

جستاری بر مبانی و مفاهیم زیبایی شناسی و تبلور آن در ساختارهای معماری

محمد رضا لیلیان* آرین امیرخانی** دکتر مجتبی انصاری***

چکیده

زیبایی جاذبه‌ای است ازلی، که هنر پل ارتباط بین آن و انسان است. درک زیبایی موهبتی است الهی و پایگاهی ذهنی که به عینیت می‌انجامد و هنر بدون آن کالبدی است بی‌روح و خالی از جاذبه. در مقاله‌ی حاضر محور اصلی سخن زیبایی‌شناسی است. درک کامل مفهوم زیبایی‌شناسی مشکل است، ولی فهم اولیه عوامل موثر در ادراک خوشایند بودن محیط امکان‌پذیر است. این پژوهش در جست‌وجوی کشف قوانین حاکم بر این احساس است. از چنین منظری در معماری و فضاهای ساخته شده برای انسان - به عنوان یکی از پدیده‌های مهم زندگی که نقش بسیار موثری در علوم رفتاری دارد - نگرینسته می‌شود که تجلی روح زیبایی آن فرایندی معنوی و جلوه‌ای ظاهری دارد. در نهایت به بیان زیبایی‌شناسی جدید در حال تکوین در معماری اشاره و در خاتمه نیز نتیجه‌گیری به دست داده می‌شود.

واژگان کلیدی: زیبایی، زیبایی‌شناسی، معماری، ادراک، زمان
مقدمه

با مطالعه‌ی زمینه‌ی تاریخی زیبایی، روشن می‌شود که تا قبل از آغاز عصر جدید، یعنی تا پیش از قرن هفده میلادی، موضوعی به نام زیبایی به‌طور مستقل وجود نداشته است. آنچه در جست‌وجوی آن بوده‌اند، کمال، حقیقت و رسیدن به حداکثر توان و کارایی هرچیز بوده است که با رسیدن به این خواسته، زیبایی به عنوان یکی از صفات

پدیده‌ی کمال‌یافته خود به خود بروز می‌کرده است. ولی پس از قرن هفدهم که موضوع هنر، هنرمند و خلاقیت در نظام فردگرایی جامعه‌ی غربی مطرح شده، زیبایی نیز به‌طور مستقل و منفک از پدیده‌ها مطرح می‌شود و نظریات بسیار متفاوت و گاه متضادی درباره‌ی آن ارائه می‌گردد (طاهباز، ۱۳۷۷، صص ۷۵-۷۶). در حقیقت از این زمان مفهوم زیبایی‌شناسی بیشتر جنبه‌ی روان‌شناسانه به خود گرفت و زیبایی در ارتباط با ناظر دیده شد. به این ترتیب زیباشناختی در قرن بیستم به صورت فلسفه و دانش تمامی نموده‌های زیبایی مطرح شد (گروتز، ۱۳۸۳، ص ۹۴). در این مقاله در جست‌وجوی کشف قوانین حاکم بر زیبایی و تاثیر آن بر انسان - به عنوان ادراک‌کننده‌ی زیبایی - هستیم که برای خلق فضاهای زندگی انسان جنبه‌ی کاربردی دارد.

زیبایی‌شناسی

واژه‌ی زیبایی‌شناسی را در سال ۱۷۵۰ الکساندر بام گارتن برای بیان مفهوم سلیقه در هنرهای زیبا ابداع کرد. این واژه امروز، هم در بحث‌های محتوایی و هم در جنبه‌های رویه‌ای به کار می‌رود. از قرن‌ها پیش به موازات پرداختن به زیبایی‌شناسی در مباحث فلسفه، هنرمندان و معماران، جست‌وجو برای تدوین علم اثباتی زیبایی‌شناسی نیز جریان داشته است. در این سال‌ها در مورد زیبایی‌شناسی نوشته‌هایی از فلاسفه، روان‌شناسان و هنرمندان و حتی افراد حرفه‌ای که با طراحی محیط سروکار دارند به جای مانده است.

هدف این افراد درک موجبات لذت و چرایی آن بوده است. این جست‌وجو مسیرهای مختلفی را طی کرده است؛ که در این پژوهش به واکاوی چگونگی این مسیرها پرداخته می‌شود.

تعریف زیبایی

تعاریف گوناگونی از زیبایی ارائه شده است. افلاطون زیبایی را هماهنگی اجزاء با کل می‌داند (مطهری، ۱۳۷۶، ص ۹۷). علامه جعفری می‌گوید زیبایی مجموعه‌ای نگارین است که هریک از اجزاء آن کمال وجود خود را بدون تزاخم با اجزاء دیگر نمودار می‌سازد (جعفری، ۱۳۶۹، ص ۱۶۰). گاستالا زیبایی را بیان آنچه ناگفتنی است و کشف آنچه کشف نشدنی است معرفی می‌کند (طاهباز، ۱۳۷۷، ص ۷۸).

