

نقش هنر عمومی با تأکید بر مجسمه‌های شهری در ارتقاء کیفیات ادراکی فضای شهری (مورد مطالعه: مجسمه‌های محدوده مرکزی شهر اصفهان)

محمد نصر اصفهانی^۱

(کارشناس ارشد طراحی شهری، موسسه آموزش عالی هنر و معماری پارس، تهران، ایران)

سعیده هرنندی زاده

(کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه یزد، یزد، ایران)

چکیده

هنر عمومی نقش‌های مختلفی در فضای شهری دارد که به دسته‌هایی چون مجسمه، موسیقی، نقاشی و نگاره‌های شهری، تئاترهای شهری، آب‌نماها و غیره تقسیم‌بندی شده است. مجسمه‌ها و المان‌های شهری یکی از این موارد است که مورد بررسی قرار گرفته و دارای طراحی و کارکردهای مختلفی می‌باشد. مجسمه‌های شهری از نظر کارکردی و طراحی به صورت بیانی، نمایشی و عملکردی تقسیم می‌شوند. هدف از انجام این پژوهش بررسی ارتقاء کیفیت ادراکی فضای شهری توسط مجسمه‌های شهری است. مجسمه‌های مورد مطالعه در محدوده مرکزی شهر اصفهان شامل مجسمه‌های حاشیه رودخانه زاینده‌رود، فلکه‌های مهم شهر مانند خواجه و غدیر و خیابان‌های اصلی مانند چهارباغ عباسی قرار گرفته‌اند. همچنین سعی شده تا با استفاده از مصاحبه و مطالعه بر روی فضای شهری حدود ۱۷ مورد از مجسمه‌ها بررسی و نقاط قوت و ضعف آن‌ها شناسایی و استخراج شدند. از جمله نقاط قوتی که می‌توان بدان اشاره کرد اهمیت مباحث تاریخی، فرهنگی و زیباشناختی شهری در مفاهیم مجسمه‌ها است. نقاط ضعفی که در بعضی از این موارد و مجسمه‌ها شاهد آن هستیم موضوعاتی مانند نورپردازی کم برخی از مجسمه‌ها، مکان‌یابی نامناسب مجسمه، بزرگ یا کوچک بودن مجسمه نسبت به فضای قرارگیری آن هم از نکاتی است که در ادراک و مهم بودن مجسمه باید بدان توجه کرد.

واژه‌های کلیدی: هنر عمومی، فضای شهری، کیفیت ادراکی، مجسمه، شهر اصفهان.

^۱ایمیل نویسنده مسئول: mohammad_nasr10@yahoo.com

مقدمه

فضاهای باز شهری یکی از مهم‌ترین عناصر شهری هستند که گاهی در شهرها به فراموشی سپرده می‌شوند، این فضاها که خود یکی از عوامل جذب و افزایش حضور مستمر مردم در شهر هستند، باعث افزایش پویایی و سرزندگی شهری می‌شوند. حضور بیشتر مردم در شهر، باعث ایجاد حس نشاط و حس مثبت به فضا شده و در رضایتمندی شهروندان نسبت به محل زندگی خویش مؤثر است. خلق و ارتقاء سرزندگی در یک فضای شهری که شرط اساسی آن وجود مردم و حضور فعال و پرشور و نشاط آن‌ها در فضای شهری هست، مستلزم همسو بودن و منطبق بودن ویژگی‌های این فضا در تأمین و پاسخگویی به نیازهای شهروندان و به عبارتی تأمین یک فضای شهری مطلوب برای حضور مستمر شهروندان است. هدف از انجام این پژوهش بررسی ارتقاء کیفیت ادراکی فضای شهری توسط مجسمه‌های شهری و پاسخ به این پرسش است که المان‌ها چگونه باعث تقویت کیفیت‌های فرهنگی، تاریخی و بصری در فضای شهری می‌شوند. در نوشتارهایی که به بررسی هنر عمومی معاصر پرداخته‌اند، کمتر نوشته‌ای به کامیلوزیته و کتاب ارزشمند او، ساخت شهر بر اساس مبانی هنری که در اواخر قرن ۱۹ میلادی منتشر شد، اشاره کرده است. اگر چه زیته در این کتاب به‌طور مستقیم به موضوع هنر عمومی به مفهوم معاصر آن نپرداخته، اما جایگاه شاخص هنر در فضاهای شهری را مورد توجه قرار داده و به ارائه اصول هنری در شهرسازی پرداخته است. موضوع مهمی که زیته در اواخر قرن ۱۹ میلادی در مورد آن اعلام خطر می‌کند، شکل‌گیری فضاهای شهری نوگرایی است که در آن‌ها باید از ایجاد کارهای هنری چشم‌پوشی کرد، فضاهایی که بر اساس شکل منظم شبکه‌های ارتباطی شکل گرفته‌اند و هرگز نمی‌توانند اهداف هنری را تأمین کنند. با ورود به قرن ۲۰ میلادی و با گرایش شاخه‌های مختلف طراحی و برنامه‌ریزی محیطی - که برنامه‌ریزی شهری و معماری را نیز شامل می‌شد - به سبک بین‌الملل، تغییرات عمیقی در تلفیق تزئینات سنتی، نقاشی و مجسمه با محیط پیرامون انسان اعم از معماری و محیط شهری پدیدار گشت؛ همان‌گونه که زیته در قرن ۱۹ میلادی اعلام خطر کرده بود، این دوره گرایش به دور شدن محیط از هنرهایی را تجربه کرد که تا آن زمان به‌طور معمول با آن تلفیق شده بودند. اگرچه مدرسه معماری باوهاس در ابتدای شکل‌گیری سبک بین‌الملل داعیه تلفیق هنرهای مختلف با یکدیگر و با صنعت را تحت عنوان واژه «همکاری» سر می‌داد، اما نه تنها این موضوع تحقق نیافت بلکه چهره‌های تأثیرگذار این سبک خود را بیزار از تزئینات الحاقی به بنا معرفی می‌کردند و در بعضی موارد تزئینات را تا حد «جنایت» می‌دانستند (مزینی، ۱۳۷۶)؛ چنانکه لوکوربوزیه در آن زمان اعلام می‌کند: «معماری در ذات خود یک واقعه است، می‌تواند به‌طور کاملاً مستقل باقی بماند و هیچ نیازی به مجسمه یا نقاشی ندارد... هنرهای بصری فرع بر معماری هستند» (Petherbridge, 1987: 10).

