



سال ۱۶، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۳

شماره پیاپی: ۴۵

مقاله پژوهشی: ۶۳-۷۴

<http://jjh.jor.alzahra.ac.ir>

رابطه بین محرک‌های اطلاعاتی و قضاوت زیبایی‌شناختی در میان افراد غیرمتخصص در هنر^۱

شاهین محمدی زرغان^۲

رضا افهمی^۳

حجت‌الله فراهانی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۱۱

تاریخ تصویب: ۱۴۰۳/۰۲/۰۱

چکیده

متغیرهای روانشناختی در میزان درک و لذت افراد از یک اثر هنری نقش اساسی دارند. لذت از اثر هنری نه تنها به خود اثر بلکه به مخاطب آن نیز بستگی دارد. ابعاد شخصیتی و دانش هنری از جمله عواملی هستند که بر لذت، درک و قضاوت زیبایی‌شناختی افراد اثرگذار هستند. تأثیر این عوامل بر افراد مختلف اعم از متخصصین و غیرمتخصصین در هنر سنجیده شده است اما چیزی که در این میان مغفول مانده، تأثیر کوتاه مدت یک محرک اطلاعاتی بر تجربه هنری افراد غیرمتخصص است. در این پژوهش افرادی با تجربه و دانش هنری پایین در دو گروه آزمایشی مورد آزمون قرار گرفتند. گروه اول بدون هیچ محرک اطلاعاتی و گروه دوم با محرک اطلاعاتی (متنی درباره‌ی ماهیت اثر هنری) میزان ترجیح خود را از پنج جفت اثر واقع‌گرا-کلاسیک و مدرن-انتزاعی اظهار کردند. نتایج پژوهش حاکی از این بود که با وجود عدم تفاوت دو گروه در دانش زیبایی‌شناختی، گروه دوم که در معرض محرک اطلاعاتی قرار داشتند، آثار مدرن و انتزاعی را به‌صورت معناداری بیشتر پسندیدند. بنابراین حتی ارائه اطلاعات کوتاه در مورد شیوه‌های درک هنر به طور بافتاری به افراد می‌تواند روی انتخاب و ترجیح آثار هنری تأثیر بگذارد. یافته‌های این پژوهش نقش متغیرهای بافتاری و روانشناختی در تجربه زیبایی‌شناختی افراد غیرمتخصص را تأیید می‌کند.

کلید واژه‌ها: زیبایی‌شناسی، دانش زیبایی‌شناختی، گشودگی به تجربه، ترجیح زیبایی‌شناختی، روانشناسی هنر

مقدمه

هنر به عنوان یکی از ارکان مهم فرهنگ و تمدن بشری، همواره مورد توجه اندیشمندان و پژوهشگران بوده است. اما با وجود تاریخ طولانی پژوهش پیرامون هنر، دلایل ترجیحات هنری متفاوت و عدم تمایل عموم مردم به فرم‌های هنری پیچیده‌تر و تمایل به پذیرش هنر به عنوان بازنمای صرف واقعیت، همچنان شکاف پژوهشی قابل توجهی در زمینه درک هنر محسوب می‌شود. مطالعات گذشته نشان می‌دهند که عوامل روان‌شناختی مختلفی از جمله ویژگی‌های شخصیتی، میزان تحصیلات، آشنایی قبلی با آثار هنری و سواد زیبایی‌شناختی بر درک و لذت‌بردن افراد از آثار هنری تأثیرگذار است. به عنوان مثال در مقایسه با افراد محافظه‌کار، افرادی با سطح بالاتر ویژگی شخصیتی گشودگی به تجربه، علاقه و تمایل بیشتری به درک آثار هنری پیچیده و غیرمعارف از خود نشان می‌دهند و این ویژگی مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده علاقه و اشتغال به هنر محسوب می‌شود. همچنین افرادی که تحصیلات، آموزش و تجربیات بیشتری در زمینه هنر دارند، توانایی بیشتری برای لذت و درک آثار پیچیده و غیربازنمایانه از خود نشان می‌دهند.

واکنش متفاوت افراد در ارزیابی و ترجیح زیبایی‌شناختی در نتیجه خصوصیات فردی آنها و میزان دانش آنها در زمینه هنر است. مخاطبان تازه‌کار و دارای سطح پایین‌تر از درک هنر، در غالب موارد بر احساسات یا دانش خود از دیگر جنبه‌های زندگی تکیه می‌کنند و همانگونه که در روانشناسی عامیانه تصور می‌شود، هنر و به‌ویژه هنر انتزاعی از منظر آنها تنها بیان احساسات فاقد معنای یک هنرمند است (Leder et al., 2014: 1137-1139)، در حالی که تحقیقات جدید نشان می‌دهند که فقدان محتوای آشکار هنر انتزاعی می‌تواند به فرصت‌های بیشتری برای تفسیر مخاطب منجر شود، زیرا حاوی ایده‌ها، مفاهیم، احساسات و همچنین ارجاعاتی است که می‌تواند ارزش‌های بالاتری از منظر ادراکی داشته باشد. این آثار از آن رو در زمره هنر والا طبقه‌بندی می‌شوند که نیازمند کوشش ذهنی بالاتری برای تفسیر به دلیل ابهام در شناسایی ظاهری خود دارند (برزنجی و همکاران، ۱۴۰۱: ۸). بنابراین می‌توان گفت که درک زیبایی‌شناختی هنر مدرن و معاصر به شدت به تسلط شناختی نیاز دارد (Leder et al., 2012: 2) و میان فرآیند ادراک هنرهای واقع‌گرا و مدرن و معاصر تفاوتی وجود ندارد و تنها سطوح مختلف تخصص، دانش، تجربه و علاقه می‌توانند نتیجه پردازش و تفسیر را تعیین کنند.

پژوهش‌های پیشین نیز بر این تفاوت قضاوت زیبایی‌شناختی منتج از سطح تخصص هنری صحنه گذاشته‌اند؛ اما علی‌رغم اهمیت بالای این عامل، مرور مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که تاکنون کمتر پژوهشی به بررسی تأثیر تغییر محرک‌های اطلاعاتی بر درک زیبایی‌شناختی افراد عادی فاقد تحصیلات و تجربیات هنری پرداخته است. از این رو مطالعه حاضر قصد سنجش این موضوع را دارد که چگونه محرک‌های اطلاعاتی می‌توانند بر نوع نگاه، ترجیحات و قضاوت‌های زیبایی‌شناختی این افراد تأثیر بگذارند؟ پژوهش حاضر، نه سواد و تجربه هنری پیشین بلکه نقش افزایش دانش در قالب رهنمودهایی مختصر و عمومی برای درک هنر در یک تجربه کوتاه مدت را مورد توجه قرار داده است. دلیل توجه به تجربه کوتاه مدت در این پژوهش به این دلیل است که هیچ پژوهشی تاکنون در زمینه پایایی تغییر نگرش فردی در درازمدت انجام نشده است. این پژوهش روی افرادی متمرکز شده است که فاقد تجربه و دانش هنری بالا هستند و قصد سنجش تأثیر افزایش اطلاعات این گروه بر تغییر نگرش آنها نسبت به هنر را دارد و می‌تواند به شناسایی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و تغییر سلیقه هنری و نقش محرک‌های زمینه‌ای و اطلاعاتی بر آن منجر شود.

پیشینه پژوهش

محققان پیشتر رابطه میان دانش و تجربه زیبایی‌شناختی را میان دو گروه متخصص و غیرمتخصص هنری مورد بررسی قرار داده‌اند. کوپچیک و گبوتیز (۱۹۹۰) در مقاله خود «علاقه و لذت به عنوان ابعاد پاسخ زیبایی‌شناسانه» با ثبت حرکات چشم بازدیدکنندگان تفاوت تمرکز افراد غیر متخصص بر روی اشیای مشخصی در درون نقاشی و متخصصین بر روی عناصر پس‌زمینه اثر، اشکال و خطوط را نشان دادند. وینستون و کوپچیک (۱۹۹۲) در مقاله «ارزیابی هنر والا و مردمی توسط مخاطبان عام و متخصص» دریافتند که مخاطبان با دانش پایین‌تر آثار دارای احساس مثبت و مخاطبان دارای دانش هنری آثار دارای ویژگی‌های هنری را ترجیح می‌دهند. میلیس (۲۰۰۱) در مقاله «معناسازی عامل لذت: تأثیر عنوان بر تجربه زیبایی‌شناسانه» نشان داد که عناوین آثار هنری بر افزایش درک و ترجیح آثار مؤثرند. رولینگز (۲۰۰۳) در مقاله «رابطه شخصیت و علاقه به آثار نقاشی و عکاسی نامطبوع» نشان داد که غیرمتخصص‌ها نقاشی‌های بازنمایانه را به آثار آبستره ترجیح می‌دهند. لدر، کربن و ریپساس (۲۰۰۶) در مقاله «عنوان دادن به هنر: تأثیر اطلاعات عنوان بر

