



## سبک نو هنر عمومی به مثابه ابزار توسعه خلاقیت جمعی

### چکیده:

از جمله خصلت‌های جمعی که امروزه، در شاخه‌های مختلف علم مورد توجه بسیاری قرار گرفته است، خلاقیت جمعی است. مطالعه خلاقیت جمعی از دریچه رویکرد اجتماعی-فرهنگی، نشان می‌دهد که شرایط بروز این نوع از خلاقیت در فضاهای عمومی به مثابه باز نمود عرصه عمومی فراهم است. در همین راستا، مقاله حاضر با استناد به رویکرد جامعه‌شناسی فرهنگی به خلاقیت جمعی، در صدد پاسخ به این پرسش است: آیا می‌توان از هنر عمومی به عنوان هنری که با فضای عمومی مرتبط است، در راستای ارتقای خلاقیت جمعی بهره جست؟ به منظور پاسخ به این پرسش، ابتدا، تعاریف ساختاری هنر عمومی، فضای عمومی و خلاقیت جمعی، و ارتباط این حوزه‌ها با روش تحلیلی بررسی شد که نتیجه حاصل از تحلیل داده‌ها، حاکی از توانایی هنر عمومی در توسعه خلاقیت جمعی است. در مرحله بعد، با توجه به تعدد انواع هنر عمومی، نوع مناسب هنر عمومی برای گسترش خلاقیت جمعی معرفی گردید. نتیجه آن که، با توجه به ملزومات فضای مورد نیاز برای ممارست خلاقیت جمعی، هنر عمومی در صورت ایفای نقش فعال در عرصه عمومی می‌تواند به روند بروز این فضا کمک کند. هم‌چنین، از میان انواع هنر عمومی، هنر عمومی سبک نو با توجه به ویژگی‌های ارتباطی خود، بیش از سایر انواع در عرصه عمومی، فعال عمل می‌کند و بنابراین، مناسب‌ترین نوع هنر عمومی به منظور گسترش خلاقیت جمعی است.

**واژگان کلیدی:** هنر عمومی، فضای عمومی، خلاقیت جمعی، هنر عمومی سبک نو

**نگار زجاجی**  
(نویسنده مسئول)  
دانشجوی دکتری، دانشکده هنر،  
دانشگاه الزهرا، تهران  
Email: negar.zojaji85@gmail.com

**فریده طالب پور**  
استاد دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا،  
تهران  
Email: talebpour@alzahra.ac.ir

**مجتبی رفیعیان**  
دانشیار دانشکده هنر، دانشگاه تربیت  
مدرس، تهران  
Email: rafiei\_m@modares.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۱/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۷/۰۴

## مقدمه

پژوهش حاضر، در کنار گسترش حوزه مطالعاتی هنر عمومی در راستای بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت‌های آن، مطالعه روابط بینارشته‌ای هنر عمومی، فضاها و خلاقیت جمعی از منظر جامعه‌شناسی است.

## روش پژوهش

مقاله حاضر، حاصل پژوهش کیفی داده بنیاد پیرامون شناخت عملکرد هنر عمومی در راستای توسعه خلاقیت جمعی می‌باشد. مطابق با رویکرد پژوهش، استخراج متغیرها از طریق گردآوری اسنادی داده‌ها و سپس، تجزیه و تحلیل کیفی داده‌های گردآوری شده صورت گرفته است. با توجه به ماهیت میان‌رشته‌ای مساله پژوهش، برای مطالعه رابطه متغیرها از روش تحلیل تطبیقی الگوهای مفهومی در دو شاخه جامعه‌شناسی و هنر، استفاده شده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که، سبک نو هنر عمومی، به لحاظ ویژگی‌های ارتباطی خود می‌تواند موجبات ممارست خلاقیت جمعی را فراهم سازد.

## پیشینه پژوهش

از منابع مرجعی که به صورت تفصیلی به ویژگی اجتماعی هنر عمومی پرداخته‌اند، می‌توان به کتاب «عمل روزمره هنر عمومی» اشاره نمود که توسط کامرون کارتیر و مارتین زبراکی در سال ۲۰۱۶ میلادی تالیف شده است. در این کتاب، به بررسی عمومی بودن هنر عمومی پرداخته‌اند. هم‌چنین هریت اف. سنیه از پژوهشگران پیشکسوت هنر عمومی، در سال ۱۹۹۸ میلادی در کتابی تحت عنوان «مسایل مهم در هنر عمومی»، جوانب گوناگون این هنر را با رویکردی مخاطب-مبنا مورد مطالعه قرار داده است. از منابع مهم دیگر، کتاب «هنر عمومی: نظریه، عملکرد و مردم‌گرایی» نوشته شرکراس نایت می‌باشد که با تکیه بر مفهوم سبک نو هنر عمومی به بررسی هنر عمومی به عنوان هنری مردمی پرداخته است.

مقوله خلاقیت در حیطه هنر، اغلب، به‌عنوان پدیده‌ای فردی مورد مطالعه قرار گرفته است و به بیانی، بر خلاقیت هنری تمرکز دارد. خلاقیت هنری در حالت معمول، به مثابه خلق یک شی درک می‌شود؛ حال آن‌که در دوره معاصر رویکردهای فراگیرتری به خلاقیت ظهور کرده

مقاله حاضر به بررسی عملکرد سبک نو هنر عمومی در راستای توسعه خلاقیت جمعی می‌پردازد. با توجه به جایگاه خلاقیت در هنر، مطالعات زیادی در رابطه با خلاقیت هنری انجام شده است. با این وجود، نظر به ماهیت عمومی و جمع‌گرای هنر عمومی، پرداختن به جایگاه خلاقیت در این نوع از هنر نیازمند اتخاذ رویکردی گسترده‌تر از رویکرد معمول خلاقیت هنری فردی است. به همین علت در پژوهش پیش رو، با اتخاذ رویکرد اجتماعی-فرهنگی، عملکرد هنر عمومی در ارتباط با مولفه‌های خلاقیت جمعی واکاوی شده است تا نوع موثر این هنر در راستای توسعه خلاقیت جمعی مشخص گردد.

از منظر جامعه‌شناسی فرهنگی، خلاقیت جمعی فرآیندی است که همگام با ارتباطات انسانی بروز می‌کند. بنابراین، ممکن است بتوان از محرک‌های ارتباطات و تعاملات انسانی، در راستای گسترش خلاقیت جمعی نیز بهره جست. در میان شاخه‌های مختلف هنری، هنر عمومی به عنوان هنری مخاطب محور و جمع‌گرا بیش از سایر شاخه‌ها بر ارتباطات انسانی مبتنی بوده و با اهداف مرتبط با توسعه ویژگی‌های جمعی تناسب دارد؛ چرا که این نوع هنر، نه صرفاً با رویکرد هنر برای هنر و نه برای مخاطبان فعال در دنیای هنر، بلکه با رسالت اجتماعی و برای مخاطبان گسترده و متنوع خلق می‌شود. جمع‌گرایی این نوع از هنر موجب می‌شود که تقویت مهارت‌های جمعی مختلف رانیز در غالب رسالت خود پوشش دهد. در همین راستا، هدف اصلی پژوهش حاضر، بهره‌برداری هر چه بهتر از هنر عمومی از طریق شناخت نوع موثر این هنر در راستای تقویت خلاقیت جمعی است. این مقاله، به پاسخ‌گویی به چگونگی عملکرد هنر عمومی در جهت توسعه خلاقیت جمعیت می‌پردازد و هم‌زمان به این پرسش پاسخ می‌دهد که کدام نوع از هنر عمومی پاسخ‌گوی هدف مذکور است. فرضیه تحقیق این است که، با توجه به مولفه‌های رویکرد اجتماعی-فرهنگی، اثر هنر عمومی می‌تواند با عملکرد به عنوان محرک ارتباطات انسانی، فضای بروز خلاقیت جمعی را فراهم نماید. علاوه بر این، با توجه به گستردگی چارچوب هنر عمومی از لحاظ فن و سبک، توانایی انواع مختلف این هنر در ارتباط با گسترش خلاقیت جمعی در این مقاله مورد توجه قرار گرفته است. هم‌چنین، علت‌گزینش چارچوب نظری

