

مقدمه

هنر عمومی^۱، به‌عنوان یکی از شاخه‌ها و شیوه‌های هنری محسوب می‌شود که همواره در فضای عمومی و در ارتباط با مخاطب عام، مفاهیم و پیام‌های مورد نظر خود را منتقل می‌کند؛ همچنین، موجب ایجاد آگاهی در سطح گسترده‌تری از مخاطبین شده و تأثیر متقابلی را ایجاد می‌نماید که به سبب ارتباط مستقیم مخاطبین عام با اثر هنری موجب می‌شود. هنر عمومی به نسبت بسیاری دیگر از آثار هنری که در مکان‌های خاص و گالری‌ها به نمایش درمی‌آیند، مخاطبین گسترده‌تری دارد. این گونه آثار، برای فضاهای عمومی شهری طراحی و اجرا شده و به سبب انتخاب مکانی عمومی، به‌عنوان هنر عمومی شناخته می‌شوند. بنابراین، هنر عمومی که عموماً در فضای شهری ارائه می‌شود، به‌طور قطع مخاطبین متفاوت و عموم مردم را مد نظر قرار می‌دهد. پرسش‌های اصلی که در این پژوهش مطرح می‌شوند؛ ارتباط انتقال و آموزش خلاقیت به مخاطبین عام با توجه به تجربه‌ای که در تقابل با اثر صورت می‌گیرد چگونه است؟ نظریه تجربه در آموزش جان دیویی چگونه می‌تواند در آموزش خلاقیت توسط هنرهای ارائه‌شده در سطح شهر صورت گیرد؟ مجسمه‌های شهری، یکی از انواع این هنر است که در فضای شهری نصب می‌شود و در صورت وجود خلاقیت در آنها می‌تواند به‌عنوان روش غیرمستقیم آموزش خلاقیت برای مخاطب محسوب شود؛ زیرا مخاطب در فضای عمومی می‌تواند به‌طور مستقیم با اثر ارتباط برقرار کرده و تعامل با آن را تجربه کند. با توجه به تجربه‌ای که در مخاطب ایجاد می‌کند، مسبب خلق آگاهی‌ها و بالا بردن درک او از خلاقیت می‌شود؛ به این سبب که «تجربه رویدادی است که پیوسته حادث می‌شود؛ زیرا تعامل موجود زنده و شرایط محیطی در خود روند زیستن به کار است. در برابر تجربه‌ای از این دست وقتی ماده یا موضوعی تجربه می‌شود، راهش را تا انتها طی می‌کند؛ تجربه‌ای واحد پیدا می‌کنیم. آنگاه است که این تجربه در درون جریان کلی تجربه، یکپارچه می‌گردد و از تجربه‌های دیگر متمایز می‌شود» (دیویی، ۱۳۹۳: ۵۹ و ۶۰). این امر، اهمیت تجربه و در نتیجه آموزش مخاطبین در ارتباط با هنر عمومی را که سبب شکل‌گیری تحقیق حاضر است، قابل تأمل دانسته و بررسی می‌کند؛ زیرا شکل‌گیری تجربه در مخاطبین که به واسطه ارتباط مستقیم با اثر ایجاد می‌شود، اثرات مثبتی را در پی خواهد داشت که در صورت توجه به این امر، می‌توان بسیاری از اطلاعات، پیام‌ها و خلاقیت را به صورت آموزشی غیرمستقیم به مخاطب منتقل کرد.

پیشینه پژوهش

مقاله مهسا بهرامی نیکو و حسن سجاذزاده (۱۳۹۷) با عنوان "نقش هنر عمومی در آفرینش مکان‌های شهری، مورد مطالعاتی: بوستان ملت و آب و آتش تهران"، به تأثیر ارتقای زندگی شهری از طریق توسعه و بهبود ویژگی‌های منحصر به فرد مکان‌های شهری به ضرورت هنرهای مردمی و عمومی می‌پردازد. همچنین، سیاست‌های فرهنگی مردم‌محور و نقش فعالیت‌های هنری و هنر عمومی را در ارتقای کیفی فضاهای شهری که سعی در تبیین رابطه و نقش هنر عمومی در آفرینش مکان‌های شهری دارند، مؤثر می‌داند و نیز بر این مسئله تمرکز دارد که هنر عمومی بر روی چه ابعادی از آفرینش مکان تأثیرگذار است و این تأثیر از چه طریقی و به واسطه چه عناصر و ابزار می‌نماید. 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. مصطفی رستمی و دیگران (۱۳۹۶) در مقاله "تبیین و ارزیابی مؤلفه‌های هنر عمومی"، از منظر ساختاری، به بررسی تطبیقی فضای عمومی پارک لامپینی در بانکوک و پارک ایل گلی در تبریز می‌پردازند؛ همچنین، تمایزات دو فضا را مطرح کرده و هنر عمومی و فرمی مختلف آنها را در دو فضای مذکور بررسی می‌نمایند. در دو مقاله مذکور، شاخصه‌ها و ساختار هنر عمومی در مطالعه موردی مد نظر بررسی شده، اما در مقاله حاضر، به بررسی هنر عمومی با دیدگاه تجربه و آموزش مخاطب پرداخته شده است. مقاله فرشته آل حسینی (۱۳۹۴) با عنوان "پژوهش روایی ماهیت تجربه"، بررسی ماهیت تجربه از منظر جان دیویی از موارد مطرح‌شده در آن است و به این نتیجه نائل آمده که فهم روشن از مفهوم و ماهیت تجربه، خواهد توانست راهگشای یادگیری آگاهانه از طریق تجربه شود. آلیا سکندر (2015) در مقاله‌ای با نام "جان دیویی و فلسفه آموزش او"، به مباحث مطرح‌شده توسط جان دیویی، فیلسوف آمریکایی که در زمینه تجربه و آموزش و اثرات مثبت آن مباحثی را ارائه کرده، پرداخته و معتقد است به واسطه تجربه مستقیم، آموزش به شکل مثبتی صورت خواهد گرفت. در دو مقاله ذکر شده، به مبحث تجربه از دیدگاه جان دیویی و تأثیرات مثبت آن در امر آموزش پرداخته شده؛ در حالی که این پژوهش با تکیه بر دیدگاه و نظریه تجربه جان دیویی، ارتباط تجربه و هنر عمومی و همچنین تأثیرات مثبت آن در راستای پرورش خلاقیت را مورد بررسی قرار داده است که تفاوت این مقاله را با دیگر پژوهش‌های پیشین آشکار می‌سازد.

