

**EXTENDED
ABSTRACT**

The Impact of Urban Visual Arts on the Viewers

(The Case Study of the Anniversary of Baharestan Urban Arts, Tehran, 2016)

***Asghar Kafshchian Moghadam¹**

***Forough Amouian²**

1- Associate Professor in Visual Arts Faculty; Tehran University.

kafshchi@ut.ac.ir

2- PhD Candidate in Art studies; College of Fine Arts; Tehran University.

Received: 10 May 2018

Accepted: 23 July 2018

Introduction

Keywords:
Anniversary of Urban
Arts,
urban beautification,
urban art.

The objective of the present research was to examine how urban visual arts impact on the viewers so that the effective factors involved could be identified and analyzed. In this respect, the works represented in the Anniversary of Baharestan Urban Arts, Tehran, 2016, as a case study, were examined. Accordingly, the main question was that how the works represented in this anniversary could impact on the viewers. In this connection, Salman Vahdat (2016) examined how urban visual arts could attract people to the public spaces mainly by focusing on urban graphics. In the research reported by Narsis Sohrabi (2017), entitled Public Art: Place Making or Focus on Values (Case Study: Vali-Asr Street, Tehran), the extent of the public participation has been examined. Notwithstanding, apparently concerning the impact of urban visual art on the viewers residing in Tehran no study has been conducted so far.

Methodology

The methodology of this research is descriptive-analytic and the data were collected from library sources. Here, the works represented in the Anniversary of Baharestan Urban Arts, Tehran, 2016 were examined from four distinct approaches namely cultural, symbolic, interactive and environmental. Then, the approaches were analyzed based on formal, social, cultural and environmental factors and the results were reported.

Anniversary of Baharestan Urban Arts, Tehran, 2016

Anniversary of Baharestan is one of the cultural plans of Tehran Musically held to encourage national occasions and support artists, designers, sculptors, etc. This artistic event is the continuation of other artistic biennials, held by Tehran Musically since 2006, in different fields like urban furniture, urban sculptures, environmental art as well as interactive art. The general aim has been improving the quality of the public spaces through

representing artistically innovative works. Such activities resumed more coherently since 2015. Professional and non-professional artists (in 6 different fields namely sculpture, environmental arts, graphics, artistic arrangement, murals and decorating Nowrooz eggs) were called to represent their works for the coming Nowrooz of 2016.

Certain works were represented permanently and certain temporarily. The works represented, with cultural, symbolic conceptual and environmental approaches, dealt both with traditional and modern issues. Each of these approaches were, in a sense, a response to environmental considerations, improving the quality of urban spaces, encouraging the people to walk as well as respecting the traditional arts (Table 1).

Results and Discussion

Urban arts, including the artworks shown in the Anniversary of Baharestan Urban Arts, Tehran, 2016, have their own features the most salient of which are as follows:

- 1- Such works may be represented permanently or temporarily.
- 2- Performers are professional artists or civilians.
- 3- The costs for such activities are paid by public and/or private sectors or NGOs (Sturley, 2010:2).

Advantages

- 1- Improving the social interactions of the civilians in social environments.
- 2- Giving identity to places through personifying forms and the relationships among different parts (Pakzad, 2004).
- 3- Creating challenges through posing questions in the viewers' mind.
- 4- Improving the image of city by preserving the cultural models (Remesar, 2005:121).
- 5- Creating unity among different urban parts and, at the same time, preserving the urban integrity.
- 6- Respecting environmental elements and using locally available materials.
- 7- Improving the visual quality of cities and urban beautification.

Conclusion

The works shown in in the Anniversary of Baharestan Urban Arts are in line with the urban artistic indexes and enjoy the three features mentioned earlier. Given that awareness and conceptualization of the viewers are the most important items with respect to urban artistic considerations, it seems that the Anniversary of Baharestan Urban Arts has been successful in interacting with the viewer both by emphasizing on aesthetic aspects and depicting cultural and social themes.

References

- Pakzad, J. (2004). A guide to designing urban spaces in Iran. Tehran: The Ministry of Housing and Urbanization. The Deputy Architecture and Urbanization Department. Secretariat for High Council of Urbanization and Architecture.

*Table 1. Analysis of works according to urban art indicators.
Source: authors*

The Case Study	Formal Factor	Social Factor	Cultural Factor	Environmental Factor
Decorative approach, with cultural theme  Picture 1	* Visually understandable effects * free expression and assertive representation	* Easily Understandable by the viewers	* Respecting cultural patterns * Taking into account color and texture * Harmony of form and content * Reviving cultural themes	* Taking into account vision field * Using locally available materials in the works.
The Case Study	Formal Factor	Social Factor	Cultural Factor	Environmental Factor
Symbolic approach  Picture 2	* Visually understandable effects * Free expression and combined performance * using various materials	* Evoking questions * Respecting universally accepted symbolic concepts * Respecting social considerations	* Harmony of color and form with content	* Respecting vision field * Adaptation to scales and environmental elements
The Case Study	Formal Factor	Social Factor	Cultural Factor	Environmental Factor
Interactive approach  Picture 3	* using various materials * Free expression * Immediate understandability * Variety in visual, formal and color elements	* Involvement of the viewer in the work * Respecting social distance * Universally accepted social identity	* Harmony of form with content * media role in reviving cultural themes	* Adaptation to scales and environmental elements * Respecting vision field * harmony between the idea with environmental elements
The Case Study	Formal Factor	Social Factor	Cultural Factor	Environmental Factor
Environmental approach  Picture 4	* Visually understandable effects * Free expression and combined performance * using various materials	* Evoking questions * Respecting universally accepted symbolic concepts * Respecting social considerations	* Harmony of color and form with content	* Respecting vision field * Adaptation to scales and environmental elements

- Remesar, A. (2005). Urban Regeneration a challenge for Public Art. Barcelona: Mo-mografies Psico Socio ambientales Publication.
- Sturley, M. (2010). Kamaedonal Community Plan for Public Art. Vancouver: Adoted may Publication.
- Sohrabi, N., M. (2017). Public Art: Place Making or Focus on Values (Case Study: Vali-Asr Street, Tehran). Arts and Social Sciences Journal. Vol.8, No. 3, 4-7.

اصغر کفشچیان مقدم*

فروغ عمویان**

تاریخ دریافت: ۹۷/۲/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۷/۵/۱

تعالی هنرهای تجسمی شهری با مخاطب

(مطالعه موردی: سالانه هنرهای شهری بهارستان تهران سال ۱۳۹۵)

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی مؤلفه‌های مؤثر در ایجاد تعاملی بین هنر شهری و مخاطبان عام جوامع شهری به چرایی و چگونگی نقش آثار هنری ارائه شده در مناسبت‌های ملی، مذهبی یا شرایط روزمره با توجه به درک مخاطب می‌پردازد. مطالعه موردی این مقاله شهر تهران است. روش این تحقیق توصیفی تحلیلی و منابع آن اسناد کتابخانه‌ای است. از آن جایی که توجه مخاطبان فضای شهری سطحی و بدون تحلیل است؛ در این مقاله تلاش شده تا به دو سؤال اصلی در راستای اهداف تعیین شده پاسخ داده شود نخست اینکه تعاملی هنر شهری با مخاطب چگونه است دوم اینکه سهم مخاطب در ایجاد تعاملی مؤثر با سالانه هنرهای شهری تهران در چه مولفه‌هایی نهفته است؟ نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که وجه فرهنگی، سمبلیک، تعاملی و زیست محیطی آثار و تصورات فرهنگی و فعالیت‌های اجتماعی شهر تهران در بازتعریف مفاهیم ارزشی به جهت ایجاد شادابی، ترویج صلح طلبی و آگاهی از توسعه پایدار زیست محیطی مؤثر بوده و با ادراک و آموزش اطلاعات مخاطبان رابطه مستقیم دارد.