گروه یا اجتماع اشاره دارد. در روند خلاقیت جمعی، مثلث خالق-مخاطب-مخلوق تنها در چارچوب اجتماعی-فرهنگی واجد موجودیت و عملکرد است (Glăveanu, 2010: 48). از نقطه نظر اجتماعی-فرهنگی، خلاقیت ذاتا اجتماعی است و محل وقوع آن فضای «مابین» خود و دیگران است؛ یعنی فضایی که در نتیجه روابط و تعاملات اجتماعی افراد ایجاد می‌شود. بر همین اساس، می‌توان آن را نوعی خلاقیت مشارکتی دانست. در واقع، مطابق با این رویکرد، خلاقیت در زمان مشارکت بروز پیدا می‌کند: (Glăveanu, 2011) (483-480). ولاد گلاوئانو، رخدادهای خلاقیت مشارکتی را منوط به فعالیتی مداوم می‌داند که شکل‌گیری آن مستلزم وجود حداقل دوشخص است. این فعالیت مداوم دربرگیرنده مواجهات-چه رو در رو و چه با واسطه-است. در عین حال، این دیدگاه یک کل را موثرتر از مجموعه اجزای آن می‌داند و بر این مبنا، روند مشارکت را به مثابه جمع مواجهات، موجد خلاقیت می‌داند. به بیان دیگر، این رویکرد بیش‌تر بر خلاقیت به عنوان یک روند تأکید دارد و نه یک نتیجه نهایی. از منظر اجتماعی-فرهنگی، خلاقیت جمعی در یک فضای بازنمایانه به وقوع می‌پیوندد که گلاوئانو آن را فضای بین‌الذهانی واسطه بین خود و دیگری، خود و اجتماع، و خود و فرهنگ توصیف می‌کند (Ibid: 481-483). در چنین فضایی، یک ایده مفهومی می‌تواند با یک بازنمایی مجسم‌تر آشکار شود. مقصود از بازنمایی در این جا صورت بروز یافته عقایدی است که در فرایندهای ارتباطات بین افراد انتشار می‌یابند. بر همین اساس عمل‌نشر، یکی از عناصر اصلی روند خلاق است. افکار و مقاصد، در نتیجه انتشار، بیش‌تر در معرض واکنش قرار می‌گیرند که همین امر شرایط مذاکره، حل و فصل، و واکنش دیگران را مهیا می‌کند؛ هر چند ممکن است در حین رودر رویی افرادی با عقاید متفاوت، مشکلاتی ناشی از تحمل‌ناپذیری، مساله مالکیت، اختلاف نظر، برخورد غیردوستانه و هم‌چنین، احتمال ناتوانی در سازگار کردن دوگانگی‌ها نیز بروز کند (Ibid: 482 & 485). این بروز مشکلات ناشی از تقابل دیدگاه‌ها، برای حل و فصل شدن نیاز به بهره‌گیری از قوه خلاقیت دارد. به همین لحاظ، خلاقیت جمعی، جوامع را در حل مشکل توانمند می‌سازد. بدین ترتیب، شرایط ممارست خلاقیت جمعی از منظر جامعه‌شناسی فرهنگی به‌طور خلاصه، وجود فضای ارتباطی،

است (Sefton et al., 2011: 162). در همین راستا، جورج دیکی در نظریه نهادی خود بر تغییر ارزش‌گذاری خلاقیت هنری در جهت مفهومی کردن آن سخن می‌گوید و معتقد است خلاقیت هنری باید فراتر از خودابرازی به‌وسیله رسانه هنری در نظر گرفته شود (Hietala, 2015: 11). با این وجود، در مطالعات انجام‌شده در حیطه هنر عمومی نیز مقوله خلاقیت، هم‌چنان از منظر خلاقیت هنری معطوف به فرایند خلق اثر هنری مورد مطالعه قرار گرفته است و بدین لحاظ، علی‌رغم جمع‌گرا بودن هنر عمومی، پیشینه درخور توجهی در رابطه با خلاقیت جمعی در مطالعات این نوع از هنر وجود ندارد. بنابراین، نیاز است تا پژوهش‌های انجام‌شده در رابطه با خلاقیت در حوزه‌های دیگر دانش همچون جامعه‌شناسی و روان‌شناسی مورد بررسی قرار گیرند.

رویکردهای گوناگون به خلاقیت در بخشی از «کتاب راهنمای بین‌المللی یادگیری خلاق» - که توسط جولیان سفتن - گرین و گروهی از پژوهشگران تألیف شده است - بررسی شده‌اند. به نقل از سفتن - گرین و همکارانش، کری فریدمن و پاتریشیا استر خلاقیت را در چارچوبی پست مدرن بررسی کرده و آن را، امری انتقادی می‌دانند؛ بدین معنا که، تولید خلاقانه را ذاتا انتقادی و بازتاب انتقادی را ذاتا خلاق توصیف می‌کنند. مطابق این دیدگاه، بخش خلاق هنر، ایده‌ها و برداشت‌ها است و نه صرف عمل‌ابراز خود از طریق هنر. می‌های چیکسنتمیهای در کتاب مجموعه آثار خود با عنوان «الگوی خلاقیت سیستم‌ها»، خلاقیت را در چارچوب یک سیستم بررسی می‌کند. بر اساس این دیدگاه، خلاقیت از طریق تعامل بین تولیدکننده و مخاطب ایجاد می‌شود. بنابراین، این خلاقیت نه محصول افراد، بلکه حاصل داوری افراد توسط سیستم‌های اجتماعی است (Sefton et al., 2011: 163). از دیگر پژوهشگرانی که خلاقیت را در مقیاسی گسترده‌تر از پدیده‌ای فردی مورد مطالعه قرار داده‌است، ولاد گلاوئانو است. وی در مقالاتی از جمله «خلاقیت به مثابه مشارکت فرهنگی» و «ما چگونه با یکدیگر خلاق هستیم» خلاقیت را به مثابه روندی ارتباطی مورد تحلیل قرار داده‌است.

### خلاقیت جمعی از منظر جامعه‌شناسی فرهنگی

اصطلاح خلاقیت جمعی همان‌گونه که از ساختار واژگانی آن برمی‌آید، به خلاقیت در مقیاسی جمعی همانند یک جامعه،

انتشار عقاید از طریق ابراز آن‌ها، و فعالیت مداوم در قالب ارتباط بین‌الذهانی می‌باشد.