دوام و مقدار زیبایی

پیتر اسمیت سه سطح برای ارزش‌های زیباشناختی قائل است: در صورتی که زیبایی الگو در حد خیلی سطحی باشد، از آن به عنوان مد یاد می‌شود. نوع دیگر، زیبایی است که لایه‌های میانی روان را به فعالیت وامی‌دارد. از این زیبایی به عنوان سبک یاد می‌شود. نوع سوم، زیبایی‌ای است که در عمیق‌ترین لایه‌ی روان جا می‌گیرد و می‌توان با عنوان زیبایی مقدس یا زیبایی جاودانه از آن یاد کرد. (گروتز، ۱۳۸۳، ص ۹۵). در بعضی آثار تاریخی مثل بناهای اسلامی ایران با این نوع زیبایی جاودانه و مقدس مواجه هستیم. این نوع زیبایی هیچ وقت کهنه نمی‌شود. زیبایی علاوه بر اینکه طول عمر و مدت دوام دارد، دارای مقدار نیز می‌باشد. مقدار زیبایی به دو عامل بستگی دارد: مقدار زیبایی پدیده‌ی زیبا و مقدار درک ادراک‌کننده‌ی زیبایی. متفکران معیارهای متعددی برای ارزیابی مقدار زیبایی ارائه داده‌اند. استاد مطهری معیار زیبایی معقول را تعادل و هماهنگی اجزاء با کل، توازن، پندبندی بودن و تناسب می‌داند (مطهری، ۱۳۷۶، صص ۱۱۱-۱۱۴). گروه سادگی، هماهنگی و وحدت در عین کثرت را نشانه‌ی زیبایی دانسته است (طاهباز، ۱۳۷۷، ص ۸۵). در کل می‌توان تمامی نظرات ارائه شده را تحت عنوان مجموعه‌ی قوانین عام زیبایی‌شناختی به سه قانون وحدت، شدت، پیچیدگی خلاصه کرد. وحدت حفاصل آشفتگی تا همبستگی، شدت حفاصل بی‌محتوایی تا آمیختگی با مفاهیم، و پیچیدگی حفاصل یکنواختی تا تنوع را نشان می‌دهند (طاهباز، ۱۳۷۷، ص ۸۵).



قوانین عام زیباشناختی (ویژگی‌ها و ابعاد)
(مآخذ: طاهباز، ۱۳۷۷، ص ۸۶)

می‌توان مجموعه‌ی این عوامل را حس زیباشناسی نامید. سبیلی دو قابلیت را برای ادراک زیبایی ضروری می‌داند: قابلیت عمومی که همگانی و شامل حواس ظاهری مثل بینایی، شنوایی و فهم است و قابلیت‌های ویژه که در افراد گوناگون متفاوت است مثل ذوق، ذکاوت، حساسیت و قوه‌ی تشخیص یا درک زیبایی (طاهباز، ۱۳۷۷، ص ۸۶). سانتایانا اصل و نسب، ویژگی‌های شخصیتی و محیط زندگی را در ادراک زیبایی مؤثر می‌داند. هنفلینگ آموزش را در نوع نگرش زیباشناختی بسیار مؤثر می‌داند (طاهباز، ۱۳۷۷، ص ۸۶). استاد جعفری سه عامل شخصیت، فرهنگ و شرایط موقت و پایدار مغزی و روانی را در این ادراک دخیل می‌داند (جعفری، ۱۳۶۹، صص ۶۷-۶۸). گروه تعصب، سلیقه و میزان دقت و توجه را در ادراک زیبایی مؤثر می‌داند (طاهباز، ۱۳۷۷، ص ۸۶). می‌توان مجموعه‌ی این صحبت‌ها را در چهار ویژگی اصلی حس زیباشناسی دسته‌بندی کرد: ۱- تربیت پذیری: به این مفهوم که آموزش می‌تواند در افزایش ادراک زیبایی دخالت داشته باشد و این احساس را تکامل بخشد. ۲- تأثیرپذیری: به این معنا که حس زیباشناسی می‌تواند تحت تأثیر عوامل مختلف کاهش یا افزایش یابد. این عوامل عبارتند از خصوصیات شخصیتی، پیش زمینه ذهنی (فرهنگ و تجربیات شخصی)، شرایط موقت مغزی و روانی. طبق بررسی‌های انجام شده توسط گروه‌هایی نظیر روان‌شناسان محیط و معماران، در کل ترجیح الگوهای بصری با تفاوت‌های شخصیتی ارتباط دارد که در طول زمان نیز تغییر می‌کند. درونگرایی و برونگرایی از مهم‌ترین این تفاوت‌ها است. افراد درونگرا برخلاف افراد برونگرا سطوح پایین‌تری از انگیزش را ترجیح می‌دهند. اشخاص درونگرا نوعی از معماری را ترجیح می‌دهند که در آن نظم و تعادل به نحوی حاکم باشد. آنها خواستار نظمی قابل رؤیت‌اند و تمایلی به تحرک و بیان احساسی ندارند. در مقابل اشخاص برونگرا توجهی به نظم و سادگی طرح ندارند و بیشتر خواستار تحرک و جسارت هستند (لانگ، ۱۹۸۷، ص ۲۲۷). البته دقیق و جهانشمول بودن و قابلیت کاربرد این مشاهدات قابل بحث است.



