

ارائه مدل مفهومی در جهت شناخت نقش جنسیت در ادراک زیبایی‌شناسی محیط

آیه کریمی^۱

۱. پژوهشگر دوره دکتری معماری، دانشگاه آزاد اسلامی همدان

چکیده:

امروزه در مباحث معماری و شهری، موضوع ادراک فضایی بالأخص ادراک زیبایی‌شناسی بسیار حائز اهمیت می‌باشد. زیبایی و نحوه ادراک آن، ازجمله مسائلی است که در عین دارا بودن معیارهای ثابت فیزیکی، بسته به عوامل متعددی از طرف انسان ازجمله "جنسیت ادراک‌کننده" متفاوت می‌باشد. محیط ممکن است با توجه به جنسیت استفاده‌کننده به گونه‌های متفاوتی ادراک شود که به نظر می‌رسد جهت خلق فضاهای معماری و شهری متعادل از نظر ادراک زیبایی‌شناسی به این مقوله بیشتر توجه شود. لذا هدف از مطالعه حاضر، بررسی چگونگی کیفیت ادراک زیبایی در محیط‌های ساخته‌شده معماری توسط دو جنس زن و مرد همچنین تأثیر عواملی ازجمله عوامل فردی و محیطی به‌عنوان عوامل مؤثر در ادراک زیبایی محیط‌های ساخته‌شده است. روش تحقیق مورد استفاده در مطالعه حاضر، روش توصیفی-تحلیلی می‌باشد و بر بستر مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی شکل گرفته است. درنهایت نیز با استفاده از استدلال منطقی به یافته‌ها پرداخته‌شده است. نتایج بیانگر آن است که زنان و مردان در دو وجه جنس و جنسیت دارای تفاوت‌هایی باهم هستند که این تفاوت‌ها طبق نظریات ادراک محیط، موجب تفاوت در احساس محیط و جنبه‌های شخصی آن‌ها می‌شود که این عوامل درنهایت می‌توانند بر تفاوت تجربه زیبایی‌شناختی زنان و مردان مؤثر باشد.

کلمات کلیدی: ادراک محیط، زیبایی‌شناسی، جنس، جنسیت.

در طول تاریخ بشریت، زیبایی همواره یکی از اجزای جدایی‌ناپذیر نیازهای انسان بوده است؛ چه در گذشته‌های دور که انسان ماقبل از تاریخ برای فائق آمدن بر دنیای متخاصم و گیج‌کننده‌ای که وی را احاطه کرده بود، وقایع پیرامونش را به دیواره‌های غار ترسیم می‌کرد (Greer, 2010) و چه امروز که زیبایی‌شناسی در تمامی ابعاد زندگی وی رسوخ کرده است (پاکزاد و ساکی، ۱۳۹۳: ۶). مطالعات نشان می‌دهد که تجربه زیبایی‌شناختی بیشتر در بستر تجربه‌ی حسی پدید می‌آید یا از آن ناشی می‌شود. به‌طور مثال از طریق مشاهده صورت‌ها، خطوط، رنگ‌ها، فضاها و بافت به همراه پیش‌زمینه‌های ذهنی به تجربه زیبایی‌شناسی نائل می‌شویم (یوسفی و زراع خلیلی، ۱۳۹۷: ۱۴۶). در این فرایند مخاطب عاملی مهم در فهم و دریافت یک اثر هنری است؛ بنابراین فرایند ادراک مخاطب که یک موضوع شناختی است، در خوانش و دریافت اثر جایگاه ویژه‌ای خواهد داشت (احمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱).

یکی از مهم‌ترین و ضروری‌ترین ابعادی که در طراحی محیطی باید به آن دقت شود، فرایند احساس، ادراک^۱ و شناخت^۲ محیطی است که تجربه زیبایی‌شناسی را برای انسان هموار می‌سازد. ادراک فضا، از مهم‌ترین و پیچیده‌ترین ابعاد شناخت و سنجش آن می‌باشد. طی چند دهه اخیر، مطالعات بسیاری در خصوص وجوه مختلف روانشناسی، زیبایی‌شناسی و ادراک در عرصه پژوهش انجام گرفته است و در این مطالعات منظر رشد یافته‌ای درباره‌ی تمایزات ادراکی مورد بحث قرار گرفته است. تفاوت‌های ادراکی انسان‌ها معمولاً تفاوت‌های نگرشی، سنی، فرهنگی، شغلی، جنسیت و ... می‌باشد (قمری و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۸). شناخت مخاطب و ذهنیت ادراکی وی از آثار هنری، شناخت بیشتری از این موضوع به همراه می‌آورد. همین امر سبب ارائه راهکارهایی جهت به اشتراک‌گذاری تجارب زیبایی توسط افراد مختلف می‌شود تا ویژگی‌های زیبایی‌شناسی آثار مغفول نماند و آثار هنری و معماری برای افراد مختلف قابل درک باشد.

جنسیت، به‌عنوان مهم‌ترین مقوله‌ای اجتماعی و فیزیولوژیکی و متأثر از فرهنگ عمومی جامعه، با مفهوم جنس که عموماً برای بیان همان مقوله از دیدگاه زیست‌شناختی به کار می‌رود متفاوت است. جنسیت یکی از ابعاد مهم تفاوت‌های فردی انسان‌ها است که می‌تواند بر نحوه ادراک فضا و در نتیجه ادراک زیبایی‌شناسی انسان تأثیر بگذارد. فضا و جنسیت تأثیرات متقابلی بر یکدیگر دارند. یک‌سوی این ارتباط در بازتاب‌های فضایی جنسیتی و سوی دیگر آن در نقش فعال فضا در تولید و بازتولید اجتماعی بیان می‌شود (ورمقانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۰). با توجه به تفاوت عمیق جنسیت در نیازهای روحی می‌توان با شناسایی و لحاظ کردن آن در طراحی، در تامین آسایش استفاده‌کنندگان از محیط، جهت پاسخگویی به مناسب به نیازهای جنسیتی آنها تلاش کرد.

بنابراین هدف از مقاله حاضر ارائه مدل مفهومی جهت شناخت نقش جنسیت در ادراک زیبایی‌شناسی محیط می‌باشد؛ بنابراین این سؤال به وجود می‌آید که بین جنسیت و ادراک زیبایی‌شناسی چه رابطه‌ای وجود دارد و جنسیت چگونه بر ادراک زیبایی‌شناسی تأثیر می‌گذارد. برای پاسخ به این سؤال ابتدا به بررسی مفاهیم زیبایی‌شناسی پرداخته می‌شود و سپس فرایند ادراک و شناخت در محیط مورد دقت قرار گرفته تا از این گذر نقش جنسیت در ادراک زیبایی‌شناسی مشخص و در قالب مدلی نظری ارائه گردد.

¹ Sensation

² Perception

³ Congnation

روش تحقیق:

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش، روش توصیفی-تحلیلی بوده و با استفاده از استدلال منطقی به تحلیل یافته‌ها پرداخته می‌شود. همچنین در شرح این مراحل و فرآیندهای انجام پژوهش از ابزارهای مشاهده، مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی استفاده شده است. بدین ترتیب، در مرحله اول به بررسی چارچوب نظری زیبایی‌شناسی و ادراک پرداخته می‌شود و در مرحله بعد با توجه به یافته‌های تحقیق و استدلال منطقی آن‌ها، نقش جنسیت در ادراک زیبایی‌شناسی بررسی می‌شود و در پایان مدل مفهومی با توجه به نقش جنسیت در ادراک زیبایی‌شناسی ارائه می‌گردد.

۲. ادبیات تحقیق

۲.۱. تعریف زیبایی‌شناسی

واژه "استتیک" به معنای "زیبایی‌شناسی" از لغت یونانی کلاسیک "استانستا" به معنای "ادراک کردن" و "استتا" به معنای "موضوعات ادراک شده" مشتق شده است. این واژه هم بر احساس و هم بر ادراکات حسی اطلاق می‌شود و به‌طور کلی "ادراک از طریق حواس" معنا می‌داد. از سده هجدهم به بعد این اصطلاح به نحو اختصاصی در باب هنر و زیبایی‌شناسی به کار گرفته شد. در قرن هجدهم "الکساندر گوتلیب باومگارتن" از واژه زیبایی‌شناسی برای نام‌گذاری آن چیزی بهره جست که خود آن را علم ادراک حسی نامید. پس از آن در رشته علمی جدید زیبایی‌شناسی که به‌عنوان بخشی از فلسفه به وجود آمد، به بررسی حواس پرداخته شد که تا آن زمان الزاماً با زیبایی سروکار نداشت (شاهچراغی و بندر آباد، ۱۳۹۴: ۲۲۰).