تحقق تمامی آرزوها و خواسته‌های شهروندان نیست، بلکه خلق اندیشه‌ای است که تصویری کامل از جامعه را به‌عنوان نمادی فعال و محیطی هماهنگ فراهم آورد» (نوروزی، ۱۳۹۳: ۲۶۹ و ۲۷۰). در این جهت، هنرمند سعی در جلب مخاطب و ترغیب وی به اثر و ارتباط با پیام مورد نظر دارد که نوآوری در طراحی و اجرای آن می‌تواند یکی از موارد مؤثر در جلب مخاطب به شمار آید؛ همچنین آثار هنر عمومی با ایجاد روشی متفاوت در ارائه، اثرات متفاوت و گسترده‌تری را نیز به دنبال خواهند داشت. «آثار هنر عمومی از حیثه مشخص زیبایی‌شناسی کلاسیک دور می‌شوند و به جهان واقعی مسائل و مباحث اجتماعی گام می‌نهند» (هوارد جی، ۱۳۸۱: ۱۸). هنر عمومی می‌تواند جنبه‌های آموزشی را نیز برای مخاطبین در سطح شهر فراهم کرده و به‌طور غیرمستقیم تلاشی در جهت آموزش و یا بالا بردن سطح آگاهی و دانش مخاطب داشته باشد. «پروژه‌های هنر عمومی را می‌توان با برنامه‌های آموزشی همراه کرد و می‌تواند دارای ظرفیت‌های آموزشی باشد؛ از جمله به‌دست آوردن مهارت‌های جدید، ایجاد احساس هویت بیشتر با یک محل و نقطه‌نظرهای مورد بحث جامعه» (Hall et al, 2001: 16) که خواهد توانست جنبه آموزشی را نیز در کنار برقراری ارتباط با مخاطب داشته باشد.

آموزش هنر

آموزش؛ یعنی ارتباط بر اساس گفتگو که عوامل مختلفی در تعامل با یکدیگر، این امر را به وجود می‌آورند. «انتقال آگاهی که در تعامل با سه نماینده یعنی مربی، دانش‌آموز و دانشی که آنها توأمان پدید می‌آورند، شکل می‌گیرد؛ هنرمندان به وسیله هنر خویش موجب انبساط خاطر ما گشته و درک و آگاهی ما را اعتلا می‌بخشند» (گودالیس و اسپیرز، ۱۳۹۰: ۳۷۵). در مقاله حاضر، سه نماینده اصلی در جهت آموزش؛ هنرمند، اثر هنری و مخاطب اثر هنری در نظر گرفته می‌شوند؛ در صورتی که ارتباط بین مخاطب و هنرمند که با واسطه اثر هنری صورت می‌گیرد، منجر به ایجاد یادگیری در ذهن مخاطب شود، می‌توان این ارتباط را مؤثر و آموزشی در نظر گرفت؛ زیرا بر طبق گفته دونیس داندیس، «میل و رغبت زیاد انسان نسبت به یک پیام بصری آشکار است. ما به علت‌های گوناگون همواره می‌خواهیم دانش و معارف خود را با شواهد بصری تقویت کنیم. مهم‌ترین دلیل برای این تمایل، همان صریح و مستقیم بودن تصاویر یا پیام‌های بصری و در نتیجه، نزدیکی و الفت آنها با تجربیات واقعی است» (داندیس، ۱۳۹۲: ۱۹). امروزه آثار هنری در فضاهای عمومی می‌توانند ارتباطی موفق در جهت آموزش مورد نظر به مخاطبان عام باشند. در

تحقیق حاضر با بهره‌گیری از مباحث مطرح‌شده در حوزه هنر عمومی، نظریه تجربه در آموزش جان دیویی و خلاقیت به مثابه امری اجتماعی، به بررسی شکل‌گیری آموزش خلاقیت به واسطه هنر عمومی که در سطح شهر و در دسترس مخاطبین عام بوده است، می‌پردازد. این پژوهش سعی بر آن دارد که به اهمیت هنر عمومی در رابطه با پرورش و آموزش خلاقیت در مخاطبین بپردازد؛ همچنین با تکیه بر نظریه تجربه از منظر جان دیویی، آموزش از طریق تجربه مخاطب در مقابله و رودررویی با اثر هنری که در فضای عمومی به نمایش گذاشته شده را بررسی نماید.

روش پژوهش

پژوهش حاضر، با روش توصیفی-تحلیلی و شیوه جمع‌آوری اطلاعات با مراجعه به اسناد کتابخانه‌ای صورت گرفته است؛ همچنین جهت بررسی تأثیر تجربه در آموزش خلاقیت مخاطبین هنر عمومی، مجسمه‌های شهری پدید شاندیز به‌عنوان مطالعه موردی در نظر گرفته شده‌اند. در راستای تحلیل مجسمه‌های شهری مذکور، از نظریه تجربه جان دیویی در جهت انتقال و یادگیری خلاقیت به مخاطب استفاده شده است.

هنر عمومی

از اواخر دهه ۱۹۶۰ م. آثار هنری به‌طور فزاینده‌ای در مناطق شهری، میدان‌ها، پارک‌ها، مدارس، بیمارستان‌ها، ایستگاه‌های راه‌آهن و دیوارهای خارجی خانه‌ها قرار گرفتند. به‌طور کلی، اصطلاح هنر عمومی به آثاری گفته می‌شود که برای دسترسی عمومی ارائه شده‌اند و هنر عمومی بدیهی است که در حوزه عمومی به فعالیت می‌پردازد و فقدان تعامل انتقادی با ساختار آن حوزه، به تأیید ایدئولوژی غالب منجر می‌شود (Miles, 1997: 52). بسیاری معتقد هستند که فضای گالری سنتی، در برابر بازدیدکنندگان علاقه‌مند آزاد است، در حالی که برخی دیگر اصرار می‌کنند که خصوصی‌سازی فضای عمومی بدین معنی است که هنر قرار داده‌شده در این فضاها برای عموم نیست؛ بدین ترتیب، هنر عمومی، هنری است که هدف آن، تمایل به مشارکت با منافع خاص است که احتمالاً باعث واکنش و پایداری می‌شود (sharp et al, 2005: 1003). نظریات متعددی در این باب توسط نظریه‌پردازان ارائه شده‌اند. نظریه جدیدی پیرامون طراحی فضاهای عمومی وجود دارد و آن این است که «ارائه تصویر به‌گونه‌ای باشد که حس شمع و شادمانی و همچنین رضایت خاطر و احساس امنیت در زندگی شهروندان را ایجاد نماید. هدف از طراحی تصاویر،

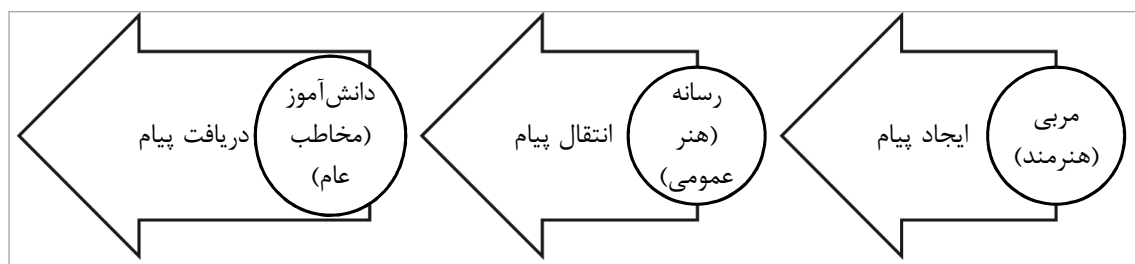
را مطرح کرده است. یکی از موارد مطرح شده توسط وی، نظریه تجربه است که از روش‌های مؤثر در آموزش شناخته می‌شود. در نظریات دیگری نیز تجربه از موارد بنیادینی است که در امر دانش مورد توجه قرار گرفته است؛ از جمله «امپریسم^۴ که در زبان فارسی به اصالت تجربه، تجربه‌گرایی یا تجربه‌باوری برگردانده شده، مدعی است که تمام دانش و معرفت بشر از راه تجربه کسب می‌شود و معرفتی که از راه تجربه کسب نشده باشد و نتواند به وسیله تجربه تأیید گردد، فاقد هر گونه ارزش معرفت‌شناسانه است» (رامین، ۱۳۹۰: ۳۰۴). بنابراین، امر تجربه در راه کسب دانش و یا معرفت، از جمله موارد قابل توجهی است که توسط دیویی مطرح شده است.