رابطه شخصیت و سطح انگیزش محیطی و دلپذیر بودن
(مآخذ: جان لانگ، ۱۹۸۷)

۳- خط‌پذیری: به این معنا که تلقین (انس) و تعصب نسبت به یک پدیده می‌تواند در نوع احساس نسبت به آن مؤثر باشد. تلقین در ادراک زیبایی مؤثر است، زیرا تکرار دیدن یک پدیده باعث انس به آن می‌شود و سلیقه‌ی انسان را نسبت به آن متمایل می‌کند. این روشی است که موجب

حس زیبایی‌شناسی در انسان

همان‌طور که اشاره شد شدت زیبایی علاوه بر مقدار زیبایی پدیده‌ی زیبا، به مقدار درک ادراک‌کننده‌ی زیبایی نیز بستگی دارد. در مورد اینکه چه عواملی در ادراک زیبایی دخیل هستند نظرات مختلفی ابراز شده که

مدشدن یک پدیده در جامعه می‌شود. تعصب عامل دیگری است که در احساس زیبایی دخالت دارد. تعصب در سه حالت حب و بغض و حس مالکیت و تمایل به خواستن بروز می‌کند. ۴- شدت پذیری: به این معنا که احساس زیبایی نسبت به یک پدیده به مقدار توجه به آن بستگی دارد و ممکن است تحت شرایط خاصی افزایش یا کاهش یابد. این عومل عبارتند از بداعت، تکرار و شلوغی. به طور مثال، وجود بداعت موجب جلب توجه بیننده می‌شود و دقت او را به خود جلب می‌کند. نقطه‌ی مقابل آن تکرار برخورد با یک پدیده یا مشغولیت ذهنی بیننده است که موجب بی‌توجهی شده و شخص دیگر به آن پدیده توجه نمی‌کند (طاهباز، ۱۳۷۷، ص ۸۷).



ویژگی‌های حس زیباشناختی انسان از دیدگاه فلسفی،
مذهبی و روان‌شناسی
(مآخذ: طاهباز، ۱۳۷۷، ص ۸۷)

بررسی دو نوع زیبایی فرمال و سمبولیک ۱ - زیبایی صوری یا فرمال

اولین گروهی که با دیدگاه علمی و روان‌شناسی به بررسی عوامل مؤثر در ادراک زیبایی فرمال یا زیبایی صوری پرداخته‌اند، روان‌شناسان گشتالت هستند و نظریه آنها به نام نظریه‌ی گشتالت معروف است. حاصل نظریه‌ی این مکتب در ادراک شکل چنین است که «یک شکل سازمان متشکلی است که نمی‌توان آن را مانند مجموعه‌ای از عناصر کنار هم قرار گرفته دانست، زیرا دارای کیفیتی است که در هیچ کدام از عناصر تشکیل‌دهنده‌ی آن وجود ندارد و تغییر در یکی از این عناصر کافی است که شکل کلی آن را تغییر دهد» (لانگ، ۱۹۸۷، ص ۲۱۵).
درباره‌ی عوامل خارجی روان‌شناسان گشتالت پس از مطالعات بسیار

