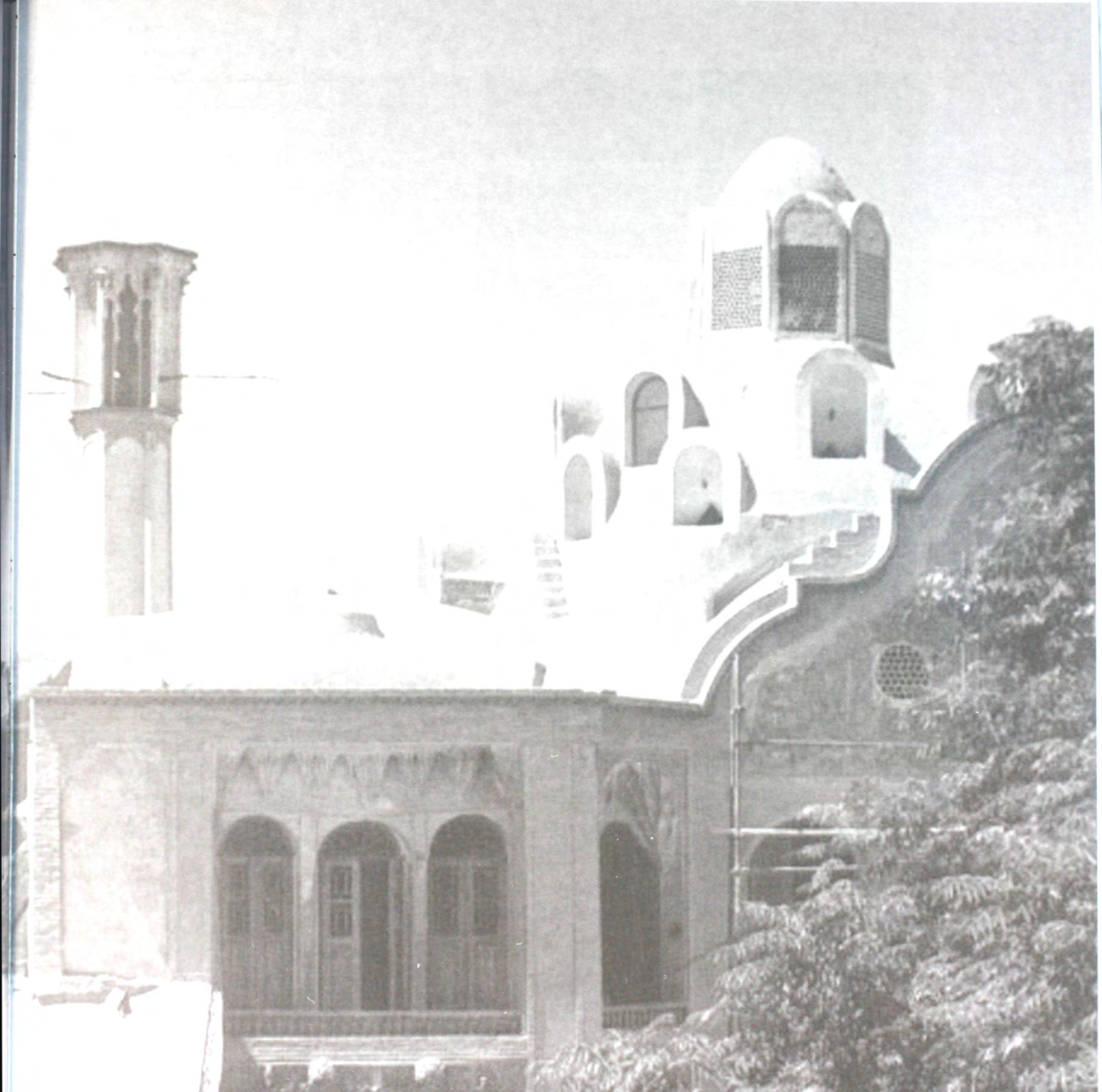




زیبایی در معماری

مهندس منصوره طاهباز

مربی، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی

- در دیدگاه‌های فلاسفه یونانی، فلاسفه معاصر غربی و متفکران اسلامی چه وجوه مشترکی درباره زیبایی وجود دارد؟
- معماری چگونه می‌تواند محملی برای تبلور زیبایی فراهم کند و زیبایی به چه اشکالی در معماری متبلور می‌شود؟
- باتوجه به تبلور زیبایی در معماری به دو صورت فیزیکی و رمزی (سمبولیک)، چگونه می‌توان از مفاهیم رمزی برای افزایش عمر زیبایی در معماری بهره جست؟

چکیده

در مقاله حاضر محور اصلی سخن "زیبایی" است. در جستجوی آنیم که قوانین حاکم بر این احساس را کشف کنیم. چه می‌شود که پدیده‌ای در نظر ما زیبا و پدیده دیگر زشت جلوه‌گر می‌شود؟ با توجه به اینکه زیبایی در همه پدیده‌های زندگی وجود دارد، مقاله حاضر به بررسی زیبایی در معماری و فضاها ساختار شده برای زندگی انسان اختصاص خواهد داشت.

مقدمه

با مطالعه زمینه تاریخی زیبایی روشن می‌شود که تا قبل از آغاز عصر جدید، یعنی تا پیش از قرن هفده میلادی، موضوعی به نام زیبایی به طور مستقل وجود نداشته است (کروچه، ۱۳۵۸، ص ۱۸۴). آنچه در جستجوی آن بوده‌اند کمال، حقیقت و رسیدن به حداکثر توان و کارایی هر چیز

بوده است (احمدی، ۱۳۷۴، ص ۲۶ و ۲۷) که با رسیدن به این خواسته، زیبایی به عنوان یکی از صفات پدیده کمال یافته خود به خود بروز می‌کرده است. به عبارت دیگر، وقتی سعی می‌کردند شیء یا پدیده‌ای را به بهترین نحو به وجود آورند، خود به خود زیبا هم بوده است. هدف، آفرینش یک اثر صرفاً زیبا نبوده بلکه در پی آن بوده‌اند چیزی بسازند که مفید، مناسب و در اوج کمال و کارایی خود باشد (طاهباز، ۱۳۷۷، ص ۳). در سال ۱۷۸۰ نخستین بار بام گارتن زیبایی‌شناسی را به صورت یک علم فلسفی مطرح کرد و واژه aesthetic به مفهوم زیبایی را ابداع نمود (اسپریتو، ۱۳۷۴، ص ۶۳). با مطالعه تاریخچه زیبایی‌شناسی در جهان غرب (طاهباز، ۱۳۷۷) روشن می‌شود که تا قبل از قرن هفده میلادی که زیبایی به طور مستقل مطرح نبوده، نظریات درباره زیبایی چندان متفاوت و مغایر با یکدیگر نبوده و کلاً دو نظریه در این باره وجود داشته است: یکی نظریه افلاطون و

افلاطونیان و دیگری نظریه ارسطو و پیروان او. این دو نظریه نیز از نظر ماهیتی تفاوتی با یکدیگر نداشتند و فقط در جزئیات متفاوت بودند^(۱). ولی پس از قرن هفدهم که موضوع هنر، هنرمند و خلاقیت در نظام فردگرای جامعه غربی مطرح شده و جامعه سنتی به نوعی به جامعه مدرن تبدیل می‌شود، همان طور که جهان بینی‌ها و ایدئولوژی‌های مختلفی بر تفکرات مردم حاکم می‌شود، زیبایی نیز به طور مستقل و منفک از پدیده‌ها مطرح می‌شود و نظریات بسیار متفاوت و گاه متضادی درباره آن ارائه می‌گردد^(۲). تعداد این نظریات درباره زیبایی چنان زیاد و پراکنده است که به نظر می‌رسد در عصر حاضر به بیراهه رفته‌ایم و نتوانسته‌ایم حقیقت مسئله را به درستی درک کنیم.

در این مقاله در جستجوی کشف قوانین حاکم بر زیبایی هستیم که برای خلق فضاهای زندگی انسان جنبه کاربردی دارد. لذا خود را درگیر بحث‌های فلسفی، اعتقادی یا مذهبی مربوط به زیبایی، که خصوصاً در سی‌صد، چهارصد سال اخیر مطرح شده است، نکردیم و از میان آن‌ها عقایدی را برمی‌گزینیم که به معماری ربط منطقی دارد و کلیت یا جامعیت این قوانین را روشن می‌کند.



تصویر ۱. فطریات انسان

اقتباس از مطهری، فطرت، ص ۷۴ تا ۸۴

نیاز به زیبایی

از دیدگاه مذهبی، استاد مطهری نیاز به زیبایی را از نیازهای فطری انسان می‌داند. وی معتقد است که انسان و حیوان در داشتن غرایزی از قبیل غریزه تولید مثل، صیانت نفس و ... مشترک‌اند، ولی آنچه انسان را از حیوانات متمایز می‌کند فطریات اوست. وی فطریات انسانی را در پنج گروه دسته‌بندی می‌کند: حقیقت جویی، گرایش به خیر و فضیلت (اخلاقیات)، گرایش به جمال و زیبایی، گرایش به خلاقیت و ابداع، عشق و پرستش (مطهری، ۱۳۷۶، فطرت، ص ۷۴ تا ۷۶). به نظر می‌رسد که می‌توان مجموعه این فطریات را در گرایشی به نام تعالی طلبی و کمال جویی جمع کرد. بنابراین، حس زیبایی را که با دو عنوان زیبادوستی و زیباآفرینی از آن یاد کرده است جزو فطریات اولیه انسان، یعنی احساسات جدا نشدنی از او و یکی از وجوه تمایز او با حیوانات معرفی می‌کند. (تصویر ۱)

از دیدگاه روان‌شناسی، مازلو زیبایی را جزو نیازهای انسان نام برده است. وی نیازهای انسان را به دو گروه اصلی نیازهای اولیه و نیازهای ثانویه دسته‌بندی کرده است. نیازهای اولیه انسان را به چهار گروه نیازهای فیزیولوژیکی،



تصویر ۲. نیازهای انسان از دیدگاه مازلو

مأخذ: پارسا، ۱۳۷۶

جزو صفات ان اشیاء کمال یافته خود به خود بروز خواهد کرد.

روش تحقیق

قبل از این که به توضیح روش کار پردازیم لازم است موضوع تحقیق خود را دقیقاً تحدید کنیم. زیبایی مورد نظر ما در حوزه معماری و برای انسان عصر حاضر، به ویژه



تصویر ۳. زیبایی روستایی

خانه‌ای در روستای لایح از شهرستان نور

نیازهای امنیتی، نیاز به محبت، نیاز به عزت نفس؛ و نیازهای ثانویه یا رده بالا را به سه گروه نیازهای شناختی و ادراکی، نیاز به زیبایی و نیاز به خود شکوفایی تقسیم کرده است. (تصویر ۲). وی معتقد است بعد از این که نیازهای اولیه برآورده شدند، نیازهای عالیه یا ثانویه مطرح می‌شوند (پارسا، ۱۳۷۶، ص ۸۶ تا ۹۳).

به این ترتیب ملاحظه می‌شود که از دیدگاه مازلو نیاز به زیبایی جزو نیازهای رده بالای انسان است و پس از این که نیازهای اولیه او یعنی نیازهای فیزیولوژیک، امنیت، محبت و عزت نفس برآورده شد، این نیاز سر بر می‌آورد. ملاحظه می‌شود که شباهت چشمگیری بین نظریات استاد مطهری و مازلو از باب دسته بندی نیازها وجود دارد. استاد مطهری انسانیت انسان را به برآورده شدن نیازهای فطری او می‌داند و مازلو نیز با طرح نیازهای رده بالا یا عالیه به طور غیرمستقیم اشاره به همین مطلب دارد. وی مطرح می‌کند در جایی که نیازهای فیزیولوژیک و اولیه انسان‌ها تأمین نشود، رفتارهای حیوانی از خود بروز می‌دهند. یعنی تمام ویژگی‌هایی را که برای انسان به عنوان موجودی متفاوت از حیوان مطرح می‌کنیم محو می‌شوند و برای تهیه غذا، پوشاک، امنیت و غیره شبیه حیوانات عمل می‌کنند. ولی وقتی نیازهای اولیه برآورده می‌شوند، خصوصیات انسانی آنها آشکار می‌شوند (پارسا، ۱۳۷۶، ص ۸۷). لذا می‌بینیم که زیبایی چه از نظر استاد مطهری و چه از نظر مازلو جزو نیازهای عالیه انسان است و زمانی بروز می‌کند که انسان امکان زندگی در شرایط انسانی را داشته باشد. نمود این امر در شرایط زندگی در روستاها مشاهده می‌شود. روستایی به رغم این که با حداقل امکانات و تخصص زندگی می‌کند، ولی چون نیازهای اولیه اش به نوعی تأمین می‌شود، در همان وسایل ابتدایی و ساده زندگی به زیبایی می‌اندیشد. در وسایل زندگی او مثل ظروف، زیلو، گلیم، چادر شب، لباس محلی و ... می‌توان تلاش برای زیباسازی را به عینه مشاهده کرد (تصویر ۳). به عبارت دیگر، زیبایی برای روستایی موضوعیت دارد و سعی می‌کند آنچه را که می‌سازد به بهترین و عالی‌ترین نحو انجام دهد که به تبع آن، زیبایی

جامعه ایرانی، است. این زیبایی در اصل فیزیکی است ولی رد پای هم در زیبایی فرهنگی، تاریخی و معنایی دارد که به عنوان زیبایی سمبولیک از آن نام می‌برند. دیدگاه‌هایی که به آن می‌پردازیم دیدگاه‌های فلسفی، مذهبی و روان‌شناختی است. هدف این است که بتوانیم به ضوابط و معیارهایی دست یابیم تا به کمک آن زیبایی یک فضای معماری را محک بزنیم.

