



واکاوی مطلوبیت‌های حسی در معماری زیارتی (مطالعه تجربی تأثیر مقیاس بر ادراک ابهت و صمیمیت در بناهای زیارتی)*

مسعود وحدت‌طلب

دانشیار گروه معماری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول)

Email: m.wahdattalab@tabriziau.ac.ir

زینب حیاتی

دانشجوی دکتری معماری اسلامی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۶/۲۶ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۱۱/۰۲

چکیده

درک، فهم و دریافت‌های حسی انسان از دلالت‌های معمارانه، با دور و نزدیک شدن نسبت به آثار معماری دستخوش تغییر می‌شود. پرداختن به این موضوع در معماری زیارتی به دلیل اهمیت پاسخ‌های احساسی در فواصل مختلف امری ضروری است. پرسش‌های تحقیق این است که ۱. تغییر مقیاس چه تأثیری در بروز و افول دلالت‌های معماری زیارتی مانند «ابهت» و «صمیمیت» دارد؟ ۲. پاسخ‌های احساسی افراد در مراحل مختلف تقرب به بنای زیارتی دستخوش چه تغییراتی می‌شود؟ بر این اساس هدف این پژوهش بررسی دو دلالت ابهت و صمیمیت در بناهای زیارتی و نحوه قضاوت آن توسط بازدیدکننده در فواصل مختلف بنا است. در این پژوهش رویکرد ترکیبی انتخاب گردید و از رهیافت تحلیل محتوای کیفی و سپس تحلیل عاملی اکتشافی در نرم‌افزار SPSS و تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار AMOS بهره گرفته شد. به این منظور، متغیر «فاصله» فرد به‌عنوان متغیر مستقل و «صمیمیت» و «ابهت» به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شدند. با توجه به دشواری‌های سنجش حین حرکت، این بررسی از طریق پرسشنامه محقق ساخت و اعمال تغییراتی در مقیاس بنا، شبیه‌سازی شد. ۱۹ گویه در پرسشنامه، با استفاده از روش دستکاری هدفمند در اختیار ۲۲۹ نفر از آزمودنی‌ها قرار داده شد. تحلیل عاملی اکتشافی منجر به کشف ۴ مؤلفه شد که در ادامه با تحلیل عاملی تأییدی، مورد اثبات قرار گرفت. بارهای عاملی استاندارد مربوط به گویه‌های هر عامل بیشتر از ۰/۴ می‌باشند. همه گویه‌ها در عامل خود معنی‌دار و اثربخش هستند. یافته‌های پژوهش بیانگر وجود ارتباط معنی‌داری میان رؤیت و ابهت از یک سو و مرکز و صمیمیت از سوی دیگر می‌باشد. همچنین با تغییر مقیاس در یک بازه مطلوب از «دورمقیاسی» تا «هم‌مقیاسی» ترجیح فرد از ابهت به سمت صمیمیت دچار استحاله می‌شود. برخلاف رابطه مستقیم رؤیت و ابهت، هم‌مقیاسی و صمیمیت از چنین ریتم ثابت و هم‌نوبی برخوردار نیست و مطالعات نشان می‌دهد نزدیکی بیش از حد به امر مقدس، برای زائر خاصیت اجتنابی دارد.

واژگان کلیدی: معماری زیارتی، فاصله، ابهت، صمیمیت، مطلوبیت حسی معماری.

می‌خوانند. «مقیاس» از جمله شیوه‌ایی است که تغییرات آن می‌تواند نمایانگر «ابهت» یا «صمیمیت» باشد. از آنجایی که هر چه مقیاس و ساختار بنا نسبت به کالبد انسان، عظیم‌تر جلوه دهد، می‌توان آن را «دورمقیاس» نامید؛ و در صورتی که ساختار بنا و کالبد انسان در مقیاسی نزدیک به هم باشند، می‌توان «هم‌مقیاس» در نظر گرفت. می‌توان گفت با دورمقیاسی و هم‌مقیاسی بنا، «ابهت» و «صمیمیت» قابل سنجش می‌گردد. مسلماً درک این مقیاس‌مندی بستگی به فاصله بین انسان و بنا دارد. این برداشت بصری و نسبی است و در هر فاصله‌ای شخص می‌تواند با اجزای یک بنا که متناظر با همه مقیاس‌های ساختاری انسان هستند، ارتباط برقرار کند. روند برقراری ارتباط با معماری، از طریق خردترین مقیاس‌ها، مقیاس‌های میانی و در نهایت مقیاس کلان است و این ارتباط وقتی موفقیت‌آمیز است که تمام مقیاس‌ها به هم مرتبط شده باشند (سالینگروس ۱۳۸۷، ۶۷-۶۸). همچنین این ارتباط به شکلی ملموس‌تر نیز در سطح ارگونومیک به هم مرتبط هستند (فون‌مایس ۱۳۹۲، ۷۶).

مقیاس‌های معماری اگرچه به‌صورت ناآگاهانه درک می‌شوند، به اندازه فرم، رنگ، مواد و مصالح و دیگر کیفیات، تأثیر بصری و احساسی یک ساختمان را تعیین می‌کنند و به همان میزان حائز اهمیت هستند (سالینگروس ۱۳۸۷، ۱۲۱). از جمله این تأثیرها حس ورود به مکانی خاص است (لاوسون ۱۳۹۱، ۵۹). از آنجایی که ورود به مکان زیارتی طی مراحل صورت می‌گیرد و فرد در مسیر تقرب با عواطف متعددی ناشی از تأثیر احساسی «ابهت» و «صمیمیت» بنا روبرو می‌شود؛ این پژوهش در سه فاصله مهم از یک بنای زیارتی، یعنی در فاصله «رؤیت»، «آستانه» و همچنین «مرکز» بنا، با تغییر در مقیاس و بزرگی بنا، ترجیح افراد را برای داشتن «ابهت» و «صمیمیت» به‌عنوان مطلوبیت‌های حسی در امر زیارت واکاوی می‌نماید.

بنابراین بررسی پیامدهای احساسی ناشی از تغییرات مقیاس و فاصله، مسئله‌ای است که محور این پژوهش را تشکیل می‌دهد. از این رو نگارندگان با توجه به اهمیت نقش مقیاس بر تأثیر بصری و احساسی بناهای زیارتی، با این پیش‌فرض که افراد، در فواصل مختلف به احساسات متفاوتی ناشی از نیاز به «صمیمیت» و

۱. مقدمه

تجربه حاصل از حضور در بناهای زیارتی صرفاً تجربه‌ای معنوی نیست، بلکه تجربه‌ای است که از طریق حواس و همچنین روبرویی‌های عاطفی دریافت می‌گردد (هنرپیشه^۱ ۲۰۱۳). این دریافت‌های حسی از بیرونی‌ترین محدوده و دورترین فاصله یعنی رؤیت تا نزدیک‌ترین فاصله و حضور در درون و مرکز بنا را شامل می‌شود. در خصوص بناهای زیارتی آنچه که روشن است کنش و واکنش‌های انسان در مسیر تقرب است که به‌صورت احساسات و عواطف مختلف انسانی قابل تعریف است. از جمله دلایل برانگیختگی احساسات و عواطف انسان در بنای زیارتی، وجود «ابهت» و «صمیمیت» بنا است که در پژوهش حاضر در فواصل مختلف مورد واکاوی قرار گرفته است. در این پژوهش «ابهت» و «صمیمیت» دو ویژگی بارز بناهای زیارتی در نظر گرفته شده‌اند که اگر با ادراک متوالی و مناسب تجربه شوند به‌طور بالقوه می‌توانند نیازهای عاطفی و معنوی افراد را تأمین کنند. از آنجایی که واکنش احساسی در فضاهای زیارتی و مذهبی، با مفهوم «والایی» شناخته شده است (کانسنی^۲ ۲۰۰۵)؛ «ابهت» در قالب عظمت فیزیکی و وسعت از مهم‌ترین ویژگی‌هایی است که بنای زیارتی با داشتن آن «والایی» خود را به نمایش می‌گذارد. از طرفی بناهای زیارتی بالذات بناهایی سرشار از احساس هستند و مطالعات بسیاری بر درک چند حسی در معماری اینگونه بناها اشاره کرده‌اند (کانسنی ۲۰۰۵؛ ۲۰۰۸؛ شیبایل^۳ ۲۰۰۹؛ زانی و دیگران ۲۰۰۷؛ نسیت^۴ ۲۰۱۶؛ رایشین رازاک^۵ و سامیر^۶ ۲۰۱۹). در مسیر تقرب، تجاربی از جمله دست کشیدن، بوسیدن درگاه، به زمین افتادن، دست بر زمین ساییدن، ایستادن و نگرستن، تمایل به نزدیک شدن و مجاورت با امر مقدس، به لمس‌پذیری و بساوش‌پذیری معماری زیارتی اشاره دارد که فارغ از سایر انگیزش‌های درونی و بیرونی، به دلیل «صمیمیت» است که بین انسان و بنا ایجاد شده است. همچنین ذکر این نکته اهمیت دارد که «ابهت» بر خود شیء متمرکز است؛ و ویژگی درونی یک شیء یا پدیده محسوب می‌شود (تیوگاد^۷، شیوتا^۸، و کیری^۹ ۲۰۱۶). در حالی که «صمیمیت» به‌عنوان یک نیاز اجتماعی، واکنشی است که درون انسان نهفته می‌ماند تا اینکه توسط چیزی در بیرون فعال شود (ریو ۱۳۸۷، ۱۷۲). بناهای زیارتی به شیوه‌های گوناگونی این نیاز را درون انسان به جنبش

جهت ارضای نیازهای احساسی و عاطفی مخاطب در موقعیت‌های گوناگون فراهم می‌گردد. این مقاله می‌تواند با ابهام‌زدایی از عوامل مؤثر در کنش‌ها و واکنش‌های عاطفی، زمینه‌ساز فهم کارکرد روابط منطقی معماری زیارتی و دست آخر منجر به ارتقای کیفی آنها شود.

