

تعیین عوامل موثر بر کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری

با استفاده از نظریه ارتباط کلامی^۱

سید محسن حبیبی، سارا وثوقی*

۱- سید محسن حبیبی، استاد دانشکده شهرسازی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران (smhabibi@ut.ac.ir)

۲- سارا وثوقی، کارشناس ارشد طراحی شهری، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران (s.vosoughi87@yahoo.com)

چکیده

در حوزه نظری و در حوزه عمل و کاربرد، تصویر روشنی از این که کیفیت زیبایی شناختی یک مکان یا فضای شهری به طور کلی دارای چه ابعادی و تحت تاثیر چه عواملی است، وجود ندارد. از این رو برای دستیابی به دیدگاه نسبتاً جامعی از عوامل موثر در تعیین کیفیت زیبایی شناختی فضاها و محیط های شهری، چارچوبی برای شناسایی و طبقه بندی این عوامل پیشنهاد می شود. این چارچوب بر اساس نظریه "ارتباط کلامی" که توسط رومن یاکوبسن در حوزه زبان شناسی مطرح شده و پیش از این برای طبقه بندی مباحث زیبایی شناختی در فلسفه هنر و زیبایی شناسی به کار رفته، پیشنهاد شده است. در این پژوهش تلاش شده تا با اقتباس از این نظریه و با استفاده از روش تحلیل محتوا، مطالعات صورت گرفته در حوزه زیبایی شناسی در شهرسازی بر اساس ابعاد اصلی "فرم"، "معنا"، "تماس"، "زمینه"، "مخاطب" و "فرستنده" بررسی و طبقه بندی شود. یافته های این طبقه بندی نشان می دهد که این مطالعات نقش پنج عامل از عوامل فوق یعنی فرم، معنا، تماس، زمینه و مخاطب را در تعیین کیفیت زیبایی شناختی شهر تبیین کرده اند، اما به علت تمرکز صرف بر "تجربه زیبایی شناختی" و نگاه تخصص محور به "فرایند شکل دهی" به مکان های زیبا، نقش عامل "فرستنده" را، به عنوان یکی از عواملی که کیفیت زیبایی شناختی شهر را تحت تاثیر قرار می دهد، نادیده گرفته اند.

کلمات کلیدی: زیبایی شناسی شهری، تجربه زیبایی شناختی، نظریه ارتباط کلامی، فرستنده، فرایند شکل دهی

۱- مقدمه

تحقیقات انجام شده مبتنی بر روانشناسی گشتالت [۱،۲]، نظریات ارائه شده در ارتباط با دید و منظر شهری [۳،۴،۵] و دیدگاه هایی که شهر را از نظر بصری تحلیل می کنند [۶] و یا به نقش حواس چندگانه در زیبایی محیط می پردازند (لنگ، ۱۹۸۷)، نمادشناسی و نشانه شناسی [۷،۸]، تحقیقات مرتبط با تصویر ذهنی [۹] و همچنین طیف گسترده مقالات و کتاب هایی که به موضوع ترجیحات محیطی پرداخته اند [۱۰]، همگی به عنوان بخشی از تحقیقات مرتبط با زیبایی شناسی در شهرسازی معرفی می شوند؛ با این وجود به نظر می رسد این تحقیقات مجموعه ای از موضوعات پراکنده و متفاوت را مورد بررسی قرار داده اند که چگونگی ارتباط آن ها با یکدیگر مشخص نیست. این امر شاید به این علت است که در این مورد که مسئله زیبایی شناسی در شهرسازی دارای چه ابعادی است آگاهی اندکی وجود دارد. به همین خاطر نمی توان به طیف گسترده مطالعاتی که صورت گرفته نظم داده و دریافت که هر مجموعه از مطالعات بر روی چه ابعادی از این مسئله متمرکز شده اند یا کدام یک از ابعاد مسئله زیبایی شناسی در شهرسازی تاکنون مورد بررسی قرار نگرفته و نیاز به مطالعه و تحقیقات بیش تری دارد.

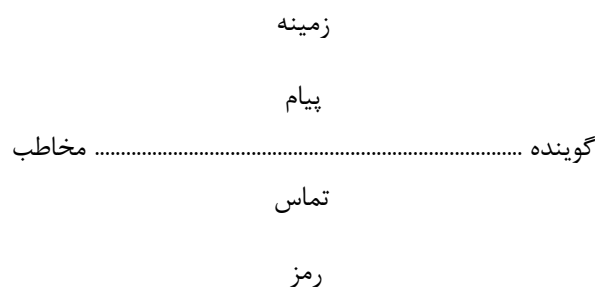
عدم وجود تصویر روشن از گستره و ابعاد زیبایی شناسی در شهرسازی و مسائلی که با آن روبروست، در حوزه عمل و کاربرد نیز دیده می شود. هنگامی که از بررسی کیفیت زیبایی شناختی یک مکان یا فضای شهری صحبت می شود حوزه و محدوده مسائلی که باید مورد بررسی قرار گیرد نامعین است و چارچوب مشخصی وجود ندارد که تعیین کند چه عواملی باید در ارتباط با کیفیت زیبایی شناختی یک فضا یا محله یا محدوده شهری مورد بررسی قرار گیرد. با وجود نبود طبقه بندی مشخصی از عوامل اصلی موثر در کیفیت زیبایی شناختی شهر، همواره این مشکل وجود دارد که در عمل برخی از عوامل اصلی موثر در کیفیت زیبایی شناختی یک مکان یا فضای شهری نادیده گرفته شده و هزینه ها و اقدامات به اشتباه بر روی عوامل فرعی تر و کمتر موثر، متمرکز شود.

به علت نیازی که در حوزه نظری و کاربردی احساس می شود این مقاله تلاش می کند، چارچوبی را برای طبقه بندی مباحث زیبایی شناختی مطرح شده در شهرسازی ارائه دهد تا از این طریق بتواند به دیدگاه نسبتاً جامعی از عوامل موثر در تعیین کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری دست یابد. این چارچوب بر اساس نظریه "ارتباط کلامی" که توسط رومن یاکوبسن [۱۱] در حوزه زبان شناسی مطرح شده و عوامل مختلفی که در یک ارتباط کلامی موثر است را معرفی می کند ارائه می شود. بر این اساس فرضیه اصلی این مطالعه آن است که "مطالعات زیبایی شناختی صورت گرفته در شهرسازی، زیبایی شناسی را در شش بعد اصلی فرم، معنا، تماس، زمینه، مخاطب و فرستنده مورد بررسی قرار داده اند". این ابعاد بر اساس نظریه ارتباط کلامی یاکوبسن مطرح شده و انتظار می رود که این شش عامل اجزای چارچوبی را تشکیل دهند که این مباحث را دسته بندی کرده و میان آن ها ارتباط برقرار کند. از این رو، پس از مطالعه منابع و مقالات مهم شهرسازی در حوزه زیبایی شناسی تلاش می شود تا این مطالعات بر اساس عوامل شش گانه طبقه بندی و تحلیل شوند. مقصود نهایی از این طبقه بندی، شناخت عوامل اصلی است که در تعیین کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری موثرند. پس هدف اصلی این مطالعه را می توان این گونه بیان کرد:

" ایجاد چارچوبی برای طبقه بندی مباحث زیبایی شناختی مطرح شده در شهرسازی، با استفاده از طرح واره ارتباطی پیشنهاد شده بر اساس تئوری ارتباط کلامی یاکوبسن در زبان شناسی، به منظور دستیابی به دیدگاه نسبتاً جامع از عوامل موثر در تعیین کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری"

