخصوص نحوه ادراک انسان‌ها، ناخودآگاه، هویت، انواع طراحی، عینیت، تصویر ذهنی و زیبایی‌شناسی جمع‌آوری می‌شود. سپس با مقایسه دیدگاه صاحب‌نظران در مورد زیبایی‌شناسی عینی، موارد پرتکرارتر و مهم‌تر اولویت‌بندی شده است. سرانجام متغیرهای مستقل و وابسته در ارتباط با هدف مشخص و ریزفاکتورهای مربوط به مؤلفه‌ها مشخص شده است. ادامه روند پژوهش از طریق داده‌های استنباطی به‌منظور تجزیه و تحلیل و آزمودن ادراک افراد صورت گرفته است. این امر از طریق پرسش‌نامه مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی عینی مذکور و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شده است. پس از انجام مصاحبه‌ها، در ادامه برای مقایسه پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان به نرم‌افزار یادشده وارد می‌شود؛ سپس گزاره‌های (مصدق‌ها) مرتبط با اولویت‌های مدنظر در زیبایی‌شناسی عینی، از درون پاسخ‌ها انتخاب می‌شوند و از درون آن‌ها مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی از دیدگاه گردشگر شهری (تم‌های فرعی) برگزیده می‌شوند. در ادامه، فراوانی و اشتراک تم‌های فرعی مذکور در این نرم‌افزار مقایسه و معیارهای مدنظر وزن‌دهی می‌شود. شکل خلاصه و مرحله‌به‌مرحله موارد اشاره‌شده در بالا، درباره‌ی مراحل روش‌شناسی پژوهش در نمودار ۱ مشاهده می‌شود.



نمودار ۱: مراحل روش‌شناسی پژوهش

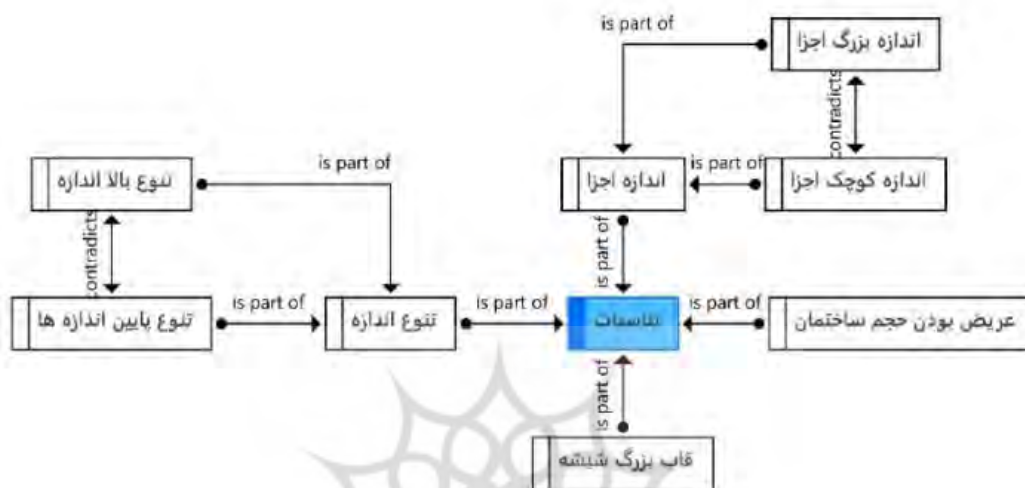
یافته‌های پژوهش

براساس نتایج حاصل‌شده از فصل‌های گذشته و پاسخ‌هایی که از مصاحبه‌شوندگان دریافت شده، به مطالبی دست یافتیم که بدنه تحقیق ما را شکل می‌دهند. نمودارهایی که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود، دسته‌بندی‌هایی از مؤلفه‌های بصری ادراکی زیبایی‌شناسی عینی و زیرشاخه‌هایشان هستند. در این بخش، سعی شده مطالب ذکرشده پالایش و جمع‌بندی آن‌ها در جداول ارائه شود.

نمودارهای تم‌های اصلی و فرعی پژوهش

تحلیل داده‌ها به‌منظور استخراج تم‌های فرعی با نرم‌افزار اطلس‌تی انجام شد و در نهایت ۶۱ تم فرعی (نمودارهای ۲، ۳، ۴، ۵ و ۶) از پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان استخراج شد. تم‌های مذکور زیرمجموعه تم‌های اصلی تناسبات، خطوط نما، رنگ و مصالح، فرم و نظم هستند. در هر یک

از نمودارهای ۲ تا ۶، نوع ارتباط تم‌های فرعی (زیرمجموعه‌ها) با یکدیگر و با تم‌های اصلی (رأس مجموعه) نمایش داده شده است. نوع ارتباط بین تم‌های فرعی به دو دسته مخالف و بدون ارتباط تقسیم شده است. همچنین شکل ارتباط تم‌های فرعی (زیرمجموعه‌ها) با تم‌های اصلی (رأس مجموعه) به صورت «بخشی از»^۱ تعریف شده است.