«ابهت» در بنا احتیاج دارند، به سوالات ۱. تغییر مقیاس چه تأثیری در بروز و افول دلالت‌های معماری زیارتی مانند ابهت و صمیمیت دارد؟ ۲. پاسخ‌های احساسی افراد در مراحل مختلف تقرب به بنای زیارتی دستخوش چه تغییراتی می‌شود؟ پاسخ داده‌اند. در نهایت با اتکا به نتایج حاصل از پژوهش، امکان شناسایی راهکارهایی معمارانه



شکل ۱. مدل روند پژوهش

از پایه‌های نظری بحث در مورد «تجربه حسی» در «رساله‌ای با عنوان «پژوهشی فلسفی در خاستگاه تصورات ما از والا و زیبا» به استدلال در مورد کیفیاتی از اشیاء که موجب انگیزش احساسات زیبایی («عشق» بدون شهوت) و والایی («شگفتی» بدون خطر واقعی) می‌شوند، می‌پردازد (بیردزلی ۱۳۷۶، ۳۹). پژوهشگران بسیاری به اندیشه برک در مورد «امر والا» و ارتباط آن با فضاهای مقدس پرداخته‌اند. در این زمینه می‌توان به بسیاری از مطالعات کلتور و هایت اشاره نمود (کلنر^۱ و هایت^۲؛ ۲۰۰۳). در این مطالعات به عوامل به‌وجودآورنده والایی و

۲. پیشینه پژوهش

پژوهش در زمینه بناهای زیارتی، اغلب از دید ارزش تاریخی و محتوای آموزش مذهبی و یا بررسی مفاهیم فلسفی و عرفانی شکل‌دهنده آنها بوده است. واکنش‌های زیبایی‌شناسی مرتبط با فضا و فرم در معماری و این عقیده که فرم‌های معماری می‌توانند آثار حسی از خود برجای بگذارند و بر احساسات بیننده تأثیر داشته باشند، مسئله‌ای است که برای مدت‌ها نظریه‌پردازان معماری با آن مواجه بوده‌اند. بنابراین پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه در دو دسته عمده قابل ذکر می‌باشد. در ابتدا لازم است به پژوهش‌های فلسفی برک در مورد «امر والا»، که

می‌شود (سالینگروس ۱۳۸۷، ۱۲۱). اهمیت مقیاس یک محیط، با تحقیقاتی که یک رابطه ضمنی بین مفاهیم قدرت و عمودی بودن را نشان می‌دهد مطابقت دارد (گایسنر^{۲۸} و شوپرت^{۲۹} ۲۰۰۷؛ مولر^{۳۰}، رایبسون^{۳۱}، و زابلینا^{۳۲} ۲۰۰۸؛ شوپرت ۲۰۰۵). همچنین ویلکوکس^{۳۳} با بررسی ساختارهای دینی یونانی-رومی دوران باستان که از دریچه انسان‌سازی به موضوع می‌پردازد، مقیاس را در کنار عوامل دیگر، جلوه‌های معمارانه‌ای می‌داند که منجر به شکل‌گیری رابطه عاطفی بین مخاطب و بنای زیارتی می‌گردد (ویلکوکس ۲۰۲۲). در جدول ۱ و ۲ برخی از پژوهش‌های انجام‌شده پیرامون مفهوم «ابهت» و «صمیمیت» ارائه گردیده است.

بر اساس پیشینه پژوهش و جداول ارائه شده می‌توان گفت در زمینه هیبت و بزرگی بنا و رابطه آن با تجربه امر متعالی در بناهای زیارتی مطالعات زیادی صورت گرفته است. به این صورت که هر چه بنا با عظمت‌تر باشد، نشانه‌های قدرت و معنویت بیشتری را در خود دارد. همچنین عظمت فیزیکی و وسعت نمایشی از قدرت و هیبت امر مقدس تعریف گردیده است. در این مطالعات، هیبت تجربه‌ای عاطفی است. دارای ظرفیتی دوسوگراست و احساسات مثبت و منفی را شامل می‌شود؛ که در مورد بناهای زیارتی جنبه‌های مثبت آن حائز اهمیت است. هیبت معرفی شده در این پژوهش‌ها بدون در نظر گرفتن جنبه‌های منفی آن یعنی ترس، در این مقاله با واژه «ابهت» بیان شده است. مطالعات در مورد «صمیمیت» در حوزه روانشناسی و علوم رفتاری به کرات وجود دارد. در تمامی این پژوهش‌ها، کم کردن فاصله، مجاورت و لمس کردن از جمله راه‌های ایجاد «صمیمیت» است. تنها در مطالعات مربوط به نورپردازی در فضاهای مقدس به حضور نور و داشتن تجربه‌ای صمیمی یا تجربه‌ای پرهیبت اشاره شده است.

اما آنچه این پژوهش را از سایر پژوهش‌ها جدا می‌کند، توجه به مقیاس و مقیاس‌مندی در فواصل مختلف از یک بنای زیارتی است که به نظر می‌رسد بر «ابهت» و «صمیمیت» مؤثر است. همانطور که ذکر گردید در ارتباط با وسعت و بزرگی بنا و نقش آن بر هیبت، مطالعاتی صورت گرفته است؛ با این وجود، اینکه ابهت در فواصل مختلف در بنای زیارتی به چه صورت قابل بیان است از ویژگی‌های این پژوهش است. همچنین می‌توان گفت

هیبت و تعریف والایی در امر مقدس توجه گردیده است. اکثر مطالعات، تحت تأثیر کنتر و هایت (همان ۲۰۰۳)، وسعت^{۳۴} را به‌عنوان مضامین اولیه ارزیابی هیبت در نظر گرفته‌اند که یک پاسخ احساسی قوی به محرک‌های بزرگ (فیزیکی یا استعاری) تعریف می‌شود (کلویس^{۳۵} ۲۰۲۱؛ آرکانگلی^{۳۶} و دیگران ۲۰۱۸). بر اساس این مطالعات در ارتباط با امر مقدس و متعالی، عواطف مثبت هیبت و ابهت، ترس آمیخته با احترام را شامل می‌شود (کانسنی ۲۰۱۰).

میگر در پژوهشی با عنوان «رمزگشایی جهت‌گیری مذهبی یک فضای مقدس» بر چگونگی ارزیابی محیط‌های مذهبی جدید از نظر متغیرهای فضایی مانند بزرگی، جذابیت و پیچیدگی بصری متمرکز شده است. چندین عامل محیطی از نظر ارتباط با تأثیرات مقدس مورد مطالعه قرار گرفته است. این تحقیقات نشان داده‌اند که «مقیاس» یا بزرگی یک ساختار فیزیکی قادر به برانگیختن احساسات متعالی مرتبط با معنویت است (میاقر^{۳۷} ۲۰۱۸). مواجهه با ساختارهای فیزیکی عظیم نشان می‌دهد که می‌تواند احساس هیبت و ابهت را برانگیزد؛ تجربه‌ای که با محیط‌های طبیعی عظیم مانند کوه‌ها یا اقیانوس‌ها، قابل مقایسه است (شیوتا و دیگران ۲۰۱۴؛ ون کاپلن^{۳۸} و ساروگلو^{۳۹} ۲۰۱۳). مطالعات بسیاری در زمینه نور، موسیقی، تزئینات، و دیگر محرک‌های خارجی موثر بر درک چندحسی در معماری مذهبی مورد توجه بوده است (اگنر^{۴۰} ۲۰۰۳، ۲-۳؛ مورگان^{۴۱} ۲۰۱۰، ۹۲۲-۹۲۴؛ پنچوا^{۴۲} ۲۰۱۱، ۹۳؛ تایبالت^{۴۳} ۲۰۱۷؛ جابی^{۴۴} و پوتامیانوس^{۴۵} ۲۰۰۷، ۳۱۷؛ شیبایل ۲۰۰۹، ۴۱-۴۲؛ نسبت ۲۰۱۶). جان گیج^{۴۶} (۱۹۹۵) و کریس پینی^{۴۷} (۲۰۰۱) به طرق مختلف استدلال می‌کنند که رنگ و نور در ایجاد درخشندگی و درخشش اجسام، تقدس و ابعاد معنوی نقش موثری دارند. همچنین نور می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای اعمال صمیمیت، شکل دادن به فضا و هماهنگ کردن حرکت استفاده شود. نور این توانایی را دارد که تجربیات انسان از فضا را تغییر دهد و احساسات حاصل از صمیمیت را تعریف کند (بایله^{۴۸} و سورنسون^{۴۹} ۲۰۰۷).

بخشی دیگر از سوابق پژوهشی را باید در بحث‌های مرتبط با اهمیت مقیاس و جایگاه آن در معماری جست‌وجو نمود. به عقیده سالینگروس، مقیاس در ساختمان، از ساختار کالبدی، مصالح و نیاز به تطابق با تنش‌های کالبدی، ناشی



جدول ۱. برخی از پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه «ابهت» (مأخذ: نگارندگان)

| عنوان پژوهش | نظرات محققان در زمینه ابهت | مفاهیم مرتبط با ابهت |
|--|--|--------------------------------------|
| Approaching Awe, a Moral, Spiritual, and Aesthetic Emotion, Cognition and Emotion ((Keltner and Haidt 2003 | واکنش هیبت با ابهام و قدرت در ارتباط است. وسعت از نشانه‌های اولیه هیبت است. | هیبت و وسعت |
| Awe and Experience of the Sublime: A Complex Relationship (Arcangeli et al. 2019) | هیبت یک احساس پیچیده یا ساختار عاطفی است که با ترکیبی از مؤلفه‌های مثبت (رضایت، شادی) و مؤلفه‌های عاطفی منفی (ترس و احساس کوچکتر، فروتن یا بی‌اهمیت بودن) مشخص می‌شود. | هیبت و واکنش‌های عاطفی |
| Why the Sublime Is Aesthetic Awe (Clewis 2021) | هیبت عبارت است از پاسخ به یک وسعت (اعم از وسعت ادراکی یا مفهومی)، در پاسخ به یک شی یا رویدادی است که وسعت یا قدرت چشمگیری را نشان می‌دهد. | هیبت و وسعت |
| Aesthetic Trinity Theory and the Sublime ((Konecni 2010 | یکی از جنبه‌های اصلی عظمت امر متعالی اندازه عظیم فیزیکی است. | امر متعالی، تجربه هیبت و عظمت فیزیکی |
| Your Highness: Vertical Positions as Power (Schubert Perceptual Symbols of 2005) | تداعی موقعیت عمودی و قدرت یک تمایل ذاتی است که از جمله نمادهای ادراکی است. | مقیاس و نمایش قدرت |
| preferential Use Personality Dominance and of the Vertical Dimension of Space (Moeller, (Robinson, and Zabelina 2008 | بعد عمودی فضا نمایشی از سلسله‌مراتب از بالا به پایین و درک سلطه است. | مقیاس و نمایش قدرت |