۲- معرفی نظریه ارتباط کلامی یاکوبسن

رومن یاکوبسن^۳ (۱۸۹۶-۱۹۸۲)، زبانشناس و ادیب روسی اولین بار "نظریه ارتباط کلامی" را در مقاله ای با عنوان "زبان شناسی و نظریه ادبی"^۴ در مجموعه روش بیان و زبان به عنوان مبنایی برای تبیین نظریاتش درباره شعر مطرح کرد. وی در این نظریه، زبان را به مثابه "پیامی" در نظر می‌گیرد که گوینده ی زبان به عنوان "فرستنده"، آن را به مخاطب به عنوان "گیرنده" ی پیام می‌فرستد. در این ارتباط، برای این که پیام به درستی منتقل شود، به سه عامل دیگر نیز نیاز است: "تماس" به هر دو معنای جسمانی و فکری/روانی که فرستنده و گیرنده را قادر می‌سازد در ارتباط با یکدیگر قرار بگیرند و یا در ارتباط با یکدیگر بمانند؛ "کد" یا مجموعه ای از علائم و رمزگان که کاملاً یا تقریباً بین فرستنده و گیرنده مشترک باشد؛ و سرانجام "زمینه" که در گستره آن می‌توان فهمید پیام چیست و در واقع پیام بدان ارجاع داده می‌شود [۱۲:۶۵]. پس بر اساس نظریه ارتباط کلامی، شش عامل در برقراری ارتباط میان گوینده و مخاطب از طریق زبان نقش بازی می‌کنند که یاکوبسن آن‌ها را در یک طرح وارده نشان می‌دهد (شکل ۱).



شکل ۱: طرح وارده ارتباط کلامی یاکوبسن [۱۱:۳۵۳].

یک مثال می‌تواند به درک بهتر این طرح وارده ارتباطی کمک نماید. می‌توان فرض کرد که فردی مقاله "زبانشناسی و نظریه ادبی" یاکوبسن را که به زبان فارسی ترجمه شده است می‌خواند. یاکوبسن "فرستنده" پیام است. "پیام"، نوشته اوست و فرد "گیرنده" پیام است. برای درک پیام باید با آن "تماس" برقرار کرد، یعنی ناگزیر باید به متن چایی یا دست نوشته ترجمه مقاله دست یافت (و یا از کسی خواست که آن را برای ما بخواند). پیام یاکوبسن زمانی برای فردی که مقاله وی را می‌خواند به گونه ای نسبی قابل درک خواهد بود که از پیش با "زمینه" کلی آن (زبانشناسی، نظریه ادبی، نظریات دیگر یاکوبسن و ...) آشنا باشد. آشنایی فرد با کدها یا رمزهای زبان فارسی و با زمینه پیام یاکوبسن نسبی است. هر چه این آشنایی بیشتر باشد امکان درک مجموعه پیام بیشتر خواهد شد [۱۲:۶۶].

طرح وارده ارتباطی یاکوبسن، یک ویژگی بسیار مهم دارد و آن تلاش یاکوبسن برای مطرح ساختن مجموعه عواملی که در خلق زبان دخالت می‌کنند، در یک قالب یکپارچه و مرتبط با یکدیگر است. شاید به همین دلیل است که این طرح وارده در قلمرو زیبایی شناسی و فلسفه هنر^۵ به منظور طبقه بندی آرا و نظراتی که در زمینه هنر ارائه شده اند، به کار رفته است. اگر گوینده را به عنوان هنرمند، مخاطب را به عنوان مخاطب اثر هنری و پیام را خود اثر هنری در نظر بگیریم، می‌توانیم طرح وارده ارتباطی نظیر آنچه یاکوبسن برای زبان مطرح کرده است را برای آثار هنری مطرح کنیم (شکل ۲) [۱۳].

زمینه

اثر هنری

هنرمند مخاطب

تماس

رمز

شکل ۲: استفاده از طرح واره زبانی یاکوبسن در فلسفه هنر [۱۳]

"هنرمند" می تواند بیش از یک نفر باشد. "زمینه"، موقعیت اجتماعی و تاریخی مرتبط با زندگی هنرمند و یا زمینه دریافت اثر هنری توسط مخاطب است. "رمزگان"، نظام نشانه شناسانه ای است که اثر در پیکر آن شکل گرفته و به یاری آن پیام درک می شود. "تماس" نیز نمایانگر رسانه ای است که اثر هنری در قالب آن ارائه می شود. هر یک از تفکرات فلسفی زیبایی شناسی در تعریف خود از هنر بر یکی از عوامل این طرح واره ارتباطی بیش از سایرین تاکید کرده اند. به طور مثال رمانتیک ها در تعریف خود از هنر بیش تر به ذهن هنرمند، مارکسیست ها به زمینه اجتماعی اثر و فرمالیست ها به شکل اثر هنری پرداخته اند. ساختار گرای کلاسیک هم متوجه رمزگان زبان شناسانه، و زیبایی شناسی دریافت و پدیدار شناسی متوجه گیرنده پیام یعنی خواننده و مخاطب است. همچنین تفکرات فلسفی مرتبط با تاثیر تکنولوژی بر ابزار بیان ادبی و هنری، به تماس با هنر پرداخته اند [۱۳]. همانطور که می بینیم این طرح واره مبنایی است که آرا و نظرات متفاوت و پراکنده مطرح شده در فلسفه هنر- که هر یک از آنها بر یک عامل در خلق هنر، بیش از سایرین تاکید کرده اند- را در یک چارچوب یکپارچه قرار می دهد، بر همین اساس نیز می توان گفت که احتمالاً این طرح واره می تواند مبنای مناسبی برای طبقه بندی آرا ارائه شده در زمینه زیبایی شناسی در شهرسازی در یک قالب یکپارچه باشد.

۳- طرح واره ارتباطی پیشنهادی برای طبقه بندی مباحث زیبایی شناسی در شهرسازی

شکل ۳ طرح واره ارتباطی مورد استفاده برای طبقه بندی مباحث زیبایی شناختی در شهرسازی با اقتباس از طرح واره ارتباطی یاکوبسن را نشان می دهد. اگر ما محیط ساخته شده را به پیروی از راپاپورت [۱۴] به عنوان نوعی از "ارتباط غیر کلامی" فرض کنیم، پیام در این ارتباط غیر کلامی "فرم" فضای شهری است، فرستنده این پیام "خالق" فضای شهری و گیرنده آن "مخاطب" فضای شهری است. عوامل و شرایطی وجود دارند که "تماس" میان خالق و مخاطب را از طریق پیام شکل داده و تحت تاثیر قرار می دهند. "معنا"ی فضای شهری همان رمزگان مشترک میان خالق و مخاطب است و در نهایت "زمینه" ای وجود دارد که فضای شهری در آن قرار می گیرد و به آن ارجاع داده می شود. البته باید توجه داشت این عوامل دقیقاً و به طور کامل منطبق بر عوامل شش گانه یاکوبسن نیستند به این دلیل که در هر حال شهر و زبان با وجود شباهت ها دو ماهیت متفاوت دارند و نمی توان این تفاوت ها را نادیده گرفت. به همین علت این شش عامل در ارتباط با حوزه شهرسازی و مطالعاتی که در زمینه زیبایی شناسی صورت گرفته بازتعریف شده اند. بر این اساس، در این مطالعه بخش قابل توجهی از آرا ارائه شده در زمینه زیبایی شناسی در شهرسازی با روش تحلیل محتوا مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته اند.

زمینه

فرم (فضای شهری)

خالق مخاطب

تماس

معنا

شکل ۳: طرح واره ارتباطی مورد استفاده برای طبقه بندی مباحث زیبایی شناختی در شهرسازی (با اقتباس از طرح واره ارتباطی یاکوبسن)

۴- روش تحقیق

در این پژوهش از روش تحلیل محتوایی کیفی استفاده شده است. روش تحلیل محتوا، روشی برای کاهش اطلاعات و محسوس ساختن آن هاست و به طور معمول برای تحلیل مجموعه وسیع اطلاعات متنی مورد استفاده قرار می گیرد. از این رو در پژوهش حاضر که هدف تحلیل و طبقه بندی داده های اطلاعاتی بسیار گسترده در زمینه زیبایی شناسی شهری بوده است از این روش استفاده شده است. روش تحلیل محتوا، فرایند طبقه بندی اطلاعات متنی کیفی به مجموعه عوامل مشابه و یا دسته های مفهومی، به منظور تشخیص الگوها و ارتباطات موجود میان اطلاعات است. در این روش ممکن است مجموعه ای از موضوعات اصلی از پیش تعیین شده وجود داشته باشد که طبقه بندی اطلاعات را بر اساس آن ها ممکن سازد. این موضوعات اصلی در مقاله حاضر بر اساس نظریه ارتباط کلامی تعیین شده و طبقه بندی آرا بر اساس شش عامل منتج از این نظریه صورت می گیرد.