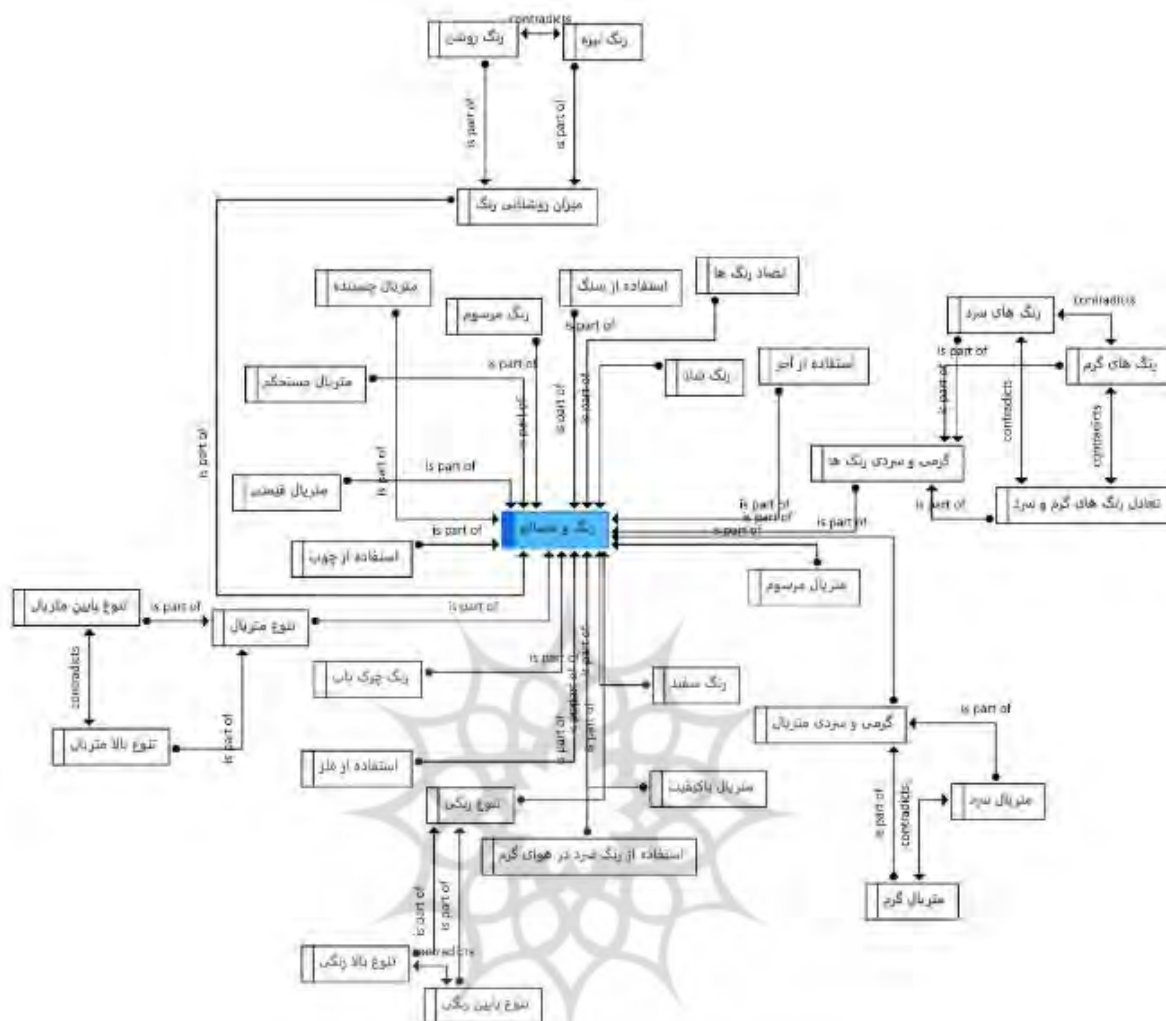


نمودار ۲: تم‌های فرعی زیرمجموعه تناسبات

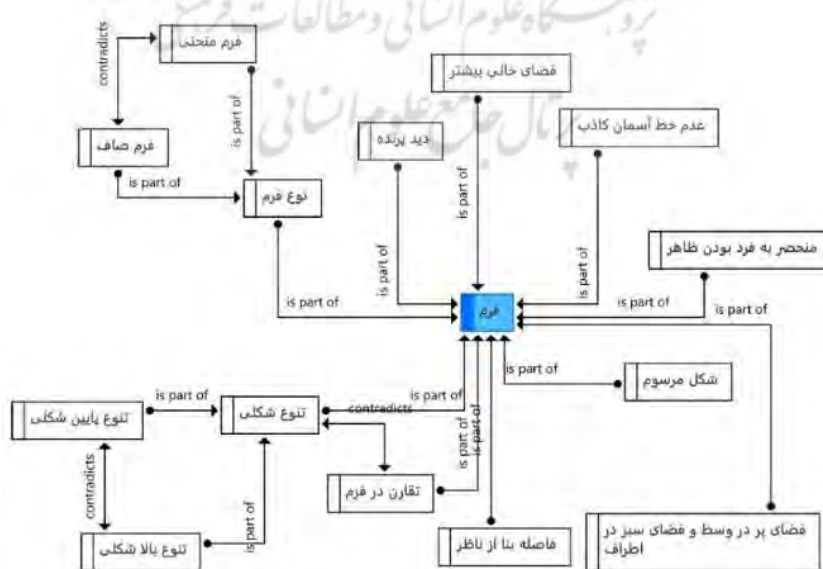


نمودار ۳: تم‌های فرعی زیرمجموعه خطوط نما

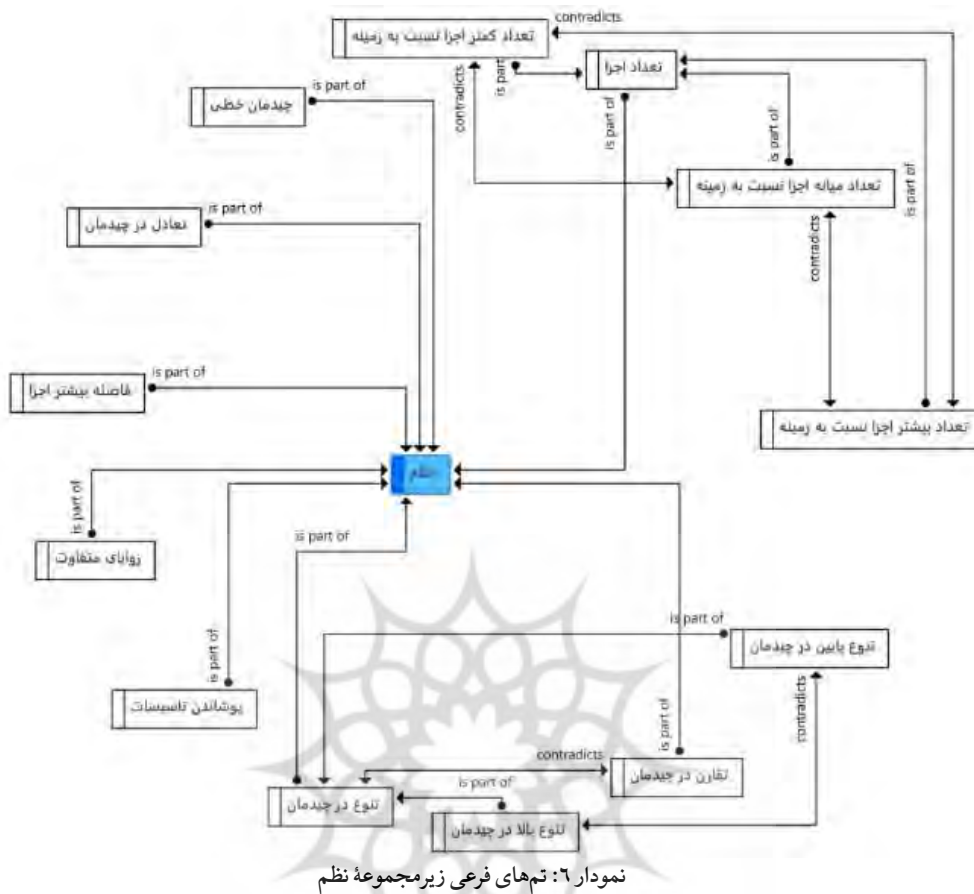
1. is part of



نمودار ۴: تم‌های فرعی زیرمجموعه رنگ و مصالح

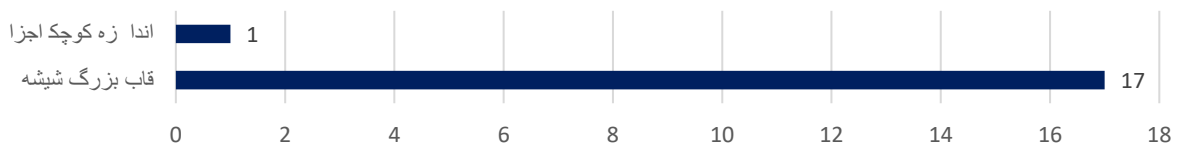


نمودار ۵: تم‌های فرعی زیرمجموعه فرم

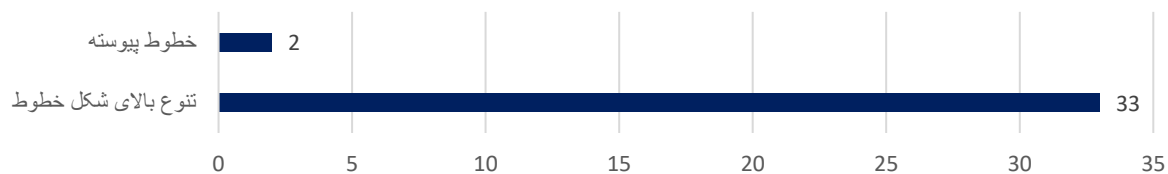


