

نقش هنر عمومی در آفرینش مکان‌های شهری، مورد مطالعاتی: بوستان ملت و آب‌و‌آتش تهران*

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۵/۱۹

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۳/۱۲/۲۲

مهسا بهرامی نیکو** - حسن سجاذزاده***

چکیده

در دورانی که شاهد مجموعه‌ای از تحولات در زمینه‌های دموگرافیک، تکنولوژیک، اقتصادی، سیاسی و غیره هستیم، توجه به ترمیم و ارتقاء کیفیت زندگی شهری از طریق بهبود و توسعه ویژگی‌های منحصر به فرد مکان‌های شهری از طریق هنرهای مردمی و عمومی ضروری می‌نماید. پژوهش حاضر با هدف پشتیبانی از سیاست‌های فرهنگی مردم‌محور، ضمن در نظر گرفتن نقش فعالیت‌های هنری و هنر عمومی در ارتقاء کیفی فضاهاى شهری، سعی در تبیین رابطه و نقش هنر عمومی در آفرینش مکان‌های شهری دارد. به دنبال پاسخ به این سؤال اساسی می‌باشد که هنر عمومی بر روی چه ابعادی از آفرینش مکان تأثیرگذار است؟ این تأثیر از چه طریقی و به واسطه چه عناصر و ابزاری نمود می‌یابد؟ دیدگاه مقاله نیز بر این فرض استوار است که همبستگی خاصی میان هنر عمومی با ابعاد آفرینش مکان نظیر: فعالیت، فرم و معنا وجود دارد. بر این اساس دو نمونه از بوستان‌های مهم شهری تهران (بوستان آب‌و‌آتش و بوستان ملت) که دارای قابلیت مناسب جهت ارزیابی هنر عمومی می‌باشد، انتخاب شده است. نوع تحقیق، پژوهشی- کاربردی و روش کار پیمایشی و از طریق پرسش‌نامه می‌باشد. حجم نمونه ۱۰۰ نفر که به صورت تصادفی انتخاب و اطلاعات از طریق نرم‌افزار Amos20، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج حاصل از این پژوهش مبین تأثیر هنر عمومی در هر یک از مؤلفه‌های اصلی آفرینش مکان و روابط موجود بین این مؤلفه‌ها می‌باشد. همچنین نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که موفقیت برنامه‌های هنر عمومی در آفرینش مکان‌های شهری در گرو احترام به فضای در نظر گرفته شده برای آن‌ها و برقراری ارتباط با مردم است.

واژگان کلیدی: هنر عمومی، آفرینش مکان، بوستان‌های شهری، تهران.

* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد نویسنده اول، مهسا بهرامی نیکو با عنوان «نقش هنر عمومی در بازآفرینی فرهنگ‌مدار فضاهای شهری با تأکید بر آفرینش مکان، مورد مطالعاتی: بوستان ملت و بوستان آب‌و‌آتش» با راهنمایی نویسنده دوم، جناب آقای دکتر حسن سجاذزاده در گروه طراحی شهری دانشکده هنر و معماری دانشگاه بوعلی سینا همدان می‌باشد.

** دانشجوی کارشناسی‌ارشد طراحی شهری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

*** دانشیار شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران (نویسنده مسئول).

مقدمه

در طول تاریخ، هنر از طریق بناهای یادبود، مجسمه‌ها، فواره‌ها، جزئیات و تزئینات ساختمانی سهمی ارزشمند در کیفیت فضای شهری داشته است (Gehl, 2010). پس از مدرنیته شدن شهرها فضاهای شهری نه تنها معنا و کارکرد واقعی خود را از دست دادند بلکه نتیجه چنین روندی شکل‌گیری مکان‌هایی بود که روزه‌روز به هم شبیه‌تر می‌شوند. در چنین شرایطی اهمیت مکان‌های متفاوت که با بقیه فضاها متمایز باشند بیشتر و بیشتر خواهد بود (Carmona et al., 2003). در همین راستا ایده «آفرینش مکان خلاق»، گونه‌ای از شهرسازی را تعریف می‌کند که به دنبال خلق مکان‌هایی بیش از همیشه هنری و در معنای لغوی گسترده‌تر، فرهنگی است. در این زمینه ابزارهای زیادی برای پرورش ارتباطات بین مردم و مکان‌ها وجود دارد، که عبارتند از: مناطق فرهنگی^۱، پروژه‌های تجدید موقعیت هنرمند^۲، توسعه کاربری مختلط^۳، برنامه‌ریزی فرهنگی شهری^۴، صنایع خلاق^۵، هنر عمومی^۶، هنر اجتماع^۷ و طراحی شهری (Birbaum & Zimmerman, 2011, p. 78).

مقاله حاضر بر مبنای بررسی و تجزیه و تحلیل ارتباط میان دو حوزه - با استفاده از ابزارهای مفهومی - یعنی هنر عمومی و آفرینش مکان، و در راستای پاسخگویی به سؤالاتی مبنی بر این‌که هنر عمومی بر روی چه ابعادی از آفرینش مکان تأثیرگذار است؟ این تأثیر از چه طریقی و به واسطه چه عناصر و ابزاری نمود می‌یابد؟ شکل گرفته است.

۱. تعاریف

۱-۱- آفرینش مکان

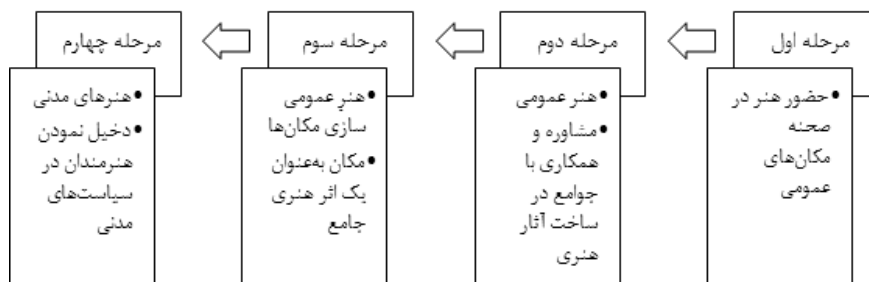
مکان‌سازی هنر و علم توسعه فضاهای عمومی مانند پارک‌ها، کتابخانه‌ها و ساختمان‌های عمومی است که مردم را جذب نموده و با گرد هم آوردن افراد اجتماع را ساخته و هویت محلی را به وجود می‌آورد. این یعنی ایجاد محیط‌های ساخته شده‌ای که سازنده اجتماع، محرک تعامل، مشوق کارآفرینی، مروج نوآوری و پرورش‌دهنده نوع بشر است (Kent, 2008). عبارت «آفرینش مکان خلاق»^۸ که اولین بار توسط اقتصاددانی به نام ان مارکوسن^۹ به کار برده شد، گونه‌ای از شهرسازی را تعریف می‌کند که کاملاً نیازمند حضور هنر و هنرمندان است. در آفرینش مکان خلاق، مشارکت‌کنندگان از بخش‌های دولتی، خصوصی، غیرانتفاعی و بخش‌های اجتماعی به‌طور استراتژیک شخصیت فیزیکی و اجتماعی یک محله، شهر یا منطقه را حول محور هنر و فعالیت‌های فرهنگی شکل می‌دهند (Markusen & Gadwa, 2010, p. 3). آفرینش مکان رابطه خاصی با حس مکان و دلبستگی به مکان دارد. محققین معتقدند که حس مکان، مفاهیمی چون هویت مکانی و دلبستگی به مکان را در برمی‌گیرد و دلبستگی به مکان نیز، زنجیره‌ای میان افراد و محیط‌های معنادار است (Giuliani et al., 2003).