روی درک و ارزیابی آثار هنری» نشان دادند که عنوان بر درک آثار هنری انتزاعی مؤثر، اما بر ترجیح اثر تأثیری ندارد. فرویس و سیلوا (۲۰۱۴) در مقاله «پژوهش پیرامون راهبردهای معناسازی در مواجهه با آثار هنری» استراتژی‌های معناسازی مختلف از جمله تفسیر، پاسخ عاطفی، ارتباط شخصی و تجربه زیبایی‌شناختی توسط مخاطبان و ترکیب این استراتژی‌ها با هم و تأثیر تفاوت‌های فردی، مانند دانش قبلی و پیشینه فرهنگی را بر این استراتژی‌ها نشان دادند. با وجود اینکه در این تحقیقات رابطه میان دانش هنری و درک افراد از هنر سنجیده شده است، اما در مورد تغییر میزان دانش حتی در یک بازه زمانی کوتاه مدت صحبتی به میان نیامده است. به این معنا که ارائه مجموعه‌ای از سرنخ‌های جزئی درباره‌ی مفاهیم هنری تا چه میزان می‌تواند نگرش زیبایی‌شناختی افراد را تغییر دهد. تنها گلاسرو همکاران (۲۰۲۳) در مقاله «چگونه سرنخ‌های کلامی به دیدن و درک آثار هنری کمک می‌کند» چهار نقاشی تاریخی را یکبار بدون توضیح و سپس با ارائه توضیح به یک گروه افراد نشان دادند و مشاهده شد که در مرحله دوم افراد مدت زمان بیشتری را صرف تمرکز و نگاه به نقاشی و جزئیات آن کردند که می‌تواند نشانگر علاقه بیشتر به آثار هنری در کنار محرک اطلاعاتی باشد. در هر حال هنوز مطالعات بسیاری برای بررسی متخصص‌های هنری و غیرمتخصص‌ها هنگام نگاه کردن به گونه‌های مختلف هنر وجود دارد. چیزی که در این پژوهش‌ها مغفول مانده است تأثیر این دانش هنری در ترجیح و قضاوت آثار هنری میان کسانی است که در ابتدای امر تسلط زیبایی‌شناختی پایینی دارند و دنبال‌کننده‌ی هنر محسوب نمی‌شوند اما تزریق اطلاعات کلی در لحظه می‌تواند این قضاوت را تحت‌الشعاع قرار دهد.

روش پژوهش

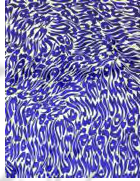
پژوهش حاضر به شیوه بر خط انجام شده و دارای دو پرسشنامه متشکل از بخش جمعیت‌شناسی، سیاهه ده‌گویه‌ای شخصیت، مقیاس دانش زیبایی‌شناختی و پرسشنامه محقق‌ساخته مقایسه پنج زوج اثر هنری مختلف بوده است. سیستم در صورت پاسخ به سه سؤال اولیه در مورد داشتن تجربه، تحصیلات و یا مشاغل مرتبط با حوزه هنر، از ورود به بخش اصلی پرسشنامه جلوگیری می‌کرد و تنها به افراد فاقد تحصیلات هنری اجازه تکمیل پرسشنامه داده می‌شد. تنها تفاوت دو پرسشنامه، وجود یک متن اولیه در مورد ماهیت آثار هنری در پرسشنامه شماره ۲ (دارای محرک اطلاعاتی) نسبت به پرسشنامه اول (فاقد

محرک اطلاعاتی) بود که از مشارکت‌کنندگان خواسته شده بود تا قبل از انتخاب آثار هنری آن را مطالعه و به پنج پرسش در مورد آن پاسخ دهند. طرح پنج پرسش با هدف اطمینان از خواندن دقیق متن توسط فرد انجام گرفت. در این پژوهش، شرکت‌کنندگان در آزمون فاقد محرک اطلاعاتی شامل ۳۲۰ نفر و دارای محرک اطلاعاتی شامل ۳۰۶ نفر بودند. همانطور که اشاره شد هیچ‌یک از شرکت‌کنندگان دارای شغل یا تحصیلات هنری نبودند. ابزارهایی که در پژوهش حاضر به کار برده شده‌اند، عبارتند از:

الف- پرسشنامه مقایسه پنج زوج اثر هنری: ۱۰ اثر هنری با زوج مضمون‌های یکسان به صورت تصادفی در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت و از آنها خواسته شد تا در مورد میزان ترجیح هر اثر در قالب یک مقیاس لیکرت ۷ گزینه‌ای (۱: اصلاً نمی‌پسندم ... ۷: کاملاً می‌پسندم) اظهار نظر کنند. زوج تصاویر به ترتیب شامل یک مسجد سنتی ایرانی (تصویر ۱) و یک مسجد مدرن ایرانی (تصویر ۶)، تصویری از مسیح مصلوب قرون وسطی (تصویر ۲) و تصویری مسیح زرد اثر پل گوگن (تصویر ۷)، نگارگری خسرو و شیرین مکتب شیراز (تصویر ۳) و نگاره خسرو و شیرین اثر صادق تبریزی (تصویر ۸)، یک سیاه مشق شکسته نستعلیق (تصویر ۴) و اثر نقاشی خط از حسین زنده‌رودی (تصویر ۹) و تصویری از یک منظره از جان کانستبل (تصویر ۵) و منظره اثر پل سینیاک (تصویر ۱۰) بود. شرکت‌کنندگان در آزمون به صورت اتفاقی به یکی از دو پرسشنامه فاقد محرک اطلاعاتی و دارای محرک اطلاعاتی پاسخ می‌دادند.

در بخش قبل از انتخاب آثار در پرسشنامه دوم (دارای محرک اطلاعاتی)، یک متن متشکل از پنج جمله ذیل درباره ماهیت آثار هنری به مشارکت‌کنندگان ارائه شده بود و با هدف اطمینان از مطالعه متن توسط افراد، از آنها خواسته شد که به پنج سؤال دو گزینه‌ای درباره آن پاسخ دهند. در زمان تحلیل، ۱۶ نفر از افرادی که به بیش از سه سؤال پاسخ غلط داده بودند از تحلیل کنار گذاشته شدند. جملات محرک اطلاعات پرسشنامه شماره ۲ به صورت زیر بود:

«آثار هنری در زمان‌های گوناگون به شیوه‌های متفاوتی پدید می‌آیند. آثار هنری تلاش دارند تا آگاهی ما را ارتقا داده و به تفکر وادارند. آنها سعی دارند تا دیدگاه‌های هنرمندان و افکار آنها درباره واقعیت پیرامونی و زندگی را به نمایش بگذارند. در بسیاری از این آثار معانی نمادین پیدا و پنهانی وجود دارد که باید به آنها فکر کرد تا به دیدگاه‌های هنرمند پی برد. دیدن آثار هنری تجربه‌ای برای تفکر درباره خود و درباره زندگی است.»

			
تصویر ۴: سیاه مشق، میرزا غلامرضا اصفهانی، خوشنویسی روی کاغذ، ۱۵×۲۱ سانتیمتر، حدود ۱۳۰۰، مأخذ تصویر: https://fotografia.islam-orientale.com/en/content/islamic-calligraphy-style-nastaliq-old-famous-artists-artist-mirza-golam-reza-esfahani?language=fa (2025/01/13)	تصویر ۳: خسرو و شیرین از خمسه نظامی، نگارگری، ۳۱×۲۰ سانتیمتر، مکتب شیراز، ۹۹۲ ه‍.ق، موزه هنر سیاتل، مأخذ تصویر: https://art.seattleartmuseum.org/objects/12018/khosrow-discovers-shirin-at-her-bath?ctx=ee73ba9c-8fc0-4df3-95f6-e7202c8f3807&idx=17 (2025/01/13)	تصویر ۲: تصلیب، نقاشی، قدیس ورونیکا، سبک گوتیک، تمپرا روی لوح چوبی، ۲۷×۴۰ سانتیمتر، ۱۴۲۰ م، مأخذ تصویر: https://www.nga.gov/collection/art-object-page.46128.html (2025/01/13)	تصویر ۱: ایوان صاحب مسجد جامع اصفهان، معماری، دوران سلجوقی، مأخذ تصویر: https://myvirtualland.org/masjedjame-isfahan (2025/01/13)
			
تصویر ۷: مسیح زرد، پل گوگن، نقاشی رنگ و روغن روی بوم، ابعاد ۷۳×۹۲ سانتیمتر، مأخذ تصویر: https://buffaloakg.org/artworks/19464-le-christ-jaune-yellow-christ (2025/01/13)	تصویر ۶: مسجد الجواد، مهندس علی ابراهیمی، معماری، سال ۱۳۴۱، مأخذ تصویر: https://emasjed.com/main/mosque/id/18 (2025/01/13)	تصویر ۵: پارک وایونهو، یان کانستبل، نقاشی رنگ و روغن روی بوم، ۱۰۱×۵۶ سانتیمتر، ۱۸۱۶ م، موزه ملی هنر واشنگتن، مأخذ تصویر: https://www.nga.gov/collection/art-object-page.1147.html (2025/01/13)	
			
