



تحلیل و بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر ادراک نماهای شهری از منظر پدیدارشناسی

سروه کریمی^۱، ایرج اعتصام^{۲*}، آزاده شاهچراغی^۳

^۱ دانش آموخته گروه معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران. h.hosein0030@yahoo.com
^{۲*} نویسنده مسئول) استاد، گروه معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، iraj.etesam@yahoo.com
^۳ دانشیار، گروه معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. azadehshahcheraghi@yahoo.com

چکیده

نماهای شهری به عنوان اولین و خارجی‌ترین پوسته علاوه بر معرفی هویت و شخصیت شهرها، به صورت خودآگاه یا ناخودآگاهانه بر انسان اثر گذاشته و ادراک ناشی از این تأثیرات عامل رفتارهای انسان در محیط می‌گردد. در پژوهش حاضر چارچوب نظری بر مبنای نظریات کلی مطرح شده در مبحث پدیدارشناسی ادراک، خصوصاً در زمینه معماری و شهری طرح‌ریزی شدند. محدوده مورد مطالعه (سه شهر میانه اندام محدوده شمال غرب ایران) شامل مهاباد، بوکان و سقز می‌باشند که در حالت کلی دارای بافت یکنواخت از مشترکات قومی، فرهنگی، اعتقادی و آداب و سنن هستند. ۱۵۴ شرکت‌کننده شامل ۹۴ مرد و ۶۰ زن، به روش نمونه‌گیری هدفمند و غیراحتمالی انتخاب گردیدند. روش پژوهش ترکیبی از دو روش پدیدارشناسی تفسیری و نظریه زمینه‌ای است. از روش نظریه زمینه‌ای در مرحله کدگذاری داده‌ها و استخراج مقوله‌ها و از روش پدیدارشناسی تفسیری در بخش تفسیر داده‌ها استفاده شد. نتایج مطالعه، مؤلفه‌های مؤثر بر تجارب ادراکی نماهای شهری را مشخص و در نهایت نمودار مدل ادراک مخاطب از نماهای شهری ارائه شده است که می‌تواند همچون پارادایمی در طراحی نماهای شهری مورد توجه قرار گیرد.

اهداف پژوهش:

۱. تدوین مدل پدیدارشناسی ادراک مخاطب از نماهای شهری.
۲. پیشنهاد راهکارهایی برای طراحی نماهای شهری برای رسیدن به فضاهای انسانی‌تر.

سؤالات پژوهش:

۱. مؤلفه‌های ذهنی و عینی نماهای شهری که بر ادراک مخاطب مؤثرند کدامند؟
۲. براساس نظریات پدیدارشناسی ادراک، نماهای شهری بر اساس چه الگو یا مدلی در ذهن مخاطب ادراک می‌گردد؟

اطلاعات مقاله

مقاله پژوهشی

شماره: ۳۸

دوره: ۱۶

صفحه ۳۴۴ الی ۳۶۰

تاریخ ارسال مقاله: ۱۳۹۸/۰۵/۰۸

تاریخ داوری: ۱۳۹۸/۰۸/۰۱

تاریخ صدور پذیرش: ۱۳۹۸/۱۰/۰۸

تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۶/۰۱

کلمات کلیدی

نمای شهری، ادراک، پدیدارشناسی تفسیری، نظریه زمینه‌ای.



DOR:

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735708.1399.16.38.20.3/>

ارجاع به این مقاله

کریمی، سروه؛ اعتصام، ایرج و شاهچراغی، آزاده. (۱۳۹۹). تحلیل و بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر ادراک نماهای شهری از منظر پدیدارشناسی. *هنر اسلامی*، ۱۶، (۳۸)، ۳۶۰-۳۴۴.



[dx.doi.org/10.22034/IAS.2019.207057.1063/](https://doi.org/10.22034/IAS.2019.207057.1063/)



مقدمه

شهرها به عنوان فضاهای انسان ساخت، مکان‌هایی هستند که همه‌ی مردم خواه ناخواه در معرض آن قرار می‌گیرند و در میان این محیط‌های مصنوع زندگی و کار می‌کنند. رابطه و تعامل بین محیط و انسان یک رابطه دیرینه است. انسان در محیط و بنا بر نیاز خود دست به تغییر می‌زند و به عبارت دیگر بر آن اثر می‌گذارد و همین فضای ساخته شده نیز به عنوان محصول ساخته‌ی دست بشر بر ابعاد روحی و روانی و جسمی انسان تأثیر متقابل دارد. در خصوص نماهای شهری نیز این پرسش بسیار حائز اهمیت است که مردم این فضاها را چگونه درک می‌کنند؟ نحوه تعامل شهروندان و نماهای شهری به چه صورت است؟ و نماهای شهری چه اثراتی بر تجربه ادراکی مخاطبان خود دارند؟ هدف این پژوهش نیز شناسایی مراحل ادراک نماهای شهری از دید ناظرین و عواملی است که بر این ادراکات اثرات آشکار یا پنهان دارند. بررسی و شناسایی این نکات می‌تواند کمک شایانی به طراحی‌های شهری و معماری داشته و الگوهای مناسبی برای کار متخصصان امر ارائه نماید.

پیرامون پیشینه پژوهش باید گفت در این زمینه تاکنون پژوهش مستقلی صورت نگرفته است اما موارد مشابهی توسط محققان صورت گرفته است که الگوهای آنان به عنوان پیش زمینه‌های تحقیق در این مطالعه مورد استفاده قرار گرفت. (Ayudhya, 2015) در یک مطالعه پدیدارشناسانه تجارب روزمره نشان می‌دهد که ادراک فضای شهری در چهار مقیاس شهری، معماری، انسانی و ادراک متن در زمان صورت می‌گیرد. (Sansone, 1979) بیان می‌دارد که ادراک انسان از خود و خلق معنا، حاصل تعاملی است که انسان از درک متقابل بین خود درونی و محیط بیرونی کسب می‌کند. یعنی ساختارهای محیطی مفاهیم درونی را شکل می‌دهند و از تعریف بیرون به مفهوم درون پی می‌بریم (Dehndfar, 2013)، معماری را هنر تجربه می‌داند و معتقد است که بدن انسان و محیط اطراف از هم جدا نیستند و فضاها، بدن را تجسم می‌دهند. امیر ریگی (1393) در سنجش تطبیقی تجربه‌ی منظر شهری میان مردم و طراحان شهری با رویکرد پدیدارشناسی به این نتیجه می‌رسد که تجربیات مردم از فضا بیش از عناصر فیزیکی ثابت از جمله جداره‌ها، به زندگی و روح فضا وابسته است. مطالعات پدیدارشناسانه دیگری نیز در خصوص ادراک و محیط از سوی صاحب‌نظران صورت گرفته است که از آن جمله می‌توان به Seamon (1982)، Nasar (1989، 1994 و 2011)، نقی‌زاده و استادی (1393)، شیرازی (1391)، پرتوی (1382) و پورمند (1389) اشاره کرد.