از آنجا که تحقیق درباره زیبایی از نوع تحقیق کیفی است، در اینجا از روش grounded theory برای به نتیجه رساندن تحقیق استفاده شده است. مطالب درباره زیبایی بسیار گسترده و پراکنده است و به قول مولوی حکایت فیل در خانه تاریک است. یعنی هر کس بسته به نوع تفکر و دریافت خود گوشه‌ای از حقیقت را دیده و بیان کرده و جمع بین این نظریات بسیار مشکل است. بنابراین، لازم است این عقاید را مثل قطعات پازل در کنار هم قرار دهیم تا به کلیت آن دست یابیم. قابلیت روش grounded theory در تحقیقات کیفی به اثبات رسیده و به دلیل جامعیت و عمقی که به مسئله می‌دهد بسیار سودمند است. در این مورد، کلیه نظریات بدون توجه به زمینه فکری آن‌ها و بدون پیشداوری، مطالعه و با روش coding کدگذاری شده است. یعنی آن واژه کلیدی که می‌توانسته آن مطلب را به گویاترین نحوی بیان کند انتخاب شده است. مثلاً بعضی مطالب درباره تعریف زیبایی بوده است، بعضی درباره انواع زیبایی و نتایج حاصل از زیبایی یا ادراک کننده زیبایی بوده است. در مرحله بعد، مطالبی که یک کد دارند در کنار هم قرار داده می‌شوند. به این ترتیب صحبت‌های متفکرانی مثل فیلیسین شاله، بندتو کروچه، کانت، افلاطون، علامه جعفری یا استاد مطهری صرف‌نظر از زمینه فکری و عقیدتی آن‌ها، در کنار هم قرار می‌گیرند تا ببینیم آیا می‌توان وجوه تشابه یا جامعیتی از کلیه این صحبت‌ها به دست آورد؟ آیا می‌توان نخ تسبیحی بین آن‌ها پیدا کرد؟ سپس برای این کدها، مثلاً کد انواع زیبایی، با توجه به این نظریات، ویژگی‌ها^۱ و ابعاد^۲ را شناسایی می‌کنیم.

در مرحله بعد برای نظم دادن به این کدهای متفرق، از

1. Properties
2. dimensions
3. phenomenon
4. context
5. causal factors
6. action/reaction
7. intervening factors
8. consequence

روش axial coding استفاده شده است. یعنی با استفاده از شش دسته‌بندی پدیده^۳، زمینه^۴، فاکتورهای علی^۵، فعل و انفعال^۶، عوامل مداخله‌گر^۷ و نتیجه^۸ کلیه کدها مرتب شده‌اند. به طور مثال، بعضی کدها در شاخه عوامل مداخله‌گر قرار می‌گیرند، نظیر پس زمینه‌های تاریخی و فرهنگی یا آموزش و انس که در ادراک زیبایی تأثیر دارد. یا مثلاً زمینه‌های بروز زیبایی می‌تواند بسیار متنوع باشد مثل زیبایی اخلاقی، زیبایی هنری، زیبایی طبیعی، زیبایی فیزیکی، زیبایی معنوی و غیره که در شاخه زمینه قرار می‌گیرند.

در انتها با روش selective coding سعی در جمع‌بندی و نتیجه‌گیری از کلیه مطالب شده است. در این مرحله جمع کلیه مطالب به زبان دیاگرام ارائه شده است. لازم به ذکر است که این مراحل در هر یک از بخش‌های تحقیق پیگیری شده و نتیجه در همان بخش ارائه شده است.

تعریف زیبایی

تعاریف گوناگونی از زیبایی ارائه شده است. افلاطون زیبایی را هماهنگی اجزا با کل می‌داند (مطهری، فلسفه اخلاق، ص ۹۷). علامه جعفری می‌گوید زیبایی مجموعه‌ای نگارین است که هر یک از اجزاء آن کمال وجودی خود را بدون تزاخم با اجزاء دیگر نمودار می‌سازد (جعفری، ص ۱۶۰). هربرت رید زیبایی را وحدت روابط صوری در مدرکات حسی ما می‌داند (رید، ص ۳). گاستالا زیبایی را بیان آنچه ناگفتنی است و کشف آنچه کشف نشدنی است معرفی می‌کند (گاستالا، ص ۷). در مجموع، تعاریف متعددی از زیبایی ارائه شده است که مشکل می‌توان از بین آن‌ها یکی را برگزید. بهترین سخنی که می‌تواند از این تعاریف پل زده و به یک نتیجه منطقی برسد گفته استاد مطهری است که معتقد است زیبایی را نمی‌توان تعریف کرد چون زیبایی یک کیفیت است و کیفیات قابل تعریف نیستند (مطهری، فلسفه اخلاق، ص ۹۷) فقط باید آن‌ها را احساس کرد. مثلاً شیرینی را نمی‌توان تعریف کرد. انواع و اقسام شیرینی وجود دارد که تنها با چشیدن می‌توان به شناخت و درک آن‌ها دست یافت. لذا شناخت کیفیات تنها با ادراک حضوری میسر می‌شود.

زیبایی نیز یک کیفیت است و نمی‌توان با استفاده از واژه‌ها تعریف دقیقی از آن ارائه داد. ولی قدر مسلم این است که زیبایی وجود دارد و انسان آن را درک می‌کند. استاد مطهری می‌گوید زیبایی برای انسان موضوعیت دارد و آن را جزو فطریات انسان قرار می‌دهد (مطهری، فطرت، ص ۷۴ تا ۸۶).

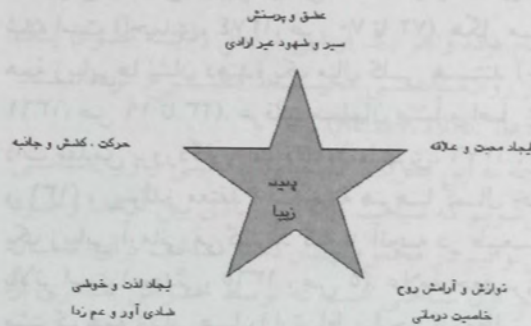
وقتی به تعاریف مختلف زیبایی توجه می‌کنیم می‌بینیم که متفکران در اعصار مختلف از جنبه‌های گوناگونی به موضوع زیبایی نگریسته‌اند. مثلاً یکی در مورد روابط صوری صحبت می‌کند که در ظاهر پدیده زیبا بروز پیدا می‌کند. دیگری درباره کشف و شهود می‌گوید یعنی آن چیزی که در کیفیت پدیده زیبا ظاهر می‌شود. شخص دیگر درباره بیان آنچه ناگفتنی است یعنی در مورد رمز و راز موجود در زیبایی صحبت می‌کند. بنابراین متوجه می‌شویم که زیبایی قادر است بعد وسیعی از عواطف انسانی را در بر گرفته و به فعالیت وادارد. پس نمی‌توانیم زیبایی را در یک یا چند جمله تعریف کنیم. ولی از کجا متوجه می‌شویم که پدیده‌ای زیبا و دیگری نازیباست؟ به عبارت دیگر، یک پدیده باید چه عواطفی را در انسان برانگیزد تا صفت زیبا بر آن اطلاق شود؟

استاد مطهری چند ویژگی را برای پدیده زیبا نام می‌برد. وی می‌گوید پدیده زیبا در انسان ایجاد حرکت می‌کند، عواطف و احساسات انسان را به غلیان در می‌آورد و او را به عوالم دیگری می‌برد. انگیزه مثبت در او ایجاد می‌کند. ایجاد عشق و علاقه می‌کند و مایل است همواره آن را در کنار خود داشته باشد. ایجاد کشش و جاذبه می‌کند و در نهایت حس تقدیس و پرستش را در او به وجود می‌آورد (مطهری، فلسفه اخلاق، ص ۱۰۰). یعنی اگر زیبایی در حد خیلی بالایی باشد و عمیق‌ترین لایه‌های روان انسان را به کار بگیرد، بیشترین تحرک، بیشترین انگیزش و بیشترین جاذبه را برای او به وجود آورده، در نهایت او را به حال تقدس و پرستش در می‌آورد. این زیبایی است که ما در وجود خدا و معنویات پیدا می‌کنیم.

وقتی نظر فلاسفه عصر جدید را بررسی می‌کنیم می‌بینیم که کانت و شوپنهاور نیز به نوعی اشاره به این مسائل دارند.

می‌گویند یک شیء یا پدیده وقتی زیباست که ما آن را به خاطر خودش دوست داشته باشیم نه به دلیل این که فوایدی دارد. سپس ایجاد حالت خوش دور از نفع و زیان و ایجاد حالت سیرو شهود غیر ارادی را مطرح می‌کنند (ویل دورانت، ۱۳۷۶، ص ۲۱۹) که می‌توان آن را با حالت حرکت، جاذبه و حالت تقدس که استاد مطهری از دیدگاه مذهبی بیان کرده است تطبیق داد.

مازلو روان‌شناس خصوصیات زیر را برای پدیده زیبا ذکر کرده است: جان و روح را نوازش می‌دهد، احساس لذت به وجود می‌آورد، شادی آور و غم زداست و خاصیت درمانی دارد (پارسا، ۱۳۷۶، ص ۹۲). پس، از دیدگاه روان‌شناسی، یک پدیده زیبا قادر است غم‌های انسان را تسکین دهد، به التهابات روانی التیام بدهد، باعث نوازش روح شده، احساس لذت ببخشد. (تصویر ۴)



تصویر ۴. عواطف همراه با پدیده زیبا

(از دیدگاه مذهبی، فلسفی و روان‌شناسی)

اقتباس از استاد مطهری، مازلو و فیلسوفان معاصر

منشأ زیبایی

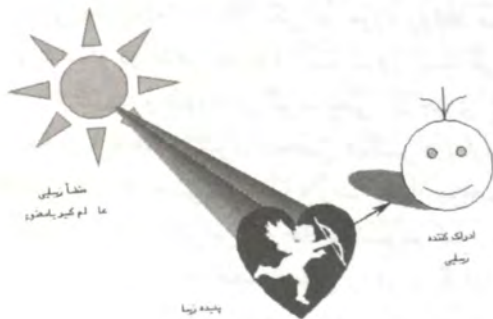
در باره منشأ زیبایی نظریات متنوعی ارائه شده است. متفکرانی چون سانتایانا، هیوم، برگ، هربرت رید و علامه جعفری در باره منشأ زیبایی احتمالات مختلف را بررسی کرده و نظریاتی ارائه داده‌اند که می‌توان آن‌ها را در سه نظریه کلی جمع‌بندی کرد. یک نظریه زیبایی را یک پدیده ذهنی و

درونی می‌داند و معتقد است که چیزی در جهان خارج زیبا نیست، بلکه این ذهن انسان است که زیبایی را درک می‌کند و زیبایی تنها در ذهن انسان وجود دارد. بدون وجود انسان زیبایی وجود نخواهد داشت. نظریه دوم نظریه عینی یا بیرونی است. می‌گوید زیبایی یک نمود عینی است و این نمود عینی است که زیباست. ذهن انسان جز منعکس کردن آن ویژگی هیچ نقش دیگری ندارد. نظریه سوم که در واقع تلفیق این دو نظریه است زیبایی را یک پدیده دو قطبی معرفی می‌کند که در دو زمینه بروز پیدا می‌کند. یکی قطب درون که ذهن بیننده است و دیگری قطب بیرون که همان پدیده زیباست.