کلیدواژه:

سالانه هنرهای شهری

زیباسازی شهرداری تهران

هنر شهری

دانشیار دانشکده هنرهای تجسمی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.*
kafshchi@ut.ac.ir

دانشجوی دکتری پژوهش هنر، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.**
f.amoian@ut.ac.ir

مقدمه

در دوره معاصر، توجه به ساختارهای زبان و بیان در ارائه آثار هنری و به دنبال آن گسترش روش‌های نوآورانه و خلاقانه در ایجاد ارتباط و به چالش کشیدن مخاطب امروز، تبدیل به یکی از مؤثرترین رویکردهای هنری در جوامع شهری پیشرفته شده است. خوانش دستاوردهای هنرمندان از سوی مخاطبان به مثابه یک رسانه جمعی عمل نموده و در عصر ارتباطات و رشد سریع تکنولوژی، به صورتی آشکار در پی ایجاد زبانی نو به فراخور زمان و آشتی دادن انسان با ریشه‌های فرهنگی و تاریخی خود است. قالب‌های متفاوت هنر نوین به صورت هنر چیدمان، ویدیوآرت‌ها، هنر خیابانی، هنر زمینی، هنر محیطی، گرافیک شهری و غیره علاوه بر دارا بودن ساختار اکتباسی از عناصر بومی و قابلیت‌های مذهبی و فرهنگی، نقش تعاملی مؤثری در ایجاد ارتباط دوسویه با مخاطب این آثار دارند. از طرفی در کشورهای در حال توسعه، فضاهای اجتماعی تعریف شده در عصر ماشین و تکنولوژی، در معرض ناهمسانی‌ها و چالش‌های هویتی بیشتری از سوی مخاطبان خود می‌باشد. ویژگی‌هایی هم‌چون تشویق به مشارکت مخاطب در ایفای نقش، ایجاد پرسش در ذهن مخاطب شهری، وحدت و یکپارچگی با محیط پیرامون، الهام از کهن الگوها و ریشه‌های تاریخی، ایجاد تعادل و کیفیت بصری در مناظر شهری و پافشاری به موضوعات مهم جهانی؛ باعث شده است تا نقش اهمیت هنرهای شهری در پاسخ‌گویی به نیاز و ایجاد اشتراکات لازم با مخاطب فضاهای عمومی از جمله شهرهای کشورهای در حال توسعه مانند تهران در ایران، بیشتر آشکار گردد. این پژوهش با هدف بررسی مؤلفه‌های مؤثر در ایجاد تعامل بین هنر شهری و مخاطبان عام جوامع شهری با تأکید بر شهر تهران، تلاش دارد تا با تحلیل ویژگی‌های مخاطب امروز در فضای شهری؛ خواسته‌ها، آرزوها و زیرساخت‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی و عادات اجتماعی تعریف شده؛ به چگونگی نقش آثار هنری ارائه شده به صورت پایدار یا ناپایدار در مناسبت‌های ملی، مذهبی یا شرایط روزمره با میزان توجه و درک مخاطب از آن به‌پردازد. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی بوده و در نمونه‌های طرح شده از اسناد کتابخانه‌ای استفاده شده است. در این پژوهش نگارندگان در تلاشند که فارغ از سؤال و جواب از مخاطب و نتیجه‌گیری از یک مطالعه پیمایشی و آماری، به هنر شهری به‌صورت یک بستر در منظر شهری پرداخته و سهم تعامل هنر شهری با مخاطب را در ضرورت ارائه آثار و مؤلفه‌های تعریف کننده این تعامل بازشناسند. از آن جایی که توجه مخاطبان در ورود به فضای شهری توجهی سطحی و بدون تحلیل می‌باشد؛ تحقیق پیش رو به وجوه فرهنگی و اجتماعی هنر شهری به عنوان بخشی از منظر شهری می‌پردازد که با فضای شهر یک‌پارچه بوده و در لایه‌های معنایی خویش تعاملی غیرمستقیم و ناخودآگاه با مخاطب برقرار می‌سازد. در این مقاله تلاش شده است تا به دو سؤال اصلی در راستای اهداف تعیین شده پاسخ داده شود که تعامل هنر شهری با مخاطب چگونه تعریف می‌شود و سهم مخاطب در ایجاد تعامل مؤثر با سالانه هنرهای شهری تهران در چه مؤلفه‌هایی مشخص است؟ و در این راستا با مطالعه و تحلیل شاخص‌های هنر شهری، به تحلیل شاخص‌های هنر شهری در شهر تهران پرداخته شده و ضمن تطبیق شاخص‌های هنر شهری با ویژگی‌های فرم و محتوا در نمونه‌های پژوهش، به نقش این آثار در ایجاد تعامل با مخاطب پرداخته شده است.

روش تحقیق

روش شناسی تحقیق بر مبنای مطالعه توصیفی-تحلیلی بوده و داده‌های پژوهش در حوزه

مباحث میان رشته‌ای، طرح شده است. تحلیل مؤلفه‌های هنر شهری و بررسی نمونه‌های آن، فرضیات تحقیق را در راستای تطبیق الگوها با نمونه‌های طرح شده، محقق نموده است. نتایج حاصل از تحلیل، در بررسی نقش مخاطب، در بدنه تحقیق بحث و نتیجه‌گیری شده است. از آن جایی که نمونه‌های موردی، در سال ۹۵ ارائه و پس از آن از سطح شهر جمع شده‌اند؛ مستندات نمونه‌ها از منابع کتابخانه‌ای تأمین شده و مثال‌ها به جهت تعمیم به شاخص‌های کلی پژوهش ارائه شده‌اند. همان‌طور که در مقدمه ذکر گردید، با توجه به بازه زمانی اتمام یافته سالانه، فرضیات تحقیق نه بر مبنای مصاحبه بلکه با تأکید بر ضرورت آثار که مقدم بر تعداد آن می‌باشد؛ صورت گرفته است.

پیشینه تحقیق

در زمینه مطالعه رفتارهای مخاطب با محیط‌های شهری پژوهش‌های متعددی انجام شده است؛ از جمله در زمینه هنرهای عمومی، فرود عباسی (۱۳۹۳) به بررسی نقش و جایگاه مخاطب در هنرهای تعاملی در قالب پایان‌نامه پرداخته و به بررسی هنر تعاملی و رفتار مخاطب توجه نموده است. سلمان وحدت (۱۳۹۵)، در پایان‌نامه کارشناسی ارشد به بررسی و ارزیابی نقش هنر شهری در افزایش میزان حضورپذیری فضاهای عمومی با تأکید بر گرافیک شهری در شهر همدان پرداخته است. در زمینه پژوهش‌های مربوط به دوسالانه هنر شهری تهران یک گزارش توسط نارسیس سهرابی (۲۰۱۷) تحت عنوان:

(Public Art: Place Making or Focus on Values (Case Study: Vali-Asr Street, Tehran)

صورت گرفته است که میزان مشارکت پذیری مردم در قالب طرح پرسش‌نامه و فراوانی پراکندگی آثار، در شهر تهران را مد نظر قرار داده است. هم‌چنین معصومه باغستانی (۱۳۹۶)، در تحقیق خود به بررسی نقش هنر عمومی (مجسمه‌ها و چیدمان‌های تعاملی) در فضاهای عمومی شهر تهران با رویکرد تقویت تعاملات اجتماعی پرداخته و به بررسی آثار سال ۹۶ توجه داشته است. در زمینه نقش و تأثیر رویداد هنر شهری بهارستان در ایجاد تعامل با مخاطب شهر تهران و میزان اثرپذیری آن، تا کنون تحقیق مدون و پژوهش علمی صورت نگرفته و پژوهش حاضر با ساختاری میان رشته‌ای، تلاش دارد تا به مطالعه توصیفی تحلیلی در باب تعامل میان مخاطب با هنر شهری با تأکید بر آثار ارائه شده در سال ۱۳۹۵ در تهران به‌پردازد.

۱- ساختار و مؤلفه‌های هنر شهری

اصطلاح هنر شهری در جریان انقلاب‌های فکری اواخر قرن بیستم و ظهور نوگرایی پس از مدرنیسم، در حالی مطرح شد که هنر از انحصار طبقه خاص و روشنفکر خارج شده و به جریان زندگی روزمره مردم عادی جامعه جاری شد. پارادایم فکری هنرمندان از یک سو و تغییر ساختار و گسترش فضاهای شهری که در نتیجه رشد سریع تکنولوژی در جهان اتفاق افتاد، زمینه را برای ظهور دستاوردهای نوین در عرصه هنر اجتماعی پدید آورد. (یکولا، ۱۳۸۹: ۵۳۸) هنرهای شهری که امروزه در قالب‌های متفاوت و متنوع از آثار تجسمی تا سینما و موسیقی را در تلفیقی نوآورانه و با مفاهیمی عینی و یا سمبلیک به عصر دیجیتال پیوند می‌دهد، از سال‌های پس از جنگ جهانی در پی توجه به سمبلیسم سال‌های ۱۹۶۰ به بعد؛ با شکلی متفاوت از هنر موزه ای جدا شده و با اهداف فرهنگی، سیاسی، مذهبی و اجتماعی، با استفاده از اشیاء معمولی، مصالح پیش پا افتاده و