در این پژوهش از سه گروه متفاوت از داده‌ها استفاده شد که از طریق مجموعه‌ای از روش‌ها مانند مصاحبه، مشاهده و بررسی اطلاعات به دست آمدند. برای تأمین اعتبار مقوله‌بندی‌های مستند به توصیف‌های مصاحبه‌شوندگان، در چندین جلسه از آنان خواسته شد تا به صورت گروهی به بحث در خصوص نتایج جمع‌بندی اطلاعات مبتنی بر صحت یا سقم درک نظرات ارائه شده در مصاحبه بپردازند. همچنین از نظرات سایر محققان شامل اساتید رشته‌های معماری و شهرسازی و محققان پژوهش‌های کیفی درباره‌ی شیوه‌های به‌کار گرفته‌شده، بررسی نتایج و صحت آنها یاری گرفته شد تا با بررسی یادداشت‌ها، مقوله‌بندی انجام شده و با مقایسه مقوله‌ها و تحلیل‌های مشابه که در همین راستا انجام گرفته‌اند، به انتخاب نتایج منطقی بپردازد. در انتخاب شرکت‌کنندگان از روش نمونه‌گیری غیر احتمالی (فلیک، 1391) استفاده شد و افراد به صورت داوطلبانه و هدفمند برای این تحقیق گزینش شدند. ویژگی شرکت‌کنندگان به قرار زیر

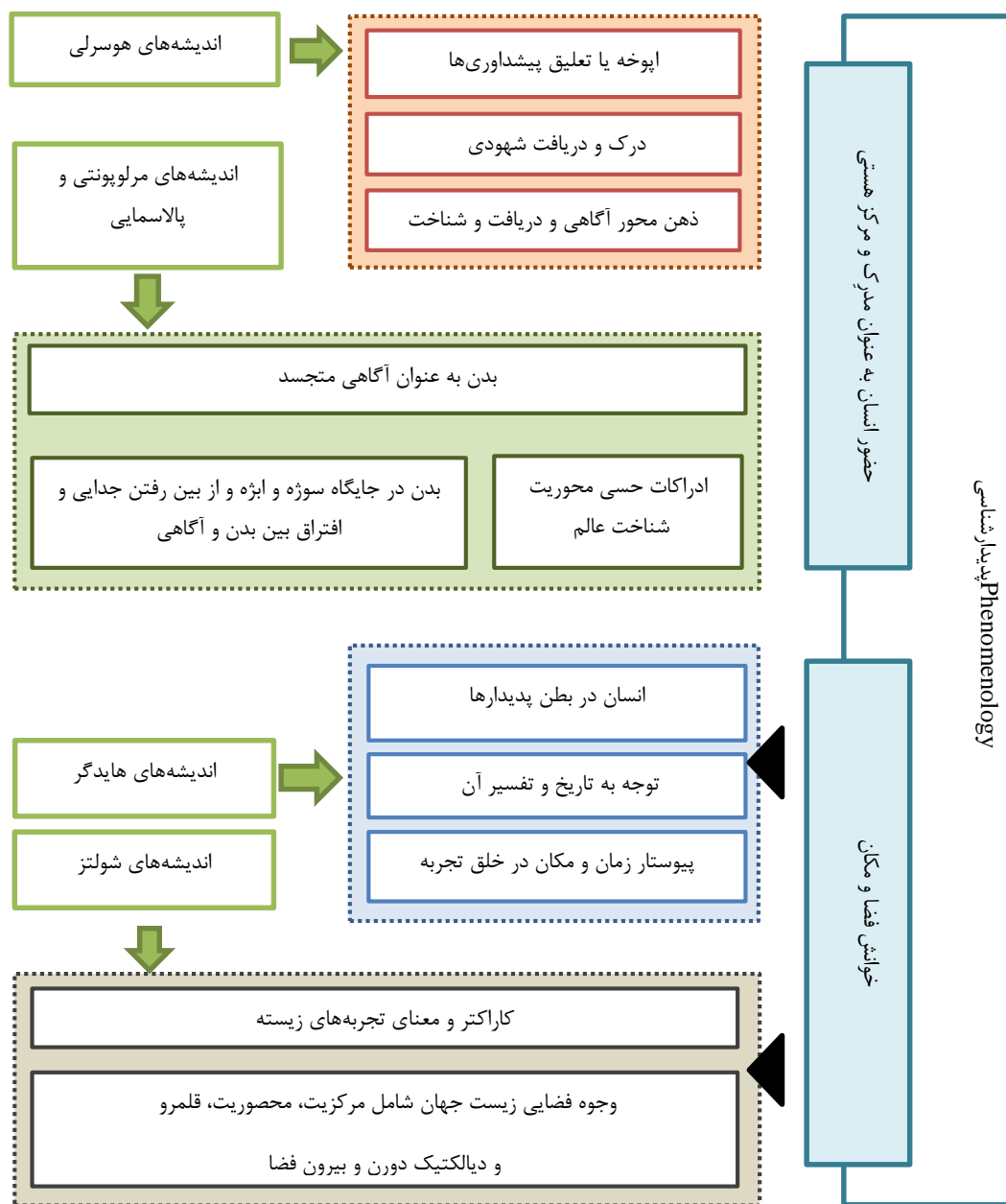
بود: ۱) سن افراد شرکت کننده در تحقیق بالای ۱۸ سال باشد. ۲) هر شرکت کننده باید حداقل سه سال متوالی در شهر مذکور زندگی کرده باشد. ۳) شرکت کنندگان از زن و مرد انتخاب شوند و تا رسیدن به نظریه‌ای جامع، تعداد شرکت کنندگان به مرحله اشباع به نفر برای هر شهر رسید.

۱.۱. ادراک نماهای شهری

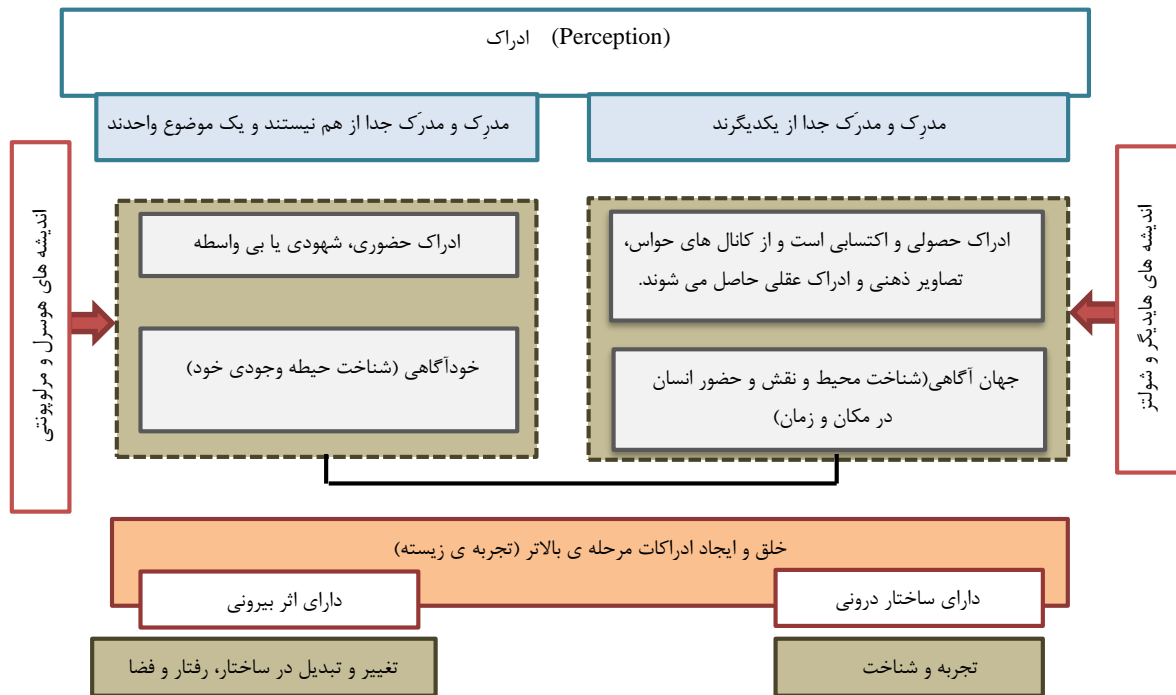
ادراک به طور اعم به معنای علم و آگاهی انسان از جهان بیرون و دنیای درون اوست و در روانشناسی امروز به مجموعه فرآیندهایی گفته می‌شود که انسان از طریق آن، اطلاعات حسی دریافتی از محرک های محیطی را بازشناسی و سازماندهی می‌کند و به آن ها معنا می‌بخشد (استرنبرگ ۱۳۹۵، ۱۶۶: ۴) در جریان ادراک فرضیات، تجربیات و یادگیری‌های قبلی و حالات انگیزشی نقش تعیین کننده ای ایفا می‌کنند. از منظر پدیدارشناسی مدرک و مدرک از سه دیدگاه مختلف مورد ارزیابی قرار می‌گیرند: ۱) زمانی که مدرک و مدرک جدا از یکدیگر در نظر گرفته شوند که در این حالت ادراک حصولی و اکتسابی است و از کانال‌های حواس، تصاویر ذهنی و ادراک عقلی حاصل می‌شوند. فرد به عنوان عضوی جدا و منفک از محیط به شناسایی و خوانش می‌پردازد، آن را ادراک کرده و نسبت به آن واکنش نشان می‌دهد. در این حالت که به پدیدارشناسی هایدگر بسیار نزدیک است، انسان جایگاه خود را در مکان و زمان درک می‌کند و به شناخت جهان یا اصطلاحاً جهان آگاهی می‌رسد. مخاطب در مواجهه با بنا و معماری به وسیله قوای حسی خود، آن را دریافت و ادراک می‌کند. تجربه معماری موردی چند حسی است؛ کیفیات ماده، فضا، مقیاس به گونه‌ای برابر به وسیله چشم، گوش، بینی و پوست و زبان، اسکلت و عضلات سنجیده می‌شوند. معماری تجربه وجودی و حس در جهان بودن را تقویت می‌کند (پلاسم، ۱۳۹۳: ۱۱۱-۱۱۲). از سوی دیگر ارتباط انسان با محیط او تابعی است از مجموعه سیستم خواص چندگانه‌اش، احساس بشر از فضا ارتباط نزدیکی با دریافت و درک او از حواس خویش دارد که آن هم در عکس‌العمل بسیار نزدیک با محیط اطراف اوست. بشر می‌تواند به عنوان موجودی در نظر گرفته شود که دارای جنبه‌های بصری، حرکتی، دمائی و ملموس از نفس خویش باشد که ممکن است توسط محیط اطرافش مهار شده و یا تقویت گردد. بنابراین موضوع زیبایی‌شناسی لذتی است که از برداشت دیداری، شنیداری، بویایی و لامسه محیط حاصل می‌شود (لنگ، ۱۳۸۳). با این تفاسیر، ادراک نماهای شهری در ارتباط مستقیم به احساس چندگانه انسان قرار دارد.