ما از تولد تا مرگ، در دنیایی از انسان‌ها و اشیا زندگی می‌کنیم که وجود آنها تا حد زیادی حاصل فعالیت‌های انجام‌شده و انتقال‌یافته انسان‌های قبلی است. وقتی که این حقیقت نادیده گرفته شود، تجربه به‌عنوان موضوعی تلقی می‌شود که صرفاً در درون جسم و ذهن افراد صورت می‌گیرد. لازم به تذکر نیست که تجربه در خلأ به وقوع نمی‌پیوندد و در محیط اطراف فرد، منابعی وجود دارند که باعث پدید آمدن تجربه می‌شوند و به‌طور مرتب آن را تغذیه می‌کنند (دیویی، ۱۳۷۰: ۴۲). در فلسفه آموزش دیویی، پیوند نزدیکی بین زندگی یک کودک و تجربیات او به‌عنوان یک فرآیند مداوم می‌بینیم که او آنها را به‌عنوان هدف آموزش و پرورش در نظر می‌گیرد؛ به این ترتیب آموزش و پرورش، دامنه تجهیز کودک با صلاحیت اجتماعی دارد. به غیر از این روش، آموزش و پرورش بی‌فایده است. دیویی، ارتباط متقابل بین تعامل و تداوم تجارب را می‌بیند. از طریق تعامل است که یک کودک تجربیات را از جامعه به‌ارمغان می‌آورد. از طریق چنین تعاملات مداوم، محیط‌ها ایجاد می‌شوند. این محیط‌ها زمینه‌هایی هستند که در آنها شرایط با نیازها و اهداف شخصی ارتباط برقرار کرده و تجربیات طولانی مدتی را ایجاد می‌کنند. یک تجربه برای او، شامل یک فرآیند دوگانه درک و تأثیرگذاری بر جهان اطراف ما شده و همچنین، تحت تأثیر و تغییر آن

واقع، هنرمند با رسانه‌ای خاص، هدف خود را به‌عنوان یک هنر بصری ارائه داده و مخاطب را تحت تأثیر قرار می‌دهد. «بسیاری از پژوهشگران و تئوریسین‌های هنر معاصر، هنر بصری را در چارچوب وسیع‌تری تحت عنوان فرهنگ بصری قرار می‌دهند. فرهنگ بصری^۲، تمامی اشکال تصویرپردازی بصری از منابع گوناگون را شامل می‌شود. از زمانی که هنرمندان بصری برای جلب اذهان عمومی از طرح‌های رسانه‌ای استفاده می‌کنند یا کسانی که به کارهای تبلیغاتی مشغولند از هنرهای زیبا برای فروش محصولات خویش یاری می‌گیرند» (گودالیس و اسپیرز، ۱۳۹۰: ۳۳). ارتباطات ایجادشده بعد از تحت تأثیر قرار دادن مخاطب، منجر به ایجاد سؤال‌هایی در ذهن مخاطب شده که او را به کنکاش و کنجکاوی برای حل رمز و رازها می‌کشانند. «امکاناتی را که هنر برای تجربه راز و رمزها، پیچیدگی و ابهامات، اعجاز، زیبایی و ظرافت جهان در اختیار دارد، یکی از ارزش‌های اصلی ساخت و مشاهده هنر است» (همان: ۱۸۳). همچنین، «آنچه از طریق دانش و مهارت در یک موقعیت فراگرفته است، ابزاری می‌شود برای بررسی مؤثر موقعیت‌های بعدی این فرآیند همراه با زندگی و یادگیری ادامه می‌یابد» (دیویی، ۱۳۷۰: ۴۷). در همین راستا و با توجه به درگیری ذهن مخاطب در چگونگی و هدف خلق اثر، چه چیزی می‌تواند سبب آموزش مسئله‌ای خاص در ذهن او شود. سعی در آن است که این ارتباط هر چه بهتر و مؤثرتر برقرار شود تا بتواند در ذهن مخاطب تأثیر بیشتری در جهت آموزش بگذارد؛ یکی از روش‌های آموزش مؤثر با توجه به نظریه جان دیویی^۳، تجربه است. در تصویر ۱، به اختصار روند شکل‌گیری آموزش که در این مبحث بین هنرمند و مخاطب و به واسطه اثر هنری شکل می‌گیرد، بیان شده است.

تجربه در امر آموزش

جان دیویی (1859-1952)، تأثیرگذارترین فیلسوف و متفکر آمریکایی قرن بیستم است که مسیر جدیدی را برای تفکر و فرآیندهای آموزشی ارائه کرد (Sikandar, 2015: 191). جان دیویی از فیلسوفانی است که در زمینه آموزش، نظریاتی



تصویر ۱. روند شکل‌گیری آموزش (نگارندگان)

که ما برای شناخت آن به کار می‌بریم. علاوه بر این، تمام تجربه‌های هنری تحت تأثیر فرهنگ بصری قرار دارند و فرهنگ بصری نیز تحت تأثیر عوامل، ایده‌ها، نگاه‌ها، ارزش‌ها و باورهای گوناگونی است که ساختار آن را تشکیل می‌دهند. بنابراین، مطالعه آثار هنری در ارتباط با فرهنگ بصری، نه تنها شامل بررسی خود اثر، بلکه چگونگی فعالیت هنری، نگاه و شناخت دیگران در رابطه با آثار مذکور نیز است. با توجه به طیف گسترده و اشکال گوناگون خلق آثار هنری، تنوع و تفاوت‌های فردی و فرهنگی افراد درمی‌یابیم که آموزش هنر در طول تاریخ، شامل شاخه‌ها، رسانه‌ها و تکنولوژی‌های گوناگون است (گودالیس و اسپیرز، ۱۳۹۰: ۴۴ و ۴۵).