جدول ۱. برخی از پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه «ابهت» (مأخذ: نگارندگان)

| عنوان پژوهش | نظرات محققان در زمینه صمیمیت | مفاهیم مرتبط با صمیمیت |
|---|--|------------------------|
| Seeing Touch and Touching Sight: A Reflection on the Tactility of Vision, The Senses and Society (Lauwrens, 2019) | تجربه زیبایی‌شناسی لمسی کاملاً بر خلاف تجربه زیبایی‌شناختی بصری است. صمیمیت زمانی حاصل می‌شود که بینایی غلبه کند و لامسه تسخیر شود. | صمیمیت و لمس |
| The Color of Angels. Cosmology, Gender and the Aesthetic Imagination. (Classen 1998, 149) | یک رویارویی لمسی با هنر، تجربه بسیار صمیمی‌تری را به همراه می‌آورد که منجر به پیوند فیزیکی بین اثر هنری و درک شونده می‌شود. | صمیمیت و لمس |
| چشمان پوست: معماری و ادراکات حسی پالاسما (۲۰۰۵؛۲۰۱۶) زومتور (۱۹۹۸؛۲۰۰۶) | اهمیت حس لامسه در ادراک و تجربه جهان | ادراک هاپتیک و همدلی |
| Astronomical and Optical Principles in the Architecture of Hagia Sophia in Constantinople (Schibille 2009) | ادراک معماری از طریق «هماهنگی مصالح»، «دمای محیط»، «سطوح صمیمیت» و «معماری به مثابه محیط». سطوح صمیمیت به نزدیکی و فاصله مرتبط است. | صمیمیت و مجاورت |
| Aesthetics of Intimacy– What, why, and (How): A Metalab (Kumar and Vohra 2018) | نور و جلوه‌های بصری نقش مهمی در بزرگی و هیبت فضاهای مقدس دارند. | نور و هیبت بنا |
| An Anthropology of Luminosity the Agency of Light (Bille and Sorensen 2007) | «تصاویر اسطوره‌ای، تصاویری هستند که توسط آنها آگاهی با ناخودآگاه در تماس است». کاوش صمیمیت از طریق بررسی اساطیر راه‌حلی جالب و مبتکرانه است. | صمیمیت و اسطوره |
| | نور به‌عنوان ابزاری برای اعمال صمیمیت و شکل دادن به فضا و مهمان‌نوازی، هماهنگ کردن حرکت و... به‌عنوان یک استعاره استفاده شود. | صمیمیت و نور |



اهمیت نمایه‌ها، قرارگیری نمایه‌ها در جای مناسب خود و زمان تکمیل ابزار طراحی شده توسط تیم متخصصان مورد توجه قرار گرفت. پس از تأیید روایی محتوا، پرسشنامه در اختیار ۵۰ شرکت‌کننده از افراد هنری و افراد عادی با سطح سواد متفاوت قرار داده شد. روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی^{۳۴} به روش تجزیه به مؤلفه‌های اصلی مورد ارزیابی قرار گرفت. یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی منجر به شناسایی عامل‌های رؤیت، مرکز و آستانه به‌عنوان عامل‌های مرتبط با «ابهت» و «صمیمیت» به‌عنوان عاملی از «پاسخ احساسی» گردید. در ادامه جهت بررسی ساختار عاملی، نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی^{۳۵} بر ۲۲۹ شرکت‌کننده بررسی شد. تلاش پژوهشگران بر این مبنا بوده که پرسشنامه در اختیار افراد با هر سطح فرهنگی و اجتماعی قرار گیرد. بدین منظور پرسشنامه به‌صورت تصادفی تحت وب توزیع گردید. در این مطالعه هر دو جنسیت انتخاب شده‌اند. از آنجایی که مطالعات پیشین نشان داده است که ویژگی‌های زمینه‌ای مرد و زن می‌تواند در انتخاب و ترجیح افراد مؤثر باشد (نابل‌رابرتز^{۳۶} ۲۰۰۷؛ دانش ۱۳۹۹). پرسشنامه‌ها به تعداد تقریباً مساوی بین شرکت‌کنندگان مرد و زن و افراد با تخصص هنری و افراد عادی انتخاب گردید. به این علت که در مورد ترجیحات بین افراد هنری و غیر هنری تفاوت قابل توجهی وجود دارد (قومشی^{۳۷} و جوسان^{۳۸} ۲۰۱۲). به منظور بررسی پایایی از دو معیار آلفای کرونباخ^{۳۹} و پایایی مرکب^{۴۰} استفاده شده است. حد مطلوب برای هر دو شاخص بیش از ۰/۷ در نظر گرفته شد. در بررسی هر یک از آیت‌های پرسشنامه از آزمون کی‌دو و در ارزیابی مدل ساختاری مربوط به تحلیل عاملی تأییدی از شاخص‌های جدول زیر استفاده گردیده است. همچنین سطح معنی‌داری در تمامی آزمون‌ها ۵٪ در نظر گرفته شده است.

۳-۱. انتخاب تصاویر و تولید تصاویر (نمایه‌های) دستکاری شده

سوالات به‌صورت سه‌گزینه‌ای و تصاویر دستکاری شده تدوین گردید. پرسش‌شوندگان بر اساس خواسته سؤال، امکان انتخاب یکی از تصاویر را داشتند. تصاویر با توجه به معیارهای انتخاب (نور،

در مورد تأثیر مقیاس در فواصل مختلف بر «صمیمیت» در بناهای زیارتی تاکنون مطالعاتی صورت نگرفته است.

۳. روش پژوهش

به‌طور کلی روش پژوهش از نوع رویکرد ترکیبی و رهیافت آن شامل تحلیل متون کیفی و روابط کمی‌سازی (تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی) است. به دلیل استخراج معیارهای خاص قابل اندازه‌گیری و کمی شدن، راهبرد کمی در قالب تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی مورد استفاده قرار گرفت. برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی از روش تجزیه به مؤلفه‌های اصلی و نرم‌افزار SPSS و برای انجام تحلیل عاملی تأییدی از نرم‌افزار AMOS استفاده شد. پس از اعتبارسنجی و ارزیابی پایایی پرسشنامه، برای نیل به هدف تحقیق در بررسی هر یک از آیت‌های پرسشنامه از آزمون کی‌دو استفاده شد. روش نمونه‌گیری تصادفی تحت وب است. روایی پرسشنامه با استفاده از روایی محتوایی و روایی سازه و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ و پایایی مرکب به تأیید رسید. تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی روشی برای سنجش داده‌های حاصل از پرسشنامه بوده است. با توجه به دشواری‌ها و احتمال بروز خطا در حین حرکت و تغییرات فاصله، با تدوین پرسشنامه تصویری محقق ساخت و با مداخله و تغییر مقیاس بنا در تصاویر، عمده‌ترین احساسات و عواطف مرتبط با معماری زیارتی، یعنی «ابهت» و «صمیمیت» مورد سنجش قرار گرفت. ابزار استخراج داده‌ها به تناسب سوالات پژوهش، مطالعه میدانی و پرسشنامه تصویری می‌باشد. تصاویر بکار رفته در پرسشنامه، با عکس‌برداری توسط نگارندگان و در مواردی با جست‌وجوی اینترنتی جمع‌آوری و تدوین گردید. همچنین این پژوهش از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی بهره گرفته است. به دلیل محدودیت در نوشتار از آوردن آمار توصیفی صرف‌نظر گردید. در بخش آمار استنباطی در بررسی اعتبار سازه، روش تحلیل عاملی پیشنهاد گردیده است. پس از تبیین و استخراج عامل‌ها به کمک مرور متون نظری و تجربی مرتبط با موضوع، به منظور تأیید روایی محتوایی، ابزار در اختیار ۵ نفر از متخصصان دانشگاهی گذاشته شد. این متخصصان از اساتید گروه معماری انتخاب گردیدند. در ارزیابی کیفی روایی محتوا، رعایت دستور زبان، استفاده از کلمات مناسب،

و دستکاری هدفمند بر اساس روش و الگویی مشخص، که در ادامه توضیح داده می‌شود، ایجاد گردید. در هر سوال سه نمایه بصری انتخاب شد. برای ساخت هر نمایه، با ثابت نگه داشتن و حفظ سایر کیفیت‌های بصری تنها مقیاس تغییر می‌کرد. حتی توجه شد که افراد در تصاویر در موقعیت‌های خود ثابت بمانند. در نتیجه تنها متغیر دستکاری شده در سؤالات مرحله رؤیت مقیاس بنا و در مرحله آستانه، علاوه بر مقیاس، تناسبات ایوان ورودی بوده است. به این صورت که گنبد، گلدسته‌ها، دستگاه ورودی و سایر اجزا تغییر مقیاس یافتند. پس زمینه و آسمان در تمام تصاویر حذف گردید. همچنین در صورت پر جزئیات بودن سطح زمین سعی شد با حفظ دوری و نزدیکی، اصلاح شود. دستکاری تصاویر در نرم‌افزار فتوشاپ انجام گردید. متغیر اصلی در این پرسشنامه «فاصله» و «مقیاس» بوده است. با توجه به اینکه با نزدیک شدن فرد به امر مقدس فاصله مهم می‌شود، در مورد عواطف برآمده در لحظه در مرکز بودن، سؤالات بر اساس متغیر «فاصله» بیشتر می‌شود. همچنین در سؤالات این بخش، به اینکه چه جمعیتی در تصاویر حضور دارند، سن افراد، شلوغی و خلوتی تصاویر توجه گردید، زیرا شاید شلوغ بودن و پرجمعیتی تداعی‌گر سروصدا و عدم آرامش فضا باشد و بر انتخاب افراد تأثیر بگذارد. بنابراین این موضوع از دیگر معیارهای انتخاب تصاویر در بخش سوم بود. همچنین در تمامی تصاویر به فیگورها و حالات انسانی در هر مرحله توجه گردیده است.