۱-۲- هنر عمومی

اصطلاح «هنر عمومی» در مفهوم عام‌اش هنری است که در فضای عمومی واقع شده است، برای عموم مردم قابل مشاهده و قابل دسترس بوده و می‌تواند به‌طور دائم در کالبد، طراحی یا عناصر ثابت یک ساختمان یا مکان گنجانده شود و یا پروژه موقتی مانند چیدمان‌ها و وقایع هنری باشد. این هنر می‌تواند همان‌طور که در فضاهای متعلق به عموم واقع شده در مناطق عمومی از توسعه‌های خصوصی نیز وجود داشته باشد (Brisbane City Council, 2010, p. 6).

اصلی‌ترین دسته‌بندی برای هنر عمومی عبارتند از: یادمان‌های تاریخی، بناهای ویژه، یادگاری‌ها، تزئینات و اجزای مبلمان شهری. تعریفی که به خوبی می‌تواند جمع‌بندی از تعاریف مختلف از مفهوم هنر عمومی باشد توسط ژاوییر مادرولو بیان شده است: «گونه‌ای مشخص از هنر که نصیب گروه خاصی از شهروندان در هنر معاصر نبوده و مکانش در فضای باز شهری می‌باشد». مفهوم هنر عمومی می‌تواند شامل موارد از قبیل: - وقایع - کارهای برجسته و شاهکارها - فعالیت‌ها - هر نوع ابراز هنرهای نمایشی - هر نوع ابراز هنر موسیقی - و در کل تمامی فعالیت‌های خلاق و پر معنی باشد (Remesar, 2005, p. 21). جک مکی^{۱۰} تاریخچه کوتاه چهار مرحله‌ای از هنر عمومی دارد که در این تاریخچه «آفرینش مکان» نقشی محوری دارد (نمودار ۱) (Spayde, 2012, p. 2).

نمودار ۱: سیر تحول هنر عمومی به زعم جک مکی



۲. هنر عمومی و آفرینش مکان

بیشتر شهرهای بزرگ، محله‌های مشخص و قابل شناسایی دارند که هنرمندان و کارآفرینان عرصه فرهنگ به آن‌ها جذب می‌شوند (Montgomery, 2003, p. 294). به جای منتظر ماندن برای تکامل شانس قلمرو عمومی، این مکان‌های خاص را می‌توان از طریق کنترل‌های برنامه‌ریزی شده و طراحی شهری نوآورانه -مانند ترکیب آفرینش مکان و هنر عمومی یا فناوری‌ها و فعالیت‌های جدید- پیش‌بینی و ایجاد نمود (Penrith City Council, 2013, p. 5).

بنا به مدل «مکان» کانتر (۱۹۷۷) و رلف هر مکان موفق شهری از سه مؤلفه زیر تشکیل شده است:

- فعالیت: اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی
- فرم: ارتباط بین بناها و فضاها
- معنا: حس مکان، پیشینه تاریخی و فرهنگی (Montgomery, 2003, p. 296).

در این چارچوب می‌توان به مجموعه‌ای از شاخص‌ها دست یافت و از آن به‌منظور ارزیابی نقش و جایگاه هنر عمومی در آفرینش مکان، و نیز موفقیت نسبی این فرآیند، بهره جست.

۲-۱- فعالیت

با عنوان اصلی فعالیت می‌توان در مکان‌های شهری خوب (در معنای عام آن) انتظار مواجهه با تنوعی از کاربری‌های اصلی و ثانویه را داشت (Montgomery, 2003, p. 296). در یک دسته‌بندی کلی این کارکردها را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم نمود. دسته اول کارکردهای اقتصادی هستند، به‌عنوان یک قاعده کلی، بیشتر فضاهای شهری سرزنده و جذاب، مکان‌هایی برخوردار از تنوعی پیچیده‌اند، که در آن‌ها شبکه‌هایی از شرکت‌ها و نسبت قابل توجهی از بنگاه‌های کوچک و متوسط، با مصرف‌کنندگان و نیز با سایر کسب و کارها در تجارت هستند. بر همین اساس مونته‌گومری اشاره می‌کند که در بطن چنین مکان‌هایی، فعالیت بخش عمده‌ای از چنین بنگاه‌هایی در قالب صنایع خلاق و فرهنگی بدیهی به نظر می‌رسد (Montgomery, 1996). صنایع خلاق، موسیقی، عکاسی تبلیغاتی، طراحی گرافیک و ارتباط تصویری، نشر کتاب، مد، فیلم و تلویزیون را شامل می‌شود. می‌توان گفت که صنایع خلاق به‌طور بالقوه موجب افزایش فرصت‌های شغلی و به این ترتیب ارتقای اقتصاد شهرها می‌شوند. رمسار (۲۰۰۱) نیز کمک به احیاء اقتصاد، در خلال صنعت توریسم و سرمایه‌گذاری را از جمله کاربردهای گوناگون هنر عمومی در فضاهای شهری می‌داند (Remesar, 2005, p. 7). علاوه بر این، استفاده از نوعی اقتصاد مختلط در چنین مکان‌هایی، می‌تواند مایه نوعی رشد خودبسنده شود. یعنی همان‌گونه که تئاترها و نگارخانه‌های عمومی وجود دارد باید گالری‌ها و تالارهای فرهنگی خصوصی نیز وجود داشته باشد (Montgomery, 2003, p. 297).

از سوی دیگر، در بازار جهانی فشار مضاعفی برای ایجاد درجه‌ای از تفاوت در شهرها به‌منظور جذب سرمایه‌گذاران و کارآفرینان خلاق وجود دارد. این مبتکران توسط مکان‌های پر جنب و جوش، با شبکه‌های ارتباطی قوی و رهبری مدنی، جذب شده و می‌توانند مولد ارتباط‌های اجتماعی و پایداری اقتصادی باشند. این ترکیب در یک محیط شهری می‌تواند با پتانسیلی که در کمک به ایجاد یا رشد اقتصاد محلی از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی -از جمله در صنایع خلاق- دارد، به‌عنوان یک کاتالیزور در اقتصاد منطقه عمل نماید (Penrith City Council, 2011, p. 9). در این دیدگاه خاص به آفرینش مکان، هنرمندان به‌عنوان کارآفرینان، صاحبان کسب و کار و سازندگان ثروت در کنار نقشی که در ساخت اشیاء و تجارب زیبا دارند اهمیت می‌یابند (Spayed, 2012, p. 2).