کیفیت هر تجربه‌ای، دو جنبه دارد؛ یک جنبه آنی آن، خوشایندی یا ناخوشایندی است و جنبه دیگر تأثیر آن در تجارب بعدی است. هر تجربه‌ای در حالی که کاملاً مستقل از میل یا خواسته است، در تجارب بعدی به زندگی خود ادامه می‌دهد (دیویی، ۱۳۷۰: ۲۸). واژه تأثیر متقابل، دومین اصل مهم تفسیر تجربه در نیرو و نقش آموزشی آن را بیان می‌دارد و به هر دو عامل تجربه؛ یعنی شرایط عینی و شرایط درونی، اعتباری یکسان می‌دهد. مفاهیم موقعیت و تأثیر متقابل را نمی‌توان از هم جدا کرد. یک تجربه همواره بدان سبب تجربه است که تعاملی میان فرد و آنچه در هر زمان تشکیل دهنده محیط او است صورت می‌گیرد. دو اصل تداوم و تأثیر متقابل از یکدیگر جدا نیستند. آنها مستقل و متحد بوده و به عبارت دیگر، جنبه‌های طولی و عرضی تجربه هستند. موقعیت‌های مختلف به دنبال یکدیگر می‌آیند، ولی به سبب اصل تداوم اثر، تجارب اولیه به تجارب بعدی انتقال می‌یابند (گودالیس و اسپیرز، ۱۳۹۰: ۴۵ و ۴۶). در جدول ۱ به اختصار، روند آموزش بر اساس تجربه مستقیم مخاطب بیان شده است.

خلاصیت

خلاصیت همواره از موارد بنیادینی در خلق هر گونه اثر هنری است که می‌تواند ارزش و کیفیت اثر هنری را بالاتر ببرد. جوهر اصلی خلاصیت، تازگی، ابداع و نو بودن است.

تجربه می‌شود. با توجه به نظریه دیویی، تجربه به طور مداوم اتفاق می‌افتد؛ زیرا تعامل موجودات زنده و شرایط محیطی در فرآیند زندگی درگیر است (Sikandar, 2015: 193-194). بنابراین، تجربه‌های گوناگون فارغ از اینکه به لحاظ موضوعات خود تا چه حد با هم فرق داشته باشند، پاره‌ای الگوهای مشترک دارند و شرایط لازمی است که بدون آنها تجربه ممکن نیست. خطوط اصلی شکل کلی مشترک را این واقعیت رقم می‌زند که هر تجربه‌ای، حاصل تعامل بین موجودی زنده و جنبه‌ای از جوانب جهانی است که دور از آن به سر می‌برد (دیویی، ۱۳۹۳: ۷۱). مسئله تجربه در امر یادگیری و آموزش را می‌توان در شاخه هنرهای تجسمی نیز بازگو کرد؛ زیرا مخاطب همواره با دیدن اثر هنری، تجربیات بصری را تجربه می‌کند. «تجربه بصری انسان، نخست به خاطر یادگیری، فهم و واکنش او نسبت به محیط اوست» (داندیس، ۱۳۹۲: ۱۹).

برای ادراک کردن، بیننده باید تجربه خود را بیافریند و آفرینندگی او باید شامل رابطه‌هایی باشد قابل قیاس با رابطه‌هایی که پدیدآورنده اصلی در معرض آنها قرار گرفته است. این دو گونه رابطه به معنای حقیقی کلمه، یکسان نیستند، اما مدرکیات مخاطب همانند هنرمند، باید به عناصر آن کلی که در فرم یا صورت، ولی نه در جزئیات هستند، نظم و ترتیب ببخشند؛ همان روند تنظیم و ترتیب که خالق اثر آگاهانه تجربه کرده است. بدون عمل بازآفرینی، شیء به صورت اثری هنری ادراک نمی‌شود و هنرمند به فراخور علاقه خود، به گزینش، ساده کردن، روشن‌سازی، کوتاه کردن و فشرده‌سازی پرداخته است. بیننده نیز باید به فراخور نظرگاه و علاقه خود، همین اعمال را انجام دهد. در هر دو مورد، نوعی عمل انتزاع، یعنی بیرون کشیدن آنچه مهم و معنی‌دار است، اتفاق می‌افتد. در هر دو مورد، فراگرفت به معنای تحت‌اللفظی کلمه در کار است؛ یعنی جمع آوردن جزئیات و مفرداتی که به طور فیزیکی درون کل تجربه‌شده‌ای منتشر شده‌اند (دیویی، ۱۳۹۳: ۸۷).

هنر، تنها ارائه یک ایده خلاق به یک شکل مادی نیست، بلکه شامل تمامی فرآیندها، محصولات و فعالیت‌هایی است

جدول ۱. روند آموزش بر اساس تجربه مخاطب

آموزش و تجربه مستقیم مخاطب	
شرایط عینی	شرایط درونی
ترغیب مخاطب	تأثیر در تجارب بعدی
تأثیر متقابل	تداوم

(دیویی، ۱۳۷۰: ۴۶-۲۸)

مثابه فرآیندی اجتماعی، دربردارنده فرآیندی از عرضه و دریافت و به رسمیت شناخته شدن به وسیله دیگران است» (فاضلی، ۱۳۹۱: ۲۱۱).

مجسمه‌های شهری

شهرها همواره به‌عنوان مراکز فعالیت فرهنگی و اخلاقی، نقش مهمی ایفا می‌کرده‌اند و از نخستین روزها توانایی آشکاری در تولید فرهنگ به شکل هنر، اندیشه، سبک و گرایش نشان داده و الهام‌بخش سطوح بالای نوآوری و رشد اقتصادی بوده‌اند (هوبارد، ۱۳۹۶: ۳۲۵).

هنر در شهر، سال ۱۹۶۷ م. سالی که در آن هنر عمومی آغاز شد، منتشر شد (Miles, 1997: 56). بیشتر پدیده‌های غیرمترقبه (درک‌نکردنی) که به وسیله آنها منابع فرهنگی تجهیز می‌شوند، توسط مدیریت‌های شهری در کوششی برای اداره کردن رضایت عمومی در میان مکان‌ها مستقر شده‌اند؛ حسی که فراتر از مشکلات روزمره زندگی شهری است که بسیاری از آنها ممکن است شهری را تجربه کنند که اساساً شهروندان به خوبی آن را انجام می‌دهند: Sharp et al, 2005) (1003-1004). در بهار سال ۱۹۶۷، هنری گلدزبر، متصدی پیشین موزه هنر معاصر متروپولیتن نیویورک، در خلال یک دوره سخنرانی به شهر گرند ریپدز در ایالت میشیگان رسید؛ وقتی شهر را به او نشان می‌دادند بر حسب تصادف به راهنمای خود گفت که میدان بزرگ و تازه شهر برای مجسمه‌ای در هوای آزاد، جای بسیار باشکوهی است (هوارد جی، ۱۳۸۱: ۱۳ و ۱۴). علاوه بر این، مجسمه‌های شهری می‌توانند از جنبه زیبایی‌شناختی نیز مورد بحث باشند؛ همان‌طور که فیل هوبارد در کتاب "شهر" خود این مسئله را بیان می‌دارد که «محیط محلی ساخته‌شده ممکن است به‌عنوان یک منبع الهام زیبایی‌شناختی، اهمیت خاصی داشته باشد» (هوبارد، ۱۳۹۶: ۳۵۰).