مقایسه تطبیقی فراوانی تم‌های فرعی

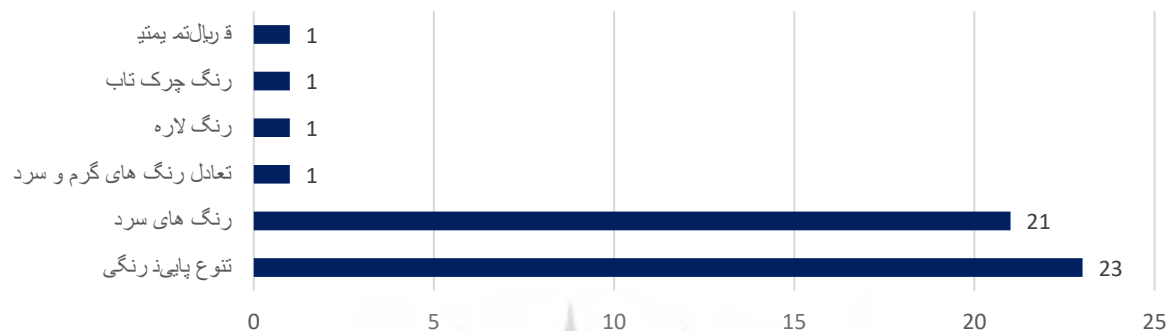
پس از استخراج و دسته‌بندی تم‌های فرعی پژوهش، به مقایسه فراوانی (اشاره کردن افراد به آن‌ها) آن‌ها در پهنه‌های بالا و پایین فراوانی می‌پردازیم. این مقایسه ابتدا در بین آن دسته از تم‌های فرعی، که زیرمجموعه یک تم اصلی مشترک‌اند، به انجام می‌رسد بدین ترتیب شکل هم‌بستگی آن تم‌های فرعی فرجام می‌شود. سپس مقایسه پهنه‌های