

Explaining the Social Mechanisms of Architectural Taste Formation*

Abstract

The experience of architecture almost inevitably leads to aesthetic evaluation, yet the mechanisms underlying this process remain theoretically fragmented across philosophy, psychology, and sociology. Although taste has long been used to explain architectural evaluation, it has variously been understood as an individual disposition, a universal aesthetic faculty, or a socially conditioned preference. Consequently, no integrated conceptual framework adequately explains how architectural experience becomes aesthetic judgment through the interaction of individual agency, architectural objects, and social structures. This study therefore employs taste not as its primary object of inquiry, but as a theoretical concept for explaining this evaluative process. The study therefore aims to reconceptualize the notion of architectural taste by integrating philosophical, psychological, and sociological perspectives into a coherent conceptual model. More specifically, it addresses the following question: How does the experience of encountering architecture become transformed into aesthetic evaluation through the interaction among individual agency, architectural objects, and social structures? Answering this question requires moving beyond disciplinary boundaries and reconsidering taste not as an isolated mental property but as a multidimensional aesthetic practice emerging within lived experience. Methodologically, this study adopts a qualitative, interdisciplinary approach based on conceptual analysis and comparative review of theoretical literature. It synthesizes classical and contemporary scholarship in philosophical aesthetics, empirical aesthetics, environmental psychology, cognitive psychology, sociology of taste, and cultural theory. Philosophical perspectives are examined through debates on aesthetic judgment, psychological studies through perceptual, cognitive, emotional, and embodied processes, and sociological theories from Bourdieu's concept of social distinction to contemporary approaches emphasizing agency, practice, and embodiment. Particular attention is given to Arsel and Bean's Foucauldian concept of taste regimes as a framework for explaining the social production and reproduction of aesthetic norms. The analysis demonstrates that architectural taste cannot adequately be understood from any single disciplinary perspective. Philosophically, taste provides the conceptual conditions through which architecture becomes meaningful and aesthetically judged. Competing architectural theories and aesthetic traditions shape different criteria for evaluating architectural works and therefore influence the intellectual framework within which judgments are formed. Psychologically, taste is not merely a subjective preference but an embodied cognitive process involving perception, emotion, memory, prior experience, cultural background, and learned aesthetic competencies. Architectural evaluation emerges through the interaction between the perceiving individual, the physical environment, and contextual factors rather than from the architectural object alone. From a sociological perspective, the study argues that taste functions simultaneously as an aesthetic practice and as a social process. Earlier sociological theories, particularly Bourdieu's, interpreted taste primarily as a marker of social distinction and class position. Contemporary scholarship, however, increasingly shifts attention from asking what taste signifies toward examining how taste is socially produced and reproduced. Within this perspective, architectural taste develops through continuous interaction between individual agency and broader cultural structures rather than being determined exclusively by either. Individuals actively cultivate aesthetic competencies, while institutions, educational systems, media, markets, brands, digital platforms, and professional discourses collectively organize the conditions under which architectural judgments become possible. Drawing upon Arsel and Bean's interpretation of Foucauldian theory, the study further conceptualizes architectural taste through the notion of taste regimes. Taste regimes

Received: 21 Apr 2026

Received in revised form: 10 Jun 2026

Accepted: 22 Jun 2026

Fatemeh Mirzaie¹ [iD](#)

PhD Candidate in Architecture, Department of Architecture, Faculty of Architecture and Urban Planning, Iran University of Art, Tehran, Iran. E-mail: f.mirzaee@student.art.ac.ir

Nadieh Imani² [iD](#) (Corresponding Author)

Professor, Department of Interior Architecture, Faculty of Architecture and Urban Planning, Iran University of Art, Tehran, Iran. E-mail: imani@art.ac.ir

Hesam Salamat³ [iD](#)

PhD in Sociology, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Tehran University, Tehran, Iran.

E-mail: hesamsalamat61@gmail.com

<https://doi.org/10.22059/jfaup.2026.412603.673177>

are understood as discursive, normative, and structural networks that organize aesthetic practice by defining desirable forms of perception, evaluation, and engagement with architectural objects. These regimes operate through interrelated mechanisms of problematization, ritualization, and instrumentalization, thereby transforming dispersed individual preferences into socially meaningful aesthetic practices. Rather than directly determining individual choices, taste regimes establish the conditions within which aesthetic agency is exercised. Consequently, architectural taste emerges through an ongoing reciprocal relationship among social structures, individual actors, and architectural objects, each continuously shaping and reshaping the others. The principal contribution of this study is the development of an integrated conceptual model that reconstructs architectural taste as a dynamic process rather than a fixed attribute of either individuals or buildings. The proposed framework identifies three inseparable dimensions of architectural experience: individual agency, architectural objects, and social structures. Architectural evaluation is interpreted as the outcome of the continuous interaction among these three dimensions, rather than the product of any single one of them. This reconceptualization expands the theoretical scope of architectural taste beyond traditional debates concerning beauty, preference, or social distinction by emphasizing aesthetic practice, embodied experience, and the social production of evaluation. The study concludes that architectural taste should not be understood simply as an individual's preference, a property of architecture, or a direct reflection of social class. Instead, it represents the aesthetic process through which architectural experience acquires meaning and value within specific social and cultural contexts. By integrating philosophical, psychological, and sociological approaches into a unified conceptual framework, the study provides a theoretical foundation for future empirical investigations of architectural taste and offers a broader understanding of contemporary architectural experience, particularly regarding the interaction between agency, materiality, and the social organization of aesthetic judgment.

Keywords: aesthetic action, aesthetic judgment, agency, architecture preference, structure, taste

Citation: Mirzaie, Fatemeh; Imani, Nadieh, & Salamat, Hesam. (2026). Explaining the social mechanisms of architectural taste formation. *Journal of Fine Arts: Architecture and Urban Planning*, 31(2), 79-92. (In Persian)



© Authors retain full copyright and publishing rights.

Publisher: University of Tehran Press.

*This article is derived from the second author's doctoral dissertation, entitled "Explaining the formation of social taste in the architecture of Tehran's Villas, 1932–1953", which is currently being conducted under the supervision of the first author and with consultation from the third author at the Iran University of Art.

تبیین سازو کارهای اجتماعی شکل گیری سلیقه معماری

چکیده

تجربه مواجهه با اثر معماری همواره به نوعی ارزیابی زیبایی شناختی می انجامد، اما سازو کار آن همچنان محل بحث است. «سلیقه» به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی در تبیین این فرایند، غالباً امری فردی تلقی شده است؛ حال آن که بررسی ها نشان می دهد سلیقه در بستر سازو کارهای اجتماعی، فرهنگی و گفتمانی شکل می گیرد. مقاله حاضر با هدف بازخوانی مفهوم سلیقه معماری، در پی پاسخ به این پرسش است که چگونه می توان سازو کارهای شکل گیری سلیقه معماری را تبیین کرد. این تحقیق با بهره گیری از تحلیل مفهومی و بازخوانی تطبیقی

دیدگاه های فلسفی، روان شناختی و جامعه شناختی، چارچوبی مفهومی برای تبیین شکل گیری سلیقه معماری صورت بندی می کند. یافته های تحقیق نشان می دهد که سلیقه معماری نه صرفاً ویژگی ای ثابت در فرد یا اثر معماری و نه پیامدی منفعل از ساختارهای اجتماعی است؛ بلکه فرایندی پویا است که در تعامل مداوم میان عاملیت فردی، اثر معماری و ساختارهای اجتماعی شکل می گیرد. پس سلیقه به مثابه کنشی زیبایی شناختی، چارچوبی مفهومی را برای تبیین چگونگی تبدیل تجربه مواجهه با معماری به ارزیابی زیبایی شناختی و معناگذاری اجتماعی فراهم می آورد و توجه را از ارزش گذاری انواع سلیقه به تحلیل سازو کارها و فرایندهای تولید و بازتولید آن معطوف می سازد. بدین ترتیب، مقاله با بازخوانی سلیقه معماری در پیوند میان تجربه، عاملیت و ساختار، مبنایی نظری برای تحلیل تجربه معماری و پژوهش های آتی در این حوزه فراهم می آورد.

واژه های کلیدی: رژیم سلیقه، ساختارهای اجتماعی، سلیقه معماری، کنش زیبایی شناختی، عاملیت فردی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۵/۰۲/۰۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۳/۲۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۵/۰۴/۰۱

فاطمه میرزائی^۱: دانشجوی دکتری معماری، گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر ایران، تهران، ایران.

E-mail: f.mirzaee@student.art.ac.ir

نادیه ایمانی^۲: نویسنده مسئول؛ استاد گروه معماری داخلی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر ایران، تهران، ایران.

E-mail: imani@art.ac.ir

حسام سلامت^۳: دکتری جامعه شناسی، گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

E-mail: hesamsalamat61@gmail.com

<https://doi.org/10.22059/jfaup.2026.412603.673177>

استناد: میرزائی، فاطمه؛ ایمانی، نادیه و سلامت، حسام. (۱۴۰۵). تبیین سازو کارهای اجتماعی شکل گیری سلیقه معماری. نشریه هنرهای زیبا: معماری و شهرسازی،

۳۱(۲)، ۷۹-۹۹.

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© نگارندگان، حق تکثیر و امتیاز کامل انتشار مقاله خود را حفظ می کنند.



* مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری نگارنده دوم با عنوان «تبیین شکل گیری سلیقه اجتماعی در معماری و بناهای تهران در سالهای ۱۳۱۱-۱۳۳۲» می باشد که با راهنمایی نگارنده اول و مشاوره نگارنده دوم در دانشگاه هنر ایران در حال انجام است.

مقدمه

سلیقه یکی از مفاهیم کلیدی در فهم تجربه مواجهه فرد با معماری است که تبیین نظری آن می‌تواند در تحلیل بسیاری از مسائل معماری - از جمله ترجیحات فضایی، الگوهای مصرف و ارزیابی‌های زیبایی‌شناختی - کاربرد داشته باشد. با این حال، در پیشینه موجود، سلیقه معماری اغلب از یک زاویه محدود بررسی شده است. مثلاً صرفاً با بررسی ترجیحات و علایق معماری افراد مطالعه شود (Kaplan & Kaplan, 1989; Nasar, 2010; Ipsos MORI, 2010) یا اینکه اثر عاملی بیرونی (مانند تحولات فرهنگی، نقش رسانه و یا قدرت سیاسی) بر سلیقه معماری پیگیری شود (Karimi, 2009; Arsel & Bean, 2013; Grior, 2005). با اینکه هر کدام از این تحقیقات نتایج ارزشمند خود را دارند، اما در مجموع، هنوز فهمی جامع از سلیقه معماری ارائه نمی‌دهند. در نتیجه، سلیقه معماری به امری کاملاً فردی فرو کاسته می‌شود یا صرفاً بازتابی از ساختارهای اجتماعی تلقی می‌شود. بر این اساس چالش برانگیز است: اگر سلیقه صرفاً امری فردی باشد، چگونه می‌توان الگوهای مشترک ترجیح، سبک‌های غالب، یا چرخه‌های مد در معماری را توضیح داد؟ و اگر کاملاً ساختاری و اجتماعی باشد، چه نسبتی با تجربه زیسته، ادراک فضایی و عاملیت افراد در مواجهه با معماری خواهد داشت؟ این پرسش‌ها در معماری اهمیت ویژه‌ای می‌یابند؛ زیرا معماری نه صرفاً یک اثر هنری، بلکه بستری برای تجربه روزمره، کنش اجتماعی و زیست انسانی است (وینترز، ۱۳۹۶/۲۰۰۷). از این رو، مسئله اصلی این تحقیق، بازاندیشی مفهوم سلیقه در تجربه معماری به مثابه پدیده‌ای پویا - و نه صرفاً فردی یا کاملاً اجتماعی - است که در تعامل مداوم میان فرد، ساختارهای اجتماعی و اثر معماری شکل می‌گیرد.