۳-۲. نحوه انتخاب سه فاصله تعریف شده

به منظور بررسی «ابهت» و «صمیمیت» در فواصل مختلف از بنای زیارتی، سه فاصله «رؤیت»، «آستانه»، و «مرکز» انتخاب گردید. انتخاب این سه فاصله، بر اساس مشاهدات و پیمایش اولیه بوده است. مهمترین فاکتور برای انتخاب این فواصل، واکنش‌های احساسی متفاوتی است که در هر یک رقم می‌خورد.

رؤیت: عامل رؤیت یک بنا مشخص می‌کند که آیا در هر نقطه خاص از بافت اطراف، ساختمان دیده می‌شود یا خیر. هر بنایی دامنه رؤیت‌پذیری خود را بر پیرامونش می‌گستراند و بر اساس محرک‌های حسی، ارتباط بصری را تقویت و تشدید کند و یک حوزه تعاملی با انسان ایجاد می‌نماید. آر‌نهایم در پاسخ به اینکه چه وقت شیء را

سایه‌روشن‌ها، رنگ و تزئینات، انعکاس‌ها و سایر عوامل مداخله‌گر) غربال شدند. در این پرسشنامه به گونه‌ای از یک نگاه ترجیحی استفاده شده است. مانند سایر مطالعات ترجیحی سعی شد تصاویر به طور همزمان ارائه شوند؛ به این صورت که افراد از بین سه تصویر یکی را با توجه به سؤال ترجیح می‌دهند. تصاویر به طور همزمان و بدون بالا و پایین کردن صفحه نمایش رؤیت می‌شد. در نهایت ۲۲۹ پرسشنامه برای انجام تحلیل عاملی تأییدی جمع‌آوری گردید. از ۲۲۹ نفر شرکت‌کننده، ۱۲۲ نفر زن و بقیه افراد را مردان تشکیل داده‌اند.

روند انتخاب تصاویر به این صورت بود که، به منظور بررسی ترجیح افراد برای انتخاب یک بنا در فاصله دور از آن، در ابتدا سه بنا با مقیاس‌های متفاوت و با موقعیت‌های گوناگون انتخاب گردید؛ و با سوال «کدامیک از بناها ابهت بیشتری را القا می‌کند؟» تکمیل شد. با توجه به اینکه در هر یک از این تصاویر مؤلفه‌های متفاوتی علاوه بر مقیاس، بزرگی و عظمت بنا بر ترجیح افراد تأثیر گذار بود، تصاویر پرسشنامه برای هر سوال به سمت انتخاب یک بنا و با دستکاری تصاویر پیش رفت. همانطور که در پیشینه پژوهش ذکر آن رفت بزرگی و عظمت بنا با ابهت رابطه مستقیم دارد. بنابراین طرح چنین سوالی، در راستای اهداف پژوهش نمی‌باشد. این در حالی است با طرح سوالی مشابه در مورد رابطه صمیمیت و هم‌مقیاسی مطالعات ادامه یافت. با توجه به اینکه پرسش‌شوندگان در داخل کشور انتخاب گردیدند، از جمله معیارهای دیگر انتخاب تصاویر، بناهای زیارتی شناخته شده بود، بدین منظور بیشتر تصاویر حول سه حرم شاهچراغ (ع)، حرم حضرت معصومه (ع)، و حرم امام رضا (ع) می‌چرخید. با این وجود به منظور روایی و اطمینان از پاسخ‌ها و تأثیر نداشتن خاطره جمعی، در مورد مرحله رؤیت، در سه سؤال، سه بنای ناشناخته تنها با داشتن شباهت به بناهای زیارتی (گنبد، گلدسته، و ایوان) نیز به صورت جداگانه مورد ارزیابی قرار گرفت. دستکاری در سؤالات ۵-۱۴ به این صورت انجام گردید. تصویر ۱، دستکاری در جهت کوچک شدن مقیاس و هم مقیاس با انسان، شکل ۲، تصویر واقعی بدون دستکاری، و تصویر ۳، دستکاری در جهت افزایش مقیاس و دور مقیاس شدن نسبت به انسان صورت گرفت. از معیارهای دستکاری تصاویر، عدم تأثیر مؤلفه‌های مداخله‌گر بر ترجیح افراد بود. تصاویر در هر سؤال با تغییر

شایان ذکر است تفکیک و جداسازی این مراحل به معنای درک آنها به صورت جداگانه نیست. بلکه به منظور دستیابی به هدف پژوهش و بررسی عمیق موضوع این فواصل ذکر گردیده‌اند. تمامی این مراحل در مسیر تقرب به صورت کلیتی یکپارچه درک می‌گردد و نمی‌توان آنها را از هم جدا دانست.



شکل ۲. فواصل تعریف شده در پژوهش

۳-۳. آمار استنباطی

در این بخش، ساختار عاملی پرسشنامه با استفاده از هر دو روش تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار گرفت. برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی از روش تجزیه به مؤلفه‌های اصلی استفاده شد و برای انجام تحلیل عاملی تأییدی از روش کواریانس محور استفاده شد. پس از اعتبارسنجی و ارزیابی پایایی پرسشنامه، برای نیل به هدف تحقیق در بررسی هر یک از آیتم‌های پرسشنامه از آزمون کی-دو استفاده شد. معنی‌داری در کلیه آزمون‌ها ۵ درصد در نظر گرفته شد.

۳-۴. تحلیل عاملی اکتشافی

برای انجام تحلیل عاملی اکتشافی از تجزیه به مؤلفه‌های اصلی ارائه شده توسط کایزر استفاده شد. این روش در سه مرحله انجام شد. برای بررسی امکان‌پذیری تحلیل عاملی، از آزمون کرویت بارتلت و شاخص کفایت نمونه‌برداری استفاده شد.

در این تحقیق مقدار شاخص کفایت نمونه برابر (۰/۷۱۱) و مقدار احتمال آزمون بارتلت کمتر از ۵٪ گزارش شده است. لذا، می‌توان گفت شرایط لازم برای تحلیل عاملی وجود داشته و داده‌ها برای انجام این تحلیل

می‌توانیم واریسی‌پذیر بخوانیم؟ ذکر می‌کند به معنای بصری محض، چنین وضعی هنگامی پیش می‌آید که بتوان تمام شیء را در میدان دید قرار داد. محدوده میدان دید با احساس بصری رابطه آشکاری دارد و سایر جنبه‌ها، مانند جهت، شکل، اندازه، و رنگ نیز در مرتبه‌ای نازل‌تر در کل ترکیب دیده می‌شوند (آرنه‌ایم ۱۳۸۲، ۱۷۲-۱۷۱). مرحله رؤیت در این مقاله، لحظه اولین دیدار انسان و بنای زیارتی است که در هر فاصله‌ای از بنا می‌تواند رخ دهد. آستانه: در این پژوهش آستانه ارتباط بین دو فضای «درون و بیرون» و یا به‌طور گسترده ارتباط بین «دو فضا با دو کیفیت متفاوت» تلقی شده است. کورنلیز و رهوفن، فیلسوف هلندی، در تأملاتش درباره آستانه به بررسی کلمه رومی آستانه *limen* می‌پردازد. به گفته وی، *sublimis* به معنای تعالی بخشیدن برگرفته از *super limen* است و بدین شکل با گام برداشتن بر آستانه ارتباط دارد. امر متعالی تجربه‌ای فراتر از مرزهاست. آستانه و درب نماد این تعالی هستند و به آن فضا و امکان می‌بخشند. این «ورود» صرفاً لحظه گذار ذهنی بین درون و بیرون نیست، لحظه گذار بین دو حالت فیزیکی و فیزیولوژی است (پالاسما، زومتور، و بومه ۱۴۰۰، ۱۲۴-۱۲۶). در مورد بناهای زیارتی مورد سوال در پرسشنامه، آستانه معادل «ایوان ورودی» در نظر گرفته شده است. مرکز: از منظر شولتز مرکز از عوامل اصلی تکوین و ادراک هستی است. این مرحله در جهت‌گیری مرحله انتقال (آستانه) بسیار حائز اهمیت است. به همین دلیل است که شولتز معناداری آستانگی را تنها با حضور مرکز احصا می‌کند و اینکه آستانه‌ها به ناکجا ختم نمی‌شوند و تداعی کننده حرکتی معنادار هستند (نوربرگ شولتز ۱۳۹۱، ۳۶) به بیان دیگر آستانگی محقق نمی‌شود، مگر با حضور مرکز. هر قدر مرکز قوی‌تر باشد، آستانه‌ها نیز از لحاظ کمی و کیفی قوی‌تر می‌شوند و یک مرکز زمانی درست عمل می‌کند که آستانه‌ای درست تعیین یابد و این مؤید در هم‌تنیدگی مفهوم مرکز و آستانه است (علی‌نیاى مطلق، شکوری، و عینی‌فر ۱۳۹۹). در آیین اسلام با توجه به اینکه بناهای زیارتی متعددی وجود دارد، این مرکز می‌تواند ضریح، منبر و یا در بناهایی نظیر قدمگاه مقام امامی باشد. در این پژوهش نیز، مرکز در بنای زیارتی قبر، ضریح و به‌طور کلی محل دفن در نظر گرفته شده است.

a15 «آستانه» و عامل چهارم با گویه‌های گویه‌های S16 تا S19 «صمیمیت» نامیده شد.