بالا و پایین فراوانی درباره کل تم‌های فرعی پژوهش به صورت یک‌جا انجام می‌شود (نمودار های ۷، ۸، ۹، ۱۰ و ۱۱). در نمودارهای مذکور، مقایسه کمی فراوانی زیرمجموعه‌های هر تم اصلی (تناسبات، خطوط نما، رنگ و مصالح، فرم و نظم) در پهنه‌های بالا و پایین فراوانی انجام شده است.



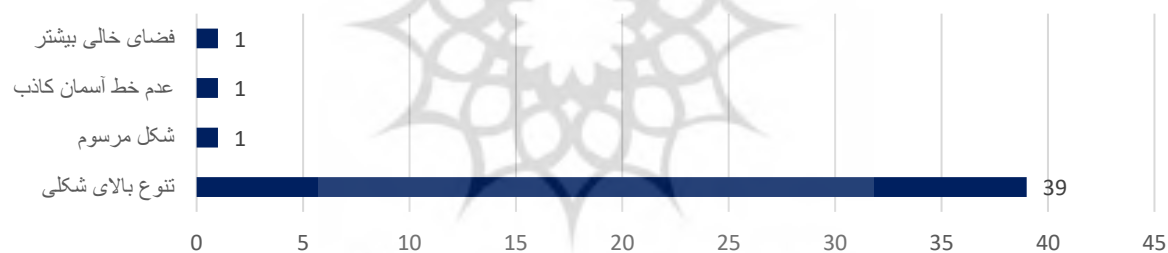
نمودار ۷: مقایسه فراوانی تم‌های فرعی در تم اصلی تناسبات در پهنه‌های بالا و پایین