تعریف هنر عمومی

مفهوم "هنر عمومی" با "فضای عمومی"، به‌صورت یک زمینه مشترک که مردم فعالیت‌های عملکردی آیینی را باهدف انسجام و همبستگی جامعه در آن انجام می‌دهند، ارتباط زیادی دارد. قرارگیری هنر عمومی در زمینه و جامعه شهری، موجب اعطای معانی زیباشناختی، اجتماعی و عملکردی به آن می‌شود. در زمینه هنر، فضای عمومی شامل گونه‌هایی متعدد از فضاها می‌شود که مردم در آن‌ها زندگی و کار می‌کنند و اوقات فراغت خود را می‌گذرانند (مرادی، ۱۳۸۶). هنر عمومی، شامل فعالیت‌های پر معنایی است که در سطح شهر با سرمایه‌گذاری عمومی یا توسط اشخاص شکل گرفته و مورد توجه عموم است و با هدف روشن و در قالب فعالیت‌های عمومی شهر نمودار می‌شود. "هنر محیطی" است که در ارتباط با فضای شهر، گونه‌های مختلفی از هنر عمومی را در رابطه تنگاتنگ با محیط با مردم به نمایش می‌گذارد و هر یک از شاخصه‌های این هنرها در طول زمان به قسمتی از فرهنگ بصری آن محیط، تبدیل خواهند شد (Casanovas, 1994). هنر عمومی مفهومی جدیدی نیست، بلکه از زمان‌های دور

وجود داشته است. این هنر، ریشه تاریخی در فرهنگ‌های ادوار مختلف داشته است، اما استفاده و عملکرد این هنر باگذشت زمان تغییر کرده است (Worth, 2003). تعریف هنر عمومی از دیدگاه محققان امر پیچیده‌ای محسوب می‌شود و معمولاً این هنر به "اقدامات بصری هنرمندان تهیه شده برای سایت‌های باز و در دسترس عموم (Eaton, 1990) اطلاق می‌گردد. هنر عمومی در مفهوم عامش، هنری است که در فضاهای عمومی واقع شده باشد و یا رخ بدهد. ژتویر مادرلو (Maderuelo, 1994) در جمع‌بندی از تعاریف مختلفی که از این مفهوم بیان شده این‌گونه گفته است: "گونه‌ای مشخص از هنر که نصیب گروه خاصی از شهروندان در هنر معاصر نبوده و مکانش در فضای باز شهری است (مرادی، ۱۳۸۶). هنر عمومی عاملی قدرتمند و تأثیرگذار است که می‌تواند ارتقاء بستر فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی شهرها و فضای عمومی را باعث شود. همچنین می‌تواند با حضور خود در فضای عمومی، به‌عنوان عاملی جهت تقویت مراودات اجتماعی به تحکیم هویت بومی کمک کند و باعث ارتقاء کیفیت فضایی که به دنبال آن اصلاحات رفتاری، اجتماعی و محیطی را در بردارد شود (همان). همچنین باعث افزایش حس زیبایی‌شناسی مردم که همان آموزش هنر است می‌شود و بهبود منظر شهری را به دنبال دارد (Myllyntaus, 2012). کاربرد هنر عمومی را می‌توان در موارد بیان شده می‌توان خلاصه کرد: ۱- یادآوری خاطرات؛ ۲- بهبود منظر شهری؛ ۳- کمک به اقتصاد در خلال توریسم و سرمایه‌گذاری؛ ۴- کمک به احیای فرهنگی و هنری؛ ۵- هویت‌بخشی به جامعه؛ ۶- ارتقاء کیفیت زندگی؛ ۷- آموزش هنر و افزایش درک زیبایی‌شناسی؛ ۸- افزایش تعاملات اجتماعی؛ ۹- نشانه‌شناسی؛ ۱۰- شرم‌زدایی؛ ۱۱- مقابله با مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی (Myllyntaus, 2012, Russell & Arefi, 2003).