### فضای عمومی به مثابه زمینه ممارست خلاقیت جمعی

هانا آرنه فضای عمومی را محل ظهور آزادی می‌داند و کنش و سخن را دو عنصر لازم آن برمی‌شمارد (d'En-treves, 2016). ویلیام وایت بر مرتبط بودن کیفیت زندگی اجتماعی با فضاهای عمومی تاکید می‌کند. در دیدگاه وایت، زندگی اجتماعی در فضاهای عمومی نقشی حیاتی در کیفیت زندگی افرادی دارد که در نواحی شهری زندگی می‌کنند و آنچه مردم را بیش از هر چیز جذب می‌کند «مردم دیگر» است (Hine, 2013: 2). علی مدنی پور پژوهشگر امور شهری، یک فضا را در صورتی عمومی می‌داند که توسط مسئولین عمومی اداره شود، با مردم به مثابه یک کل، مرتبط و برای آن‌ها آزاد و در دسترس باشد، و توسط تمام اعضای یک اجتماع استفاده شده یا بین آن‌ها به اشتراک گذاشته شود (Madanipour, 2003: 112). شانتال موفه ضمن تعریف فضای عمومی به مثابه عرصه مبارزه و رودررویی گفتمان‌های مسلط، بدون هیچ‌گونه امکان مصالحه نهایی، وابستگی شکل‌گیری فضای عمومی به مواجهه را ارزش‌گذاری می‌کند (Mouffe, 2007: 3). جیمز منش عنوان می‌کند که فضای عمومی فضایی است که در آن افراد واحد حین اشتغال به امور عمومی، یکدیگر را می‌بینند و توسط یکدیگر دیده می‌شوند (Mensch, 2007: 31). جدول ۱، خلاصه‌ای از مجموعه نظرات اندیشمندان را در حوزه فضای عمومی نشان می‌دهد.

آنچه در توصیفات مذکور از فضای عمومی مشترک است، تکیه بر نقش تعیین‌کننده حضور مردم یا عموم به مثابه

اعضای یک جامعه است. حضور مردم پیش‌نیاز مواجهات است و مواجهات پیش‌زمینه گفتمان هستند. بنابراین، فضاهای عمومی پیش‌زمینه مناسب برای وقوع گفتمان عمومی را فراهم می‌کنند. از این نظر، فضاهای عمومی دربرگیرنده یکی از شرایط بروز خلاقیت جمعی یعنی وجود مواجهات هستند. فضاهای عمومی بازنمایی مجسم عرصه‌ای هستند که یورگن هابرماس از آن با عنوان عرصه عمومی یاد می‌کند. در تعریف هابرماس، عرصه عمومی، عرصه اعمال شهروندی جامعه‌ای می‌باشد که درگیر مناظره عمومی انتقادی است. (Habermas, 1991: 52). این عرصه محل تبادل معنادار پرسش‌هایی است که بر شاکله و ساختار جامعه به مثابه یک کل تاثیر می‌گذارد (Schnelzer, 2016: 27). هابرماس، عرصه عمومی را متشکل از افراد به مثابه واحدهای خصوصی می‌داند؛ آنچه آن را عمومی می‌کند، نشر عقاید است. این عقاید پس از به اشتراک گذاشته شدن، همچنان متعلق به افراد یا همان واحدهای خصوصی می‌مانند، اما از طریق انتشار یافتن به بخشی از تلاش جمعی برای رسیدن به ارزش‌ها، تصمیمات و کنش‌های بالقوه مشترک تبدیل می‌شوند (Car-tiere & Zebracki, 2016: 28). به این ترتیب، عرصه عمومی به دنبال مشارکت ایجاد می‌شود. بنابراین، این عرصه، از دو ویژگی فضای بروز خلاقیت جمعی در رویکرد جامعه‌شناسی فرهنگی، یعنی مشارکتی بودن و نشر عقاید، برخوردار است. این کنش‌نشر و واکنش‌های احتمالی به آن، در واقع، نوعی از گفتمان عمومی را شکل می‌دهد که می‌تواند در قالب‌های زبانی و غیرزبانی یا رفتاری، و دو یا چند سویه، بین افراد مختلف صورت گیرد.

تفاوت افراد به مثابه واحدهای خصوصی نشر دهنده عقاید در عرصه عمومی، به معنی مواجهه نقطه نظرات، ذهنیت‌ها

جدول ۱. رویکردهای جامعه‌شناختی به فضای عمومی (ماخذ: نگارندگان).

نظریه پرداز	نظریه
هانا آرنه	فضای عمومی محل ظهور آزادی و لازمه آن کنش و سخن است.
ویلیام وایت	زندگی اجتماعی در فضاهای عمومی نقشی حیاتی در کیفیت ساکنان شهرها دارد. آنچه بیش از هر چیز مردم را جذب می‌کند، «مردم دیگر» هستند (Heine, 2013: 2).
علی مدنی پور	فضایی عمومی است که با مردم مرتبط و برای آن‌ها آزاد و در دسترس باشد و توسط تمام اعضای یک اجتماع استفاده شده یا بین آن‌ها به اشتراک گذاشته شود (Madanipour, 2003: 112).
شانتال موفه	فضای عمومی عرصه رودررویی گفتمان‌هاست و وجود آن وابسته به مواجهات است (Mouffe, 2007: 3).
جیمز منش	در فضای عمومی افراد در حین انجام امور عمومی توسط یکدیگر دیده می‌شوند (Mensch, 2007: 31).

بالقوه، واجد توانایی عملکرد به عنوان بخشی فعال از عرصه عمومی هستند، به طوریکه رابرت پوتنام هر یک از آن‌ها را به مثابه بخش کوچکی از سرمایه اجتماعی، به سکه‌هایی تشبیه کرده است که در یک قوطی انداخته می‌شوند. (El- (2006: 20). lin. با این حال، مواجهه علی‌رغم لزوم، به خودی خود برای ایجاد گفتمان عمومی کافی نیست. بدنه‌هایی از عموم، مانند خریداران یا رهگذران، ممکن است به صورت اتفاقی به یک جمع عمومی از پیش موجود بپیوندند و جزئی از عرصه عمومی شوند؛ اما یک تماشاگر به صرف عمل گرد آمدن به بخشی از عموم تبدیل نمی‌شود. (Cartiere & Zebracki, 2016: 31). چرا که عموم یک بدنه تجربی و ملموس و یا یک مفهوم فضایی نیست. عرصه عمومی یک ترتیبات اجرایی و در واقع عمل و فعل «عمومی شدن» یا «عمومی کردن چیزی» است به طوری که مکان و فضایی خاص را سرشار از زندگی عمومی کند (Ibid: 28). مواجهه، چنانچه صورت فعال تبادل گفتاری یا رفتاری به خود نگیرد، چیزی بیش از یک آن منفعل نخواهد بود. به بیان ساده، با توجه به این که، گفتمان عملی دوسویه و مشارکتی است، مواجهه مذکور باید شکل تعامل، یعنی کنش و واکنش گیرد. نکته کلیدی در عرصه عمومی مورد تعریف هابرماس، یعنی نشر دادن، همان کنش است (Ibid). در واقع، این کنش ابزار آشکار سازی است و مردم از طریق کنش برای یکدیگر آشکار می‌شوند (Bankston, 2010: 2734). III. از طریق کنش است که موقعیت ایجاد و کنش فراهم می‌شود. به وسیله کنش، افراد امر غیر منتظره را مطرح و وارد دنیا می‌کنند. کنش تا حدی، نیاز به حضور در میان عموم دارد، شناساندن خود از طریق کلمات و کردار، و دریافت اجابت دیگران است (d'Entreves, 2016). بر همین اساس، هر چه موقعیت خودابرازگری در یک فضای عمومی بیش تر باشد، تعاملات گفتاری و غیر گفتاری بیش تری در آن فضا ایجاد می‌شود و به این ترتیب، بهتر می‌تواند به مثابه محل ممارست خلاقیت جمعی عمل کند. در واقع، همان گونه که گلاوئانو نیز در رابطه با روند خلاق عنوان می‌کند یک سیستم، هم عناصر تشکیل دهنده و هم تعاملات آن‌ها را شامل می‌شود و کل یک روند خلاق، باید فراتر از جمع ساده اجزای آن پنداشته شود (Glăveanu, 2011: 48). مطابق با این رویکرد، جمع مواجهات نیز به تنهایی، منجر به شکل گیری روند ممارست خلاقیت جمعی نمی‌شود. بنابراین، توسعه یک