۲.۱.۱. حس زیبایی‌شناسی در انسان

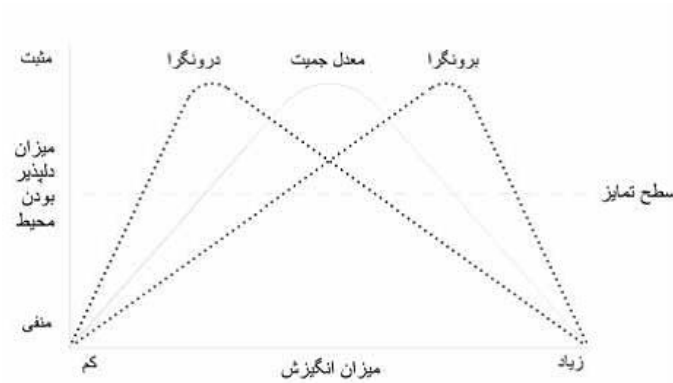
همان‌طور که اشاره شد، شدت زیبایی علاوه بر مقدار زیبایی پدیده زیبا، به مقدار درک ادراک‌کننده زیبایی نیز بستگی دارد. در مورد اینکه چه عواملی در ادراک زیبایی دخیل هستند نظرات مختلفی ابراز شده که می‌توان مجموعه‌ای این عوامل را حس زیبایی‌شناسی نامید. "سیبلی" دو قابلیت را برای ادراک زیبایی ضروری می‌داند: قابلیت عمومی که همگانی و شامل حواس ظاهری مثل بینایی، شنوایی و فهم است و قابلیت‌های ویژه که در افراد گوناگون متفاوت است مثل ذوق، ذکاوت، حساسیت و تشخیص یا درک زیبایی (طاهباز، ۱۳۷۷: ۸۶). "سانتایانا"، اصل و نسب، ویژگی‌های شخصیتی و محیط زندگی را در ادراک زیبایی مؤثر می‌داند. "هنفلینگ" آموزش را در نوع نگرش زیبایی‌شناسی بسیار مؤثر می‌داند (جعفری، ۱۳۶۹: ۶۸-۶۷). "کروچه" تعصب، سلیقه و میزان دقت و توجه را در ادراک زیبایی مؤثر می‌داند (طاهباز، ۱۳۷۷: ۸۶). می‌توان مجموع این صحبت‌ها را در چهار ویژگی اصلی حس زیبایی‌شناسی دسته‌بندی کرد:

۱- **تربیت‌پذیری:** به این مفهوم که آموزش می‌تواند در افزایش ادراک زیبایی دخالت داشته باشد و این احساس را تکامل بخشد.

۲- **تأثیرپذیری:** به این معنا که حس زیبایی‌شناسی می‌تواند تحت تأثیر عوامل مختلف کاهش یا افزایش یابد. این عوامل عبارت‌اند از خصوصیات شخصی، جنسیتی، پیش‌زمینه ذهنی، شرایط موقت مغزی و روانی، طبق بررسی‌های انجام‌شده توسط گروه‌هایی نظیر روانشناسان محیط و معماران، در کل ترجیح الگوهای بصری با تفاوت‌های شخصیتی ارتباط دارد که در طول زمان نیز تغییر می‌کند. درون‌گرایی و برون‌گرایی از مهم‌ترین این تفاوت‌هاست. افراد درون‌گرا برخلاف افراد برون‌گرا سطوح پایین‌تری از انگیزش را ترجیح می‌دهند که در آن نظم و تعادل به نحوی حاکم باشد. آن‌ها خواستار نظم‌ی قابل‌رؤیت‌اند و

^۱ Alexander Gottlieb Baumgarten

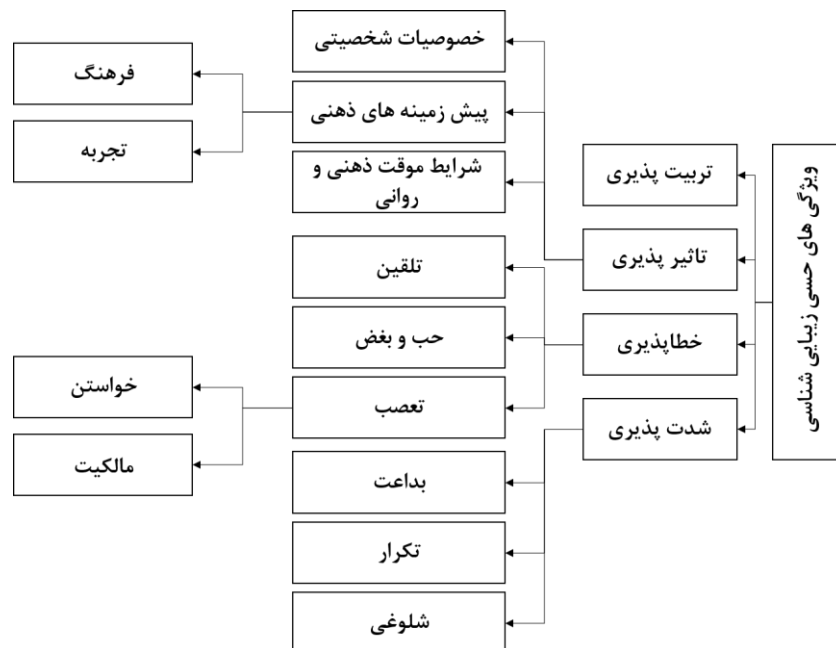
تمایلی به حرکت و بیان احساسی ندارند. در مقابل اشخاص برونگرا توجهی به نظم و سادگی طرح ندارند و بیشتر خواستار تحرک و جسارت هستند (نمودار ۱) (لنگ، ۱۳۹۰: ۲۲۷).



نمودار ۱. رابطه شخصیت و سطح انگیزش محیطی و دلپذیر بودن (لنگ، ۱۳۹۰)

۳- **خطا پذیری:** به این معنا که تلفیق (انس) و تعصب نسبت به یک پدیده می‌تواند در نوع احساس نسبت به آن مؤثر باشد. تلقین در ادراک زیبایی مؤثر است، زیرا تکرار دیدن یک پدیده باعث انس به آن می‌شود و سلیقه‌ی انسان را نسبت به آن متمایل می‌کند. این روش 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 و حس مالکیت و تمایل به خواستن بروز می‌کند.

۴- **شدت پذیری:** به این معنا که احساس زیبایی نسبت به یک پدیده به مقدار توجه به آن بستگی دارد و ممکن است تحت شرایط خاصی افزایش یا کاهش یابد. این عوامل عبارت‌اند از بداعت، تکرار و شلوغی (نمودار ۲) (طاهباز، ۱۳۷۷: ۸۷).



نمودار ۲. ویژگی‌های حسی زیبایی‌شناختی انسان از دیدگاه فلسفی، مذهبی و روانشناسی (برگرفته از طاهباز، ۱۳۷۷)

۲.۱.۲. انواع زیبایی‌شناسی

طبق تعاریف می‌توان گفت زیبایی دارای دو گونه ویژگی است: ویژگی‌های بیرونی و دیدنی که با حواس انسان درک می‌شود و ویژگی‌های درونی و نادیدنی که با اندیشه و عقل انسان درک می‌شود (سلیمانی و مندگاری، ۱۳۹۵: ۶۸). در ارتباط با این مفهوم دو دیدگاه برای زیبایی‌شناسی مورد تأمل قرار گرفته است:

۲.۱.۲.۱. زیبایی‌شناسی تجربی

زیبایی‌شناسی تجربی^۱ بر تجربیات فردی متکی بوده و دارای چهار موضع‌گیری است که عبارت‌اند از: الف) رویکرد نظریه اطلاعات، که محیط را مجموعه‌ای از پیام‌های محرک می‌داند و لذت‌بخش بودن پیام را وابسته به ساختار اطلاعات می‌داند. در این رابطه به عقیده آبراهام مولس^۲ (۱۹۶۶) هر چه پیام منظم‌تر باشد مفهوم لذت‌بخش‌تر و زیباتر است. ب) رویکرد معناشناسی که به جای اتکا به الگوی ساختار محیط بر معنای عناصر محیط در تداعی آگاهانه میان موضوع یا اثر و یک انگاره متکی است (لنگ، ۱۳۹۰، ۲۱۰). ج) رویکرد نشانه‌شناسی که از زبان‌شناسی گرفته شده و نوعی گسترش معناشناسی است. این رویکرد با تأکید بر اهمیت زمینه در تداعی معانی، از طریق نشانه‌شناسی با نظام‌های فرهنگی معانی محیط‌های طبیعی و ساخته شده سروکار دارد (Berlyne, ۱۹۷۴). د) رویکرد روان‌شناسی زیست‌شناختی که ریشه در روان‌شناسی گشتالت دارد. طبق این رویکرد میزان انگیختگی یک فرد با ادراک او از جالب بودن محیط همبستگی دارد. سطح انگیختگی وابسته به ساختار محیط، شخصیت، انگیزش و نیازهای فردی است (Helson, ۱۹۴۸).