۲. پدیدارشناسی

پدیدارشناسی از مفاهیم فلسفی است که در علم فلسفه در راستای بررسی ماهیت رویدادها و اجسام مورد استفاده است. در ابتدا این واژه توسط فلاسفه در شرح موقعیت چیزها مورد استفاده قرار گرفت. از فلاسفه‌ای که در خصوص پدیدارشناسی مباحثی را مطرح کرد می‌توان به مارتین هایدگر اشاره کرد. با این حال این مفهوم از اواخر دهه هفتاد قرن بیستم به حوزه تخصصی شهرسازی راه یافت (پرتوی، ۱۳۹۲: ۱۳). نمودار شماره ۱ به بررسی و دسته‌بندی دیدگاه‌های موجود درباره پدیدارشناسی پرداخته است. زمانی که مدرک و مدرک جدا از یکدیگر نیستند و یک موضوع واحدند؛ در این حالت ادراک حضوری، شهودی یا بی واسطه است و مدرک علاوه بر ادراک محیط به عنوان جزئی از خود، بر ساحت‌های دیگر وجودی خود نیز آشنا گشته و این ادراک منجر به شناخت بیشتر ادراک کننده و به تعبیر دیگر خودآگاهی می‌گردد. ترکیب و امتزاج هر دو مرحله‌ی ادراک شامل خودآگاهی و جهان آگاهی سبب ارتقای ادراک از سطوح پایین‌تر به سطوح بالاتر می‌گردد و به شناخت دقیق‌تر و عمیق‌تر خود و محیط منجر می‌گردد.



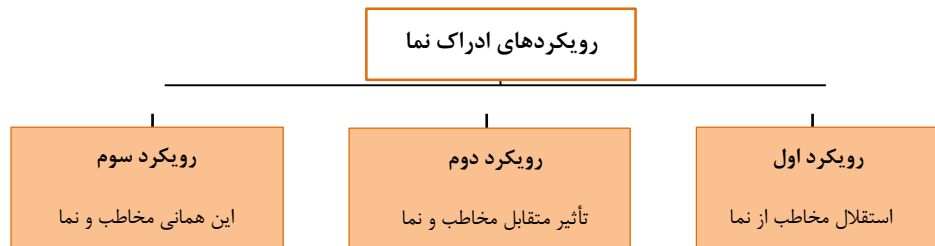
نمودار (۱): دیدگاه‌های پدیدارشناسی، (مأخذ: نگارندگان)



نمودار (۲): پدیدارشناسی ادراک از دیدگاه رابطه ادراک کننده و ادراک شونده، (مأخذ: نگارندگان)

۳. بررسی مؤلفه های فرعی مؤثر بر ادراک نماهای شهری

بر اساس مطالعات صورت گرفته در خصوص ادراک نماهای شهری، به نظر می رسد این موضوع از سه دیدگاه قابل بررسی و پژوهش است. مطابق نمودار شماره ۳ می توان رویکردهای ادراک مخاطب را به سه نوع تقسیم کرد.



نمودار (۳): رویکردهای ادراک مخاطب از نما (مأخذ: نگارندگان با اقتباس از شاهچراغی، ۱۳۸۸)

در رویکرد اول با فرض استقلال مخاطب از نما رویکردی دوگانه انگار با ایده دکارتی مطرح می شود و هر چیزی فقط از جهت نسبت و رابطه اش با انسان معنا می یابد و مفید بودن و کارآیی آن پدیده برای انسان، معیار ارزیابی و ارزش گذاری است که شامل رویکردهای شکلی، اقلیمی، تاریخی، فضاگرا، فرهنگی- اجتماعی، نشانه ای و ضابطه ای به مبحث نما می باشند. در رویکرد دوم که به تأثیر متقابل مخاطب و نما می پردازد، ویژگی های هر کدام از موضوعات انسان و نما هم به صورت جداگانه و هم در ارتباط با یکدیگر مدنظر است. در این رویکرد نظریات مختلف روانشناسی همچون رفتارگرایی، شناخت گرایی و بوم شناختی یا اکولوژیک در تحلیل نماهای شهری مدنظر پژوهشگران قرار می گیرد. در رویکرد سوم که محور اصلی مطالعات این پژوهش است، محوریت رابطه مخاطب و نمای ساختمانی، روش پدیدارشناسی

تفسیری است. از دیدگاه پدیدارشناسی، شناسنده از موضوع مورد شناسایی جدا نیست (شاهچراغی، ۱۳۸۸: ۷۴) و بر اساس نوع ادراک مخاطب، خوانش‌های جدیدی از فضا و موضوع خلق می‌شوند که می‌تواند بر غنای مفهوم چه در مباحث نظری و یا وجه عملی (طراحی) فضا بیفزاید.

| | | |
|---|---|--|
| ادراکات حسی | ادراک بصری و لامسه (در مقیاس معماری) بصری و جهت‌دهنده‌ها (در مقیاس شهری) | نقش نما در ادراک و خودآگاهی مخاطب (بر اساس فلسفه هوسرل و مرلوپونتی) |
| ادراک زیبایی | بر پایه تجارب شخصی، سلیق و میزان آشنایی و مطالعه سطوح مختلف زیبایی | |
| ادراکات ذهنی- روانی | درون‌گرا یا برون‌گرا بودن | |
| جایگاه مخاطب در بطن ادراکات | خلق جهان بینی فارغ از زمان و مکان | نما به عنوان شناسنده فضا به مخاطب (بر اساس فلسفه هایدگر و شولتز) |
| | خلق تجربه در بطن زمان- مکان | |
| | تأثیرگذاری یا خلق فضا | |
| دیالکتیک درون و بیرون فضا (خوانش جدید فضا) | | |
| کاراکتر فضا(تجارب زیسته در بطن فضا- زمان) | | |
| خلق تصاویر ذهنی (بر اساس مطالعات لینیچ و بنتلی) | خوانایی: سهولت به ذهن سپاری سیمای بصری توسط مخاطب | |
| | تناسبات بصری | |
| | تنوع در ادراکات | |
| | غنای ادراکی | |
| | حس تعلق به مکان | |
| هویت بخشی در بستر تاریخی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی و ... | | |