تصویر ۱۰: نوتردام د لا گارد، مارس، پل سینیاک، نقاشی رنگ و روغن روی بوم، ۱۱۶×۸۹ سانتیمتر، ۱۹۰۶ م، موزه متروپولیتن نیویورک، مأخذ تصویر: https://www.metmuseum.org/art/collection/search/437672 (2025/01/13)	تصویر ۹: تاج‌های عشق، حسین زنده رودی، نقاشی رنگ و روغن روی بوم، ۱۴۴×۱۰۶ سانتیمتر، ۱۳۵۱، مجموعه خصوصی، مأخذ تصویر: https://www.wikiart.org/en/hosseinzenderoudi/crowns-of-love-1972 (2025/01/13)	تصویر ۸: نگاره خسرو و شیرین، صادق تبریزی، نقاشی رنگ و روغن روی بوم، ۶۶×۵۵ سانتیمتر، ۱۳۹۴، مأخذ تصویر: https://artebbox.ir/Artwork/Show/1773 (2025/01/13)	

شکل ۱- آثار پرسشنامه مقایسه پنج زوج اثر هنری

وجود تغییر نگرش‌های متعدد نسبت به این مفهوم، دو رویکرد عمده در این زمینه قابل مشاهده است. گرایشی که زیبایی‌شناسی را در حیطه علوم انسانی، فلسفه و تاریخ مورد بحث قرار داده و گرایش دوم که انسان را دارای نقشی فعال در ادراک هنر و زیبایی-شناسی می‌دانند. برخلاف دیدگاه افلاطون و اخلاف او که قرن‌ها زیبایی را پدیده‌ای عینی و بیرون از فاعل شناسا می‌دانستند؛ کانت اولین تلاش‌ها برای شکل-دادن به قوانین زیبایی و ارزش‌های زیبایی‌شناختی ادراک‌کننده را آغاز کرد. رویکرد کانت نگرش تجربی به این حوزه یعنی پرسش از شرایط ضمنی همراه با موجودیت زیبایی و پیش‌فرض‌هایی که به قضاوت زیبایی‌شناختی ما اعتبار می‌بخشند، را مطرح کرد. این دغدغه، زمینه پژوهش‌های متعددی را در راستای پاسخگویی تجربی^۸ به پرسش‌های کانت فراهم آورد (Kawabata & Zeki, 2004: 1700-1701). رویکردی که با گوستاو تئودور فخنر^۹ آغاز می‌شود و سنجش تجربی زیبایی‌شناسی و پرداختن به مؤلفه احساس در پردازش‌های زیبایی‌شناختی را دارای اهمیت می‌داند (Arnheim, 1992: 859). فخنر، بنیان‌گذار علم زیبایی‌شناسی تجربی، مقولاتی مانند روان‌فیزیک^{۱۰} بیرونی و درونی و بررسی نقش محرک^{۱۱} بر دریافت زیبایی‌شناختی را آغاز و مفهوم لذت^{۱۲} را جایگزین واکنش ما نسبت به هنر کرد. تلاش او برای سنجش رابطه بین محرک و دریافت زیبایی‌شناختی و مفاهیمی همچون آستانه^{۱۳}، ادراک، سنجش و قضاوت زیبایی‌شناختی هنوز در روانشناسی هنر و زیبایی اعتبار خود را حفظ نموده است (Arnheim, 1992: 856-865). این پژوهش‌ها تمایز مفاهیم لذت^{۱۴} و ارزیابی زیبایی‌شناختی^{۱۵} را پررنگ‌تر کرد و جنبه‌های هیجانی^{۱۶} و شناختی^{۱۷} تجارب زیبایی‌شناختی را عیان ساخت (Jacobsen, 2010: 184-186). در مقاله حاضر نیز قضاوت زیبایی‌شناختی اشاره به تجربه ذهنی لذت یا خوشایندی دارد که یک شخص هنگام مواجهه با یک اثر هنری احساس می‌کند. این یک واکنش عاطفی و شخصی است. از این رو قضاوت زیبایی‌شناختی در اینجا میزان پسند یا عدم پسند آثار هنری را مورد هدف قرار می‌دهد که به لذت زیبایی‌شناختی نزدیک‌تر است.

زیبایی‌شناسی تجربی، لذت زیبایی‌شناختی را معیار خود قرار داده است و فخنر به دلیل عدم توان تبیین

ب- پرسشنامه جمعیت‌شناختی: در این پرسشنامه سوالاتی درباره جنسیت، سن، تحصیلات و شغل مورد پرسش قرار گرفت.

ج- مقیاس دانش هنری: این مقیاس تسلط زیبایی‌شناختی^۱ شامل ده نام و اصطلاحات هنری است که آزمودنی میزان تسلط خود درباره آنها را گزارش می‌کند (Smith & Smith, 2006: 51). این گویه‌ها عبارتند از: ماری کاسات، ایزامو نوگوچی، الساندرو بوتیچلی، جیان لورنزو برنینی، فوویسم، سنگ یادبود مقابر مصر، امپرسیونیسم، طومارهای خطاطی چینی، اکسپرسیونیسم انتزاعی. عطاری، افهمی و محمدی زرغان (۲۰۲۰) برای فرهنگ ایرانی این مقیاس را گسترش دادند و پنج گویه مرتبط با هنر ایرانی، محمود فرشچیان، هوشنگ سیحون، کمال‌الملک، ابوالحسن صدیقی و مکتب سقاخانه، به این مقیاس اضافه کردند: پاسخ دهندگان به این سؤالات در قالب یک طیف بوگاردس ۵ گزینه‌ای ۱: تا حالا به گوشتم نخورده و هیچ اطلاعی ندارم. ۲: به گوشتم خورده ولی واقعاً چیزی درباره‌ی آن نمی‌دانم. ۳: تصور مبهمی از این فرد یا موضوع دارم. ۴: راجع به این فرد یا موضوع شناخت دارم. ۵: می‌توانم درباره‌ی این فرد یا موضوع سخنرانی کنم، میزان اطلاعات هنری خود را اعلام کردند. آلفای کرونباخ پژوهش حاضر ۰/۹۲ بود که نشان از پایایی بالای مقیاس مزبور دارد.

د- سیاهه ده‌گویه‌ای شخصیت (TIPI): به منظور سنجش شخصیت افراد شرکت‌کننده در پژوهش حاضر، از سیاهه ده‌گویه‌ای شخصیت که ابزار بسیار کوتاه پنج عامل بزرگ شخصیت (وظیفه‌شناسی^۲، برونگرایی^۳، گشودگی به تجربه^۴، توافق‌پذیری^۵ و نوروژگرای^۶ یا روان‌رنجورخویی^۷) استفاده شد (Gosling et al., 2003: 526). هر بعد شخصیت با دو گویه در این ابزار سنجیده می‌شود. همه گویه‌ها روی یک طیف لیکرت هفت نقطه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۷) پاسخ داده شده‌اند. روایی پایایی این ابزار توسط عطاری و یعقوبی‌راد (۲۰۱۶) در ایران انجام شده و در چندین تحقیق دیگر نیز از آن استفاده شده است (Atari et al., 2017: 287).

رویکردهای زیبایی‌شناسی تجربی

متفکران و پژوهشگران گوناگونی در طول تاریخ از منظرهای تاریخی، فرهنگی، رسانه‌ای، روانشناختی و اخیراً عصب‌شناختی به زیبایی‌شناسی^۷ پرداخته‌اند. با