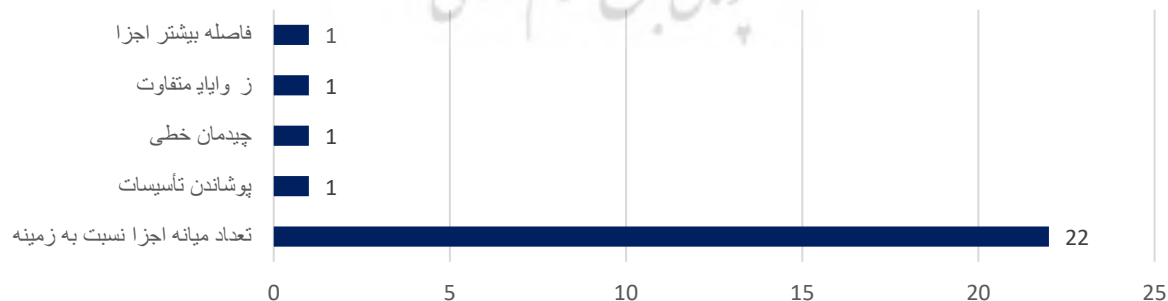
نمودار ۸: مقایسه فراوانی تم‌های فرعی در تم اصلی خطوط نما در پهنه‌های بالا و پایین



نمودار ۹: مقایسه فراوانی تم‌های فرعی در تم اصلی رنگ و مصالح در پهنه‌های بالا و پایین



نمودار ۱۰: مقایسه فراوانی تم‌های فرعی در تم اصلی فرم در پهنه‌های بالا و پایین



نمودار ۱۱: مقایسه فراوانی تم‌های فرعی در تم اصلی نظم در پهنه‌های بالا و پایین

در تحلیل تم‌های فرعی، مؤلفه‌ای یافت شده است که بین مصاحبه‌های برج‌ها اشتراک صددرصد داشته و در میزان فراوانی، رتبه نخست آنان را گرفته است. اشتراک مؤلفه‌ها بین برج‌ها، حاصل ویژگی‌های مشترک در نمای برج‌هاست. در برج‌های یادشده، تنوع در شکل‌ها و فرم‌های موجود در نما، هم در خود نما موجود بود و هم به نسبت سایر برج‌های اطراف، شکل‌ها و فرم‌های متفاوت و متنوع‌تری داشت. برج‌های اطراف عموماً شکل‌های ساده و مکعبی داشتند و الصاقات رایج و ساده‌ای نیز به منزله المان نما در برخی از آن‌ها موجود بوده است.