۳-۵. سنجش پایایی

در جدول ۴ ضرایب آلفای کرونباخ برای همه عامل‌ها به جز «صمیمیت» بیشتر از ۰/۷ می‌باشد. در مورد عامل «صمیمیت» اگرچه پایایی به روش آلفای کرونباخ (۰/۶۳۸) در سطح متوسط است اما براساس روش پایایی مرکب برابر ۰/۷۸۳ بوده و در سطح مطلوبی قرار دارد. بنابراین همه عامل‌ها از سازگاری درونی برخوردار بوده و پایایی آن‌ها تایید می‌شود.

جدول ۴. پایایی عامل‌های مورد بررسی در پژوهش در تحلیل عاملی

| عامل | آلفای کرونباخ | پایایی مرکب |
|--------|---------------|-------------|
| رویت | 0.910 | 0.929 |
| مرکز | 0.746 | 0.880 |
| آستانه | 0.720 | 0.872 |
| صمیمیت | 0.638 | 0.783 |

۳-۶. تحلیل عاملی تأییدی

در این بخش برای بررسی ساختار عاملی کشف‌شده در بخش قبل از تحلیل عاملی تأییدی بر روی نمونه‌ای به حجم ۲۲۹ مورد استفاده شد. مدل اندازه‌گیری برای عامل‌ها و گویه‌های نظیرشان در شکل ۳ ترسیم شده است. در شکل ۳، بارهای عاملی استاندارد مربوط به گویه‌های هر عامل بیشتر از ۰/۴ می‌باشند. بنابراین همه گویه‌ها در عامل خود معنی‌دار و اثربخش هستند.

پس از ارزیابی مدل اندازه‌گیری تحقیق و تبیین مؤلفه‌ها، لازم است تا سازگاری درونی مورد سنجش قرار گیرد. سازگاری درونی یا پایایی سازه این امکان را فراهم می‌سازد تا سازگاری درونی شاخص‌هایی که یک مفهوم را می‌سنجند بررسی شود. برای اندازه‌گیری پایایی مدل از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. بر اساس نتایج جدول ۵، پایایی عامل «صمیمیت» متوسط و در سایر عامل‌ها مناسب می‌باشد. در ادامه در پاسخ به فرضیات تحقیق توزیع فراوانی مربوط به سوالات درخواست و نتایج براساس آزمون کی‌دو گزارش گردید.

مناسب هستند. جدول ۳ ماتریس مؤلفه-های دوران‌یافته را نشان می‌دهد. در این ماتریس بارعاملی^{۴۱} مربوط به هر گویه نمایش داده شده است. بارعاملی، نشان‌دهنده میزان همبستگی بین متغیرها و عوامل است. بر اساس جدول ماتریس مؤلفه‌های دوران یافته، گویه‌ها به صورت زیر بین چهار عامل توزیع شده‌اند. به این ترتیب که گویه‌های R5 تا R11 بیشترین بار عاملی خود را در عامل اول دارند. بیشترین بار عاملی گویه‌های M12 و M13 در عامل دوم، بیشترین بار عاملی گویه‌های A14 و A15 در عامل سوم و بیشترین بار عاملی گویه‌های S16 تا S19 در عامل چهارم قرار دارد. مشاهده می‌شود که گویه‌های هر عامل در کنار هم از ارتباط مفهومی مناسبی برخوردارند و با چارچوب نظری تحقیق هم‌راستا هستند. علاوه بر این مشاهده می‌شود که بارعاملی این گویه‌ها در عامل نظیر، کمتر از ۰/۴ نیست. بنابراین از نظر آماری همه گویه‌ها در عامل خود معنی‌دار و اثربخش هستند. با توجه به ارتباط هریک از عوامل استخراج شده با گویه‌ها و هماهنگی که با متون نظری و تجربی مطرح شده دارند، عوامل استخراج‌شده به شرح زیر نام‌گذاری شدند. عامل اول با گویه‌های R5 تا R11 «رویت»، عامل دوم با گویه‌های M12 و M13 «مرکز»، عامل سوم با گویه‌های A14 و

جدول ۳. ماتریس مؤلفه‌های دوران یافته

| گویه‌ها | عامل‌ها | | | |
|---------|---------|-------|--------|--------|
| | رویت | مرکز | آستانه | صمیمیت |
| r5 | .547 | .026 | .018 | .408 |
| r6 | .830 | -.259 | -.026 | -.053 |
| r7 | .834 | -.124 | .038 | .044 |
| r8 | .767 | -.014 | .172 | .314 |
| r9 | .790 | -.020 | .207 | .246 |
| r10 | .848 | .070 | -.011 | .244 |
| r11 | .820 | .002 | .055 | .050 |
| m12 | -.175 | .833 | -.079 | .254 |
| m13 | -.007 | .901 | .113 | -.117 |
| a14 | .019 | -.185 | .807 | .104 |
| a15 | .020 | .189 | .871 | .164 |
| s16 | .471 | .111 | .128 | .544 |
| s17 | .288 | .227 | -.071 | .531 |
| s18 | .200 | -.141 | .224 | .702 |
| s19 | .045 | .084 | .239 | .814 |

سوم را انتخاب نموده‌اند. این گزینه «ابهت» بنا را نشان می‌دهد.

۴-۲. آستانه

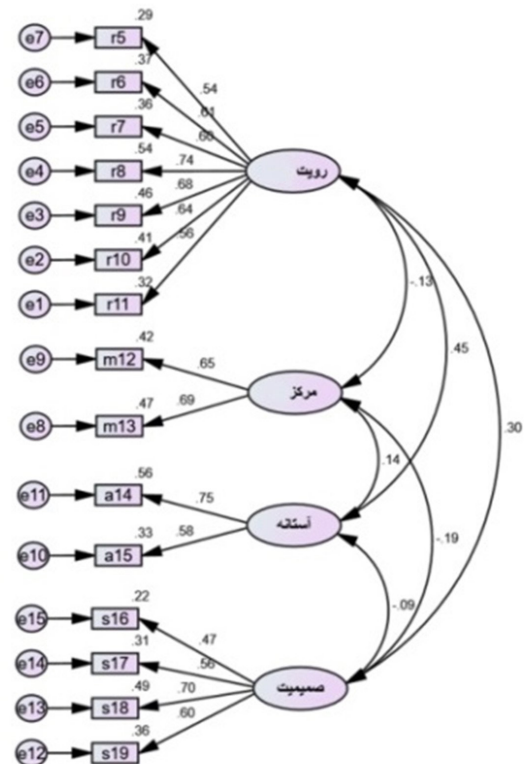
براساس نظرسنجی انجام شده، درصد انتخاب هر گزینه از سوی پاسخگویان در خصوص عامل آستانه در جدول ۷ درج شده است. پی-مقدار حاصل از آزمون کی-دو نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری در پاسخ به گزینه‌های هر یک از سوالات وجود دارد. بیشتر شرکت‌کنندگان در پاسخ به سوال ۱۴ و ۱۵ با عنوان «با توجه به تصاویر در لحظه‌ای که در ایوان ایستاده‌اید ترجیح می‌دهید با کدامیک از ابعاد ایوان روبرو شوید؟» گزینه دوم (به ترتیب ۴۷/۲ درصد و ۵۲/۴ درصد) را انتخاب نموده‌اند. با توجه به این که گزینه اول صمیمیت بیشتر و گزینه آخر ابهت بیشتر را در بردارند، می‌توان گفت شرکت‌کنندگان در انتخاب گزینه دوم هر دو حس صمیمیت و ابهت را در بنا خواستار می‌باشند.

۴-۳. مرکز

بر اساس نظرسنجی انجام شده، درصد انتخاب هر گزینه از سوی پاسخگویان در خصوص عامل مرکزیت در جدول ۸ درج شده است. پی-مقدار حاصل از آزمون کی-دو نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری در پاسخ به گزینه‌های هر یک از سوالات وجود دارد. بیشتر شرکت‌کنندگان در پاسخ به سوال ۱۲ با عنوان «در لحظه لمس، ترجیح می‌دهید با کدام یک از گزینه‌های زیر روبرو شوید؟» و سوال ۱۳ «در هنگام مواجهه با امر مقدس (امام)، کدام یک از تصاویر زیر حس صمیمیت بیشتری را در شما ایجاد می‌کند؟» گزینه اول (به ترتیب ۶۹/۴ درصد و ۵۴/۱ درصد) را انتخاب نموده‌اند. این گزینه نمایش‌دهنده لزوم وجود ضریح در بناهای زیارتی می‌باشد.

۴-۴. صمیمیت

براساس نظرسنجی انجام شده، درصد انتخاب هر گزینه از سوی پاسخگویان در خصوص عامل صمیمیت در جدول ۹ درج شده است. پی-مقدار حاصل از آزمون کی-دو نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری در پاسخ به گزینه‌های هر یک از سوالات وجود دارد. بیشتر شرکت‌کنندگان در پاسخ به سوال ۱۶ با عنوان «بر اساس



شکل ۳. مدل اندازه‌گیری اولیه به همراه ضرایب استاندارد

جدول ۵. پایایی عامل‌های مورد بررسی در پژوهش

| عامل | آلفای کرونباخ |
|--------|---------------|
| رویت | 0.813 |
| مرکز | 0.736 |
| آستانه | 0.720 |
| صمیمیت | 0.608 |