منظور از «سلیقه معماری» در این تحقیق، سلیقه‌ای است که در جریان تجربه معماری و در بستر زندگی اجتماعی، پیوسته شکل می‌گیرد و بازتولید می‌شود. چنین نگاهی سلیقه و انتخاب فرد را در معماری فراتر از یک گزینش ساده و طبیعی بررسی می‌کند و فرایند، انگیزه‌ها، دلایل و زمینه‌های پشت انتخاب را می‌کاود. چنین برداشتی امکان بازخوانی سلیقه‌ها را به جای پذیرش آن‌ها به عنوان امری بدیهی و مسلم - فراهم می‌کند و به فهم چگونگی تولید و بازتولید آن در چرخه زیست اجتماعی و عوامل شکل‌دهنده آن یاری می‌رساند. از این منظر، پرسش اصلی تحقیق آن است که: چگونه می‌توان سازوکارهای شکل‌گیری سلیقه معماری را تبیین کرد؟ هدف این مقاله ارائه نسخه‌ای هنجاری از «سلیقه درست» در معماری نیست بلکه تبیین ابعاد گوناگون سلیقه معماری و همچنین سازوکارهای شکل‌گیری، تثبیت و تحول آن در بستر اجتماعی-فرهنگی است. برای رسیدن به این هدف، مقاله با بازخوانی تحول تاریخی مفهوم سلیقه، تلفیق دیدگاه‌های فلسفی، روان‌شناختی و جامعه‌شناختی، مدلی نظری برای تبیین شکل‌گیری سلیقه معماری پیشنهاد می‌کند. این چارچوب می‌تواند افق تازه‌ای در برای مطالعات نظری معماری فراهم آورد و مبنایی مفهومی برای تحلیل تجربه معماری و پژوهش‌های آتی در این حوزه فراهم کند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر ماهیت، کیفی و از نظر استراتژی تحقیق، مبتنی بر «استدلال منطقی» است. استراتژی استدلال منطقی با اتکا به تحلیل‌های

قیاسی-استقرایی و ترکیب سازه‌های نظری، به دنبال صورت‌بندی سامانه‌های مفهومی شفاف با توان تبیین‌گری بالا است (گروت و وانگ، ۱۳۹۶/۲۰۰۲). پژوهش حاضر نیز با اتکا به تحلیل مفهومی و بازخوانی تطبیقی مبانی نظری زیبایی‌شناسی، زیبایی‌شناسی تجربی و جامعه‌شناسی سلیقه می‌کوشد چارچوبی مفهومی برای تبیین سازوکارهای اجتماعی شکل‌گیری سلیقه معماری ارائه دهد.

فرایند پژوهش در سه گام عملیاتی طی شده است. در گام نخست، متون نظری منتخب در سه حوزه یادشده - بر اساس ارتباط آن‌ها با مسئله پژوهش - گردآوری و مطالعه شد. در گام دوم، مفاهیم و گزاره‌های کلیدی هر حوزه استخراج و بر پایه اشتراک‌ها و تمایزهای مفهومی مقایسه و سازمان‌دهی شد. در گام سوم، با بازخوانی تطبیقی این مفاهیم و تحلیل روابط میان آن‌ها، چارچوب مفهومی پژوهش صورت‌بندی و در قالب مدلی تحلیلی ارائه گردید.

برای صورت‌بندی و تبیین روابط میان مفاهیم، از نمودار (دیاگرام) بهره گرفته شده است (گروت و وانگ، ۱۳۹۶/۲۰۰۲). این نمودارها با نمایش ارتباط میان مفاهیم و سازمان‌دهی ساختار مفهومی پژوهش، به انسجام مفهوم‌سازی و شفافیت استدلال کمک می‌کنند (Buckley & Waring, 2013). در این تحقیق نیز نمودارها در تقطیر مفاهیم اصلی و سنتز مجدد آن‌ها به منظور ایجاد نوعی سامانه مفهومی نقشی ایفا کرده‌اند.

پیشینه پژوهش

می‌توان پیشینه نظری تئوری‌های مرتبط با ذوق را تا لحظه‌ای که نحوه مواجهه انسان با آثار هنری/معماری (به مثابه مواجهه سوژه با ابژه) به مسئله تبدیل شد، پی‌جویی و بررسی کرد. هرچند توافقی بر تاریخ دقیق این لحظه وجود ندارد (Vercelloni, 2016)، با این حال مقام سوژه در ادراک آثار هنری پس از انقلاب فکری-فلسفی دکارت اهمیت یافت؛ به گونه‌ای که مفهوم ذوق (برای مخاطب اثر هنری/معماری و مفاهیم نبوغ و خلاقیت برای هنرمند به کار گرفته شد (پازوکی، ۱۳۸۱). از آن پس مفهوم ذوق در تئوری‌های غربی چنان اهمیت یافت که به سبب کثرت نظریات ذوقی در قرن هجدهم به آن لقب «قرن ذوق» داده‌اند (دیکی، ۱۳۹۶/۱۹۹۶). بدین ترتیب، مفهوم ذوق از آغاز با مسئله نسبت میان انسان و اثر هنری پیوند خورد و بعدها در حوزه‌های گوناگون دانش، از منظرهای متفاوت بازخوانی شد.

با وجود اهمیت دیرینه سلیقه برای فلسفه و هنر، مطالعه علمی آن نسبتاً جدید است. حدود ۱۵۰ سال پیش گوستاو تئودور فخنر (۱۸۰۱-۱۸۸۷)، فیلسوف و روانشناس آلمانی، با کتاب پیش‌مکتب زیبایی‌شناسی (۱۸۷۱) بنیان زیبایی‌شناسی تجربی را گذاشت (Leder & Nadal, 2014, p. 443). این اثر نقطه عطفی بود که مطالعه سلیقه و زیبایی از تأملات فلسفی صرف فراتر رفت و امکان بررسی تجربی فرایندهای ادراک و ترجیح فراهم شد. البته تا حدود یک سده بعد از فخنر، با وجود مطالعات برخی مکاتب روان‌شناسی (مانند روان‌شناسی گشتالت)، هنوز نظامی جامع از زیبایی‌شناسی تجربی شکل نگرفته بود (Nadal & Vartanian, 2022).

در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ م، دانیل برلین (۱۹۲۴-۱۹۷۶)، نقش مهمی در احیای مطالعات زیبایی‌شناسی تجربی داشت؛ طوری که امروزه از او به عنوان نقطه آغاز زیبایی‌شناسی تجربی معاصر یاد می‌کنند (Nadal & Vartanian, 2022, p. 11). از این دوره به بعد، زیبایی‌شناسی تجربی به یکی از مهم‌ترین

بسترهای روان‌شناختی مطالعه سلیقه تبدیل شد.

از بعد اجتماعی سلیقه، پیشینه نشان می‌دهد که زمینه نفوذ مفهوم سلیقه درون علوم اجتماعی را از دو مسیر می‌توان دنبال کرد: نخست، از مسیر جامعه‌شناسی؛ یعنی در امتداد تلاش اندیشمندانی همچون تونیس، زیمل و بعدها وبلن و بودریار بازخوانی کرد که در پی تبیین نسبت میان فرد و جامعه بودند؛ مسئله‌ای که در پی دگرگونی‌های مناسبات زندگی اجتماعی پدید آمده بود. اگرچه این جریان‌ها از سنت‌های نظری متفاوتی برخاسته‌اند، همگی در فهم پیوند میان انتخاب‌های فردی و ساختارهای اجتماعی نقش داشته‌اند. با وفور کالاها، تغییر رابطه فرد-کالا و شکل‌گیری «مصرف نمایشی» به تدریج، تحلیل رفتار مصرفی افراد امکان درک وضعیت اجتماعی را به دست داد. دوم، از مسیر مطالعات مصرف و بازار که در امتداد مباحث مربوط به تولید، کار و سرمایه، به تدریج مصرف را به موضوعی مستقل برای تحلیل اجتماعی تبدیل کرد (Wherry & Ian, 2019). هر دو مسیر در نهایت به این پرسش مشترک می‌رسند که انتخاب‌های ظاهراً فردی چگونه با ساختارهای اجتماعی پیوند می‌یابند؟ از این منظر، «سلیقه» به یکی از مفاهیم بنیادین علوم اجتماعی تبدیل شد؛ مفهومی که از خلال آن می‌توان پیوند میان انتخاب‌های فردی و ساختارهای اجتماعی را تفسیر کرد. این مفهوم عمدتاً از زمان مطالعات پی‌یر بوردیو (۱۹۳۰-۲۰۰۲) به مفهوم اصلی در تحقیقات مصرف تبدیل شد. او با طرح مفاهیمی چون عادت‌واره، سرمایه فرهنگی و تمایز، نشان داد که سلیقه صرفاً انتخابی فردی نیست بلکه در بستر ساختارهای اجتماعی شکل می‌گیرد و بازتولید می‌شود (Wherry & Ian, 2019, p. 8). بدین ترتیب، سلیقه در علوم اجتماعی به مفهومی کلیدی برای تبیین رابطه میان انتخاب‌های فردی و نظم اجتماعی تبدیل شد. گسترش مطالعات سلیقه در دهه‌های اخیر، این مفهوم را به یکی از موضوعات پژوهشی در حوزه‌های گوناگون، از جمله معماری و معماری داخلی، تبدیل کرده است. از منظر نوع مواجهه با مسئله سلیقه، تحقیقات مرتبط را در دو دسته کلی می‌توان جای داد: نخست تحقیقاتی که مصداق مشخصی از سلیقه معماری را توصیف، تحلیل و یا سنجیده‌اند. دوم تحقیقاتی که تحلیل نظری بر سلیقه معماری انجام داده‌اند. همچنین ممکن است تحقیقی هم تحلیل نظری و هم تحقیق کاربردی انجام داده باشد. هر یک از این دو دسته، جنبه متفاوتی از سلیقه را روشن می‌کنند؛ نخست در فهم مصداق و دوم در فهم سازوکارهای نظری آن. باین حال تمرکز عمده پژوهش‌ها بر یکی از این دو دسته بوده است.

عمده تحقیقات در حوزه سلیقه در معماری معمولاً بر مصداقی خاص متمرکز بوده‌اند، نه بر ارائه چارچوبی نظری برای تبیین سلیقه. به عبارت دیگر، بیشتر سلیقه معماری در همان موقعیت توصیف شده است. این تحقیقات با وجود نتایج ارزشمند درباره همان مصداق، قابلیت تعمیم نظری محدودی دارند. مثلاً به تحقیقات متعددی در ایران می‌توان اشاره کرد که تغییرات سلیقه اجتماعی ایرانیان در دوره پهلوی نسبت به دوره قاجار را بررسی کرده‌اند و نمود آن سلیقه و سبک زندگی جدید را در معماری مسکونی رصد کرده‌اند؛ مانند قدردان قراملکی و همکاران (۱۴۰۳) و یا عالقدر (۱۳۹۸). در برخی نیز، در رابطه با چگونگی شکل‌گیری سلیقه، بعضی از عوامل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نیز ذکر شده است؛ مانند دهقان و انصاری (۱۴۰۰). در این مطالعات، اگرچه به برخی عوامل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی اشاره شده است، اما رابطه نظری میان این عوامل و

سازوکار شکل‌گیری سلیقه به روشنی تبیین نشده است؛ از این رو، امکان تعمیم یا انتقال این تحلیل‌ها به موقعیت‌های مشابه محدود می‌شود.

تحلیل‌های نظری سلیقه معماری به‌طور عام و صرف نظر از مصداق، می‌تواند به تبیین نظری بسیاری از معضلات و دغدغه‌های اجتماعی معماران مرتبط با انتخاب‌ها و ترجیحات عموم در معماری کمک کند. باین حال تعداد این تحقیقات بسیار محدود و انگشت‌شمار است؛ به‌ویژه تحقیقاتی که نگاه همه‌جانبه و فارغ از هرگونه ارزش‌گذاری، به‌کم و کیف سلیقه توجه کرده باشند. عمده تحقیقات نظری در این حوزه معمولاً از یک زاویه مشخص و به‌طور عمیق موضوع را بررسی کرده‌اند. مثلاً آرسل و بین (۲۰۱۳) یا امینیان (۱۴۰۰) هر یک تنها بر یکی از ابعاد سلیقه - آن هم در نسبت با یک مصداق معماری - متمرکز شده‌اند. از معدود تحقیقات نظری جامع، رساله هورن (۲۰۱۹) است که با تلفیق مرور نظری و مطالعه تجربی، چارچوبی برای تحلیل تفاوت سلیقه میان معماران و عموم مردم ارائه می‌کند. مزیت مضاف این تحقیق این است که ورا یافته‌های آن درباره مصداق تحقیق به‌طور خاص، به‌طور عام و نظری نیز نشان می‌دهد که دلایل روان‌شناختی و اجتماعی تفاوت‌های ممکن میان سلیقه عامه مردم با سلیقه معماران چیست.