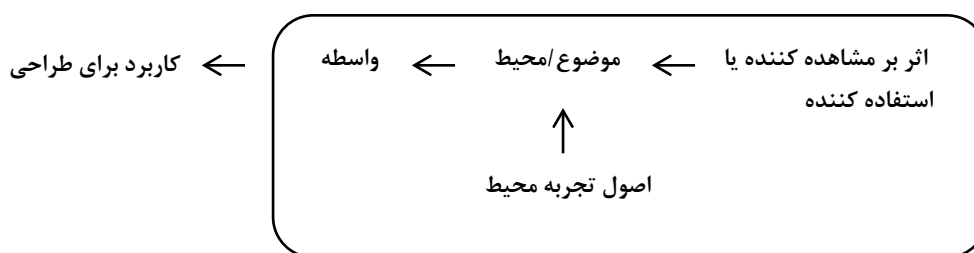
۵- چارچوب نظری

باتوجه به فرضیه مورد اشاره یعنی امکان طبقه بندی آرا ارایه شده در حوزه زیبایی شناسی در شهرسازی بر اساس شش عامل فرم، معنا، تماس، زمینه، مخاطب و خالق، بخش قابل توجهی از منابع (شامل مقالات و کتب) شناخته شده در این زمینه مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. بر اساس این بررسی از یک سو می توان نشان داد که آرا ارایه شده در حوزه شهرسازی در زمینه زیبایی شناسی، تا کنون پنج عامل از شش عامل فوق را به عنوان عوامل موثر و مرتبط با کیفیت زیبایی شناختی فضای شهری مورد نظر و توجه قرار داده اند. اما هیچ کدام از آرا مورد بررسی به نقش عامل فرستنده یا خالق فضای شهری به عنوان یک متغیر تاثیر گذار بر کیفیت زیبایی شناختی فضای شهری اشاره ننموده اند. جدول ۱ به طور خلاصه آرا مورد بررسی و نتایج حاصل از آن را نشان می دهد.

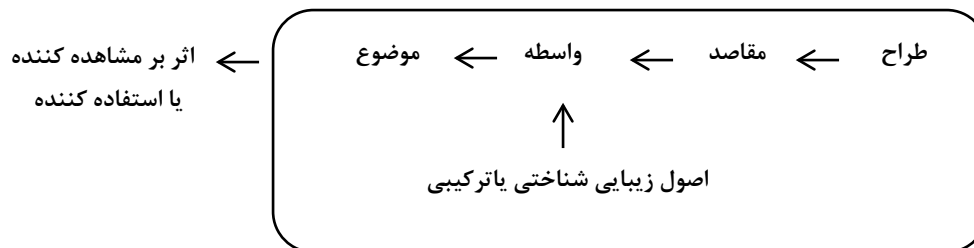
جدول ۱: نتایج حاصل از مطالعه آرا ارایه شده در زمینه زیبایی شناسی شهری به منظور طبقه بندی و تحلیل آن ها

عامل موثر بر کیفیت زیبایی شناختی	عرصه های مطالعات زیبایی شناختی	مورد بحث قرار گرفته در :
فرم	دیدگاه های مدرنیستی : فرم به معنای "صورت ظاهری" در مقابل مفهوم "معنا و محتوا" دیدگاه های مبتنی بر روانشناسی گشتالت : فرم به معنای انتظام میان اجزا دیدگاه های مبتنی بر الهام از شهر سنتی	Talen and Cliff(2004): ترانسیک (۱۹۸۶)، تاتارکیه ویچ(۱۹۷۳) (۱۵،۱۶،۱۷) Moughtin(2003): بل(۱۹۹۳)، بل(۱۹۹۹)، آرنهایم (۱۹۶۵)، آرنهایم (۱۹۷۴) [۱،۱۸،۱۹،۲۰] زیتنه(۱۸۸۹)؛ کالن(۱۹۶۹)؛ هدمن(۱۹۸۴) [۲۱،۲۲،۲۳]
معنا	دیدگاه های تبیین کننده چگونگی تاثیر تجربه شناختی(عقل، دانش و ...) بر تجربه زیبایی شناختی	lang، Kaplan (1982)،Nasar (1994)،Taylor (2009) (1988)، Kaplan (1988)،Nohl(1988)، Kaplan(1987)؛ Stamps (2007)؛ لینچ (۱۹۸۱)؛ لینچ(۱۹۷۲)؛ لینچ(۱۹۶۰)؛ لنگ(۱۹۸۷)؛ نسر (۱۹۹۷)؛ راپاپورت(۱۹۸۲) [۲۴،۲۵،۲۶،۲۷،۲۸،۲۹،۳۰،۳۱،۳۲،۳۳،۳۴]
تماس	دیدگاه های تبیین کننده نقش حرکت در درک و دریافت از شهر دیدگاه های تبیین کننده نقش حواس انسان در درک و دریافت وی از شهر دیدگاه های تبیین کننده نقش روش های ارتباطی جدید مخاطب با شهر به واسطه پیشرفت های تکنولوژی در درک و دریافت از شهر	ادموند بیکن(۱۹۷۴)؛ کرمونا(۲۰۰۳)؛ ماتلاک(۱۳۷۹)؛ کالن(۱۹۷۱)؛ بازلمن(۱۹۹۸)؛ بنتلی(۱۹۸۵)؛ گل(۲۰۱۰)؛ هال(۱۹۶۶)؛ Isaacs(2000)؛ Wunderlich(2008)؛ Moughtin et al.(1999) [۳۳،۳۴،۳۵،۳۶،۳۷،۳۸،۳۹]
زمینه	دیدگاه های تبیین کننده نقش زمینه ادراکی دیدگاه های تبیین کننده نقش زمینه فرهنگی	Moughtin and Taylor (1994)؛ Moughtin(2003)؛ Tiesdell(1999)؛ آرنهایم(۱۹۷۴)؛ هدمن(۱۹۸۴) [۱۸،۴۰،۲۰،۲۳] Lang(1988)؛ راپاپورت(۱۹۸۲) [۸،۱۴]
مخاطب	دیدگاه های تبیین کننده نقش فرد (سوژه) و وابستگی کیفیت زیبایی شناختی به درک و دریافت هر فرد	Lothian(1999)؛ Taylor(2009)؛ Taylor (1994)؛ Kaplan(1987)؛ Kaplan(1988)؛ Nasar(1994)؛ لنگ(۱۹۸۷)؛ نسر(۱۹۹۷) [۴۰،۴۱،۱۰،۲۶،۹،۷،۳۲]

از سوی دیگر بررسی صورت گرفته نشان می دهد که آرا مورد بررسی که عوامل مختلف فرم ، معنا، تماس ، زمینه و مخاطب را به عنوان عوامل تعیین کننده در کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری معرفی کرده اند ، همگی از روند مشابهی پیروی می کنند. این روند، منطبق بر مدلی است که لنگ [۷] برای نظریات اثباتی و هنجاری در طراحی محیطی ارائه می دهد. از نظر وی نظریات اثباتی در حوزه علوم محیطی به تبیین و تشریح اثر محیط بر استفاده کننده یا مشاهده کننده پرداخته تا قواعد حاکم بر تجربه محیط توسط استفاده کنندگان را دریابند (شکل ۴- الف). این نظریات به "توصیف و تبیین" پدیده تجربه محیط می پردازند. سپس نظریات هنجاری بر پایه نظریات اثباتی (حتی اگر به صراحت ذکر نشود) و تبیین و توضیحی که نظریات اثباتی درباره واقعیات تجربه محیط ارائه می دهند ، اصولی را به عنوان هنجارهایی برای یک شهر با کیفیت خوب ارائه می کنند که طراح از آن ها بتواند در فرایند طراحی با توجه به اهداف مورد نظر خود استفاده کند (شکل ۴- ب) [۷:۱۵-۲۰].