به این نتیجه رسیده‌اند که ذهن با توجه به اصولی این کار را انجام می‌دهد که اهم آنها به شرح زیر است: ۱- اصل تقرب: نزدیکی ساده‌ترین شرط سازماندهی تصویر است. در میدان تجربه بصری، نزدیکی واحدهای بصری، ساده‌ترین شرط برای با هم دیدن آنها است. میل داریم که واحدهای بصری نزدیک به هم را روی سطح تصویر یکی ببینیم. ۲- اصل تشابه: عناصر با خصوصیات مشترک ما را به پیوستن آنها به یکدیگر می‌کشاند. ابعاد مساوی، شکل‌ها و جهت‌گیری‌های مشابه، رنگ‌ها، ساختارها و ارزش‌های یکسان، گرانش پویا به یکی دیده شدن را ایجاد می‌کنند. ۳- اصل انسداد: ذهن انسان در برخورد با اشکال آشنایی که قسمتی از آنها حذف شده و به صورت ناقص می‌باشند، فعال می‌شود و فواصل حذف شده را پر می‌کند و آن اشکال را کامل می‌بیند. ۴- اصل استمرار: آدمی در ادراک تمایل دارد که محرک‌های جدا از هم را، به جای اینکه از هم جدا کند، با هم جمع نموده و به صورت کل ادراک کند. به عبارت دیگر انسان مایل است که کل‌ها و واحدهایی را که به صورت طبیعی وجود دارند، به همان صورت درک کند و در صدد تجزیه بر نیاید. ۵- اصل هم‌جهتی: این اصل به تشابه اجزای در حال حرکت اختصاص دارد، وقتی المان‌ها در یک جهت حرکت یا تغییر می‌کنند، به نظر می‌رسد به یکدیگر تعلق دارند یا هم سرنوشت هستند (طاهباز، ۱۳۷۷، صص ۸۸-۹۰). عوامل خارجی یعنی اصول تقرب، تشابه، انسداد، استمرار و هم‌جهتی در سازماندهی اجزای بصری، شرط لازم است ولی کافی نیست. عوامل درونی انسان نیز در این امر دخالت دارند. از جمله‌ی این عوامل می‌توان آشنایی و آمادگی ذهنی را نام برد. در مورد آشنایی باید گفت ذهن در تکمیل اجزای ناقص یا به هم پیوستن اجزا هنگامی فعالیت می‌کند که از اشکال کامل آنها آگاهی داشته و تصویر کامل برای او آشنا بوده یا حداقل در گذشته آن را تجربه کرده باشد. آمادگی ذهنی نیز مهم‌ترین عامل درونی برای دقت به یک مسئله است. بر اثر دقت است که ذهن می‌تواند تمامی ابعاد تصویر را مدنظر قرار دهد و به همگی آنها توجه کند. در ادراک یک تصویر بصری، عوامل داخلی و خارجی هر دو اثر دارند و در حقیقت برآیند این دو نیروست که منجر به بروز برداشت در ذهن می‌گردد (طاهباز، ۱۳۷۷، صص ۸۸-۹۰).



نظریه گشتالت

(مآخذ: آفرینش نظریه‌های معماری، جان لانگ)

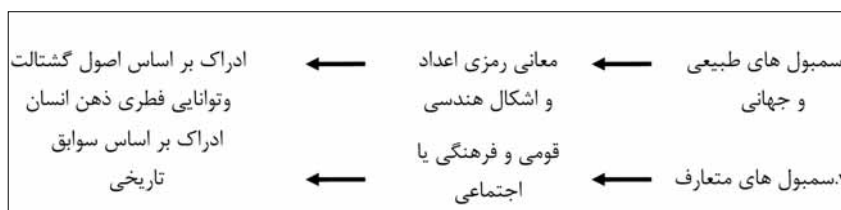
به اهمیت رفتار و تجربه‌ی اشخاص توجه دارند و معتقدند که ارتباطی که بین فرم و عملکرد فضاهای زندگی مردم وجود دارد در اثر مرور زمان و تکرار، نوعی تداعی سمبولیک در ارتباط با همبستگی فرم و عملکرد را برای آنان به وجود می‌آورد. گیسون از دیدگاه بوم‌شناختی به اهمیت فرهنگ اشاره می‌کند و معتقد است که یادگیری رسوم اجتماعی، یادگیری تداعی‌های منطقی را به همراه دارد و آگاهی از این رسوم و اعتقادات در درک ارزش‌ها و سمبول‌های جامعه نقش مهمی ایفا می‌کند. اشاره شد که مفاهیم سمبولیک قطعی نیست و همواره در پرده‌ای از ابهام قرار دارد. نوربرت وینر معتقد است که معانی و مفاهیمی که مردم از نمودهای سمبولیک محیط اطراف خود دریافت می‌کنند به خصوصیات فیزیولوژیکی، اجتماعی و روان‌شناختی آنها بستگی دارد (همان، صص ۲۱۳). مطالعات متعددی که در این مورد انجام گرفته است نشان می‌دهد که عواملی چون وضعیت ارگانیک بدن (توانایی‌ها و محدودیت‌های جسمی)، شخصیت درونگرا و برونگرا، جایگاه اجتماعی، ویژگی‌های فرهنگی و نوع تخصص و آموزش افراد از عوامل مؤثر در نوع تعبیرات و دریافت آن‌ها از نمودهای سمبولیک است (لانگ، ۱۹۸۷، صص ۲۱۲-۲۱۴). در اینجا ذکر این نکته لازم است که از بین عوامل یاد شده شاید مهم‌ترین تفاوت‌های ادراک و نخستین معانی نمادین بناها، از آموخته‌های فردی ناشی شود. برای مثال بین تحسین معماران و افراد عادی از معماری فراتجدد تفاوت‌های اساسی وجود دارد.