رابطه میان محرک و ادراک، این معیار یعنی بیان فردی مبنی بر لذت زیبایی‌شناختی را جایگزین ادراک و ارزیابی و قضاوت زیبایی‌شناختی کرد. فخر (۱۹۴۸) در «مبانی سایکوفیزیک» رویکرد متفاوت با زیبایی‌شناسی فلسفی که او آن را زیبایی‌شناسی^{۱۸} می‌نامید، تحت عنوان رویکرد زیبایی‌شناسی تجربی^{۱۹} مطرح کرد. او این کار را با هدف جستجوی حقایق عینی زیبایی‌شناسی در تمامی شئون زندگی مانند دلایل پسندیدن و نپسندیدن و توضیح لذت یا عدم لذت اشیاء خاص انجام داد. فخر در این راستا یک سیستم کامل را برای تبیین اصول کلی زیبایی و هنر به صورت یکپارچه شکل بخشید. او با این کار سنجش تجربی مفهوم لذت زیبایی‌شناختی را ذیل نظام لذت‌گرایی عمومی^{۲۰} امکان‌پذیر ساخت. نتایج آزمایش‌ها و مشاهدات، او را به یک نتیجه‌گیری اساسی سوق داد: پسندیدن و نپسندیدن با اثر متقابل یک عمل مستقیم و یک عامل پیوندی تعیین می‌شود. عامل مستقیم، لذت یا عدم لذت که توسط ویژگی‌های ساختاری شیء و چگونگی آرایش آنها (سازماندهی، پیچیدگی، تناسب) ایجاد می‌شود و به پیوندی با دانش، خاطرات و تجربیات گذشته هر فرد در مواجهه با شیء اشاره دارد. بنابراین پسندیدن یا نپسندیدن، پاسخی خودکار به آرایش ویژگی‌های شیء نبود. از نظر فخر، آن‌ها نتیجه معنا یا ارزشی هستند که آن ویژگی‌ها برای هر فرد، بسته به دانش و تجربیات گذشته او، دارد. اما نظر به عدم امکان دسترسی به درونیات فرد، تنها چیز قابل بررسی، اشاره او به لذت یا عدم لذت به عنوان چکیده و شاخص فرآیند ناشناخته میان روان‌فیزیک بیرونی و درونی است. با اینکه در اولین پژوهش‌ها، محققان با هدف یافتن مؤلفه‌های جهان‌شمولی برای تجربه هنر، یک طبیعت بنیادی انسانی را فرض می‌گرفتند که دارای مجموعه‌ای از ویژگی‌ها شامل علایق و تمایلات، موجود در سرشت بشر است (Nadal & Ureña, 2021)، در ادامه، محققان روش‌های متفاوتی را آزمودند که شاید بتوان آنها را در دو دسته اصلی دسته‌بندی کرد: گروهی که اجزای آثار هنری منجر به خوشایندی زیبایی‌شناسی را مورد بررسی قرار داده‌اند (Locher, 2003: 147-164; Swami et al., 2008: 47-62) و نتایج آنها بر رابطه میان جذابیت زیبایی‌شناختی و سازماندهی اجزا در قالب یک فرم گویا اشاره دارد و

نشان می‌دهد که دستیابی هنرمند به تعادل بازنمایی و تجسمی یا بصری درست بر جذابیت زیبایی‌شناختی مؤثر است (Carpenter & Graham, 1971). در این میان خدابخش جلفائی و همکاران (۱۴۰۲) نیز در پژوهش «مطالعه شاخص‌های بصری متناسب با ویژگی‌های جسمی-روحي کودکان اوتیسم در خلق محتوای تصویری» شاخص‌های بصری متناسب با ویژگی‌های جسمی و روحی کودکان اوتیسم را با تمرکز بر این ویژگی‌های بیرونی، استفاده از گرافیک ساده، رنگ‌های ملایم و فرم‌های منحنی برای این کودکان توصیه کردند. برخلاف این پژوهش‌ها که معطوف به شناسایی محرک‌های بیرونی بود، به مرور متغیرهای انسانی و فرهنگی اهمیتی بیش از محرک-های زیبایی‌شناختی یافتند (Zhang et al, 2022). یافته‌های جدید نشان می‌دهد که بین تجربه لذت و عمق ادراک رابطه مستقیم وجود دارد، به‌طوری که هرچه درک از یک اثر هنری بهتر صورت گیرد، احتمال لذت و به تبع آن تجربه زیبایی‌شناختی بیشتر می‌شود (Jacobsen, 2010:188). تقریباً هیچ جنبه‌ای از ادراک روزمره انسان ذهنی‌تر از درک هنر نیست و همه مردم در ترجیح انواع هنر و نقطه تمرکز خود درباره آنچه هنر می‌پندارند، متفاوتند (Silvia & Brown, 2007: 100-106). برخی هنرهای کاربردی را ترجیح می‌دهند، برخی دیگر برای آن ارزشی زیبایی‌شناختی و متعالی قائلند و برخی دیگر طبیعت سرگرم‌کننده و مهیج هنر معاصر را می‌پسندند (Bahrami-Ehsan et al., 2015:34). این مجموعه تجارب به تدریج محققان را به این نتیجه رساند که هنر را باید "از چشم بیننده"^{۲۱} مورد بررسی قرار داد (Leder, 2001: 201-211) و لذت زیبایی‌شناختی وابسته به اثر نیست، بلکه به مخاطب آن مربوط می‌شود. این امر سرآغاز مجموعه‌ای از پژوهش‌ها پیرامون نقش عوامل گوناگون روانشناختی همچون شخصیت بر ترجیحات متفاوت هنری افراد شد. در تحقیقات مزبور مشخص شد که ابعاد شخصیتی، خصوصاً گشودگی به تجربه، یکی از مهمترین عوامل گرایش به هنر و درک زیبایی‌شناختی و تمایز در ارزش‌گذاری هنرها است (öz et al., 2015: 1052). به طور خلاصه این پژوهش‌ها بر مخاطب متمرکز شده و نشان داده‌اند که شخصیت و دیگر تفاوت‌های فردی می‌توانند ترجیح زیبایی‌شناختی آثار هنری را

پیش‌بینی کنند (Atari et al., 2020: 125; Chamorro-Premuzic et al., 2007: 86). این یافته‌ها نشان داده‌اند که لذت، وابسته به اثر نیست بلکه به مخاطب اثر مربوط می‌شود. همچنین این تفاوت‌های فردی می‌تواند از ابعاد شخصیت فراتر رود. برای مثال محمدی زرغان و افهمی (۲۰۱۹) در «تأثیر شخصیت و تفاوت‌های فردی بر درک زیبایی‌شناختی آثار هنری مرتبط با مرگ اثر دیمین هرست» نشان دادند که علاوه بر ابعاد شخصیتی، وسواس مرگ^{۲۲} نیز در پسندیدن آثار هنری دیمین هرست^{۲۳} با مضمون مرگ تأثیرگذار است. امروزه تحقیقات این گروه که نقش دانش هنر و تفاوت‌های فردی در ترجیح آثار هنری را مورد پژوهش قرار می‌دهند، بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. از جمله این تحقیقات می‌توان به تأثیر سن بر واکنش افراد به ویژگی‌های عینی و ساختاری هنر (Berlyne, 1971: 247)، بررسی نقش تفاوت‌های فردی در ارزشیابی و واکنش به هنرهای تجسمی (Silvia, 2005a: 69,b: 130,c: 342; Silvia, 2006: 158) و تأثیر تفکر منطقی و سختکوشی بر ترجیح اشکال راست‌گوشه (öz et al., 2015:1055) نام برد.

دانش زیبایی‌شناختی

اخیراً علاقه فزاینده‌ای به مفهوم‌سازی و ساخت ابزارهای جدید در میان محققان زیبایی‌شناسی وجود دارد (Bahrami-Ehsan et al., 2015: 33; Tschacher et al., 2015: 169; Myszkowski & Zenasni, 2016). دانش زیبایی‌شناختی یکی از بهترین متغیرها برای ارزشیابی آشنایی مبتنی بر ارزشیابی میزان دانش هنری با استفاده تعدادی از اصطلاحات و هنرمندان در تاریخ هنر است (Atari et al., 2020: 129; Cotter et al., 2022: 281; Cotter et al., 2023). رویکرد مبتنی بر دانش می‌سنجد (Silvia, 2007: 248). دانش زیبایی‌شناختی نقش مهمی در توسعه ادراک و لذت زیبایی‌شناختی افراد دارد؛ به این ترتیب که دانش هنری، یادگیری هنر، آشنایی با تاریخ هنر یا تحصیلات و تجربه‌های هنری در کنار ابعاد شخصیتی می‌توانند بر تغییر ترجیح هنری و لذت زیبایی‌شناختی افراد مؤثر باشند (Atari et al., 2020: 127; Silvia & Brown, 2007: 100). دانش زیبایی‌شناختی به‌عنوان «دانش مبتنی بر هنر که تجربه‌ی زیبایی‌شناختی را تسهیل می‌کند»،