شکل ۴- الف : مدل مفهومی نظریه اثباتی [۷:۲۰]



شکل ۴- ب : مدل مفهومی نظریه هنجاری [۷:۲۰]

چنین روندی را می توان در مطالعات زیبایی شناختی مورد بررسی نیز مشاهده کرد. این مطالعات بر اساس نظریاتی که به تبیین تجربه زیبایی شناختی افراد از محیط و مکان ها پرداخته اند (نظریه اثباتی) ، هنجارها و اصولی را برای شهر یا فضای شهری با کیفیت زیبایی شناختی مطلوب ارائه می کنند (نظریه هنجاری). این روند در هر یک از مجموعه مطالعاتی که بر اساس هر یک از عوامل فرم، معنا، تماس، زمینه و مخاطب طبقه بندی شده اند به راحتی قابل مشاهده است. در مطالعات زیبایی شناختی که به نقش "فرم" در میان عوامل دیگر پرداخته اند، دو تبیین متفاوت از تجربه زیبایی شناختی را می توان ملاحظه کرد. از دیدگاه فرمالیستی مدرنیستی، تجربه زیبایی شناختی تنها در بردارنده ستایش از فرم است و هر نوع توجه به محتوا در این تجربه نقشی ندارد. از این رو "بداعت" به عنوان اصل مهمی در کیفیت زیبایی شناختی فرم های خلق شده در نظر گرفته می شود [۱۵:۱۸]. اما در اندیشه های ارائه شده مبتنی بر روانشناسی گشتالت؛ تجربه زیبایی شناختی ، نتیجه لذتی است که مردم از الگوها طی فرایند ادراک

دریافت می کنند که در نتیجه اصولی مانند تعادل، نظم، وحدت، محصوریت، تضاد و ... را به عنوان هنجار هایی برای فضای شهری با کیفیت زیبایی شناختی مطلوب تعریف می کند [۷۱-۱۰:۱؛ ۲:۸۰].

در مطالعات صورت گرفته در حوزه "معنا" و تاثیر آن بر کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری نیز چنین روندی قابل مشاهده است. بر اساس مطالعات زیبایی شناختی که به نقش معنا توجه کرده اند: تجربه زیبایی شناختی به صورت آنی و ناخودآگاه تحت تاثیر شناخت (از جمله محتوای شناختی و فرایند شناختی) قرار می گیرد [۲۴،۹،۲۵]. بر همین اساس عواملی مانند "طبیعی بودن" و "تاریخی بودن" (با بررسی تاثیر محتوای شناختی بر تجربه زیبایی شناختی) [۳۰، ۹، ۲۷]؛ و خوانایی، انسجام، پیچیدگی و راز آلودگی (با بررسی تاثیر فرایند های شناختی بر تجربه زیبایی شناختی) [۲۶:۵۰] به عنوان هنجار ها و اصولی که کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری را شکل می دهند شناخته شده است. در مورد عامل "تماس"، آرا مورد بررسی از سه زاویه دید مختلف به تجربه زیبایی شناختی انسان از فضاهای شهری پرداخته اند:

- تجربه زیبایی شناختی فضاهای شهری تجربه ای است زمان مند و وابسته به حرکت [۳۳،۳،۴]
- همه حواس انسان در تجربه زیبایی شناختی وی از فضاهای شهری دخالت می کنند [۳۵،۳۷، ۳۳،۴۲]
- تجربه زیبایی شناختی افراد از فضاهای شهری، بر اثر پیشرفت تکنولوژی که روش های ارتباطی جدیدی را میان مخاطب و شهر به وجود آورده، متحول شده است [۳۹:۷۳؛ ۳۶:۵۷].

بر همین اساس هنجارها و اصولی مانند توالی فضایی، مفصل بندی زمان در شهر و نظام های حرکتی همزمان [۲۲:۵۳؛ ۳۳:۲۲] بر اساس ویژگی اول؛ و ایجاد غنای حسی [۳۵] بر اساس ویژگی دوم به عنوان کیفیات فضای شهری زیبا معرفی شده اند. در مورد "زمینه"، توجه مطالعات زیبایی شناختی به این عامل بر اساس دو نوع تبیین از تجربه زیبایی شناختی صورت گرفته است: تجربه زیبایی شناختی متأثر از زمینه ادراکی است که اثر یا شی در آن قرار گرفته است [۲۰:۹۲] و همچنین تجربه زیبایی شناختی متأثر از زمینه فرهنگی است که مخاطب اثر یابی در آن رشد یافته است [۱۴:۸]. بر این اساس "مناسبت" اثر یا شی با زمینه ادراکی که در آن قرار می گیرد [۲۳؛ ۴۰:۲۴] بر اساس ویژگی اول و "انعطاف پذیری" و "زمینه محور بودن" [۹۳:۱۴-۹۹] بر اساس ویژگی دوم به عنوان هنجار ها و اصول فضاهای شهری با کیفیت از نظر زیبایی شناختی مطرح شده اند.

در نهایت در مورد نقش "مخاطب" در جستجوی کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری، آرا مورد بررسی اظهار کرده اند که معیار ها و هنجار های فضای شهری زیبا باید بر اساس دیدگاه های مخاطبان هر فضای شهری تعیین شود یا به عبارت دیگر کیفیت زیبایی شناختی فضای شهری را باید در ذهن مخاطب جستجو کرد. این اظهارات بر اساس این تبیین از تجربه زیبایی شناختی صورت گرفته است که: تجربه زیبایی شناختی تجربه ای است وابسته به فرد (سویژکتیو) و ارزیابی هر فرد از شی یا مکان یا منظر را تعیین می کند؛ این تجربه در عین این که منحصر به هر فرد است، اشتراکاتی را با تجارب دیگر افراد بیان می کند؛ این اشتراکات را می توان از یک سو بر اساس عواملی وابسته به فرد (عوامل فیزیولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و...) تبیین کرد و از سوی دیگر بر اساس عوامل بیرونی و مستقل از فرد و در واقع بر اساس عوامل ابژکتیو تبیین نمود [۲۴:۲۰۱؛ ۷:۲۴۳، ۱۴، ۳۵؛ ۴۱:۲؛ ۴۰:۲۳]. بر اساس این تعریف از تجربه زیبایی شناختی، تحقیقات بسیاری بر روی ترجیحات زیبایی شناختی افراد از فضاها و مکان های شهری صورت گرفته و نتایج آن به صورت اصول و هنجارهایی برای پیش بینی کیفیت زیبایی شناختی این فضاها جمع آوری شده است [۳۱، ۳۲].

همانگونه که ملاحظه می شود آرا مورد بررسی به پنج عامل فرم، معنا، تماس، زمینه و مخاطب به عنوان عوامل موثر بر کیفیت زیبایی شناختی فضای شهری اشاره کرده و همگی در تبیین این عوامل از روند مشابهی پیروی کرده اند. جدول ۲ به صورت

خلاصه، این روند را در هریک از این عرصه‌ها نشان می‌دهد. همانگونه که گفته شد در این روند ماهیت تجربه زیبایی شناختی بر اساس یک نظریه یا فرضیه تبیین می‌شود، سپس بر اساس آن هنجارها و اصولی که ویژگی‌های یک شهر زیبا را تعیین می‌کنند معرفی می‌شود.