ترکیب فرم‌های تعریف شده در هنرهای گوناگون با یکدیگر، با به چالش کشیدن روش‌های سنتی، تحت عنوان رسانه‌ای فراگیر، پا به عرصه فضاهای عمومی و همه‌گیر گذاشت (یگانه، ۱۳۶۸: ۲۵). از آن جایی که فضای شهر، فضایی عمومی و در دسترس مخاطبان عام می‌باشد؛ تمام عوامل سازنده آن نیز تحت تأثیر عام بودن و طیف وسیع مخاطبان آن قرار خواهند گرفت. بنابراین هنر شهری که هدف زیباسازی شهر را دنبال می‌کند، ناگزیر تحت تأثیر دیگر عوامل شکل دهنده گشتالت یک فضای شهری پویا و زنده است. این وحدت در کثرت، در نتیجه همکاری بخش‌های سازمان دهنده عناصر شهری مانند خیابان‌ها، کوچه‌ها و میادین، ساختمان‌ها، فضای سبز، مبلمان شهری، المان‌ها، گرافیک شهری و هنرهای شهری است که در قالب‌های نوین سعی در ایجاد تعامل سازنده با فضای پیرامون و مخاطب دارد. تبلیغ فرهنگ جهانی‌سازی، هم‌سویی جریانان سیاسی حاکم بر یک زبان مشترک بین جوامع را سبب شده است که با وجود تفاوت‌های فرهنگی اقوام مختلف، به تدریج درک عمومی مشترکی در ارتباط با منظر شهری داشته باشند (بورگر، ۱۳۸۶: ۶۲). بر این اساس هنر معاصر، شکلی عمومی با دریافتی همگانی به خود گرفت. (Gaie, 2010: 170) و در قالب هنر شهری فرم و محتوای ارزش‌های فرهنگی و تاریخی جوامع را به صورتی نوین برای عموم قابل فهم ساخت. هنر شهری که شکلی از هنر عمومی محسوب می‌شود، نه تنها توسط هنرمند تولید می‌گردد بلکه اعضاء جامعه نیز در تولید آن سهیم بوده و مشارکت دارند. ویژگی‌های این هنر در سه شکل، قابل تشخیص است: ۱- آثار هنر شهری می‌توانند پایدار (دائمی) یا ناپایدار (موقتی)، ثابت یا غیر ثابت باشند. ۲- هنر عمومی می‌تواند توسط هنرمند حرفه‌ای یا یک شهروند عادی اجراء شود و هنر شهری نیز می‌تواند از این قاعده مستثنی نباشد. ۳- هزینه آن بر عهده سازمان‌های دولتی، نهاد عمومی غیر دولتی (شهرداری‌ها)، بخش خصوصی، جامعه یا ترکیبی از این موارد باشد. (Sturley, 2010: 2) در شاخص‌های تعریف شده از هنر شهری می‌توان به کلیاتی رسید که در جدول ۱ مشخص شده است.

جدول ۱. شاخص‌های هنر شهری. منبع: نگارندگان

شاخص‌های کلی	شاخص‌های جزئی
شاخص‌های فرمی	تنوع در مصالح و روش‌های ساخت
	جلوه‌های بصری قابل دریافت و دید
	آزادی بیان و اجرای اثر هنری در تلفیق یا ترکیب
شاخص‌های اجتماعی	مشارکت مخاطب در ارتباط با اثر
	توجه به حرایم و محدوده‌های فردی و اجتماعی
	توجه به جهانی شدن و ارتباط فرامرزی
شاخص‌های فرهنگی	توجه به کهن الگوها، باورها و اعتقادات
	وحدت فرم با محتوای اثر
	نقش رسانه‌ای در احیای مضامین فرهنگی
شاخص‌های محیطی	منطبق با مقیاس و عناصر فضای پیرامون
	توجه به میدان دید و خوانش اثر در پس زمینه
	هماهنگی اثر با عوامل محیطی و مصالح بومی

مطالعه ویژگی‌های کلی در هنرهای شهری نشان می‌دهد که صرف‌نظر از محدودیت‌های محیطی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی که جوامع مختلف با آن مواجه می‌شوند، اشتراکات مشخصی در نحوه بیان مؤثر و پیامدهای آن در محیط‌های شهری وجود دارد. اشتراکاتی که نتیجه آن، روش‌های خلاقانه، زبان نمادین بصری، آموزش مخاطب و تعالی محیط زیست شهری بوده است. بر این اساس می‌توان قائل به سودمندی‌هایی از طریق هنر شهری شد که به‌طور خلاصه عبارتند از:

۱- رشد تعاملات اجتماعی شهروندان در محیط‌های اجتماعی ۲- هویت‌بخشی به مکان از طریق تشخیص بخشی به فرم‌ها و روابط بین اجزاء (پاکزاد، ۱۳۸۳) ۳- ایجاد چالش از طریق پرسش‌گری در ذهن مخاطب ۴- ارتقاء تصویر شهر با حفظ الگوهای فرهنگی (Reme-sar, 2005: 121) ۵- ایجاد وحدت در اجزا و عناصر شهری با حفظ کلیت شهر ۶- توجه به عناصر محیطی، مصالح بومی و محیط زیست ۷- ارتقاء کیفیت بصری و زیبایی‌شناسی شهری در هنر نیمه دوم قرن بیستم، آن چه که بیش از هر عامل دیگری در ایجاد وحدت و یکپارچگی در هنر شهری، مخاطب عام و فضاهای اجتماعی تأثیرگذار بود، گسترش اثر در فضا به نحوی که بازدیدکننده تشویق به کشف اثر از طریق رد شدن از میان آن، لمس کردن، طرح پرسش و کنش عاطفی با اثر می‌باشد. (Turner, 1998: 415) بر این اساس، معیار زیبایی‌شناسی اثر نیز تحت تأثیر کنش‌های کنجکاوانه مخاطب و این همانی‌های سنت و فرهنگ، شکلی تازه بخود گرفت و سودمندی اثر از این منظر، در ردیف شاخص‌های زیبایی‌شناسی جا گرفت (امامی فر، ۱۳۸۷: ۸۵).

۲- ضرورت تعامل انسان با هنر در فضاهای شهری

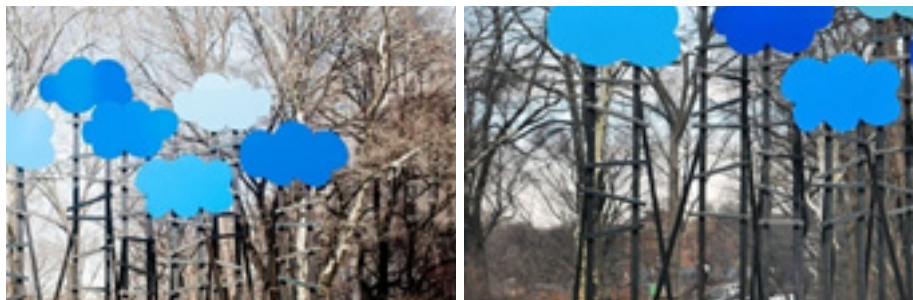
آن چه که هنر شهری را برای کاربر عام، قابل درک و تعامل می‌نماید، ظرفیت پیام‌رسانی است که در فرم و عناصر بصری آن تعریف شده است. به نظر می‌رسد که محتوای پیام‌آرزشی، خبری و عاطفی از طریق مجرای پوسته بیرونی و از طریق عناصر بصری هم‌چون فرم، رنگ، بافت و رویه توسط انسان درک می‌گردد. با توجه به نمودار خطی ۱، این ارتباط بین مؤلفه‌های زنده و غیر زنده به صورتی مستقیم و پیوسته تعیین می‌گردد.



نمودار ۱. سه وجه تعاملی در فضای شهری. منبع: نگارندگان

در این چرخه، تعامل انسان و محیط در سیستم منظر شهری از منظر عینی شهر که به قوه ادراک برمی‌گردد، به منظر ذهنی شهر در شناخت مخاطب رسیده و سپس ارزیابی منظر از سوی وی، رفتار را تعیین می‌نماید (گلکار، ۷۵). از سویی چرخه نشان می‌دهد که شکل فضا نیز تعیین‌کننده عناصر شهری بوده و آمال و آرزوهای مخاطب نیز در شکل‌گیری عناصر شهری مؤثرند.

در زمانی که هنر شهری با توجه به پیشینه فرهنگی، نیازهای اجتماعی و مقتضیات سیاسی جامعه مخاطب اجرا می‌گردد (آسابرگر، ۱۳۸۵: ۱۶)، می‌تواند بر روی رفتار تماشاگر و درک وی تأثیرگذار باشد. بر اساس مطالعات کیفیت سنجی محیط، که در کشورهای مختلف تهیه شده است، می‌توان جنبه‌های متفاوت از خوانایی ساخت، راحتی و آسایش، سرزندگی و حیات، تنوع، معنا و مرمت را در بایدهای موجود در محیط مشاهده نمود. (Southworth, 2007) و از آن جایی که محیط فیزیکی نقش مهمی را در جامعه و زندگی اجتماعی فرهنگی کاربران فضا دارد، (Carlson, 1989: 5) اهمیت نقش مؤثر هنر شهری در ارتباط با مخاطب، مشخص می‌گردد. در تصویر ۱، اثر هنر شهری به گونه‌ای در ورودی پارک مرکزی شهر نیویورک اجرا شده است که از فاصله دور قابل دریافت از سوی کاربران فضای عمومی بوده و مخاطبان با عبور از میان پایه‌های فلزی ۳۵ فوتی ابرهای فانتزی و کودکانه با رنگ‌های خالص و ساده‌گویی در صحنه نمایش و در میان دکورهای بر پا شده، بسان بازیگران اصلی قدم می‌زنند. این وجه از هنر شهری، به تعامل مخاطب و اثر و همچنین تأمین فضای پس زمینه از طریق استفاده از درختان برفی و چشم انداز پارک؛ پرداخته و مشارکت مستقیم مخاطبان را در ایده طراحی، در نظر دارد.