و دیدگاه‌های فرهنگی متفاوت است. متفاوت بودن این دیدگاه‌های نشر یافته در عرصه عمومی، ممکن است موجب بروز اختلافاتی شود. این اختلافات همانند مشکلاتی که در رویکرد جامعه‌شناسی فرهنگی به خلاقیت ذکر شده است، ارتباطی هستند و حل و فصل و برخورد با آن‌ها به یک طریق اجتماعی موثر نیازمند مهارت جمعی حل مشکل است. در عین حال، هر انسانی منحصر به فرد است؛ به گونه‌ای که با هر تولدی عنصری نو و منحصر به فرد وارد جهان می‌شود و توانایی کنش انسان به این معناست که می‌توان از او انتظار عمل غیرمنتظره را داشت و این که انسان توانایی انجام هر امر غیرمحمتملی را دارد (d'Entreves, 2016). به همین دلیل، ارتباطات انسانی به صورتی پویا از جریانی مداوم از کنش‌های متغیر و پیش‌بینی نشده، تشکیل شده است و ناسازگاری‌های ناشی از این ارتباطات نیز ممکن است هر بار در قالب جدیدی بروز کند. در نتیجه توانایی جمعی حل مشکلات ارتباطی در عرصه عمومی، به گونه‌ای نیست که از طریق یک مجموعه از آموزه‌های از پیش تعیین شده قابل دستیابی باشد؛ بلکه حل و فصل مشکلات ناشی از این ناسازگاری‌ها، نیازمند توانایی تمهید راه حل‌های جدید متناسب با شرایط مختلف یا همان خلاقیت است. بدین لحاظ، عرصه عمومی به عنوان جریان مواجهه مردم با ناسازگاری‌هایشان و فراهم آوردن فرصت حل و فصل آن‌ها، عرصه ممارست خلاقیت به صورت مداوم و جمعی است. هم‌چنین، فضای عمومی، به عنوان محل تجسم عرصه عمومی، محل ممارست خلاقیت جمعی می‌باشد.

در عرصه عمومی، نشر عقاید، همان کنشی است که فضای «مابین» را خلق می‌کند که از منظر جامعه‌شناسی فرهنگی محل وقوع خلاقیت است. در حقیقت، دیدگاه اجتماعی - فرهنگی نقش ذهن فردی را در روند خلاق رد نمی‌کند، بلکه ذهن انسان را اساساً، اجتماعی تر از آنچه باور معمول است، می‌داند (Glăveanu, 2011: 480)

با توجه به روند بروز خلاقیت جمعی در عرصه عمومی، نخستین قدم برای گسترش آن، امکان مواجهه می‌باشد. چرا که آن چه احتمال تبادل عقاید را تقویت می‌کند، مواجهات هرروزه است (Teerds & Zwart, 2007: 3). فضای عمومی، به عنوان فضایی با دسترسی آزاد برای عموم، امکان حضور و متعاقباً، مواجهات را در سطحی گسترده تر و متنوع تر از فضاهای خصوصی فراهم می‌آورد. این مواجهات، به طور

چه بین اعضای مخاطبین و چه بین مخاطبان و اثر هنری، شکل تعاملی گرفته و ایجاد گفتمان عمومی می‌کنند. این گفتمان عمومی، ممکن است متشکل از مباحثات فوری بین افرادی باشد که اثر هنری را تجربه می‌کنند، یا می‌تواند تبادل افکار ناشی از دیدن اثر هنری باشد. هم‌چنین، می‌تواند در قالبی غیر زبانی همچون تبادل کنش‌ها و واکنش‌ها و یا اعمال رفتاری بروز پیدا کند و یا صورت یک گفتگوی روزمره معمول به خود گیرد. در این گفتمان، به هر شکلی که بروز پیدا کند، تلاقی با اثر هنری، پایه و اساس ارتباطات را شکل می‌دهد و در واقع هسته مرکزی عرصه عمومی نمود یافته در فضای عمومی است (نمودار ۱).

نمودار ۱. ارتباط هنر عمومی با فضای عمومی (ماخذ: نگارندگان)



با توجه به این مسیر عملکرد، هنر عمومی به خودی خود، می‌تواند نقش مهمی در بنیان نهادن عرصه عمومی و گسترش فضای عمومی ایجاد کند. در واقع، یک اثر هنری در صورتی، عمومی است که عرصه عمومی ایجاد کند، یا یک فضای عمومی از پیش موجود را گسترش داده یا بخشی فعال از آن شود. بنابراین، رابطه هنر عمومی و فضای عمومی باید به صورت دوسویه و متقابل و نه یک سویه دیده شود. یک اثر هنری، اگر در دیالکتیک فضای عمومی محیط خود دخیل نباشد، عمومی نیست. میزان نقش داشتن اثر در دیالکتیک فضا با میزان گفتمان عمومی که ایجاد می‌کند، مرتبط است. در حقیقت، گفتمان عمومی نه حاصل، بلکه عامل عمومی خواندن یک اثر هنری است.

گفتمان جاری در فضای عمومی، چه زبانی و چه غیر زبانی، همان روندی است که موجبات ممارست خلاقیت جمعی را فراهم می‌سازد و هنر عمومی از طریق مثلث سازی و مرتبط کردن مخاطب با فضا، نقش محرک این روند را دارد. بنابراین، این نوع از هنر می‌تواند جهت گسترش خلاقیت جمعی مورد بهره برداری قرار گیرد. با این حال، نظر به وسعت کاربردی اصطلاح هنر عمومی، مناسب سازی هنر عمومی برای بهره وری در راستای گسترش خلاقیت جمعی، نیازمند شناخت نوع مناسب آن، یعنی نوعی است که می‌تواند زمینه لازم برای رفتارهای ارتباطی جمعی را ایجاد کند؛ چراکه هنر عمومی

فضای عمومی، که بتواند از طریق پرورش خلاقیت جمعی راه پیشرفت جامعه را هموار سازد، نیازمند راهکارهایی برای فعلیت یافتن مواجهات موجود در آن فضا در قالب گفتمان و تعامل است.

### هنر عمومی در ارتباط با فضای عمومی

هنر عمومی نوعی از هنر است که عملکرد آن خارج از سیستم گالری‌ها و موزه‌ها است و بر همین مبنا، بخش مهمی از علت وجودی و هدف آن گسترش دایره مخاطبان است (Senie, 2003: 2). بر این مبنا، با توجه به این که، هویت ساختاری هنر عمومی علاوه بر هنر با مساله فضا و مخاطب گره خورده است، ممکن است، بتواند به مثابه واسطه و پیونددهنده این دو عمل کند یا به بیان فنی، مثلث سازی کند. به بیان دیگر، وجود اثر هنری در یک فضای عمومی ممکن است بتواند در نقش یک واسطه، به مواجهات موجود در آن فضا فعلیت بخشیده و شرایط توسعه عرصه عمومی را به عنوان عرصه ممارست خلاقیت جمعی، فراهم آورد. با این همه، صرف قرارگیری یک اثر هنری در فضای عمومی، عملکرد مثلث سازی آن را تضمین نمی‌کند.