توصیف می‌شود (Smith & Smith, 2006: 54-55). با این حال سیلویا در تحقیقات خود با هدف شناسایی نقش شخصیت و دانش هنری در لذت زیبایی‌شناختی نشان داد که هنوز گشودگی به تجربه مهم‌ترین عامل پیش‌بینی‌کننده لذت زیبایی‌شناختی است (Silvia, 2007: 247-249). در بسیاری از مطالعات، ارزشیابی تخصص هنری با ابزارهای محقق‌ساخته انجام می‌پذیرد (Belke et al., 2010a:195; Chamberlain & Wagemans, 2015: 192; Leder et al., 2014: 1142; Pelowski, 2015). اما چند مقیاس عام نیز وجود دارد که برای ارزشیابی تخصص هنری طراحی شده‌اند. یکی از این مقیاس‌ها توسط لیزا اسمیت^{۲۴} و جفری اسمیت^{۲۵} (۲۰۰۶) در مقاله «ماهیت و رشد روانی زیبایی‌شناختی. در جهت‌های جدید در زیبایی‌شناسی، خلاقیت و هنر» توسعه پیدا کرد و افراد و اصطلاحاتی از تاریخ هنر را از مخاطب مورد پرسش قرار می‌دهد تا نشان دهد چقدر در مورد هر یک از آنها می‌دانند و در پژوهش خود دریافتند کسانی که اغلب به موزه می‌روند و آموزش رسمی دیده‌اند از سطح دانش زیبایی‌شناختی بالاتری برخوردار هستند و دانش مردم از هنر به‌طور منحصربه‌فردی از نحوه درک و تعامل آن‌ها با هنر شکل می‌گیرد. داشتن تجربه هنری یا دانش تاریخ هنری (Belke et al., 2010b: 219; Chamberlain & Wagemans, 2015: 182; Leder et al., 2014: 1144; Wanzer et al., 2020: 121). رفتارهای مرتبط با هنر مانند رفتن به موزه (Chatterjee et al., 2010: 207; Specker et al., 2020: 120; Wanzer et al., 2020: 183; Wanzer et al., 2020: 120). شرکت در آزمون‌های دانش هنری (Specker et al., 2020: 183)، خوداظهاری درباره میزان و نوع تخصص هنری از جمله ابزارهایی هستند که تأثیر میزان دانش و تعامل هنری افراد بر درک آنها از هنر را می‌سنجند (Pelowski, 2015; Smith & Smith, 2006: 56). در پژوهش انجام شده در موزه متروپولیتن، نمره دانش زیبایی‌شناختی بازدیدکننده‌ها با سن و میزان آموزش هنر یا تاریخ هنر آنها رابطه مثبت معناداری داشته است (Smith & Smith, 2006: 56). با وجود اینکه در غالب موارد از مقیاس دانش زیبایی‌شناختی برای سنجش دانش افراد در زمینه هنرهای تجسمی استفاده شده است، (Atari et al., 2020: 129; Mullenix & Robinet, 2018: 365; Specker et al., 2020: 176) اما استفاده از آن در تحقیقات سینمایی

نیز دیده می‌شود (Swami et al., 2010: 857) و در همه آنها متخصصان در زمینه درک و پسند آثار هنری پیچیده‌تر رتبه‌ی بالاتری کسب کرده‌اند.

نتایج

گروه فاقد محرک اطلاعاتی شامل ۳۲۰ نفر و به ترتیب شامل ۱۸۰ نفر زن (۵۶/۲ درصد) ۱۴۰ نفر مرد (۴۳/۸ درصد) و با میانگین سنی ۳۷/۲۳ و انحراف استاندارد ۴/۵۴ بودند. میزان تحصیلات در این گروه شامل ۲۵ نفر دیپلم، ۱۷۷ نفر کاردانی و کارشناسی و ۱۱۸ نفر دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر بودند.

گروه برخوردار از محرک اطلاعاتی شامل ۳۰۴ نفر و به ترتیب شامل به ترتیب شامل ۱۹۲ نفر زن (۶۳/۱ درصد) و ۱۱۲ نفر مرد (۳۶/۹ درصد) و با میانگین سنی ۳۵/۴ و انحراف استاندارد ۵/۱۵ بودند. میزان تحصیلات در این گروه شامل ۳۳ نفر دیپلم، ۱۴۲ نفر کاردانی و کارشناسی و ۱۲۹ نفر دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر بودند.

جدول ۱- میانگین و انحراف معیار دانش زیبایی‌شناسی گروه اول (فاقد محرک اطلاعاتی) و گروه دوم (دارای محرک اطلاعاتی)

متغیر	میانگین	انحراف معیار
گروه اول (فاقد محرک اطلاعاتی)	دانش زیبایی‌شناسی (اصل)	۲/۰۱
	دانش زیبایی‌شناسی (ایران)	۴/۰۴
	دانش زیبایی‌شناسی (کل)	۳/۵۱
گروه دوم (دارای محرک اطلاعاتی)	دانش زیبایی‌شناسی (اصل)	۲/۰۲
	دانش زیبایی‌شناسی (ایران)	۳/۸۶
	دانش زیبایی‌شناسی (کل)	۳/۴۲

به منظور سنجش میزان تفاوت دانش زیبایی‌شناسی در دو گروه از آزمون t دو نمونه مستقل استفاده شد. پس از انجام آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها با آزمون کلوموگورف-اسمیرنوف و تأیید نرمال بودن داده‌ها، نتایج حاصل از بررسی نشان داد که میزان دانش زیبایی‌شناسی کل در دو گروه فاقد محرک اطلاعاتی (میانگین ۳/۵۱ و انحراف معیار ۰/۵۳) در مقایسه با گروه دارای محرک اطلاعاتی (میانگین ۳/۴۲ و انحراف معیار ۰/۶۷) از نظر آماری اختلاف معناداری ندارد ($t=1/866$, $p\text{-value}>0/05$) و به این ترتیب نمی‌توان هیچ یک از گروه‌ها را از منظر دانش زیبایی‌شناسی با گروه دیگر متفاوت دانست.

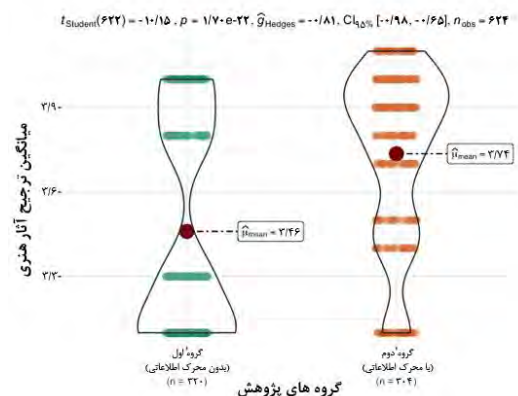
به منظور بررسی رابطه میان شخصیت و تمایل به آثار هنری و میزان دانش زیبایی‌شناختی رابطه همگرایی میان ابعاد مختلف شخصیت و میزان دانش زیبایی‌شناختی و مجموعه نمرات داده شده به دو سری از آثار مدرن و کلاسیک مورد بررسی قرار گرفت و نتایج زیر به دست آمد. بر اساس تحلیل همبستگی پیرسون میان گشودگی به تجربه و دانش زیبایی‌شناختی کل ($p\text{-value} < 0/01$) و ($r = 0/22$)، دانش زیبایی‌شناختی (اصل) ($p\text{-value} < 0/01$) و دانش زیبایی‌شناختی ایران ($p\text{-value} < 0/01$) و ($r = 0/17$) و میزان بالاتر ترجیح آثار هنری ($r = 0/17$) و میزان بالاتر ترجیح آثار هنری واقعگرا و کلاسیک ($p\text{-value} < 0/01$) و ($r = 0/22$) و آثار هنری انتزاعی و مدرن ($p\text{-value} < 0/01$) و ($r = 0/19$) رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. به این ترتیب می‌توان عامل گشودگی به تجربه را همچنان به عنوان مهمترین عامل در گرایش افراد به هنر محسوب نمود. همچنین میزان دانش زیبایی‌شناختی نیز با افزایش ترجیح انتخاب آثار هنری ($p\text{-value} < 0/01$) و ($r = 0/26$) رابطه معناداری دارد. اما هیچ یک از آنها قادر به تفکیک میان ترجیح افراد نیستند.

جدول ۲- همبستگی بین متغیرهای مطالعه

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱. برونگرایی	۱										
۲. توافق پذیری	۰/۰۷	۱									
۳. وظیفه‌شناسی	۰/۰۶	۰/۰۳	۱								
۴. روان‌رنجورخو	۰/۰۵	۰/۰۰	۰/۰۶	۱							
۵. گشودگی به تجربه	۰/۰۶	۰/۰۷	۰/۰۴	۰/۰۷	۱						
۶. دانش زیبایی‌شناختی (کل)	۰/۰۹	۰/۰۱	۰/۰۳	۰/۱۲	۰/۲۳**	۱					
۷. دانش زیبایی‌شناختی (اصل)	۰/۰۸	۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۶	۰/۱۷**	۰/۴۲**	۱				
۸. دانش زیبایی‌شناختی (ایران)	۰/۰۶	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۷	۰/۱۳*	۰/۴۶**	۰/۵۲**	۱			
۹. میزان ترجیح قضاوت آثار هنری	۰/۱۲	۰/۰۳	۰/۰۲	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۲۸**	۰/۰۹*	۰/۱۸*	۱		
۱۰. جنسیت	۰/۰۵	۰/۰۶	۰/۰۴	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۰۱	۰/۰۸	۰/۰۶	۰/۰۹	۱	
۱۱. سن	۰/۰۹	۰/۰۲	۰/۱۳*	۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۰۹*	۰/۱۹**	۰/۰۵	۰/۰۳	۰/۰۳	۱

** p-value < 0.01, * p-value < 0.05

محرك اطلاعاتی قرار داشتند به صورت معناداری آثار مدرون و انتزاعی را بیشتر پسندیدند.