وقتی در جستجوی منشأ زیبایی از نظر این متفکران هستیم می‌بینیم که همه به نوعی منشأ زیبایی را فراتر از این جهان محسوس و مادی می‌دانند. افلاطون معتقد است هر نوع زیبایی سایه یا نشان دهنده یک مثال کلی است (جعفری، ۱۳۶۱، ص ۱۹ تا ۲۳). فلوپین زیبایی چیزهای محسوس را ناشی از بهره‌ای می‌داند که از ایده زیبا گرفته شده است (احمدی، ۱۳۷۴، ص ۷۰ تا ۷۲). هگل می‌گوید همه زیبایی‌ها نشان دهنده یک مثال کلی هستند (جعفری، ۱۳۶۱، ص ۱۹ تا ۲۳). عرفای مسلمان منشأ و اصل زیبایی را ذات مقدس پروردگاری می‌دانند (مطهری، ۱۳۷۶، ص ۱۲۲ و ۱۳۱). رینولدز معتقد است همه هنرها کمال خود را از یک زیبایی آرمانی می‌گیرند که از آنچه در طبیعت است بالاتر است (محدثی، ۱۳۶۵، ص ۵). علامه جعفری جامع مشترک همه زیبایی‌ها را ارتباط با جمال مطلق می‌داند (جعفری، ۱۳۶۹، ص ۱۷۸). به این ترتیب می‌بینیم که همه متفکران صرف نظر از نوع اعتقادشان زیبایی را به نوعی وابسته به عالم بالا و برین می‌دانند. بعضی آن را ناشی از ایده زیبا یعنی آن زیبایی اصلی می‌دانند که هر چیز زیبا در این جهان زیبایی خود را از او دارد (احمدی، ۱۳۷۴، ص ۵۴ تا ۵۷). علمای مذهبی نیز مستقیماً نام خدا را می‌برند و منشأ همه زیبایی‌ها را خداوند جمال و جلال می‌دانند.

اگر بخواهیم بین این نظریات جمعی بیابیم باید بگوییم زیبایی پدیده‌ای دو قطبی است، یعنی هم در جهان بیرون

نمود عینی دارد و هم ذهن انسان توان درک آن را دارد. اگر هر کدام از این دو عامل نبودند موضوعی به نام زیبایی برای انسان مطرح نمی‌شد. منشأ اصلی زیبایی از عالم بالاست و همچون همه کیفیات متعالی، زیبایی پلی است بین عالم محسوس یا عالم صغیر و عالم معنا یا عالم کبیر. (تصویر ۵) پس برای شناخت زیبایی باید از یک طرف ادراک کننده زیبایی باشیم و شیوه ادراک زیبایی را بشناسیم و از طرف دیگر پدیده زیبا و ویژگی‌های آن را بررسی کنیم.



تصویر ۵. رابطه پدیده زیبا، منشأ زیبایی و ادراک کننده

ادراک کننده زیبایی

برای این که بدانیم ادراک کننده زیبایی یعنی انسان با چه شیوه‌ای زیبایی را درک می‌کند، ابتدا باید بدانیم اصولاً انسان چه توانایی‌هایی برای شناخت و درک وجود خود و جهان خارج دارد.

استاد مطهری از دیدگاه فلسفی و مذهبی، شناخت را با مفهوم ادراک به معنای دریافت و رسیدن معرفی می‌کند و دو نوع ادراک برای انسان قائل است. ادراک حضوری که به طور مستقیم و بدون واسطه خود و خدا را ادراک می‌کند و ادراک حصولی که دریافت غیر مستقیم و با واسطه است و از طبیعت، جامعه، یا تاریخ به دست می‌آید (مطهری، فطرت، ص ۷۰؛ شناخت، ص ۶۰ تا ۸۱). او ادراک حصولی را به سه دسته شناخت حسی، عقلی و آیه‌ای تقسیم می‌کند. شناخت حسی را ظاهری، سطحی، جزئی، فردی، منطقه‌ای و مشترک بین انسان و حیوان معرفی می‌کند. شناخت عقلی را درک

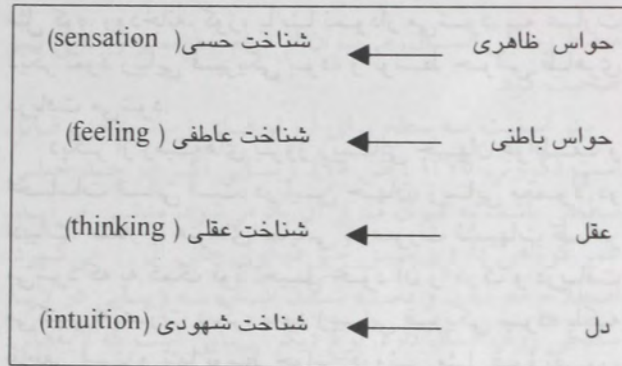
امحسوس، نفوذ به باطن و عمق، عام و کلی، قانونمند و منطقی می‌داند. شناخت آیه‌ای را پی بردن از آثار به مؤثر می‌داند که عمقی است، ولی حسی و مستقیم نیست بلکه استنباطی است (مطهری، شناخت، ص ۱۱۳ تا ۱۴۷). به این ترتیب ملاحظه می‌شود که استاد مطهری ابزارهای شناخت را حس، عقل و دل^(۳) می‌داند. حس همان حواس ظاهری است که برای شناخت عالم محسوس به کار می‌رود. عقل را به فطریات و مستقلات تقسیم می‌کند که از طریق استدلال، قیاس، منطق و برهان انسان را به شناخت می‌رساند. این دو نوع شناخت را شناخت حصولی می‌داند. دل را ابزار شناخت الهامی و شهودی می‌داند، که از طریق ترکیه نفس انسان را به شناخت حضوری می‌رساند. (مطهری، شناخت، ص ۳۷ تا ۵۸ و ص ۶۰ تا ۸۱)

امام محمد غزالی از دیدگاه فلسفی و مذهبی، دو دسته کلی ادراک برای انسان قائل است: ادراک حسی و ادراک عقلی. برای ادراک حسی دو ابزار حواس ظاهری و باطنی را مطرح می‌کند. حواس ظاهری عبارت‌اند از پنج حس ظاهری شنوایی، بینایی، لامسه، چشایی و بویایی که وسیله دریافت جهان مادی پیرامون انسان هستند. حواس باطنی را با عنوان حس مشترک، قوه واهمه، ذاکره، مصوره و خیال نام می‌برد که وظیفه آن‌ها دریافت پیغام‌های حواس ظاهری و همچنین جهان ذهن است که توهمات و تخیلات را نیز در برمی‌گیرد. ابزار ادراک عقلی را عقل می‌داند که به دو طریق استدلال و شهود عمل می‌کند. استدلال عقلی با استفاده از چهار روش قیاس، استقراء، تمثیل و حدس عمل می‌کند. کشف و شهود با استفاده از دو روش الهام و وحی، انسان را به شناخت و ادراک عقلی جهان بیرون و درون او نائل می‌کند. (حجتی، ۱۳۷۸، ص ۱۸۰ تا ۳۲۱)

یونگ از دیدگاه روان‌شناسی و با توجه به تجربیات عملی خود، شناخت انسان را در چهار گروه شناخت حسی^۹، شناخت عاطفی^{۱۰}، شناخت عقلی^{۱۱} و شناخت شهودی^{۱۲} تقسیم می‌کند^(۴) (دانیلز، ۱۳۷۴، ص ۹۶). علمای روان‌شناسی محیط همچون نایسر و اشتراوس مراحل اول تا سوم را با عنوان احساس^{۱۳}، ادراک حسی^{۱۴} و ادراک

ادراک انسان

ادراک حضوری (مستقیم و بدون واسطه)
ادراک حصولی (غیر مستقیم و با واسطه)



ابزار ادراک انسان

نمودار ۱. انواع و ابزار ادراک انسان

براساس نظریات استاد مطهری، امام محمد غزالی، یونگ و روان‌شناسان محیط

عقلی^{۱۵} نام برده و هر یک از این مراحل را به عنوان یک دفتر در روان‌شناسی محیط مطرح کرده‌اند. (Neisser, 1976; Lang, 1974)

با توجه به این نظریات فلسفی، مذهبی و روان‌شناسی متوجه می‌شویم که شباهت و توافق زیادی بین آن‌ها وجود دارد و می‌توانیم در مجموع چهار دسته شناخت برای انسان قائل شویم. اول شناختی است که توسط حواس ظاهری از جهان مادی پیرامون انسان حاصل می‌شود و از نوع شناخت حصولی است. دوم شناختی که توسط حواس باطنی از عالم خیال و توهم به دست می‌آید و از نوع حضوری است. سوم شناختی که با تفکر به روش‌های قیاس، استقراء، ... به دست آمده و روابط منطقی و قوانین دو عالم مادی و معنوی را برای انسان روشن می‌کند. این نوع شناخت با کمک ترکیبی از شناخت حصولی و حضوری حاصل می‌شود. چهارم شناختی که از طریق کشف و شهود حاصل می‌شود و از نوع حضوری است. (نمودار ۱)

9. sensation
10. feeling
11. thinking
12. intuition
13. sensation
14. perception
15. cognition

زمینه‌های بروز زیبایی از دیدگاه ادراک کننده

زمینه‌های بروز زیبایی گوناگون است که می‌توان برحسب نوع ادراک و شناخت انسان، آن‌ها را دسته‌بندی کرد.

یکی از زمینه‌های بروز زیبایی، جهان مادی و فیزیکی است که به وسیله اندام‌های حسی ظاهری خود آن را دریافت می‌کنیم. در این جهان فیزیکی، زیبایی در اشیای زیبا مثل کوه، رودخانه، کوزه یا بنا نمودار می‌شود. به عبارت دیگر نمود زیبایی فیزیکی بوده و توسط حواس ظاهری دریافت می‌شود.

دیگر از زمینه‌های بروز زیبایی جهان عواطف و احساسات انسانی است. در این جهان، زیبایی معمولاً در ادبیات، اشعار یا هنرهای نمایشی به صورت تشبیهات ظاهر می‌شود که به کمک قوه تخیل خود آن را درک و دریافت می‌کنیم. به عبارت دیگر، نمود زیبایی فیزیکی نبوده بلکه عاطفی است و تنها توسط حواس درونی مثل قوه تصور، تخیل، ... قابل درک می‌باشد.

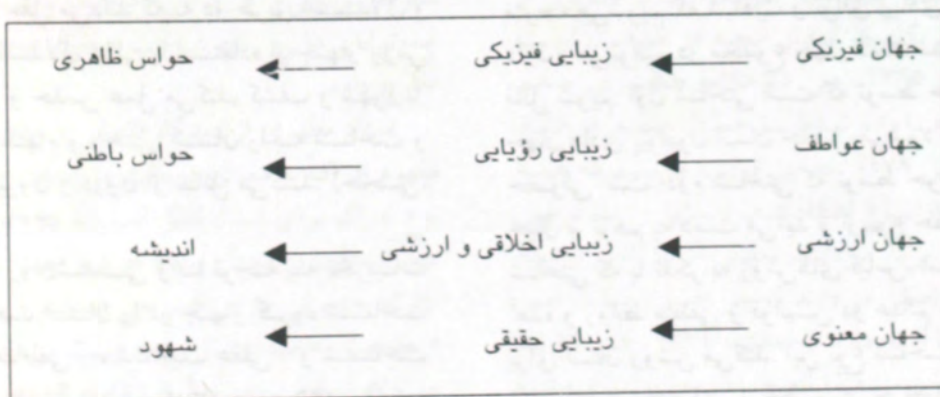
یکی دیگر از زمینه‌های بروز زیبایی، جهان ارزش‌های معنوی و اخلاقی است. در این جهان زیبایی در رفتار و خلقیات انسانی نمودار می‌شود، که به کمک قوه تعقل و بصیرت آن را دریافت می‌کنیم.

دیگر از زمینه‌های بروز زیبایی عالم معنا یا عالم کبیر است که توسط کشف و شهود قابل دریافت و ادراک است.