مرور پیشینه نشان می‌دهد که اگرچه پژوهش‌های پیشین از منظرهای فلسفی، روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و نیز مطالعات معماری، هر یک بخشی از پدیده سلیقه معماری را روشن کرده‌اند، هنوز چارچوبی نظری برای تبیین شکل‌گیری سلیقه معماری ارائه نشده است. این مقاله در امتداد مقاله‌های مبادی سلیقه در معماری (۱۳۹۳) و تبارشناسی مفهوم سلیقه در معماری (۱۴۰۱)، تلاش می‌کند تا زمینه نظری را توسعه بدهد و مبنایی برای تحقیقات عملی شود. دو مقاله مذکور بیشتر چستی و لایه‌های معنایی مفهوم سلیقه در معماری را تشریح کرده‌اند؛ اما این تحقیق نخست باباخوانی تحول تاریخی مفهوم سلیقه، سپس با تلفیق دیدگاه‌های فلسفی، روان‌شناختی و جامعه‌شناختی در قالب مدلی سه‌سطحی و در نهایت با تبیین سازوکار اجتماعی شکل‌گیری سلیقه در قالب مفهوم «رژیم سلیقه» می‌کوشد گامی در توسعه چارچوب نظری مطالعات سلیقه در معماری بردارد.

مبانی نظری پژوهش

سلیقه معماری

بر اساس صورت‌بندی نظری این تحقیق، منظور از پدیده «سلیقه معماری»، تجربه مواجهه انسان با بنای معماری - خواه تمام یا بخشی از معماری و معماری داخلی باشد - است و حالت لذت/انزجاری که به وی دست داده و ارزیابی‌ای که در پی آن انجام می‌دهد. در این چارچوب، سلیقه معماری را صرفاً امری ذاتی یا واکنشی طبیعی نیست، بلکه پدیده‌ای است که در جریان زندگی اجتماعی و در بستر تعاملات، قراردادهای و توافق‌های انسانی شکل می‌گیرد و تثبیت می‌شود. از این منظر، سلیقه صرفاً واکنشی فردی به ویژگی‌های کالبدی بنا نیست، بلکه کنشی است که در زمینه‌ای اجتماعی تحقق می‌یابد.

با این تعریف، بحث درباره سلیقه معماری، در اصل بحث درباره کم و کیف مواجهه انسان با بنای معماری است. از این رو، این موضوع، به دلیل آن که مرتبط با پدیده‌ای انسانی است، دانش و حرفه معماری را به گستره‌ای از دانش در رشته‌های گوناگون متصل می‌کند. هورن (۲۰۱۹)

و اسکروتون، ۱۳۹۷/۲۰۰۲، ۷۹). پس در رابطه با سلیقه معماری می‌توان گفت که فلسفه بیشتر بنیان مفهومی فهم و معیار ارزش‌گذاری معماری را برای ما فراهم می‌کند.

در سنت فلسفه هنر، تجربه زیبایی‌شناختی بر محور رابطه میان سوژه و ابژه زیبایی‌شناختی فهم می‌شود. سوژه^۲ همان صاحب قوه ذوق است. و رای اینکه ماهیت این قوه را باید چگونه تعریف کرد، به واسطه این قوه است که فرد توانایی تشخیص امر زیبا و یا عدم آن را پیدا می‌کند (بلخاری قهی، ۱۴۰۰، ۱۸۹). از آنجا که موضوع این تحقیق تجربه انسان از معماری است، «اثر معماری» در این سطح در قالب «ابژه مفهومی زیبایی‌شناختی»^۳ - و نه صرفاً یک شیء مادی - تلقی می‌شود: ابژه مفهومی زیبایی‌شناختی، ممکن است با ابژه مادی متمایز باشد؛ ابژه مفهومی پاره‌ای از حالات ذهن است و حال آنکه ابژه مادی همواره وجود مستقل (و عینی) دارد. از این رو، بیان «ابژه زیبایی‌شناختی» با توجه به ساختار مفهومی حاصل می‌شود و مطالعه ابژه زیبایی‌شناختی نه تنها مطالعه مجموعه مستقل و موجود از اشیاء، بلکه مطالعه خود تجربه زیبایی‌شناختی است (هاسپرز و اسکروتون، ۱۳۹۷/۲۰۰۲، ۸۲).

حاصل این تجربه صرفاً به احساس لذت یا انزجار محدود نمی‌شود، بلکه فرایندی است که به شکل‌گیری داوری درباره اثر نیز می‌انجامد. موضوعی که اسکروتون چنین توصیف می‌کند: این تجربه زیبایی‌شناختی از یک سو، منشأ در لذت حسی بلافصل از خود ابژه به واسطه عمل ادراک دارد و از سوی دیگر به نظر می‌رسد که فراتر از این لذت رفته که نشانی از قوه‌های تعلیلی دارد و سنجش را از درون آن‌ها بیرون می‌کشد. (هاسپرز و اسکروتون، ۱۳۹۷/۲۰۰۲، ۸۸-۸۹)

بنابراین، در این مواجهه، حاصل تجربه زیبایی‌شناختی علاوه بر «علقه زیبایی‌شناختی»^۴ «داوری زیبایی‌شناختی»^۵ را نیز شامل می‌شود؛ اما چگونه؟ چرا حاصل ارزیابی‌های افراد باهم متفاوت است؟ افراد چگونه ارزیابی می‌کنند و ملاک چیست؟ در اینجا لازم به تذکر است که تلقی از ماهیت سلیقه، تاثیر زیادی در

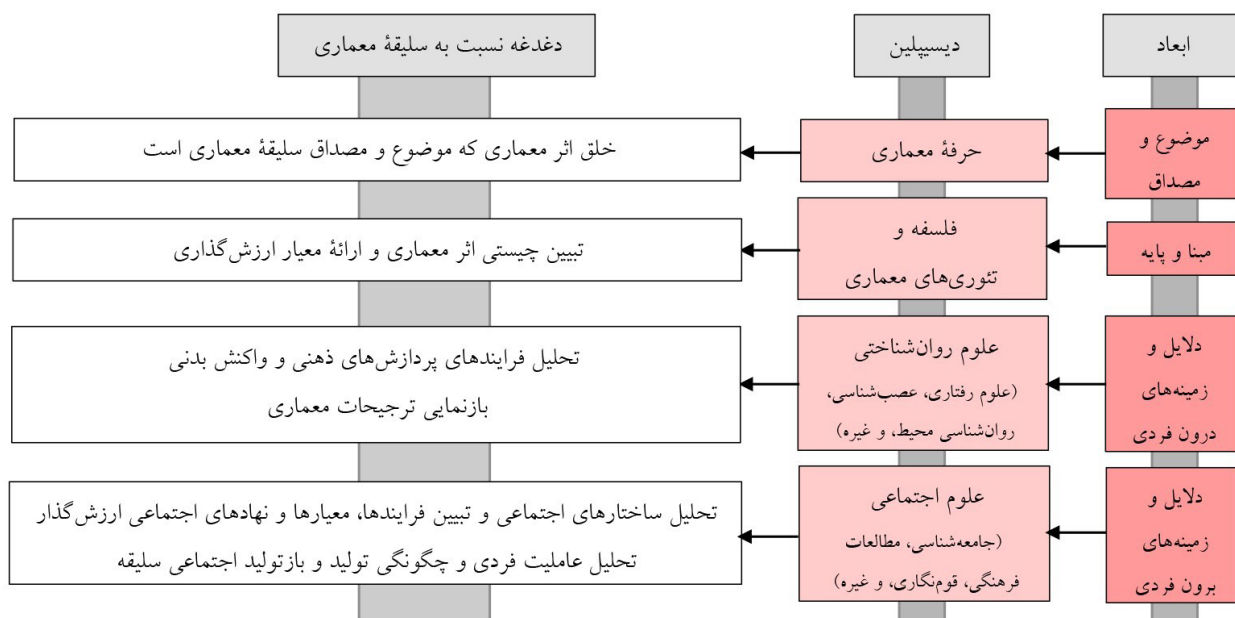
نشان می‌دهد که دانش‌های مرتبط با سلیقه معماری را در چهار گروه کلی می‌توان دسته‌بندی کرد. نخست، خود حرفه معماری که عرصه ظهور و تجلی سلیقه است. دوم، فلسفه و تئوری‌های معماری که ناظر بر چیستی و ماهیت سلیقه معماری است و حوزه‌هایی همچون فلسفه ذوق، زیبایی‌شناسی معماری و تاریخ معماری را شامل می‌شود. سوم، علوم روان‌شناختی و عصب‌شناختی که زمینه‌ها، دلایل و چرایی و چگونگی سلیقه معماری درون فرد را بررسی می‌کند. رشته‌هایی همچون روان‌شناسی اجتماعی، زیبایی‌شناسی تجربی، زیبایی‌شناسی محیطی و روانشناسی محیطی در این حیطه کارآمد هستند. دسته آخر، علوم اجتماعی است که حوزه‌هایی مانند جامعه‌شناسی، مطالعات فرهنگی، مردم‌نگاری و بازاریابی می‌توانند در فهم چرایی و چگونگی و دلایل بیرونی اثرگذار بر سلیقه معماری کمک کنند (Horn, 2019) (نمودار ۱). از آنجایی که این تحقیق بر فهم اجتماعی سلیقه معماری تأکید دارد، پس هسته اصلی نظری این تحقیق را علوم اجتماعی، به‌ویژه جامعه‌شناسی، تشکیل می‌دهد. در ادامه به‌طور مفصل فهمی که هر یک از این حوزه‌ها درباره سلیقه معماری به دست می‌دهند، ارائه خواهد شد.

سلیقه معماری در حوزه‌های گوناگون دانش

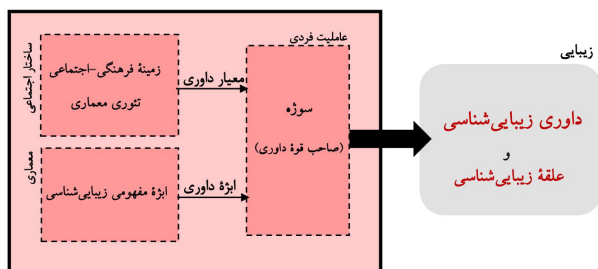
سلیقه معماری در فلسفه و تئوری‌های معماری

چنان که بسیاری از پرسش‌های بنیادی معماری را از فلسفه می‌توان پرسید، در اینجا نیز می‌توان این پرسش را مطرح کرد: مواجهه فرد با بنای معماری را در فلسفه و تئوری‌های معماری چگونه می‌توان فهمید؟ در اینجا دانش زیبایی‌شناسی^۶ راهگشاست: شاخه‌ای از فلسفه هنر که بررسی واکنش فرد در برابر ابژه (که به زبان زیبایی‌زشتی بیان می‌شود) را شامل می‌شود (هاسپرز و اسکروتون، ۱۳۹۷/۲۰۰۲، ۷۷). البته [این بررسی] با بررسی علم تفاوت دارد؛ زیرا فلسفه در پی کشف سازوکارهای علی نیست. هدف فیلسوف ارائه توصیف عالی درباره خود اشیاء است تا آنجا که بستر چگونگی فهم آن‌ها و ارزش‌گذاری آن‌ها را برای فرد فراهم کند (هاسپرز

نمودار ۱. شبکه دانش در نسبت با سلیقه معماری (با تلخیص از Horn, 2019)



نمودار ۲. سلیقه معماری از بُعد فلسفی (یافته‌های پژوهش)



سلیقه معماری در علوم روان‌شناختی

اگر در سطح فلسفی، مسئله چگونگی تبدیل تجربه معماری به داوری معماری مطرح شد، در سطح روان‌شناختی پرسش این است که درون انسان چه اتفاقی رخ می‌دهد. در این حوزه مواجهه با اثر هنری/معماری به مثابه «تجربه زیبایی‌شناختی»^۷ در نظر گرفته می‌شود؛ یعنی «فرایند شناختی که همواره با واکنش‌های عاطفی همراه است» (Leder, 2004, p. 493). مطالعه تجربه زیبایی‌شناختی در روانشناسی عمدتاً ذیل زیبایی‌شناسی تجربی^۸ صورت می‌گیرد؛ شاخه‌ای که از روش‌های علمی برای مطالعه زیبایی‌شناسی [داوری ذوقی] استفاده می‌کند (Nadal and Vartanian, 2022, p. 4). این حوزه می‌کوشد پیچیدگی و تنوع واکنش‌های زیبایی‌شناختی را توضیح بدهد. پس اگر معماری را به مثابه اثری هنری بپذیریم، تحقیقات عمومی درباره تجربه زیبایی‌شناختی می‌تواند برای ما سودمند باشند؛ اما معماری تنها مانند شیء هنری تجربه نمی‌شود؛ بلکه هم‌زمان تجربه محیطی نیز پدید می‌آورد. همین امر بحث را به سمت زیبایی‌شناسی محیطی^۹ می‌کشاند؛ حوزه‌ای میان‌رشته‌ای که پیوندی میان زیبایی‌شناسی تجربی و روان‌شناسی محیط ایجاد می‌کند. از این رو، در ادامه، عمدتاً از این دو حوزه، برای فهم سلیقه معماری استفاده خواهد شد.