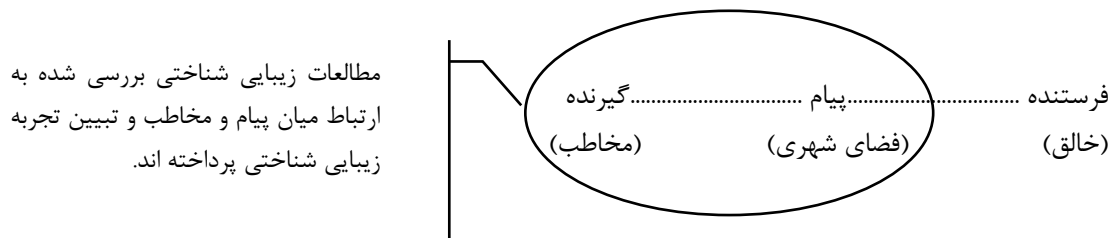
جدول ۲: روند مطالعات زیبایی شناختی در عرصه‌های مختلف فرم، معنا، تماس، زمینه و مخاطب.

عوامل تعیین کننده کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری	ماهیت تجربه زیبایی شناختی	هنجارها و اصول
فرم	<p>* تجربه زیبایی شناختی تنها در بردارنده ستایش از فرم است و هر نوع توجه به محتوا در این تجربه نقشی ندارد (دیدگاه‌های فرمالیست مدرنیستی).</p> <p>* تجربه زیبایی شناختی، نتیجه لذتی است که مردم از الگوها طی فرایند ادراک دریافت می‌کنند (اندیشه‌های ارائه شده مبتنی بر روانشناسی گشتالت).</p>	<p>* بداعت و تازگی</p> <p>* محصوریت، وحدت، نظم، کثرت، تعادل، تضاد، سادگی، ایجاز، تشابه، تباین و ...</p>
معنا ^۱ (رمز)	<p>تجربه زیبایی شناختی به صورت آنی و ناخودآگاه تحت تاثیر شناخت (از جمله محتوای شناختی و فرایند شناختی) قرار می‌گیرد.</p>	<p>* طبیعی بودن و تاریخی بودن (محتوای شناختی)</p> <p>* خوانایی، انسجام، پیچیدگی و رازآلودگی (فرایند شناختی)</p>
تماس	<p>* تجربه زیبایی شناختی فضاهای شهری تجربه ای است زمان - مند و وابسته به حرکت .</p> <p>* همه حواس انسان در تجربه زیبایی شناختی وی از فضاهای شهری دخالت می‌کنند.</p> <p>* تجربه زیبایی شناختی افراد از فضاهای شهری، تحت تاثیر پیشرفت تکنولوژی که روش‌های ارتباطی جدیدی را میان مخاطب و شهر به وجود آورده است متحول شده است.</p>	<p>* توالی فضایی، مفصل بندی زمان در فضا، نظام‌های حرکتی همزمان</p> <p>* غنای حسی</p>
زمینه	<p>* تجربه زیبایی شناختی متأثر از زمینه ادراکی است که اثر یا شی در آن قرار گرفته است .</p> <p>* تجربه زیبایی شناختی متأثر از زمینه فرهنگی است که مخاطب اثر یاشی در آن رشد یافته است.</p>	<p>* مناسبت "نقش" با "زمینه"</p> <p>* انعطاف پذیری؛ زمینه محور بودن</p>
مخاطب (گیرنده)	<p>تجربه زیبایی شناختی تجربه ای است وابسته به فرد (سوبژکتیو) و ارزیابی هر فرد از شی یا مکان یا منظر را تعیین می‌کند. این تجربه در عین این که منحصر به هر فرد است اشتراکاتی را با تجارب دیگر افراد بیان می‌کند. این اشتراکات را می‌توان از یک سو بر اساس عواملی وابسته به فرد (عوامل فیزیولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و...) تبیین کرد و از سوی دیگر بر اساس عوامل بیرونی و مستقل از فرد و در واقع بر اساس عوامل ایژکتیو تبیین نمود.</p>	<p>* هنجارها و اصول را مخاطبان هر فضا و محیط شهری تعیین می‌کنند.</p>

۵-۱- نقش عامل فرستنده (خالق فضای شهری) در مباحث زیبایی شناسی در شهرسازی

همانگونه که اشاره شد در میان مطالعات مورد بررسی به نقش "فرستنده" در تعیین کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری اشاره ای نشده است. آیا عدم توجه و تمرکز مطالعات صورت گرفته بر نقش عامل "فرستنده" یا "خالق" فضای شهری در تعیین کیفیت زیبایی شناختی به معنای عدم تاثیر این عامل یا اهمیت ناچیز آن در ایجاد فضاهای شهری زیباست و یا این عدم توجه و تمرکز نشان دهنده آن است که نقش این عامل مغفول مانده است؟

اگر روند مشترکی که آرا مورد بررسی در تبیین کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری در پیش گرفته اند - که شامل تبیین تجربه زیبایی شناختی و سپس تعیین اصول و هنجارها بر مبنای آن است - را بر اساس طرح واره ارتباطی برگرفته از نظریه یاکوبسن تشریح کنیم، می توان گفت که این آرا با تمرکز بر "تجربه زیبایی شناختی" به بخشی از این ارتباط یعنی به "ارتباط پیام با مخاطب" یا به بیان بهتر ارتباط شهر(فضای شهری) با شهروند به عنوان مخاطب فضای شهری پرداخته اند. هر یک از این مطالعات نقش یکی از عوامل را در ارتباط میان مخاطب و پیام، بیش از سایرین مورد تاکید قرار داده اند. برخی نقش فرم پیام، برخی نقش معنا، برخی نقش زمینه، برخی نقش نحوه تماس با پیام و برخی دیگر نقش مخاطب را در این ارتباط مورد نظر قرار داده اند. این مطالعات تلاش کرده اند بر اساس تشریح و تبیین ارتباط پیام(فضای شهری) با مخاطب(شهروند) و چگونگی درک و دریافت مخاطب از پیام- یعنی همان تجربه زیبایی شناختی- معیارها و اصول موثر بر کیفیت زیبایی شناختی این پیام(فضای شهری) یا شهر) را معرفی کنند(شکل ۵).



شکل ۵: مطالعات زیبایی شناختی بررسی شده بر روی "ارتباط پیام(فضای شهری) با مخاطب(شهروند)" متمرکز شده اند.

پس این مطالعات در نهایت به این مسئله پاسخ می دهند که فضای شهری واجد کیفیت زیبایی شناختی (از دیدگاه متخصصان یا از دیدگاه شهروندان) دارای چه ویژگی هایی است و چه اصول و معیارهایی آن را واجد کیفیت زیبایی شناختی می کند. از دیدگاه برخی از نظریه پردازان [۷، ۱۲۷:۲؛ ۱۷۴:۳۲؛ ۲۵:۱۸]، دلیل تمرکز این مطالعات بر ارائه معیارها و اصولی که برخی از ویژگی های مطلوب فضای شهری زیبا را تعیین می کند، آن است که "طراح" با کاربرد این اصول و معیارها در "فرایند طراحی" بتواند شهر یا فضای شهری را که حائز کیفیت مطلوب(زیبایی شناختی) مورد نظر است را طراحی کند و یا برنامه ریز با کاربرد آن ها در فرایند برنامه ریزی بتواند سیاست هایی را برای ایجاد شهری با کیفیت مطلوب زیبایی شناختی مورد نظر وضع کند. بر این اساس به نظر می رسد که یک فرضیه مبنای آرا ارائه شده در مباحث زیبایی شناختی در شهرسازی را شکل می دهد که: "پس از تعیین معیارها و اصول، طراح یا برنامه ریز از طریق فرایند طراحی یا سیاست گذاری، می تواند شهری با کیفیات مطلوب زیبایی شناختی ایجاد کند."