عوامل مؤثر در تعبیر معانی سمبولیک معماری و محیط

(مأخذ: لانگ، ۱۹۸۷، صص ۲۱۴-۲۱۲)

با توجه به این تعبیرات می‌توان انواع سمبول را در ارتباط با معماری به دو گروه تقسیم کرد: اول سمبول‌های طبیعی یا جهانی، که به تعبیر آرنهایم و آنی‌تینگ مربوط به اعداد و اشکال هندسی اندونوعی همه‌فهمی در سیستم ادراکی انسان در مورد آنها دیده می‌شود. دوم سمبول‌های متعارف قومی یا اجتماعی که جهان‌شمول نیستند ولی بین مردمی از فرهنگی خاص یا گروه اجتماعی خاص به علی شکل گرفت و معنا دار شده‌اند (همان، صص ۲۱۰-۲۱۴).



انواع سمبول از دیدگاه معماری

(مأخذ: لانگ، ۱۹۸۷، صص ۲۱۴-۲۱۰)

برای اینکه یک پدیده‌ی فیزیکی طبق اصول گشتالت زیبا باشد باید ویژگی‌هایی در آن رعایت شود. معیارهای اصلی زیبایی‌شناسی را می‌توان در پنج معیار زیر خلاصه کرد: ۱- مضمون یا وحدت (در برابر آشفتگی و التباس): به عبارت دیگر داشتن مضمون یا درونمایه‌ی مسلط. ۲- تغییر مضمون: برای این خاصیت دو ویژگی را می‌توان نام برد. به هم پیوستگی و یکپارچگی ۳- توازن و تعادل: یعنی ترتیب و آرایش اجزاء در نظمی خوشایند و قابل فهم باشد. ۴- تکامل یا تطور اجزاء از حیث زمانی: که به مجموعه حرکت می‌دهد و از یکنواختی و ملال‌آور بودن آن جلوگیری می‌کند. ۵- امساک (در مقابل شلوغی): صرفه‌جویی در تمهیدات جلب توجه و علاقه، زیرا شلوغی بیش از اندازه ذهن را خسته می‌کند و از میزان دقت و توجه به موضوع می‌کاهد، در نتیجه مقدار درک زیبایی کاهش می‌یابد. (طاهباز، ۱۳۷۷، صص ۸۹-۹۰)

۲- زیبایی سمبولیک یا نمادین

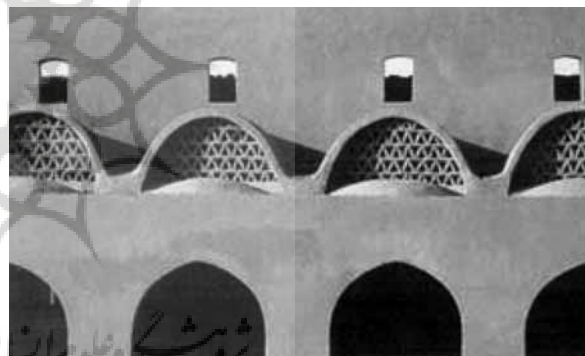
همان‌طور که پیشتر گفته شد آنچه عمر زیبایی یک پدیده را افزایش می‌دهد، همراهی آن با مفاهیم و معانی است. هرچه این معانی با عمق بیشتری به روان ما نفوذ کنند، عمر زیبایی افزایش می‌یابد و در عمیق‌ترین لایه‌های روانی به زیبایی جاودانی یا سمبولیک ختم می‌شود. از طرف دیگر روشن شده که کیفیت سمبولیک محیط مهم‌ترین عامل ادراک است و ارتباطی درونی و ذاتی بین زیبایی فرمال و زیبایی سمبولیک وجود دارد (لانگ، ۱۹۸۷، صص ۱۹۱). برای درک بیشتر زیبایی سمبولیک،

به تعریف سمبول می‌پردازیم، در تعریف سمبول باید گفت «سمبول صورتی است متعلق به جهان شناخته شده و قابل دریافت و تجزیه و تحلیل حواس، که به چیزی از جهان ناشناخته و غیرمحسوس، با مفهومی به جز مفهوم مستقیم و متعارف خود اشاره می‌کند. ضمناً نه اشاره‌ی آن قرارداد شده است و نه مفهوم آن قطعی و مسلم است، بلکه سابقه رمز دارد (طاهباز، ۱۳۷۷، صص ۹۰). و چون رمزمدار است استعداد پذیرش تعبیر مختلف و متعدد را دارد. چون هرکس متناسب