در نخستین پژوهش‌های زیبایی‌شناسی تجربی، تمرکز عمدتاً بر ویژگی‌های عینی آثار هنری و نحوه ادراک آن‌ها بود. با گسترش هنر مدرن و تنوع سبک‌های هنری، روشن شد که ویژگی‌های صوری اثر به تنهایی قادر به تبیین واکنش‌های زیبایی‌شناختی نیستند^{۱۰} (Leder, 2004; Leder & Nadal, 2014). از این رو، پژوهش‌ها به تدریج از مطالعه ویژگی‌های بصری آثار به تحلیل تجربه زیبایی‌شناختی و فرایندهای شناختی و عاطفی شکل‌دهنده آن معطوف شدند (Leder, 2004; Leder & Nadal, 2014; Chatterjee, 2004; Locher et al, 2010). این تغییر رویکرد نقطه عطفی در روان‌شناسی هنر بود؛ زیرا به جای پرسش از اینکه چه ویژگی‌هایی زیبا هستند، این پرسش را مطرح کرد که تجربه زیبایی‌شناختی چگونه در ذهن انسان شکل می‌گیرد؛ در ادامه، شاخص‌ترین یافته‌های این رویکرد مرور می‌شود.

یکی از مهم‌ترین دستاوردهای روان‌شناسی معاصر این است که تجربه زیبایی‌شناختی را حاصل تعامل سه مؤلفه می‌داند. از دید این حوزه، هر تجربه زیبایی‌شناختی از سه جزء اصلی تشکیل می‌شود: ۱. «ابژه» (محرک) که ارزیابی می‌شود، ۲. «شخص» (فردی که ارزیابی می‌کند) و ۳. «زمینه» (شرایط اجتماعی-محیطی که ارزیابی در آن رخ می‌دهد) (Nadal & Vartanian, 2022, p. XI). تحقیقات اولیه بیشتر بر محرک متمرکز بودند؛ با این فرض که ویژگی‌هایی (هایی) در محرک سبب برانگیختگی عاطفی و در

نحوه پاسخ‌گویی به پرسش‌های بالا دارد. در سنت فکری غرب، هم اعتقاد به نوعی امر «پیشینی» دیده می‌شود که سلیقه را حاصل فرایند مدنی‌شدن آداب و رسوم، فرهنگ و هنر می‌داند؛ و هم فرض «پیشینی» وجود یک قوه ضروری و جهان‌شمول که مقدم بر هر تجربه‌ای است، به چشم می‌خورد (Vercelloni, 2016). پرسش این تحقیق، با توجه به این که فرض را بر تجربی بودن و اجتماعی بودن سلیقه معماری می‌گذارد، به دیدگاه اول نزدیک‌تر است؛ به‌ویژه به آرای فیلسوفان تجربه‌گرای همچون دیوید هیوم (۱۷۱۱-۱۷۷۶) که نوعی نسبی‌گرایی تاریخی و فرهنگی سلیقه در اندیشه او دیده می‌شود. وی به روشنی توضیح می‌دهد که چگونه آداب و رسوم و عقاید گوناگون در هر عصر و سرزمینی می‌تواند بر تجربه ذوقی اثر بگذارد (هیوم، ۱۳۸۸/۱۷۶۰). به عبارت دیگر، زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی در تعیین تلقی افراد از زیبایی-به‌عنوان معیار برای داوری ذوقی-نقش دارد. از این منظر، سلیقه اگر چه در تجربه فردی تحقق می‌یابد، اما معیارهای آن در خلأ شکل نمی‌گیرند.

به‌طور اخص درباره تجربه زیبایی‌شناختی و ارزیابی در معماری لازم است به تئوری‌های معماری توجه شود. در این باره، وینترز نشان می‌دهد که تلقی فرد از ماهیت معماری مستقیماً بر نحوه داوری او اثر می‌گذارد. به عنوان مثال، اگر کسی قائل به تمایز ذاتی میان معماری و سایر هنرها باشد، معیارهای متفاوتی برای ارزیابی در نظر خواهد گرفت؛ و برعکس، اگر معماری و مجسمه‌سازی را تا حدی هم‌پوشان بداند، آثار «مجسمه‌گون» را ستایش خواهد کرد. برای نمونه، وینترز به آثار زها حدید اشاره می‌کند که جنبه‌های مجسمه‌وار دارند؛ بر اساس تعریف متفاوت ماهیت معماری، چنین آثاری هم شایسته تحسین‌اند و هم نقد برانگیزند (وینترز، ۲۰۰۷/۱۳۹۶). این موضوع نشان می‌دهد که پاسخ به پرسش‌های بنیادین درباره چیستی معماری تا چه حد می‌تواند معیارهای ستایش و نقد را تعیین کند. وی همچنین نشان می‌دهد که چگونه تفاوت‌های هستی‌شناسی مکاتب فکری گوناگون درباره معماری به تعریف‌های متفاوت و در نتیجه به معیارهای متفاوت منجر شده است (وینترز، ۲۰۰۷/۱۳۹۶). از طرفی، تفسیر و معیار ارزیابی زیبایی به مکاتب فکری‌ای که در هر دوران برای ارزیابی برمی‌گزینیم نیز وابسته است؛ لذا می‌توان آن را همچون عاملی بیرونی در نظر گرفت که به فرد معیار زیبایی‌شناختی می‌دهد و از منظر فکری-فلسفی، معین می‌کند که در هر دوران چه چیزی می‌تواند زیبا تلقی شود.

پس می‌توان گفت که در مواجهه با اثر معماری، آن اثر را می‌توان همچون ابژه مفهومی زیبایی‌شناختی تصور کرد که مستقل از وجود مادی آن، در تجربه ذوقی سوز حضور دارد. فرد نیز به مثابه سوز صاحب قوه داوری، در پی این مواجهه، تجربه زیبایی‌شناختی را از سر می‌گذراند. حاصل این مواجهه شکل‌گیری علاقة زیبایی‌شناختی و داوری زیبایی‌شناختی است. این داوری، از یک سو، به تلقی فرد از ماهیت معماری و معیارهای برخاسته از تئوری‌ها و مکاتب فکری وابسته است. از سوی دیگر، از پیشینه فرهنگی-اجتماعی او تأثیر می‌پذیرد (نمودار ۲). از این منظر، مسئله سلیقه در معماری را می‌توان در گام نخست، مسئله چگونگی تبدیل «تجربه معماری» به «داوری معماری» دانست؛ فرایندی که در سطح فلسفی، مبانی مفهومی و معیارهای این داوری را روشن می‌سازد و زمینه را برای بررسی سازوکارهای روان‌شناختی و اجتماعی شکل‌گیری سلیقه فراهم می‌کند.

مبتنی بر پاسخ لذت (انزجار) به محرک است. دوم، پردازش کنترل‌شده. نوع اخیر پردازش بیشتر متکی بر ادراک‌کننده است و نیازمند انگیزه و تلاش است. در حالت نخست، محرک‌هایی که به سهولت پردازش می‌شوند، معمولاً لذت بیشتری ایجاد می‌کنند. در حالت دوم، محرک‌های پیچیده و چالش‌برانگیز پس از پردازش شناختی، می‌توانند تجربه‌ای لذت‌بخش برای فرد ایجاد کنند (Nadel & Vartanian, 2022). این تفاوت در شیوه پردازش، یکی از دلایل اختلاف ترجیحات میان گروه‌های مختلف است. مثلاً در رابطه با نمای ساختمان‌ها، دلون و نسر (۱۹۹۸) نشان داده‌اند عموم مردم نماهای متقارن را ترجیح می‌دهند، حال آنکه معماران بیشتر به احجام پیچیده و بدیع گرایش دارند. این مطلب تاثیر دانش تخصصی در ادراک و سیستم‌های شناختی، در نتیجه تفاوت شیوه‌های پردازش و نهایتاً اختلاف ترجیح بناهای معماری گوناگون را نشان می‌دهد.

نظریه کانمن نیز این نتیجه را تأیید می‌کند. تحقیقات وی نشان می‌دهد که چگونه این توانایی ساده‌سازی اطلاعات حسی دریافت‌شده توسط مغز انسان (به لحاظ شناختی) می‌تواند احساس خوشایندی و لذت را ایجاد کند. فرآیندهای ذهنی ناخودآگاهی که تداعی‌کننده معنا و هنجارهای مورد انتظار است، می‌تواند نواقص اطلاعات دریافتی را کامل کند و حس انسجام را در چارچوب‌های ذهنی فرد ایجاد نماید. در این فرایند، «خاطرات» و «آشنایی» نقش مهمی در ایجاد احساس سهولت [دریافت] ایفا می‌کنند (Kahneman, 2012). یافته‌های هورن (۲۰۱۹) نیز این موضوع را در معماری تأیید می‌کند. او نشان می‌دهد که عموم مردم انگلستان نماهای سنتی انگلیسی را بیش از نماهای ناآشنا ترجیح می‌دهند؛ زیرا آشنایی با آن‌ها احساس ثبات و امنیت را ایجاد می‌کند. این اثر به‌ویژه در میان افرادی که دانش تخصصی معماری ندارند، پررنگ‌تر است (Horn, 2019). بنابراین، ارزیابی زیبایی‌شناختی نه صرفاً محصول ویژگی‌های محرک (بنا)، بلکه نحوه پردازش محرک در ذهن هم مؤثر است؛ پردازشی که خود متأثر از تجربه‌های پیشین، حافظه، آشنایی و زمینه‌های فرهنگی-اجتماعی است.

آنچه از مجموع این مباحث برمی‌آید آن است که سلیقه معماری، از منظر روان‌شناختی، همان تجربه زیبایی‌شناختی فرد در برابر اثر معماری است. فرد در این معادله، فعال است؛ تجربه او صرفاً واکنشی منفعلانه به ویژگی‌های بنا نیست. حالات عاطفی پیشین، ویژگی‌های شخصیتی، ادراک و سیستم شناختی فرد در این تجربه سهم‌اند. بنای معماری در قالب محرک شناخته می‌شود. کیفیت‌ها و مشخصه‌های آن نیز در افراد به‌صورت متفاوت از هم در ذهن پردازش می‌شوند. مؤلفه آخر، زمینه اجتماعی-فرهنگی، دانش تخصصی، تجربیات پیشین و محیط اطراف است: این زمینه‌ها در فرآیند پردازش مغز و ادراک و سیستم شناختی فرد نقش دارند، حافظه را شکل می‌دهند تا آنجا که آشنایی و خاطرات در تجربه زیبایی‌شناختی نقش مهمی ایفا می‌کنند. از سوی دیگر، دانش تخصصی نیز بر این فرایند اثر می‌گذارد. تحقیقات نشان می‌دهد که شیوه پردازش مغز در مواجهه با محرک هنری/معماری برای عموم مردم و متخصصان متفاوت است. همچنین کیفیت‌ها و مشخصه‌های محیطی که محرک هنری/معماری را در بر گرفته‌اند، نیز بر این فرایند اثر می‌گذارد. در نهایت ماحصل این تجربه زیبایی‌شناختی، خروجی‌های متنوعی است که مهم‌ترین آن‌ها «برانگیختگی عاطفی» و «ارزیابی زیبایی‌شناختی» است.

نتیجه واکنش ذوقی می‌شود. مثلاً کاپلان‌ها بررسی کردند که مردم کدام ویژگی‌های محیط طبیعی را بیشتر ترجیح می‌دهند (Kaplan & Kaplan, 1989)؛ اما بعدها روشن شد که واکنش ذوقی را نمی‌توان صرفاً با ویژگی‌های محرک توضیح داد. یکی دیگر از مؤلفه‌های تجربه زیبایی‌شناختی، خود «شخص»ی است که ارزیابی می‌کند؛ مانند تحقیقاتی که به نقش عواملی مانند توجه، حافظه، سن، تخصص و ویژگی‌های شخصیتی پرداخته‌اند. پیش‌فرض این تحقیقات این است که ادراک زیبایی‌شناختی فرآیندی فعال است و توسط بسیاری از ویژگی‌های شخصی تعدیل می‌شود. مؤلفه سوم، «زمینه»ای که ارزیابی در آن رخ می‌دهد. این مؤلفه بر این تأکید دارد که شناخت انسان در خلأ رخ نمی‌دهد. پیشرفت‌های اخیر در روانشناسی شناختی و علوم اعصاب نشان داده است که شناخت تا حد قابل توجهی به منابع سازمان‌دهنده موجود در محیط اطراف متکی است. همچنین ادراک و حافظه انسان به شدت وابسته به بستر محیطی است. پژوهش‌هایی در موزه‌ها و گالری‌ها نشان دادند که چیدمان آثار، نوع اطلاعات همراه و حتی فضای معماری می‌تواند ارزیابی زیبایی‌شناختی را تغییر دهد. پس خلاف آزمایشگاه‌های ایزوله، زندگی واقعی نشان می‌دهد که تجربه زیبایی‌شناختی همیشه در دل شبکه‌ای اجتماعی و فرهنگی شکل می‌گیرد (Nadel & Vartanian, 2022). بنابراین، از منظر روان‌شناسی، سلیقه را نمی‌توان به ویژگی‌های اثر، ویژگی‌های فرد و یا شرایط محیطی به‌تنهایی فروکاست، بلکه حاصل تعامل این سه مؤلفه در جریان تجربه زیبایی‌شناختی است؛ اما این سه مؤلفه چگونه با یکدیگر تعامل می‌کنند و در نهایت به شکل‌گیری سلیقه می‌انجامند؟ مدل‌های روان‌شناختی معاصر کوشیده‌اند به این پرسش پاسخ دهند.