دسته دوم شامل کارکردهای اجتماعی فضا می‌شود، جیکوبز (۱۹۶۱) بیان می‌دارد که یک فضای موفق شهری در گرو مکانی است که مرتبط با فعالیت‌های انسانی باشد (Yoke Lai et al., 2013, p. 606). در بعد عملکردی، فضاها باید نیازهای اولیه را پاسخگو باشند، که از آن جمله می‌توان به درگیر شدن غیرفعال با محیط، درگیر شدن فعالانه با محیط و امکان کشف محیط اشاره کرد (Carmona, 2003). برای درگیر شدن با فضا به شکل غیرفعال، نصب فواره‌ها، ایجاد دیده‌های مناسب، به کارگیری المان‌های هنر عمومی و برگزاری نمایش‌های مختلف فرصت‌ها را به‌وجود می‌آورند (Carmona, 2003, p. 175). گرچه برخی از مردم در رابطه اجتماعی خود صرفاً از تماشای دیگران احساس رضایت می‌کنند. برخی دیگر خواهان تماس مستقیم‌تری با دوستان، آشنایان و غریبه‌ها هستند (ibid). مونته‌گومری (۱۹۹۷) نیز بیشتر جذابیت مکان‌های فرهنگی را در ارائه امکان وصل کردن روز به شب و فعالیت‌های فرهنگی رسمی به فعالیت‌های غیر رسمی تر مانند ملاقات دوستان برای صرف غذا یا نوشیدنی می‌داند (Montgomery, 1997). به همین جهت در راستای درگیر شدن فعالانه با محیط، ساماندهی المان‌های مختلف، نیمکت‌ها، تلفن‌ها، آب نماها، مجسمه‌ها و غرفه‌های فروش کم و بیش می‌توانند به تقابل اجتماعی منجر شود (شکل ۱) (Carmona, 2003, p. 167).

شکل ۱: شیکاگو، آمریکا- گاوهایی از جنس فایبرگلاس



(www. redevchicago.com)

در کشف محیط، میل به شرکت در نمایش‌های جدید و تجربه‌های لذت‌بخش وجود دارد. کشف محیط ممکن است شرکت در برنامه‌های نمایشی و شرکت در جمع را شامل شود، مانند شرکت در کنسرت‌های هنگام وقت نهار، نمایشگاه‌های هنری، نمایشگاه‌های خیابانی، جشنواره‌ها، نمایش‌ها و مراسم گوناگون (ibid). علاوه بر این، طرفداران هنر معتقدند که هنر عمومی می‌تواند از طریق ترویج و ارتقاء حس مکاشفه و آگاهی جامعه، و نیز به‌طور مستقیم، با افزایش ارتباطات اجتماعی، در از سر گرفتن روابط اجتماعی قطع شده مداخله نموده و مفید واقع شود (Hall & Robertson, 2001, p. 14). دسته سوم، کارکردهای فرهنگی را شامل می‌شود. برای آن‌که فرهنگ زنده به حیات خود ادامه دهد، ضروری است که دست کم بعضی از نهادهای فرهنگی به جای آن‌که بر تکرار و نمایش پررخی آثار فرهنگی- هنری موجود تأکید کنند، تبدیل به سازمان‌هایی برای تولید هنری شوند، به این معنا که از خلق آثار فرهنگی- هنری جدید حمایت نمایند (Montgomery, 2003, p. 300).

۲-۲- فرم

تبدیل فضای شهری به مکان شهری به اندازه وابستگی به ابعاد اجتماعی و محیطی زمینه به ابعاد فیزیکی آن نیز بستگی دارد (Remesar, 2005, p. 21). چنانچه از بعد زمان به قضیه نگاه کنیم، ابعاد کالبدی فضا در کوتاه مدت نقش عمده‌ای در حس مکان دارند، اگرچه در دراز مدت نقش اجتماعی و فرهنگی مکان قوی‌تر و مؤثرتر خواهد بود (Carmona, 2003, p. 98). ابعاد تشکیل‌دهنده مکان، از جنبه فرم را می‌توان به دو دسته تقسیم نمود؛ محیط طبیعی و محیط مصنوع (انسان ساخت). در واقع، نیاز نیست که همه مکان‌ها «ساخته شده» باشند، بسیاری از محیط‌های طبیعی از جمله منابع طبیعی و پارک‌های محلی و منطقه‌ای در بخش‌های وسیع، به دلیل کمترین میزان مداخله انسانی در آن‌ها، مکان‌های منحصر به فردی هستند (Penrith City Council, 2011). در این پژوهش، با توجه به ماهیت هنر عمومی، مقصود از فرم، کالبد محصورکننده فضا (محیط انسان ساخت) و عناصر مستقر در فضا (محیط طبیعی و محیط مصنوع) خواهد بود. هنر می‌تواند چیزی جدا از محیط باشد و یا می‌تواند به کیفیت بصری محیط افزوده، و از طریق متمایز ساختن فضای شهری، ایجاد هویت و همچنین کمک به ایجاد محیطی دلپذیر، فضا را به مکان تبدیل نماید (Remesar, 2005, p. 21). به عقیده ادوارد رلف^{۱۱}، هنر عمومی باید به دور از ادعاهای زیبایی‌شناسانه و تئوریک، و در تعامل با سایت و شرایط اقلیمی، و نیز با احترام برای سایر مردم و ساختمان‌های‌شان شکل بگیرد. به عبارت دیگر، باید در جهت کامل نمودن محیط، چه محیط انسان ساخت^{۱۲} و چه محیط طبیعی گام بردارد (Seamon & Sowers, 2008).