در قرن ۲۱، زیباسازی فضاهای شهری با موفقیت در حال شکل‌گیری است. تصاویر شهری، ویژگی‌های فرهنگی شهر را نشان می‌دهند و هم‌زمان انتقال‌دهنده پیام‌ها از نسلی به نسل دیگر هستند (نوروزی، ۱۳۹۳: ۲۶۷). عادت اسمیت در مورد گذاشتن آثار کامل‌شده در محوطه‌های باز و وسیع اطراف استودیوی خود در بولتن لندینگ در ایالت نیویورک، برخی رؤسای موزه‌ها و کارمندان عالی‌رتبه را متقاعد ساخت که این نوع هنر می‌تواند به صورتی مؤثر در بیرون از دیوارهای موزه عمل کند. در واقع، این سازه‌های بزرگ و براق از فولاد ضد زنگ - همتای نقاشی پرتحرک و اکسپرسیونیستی انتزاعی آن دوران در مجسمه‌سازی - فقط می‌توانستند در هوای آزاد

وایتهد^۵ در کتاب "فرآیند و واقعیت" استدلال می‌کند که «خلاقیت، پیدایی تازگی‌ها است، پیدایی همیشگی تازگی در ذات طبیعت است، آن‌گونه‌ای که خلاقیت را چون اصل غایی در نظر می‌آورند» (فاضلی، ۱۳۹۱: ۲۱۰). در مجموع، وایتهد جهانی را مطرح می‌کند که عبارت از "پیشرفتی خلاق به سوی تازگی" است (همان). خلاقیت به‌طور کلی، از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد. به‌طور فهرست‌وار، این عوامل عبارت هستند از:

- عامل عصب‌شناختی، شیمیایی و زیست‌شناختی خلاقیت
- ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و حتی فنی و تکنولوژیکی که خلاقیت در آنها شکل پیدا می‌کند و بر خلاقیت تأثیرگذار هستند.
- مجموعه بسترهای تاریخی و خلاقیت در هر مفهومی که تصور کنیم، به کارهای خیال‌پردازانه و نوآورانه اشاره دارد. در واقع، به راحتی می‌توان گفت همه شکل‌های تولید و مصرف برای اجرا، نیازمند سطحی از خلاقیت هستند. به جز بند اول، سایر عوامل، مجموعه "عوامل زمینه‌ای خلاقیت" یعنی عواملی که خلاقیت را به وجود می‌آورند، هستند. مجموعه این عوامل، کلیت شکل‌دهنده خلاقیت را تشکیل می‌دهند. پیش‌فرض بنیادین در رویکرد فرهنگی این است که خلاقیت، بیشتر "برساخته اجتماعی" است تا "امری فردی و زیست‌شناختی" (همان: ۲۱۱). با وجود این، در محافل سیاسی معاصر، خلاقیت معنای محدودتری دارد که به توانایی افراد و گروه‌ها برای تولید مصنوعات یا نمایش‌هایی متمرکز است که از نظر فرهنگی یا هنری ارزشمند هستند؛ بدین ترتیب، واژه صنایع خلاق را اغلب در معنای علامتی اختصاری برای توصیف همگرایی میان بخش هنر و صنایع رسانه‌ای و اطلاعاتی به کار می‌برند که معمولاً شامل تبلیغات، معماری، هنر و اشیای باستانی، طراحی و مد، نرم‌افزار، موسیقی، هنرهای نمایشی و رادیو و تلویزیون است. همچنین، این صنایع با فعالیت‌های بخش خدمات از قبیل؛ گردشگری، پذیرایی یا ورزش نیز تفاوت دارند که به جای کالایی فرهنگی، یک تجربه را تولید می‌کنند و می‌فروشند (هوبارد، ۱۳۹۶: ۳۳۰). نگس و پیکرینگ^۶ (۲۰۰۴) در کتاب "خلاقیت، ارتباط و ارزش فرهنگی"، نظریه‌ای درباره خلاقیت بر پایه تلقی خلاقیت به مثابه تجربه اجتماعی ارائه می‌کنند. به اعتقاد آنها «اندیشیدن درباره خلاقیت، ملزم اندیشیدن درباره تجربه است. تجربه خلاقه، مستلزم اراده‌ای برای احضار و بیان تجربه و ارتباط با دیگران است. همچنین، به اعتقاد آنها «تجربه تا زمانی که صورت ارتباطی نیابد، تحقق نمی‌پذیرد. از این‌رو، خلاقیت یک فرآیند اجتماعی است. خلاقیت به

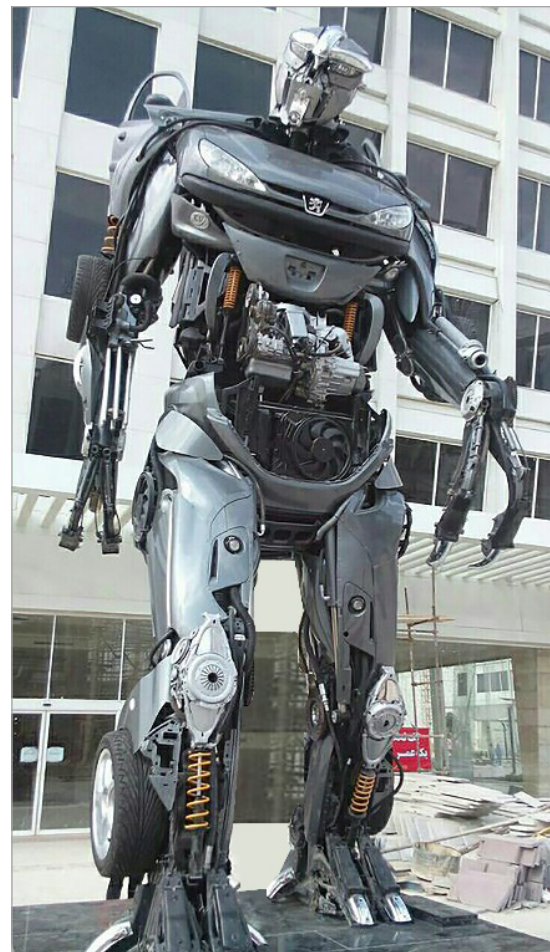
مجسمه‌هایی که در شهرها و فضاهای عمومی نصب و اجرا می‌شوند می‌توانند به‌عنوان هنر عمومی که در دسترس همگان و عموم مردم است، مورد بررسی قرار گیرند. یکی از مجسمه‌های شهری که امر خلاقیت در آن به وضوح قابل مشاهده است، مجسمه‌های "تغییر شکل دهنده‌ها" هستند که با الهام از فیلم ترانسفورمرز در شهر پدیده شان‌دیز مشهد ساخته شده و به نمایش درآمده‌اند (تصاویر ۲ و ۳). فیلم مذکور، بازگوکننده تغییر شکل ربات‌های خوب و بدی است که قابلیت تغییر شکل داشته و می‌توانند به خودرو تبدیل شوند. این مجسمه که در فضای شهری نصب شده، از ماکت یک دستگاه پژو، توسط سازنده آن حسن نوروزی، ایده‌پردازی و اجرا شده است؛ بنابراین، خلاقیت در استفاده متفاوت از ابزار را می‌توان در این اثر مشاهده نمود که با شیوه‌ای متفاوت، قصد ارائه اثری متفاوت در سطح شهر را داشته است که این امر به سبب دارا بودن خلاقیت، می‌تواند باعث بروز آموزش

متصور شوند. در اواسط دهه شصت، مجسمه‌سازی در ابعاد بزرگ به راه افتاده بود؛ بسیاری از هنرمندان اکنون دیگر با بسیاری از مواد صنعتی، قطعات بزرگی می‌سازند (هوارد جی، ۱۳۸۱: ۲۲).