با گرایش ذهنی خود از آن برداشت می‌کند. رودولف آرنهایم به عنوان یک گشتالت‌نیست معتقد است که براساس قوانین گشتالت، هریک از فرم‌ها و خطوط معانی سمبولیک داشته و بدون نیاز به تفکر قابل درک و دریافت است. وی این سمبولیسم را سمبولیسم طبیعی می‌نامد که در مقابل سمبولیسم متعارف قرار دارد. شاید منظور وی از سمبولیسم متعارف نشانه‌ها و نمادهایی است که بر اثر مرور زمان و برحسب اتفاقاتی بین مردم یک قوم، معنایی خاص می‌یابد (لانگ، ۱۹۸۷، صص ۲۱۰). آنی‌تینگ همه‌فهمی فرم‌های ساده را تحت عنوان سمبول‌های جهانی مطرح می‌کند و معتقد

است که بعضی از اشکال هندسی نظیر مربع و دایره دارای معانی سمبولیک بین تمامی ابناء بشر هستند که در طول تاریخ بارها در معماری و سایر هنرهای بصری تکرار شده‌اند (همان، صص ۲۱۲). رفتارگرایان

گفته شد که با الحاق معانی سمبولیک به زیبایی فرمال می‌توان عمر زیبایی را افزایش داد. ولی باید توجه داشت که مفاهیم سمبولیک قابل دریافت توسط مردم باید در باورها و شناخت‌های آنها ریشه داشته باشند و کسی قادر به خلق سمبول برای مردم نیست (طاهباز، ۱۳۷۷، ص ۹۲). ذکر این نکته در اینجا لازم به نظر می‌رسد که متأسفانه فاصله و خلاء بین مردم عادی و معماران تعلیم دیده در جامعه‌ی ما کم نیست. در نتیجه چه بسیارند طرح‌های معماری که طراح آنها را پسندیده و به زعم خودش زیبا بوده است، ولی مردم آن را درک نکرده و خوششان نیامده است. این حالت به ویژه در سبک‌های جدید معماری که در دهه‌های اخیر به سرعت به وجود می‌آیند، مسئله ساز بوده و فاصله بین معماران روشنفکر و مردم جامعه را، به خصوص در کشورهایی مثل ایران - که این سبک‌ها حاصل تحولات طبیعی جامعه‌ی آنها نیست - روز به روز بیشتر کرده است. تجربه نشان داده معمارانی در این زمینه موفق بوده‌اند و طرح‌هایشان به دل مردم نشست است که زیبایی معماری خود را از معانی سمبولیک مأنوس بین مردم جامعه انتخاب کرده‌اند از جمله این معماران موفق می‌توان فرانک لویدرایت را نام برد، که زیبایی طرح‌هایش مرهون سمبولیسم طبیعی اشکال مورد انتخابش است و حسن فتنی که زیبایی معماری خود را از کاربرد سمبول‌های متعارف و مرسوم در جامعه‌اش وام گرفته است (همان، ص ۹۳).



استفاده از سمبولیسم متعارف مصری در معماری حسن فتنی

(مأخذ: پایگاه اینترنتی دانشنامه آزاد و ویکی‌پدیا)

در حقیقت زیبایی نمادین، باعث هویت‌یافتن محیط ساخته‌شده می‌شود و احساس تعلق مردم به یک گروه اجتماعی یا یک مکان