جمال خداوند و زیبایی‌های معنوی یا آرکی تایپ‌ها در این جهان قابل دریافت است. (نمودار ۲)

انواع زیبایی

با توجه به زمینه‌های بروز زیبایی می‌توان از انواع مختلف زیبایی نام برد. یکی از انواع زیبایی که کانت از آن یاد می‌کند زیبایی مجرد و زیبایی الحاقی است. او زیبایی مجرد را نوعی از زیبایی می‌نامد که صرفاً فیزیکی است و هیچ معنا و مفهوم خاصی در بر ندارد، مثل زیبایی نقوش هندسی. زیبایی الحاقی زیبایی است که با مفاهیم آمیخته شده است (کروچه، ۱۳۵۸، ص ۲۰۶). وی همچنین زیبایی را به دو دسته تقسیم می‌کند: زیبایی طبیعی که انسان در به وجود آوردن آن نقشی نداشته است و زیبایی هنری که توسط انسان به وجود می‌آید و آن را بیان زیبای یک چیز می‌داند (احمدی، ۱۳۷۴، ص ۸۰ تا ۹۰). علامه جعفری زیبایی را به دو دسته کلی طبیعی و عقلانی تقسیم می‌کند و زیبایی طبیعی را نیز به دو دسته تقسیم می‌کند: زیبایی طبیعی محسوس که در سطح طبیعت نمود پیدا می‌کند و زیبایی نامحسوس طبیعی مانند نمود قدرت، علم و آزادی. زیبایی معقول را نیز به دو دسته تقسیم می‌کند: دسته اول زیبایی معقول ارزشی که نشانگر وارستگی‌های روح است مانند عدالت، حکمت و شجاعت، و دسته دوم زیبایی جمال مطلق. دو نوع اول را



نمودار ۲. زمینه‌های بروز زیبایی، انواع آن و ابزار ادراک انسان

براساس نظریات مذهبی، فلسفی و روان‌شناسی

زیبایی فرمال (زیبایی فیزیکی مجرد)

زیبایی سمبولیک (زیبایی فیزیکی آمیخته با مفاهیم)

نمودار ۳. انواع زیبایی مطرح در معماری

محیط زندگی انسان، می‌توان از دوام یا عمر زیبایی نیز صحبت کرد.

پیتر اسمیت سه سطح برای ارزش‌های زیباشناختی قائل است (گروتر، ۱۳۷۵، ص ۹۵). زیبایی اگر در حد خیلی سطحی باشد، به عنوان مد از آن یاد می‌شود. مدتی می‌آید، عمر کوتاهی دارد و سپس چیز دیگری جای آن را می‌گیرد. اصطلاح مد شدن و دمدنه شدن اشاره به زیبایی در لایه سطحی روان انسان دارد. نوع دیگر، زیبایی است که لایه‌های میانی روان را به فعالیت وا می‌دارد. از این زیبایی به عنوان سبک یاد می‌شود و دوام آن از زیبایی نوع اول طولانی‌تر می‌باشد. نمونه این زیبایی به ویژه در معماری ادوار مختلف تاریخی دیده می‌شود، مثل معماری کلاسیک، بیزانس، گوتیک، مدرن، پست مدرن و غیره. نوع سوم، زیبایی است که در عمیق‌ترین لایه روان جا می‌گیرد و می‌توان با عنوان زیبایی مقدس یا زیبایی جاودانه از آن یاد کرد. این نوع زیبایی عمیق‌ترین احساسات را به فعالیت وا می‌دارد، به نوعی با خالق هستی ارتباط برقرار می‌کند و ازل و ابدی است. انسان در هر عصر، در هر دوره تاریخی، با هر زمینه فرهنگی و هر سلیقه‌ای از آن لذت می‌برد. به عبارت دیگر، عوامل مداخله‌گر آن به حداقل می‌رسد. در بعضی آثار تاریخی مثل بناهای اسلامی ایران و بعضی آثار موسیقی مثل آثار موزارت، شوپن و چایکوفسکی با این نوع زیبایی جاودانه و مقدس مواجه هستیم. این نوع زیبایی هیچ وقت کهنه و دمدنه نمی‌شود.

فیلیسین شاله درباره دوام و طول عمر زیبایی می‌گوید زیبایی چیزی است که هم حواس جسمانی و هم فهم و تمایلات عالی را ارضا کند. هر قدر حواس، ذهن و دل

زیبایی نسبی و محدود و دو نوع اخیر را زیبایی لم یزال، ثابت و پایدار می‌داند (جعفری، ۱۳۶۹، ص ۱۴۸ و ۱۴۹). فلوپین زیبایی را به سه دسته تقسیم می‌کند: زیبایی محسوس، زیبایی اخلاقی و زیبایی مطلق (احمدی، ۱۳۷۴، ص ۷۰ تا ۷۲ و بیردزلی، ۱۳۷۶، ص ۲۲). سانتایانا زیبایی را به سه دسته تقسیم می‌کند: زیبایی حسی که مربوط به حواس فروتر مثل بوییدن، لمس کردن و چشیدن است و درباره آن کمتر می‌دانیم. زیبایی فرمال که عمدتاً دیداری و شنیداری است و قوانین گشتالت^(۵) بر آن حاکم است. زیبایی سمبولیک که آمیخته با مفاهیم است. (Lang, 1987, p.180)

همان طور که ملاحظه می‌کنیم زیبایی احساسی است که در تمام ابعاد زندگی انسان ریشه دارد. در بسیاری از زمینه‌های زندگی از قبیل زمینه‌های اخلاقی، انسانی، اجتماعی، فرهنگی، ... می‌توان رد پای زیبایی را پیدا کرد. ولی آنچه در ارتباط با رشته معماری در جستجوی آنیم، زیبایی‌ای است که در اشکال و فضاها معماری جلوه‌گر می‌شود، جنبه مادی و فیزیکی دارد و به فضای زندگی انسان‌ها شکل می‌بخشد. با توجه به این که همه پدیده‌های خلقت از جمله زیبایی، یک جنبه کمی و یک جنبه کیفی دارد، زیبایی فیزیکی فضاها معماری نیز صرفاً یک کمیت نیست و جنبه کیفی آن قادر خواهد بود زیبایی فیزیکی را به زیبایی سمبولیک وصل کند. زیبایی سمبولیک آن زیبایی است که در نهاد و ضمیر ناخودآگاه انسان‌ها موضوعیت دارد و همه انسان‌ها قادر به دریافت آن‌اند و به نوعی با آن ارتباط روحی و معنوی برقرار می‌کنند. یونگ این زیبایی را به آرکی تایپ‌ها مربوط می‌داند که خاطره برانگیزند و دنیایی از معانی و مفاهیم ناگفته را در ذهن انسان زنده می‌کنند.

بنابراین، زیبایی مورد استفاده در معماری را می‌توان با اقتباس از سانتایانا به دو دسته زیبایی فرمال یا زیبایی فیزیکی مجرد و زیبایی سمبولیک یا زیبایی فیزیکی آمیخته با مفاهیم تقسیم کرد. (نمودار ۳)

دوام یا طول عمر زیبایی

با توجه به انواع زیبایی و زیبایی‌های مطرح در معماری و

مجموعاً ارضا شوند و نفوذ و تأثیر متقابل آن‌ها عمیق تر باشد، به همان اندازه زیبایی کامل تر است (شاله، ۱۳۵۷، ص ۱۳۷ تا ۱۳۹). علامه جعفری نیز می‌گوید هر چه زیبایی محسوس سریع‌تر به زیبایی معقول منتقل شود، عمر تماشای بیشتری خواهد داشت. مثلاً آسمان لاجوردی چون پیوند با مفاهیم معقول و سمبولیک دارد ملال‌آور نیست (جعفری، ۱۳۶۹، ص ۱۷۶).

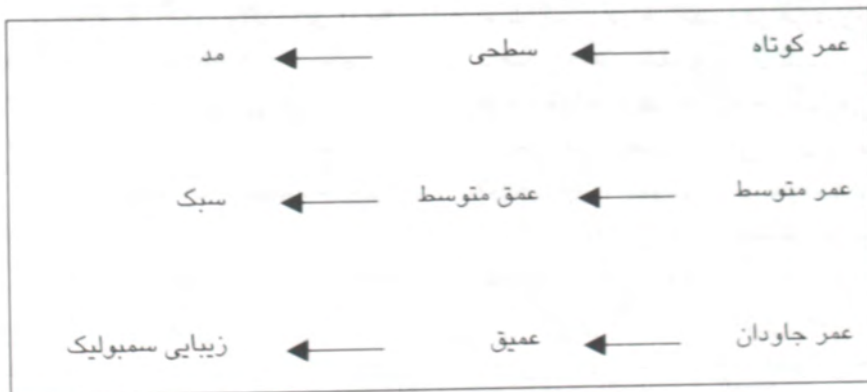
زیبایی، بسته به این‌که در چه زمینه‌ای بروز کرده باشد، یکی از ابزارهای ادراکی ما را به فعالیت و می‌دارد. زیبایی فیزیکی مجرد، صرفاً اندام‌های حسی ظاهری را به کار می‌گیرد. زیبایی احساسی و عاطفی قوه تخیل را به کار می‌اندازد. زیبایی‌های روحی و اخلاقی قوه تفکر و بصیرت ما را به فعالیت و می‌دارد و زیبایی معنوی حس شهود را به فعالیت درمی‌آورد. با توجه به تعبیر فیلیسین شاله هر چه پدیده زیبا ابزارهای ادراکی بیشتر یا متعالی‌تری را به حرکت درآورد به عمق بیشتری از لایه‌های روانی نفوذ کرده و دوام بیشتری خواهد داشت. یعنی طول مدت لذت بردن از آن بیشتر است و ملال‌آور نخواهد شد. بنابراین زیبایی در معماری نیز هنگامی دوام بیشتری خواهد داشت و انسان به مدت طولانی‌تری از آن لذت می‌برد که علاوه بر زیبایی فیزیکی با معانی و مفاهیم نیز آمیخته شده باشد. بیشترین طول عمر زیبایی معماری زمانی خواهد بود که این معانی حامل رمز و راز آرکی‌تایپی باشد و به عالم کبیر و مثل اعلی

اشاره کند. می‌توانیم چنین زیبایی را به تعبیر سانتایانا زیبایی سمبولیک بنامیم. (نمودار ۴)

مقدار زیبایی

زیبایی علاوه بر این‌که طول عمر و مدت دوام دارد، دارای مقدار نیز می‌باشد. مقدار زیبایی به دو عامل بستگی دارد مقدار زیبایی پدیده زیبا و مقدار درک ادراک کننده زیبایی. مقدار زیبایی پدیده زیبا ممکن است ساده و با ابعاد کمالی کم یا در نهایت عالی و بسیط با ابعاد کمالی زیاد باشد. همچنین پدیده زیبا می‌تواند مجرد یا آمیخته با مفاهیم باشد. بنابراین، یک پدیده زیبا از نظر میزان زیبایی می‌تواند در چهار حالت اصلی و فواصل بین آن‌ها مشاهده شود: ساده و مجرد، ساده و آمیخته با مفاهیم، بسیط و مجرد، بسیط و آمیخته با مفاهیم. (نمودار ۵)

حال این پرسش مطرح است که چه عواملی مقدار زیبایی پدیده زیبا را تعیین می‌کنند؟ متفکران معیارهای متعددی برای ارزیابی مقدار زیبایی ارائه داده‌اند. فیلیسین شاله دو خاصیت توازن و بیانحالی را برای پدیده زیبا ذکر می‌کند. توازن یا هارمونی حس را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بیانحالی که بیان فکر، اندیشه، حالت یا کیفیت است دل و ذهن را متأثر می‌کند (شاله، ۱۳۵۷، ص ۱۳۷ تا ۱۳۹). هگل وحدت شکل و محتوا را معیار زیبایی می‌داند و معتقد است