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 زیباشناختی و نقش دکوراتیو، به‌عنوان ابزاری قدرتمند در آفرینش مکان که علاوه بر احیای کالبدی و فعالیتی، متضمن معنابخشی 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، رؤیاهای و تعصبات مردم آن مکان است، این آثار می‌توانند به‌طور معناداری، به تجربه شهروندان از مکان کمک کنند (بهرامی نیکو و سجادزاده، ۱۳۹۷: ۱۵۶).



تصویر ۳ (چپ). نمای متفاوت از مجسمه تغییر شکل دهنده‌ها، حسن نوروزی، شهر پدیده شان‌دیز، ۱۳۹۸ (URL: 1)



تصویر ۲ (راست). مجسمه تغییر شکل دهنده‌ها، حسن نوروزی، شهر پدیده شان‌دیز، ۱۳۹۸ (نگارندگان)

فوق نه فقط با آنچه می‌بینیم بلکه با آنچه در عمل به تجربه درمی‌آوریم، تعریف و تبیین می‌گردد» (گودالیس و اسپیرز، ۱۳۹۰: ۴۵). این گفته که تصاویر شهرها مردمان خلاق را جذب می‌کند، به روشنی بر یکی از جنبه‌های ارتباط میان شهرها و خلاقیت تأکید دارد. مسلماً محیط‌های متفاوت، جریان‌های متفاوتی را ایجاد می‌کنند (هوبارد، ۱۳۹۶: ۳۴۱).

ایجاد وسعت تخیل و بروز خلاقیت و ابتکار در مخاطب، یکی از اهداف اصلی آموزش در هنر محسوب می‌شود. «بررسی و مطالعه تحولات گسترده در دو دهه آخر قرن بیستم، خلاقیت را جوهر اساسی تمامی فرآیندهای اجتماعی، اقتصادی و تکنولوژیکی نشان می‌دهد که به گونه‌ای عمیق، ارکان نظام‌های آموزشی را دگرگون ساخته است. تغییر جهت نظام‌های آموزشی از ارائه برنامه‌های صرفاً آموزشی به سوی برنامه‌های تربیت تفکر خلاق، با تغییر محتوا و روش‌های آموزش همراه بوده است» (رهبرنیا، ۱۳۹۶: ۱۵۴).

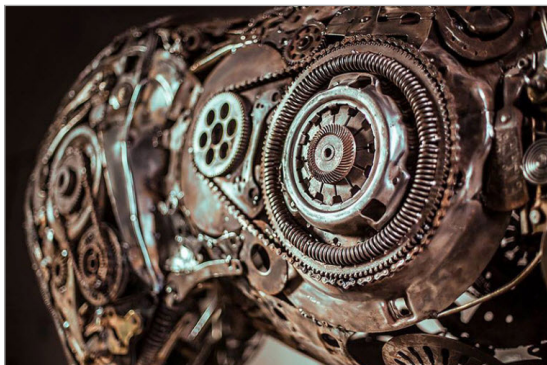
وقتی بعد از وقوع تجربه‌ای آن را در ذهن خویش مرور می‌کنیم، ممکن است دریابیم که یک خاصه، و نه خاصه‌ای دیگر، آن قدر غالب بوده که مشخصه کل آن تجربه است. کاوش‌ها و نظروبررسی‌های گیرایی وجود دارند که دانشمندان و فیلسوفان آنها را به منزله تجربه به معنای پررنگ و پرمایه لفظ به یاد خواهند آورد. متفکر نمی‌تواند کار خود را انجام دهد، مگر وقتی که تجربه‌های تام و تمامی که ذاتاً ارزنده هستند، او را مسحور می‌کنند و پاداش او می‌شوند. بدون آنها هرگز نمی‌تواند دریابد که به واقع درباره چه چیز قرار است فکر کند و در تمیز فکر واقعی از فکر کاذب به کلی ناتوان است. تفکر در قالب زنجیره‌های تصورات یا ایده‌ها جریان پیدا می‌کند، اما تصورات تنها از آن‌رو زنجیره‌ای تشکیل می‌دهند که بسیار بیشتر از آن چیزی هستند که روان‌شناسی تحلیلی تصور می‌نماید (دیویی، ۱۳۹۳: ۶۱). علاوه بر این، وجود خلاقیت در اثر هنری

خلاقیت در مخاطبین عام شود. همین‌طور اثر دیگری با عنوان "اسب اسطوره‌ای بالدار" که با استفاده از جوشکاری قطعات فلزی غیرمعمول توسط حسن نوروزی ساخته شده نیز در شهر پدیده شاندیز نصب شده است (تصاویر ۴ و ۵).

تجربه و آموزش خلاقیت

هنر عمومی، نقشی محوری در بیان تاریخ و شخصیت یک شهر دارد و نمایشگاهی از استعداد، خلاقیت و توانمندی‌های هنرمندان به شمار می‌رود، عنصری تعیین‌کننده در طراحی فضای شهری خلاقانه محسوب می‌شود تا هدف اصلی و بنیادین هنر عمومی برای جلب نظر مردم و التذاذ از آثار هنری شهری و صرف زمان بیشتری در آن محقق شود (رستمی و دیگران، ۱۳۹۶: ۵۴). قرار گرفتن هنر در فضای عمومی، سبب ایجاد ارتباط نزدیک‌تر مخاطب عام با اثر هنری می‌شود و مخاطب می‌تواند تجربه برقراری ارتباط مستقیم با اثر هنری را داشته باشد.