را افزایش می‌دهد. از عوامل اثرگذار دیگر که می‌تواند تداعی‌هایی را برای ما به همراه داشته باشد می‌توان به مصالح، رنگ و نور اشاره کنیم. انتخاب مصالح علاوه بر دلایل فنی، دارای بیان معماری خاص خود نیز می‌باشد. نه تنها شخصیت بصری یک ماده‌ی ساختمانی بلکه ویژگی‌های شنیداری، لامسه‌ای و گاه ویژگی بویایی آن نیز نکاتی را تداعی می‌کنند. برای مثال، صدای حاصل از راه رفتن روی سطح مصالح مختلف، به میزان قابل توجهی متفاوت است و در ادراک ذهنی هر مکان رفتاری موثر می‌باشد. بعضی از مصالح در اثر تداوم استفاده، گونه‌های خاصی از معماری را تداعی می‌کنند. سرامیک‌های براق، سطوح سخت و لامپ‌های جیوه‌ای موسسات اداری را به یاد می‌آورند. بنابراین بین قابلیت‌های فنی مصالح و نیازهای زیباشناختی مورد انتظار از آن تفاوت‌هایی وجود دارد. مصنوعی بودن یا طبیعی بودن مصالح برای مردم معانی متفاوتی دارد. کیوشی آیزومی معتقد است که استفاده از پلاستیک به جای چوب و مصالح دیگر، به دلیل تحمیق نظام ادراکی مردم یا به دلیل ناسازگاری میان ظاهر مصالح و احساسی که از آن دریافت می‌شود، در مشاهده‌گر ایجاد تردید می‌کند. (لانگ، ۱۹۸۷، ص ۲۱۵) این فرضیه جالب و قابل بحث است. در مورد روشنایی نیز به همین ترتیب است. جهت‌دهندگی، منبع، رنگ و میزان روشنایی یک قرارگاه یا مکان رفتاری از دیرزمان متغیرهایی اساسی در تجربه فضای داخلی و خارجی بوده‌اند. زیبایی‌شناسی، جایی که اندازه‌گیری و اندازه‌گذاری نور برای راه‌اندازش به فضای درونی یا سرپوشیده و نیمه‌سرپوشیده، در پیوستگی و وابستگی به شکلی که از آن عبور می‌کند و جایی که این شکل درون فضای سه بعدی اشغال کرده است، بار ارزشی پیدا می‌کند. زیرا مخاطبان را به تفکر در باب نکاتی برمی‌انگیزاند که در گستره‌های فرهنگ اجتماعی و ادب محلی خود تجربه کرده‌اند. خواهی این تجربه به شکلی مستقیم توسط بیننده به دست آمده باشد و خواهی بر پایه آنچه نمونه اثری می‌نامیم (ایتگه‌اوزن، ۱۳۷۶، ص ۷۶). به میدان فضای معماری آوردن نور، چنان که پیداست، به فضای سرپوشیده یا نیمه سرپوشیده محدود نمی‌شود و چگونگی تابش آن بر حجم و سطح‌های برون بناها می‌تواند بر تعیین و تعریف شکل اثرگذار شود و نمایانگر مفهوم‌هایی گردد که به کمک آهنگ، یکنواختی، گوناگونی و حرکت، تضاد و تقارن تصویرها به ذهن می‌نشیند (همان، ص ۷۷). رنگ و رنگ آمیزی محیط ساخته شده در مقیاس‌های گوناگون، معانی مختلفی دارند. این معانی اغلب تابعی از عرف رایج در جوامع هستند. مردم اگر در مورد مفاهیم عرفی حتی سابقه و شناخت روشنی نداشته باشند، باز هم آن را درک می‌کنند. برای مثال در پکن قدیم، رنگ نمادی از شأن اجتماعی بوده است. رنگ‌های روشن برای قصرها، معابد و دیگر بناهای مقدسش به کار می‌رفتند ولی در ساختمان‌های معمولی از رنگ‌های کمتری استفاده می‌شده است. عرف و مفاهیم رنگ در جوامع مختلف متفاوت است. در فرهنگ‌های غربی قرمز نشانه‌ی ترس و نیز نشانه‌ی راستی است. هر دو مورد کاربردهای رفتاری خاص خود را داشته‌اند؛ رنگ‌هایی که در اصل به دلایل عملکردی انتخاب شده‌اند ممکن است گونه‌های خاصی از ساختمان‌ها را تداعی کنند. اگر این رنگ‌ها در مکان‌های دیگری استفاده شوند، بازهم معنای قدیمی خود را حفظ می‌کنند. مطالعات روان‌شناسان

گشتالت و سایر گروه‌هایی که در این زمینه مطالعه کرده‌اند، مانند معماران، طراحان و روان‌شناسان محیط نشان می‌دهد که ۱) ادراک زیبایی پدیده‌ای چند بعدی است، ۲) کیفیت سمبولیک محیط بهترین عامل در ادراک زیبایی می‌باشد، ۳) ارتباطی درونی و ذاتی بین زیبایی فرمال و سمبولیک وجود دارد (لانگ، ۱۹۸۷، ص ۱۹۱).