این که مقدار قابل قبولی از فعالیت‌های متمرکز در یک محدوده در خیابان‌ها، میدان‌ها و فضاهای شهری یا همان «عرصه همگانی» به وقوع بپیوندد، از اهمیت برخوردار است. چرا که این عرصه همگانی و فضاهای نیمه‌عمومی وابسته به آن است که زمینه را برای تعاملات اجتماعی مهیا می‌کند (Montgomery, 2003, p. 301). چنان‌که از تعاریف هنر عمومی بر می‌آید، عرصه همگانی و فضاهای عمومی شهر، مکان بروز و ظهور هنر عمومی است. معماری و طراحی شهری به‌عنوان تنها هنرهای عمومی غیر قابل اجتناب شناخته شده‌اند، چرا که مردم در عملکردهای روزانه شان باید بخش عمومی فضاهای شهری را تجربه کنند و از میان آن‌ها بگذرند. در حالی که کیفیت بالای هنرهای بصری، بخش کوچکی از جامعه را که به بازدید موزه می‌روند مورد خطاب قرار می‌دهد، می‌دانیم فرم شهر و ظاهر آن با جمع بیشتری از مردم که مرتباً آن را تجربه می‌کنند، سر و کار دارد (Carmona, 2003, p. 139). علاوه بر این، همان‌طور که در بیان تاریخچه هنر عمومی نیز اشاره شد، برخی مکان‌ها اگرچه حاوی آثار هنری نیستند اما به خودی خود به‌عنوان یک اثر هنری جامع در نظر

گرفته می‌شوند. به این معنی که مکانی که ارتقاء و تبادل فرهنگی را باعث شده و بسط آگاهی‌ها را تحت تأثیر قرار دهد، به خودی خود می‌تواند به‌عنوان یک اثر هنری به‌حساب آید. از سوی دیگر، آثار هنری منفرد می‌توانند توجه مردم را از بلوک‌های اداری و کارخانه‌ای منحرف سازند. همچنین هنر عمومی می‌تواند به محیط‌های خاکستری و کسل‌آمده، روح و جلوه‌ای مخصوص ببخشد (Vickery, 2007, p. 74). کارمونا عقیده دارد، یک مجسمه یا بنای تک از خود اشعه‌ای به اطراف می‌پراکند و در اطراف خود فضایی کم و بیش مشخص را ایجاد می‌کند. ورود به حوزه نفوذ یک شی خود شروع تجربه سه بعدی آن شی است (Carmona, 2003, p. 149).

۳-۲- معنا

از لحاظ معنا باید به این نکته اشاره کرد که مکان‌های شهری خوب، معنا و هویت را بروز و به کاربران و شهروندان انتقال می‌دهند (Montgomery, 2003, p. 302). گرچه معانی مکان ریشه در محل فیزیکی و فعالیت درون آن دارد اما تنها محصول این عوامل نیست و انتظارات اولیه و تجربه انسان به‌عنوان ناظر و استفاده‌کننده فضا نقش عمده‌ای دارد (Relph, 1976). ما بر محیط اثر می‌گذاریم و از آن تأثیر می‌پذیریم، برای ایجاد چنین ارتباط متقابلی باید محیط را مشاهده و درک کنیم (Carmona, 2003, p. 87). راپاپورت^{۱۳} توضیح می‌دهد که ادراک یک فرآیند کلیدی برای ارتباط و وصل نمودن مردم در محیط پیرامون است که به انسان و محیط مربوط است. به‌طور خلاصه می‌توان گفت، مردم یک فضا را از طریق دیدن و فهم اطلاعات حاصل از محیط شهری درک می‌کنند، در حالی که شناخت نیازمند تفکر، تدبیر و نگه داشتن اطلاعات است (Yoke Lai et al., 2013, p. 607). اگرچه فرآیند کارخیلی مشخص و محدود نیست و در عمل نمی‌توان مرز خاصی بین پایان و آغاز هر مرحله ترسیم کرد. مونتگومری (۲۰۰۳)، شناخت فردی از شهر را شامل فرآیند «تصویر پذیری»^{۱۴} محیط شهری می‌داند. تصویرپذیری نیز به نوبه خود تحت تأثیر «خوانایی» شهر است. پورچ معتقد است که هنر عمومی می‌تواند به روشنی به‌عنوان نقاط شاخص شهری عمل نماید. در این مورد وی به اثر هنری «یک دید خصوصی»^{۱۵} - اثر کوین آترتن^{۱۶}، واقع بر روی پل راه آهن تاف^{۱۷} منتهی به خلیج کاردیف - اشاره می‌کند و آن را نمونه‌ای از آثار الهام گرفته شده از نشانه‌سازی شهری می‌داند (شکل ۲). هنگامی که تعدادی از این آثار هنری - به‌عنوان نقاط شاخص و نشانه شهری - به‌صورت انتخابی، در گره‌ها، ورودی‌ها و مسیرهای پیرامون قلمرو شهری جای می‌گیرند، فرد در محیطی با نقشه سه بعدی به یادماندنی، قدم خواهد زد (Porch, 2000, p. 19).

شکل ۲: «یک دید خصوصی»، اثر کوین آترتن



(www.waymarking.com)

در پی این روند، هر فرد تصویری از شهر را خلق می‌کند و چارچوبی برای ارجاع ذهنی خود می‌سازد. در اینجا لازم است که تفاوتی بین «تصویر ذهنی» و «هویت» ایجاد کرد، چرا که «تصویر» مربوط به مجموع برداشت‌هایی است که مردم از یک شهر دارند، اما «هویت» مربوط به تاریخ و شرایط محیط است که با درجه‌ای از تمایز عجین شده است (Mccarthy, 2006, p. 245). مونتگومری نیز به طریق مشابه بین «هویت» یک محل (در واقع آنچه که یک مکان به‌صورت واقع هست) و «تصور» محل (امتزاجی از این هویت با آنچه افراد گوناگون از آن ادراک می‌کنند و با احساسات خود می‌آمیزند) تفاوت قائل است (Montgomery, 1998, p. 100). به عبارت دیگر، هویت به کاراکتر یا شخصیت شهر مربوط می‌شود و جایی که این کاراکتر نسبتاً ضعیف است، ایجاد یک تصویر جدید یا متفاوت از شهر ممکن است مطلوب باشد. بنابراین ایجاد تصویر ممکن است شکل‌گیری هویت را پی‌ریزی نماید (Mccarthy, 2006, p. 246).

مونتگومری (۱۹۹۸) بیان می‌دارد که، مکان‌ها این قابلیت را دارند که تصاویر جدیدی از خود به معرض نمایش بگذارند، این مهم از طریق فعالیت‌هایی که در چنین مکان‌هایی به انجام می‌رسد و نیز شمایل‌نگاری انتخاب شده‌ای که در قالب معماری‌های نو و «هنر عمومی» به منصفه ظهور می‌رسد نمایان می‌شود (Montgomery, 1998). از سوی دیگر برداشت اول از یک شهر مهم است، چرا که این برداشت دیدگاه ساکنان، بازدیدکنندگان و سرمایه‌گذاران را به‌طور یکسان تحت تأثیر قرار می‌دهد. مقصدهای پر جنب‌وجوش که القاگر حس رسیدن هستند، کاراکتر، هویت و ظرفیت شهر را معرفی و نمایان می‌کنند. آفرینش مکان و هنر عمومی می‌تواند این حس رسیدن و مقصد بودن را در مکان‌های کلیدی بالا ببرد (Penrith City Council, 2011, p. 9).