تصویر ۱. ابرها، اثر Olaf Breuning، نیویورک ۲۰۱۴
(www.publicartfund.org/view/exhibitions/6035_olaf-breuning_clouds)

در تصویر ۲، جنبه دیگری از تعامل مورد توجه قرار گرفته است. در این اثر هنرمند علاوه بر درک زیبایی‌شناسی بصری که در فرم و رنگ اجزاء ارائه شده است؛ به پردازش عاطفی اثر نیز می‌پردازد. صدای حیوانات خانگی اثر چارلز لانگ، نمونه مشخصی از به کارگیری صوت، لرزش و دیگر عناصر پرکننده فرم در هنر شهری به شمار می‌رود که با تشویق مخاطب به نزدیک شدن و لمس اثر، از منظر شنیداری توجه کاربران را جلب می‌کند. فرم‌های ساده‌نگاری شده دریافت ابتدایی را تبیین می‌نمایند بر این اساس پوسته خارجی اثر محسوب می‌شوند و در صورتی که توسط مخاطب شکافته شوند، حاوی محتوای مفهوم‌داری هستند که تعامل اولیه بین اثر و مخاطب را ایجاد می‌نماید (سجودی، ۱۳۸۷: ۳۱).

جنبه‌های تعاملی مخاطب و اثر شهری، مجموعه قابلیت‌هایی است که در هر یک از آثار هنر شهری خود را بروز می‌دهد و به نظر می‌رسد که در ارتقای سطح حساسیت و دریافت کاربران فضا مؤثر است. (Markussen & Gall Krogh, 2008) آثار موقتی و ناپایدار هنر شهری در برخورد خود با مخاطب، پیام‌های بصری صریح‌تر و آشکارتری دارند که در زمان کوتاه قابل تأویل و دریافت از سوی مخاطب بوده و لزوماً قائل به پیام رسانی نمادین یا زمان‌بر نمی‌باشند. (تصویر ۳)



تصویر ۲. صدای حیوانات خانگی، اثر Charles Long، نیویورک ۲۰۱۴
<http://artsandculturetx.com/charles-long-catalin->
(pet-sounds)



تصویر ۳. قرمز، زرد و آبی، اثر Orly Genger، نیویورک ۲۰۱۳، (Genger, 2013: 53)

نمایشگاه موقتی اورلی جنجر در سال ۲۰۱۳ در نزدیکی میدان مدیسون در حالی برپا شد که حلقه‌های گره خورده طناب‌های ضخیم توسط هنرمند به شکل دیواره‌های کوتاه و بلند، دورتادور فضای میدان گشته و با رنگ‌های خالص زرد، قرمز و آبی، حجم عظیمی از رنگ و بافت را در محیط روان و جاری می‌سازد. تأثیرات چشمی از طریق بافت، رنگ و اندازه در ذهن مخاطب شکل گرفته و مورد تحلیل قرار می‌گیرند؛ این امکان در تصویر و هنرهای بصری به صورت رسانه‌ای تأثیرگذار وجود دارد. (شاله، ۱۳۴۷: ۹۴) در بررسی هر یک از آثار هنر شهری به نظر می‌رسد جدای از تفاوت‌های فرم و نحوه اجراء، وجه مشترک هنرمندان در ایده و ایجاد دیدگاهی فراتر از آفرینش هنری است که منجر به چالش، پرسش‌گری و از این راه کشف خویشتن می‌گردد. (اسماگولا، ۱۳۸۱: ۳۸۵) در تصویر ۴، که برنده جایزه سال ۲۰۱۴ رقابت طراحی مرکز میدان تایمز شده است؛ هنرمند می‌کوشد تا با به چالش کشیدن عابران، به وسیله لوله‌های رنگ‌آمیزی شده صورتی و قرمز و طرح بروج دوازده گانه سال در لبه لوله‌ها، به مفهوم حرکت در فرم، سازگاری در رنگ، محتوای کیهان و مفهوم جفت‌یابی که اثر نیز به همین نام خوانده می‌شود، نزدیک شود.



تصویر ۴. جفت‌یابی، اثر طراحان جوان، نیویورک،
(www.archdaily.com/475593/young-projects-play-match-maker-in-times-square)

به نظر می‌رسد در عبور از مدرنیسم، ساختار تجربی‌گری در نهاد آثار هنری شکل می‌گیرد

و هنرمندان به دنبال تجربیات جدید در زبان هستند تا بیان؛ در این مسیر ایده مستقل از زبان مطرح می‌شود و همان‌طور که مارسل دوشان ایده را بر فرم برتری داده، در آثار بررسی شده، تنوع و تکثر به کمک می‌آیند تا زبان هنرمند، ایده را مشخص کند. (Tomkins, 2013, 78) بدیهی است نقش مخاطب در ایجاد کنش و تکمیل ایده در خلق و بسط اثر تأثیر قابل توجهی خواهد داشت. در جدول ۲ به اجمال شاخص‌های تحقق تعامل مخاطب در مواجهه با آثار هنر شهری مشخص شده است.

جدول ۲. عوامل موثر بر کیفیت ارتباطی مخاطب با هنر شهری. منبع: نگارندگان

عوامل فردی (درونی)	عوامل اجتماعی (بیرونی)
آمال، آرزو و احساس نیاز	درک و دریافت
فرهنگ اجتماعی	فرهنگ پرسشگری
اعتقادات و باورها	تبلیغات رسانه‌ای
سنت	مدرئیت
روانشناسی مخاطب	اصالت ایده و تجربی‌گری
گروه‌های سنی و جنسیت	همگانی سازی
سلیقه	مد
زیبایی شناسی بصری	آشنا زدایی و تغییر کاربری
ارتباط از طریق حافظه	ارتباط از طریق حواس: بفت، نور، صدا ...
پرایوسی و محدوده شخصی	چیدمان اثر در فضای تعریف شده
انتظار سودمندی	تعریف ارزش های افزوده

در عصر امروز، هنر به واسطه رسانه‌های تجربی، از مادیت فرم‌های مشخص و اشیاء فاصله گرفته و مستقیم‌تر از قبل با مخاطب خود ارتباط برقرار نموده‌اند (اسماگولا، ۱۳۸۱: ۳۲۷). بدین لحاظ کاربران فضای شهری بسان تماشاگران بی واسطه چیدمان‌های شهری، ناگزیر به ارتباطی دوسویه دعوت و تشویق می‌شوند. با این ارتباط، هنرهای شهری به سوی همگانی‌تر شدن و در نهایت جهانی شدن پیش می‌رود و صرف نظر از پیامدهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی آن بر زندگی مردم جوامع متفاوت، نظام زندگی روزمره و نیازهای مخاطبان را نیز تحت تأثیر و تغییر قرار خواهد داد (گیدنز، ۱۳۸۷: ۱۰۹). گسترش عقلانیت، تحولات سرمایه‌داری، رشد ارتباطات و تکنولوژی در عرصه‌های رسانه‌ای و ساختارهای نظارتی قوی؛ از دستاوردهای همه‌گیر شدن هنرهای شهری و دریافت بی‌واسطه پیام‌های رسانه‌ای از سوی مخاطبان گسترده خواهد بود. (Crane, 2003: 68)

۳- نقش و جایگاه هنر شهری در فضاهای اجتماعی شهر تهران

همان‌طور که هنر محیطی پس از جنگ جهانی تنوع گسترده‌ای بخود می‌گیرد و از اواخر دهه ۶۰ تا به امروز به ارزیابی مجدد روش‌های جا افتاده، نوآوری و ایجاد امکان‌های فعالیت نوین به هنرمند می‌پردازد؛ پس از دوره انقلاب تا دوران پایانی جنگ تحمیلی با عراق (نیمه اول دهه ۷۰)، هنر شهری تحت تأثیر شرایط پس از جنگ ظهور مشخصی ندارد. نظارت متولیان دولتی، تنها

بستری جهت دیوارنگاری با مضامین سیاسی، مذهبی و اجتماعی روز فراهم ساخت و تا اواخر دهه ۸۰ دیوارنگاری و المان‌های شهری تحت نظارت سازمان زیباسازی شهر تهران و سیاست‌گذاران هنری، تنها نماد فرهنگی بصری در شهر به شمار می‌رفتند (کفشچیان مقدم و همکاران، ۱۳۸۹: ۶۴). از اواخر دهه ۸۰ با گسترش ارتباطات، رشد رسانه‌های نوین و بهره‌گیری از تکنولوژی روز دنیا، تحولی در مبلمان شهری، گرافیک شهری، دیوارنگاری، بیل بوردها و تبلیغات رسانه‌ای اتفاق افتاد. تمامی عواملی که در جهان فیزیکی مردم را درگیر می‌کنند، بر چگونگی و میزان تعامل فرد با مجموعه عوامل تأثیر می‌گذارند. (Proshansky, Ittelson et al., 1976: 5) از این رو مجموعه عوامل یاد شده در طراحی شهری تهران در گذر زمان، به شدت بر دریافت و مشارکت مخاطب مؤثر بوده است. تولید اثر هنری برای سازمان‌ها و نهادهای دولتی و عمومی از یک سو و دموکراسی فرهنگی بوجود آمده در پس موج دوم صنعت در کشورهای در حال توسعه، سیاستی را برای تشویق نوآوری‌های هنری در جهت همگانی سازی هنر و استفاده از نمادها و زیرساخت‌های هنر سنتی برای بازنمایی در هنر معاصر ایجاد نمود (گامبریج، ۱۳۸۷: ۱۸۹). به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر آن چه که در قالب آثار هنر شهری در تهران به معرض نمایش گذاشته شده است، تلاش‌هایی است که نمونه‌هایی از این گذار از مدرنیسم تا پست مدرن را به بوته آزمایش گذاشته است. جهت صحت و سقم این گذار، بررسی تعامل با مخاطب، که یکی از مؤلفه‌های بنیادین در هنر پست مدرن و معاصر محسوب می‌شود، (Fineberg, 2000: 499) می‌تواند کمک کننده باشد.