اما این فرضیه از چند جهت قابل نقد و بررسی است. نخست آن که طراحان یا برنامه ریزان تنها کسانی نیستند که نقش خالق شهر (یا فرستنده پیام) را ایفا می کنند و آن ها تنها کسانی نیستند که تصمیم می گیرند فضاها و مکان های شهری (پیام) حائز چه ویژگی هایی باشند: "بخش اعظم تصمیم سازی درباره این که چه نوع سازه ای، در چه زمان و در کجا باید بنا شود، در انحصار معماران و طراحان نیست. بلکه دیگرانی چون پیمانکاران و سیاست مداران نیز در آن نقش دارند. [...] یکی از ویژگی های محیط مصنوع که آن را به شدت جالب توجه می سازد، توانایی آن در بازنمایی تصمیم های شکل دهندگان آن، از قبیل مالکان، سرمایه گذاران، پیمان کاران، سازندگان، سیاست مداران، نمایندگان قانونی و دفتری و همچنین اعضای حرفه طراحی، حتی در کوچک ترین اعضای خود است [۴۳:۴۸۶]". پس به غیر از طراحان و برنامه ریزان، مجموعه وسیعی از افراد در شکل دهی به شهری با کیفیات مطلوب زیبایی شناختی موثر هستند که فرضیه مذکور، آن ها را نادیده گرفته است.

مسئله دوم آن است که این مجموعه وسیع از افراد گوناگون که به عنوان خالق شهر (یا فرستنده پیام) نقش ایفا می کنند، با "انگیزه ها، هدف ها، تصورات و تفسیر های متفاوتی" [۴۳:۴۸۷] از شهر، آن را خلق می کنند. اعضای حرفه ای طراحی تا حدودی بر مبنای آموخته های خود تصویر روشنی از ویژگی های مطلوب شهر دارند و هدف آن ها رسیدن به این ویژگی های مطلوب است؛ اما دیگران بر اساس اهداف، انگیزه ها و تصوراتی از ویژگی های مطلوب شهر، عمل می کنند که نه تنها متفاوت از اهداف اعضای حرفه ای طراحی است بلکه متفاوت از اهداف هر یک از نقش آفرینان دیگر نیز هست [۴۴:۵۱۸]. مجموعه افراد مختلفی که به عنوان خالق (یا فرستنده پیام) در شهر نقش می آفرینند بنا بر اهداف و انگیزه های خود، ارزش و اهمیت متفاوتی برای معیار های مختلف شهری با کیفیت مطلوب قائلند، به عبارت دیگر تصور و تعبیر هر یک از آن ها از "شهری با کیفیات مطلوب زیبایی شناختی" متفاوت است.

سومین مسئله آن که بر اساس فرضیه مذکور، کیفیات مطلوب زیبایی شناختی باید توسط طراحان و برنامه ریزان در "فرایند آگاهانه طراحی یا سیاست گذاری" به کار گرفته شود تا شهری با این کیفیات مطلوب ایجاد گردد. این در حالی است که مکان ها و فضاهای شهری تنها از طریق فرایند آگاهانه طراحی یا سیاست گذاری شکل نمی گیرند. فرایند شکل دهی به یک مکان یا فضای شهری بسیار پیچیده تر از آن است که تصور می شود و صرفاً شامل فرایند طراحی و سیاست گذاری نیست. کرمونا [۴۵] با تحقیق بر روی فضاهای شهری انگلستان، این فرایند پیچیده را تشریح می کند. از نظر وی فرایند شکل گیری یک مکان یا فضای شهری از چند زیر فرایند تشکیل شده است که علاوه بر فرایند طراحی، فرایند توسعه، فرایند استفاده از فضا و فرایند مدیریت فضا را نیز در بر می گیرد [۴۵:۶]. به طور خلاصه می توان گفت فرایند طراحی، فرایندی است که در آن طراحی "به صورت خودآگاه" به عنوان ابزاری برای شکل دهی "آگاهانه" آینده مکان ها، توسط طراحان متخصص در نظر گرفته می شود. فرایند توسعه، فرایند تهیه و تدوین برنامه های توسعه است که ارتباط پیوسته و تنگاتنگی با فرایند طراحی دارد. فرایند استفاده از فضا، فرایندی است که استفاده کنندگان از فضا به صورت ناآگاهانه از طریق این فرایند، شخصیت و کیفیت فضا را تغییر می دهند. فرایند مدیریت، تغییرات فیزیکی و اجتماعی است که در فضا صورت می گیرد و منجر به تغییر الگوی استفاده از فضا می شود [۴۵:۱۶-۲۶]. البته از نظر کرمونا این فرایند ها زیر مجموعه فرایند کلی تری هستند که مکان را شکل می دهد و خود تحت تاثیر عوامل مختلف قرار می گیرد. این فرایند کلی، تحت تاثیر زمینه تاریخی و زمینه اقتصادی سیاسی شکل گرفته و مجموعه ای از "روابط قدرت" است که نتایج نهایی آن را تعیین می کند [۴۵:۱۱-۱۲-۳۳]. مجموعه ای از "روابط قدرت" میان نقش آفرینان و ذینفعان فرایند شکل دهی مکان که در قلب فرایند، جریان و عملکرد خود فرایند و ماهیت دستاورد ها و نتایج آن را تعیین و شاید تحمیل می کنند [۴۵:۳۰]. با استناد به این موضوع، به سادگی نمی توان گفت که کیفیت مطلوب زیبایی شناختی از طریق "فرایند طراحی" قابل دستیابی است.

بنابراین فرضیه ای که روند مطالعات زیبایی شناختی بررسی شده را شکل داده است یعنی " کاربرد اصول و معیار های فضای شهری زیبا توسط طراح در فرایند طراحی یا توسط سیاست گذار و برنامه ریز در فرایند سیاست گذاری به منظور خلق فضای شهری زیبا " ، با سه نقد و چالش جدی مواجه است:

- نادیده گرفتن مجموعه گسترده ای از افراد که علاوه بر طراحان و برنامه ریزان در فرایند شکل دهی به شهر دخالت می کنند؛
- عدم توجه به نبود تعبیر و تصور مشترکی از " کیفیت مطلوب زیبایی شناختی " شهر در میان مجموعه افرادی که در خلق شهر شرکت می کنند؛
- و عدم توجه به ابعاد پیچیده و گسترده فرایندی که به خلق و شکل دهی مکان ها و فضاهای شهری منجر شده و صرفا شامل فرایند طراحی نمی شود.

این فرضیه با نادیده گرفتن نقش " سایر عوامل موثر بر شکل دهی به شهر " ، " تعبیر و تصاویر متفاوت آن ها از شهری مطلوب از نظر زیبایی شناختی " و " نقش سایر فرایندهای شکل دهی به شهر " ، روند تحقیقات زیبایی شناختی را به سوی تمرکز صرف بر " تعیین اصول و معیار های مطلوب زیبایی شناختی " پیش برده است. به همین دلیل است که این آرا همانگونه که گفته شد صرفا بر رابطه میان پیام و مخاطب و یا به عبارت بهتر بر رابطه میان فضای شهر و مخاطب آن و چگونگی تجربه زیبایی شناختی وی از آن متمرکز شده اند. این تحقیقات با فرضیه مذکور نیازی ندیده اند به رابطه فرستنده و پیام یا به عبارت دیگر به نقش افراد موثر در شکل دهی مکان ها و فضاهای شهری مطلوب از نظر زیبایی شناختی و چگونگی فرایند شکل دهی به آن ها بپردازند. از این رو عدم اشاره به نقش " فرستنده " در تعیین کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری در میان آرا مورد بررسی در زمینه زیبایی شناسی شهری، نشان دهنده یک خلا در ارتباط با این موضوع می باشد. پر کردن این خلا نیاز به زاویه دید جدیدی به موضوع زیبایی شناسی در شهرسازی دارد؛ نگاهی از زاویه خالق (یا خلق کنندگان) فضای شهری زیبا و نه صرفا مخاطب فضای شهری زیبا. در این صورت در بررسی کیفیت زیبایی شناختی فضاهای شهری، این مباحث که " خالق یا خلق کنندگان شهر (شامل شهروندان، طراحان، برنامه ریزان، مدیران و ...) با توجه به چه عواملی یک فضای شهری زیبا را خلق می کنند " و یا " چه عواملی در خلق فضای شهری زیبا دخیل هستند " مورد توجه قرار می گیرد؛ نه صرفا این موضوع که " فضای شهری زیبا (از دیدگاه مخاطبان یا متخصصان) دارای چه ویژگی هایی است ".