واقع شدن در فضایی با دسترسی عمومی، به اثر هنر عمومی این امکان را می‌دهد که در معرض طیف گسترده‌تری از مخاطبان - فراتر از افرادی با نقش مشخص، فعالین، یا علاقمندان دنیای هنر - قرار گیرد. این امر، مرحله نخست توسعه فضای عمومی، یعنی مواجهه را تسهیل می‌کند. در این مرحله، اثر هنری با درهم شکستن فضا، می‌تواند توجه مخاطب را جلب کند و این برهم زدن فضا، می‌تواند باعث هوشیاری مخاطب نسبت به محیطش شود و او را وارد مرحله تفکر سازد. برای حصول این عملکرد، هنر عمومی به طور بالقوه از طریق تعدد مسایل مدنی، سیاسی و فلسفی اغنا و اصلاح می‌شود. این به بدان معنا نیست که هنر عمومی، باید به دنبال مخرجی مشترک باشد یا فضیلتی معمول را ابراز کند، بلکه می‌تواند یک زبان بصری برای ابراز کردن و کاوش حالت موقت پویای امور و مسایل جمعی پیش نهد (Senie & Webster, 1998: 297). به این ترتیب، یک اثر هنر عمومی با انعکاس مسایل مذکور، می‌تواند هشیاری مخاطب را جلب نماید و زمینه واکنش را مهیا سازد. از این طریق، مواجهات،



تمام طبقات اجتماعی از هنر گره خورده است. به این ترتیب، هدف نخستین ساخت یادواره‌ها، تحت عنوان هنر عمومی، تغییر رابطه هنرمند و جامعه از طریق قرار دادن هنر در دسترس همگان و نه صرفاً، قشر مرتبط با هنر بود. با این حال تحت حمایت دولت بودن، باعث شد تا این آثار بیش‌تر پیوند دهنده حافظه و روحیه جمعی با خطوط مشی دولتی و طبقه حاکم باشد (Knight, 2008: 5& 6). این نوع از هنر عمومی از لحاظ پرورش هنرمندان به مثابه نیروهای خلاق، در رشد خلاقیت فردی موثر است. اما در عین حال، این نوع آثار از محافظه کارانه‌ترین فرم‌های هنری هستند که با هدف مانایی و عدم تغییر ساخته می‌شوند و صرفاً، توتم‌هایی ثابت و ایستا هستند که می‌توان از روی احترام به آن‌ها خیره شد (Shan, 2013: 2). لذا، این قسم آثار، از آن‌جا که، در ایجاد رفتار ارتباطی نقش فعالی ندارند، نمی‌توانند در گسترش خلاقیت جمعی نقش چندانی ایفا کنند. به بیان دیگر، یادواره‌ها، به‌عنوان بازنمایی حافظه عمومی در عرصه عمومی نقش دارند، اما در گسترش رفتار ارتباطی عرصه عمومی - که زمینه ممارست خلاقیت جمعی است - نقش فعالی ندارند. نوع دیگر هنر عمومی - که پس از یادواره‌ها و در اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی رواج یافت - مجسمه‌های عمومی معمولاً، ترکیبی یا بزرگ اندازه هستند که نخست، با هدف بهبود فضاهای عمومی و دفاتر اداری به کار گرفته شدند (Boettger, 2002: 3). در روند تداوم این نوع آثار در دهه ۱۹۷۰ میلادی، تحت تاثیر تلاش کمیته گراها برای بازتعریف رابطه بین مجسمه و فضا، هنرمندان مخاطب را بیش‌تر مد نظر قرار داده و در واقع، شروع به اجتماعی‌تر کردن آثارشان کردند (تصویر ۲). بدنال این تحول، به تدریج، سازه‌های پست مدرن، برخی در قالب آثار مستقل و برخی در قالب یادمان‌ها در شهرها و میادین ظاهر شدند (Cartiere & Willis, 2008: 12). در این برهه، ذات و عملکرد هنر عمومی، به عنوان هنری که حقیقتاً، متعلق به عموم است، مورد توجه گرفت. این رویکرد، باعث شد تا عمومی بودن این آثار، منحصر به مساله تعلق و مالکیت شود؛ به گونه‌ای که این آثار ممکن است گاهی، بازتاب سلیقه و ذوق غالب و یا قابل درک برای مخاطب عمومی نباشند؛ یا احتمال دارد از لحاظ احساسی و فکری مورد پذیرش عموم نباشند، اما تنها به واسطه این‌که جزو املاک عموم به شمار می‌روند، اثر هنر عمومی شمرده می‌شوند (Knight, 2008: 7).

از لحاظ فنی می‌تواند در چارچوب هر شاخه و رسانه هنری تعریف شود و تنوع گونه‌های آن، با توجه به مبتنی بودنش بر خلق عرصه عمومی، ناشی از میزان گفتمانی است، که ایجاد می‌کند. در واقع، هر نوع از هنر عمومی که زمینه ارتباطات بیش‌تری را فراهم آورد، در خلق فضای ممارست خلاقیت جمعی کارا تر خواهد بود.

### هنر عمومی سبک نو به مثابه محرک ممارست خلاقیت جمعی

هنر عمومی، برخلاف بسیاری شاخه‌های دیگر هنر، در چارچوب رسانه، فن و یا سبک خاصی تعریف نمی‌شود و انواع مختلفی از هنر می‌توانند تحت عنوان کلی هنر عمومی طبقه‌بندی شوند؛ که آثار موقتی، آثار دائمی، آثار مداخله‌ای، فعالیت‌های اجتماعی مشارکتی، فعالیت سیاسی، هنر خدماتی، هنر اجرا، آثار مکانویژه، یادمان‌ها، یادواره‌ها، فعالیت‌های بینا شاخه‌ای و هنرهای رسانه مجازی از آن جمله هستند (Cartiere & Zebracki, 2016: 3). انواع این شاخه از هنر، با توجه به وابستگی هویت آن به خصلت عمومی بودن، بر مبنای نقشی که در فضای عمومی ایفا می‌کنند، تعریف می‌شوند. به همین دلیل، بهره برداری حداکثری از این هنر در راستای گسترش خلاقیت جمعی، نیازمند گزینش نوعی است که با این هدف سازگاری بیش‌تری دارد و از آن‌جا که ممارست خلاقیت جمعی در فضای ارتباطی عمومی صورت می‌گیرد، مناسب‌ترین نوع هنر عمومی در این راستا، نوعی است که قابلیت ارتباطی بیش‌تری داشته باشد و در واقع، در نقش عامل مثلث سازی در فضای عمومی فعال تر عمل کند.