۲.۱.۲.۲. زیبایی‌شناسی نظری

زیباشناسی نظری^۳ مانند پژوهش‌های روان‌شناختی اولیه، بر تحلیل درونی و باورهای شخصی از مفهوم زیبایی و خوشایند بودن محیط استوار است. چنین تحلیل‌هایی تحت عنوان هرمنوتیک^۴ پدیدارشناسی^۵ وجودی^۶ و سیاسی^۷ که همگی فلسفی‌اند، انجام شده‌اند. هر کدام از این رویکردها به سهم خود به شناخت هنر کمک می‌کنند، ولی تنها گروهی از پژوهشگران مدل‌های ماهیت تجربه زیباشناختی را بر مبنای نظریه‌های روان‌شناختی و تحلیل درونی تدوین کرده‌اند که مکاتب مختلفی را دربر می‌گیرد (لنگ، ۱۳۹۰، ۲۰۸). از جمله یکی از این مکاتب که مورد توجه محقق است رویکرد ماشینی‌گرای نظریه زیباشناسی است که زیبایی هنری را برانگیزانند؛ حواس انسان و تصویر ذهنی و تداعی حاصل از آن می‌داند. سانتایانا^۸ (۱۸۹۶) بر مبنای رویکرد بوم‌شناختی بین ارزش‌های حسی، فرمی، بیان - تداعی‌کننده (نمادین) تمایز قائل شده است (Gibson, ۱۹۷۹). او ارزش‌های حسی را حاصل لذت‌های ناشی از حواس پنجگانه و به‌ویژه حس‌های بینایی و شنوایی می‌داند. سانتایانا انرژی‌های محرک از قبیل شدت نور، رنگ، صدا، بو و لمس را برای مشاهده‌کننده‌های فضای معماری، لذت‌بخش می‌داند و به همین

¹ empirical aesthetics

² Abraham Moles

³ Speculative Aesthetics

⁴ hermeneutic

⁵ phenomenological

⁶ existential

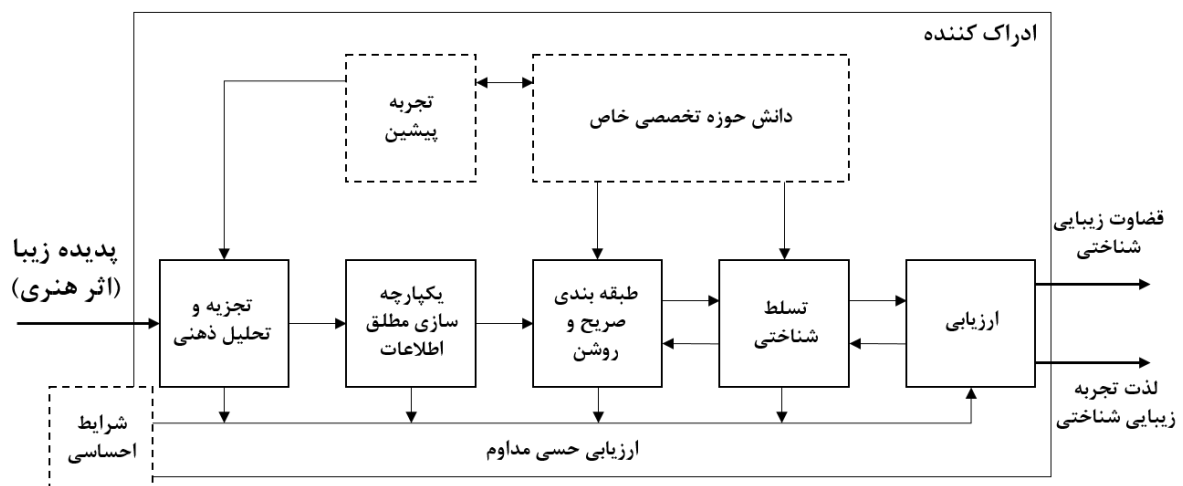
⁷ political

⁸ George Santayana

ترتیب ویژگی‌های فرمی که از طریق ساختار سطوح، بافت‌ها، روشنایی و رنگ به محیط شکل می‌دهند و تداعی‌هایی که الگوها ایجاد می‌کنند را جزء جنبه‌های اصلی تجربه زیباشناسی محیط می‌داند (لنگ، ۱۳۹۰، ۲۱۳).

۲.۱.۳. تجربه زیبایی‌شناسی و نظریات مرتبط با آن

این مسئله که تجربه زیبایی‌شناسی اصالتاً بخشی از ادراک است اولین بار توسط کلایوبیل^۱ در کتاب «هنر» وی مطرح شد و بعدها آمبرتو اکونیز در کتاب «قرون وسطی» بر این فرضیه صحنه گذاشت. آن‌طور که اسمیت می‌گوید، «درواقع هیچ نظریه زیبایی‌شناسی نداریم که بر اساس فعالیت مغز نبوده و کامل باشد، چه برسد به آنکه به‌تنهایی ژرفنگر باشد. چراکه کلیه هنرهای بصری، از طریق مغز بیان می‌شوند و بنابراین باید در تصور، اجرا و ادراک نیز از قوانین آن پیروی کنند؛ به‌بیان‌دیگر، «قوانین مغز» میراث مشترک انسان‌ها است و نتیجتاً باید به‌عنوان پایه‌ای از اشتراکات برای ساخت هرگونه نظریه‌ی ادراک زیبایی‌شناسی مفروض گردد» (Smith, 2003). با توجه مطالعات انجام توسط پاکزاد و ساکی نظریات مطرح‌شده در دوره معاصر در خصوص تجربه زیبایی‌شناسی را می‌توان در سه دسته عمده تقسیم‌بندی کرد. نکته حائز اهمیت آن است که هیچ‌کدام از این دسته‌ها با دیگری منافات نداشته و درواقع پوشش‌دهنده یکدیگر نیز می‌باشند (نمودار ۳).



نمودار ۳. مدل شما تیک تجربه زیبایی‌شناختی (Hekkert, 2006)

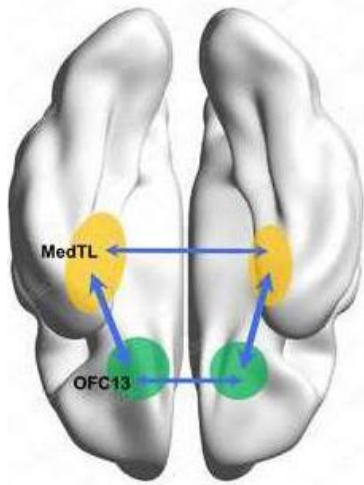
۲.۱.۳.۱. دیدگاه زیست‌شناختی

از زمان جنگ جهانی دوم تلاش‌ها و پژوهش‌های زیادی برای دریافتن شیوه‌ای که ممکن است مغز انسان بر آن اساس کار کند، صورت گرفته است؛ و بر همین اساس داده‌های تجربی قابل‌توجهی به‌دست‌آمده است که این فرضیه‌ی اولیه را که ذهن انسان به‌طور مداوم درگیر پردازش اطلاعات دریافت شده از جهان خارج است، تأیید می‌کند. باین‌حال، بحثی که همچنان بدون پاسخی دقیق برجای‌مانده، آن است که آیا ذهن انسان همان‌طور که نسبت به وجه کمی اطلاعات حساس است، نسبت به وجه کیفی آن نیز حساس است؟ درواقع آنچه همچنان جای تعمق دارد، وجود اساس بیولوژیکی برای توجیه ارزیابی‌های کیفی در ذهن انسان است (Smit, 2003). به‌عبارت‌دیگر، سؤالی که همچنان پاسخ دقیقی دریافت نکرده، آن است که آناتومی و فیزیولوژی مغز انسان تا چه حد مسئول نوع خاص و گسترده‌ای از تجارب که تحت عنوان زیبایی‌شناختی شناخته می‌شوند قرار

¹ Clive Bell

² Umberto Eco

دارد. فیزیولوژیست ها و روانشناسان سه مدل فرضی را برای توضیح عملکرد مغز ارائه کرده‌اند که شامل مدل تکامل نژادی، مدل نگرشی و مدل عملکردی - سلسله مراتبی می‌باشند. از جمله مطالعات ارزشمند در این زمینه مطالعات "سمیر زکی" می‌باشد که تحت عنوان «عصب زیبایی شناختی» معروف است (شکل ۱).