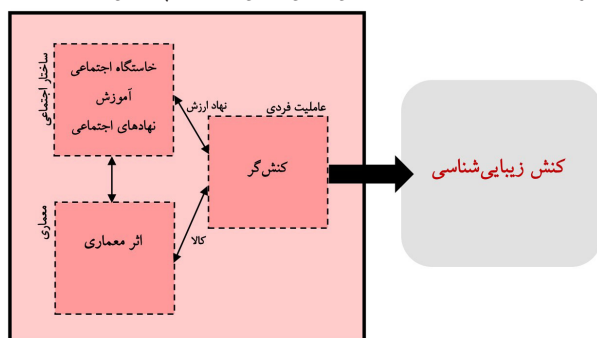
مدل‌های روان‌شناختی معاصر چگونگی تعامل این سه مؤلفه را بر اساس نحوه پردازش اطلاعات در ذهن توضیح می‌دهند. نتایج تحقیق پلوسکی و دیگران (۲۰۱۶) که هفت مدل زیبایی‌شناختی مطرح در سال‌های اخیر را به‌صورت تطبیقی بررسی کرده‌اند، نشان می‌دهد: در طی تجربه زیبایی‌شناختی، مغز انسان اطلاعات حسی دریافتی از محرک را با توجه به «فاکتورهای درونی (مانند ویژگی‌های شخصیتی و حالات عاطفی قبلی)» و «فاکتورهای بیرونی (مانند زمینه فرهنگی-اجتماعی، ویژگی‌های محیطی، دانش تخصصی و یا تجربیات پیشین)» پردازش می‌کند. در نهایت این مدل «خروجی»‌هایی دارد: برخی اثرات آن کوتاه‌مدت هستند؛ مانند برانگیختگی عاطفی و یا واکنش بدنی (مانند تغییر مردمک چشم) و برخی اثرات بلندمدت هستند؛ مانند اثرات اجتماعی و یا تأثیری که بر سلامت فرد در درازمدت می‌تواند داشته باشد. در میان این‌ها، دو واکنش «برانگیختگی عاطفی»^{۱۱} و «ارزیابی زیبایی‌شناختی»^{۱۲} بنیادی‌اند و نشان می‌دهد تجربه زیبایی‌شناختی فرایند شناختی است که با واکنش‌های عاطفی نیز همراه است (Pelowski et al., 2016). پس سلیقه را نمی‌توان صرفاً امری شناختی و یا تنها واکنشی عاطفی خواند.

این مدل‌ها همچنین نشان می‌دهند که ادراک و سیستم‌های شناختی افراد در نحوه پردازش اطلاعات مؤثر است و سبب برداشت‌های متفاوت از محرک یکسان می‌شود. به عبارت ساده‌تر، شیوه پردازش اطلاعات در ذهن افراد یکسان نیست و همین تفاوت می‌تواند به تفاوت ترجیحات معماری بینجامد. برای مثال، گراف و لندور (۲۰۱۷)، دو شیوه پردازش را از یکدیگر متمایز می‌کنند: نخست، پردازش خودکار؛ که سریع، محرک‌محور و عمدتاً

در این چارچوب، هر دو مفهوم «حسانیت» و «مهارت» بر جنبه‌های اجرایی، بدنمند و تجربی سلیقه تأکید دارند. در واقع، با این برداشت از سلیقه، تأکید از «انتخاب‌ها و تجمیع آن‌ها به متغیرهای وابسته در توضیح ساختار طبقاتی» به «آنچه مردم انجام می‌دهند و نحوه مدیریت و درک پاسخ‌های حسی بدن خود را در حین انجام کاری که انجام می‌دهند» منتقل می‌شود. به بیان دیگر، «کنش سلیقه» از «موضوع سلیقه» مهم‌تر می‌شود: «دوست داشتن قرقاول یا خروس اهمیت کمتری دارد از توانایی استفاده صحیح از چاقو و چنگال» (Wright, 2019, p. 473). پس با این دید نظری، سلیقه اجتماعی در معماری را می‌توان فارغ از «ارزش‌گذاری» و «برچسب‌زنی» بررسی کرد. حتی شاید بهتر بتوان پیوستگی‌های پایدار مرتبط با آن «برچسب» را آشکار کرد. اصلاً این پرسش پیش می‌آید که آیا واقعا باید به دنبال «برچسب»‌ها باشیم یا خیر (Wright, 2019, p. 483). به عبارت دیگر، شاید اصلاً نیازی به ارزش‌گذاری سلیقه نباشد یا ارزش‌گذاری به شکل دیگری تغییر کند. پس در رابطه با گفتمان‌های حول سلیقه و انتخاب معماری در ایران، با توجه به شنیده‌شدن برچسب‌هایی مانند بی‌هویتی در معماری، سلیقه توده‌ای یا عامه‌پسند در معماری، کج‌سلیقگی و مصرف‌گرایی در معماری - لازم است در بنیان‌های اندیشه و شیوه فکر کردن به سلیقه معماری در سطح اجتماعی بازنگری اساسی و جدی صورت بگیرد. از این منظر، تحلیل سلیقه معماری بیش از آن‌که متوجه ارزش‌گذاری یا برچسب‌گذاری انواع سلیقه باشد، لازم است معطوف به فهم فرایندهای اجتماعی و عملی شکل‌گیری آن باشد. در این باره، در بخش بعدی بیشتر شرح داده خواهد شد.

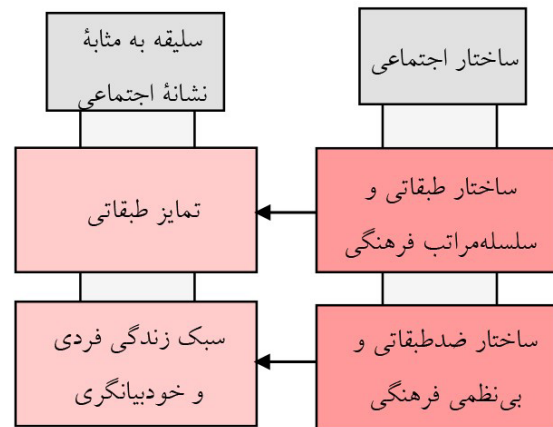
آنچه از مجموع این مباحث برمی‌آید آن است که سلیقه معماری، از بعد جامعه‌شناختی، صرفاً یک ارزیابی فردی یا واکنش ذهنی به اثر معماری نیست. کنشی زیبایی‌شناختی است که در تعامل دائم میان فرد، ساختارهای اجتماعی و اثر معماری بر ساخته می‌شود. ساختارهای اجتماعی در این فرایند، در اصل بسترهای فرهنگی، نهادهای مرجع و نظام‌های ارزش‌گذاری را فراهم می‌کنند و معیار زیبایی را تعریف می‌کنند. در مقابل، فرد نیز آگاهانه و عامدانه در این معادل حضور دارد و انتخاب می‌کند. اثر معماری نیز نمود عینی و بیرونی سلیقه معماری است که ارزش اجتماعی آن از تعامل میان ساختارهای اجتماعی و عاملیت فردی و خود اثر شکل می‌گیرد (نمودار ۵)؛ بنابراین، مسئله اصلی جامعه‌شناسی سلیقه دیگر صرفاً این نیست که سلیقه نشانه چه چیزی است، بلکه آن است که سلیقه معماری چگونه در بستر زندگی اجتماعی تولید و بازتولید می‌شود. این فرایند در بخش بعدی با جزئیات بیشتری بررسی خواهد شد.

نمودار ۵. سلیقه معماری به مثابه کنش زیبایی‌شناسی (یافته‌های پژوهش)



رویکردهای جدیدتر به عاملیت فردی توجه بیشتری شده است. خلاصه این بحث در نمودار ۴ مشاهده می‌شود.

نمودار ۴. کارکرد سلیقه در نشان‌دادن موقعیت اجتماعی (یافته‌های پژوهش)



چنان‌که گفته شد در این خوانش تازه از مصرف، مفهوم «سبک زندگی» به عرصه‌های اصلی ظهور سلیقه تبدیل شده‌اند. این تحول در معماری و معماری داخلی نیز به روشنی مشاهده می‌شود. برای نمونه، شرکت‌هایی مانند ایکیا صرفاً تولیدکننده مبلمان و لوازم خانگی نیستند. آن‌ها با عرضه طیف گسترده‌ای از محصولات و امکان شخصی‌سازی انتخاب‌ها، در شکل‌دادن به الگوهای مصرف و ترجیحات زیبایی‌شناختی ایفای نقش می‌کنند^{۱۸} (هارتمن، ۲۰۰۷ و چمبرز، ۲۰۲۰/۱۴۰۰). این خود به‌منزله دادن فرصت‌های زیاد انتخاب مبلمان و دکور بر اساس سلیقه است که امکان شخصی‌سازی مصرف را به فرد می‌دهد. در این شبکه تولید ارزش زیبایی‌شناختی معماری، نقش رسانه‌های اجتماعی تصویرمحور - مانند پینترست و اینستاگرام - را نباید از یاد برد. این رسانه‌ها از طریق الگوریتم‌های شخصی‌سازی شده، این ترجیحات را به‌طور مستمر بازتولید و تقویت می‌کنند (چمبرز، ۲۰۲۰/۱۴۰۰)؛ بنابراین، سلیقه معماری دیگر صرفاً بازتاب موقعیت طبقاتی نیست، بلکه در شبکه‌ای پیچیده‌تر از نهادهای اقتصادی، رسانه‌ای و فرهنگی تولید و بازتولید می‌شود.

این تحول نشان می‌دهد که مسئله اصلی، دیگر تفسیر سلیقه نیست و فهم سازو کارهای تولید آن به دغدغه اصلی تبدیل شده است. نسل جدید جامعه‌شناسی سلیقه، ضمن حفظ اهمیت ساختارهای اجتماعی، بر فرایند شکل‌گیری، تجربه‌شدن و پرورش سلیقه متمرکز اند (Hennion, 2005; 2007; Arsel & Bean, 2013; Wright, 2015; Frederick & Ian, 2019). از این منظر، فرد «کنش‌گر»ی فعال و نه «مصرف‌کننده منفعل» یا «معتاد فرهنگی» است که آگاهانه در «بر ساخته شدن سلیقه» و «مصرف زیبایی‌شناختی» مشارکت می‌کند (Hennion, 2005). به عبارت دیگر، سلیقه نوعی «فرایند بدنمند و اجتماعی» است که در متن زندگی پیوسته شکل می‌گیرد و دگرگون می‌شود (Hennion, 2005). از دید رایت، بُعدهای «حسی» و «مهارتی» سلیقه - دو بُعد کمتر دیده‌شده آن - هر دو بر عاملیت فرد در کنش زیبایی‌شناختی صحنه می‌گذارند. «حسانیت» سلیقه تأکیدی بر این است که سلیقه در بدن رخ می‌دهد و نه صرفاً فقط در ذهن. «مهارتی بودن» آن بدین معنا است که مهارتی آموزش‌دانی و پرورش‌دانی است. به عبارت دیگر، ظرفیتی آموختنی برای داوری و انتخاب آگاهانه است (Wright, 2019).