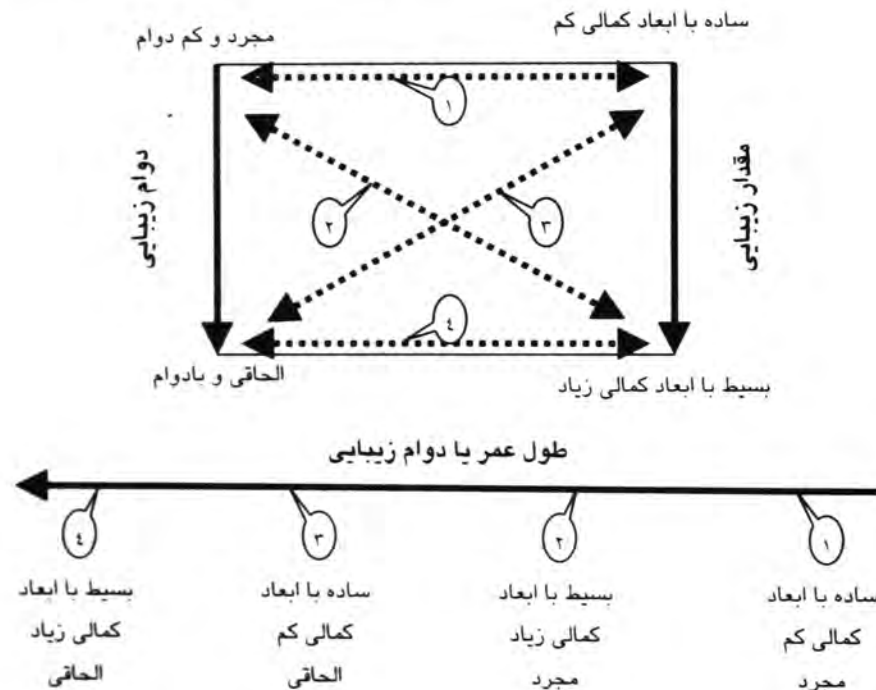
نمودار ۴. دوام یا طول عمر زیبایی براساس به فعالیت و داشتن ابزارهای ادراکی انسان

که باید بین صورت و روح پدیده زیبا توازن و یگانگی برقرار باشد (احمدی، ۱۳۷۴، ص ۱۰۳ تا ۱۰۴). کروجه سادگی، هماهنگی و وحدت در عین کثرت را نشانه زیبایی می‌داند (کروجه، ۱۳۵۸، ص ۷۵). استاد مطهری معیار زیبایی معقول را تعادل و هماهنگی اجزاء با کل، توازن، چند بعدی بودن و تناسب می‌داند (مطهری، ۱۳۷۶، فلسفه اخلاق، ص ۱۱۱ تا ۱۱۴). گاستالا علاوه بر سادگی، هارمونی و نظم، حرکت به سوی یک غایت و اضافه شدن عناصر جسمانی، عاطفی و ادراکی را برای پدیده زیبا ضروری می‌داند (گاستالا، ۱۳۳۶، ص ۹۶ و ۹۷). به همین ترتیب اندیشمندان در قرون مختلف نظرات متعددی درباره زیبایی ابراز کرده‌اند که در بسیاری از موارد قابل جمع با یکدیگر است. مونرو بیردزلی مجموعه این قوانین را با عنوان قوانین عام زیباشناختی در سه قانون وحدت، شدت و پیچیدگی خلاصه

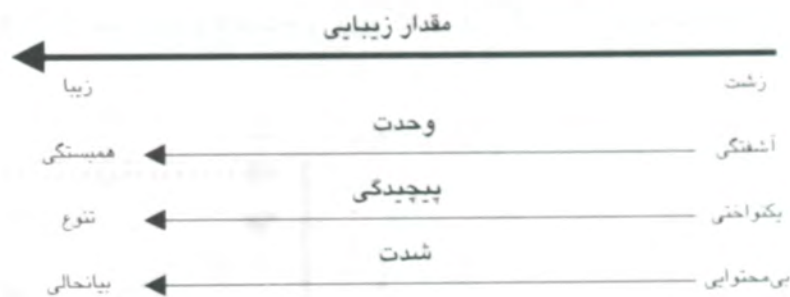
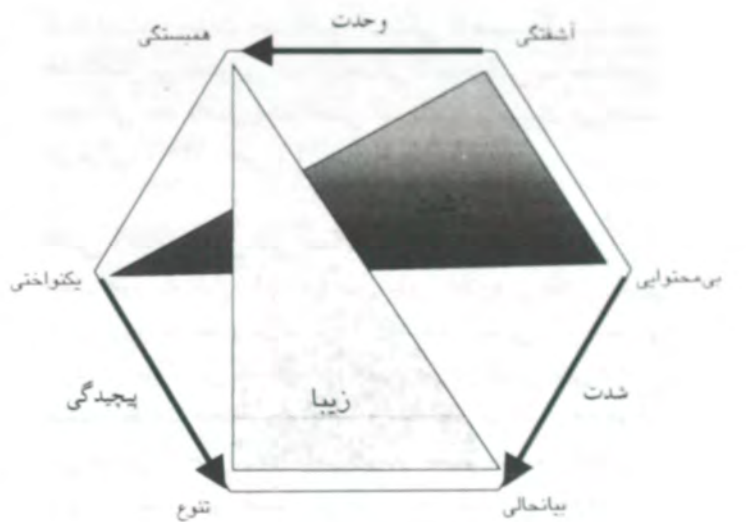
کرده است. وحدت حد فاصل آشفتنگی تا همبستگی، شدت حد فاصل بی‌محتوایی تا بیانحالی (آمیختگی با مفاهیم)، پیچیدگی حد فاصل یکنواختی تا تنوع را نشان می‌دهند. (بیردزلی، ۱۳۷۶، ص ۱۴۶). (نمودار ۶)

حس زیباشناسی در انسان

همان طور که اشاره شد، شدت زیبایی علاوه بر مقدار زیبایی پدیده زیبا، به مقدار درک ادراک کننده زیبایی نیز بستگی دارد. در مورد این که چه عواملی در ادراک زیبایی دخیل هستند نظرات مختلفی ابراز شده است و می‌توان مجموعه این عوامل را حس زیباشناسی نامید. سبیلی دو نوع قابلیت را برای ادراک زیبایی ضروری می‌داند: قابلیت عمومی که همگانی است و شامل حواس ظاهری مثل بینایی، شنوایی و فهم است و قابلیت‌های ویژه که در افراد گوناگون متفاوت



نمودار ۵. رابطه طول عمر و مقدار زیبایی



نمودار ۶ قوانین عام زیباشناختی

(ویژگی‌ها و ابعاد)

اقتباس از: بیردزلی، ۱۳۷۶، ص ۱۴۶

است، مثل ذوق، ذکاوت، حساسیت و قوه تشخیص یا درک زیبایی (هنگلینگ، ۱۳۷۷، ص ۹۸ تا ۹۹). سانتایانا اصل و نسب، ویژگی‌های شخصیتی و محیط زندگی را در ادراک زیبایی مؤثر می‌داند. هنگلینگ آموزش را در نوع نگرش زیباشناختی بسیار مؤثر می‌داند (هنگلینگ، ۱۳۷۷، ص ۸۱ تا ۷۹). استاد جعفری سه عامل شخصیت، فرهنگ و شرایط موقت و پایدار مغزی و روانی را در این ادراک دخیل می‌داند (جعفری، ۱۳۶۱، ص ۶۷ و ۶۸). کروجه تعصب، سلیقه و میزان دقت و توجه را در ادراک زیبایی مؤثر می‌داند (کروجه، ۱۳۵۸، ص ۱۵۵ و ۲۰۱). محدثی تکرار، عادت و

دقت را دخیل می‌داند (محدثی، ۱۳۶۵، ص ۴۱ و ۴۱). ویل دورانت انس و تکرار را مؤثر می‌داند (ویل دورانت، ۱۳۷۶، ص ۲۲۲).

می‌توان مجموعه 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. به طور مثال، لذتی که یک موسیقیدان از موسیقی می‌برد بسیار بیشتر و متکامل‌تر از لذت افراد عامی است.

(۲) تأثیر پذیری: به این معنا که حس زیباشناسی می‌تواند تحت تأثیر عوامل مختلف کاهش یا افزایش یابد. این عوامل عبارت‌اند از خصوصیات شخصیتی، پیش‌زمینه ذهنی (فرهنگ و تجربیات شخصی)، شرایط موقت مغزی و روانی. به طور مثال، افراد با ویژگی‌های شخصیتی مختلف برداشت‌های متفاوتی از یک پدیده زیبا خواهند داشت. طبق بررسی‌های انجام شده توسط گروه‌هایی نظیر روان‌شناسان محیط و معماران، در مجموع می‌توان گفت افراد درونگرا محیط با تهییج کمتر و افراد برونگرا^(۱) محیط با تهییج بیشتر را می‌پسندند (Lang, 1987, pp.199, 200). همچنین پیش‌زمینه‌های ذهنی در نوع دریافت و تعبیر و تفسیر پدیده‌های مختلف تأثیر دارد. افراد از فرهنگ‌های مختلف^(۷) معمولاً ذوق و سلیقه نزدیک به هم دارند. خاطرات یا تجربیات خوب و بد نیز در احساس زیبایی یک پدیده دخالت دارد و آن را در نظر انسان زشت یا زیبا جلوه‌گر می‌کند. شرایط موقت ذهنی و روانی نیز در احساس زیبایی دخالت دارد. مثلاً کسی که اتفاق خوشایندی برایش رخ داده همه دنیا به نظرش زیبا می‌آید، درحالی که کسی که بد آورده یا حادثه ناخوشایندی برایش پیش آمده همه چیز به نظرش زشت و نازیبا می‌آید.

(۳) خطاپذیری: 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 سلیقهٔ آنها را نسبت به آن متمایل می‌کند. این روشی است که موجب مد شدن یک پدیده در جامعه می‌شود. تعصب عامل دیگری است که در احساس زیبایی دخالت دارد. تعصب در سه حالت حب و بغض، حس مالکیت و تمایل به خواستن بروز می‌کند. مثلاً انسان چیزی را که به آن علاقه دارد زیبا می‌بیند. ضرب‌المثل معروف "اگر در دیدهٔ مجنون نشینی، به غیر از خوبی لیلی نبینی" اشاره به این واقعیت دارد. حس مالکیت یا تمایل به خواستن نیز همین حالت را در انسان به وجود می‌آورد. 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



نمودار ۷. ویژگی‌های حس زیباشناسی انسان

از دیدگاه‌های فلسفی، مذهبی و روان‌شناسی

عوامل عبارت‌اند از بداعت، تکرار و شلوغی. به طور مثال، وجود بداعت موجب جلب توجه بیننده می‌شود و دقت او را به خود جلب می‌کند. نقطهٔ مقابل آن تکرار برخورد با یک پدیده یا مشغولیت ذهنی بیننده است که موجب بی‌توجهی می‌شود و شخص دیگر به آن پدیده توجه نمی‌کند. (نمودار ۷)

زیبایی در معماری

همان طور که ملاحظه شد، ادراک زیبایی، پدیده‌ای چند بعدی است که می‌تواند حواس درونی، بیرونی، تعقل و شهود ما را به فعالیت وادارد. مجموعه‌ای از مطالعات روان‌شناسان گشتالت و سایر گروه‌هایی که در این زمینه مطالعه کرده‌اند، مانند معماران، طراحان و روان‌شناسان محیط، نشان می‌دهد که اولاً ادراک زیبایی پدیده‌ای چند بعدی است؛ ثانیاً کیفیت سمبولیک محیط مهم‌ترین عامل در ادراک زیبایی می‌باشد؛ ثالثاً ارتباطی درونی و ذاتی بین زیبایی فرمال و سمبولیک وجود دارد. آلن ایزاک با توجه به این بررسی‌ها، ویژگی‌های متعددی را در ادراک زیبایی محیط مؤثر دانسته است (Lang, 1987, p.191). با توجه به این که ادراک بصری زیبایی مهم‌ترین حس در زمینهٔ معماری است، می‌توان به بررسی دو نوع زیبایی فرمال و سمبولیک در این ارتباط بسنده کرد.