شکل ۱. قشر اوربیتو فرونتال میانی، اصلی ترین ناحیه مغز که در مواجهه با زیبایی برانگیخته می‌شود

(Source: www.sciencedaily.com)

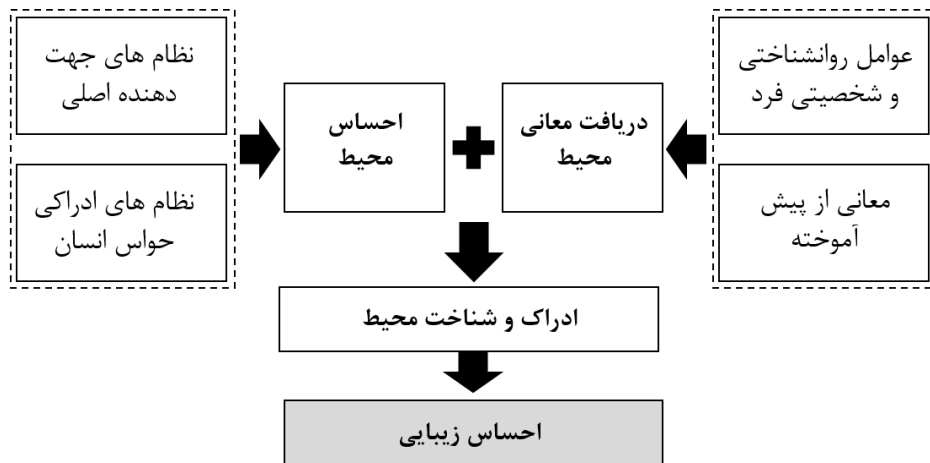
۲،۱،۳،۲. دیدگاه ادراکی

در این دیدگاه، بیشتر بر تشریح فرایند ادراک در انسان و بازشناسی جایگاه تجربه زیبایی شناختی در آن تمرکز شده است. چراکه پیگیری زیبایی در ذهن انسان با تشریح فرایند ادراک آغاز می‌شود. انسان با قرارگیری در محیط به‌طور پیوسته و با استفاده از حواس خود سیگنال‌هایی را از محرک‌های محیطی موجود دریافت می‌کند. پس از انتقال این سیگنال‌ها به‌صورت رمز و از طریق سیستم عصبی به مغز، بازخوانی آن‌ها توسط انسان منجر به شکل‌گیری واکنش‌ها و متعاقباً بروز رفتارهایی از وی می‌شود. بر این اساس، زمانی که با پدیده‌ای به‌اصطلاح زیبا برخورد می‌کنیم، اطلاعات حسی دریافت شده از آن توسط کانال‌های عصبی به مغز مخابره شده، مغز آن‌ها را واریسی نموده، پس از یکپارچه‌سازی و طبقه‌بندی این اطلاعات، آن‌ها را با مشاهدات پیشین خود قیاس می‌کند. در صورتی که این اطلاعات با مفاهیمی که در ذهن و در یک طبقه‌بندی بامعنی با عنوان «معیارهای زیبایی» فایل بندی شده‌اند سازگاری داشته باشد، ادراک‌کننده، پدیده‌ی مزبور را به‌عنوان پدیده‌ای زیبا تفسیر و ارزیابی می‌کند و متعاقباً همین ارزیابی است که به قضاوت و حس زیبایی‌شناسی منجر می‌شود (نمودار ۴) (پاکزاد و ساکی، ۱۳۹۳: ۹).

¹ The Phylogenetic Model

² The Attitudinal Model

³ The Funcnional-Hierarchical Model



نمودار ۴. فرایند ادراک زیبایی‌شناسی بر اساس دیدگاه اکولوژیک ادراک

۲.۱.۳.۳. دیدگاه روان‌شناختی گشتالتی

همان‌طور می‌دانیم ما انسان‌ها، موجودات پیچیده‌ای هستیم که قابلیت درک، تفسیر و عکس‌العمل آگاهانه و هوشمندانه‌ای نسبت به مسائل پیرامون خود داریم؛ اما فراموش نکنیم که از سوی دیگر، ما در محیطی قرار داریم که درک تمامی پیچیدگی‌های آن برای ما امکان‌پذیر نیست؛ بنابراین طبیعی است که از مجموع اطلاعاتی که از مرحله احساس به دست آورده‌ایم دست به انتخاب بزنیم؛ به بیان دیگر، گرچه در مرحله احساس به‌طور ناخودآگاه و به علت محدودیت در قابلیت‌های فیزیولوژیک از یک‌سو و توجه انتخاب از دیگر سو، تنها بخشی از اطلاعات محیط را دریافت کرده‌ایم، اما برای این‌که بتوانیم این اطلاعات خام را قابل‌استفاده کنیم نیز لازم است که آن‌ها را به اطلاعات قابل‌فهم برای خود تبدیل کنیم. بر اساس این دیدگاه، دریافت و ادراک اطلاعات در ذهن انسان در سه مرحله صورت می‌گیرد؛ در نخستین مرحله الگوی مجرد دوبعدی اشکال رنگین ادراک می‌گردد. بدین معنا که افراد در وهله‌ی اول متوجه می‌شوند که شیئی در خارج از بدن آن‌ها وجود دارد که متمایز از زمینه‌ی اطراف است؛ در مرحله دوم بعد و حجم شیئی را در فضا احساس می‌کند. بدین‌صورت که ابتدا خط بیرونی شیء (شکل) ادراک شده و سپس قسمت‌های داخلی آن به نظر رسیده و رنگ و روشنایی آن نیز در این هنگام ظاهر می‌شود. در مرحله سوم جنبه‌های نمادین مربوط به کارکرد حجم مذکور دریافت می‌شود. در واقع در این مرحله طبقه‌بندی و تشخیص هویت انجام می‌گیرد. البته مراحل مذکور به حدی با سرعت در ذهن صورت می‌گیرند که گویی هم‌زمان اتفاق می‌افتند؛ بنابراین در این دیدگاه ادراک آدمی همیشه بر اساس طرح، شکل و زمینه که نظم خاصی است، سامان می‌یابد (پاکزاد و ساکی، ۱۳۹۳: ۱۲).

۲.۱.۴. زیبایی‌شناسی محیطی

زیبایی‌شناسی محیطی با زیبایی‌شناسی هنرهای انتزاعی تفاوت دارد، هرچند که ممکن است ارتباطی هم بین آن‌ها یافت شود. در واقع زیبایی‌شناسی محیطی، تجربه ادراکی و احساسی محیط با استفاده از همه حواس است. «درک محیط به‌مثابه نظامی فراگیر از ادراکات (انسانی) شامل عواملی از این‌دست است: فضا، جرم، حجم، زمان، جابه‌جایی، رنگ، نور، بو، صدا، لمس، حرکت، الگو، نظم و معنا. در اینجا مراد از درک محیط، تنها در بصری نیست بلکه دخالت فعالانه‌ی تمام وجوه حسی را توأم با حس‌آمیزی در نظر داریم که مخاطب را با تمامی آگاهی و هشیاریش در این تجربه درگیر می‌کند و به‌علاوه یک جنبه ارزش‌گذاری نیز هست که دامنه‌ی درک مخاطب را پوشش می‌دهد و همین نکته است که زیربنای داوری‌های ارزشی مثبت یا

منفی ما را نسبت به محیطمان تشکیل می‌دهد؛ بنابراین، زیبایی‌شناسی محیطی عبارت است از بررسی تجربه درک محیط بر اساس ارزش ذاتی و مستقیم جنبه شناختی ادراکی» (برلینت، ۱۹۹۸: ۲۸۹).

گستره زیبایی‌شناسی محیطی بسیار فراتر از حدود معمول آثار هنری است که اشیایی زیبایی‌شناختی‌اند که برای درک و تأمل انسان‌ها آفریده می‌شوند. هر محیطی که وجه زیبایی‌شناسی در آن از اعتبار برخوردار باشد، دارای ارزش‌های زیبایی‌شناختی است و تحقیقات این حوزه نشان می‌دهد که نیاز است نظریه زیبایی‌شناسی را چنان بازآرایی کنیم که با موقعیت‌ها و کاربردهای گوناگون خارج از هنر که زیبایی‌شناسی در آن‌ها نقش مهمی دارد متناسب شود؛ زیرا نظریه کارآمد باید بتواند حضور و ماهیت تجربه زیبایی‌شناسی را در تمامی حالات، چه در هنر و چه در دیگر حوزه‌های فرهنگ بشری، تبیین کند. این جمله به آن معناست که باید حضور عامل زیبایی‌شناسی را نه تنها در مناظر، بلکه در هر نوع محیطی، از قبیل موقعیت‌های انسانی و روابط اجتماعی، به رسمیت بشناسیم (شاهچراغی و بندرآباد، ۱۳۹۴: ۲۲۷).