هنری که ما در فضای عمومی می‌یابیم، بیش از دیگر گرایش‌های هنری و زیباشناختی تبیین‌کننده و نشان‌دهنده موقعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه در زمان خود است. اقدامات صورت گرفته در این زمینه به تشکیل تصویر ویژه‌ای از شهر و علامت‌های قابل شناخت در آن کمک می‌کند. هنر در مکان‌های عمومی روابط بین مردم را تحت تأثیر قرار داده و باعث ارتقاء سطح سلامتی و تحول جوامع می‌شود (Worth, 2003). در مورد رابطه تنگاتنگ بین شهر و هنر می‌توان گفت که هنوز وظیفه هنر (چه به‌صورت بناهای یادمانی و چه به‌صورت اشیاء متحرک) اصلاح بافت محیط زندگی مدرن است (Argan, 1983). هنر عمومی در مفهوم عامش، هنری است که در فضای عمومی واقع شده است. اگر بخواهیم آن را از طریق قراردادی‌اش تعریف کنیم، این هنر، هنری است نظم یافته و تخصص یافته برای عموم و دارای ویژگی اشتراکی بودن. از جنبه دسترسی آن را به‌طور معمول می‌توان در محیط بیرونی پیدا کرد، همچنین بر مبنای بستری که در آن واقع شده است قابل دریافت و ادراک است. تمام این تعاریف به همان میزان گستردگی‌شان غیر پایدار می‌باشند و هیچ‌کدام از آن‌ها قابلیت پوشش تمام جنبه‌های این مقوله را ندارند. تعریفی که به‌خوبی می‌تواند جمع‌بندی از تعاریف مختلف از مفهوم هنر عمومی باشد توسط ژاویر مادرولو بیان شده است: "گونه‌ای مشخص از هنر که نصیب گروه خاصی از شهروندان در هنر معاصر نبوده و مکانش در فضای باز شهری هست" (Madaeruelo, 1994). در زمینه تاریخ هنر عمومی مادرولو تصریح می‌کند که: "از نیمه قرن هفدهم مفهوم تولید یک شاخه جدید از هنر که مخاطبش- نه مانند هنر تخصص‌گرای معاصر- مجموعه شهروندان و مکانش فضای باز شهری هست وجود داشته است. هنر عمومی به‌صورت یک سبک مطرح نبوده و مستقل از فرم‌ها، مصالح و مقیاس‌ها گسترش یافته است". جین کرایستوف آمان مفهوم هنر عمومی در فضا را به‌صورت قرارگیری یک عمل در یک زمینه همپوش که موجب اعطای معانی زیباشناختی، اجتماعی و عملکردی و گویا به آن شود، بیان می‌کند.

از خصیصه‌هایی که آرماجانی در مورد هنر در فضای عمومی بیان می‌کند می‌توان به باز بودن، مفید بودن و اشتراکی بودن آن اشاره کرد. همچنین او اعتقاد دارد هنر عمومی در تلاش برای اسطوره‌زدایی از هنر است (Armajani, 1995). به این معنی که در

بحث هنر عمومی، اسطوره‌ی سازنده اثر هنری در ادراک آن از طرف عموم نقش ضعیفی را بازی می‌کند. همچنین او بر این عقیده پافشاری می‌کند که هنر عمومی بر مبنا و پایه فلسفه که قصدش جدایی هنر از زندگی روزمره انسان است، بنا نهاده نشده، بلکه به دلیل اتکای هنر عمومی بر نوعی اثر متقابل با عموم بر مبنای بعضی انگاره‌های مشترک، این هنر به دنبال گشودن زوایای جدیدی است که می‌توان از آن زوایا ساختار اجتماعی هنر را مشاهده کرد.

ظهور هنر در فضای عمومی

در حال حاضر تغییراتی در مفهوم هنر عمومی به دنبال تغییر در موقعیت‌ها و امکانات در زندگی عمومی مانند دیگر تغییرات اجتماعی به وجود آمده است و در نتیجه مفهوم این هنر رشد کرده، فرم‌ها و عملکردهایش نیز گسترش یافته است. هنر عمومی در فضاهای عمومی دارای کاربردهای گوناگونی است از جمله: یادآوری خاطرات، بهبود منظر شهری، کمک به احیاء اقتصاد در خلال توریسم و سرمایه‌گذاری، کمک به احیاء فرهنگی و هنری، هویت بخشی به جامعه و پاسخ‌گویی به سیاست‌های عمومی ارتقاء کیفیت زندگی شهری؛ اما تفکر و مفهوم محوری در تمامی این زمینه‌ها این است که هنر عمومی باید برای مردم و با مردم باشد (Remesar, 2001).

تفکر در هنر عمومی و تلفیق آن در فضای شهری ناگزیر ذهن را به سمت سؤال در مورد چگونگی پدید آمدن هنر عمومی در فضای شهری یا هر فضای عمومی دیگری هدایت می‌کند. این حقیقت که هنر عمومی برای شهروندان به وجود آمده و در فضای عمومی قرار گرفته است، الزاماً به این معنی نیست که همه هنرهای مستقر در فضای عمومی را می‌توان هنر عمومی به حساب آورد؛ اما تلاش برای برگزیدن معیارهای قاطع در این رابطه به‌طور عملی غیرممکن می‌نماید. گویلیوکارلوآرگان این موضوع را به این صورت روشن می‌کند که: در وضعیت فرهنگی حاضر گفته می‌شود که یک شیء در یک زمان هم می‌تواند اثر هنری نامیده شود و هم نه در این زمینه دیدگاه و نیت و منش درونی هنرمند و حتی بیننده تعیین کننده و کافی است. تأکید آرگان بر دخالت دیدگاه و نیت سازنده و حتی بیننده اثر هنری بر دسته بندی یک اثر در حیطه‌ی هنر عمومی، کار بررسی چگونگی ظهور هنر عمومی را باز هم مشکل‌تر می‌کند. دنی کاراوان در تلاش برای حل این مشکل و تدوین چارچوبی به‌منظور درک و دسته‌بندی عوامل مؤثر در پیدایش هنر عمومی به‌صورت زیر به عوامل تولید آن می‌پردازد:

کمسیون + مکان + زمان + ضوابط عملیاتی + بودجه = کار هنری

ارزیابی هنر عمومی

اغلب افرادی که با هنر در ارتباط می‌باشند، فرآیند ارزیابی و قیمت‌گذاری هنر عمومی را قبول نمی‌کنند. در بررسی امکان ارزشیابی هنر عمومی باید به این گفته آرگان توجه کرد که زیباشناسی سؤالی در مورد زیبایی و زشتی نیست، بلکه در مورد معنی است و ما به‌خوبی می‌دانیم که معانی قابل اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل‌اند، بنابراین ما می‌توانیم برای ارزیابی هنر عمومی تلاش کنیم (Argan, 1983). فضای عمومی یک موزه یا گالری برای به نمایش گذاشتن آثار هنری نیست، زیرا در این صورت این فضا محلی برای به نمایش گذاشتن توانایی و افتخارات یک فرد خواهد بود، نه فضایی برای به نمایش گذاشتن افتخارات، خاطرات و ابعاد اجتماعی فرهنگی یک جامعه؛ بنابراین قواعدی که برای ارزیابی "هنر عمومی در مکان" قرار داده شده است، به کلی با آن دسته از قواعد که برای ارزیابی یک نمایشگاه مدرن مورد نیاز می‌باشند، متفاوت است.

نقش هنر عمومی در ایجاد فضاهای شهری موفق

یکی از ویژگی‌های هنر عمومی آن است که رنگ و بوی انسانی‌تری به محیط شهری می‌بخشد. هنر عمومی می‌تواند کانونی برای شکل‌گیری فرهنگ عمومی ایجاد نموده و از این رو دارای نوعی بیان کالبدی (مجسمه‌ها و یادمان‌ها) گونه‌ای بیان معنایی مشترک و یا نقاط مورد علاقه و جذاب برای مردم باشد. از دیگر سو هنرهای عمومی یارای آن را دارند که مجالی برای شکل‌گیری فرآیندها و اتفاقاتی از قبیل جشنواره‌ها و فستیوال‌ها که سودای بازتاب ارزش‌های اجتماعی مشترک را در سر دارند باشند (Hall & Robertson, 2001). بدین ترتیب می‌توان هنر عمومی را در قالب وقایع، کارهای برجسته و شاهکارها، فعالیت‌ها، هنرهای نمایشی و هر گونه تظاهر هنر موسیقی و در کل، تمام فعالیت‌های خلاقانه و پرمعنا در فضای عمومی دانست. پس از بررسی موارد یاد شده، در نگاهی کلان می‌توان هنر عمومی را به دو بخش عمده هنرهای متحرک و ثابت تفکیک نمود. هنرهای متحرک شامل نمایش‌های خیابانی، گالری‌های خیابانی، اجرای موسیقی و مجسمه‌های زنده است، این دسته از هنر قادر است مردم را به توفقی کوتاه و نظاره به یک هنر تشویق نماید. هنرهای ثابت شامل یادمان‌ها، مجسمه‌ها، مبلمان شهری و گرافیتی همچون نقاشی‌های کف و نقاشی‌های دیواری می‌شوند.

به‌کارگیری گونه‌های متفاوت هنر عمومی در عرصه شهر تأثیرات گوناگونی در فضاهای شهری و کاربران فضاها به‌جای می‌گذارد. مایلس این چنین بیان می‌دارد: (۱) هنر عمومی به مکان شور و احساس می‌بخشد؛ (۲) بستر ساز شکل‌گیری تعهد در کاربران مکان شده و آن‌ها را با مکان درگیر می‌سازد؛ (۳) مدلی از کارهای تخیل‌انگیز ارائه می‌دهد؛ (۴) به باززنده‌سازی شهری یاری می‌رساند (Miles, 1994). رمسار معتقد است هنر در فضاهای شهری کاربردهای گوناگونی دارد از جمله: یادآوری خاطرات، بهبود منظر شهری، کمک به احیاء اقتصاد در خلال گردشگری و سرمایه‌گذاری، کمک به احیاء فرهنگی هنری، هویت بخشی به جامعه و پاسخگویی به سیاست‌های عمومی ارتقاء کیفیت زندگی شهری (Remesar, 2001). انجمن برنامه‌ریزی آمریکا نقش هنر عمومی در فضای شهری را این گونه دسته‌بندی نموده است: (۱) به بهبود سیمای شهر و ارتقای رضایت‌مندی عمومی از فضا می‌انجامد؛ (۲) تقویت ارزش‌های فرهنگی، حفاظت از تاریخ، میراث فرهنگی و سرمایه‌های طبیعی را مدنظر قرار می‌دهد؛ (۳) ایجاد کننده کاراکتر اجتماعی و حس مکان است؛ (۴) تعاملات اجتماعی و مشارکت مردم در فضاهای شهری را ارتقاء می‌بخشد؛ (۵) حیات اقتصادی جامعه، از طریق به‌کارگیری استعدادها و سرمایه‌های محلی و ایجاد اشتغال را ارتقاء می‌بخشد. بر این اساس هنر عمومی را می‌توان نوعی تشریک مساعی به‌سوی توسعه پایدار دانست که می‌تواند به اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی در یک منطقه شهری کمک کند (APA, 2011). آرسوی نیز نقش هنر عمومی در فضای شهری را به‌صورت زیر بر می‌شمرد: (۱) محیط زیست ساخته شده را اصلاح می‌نماید؛ (۲) فضاهای شهری شهر را انسانی نموده و به مکان معنایی تازه می‌بخشد، از این رو به خلق فضاهایی راحت و آرامش‌بخش برای مردم یاری می‌رساند؛ (۳) بستر ساز گفتگو و بحث‌های اجتماعی است؛ (۴) به ارتقاء کیفیت محیط‌زیست و زندگی مردم می‌انجامد؛ (۵) استفاده از فضاهای شهری را افزایش داده و با حمایت از حس مالکیت و غرور اجتماعی، وندالیسم را کاهش می‌دهد؛ (۶) بر توان گردشگری می‌افزاید؛ (۷) اقتصاد محلی را از طریق اشتغال محلی تقویت می‌نماید؛ (۸) بر حس ارج و احترام مردم نسبت به یک مکان ویژه می‌افزاید. (۹) کاراکتر ویژه و متفاوتی به توسعه‌های بخش عمومی و خصوصی شهر می‌بخشد (Ozsoy & Bayram, 2007: 10). با نگاهی گذرا بر مبنای مرتبط با مقوله هنر عمومی و جان‌مایه فضاهای شهری موفق در ادبیات شهرسازی جهان، می‌توان شاهد برهم‌کنشی گیرا و فضل مشترکی مشهود میان این دو مقوله بود. این فصل مشترک را می‌توان این‌گونه بیان نمود. همان‌گونه که گفته شد مهم‌ترین ویژگی هنر عمومی قابل‌دسترس بودن آن برای عموم است در مقابل یکی از مهم‌ترین شاخص‌های فضای شهری موفق قابلیت دسترسی عموم به فضا است.