۱. زیبایی فرمال یا صوری

اولین گروهی که با دیدگاه علمی و روان‌شناسی به بررسی عوامل مؤثر در ادراک زیبایی فرمال یا زیبایی صوری (تصویر ۶) پرداخته‌اند روان‌شناسان گشتالت هستند و نظریهٔ آنان به نام نظریهٔ گشتالت معروف است. حاصل نظریهٔ این مکتب در ادراک شکل چنین است که «یک شکل سازمان‌متشکلی است که نمی‌توان آن را مانند مجموعه‌ای از عناصر کنار هم قرار گرفته دانست، زیرا دارای کیفیتی است که در هیچ‌کدام از عناصر تشکیل دهندهٔ آن وجود ندارد. تغییر در یکی از این عناصر کافی است که شکل کلی آن را تغییر دهد». به عقیدهٔ روان‌شناسان گشتالت، ذهن در عمل ادراک،

آرامش Relaxation	تنش Tension
آشنایی و انس	المان‌های نامأنوس در محیطی نامأنوس
سادگی و پیچیدگی	ترکیب نامتعادل و عدم ثبات
مقیاس	مقیاس عظیم
هماهنگی	تضاد بی‌نهایت
شکل	فضاها و فرم‌هایی با گوشه‌های تیز
رنگ	رنگ‌های تند ناموزون
نور	روشنایی شدید غیر منتظره
صوت	اصوات کرکننده ناموزون
دما	دمای نامناسب
بو	بوهای ناآشنا و عجیب
حرکت	فقدان یا محدودیت حرکت
المان‌های مأنوس در محیطی مأنوس	
نظم مورد انتظار	
مقیاس انسانی	
تضاد کم	
فضاها و فرم‌های نرم گوشه	
رنگ‌های متشابه	
نور ملایم غیر مستقیم	
اصوات خوشایند و ملایم	
دمای مناسب	
بوهای خوشایند	
حرکت روان	

نمودار ۸. ویژگی‌های مؤثر در ادراک زیبایی محیط

اقتباس از: Lang, 1987, p.191

اصولی این کار را انجام می‌دهد که اهم آن‌ها به شرح زیر است:

- ۱) اصل تقریب^{۱۶}: نزدیکی ساده‌ترین شرط سازماندهی تصویر است. در میدان تجربه بصری، نزدیکی واحدهای بصری، ساده‌ترین شرط برای با هم دیدن آن‌هاست. ما میل داریم که واحدهای بصری نزدیک به هم را روی سطح تصویر یکی ببینیم.
- ۲) اصل تشابه^{۱۷}: عناصر با خصوصیات مشترک ما را به پیوستن آن‌ها به یکدیگر می‌کشاند. ابعاد مساوی، شکل‌ها و جهت‌گیری‌های مشابه، رنگ‌ها، ساختارها و ارزش‌های یکسان گرایش پویا به یکی دیده شدن را

دو نقش مهم ایفا می‌کند: یکی سازمان دادن طرح‌های گوناگون و دیگری معنی دادن به این طرح‌ها. این دو کار معمولاً در یک زمان و به صورت تأثیر متقابل انجام می‌گیرد. به نظر این روان‌شناسان برای درک یک شکل، دو دسته عوامل داخلی و خارجی در ترکیب نمودن امور مجزا و به وجود آوردن یک کل مؤثر است. عوامل خارجی به شرایط حاکم بر شکل مورد رؤیت مربوط می‌شود و دارای اصولی است. عوامل داخلی نیز به شرایط درونی فرد بیننده مربوط می‌شود و خود دارای مسائلی است.

درباره عوامل خارجی روان‌شناسان گشتالت پس از مطالعات بسیار به این نتیجه رسیده‌اند که ذهن با توجه به

16. Proximity
17. Similarity

ایجاد می کنند.

۳) اصل انسداد^{۱۸}: ذهن انسان در برخورد با اشکال آشنایی که قسمتی از آن‌ها حذف شده و به صورت ناقص می باشند، فعال می شود و فواصل حذف شده را پر می کند و آن اشکال را کامل می بیند.

۴) اصل استمرار^{۱۹}: آدمی در ادراک تمایل دارد که محرک‌های جدا از هم را، به جای این که 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 هم جهتی^{۲۰}: این اصل به تشابه اجزای در حال حرکت اختصاص دارد. وقتی المان‌ها در یک جهت حرکت یا تغییر می کنند، به نظر می رسد به یکدیگر تعلق دارند یا هم سرنوشت هستند.

عوامل خارجی یعنی اصول تقرب، تشابه، انسداد، استمرار و هم جهتی در سازماندهی اجزای بصری، شرط لازم است، ولی کافی نیست. عوامل درونی انسان نیز در این امر دخالت دارند. از جمله این عوامل می توان آشنایی و آمادگی ذهنی را نام برد. در مورد آشنایی باید گفت ذهن در تکمیل اجزای ناقص یا به هم پیوستن اجزا هنگامی فعالیت می کند 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 مهم ترین عامل درونی برای دقت به یک مسئله است. بر اثر دقت است که ذهن می تواند تمامی ابعاد تصویر را مد نظر قرار دهد و به همگی آن‌ها توجه کند. در پی این دقت و توجه است که چشم به تمامی اجزای بصری نگاه کرده و آن‌ها را برداشت و سازماندهی می کند و در جهت رساندن به یک کل، تکمیل می نماید. در ادراک یک تصویر بصری، عوامل داخلی و خارجی هر دو اثر دارند و در حقیقت برآیند این دو نیروست که منجر به بروز برداشتی در ذهن می گردد (صادقی پی، ۱۳۶۸، ص ۷۵ تا ۸۶). (Habert, 1975, pp.85-103). (نمودار ۹)

برای این که یک پدیده فیزیکی طبق اصول گشتالت زیبا

۱. عوامل خارجی
اصل تقرب
اصل تشابه
اصل انسداد
اصل استمرار
اصل هم جهتی

۲. عوامل داخلی
آشنایی
آمادگی ذهنی

نمودار ۹. عوامل مؤثر در ادراک زیبایی بصری
براساس تئوری گشتالت

مأخذ: صادقی پی، ۱۳۶۸، ص ۷۵ تا ۸۰ و pp.91-92, Habert, 1975.

باشد باید ویژگی هایی در آن رعایت شود. هاسپرس با تلفیق نظریات اندیشمندان معاصر چون استیون پیر، دویت پارکر، و اصلاح و تعمیم آن‌ها معیارهای اصلی زیبایی صوری را در پنج معیار زیر شرح داده است:
(۱) مضمون یا وحدت (در برابر آشفتگی و التباس): به



تصویر ۶. زیبایی صوری در معماری

راست: خانه ای در شهرکرد، چپ: نمایی از شهر ماسوله

18. Enclosure
19. Continuity
20. common fate

عبارت دیگر، داشتن مضمون یا درونمایه مسلط. او برای وحدت چهار ویژگی ذکر کرده است که عبارت‌اند از به هم پیوستگی و یکپارچگی، یعنی هیچ جزئی مجزا عمل نکند و اجزا از درون به هم پیوسته باشند، به طوری که نتوان هیچیک را از مجموعه حذف کرد. نداشتن هیچ جزء زاید در عین حال که بین اجزا اختلاف و جدایی وجود دارد. فراز و فرود به طوری که اجزاء در عین وابستگی به کل هر یک کامل و مستقل باشند و در بین آن‌ها اجزایی مهم‌تر از بقیه به چشم بخورد. آخرین خاصیت پیچیدگی صوری است، به طوری که مجموعه در عین تنوع دارای وحدت باشد.

۲) تغییر مضمون: برای این خاصیت دو ویژگی را نام برده است. ورود عناصر تازه مبتنی بر مضمون اصلی که موجب تنوع می‌شود و از یکنواختی جلوگیری می‌کند و تدرج یعنی انتقال از یک کیفیت حسی به کیفیت دیگر که موجب پیچیدگی مطبوع شده و عمر تماشا را افزایش می‌دهد.

۳) توازن و تعادل: یعنی ترتیب و آرایش اجزاء در نظامی خوشایند و قابل فهم باشد.

۴) تکامل یا تطور اجزاء از حیث زمانی: که به مجموعه حرکت می‌دهد و از یکنواختی و ملال آور بودن آن جلوگیری می‌کند.

۵) امساک (در مقابل شلوغی): صرفه جویی 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 (هاسپرس، ۱۳۷۶، ص ۱۰۱ تا ۱۰۵). (نمودار ۱۰)

۲. زیبایی سمبولیک

گفته شد آنچه عمر زیبایی یک پدیده را افزایش می‌دهد، همراهی آن با مفاهیم و معانی است. هر چه 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 براساس مطالعات

۱. مضمون یا وحدت

یکپارچگی و قوام یافتگی
نداشتن جزء زاید
فراز و فرود
پیچیدگی صوری

۲. تغییر مضمون

ورود عناصر تازه (تنوع)
تدرج

۳. توازن و تعادل

نظم
قابل فهم بودن

۴. تکامل اجزاء از نظر زمانی

حرکت
جلوگیری از یکنواختی

۵. امساک

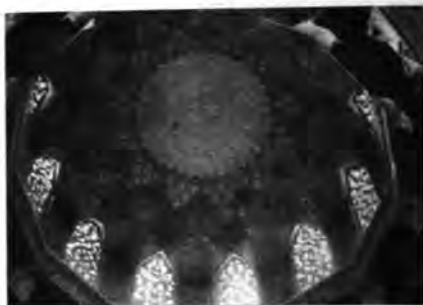
صرفه جویی در جلب توجه
جلوگیری از شلوغی

نمودار ۱۰. معیارهای زیبایی صوری

مأخذ: هاسپرس، ۱۳۷۶، ص ۱۰۱ تا ۱۰۵

انجام شده در این زمینه، روشن شد که کیفیت سمبولیک محیط مهم‌ترین عامل ادراک است و ارتباطی درونی و ذاتی بین زیبایی فرمال و زیبایی سمبولیک وجود دارد (Lang, 1987, p.191). حال این پرسش مطرح می‌شود که زیبایی سمبولیک چیست و چرا تا این اندازه روان انسان‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟

در تعریف سمبول باید گفت که «سمبول صورتی است متعلق به جهان شناخته شده و قابل دریافت و تجزیه و تحلیل حواس، که به چیزی از جهان ناشناخته و غیرمحسوس، یا مفهومی به جز مفهوم مستقیم و متعارف خود اشاره می‌کند. ضمناً نه اشاره آن قرارداد شده است و نه مفهوم آن قطعی و مسلم است، پس صبغه رمز دارد... با



تصویر ۷. سمبولیسم طبیعی

راست : خانه آشپز فرانک لوید رایت، چپ : مسجد بازار کرمان

تعمق و تأمل در ماهیت سمبول می‌توان ویژگی‌های زیر را برای آن برشمرد:

۱) برخلاف نشانه، چون رمز مدار است استعداد پذیرش تعبیر متعدد را دارد. چون هرکس متناسب با گرایش ذهن خود ... از آن برداشت می‌کند...

۲) سمبول ... نباید تعمداً خلق شود، مانند نفس کشیدن طبیعی خلق می‌شود و اتفاقاً نعمت‌های آن چون نعمت نفس کشیدن مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد.

۳) خود به خود در هر چه که جاذبه یا دافعه کهن الگویی داشته باشد تجلی پیدا می‌کند (رازجویان، ۱۳۷۸، ص ۴۲).

در مورد این که چرا سمبول تا این اندازه برای انسان قابل دریافت است، نظریات متعددی ارائه شده است. رودولف آرنهایم که یک گشتالتیست است معتقد است که براساس قوانین گشتالت هر یک از فرم‌ها و خطوط معانی سمبولیک داشته و بدون نیاز به تفکر قابل درک و دریافت است. وی این سمبولیسم را سمبولیسم طبیعی می‌نامد (تصویر ۷) که در مقابل سمبولیسم متعارف (تصویر ۸) قرار دارد (Lang, 1987, p.210). 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. یونگ از دیدگاه روان‌شناسی مسئله ناخودآگاه جمعی و آرکی‌تایپ‌ها را مطرح می‌کند و معتقد است که «ناخودآگاه جمعی در برگیرنده گذشته نمادی و اساطیری مشترک تمامی

تصویر ۸. سمبولیسم متعارف

راست : معبدی در چین چپ : خانه‌ای در دشت ترکمن صحرا

نوع بشر است. ناخودآگاه جمعی مشتمل است بر آرکی‌تایپ‌ها، تصاویر و ترکیب‌های ذهنی که معنی سمبولیک جهان شمول دارند» (پورافکاری، ۱۳۷۶، ص ۷۹۷). آنی‌تینگ همه فهمی فرم‌های ساده را تحت عنوان سمبول‌های جهانی مطرح می‌کند و معتقد است که بعضی اشکال هندسی نظیر مربع و دایره دارای معانی سمبولیک بین تمام ابناء بشر هستند^(۸) که در طول تاریخ بارها در معماری و سایر هنرهای بصری تکرار شده‌اند (Lang, 1987, p.212). رفتارگرایان به اهمیت رفتار و تجربه 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 (Lang, 1987, p.213). گیبسون 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 (Lang, 1987, p.213).