سالانه هنرهای شهری بهارستان:

رویداد هنری بهارستان یکی از برنامه‌های فرهنگی در چارچوب حمایت از مناسبت‌های ملی و آثار هنری، در پس سمپوزیوم‌ها و دوسالانه‌های مجسمه‌های شهری، مبلمان شهری، هنر محیطی و هنر تعاملی که با هدف تشویق هنرمندان و طراحان برای ارائه آثار خلاقانه با رویکردی نو جهت ارتقاء سطح کیفی فضاهای عمومی، از سال ۸۵ شروع به کار نمودند؛ با رویکردی دقیق‌تر در سال ۹۴ آغاز شد. توسعه هنر شهری با توجه به مقتضیات فضاهای شهری و تلطیف اتمسفر روزهای قبل از سال جدید و استقبال از بهار از اهداف اصلی این رویداد می‌باشد که اهمیت آن را نسبت به اتفاقات هنری پیشین نشان می‌دهد. سالانه هنر شهری تهران، برای نوروز ۹۵ فراخوانی جهت مشارکت هنرمندان حرفه‌ای و غیر حرفه‌ای در بخش‌های ۱- مجسمه، ۲- هنرهای محیطی، ۳- گرافیک، ۴- چیدمان ۵- نقاشی دیواری و ۶- تخم مرغ‌های نوروزی اعلام نمود که بخشی از این آثار به صورت پایدار و بخشی به صورت موقتی و ناپایدار در سطح شهر تهران به اجرا درآمد. اهداف اصلی در نظر گرفته شده در پنج محور در نظر گرفته شده است:

الف) تقویت هویت اجتماعی

ب) توجه بر گسترش تعاملات اجتماعی

ب) شناخت و ترویج سبک زندگی ایرانی- اسلامی

ج) شناخت و آشتی با پیش زمینه تاریخی

د) ارتقاء فرهنگ ساکنان شهر تهران

در این راستا، حدود ۵۰۰ اثر در حد فاصل خیابان ولیعصر تا میدان راه آهن، میدان تجریش، بلوار کشاورز و خیابان انقلاب نصب و اجرا گردیدند همچنین استفاده از پارک‌های لاله، پارک شهر، پارک ملت و بوستان‌های نوروز و باغ فردوس جهت ارائه آثار نشان می‌دهد که این رویداد در

سطح وسیعی در خیابان‌ها و پارک‌های اصلی و پر رفت و آمد شهر به جریان درآمد. با توجه به حجم بالای آثار ارائه شده می‌توان تنوع آثار را در چهار بخش تقسیم‌بندی نمود. این تقسیم‌بندی با مطالعه گونه‌های متعدد تصاویر صورت گرفته و نشان می‌دهد که در نهایت چهار هدف کلی در انتخاب موضوعات مورد نظر قرار گرفته و آثار در این چهار مجموعه جای می‌گیرند که می‌توان با بررسی نمونه‌های موردی از هر مجموعه به خصوصیات هر کدام دست یافت.

۳-۱ آثار نمادین با رویکرد تزئینی و احیای مضامین فرهنگی و هنر سنتی

تعداد قابل توجهی از آثار ارائه شده در این دوسالانه، به ارائه مضامین فرهنگی و هنر سنتی در قالب طرح‌های تجریدی و عناصر هنرهای تجسمی با تکیه بر رنگ، بافت، رویه و نقش مایه‌ها بود. این آثار از یک سو بازی با رنگ را در جهت ایجاد شادابی و استقبال از بهار در محیط شهری تهران در قالب تخم مرغ‌های نوروزی به کار گرفته و از سویی دیگر بر پیکر درختان، پله‌ها و دیوارها، رنگ و نماد شناخته شده‌ای برای مخاطب عام ایجاد نموده بود. تخم مرغ‌های رنگ شده بیشتر جنبه تزئینی داشته و فرم آن یادآور نمادهای اصلی نوروز، و بافت‌های هنر سنتی بر روی درختان و پله‌ها، بیشتر جنبه پیام‌رسانی نمادین را در ایجاد ارتباط مد نظر داشتند (تصویر ۵).



تصویر ۵. سالانه هنر شهری، نوروز ۱۳۹۵، تهران (<http://irangardnews.ir/1395/01/161782>)

در تعبیری که به نظر می‌رسد هنرمند اثر به کار برده است، آثاری از نمادها و رنگ‌های دست بافته‌های عشایر دیده می‌شود. استفاده از نخ و منسوجات در لایه لای شاخه‌ها و تنه درختان، به نوعی نمادین تار و پود سنت و هنر دست بافته‌های سنتی را با عابران خیابان ولیعصر تهران شریک می‌شود. گویی تن پوش‌های رنگی بر درختان خواب رفته و شاخه‌های خشک آنان، نوعی نوید بهار و زندگی مجدد را به مخاطبان می‌دهد. با این حال، این که چقدر پوشاندن تنه درختان با تن پوش بافته و شاخه‌های درختان با نخ‌های رنگی، توانسته در معرفی هنر سنتی و ایجاد هویت اجتماعی برای ساکنان شهر تهران موثر واقع شود؛ به عوامل متعددی وابسته است که به آن پرداخته خواهد شد.

۳-۲ آثار هنر شهری با مفاهیم سمبلیک

در برخی از آثار، هنرمندان در صدد ایجاد رابطه به وسیله مفاهیم سمبلیک بوده‌اند. همان‌طور که در نمونه‌های خارجی بررسی شد، ارتباط مخاطب در مواجهه با این آثار، طرح پرسش در ذهن و خلاقیت در یافتن مفهوم و پاسخ است. علاوه بر ایجاد شادابی و زیبایی بصری در فضا به وسیله فرم و رنگ، محتوای مفهوم دار اثر، چالشی در ذهن مخاطب ایجاد می‌کند که هدفمند و سرگرم

کننده است. در تصویر ۶، منظر متفاوتی از هنر شهری در قالب تزیین خیابان با بادکنک‌های آبی به شکلی فانتزی و ساده دیده می‌شود. نردبان‌های کوتاه در میان بادکنک‌های آبی با رنگ صورتی ملایم، به سان پله‌هایی رویایی، در حال عبور از ابرهای خیال بوده و تصویری از حرکت به آسمان را تداعی می‌کنند.



تصویر ۶. سالانه هنر شهری، تهران ۱۳۹۵ (www.isna.ir/news/95121610617)

۳-۳ آثار مجسمه و چیدمان با رویکرد تعاملی

در زمینه اجرای آثاری که در وجه پیام‌رسانی از طریق فرم، نحوه چیدمان و رنگ عمل می‌نمایند، مشارکت مخاطب به نحوی در نظر گرفته شده که بتواند خود را در کنار یا حتی داخل اثر ببیند. مقیاس‌های واقعی و قرارگیری اثر در محل عبور روزانه مردم، در تشویق مخاطب به نزدیک شدن به موضوع مؤثر است. در تصویر ۷، هویت اجتماعی اثر در قالب یک چیدمان محیطی با حضور مجسمه‌هایی با ابعاد و مقیاس انسان واقعی در بخشی از شهر، کارگرانی را در حال کار نشان می‌دهد. کارگرانی که علی‌رغم کار بی‌هیجان و روزمره خود، با رنگ‌هایی شاد، یک‌دست نشان داده شده‌اند و ابزار کار و داربست‌های فلزی زرد، قرمز و نارنجی نیز در تداوم رنگ‌های مجسمه‌ها، فضای کاری متفاوتی را بوجود آورده‌اند. به‌طوری که رنگ لباس عابران و پس زمینه کدر شهر در ماه آخر زمستان، در تضادی معنادار با اثر قرار می‌گیرند.