شکل ۲- نمودار ویولنی ترجیح آثار هنری در دو گروه

نتیجه گیری

با اینکه هنر امری جهانی است و در تاریخ و زندگی روزمره همه فرهنگ‌ها وجود دارد، برای بسیاری از افراد پرداختن به هنر تنها یک تجربه فرعی و سرگرم کننده است و بسیاری از آنها درباره هنر فکر نمی کنند؛ بنابراین بررسی نقش دانش، تفکر و پردازش ذهنی به عنوان زیربنای ادراک زیبایی شناختی هنوز ناشناخته است و نظرات مختلفی درباره آن وجود دارد. اما در مجموع بسیاری از نتایج افزایش درک هنر را نتیجه ارزش‌ها و تفکرات ناشی از تربیت فرهنگی فرد در جامعه و همچنین میزان برخورد افراد با هنرهای گوناگون می دانند. اما در بسیاری از پژوهش‌های تجربی، شرکت کنندگان یا به دو دسته متخصصین و مخاطبین عادی تقسیم می شدند یا فقط متخصصین هنری با میزان تسلط دانش زیبایی شناختی متفاوت در آزمون‌ها حضور داشتند و در هیچ یک از این پژوهش‌ها به تأثیر افزایش سواد عمومی درباره هنر به عنوان یک متغیر مثبت در تغییر نگرش نسبت به آثار هنری توجه نشده است. درحالی که پژوهش حاضر نشان می دهد حتی افزایش سواد هنری در قالب جمله‌های کوتاه و عمومی درباره شیوه‌های مختلف ادراک هنر نیز قادر است منجر به افزایش سواد زیبایی شناختی و تمایل افراد به آثار هنری پیچیده تر باشد. مقایسه گروه شاهد و آزمودنی پژوهش حاضر نشانگر این است که افراد گروه دریافت کننده محرك اطلاعاتی (یک پاراگراف اطلاعاتی مختصر در مورد شیوه‌های درک هنر) تفاوت‌هایی را در انتخاب و ترجیح آثار هنر مدرن که به سواد زیبایی شناختی بالاتری برای درک و پذیرش نیاز دارد، نسبت به گروه شاهد (بدون محرك اطلاعاتی) از خود بروز دادند.

در ادامه بر روی آثار قرار گرفته شده در معرض قضاوت افراد تحلیل عاملی اکتشافی با روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی ۲۶ و با چرخش واریمکس انجام شده و نتایج زیر به دست آمد.

جدول ۳- آمار توصیفی و تحلیل عاملی آیتم‌های مرتبط با ارزشیابی

ترجیح آثار هنری							
آیتم		میانگین		انحراف معیار		عامل اول	عامل دوم
مسجد سنتی ایرانی (تصویر ۱)		۳/۶۹	۱/۵۵	۰/۸۵			
مسیح مصلوب قرون وسطی (تصویر ۲)		۳/۶۰	۱/۵۵	۰/۸۳			
خسرو و شیرین مکتب شیراز (تصویر ۳)		۳/۷۳	۱/۷۷	۰/۷۶			
سیاه مشق شکسته نستعلیق (تصویر ۴)		۳/۴۲	۱/۷۹	۰/۶۴			
منظره، کانستبل (تصویر ۵)		۳/۵۸	۱/۷۹	۰/۴۷			
مسجد ایرانی (تصویر ۶)		۳/۵۲	۱/۶۲	۰/۸۴			
مسیح زرد اثر پل گوگن (تصویر ۷)		۳/۶۵	۱/۹۹	۰/۸۳			
خسرو و شیرین اثر صادق تبریزی (تصویر ۸)		۳/۵	۱/۹۸	۰/۶۴			
نقاشی خط حسین زنده رودی (تصویر ۹)		۳/۵۵	۲/۰۱	۰/۵۰			
منظره اثر سینیک (تصویر ۱۰)		۳/۷۰	۱/۸۹	۰/۴۵			

مجموعه آثار مورد بررسی را می توان در قالب دو عامل (عامل اول: آثار هنری واقعگرا و کلاسیک و عامل دوم: آثار هنری انتزاعی و مدرن) تقسیم نمود. بر اساس فرضیه پژوهش مبنی بر تأثیر محرك های اطلاعاتی بر تغییر ترجیح آثار هنری در دو گروه از آزمون t دو نمونه مستقل استفاده شد. پس از انجام تست نرمال بودن توزیع داده ها با آزمون کلوموگورف- اسمیرنوف و تأیید نرمال بودن داده ها، نتایج حاصل از بررسی نشان داد که آثار ترجیح داده شده توسط افراد در دو گروه فاقد محرك اطلاعاتی (میانگین ۳/۴۶ و انحراف معیار ۰/۳۷) در مقایسه با گروه دارای محرك اطلاعاتی (میانگین ۳/۷۴ و انحراف معیار ۰/۳) از نظر آماری اختلاف معناداری دارند (p-value < ۰/۰۵). و در گروه دارای محرك اطلاعاتی تمایل افراد به انتخاب آثار مدرن و انتزاعی نسبت به آثار کلاسیک و واقع گرا افزایش یافته است. همان طور که در نمودار ویولنی در شکل ۲ مشاهده می شود، افرادی که در گروه دارای

علاوه بر این نتایج نشان می‌دهد که عامل گشودگی به تجربه با دانش زیبایی‌شناختی نیز همبستگی مثبت و معناداری دارد و همچنان به عنوان عامل اصلی گرایش افراد به هنر محسوب می‌شود؛ که این یافته همسو با نتایج تحقیقات پیشین است. این فرضیه در مورد متخصصین هنر و آموزش بلند مدت هنر به افراد در تحقیقات پیشین تأیید شده بود.

البته دیرپایی تأثیر این محرک اطلاعاتی و استفاده کاربردی از نتایج پژوهش حاضر در زمره مواردی است که می‌توان در پژوهش‌های آتی به آن پرداخت.

پی‌نوشت

^۱ Aesthetics Fluency
این حیطه توانایی افراد را در سازماندهی، پایداری، کنترل و انگیزش در رفتارهای هدف‌مدار ارزیابی می‌کند. نمره بالا در این صفت شخصیتی نشان می‌دهد فرد بر رفتار خود کنترل دارد؛ رفتار سازمان‌یافته دارد؛ قابل اعتماد، وقت‌شناس، بلندپرواز، باپشتکار و سختکوش است. شایستگی، نظم و ترتیب، وظیفه‌شناسی، کوشش برای پیشرفت، خویش‌داری و تأمل، در (Conscientiousness) این حیطه ارزیابی می‌شوند.

^۲ این حیطه تعامل‌های میان‌فردی، سطح فعالیت، ظرفیت شادمانی و نیاز برای برانگیختگی را ارزیابی می‌کند. نمره خوب در این شاخصه شخصیتی نشان‌دهنده اجتماعی و فعال بودن، شوخ‌طبعی، خوش‌بینی و مهربانی فرد است. صمیمیت، معاشرتی بودن، جسارت، فعالیت، هیجان‌خواهی و هیجانات مثبت در حیطه (Extroversion) برون‌گرایی- درون‌گرایی ارزیابی می‌شوند.

^۳ این حیطه به جست‌وجوی فعال و بهره‌گیری از تجربیات دیگران اشاره دارد. نمره خوب در این ویژگی شخصیت نشان‌دهنده کنج‌کاوی، خلاقیت و تمایل فرد به خلق ایده‌های نو است. تخیل، هنرشناسی، احساسات، فعالیت‌ها، ایده‌ها و ارزش‌ها، در این حیطه (openness to experience) ارزیابی می‌شوند.

^۴ این حیطه نوع تعامل افراد را در پیوستاری از دلسوزی و شفقت تا ستیزه‌جویی ارزیابی می‌کند. افرادی که در این ویژگی نمره بالا می‌گیرند، اغلب قابل اعتماد، روراست، با صداقت، باگذشت و مهربان توصیف می‌شوند. اعتماد، روراستی، نودوستی، پذیرش، تواضع، دلسوزی و علاقه‌مندی، وجوه مطلوبیت محسوب می‌شوند (Agreeableness).

^۵ این حیطه به میزان سازگاری هیجانی و بی‌ثباتی اشاره دارد. اضطراب، خشم و خصومت، افسردگی، خودآگاهی، تکانش‌گری و آسیب‌پذیری در حیطه روان‌رنجورخویی ارزیابی می‌شوند (Neuroticism).

^۶ Aesthetics

^۷ Empirical

^۸ Gustav Theodor Fechner (18801-1887)

^۹ Psychophysics

^{۱۱} Stimulus

^{۱۲} Pleasure

^{۱۳} Aesthetics threshold

^{۱۴} Aesthetic pleasure

^{۱۵} Aesthetic appraisal

^{۱۶} Emotional

^{۱۷} Cognitive

^{۱۸} From Above

^{۱۹} From Below

^{۲۰} general hedonics

^{۲۱} in the eye of the beholder

^{۲۲} مقیاس وسواس مرگ (DOS) به وسیله عبدالخالق (۱۹۹۸) در مصر ساخته شد و اشتغالات ذهنی، تکانه‌ها و عقاید مقاوم مربوط به مرگ را مورد ارزیابی قرار می‌دهد وسواس مرگ دارای سه بعد سلطه افکار مرگ، نشخوار و تفکرات تکراری در مورد مرگ است.