اگر تجربه، حس کنجکاوی را برانگیزد، ابتکار را تقویت نماید و میل و قصدهایی کاملاً قوی به وجود آورد که فرد را در آینده به نقاط مرده و بی‌توجه بکشاند، تداوم به طریق بسیار متفاوتی عمل کرده است. هر تجربه‌ای، یک نیروی محرک است و ارزش آن را می‌توان بر اساس جهت و نتیجه کار، مورد قضاوت قرار داد (دیویی، ۱۳۷۰: ۴۰). نصب و ارائه مجسمه در محیط‌های شهری، سبب درگیری ذهن مخاطب عام با اثر مورد نظر می‌شود و وجود خلاقیت و ابتکار در اثر، ضمن برقراری ارتباط مخاطب و تجربه دیدن خلاقیت به صورت عینی، موجب ایجاد آموزش این خلاقیت و ابتکار در وی می‌شود. «ما چه بخواهیم و چه نخواهیم، بخشی از جهان بصری هستیم. شیوه‌های متنوع کاربرد هنر در فرهنگ بصری، بر دامنه و وسعت تخیل بشر تأثیر می‌گذارد. با وجود این، نحوه ساخت معانی و نوع تلقی و دریافت ما از تصاویر



تصویر ۵ (چپ). نمای نزدیک مجسمه اسب اسطوره‌ای بالدار، حسن نوروزی، شهر پدیده شاندیز، ۱۳۹۸ (URL: 3)

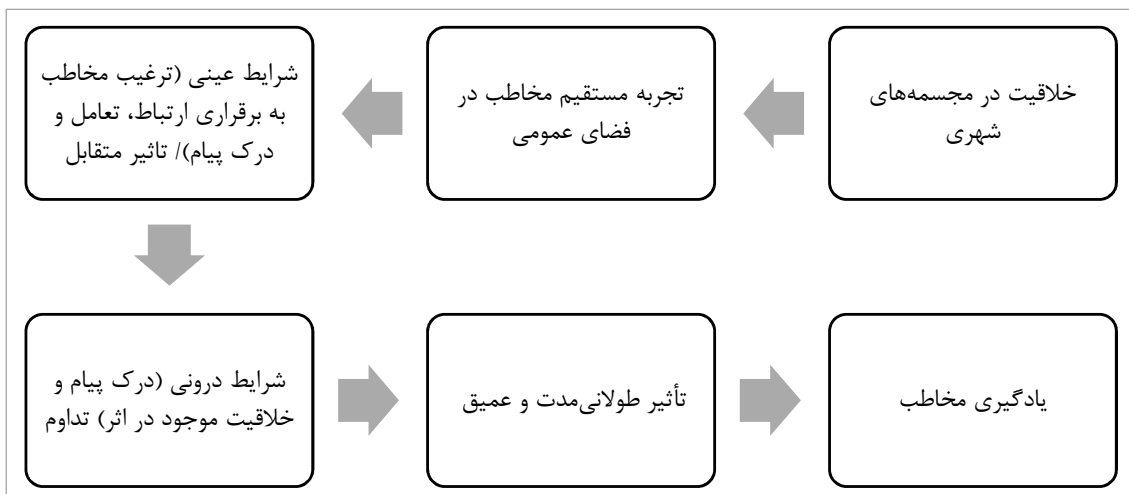


تصویر ۴ (راست). مجسمه اسب اسطوره‌ای بالدار، حسن نوروزی، شهر پدیده شاندیز، ۱۳۹۸ (URL: 2)

خلاقیت از ذهن هنرمند به ذهن مخاطب خواهد بود که اندیشه‌های ژرف مخاطب را به دنبال خواهد داشت. در روند مذکور، ابتدا مخاطب به کنکاش در اثر هنری پرداخته و متوجه خلاقیت موجود در اثر می‌شود و در مرحله دوم با توجه به ترغیب در مرحله اول، مخاطب سعی در درک اثر داشته و خلاقیت موجود در آن در ذهن او اثر گذاشته و تأثیرات عمیقی را به دنبال خواهد داشت؛ تأثیر عمیق اثر، موجب آموزش خلاقیت در مخاطب به صورت غیرمستقیم می‌شود و به‌طور کلی، مخاطب با تجربه مستقیم با اثر هنری، به صورت غیرمستقیم مورد آموزش و یادگیری قرار می‌گیرد و در صورت وجود خلاقیت در اثر، متقابلاً مخاطب نیز راهی که هنرمند با خلاقیت سعی در ایجاد و انتقال پیام داشته است را آموزش می‌بیند. به گفته فیل هوبارد، «فضای محلی خلاق که با افراد خلاق پرورش یافته، خلاقیت جمعی را پرورش می‌دهد» (هوبارد، ۱۳۹۶: ۳۴۹)؛ بنابراین، وجود خلاقیت در سطح شهر می‌تواند موجب بالا بردن خلاقیت در مخاطبین عام شود.

که در سطح شهر ارائه می‌شود، می‌تواند تصویری متفاوت به شهر بدهد که این خود باعث ایجاد هویتی به‌خصوص برای شهر و مخاطبین آن خواهد شد. «جذابیت استعداد خلاق به این بستگی دارد که شهر بتواند تصویری جهان‌شهری، خلاق یا دوست‌داشتنی از خود ارائه دهد» (هوبارد، ۱۳۹۶: ۳۳۹). در تصویر ۶ سعی شده است روند آموزش خلاقیت در مجسمه شهری که در فضای عمومی و به‌عنوان هنر عمومی طراحی و ارائه شده است، نمایش داده شود و این مسئله بیان شود که در صورت وجود خلاقیت در مجسمه شهری، روند برقراری ارتباط مخاطب و اثر هنری می‌تواند موجب یادگیری و آموزش مسئله خلاقیت در ذهن مخاطب شود.

در مجسمه‌های شهری پدیده شان‌دیز به سبب خلاقیت موجود در اثر که توسط قطعات خودرو ساخته شده است، مخاطب با تجربه اثر مذکور به صورت عینی، و تقویت حس کنجکاوی در وی، سعی در کشف چگونگی ساختار اثر مذکور دارد؛ بدین جهت بعد از تأثیر متقابل و تداوم تجربه در ذهن مخاطب، خلاقیت و ابتکار در او ایجاد می‌شود و این روند



تصویر ۶. آموزش خلاقیت بر اساس تجربه مخاطب (نگارندگان)

نتیجه‌گیری

با توجه به اینکه هنر عمومی، از انواع هنری محسوب می‌شود که در مکان‌های عمومی و در مقابل دید بسیاری از مخاطبان عام به نمایش درمی‌آید، می‌تواند تأثیرات ژرف‌تری را نسبت به انواع دیگر هنرها که در گالری‌ها و فضاهای خصوصی تری به نمایش گذاشته می‌شوند، به دنبال داشته باشد. این شاخه هنری با قرار دادن اثر هنری در دسترس جمعیت زیادی از مخاطبان و تداوم برقراری ارتباط مخاطبین با اثر، سبب ایجاد اندیشه‌های ژرفی در آنها شده که می‌توانند الهام‌بخش بسیاری از خلاقیت‌ها در ذهن مخاطب باشند. با توجه به نظریه تجربه که از سوی جان دیویی مطرح شده است، تجربه، امر اساسی در جهت آموزش تلقی می‌شود که مخاطب با دیدن این آثار و ایجاد حس کنجکاوی و نیز تأثیر متقابل و تداوم تجربه ایجادشده، افکار جدید و خلاقانه را در ذهن می‌پروراند؛

همچنین، روند آموزش بر اساس تجربه مخاطب در شرایط عینی به صورت‌های ترغیب و تأثیر مخاطب و در شرایط ذهنی به شکل تأثیر در تجارب بعدی و تداوم صورت می‌گیرد که خلاقیت را که امری اجتماعی دانسته شده، به مخاطب آموزش می‌دهد. مجسمه‌های شهری که یکی از انواع این شاخه هنرهای عمومی محسوب می‌شوند، در مناطق پرتدد، در سطح شهر و در ارتباط مستقیم با مخاطب نصب شده و ارتباط بیشتر و مؤثرتری را برقرار می‌کنند؛ یکی از انواع آنها، مجسمه‌هایی است که در شهر پدیده شاندیز و با خلاقیت استفاده از قطعات مختلف خودرو و با شیوه‌ای نوین اجرا شده‌اند. در راستای موارد مطرح‌شده، مخاطب با دیدن این‌گونه از خلاقیت، وسعت تخیل و آگاهی خود را با تجربه مستقیم اثری خلاقانه بالا برده که نتایج مطلوب و مثبتی را در آموزش خلاقیت مخاطب به دنبال خواهد داشت.