۵- نتیجه گیری

هدف این پژوهش دستیابی به دیدگاه نسبتا جامعی از عوامل موثر در تعیین کیفیت زیبایی شناختی فضاها و محیط های شهری است که طبق فرضیه این پژوهش، این عوامل را می توان با اقتباس از نظریه ارتباط زبانی یاکوبسن، شش عامل دانست: فرستنده، فرم، معنا، تماس، زمینه، مخاطب و فرستنده. طبقه بندی و بررسی مطالعات زیبایی شناختی در شهرسازی بر اساس عوامل شش گانه، نشان می دهد که این مطالعات نقش پنج عامل از این عوامل را در تعیین کیفیت زیبایی شناختی شهر تبیین کرده اند و برای تبیین آن از روند مشابهی پیروی نموده اند. آنها همگی به بررسی چگونگی " تجربه زیبایی شناختی " پرداخته و سپس بر اساس نظریه ای که ماهیت این تجربه را مشخص کرده است، هر یک نقش یکی از عوامل فرم، معنا، زمینه، تماس و مخاطب را در تعیین کیفیت زیبایی شناختی شهر برجسته نموده اند. اما مطالعات صورت گرفته در حوزه زیبایی شناسی شهری، با

تمرکز صرف بر "تجربه زیبایی شناختی"، نقش عامل "فرستنده" را به عنوان یکی از عواملی که کیفیت زیبایی شناختی شهر را تحت تاثیر قرار می دهد نادیده گرفته اند.

به نظر می رسد که این مطالعات به این علت از نقش فرستنده در تعیین کیفیت زیبایی شناختی شهر غافل مانده اند که نگاهی "تخصص محور" به فرایند شکل دهی شهر داشته اند. به این معنا که این مطالعات بر اساس این فرضیه شکل گرفته اند که "طراح یا برنامه ریز از طریق فرایند طراحی یا سیاست گذاری می تواند شهری با کیفیات مطلوب زیبایی شناختی ایجاد کند". تحقیقات زیبایی شناختی مورد بررسی بر اساس فرضیه مذکور، تنها نیاز طراحان و سیاست گذاران را دستیابی به تعریفی از "شهری با کیفیات مطلوب زیبایی شناختی" دانسته اند، به همین دلیل صرفاً به ترسیم یک شهر ایده آل از نظر کیفیت زیبایی شناختی پرداخته اند. این در حالی است که فرایند شکل دهی به شهر یک فرایند بسیار پیچیده شامل بر فرایند طراحی، فرایند توسعه، فرایند مدیریت و فرایند استفاده از فضا است که در این فرایندها علاوه بر طراحان، طیف وسیعی از مجموعه افراد مختلف از سیاست مداران، توسعه دهندگان، سازندگان، مالکان و ساکنان موثرند. در این میان زمینه تاریخی - سیاسی و روابط قدرت میان این مجموعه افراد نیز روند این فرایند بسیار پیچیده و نتایج آن را هدایت می کند.

با توجه به این امر، اگر طراحان و سیاست گذاران بخواهند به عنوان متخصصان حرفه ای بر خلق یک شهر ایده آل از نظر کیفیات زیبایی شناختی، تاثیر بگذارند نیازمند آن هستند که بدانند: نقش و میزان تاثیر سایر افراد و فرایندها در شکل دهی به کیفیات زیبایی شناختی شهر چیست؟ تصورات و تعبیر نقش آفرینان مختلف عرصه شکل دهی به فضای شهری از کیفیت مطلوب زیبایی شناختی چیست و چرا آن ها چنین تعبیر و تصویری دارند؟ ملاحظات و عواملی که این نقش آفرینان در خلق مکان ها و فضاهای شهری در نظر می گیرند چیست؟ آیا می توان این افراد و فرایندها را در جهت نیل به سوی معیارها و اصول زیبایی شناختی مورد نظر طراحان هدایت کرد و اگر می توان چگونه باید چنین امری تحقق یابد؟ و سوالات بسیار دیگری که - با در نظر گرفتن مجموعه گسترده افراد موثر در شکل دهی به فضاها و مکان های شهری و همچنین فرایند پیچیده این شکل دهی - می تواند پایه تحقیقات گسترده ای را در موضوعات زیبایی شناختی در شهرسازی شکل دهد.

^۱ این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده دوم با راهنمایی نگارنده اول با عنوان "تدوین اصول و معیارهای زیبایی شناسی شهری و کاربرد آن در طراحی شهری خیابان" است.

Verbal communication Theory

Roman Jakobson

Linguistics and poetics, T.A. (ed.) Style in Language, Comb. , MIT Press, 1960

^۵ زیبایی شناسی و فلسفه هنر دو حوزه در هم تنیده و در هم آمیخته اند و غالباً این دو اصطلاح به جای هم به کار می روند. زیبایی شناسی و فلسفه هنر از یکدیگر جدا نیستند، فلسفه هنر برای پرداختن به مسائل خود به زیبایی شناسی نیاز دارد و زیبایی شناسی هم برای پرداختن به آثار هنری به فلسفه هنر نیازمند است [۴۶:۲۲].

^۶ گرچه شاید کاربرد کلمه خالق یا طراح در باره مبحث پیچیده ای چون شهر نامتناسب به نظر برسد اما کاربرد آن در این جا فقط برای تقریب به ذهن است.

Content Analysis

^۸ مطالعات زیادی بر روی "معنا" در حوزه شهرسازی صورت گرفته است، اما در این مقاله صرفاً بر مطالعاتی تاکید شده که مستقیماً این موضوع را در ارتباط با زیبایی شناسی مورد بررسی قرار داده اند.

منابع :

۱- آرنهایم، رودولف (۱۹۶۵)، هنر و ادراک بصری، روانشناسی چشم خلاق، ترجمه مجید اخگر، ۱۳۸۶، تهران، انتشارات سمت