^{۲۳} Damien Hirst

^{۲۴} Lisa F. Smith

^{۲۵} Jeffrey K. Smith

^{۲۶} principal component

منابع

برزنجی، نوید. بختیاران، مریم و شیبانی رضوانی، فیروزه (۱۴۰۱). چیستی ادراک در نسبت با رازآمیزی آثار هنری مدرن بر اساسی اندیشه مرلوپونتی، *جلوه هنر*، ۱۵(۲)، ۷-۲۰.

خداپخش جلفائی، پریسا. طاهری، فائزه و عبداللهی، احسان (۱۴۰۲). مطالعه شاخص‌های بصری متناسب با ویژگی‌های جسمی- روحی کودکان اوتیسم در خلق محتوای تصویری، *جلوه هنر*. (انتشار آنلاین ۱۳ آذر ۱۴۰۲).

References

- Ataei, M., Kolabadi, R. (2018). Resolving a doubt about the location of the historical city of Askar Mukram, *the first biennial national conference on archeology and art history of Iran*, Babolsar, Iran. <https://civilica.com/doc/905252>. (Text in Persian).
- Arnheim, R. (1992). *The Other Gustav Theodor Fechner*. In S. Koch & D. E. Leary (Eds.), *A Century of Psychology as Science* (pp. 856–865). Washington DC: American Psychological Association.
- Atari, M., & Yaghoubirad, M. (2016). The Big Five personality Dimensions and Mental Health: The Mediating role of Alexithymia. *Asian Journal of Psychiatry*, 24, 59-64.
- Atari, M., Barbaro, N., Sela, Y., Shackelford, T. K., & Chegeni, R. (2017). The Big Five personality dimensions and mate retention behaviors

- Fróis, J. P., & Silva, C. (2014). A Research into Meaning-making Strategies in Encounters with Artworks. *Empirical Studies of the Arts*, 32(1), 43-73.
- Glaser, M., Knoos, M., & Schwan, S. (2023). How Verbal Cues Help to See and Understand Art. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 17(3), 278.
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann Jr, W. B. (2003). A Very Brief Measure of the Big-Five personality Domains. *Journal of Research in Personality*, 37(6), 504-528.
- Jacobsen, T. (2010). Beauty and the Brain: Culture, History and Individual Differences in Aesthetic Appreciation. *Journal of Anatomy*, 216(2), 184-191.
- Kawabata, H., & Zeki, S. (2004). Neural Correlates of Beauty. *Journal of Neurophysiology*, 91(4), 1699-1705.
- Khodabakhsh, P., Taheri, F., Abdollahi, E. (2023). The Study of Visual Indicators Based on the Physical-Mental Characteristics of Autistic Children. *Glory of Art (Jelve-y Honar)*, Online Publication from 4th December 2023. (Text in Persian)
- Leder, H. (2001). Determinants of preference. When do we like what we know? *Empirical Studies of the Arts*, 19, 201-211.
- Leder, H., Carbon, C. C., & Ripsas, A. L. (2006). Entitling art: Influence of Title Information on Understanding and Appreciation of Paintings. *Acta Psychologica*, 121(2), 176-198.
- Leder, H., Gerger, G., Dressler, S. G., & Schabmann, A. (2012). How Art is Appreciated. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6(1), 2.
- Leder, H., Gerger, G., Brieber, D., & Schwarz, N. (2014). What Makes an Art Expert? Emotion and Evaluation in art Appreciation. *Cognition and Emotion*, 28, 1137-1147.
- Locher, P. J. (2003). An Empirical Investigation of the Visual Rightness Theory of Picture Perception. *Acta Psychologica*, 114, 147-164.
- Millis, K. (2001). Making Meaning brings Pleasure: The influence of Titles on Aesthetic Experiences. *Emotion*, 1, 320-329.
- Mohammadi-Zarghan, S., & Afhami, R. (2019). Memento Mori: the Influence of Personality and Individual Differences on Aesthetic Appreciation of Death-related Artworks by Damien Hirst. *Mortality*, 24(4), 467-485.
- in Iran. *Personality and Individual Differences*, 104, 286-290.
- Atari, M., Afhami, R., Mohammadi-Zarghan, S. (2020). Exploring Aesthetic Fluency: The roles of personality, nature relatedness, and art activities. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 14(1), 125-131.
- Bahrami-Ehsan, H., Mohammadi-Zarghan, S., & Atari, M. (2015). Aesthetic Judgment Style: Conceptualization and Scale Development. *International Journal of Arts*, 5, 33-39.
- Barzanji, N., Bakhtiarain, M., Sheibani Rezvani, F. (2023). Nature of Perception about Mystery of Modern Art Based on Merleau-Ponty's Thought. *Glory of Art (Jelve-y Honar)*, 15(2). 7-20. (Text in Persian)
- Belke, B., Leder, H., Harsanyi, G., & Carbon, C. C. (2010a). When a Picasso is a "Picasso": The entry point in the identification of visual art. *Acta Psychologica*, 133, 191-202.
- Belke, B., Leder, H., Strobach, T., & Carbon, C. C. (2010b). Cognitive fluency: High-level processing dynamics in art appreciation. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 4, 214-222.
- Berlyne, D. E. (1971). *Aesthetics and Psychobiology*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Carpenter, P., & Graham, W. (1971). *Art and Ideas: An Approach to Art Appreciation*. London, UK: Mills & Boon.
- Chamberlain, R. & Wagemans, J. (2015). Visual arts Training is Linked to Flexible Attention to Local and Global Levels of Visual Stimuli. *Acta Psychologica*, 161, 185-197.
- Chamorro-Premuzic, T., Furnham, A., & Reimers, S. (2007). Personality and Art. *The Psychologist*, 20, 84-87.
- Chatterjee, A., Widick, P., Sternschein, R., Smith, W. B., II, & Bromberger, B. (2010). The assessment of art attributes. *Empirical Studies of the Arts*, 28, 207-222.
- Cotter, K. N., Fekete, A., & Silvia, P. J. (2022). Why do People Visit art Museums? Examining Visitor Motivations and Visit Outcomes. *Empirical Studies of the Arts*, 40(2), 275-295.
- Cotter, K. N., Rodriguez-Boerwinkle, R. M., Christensen, A. P., Fekete, A., Smith, J. K., Smith, L. F., ... & Silvia, P. J. (2023). Updating the Aesthetic Fluency Scale: Revised long and short forms for research in the psychology of the arts. *Plos one*, 18(2), e0281547.
- Cupchik, G. C., & Gebotys, R. J. (1990). Interest and Pleasure as Dimensions of Aesthetic Response. *Empirical Studies of the Arts*, 8(1), 1-14.

- aesthetics, creativity, and the arts (pp. 47–58). Amityville, NY: Baywood.
- Specker, E., Forster, M., Brinkmann, H., Boddy, J., Pelowski, M., Rosenberg, R., & Leder, H. (2020). The Vienna Art Interest and Art Knowledge Questionnaire (VAIAK): A Unified and Validated Measure of Art Interest and Art Knowledge. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 14(2), 172–185.
- Swami, V., Grant, N., Furnham, A., & McManus, I. C. (2008). Perfectly Formed? The Effect of Manipulating the Waist-to-hip Ratios of Famous Paintings and Sculptures. *Imagination, Cognition, and Personality*, 27, 47–62.
- Swami, V., Stieger, S., Pietschnig, J., & Voracek, M. (2010). The Disinterested play of Thought: Individual Differences and Preference for Surrealist Motion Pictures. *Personality and individual differences*, 48(7), 855–859.
- Tschacher, W., Bergomi, C., & Tröndle, M. (2015). The Art Affinity Index (AAI): An Instrument to Assess art relation and art knowledge. *Empirical Studies of the Arts*, 33, 161–174.
- Wanzer, D. L., Finley, K. P., Zarian, S., & Cortez, N. (2020). Experiencing flow while Viewing Art: Development of the Aesthetic Experience Questionnaire. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 14(1), 113–124.
- Winston, A. S., & Cupchik, G. C. (1992). The Evaluation of High Art and Popular Art by Naive and Experienced Viewers. *Visual Arts Research*, 1–14.
- Zhang, L., Atari, M., Schwarz, N., Newman, E. J., & Afhami, R. (2022). Conceptual Metaphors, Processing Fluency, and Aesthetic Preference. *Journal of Experimental Social Psychology*, 98, 104247.
- Mullenix, J. W. & Robinet, J. (2018). Art Expertise and the Processing of Titled Abstract Art. *Perception*, 47(4), 359–378.
- Myszkowski, N., & Zenasni, F. (2016). Individual Differences in Aesthetic Ability: The Case for an Aesthetic Quotient. *Frontiers in Psychology*, 7, Article 750.
- Nadal, M., & Ureña, E. (2021). One Hundred Years of Empirical Aesthetics. *The Oxford handbook of Empirical Aesthetics*, 39.
- z, R., Özpolat, A. R., & Taskesen, O. (2015). TTA: Study on Individuals' Art Preferences according to their Personality traits via Computer-aided Website. *American Journal of Educational Research*, 3(8), 1052–1056.
- Pelowski, M. (2015). Tears and transformation: Feeling like Crying as an Indicator of Insightful or “Aesthetic” Experience with art. *Frontiers in Psychology*, 6, 1006.
- Rawlings, D. (2003). Personality Correlates of Liking for ‘unpleasant’ paintings and photographs. *Personality and Individual Differences*, 34(3), 395–410.
- Silvia, P. J. (2005a). What is interesting? Exploring the Appraisal Structure of Interest. *Emotion*, 5, 69–102.
- Silvia, P. J. (2005b). Cognitive Appraisals and Interest in Visual Art: Exploring an Appraisal Theory of Aesthetic Emotions. *Empirical Studies of the Arts*, 23, 119–133.
- Silvia, P. J. (2005c). Emotional Responses to Art: From Collation and Arousal to Cognition and Emotion. *Review of General Psychology*, 9, 342–357.
- Silvia, P. J. (2006). Artistic Training and Interest in Visual Art: Applying the Appraisal Model of Aesthetic Emotions. *Empirical Studies of the Arts*, 24, 139–161.
- Silvia, P. J. (2007). Knowledge-based Assessment of Expertise in the Arts: Exploring Aesthetic Fluency. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 1, 247–249.
- Silvia, P. J., & Brown, E. M. (2007). Anger, Disgust, and the Negative Aesthetic Emotions: Expanding an Appraisal Model of Aesthetic Experience. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 1(2), 100–114.
- Smith, L. F., & Smith, J. K. (2006). The nature and growth of aesthetic fluency. In P. Locher, C. Martindale, & L. Dorfman (Eds.), *New directions in*