اکنون دو نگرش کلی در مطالعه زیبایی‌شناسی وجود دارد:

۱. تشخیص و درک عواملی که در ادراک یک شیء یا فرآیند تجربی زیبا حداقل خوشایند نقش دارد که این رویکرد روان‌شناختی است و به مطالعه فرآیند ادراک، شناخت و شکل‌گیری نگرش ارتباط دارد.
۲. درک توانایی انسان برای ابداع جلوه‌هایی که از نظر زیبایی‌شناسی خوشایند به حساب می‌آیند که این رویکردی متافیزیکی و روانکاوانه است و به مطالعه فلسفه زیبایی‌شناسی و فرآیندهای مربوط به خلاقیت می‌پردازد. در این دو نگرش نظریات زیبایی‌شناسی تدوین شده، این نظریات در سه دسته کلی گروه‌بندی می‌شوند: زیبایی‌شناسی حسی، زیبایی‌شناسی شکلی (فرمی)، زیبایی‌شناسی نمادین که هر سه دسته حدود زیادی بر مبنای رویکرد اکولوژیک ادراک هستند (لنگ، ۱۳۹۰: ۲۰۸). فرایند احساس و ادراک محیط، مراحل هستند که طی آن جنسیت مخاطب می‌تواند در آن تأثیر گذاشته و باعث تفاوت در شناخت محیط و ادراک زیبایی‌شناسی گردند که در ادامه به شرح آن پرداخته می‌شود:

۲.۲. ادراک محیط

ادراک انسان از هستی و نحوه این تعامل از موضوعات مهم در حوزه خلق آثار معماری است. با توجه به این‌که مرتبه ادراک انسان از هستی، سطح تعامل او و هستی را شکل می‌دهد، در راستای ارتقاء کیفیت خلق آثار معماری و شهرسازی شناخت مراتب و مراحل ادراک انسان مسئله‌ای ضروری است (تقدیر، ۱۳۹۶: ۴۹). بر این اساس، ادراک محیط بر دوپایه استوار است: ۱. حواس و ۲. فرایندهای شناختی ذهنی. حواس خود تحت تأثیر محرک‌های به دریافت اطلاعات می‌پردازد.

برای درک و دریافت فضا و کالبد معماری انسان باید با آن‌ها ارتباط برقرار کند. این ارتباط از طریق کانال‌های ارتباطی انسان، یعنی حواس میسر می‌شود؛ بنابراین نقش حواس انسان در تکامل روند ادراک بسیار ضروری بوده و نقش حیاتی دارد و هرگونه کوتاهی در آن یا بخشی از آن سبب نقص در فرایند ادراک می‌گردد (معظمی، ۱۳۹۰). مرحله‌ی احساس شامل تجزیه و تحلیل اطلاعات در مغز و معنی دادن به آن‌ها می‌شود. گیرنده‌های حسی اندام‌هایی هستند که نسبت به محرک‌های محیط حساس بوده و اطلاعات محیطی را دریافت می‌کنند (پاکزاد، بزرگ، ۱۳۹۵: ۱۰۱).

۲.۲.۱. فرآیندهای شناختی و ادراک محیط

زمانی که انسان با اطلاعات مختلف محاصره می‌شود، به صورت منفعلانه آن‌ها را نمی‌پذیرد، بلکه آن‌ها را گزینش می‌کند؛ زیرا مغز گنجایش تمامی اطلاعات محیطی و توانایی لازم برای چنین کاری را ندارد. این نکته را نباید نادیده گرفت که هر محیطی

بر اساس دسته‌ای از بنیان‌های خود استوار است فرهنگی شکل‌گرفته است و انسان برای معنا دهی و تفسیر دریافت‌های محیطی به تجارب و دانش قبلی خود وابسته است (مک اندرو، ۱۳۸۷).

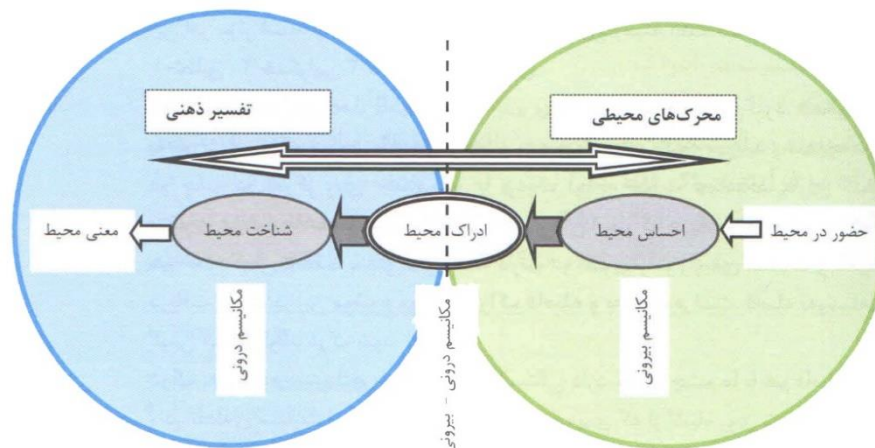
در این میان حواس پنجگانه انسان ابزار چنین پیوندی به‌مثابه دریچه‌های به جهان هستی هستند. حواس انسان فصل مشترک او با جهان هستی‌اند و اصیل‌ترین وسیله تماس او با جهان محسوب می‌شوند (اکبری و فلامکی، ۱۳۹۵: ۱۱). هانا آرنست فیلسوف سیاست و پدیده‌شناس ذهن، هستی همه کائنات را معلول به ادراک درآمدن توسط موجودات ذی‌شعور چون آدمیان معرفی می‌کند که مجهز به اندام حسی‌اند تا "بودن" آن‌ها را درک کنند و از کیفیت وجودشان آگاهی یابند (آرنست، ۱۳۹۱: ۳۷).

۲.۲.۲. ادراک معنای محیط

اطلاعاتی که به‌وسیله اعضای حسی گرفته می‌شود برای کسانی که محرک‌های به وجود آورنده آن‌ها یا محرک‌های مشابه را تجربه نکرده باشند، معنی و مفهوم خاصی نخواهد داشت، زیرا انسان با نمونه‌برداری، آزمایش و کسب تجربه در محیط، اعتبار تصاویر را برای محرک‌ها و پدیده‌های گوناگون بررسی می‌کند و شیوه‌های استنتاج و تعبیر و تفسیر این‌گونه تصاویر را فرامی‌گیرد؛ بنابراین پس از تأثیر فرایندهای شناختی بر دریافت‌های حسی و پردازش آن‌ها، عامل دیگری در تکمیل شناخت محیط و تشخیص رفتار متناسب با آن تأثیر می‌گذارد. عالم معنا دهی به محرک‌ها (با شناخت معنای محرک‌های محیط) که بستر آن در قالب یادگیری‌های فرد شکل می‌گیرد.

بنابراین پس از مرحله تأثیر فرایندهای شناختی در ادامه فرایند ادراک محیط، به نحوی یک واکنش درونی متأثر از مفاهیم احساسی، ارزشی، تجربی، روانی و ... صورت می‌گیرد. این موضوع موجب گسترش تفاوت‌های شناختی یا به عبارتی ادراک معنایی در میان طریق افراد می‌شود.

در صورتی که فرایند ادراک از آغاز مرحله احساس تا عبور از مرحله پردازش ذهنی (با کمک فرایندهای شناختی) به نحو صحیح و به‌دوراز اختلاط طی شود، فرد قادر به دریافت معانی از محیط می‌شود (ایروانی و خدایپناهی، ۱۳۹۵). دربیانی ساده، روند دریافت معانی موجود در مکان بدین گونه است که از طریق تجارب حسی در فرد رخ می‌دهد و در مرحله بعد شکل‌دهنده ادراک ناشی از آگاهی از طریق حواس است. پس از شکل‌گیری آگاهی ناشی از تجارب حسی در سطحی بالاتر این احساس به ادراک می‌پیوندد و منجر به شناختی کامل و عمیق می‌شود که همان ادراک معنایی تعریف می‌شود (نمودار ۵) (کلانی و مدیری، ۱۳۹۱: ۴۷).