جدول (۱): پدیدارشناسی ادراک مخاطب از نماهای شهری، (مأخذ: نگارندگان)

بر اساس مدل ارائه شده در جدول (۱) سوالات پژوهش در سه تراز طراحی شدند. در مرحله‌ی اول سوالات در راستای پاسخ‌گویی به انتخاب نما از سوی مخاطب، ویژگی‌های مناسب و نامناسب نما و تداعی‌های ذهنی ناشی از دیدن نما طراحی شدند. محوریت سوالات مرحله دوم بر اساس دو دیدگاه خودآگاهی (نحوه شناخت و ادراک خود) و جهان آگاهی (نحوه شناخت و ادراک محیط) طرح‌ریزی گردیدند. در بخش خودآگاهی سوالات بر اساس این هدف دنبال شدند که محیط و به‌طور اخص نماها تا چه اندازه در شناخت مخاطب و آگاهی او از ساحت وجودی خود تأثیرگذار بوده‌اند که شامل شناسایی حواسی بود که در مرحله ادراک فعال هستند و واکنش‌های حسی که از دیدن نما در بیننده برانگیخته می‌شود. در بخش شناخت و ادراک انسان از محیط نیز با هدف تعیین میزان توجه به محیط و خوانش پیام‌های محیطی از طرف مخاطب و نحوه نگرش انسان به محیط طرح‌ریزی شدند که شامل موارد ذیل بودند: آیا نماها می‌توانند معرف شخصیت ساکنین آن باشند؟ به نظر شما چه عواملی در شکل نماهای شهری تأثیرگذارند؟ ادراک شما از نماهای یکنواخت و یکدست شهری و یا نماهای متنوعی که در سطح شهر می‌بینید چیست؟

در این پژوهش از سه گروه متفاوت از داده‌ها استفاده شد که از طریق مجموعه‌ای از روش‌ها مانند مصاحبه، مشاهده و بررسی اطلاعات به دست آمدند. برای تأمین اعتبار مقوله‌بندی‌های مستند به توصیف‌های مصاحبه‌شوندگان، در چندین جلسه از آنان خواسته شد تا به صورت گروهی به بحث در خصوص نتایج جمع‌بندی اطلاعات مبتنی بر صحت یا سقم درک نظرات ارائه شده در مصاحبه بپردازند. همچنین از نظرات سایر محققان شامل اساتید رشته‌های معماری و شهرسازی و محققان پژوهش‌های کیفی درباره‌ی شیوه‌های به‌کار گرفته‌شده، بررسی نتایج و صحت آنها یاری گرفته شد تا با بررسی یادداشت‌ها، مقوله‌بندی انجام شده و با مقایسه مقوله‌ها و تحلیل‌های مشابه که در همین راستا انجام گرفته‌اند، به انتخاب نتایج منطقی بپردازد.

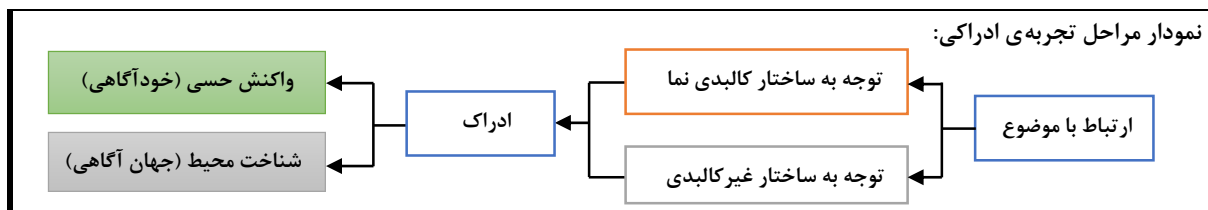
۲.۳. تجزیه و تحلیل اطلاعات



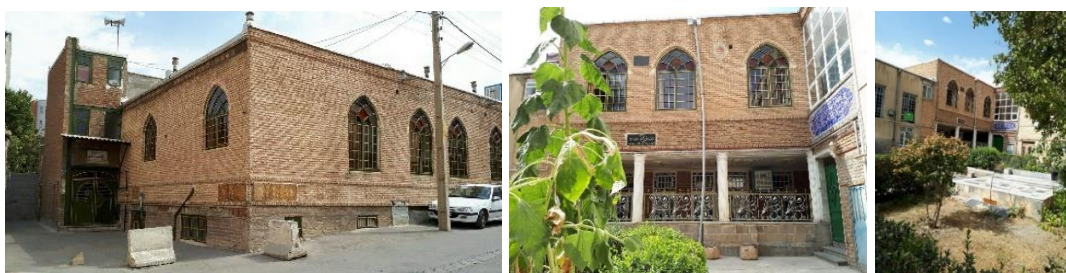
تصویر (۱): چهارراه آزادی، ساختمان دکتر حسینی، شهرستان مهاباد (مأخذ: نگارنده)

این عکس را به دلیل زیبایی طرح و رنگ انتخاب شده است. نمای قرمز رنگ آن با درختان سبز خیابان برجسته‌تر به چشم می‌خورد. نمای قرمز رنگ آن در تضاد با رنگ سبز درختان موجب جلب توجه مخاطب می‌شود. حاشیه‌های نماکاری در رنگ‌های سفید و خاکستری با رنگ قرمز بنا جلوه بصری خوبی ایجاد کرده است. بزرگی نما در تناسب با طول و عرض ساختمان. استحکام و آرامش را به بیننده القا می‌کند. نورپردازی ساختمان فکر نکردم، به نظر می‌رسد نورپردازی برای ساختمان‌های بلند و بسیار بلند می‌تواند خوش منظری به شهر ببخشد نه در ساختمان‌های چند طبقه.

| نکات اساسی مورد اشاره | استخراج معانی | نکات اساسی مورد اشاره |
|-----------------------|--|---|
| تم جزئی (کدگذاری باز) | تم کلی | تم جزئی (کدگذاری باز) |
| ساختار کالبدی | کاربری ساختمان | ساختمان اداری |
| ساختار غیر کالبدی | زیبایی | به دلیل زیبایی طرح و رنگ |
| ساختار کالبدی | ترکیب رنگ و حجم | حاشیه‌های نماکاری در رنگ‌های سفید و خاکستری با رنگ قرمز بنا جلوه بصری خوبی ایجاد کرده است |
| واکنش حسی (خودآگاهی) | حس آرامش و استحکام ناشی از ساختار کالبدی بنا | بزرگی نما در تناسب با طول و عرض ساختمان. استحکام و آرامش را به بیننده القا می‌کند. |



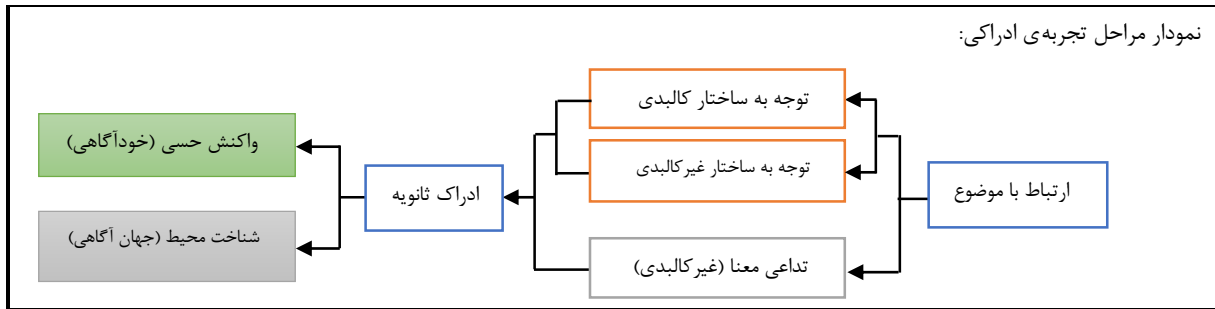
(جدول ۲): نمونه فرم اطلاعات دریافتی شرکت کنندگان



(تصویر ۲): مسجد عباس آقا یا خانقاه شمزینان، شهرستان مهاباد (مأخذ: نگارنده).