بررسی تاریخ کاربرد اصطلاح هنر عمومی، نشان می‌دهد که این اصطلاح از ابتدای رسمیت یافتن آن، در مورد انواع گوناگونی از هنر از جمله یادواره‌ها، آثار هنری مکانویژه، مانند پروژه‌های موقت هنر زمینی و مداخله‌هایی مانند مجسمه‌های ترکیبی به کار رفته است. یادواره‌ها از ابتدای رواجشان، به‌طور معمول، به شکل مجسمه‌ای از یک قهرمان ساخته می‌شدند و از تصویر شخصیت‌های تاریخی برای بازنمایی و بزرگداشت پیشینیان یک جنبش استفاده می‌کردند (Shannon, 2013: 49). (تصویر ۱). رواج یادواره‌ها و یادمان‌ها با باور نهادهای مسلط حکومتی به محرومیت عامه مردم از هنر و لزوم بهره‌مندی



تصویر ۱. یادواره فضانوردان (ماخذ: URL1).

ذات ارتباطی آن است؛ این هنر، همواره، در حال طی کردن یک روند تکامل لایتناهی و مدام است که از طریق مشارکت مخاطب در قالب ارتباط برقرار کردن شکل می‌گیرد. این پویایی در واقع، از نوع همان کیفیت پویای مستتر در خلاقیت جمعی مشارکتی است که از راه ارتباطات به وقوع می‌پیوندد. در رویکرد مشارکتی به خلاقیت جمعی نیز خلاقیت نتیجه‌ای نهایی نیست، بلکه یک روند است. بنابراین، یک اثر هنر عمومی سبک نو، می‌تواند به عنوان واسطه مثلث سازی برای ایجاد یک فضای ارتباطی و مشارکتی بین خود و مخاطبان گسترده و متنوع، و یا بین مخاطبان با یکدیگر عمل کند. این فضای شکل گرفته حول یک اثر هنر عمومی سبک نو، همان عرصه عمومی و از دریچه جامعه‌شناسی فرهنگی، فضای «مابین» است که خلاقیت جمعی مشارکتی در آن به ظهور می‌رسد و ممارست می‌شود. بنابراین، هنر عمومی سبک نو قادر به فراهم ساختن زمینه مناسب برای ممارست خلاقیت جمعی است.

در رابطه با یادواره‌ها و مجسمه‌های ترکیبی مستقل شی هنری، حتی ممکن است از لحاظ عملکرد، فاقد ویژگی

در مورد این آثار، با توجه به نادیده گرفتن نقش بازتاب مسایل مدنی، سیاسی و فلسفی متعدد در اغنای اثر هنر عمومی و گذر آن از مرحله مواجهه به هشیاری، تضمینی وجود ندارد که اثر باعث تبدیل مواجهات به ارتباطات شود؛ یا به عبارت دیگر، مثلث سازی کند. در حقیقت، هدف اصلی پیش‌بینی شده برای این نوع اثر هنر عمومی، نه عملکرد به مثابه زبانی بصری برای ابراز و نشر امر جمعی، بلکه در دسترس بودن است. بر این اساس، اگرچه این قسم از آثار هنر عمومی، ممکن است قادر به فراهم نمودن زمینه ارتباطی لازم برای ممارست خلاقیت جمعی نیز شوند، اما ضامن فراهم نمودن آن نیستند، چرا که بدین منظور خلق و تعبیه نشده‌اند.

در ادامه، روند گسترش انواع هنر عمومی، در اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی، سوزان لیبسی هنر عمومی سبک نو را به عنوان نوعی از این هنر - که با عصر جدید مطابقت می‌کند - معرفی کرد. لیبسی، هنر عمومی سبک نو را هنری بصری توصیف می‌کند که هم از رسانه‌های سنتی و هم رسانه‌های جدید برای ارتباط برقرار کردن و تعامل با دایره‌ای وسیع و متنوع از مخاطبان در مورد مسایلی که مستقیماً به زندگی آن‌ها مربوط می‌شود، استفاده می‌کند (Green, 1999: 80) در واقع، می‌توان گفت این نوع از هنر عمومی، هنرمند را در برخورد با مسایل و دغدغه‌های زمانه در ارتباط مستقیم با مخاطب قرار می‌دهد.

ویژگی متمایزکننده هنر عمومی سبک نو از هنر عمومی معمول، به مثابه هنری مبتنی بر مکان و شی محور با تصویری کلی از مخاطبان، و ویژگی مشارکت بین هنرمند و مخاطبان ناهمگون و گسترده است (Knight, 2008: 112). هنر عمومی سبک نو، هنر را به مثابه ارتباطات می‌داند و بدنبال این است که از بررسی‌های استعاری مسایل اجتماعی فراتر رود؛ تابتواند از این طریق طبقات نادیده گرفته شده مردم را نیز در برگیرد و توانمند سازد. راهکارها و اشکال هنر عمومی سبک نو، ممکن است موجب اختلاط مرزهای آن با فعالیت اجتماعی شود؛ هر چند لیبسی، تأکید می‌کند که، هنر عمومی سبک نو نباید زیبایی‌شناسی رافدای سیاست‌کند؛ بلکه باید تلاش کند، این دورا با هم وفق دهد.

بر طبق تعریف لیبسی، توفیق هنر سبک نو در ایجاد تغییر اجتماعی، از طریق نتایج و دستاوردهای نهایی ملموس قابل ارزش‌گذاری نیست (Ibid). قابل ارزش‌گذاری نبودن هنر عمومی سبک نو از طریق نتایج ملموس ناشی از پویا بودن



جاری در فضای عمومی صورت بگیرد؛ چنان که خلاقیت جمعی، نه یک غایت بلکه یک روند است که از طریق نشر عقاید صورت می‌گیرد. بر این مبنا، در مرحله بعدی، رابطه فضای عمومی و هنر عمومی با اتخاذ رویکردی تحلیلی و نقدی به ساختار این دو، مورد بررسی قرار گرفته است. مطالعه تحلیلی ساختار فضای عمومی و هنر عمومی، حاکی از دوسویه بودن رابطه میان آن‌هاست. در واقع عمومی بودن هنر عمومی، منوط به نقش فعال آن در عرصه عمومی است. بنابراین، هنر عمومی می‌تواند از طریق ایجاد ارتباط بین مخاطبان با فضا و نیز با یکدیگر، به مثابه عامل محرک ارتباطات جاری در عرصه عمومی عمل کند و از این طریق، ممارست خلاقیت جمعی در فضای عمومی را تسهیل نماید. با این پیش زمینه، تلاش شد تا از میان انواع رواج یافته هنر عمومی، نوع مناسب آن برای عملکرد در راستای گسترش خلاقیت جمعی مشخص شود. با توجه به تاثیر مشارکت و ارتباطات بر گسترش ممارست خلاقیت جمعی در فضای عمومی، نوع مناسب هنر عمومی برای تحقق این مهم باید مشارکتی یا موجد رفتارهای ارتباطی مخاطبان باشد. به بیان دیگر، باید برای مخاطب نقشی بیش از تماشاگر صرف در نظر گیرد.

از میان انواع مختلف این هنر - که تاکنون رواج یافته‌اند - یادواره‌ها و مجسمه‌های ترکیبی مستقل تضمین کننده چنین عملکردی نیستند. در واقع، حتی چنانچه مواجهه با برخی از این دست آثار به شکل گیری فضایی ارتباطی بیانجامد، این پیامد، ناشی از اقبال است و نه هدف عملکردی این آثار. روند ارتباطات لازم برای ممارست خلاقیت جمعی تحت تاثیر نشر عقاید و به صورت اشتراکی شکل می‌گیرد. این کیفیت ارتباطی به بهترین نحو در برخورد با هنر عمومی سبک نو دیده می‌شود و در واقع، پایه و اساس هنر عمومی سبک نو است؛ چرا که هنر عمومی سبک نو هنر را به مثابه ارتباطات دانسته و آن را مشارکتی و فعال در عرصه عمومی می‌پندارد. در نتیجه، با توجه به امکان ممارست خلاقیت جمعی در عرصه عمومی، نوع مناسب هنر عمومی برای بهره‌وری از آن در این راستا، هنر عمومی سبک نو است.