ادبیات مربوط به قاعده‌مندسازی هویت در مراکز شهری و مرتبط با استفاده از مکانیزم‌های زیبایی‌شناسی و یا آثار مصنوع، به دو دسته تقسیم می‌شوند. دسته اول ادبیاتی که به فرم ساخته‌شده و آثار فیزیکی مصنوع، به ویژه معماری اشاره دارند. و دسته دوم مباحث بازاریابی و برندسازی مکان، که تلاش می‌کنند تا نشان دهند که چگونه می‌توان سرمایه‌های فرهنگی و زیبایی‌شناسی را با هدف دستیابی به منافع اقتصادی، در جهت ترفیع و ارتقاء یک شهر بسیج و هدایت کرد (Mccarthy, 2006, p. 246). همچنان که در شهرهای بزرگ جهان مانند: لندن، نیویورک، برلین و شهرهای کوچکتری مانند آستین تگزاس و نیوکسل توسعه اقتصاد خلاق به یک اولویت راهبردی تبدیل شده است. چرا که چنین راهبردی نه تنها موجب ایجاد فرصت‌های تولید ثروت و اشتغال می‌شود، بلکه فعالیت‌های خلاق و فرهنگی باعث افزایش کیفیت زندگی شهری می‌شوند، به کیفیت‌زندگی در محله‌ها کمک می‌کنند، باعث توانمندی تفکر نوآورانه و حل مسأله در سراسر بخش‌های مختلف شهری می‌شوند و به هویت شهر در مواجهه با رقابت فزاینده برای استعدادها، سرمایه‌گذاری و بازشناسی هویتی شکل می‌دهند (Bonteje & Musterd, 2009, p. 844). از طرفی هنر عمومی ممکن است با بهره‌برداری از سنت‌هایی که در حال حاضر موجودند، به‌عنوان یک جزء کلیدی از استراتژی‌های بازآفرینی فرهنگی که به دنبال دستیابی به نتایج اجتماعی در ارتباط با تقویت هویت محلی و افزایش اعتماد به نفس جمعی است خدمت نماید (Mccarthy, 2006, p. 246). این قابلیت وجود دارد که همه موارد برشمرده، به کمک ابزارهای بازاریابی رسمی به شکل گسترده‌تری حمایت و منعکس شود و به اطلاع مخاطبان بیشتری رسانده شود (Montgomery, 2003, p. 302). در این زمینه هنر عمومی علاوه بر نقشی که در برگزاری رویدادها دارد نقش تبلیغاتی مهمی در ارائه تصاویر تبلیغاتی که توسط رسانه‌های محلی، ملی و بین‌المللی منتشر می‌شوند ایفا می‌کند (Hall & Robertson, 2001, p. 7).

جدول ۱: عوامل تأثیرگذار هنر عمومی بر آفرینش مکان

عوامل	شاخص‌ها	ابزارها
اقتصادی	اقتصاد مختلط	صنایع خلاق تنوع مقیاس بنگاه‌های اقتصادی
	اشتغال‌زایی	دسترسی به فضاهای کار برای هنرمندان و مولدان فرهنگی کم‌درآمد کارآفرینان خلاق
فعالیت اجتماعی	درگیر شدن غیرفعال با محیط	نصب فواره‌ها المان‌های هنر عمومی نمایش‌های مختلف
	درگیر شدن فعالانه با محیط	مبلمان شهری مناسب (هنر کارکردی) المان‌های هنر تعاملی
	کشف محیط	شرکت در برنامه‌های هنری (نمایش‌ها، کنسرت‌ها و مراسم گوناگون)
فرهنگی	سازمان‌های تولید هنری	برگزاری رویدادهای فرهنگی و هنری حضور هنر در محیط
فرم محیط مصنوع	ساختار محصورکننده فضا	وجود جاذبه‌های عمومی، مانند: تماشاخانه‌ها، گالری‌ها و غیره وجود فضاهای باز عمومی یادمان‌های تاریخی تزیینات ساختمانی معماری‌های شاخص
	فرم محیط طبیعی	عناصر کالبدی مستقر در فضا

نشانه‌های شاخص	موقعیت‌سنجی	خوانایی	معنا
آداب و رسوم	تاریخ و فرهنگ	هویت	
آئین‌ها			
رویدادها و خاطرات			
گرافیک محیطی	برندسازی مکان		
تبلیغات شهری			
امکانات و جذابیت‌های هنری			

۳. شناخت نمونه موردی

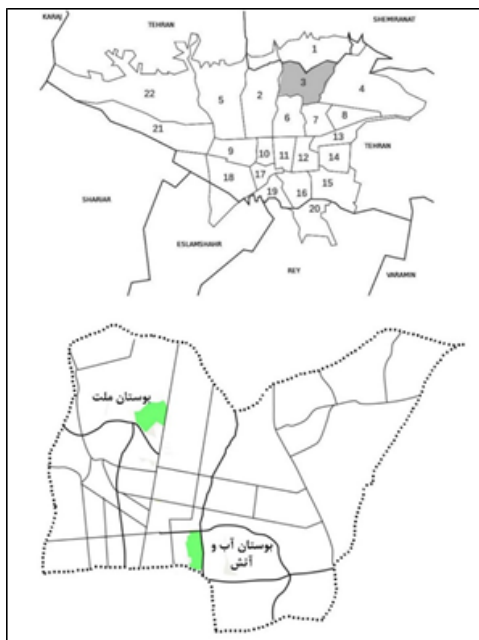
۳-۱- بوستان ملت

بوستان ملت با مساحتی بالغ بر ۳۴۰۰۰ متر مربع از شرق به خیابان ولیعصر، از جنوب به بزرگراه نیا، از غرب به مجموعه ورزشی انقلاب و از شمال به ساختمان مرکزی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران محدود می‌شود (شکل ۳). انتخاب این بوستان به‌عنوان یکی از نمونه‌های مورد مطالعه از دو حیث اهمیت دارد؛ اول این‌که وجود برخی امکانات و جاذبه‌های فرهنگی و هنری از قبیل مجسمه‌های مشاهیر ایرانی، فواره موزیکال، ساخته‌ها و آثار هنر خیابانی و پردیس سینمایی ملت این بوستان را در زمره معدود فضاهای شهری که هنر در آن حضور دارد قرار می‌دهد (شکل ۴) و دوم نقش این بوستان در اذهان عموم شهروندان و مفهوم حس مکان است، چرا که بر پایه نظرسنجی انجام شده مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای همشهری، بوستان ملت نخستین بوستانی است که یک شهروند تهرانی به یک میهمان غیر تهرانی معرفی می‌کند.