پی‌نوشت

1. Public Art
2. Visual Culture
3. John Dewey
4. Empiricism
5. Alfred North Whitehead
6. K Negus and M Pickering

منابع و مأخذ

- آل حسینی، فرشته (۱۳۹۴). پژوهش‌های روایی ماهیت تجربه. *فصلنامه تربیت معلم فکور*، سال اول (۱)، ۱۴-۳.
- بهرامی نیکو، مهسا و سجادزاده، حسن (۱۳۹۷). نقش هنر عمومی در آفرینش مکان‌های شهری؛ مورد مطالعاتی: بوستان ملت و آب و آتش تهران. *نشریه معماری و شهرسازی آرمان شهر*، ۱۱ (۲۳)، ۱۵۸-۱۴۷.
- داندیس، دونیس (۱۳۹۲). *مبادی سواد بصری*. ترجمه مسعود سپهر، چاپ سی و هفتم، تهران: سروش.
- دیویی، جان (۱۳۷۰). *تجربه و آموزش و پرورش*. ترجمه سید اکبر میر حسینی، چاپ اول، تهران: کتاب.
- ----- (۱۳۹۳). *هنر به مثابه تجربه*. ترجمه مسعود علیا، چاپ اول، تهران: ققنوس.
- رامین، علی (۱۳۹۰). *نظریه‌های فلسفی و جامعه‌شناختی در هنر*. چاپ اول، تهران: نی.
- رستمی، مصطفی؛ سروی زرگر، رقیه و عینی، حجت‌الله (۱۳۹۶). تبیین و ارزیابی مؤلفه‌های هنر عمومی (نمونه موردی: پارک لامپینی بانکوک و ایل گلی تبریز). *نشریه باغ نظر*، سال چهاردهم (۴۹)، ۶۴-۵۳.
- رهبرنیا، زهرا (۱۳۹۶). *تحولات نمایشگاهی هنرها در سایه نظریه‌های یادگیری*. چاپ اول، تهران: دانشگاه الزهرا.
- فاضلی، نعمت‌اله (۱۳۹۱). *جستارهای جامعه‌شناختی و انسان‌شناختی در زمینه ادبیات و هنر؛ مردم‌نگاری هنر*. چاپ اول، تهران: فخرآکیا.
- گودالیس، ایوان و اسپیرز، پگ (۱۳۹۰). *رویکردهای معاصر در آموزش هنر*. ترجمه فرشته صاحب قلم، چاپ اول، تهران: نظر.
- نوروزی، ستاره (۱۳۹۳). *تأثیر اجتماعی نقاشی‌های دیواری در بناهای شهری*. چاپ اول، تهران: فرهنگسرای میردشتی.
- هوارد جی، اسمانگولا (۱۳۸۱). *گرایش‌های معاصر در هنرهای بصری*. ترجمه فرهاد غبرایی، چاپ اول، تهران: پژوهش‌های فرهنگی.
- هوبارد، فیل (۱۳۹۶). *شهر*. ترجمه افشین خاکباز، چاپ دوم، تهران: علمی فرهنگی.
- Hall, T. & Robertson, I. (2001). Public art and urban regeneration: Advocacy, Claims and Critical Debates. *Landscape Research*, 26 (10), 5-26.
- Miles, M. (1997). *Art, space and the city (public and urban futures)*. London: Routledge.



- Sharp, J.; Pollock, V. & Paddison, R. (2005). Just Art for a Just City: Public Art and Social Inclusion in Urban Regeneration. *Urban Studies*, 11 (42), 1001-1023.
- Sikandar, A. (2015). John Dewey and his philosophy of education. *Journal of Education and Educational Development*, 2 (2), 191-201.
- URL 1: <http://fliphtml5.com/imdn/duao/basic> (access date: 1398/03/20).
- URL 2: <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1394/01/26/711869/%D8%A2%D8%AB%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%AC%D8%B3%D9%85%D9%87-%D8%B3%D8%A7%D8%B2-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86%DB%8C-%D8%AA%D9%88%D8%AC%D9%87-%D8%AC%D9%87%D8%A7%D9%86%DB%8C%D8%A7%D9%86-%D8%B1%D8%A7-%D8%A8%D9%87-%D8%AE%D9%88%D8%AF-%D8%AC%D9%84%D8%A8-%DA%A9%D8%B1%D8%AF> (access date: 1399/10/28).
- URL 3: <https://www.1pezeshk.com/archives/2015/04/pegasus-made-from-scrap-metal.html> (access date: 1399/10/28).



Received: 2020/07/07

Accepted: 2020/12/07

The Effect of Experience on Public Art and Urban Sculpture Audiences' Creativity

Effat Al-Sadat Afzal Tousi* Farimah Fatemi**

Abstract

The public art term is the work of arts presented in public places to access for ordinary people and audiences, and also it tends to communicate and contribute to people and public audiences. Public art will have positive consequences for the audience due to its direct communication with the audience. One of the subsets of public art is urban sculptures settled in public and busy places, and they are converted to social structures. The present study intends to examine the relationship between urban sculptures as a factor for teaching creativity to general public based on the audience's direct experience by using descriptive-analytical method and referring to the library documents, and answers this question: What is the relationship between transmitting and teaching creativity to the general audience, in light of the experience contrasting public art? The relationship between the audience and work of art can increase the audience's understanding, awareness, and creativity; today it is believed that creativity is considered as the basic essence of all social processes. In this regard, the education theory of John Dewey, the American theorist and philosopher, was used. Findings and results of the research prove that if experience arouses curiosity, the audience's initiative will strengthen and a motivating force will be created which leads to the emergence and learning of creativity; this will expand the scope of the audience's imagination. The present paper is about the sculptures installed in the city of Padideh Shandiz, and represent as a creative element in the public space and in relation to the general audience.

Keywords: Public Art, Experience, Creativity, Urban Sculpture

* Associate Professor, Faculty of Art, Al-Zahra University, Tehran. Iran. (Corresponding Author).

Afzaltousi@alzahra.ac.ir

** Ph.D Student in Art Research, Faculty of Art, Al-Zahra University, Tehran. Iran. *farimah2f@yahoo.com*