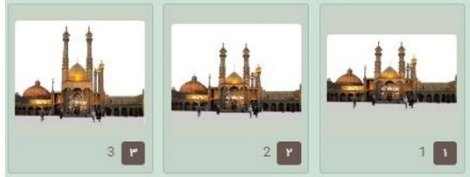
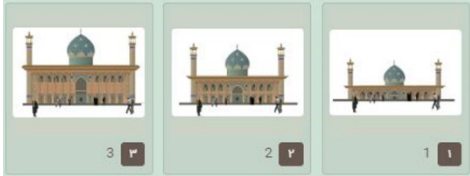
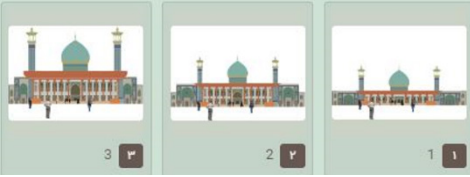
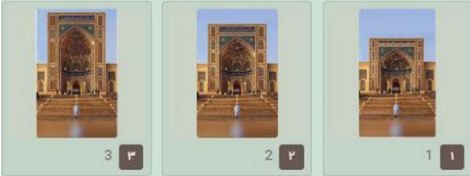
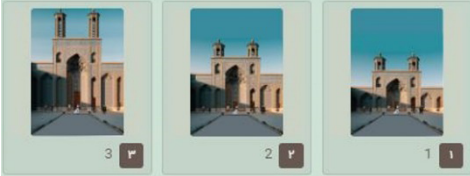
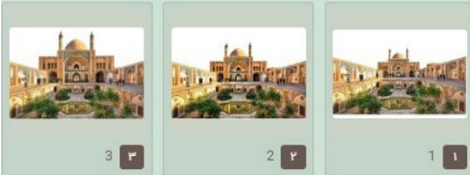
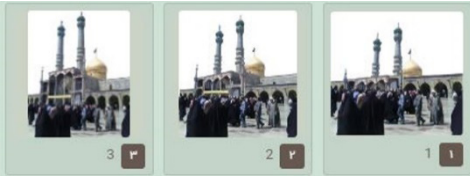
۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. رویت

براساس نظرسنجی انجام شده، درصد انتخاب هر گزینه از سوی پاسخگویان در خصوص عامل رویت در جدول ۶ درج شده است. پی-مقدار حاصل از آزمون کی-دو نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری در پاسخ به گزینه‌های هر یک از سوالات وجود دارد. بیشتر شرکت‌کنندگان در پاسخ به سوال «در هنگام رویت بنا کدامیک از گزینه‌های زیر را برای ورود انتخاب می‌کنید؟» گزینه

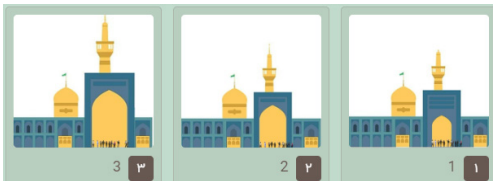
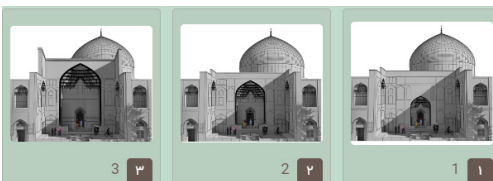
تصاویر در کدامیک از مراحل (لمس ضریح، ایوان ورودی و در آستانه صحن) حس صمیمیت بیشتری را دارید؟»
 به سوال ۱۷ با عنوان «بر اساس تصاویر در کدام فاصله گزینه سوم (۵۹/۴ درصد) را انتخاب نموده‌اند. در پاسخ

جدول ۶. توزیع درصد معتبر گزینه‌های سوالات عامل رؤیت



| شماره گویه | سوال | گزینه | | | آماره کیدو | مقدار پی - |
|---------------|--|---------------|----------------|----------------|------------|------------|
| | | اول | دوم | سوم | | |
| ۵ |  | 76 (33.2%) | 43 (18.8%) | 110 (48%) | 29.406 | 0.001 > |
| ۶ |  | 34 (14.8%) | 77 (33.6%) | 118 (51.5%) | 46.227 | 0.001 > |
| ۷ |  | 23 (10%) | 67 (29.3%) | 139 (60.7%) | 89.852 | 0.001 > |
| ۸ |  | 25 (10.9%) | 102 (44.5%) | 102 (44.5%) | 51.782 | 0.001 > |
| ۹ |  | 40 (17.5%) | 83 (36.2%) | 106 (46.3%) | 29.406 | 0.001 > |
| ۱۰ |  | 25 (10.9%) | 77 (33.6%) | 127 (55.5%) | 68.157 | 0.001 > |
| ۱۱ |  | 39 (17%) | 82 (35.8%) | 108 (47.2%) | 31.817 | 0.001 > |



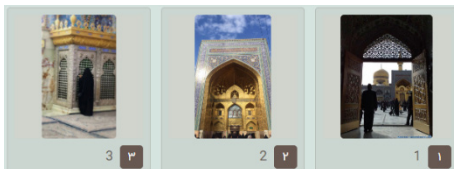
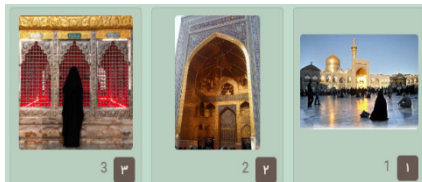
جدول ۶. توزیع درصد معتبر گزینه‌های سوالات عامل رؤیت

| شماره گویه | گویه | گزینه | | | آماره کیدو | پی-مقدار |
|---------------|--|------------|-------------|------------|------------|----------|
| | | اول | دوم | سوم | | |
| ۱۴ |  | 39 (17%) | 108 (47.2%) | 82 (35.8%) | 31.817 | 0.001 > |
| ۱۵ |  | 27 (11.8%) | 120 (52.4%) | 82 (35.8%) | 57.284 | 0.001 > |

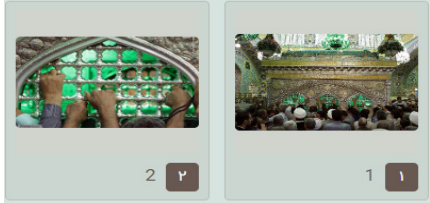
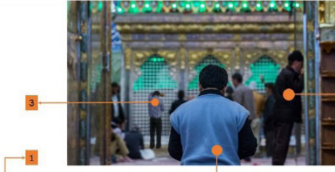
جدول ۶. توزیع درصد معتبر گزینه‌های سوالات عامل رؤیت

| شماره گویه | گویه | گزینه | | | آماره کیدو | پی-مقدار |
|---------------|--|-------------|------------|------------|---------------|----------|
| | | اول | دوم | سوم | | |
| ۱۲ |  | 159 (69.4%) | 45 (19.7%) | 25 (10.9%) | 136.908 | 0.001 > |
| ۱۳ |  | 124 (54.1%) | 44 (19.2%) | 61 (26.6%) | 46.541 | 0.001 > |

جدول ۶. توزیع درصد معتبر گزینه‌های سوالات عامل رؤیت

| شماره گویه | گویه | گزینه | | | آماره کیدو | پی-مقدار |
|---------------|--|------------|-----------|-------------|---------------|----------|
| | | اول | دوم | سوم | | |
| ۱۶ |  | 78 (34.1%) | 15 (6.6%) | 136 (59.4%) | 95.956 | 0.001 > |
| ۱۷ |  | 92 (40.2%) | 20 (8.7%) | 117 (51.5%) | 66.454 | 0.001 > |



| شماره گویه | گویه | گزینه | | | پی-مقدار | آماره کیدو |
|---------------|--|----------------|---------------|--------------|----------|---------------|
| | | اول | دوم | سوم | | |
| ۱۸ |  | 0.0 (0.0%) | 94 (41%) | 135 (59%) | 0.007 | 7.341 |
| ۱۹ |  | 117 (51.1%) | 25 (10.9%) | 87 (% 38) | > 0.001 | 57.677 |

بوده است. این امر نشانگر این است که «دورمقیاسی» نمایشی از قدرت و بزرگی امر مقدس می‌باشد. همچنین بالا بودن پایایی عامل رؤیت با عدد (۰٫۸۱۳)، نمایشی از ترجیح افراد به «دورمقیاسی» بنا در این فاصله است.

در ارتباط با آستانه، با نزدیک شدن به بنا و کم کردن فاصله، گویا تجربه حواس تغییر می‌کند. به این علت که ترجیح افراد از «ابهت» به سمت «صمیمیت» پیش رفته است. در نمونه‌های مورد بررسی در این پژوهش، با قرارگیری در ایوان، آزمودنی‌ها با انتخاب گزینه دوم از بزرگی بیش از حد و یا کوچک بودن ایوان در ابعادی نزدیک به کالبد انسانی، اجتناب می‌کنند. به واسطه وجود ایوان و در آستانه قرار گرفتن، فرد خود را در مجاورت بنا احساس می‌کند، این امر سبب لمس‌پذیری بنا می‌گردد. از آنجایی که لمس‌پذیری بنا باعث صمیمیت می‌شود، می‌توان گفت هر چه فرد از فاصله رؤیت به آستانه نزدیک می‌شود خواهان «صمیمیت» بیشتری است. با این وجود، در کنار این میزان از «صمیمیت» بخشی از «ابهت» همچنان برقرار است. به این صورت که در این فاصله «هم‌مقیاسی» و «دورمقیاسی» معنی ندارد و به مقیاسی بینابین برای ورود از بیرون به داخل احتیاج هست.

بر اساس پاسخ‌های داده شده، در سوالات مربوط به مرکز، اگرچه اوج حس «صمیمیت» را در دستیابی و لمس نمادی مادی از امر مقدس همانند ضریح می‌دانند، ولی تمایلی به خطشکنی بیش از این نشان نمی‌دهند. به باور آزمودنی‌ها وجود ضریح ضروری است، چرا که اتصال کامل نوعی تعدی به حساب می‌آید که با ماهیت

از امر مقدس حس صمیمیت شما برانگیخته می‌شود؟» و سوال ۱۸ با عنوان «در کدامیک از تصاویر زیر حس صمیمیت بیشتری در شما نسبت به امر مقدس ایجاد می‌گردد؟» گزینه سوم (به ترتیب ۵۱/۵ درصد و ۵۹ درصد) را انتخاب نموده‌اند. این گزینه بیانگر لمس‌پذیری بیشتر بنا می‌باشد. همچنین بیش از نیمی (۵۱/۱ درصد) از شرکت‌کنندگان در پاسخ به سوال ۱۹ با عنوان «بر اساس تصاویر در کدامیک از مراحل (لمس ضریح، لمس درگاه، یا فاصله داشتن از ضریح و نگرستن به آن) حس صمیمیت را در شما برانگیخته می‌کند؟» گزینه اول را انتخاب نموده‌اند که نشان‌دهنده تمایل افراد به ایستادن با فاصله از ضریح و نگرستن به آن است.