نمودار ۵. مکانیسم درونی - بیرونی ادراک (مأخذ: شاه‌چراغی؛ بندر آباد، ۱۳۹۴: ۱۷۷)

۲.۳. جنسیت و ادراک زیبایی‌شناسی محیط

مطالعات نشان می‌دهد که تجربه زیبایی‌شناسی بیشتر در بستر تجربه حسی پدید می‌آید یا از آن ناشی می‌شود. به‌طور مثال، ما از طریق مشاهده‌ی صورت‌ها، خطوط، رنگ‌ها، فضاها و بافت‌های یک اثر نقاشی به تجربه زیبایی‌شناسی آن نائل می‌شویم و همراه با مشاهده‌ی عناصر مزبور در آن، چیزهایی از قبیل سرزندگی یا آرامش، سردی و ملال، تحرک یا سکون، زمختی، وضوح یا شفافیت، احساسات رقیق یا شوخ طبیعی و ... را تجربه می‌کنیم (کالینسون، ۱۳۸۸: ۱۵)؛ اما در ادراک زیبایی‌شناسی محیط به نظر می‌رسد طبق نظریات اکولوژیک بارکر، علاوه بر احساس محیط توسط گیرنده‌های حسی، عوامل دیگری نیز مانند «جنبه‌های شخصی» و «معانی از پیش آموخته» بر ادراک زیبایی‌شناسی انسان از محیط تأثیر داشته باشد؛ بنابراین در این فرایند مخاطب عاملی مهم در فهم و ادراک محیط است؛ بنابراین فرایند ادراک مخاطب که یک موضوع روان‌شناختی و معرفت‌شناختی است در خوانش و دریافت اثر جایگاه ویژه‌ای خواهد داشت (احمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱).

بنابراین واضح و روشن است که تفاوت‌های جنس و جنسیتی در بُعد فیزیولوژیکی و اجتماعی می‌تواند بر شناخت مخاطب و ذهنیت ادراکی وی از زیبایی‌شناسی محیط مؤثر باشد. همین امر لزوم ارائه راهکارهایی جهت به اشتراک‌گذاری تجارب زیبایی‌شناختی با توجه به جنسیت در فضاهای معماری را بیان می‌کند.

۲.۳.۱. جنس و جنسیت

مطالعات مربوط به جنسیت در دهه‌های اخیر وارد مقوله فضا، به‌طور عام و فضاهای معماری و شهری، به‌طور خاص، شده و مبحث دیگری از دانش اجتماعی فضا را گشوده است. به‌طور کلی، شناسایی تفاوت‌های بین زن و مرد می‌تواند نقش تأثیرگذاری بر رفتار هر یک از طرفین ایفا کند (للحج و موسوی، ۱۳۹۷: ۸۷). این تفاوت‌ها بتبع در ادراک زیبایی‌شناسی محیط نیز تأثیر دارد. توجه به این نکته نیز ضروری است که جنسیت و ویژگی‌های جنسیتی متناسب با فرهنگ هر منطقه ظهور متفاوتی دارد و به همان نسبت در شکل‌گیری فضا تأثیرگذار است (Johnston, 2015: 808).

جنسیت به‌عنوان مؤلفه پنهان در ارتباط با فضا و مکان، به‌خصوص در ارتباط با فضای شهری، مورد کم‌توجهی قرار گرفته است؛ به‌عبارت‌دیگر تبدیل به مؤلفه‌ای گم‌شده در فضا و طراحی آن شده است. قبل از پرداختن به مفاهیم و تفاوت جنسیتی ابتدا نگاهی می‌اندازیم به معنی واژه جنسیت و تفاوت آن با واژه جنس. جامعه‌شناسان بین جنس و جنسیت تفاوت قائل‌اند، به‌گونه‌ای که جنس بر اساس تفاوت ویژگی‌های جسمی به وجود می‌آید در صورتی که جنسیت معرف باورها و رفتارهایی است که مرد یا زن بودن را نشان می‌دهند و مفهوم آن در فرهنگ‌های گوناگون و طبقات اجتماعی تغییرپذیر است (هولمز، ۱۳۸۷: ۲۶ و ۳۷). جنس و جنسیت با حدود بدن افراد تعریف نمی‌شود، بلکه با مناسبات اجتماعی ارتباط دارد و از طریق فضا شکل گرفته و بسط پیدا می‌کند (تانکیس، ۱۳۸۸: ۱۴۷). در واقع، جنس یک واقعیت جسمی و زیست‌شناختی بوده و جنسیت یک مفهوم اجتماعی است که ساختار اجتماعی شامل مفاهیم مردانگی و زنانگی در فرایند اجتماعی شدن افراد است (Cuthbert, 2006: 128). ساختار اجتماعی در کنار باورها و تصورات افراد در مورد مرد و زن بودن نقش مهمی در شکل‌گیری رفتار جنسیتی آن‌ها ایفا می‌کند. از سوی دیگر مفهوم جنسیت در فرهنگ‌های گوناگون و طبقات اجتماعی تغییر کرده؛ آن‌ها به شیوه‌های مختلفی مرد و زن بودن را نشان می‌دهند و به طرق گوناگون در زندگی افراد به کار می‌گیرند. به‌طوری‌که در تمامی فرهنگ‌ها انتظارات خاصی بر زنان و مردان تحمیل می‌شود (هولمز، ۱۳۸۷: ۳۶، ۴۹ و ۶۳). از این‌رو

¹ Social Construct

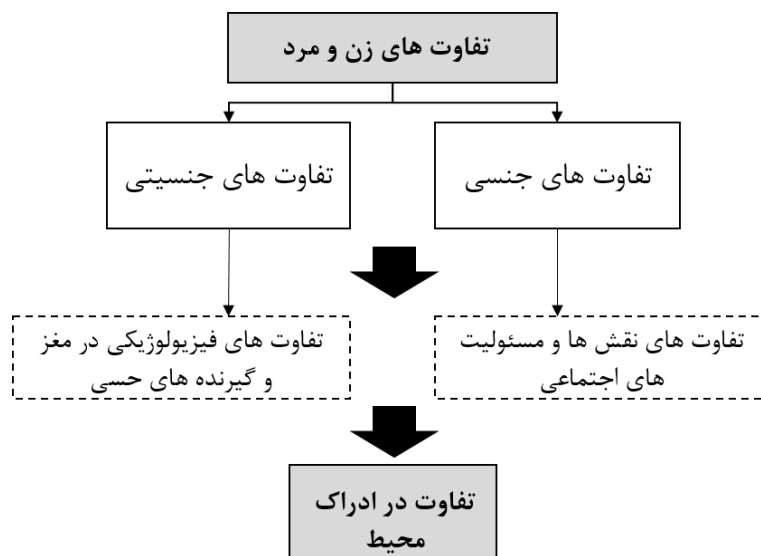
² Masculinity

³ Femininity

جنسیت مشمول رفتارها، کنش‌ها و اندیشه‌های اجتماعی است که فرهنگ حاکم در هر جامعه‌ای را به عهده دو جنس نهاده است (براتی و سلیمانی نژاد، ۱۳۹۰: ۲۳).

از نظر جنسی نیز مطالعات زیادی در خصوص تفاوت‌های زن و مرد در زمینه ادراک صورت گرفته است. در سال ۱۹۹۹ پروفیسور روبن گارامحقق مغز در مرکز پزشکی دانشگاه پنسیلوانیا کشف کرد که ماده خاکستری مغز زنان بیشتر از مردان است. مغز محاسبات خود را در ماده خاکستری مغز انجام می‌دهد. با توجه به این یافته می‌توان دریافت که دلیل آن که زنان در برقراری ارتباط راحت‌ترند چیست (پیز و پیز، ۲۰۰۱: ۶۳). مغز دخترها طوری طراحی شده که به مردم و چهره‌ها توجه می‌کنند ولی مغز پسرها روی اشیاء تمرکز دارد. بررسی نوزادان از بدو تولد تا چندماهگی این نکته را به‌وضوح نشان می‌دهد که پسرها اشیاء و دخترها مردم را دوست دارند (همان، ۱۶۹).

زنان و مردان از نظر عوامل زیست‌شناسی در هورمون‌های جنسی، ساختمان بدن، فعالیت‌ها و ویژگی‌های مغز متفاوت‌اند به همین دلیل در ادراک نیز باهم تفاوت دارند. در زنان نیمکره چپ مغز است که هدایت سمت راست بدن، ریاضیات، هوش کلامی، منطق و استدلال، واقعیات، تجزیه و تحلیل و درک جزئیات را به عهده دارد. در مردان نیم کره غالب مغز نیمکره راست است که هدایت سمت چپ بدن، هنر، هوش بصری، درک مستقیم، عقیده و نظر تئوری، تخیل، در کلیات را بر عهده دارد (نمودار ۶) (پاکزاد و بزرگ، ۱۳۹۵).



نمودار ۶. انواع تفاوت‌ها در زنان و مردان

۲.۳.۲. تفاوت مردان و زنان در احساس محیط

گیرنده‌های حسی مثل چشم، گوش، بینی، زبان، پوست در زنان و مردان ویژگی‌های فیزیولوژیکی یکسان اما توانمندی‌های گوناگون دارند. این تفاوت در احساس محیط به همراه ویژگی‌های جنسیتی می‌تواند طبق نظریات اکولوژیک بارکر بر ادراک و تجربه زیبایی‌شناسی آن‌ها تأثیرات متفاوت ایجاد کند. در ادامه در غالب جدول ۱ به بررسی برخی از این تفاوت‌ها در احساس محیط می‌پردازیم.