نتیجه‌گیری

با تحلیل داده‌های حاصل از مقایسه تطبیقی مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی عینی بین برج‌ها این‌گونه برداشت می‌شود که مجموعه‌ای از مؤلفه‌ها بیشترین میزان فراوانی (اشاره افراد) را دارند؛ به علاوه بین مصاحبه‌های تمامی برج‌ها نیز مشترک‌اند. براین اساس، شمردن آن‌ها به‌عنوان مؤثرترین موارد در زیبایی‌شناسی عینی نمای برج‌های بلندمرتبه مسکونی از منظر تجربه ادراکی گردشگران شهری توجیه می‌شود. برخی موارد برعکس، شامل کمترین میزان فراوانی و بدون اشتراک بین مصاحبه‌های برج‌ها هستند که توضیحات مذکور، شناخت آن‌ها را به‌منزله کم‌تأثیرترین موارد در زیبایی‌شناسی عینی نمای برج‌های بلندمرتبه مسکونی از منظر تجربه ادراکی گردشگر توجیه می‌کند. مؤلفه «تنوع بالای شکلی»، که براساس یافته‌های پژوهش بالاترین فراوانی و اشتراک بین برج‌ها را دارد، مؤثرترین مؤلفه زیبایی‌شناسی عینی از دیدگاه گردشگران در نمای برج‌های بلندمرتبه مسکونی است. مقایسه فراوانی تم‌های فرعی در زیرمجموعه هر تم اصلی، نشان‌دهنده هم‌بستگی‌های آن تم‌های فرعی است. این کار با مقایسه تم‌های فرعی مذکور بین پنج برج منتخب انجام شد. مقایسه تمامی تم‌های فرعی پژوهش به‌صورت یک‌جا نیز هم‌بستگی بین پهنه‌های بالا و پایین تم‌های فرعی را به دست می‌دهد. در مقایسه فراوانی تمامی تم‌های فرعی پژوهش با یکدیگر، «تنوع بالای شکلی» و «تنوع بالای شکل خطوط» در بالا بودن فراوانی هم‌بستگی مستقیم دارند که علت آن داشتن بالاترین فراوانی‌ها و اشتراک‌ها بین برج‌هاست. در پهنه پایین فراوانی، تم‌های فرعی اشاره‌شده با هم هم‌بستگی مستقیم دارند و در واقع کم‌تأثیرترین مؤلفه‌ها نیز هستند: «اندازه کوچک اجزا»، «تعادل رنگ‌های گرم و سرد»، «رنگ تیره»، «رنگ چرک‌تاب»، «متریال قیمتی»، «شکل مرسوم»، «عدم خط آسمان کاذب»، «فضای خالی بیشتر»، «پوشاندن تأسیسات»، «چیدمان خطی»، «زوایای متفاوت» و «فاصله بیشتر اجزا» که دلیل اصلی آن داشتن پایین‌ترین فراوانی‌ها و اشتراک‌ها بین برج‌های بررسی شده است. تم‌های فرعی مذکور به‌منزله پهنه بالا و پایین فراوانی با یکدیگر هم‌بستگی غیرمستقیم دارند.



هدف از نگارش این مقاله مقایسه تطبیقی عوامل مؤثر در ادراک زیبایی‌شناسی عینی گردشگران از نمای برج‌های بلندمرتبه مسکونی بود که از طریق مقایسه فراوانی و ارتباط تم‌های فرعی پژوهش با یکدیگر به دست آمد. همچنین با دستیابی به مؤلفه‌های مؤثر (تم‌های فرعی پژوهش) در ادراک زیبایی‌شناسی مذکور، به سؤال اصلی پژوهش درباره چستی این مؤلفه‌ها پاسخ داده شد.

همان‌طور که در مقدمه تحقیق اشاره شده است، از مهم‌ترین خواسته‌های گردشگران درباره یک محیط، می‌توان به تجربه زیبایی‌شناسی اشاره کرد. همچنین برطبق مبانی نظری، تجربه زیبایی به‌مثابه عاملی در تصمیم‌گیری شناخته می‌شود. این زیبایی، انبساطی در خاطر است که از ادراک یک پدیده، فرایند و یا رویداد به دست می‌آید. یافته‌های پژوهش حاضر (تم‌های فرعی و ارتباط و فراوانی آن‌ها) در راستای چستی و چگونگی ادراک زیبایی‌شناسی عینی به دست آمده‌اند.

در پژوهش‌های پیشین، که با تحقیق حاضر اشتراک موضوعی دارند، نمای ساختمان‌های مسکونی از دیدگاه توقعات کاربران بررسی شده است که نابسامانی‌های موجود در این نماها به‌علت برآورده‌نشدن این توقعات است. در این پژوهش، با دستیابی به عوامل مؤثر در ادراک زیبایی‌شناسی عینی گردشگران، مؤلفه‌های کارساز و روابط آنان در این زمینه نیز شناسایی می‌شوند که این مورد می‌تواند مسیری را برای اعمال و برآورده شدن توقعات گردشگران و کاربران ایجاد کند. به‌علاوه در پژوهش‌های گذشته، نظریه ارتباط کلامی به‌منزله چهارچوبی برای شناسایی عوامل مؤثر در کیفیت زیبایی‌شناسی محیط پیشنهاد شده است که چرایی آن نبود تصویری واضح از ابعاد کیفیت زیبایی‌شناختی یک مکان یا فضای

شهری به طور کلی است. در تحقیق حاضر، با دستیابی به مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی عینی از دیدگاه گردشگران، عواملی به دست آمده که باعث پدیدآمدن چهارچوبی برای تعیین ابعاد زیبایی‌شناسی عینی از دید گردشگران است.