مهم‌ترین وظیفه مبلمان شهری در فضای شهری ارتقاء سطح کیفی محیط شهری در جهت پاسخگویی به نیازهای شهروندان است (مرادی، ۱۳۸۶). این عناصر می‌توانند با برطرف کردن نیازهای کالبدی و زیباشناختی استفاده‌کنندگان محیط را انسانی نموده و ارتقاء رضایتمندی افراد از فضا را به همراه داشته باشند، بر این اساس مبلمان شهری دارای دامنه‌ای از کف‌سازی پیاده‌رو تا سبدهای گل و نورپردازی می‌باشند و می‌توانند جلوه‌های خاصی به محیط اعطا نمایند. به‌کارگیری مبلمان شهری با اهداف ذکرشده فضا را در راه دستیابی به دو معیار راحتی و آسایش فضای شهری موفق هدایت می‌نماید. به هر شیء ساختمان یا موضوعی که گویای تاریخ برجسته یک جامعه باشد یادمان گفته می‌شود. یادمان‌ها به مکان شخصیت خاص داده حس مکان را ارتقاء می‌دهند، استفاده‌کنندگان را با فضا درگیر می‌نمایند و محلی برای شکل‌گیری اجتماعات ایجاد می‌نماید، در نتیجه در شکل‌گیری دل‌مشغولی فعال و غیرفعال مؤثر هست. بیشترین نمود هنرهای عمومی در شهر مربوط به مجسمه‌هایی است که در مقابل ساختمان‌های اداری میدان‌های شهری و محلی و یا مراکز خرید قرار دارند (Gaie, 2002). استفاده از مجسمه‌ها از زمان رنسانس به‌عنوان عناصر ایجادکننده مرکزیت در فضای شهری رونق یافت. مجسمه‌ها از عواملی هستند که می‌توانند حس مکان را برای استفاده‌کننده ارتقاء داده و افراد را با محیط درگیر نمایند، همچنین در ایجاد مکانی برای وقوع بحث‌های اجتماعی مؤثر می‌باشند. در نتیجه مجسمه‌ها می‌توانند در فضا دل‌مشغولی فعال و غیرفعال ایجاد نمایند. در حقیقت می‌توان گفت مناظر ایجاد شده به‌واسطه مجسمه‌ها و دیگر انواع هنر عمومی در فضا می‌توانند بسترساز جذب مردم و شکل‌گیری فعالیت‌های اجتماعی در محیط باشند (Carr, 1990). مجسمه‌ها می‌توانند عامل اتصال کالبدی و بصری فضاهای چندبخشی با یکدیگر شده و موجب ارتقاء معیار دسترسی در فضاهای شهری باشند.