تصویر ۲. مجسمه فلامینگو، اثر الکساندر کالدر (ماخذ: URL 2).

عمومی بودن باشد؛ و در واقع، نه یک اثر هنری عمومی، بلکه صرفاً اثر هنری واقع در فضای عمومی باشد. در واقع، از آن جا که گسترش عرصه عمومی در این دست آثار یک امکان، و نه هدف است، عمومی بودن آن‌ها قطعی نیست. چنان که جیمز واینز<sup>۱</sup> در نقد بخشی از این آثار - که بدون ارتباط با محیط صرفاً در فضای عمومی واقع شده‌اند - آن‌ها را عناصری تزئینی توصیف می‌کند که گویی، قرار است به صرف تعیبه شدن در فضا، عرصه عمومی را تقویت کنند؛ حال آن که عملکردی بیش از الحاقات جزئی یک فضا ندارند (Wines & Womer, 1967: 205). در حالی که، آثار هنر عمومی سبک نو، از آن جا که ذاتاً، ارتباطی هستند، بخشی فعال از فضای عمومی خود بوده و از طریق مثلث سازی در فرآیند ممارست خلاقیت جمعی نقش دارند. در واقع، می‌توان گفت هنر عمومی سبک نو، حقیقتاً و همواره، عمومی و در فعلیت بخشیدن به فضای عمومی دخیل است و از این لحاظ، مناسب‌ترین نوع تولید هنری در راستای توسعه خلاقیت جمعی می‌باشد.

### نتیجه‌گیری

مقاله حاضر، به سنجش قابلیت هنر عمومی به مثابه ابزاری برای توسعه خلاقیت جمعی و نوع مناسب آن در راستای هدف مذکور پرداخته است. بدین منظور، ابتدا، به تعیین چارچوب معنایی خلاقیت جمعی پرداخته شد. مطابق رویکرد جامعه‌شناختی اتخاذ شده در این پژوهش، ممارست خلاقیت جمعی، می‌تواند در قالب کنش مشارکتی و از طریق ارتباطات

پی‌نوشت

1. Cameron Cartiere.
2. Martin Zebracki.
3. Cher Kraus Knight.

4. George Dickie.
5. Julian Sefton-Green, Pat Thomson, Ken Jones, & Liora Bresler.
6. Kerry Freedman & Patricia Stuhr.
7. Mihaly Csikszentmihalyi.
8. Vlad Petre Glăveanu.
9. Hannah Arendt.
10. William H. Whyte.
11. Chantal Mouffe.
12. James Mensch.
13. Jurgen Habermas.
14. Robert Putnam.

۱۵. ویلیام وایت مثلث‌سازی (triangulation) را روندی توصیف می‌کند که از طریق آن، یک محرک خارجی، موجد حلقه اتصال میان مردم می‌شود و غریبه‌ها را به ارتباط با یکدیگر برمی‌انگیزد به گونه‌ای که، گویی یک‌دیگر را می‌شناسند (Whyte, 2009: 154).

16. Site-specific.
17. Component sculpture.
18. Minimalists.
19. Suzanne Lacy.
20. Alexander Calder.
21. James Wines.

## منابع

- Bankston III, C. L. (2010). *The Human Condition, by Hannah Arendt*. Laurence W. Mazzeno (ed.), Masterplots: Salem Press.
- Boettger, S. (2002). *Earthworks: Art & the Landscape of the Sixties*. California: University of California Press.
- Cartiere, W., Willis, Sh. (2008). *The Practice of Public Art*. London & New York: Routledge.
- Cartiere, C. & Zebracki, M. (2016). *The Everyday Practice of Public Art: Art, Space, & Social Inclusion*. London & New York: Routledge.
- d'Entreves, M. P. (2016). Hannah Arendt. In *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Edward N. Z. (ed.), Retrieved 4/7/2018 from <https://plato.stanford.edu/archives/win2016/entries/arendt/>.
- Ellin, n. (2006). *Integral Urbanism*. London & New York: Routledge.
- Glăveanu, V. P. (2010). Creativity as Cultural Participation. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 41: 1
- Glăveanu, V. P. (2011). How Are We Creative Together? Comparing Sociocognitive & Sociocultural Answers. *Theory and Psychology*, 21 (4), 473-492.
- Green, G. (1999). New Genre Public Art Education. *Art Journal*. 58 (1), 80-83.
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Hietala, L. (2015). Technically, I'm an Artist (Master's thesis). University of Tampere, Finland.
- Hine, R., (2013). *On What Makes Public Spaces Fail & What Makes Them Succeed*. Fund for a Better Waterfront. Retrieved from <http://betterwaterfront.org/william-h-whyte-on-what-makes-public-spaces-fail-what-makes-them-succeed/>.
- Knight, Ch. K. (2008). *Public Art: Theory, Practice and Populism*. Massachusetts & Oxford: Wiley- Blackwell.
- Madanipour, A. (2003). *Public and Private Spaces of the City*. London: Routledge.
- Mensch, J. (2007). Public Space. *Continental Philosophy Review*, 40 (1): 31-47.
- Mouffe, Ch. (2007). Artistic Activism and Agonistic Spaces. *Art & Research: A Journal of Ideas, Contexts and Methods*, Vol. 1 & 2.
- Schnelzer, N. (2016). *Libya in the Arab Spring*. Berlin: Springer VS.
- Sefton-Green, J., Thomson, Pat., Jones, K., Bresler, L. (2011). *The Routledge International Handbook of Creative Learning*. London & New York: Routledge.
- Senie, H. F. (2003). Responsible Criticism: Evaluating Public Art. *Sculpture*, 22(10)
- Senie H. F., Webster, S. (1998). *Critical Issues in Public Art: Content, Context, and Controversy*. Washington: Smithsonian Books.
- Shannon, L. E. (2013). *Monuments to the 'New Woman': Public Art & Female Image Building in America, 1876- 1940* (PhD thesis). University of Iowa. Retrieved from <http://ir.uiowa.edu/etd/1749/>.
- Teerds, H. & Van Der Zwart, J. (2007). *Landscape as Public Domain*. EURA 2007 GLASGOW.
- Whyte, W.H. (2009). *City: Rediscovering the Center*. University of Pennsylvania Press.
- Wines, J., Womersley, S. (2005). *Site: Identity in Density (Master Architect Series VI)*. Image Publishing Group.

## URLs

- URL 1. [http://griffithobservatory.org/exhibits/astronomers\\_monument.html](http://griffithobservatory.org/exhibits/astronomers_monument.html). (14/3/2018)
- URL 2. <http://www.aviewoncities.com/gallery/showpicture.htm?key=kveus8928>. (14/3/2018)



## New Genre of Public Art as a Means of Developing Collective Creativity<sup>1</sup>

### Abstract:

The present article studies the way public art can develop the practice of collective creativity. Collective creativity is a type of collaborative creativity that encompasses diverse strata of people as members of a society. Collective creativity is practiced when there is a need to overcome the probable conflicts and difficulties on a collective scale and as a whole. It is a skill needed for collective problem solving and benefits the public rather than only individuals, in that it is inclusive in engaging people. Collective creativity has been the subject of study from different perspectives. However, despite its importance, creativity has mainly been treated and studied as an individualistic phenomenon when it comes to art.