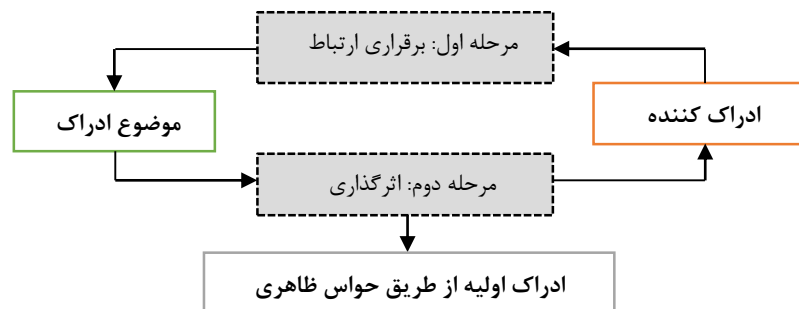
بافت قدیمی آن بی‌اختیار هر بیننده‌ای را به بخشی از تاریخ جلب می‌کند. در سبک خود بافت مناسبی دارد، احساس مثبت و خوشایندی نسبت به آن دارم و بخشی از احساس نوستالژیک من است. این مسجد در چهارراه آزادی واقع شده که در جریان انقلاب بیشتر از هر نقطه شهر محل تجمع گروه‌های مختلف فکری بود. فضای حیاط نسبتاً وسیع آن آرامش خاصی به بیننده می‌دهد. این آرامش ناشی از فضای روحانی حاکم بر این مسجد است.

| استخراج معانی | | نکات اساسی مورد اشاره |
|---|--------------------------------------|--|
| تم اصلی (کدگذاری محوری) | تم کلی | تم جزئی (کدگذاری باز) |
| علت انتخاب | کاربری مذهبی | مسجد عباس آقا یا خانقاه شمزینان |
| تداعی معنا (غیر کالبدی) | قدمت | بافت قدیمی |
| ساختار کالبدی | یادآور تاریخ | هر بیننده‌ای را به بخشی از تاریخ برمی‌گرداند. |
| واکنش حسی (خودآگاهی) | همخوانی سبک با بافت | در سبک خود بافت مناسبی دارد. |
| شناخت موضوع (جهان آگاهی) | حس خوشایند | احساس مثبت و خوشایندی نسبت به آن دارم. |
| تداعی معنا | حس نوستالژیک | بخشی از احساس نوستالژیک من است. |
| تداعی معنا | موقعیت | مسجد در چهارراه آزادی واقع شده است. |
| تداعی معنا | حوادثی که در بنا اتفاق افتاده است. | در جریان انقلاب بیشتر از هر نقطه شهر محل تجمع گروه‌های مختلف فکری بود. |
| فضای کالبدی و غیر کالبدی عامل ایجاد واکنش حسی | فضای روحانی حیاط عامل ایجاد حس آرامش | فضای حیاط نسبتاً وسیع آن آرامش خاصی به بیننده می‌دهد. |
| | | این آرامش ناشی از فضای روحانی حاکم بر این مسجد است. |



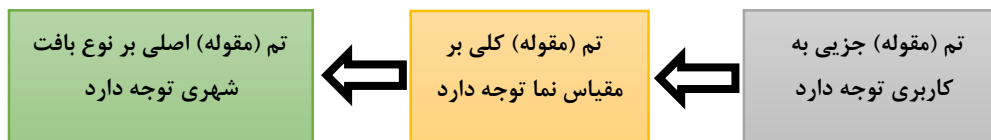
(جدول ۳): نمونه فرم اطلاعات دریافتی شرکت کنندگان و نحوه تحلیل اطلاعات، (مأخذ: نگارندگان)

بر اساس تحلیل نتایجی که از مراحل ترسیمی در کدگذاری‌ها به دست آمد یک الگوی ادراکی به شکل زیر از مراحل ادراک نماها در نمودار شماره ۴، حاصل گردید. مرحله اول زمانی است که نمایی مورد توجه مخاطب قرار می‌گیرد. در این حالت یک رابطه دو سویه بین مخاطب و نما برقرار می‌شود و از این ارتباط ادراک اولیه‌ای در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد.



(نمودار ۴): رابطه ادراک کننده و موضوع ادراک، (مأخذ: نگارندگان)

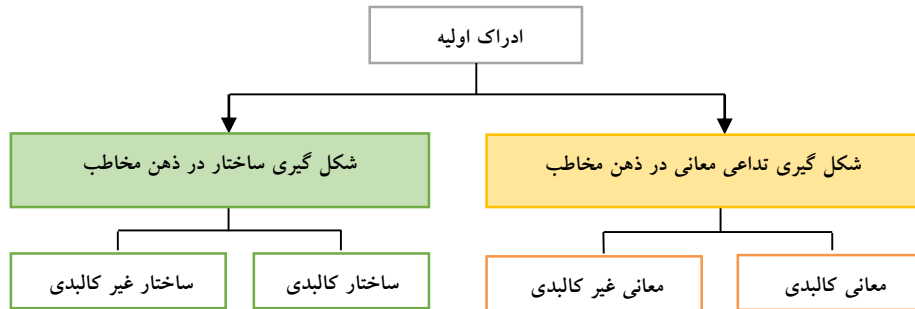
در این مرحله دسته‌بندی اطلاعات سه دسته یا تم جزئی، کلی و اصلی را مشخص نمودند. در مرحله مقولات جزئی توجه مخاطب بر کاربری‌های نماها متمرکز می‌شود که شامل طیف وسیعی از عملکردهای شهری هستند. در مرحله کلی‌تر، مقیاس نما مورد توجه قرار می‌گیرد که این توجه بر جزئیات نما متمرکز می‌شود، یا تک بنا و یا در مقیاس شهری و در مرحله سوم نوع بافت نما مورد توجه مخاطب قرار می‌گیرد که شامل بخش‌های نوساز و یا قدیمی و سنتی شهر می‌باشند که در نمودار شماره ۵ منعکس شده است.



(نمودار ۵): مقوله بندی نماها بر اساس ادراک مخاطب، (مأخذ: نگارندگان)

بر اساس تحلیل و دسته‌بندی اطلاعات ادراک اولیه‌ای که از نماها در ذهن مخاطبین شکل می‌گیرد بر دو وجه متمرکز است: دسته اول: زمانی که مخاطب هیچ آشنایی و یا تجربه ذهنی و یا سابقه قبلی از نماها ندارد. در این حالت ادراک اولیه بر ساختار ظاهری متمرکز می‌شود. بدین معنا که توجه مخاطب بر کیفیت و کمیت‌های نما متمرکز می‌شود.

دسته دوم: زمانی که مخاطب با یک نمای آشنا یا تجربه شده قبلی روبرو می‌شود. در این حالت ادراک اولیه بر تداعی معانی و یا تجارب زیسته فرد از نما متمرکز می‌گردد که این تجارب نیز در دو بخش تداعی معانی کالبدی و یا غیر کالبدی نما در نمودار شماره ۶ دسته‌بندی می‌شوند.



(نمودار ۶): مراحل شکل‌گیری ادراکات اولیه در ذهن مخاطب، (مأخذ: نگارندگان)

در زمینه ساختارهای کالبدی مخاطب موارد زیر را ادراک می‌کند و در جدول شماره ۴ تقسیم‌بندی شده است:

| تم (مقوله) اصلی | تم (مقوله) کلی | تم (مقوله) جزئی |
|-----------------|----------------|--|
| ساختار کالبدی | تک بنا | کلیت نما طرح، شکل و فرم، حجم و اندازه، سبک، ارتفاع (تعداد طبقات)، مصالح، قدمت، سازه، رنگ، جدید و به روز بودن، دید و منظر، تناسبات بین پر و خالی نما |
| | | اجزاء نما پنجره، ورودی، بالکن، پله، نرده، گلدان، شکل و فرم پشت بام، رنگ شیشه‌ها |
| | نمای شهری | موقعیت مکانی ساختمان، سطح اشغال بنا، ترکیب فضای سبز در ورودی بنا یا اطراف آن، وجود امکانات مختلف مانند مراکز تجاری و غیره در داخل یا مجاورت بنا، بافت محیط طبیعی اطراف بنا، نوع معماری و کاربرد بنا، نما بیانگر کارکرد بنا |
| | | دید و منظر، سبک، قدمت، ارتفاع، ترکیب با محیط طبیعی، تقابل نمای قدیم و جدید، خط آسمان، اتصال به بافت نمای شهری یا انفصال از آن، رعایت اصول شهرسازی در طراحی، تراکم، شکل و فرم، موقعیت مکانی |

(جدول ۴): ساختارهای کالبدی مورد توجه مخاطب در ادراک نما، (مأخذ: نگارندگان).