برای ساخت مجسمه‌های زنده افراد خود را به شکل مجسمه درمی‌آورند و برای ساعت‌ها به یک حالت و بدون حرکت می‌ایستند و در ازای این کار زیبا از شهروندان و گردشگران مبالغی را دریافت می‌نمایند. این‌گونه خاص هنر مدلی از کارهای تخیل‌انگیز ارائه می‌دهد و در نتیجه معیار کشف در فضای شهری موفق را که با نو و هیجان‌انگیز بودن فضا به دست می‌آید تقویت می‌نماید. از دیگر سو مجسمه‌های زنده به فضا شور و احساس می‌دهند و می‌توانند عاملی برای شکل‌گیری اجتماعات و همچنین بحث‌های اجتماعی باشند. اجرای موسیقی و نمایش‌های خیابانی که به‌صورت آزاد در فضای شهری به استفاده‌کنندگان ارائه می‌شوند، موجب شکل‌گیری اجتماعات و ایجاد مکانی مملو از شور و احساس می‌شوند. در نتیجه فضا به ظرفی پر شده از استفاده‌کنندگان تبدیل می‌شود و در ادامه فعالیت‌ها به‌مثابه آجرهای اصلی ساختمان فضا شکل می‌گیرند (PPS, 2000). نمایشگاه‌های خیابانی آخرین نوع هنرهای عمومی می‌باشند، این نمایشگاه‌ها علاوه بر اینکه موجب سرزندگی فضا می‌شوند، ارتقاء حیات اقتصادی جامعه را در پی دارند و می‌توانند تشکیل‌دهنده پایه‌های اقتصادی برای مکان باشند. بر اساس ویژگی‌های هنرهای عمومی و تأثیراتی که می‌توانند در فضاهای شهری داشته باشند و همچنین معیارهای موفقیت یک فضا می‌توان گفت هر یک از انواع هنرهای عمومی به‌صورت جداگانه می‌توانند موجبات فراهم شدن یک یا تعدادی از ویژگی‌های فضاهای شهری موفق را فراهم نمایند. در جدول ۱ انواع هنرها و معیارهای موفقیت که می‌توانند در فضاهای شهری ایجاد نمایند آورده شده است.

جدول شماره (۱): ارتباط هنرهای عمومی و معیارهای فضای شهری موفق

معیارهای فضای شهری موفق	هنرهای عمومی
دسترسی، کشف، دل‌مشغولی غیرفعال	گرافیتی (نقاشی‌های دیواری)
راحتی، آسایش، دل‌مشغولی فعال و غیرفعال	مبلمان شهری
دسترسی، کشف، دل‌مشغولی فعال و غیرفعال	یادمان
دسترسی، کشف، دل‌مشغولی فعال و غیرفعال	مجسمه‌های ثابت

کشف، دل مشغولی فعال و غیرفعال، پایه اقتصادی	مجسمه‌های زنده
دل مشغولی فعال و غیرفعال، کاربری و فعالیت، پایه اقتصادی	اجرای موسیقی
دل مشغولی فعال و غیرفعال، کاربری و فعالیت، پایه اقتصادی	نمایش‌های خیابانی
دل مشغولی فعال، کاربری و فعالیت، پایه اقتصادی	نمایشگاه‌های خیابانی

بررسی سیر تحولات در تاریخ هنر، نظریه‌ای بنیادین در شکل‌گیری آثار هنری است. می‌توان تاریخ هنر را از طریق بررسی شکل آثار هنری یا زیباشناسی فرم‌های هنری مطالعه و بررسی کرد. تاریخ هنر بر اساس روش ساخت‌وساز آثار هنری و آفرینش فرم، تحقق‌یافته است نه از توان تفسیر، نقد و داوری ناقدان آثار هنری. صورت‌های خالی هنرمند، نشأت گرفته از روایت، داستان، مضامین و موضوع‌های گوناگون و یا احساسات شخصی باشد. محتوا یا پیام‌هایی که می‌تواند دینی و اخلاقی، انسانی و اجتماعی، سیاسی و عقیدتی و یا صرفاً کنش‌های فردی هنرمند باشد. اثر هنری، کیفیت محسوس این قبیل موضوعات است که در زیباشناسی شکل و شگردهای آفرینش فرم، توسط هنرمند، قابلیت دریافت پیدا می‌کنند. هرگونه فهم و تفسیر و نقد، تنها از طریق اشکال هنری امکان‌پذیر است. اثر هنری، به ارزش‌های زیباشناسانه شکل و فرم بیان است که اطلاق می‌شود نه به پیام و محتوای آن و نه به چگونگی دریافت محتوا از طرف مخاطب!

شناخت و تحلیل ساختار و سبک و سیاق و شیوه بیان هنرمند، از طریق شکل‌گیری قابل‌مطالعه و بررسی است، نه از طریق معناشناسی اثر. هرگونه دریافت معنایی نیز تنها از طریق شکل‌گیری و تحلیل ساختاری ابژه هنری امکان‌پذیر خواهد شد. بررسی شکل و محتوا در آثار هنری، پایه اصلی و اساسی نقد و دربرگیرنده سایر گرایش‌های آن، همچون نقد زیباشناختی، نقد موضوعی، نقد اسطوره‌ای، نقد جامعه‌شناختی و نقد روان‌شناختی است. شناخت ماهیت موضوع و محتوا و همچنین شناخت کیفی شکل یا فرم هنری، مقدمه‌ای بر تحلیل و بررسی است رابطه فرم و محتواست. نقد، اغلب با تقابل‌های دوتایی مواجه می‌شود. همچون تقابل‌های سوژه و ابژه/ صورت و محتوا/ عینی و ذهنی/ محسوس و نامحسوس/ مرئی (دیدنی) و نامرئی (نادیدنی)/ فرم و سوژه/ شکل و محتوا/ دال و مدلول/ موضوع و بیان و سایر تقسیماتی از این قبیل. ساختار ذهنی هر فرد نتیجه تعامل نیروهای بالقوه ذهن با عین، یعنی محسوسات و امور خارجی است که «ذهنیت» نامیده می‌شود. ذهنیت‌ها، فعالیت‌های قوای ذهنی است که اغلب، ناهمگون و متضاد و مجموعه‌ای (preunderstanding)، پیش‌دید (fore-seeing)، پیش‌فهم یا پیش‌تصویر (fore-conception) و پیش‌داشت (fore-having)‌هایی است که ذهنیت هر فرد را در طی تجربیات زندگی تألیف کرده و این‌همه، مؤلفه‌هایی دیگر مبدل شده و یا جایگزین مؤلفه‌هایی دیگر می‌شود. ذهن، ماهیتی سیال دارد و اغلب مجموعه‌ای از تناقض‌ها و تعرض‌هاست. پسندها و نفرت‌های ذهنی از چیزی، می‌تواند تغییر ماهیت پیدا کند و آنچه قبلاً برای ذهن منفور بوده، ممدوح شده و بالعکس.