ORCID:

Sepehr Farhadi Matin	 https://orcid.org/0009-0005-1332-9184
Ali Mashhadi	 https://orcid.org/0009-0009-6045-5545



منابع

- ایمانی، نادیه و ظفرمندی، سویل (۱۳۹۴). معماری رومی در مقابل معماری بومی، بررسی خصوصیات گرایش موسوم به کلاسیک در معماری معاصر تهران. صفحه، ۲۵ (۴)، ۲۷-۵۰. <https://civilica.com/doc/1304497>
- آرنه‌ایم، رودولف (۱۳۸۲). پویه‌شناسی صور معماری. ترجمه مهرداد قیومی بیدهندی. تهران: انتشارات سمت.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۲). پدیدارشناسی نمای ساختمان‌های مسکونی و سیر تکوینی توقعات از آن. هنرهای زیبا، ۱۴ (۱۴)، ۹۱-۱۰۲. <https://sid.ir/paper/416721/fa>
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۶). مقالاتی در باب طراحی شهری. تهران: انتشارات شهیدی.
- حبیبی، سیدمحسن و وثوقی، سارا (۱۳۹۵). تعیین عوامل مؤثر در کیفیت زیبایی‌شناختی فضاهای شهری با استفاده از نظریه ارتباط کلامی. کنفرانس کنگره بین‌المللی عمران، معماری و توسعه شهری، تهران. <https://sid.ir/paper/896205/fa>
- خاک‌زند، مهدی، محمدی، مریم، جم، فاطمه و آقابزرگی، کوروش (۱۳۹۳). شناسایی عوامل مؤثر بر طراحی بدنه‌های شهری با تأکید بر ابعاد زیبایی‌شناسی و زیست‌محیطی، نمونه‌ی موردی: خیابان ولیعصر (عج) - شهر قشم. مطالعات شهری، ۳ (۱۰)، ۱۵-۲۶. <https://civilica.com/doc/1370270/fa>
- خلوصی، امیرحسین، بهزادفر، مصطفی و محمدی، مریم (۱۳۹۳). تبیین عوامل مؤثر بر طراحی بدنه خیابانی مبتنی بر دلالت‌های زیبایی‌شناسانه، نمونه‌ی موردی: خیابان بهار، منطقه ۷ شهرداری تهران. معماری و شهرسازی پایدار، ۲ (۱)، ۲۷-۴۲. <https://civilica.com/doc/795915>
- شهبازی، گیسیا (۱۳۹۷). سامان‌دهی جداره‌های شهری مبتنی بر عوامل مؤثر بر زیبایی‌شناسی، مطالعه موردی: خیابان ولیعصر (حدفاصل خیابان انقلاب تا خیابان جمهوری). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته طراحی شهری. دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران.
- قاسمی اصفهانی، مروارید (۱۳۹۷). اهل کجا هستیم؟ (هویت‌بخشی به بافت‌های مسکونی). تهران: انتشارات روزنه.
- لنگ، جان (۱۳۹۵). آفرینش نظریه معماری. ترجمه علیرضا عینی‌فر. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- لنگ، جان و گروتز، یورگ کورت (۱۳۹۷). زیبایی‌شناسی در معماری. ترجمه جهان‌شاه پاکزاد و عبدالرضا همایون، تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- موسویان، سمیه (۱۴۰۱). تبیین مدل مفهومی مؤلفه‌های مؤثر در شکل‌گیری تجربه زیبایی‌شناسی معماری از منظر علوم شناختی. باغ نظر، ۱۹ (۱۰۷)، ۴۱-۵۶. <https://doi.org/10.22034/bagh.2021.279519.4849>
- نقره‌کار، عبدالمجید (۱۳۸۹). مبانی نظری معماری. تهران: دانشگاه پیام‌نور.
- یوسفیان، جواد (۱۳۷۹). نگاهی به مفهوم زیبایی‌شناسی. نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی، ۴۳ (۱۷۷)، ۱۳۵-۱۷۲. <https://sid.ir/paper/428750/fa>
- Carlson, A. (2000). *Aesthetics and the environment*. London: Routledge.
- Chatterjee, A. (2011). Neuroaesthetics: A Coming of Age Story. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 23(1), 53–62. <https://doi.org/10.1162/jocn.2010.21457>
- Chatterjee, A., & Vartanian, O. (2014). Neuroaesthetics. *Trends in Cognitive Sciences*, 18(7), 370–375. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2014.03.003>
- Chiara, J. D., & Crosbie, M. J. (1995). *Time-saver Standards for Building Types*. New York: McGraw-Hill Pub.