سازوکار شکل دهنده و شکل پذیرنده سلیقه معماری

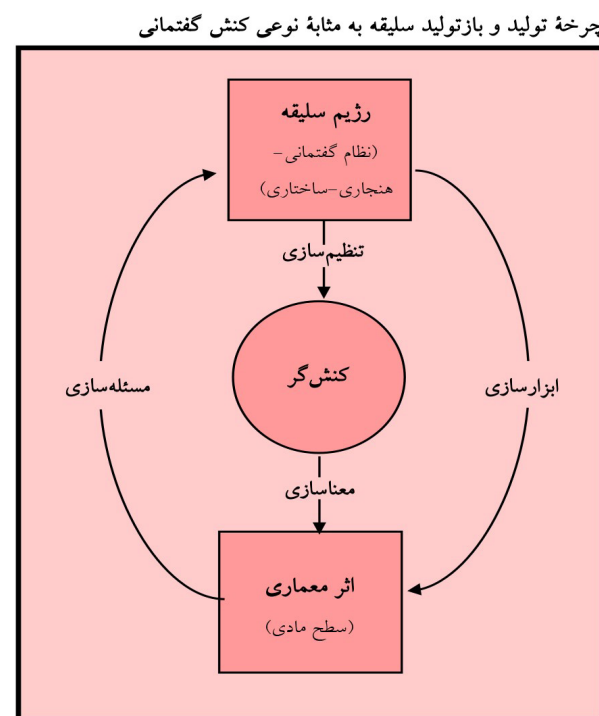
چنانچه در بخش قبل گفته شد، در نظریه‌های جدید، بیش از آنکه معنای اجتماعی سلیقه اهمیت داشته باشد، چگونگی تولید و بازتولید آن اهمیت دارد. اگر نظریه‌های پیشین بیشتر به «دلالیت اجتماعی سلیقه» می‌پرداختند، رویکردهای متأثر از فوکو امکان تحلیل «سازوکارهای تولید سلیقه» را فراهم می‌کنند. از همین رو، برخی جامعه‌شناسان معاصر برای تبیین فرایند شکل‌گیری سلیقه از مفاهیم فوکویی بهره گرفته‌اند (Wright, 2019; Arsel & Bean, 2013). یکی از این مفاهیم «رژیم کنش» است. فوکو این مفهوم را برای توصیف نظام‌هایی به کار می‌برد که از طریق فرایندهای تنظیم، معیارها و دلایل و شیوه‌های خاص کنش را تولید و تثبیت می‌کند (Foucault, 1991, p. 75). آرسل و بین (۲۰۱۳) با الهام از این ایده، مفهوم «رژیم سلیقه» را به‌منزله نظامی گفتمانی-ساختاری-هنجاری معرفی می‌کنند که کنش زیبایی‌شناختی را سازمان می‌دهد. رژیم سلیقه می‌تواند یک نهاد مرجع باشد یا شبکه‌ای از نهادهای گوناگون باشد که به‌واسطه اشاعه نوعی حساسیت زیبایی‌شناسی، به یکدیگر پیوند خورده‌اند (Arsel & Bean, 2013, p. 899-900). از این منظر سلیقه نه صرفاً ویژگی افراد، بلکه محصول شبکه‌ای از نهادها و گفتمان‌هایی است که شیوه‌های دیدن، انتخاب کردن و ارزش‌گذاری را سازمان می‌دهند؛ اما چگونه؟

رژیم سلیقه با ایجاد تعامل مداوم و عادت‌وار با فرد است که چنین فضای کنش زیبایی‌شناختی را برای او ایجاد می‌کند (Arsel & Bean, 2013). به عبارت دیگر، رژیم سلیقه به‌واسطه نقش «تنظیم‌کنندگی» که بر عهده دارد، تعیین می‌کند: چه چیزی زیباست، چه چیزی باید تغییر کند و چگونه باید با اشیاء و فضاها تعامل داشت. این خود از سه فرآیند بنیادی تشکیل می‌شود: «مسئله‌سازی، آیین‌سازی و ابزارسازی»^{۱۹}. در اصل، رژیم سلیقه ابژه زیبایی‌شناختی را «مسئله‌دار» می‌کند؛ با طرح پرسش‌هایی دائمی مبنی بر اینکه چگونه ابژه می‌تواند با معنای اصلی رژیم همسو شود؟ به بیان دیگر، هر کدام از ابژه‌های معماری، منبع بالقوه مسئله‌دار معرفی می‌شود تا کاربران دائماً درگیر اصلاح و بهبود زیبایی محیط شوند. منظور از «آیین‌سازی»، اثرگذاری بر شیوه‌ای که فرد با ابژه معماری برخورد می‌کند، است. رژیم سلیقه می‌تواند کنش‌های زیبایی‌شناختی را به عادت‌های بدنی و روانی تبدیل کند. «ابزارسازی» نیز آن فرایندی است که رژیم معنایی را به ابژه نسبت می‌دهد. به عبارت دیگر، ابژه‌های معماری به ابزارهایی برای دستیابی به معناها مطلوب تبدیل می‌شوند (Arsel & Bean, 2013). این سه رویه، رفتارهای پراکنده و انتزاعی مصرف را به شبکه‌ای از کنش‌های منسجم و معنادار بدل می‌کنند. در نتیجه، رژیم سلیقه نوعی نظم زیبایی‌شناسی مشترک تولید می‌کند که هم بر چگونگی استفاده از اشیاء و هم بر معانی و ارزش‌های آن‌ها اثر می‌گذارد (Arsel & Bean, 2013). خلاصه این سازوکار و رابطه میان مؤلفه‌های آن در نمودار ۶ آمده است.

نمودار ۶ نشان می‌دهد که رژیم سلیقه به‌واسطه نقش تنظیم‌کنندگی، ارزش‌هایی را تعریف می‌کند: اینکه چه چیزی زیباست، چه چیزی باید تغییر کند و چگونه باید با اشیاء و فضاها تعامل داشت. فرد کسی است که درون رژیم کنش زیبایی‌شناسی دارد. فرد از رژیم یاد می‌گیرد چگونه سلیقه را به مثابه نوعی کنش تأثیرکال به اجرا بگذارد؛ یعنی چگونه ببیند، ببیند، انتخاب کند و اشیاء/فضاها را سامان بدهد؛ اما فرد منفعل نیست؛ او فعالانه و آگاهانه سلیقه را در طی کنش روزمره

بازتولید می‌کند. اشیاء/فضاها همان عناصر مادی و نمود عینی مصرف است؛ آن‌ها صرفاً و فقط کالبد معماری نیستند، بلکه حامل معنا و واسطه شکل‌گیری سلیقه هستند. این چرخه نشان می‌دهد: سلیقه نه ویژگی فرد یا اثر معماری، بلکه محصول شبکه‌ای پیچیده از روابط میان رژیم سلیقه (نظام گفتمانی-هنجاری-ساختاری)، کنشگر (عاملیت فردی) و اثر معماری (اشیاء/فضاها) است. پس این نمودار در سه سطح شبکه تولید و بازتولید سلیقه را توضیح می‌دهد: نخست سطح هنجاری-گفتمانی است؛ نظامی از هنجارها که توسط نهادهای فرهنگی، اجتماعی و آموزشی (مانند آموزش رسمی، رسانه‌ها، بازارها و برندها) برساخته می‌شود. دوم در سطح کنش فردی به عاملیت فردی در تولید سلیقه توجه می‌شود که چگونه دست به کنش زیبایی‌شناختی می‌زند. سوم سطح مادی و عینی سلیقه معماری است.

نمودار ۶. چرخه تولید و بازتولید سلیقه در معماری (با تلخیص از Arsel & Bean, 2013)



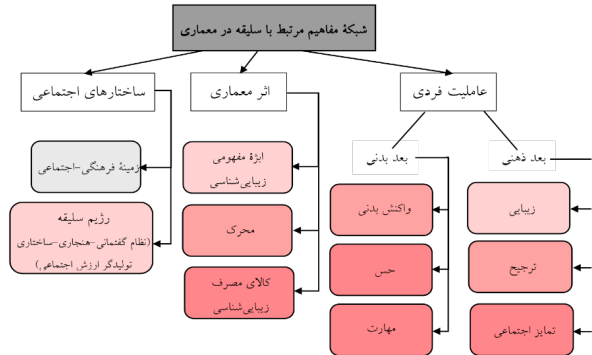
اهمیت این مدل زمانی آشکار می‌شود که برای تحلیل معماری معاصر به کار گرفته شود. در شرایطی که نهادهای فرهنگی، رسانه‌های اجتماعی، برندهای جهانی و بازارهای مصرف بیش از هر زمان دیگری در شکل‌دهی ترجیحات زیبایی‌شناختی نقش دارند، سلیقه معماری نیز در شبکه‌ای از روابط اجتماعی و گفتمانی تولید می‌شود. سیاست‌های برند ایکیا در شخصی‌سازی انتخاب‌های مصرف‌کنندگان و همچنین تحلیل آرسل و بین (۲۰۱۳) از وبگاه آپارتمان‌تراپی نمونه‌هایی از همین سازوکار هستند. چنین نمونه‌هایی نشان می‌دهند نهادهای فرهنگی چگونه با تولید معنا و تنظیم شیوه‌های مصرف، در شکل‌گیری سلیقه معماری مشارکت می‌کنند. از این منظر، مفهوم رژیم سلیقه چارچوبی مناسب برای تحلیل سازوکارهای معاصر تولید و بازتولید سلیقه معماری فراهم می‌کند.

جمع‌بندی بحث

چنانچه از مجموع مباحث این پژوهش برمی‌آید، سلیقه معماری

این تجربه در قالب مفاهیمی چون زیبایی، ترجیح و یا تمایز اجتماعی صورت‌بندی می‌شود. البته تجربه سلیقه صرفاً نوعی داوری ذهنی نیست؛ بلکه نوعی کنش زیبایی‌شناختی بدنمند نیز هست که از طریق حس، تجربه و مهارت تحقق می‌یابد؛ بنابراین، سلیقه نه فقط امری شناختی، بلکه قابلیت آموختنی و پرورش یافتنی است که در بستر تجربه‌های مکرر رشد می‌کند.

نمودار ۹. شبکه مفاهیم مرتبط با سلیقه در معماری (یافته‌های پژوهش)



اثر معماری نیز در این شبکه مفهومی صرفاً یک شیء مادی نیست، بلکه هم‌زمان دارای سه وجه است. نخست، به لحاظ مشخصه‌های کالبدی می‌تواند موضوع ترجیحات معماری باشد. دوم، به مثابه اثر زیبایی‌شناختی که معنای آن صرفاً از ویژگی‌های مادی ناشی نمی‌شود، بلکه در چارچوب نظام‌های مفهومی و تفسیری شکل می‌گیرد. سوم، به عنوان کالای مصرفی و نشانه اجتماعی است که در تعامل با ساختارهای اجتماعی و عاملیت فردی معنا و ارزش پیدا می‌کند. از این رو، اثر معماری هم موضوع کنش زیبایی‌شناختی است و هم یکی از عناصر سازنده آن (نمودار ۹).

ساختارهای اجتماعی نیز در این مدل از دو جهت اهمیت دارند: نخست زمینه اجتماعی-فرهنگی است که سلیقه معماری در آن شکل می‌گیرد و تجربه زیبایی‌شناختی را ممکن می‌سازد. این زمینه در سطح فلسفی، بر مبنای سنت تجربه‌گرایی ذوق، منشأ شکل‌گیری معیارهای زیبایی‌شناختی تلقی می‌شود و در سطح روان‌شناختی نیز به صورت پیشینه‌های فرهنگی و اجتماعی بر ادراک و پردازش‌های ذهنی اثر می‌گذارد. دوم رژیم سلیقه‌ای است که درون این ساختار اجتماعی در حال تنظیم کنش زیبایی‌شناختی افراد است (نمودار ۹). این رژیم با ایجاد نظام گفتاری-هنجاری-ساختاری معیارهای زیبایی را تنظیم و بازتولید می‌کند. در این چارچوب، هر نهاد، رسانه، گروه، آموزش و یا ابزار فرهنگی که در تعریف و اشاعه ارزش‌های زیبایی‌شناختی نقش داشته باشد، می‌تواند بخشی از رژیم سلیقه حساب شود. از این رو، رژیم سلیقه نه مستقیماً بلکه با فراهم کردن شرایط، هنجارها و امکان‌های کنش، زمینه شکل‌گیری سلیقه معماری را فراهم می‌کند. بر این اساس، سلیقه معماری نه محصول اراده کاملاً آزاد افراد است، نه نتیجه‌ای کاملاً جبری از ساختارهای اجتماعی و نه صرفاً برخاسته از ویژگی‌های ذاتی اثر معماری؛ بلکه در تعامل پیوسته عاملیت فردی، اثر معماری و ساختارهای اجتماعی شکل می‌گیرد.