تصویر ۷. هنر شهری، چیدمان مجسمه های رنگی، تهران، ۱۳۹۵

(theotheriran.com/2016/03/24/photos-urban-art-event-to-welcome-spring-in-tehran)

۳-۴ رویکرد ملاحظات زیست محیطی و پایداری

در تصاویر ۸ و ۹ نگاه‌های متفاوت‌تری در ایده وجود دارد. با توجه به این که سالانه هنر

شهری بهارستان با هدف آمادگی برای نوروز برپا شد، ایده موضوعاتی از این دست، به پایداری زیست محیطی و آشتی با زمین و طبیعت بر می‌گردد. در این آثار هنرمند تلاش می‌کند تا اثر به صورت رسانه‌ای حاوی پیام اجتماعی باشد و به تزیین اکتفا نمی‌نماید. درختان زباله که به صورت سازه‌های تجسمی نوروز اجرا شدند و پسماندهای خانگی و صنعتی که در کلیت یک اثر هنری، درآمدند؛ به موضوعات توسعه نوین شهری با حفظ کیفیت فضاها و توجه به طبیعت پرداختند. ایجاد پرسش و چالش در دریافت مخاطب از اثری که دارای فرمی از طبیعت بوده و مواد و مصالح آن، دورریختنی و زباله می‌باشد، می‌تواند در پیام‌رسانی پویا، کیفیت و جذابیت لازم را در نزد مخاطب کسب نماید.



تصویر ۸. درخت زباله، هنر شهری، تهران، ۱۳۹۵



تصویر ۹. پایداری، هنر شهری، تهران، ۱۳۹۵

(theotheriran.com/2016/03/24/photos-urban-art-event-to-welcome-spring-in-tehran)

جدول ۳، در مروری بر نمونه‌های بررسی شده به محورهای کلی در شاخص‌های هنر شهری پرداخته است و در هر مورد، میزان پرداخت هر یک از شاخص‌های فرمی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی در قالب یک یا چند مورد مشخص شده است. بدیهی است سهم نهادهای اجتماعی و عمومی هم‌چون شهرداری‌ها و محدودیت‌های تأمین مالی، سیاست‌گذاری‌های سازمان‌های متولی اجرای جشنواره‌ها و فراخوان‌های شهری، محدودیت‌های ساخت هنرمندان و دیگر عوامل بر نحوه اجرا و نوع ایده‌پردازی اثرگذار خواهند بود. مقایسه نمونه‌های موردی از میان نمونه‌های فراوان شرکت‌کننده در سالانه هنر شهری، در جهت بررسی میزان قرابت شاخص‌های هنر شهری با مؤلفه‌های فرم و عملکرد در آثار ارائه شده می‌باشد.

جدول ۳. تحلیل آثار با توجه به شاخص های هنر شهری. منبع: نگارندگان

شاخص محیطی	شاخص فرهنگی	شاخص اجتماعی	شاخص فرمی	نمونه موردی
				رویکرد تزئینی با مضامین فرهنگی
-توجه به میدان دید -هماهنگی اثر با مصالح بومی	-توجه به الگوهای هنر سنتی -تاکید بر رنگ و بافت -وحدت فرم با محتوای اثر -احیای مضامین فرهنگی	-قابلیت دریافت سریع از سوی مخاطب	- جلوه های بصری قابل دریافت و دید -آزادی بیان و صراحت در ارائه	
				تصویر ۵
شاخص محیطی	شاخص فرهنگی	شاخص اجتماعی	شاخص فرمی	نمونه موردی
				رویکرد سمبلیک
-توجه به میدان دید و خوانش اثر -منطبق با مقیاس و عناصر فضای پیرامون	-وحدت فرم و رنگ با محتوای اثر	-ایجاد پرسشگری -توجه به مفاهیم جهانی نمادین -توجه به محدوده اجتماعی	-جلوه های بصری قابل دید و دریافت -بیان صریح و اجرای تلفیقی -تنوع در مصالح	
				تصویر ۶
شاخص محیطی	شاخص فرهنگی	شاخص اجتماعی	شاخص فرمی	نمونه موردی
				رویکرد تعاملی
-منطبق با مقیاس و عناصر فضای پیرامون -توجه به میدان دید و خوانش اثر -هماهنگی ایده اثر با عوامل محیطی	-وحدت فرم با محتوای اثر -نقش رسانه ای در احیای مضامین فرهنگی	-مشارکت مخاطب در اثر -توجه به حرایم و شدت ارتباط -هویت اجتماعی جهانی و فرامرزی	-تنوع در مصالح -آزادی بیان -قابلیت دریافت مستقیم -تنوع عناصر بصری فرم و رنگ	
				تصویر ۷
شاخص محیطی	شاخص فرهنگی	شاخص اجتماعی	شاخص فرمی	نمونه موردی
				رویکرد زیست محیطی
-توجه به میدان دید -منطبق با مقیاس محیط	-توجه به تضاد فرم با محتوای اثر -نقش رسانه ای پیام رسانی مضامین زیست محیطی	-مشارکت مخاطب از طریق طرح پرسش -توجه به مفاهیم فرا مرزی و جهانی	-تنوع در مصالح و روش های ساخت -آزادی بیان در اجرای تلفیقی -جلوه های بصری قابل دریافت و دید	
				تصویر ۸
-توجه به میدان دید و خوانش اثر در پس زمینه -تضاد مفهومی اثر با مصالح بومی	-نقش رسانه ای اثر در مصرف و زمین -وحدت فرم با محتوای اثر	-ایجاد پرسش و چالش برای مخاطب -توجه به مفاهیم فرا مرزی و جهانی	- جلوه های بصری قابل دید	
				تصویر ۹

با توجه به رویکردهای متفاوت آثار ارائه شده و اهداف آنان، مشخص می‌شود که رویکردهای فرهنگی، سمبلیک، تعاملی و زیست محیطی هر یک تا اندازه‌ای با تعاریف هنر شهری هماهنگ بوده و به نظر می‌رسد قابلیت تعریف به عنوان هنر شهری را داشته و کمابیش در راستای الگوهای طرح شده می‌باشد. بر اساس نتایج سالانه هنر شهری تهران و پروژه‌های مشابه، امروزه هنر شهری می‌تواند به عنوان شکل نوینی از هنر عمومی معاصر ایران در نظر گرفته شود. (sohrabi, 2017: 7)

۴- تعامل مخاطبان شهری با آثار سالانه هنرهای شهری در تهران

پس از گذر از دوران کلاسیک و مقطع مدرنیسم، اصالت اثر نه به تجلی هنرمند یا خود اثر هنری، که با ورود به دوران پست مدرنیسم به مخاطب اثر و توجه به ایده برمی‌گردد. تا جایی که در برخی مکاتب هنری و جریانات ایده‌پردازی نوآورانه عصر حاضر، اثر نهایی بدون وجود مخاطب، ناقص و ناتمام است (موشتوری، ۱۳۸۶: ۶۲). از طرفی سیاست‌گذاری فرهنگی در بخش هنرهای تجسمی معاصر و مدرن، لزوم خلق آثار نوآورانه و تأثیرگذار را شامل می‌گردد (گمبریج، ۱۳۸۷: ۱۸۹). امروزه یکی از مشخصه‌های هنرهای عمومی معاصر، برقراری رابطه تعاملی بین مخاطب و اثر می‌باشد. این در حالی است که با رشد امکانات پیشرفته، تعامل مخاطب با اثر از سوی مخاطب پذیرفته شده و تعریف می‌گردد. در کشورهای در حال توسعه و جوامع با سابقه تاریخی و فرهنگی کهن، عوامل متعدد بیشتری نسبت به جوامع غربی و صنعتی در میزان و کیفیت این تعامل نقش دارند.

۴-۱ رابطه تعاملی مخاطب با فضای جمعی

در فرآیند تعامل انسان محیط، آن چه که در وهله نخست از منظر عینی شهر دریافت می‌شود، دریافت و ادراک مخاطب از محیط می‌باشد (آرنهایم، ۱۳۸۸: ۳۱). پس از آن شناخت اتفاق می‌افتد و به دنبال شناخت، ارزیابی صورت می‌گیرد که در نتیجه آن رفتار مناسب بروز می‌کند (گلکار، ۷۵). در جدول ۴، عوامل تعیین کننده این رفتار در مخاطب فضای شهری تهران مشخص شده است.