جدول ۱. بررسی تفاوت‌های حواس در زنان و مردان

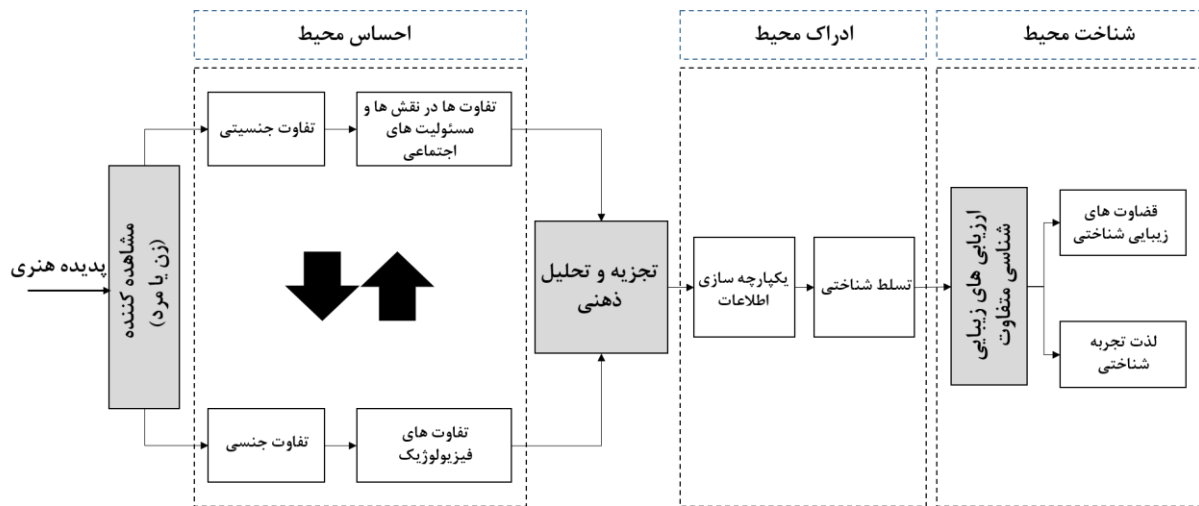
مردان	زنان	حواس
تشخیص راحت‌تر رنگ‌های اصلی، دید بهتر در شب، دید سه‌بعدی بهتر	چشمان قوی‌تر، تشخیص طیف رنگی و رنگ‌های ترکیبی، دامنه دید وسیع‌تر، دید دوبعدی بهتر	بینایی
فقط نیم‌کره چپ مغز را به کار می‌گیرند، تشخیص بهتر جهت صدا	هر دو نیم‌کره مغز را به کار می‌گیرند، تشخیص بهتر صدا از راه دور	شنوایی
پوست‌کلفت تری دارند، پوست پشت سر مردان چهار برابر ضخیم‌تر از پوست روی شکم آنان است.	حساسیت زنان به لمس و فشار ده برابر مردان است، تحمل پوست زنان در برابر سرما بیشتر است.	لامسه
قدرت مردان در تشخیص شوی و تلخی بیشتر است	چشایی و بویایی قوی‌تر، در تشخیص شیرینی قوی‌ترند، شامه زنان قوی‌تر است	چشایی-بویایی

۲.۳.۳. تفاوت مردان و زنان در ادراک زیبایی‌شناسی محیط

تفاوت اصلی در فرایند ادراک در زنان و مردان، کل‌نگری و جزءنگری است. فرایند ادراک مردان کل به جزء است؛ یعنی ابتدا کلیت را درک می‌کنند سپس به جزئیات توجه می‌شود. کل چند چیز بیش از جمع جبری آن است؛ اما اغلب زنان در فرآیند ادراک جزء به کل است. وقتی در بافت شهری مستقریم به نظر می‌رسد مردان ابتدا کلیت فرم بناها را درک می‌کنند و سپس جزئیات را اما زنان ابتدا جزئیات را و سپس کلیات را درک می‌کنند. البته باید توجه داشت که این فرایند در چند ثانیه اتفاق می‌افتد و درنهایت هر دو گروه (مردان و زنان) یک واقعیت را تجربه می‌کنند اما از نظر ذهنی، ذهن هر یک‌رویی یک بخش تأکید دارد.

زنان در محیط با جزئیات بیش‌ازحد، بیشتر احساس سردرگمی می‌کنند. از این‌رو، در فضاهایی مانند اتوبان‌ها که سرعت‌بالاست و توجه به عناصر محدودی جلب می‌شود، مردان به راحتی دید خود را متمرکز می‌کنند. برای هموار کردن شرایط برای زنان نیز لازم است محیط پیرامون را کم جزئیات نگه داشت تا عناصری که باعث سردرگمی در محیط برای زنان می‌شوند، کنترل شوند. زنان در محیط‌های شلوغ بیش از مردان انرژی مصرف می‌کنند و زودتر خسته و عصبی می‌شوند. تجسم فضایی یکی از قوی‌ترین توانایی‌های مردان است. خانم‌ها در تشخیص اشکال دوبعدی و مردان در تجسم اجسام سه‌بعدی بهتر عمل می‌کنند. حس جهت‌یابی مردان، بهتر از زنان است. مردان به دلیل تجسم فضایی بهتر، قادرند به خوبی نقشه شناختی، موقعیت خود و عناصر مهم را نسبت به هم بیابند.

نتایج مطالعات نشان می‌دهد که در خصوص عناصر زیبایی‌شناسانه و تجربه زیبایی‌شناسی، زنان به نورپردازی و رنگ نمای فضاهای داخلی و دکوراسیون و جزئیات توجه بیشتری نشان می‌دهند. تأمین روشنایی مناسب برای سطوح، باعث اجتناب از تفاوت‌های بیش‌ازحد روشنی سطوح وسیع می‌شود که در میدان دید قرار دارند؛ تفاوت‌های زیاد در روشنی سطوح همانند و درخشندگی بیش‌ازحد باعث منابع نوری باعث خستگی زنان می‌شود. علاوه بر نورپردازی، رنگ فضاها بیشتر موردتوجه بانوان است، به‌طورکلی رنگ‌ها نباید قوی یا ضعیف باشند (نمودار ۷).



نمودار ۷. فرایند ادراک زیبایی‌شناسی با توجه به نقش جنسیت

نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر باهدف ارائه مدل مفهومی در جهت شناخت نقش جنسیت در ادراک زیبایی‌شناختی محیط صورت پذیرفت. امروز مراجعه به مسئله جنسیت و بحث در مورد آن در حوزه مباحث فمینیستی شایع است و لکن بحث‌های تخصصی در مورد اهمیت و تأثیر جنسیت در حوزه زیبایی‌شناسی همچنان دارای نقصان در زمینه مطالعات می باشد. در این راستا و در جهت شناسایی عوامل مؤثر بر تفاوت‌های ادراکی زیبایی‌شناسی در زنان و مردان این مطالعه در چند گام انجام شد. در گام نخست، به بررسی زیبایی‌شناسی و انواع دسته‌بندی‌های موجود در خصوص زیبایی‌شناختی پرداخته شد. نتایج این قسمت مشخص کرد که به‌صورت کلی می‌توان نظریات مربوط به تجربه زیبایی‌شناختی را در سه دیدگاه "زیست‌شناختی"، "ادراکی" و "روان‌شناختی گشتالتی" دسته‌بندی کرد؛ که هر سه دسته تا حدود زیادی بر مبنای رویکرد اکولوژیک ادراک هستند.

در گام دوم تحقیق، به بحث ادراک محیط پرداخته شد و تعاریف و فرآیند آن جهت بررسی ادراک زیبایی‌شناسی، مدنظر قرار گرفت. نتایج این بخش حاکی از آن بود که فرایند ادراک زیبایی‌شناسی در محیط بر اساس پردازش ذهنی ناشی از احساس محیط به همراه جنبه‌های شخصی و معانی از پیش آموخته اتفاق می‌افتد و بر این اساس شناخت محیط حاصل می‌گردد.

در گام پایانی نیز با استفاده از مطالعات موجود و استدلال منطقی یافته‌ها، این نتایج حاصل شد که تفاوت‌های موجود در زنان و مردان از نظر ادراکی را می‌توان در دودسته تقسیم‌بندی نمود. دسته اول مربوط به مسائل جنسی و فیزیولوژیکی می‌باشد که شامل تفاوت در گیرنده‌های حسی و حواس زنان و مردان و نحوه کارکرد مغز آنها است. دسته دوم اختلافات مربوط به تفاوت‌های جنسیتی بوده که جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی و تفاوت نقش‌ها و مسئولیت‌های اجتماعی مربوط می‌شود. این تفاوت‌ها طبق نظریات ادراک محیط می‌توانند در مراحل احساس محیط و شناخت محیط بر ادراک زیبایی‌شناختی محیط تأثیر گذاشته و باعث تمایز در تجربه زیبایی‌شناختی در زنان و مردان گردند.