The Relationship Between Information Stimuli and Aesthetic Judgement in non Experts¹

Shahin Mohammadi Zarghan ²
Reza Afhami ³
Hojjatollah Farahani ⁴

Received: 2023-08-02
Accepted: 2024-04-20

Abstract

The introduction discusses art as an important pillar of human culture and civilization that has always attracted the attention of thinkers and researchers. However, despite its enduring presence throughout history, art has not always been easy for the general public to understand and appreciate. Previous studies have shown that various psychological factors like personality traits, education level, prior exposure to artworks, and aesthetic literacy impact how people understand and enjoy art. For instance, individuals who are more open to experiences tend to have a greater interest and inclination appreciating complex and unconventional artworks compared to conservative individuals. Likewise, those with more art-related education, training, and experiences are generally better able to understand and enjoy complex, modern artworks. However, reviews show limited research on how informational cues and contexts surrounding art influence the aesthetic judgments of ordinary people lacking art education and experiences. Hence, a key challenge is introducing such modern artworks to the general public to enable understanding and analysis. This study aims to address how informational stimuli and contexts can influence the perspective,

¹DOI: 10.22051/jjh.2024.44585.2025

² Ph.D. Student of Art Studies, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.
Shahin.mohammadi@modares.ac.ir

³ Associate Professor, Department of Art Studies, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran,
Correspondent Author. afhami@modares.ac.ir

⁴ Associate Professor, Department of Psychology, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.
h.farahani@modares.ac.ir

preferences, and aesthetic judgments regarding art among individuals without formal art education or experiences. Rather than focusing on pre-existing knowledge and experiences, it examines the role of providing art information to non-experts in shaping attitudes and perceptions in a short-term interaction. This allows assessing potential attitudinal changes without long-term assumptions.

To examine the impact of informational stimuli on aesthetic judgments of individuals without art education, the present online study utilized two questionnaires comprising demographics, a 10-item Personality Inventory, Aesthetic Fluency scale, and a researcher-made questionnaire with 5 pairs of different artworks for preference rating: a traditional Iranian mosque and a modern Iranian mosque; a medieval crucifixion painting and Gauguin's *The Yellow Christ*; Persian miniature painting *Khosrow and Shirin* from Shiraz school and Sadeq Tabrizi's illustration of *Khosrow and Shirin*; a Nastaliq calligraphy practice and Hossein Zenderoudi's calligraphic painting; a landscape painting by John Constable and a landscape by Paul Signac. Participants were randomly assigned to Questionnaire 1 or 2. The system prevented entry to the main questionnaire if participants reported any experience, education, or occupations related to art. The only difference between the two questionnaires was an initial text about the nature of artworks in Questionnaire 2 (with informational stimulus) that participants had to read and answer questions about before selecting artworks: *"Artworks arise in different ways across times. They attempt to elevate our awareness and provoke thought. They try to showcase artists' perspectives and ideas about reality and life. Many contain implicit symbolic meanings that require reflection to grasp the artist's viewpoint. Viewing art is an experience for contemplating oneself and life."* Requiring responses to 5 questions ensured close reading. 320 participants completed Questionnaire 1 (without stimulus) and 306 completed Questionnaire 2 (with stimulus). None had art-related jobs or education. The no-stimulus group comprised 320 participants including 180 females (56.2%) and 140 males (43.8%) with a mean age of 23.37 years ($SD = 4.54$). Their education levels were 25 high school graduates, 177 undergraduates, and 118 postgraduates. The information stimulus group comprised 304 participants including 192 females (63.1%) and 112 males (36.9%) with a mean age of 35.4 years ($SD = 15.5$). Their education levels were 33 high school graduates, 142 undergraduates, and 129 postgraduates. The results indicated no significant difference in overall Aesthetic Fluency scores between the no-stimulus group (mean = 51.3, $SD = 53.0$) and the information stimulus group (mean = 42.3, $SD = 67.0$; $p\text{-value} > 0.05$, $t = 1.086$). Hence, the groups were not distinguishable regarding their aesthetic knowledge. Pearson correlation analysis investigated associations between Personality dimensions, Aesthetic Fluency, and preference ratings for modern versus classical artworks. Openness to experience showed direct, significant correlations with overall Aesthetic Fluency ($r = 0.22$, $p\text{-value} < 0.01$), original Aesthetic Fluency ($r = 0.17$, $p\text{-value} < 0.01$), Aesthetic Fluency of Iran ($r = 0.17$, $p\text{-value} < 0.01$), overall art preference ratings ($r = 0.28$, $p\text{-value} < 0.01$), ratings for realistic/classical artworks ($r = 0.22$, $p\text{-value} < 0.01$) and abstract/modern artworks ($r = 0.19$, $p\text{-value} < 0.01$). Aesthetic Fluency also correlated with higher art preference ratings ($r = 0.26$, $p\text{-value} < 0.01$). However, these variables did not effectively distinguish individual preferences. Openness remained the most prominent factor associated with artistic inclination, while greater Aesthetic Fluency related to higher art preference ratings irrespective of style or genre. Independent samples t-tests examined stimulus effects on preference ratings per the study hypothesis. After checking normality assumptions, a significant difference emerged between the no-stimulus group (mean

= 46.3, SD = 37.0) and information stimulus group (mean = 74.3, SD = 33.0; p-value < 0.05, t = 15.10) indicating an increased preference for abstract and modern over classical/realistic artworks in the stimulus group. In other words, in assessing aesthetic reactions among groups with and without informational prompts, the results show that individuals naturally have different interests and inclinations toward various art forms based on their personality traits such as openness to new experiences. However, when some individuals were provided with information and perspectives on how to approach and understand art, these individuals demonstrated better reactions and greater acceptance of unconventional and avant-garde artworks. That is the information presented temporarily changed their preferences and choices. Rudimentary awareness of these facets associated with art criticism and history discourse expanded the conception of what constitutes art to encompass modernism's radical break from familiar mimetic aesthetics. Without such framing, participants generally showed avoidance toward unfamiliar compositions. Access depended on acquiring schemata recognizing how all art essentially represents creative efforts to convey subjectivity regarding conditions of lived experience, through manifest content and symbolic expression transcending literal appearances. This realization allowed perceiving richness within ostensibly opaque imagery by considering what reactions or contemplations it might intend to stimulate regardless of clear pictorial resemblance. That elementary catalytic learning temporarily redirected preferences away from customary favorites and lowered inhibition toward the abstract. The informational content facilitated detecting meaning in superficially confusing but still evocative formations reflecting artists grappling with escalating modernity complexities. Audiences otherwise automatically discount such works due to their ambiguity and lack of concrete visual affirmation of skill seen in traditional techniques. They construe abstraction as technical ineptitude rather than thematic eloquence communicating via entirely reinvented visual languages detaching from optical verisimilitude. Exposure to the historical background on key avant-garde stylistic innovations and their creative rationales rendered these productions more welcoming. These findings demonstrated mass art appreciation hinges considerably on foreground knowledge granting cognitive access more than solely intuitive sensory reactions. The research can help identify factors influencing the formation and alteration of artistic tastes and preferences, as well as the role of contextual information cues therein. The findings can also inform the design of more effective educational and cultural programs for promoting public appreciation of modern art.

Keywords: Aesthetics, Aesthetic Fluency, Openness to experience, Aesthetic Preference, Psychology of Art