۳-۲- بوستان آب‌وآتش

پارک آب‌وآتش با مساحتی در حدود ۲۴۰۰۰ مترمربع در شمال مجموعه تفریحی اراضی عباس‌آباد واقع شده است (شکل ۳). این بوستان نیز همچون بوستان ملت به‌دلیل برخورداری از برخی امکانات و جذابیت‌های فرهنگی-هنری ویژه و خلاقانه از جمله فضای بازی با آب، آمفی تئاتر، برگزاری مراسم نقالی و بناها و معماری‌های خاص به‌عنوان نمونه مطالعاتی واجد ویژگی‌های هنر عمومی انتخاب شد (شکل ۵). تفاوت عمده این بوستان با بوستان ملت و سایر بوستان‌های شهر تهران تفاوت و خلاقیتی است که در طراحی آن به‌کار رفته و از این حیث جایگاهی ویژه به‌لحاظ حس مکان در اذهان شهروندان دارد.

شکل ۳: موقعیت بوستان ملت و آب و آتش در منطقه ۳ شهرداری تهران



شکل ۴: بوستان ملت



(www.jamejamonline.ir)

شکل ۵: بوستان آب و آتش



(www.jamejamonline.ir)

۴. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش مبتنی بر مطالعات اسنادی، نوع تحقیق، پژوهشی- کاربردی و روش کار پیمایشی است. در بخش مطالعات اسنادی با مرور متون و مستندات برجسته در ارتباط با مفهوم مکان و هنر عمومی سعی در استخراج چارچوب نظری مناسبی برای متدولوژی تحقیق شده است. برای انجام تحلیل‌های آماری لازم جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش نیز از مدل‌یابی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار Amos20 استفاده شد؛ در رویکرد مذکور، نخست با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، روایی مدل‌های اندازه‌گیری بررسی و سپس از طریق تحلیل مسیر، داده‌ها به مدل‌های ساختاری برازش می‌شوند (جدول ۲). این پژوهش، سه مدل اندازه‌گیری دارد (فعالیت، معنا، کالبد). به‌منظور بررسی معناداری مدل، از سه شاخص مهم برازش استفاده شد: معناداری کای اسکوتر (P) که مقدار کوچکتر از ۰,۰۵، آن نشان‌دهنده تأیید مدل اندازه‌گیری است؛ کای اسکوتر بهنجار شده (CMIN/DF) که مقدار بین ۱ تا ۵ آن، سبب تأیید مدل می‌شود؛ شاخص‌های برازش افزایشی (IFI)، توکر- لوئیس (TLI) و برازش تطبیقی (CFI) که مقادیر بزرگتر مساوی ۰,۴ آن‌ها نشان‌دهنده قابل قبول بودن مدل است؛ و در نهایت ریشه دوم مربعات خطای برآورد (RMSEA) که مقدار کوچک‌تر از ۰,۰۸ آن گویای معناداری مدل است (Vandenberg & Lance, 2000). برای بالا بردن ضریب واقعیت و اعتبار تحقیق مورد نظر، سعی فراوانی در انتخاب مناسب جامعه آماری، گروه‌های سنی، شغلی، اجتماعی، جنسی، زمان پرسش و غیره شد. بدین منظور ۱۰۰ پرسش‌نامه با ۲۴ سؤال متنوع براساس یافته‌های ارائه شده در جدول ۱ طرح و به پرسش گذاشته شد.

جدول ۲: بررسی معناداری مدل

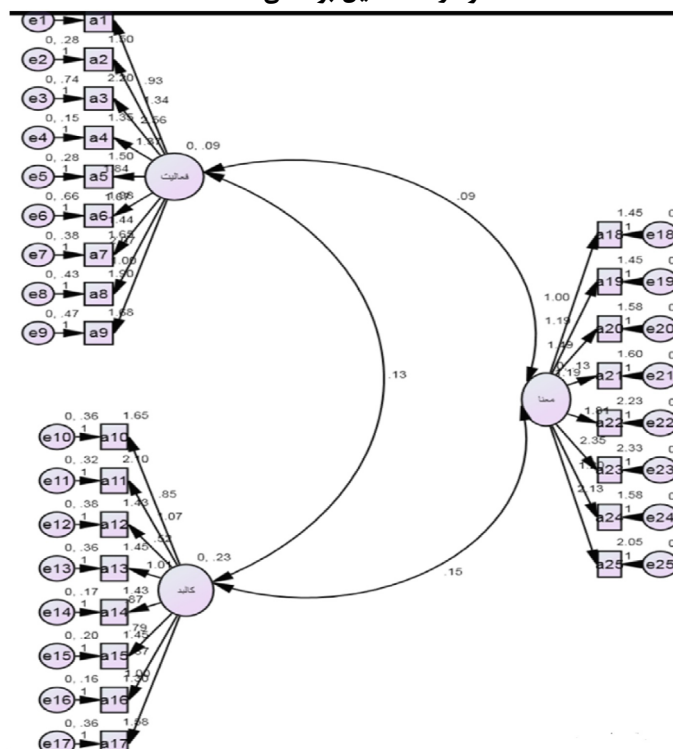
مدل‌ها	X ²	p	CMIN/F	IFI	TLI	CFI	RMSEA
بوستان ملت	۵۱۳,۱۷۹	۰,۰	۱,۸۸	۰,۶۰	۰,۵۴	۰,۵۸	۰,۰۰۰
بوستان آب‌وآتش	۵۰۴,۰۰۸	۰,۰	۱,۸۳	۰,۵۱۷	۰,۴۳۴	۰,۴۸۷	۰,۰۰۰

ضمن این‌که معناداری هر یک از بارهای عاملی در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($p > 0,001$) مؤید روایی همگرای هر یک از مدل‌های اندازه‌گیری بود؛ بنابراین متغیرهای پنهان پژوهش، کفایت به کارگیری در مدل‌های معادله ساختاری را برای آزمون فرضیه‌ها داشتند.

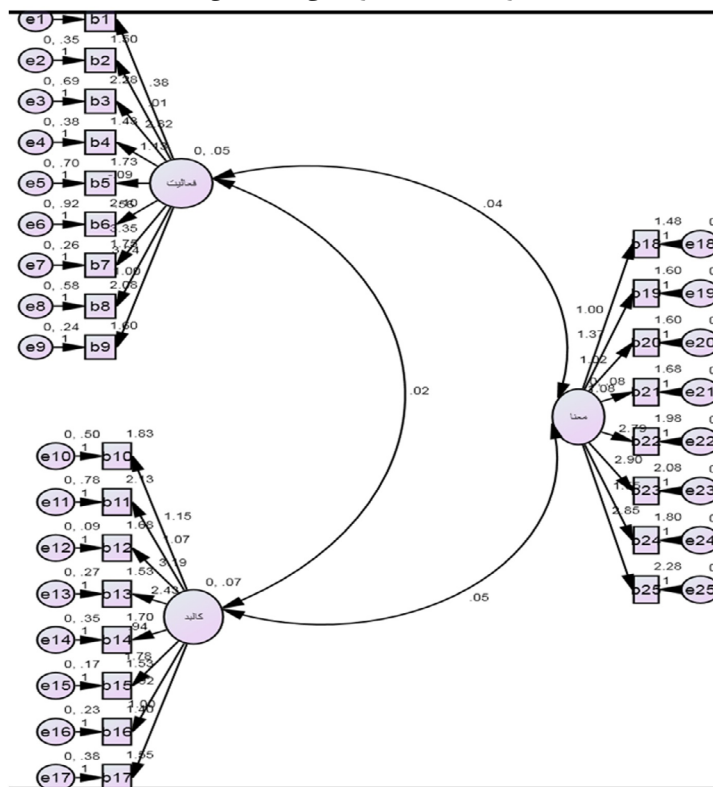
۶. یافته‌های پژوهش

پس از اطمینان از معناداری مدل پیشنهادی، به مقایسه خوانش‌ذهنی مردم از دو نمونه موردی با توجه به متغیرهایی پژوهش پرداخته می‌شود. در همین راستا، تحلیل‌های مرتبط با بوستان ملت و آب‌وآتش آورده می‌شود:

نمودار ۲: تحلیل بوستان ملت



نمودار ۳: تحلیل بوستان آب‌وآتش



در بوستان ملت با توجه به نمودار بالا، شاخص فعالیت بالا، شاخص فعالیت ۰,۰۹ درصد از واریانس، شاخص کالبد، ۰,۲۳ درصد از واریانس، شاخص معنا هم ۰,۶۰ درصد از واریانس را تبیین می‌کند. همچنین شدت همبستگی شاخص کالبد و معنا بیش از سایر شاخص‌های دیگر در بوستان ملت است (جدول ۳). همان‌طور که از تحلیل‌های فوق مشخص است عامل معنا نقش مهمی در خوانش ادراکات ذهنی مردم دارد و مقدار آن با دو عامل فعالیت و کالبد اختلاف چشم‌گیری دارد. در رابطه با پارک آب‌وآتش نیز، شاخص فعالیت ۰,۰۵ درصد از واریانس، شاخص کالبد، ۰,۰۷ درصد از واریانس، شاخص معنا هم ۰,۶۸ درصد از واریانس را تبیین می‌کند. همچنین شدت همبستگی شاخص فعالیت و معنا بیش از سایر شاخص‌های دیگر است (جدول ۴). تحلیل‌ها نمایانگر این است که عامل معنا در پارک آب‌وآتش از پارک ملت قوی‌تر می‌باشد، این درحالی‌ست که علی‌رغم وجود کالبد و فعالیت‌های متنوع موجود در آن، دو عامل کالبد و فعالیت نقش کم‌رنگ‌تری دارند.

جدول ۳: ضریب همبستگی در بوستان ملت جدول ۴: ضریب همبستگی در بوستان آب و آتش

			Estimate
معنا	<-->	فعالیت	۰,۶۵۶
معنا	<-->	کالبد	۰,۶۱۶
فعالیت	<-->	کالبد	۰,۳۰۳

			Estimate
معنا	<-->	فعالیت	۰,۷۸۹
معنا	<-->	کالبد	۰,۸۷۳
فعالیت	<-->	کالبد	۰,۸۵۸

۶. بحث

بر مبنای تحلیل‌های صورت گرفته، نتایج حاصل از بررسی نقش و تأثیر هنر عمومی در فرآیند آفرینش مکان در بوستان‌های شهری تهران، حاکی از این است که علاوه بر آن که هنر عمومی در هر یک از مؤلفه‌های اصلی مکان و در نهایت آفرینش مکان نقش مؤثری دارد، در ایجاد رابطه‌ای معنادار و مستقیم بین مؤلفه‌های مذکور نیز تأثیر دارد. از سوی دیگر بررسی روابط مذکور در هر دو نمونه موردی نشان می‌دهد که مهم‌ترین و بیشترین تأثیر هنر عمومی بر آفرینش مکان از نظر استفاده‌کنندگان بر مؤلفه معنایی و پس از آن مؤلفه‌های کالبدی و فعالیت‌ها است. در واقع چنین تأثیری بیانگر آن است که مؤلفه معنایی ارتباط‌دهنده هر سه عامل اصلی آفرینش مکان بوده و به‌عبارت دیگر اگرچه عوامل کالبدی متناسب با سیاست‌ها و برنامه‌های هنر عمومی زمینه‌ساز شکل‌گیری و وقوع فعالیت‌های مرتبط با هنر می‌شوند اما در نهایت آن دسته از عوامل کالبدی و فعالیت‌هایی که منجر به ایجاد معانی می‌شوند از اهمیت بالاتری برخوردارند. در ارتباط با تأثیر

مؤلفه‌های معنایی هنر عمومی در آفرینش مکان برندسازی مکان و آداب و رسوم، آئین‌ها و خاطرات که در شکل‌دهی به هویت شهری نقش اساسی دارند از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشند. در مورد ویژگی‌های کالبدی و فعالیتی نیز یادمان‌های تاریخی یا یادگاری‌هایی که گویای حقایق و تاریخ جامعه هستند و تزئینات و جزئیات ساختمانی که موجب دلپذیرتر شدن تجربه حضور در فضاهای شهری می‌شوند و نیز اجرای نمایش‌های گوناگون یا برگزاری برنامه‌های هنری که منجر به درگیر شدن غیرفعال با محیط و کشف آن می‌شود از عوامل مهم در آفرینش مکان محسوب می‌شوند (جدول ۵).

جدول ۵: تحلیل نتایج بارگذاری عوامل آفرینش مکان

معنا		فرم		فعالیت		
Estimate	معیار	Estimate	معیار	Estimate	معیار	
۱,۱۰۳	عکاسی تبلیغاتی	۱,۰۶۸	جاذبه‌های عمومی	۲,۵۵۶	نمایش‌های مختلف	بوستان ملت
۱,۰۰۰	آئین‌ها و آداب و رسوم	۱,۰۱۳	تزئینات ساختمانی	۲,۰۷۰	رویدادهای فرهنگی و هنری	
۰,۶۷۹	نشانه‌های شاخص	۱,۰۰۰	یادگاری‌ها	۱,۸۴۲	مبلمان شهری مناسب	
۱,۰۱۷	عکاسی تبلیغاتی	۳,۱۸۶	یادمان‌های تاریخی	۳,۳۴۸	شرکت در برنامه‌های هنری	بوستان آب‌و‌آتش
۱,۰۰۰	آئین‌ها و آداب و رسوم	۲,۴۳۳	تزئینات ساختمانی	۳,۲۴۳	رویدادهای فرهنگی و هنری	
۰,۵۴۲	امکانات و جذابیت‌های هنری	۱,۷۷۵	مبلمان شهری	۲,۸۲۲	نمایش‌های مختلف	

به نظر می‌رسد برای استفاده‌کنندگان فضاهای شهری مواردی از مصادیق هنر عمومی چالش برانگیزتر قلمداد گشته که به نوعی در پی انتقال اطلاعات و معانی به مخاطب عام می‌باشند. چنانچه نتایج تحلیل‌ها نیز نشان می‌دهد موارد مرتبط با برندسازی مکان، آئین‌ها و مراسم گوناگون، یادمان‌ها و یادگاری‌ها و نمایش‌ها و برنامه‌های هنری که انتقال‌دهنده گونه‌های مختلفی از معانی مرتبط با هویت، تاریخ، فرهنگ و هنر هستند در مقایسه با مواردی چون آبنماها و المان‌های هنری صرف، مبلمان شهری خلاقانه و غیره از اهمیت و حساسیت بالاتری برخوردارند.