- Coburn, A., Vartanian, O., & Chatterjee, A. (2017). Buildings, Beauty, and the Brain: A Neuroscience of Architectural Experience. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 29(9), 1521–1531.
https://doi.org/10.1162/jocn_a_01146
- Davies, S., Higgins, K.M., Hopkins, R., Stecker, R., & Cooper, D. E. (2009). *A Companion to Aesthetics*. Blackwell Publishing Ltd.
- Gulertekin Genc, S., & Temizkan, S. P. (2023). Destination aesthetics: An empirical study of aesthetic judgment and aesthetic distance among tourists in Turkey. *European Journal of Tourism Research*, 33, 3308.
<https://doi.org/10.54055/ejtr.v33i.2221>
- Kirillova, K. (2023). A review of aesthetics research in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on beauty and aesthetics in tourism. *Annals of Tourism Research*, 100, 103553.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103553>
- Lavie, T., & Tractinsky, N. (2004). Assessing Dimension of Perceived Visual Aesthetics of Web Sites Human-Computer. *international journal of human computer-studies*, 3(60), 269-298.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2003.09.002>
- Nasar, J. L., & Hong, X. (1999). Visual preferences in urban signscapes. *Environment and Behavior*, 31(5), 671–691. <http://dx.doi.org/10.1177/00139169921972290>
- Noghrehkar, A. M. (2010). *Theoretical Foundations of Architecture*. Tehran: Payam-e Noor University.
- Pollio, V. (1914). *Vitruvius, the ten books on architecture*. Cambridge: Harvard University Press.
- Thornhill, R. (Eds.). (2003). *Darwinian aesthetics informs traditional aesthetics*. Berlin, Germany: Springer-Verlag.

[In persian]

- Arnheim. R. (1974). *The Dynamics of Architectural Form* (Translated by Mehrdad Qayoumi Bidhendi). Tehran: SAMT Publications.
- Habibi, S. M., & Vothoghi, S. (2015). Determining the effective factors on the aesthetic quality of urban spaces using verbal communication theory. *Ista Shahr Research and Metacompletion Studies Center, Tehran*, January 2015, Ministry of Science, Research and Technology. <https://civilica.com/doc/619573>
- Imani, N., & Zafarmandi, S. (2014). Roman architecture versus vernacular architecture, investigating the features of the so-called classical trend in Tehran's contemporary architecture. *Soffeh Journal*, 25(71), 27-50.
<https://civilica.com/doc/1304497>

- Khakzand, M., Mohammadi, M., Jam, F., & Aghabozorgi, K. (2013). Identifying the effective factors on the design of urban bodies with an emphasis on aesthetic and environmental dimensions, a case example: Valiasr St. (AJ) - Qeshm city. *Quarterly Journal of Urban Studies*, 3(10), 15-26. <https://civilica.com/doc/1370270>
- Khulusi, A., Behzadfar, M., & Mohammadi, M. (2013). Explanation of the effective factors on the design of the street body based on aesthetic implications, case example: Bahar St., District 7, Tehran Municipality. *Journal of Sustainable Architecture and Urbanism*, 1(2), 27-41. <https://civilica.com/doc/795915>
- Lang, J. (1987). *The Creation of Architectural Theory*. (Translated by Alireza Einifar). Tehran: University of Tehran.
- Lang, J., & Grüther, J. K. (2017). *Aesthetics in architecture*. (Translated by Jahanshah Pakzad, and Abdul Reza Hodayun) (2015). Tehran: University of Tehran.
- Mousaviyan, S. (2022). Explanation of the conceptual model of the effective components in the formation of architectural aesthetic experience from the perspective of cognitive science. *Bagh-e Nazar Scientific Journal*, 19(107), 41-56. <https://doi.org/10.22034/bagh.2021.279519.4849>
- Mousaviyan, S. (2022). The components of aesthetic experience and reading the role of identity in the preferences of architectural works. *National Studies Quarterly*, 23(91), 173-195. <https://www.doi.org/10.22034/rjnsq.2022.324274.1351>
- Pakzad, J. (2003). Phenomenology of residential buildings facade and development of expectations from it. *Fine Arts Journal*, (14), 91-102. <https://sid.ir/paper/416721/fa>
- Pakzad, J. (2008). *A collection of articles on urban design*. Shahidi Publications. Ghasemi Isfahani, M. (2018). *Where are we from? (identification of residential contexts)*. Tehran: Rozeneh Publications.
- Shahbazi, G. (2018). The organization of urban walls based on the factors affecting the aesthetics of a case study: Valiasr St. *An intra-university research project*. Tarbiat Dabir University. Shahid Rajaei University.
- Yousefian, J. (2000). A look at the concept of aesthetics. *Journal of Faculty of Literature and Human Sciences (Tabriz)*, 43(177), 135-172. <https://sid.ir/paper/428750/fa>

COPYRIGHTS

©2024 by the authors. Published by University of Science and Culture. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