در نتیجه، به نظر می‌رسد که تمایز در جنس و جنسیت می‌تواند باعث تمایز در تجربه زیبایی‌شناختی گردد؛ بنابراین به نظر می‌رسد برای به تعادل رسیدن محیط زندگی و خروج از محیط‌های صرفاً مردانه، باید زنان بیشتری در ساخت‌وسازها به‌عنوان طراح و برنامه‌ریز مشارکت کنند. بناها باید توسط هر دو گروه مردان و زنان طراحی و استفاده شوند. یک‌راه، مشارکت دادن زنان در پروسه طراحی، چه در مقیاس معماری و چه در مقیاس شهری است. تأکید می‌گردد این بحث به‌هیچ‌وجه اصراری بر

تک جنسیتی بودن فضای شهری یا معماری ندارد بلکه این اعتقاد وجود دارد که می‌توان از این یافته‌ها در جهت طراحی محیطی که به صورت مطلوب پاسخ گوی نیازهای زیبایی‌شناسی زنان و مردان به صورت متعادل است استفاده کرد.

منابع:

۱. احمدی، حسین؛ وطن‌دوست، رسول و شیروانی، مریم، (۱۳۹۵). خوانش و ادراک و دریافت زیبایی در نظرگاه مخاطبان آثار ۲. هنری بر اساس مقایسه آری فلاسفه اسلامی و غربی، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۴، صص: ۱۳-۲۰.
۳. آرنه، هانا، (۱۳۹۲)، میان گذشته و آینده، ترجمه: سعید مقدم، چاپ دوم، تهران: نشر دات.
۴. اکبری، علی و فلامکی، محمد منصور، (۱۳۹۵)، بررسی جایگاه "ادراکات حسی" و "احساس" در پدیده‌شناسی فضای ساخته‌شده، ۵. پژوهش‌های انسان‌شناسی، دوره ششم، شماره ۴۸، صص: ۲۱-۷.
۶. ایروانی، محمود و خدا پناهی، محمد کریم، (۱۳۹۵)، روانشناسی احساس و ادراک، چاپ بیستم، تهران، انتشارات سمت.
۷. براتی، ناصر و سلیمان نژاد، محمدعلی، (۱۳۹۰). ادراک محرک‌ها در محیط کنترل‌شده و تأثیر جنسیت بر آن. نشریه باغ نظر، سال ۸، شماره ۱۷، صص: ۱۹-۳۰.
۸. برلینت، آرنولد، (۱۹۹۸). زیبایی‌شناسی محیطی، ترجمه: جواد علافچی، نشریه هنرهای شناخت، شماره ۱۶.
۹. پاکزاد، جهان‌شاه و بزرگ، حمیده، (۱۳۹۵)، الفبای روانشناسی محیط برای طراحان، چاپ چهارم، تهران، آرمان‌شهر.
۱۰. پاکزاد، جهان‌شاه و ساکی، الهه، (۱۳۹۳). تجربه زیبایی‌شناختی محیط. نشریه هنرهای زیبا، دوره ۱۹، شماره ۳، صص: ۵-۱۴.
۱۱. پیز، باربارا و پیز، آلن، (۲۰۰۱). چرا مردان گوش نمی‌دهند و زنان نمی‌توانند نقشه بخوانند. ترجمه: ناهید رشید و نسرين گلدار، چاپ هفتم، تهران: انتشارات آسیم.
۱۲. تانکیس، فرن، (۱۳۸۸). فضا، شهر و نظریه اجتماعی مناسبات اجتماعی و شکل‌های شهری. ترجمه: حمید پارسی و آرزو افلاطونی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۳. تقدیر، سامانه، (۱۳۹۶)، تبیین مراتب و فرایند ادراک انسان و نقش آن در کیفیت خلق آثار معماری بر اساس مبانی حکمت متعالیه، نشریه پژوهش‌های معماری اسلامی، سال ۵، شماره ۱۴، صص: ۶۹-۴۸.
۱۴. جعفری، محمدتقی، (۱۳۶۹). زیبایی و هنر از دیدگاه اسلام، تهران، حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی.
۱۵. سلیمانی، مریم و مندگاری، کاظم، (۱۳۹۵). زیبایی‌شناسی خانه سنتی ایرانی: بازشناسی مؤلفه‌های زیبایی بر اساس مبانی برخاسته از زمینه. نشریه هویت شهر، شماره ۲۸، سال ۱۰، صص: ۶۷-۷۸.
۱۶. شاهچراغی، آزاده و بندرآباد، علیرضا، (۱۳۹۴). محاط در محیط؛ کاربرد روانشناسی محیط در معماری و شهرسازی، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۷. طاهباز، منصوره، (۱۳۷۷). زیبایی در معماری. نشریه صفحه، شماره ۳۷.
۱۸. قمری، اخلاص؛ طلپسچی، غلامرضا و دژداد، امید، (۱۳۹۶). رویکردی تحلیلی به بررسی جنسیت و تفاوت‌های آن در ادراک فضای کالبدی، نمونه موردی: فرهنگسراهای شهر تهران. نشریه معماری و شهرسازی آرمانشهر، شماره ۲۱، صص: ۷۷-۸۶.
۱۹. کالینسون، دایانه، (۱۳۸۸). تجربه زیبایی‌شناختی. ترجمه: فریده فرنودفر، تهران: انتشارات فرهنگستان هنر.
۲۰. کلالی، پریسا و مدیری، آتوسا، (۱۳۹۱)، تبیین نقش مؤلفه معنا در فرایند شکل‌گیری حس مکان، نشریه معماری و شهرسازی هنرهای زیبا، دوره هفدهم، شماره ۲، ۴۳-۵۱.

۲۱. للّج، رفیعہ و موسوی، میرسعید، (۱۳۹۷). نگرش روانشناختی به نقش جنسیت در قابلیت‌های ادراک فضای معماری. نشریه معماری و شهرسازی آرمانشهر، شماره ۲۳، صص: ۸۵-۹۴.
۲۲. لنگ، جان، (۱۳۹۰). آفرینش نظریه معماری؛ نقش علوم رفتاری در طراحی محیط. ترجمه: علیرضا عینی فر، تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۲۳. معظمی، منوچهر، (۱۳۹۰)، تلقی استاد از فضا و تأثیر آن بر آموزش معماری، نشریه هنرهای زیبا، شماره ۴۸، صص: ۵۷-۶۸.
۲۴. مک اندرو، فرانسیس تی، (۱۳۸۷)، روانشناسی محیطی، ترجمه: غلامرضا محمودی، چاپ اول، انتشارات زرباف اصل، تهران.
۲۵. هولمز، ماری، (۱۳۸۷). جنسیت و زندگی روزمره. ترجمه: محمدمهدی لیبی، تهران: نشر افکار.
۲۶. ورمقانی، حسنی؛ سلطانزاده، حسین و دهباشی شریف، مزین، (۱۳۹۴). رابطه جنسیت و فضا در عرصه‌های خصوصی و عمومی دوره قاجار. نشریه باغ نظر، شماره ۳۷، سال ۱۲، صص: ۲۹-۴۰.
۲۷. یوسفی، رسول و زارع خلیلی، (۱۳۹۷). عوامل اجتماعی مؤثر بر ادراک زیبایی‌شناختی هنر (مطالعه موردی: دو دانشکده دانشگاه شیراز در سال ۱۳۹۷). نشریه جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، دوره ۱۰، شماره ۲، ۱۴۵-۱۷۰.
28. Berlyne, D. E. (1974). *Studies in The new Experimental Aesthetics*. Washington, d. c.: hemisphere publishing corp.
29. Gibson, J. J. (1979). *An Ecological Approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin
30. Cuthbert, Alexander R. (2006). "The Form of Cities; Political Economy and Urban Design". Oxford: Blackwell publishing.
31. Greer, B. (2010). *Beauty, Wellbeing & Prosperity*. London: Commissions for Architecture and the Built Environment.
32. Hekkert, P. (2006). *Design Aesthetics: Principles of Pleasure in Design Psychology Science*, Vol 48 : pp.157-172.
33. Helson, H. (1948). *Adaptation Level as a Basis for a Quantitative Theory of Frames of Reference*. *Psychological Review*, 55, 297-313.
34. Johnston, L. (2015). *Sexuality and Space*. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, Second Edition: 808-812.
35. Smith, P, F. (2003). *The Dynamic of Delight; Architecture and Aesthetics*, London: Routledge.