در اینجا به‌طور مختصر به چند تأثیر و نقشی که آثار هنری همگانی به‌ویژه مجسمه‌های شهری در بافت اجتماعی و شهری ایجاد می‌نمایند اشاره می‌شود: (۱) ایجاد تنوع و سرزندگی در فضاهای شهری؛ (۲) خوانایی و ایجاد هویت؛ (۳) آموزندگی و پرورش ذهن و (۴) زیبایی و ارتقاء کیفیت بصری (حقیقت، ۱۳۸۰: ۱۰۵).

تعریف المان شهری

المان یا نماد شهری ترکیبی است، پیکره‌وار که در ساخت آن از ویژگی‌های درونی احجام و اشکال هندسی، صفحات قائم یا منحنی، اجزاء سازه‌ای، کابل‌ها، پوترها، فریم‌ها و به‌طور کلی هر آنچه می‌تواند جنبه‌ی تزئینی و ساختمانی داشته باشد به‌صورت

یک کلیت یکپارچه و تلفیقی از موارد فوق استفاده می‌شود و قبل از هر چیز این ترکیب دارای یک نظام مهندسی و تعادلی پایدار و زیباست، به گونه‌ای که پس از خودنمایی در سطح شهر افراد را به گونه‌ای جذب خود می‌نماید و ذهنشان را درگیر خود می‌کند که مدت‌ها در آن منطقه از شهر به صورت سمبلیک مشخصه‌ای برای شناخت شهر در منطقه‌ی مورد نظر می‌گردد و در واقع جزء شاخصه‌های شهری می‌گردد.

دلایل و ضرورت وجود المان‌های شهری در فضاهای شهری

هر شهر برای آنکه در ذهن شهروندان یا حتی مسافران تصویری واضح ایجاد نماید که به یک ایماژ و خاطره مکانی قوی تبدیل گردد نیازمند آن است که فرد را قادر سازد تا به آسانی با آن ارتباط برقرار کرده و به عنوان یک نشانه در ذهن خود ثبت نماید و سبب افزایش خوانایی در سطح شهر شود؛ اما وجود المان شهری علاوه بر خوانایی و جهت‌یابی شهری، وظایف دیگری نیز دارد که در ذیل به چندین مورد پرداخته می‌شود.

- تعیین جایگاه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بناها
- دلپذیر نمودن فضا
- ایجاد تعامل اجتماعی فعال رواج و تشویق یک رفتار خاص
- بالاتر بردن سطح رفتار خاص
- ارتقای فضای شهری با عناصر غیرمنتظره
- ایجاد خاطره مکانی قوی
- معرفی هویت فرهنگی جامعه
- جهت‌یابی در فضاهای شهری
- معناگرایی و باز تکرار عناصر آشنا

وجود المان‌های شهری شاخص و متمایز سبب ارتقا خوانایی محیط‌های شهری و همچنین ارتقا هویت و نمایانی فضاهای شهری می‌گردد (حسینی باغ، ۱۳۹۳).

نقش‌ها و کارکردهای المان

- ۱) تقویت حس مکان: یکی از مهم‌ترین کارکردهای المان ایجاد حس مکان تعریف شده، القا روحیه خاص در فضا یا تقویت روحیه یک فضاست. «مکان بخشی از فضاست که به وسیله شخص یا چیزی اشغال شده است و دارای معنایی ارزشمند است.» در صورت هماهنگی المان با محیط و تقویت انسجام بصری محیط پیرامون، شهروندان احساس رضایت و آرامش بیشتری می‌کنند و حس مکان تقویت می‌شود.
- ۲) تعریف و هویت بخشی به فضاهای شهری: «هویت یعنی محل، یک محل معین، حدی که شخص می‌تواند یک مکان را به عنوان مکان تمایزی از سایر مکان‌ها شناخته و یا بازشناسی کند؛ به طوری که شخصیتی مشخص، بی نظیر و یا حداقل مخصوص به خود را دارا شود». مجسمه‌هایی که از طراحی خلاقانه و هنرمندانه‌ای برخوردار و می‌توانند هویت بخش باشند.
- ۳) ارتقای کیفیت و ایجاد سرزندگی فضاهای شهری: فضاهای خالی از هنر، جذابیت ندارد و فقدان جذابیت از کیفیت فضا می‌کاهد و مانع ایجاد حس سرزندگی و نشاط در فضای شهری است. المان می‌تواند این هر دو را در صورت وجود سایر شرایط به فضا، ارزانی دهد.
- ۴) ارتقای آگاهی عمومی و معرفی نمادها و ارزش‌های فرهنگی: المان‌ها، مجسمه‌ها و توضیحات متصل به آن‌ها می‌توانند سطح دانش و آگاهی‌های عمومی شهروندان در خصوصیت حوادث فرهنگی یا سایر زمینه‌ها را ارتقاء بخشند، به عنوان مثال می‌توان مردم را با شخصیت‌ها یا رویدادهای تاریخی یک منطقه آشنا سازند یا نمادهای فرهنگی آن منطقه را معرفی کنند.