۵. بحث و تحلیل یافته‌ها

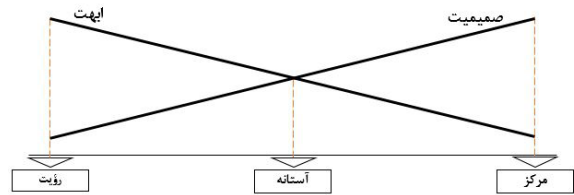
در پژوهش حاضر به منظور واکاوی مطلوبیت‌های حسی در امر زیارت، در فواصل مختلف از بنای زیارتی، تغییراتی در مقیاس بنا صورت گرفت. بر اساس آنچه مطرح گردید، واکنش‌های احساسی ناشی از «ابهت» و «صمیمیت» را می‌توان نزدیک‌ترین پاسخ احساسی نسبت به امر مقدس و بنای زیارتی دانست. با توجه به یافته‌های پژوهش و آمار استنباطی حاصل از تحلیل‌های تأییدی، می‌توان چنین گفت که در مرحله رؤیت، افراد خواهان «ابهت» بنا هستند. در این مرحله تمایل بر بزرگی و «دورمقیاس» بودن بنا است. به این علت که در نمونه‌های مورد بررسی بیشترین انتخاب، با تفاوت قابل ملاحظه‌ای گزینه سوم، یعنی انتخاب تصاویر دارای عظمت فیزیکی



شکل ۵: رابطه مقیاس با ابهت و صمیمیت در امر زیارت

مختلفی هستند. معماری زیارتی یکی از کهن‌ترین حوزه‌های معماری است که به منظور ارضای نیازهای روانی و عاطفی خاصی شکل گرفته است. یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد نحوه بروز پاسخ‌های احساسی زائر در حین تقرب، با تغییر فاصله، دستخوش تحول می‌شود. به این شکل که در ابتدای امر «ابهت» بناست که به جهت رؤیت‌پذیری آن از فاصله دور، موجب خشنودی و احساس اشتیاق برای زیارت می‌شود. اما با تقرب زائر و عبور او از مرز آستانگی، این «صمیمیت» بناست که اهمیت پیدا می‌کند و دریافت آن بر تأثر از «ابهت» اولویت می‌یابد. در چنین شرایطی «هم‌مقیاسی» به محرکی خوشایندتر از «دورمقیاسی» بدل می‌شود. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد، هرچند فرد با ورود به حرم و دیدن ضریح، اشتیاق مس و لمس پیدا می‌کند اما برای نزدیکی خود حدی قائل است و از آن تخطی نمی‌کند. به این صورت که محدوده ضریح را کافی می‌داند. این پژوهش بار دیگر نشان داد ویژگی‌های فیزیکی از ثبات معنایی و احساسی برخوردار نیستند. خرسندی ناشی از شکوه و آشکارگی زود هنگام یک بنای دوردست می‌تواند به احساسی ناخوشایند در آن بنا، دگرگون شود. در واقع این انتظارات حسی انسان است که به این مفاهیم معنی می‌بخشد. می‌توان گمان برد، این ریتم احساسی، حضور چندانی در سایر کاربری‌ها مانند کاخ‌ها، ارگ‌ها و حتی برخی مکان‌های مذهبی-سیاسی نداشته باشد. کاراکتر آن بناها عمدتاً به دنبال مرعوب کردن و حیرت‌زده کردن مخاطب است در حالی که چینش، استقرار و شکل‌یابی بناهای زیارتی به گونه‌ای است که گویی منش و عطفی انسانی به آن فرافکنی شده و بنا در نقش ملجأ و پناهگاه شیفتگان خود ظاهر شده است.

خضوع‌آمیز زیارت منافات دارد. به این ترتیب فاصله زائر در روند تقرب امر زیارت به صفر میل نمی‌کند. زائر با حفظ حد و فاصله نزدیک می‌شود، دست می‌کشد، در آغوش می‌گیرد و دست بر ضریح طواف می‌کند. با توجه به آنچه گفته شد می‌توان رابطه «ابهت» و «صمیمیت» را در بناهای زیارتی در فواصل مختلف به صورت شکل ۴ بیان نمود.



شکل ۴: رابطه صمیمیت و ابهت در امر زیارت

بر اساس شکل ۴، در مجموع واکنش‌های احساسی افراد در فرآیند تقرب، دستخوش تغییراتی گشته و از «ابهت» به سمت «صمیمیت» پیش رفته است. این تغییرات به معنی از بین رفتن «ابهت» نیست و تا آخرین مرحله یعنی مرکز بنا (مقصد نهایی) میزانی از «ابهت» پابرجاست. همین موضوع باعث گردیده نزدیکی بیش از حد به امر مقدس خاصیت اجتنابی داشته باشد. به این معنی که فرد در مرکز، از نزدیکی بیش از حد به امر مقدس اجتناب می‌کند و بنا با حضور ضریح، با حفظ فاصله «هم‌مقیاسی» گردد. با توجه به تحلیل‌های صورت گرفته می‌توان به اهمیت مقیاس‌مندی و انسجام در مقیاس، در بناهای زیارتی پی برد. انسجام در مقیاس‌مندی، بخش مهمی از بناهای زیارتی است. به منظور برانگیختن احساسات و واکنش‌های احساسی به طیفی از مقیاس‌ها نیاز است که می‌تواند با مفهوم فاصله مطرح می‌گردد. این موضوع در مرکز بنا با اهمیت بیشتری بروز یافته است. به این علت که «صمیمیت» در مرکز با «هم‌مقیاسی» مطرح شده است در حالی که «ابهت» در مرکز با حفظ فاصله و با واسطه بروز یافته است. به‌طور خلاصه در شکل ۴، این فرآیند به تصویر کشیده شده است.

۶. نتیجه‌گیری

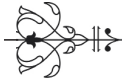
آثار معماری علاوه بر تأمین ضرورت‌های جسمانی، محل بروز کنش‌ها و واکنش‌های عاطفی و رفتاری

پی نوشت

| | | | |
|------------------------------------|-----|---|-----|
| Jabi | .۲۲ | Honarpisheh | .۱ |
| Potamianos | .۲۳ | Konecni | .۲ |
| John Gage | .۲۴ | Schibille | .۳ |
| Chris Pinney | .۲۵ | Nesbitt | .۴ |
| Bille | .۲۶ | Rishin Razak | .۵ |
| Sorensen | .۲۷ | Sameer | .۶ |
| Giessner | .۲۸ | Tugade | .۷ |
| Schubert | .۲۹ | Shiota | .۸ |
| Moeller | .۳۰ | Kirby | .۹ |
| Robinson | .۳۱ | Keltner | .۱۰ |
| Zabelina | .۳۲ | Haidt | .۱۱ |
| Emily Wilcox | .۳۳ | وسعت می تواند شامل وسعت در تهدید، وسعت در توانایی | .۱۲ |
| (Exploratory Factor Analysis (EFA | .۳۴ | و مهارت های استثنایی، زیبایی، فضیلت و ماوراءالطبیعه نیز باشد. | |
| (Confirmatory Factor Analysis (CFA | .۳۵ | Clewis | .۱۳ |
| Nadal Roberts | .۳۶ | Arcangeli | .۱۴ |
| Ghomeshi | .۳۷ | Meagher | .۱۵ |
| Jusan | .۳۸ | Van Cappellen | .۱۶ |
| Cronbach's Alpha | .۳۹ | Saroglou | .۱۷ |
| Composite Reliability | .۴۰ | Egner | .۱۸ |
| Factor Loading | .۴۱ | Morgan | .۱۹ |
| Scarpa | .۴۲ | Pentcheva | .۲۰ |
| | | Thibault | .۲۱ |

منابع فارسی

۱. بیردزلی، مونروسی. ۱۳۷۶. تاریخ و مسائل زیباشناسی. ترجمه‌ی محمد سعید حنایی کاشانی. تهران: هرمس.
۲. پالاسما، یوهانی، پیتر زومتور، و گرنوت بومه. ۱۴۰۰. اتمسفر ساختمان. ترجمه‌ی مرتضی بیطرف و احسان بیطرف. تهران: فکر نو.
۳. دانش، نعیمه. ۱۳۹۹. تأثیر فضای معماری بر واکنش زیبایی‌شناسی (مطالعه موردی حرم حضرت رضا(ع)). پژوهش‌های معماری اسلامی ۹ (۳۰): ۸۵-۱۰۰.
۴. زومتور، پیتر. ۱۳۹۴. اتمسفر. ترجمه‌ی علی اکبری. تهران: پرهام نقش.
۵. سالینگروس، نیکاس آنجلوس. ۱۳۸۷. یک نظریه معماری. ترجمه‌ی زهیر متکی و سعید زرین‌مهر. تهران: مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری.
۶. فون مایس، پیر. ۱۳۹۱. نگاهی به مبانی معماری (از فرم تا مکان) همراه با تحلیل و قیاس با مبانی معماری ایران. ترجمه و تعلیق سیون آیوازیان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۷. علی‌نیای مطلق، ایوب، رضا شکوری، و علیرضا عینی‌فر. ۱۳۹۹. تبیین مفهوم آستانگی در برهم‌کنش درون و بیرون محدوده‌ها در معماری. هنرهای زیبا ۲۵ (۲): ۳۱-۴۲.
۸. لاوسون، برایان. ۱۳۹۱. زبان فضا. ترجمه‌ی علیرضا عینی‌فر. تهران: دانشگاه تهران.
۹. مالگریو، هری فرانسیس. ۱۳۹۵. علوم اعصاب، خلاقیت و معماری، ترجمه‌ی کریم مردمی و سیما ابراهیمی. تهران: هنر معماری قرن.
۱۰. نوربرگ شولتز، کریستین. ۱۳۹۱. معماری: حضور، زبان و مکان. ترجمه‌ی علیرضا سید احمدیان. تهران: موسسه معمار نشر.