جدول ۴. عوامل موثر بر کنش مخاطب در مقابل منظر شهری. منبع: نگارندگان

دیدن و آگاه شدن	دریافت	ارزیابی	رفتار
ارتباط فیزیکی	منظر شهری هدفمند	زیبایی و کارایی (فرم و عملکرد)	مشارکت سازنده یا وندلیزم

از آن جایی که فضای جمعی عرصه کنش‌های اجتماعی محسوب می‌شود؛ در یک دید اجمالی می‌توان فضای شهر تهران را به معماری ساختمان‌ها، تقسیم خیابان‌ها و میدانی، مبلمان شهری و فضاهای عمومی بسته مانند مراکز تجاری، فرودگاه‌ها و غیره تقسیم نمود. رابطه مخاطب با هر یک از چهار عامل دیدن و آگاه شدن، دریافت، ارزیابی و رفتار، به عوامل شخصی و جمعی هم‌چون سن، جنسیت، میزان تحصیلات، شغل فرد، عادات فردی، سنت، سلیقه، فرهنگ، سیاست، اقتصاد مربوط می‌باشد. در سالانه هنر شهری تهران، بستر اجرای هنر شهری فضای جمعی در نظر گرفته شده است و مخاطب پذیری این رویداد در تغییر فرم و محتوا برای

منظر شهری در نظر گرفته شده است. در راستای تطبیق نمای شهری با تغییرات اجتماعی، فرهنگی و نیازهای روز کلان شهرها، مخاطب در دریافت‌های قبلی خود مواردی از قبیل مرمت بافت‌های فرسوده شهر، احیای بناهای تاریخی، تغییر کاربری خیابان‌های قدیمی به پیاده‌راه‌ها و غیره را در حافظه خود داشته و بر اساس ارزیابی قبلی خود، مقیاسی از تغییر منظر شهری پایدار دارد (مظفری خواه و کفشچیان مقدم، ۱۳۹۱: ۱۰۱). در صورتی که هدف از اجرا و نصب آثار هنر شهری بهارستان، طرح پرسش در ذهن مخاطب و آماده‌سازی او برای نزدیک شدن به چالش‌های مفهومی نوین و نمادهای جهانی است.

۲-۴ رابطه تعاملی مخاطبان با یکدیگر

فرهنگ، الگوهای مشخصی از زندگی اجتماعی است که قسمتی از ارزش‌ها، مفاهیم و عقاید بیان شده در اشیاء، خدمات و فعالیت‌های جمعی را باز می‌تاباند. (Press & Cooper, 149) بازده فرهنگ در تمدن‌ها، ساختاری سمانتیک می‌باشد که در لایه‌های پیام رسان عناصر بصری نهفته‌اند. از این رو نمادها و المان‌های هنر سنتی که بخش انتزاعی و کلیدواژه زیبایی‌شناسی هنر بومی را تشکیل می‌دهند، در بعد سمانتیک خود، درک مفهوم و ایجاد خوشایندی از طریق تداعی خاطرات و تاریخ را برای مخاطبان ایجاد می‌نماید. (Boudrilard, 2005: 78) بخش اعظم تعاملات اجتماعی مخاطبان به بازنمایی پیشینه فرهنگی و سنت بر می‌گردد و در عصر حاضر که الگوهای تبلیغاتی، رفتارهای فردی و مصرفی را ترویج می‌دهند، دولت‌ها در صدد هستند تا با آموزش و برگزاری رویدادهای اجتماعی و هنری، بازخورد رفتارها را به سمت رفتار صرفه جویانه و دگرخواهانه تغییر دهند. این رفتار در سطح کلان در عکس العمل‌های اجتماعی بازتاب داشته و رفتاری مشارکتی و همگانی در جهت حفظ منافع جمعی ایجاد می‌نماید. بازخورد این رفتارهای اجتماعی به جامعه‌ای سالم‌تر و شاداب‌تر منجر می‌گردد.

جدول ۵. عوامل موثر بر کنش مخاطبان فضاهای اجتماعی. منبع: نگارندگان

فرهنگ	اجتماع	سیاست	اقتصاد
احساس، تجربه، عادات و رفتار	آموزش و یادگیری ارزش‌های اجتماعی و رویکردهای بشردوستانه	هنجارهای حاکم بر دولت‌ها، منتقدان و مسأله جهانی شدن	حفظ منابع، توجه به پایداری و الگوهای رفتار مصرف

تقویت تعاملات اجتماعی، در سالانه هنرهای شهری بهارستان در ارتباط با ایجاد محیط‌های مشارکتی و همکاری هنرمندان و مخاطبان در نصب و ارائه آثار هنری و آموزش و یادگیری هنرهای سنتی در قالب نقاشی یا کارگاه‌های نوروزی بود. هم‌چنین در فراخوان یاد شده پیش بینی مسابقه عکاسی با موضوع گرفتن سلفی با المان‌های محیطی نوروز، تلاش داشت تا حس مشارکت و همدلی ساکنان شهر تهران را با یکدیگر تقویت نماید.

۳-۴ رابطه تعاملی مخاطب و هنر شهری

مخاطب از دو منظر کلی با هنر شهری ارتباط برقرار می‌نماید: ۱- زیبایی‌شناسی بصری ۲- محتوای مفهومی و اجتماعی ایجاد لایه‌های معنایی جدید در عین توجه به المان‌های

فرهنگی و تاریخی، مشارکت چند جانبه مخاطب شهری را در پی دارد (جدول ۶).

جدول ۶. عوامل ایجاد تعامل مخاطب با هنر شهری. منبع: نگارندگان

محتوای فرهنگی و اجتماعی	زیبایی شناسی بصری	رویکردهای ارائه شده در هنر شهری بهارستان
احیای ارزش های فرهنگی و هنر سنتی	استفاده از نمادهای ایرانی	رویکرد سنتی
آموزش و ترغیب مفاهیم ارزشی همگانی	توجه به نمادها و سمبل های جهانی	رویکرد سمبلیک
توجه به مفاهیم مشارکتی، همیاری و نوع دوستی	گرایش های نو در عرصه هنر (آثار فرمالیستی و تجربی)	رویکرد مفهومی
توجه به ملاحظات زیستی و محیط امن و پاک	تصویرسازی فرم و سازه با تأکید بر مواد و مصالح	رویکرد زیست محیطی

آثار هنر شهری می توانند در بعد نمادین خود بار معنایی مشخص را در برداشته باشند. که هر چه این بعد به پیشینه و اصالت فرهنگی و تاریخی یک جامعه نزدیک تر، هم سوتر و هم جنس تر باشد، ایجاد ارتباط و روابط نظام مند و تعادل مؤثر بین اثر و کاربر مؤثر تر ماندگاری و کیفیت آن ارتقاء می یابد. هر یک از رویکردهای کلی تعریف شده در رویداد هنر شهری بهارستان به نحوی در واکنش به اهدافی هم چون: تأکید بر ادراک فضایی-بصری، تأکید بر مشارکت اجتماعی و نوع دوستی، توجه به ملاحظات زیست محیطی و پایداری، تقویت تعاملات انسان فضای شهری، آموزش و تقویت گسترش پیادهمداری و توجه به پیشینه هنر، سنت و تاریخ؛ مؤثر بوده و گام هایی نه چندان بزرگ و مداوم اما مؤثر برداشتند. از آن جایی که بافت اجتماعی و فرهنگی ایران از دوران انفعال خارج شده و از شیوه های پیام رسانی پویاتر و بدیع استقبال می کند، (مظفری خواه و کفشچیان، ۱۳۹۰) لازم است تا به اهمیت هنر شهری در کلان شهری چون تهران بیشتر اهمیت داده شود تا رویدادهایی این چنین در مقاطع زمانی بیشتر و به شکلی دقیق تر و مؤثر تر اجرا گردد.

نتیجه

برقراری تعامل مؤثر که رفتار سالم و سازنده را شکل می دهد، در گرو درک و ایجاد یک ارتباط دو سویه معنادار بین انسان و فضاهای اجتماعی می باشد. از طرفی مقتضیات سبک زندگی کم جمعیت و ماشینی امروز لزوم بهره مندی از کالاهای خدمات ساده تر و عاری از پیچیدگی و شلوغی های بصری را ایجاب می نماید. از این رو لزوم استفاده از قابلیت های فرمی و محتوای مفهوم دار نمادها در طراحی فضاهای شهری امروز در فرآیند طراحی برای کاربر ایرانی معنا پیدا می کند. رویداد سالانه هنرهای شهری بهارستان در سال ۹۵ که در بخش هایی از فضاهای پر رفت و آمد کلان شهر تهران برگزار شد، با هدف استقبال از نوروژ تلاش داشت تا به تقویت تعاملات اجتماعی نیز بپردازد. در بررسی های پژوهش پیش رو مشخص گردید که آثار ارائه شده در این رویداد در چهار رویکرد کلی فرهنگی، سمبلیک، مفهومی و زیست محیطی، هم به احیای ارزش های هنر سنتی توجه داشته و هم نگاهی به گرایشات نوین در عصر حاضر داشته است. در پاسخ به

پرسش‌های پژوهش به نظر می‌رسد آثار هنر شهری بهارستان با مؤلفه‌های هنر شهری نزدیک بوده و می‌توان آن را در قالب هنر شهری تصور نمود اما از آن جایی که محیط شهر تهران مکانی متشکل از فعالیت‌ها و تصورات فرهنگی از پیش تعیین شده می‌باشد، لازم است تا بازتعریفی در فضاهای عمومی شهر تهران در ایجاد آرامش، سرگرمی، معاشرت، تردد و تعامل صورت گیرد. سوال دوم پژوهش به سهم مخاطب در تعامل مؤثر با آثار یاد شده می‌پردازد. با توجه به معیارهای مخاطب هنر شهری که ادراک و آگاهی که از آموزش و اطلاعات افراد ناشی می‌شود و در اولویت تعامل با آثار هنر شهری قرار دارد؛ می‌توان نتیجه گرفت که ساکنان شهر تهران می‌توانند در سه وجه تعامل با محیط، تعامل با عناصر شهری و تعامل با یکدیگر عمل نمایند. به نظر می‌رسد در رویداد بهارستان، تعامل به دو صورت زیبایی‌شناسی بصری و محتوای فرهنگی و اجتماعی، ایجاد شده و در همین راستا به تقویت روابط دوسویه در جهت بهره‌مندی از شادابی محیط، ترویج صلح طلبی و ارزش‌های انسانی نزدیک شده است.