In other words, although the end of the modern era promised a shift towards a more pluralistic approach to the arts, creativity with regard to art has not been respectively reconsidered and studied in its pluralistic sense. Nevertheless, the socio-cultural theory of collaborative creativity, considering its proximity to the field of art, may pave the way towards an interdisciplinary study of both public art and collective creativity. Maintaining a pluralistic approach towards art rather than an individualistic, elitist one, the public art may serve as a creative medium to promote collective creativity. Adopting a sociocultural approach, the characteristics of the space in which collective creativity is practiced, comply with public spaces in that both of them are collaborative and an interactive process of communication is in progress between them.

Viewed through socio-cultural perspective, collective creativity is a process which is practiced collaboratively and hence, is prevalent in communicative atmospheres. Therefore, it is through communication that people reveal their intentions to each other and their differences and contradictions are disclosed as a result of self-expression. This confrontation of contradictions creates a dialectical atmosphere which is likely to raise conflicts. Considering the unique nature of each human being, such conflicts may be different each time and cannot, therefore, be predicted or dealt with a set of predetermined rules. Consequently, tackling such conflict demands creative thinking. On the other hand, public art, as a pluralistic art exhibited outside institutional frameworks so as to be available to a wide range of audiences, can act as an artistic means to develop collective skills.

Moreover, considering public art - public space relations, and the fact that according to the socio-cultural approach, the public space is the field of collective creativity practice, public artworks may have the potential to trigger the interactive communication process that is required for the practice of collective creativity. To determine whether public art is able to trigger the self-expressing interaction process needed for the practice of collective creativity, the characteristics of this art type are first to be investigated since characteristics of an item are the means that enable it to function in a specific way or towards accomplishing a certain goal.

In the present article, the functionality of public art for the development of collective creativity has been examined. Consid-

### Negar Zojaji

(Corresponding author)  
PhD Candidate, Faculty of Art,  
Alzahra University, Tehran, Iran.  
Email: negar.zojaji85@gmail.com

### Farideh Talebpour

Prof., Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran.  
Email: talebpour@alzahra.ac.ir

### Mojtaba Rafieian

Associate Prof., Faculty of Art & Architecture  
Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.  
Email: rafiei\_m@modares.ac.ir



1- The research is an excerpt of the PhD dissertation of the first author "Defining approaches for public art to establish a creative public space" which is being conducted at the Art Faculty of Alzahra University under the supervision of Dr. Farideh Talebpour and advice by Dr. Mojtaba Rafi'ian.

ering that there exist several definitions of public art, the article first analyzes the nature of public art to prepare the ground-work for the study of its characteristics. Thereafter, due to the typological variety of public art, different types of such art are studied for their level of interactivity, which is the same quality that determines the functionality of public art for developing collective creativity. Since collective creativity is practiced in a communicative space, public art is supposed to prompt interactions if it intends to develop a communicative space. In other words, a work of public art has to serve as a stimulus that triggers communication between individuals. This process of stimulating the parties to prompt interactions is described in technical terms as “triangulation”. The proper type of public art for the objective of collective creativity practice is, thus, the type which can better serve as a triangulation stimulus.

In this article, first the theoretical literature on public art, public space, and collective creativity have been explored and analyzed in order to indicate how these three fields are interrelated. Afterwards, the study deals with how public art needs to be considered in a proper context if it is to contribute to develop collective creativity.

Based on the outcome of this theoretical analysis, the attributes of public art and requisites of collective creativity practice are respectively studied in order to identify the type of public art which is most compatible with the objective of developing collective creativity. Based on the attributes of collective creativity, the new genre public art, due to its communicative nature, holds the most potential for triangulation and is, therefore, the proper type of artistic practice as a means of developing collective creativity.

**Key Words:** Public Art, Public Space, Collective Creativity, New Genre Public Art.

**References:**

- Bankston III, C. L. (2010). *The Human Condition*, by Hannah Arendt. Laurence W. Mazzeno (ed.), Masterplots: Salem Press.
- Boettger, S. (2002). *Earthworks: Art & the Landscape of the Sixties*. California: University of California Press.
- Cartiere, W., Willis, Sh. (2008). *The Practice of Public Art*. London & New York: Routledge.
- Cartiere, C. & Zebracki, M. (2016). *The Everyday Practice of Public Art: Art, Space, & Social Inclusion*. London & New York: Routledge.
- d’Entreves, M. P. (2016). Hannah Arendt. In *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Edward N. Z. (ed.), Retrieved 4/7/2018 from <https://plato.stanford.edu/archives/win2016/entries/arendt/>.
- Ellin, n. (2006). *Integral Urbanism*. London & New York: Routledge.
- Glăveanu, V. P. (2010). Creativity as Cultural Participation. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 41: 1
- Glăveanu, V. P. (2011). How Are We Creative Together? Comparing Sociocognitive & Sociocultural Answers. *Theory and Psychology*, 21 (4), 473-492.
- Green, G. (1999). New Genre Public Art Education. *Art Journal*. 58 (1), 80-83.
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Hietala, L. (2015). *Technically, I’m an Artist* (Master’s thesis). University of Tampere, Finland.
- Hine, R., (2013). *On What Makes Public Spaces Fail & What Makes Them Succeed*. Fund for a Better Waterfront. Retrieved from <http://betterwaterfront.org/william-h-whyte-on-what-makes-public-spaces-fail-what-makes-them-succeed/>.
- Knight, Ch. K. (2008). *Public Art: Theory, Practice and Populism*. Massachusetts & Oxford: Wiley- Blackwell.
- Madanipour, A. (2003). *Public and Private Spaces of the City*. London: Routledge.
- Mensch, J. (2007). Public Space. *Continental Philosophy Review*, 40 (1): 31-47.
- Mouffe, Ch. (2007). Artistic Activism and Agonistic Spaces. *Art & Research: A Journal of Ideas, Contexts and Methods*, Vol. 1 & 2.
- Schnelzer, N. (2016). *Libya in the Arab Spring*. Berlin: Springer VS.
- Sefton-Green, J., Thomson, Pat., Jones, K., Bresler, L. (2011). *The Routledge International Handbook of Creative Learning*. London & New York: Routledge.
- Senie, H. F. (2003). Responsible Criticism: Evaluating Public Art. *Sculpture*, 22(10)
- Senie H. F., Webster, S. (1998). *Critical Issues in Public Art: Content, Context, and Controversy*. Washington: Smithsonian Books.
- Shannon, L. E. (2013). *Monuments to the ‘New Woman’: Public Art & Female Image Building in America, 1876- 1940* (PhD thesis). University of Iowa. Retrieved from <http://ir.uiowa.edu/etd/1749/>.
- Teerds, H. & Van Der Zwart, J. (2007). *Landscape as Public Domain*. EURA 2007 GLASGOW.
- Whyte, W.H. (2009). *City: Rediscovering the Center*. University of Pennsylvania Press.
- Wines, J., Womersley, S. (2005). *Site: Identity in Density (Master Architect Series VI)*. Image Publishing Group.

**URLs:**

- URL 1. [http://griffithobservatory.org/exhibits/astronomers\\_monument.html](http://griffithobservatory.org/exhibits/astronomers_monument.html). (14/3/2018)
- URL 2. <http://www.aviewoncities.com/gallery/showpicture.htm?key=kveus8928>. (14/3/2018)