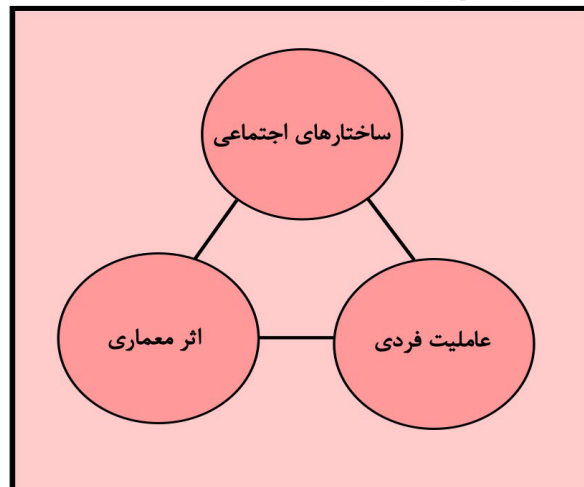
پیشنهادهای

پژوهش حاضر با بهره‌گیری از تحلیل مفهومی و بازخوانی تطبیقی مبانی نظری، چارچوبی مفهومی برای تبیین سازوکارهای شکل‌گیری

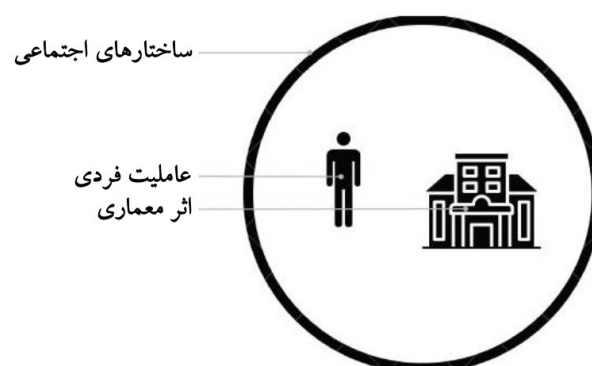
نه ویژگی ذاتی فرد است، نه خصوصیتی ذاتی در اثر معماری و نه صرفاً محصول ساختارهای اجتماعی؛ بلکه در تعامل پویای این سه جزء شکل می‌گیرد و بازتولید می‌شود. از این رو سه مؤلفه تحلیلی سلیقه معماری عبارت‌اند از: نخست فرد که با عاملیت خود، در فرایند ادراک، ارزیابی و انتخاب مشارکت می‌کند. دوم اثر معماری که توسط فرد ارزیابی می‌شود و معنای خودش را در تعامل با فرد و ساختارهای اجتماعی به دست می‌آورد. سوم ساختار اجتماعی که بستر شکل‌گیری، هدایت و بازتولید سلیقه را فراهم می‌کند (نمودار ۷-۸). البته این تقسیم‌بندی صرفاً ابزاری تحلیلی برای فهم بهتر سازوکارهای شکل‌گیری سلیقه معماری است و نه ادعایی مبنی بر استقلال این مؤلفه‌ها. از منظر این پژوهش، سلیقه معماری پدیده‌ای است که تنها در تعامل مداوم میان عاملیت فردی، اثر معماری و ساختارهای اجتماعی معنا پیدا می‌کند. بر پایه این سه مؤلفه، می‌توان سلیقه معماری را از منظر فلسفی، روان‌شناختی و جامعه‌شناختی بازخوانی و تبیین کرد.

نمودار ۷. سه جزء جدایی‌ناپذیر سلیقه اجتماعی در معماری (یافته‌های پژوهش)

سلیقه اجتماعی در معماری



نمودار ۸. انسان، جامعه و محیط اطراف آن و معماری (یافته‌های پژوهش)



همان‌طور که در نمودار ۹ مشاهده می‌شود، شبکه مفاهیم مرتبط با سلیقه معماری را در قالب سه مؤلفه اصلی می‌توان بازخوانی کرد: عاملیت فردی، اثر معماری و ساختارهای اجتماعی. در این میان، فرد صرفاً ناظر یا دریافت‌کننده منفعل اثر معماری نیست، بلکه کنشگری است که با مشارکت ذهن و بدن، تجربه سلیقه را شکل می‌دهد. به لحاظ ذهنی،

سلیقه معماری ارائه کرد. از این رو، نخستین مسیر پیش روی پژوهش‌های آتی، آزمون تجربی و ارزیابی کارآمدی این چارچوب در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی گوناگون است. همچنین، این مدل می‌تواند مبنایی برای مطالعات تاریخی درباره شکل‌گیری و تحول سلیقه معماری در دوره‌های گوناگون و نیز پژوهش‌های میدانی درباره نقش عاملیت فردی، ویژگی‌های اثر معماری و ساختارهای اجتماعی در شکل‌گیری و بازتولید سلیقه معماری باشد.

تحقیق حاضر سلیقه معماری را به عنوان امری اجتماعی بررسی کرد که در بستر جامعه تولید و بازتولید می‌شود. همچنین چگونگی شرایط ظهور و شکل‌گیری آن را در قالب نظریه‌هایی بررسی کرد که نگاهی فوکویی دارند؛ اینکه چگونه یک نظام گفتمانی می‌تواند ارزش زیبایی‌شناختی معماری را به شکل هنجاری در جامعه رواج بدهد؛ اما این تنها شیوه فکر کردن درباره سازوکار سلیقه در معماری نیست و نگاه‌های دیگر نیز می‌توانند سودمند باشند؛ مثلاً می‌توان سازوکار شکل‌گیری سلیقه را با الویت تجربه زیسته بررسی کرد. در این صورت مطالعه ترجیحات افراد در معماری مهم‌تر می‌شود. پس پژوهش‌های آتی می‌توانند سازوکارهای شکل‌گیری سلیقه معماری را از منظرهای متفاوت بررسی کرده و نتایج آن را با مدل مفهومی این پژوهش مقایسه کنند. همچنین، این چارچوب می‌تواند در تحلیل موضوعاتی همچون شکل‌گیری معیارهای زیبایی در معماری، الگوهای مصرف معماری، نقش رسانه‌ها و نهادهای فرهنگی در هدایت سلیقه معماری و فرایندهای مشروعیت‌بخشی به ارزش‌های زیبایی‌شناختی نیز به کار گرفته شود.

نتیجه‌گیری

بررسی و تلفیق مبانی نظری این پژوهش نشان داد که سلیقه معماری را نمی‌توان صرفاً از منظر فلسفی، روان‌شناختی یا جامعه‌شناختی تبیین کرد؛ زیرا هر یک از این حوزه‌ها تنها بخشی از سازوکارهای شکل‌گیری آن را آشکار می‌کنند. دستاورد اصلی این پژوهش، صورت‌بندی چارچوبی مفهومی است که این سه منظر را در قالب مدلی واحد به یکدیگر پیوند می‌دهد.

پی‌نوشت‌ها

۱. اصطلاح «تیسست» (taste) در زبان فارسی هم با واژه «سلیقه» و هم با واژه «ذوق» معادل گرفته شده است. البته این دو واژه با وجود قرابت معنایی زیاد، تفاوت‌هایی باهم دارند که در این تحقیق مدنظر نیست.

- | | |
|---------------------------------|-------------------------|
| 2. Aesthetic. | 3. Subject. |
| 4. Conceptual aesthetic object. | |
| 5. Aesthetic Interest. | 6. Aesthetic Judgment. |
| 7. Aesthetic experience. | 8. Empirical aesthetic. |
| 9. Environmental Aesthetic. | |

۱۰. زیرا با زیاد شدن تنوع سبک‌های هنری در اواخر قرن نوزدهم و قرن بیستم، دیگر آثار هنری را نمی‌شد با ویژگی سبکی و ظاهری آنان همچون گذشته دسته‌بندی کرد؛ حتی مرز میان هنر و غیرهنر نیز مبهم شد (Leder, 2014, p. 444). به عنوان نمونه از این دست آثار هنری، به اثری با عنوان جعبه‌های صابون بریلو (۱۹۶۴م) از اندی وارهول (۱۹۲۸-۱۹۸۷) و اثر چشمه (۱۹۱۷م) از مارسل دوشان (۱۹۰۷-۱۹۸۷) می‌توان اشاره کرد. در خصوص چگونه هنر دانستن این آثار، دیدگاه دانتو قابل توجه است: آرتور دانتو (۱۹۲۴-۲۰۱۳)، فیلسوف و منتقد هنر، استدلال می‌کند که ابژه‌های هنری الزاماً به دلیل ویژگی‌های بصری‌شان هنری محسوب نمی‌شوند؛ چرا که همان ویژگی‌ها در اشیای غیرهنری نیز وجود دارد. او معیار هنر را «تجسم بخشی معنا»

در این چارچوب، فلسفه مبانی مفهومی و معیارهای ارزیابی معماری را روشن می‌کند، روان‌شناسی سازوکارهای ادراک و تجربه زیبایی‌شناختی را تبیین می‌کند و جامعه‌شناسی، فرایندهای اجتماعی تولید، بازتولید و مشروعیت‌یابی سلیقه معماری را توضیح می‌دهد. از رهگذر تلفیق این سه سطح، این تحقیق سلیقه معماری را به یکی از این سه مؤلفه تحویل نمی‌کند، بلکه آن را به مثابه پدیده‌ای برساخته در تعامل میان عاملیت فردی، اثر معماری و ساختارهای اجتماعی مفهوم‌سازی می‌کند؛ بنابراین، تحلیل سلیقه معماری تنها با تمرکز بر اثر معماری یا ویژگی‌های فردی ممکن نیست، بلکه مستلزم تحلیل هم‌زمان عاملیت فرد، ویژگی‌های اثر و سازوکارهای اجتماعی تولید ارزش زیبایی‌شناختی است.

بر این اساس، نوآوری این تحقیق نه در ارائه تعریفی تازه از سلیقه معماری، بلکه در صورت‌بندی تجربه معماری بر پایه مفهوم سلیقه است. در این چارچوب، سلیقه دیگر صرفاً یک ویژگی فردی یا معیاری برای طبقه‌بندی ترجیحات نیست، بلکه فرایندی است که طی آن تجربه مواجهه با اثر معماری، در تعامل میان عاملیت فرد، ویژگی‌های اثر معماری و ساختارهای اجتماعی، به ارزیابی زیبایی‌شناختی و معناگذاری اجتماعی می‌انجامد. از این منظر، مفهوم سلیقه از موضوعی صرف برای مطالعه فراتر رفته و به ابزاری نظری برای تحلیل تجربه معماری تبدیل می‌شود. این جابه‌جایی در نحوه صورت‌بندی مسئله، امکان تحلیل سلیقه معماری را از سطح داوری‌های ارزشی به سطح تبیین فرایندهای اجتماعی تولید و بازتولید آن منتقل می‌کند. بر این مبنا، سهم اصلی این پژوهش، ارائه چارچوبی مفهومی برای تبیین سازوکارهای شکل‌گیری سلیقه معماری است؛ چارچوبی که به جای تمرکز بر ارزش‌گذاری انواع سلیقه، توجه را به شرایط، سازوکارها و فرایندهای تولید و بازتولید آن معطوف می‌کند. چنین برداشتی می‌تواند زمینه نظری برای تحلیل مسائل معاصر معماری، از جمله شکل‌گیری معیارهای زیبایی، الگوهای مصرف معماری و نقش نهادهای اجتماعی و فرهنگی در هدایت سلیقه معماری فراهم آورد و راه را برای فهم تجربه معماری به مثابه فرایندی اجتماعی و زیبایی‌شناختی هموار سازد.

می‌داند؛ مثلاً معنای مجسم در جعبه بریلوی وارهول، نقد فرهنگ مصرفی جامعه آمریکایی بود، در حالی که جعبه بریلوی معمولی تنها غایتی کارکردگرایانه داشت و در خدمت این فرهنگ بود (دانتو، ۲۰۱۳/۱۴۰۱).

در مجموع، این گسترش مرز آثار هنری و تعریف هنر باعث شد پژوهش‌های تجربی هنر-صرفاً متکی بر ویژگی‌های بصری-با چالش روبرو شوند. از این پس تنها اندازه‌گیری ویژگی‌های فیزیکی آثار کافی نبود و نیاز به بررسی فرایندهای شناختی پدید آمد (Lader, 2004).