- ۲- بل، سایمون (۱۹۹۹)، منظر: الگو، ادراک و فرایند، ترجمه بهناز امین زاده (۱۳۸۲)، تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران
- ۳- کالن، گردن (۱۹۷۱)، گزیده منظر شهری، ترجمه منوچهر طبیبیان (۱۳۷۷)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- ۴- بازلمن (۱۹۹۸)، تصویر های متحرک، در کرمونا، متیو؛ تیزدل، استیو (ویراستاران)، خوانش مفاهیم طراحی شهری (ص ۴۵۵-۴۲۵)، ترجمه کامران ذکاوت و فرناز فرشاد، تهران: انتشارات آذرخش
- 5- Isaacs, Raymond (2000), The Urban Picturesque: An Aesthetic Experience of Urban Pedestrian Places, Journal of Urban Design, Volume 5, Issue 2, pages 145-180
- ۶- کرمونا، متیو و دیگران (۲۰۰۳)، مکان های عمومی فضاهای شهری، ترجمه فریبا قرایی و دیگران (۱۳۸۸)، تهران: انتشارات دانشگاه هنر
- ۷- لنگ، جان (۱۹۸۷)، آفرینش نظریه معماری: نقش علوم رفتاری در طراحی محیط، ترجمه علیرضا عینی فر (۱۳۸۱)، تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران
- 8- Lang, J. (1988). Symbolic aesthetics in architecture: toward a research agenda in Nasar, J. L. (Ed.). (1992). Environmental aesthetics: Theory, research, and application (pp.45-55). Cambridge University Press.
- 9- Nasar, J. L. (1994). Urban design aesthetics the evaluative qualities of building exteriors. Environment and behavior, 26(3), 377-401.
- 10- Kaplan, S. (1987), Aesthetics, affect, and cognition environmental preference from an evolutionary perspective, Environment and behavior, 19: 1 3-32.
- 11- Jakobson, R. (1960), Linguistics and poetics, T.A. (ed.) Style in Language, Camb, MIT Press.
- ۱۲- احمدی، بابک (۱۳۷۲)، ساختار و تاویل متن، تهران، نشر مرکز
- ۱۳- احمدی، بابک (۱۳۷۴)، حقیقت و زیبایی (درس های فلسفه هنر)، تهران: نشر مرکز
- ۱۴- راپاپورت، اموس (۱۹۸۲)، معنی محیط ساخته شده: رویکردی در ارتباط غیر کلامی، ترجمه فرح حبیب (۱۳۹۱)، تهران: انتشارات سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران.
- 15- Talen, Emily; Cliff, Ellis (2004), Cities as art: Exploring the possibility of an aesthetic dimension in planning, Planning Theory & Practice 5.1: 11-32.
- ۱۶- ترانسیک، راجر (۱۹۸۶)، فضای رها شده چیست؟، دیده شده در کرمونا، متیو؛ تیز دل، استیو (۱۳۹۰)، خوانش مفاهیم طراحی شهری، ترجمه کامران ذکاوت و فرناز فرشاد، تهران: انتشارات آذرخش
- ۱۷- تاتارکیه ویچ، و (۱۹۷۳)، فرم د ر تاریخ زیبایی شناسی، ترجمه کیوان دوستخواه (۱۳۸۱)، مجله هنر و معماری، ۵۲: ۴۶-۶۱
- 18- Moughtin, Cliff (2003), urban design: street and square, Routledge.
- ۱۹- بل، سایمون (۱۹۹۳)، عناصر طراحی بصری در منظر، ترجمه محمد رضا مثنوی (۱۳۸۷)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- ۲۰- آرنهایم، رودولف (۱۹۷۴)، پویه شناسی صور معماری، ترجمه مهرداد قیومی بید هندی (۱۳۸۲)، تهران: یازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت)
- ۲۱- زیته، کامیلو (۱۸۸۹)، ساخت شهر بر اساس مبانی هنری، ترجمه فریدون قریب (۱۳۸۸)، تهران: دانشگاه تهران
- ۲۲- کالن، گردن (۱۹۷۱)، گزیده منظر شهری، ترجمه منوچهر طبیبیان (۱۳۷۷)، تهران، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران
- ۲۳- هدمن، ریچارد؛ یازوسکی، ریچارد (۱۹۸۴)، مبانی طراحی شهری، ترجمه راضیه رضازاده، مصطفی عباس زادگان (۱۳۸۹)، تهران: مرکز انتشارات دانشگاه علم و صنعت.
- 24- Taylor, Nigel (2009), Legibility and Aesthetics in Urban Design, Journal of Urban Design, Vol. 14. No. 2, 189-202.

- 25- Kaplan, S. (1982). Where cognition and affect meet: A theoretical analysis of preference in Nasar, J. L. (Ed.). (1992). *Environmental aesthetics: Theory, research, and application* (pp.56-63). Cambridge University Press.
- 26- Kaplan, S. (1988). Perception and landscape: conceptions and misconceptions in Nasar, J. L. (Ed.). (1992). *Environmental aesthetics: Theory, research, and application* (pp.56-63). Cambridge University Press
- 27- Nohl, W. (1988). Open space in cities; in search of a new aesthetic. *Environmental aesthetics*, 74-83.
- 28- Stamps, A. E. (2007). Mystery of Environmental Mystery Effects of Light, Occlusion, and Depth of View. *Environment and Behavior*, 39(2), 165-197.
- ۲۹- لینچ، کوین (۱۹۸۱)، *تئوری شکل شهر*، ترجمه سید حسین بحرینی (۱۳۹۰)، تهران، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران
- ۳۰- لینچ، کوین (۱۹۷۲)، *حضور گذشته، در کرمونا، متیو؛ تیزدل، استیو (ویراستاران)*، خوانش مفاهیم طراحی شهری (ص ۴۶۹-۴۵۵)، ترجمه کامران ذکاوت و فرناز فرشاد، تهران: انتشارات آذرخش.
- ۳۱- لینچ، کوین (۱۹۶۰)، *سیمای شهر*، ترجمه منوچهر مزینی (۱۳۷۴)، تهران، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران
- ۳۲- نسر، جک ال (۱۹۹۷)، *تصویر ذهنی ارزیابانه از شهر*، ترجمه مسعود اسدی محل چالی، تهران: انتشارات آرمانشهر
- ۳۳- بیکن، ادموند (۱۹۷۴)، *طراحی شهرها*، تحول شکل شهر از اتن باستانی تا برازیلیای مدرن، ترجمه فرزانه طاهری، ۱۳۹۱، تهران: انتشارات شهیدی
- ۳۴- ماتلاک، جان ل. (۱۳۷۹)، *آشنایی با طراحی محیط و منظر*، جلد اول، ترجمه: معاونت آموزش و پژوهش سازمان پارک ها و فضای سبز شهر تهران، تهران: انتشارات سازمان پارک ها و فضای سبز شهر تهران
- ۳۵- بنتلی، ایپین (۱۹۸۵)، *محیطهای پاسخده، کتابی راهنما برای طراحان*؛ ترجمه مصطفی بهزادفر (۱۳۸۲)، تهران: دانشگاه علم و صنعت ایران
- ۳۶- گل، یان (۲۰۱۰)، *شهر انسانی*، ترجمه علی غفاری و لیلا غفاری، (۱۳۹۲)، تهران: موسسه علم معمار
- ۳۷- هال، ادوراد. (۱۹۶۶)، *بعد پنهان*، ترجمه منوچهر طیبیان (۱۳۹۰)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- 38- WUNDERLICH, FILIPA MATOS (2008), Walking and Rhythmicity: Sensing Urban Space, *Journal of Urban Design*, Vol. 13. No. 1, 125-139
- 39- Moughtin, J. C., Oc, Taner, Tiesdell, Steve (1999), *Urban Design: Ornament and Decoration*, Second Edition, Oxford: Architectural Press
- 40- Taylor, N. (1994). Aesthetic judgement and environmental design: is it entirely subjective?. *Town Planning Review*, 65(1), 21
- 41- Lothian, A. (1999). Landscape and the philosophy of aesthetics: is landscape quality inherent in the landscape or in the eye of the beholder?. *Landscape and urban planning*, 44(4), 177-198
- ۴۲- گل، یان (۱۹۸۷)، *زندگی در فضای میان ساختمان ها*، ترجمه شیما شصتی (۱۳۸۷)، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی
- ۴۳- ناکس، پل؛ اولوینز، پیتر (۲۰۰۰)، *سابقه محیط مصنوع*، در کرمونا، متیو؛ تیزدل، استیو (ویراستاران)، خوانش مفاهیم طراحی شهری (ص ۴۹۳-۴۸۵)، ترجمه کامران ذکاوت و فرناز فرشاد (۱۳۹۰)، تهران: انتشارات آذرخش
- ۴۴- رولی، آلن (۱۹۹۸)، *تصمیم سازان املاک در بخش خصوصی و کیفیت طراحی شهری*، در کرمونا، متیو؛ تیزدل، استیو (ویراستاران)، خوانش مفاهیم طراحی شهری (ص ۵۱۶-۵۲۹)، ترجمه کامران ذکاوت و فرناز فرشاد (۱۳۹۰)، تهران: انتشارات آذرخش
- 45- Carmona, Matthew (2014) The Place-shaping Continuum: A Theory of Urban Design Process, *Journal of Urban Design*, 19:1, 2-36
- ۴۶- سوانه، پیر (۱۳۸۸)، *مبانی زیباشناسی*، ترجمه: محمدرضا ابوالقاسمی، تهران: نشر ماه