References

1. References
2. Alinia Motlagh, Ayoob, Reza Shakoori, and Alireza Einifar. 2020. Explanation of the Liminality Concept in the Inside-Outside Dialectic of Boundaries in Architecture. *Journal of Fine Arts: Architecture and Urban Planning* 25 (2): 31-42.
3. Arcangeli, M, A. Sperduti, A. Jacquot, P. Piolino and J. Dokic. 2020. Awe and the Experience of the Sublime: A Complex Relationship. *Frontiers in Psychology, Sec. Emotion Science, Volume 11*.
4. Beardsley, Monroe C. 1997. *History and Aesthetic Problems*. Translated by Mohammad Saeed Hanaee Kashani. Tehran: Hermes.
5. Bille. M., and T. F. Sorensen. 2007. An Anthropology of Luminosity the Agency of Light. *Journal of Material Culture* 12(3): 263–284.
6. Danesh, Naeme. 2021. The Impact of Architectural Space on Aesthetic Response (Case Study: Shrine of Imam Reza). *Journal of Researches in Islamic Architecture* (30): 85-100.
7. Egner, L. 2003. *Architectural Acoustics*. Available from: <https://www.academia.edu/7738714/Architectural>.
8. Gage, J. 1995. *Color and Culture: Practice and Meaning from Antiquity to Abstraction*. London: Thames and Hudson.
9. Giessner, S. R., and T. W. Schubert. 2007. High in the Hierarchy: How Vertical Location and Judgments of Leaders' Power Are Interrelated. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (104): 30-44.
10. Ghomeshi, Mohammad, and Mahmud Mohad Jusun. 2012. Investigating Different Aesthetic Preferences Between Architects and Non-Architects in Residential Facade Designs. *Indoor and Built Environment* 22 (6): 952-964.
11. Honarparisheh, D. 2013. Women in Pilgrimage: Senses, Places, Embodiment, and Agency. *Experiencing Ziyarat in Shiraz. Journal of Shi'a Islamic Studies* 6(4): 383-410.
12. Jabi, W., and I. Potamianos. 2007. Geometry, Light, and Cosmology in the Church of Hagia Sophia. *International Journal of Architectural Computing* (5): 303-319.
13. Konecni, V. I. 2010. Aesthetic Trinity Theory and the Sublime (ATT). In *Proceedings of the European Society for Aesthetics, Vol. 2, 244-264*.
14. Kumar, R. and N. Vohra. 2018. *Aesthetics of Intimacy– What, why, and how: A Metalab*, <https://www.aasthafoundation.com/sites/default/files/Aesthetics%20of%20Intimacy.pdf>.
15. Keltner, D. and J. Haidt. 2003. Approaching Awe, a Moral, Spiritual, and Aesthetic Emotion. *Cognition and Emotion* (17): 297–314.
16. Lawson, Brayan. 2001. *The Language of Space*. Translated by Alireza Einifar and Foad Karimian. Tehran: University of Tehran Press.
17. Mallgrave, Harry Francis. 2011. *The Architect's Brain Neuroscience, Creativity, and Architecture*. Translated by Karim Mardomi and Sima Ebrahimi. Tehran: Honar-e Memari.
18. Meagher B. R. 2018. Deciphering the Religious Orientation of a Sacred Space: Disparate Impressions of Worship Settings by Congregants and External Observers. *Journal of Environmental Psychology* (55): 70-80.
19. 70-80.
20. Morgan, D. 2010. Sound and Space in Renaissance Venice: Architecture, Music, Acoustics. *Church History* 79 (4): 922-924.
21. Moeller, S. K., M. D. Robinson, and D. L. Zabelina. 2008. Personality Dominance and Preferential Use of the Vertical Dimension of Space: Evidence from Spatial Attention Paradigms. *Psychological Science* (19): 355-361.
22. Nadal Roberts, Marcos. 2007. *Complexity and Aesthetic Preference for Diverse Visual Stimuli*. Doctoral Thesis, Departament de Psicologia Universitat de les Illes Balears
23. Nesbitt, C. 2016. Shaping the Sacred: Light and the Experience of Worship in Middle Byzantine Churches. *Byzantine and Modern Greek Studies* 36 (2): 139 – 160.
24. Norberg-Schulz, Christian. 1971. *Existence, Space & Architecture*. Translated by Vida Norouzbrazjani. Tehran: Parham Naghsh.
25. Pallasma, Juhani, Peter Zumthor, and Gernot Bohme. 2013. *Building Atmosphere*. Translated by Morteza Nikfetrat and Ehsan Bitaraf. Tehran: Fekr-e-No.



26. Pentcheva, B. 2011. Hagia Sophia and Multisensory Aesthetics. *Gesta* 50 (2): 93-111.
27. Pinney, C. 2001. Piercing the Skin of the Idol, in C. Pinney and N. Thomas (eds) *Beyond Aesthetics: Art and the Technologies of Enchantment*, pp. 157-79. Oxford: Berg.
28. Rishin Razak, Fathima, and I.K. Sameer. 2019. Sequential Experience of Spaces through Multi-Sensory Approach in Design: A Case of an Indian Temple. In *Proceedings of the 12th International Conference of Faculty of Architecture Research Unit (FARU), University of Moratuwa, Sri Lanka, December 03, Colombo* pp. 231-238
29. Salingaros, Nikos Angelos. 2006. *A Theory of Architecture*. Translated by Saeed Zarrinmehr and Zahir Mottaki. Ministry of Housing and Urban Development: Center for Architectural & Urban Studies Research.
30. Schibille, N. 2009. Astronomical and Optical Principles in the Architecture of Hagia Sophia in Constantinople. *Science in Context* 22 (1): 27-46.
31. Schubert, T. W. 2005. Your Highness: Vertical Positions as Perceptual Symbols of Power. *Journal of Personality and Social Psychology* (89): 1-21.
32. Shiota, M. N., T. M. Thrash, A. F. Danvers, and J. T. Dombrowski. 2014. Transcending the Self: Awe, Elevation, and Inspiration. In M. M. Tugade, M. N. Shiota, & L. D. Kirby (Eds.), *Handbook of Positive Emotions* (pp. 362-377). New York, NY: Guilford Press.
33. Tugade, M. M., M. N. Shiota, and L. D. Kirby. 2016. *Handbook of Positive Emotions*. New York: Guilford.
34. Thibault, E. 2017. *Constructing Emotions, Scientific Aesthetics of Architecture in France 1860-1900. Nineteenth-Century Architecture*. New Jersey: John Wiley & Sons.
35. Van Cappellen, P., and V. Saroglou. 2012. Awe Activates Religious and Spiritual Feelings and Behavioral Intentions. *Psychology of Religion and Spirituality* (4): 223-236. <https://doi.org/10.1037/a0025986>.
36. Von Meiss, Pierre. 1989. *Elements of Architecture from Form to Place with Comparative Analysis of Iranian Architecture*. Translated by Simon Ayvazian. Tehran: University of Tehran Press.
37. Wilcox, E. 2022. *Anthropomorphism in Architecture: An Investigation into Anthropomorphism through Ancient Greco-Roman Religious Structures*. University of Arkansas, Thesis for Bachelor of Architecture.
38. Zumthor, Peter. 2003. Translated by Ali Akbari. Tehran: Parham Naghsh.
39. Zanyi, Eva, Carla Schroer, Mark Mudge, and Alan Chalmers. 2007. *Lighting and Byzantine Glass ' Tesserae*. EVA London Conference, 11-13 July, 22:1-22.8.





Analyzing sensory Desirability in the pilgrimage architecture; (Experimental study of the effect of scale change on the perception of Grandeur and Intimacy in pilgrimage Buildings)

Masoud Wahdattalab

Email: m.wahdattalab@tabriziau.ac.ir (Corresponding Author)

Associate Professor, Department of Architecture, Faculty of Architecture and Urbanism, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran

Zeinab Hayatir

Ph.D. Candidate in Islamic Architecture, Faculty of Architecture and Urbanism, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran

Received: 1402/06/26

Accepted: 1402/11/02

Abstract

Understanding, comprehension and sensory reception of the human being, from the architectural implications, undergo changes by getting far and closer to the architectural works. It is necessary to pay attention to this issue in pilgrimage architecture due to the importance of feeling responses at different distances. This research answers these questions: 1- What effect does the change of scale have on the decline of pilgrimage architectural meanings such as “Grandeur” and “intimacy”? 2- What changes do people’s feeling responses undergo at different stages of approaching a pilgrimage site? The purpose of this research is to investigate the two implications of Grandeur and Intimacy in pilgrimage buildings and how it is perceived by the visitor at different distances of the building, including the stages of seeing, crossing the threshold and touching the building in the center. In this research, a mixed approach was chosen and qualitative content analysis was used, followed by exploratory factor analysis in SPSS software and confirmatory factor analysis in AMOS software. For this purpose, the individual’s “distance” variable was considered as an independent variable, and “intimacy” and “Grandeur” were considered as dependent variables. 19 items in the questionnaire were compiled using the intervention method and by manipulating the scale and size of the images and provided to 229 subjects. For ease of answering, one building was evaluated in each question. Further, exploratory factor analysis led to the discovery of 4 components, which were proved by confirmatory factor analysis. The findings of the research show that there is a significant relationship between visibility and Grandeur on the one hand and centrality and intimacy on the other hand. The standard factor loadings of the items of each factor are more than 0.4. Considering the significance of the items in their factor for all the variables of the research, it is concluded that by changing the scale in a desirable range from “Dominant scale” to “intimate scale”, the person’s preference is transformed from grandeur to intimacy. No matter how much in the stage of vision and desirability of grandeur, we witness a direct relationship with the same slope, the pleasantness of the proportional relationship and intimacy does not have such a constant rhythm and harmony, and too closeness to the sacred matter has an avoidance feature for the pilgrim.

key words: Pilgrimage architecture, Distance, Grandeur, Intimacy, sensory Desirabilities of Architecture.