۱۱. Aesthetic Emotion. 1 2. Aesthetic Evaluation.
۱۳. منظور از «آشنایی» (familiarity) به امری اطلاق می‌شود که آن را می‌دانیم (know) یا فکر می‌کنیم که می‌دانیم. [آشنایی داشتن با چیزی] سبب می‌شود پاسخ شناختی حاصل شود، حتی اگر مطمئن نباشیم بر چه اساسی واکنش نشان می‌دهیم. ما تمایل به باور چیزهایی داریم که بیاد می‌آوریم (Horn, 2019).
۱۴. در جامعه شناسی، دو اصطلاح «جامعه دلالتی» (signify society) و «جامعه تعیینی» (determinative society) مفاهیمی‌اند که برای تمایز میان دو نوع منطق سازماندهنده زندگی اجتماعی به کار می‌روند. جامعه تعیینی به نوعی از سازمان اجتماعی اشاره دارد که در آن روابط اجتماعی براساس عقلانیت ابزاری، تقسیم کار، بوروکراسی، بازار و نهادهای کلان سازمان می‌یابد؛ اما جامعه دلالتی متکی بر نشانه‌ها، تصاویر، سبک‌ها، رسانه‌ها و بازنمایی‌های چندلایه است (تارنمای انجمن

- Foucault, M. (1991). Questions of method. In G. Burchell, C. Gordon, & P. Miller (Eds.), *The Foucault effect: Studies in governmentality* (pp. 73–86). Harvester Wheatsheaf. <https://doi.org/10.1017/S0829320100002507>
- Grigor, T. (2005). Recultivating “good taste”: The early Pahlavi modernists and their society for national heritage. *Iranian Studies*, 38(1), 17–45. <https://doi.org/10.1080/0021086042000232929>
- Groat, L., & Wang, D. (2017). *Architectural research methods* [Raveshay-e tahghigh dar me'mari] (A. Aeini-Far, Trans.). University of Tehran Press. (Original work published 2002) (In Persian)
- Hartman, T. (2007). On the Ikeaization of France. *Public Culture*, 19(3), 483–498. <https://doi.org/10.1215/08992363-2007-006>
- Hennion, A. (2005). Pragmatics of taste. *The Blackwell companion to the sociology of culture*, 131–144. [10.1002/9780470996744.ch9](https://doi.org/10.1002/9780470996744.ch9)
- Hennion, A. (2007). Those Things That Hold Us Together: Taste and Sociology. *Cultural Sociology*, 1(1), 97–114. <https://doi.org/10.1177/1749975507073923>
- Horn, G. (2019). *Unpopular taste: Formulating a framework for discussing taste with reference to English volume-built housing and the schism in visual preferences between the lay public and the architectural elite* [Doctoral dissertation, University of Sheffield]. White Rose eTheses. <https://etheses.whiterose.ac.uk/25483>
- Hospers, J., & Scruton, R. (2018). *Philosophy of art and aesthetics* [Falsafeh-ye honar va ziba'ishenasi] (Y. Azhand, Trans. & Comp.). University of Tehran Press. (Original work published 2002) (In Persian)
- Hume, D. (2009). *Of the standard of taste and tragedy* [Dar Bab-e me'yar-e zowgh va terajedi] (A. Salmani, Trans.). Farhangestan-e Honar Publication. (Original work published 1760) (in Persain)
- Imani, N., & Mirzaei, F. (2022). Genealogy of Taste in Art and Architecture [Tabarshenasi-ye Mafhum-e Saligheh dar Honar va Me'mari]. *Andishnāme-ye Me'māri-ye Dāxeli*, 2(2), 29–45. <https://doi.org/10.30480/intand.2023.1251> (In Persian)
- Imani, N., & Zafarmandi, S. (2017). Orgins of Taste in Architecture [Mabadi-ye saligheh dar me'mari]. *Bagh-e Nazar*, 14(53), 33–42. https://www.bagh-sj.com/article_51267.html (In Persian)
- Ipsos MORI. (2010). *People and places: Public attitudes to beauty*. <https://www.ipsos.com/sites/default/files/publication/1970-01/sri-public-attitudes-to-beauty-2010.pdf>
- Kahneman, D. (2011). Thinking, Fast and Slow. *Stat Papers* 55, 915 (2014). <https://doi.org/10.1007/s00362-013-0533-y>
- Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989). *The experience of nature: A psychological perspective*. Cambridge University Press. <https://dokumen.pub/qdownload/the-experience-of-nature-a-psychological-perspective-1nbsped-0521349397-9780521349390.html>
- Karimi, Z. P. (2009). *Transitions in domestic architecture and home culture in twentieth century Iran* [Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology]. <https://dspace.mit.edu/entities/publication/4c949c7c-1ba1-4629-8676-469f873444f2>
- Leder, H., & Nadal, M. (2014). Ten years of a model of aesthetic appreciation and aesthetic judgments: The aesthetic episode—Developments and challenges in empirical aesthetics. *British journal of psychology*, 105(4), 443–464. [10https://doi.org/10.1111/bjop.12084](https://doi.org/10.1111/bjop.12084)
- Leder, H., Leder, H., Belke, B., Oeberst, A., & Augustin, M. D. (2004). A model of aesthetic appreciation and aesthetic judgments. *British Journal of Psychology*, 95(4), 489–508. <https://doi.org/10.1348/0007126042369811>
- Locher, P., Overbeeke, K., and Wensveen, S. (2010). *Aesthetic interaction:* جامعه‌شناسان آمریکا).
15. Individuality, self-expression, and a stylistic self-consciousness.
16. Indicators of the individuality of taste and sense of style of the owner/consumer.
۱۷. مفهوم سبک زندگی در نسل اول جامعه‌شناسی سلیقه، معنای جامعه‌شناختی محدودتری دارد و اشاره به سبک زندگی متمایز گروه‌های خاص اجتماعی دارد (Featherstone, 2007).
۱۸. برند ایکیا در رسانه‌های تصویرمحور مانند پینترست، اینستاگرام و تیک‌تاک محتوایی تصویری را با عنوان «ترفندهای ایکیا» (IKEA hacks) منتشر می‌کند که در واقع کالاها و الگوهای چیدمان مشخصی را برای زیباسازی و بهسازی فضای معماری پیشنهاد می‌دهد. این محتواها صرفاً مجموعه‌ای از ایده‌های خلاقانه برای استفاده از محصولات ایکیا نیست، بلکه بخشی از یک منطق فرهنگی مصرفی است که به طور غیرمستقیم، مصرف را هدایت، معناگذاری و کنترل می‌کند (Hartman, 2007).
۱۹. «مسئله‌سازی» (problematization)، «آیین‌مندسازی» (Ritualization) و «ابزارسازی» (Instrumentalization). برای توضیحات بیشتر به اصل مقاله رجوع شود (Arsel & Bean, 2013).

References

- Arsel, Z., & Bean, J. (2013). Taste regimes and market-mediated practice. *Journal of Consumer Research*, 39(5), 899–917. <https://doi.org/10.1086/666595>
- Bolkhari Ghehi, H. (2021). *On beauty: aesthetics in islamic wisdom and west philosophy* [Dar bab-e ziba'i: Ziba'ishenasi dar hekmat-e eslami va falsafeh-ye gharbi]. University of Tehran Press. (In Persian)
- Bourdieu, P. (1399). *Distinction* [Tamayoz] (H. Chavoshian, Trans.). Sales Publication. (Original work published 1976) (In Persian)
- Buckley, C. A., & Waring, M. J. (2013). Using diagrams to support the research process: Examples from grounded theory. *Qualitative Research*, 13(2), 148–172. <https://doi.org/10.1177/1468794112472280>
- Chambers, D. (2021). *Cultural ideals of home: the social dynamics of domestic space* [Ide-al-hay-e Farhangi-ye khaneh: Puyayi-hay-e egte'mai-ye fazay-e khanegi] (A. Mashhadi, Trans.). Yazdan Publication. (Original work published 2020) (In Persian)
- Chatterjee, A. (2004). Prospects for a cognitive neuroscience of visual aesthetics. *Bulletin of Psychology and the Arts*, 4, 55–60. <https://doi.org/10.1037/e514602010-003>
- Commission for Architecture and the Built Environment. (2010). *Simpler and better: Housing design in everyone's interest*. https://www.designcouncil.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Documents/simpler-and-better_2.pdf
- Danto, A. C. (2022). *What art is* [An cheh honar ast] (F. Farnoudfar, Trans.). Gilgamesh Publication. (Original work published 2013) (In Persian)
- Devlin, K., & Nasar, J. L. (1989). The beauty and the beast: Some preliminary comparisons of 'high' versus 'popular' residential architecture and public versus architect judgments of same. *Journal of environmental psychology*, 9(4), 333–344. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(89\)80013-1](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(89)80013-1)
- Dickie, G. (2016). *The century of taste: the philosophical odyssey of taste in the eighteenth century* [Gharb-e Zowgh, Odiseh-ye falsafi-ye zowgh-dar gharb-e hijdaham] (D. Mirzaei & M. Nourian, Trans.). Hekmat Publication. (Original work published 1996) (In Persian)
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446212424>

- a framework. Des. Issues 26, 70–79. <https://doi.org/10.2307/20749943>
- Nadal, M., & Vartanian, O. (Eds.). (2022). *The Oxford handbook of empirical aesthetics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198824350.001.0001>
- Pazouki, S. (1381). The Influence of Descartes' Thought on the Emergence of New Artistic Theories [Ta'sir-e tafakkor-e Descartes dar zohur-e nazariyat-e jadid-e honari]. *Khiyal-e Bahar*, 1(10), 98–107. <http://noo.rs/ZiyaL> (In Persian)
- Pelowski, M., Markey, P. S., Luring, J. O., & Leder, H. (2016). Visualizing the impact of art: An update and comparison of current psychological models of art experience. *Frontiers in Human Neuroscience*, 10, 1–15. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2016.00160>
- Peterson, R. A., & Kern, R. M. (1996). Changing highbrow taste: From snob to omnivore. *American Sociological Review*, 61(5), 900–907. <https://doi.org/10.2307/2096460>
- Vercelloni, L. (2016). *The invention of taste: A cultural history of desire, delight and disgust in fashion, food and art* (K. Singleton, Trans.; 1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003087021>
- Wherry, F. F., & Woodward, I. (Eds.). (2019). *The Oxford handbook of consumption*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190695583.001.0001>
- Winters, E. (2017). *Aesthetics and architecture* [Ziba'ishenasi va me'mari] (A. Salarvand, Trans.). Naghsh-e Jahan Publication. (Original work published 2007) (In Persian)
- Wright, D. (2015). *Understanding cultural taste: sensation, skill and sensibility*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137447074>
- Wright, D. (2019). Taste, sensation, and skill in the sociology of consumption. In D. Miller (Ed.), *The Oxford handbook of the sociology of consumption*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198824350.001.0001>
- ایمانی، نادیه و ظفرمندی، سویل. (۱۳۹۶). مبادی سلیقه در معماری. باغ نظر، ۱۴ (۵۳)، ۴۲–۳۳. https://www.bagh-sj.com/article_51267.html
- ایمانی، نادیه و میرزائی، فاطمه. (۱۴۰۱). تبارشناسی مفهوم سلیقه در هنر و معماری. اندیشنامه معماری داخلی، ۲۹–۴۵. <https://doi.org/10.30480/in-tand.2023.1251>
- بلخاری قهی، حسن. (۱۴۰۰). در باب زیبایی: زیبایی‌شناسی در حکمت اسلامی و فلسفه غربی دانشگاه تهران.
- بوردیو، پییر. (۱۳۹۹). تمایز (حسن چاوشیان، مترجم). نشر ثالث. (چاپ اثر اصلی ۱۹۷۶)
- پازوکی، شهرام. (۱۳۸۱). تأثیر تفکر دکارت در ظهور نظریات جدید هنری. خیال بهار، ۱ (۱۰)، ۹۸–۱۰۷. <http://noo.rs/ZiyaL>
- چمبرز، دیورا. (۱۴۰۰). ایده‌آل‌های فرهنگی خانه: پویایی‌های اجتماعی فضای خانگی (علی مشهدی، مترجم). نشر یزدان. (چاپ اثر اصلی ۲۰۲۰)
- دانتو، آرتور کلمن. (۱۴۰۱). آن چه هنر است (فریده فرنودفر، مترجم). نشر گیلگمش. (چاپ اثر اصلی ۲۰۱۳)
- دیکی، جورج. (۱۳۹۶). قرن ذوق، اودیسه فلسفی ذوق در قرن هجدهم (داوود میرزایی و مانیا نوریان، مترجم). نشر حکمت. (چاپ اثر اصلی ۱۹۹۶)
- گروت، لیندا و وانگ، دیوید. (۱۳۹۶). روش‌های تحقیق در معماری (علیرضا عینی‌فر، مترجم). نشر دانشگاه تهران. (چاپ اثر اصلی ۲۰۰۲)
- وینترز، ادوارد. (۱۳۹۶). زیبایی‌شناسی و معماری (عبدالله سالاروند، مترجم). نشر نقش جهان. (چاپ اثر اصلی ۲۰۰۷)
- هاسپرز، جان و اسکروتن، راجر. (۱۳۹۷). فلسفه هنر و زیبایی‌شناسی (یعقوب آژند، مترجم و گردآورنده). نشر دانشگاه تهران. (چاپ اثر اصلی ۲۰۰۲)
- هیوم، دیوید. (۱۳۸۸). در باب معیار ذوق و تراژدی (علی سلمانی، مترجم). نشر فرهنگستان هنر. (چاپ اثر اصلی ۱۷۶۰)