۱. چند کیفیتی بودن ادراک	}
۲. کیفیت سمبولیک محیط به عنوان عامل اصلی در ادراک	
۳. رابطه درونی زیبایی شناسی فرمی و سمبولیک	

نظریه گشتالت

(مأخذ: آفرینش نظریه‌های معماری، جان لانگ)

نتیجه گیری: درک کامل مفهوم زیبایی‌شناسی مشکل است، ولی فهم اولیه عوامل موثر در ادراک خوش آیند بودن محیط امکان پذیر است. برای درک زیبایی باید از یک طرف ادراک کننده‌ی زیبایی باشیم و شیوه‌ی ادراک زیبایی را بشناسیم و از طرف دیگر پدیده‌ی زیبا و ویژگی‌های آن را بررسی کنیم. موضوع زیبایی‌شناسی فرمال ارزش‌های اشکال و سازوکارهای محیط است. این که احساس لذت از درک بعضی الگوها، تناسب و اشکال مینای زیست‌شناختی دارد یا نه از مباحث زیبایی‌شناسی فرمال است. زیبایی‌شناسی نمادین با معانی تداعی کننده و لذت بخش محیط سروکار دارد. لکن پیشرفت‌های علم الکترونیک و نوآوری‌های آن در قالب تکنولوژی رسانه‌ای تأثیرات بسیار مهمی بر زیبایی‌شناسی، ایده و خلاقیت معماران در خلق بناها داشته است. «تصویر» و انتقال مفاهیم از طریق آن مهم‌ترین ویژگی عصر ارتباطات و دنیای اطلاعات است. بحث پوسته و سطح در گذشته مسأله‌ای کارکردی بود اما در برخی آثار آوانگارد معماری در سال‌های اخیر، پوسته و سطح به مسأله‌ای شکلی و زیبایی‌شناسانه تبدیل شده است. از سوی دیگر با پیچیدگی فرم معماری و پوسته‌ی بیرونی که ظاهراً فارغ از هر نوع نظم یا قاعده‌ی مانوس، تنها براساس نیازهای فضایی و زیبایی‌شناسی متولد می‌شود، در عصر ارتباطات و تکنولوژی چند رسانه‌ای معماران به یکی از جنبه‌های کمتر مورد توجه قرار گرفته فضا، یعنی نور، تمایل پیدا کردند. ابهام، از دست‌رفتن ادراک قطعی بصری، ارزش نور و شکل و عدم قطعیت شکل بیرونی ساختمانی مبانی این زیبایی‌شناسی جدید هستند.

زیبایی‌شنای مدرن (تکنولوژی ارتباطی) ارزش‌های رایج معماری را از فرهنگ و سنت تهی کرده و واکنش‌های فیزیولوژیکی مغز و اعصاب را که بسیار کهن‌تر از تمدن چند هزار ساله بشر هستند، معیار قرار داده است. موج سوم و انقلابات الکترونیکی شرایطی را به وجود آورده است که گویی می‌بایست مبانی زیبایی‌شناسی و کاربردی در معماری مورد تجدیدنظر قرار گیرند. در واقع تاریخ معماری در تالاقی با ظهور تکنولوژی‌های ارتباطی و چند رسانه‌ای به مسیر نوینی وارد شده است.

منابع

- احمدی، بابک؛ «حقیقت و زیبایی: درس‌هایی از فلسفه هنر»، تهران: نشر مرکز، ۱۳۷۸
- افشارنادر، کامران؛ «عناصر معماری» مجله معمار شماره ۱۹، ۱۳۸۱
- اتینگهاوزن، ریچارد، ترجمه‌ی یعقوب آژند؛ «تاریخچه زیبایی‌شناسی و نقد هنر»، تهران: نشر مولی، ۱۳۷۶
- آیوازیان، سیمون. «زیبایی‌شناسی و خاستگاه آن در نقد معماری»، مجله هنرهای زیبا شماره ۱۲، تهران، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، زمستان ۱۳۸۱
- جعفری، محمد تقی. «زیبایی و هنر از دیدگاه اسلام»، تهران، حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۶۹
- شاهچراغی، آزاده. «معماری و فناوری عصراطلاعات»، رایانه معماری و ساختمان، شماره ۶، ۱۳۸۴
- طاهباز، منصوره. «زیبایی در معماری»، مجله صفا شماره ۳۷، تهران، ۱۳۷۷
- فرای، راجر. ترجمه‌ی عزت الله فولادوند؛ «پژوهشی در زیبایی‌شناسی»، مجله شباب شماره ۲۷-۲۸، تهران، ۱۳۸۱
- فلامکی، منصور. «ریشه‌ها و گرایش‌های نظری معماری»، تهران: نشر فضا، ۱۳۸۱
- گروتز، یورگ کورت. ترجمه‌ی دکتر جهان‌شاه پاکزاد و مهندس عبدالرضا همایون؛ «زیبایی‌شناسی در معماری»، تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۳
- لنگ، جان. ترجمه‌ی دکتر علیرضا عینی‌فر؛ «آفرینش نظریه معماری: نقش علوم رفتاری در طراحی محیط»، تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، ۱۳۸۳
- مطهری، مرتضی. «فلسفه اخلاق»، تهران: انتشارات صدرا، ۱۳۷۶
- نقی زاده، محمد. «مبانی هنر دینی در فرهنگ اسلامی»، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۴