در زمینه ساختارهای غیر کالبدی مخاطب موارد زیر را ادراک می‌کند که در جدول شماره ۵ قابل مشاهده است:

| تم (مقوله) اصلی | تم (مقوله) کلی: |
|-------------------|---|
| ساختار غیر کالبدی | زیبایی یا زشتی، هماهنگی یا ناهماهنگی در طرح نما، هماهنگی یا ناهماهنگی در بافت شهری، حسی که مخاطب از نما می‌گیرد، زنده شدن خاطرات (حس نوستالژیک)، سلیقه و خوش فکری یا بی سلیقه‌گی طراح یا صاحب بنا، ناکارآمدی روش طراحی، دخالت افراد غیرمتخصص و سودجو در طراحی بناها، توجه و یا عدم توجه به حقوق همسایگان از نظر دید و منظر، محرمیت و سایه اندازی فضاها، نظم و ترتیب، هماهنگی و یا ناهماهنگی نما در مقایسه با ارزش ریالی زمین شهری، ادراکات غیر بصری دریافتی از بنا و محیط پیرامون، سلیقه و خوش فکری صاحب بنا، حوادثی که در فضا اتفاق می‌افتد، امنیت، سبک زندگی مردم |

(جدول ۵): ساختارهای غیرکالبدی مورد توجه مخاطب در ادراک نما، (مأخذ: نگارندگان)

۴.۳. مفاهیم ادراکی مخاطب با مشاهده نما

یکی از اتفاقاتی که در جریان ادراک رخ می‌دهد مفاهیم است که از ادراکات حسی اولیه در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد و همین معانی موجب تجربه ادراکات حسی عمیق‌تر می‌گردد. دسته اول مربوط به مفاهیمی هستند که بیننده یا مخاطب از موضوع، تجارب ذهنی مربوط به ساختار و فرم کلی فضاها را ادراک می‌نماید. به عنوان مثال شکل و فرم نما تداعی گر فرم ساختمان‌های مسکونی خاص مانند هتل‌ها و کاخ‌ها و یا مراکز تجاری و غیره است. دسته دوم مربوط به مفاهیمی هستند که بیننده یا مخاطب از موضوع، تجارب ذهنی مربوط به ساختارهای غیرکالبدی تجربه شده مانند حوادث، وقایع و احساسات و یا خاطرات نوستالژیک را ادراک می‌نماید. به عنوان مثال ورودی سنتی بازار در ذهن مخاطب تداعی گر کلمه بسم‌الله و آغاز و ورود و شروع است و یا اینکه با دیدن نماهای مخروطه حس فضای دوران جنگ تحمیلی و ناامنی در مخاطب تداعی می‌شود.

این ادراکات اولیه واکنش‌هایی را در افراد پدید می‌آورند که شامل تجزیه و تحلیل‌های عقلی و واکنش‌های حسی و عاطفی هستند. این واکنش‌ها بر دو جنبه وجودی تأثیر می‌گذارند: اول اینکه شخص در جریان ادراکات با جوهری پنهان از ساحت انسانی خود آشنا می‌گردد که شامل حواس ظاهری و تأثرات روحی و روانی می‌باشند. دوم اینکه محیط را می‌شناسد و با آن ارتباط برقرار می‌کند و از تأثرات آن آگاه می‌گردد. این محیط هم جنبه روابط و تعاملات اجتماعی را دربر می‌گیرد و هم جنبه‌های محیطی، که در نمودار شماره ۷ قابل مشاهده است.



(نمودار ۷): مراحل کلی ادراک نماهای شهری، (مأخذ: نگارندگان)

۵.۳. نما عامل شناخت خود (خودآگاهی)

چنان‌که پیشتر نیز اشاره شد مبحث خودشناسی از وجوه محوری در اندیشه‌های مرلوپونتی بوده است؛ بدین معنا که انسان مرکز هستی و ادراکات است و ادراکات محیطی موجبات این شناخت را فراهم می‌آورد. ادراکات مرحله‌ی بالاتر

موجب می‌شوند که انسان بر وجوه مختلف روحی و روانی خود به آگاهی، شناخت و علم دست یابد. از جمله آن‌ها ادراکات ظاهری ناشی از حواس ظاهری و واکنش‌های حسی هستند که عموماً ادراکات شهودی و بی‌واسطه هستند. از تحلیل اطلاعات مشخص گردید که علاوه بر ادراکات بصری، ادراکات غیربصری شامل حواس بویایی، شنوایی، لامسه، چشایی، گرما و سرما و جهت‌یابی در جریان مشاهده نماها با محیط درگیر شدند. این حواس عامل بازسازی فضاهایی در ذهن مخاطب شدند که ممکن است حتی دیگر وجود خارجی و فیزیکی نداشته باشند. به عنوان مثال یکی از مخاطبین به یک مکان شیرینی‌فروشی اشاره می‌کند که در خاطرات کودکی‌اش شناخت آن مکان با بوی شیرینی‌ها درآمیخته و امروزه با وجود این که آن مغازه آنجا نیست اما با دیدن آن مکان بوی شیرینی‌های دوران کودکی‌اش دوباره برایش تداعی می‌شود. فرد دیگری از بازار تداعی صداهایی را دارد که فضای بازار را تشکیل می‌دهند. به عبارت بهتر نماها ادراکات حسی را فراخوانی می‌کنند.