۷. نتیجه‌گیری

در این مقاله ضمن تدوین چارچوب مفهومی «نقش هنر عمومی بر آفرینش مکان» بر پایه بررسی مجموعه‌ای از نظریات، اسناد و مستندات، عوامل تأثیرگذار هنر بر هر یک از مؤلفه‌های اصلی سازنده مکان - به‌عنوان بنیان مطالعات تحقیق - به‌منظور تدوین چارچوبی مفهومی معرفی شدند. در راستای پاسخگویی به سؤال اصلی پژوهش مبنی بر این‌که هنر عمومی بر روی چه ابعادی از آفرینش مکان تأثیرگذار است؟ و با توجه به مطالعات صورت گرفته، می‌توان گفت که هنر عمومی از جنبه ترفیع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر بعد فعالیت، از جنبه شکل‌دهی به محیط مصنوع و محیط طبیعی بر بعد کالبد و از جنبه ایجاد خوانایی و هویت بر بعد معنایی آفرینش مکان تأثیرگذار است. بررسی و تحلیل‌های صورت گرفته در هر دو نمونه موردی نیز علاوه بر آن که مؤید این ادعاست نشان می‌دهد که بیشترین تأثیرات هنر بر آفرینش مکان از دید شهروندان به لحاظ معنایی صورت می‌گیرد.

بنابراین چنین به نظر می‌رسد که، در شرایط کنونی که فضاهای شهری ما با فقدان حس مکان و عدم دل‌بستگی شهروندان به مکان‌های شهری مواجه هستند، توجه به آثار هنری در محیط‌های شهری و رای اثر زیبایی‌شناختی و نقش دکوراتیو، به‌عنوان ابزاری قدرتمند در آفرینش مکان که علاوه بر احیاء کالبدی و فعالیتی متضمن معنا بخشی به فضا و ایجاد روابطی قوی میان مؤلفه‌های اصلی مکان است، می‌تواند مفید واقع شود. چنانچه آثار هنری از طریق فرآیندی ایجاد شوند که به دنبال تفسیر فیزیکی نیازها، ارزش‌ها، خواسته‌ها، علایق، رویاها و تعصبات مردم آن مکان است، این آثار می‌توانند به‌طور معناداری به تجربه شهروندان از مکان کمک کنند.

پی‌نوشت

1. Cultural Districts
2. Artist Relocation Projects
3. Mixed-Use Development
4. Municipal Cultural Planning
5. Creative Industries
6. Public Art
7. Community Art
8. Creative Placemaking
9. Ann Markusen
10. Jack Mackie
11. Edward Relph
12. Man-Made
13. Rapoport
14. Image Ability
15. A Private View
16. Kevin Atherton
17. Taff

References

- Birbaum, L., & Zimmerman P. (2011). *Square Feet: The Artist's Guide to Renting and Buying Space*. Toronto Artscape Inc.
- Bontje, M., & Musterd, S. (2009). Creative Industries, Creative Class and Competitiveness: Expert Opinions Critically Appraised. *Geoforum*, 40(5), 843-852.
- Brisbane City Council. (2010). *Art in Public Places*.
- Buchanan, P. (1988). What City? A Plea for Place in the Public Realm. *Architectural Review*, 184(1101), 31-41.
- Carmona, M. (2003). *Public Places, Urban Spaces: The Dimensions of Urban Design*. Architectural Press.
- Gehl, J. (2010). *Cities for People*. Island Press.
- Giuliani, M.V., Ferrara, F., & Barabotti, S. (2003). *One Attachment or More?*. In G. Moser, E. Pol, Y. Bernard, M. Bonnes, J. Corraliza & V. Giuliani (Eds.). *People, Places, And Sustainability*, 111-122.
- Hall, T., & Robertson, I. (2001). Public Art and Urban Regeneration: Advocacy, Claims and Critical Debates. *Landscape Research*, 26(1), 5-26.
- kent, F. (2008). *Placemaking and Tourism*. Destination Marketing Association Internations (DMAI) Annual Conference, Las Vegas, NV, July.
- Markusen, A., & Gadwa, A. (2010). *Creative Placemaking*. Washington: Markusen Economic Research Services and Metris Arts Consulting.
- Mccarthy, J. (2006). Regeneration of Cultural Quarters: Public Art for Place Image or Place Identity?. *Journal of Urban Design*, 11(2), 243-262.
- Montgomery, J. (1996). Developing the Media Industries: Strategies and Possibilities for the Local Development of the Media and Cultural Industries. *Local Economy*, 11(2), 158-168.
- Montgomery, J. (1997). Cafe Culture and the City: The Role of Pavement Cafes in Urban Public Social Life. *Journal of Urban Design*, 2(1), 83-102.
- Montgomery, J. (1998). Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design. *Journal of Urban Design*, 3(1), 93-116.
- Montgomery, J. (2003). Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualising Cultural Quarters. *Planning Practice & Research*, 18(4), 293-306.
- Penrith City Council. (2013). *Penrith City Center Public Domain Masterplan*.
- Porch, R. (2000). Public Art an Off the Wall Proposition?. *Urban Design*, 76, 16-19.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pionnt.
- Remesar, A. (2005). *Urban Regeneration a Challenge for Public Art*. University of Barcelona: Department of Psychology-social.
- Seamon, D., & Sowers, J. (2008). *Place and Placelessness*, Edward Relph. *Sage*, 43-51.
- Spayde, J. (2012). *Public Art and Placemaking*. Public Art Review. Fall/Winter 2012
- Vandenberg. R., & Lance, C. (2000). A Review and Synthesis of the Measurement Invariance Literature Suggestions, Practices, and Recommendations for Organizational Research. *Organizational Research Methods*, 3, 4-70
- Vickery, J. (2007). *The Emergence of Culture-led Regeneration: A Policy Concept and its Discontents*. Centre for Cultural Policy Studies: University of Warwick.
- Yoke Lai, L., Said, I., & Kubota, A. (2013). The Roles of Cultural Spaces in Malaysia's Historic Towns: The case of Kuala Dungun and Taiping, Procedia. *Social and Behavioral Sciences*, 85, 602 - 625.
- www.archilovers.com, Accessed on July, 2014.
- www.jamejamonline.ir, Accessed on August, 2014.
- www.tresbohemes.com, Accessed on June, 2014.
- www.waymarking.com, Accessed on June, 2014.