همان‌طور که اشاره شد مفاهیم سمبولیک قطعی نیست و همواره در پرده‌ای از ابهام قرار دارد. نوربرت وینر معتقد است که معانی و مفاهیمی که مردم از نموده‌های سمبولیک محیط اطراف خود دریافت می‌کنند به خصوصیات فیزیولوژیکی، اجتماعی و روان‌شناختی آن‌ها بستگی دارد

(Lang, 1987, p.213). مطالعات متعددی که در این مورد انجام گرفته است نشان می‌دهد که عواملی چون وضعیت ارگانیک بدن (توانایی‌های جسمی)، شخصیت درونگرا یا برونگرا، کلاس اجتماعی، ویژگی‌های فرهنگی و نوع تخصص و آموزش افراد از عوامل مؤثر در نوع تعبیرات و دریافت آن‌ها از نموده‌های سمبولیک است. (نمودار ۱۱)

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 آنتی‌تینگ مربوط به اعداد و اشکال هندسی‌اند و نوعی همه‌فهمی در سیستم ادراکی انسان در مورد آن‌ها دیده می‌شود. دوم سمبول‌های متعارف قومی یا اجتماعی که جهان شمول نیستند ولی بین مردمی از فرهنگی خاص یا گروه اجتماعی خاص به عللی شکل گرفته و معنادار شده‌اند. (نمودار ۱۲)

همان‌طور که گفته شد 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. در تحقیقی که دانشجویان درس روش تحقیق این دانشکده در سال تحصیلی ۸۰-۱۳۷۹ انجام داده‌اند، روشن شد که متأسفانه فاصله و خلأ بین مردم عادی و معماران تعلیم دیده در جامعه ما کم نیست. در نتیجه چه بیاورند طرح‌های معماری که طراح، آن‌ها را پسندیده و به زعم خودش زیبا بوده است، ولی مردم اصلاً 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، خصوصاً در کشوری مثل ایران، که این سبک‌ها حاصل تحولات طبیعی جامعه 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 سمبلیک مأنوس بین مردم جامعه انتخاب کرده‌اند. از جمله این معماران موفق می‌توان فرانک لویه

۱. ویژگی‌های ارگانیک ← توانایی‌ها یا محدودیت‌های جسمی

۲. ویژگی‌های شخصیتی ← درونگرا و برونگرا

۳. گروه اجتماعی ← کلاس بالا، کلاس متوسط، کلاس پایین

۴. خصوصیات فرهنگی ← الگوهای سنتی و فرهنگی

۵. آموزش ← تخصص و تعلیم افراد

نمودار ۱۱. عوامل مؤثر در تعبیر معانی سمبولیک معماری و محیط

مأخذ: Lang, 1987, pp.212-214

۱. سمبول‌های طبیعی و جهانی ← معانی رمزی اعداد و اشکال هندسی
ادراک براساس اصول گشتالت و توانایی فطری ذهن انسان

۲. سمبول‌های متعارف قومی، فرهنگی یا اجتماعی ← ادراک براساس سوابق تاریخی، فرهنگی یا اجتماعی

نمودار ۱۲. انواع سمبول از دیدگاه معماری

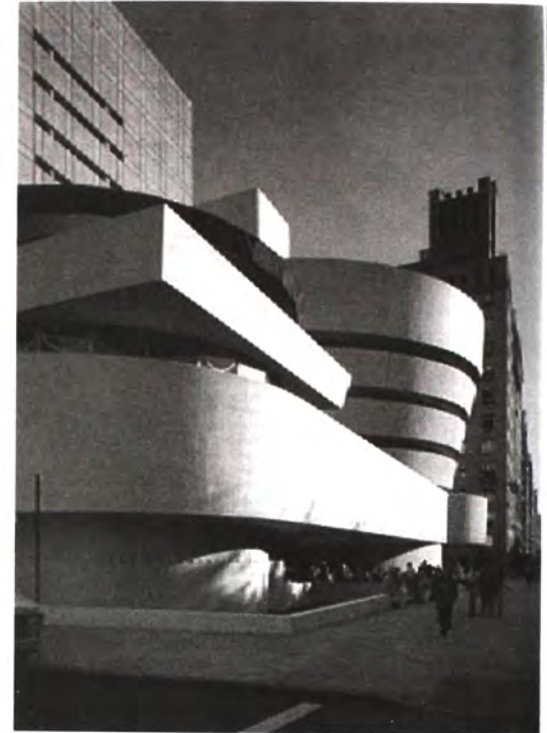
مأخذ: Lang, 1987, pp.210-214



تصویر ۹. استفاده از سمبولیسم طبیعی در معماری مدرن

راست: موزه گوگنهایم نیویورک اثر فرانک لوید رایت

چپ: فرودگاه بین‌المللی دالاس اثر ابروسارنین



رایت را نام برد که زیبایی طرح‌هایش مرهون سمبولیسم طبیعی اشکال مورد انتخابش است، و حسن فتحی که زیبایی معماری خود را از کاربرد سمبول‌های متعارف و مرسوم در جامعه‌اش وام گرفته است. این ویژگی را در معماری معاصر ژاپن نیز می‌توان به وضوح مشاهده کرد. این معماران ضمن پرداختن به نیازهای امروز جامعه خود، با بهره‌گیری از مفاهیم سمبولیک معماری سنتی ژاپن، به غنای فرهنگ و معماری معاصر خود توفیق یافته‌اند.

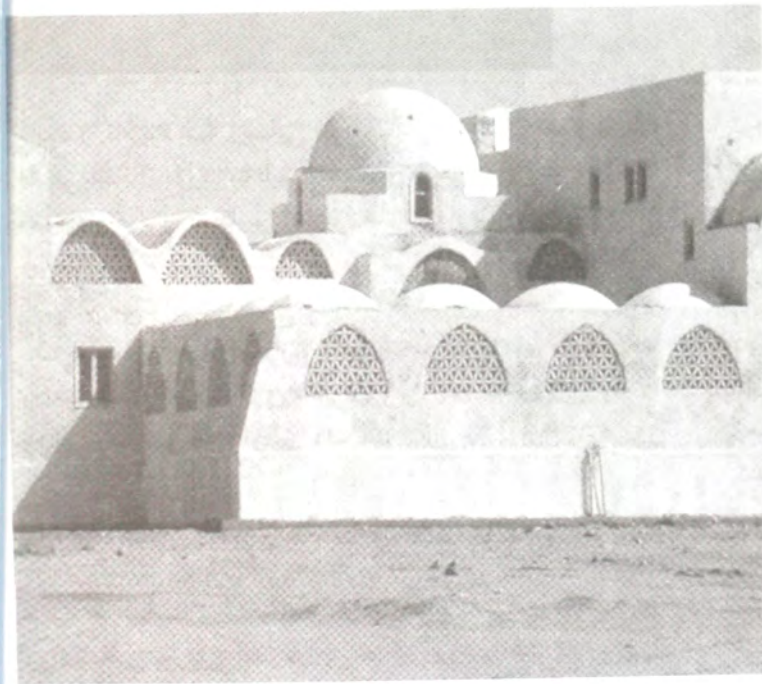
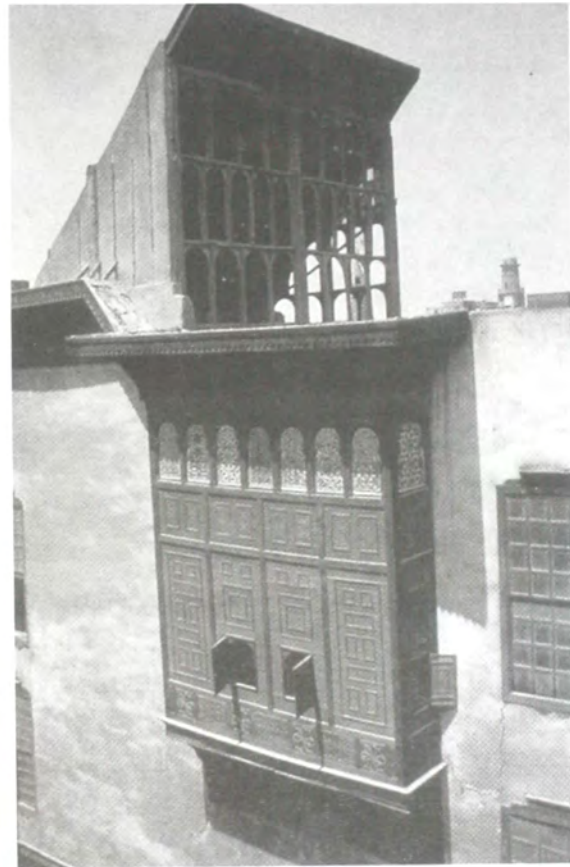
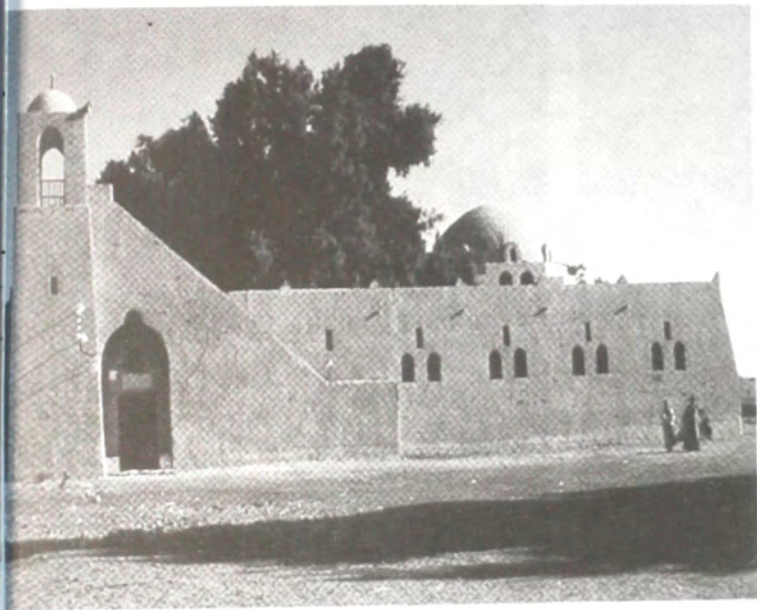
جمع‌بندی

در این مقاله زیبایی در معماری و عوامل مؤثر در ایجاد محیط و معماری زیبا از سه دیدگاه فلسفی، مذهبی و روان‌شناسی بررسی شد. در این تحقیق روشن شد که زیبایی اصولاً برای انسان موضوعیت دارد و جزو نیازهای فطری و رده بالای اوست. ولی همچون سایر کیفیات، با واژه‌ها نمی‌توان آن را تعریف کرد و باید توسط ادراک حضوری

دریافت شود. برخورد با زیبایی عواطفی چون حرکت، جاذبه، عشق، آرامش و لذت را در اسان برمی‌انگیزد و روان او را تحت تأثیر قرار می‌دهد. زیبایی پدیده‌ای دو قطبی است و برای حصول به آن دو شرط باید وجود داشته باشد: زیبایی پدیده خارجی و توان درک ادراک‌کننده زیبایی. زیبایی بسته به توانایی‌های ادراکی انسان ممکن است در زمینه‌های مختلف فیزیکی، روانی، ارزشی و معنایی بروز کند.

عمر زیبایی بسته به میزان نفوذ آن در روان انسان و تحت تأثیر قرار دادن ابزار مختلف ادراکی، به سه درجه سطحی (مد)، متوسط (سبک) و عمیق (جاودانی) قابل تقسیم است.

مقدار زیبایی به دو عامل پدیده زیبا و ادراک‌کننده آن بستگی دارد. در زیبایی پدیده زیبا صرف نظر از زمینه بروز آن، سه عامل وحدت (آشفته‌گی تا همبستگی)، شدت



تصویر ۱۰. استفاده از سمبولیسم متعارف مصری در معماری حسن فتحی
راست از بالا به پایین: مسجد فتحی و استراحتگاه سادات اثر حسن فتحی در مصر،
وسط و چپ: معماری سنتی مصر

زیبی محتوایی تا بیانحالی) و پیچیدگی (یکنواختی تا تنوع) دخالت دارد. ادراک کننده زیبایی به وسیله حس زیباشناسی زیبایی را ادراک می‌کند. این حس دارای چهار ویژگی تربیت‌پذیری (تکامل حس)، تأثیر پذیری (ذائقه و سلیقه)، خطا پذیری (اشتباه کردن) و شدت پذیری (مقدار توجه) است.

زیبایی را می‌توان به انواع گوناگونی تقسیم کرد که آنچه در ارتباط با معماری اهمیت دارد دو نوع زیبایی فرمال و زیبایی سمبولیک است.