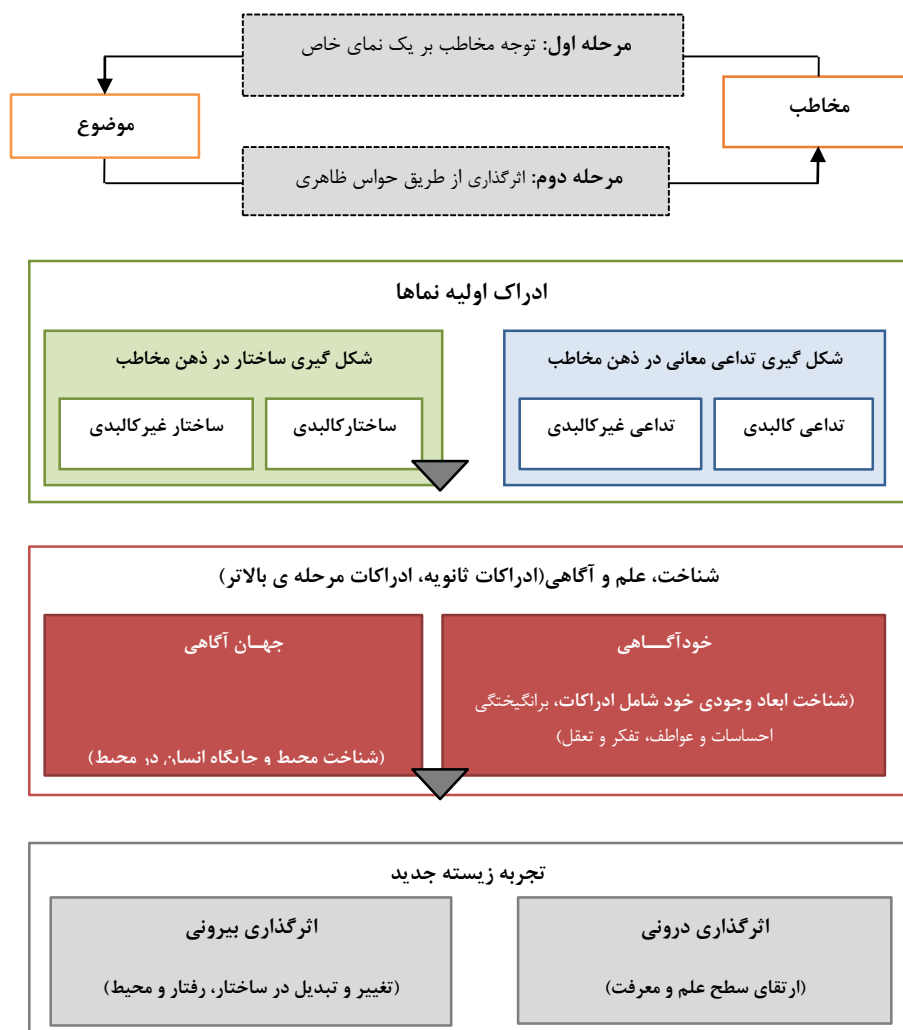
از دیگر وجوه شناخت ساحت وجودی واکنش‌های حسی و عاطفی هستند که در جریان ادراک نما در افراد ایجاد می‌شوند. بر اساس نتایج حاصل از اطلاعات به دست آمده ناظرین نماهای شهری دو دسته واکنش‌های حسی مثبت و منفی را در جریان ادراک تجربه می‌کنند که شامل واکنش‌های حسی مثبت (۱) شادی و هیجان (۲) سرزندگی (۳) راحتی و صمیمیت (۴) امنیت (۵) آرامش (۶) دلبستگی و تعلق به مکان (۷) استقامت و صلابت (۸) قدرت و عظمت (۹) خوشایندی (۱۰) تازگی و (۱۱) لذت و واکنش‌های حسی منفی شامل (۱) دلتنگی، خفگی و فشار (۲) عدم آرامش (۳) ناامنی (۴) ترس و دلهره، اضطراب و آشفتگی روحی (۵) سردرگمی در بافت‌های شهری (۶) سقوط (۷) بیگانگی و تنفر (۸) ناخوشایندی و (۹) دلزدگی، تأسف و ناراحتی هستند.

۳.۶.۳. نما عامل شناخت محیط (جهان آگاهی)

علاوه بر اثرات محیطی بر روان و ادراک، انسان نیز به وسیله‌ی پیام‌هایی که به صورت آگاهانه یا ناآگاهانه از محیط دریافت می‌دارد به خوانش موضوع می‌پردازد. این خوانش بر دو وجه عمده استوار است: اول این که مخاطب با بخش روحيات و ابعاد روانی انسان‌های جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند، ارتباط برقرار می‌کند و دوم مسایل محیطی حاکم بر شکل‌گیری موضوعات را درک و از آن‌ها آگاه می‌گردد. مجموعه شناخت این دو وجه منتج به خوانش روابط انسانی و روابط محیطی می‌گردد. در خصوص این که آیا نما می‌تواند نشان‌دهنده روحیه‌ی سازندگان یا صاحبان بنا باشد بیشتر شرکت‌کنندگان در تحقیق نظر موافق داشتند و مخالفان این نظر عوامل دیگری مانند (۱) مسائل اقتصادی و سلیقه سازنده یا صاحب بنا، (۲) دخالت مهندسين و طراحان در طرح نما و انعکاس روحيات آنان، (۳) موقعیت اجتماعی صاحب بنا، (۴) حاکمیت فرم کلی نماها در بافت محله را در شکل‌گیری نماها را مقدم بر روحيات سازندگان می‌دانستند. از بررسی و تحلیل اطلاعات مشخص گردید که غالب شرکت‌کنندگان در مقیاس شهری فرهنگ و اقتصاد حاکم بر شهر را عامل شکل‌گیری نماها می‌دانند. در زمینه این که تنوع در نمای شهری نشانه چیست شرکت‌کنندگان عواملی مانند (۱) اختلافات اقتصادی و تفکیک طبقات شهری، (۲) عامل تشخیص محلات و اقشار مختلف، (۳) سلیقه سازندگان بناها، (۴) تفاوت‌های فرهنگی و اصالت شهرنشینی شهروندان، (۵) امنیت و یا عدم امنیت فضاهای شهری، و (۶) ایجاد خوانایی در شهر را بیان نمودند. از نظر آنان نماهای شهری یکنواخت نیز نشانه‌ای از (۱) زیبایی و حس زندگی، (۲) از بین بردن اختلاف طبقات شهری، (۳) هارمونی و هماهنگی و همزیستی دور از شکاف طبقاتی، (۴) زندگی راحت تر برای شهروندان و (۵) حرکت به سوی آرمانشهر است.

نتیجه گیری

فراخوان پدیدارشناسانه، فراخوانی است برای بازگشت به دنیایی که مقدم بر دانش است. فراخوانی برای در پرائنز قرار دادن دنیای مادی و تقدم بخشیدن به زیست-جهان است. نکته اصلی در رویکرد پدیدارشناسانه مبتنی بر این فرض است که مردم و محیط به صورت تنگاتنگ درهم تنیده‌اند؛ به گونه‌ای که هر یک آن دیگری را به وجود می‌آورد و منعکس می‌نماید. بررسی ادراک از دیدگاه نظریات پدیدارشناسی تفسیری، عنوان یک الگوی نو در تحلیل نماهای شهری نتایجی به شرح زیر را شامل گردید. مخاطب در مرحله‌ی اول با موضوع ارتباط برقرار می‌کند. این ارتباط از طریق حواس ظاهری صورت می‌گیرد. از برقراری این ارتباط، ادراکات اولیه‌ای در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد. این ادراکات شامل دو وجه ساختاری و معنایی است. در وجه ساختاری، مخاطب یا صورت فیزیکی و کالبدی را درک می‌کند (شامل اندازه، رنگ، شکل، طرح، فرم، موقعیت مکانی و ...) و یا وجوه غیرکالبدی را ادراک می‌نماید (مانند عوامل اجتماعی، اعتقادات و باورها، سطح اقتصادی و ...). در بخش تداعی معانی نیز به همین صورت است و عناصری مانند شکل و فرم، جزئیات، موقعیت مکانی، ارتفاع و مقیاس نماها می‌توانند ساختارهای فیزیکی یا خاطرات، حوادث و رویدادهای تجربه شده ناظرین را بازنمایی و یا تداعی نمایند. مجموعه ساختار و معنا ادراک مخاطب را به سطوح بالاتر ارتقاء می‌دهد و در این بخش علم، آگاهی و شناخت شکل می‌گیرد که در دو شکل خودآگاهی و شناخت جهان و ادراک محیط اطراف بروز می‌کند. در بخش شناخت خود، نماها انسان را بر ساحت‌های وجودی خود از جمله حواس ظاهری و واکنش‌های حسی عاطفی آگاه تر ساخته و سبب تجلی احساسات نهفته می‌شوند. این ادراکات شهودی و بی‌واسطه هستند. در بخش شناخت محیط، نماها دو وجه عمده را شناسایی می‌کنند. اول شناخت علایق و روحیات کلی مردمی که در فضاهای شهری زندگی می‌کنند و در نماها آن‌ها را منعکس می‌سازند. از سوی دیگر عوامل عمده محیطی مؤثر بر شکل نماها نیز ادراک و شناخته می‌شوند که در پژوهش حاضر، ناظرین در مقیاس شهری اقتصاد و فرهنگ را عوامل شکل‌گیری نماها معرفی نموده‌اند. حاصل ترکیب و تعامل این دو وجه شناختی، تجربه زیسته‌ی جدیدی را شکل می‌دهند. این شناخت و تجربه جدید به دو صورت نمایان می‌شود؛ یا به صورت درونی است و سبب ارتقای سطح علم و معرفت می‌شود و یا به صورت اثرگذاری بیرونی است و سبب تغییر و تبدیل در ساختار، رفتار و فضا می‌گردد.