پی‌نوشت

۱. برخی از قالب‌های اجرایی در هنر نوین: هنر جدید (هنر مفهومی ادراکی) New Art، هنر مفهومی Conceptual Art، هنر چند رسانه‌ای Art Multimedia، هنر چندمان Installation Art، هنر اجرایی Performance Art، هنر محیطی Environment Art، هنر زمینی Land Art، ویدیو آرت Video Art، دیجیتالی آرت Dijital Art، فوتو آرت Photo Art، هنر فرآیندی Process Art، هنر پرواز Fligh Art می‌باشند.
۲. Civic Art
۳. Globalisation
۴. Privacy
۵. (Clouds: Olaf Breuning b. 1970, Schaffhausen, Switzerland)
۶. (Charles Long (b.1958, New Jersey
۷. ONLY GENDER: RED, YELLOW AND BLUE, MADISON SQUARE PARK, New York City, 2013
۸. Marcel Duchamp (۱۸۸۷-۱۹۷۸) چشمه (فواره) مارسل دوشان ۱۹۱۷، از نظر وی اثر هنری در قید و انحصار صورت و فرم اثر نیست بلکه اصالت اثر در ذهن هنرمند و در ایده شکل می‌گیرد. پس از او هنر مفهومی با تمرکز بر اصالت اثر و تجربی‌گری دنبال می‌گردد.
۹. Vandaism وندلیزم به معنای اقدام به تخریب عمدی یا آسیب رساندن به اموال عمومی یا خصوصی می‌باشد. مثلاً تخریب صندلی‌های ورزشگاه توسط هواداران خشمگین تیم بازنده فوتبال یا تخریب نیمکت‌ها و مبلمان شهری.
- ۱۰ بعد معنایی

منابع

- آرنه‌ایم، رودلف (۱۳۸۸)، هنر و ادراک بصری، ترجمه مجید اخگر، تهران: انتشارات سمت.
- اسماعیلا، هوار جی (۱۳۸۱)، گرایش‌های معاصر در هنرهای بصری، ترجمه فرهاد غبرایی، چاپ اول، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- آسایرگر، آرتور (۱۳۸۵)، نقد فرهنگی، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
- امامی فر، نظام‌الدین (۱۳۸۷)، بررسی برخی از قالب‌های اجرایی در هنر جدید، کتاب ماه هنر، صص ۸۴-۹۶.
- بکولا، ساندرو (۱۳۸۷)، هنر مدرنیسم، ترجمه رویین پاکباز و همکاران، چاپ اول، تهران: انتشارات فرهنگ معاصر.
- بورگر، پیت (۱۳۸۶)، نظریه هنر آوانگارد، ترجمه مجید اخگر، تهران: نشر مینوی خرد.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۳)، راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران، تهران: وزارت مسکن و شهرسازی، معاونت شهرسازی و معماری، دبیرخانه شورای عالی شهرسازی و معماری.
- سجودی، فرزاد (۱۳۸۷)، نشانه‌شناسی کاربردی، چاپ اول، تهران: نشر علم.
- شاله، فیلیسین (۱۳۴۷)، شناخت زیبایی، ترجمه علی اکبر بامداد، تهران: کتابخانه طهوری.
- عباسی، فرود (۱۳۹۳)، بررسی نقش و جایگاه مخاطب در هنرهای تعاملی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- کفشچیان مقدم، اصغر، دارش، یواف و همکاران (۱۳۸۹)، ارزیابی دیوارنگاری معاصر تهران از دیدگاه مخاطب، نشریه هنرهای زیبا هنرهای تجسمی، سال چهارم (۴۱)، ۶۹-۶۳.

- گامبریج، ارنست (۱۳۸۷)، تاریخ هنر، ترجمه علی رامین، تهران: نشر نی.
- گلکار، کوروش (۱۳۸۷)، کندوکاوی در تعریف طراحی شهری، تهران: مرکز مطالعه و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.
- لوسی اسمیت، ادوارد (۱۳۸۲)، جهانی شدن و هنر جدید، ترجمه دکتر علیرضا سمیع آذر، تهران: نشر نظر.
- مظفری خواه، زینب و کفشچیان مقدم، اصغر (۱۳۹۱)، قابلیت‌های هنر کمینه (مینی مال) در گرافیک شهری با تأکید بر نمونه های دیوارنگاره‌های شهری ایران، فصلنامه علمی-پژوهشی نگره، سال دوم (۲۲)، ۸۴-۱۰۳.
- گیدنز، آنتونی با همکاری کارن برد (۱۳۸۷)، جامعه شناسی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- موشتوری، آنتیگون (۱۳۸۶)، جامعه شناسی مخاطب در حوزه فرهنگی و هنری، ترجمه حسین میرزایی، تهران: نشر نی.
- وحدت، سلمان (۱۳۹۴)، بررسی و سنجش اولویت های خوانش منظر میدان های شهری: مطالعه موردی همدان، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه بوعلی سینا: همدان.
- یگانه، سیروس (۱۳۸۶)، مدرنیزاسیون و پست مدرنیزاسیون، مجموعه مقالات اولین همایش جامعه شناسی هنر، انتشارات فرهنگستان هنر، ۱۰۷-۴۹.

- Boudrilard, Jean. (2005), The system of Objects, New York: VERSO, UK-USA.
- Carlson, M. (1989), Places of Performance: The Semiotics of Theatre Architecture, New York: Cornell University Press.
- Crane, D.(2003), The transformation of the Avant-Garde: The New York Art World 1940-1985, Chicago: University of Chicago Press.
- Fineberg, J.(2000), Art Since 1940 (Strategies of Being), London: Lourency King.
- Gaie, S.(2010), Public Art and Space, University of Oradea: Faculty of Visual Arts.
- Genger, O. (2013), Red, Yellow and Blue, New York: Madison Square Park Conservancy.
- Heskett, J.(2005), Design A Very Short Introduction , London: Oxford University Press.
- Markussen, T. and Gall Krogh , P.G., (2008), Mapping Cultural Frame Shifting in Interaction Design with Blending Theory, International Journal of Design, Vol.2, NO.2, pp 17-5.
- Press. M.& Cooper. R. (2003), The Design experience, London: Ashgate.
- Proshansky, H., Ittelson, W. and Rivlin, L., (1976), Environmental psychology: People and their physical settings, Second Edition, New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Remesar, A. (2005), Urban Regeneration a challenge for Public Art, Barcelona: MomografiesPsico Socio ambientales Publication.
- Southworth, M. and S. Southworth, (2007), Environmental quality analysis and Management for cities and regions. T. P. R. July, pp. 231-253.
- Sohrabi, N., M. (2017), Public Art: Place Making or Focus on Values (Case Study: Vali-Asr Street, Tehran), Arts and Social Sciences Journal, Vol.8, No. 3, 4-7.
- Sturley, M. (2010), Kamadonal Community Plan for Public Art, Vancouver: Adoted may Publication.
- Tomkins, C. (2013), Marcel Duchamp: The Afternoon Interviews, New York: Badlands Unlimited.
- Turner, J. (1998), The Dictionary of Art , Volume 10, New York, Grove's Dictionaries Inc.
- www.publicartfund.org/view/exhibitions/6035_olaf_breuning_clouds
- (بازیابی شده در تاریخ 3 مهر 97)
- <http://artsandculturetx.com/charles-long-catalin-pet-sounds>
- (بازیابی شده در تاریخ 12 مهر 97)
- www.archdaily.com/475593/young-projects-play-match-maker-in-times-square
- (بازیابی شده در تاریخ 12 مهر 97)
- <http://irangardnews.ir/1395/01/161782>
- (بازیابی شده در تاریخ 10 آبان 1397)
- <http://theotheriran.com/2016/03/24/photos-urban-art-event-to-welcome-spring-in-tehran>
- (بازیابی شده در تاریخ 14 آبان 1397)
- <http://theotheriran.com/2016/03/24/photos-urban-art-event-to-welcome-spring-in-tehran>
- (بازیابی شده در تاریخ 15 مهر 1396)