زیبایی فرمال زیبایی‌ای است که صورت مادی و فیزیکی دارد و بر اساس توانایی‌های فطری ادراک در انسان، قوانین گشتالت بر آن حاکم است. زمانی زیبایی فرمال بر یک پدیده بصری قابل اطلاق است که پنج ویژگی مضمون یا وحدت (یکپارچگی و قوام یافتگی، نداشتن جزء زاید، فراز و فرود، پیچیدگی صوری)، تغییر مضمون (ورود عناصر تازه، تدرج)، توازن و تعادل (نظم، قابل فهم بودن)، تکامل اجزاء از نظر زمانی (حرکت، جلوگیری از یکنواختی)، امساک (صرفه‌جویی در جلب توجه، پرهیز از شلوغی) در آن وجود داشته باشد.

زیبایی فرمال در صورتی عمر طولانی‌تری خواهد داشت که به مفاهیم سمبولیک آمیخته شود که در این صورت زیبایی سمبولیک نامیده می‌شود. در زمینه معماری دو نوع زیبایی سمبولیک وجود دارد. زیبایی ناشی از سمبولیسم طبیعی که ریشه در اشکال و فرم‌های هندسی دارد و تابع قوانین گشتالت است. این زیبایی جهان شمول بوده و برای همه ابناء بشر قابل دریافت است (تصویر ۹). نوع دوم زیبایی ناشی از سمبولیسم متعارف است که ریشه در باورها و خاطرات قومی، فرهنگی یا اجتماعی یک جامعه دارد و تنها برای همان مردم قابل دریافت و معنادار است (تصویر ۱۰). معماری زمانی از طرف مردم مورد استقبال و پذیرش قلبی قرار می‌گیرد که زیبایی آن به یکی از این دو نوع سمبولیسم طبیعی یا متعارف مجهز شده باشد.

یادداشت‌ها

۱. اهم نظریات افلاطون و ارسطو در باره زیبایی:
نظریه افلاطون: جهان به صورت یک حقیقت، طرح ایده زیبایی، وحدت، خیر، حقیقت و زیبایی، تأکید بر هنر به عنوان تولید، نقش الهام در آفرینش هنری.
نظریه ارسطو: نزدیک شدن به حوزه فلسفه، تأکید بر عین به جای ذهن، هنر به عنوان تقلید. (طاهباز، ۱۳۷۷، جداول)

۲. نگرش‌های غالب در عصر جدید:
قرن هفدهم تا نوزدهم:
ارسطویی، عقل‌گرایی دکارتی، تجربه‌گرایی بیکنی، نهضت رومانتیک، فلسفه پوزیتیویسم و رئالیسم.
قرن بیستم:

نظریه‌های مابعدالطبیعی، معناشناختی، مارکسیسم
لنینیسم، پدیدارشناسی و فلسفه وجودی، روان‌شناسی
گشتالت، روان‌شناسی فرویدی، زیبایی‌شناسی تحلیلی.
(طاهباز، ۱۳۷۷، جداول)

۳. تعریف دل (فؤاد):
«مرکز عواطف و احساسات که قدما آن را در مقابل مغز که مرکز عقل است می‌آوردند و این معنی را به مجاز بر همه جلوه‌های عواطف بشری چون مهر و کین و عشق و همه تمایلات گوناگون اطلاق می‌کردند و به دل شخصیتی خاص می‌بخشیدند و آن را مخاطب می‌ساختند. در قاموس کتاب مقدس دل چنین تعریف شده است: محل و مرکز جمیع امید و اراده، دوست و دشمن و نیز مرکز بصیرت عقلی است و دارای تمام طبایع روحانیه بنی نوع بشر می‌باشد. ...» (لغتنامه دهخدا، ذیل مدخل "دل")

۴. شناخت عاطفی (feeling):
معمولاً واژه feeling را احساسات ترجمه کرده‌اند، ولی از آنجا که لغت حس (مترادف sensation) در لفظ فارسی با احساس بسیار نزدیک است، ترجیح داده شد از لفظ عاطفه که به feeling نزدیک‌تر است و امکان اشتباه آن با حس به معنی sensation وجود ندارد

استفاده شود.

۵. نظریه گشتالت:

روانشناسی گشتالت، مکتب یا نظریه‌ای است که پدیده روان‌شناختی را کلیتی تجزیه ناپذیر می‌داند. در حقیقت مطالعه قوه ادراک و رفتار از نقطه نظر واکنش شخصی در برابر امور کلی است. این مکتب روان‌شناسی در سال‌های ۱۹۱۰ تا ۱۹۲۰ در برلین بنیان‌گذاری شد. این نظریه به همت افرادی چون ورتایمر، کهلر و کافکا بسط یافته و بعدها در تعبیر و تفسیر هنرهای بصری نقش بسیاری داشته است. (صادقی‌بی، ۱۳۶۸، ص ۷۵ تا ۸۶)

۶. ویژگی‌های شخصیتی از دیدگاه یونگ:

یونگ براساس مطالعات و تجربیات خود روی افراد مختلف، دو تیپ اصلی شخصیتی یا دو طرز برخورد آگاهانه با محیط را تحت عنوان درونگرایی (introversion) و برونگرایی (extroversion) معرفی می‌کند. وی براساس انواع شناخت حسی، عاطفی (احساسی)، عقلی و شهودی، هشت تیپ اصلی شخصیتی را شناسایی می‌کند: حسی برونگرا، شهودی برونگرا، متفکر برونگرا، احساسی برونگرا، حسی دورنگرا، شهودی دورنگرا، متفکر دورنگرا و احساسی دورنگرا. (دانیلز، ۱۳۷۴، ص ۱۰۰ تا ۱۰۳)

۷. گروه‌های فرهنگی یا اجتماعی:

در هر جامعه‌ای تیپ‌های فرهنگی قابل تشخیص وجود دارد. این تیپ‌ها را می‌توان براساس قومیت مثل کردی، لری، آذری؛ براساس نوع معیشت مثل کشاورز، دامدار، بازاری، کارمند؛ براساس محل سکونت مثل روستایی، عشیره‌ای، شهری؛ براساس میزان سواد مثل بی‌سواد، کم سواد، تحصیلکرده، و نمونه‌هایی از این قبیل تقسیم کرد. در تحقیقات انجام شده توسط روان‌شناسان محیط که در شهرهای بزرگ و فارغ از تقسیم‌بندی‌های بالا انجام گرفته است، کلاً سه تیپ یا گروه اجتماعی تشخیص داده شده که آن‌ها را با عنوان کلاس اجتماعی طبقه‌بندی کرده‌اند: کلاس اجتماعی بالا، متوسط و پایین که از نظر نوع برخورد‌های اجتماعی، حریم‌ها، سلیقه و غیره قابل شناسایی‌اند. (Lang, 1987, p.214)

۸. مهندس سلطان زاده در کتاب *تداوم طراحی باغ ایرانی در تاج محل* به برخی از معانی سمبولیک اعداد و اشکال هندسی که در طرح بنای تاج محل به کار رفته‌اند و اصولاً در معماری بناهای مناطق دیگر نیز دیده می‌شوند، اشاره کرده است. (سلطان‌زاده، ۱۳۷۸، ص ۱۱۵ تا ۱۱۸)

منابع و مآخذ

۱. احمدی، بابک، *حقیقت و زیبایی (درس‌های فلسفه هنر)*، نشر مرکز، تهران، ۱۳۷۴.
۲. اسپریتو، یوگو، "زیبایی شناسی در جهان غرب"، از کتاب *تاریخچه زیباشناسی و نقد هنر (مجموعه مقالات)*، ترجمه یعقوب آژند، مولی، ۱۳۷۴.
۳. بیردزلی، مونروسی، "تاریخ زیباشناسی"، از کتاب *تاریخ و مسائل زیباشناسی*، ترجمه سعید حنایی کاشانی، انتشارات هرمس، ۱۳۷۶.
۴. پارسا، محمد، *روانشناسی انگیزش و هیجان*، سخن، تهران، ۱۳۷۶.
۵. پورافکاری، نصرت‌الله، *فرهنگ جامع روانشناسی و روانپزشکی و زمینه‌های وابسته انگلیسی - فارسی*، فرهنگ معاصر، تهران، ۱۳۷۶.
۶. جعفری، محمدتقی، *زیبایی و هنر از دیدگاه اسلام*، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران، ۱۳۶۱.
۷. جعفری، محمد تقی، *زیبایی و هنر از دیدگاه اسلام*، حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی، تهران، ۱۳۶۹.
۸. حجتی، سید محمد باقر، *روانشناسی از دیدگاه غزالی و دانشمندان اسلامی*، دفتر اول و دوم، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، تهران، ۱۳۷۸.
۹. دانیلز، مایکل، *خودشناسی با روش یونگ*، ترجمه اسماعیل فصیح، انتشارات جویا، تهران، ۱۳۷۴.
۱۰. رازجویان، محمود، "سمبول از گوشه عینک یونگ"، *صفه*، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۲۸، بهار و تابستان ۱۳۷۸.
۱۱. سلطان‌زاده، حسین، *تداوم طراحی باغ ایرانی در تاج*

۲۶. هنفلینگ، اسوالد، چستی هنر، ترجمه علی رامین، انتشارات هرمس، تهران، ۱۳۷۷.
۲۷. یونگ، کارل گوستاو، انسان و سمبول‌هایش، ترجمه ابوطالب صارمی، انتشارات امیرکبیر، تهران، ۱۳۵۲.
28. Haber, Ralph Norman, *An Introduction to Psychology*, Holt, Rinehart and Winston Inc., America, 1975.
29. Lang, Jon, *Creating Architectural Theory*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1987.
30. Lang, Jon, *Designing for Human Behavior*, Halsted Press, United States of America, 1974.
31. Neisser, Ulric, *Cognition and Reality*, Freeman & Company, United State of America, 1976.
32. Santayana, George, *The Sense of Beauty*, Dover Publications, Inc., New York, 1955.

فهرست منابع تصویری

۱. آلبوم عکس‌های نگارنده.
۲. غضبانپور، جاسم، زندگی جدید - کالبد قدیم، ۳ جلد، وزارت مسکن و شهرسازی، تهران، ۱۳۷۲.
3. Pacard- Robert, Korab- Baltazar, *Encyclopedia of American Architecture*, McGraw Hill Inc., New York, 1994.
4. Steele, James, *An Architecture for People, The Complete Works of Hassan Fathy*, James and Hudson Ltd., London, 1997.

- محل، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران، ۱۳۷۸.
۱۲. شاله، فیلیسین، شناخت زیبایی، استیک، ترجمه علی اکبر بامداد، کتابخانه طهوری، تهران، ۱۳۵۷.
۱۳. صادقی‌پسی، ناهید، نگاه به نما، رساله دوره کارشناسی ارشد، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ۱۳۶۸.
۱۴. طاهباز، منصوره، "تاریخچه زیبایی‌شناسی در جهان غرب"، تحقیق درس شناخت شناسی، دوره دکترا، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ۱۳۷۷.
۱۵. کروچه، بندتو، کلیات زیبایی‌شناسی، ترجمه فؤاد روحانی، انتشارات علمی و فرهنگی، تهران، ۱۳۵۸.
۱۶. گاستالا، پی‌یر، زیبایی‌شناسی تحلیلی، ترجمه علینقی وزیری، انتشارات دانشگاه تهران، تهران، ۱۳۳۶.
۱۷. گروتز، یورگ، زیباشناختی در معماری، ترجمه جهان‌شاه پاکزاد و عبدالرضا همایون، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ۱۳۷۵.
۱۸. گنون، رنه، سيطرة کیمیت و علانیم آخر زمان، ترجمه محمدعلی کاردان، انتشارات دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ۱۳۶۱.
۱۹. گنون، رنه، بحران دنیای متجدد، ترجمه ضیاء الدین دهشیری، انتشارات امیرکبیر، تهران، ۱۳۷۸.
۲۰. محدثی، جواد، هنر در قلمرو مکتب، انتشارات سپاه پاسداران، قم، ۱۳۶۵.
۲۱. مطهری، مرتضی، مسئله شناخت، انتشارات صدرا، تهران، ۱۳۷۶.
۲۲. مطهری، مرتضی، فلسفه اخلاق، انتشارات صدرا، تهران، ۱۳۷۶.
۲۳. مطهری، مرتضی، فطرت، انتشارات صدرا، تهران، ۱۳۷۶.
۲۴. ویل دورانت، لذات فلسفه، ترجمه عباس زریاب خونی، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، تهران، ۱۳۷۶.
۲۵. هاسپرس، جان، "مسائل زیباشناسی"، تاریخ و مسائل زیباشناسی، ترجمه سعید حنایی کاشانی، انتشارات هرمس، ۱۳۷۶.