(نمودار ۸): مدل ادراک مخاطب از نماهای شهری، (مأخذ: نگارندگان)

منابع و مآخذ:

کتاب‌ها:

- استرنبرگ، رابرت ج. (۱۳۹۵). روانشناسی شناختی. ترجمه سید کمال خرازی، تهران: انتشارات سمت.
- پاکزاد، جان‌شاه؛ بزرگ، حمیده بزرگ. (۱۳۹۱). الفبای روانشناسی محیط برای طراحان. تهران: نشر و پخش ثمین.
- پرتوی، پروین. (۱۳۹۴). پدیدارشناسی مکان. تهران: انتشارات فرهنگستان هنر.
- پلاسم، یوهانی. (۱۳۹۳). چشمان پوست، معماری و ادراکات حسی، مترجم رامین قدس، تهران: پرهام.
- شاهچراغی، آزاده و علیرضا بندرآباد. (۱۳۹۵). محاط در محیط (کاربرد روانشناسی محیطی در معماری و شهرسازی). تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- شولتز، کریستیان نوربرگ. (۱۳۹۵). گزینه‌ای از معماری: معنا و مکان. ترجمه ویدا نوروز برازجانی، تهران: انتشارات پرهام نقش.
- شولتز، کریستیان نوربرگ. (۱۳۹۳). وجود، فضا و معماری. ترجمه ویدا نوروز برازجانی، تهران: انتشارات پرهام نقش.
- فلیک، اووه. (۱۳۹۱). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- لنگ، جان. (۱۳۹۱). آفرینش نظریه معماری. نقش علوم رفتاری در طراحی محیط. ترجمه دکتر علیرضا عینی‌فر، انتشارات دانشگاه تهران.
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی، ضد روش ۲؛ مراحل و رویه‌های عملی در روش شناسی کیفی. تهران: انتشارات جامعه شناسان.

مقالات:

- اصلانیان، یاشار. ذبیحی، حسین. رهبری‌منش، کمال. (۱۳۹۹). "ساختارشناسی مفهوم رضایتمندی مسکن با رویکرد فلسفه پدیدارشناسی (نمونه موردی: خانه قاجاری شیخ‌السلام و چند مجتمع مسکونی در زنجان)". فصلنامه مطالعات هنر اسلامی، شماره ۳۷، صص ۴۸-۲۶.
- امامی سیگارودی، عبدالحسین و دیگران. (۱۳۹۱). "روش شناسی تحقیق کیفی: پدیدارشناسی". فصلنامه پرستاری و مامایی جامع نگر، شماره ۶۸، صص ۶۳-۵۶.
- امیری ریگی، سارا. (۱۳۹۳). "سنجش تطبیقی تجربه‌ی منظر شهری میان مردم و طراحان شهری با رویکرد پدیدارشناسی (نمونه موردی: خیابان اصلی گوهردشت کرج)". دانشگاه بین‌المللی امام خمینی، دانشکده معماری و شهرسازی.
- بابایی، علی. (۱۳۹۴). "جنبش پدیدارشناسی در گفت و گو با دکتر شمس‌الملوک مصطفوی". ماهنامه اطلاعات حکمت و معرفت، شماره ۵، صص ۱۶-۱۲.
- پرتوی، پروین. (۱۳۸۲). "پدیدارشناسی مکان: اصول و متدولوژی". تهران: دانشگاه تهران.
- پورعلی، مصطفی. (۱۳۹۰). "درباره پدیدارشناسی در معماری". نشریه تخصصی معماری و شهرسازی صفه، شماره ۵۲، صص ۲۹-۲۰.

پورمند، حسنعلی و دیگران. (۱۳۸۹). "مفهوم مکان و تصویر ذهنی و مراتب آن در شهرسازی از دیدگاه کریستین نوربری شولتز در رویکرد پدیدارشناسی". فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۲۶، صص ۹۲-۷۹.

شاهچراغی، آزاده. (۱۳۸۸). "تحلیل فرآیند ادراک محیط باغ ایرانی بر اساس نظریه روان‌شناسی بوم‌شناختی". فصلنامه هویت شهر، شماره ۵، صص ۸۴-۷۱.

شیرازی، محمدرضا. (۱۳۹۱). "جایگاه پدیدارشناسی در تحلیل معماری و محیط". فصلنامه معماری و شهرسازی آرمان شهر، شماره ۱۱، صص ۹۹-۹۱.

نقی‌زاده، محمد و مریم استادی. (۱۳۹۳). "مقایسه تطبیقی مفهوم ادراک و فرایند آن در فلسفه و روانشناسی محیط و کاربرد آن در طراحی شهری". فصلنامه پژوهش‌های معماری اسلامی، شماره سوم، صص ۱۴-۳.

ماجدی حمید و همکاران. (۱۳۹۰). "باز تعریف فضای شهری) مطالعه موردی: محور ولیعصر حد فاصل میدان ولیعصر تا چهار راه ولیعصر". فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۲۷، صص ۲۸۳-۲۶۳.

References:

- Ayudhya, T. (2015). Architectural Experience in the Everyday Context, (Ph. D), Queensland University of Technology.
- Dehnadfar, P. (2013). The Third Skin: Transpire, Tension, Parturition: Body as Analogy. (M.A). Ryerson University, Toronto, Ontario, Canada.
- Nasar, L. (1989). "Perception, Cognition and Evaluation of Urban Places". Journal of Public Places and Spaces: Part of the Human Behavior and Environment book series, 31- 56.
- Nasar, L. (1994). Urban Design Aesthetics: The Evaluative Qualities of Building Exteriors. Journal of Environment and Behavior, 3, 377-401.
- Nasar, L. (2011). Environmental Psychology and Urban Design, In: Banerjee, T. Sideris, Anastasia Loukaitou (ed.) Companion to Urban Design.
- Ng, L. (2009). Sensory Phenomenological Architecture. Ryerson University, Toronto, Ontario, Canada.
- Sansone, T. (1979). "Installations and the Conditions of Vision the Structure of Phenomena: The Phenomenon of Structure". (M.S). Massachusetts Institute of Technology.
- Seamon, D. (1982). "The Phenomenological Contribution to Environmental Psychology". Journal of Environmental Psychology, 2, 119- 140.

منابع نمودارها، جداول و تصاویر:

- نمودار ۱): دیدگاه‌های پدیدارشناسی، (مأخذ: نگارندگان).
- نمودار ۲): پدیدارشناسی ادراک از دیدگاه رابطه ادراک کننده و ادراک شونده، (مأخذ: نگارندگان).
- نمودار ۳): رویکردهای ادراک مخاطب از نما (مأخذ: نگارندگان با اقتباس از شاهچراغی).

- (نمودار ۴): رابطه ادراک کننده و موضوع ادراک، (مأخذ: نگارندگان).
- (نمودار ۵): مقوله بندی نماها بر اساس ادراک مخاطب، (مأخذ: نگارندگان).
- (نمودار ۶): مراحل شکل گیری ادراکات اولیه در ذهن مخاطب، (مأخذ: نگارندگان).
- (نمودار ۷): مراحل کلی ادراک نماهای شهری، (مأخذ: نگارندگان).
- (نمودار ۸): مدل ادراک مخاطب از نماهای شهری، (مأخذ: نگارندگان).
- (جدول ۱): پدیدارشناسی ادراک مخاطب از نماهای شهری، (مأخذ: نگارندگان).
- (جدول ۲): نمونه فرم اطلاعات دریافتی شرکت کنندگان و نحوه تحلیل اطلاعات، (مأخذ: نگارندگان).
- (جدول ۳): نمونه فرم اطلاعات دریافتی شرکت کنندگان و نحوه تحلیل اطلاعات، (مأخذ: نگارندگان).
- (جدول ۴): ساختارهای کالبدی مورد توجه مخاطب در ادراک نما، (مأخذ: نگارندگان).
- (جدول ۵): ساختارهای غیرکالبدی مورد توجه مخاطب در ادراک نما، (مأخذ: نگارندگان).
- (تصویر ۱): چهار راه آزادی، ساختمان دکتر حسینی، شهرستان مهاباد، (مأخذ: محمد کریمی شرکت کننده در پژوهش).