- (۵) معرفی عملکرد و روحیه میدان یا محدوده‌ی پیرامون آن، یا تداعی عملکرد تاریخی یا فرهنگی آن: بسیاری از میادین محل وقوع حوادث تاریخی منحصر به فرد هستند، المان‌هایی که موضوع آن این رویداد تاریخی باشد تا سال‌ها بعد از آن می‌تواند تداعی‌گر این واقعه باشد، همچنین عملکرد فعلی میدان می‌تواند به‌وسیله‌ی المان، تندیس یا مجسمه بیان شود، مثلاً نصب مجسمه کوهنورد در میدانی که مبدأ عزیمت کوهنوردان به کوهستان است، بیانگر روحیه‌ی ورزشی حوزه‌ی پیرامونی میدان است.
- (۶) تعریف مرکز ثقل و نقطه تمرکز میدان: المان به‌عنوان عنصری در مرکز میدان از هر دو طرف دیده و درک می‌شود و می‌تواند نمایانگر مرکز باشد. به همین دلیل است که حتی در میادین خالی نیز از تقویت و نوعی نظم بصری برخوردار است.
- (۷) ایجاد یک نشانه‌ی شهری: از عناصر اصلی سازنده‌ی سیمای شهر است. از نظر کوین لینچ «نشانه‌ها عواملی در تشخیص قسمت‌های مختلف شهر هستند. خصوصیات نشانه باید چنان باشد که بتوان آن را از میان عوامل بسیار بازشناخت. اگر نشانه‌ها فرمی واضح داشته باشند، با زمینه‌ی خود متضاد و به اطراف خود غالب و مسلط باشند؛ تندیس‌ها و مجسمه‌ها در بسیاری موارد به‌ویژه اگر اندازه آن‌ها بزرگ باشد، می‌توانند به‌عنوان نشانه در سطح محله، منطقه یا حتی شهر مطرح شوند.»
- (۸) ایجاد انگیزه برای بهسازی محیط توسط شهروندان: نصب مجسمه‌های مطلوب در میدان و بهسازی آن موجب می‌شود ساکنان اطراف میدان انگیزه‌ای برای کیفیت بخشی به محیط خود پیدا و تلاش کنند که محیطی متمایز به وجود آورند.
- (۹) مکان‌نمایی: منظور از مکان‌نمایی این است که طراح، المان و پیرامون آن را به نحوی طراحی کند که تداعی‌کننده‌ی یک فضای به‌خصوص مثلاً میدان جنگ، یک بیشه یا یک چراگاه باشد.
- (۱۰) تناسب بخشی به نام میدان: المان و یا مجسمه‌ها در میدان‌هایی که از سابقه‌ی تاریخی خاصی برخوردار نیستند و نامی قراردادی برای آن‌ها تعیین شده است، می‌توانند به نحوی طراحی شوند که نام میدان را در اذهان بینندگان تثبیت کنند؛ مثلاً نمادی از لاله در «میدان لاله» چنین کارکردی دارد.
- (۱۱) معرفی سبک‌ها و سنت‌های هنری: المان‌ها هنر را به میان مردم می‌آورند از این رو می‌توان مردم را با سبک‌های هنری قدیمی یا جدید آشنا سازند و بر دانش هنری و سواد بصری آن‌ها بیفزایند.
- (۱۲) تداعی نام یا رویداد خاص: از طریق تطبیق نام محل یا واقعه با شکل و تأثیرات بصری مجسمه می‌توان تصورات ذهنی بیننده را تحریک کرده و با اطلاع رسانی درست، قوه شناخت و درک او را مورد هدف قرار داد.

نقش مجسمه‌ها و المان‌ها در ارتقاء کیفیت فضای عمومی شهرها

مجسمه‌ها و المان‌های شهری به علت تنوع در موضوع، عملکرد، شیوه‌ها، محدوده وسیعی را شامل می‌شوند. لذا موقعیت مجسمه‌های شهری به‌عنوان رفتاری برنامه‌ریزی شده و کلان در گروه ارتباط و همراهی با سیاست‌ها، برنامه‌ها و جهت‌گیری‌های طراحی محیطی است؛ بنابراین اهداف و عرصه‌های متنوعی که ترکیب و تلفیق آن‌ها در ایجاد، حفظ و ارتقاء مستمر کیفیت محیط شهری مدنظر قرار می‌گیرد، رشد و تحول مباحث نوین مجسمه‌سازی محیطی را باعث می‌گردد. از اهم این مباحث می‌توان به توسعه پایدار شهری، رفاه، آسایش و سلامت، ایمنی و امنیت، هویت و اقتصاد اشاره کرد (سلطان زاده، ۱۳۸۷: ۹). به‌طور کلی می‌توان المان‌ها را در سه دسته نام برد که عبارت‌اند از: المان نمایشی (هنری)، المان بیانی (یادمان)، المان عملکرد (میلان شهری) که به بررسی آن‌ها می‌پردازیم.

المان نمایشی (هنری)

المان‌های نمایشی، صرفاً جنبه‌ی نمایشی، هنری و زیبایی دارند. مفهوم خاصی را اصولاً بیان نمی‌کنند و هدف و رسالتی برای القاء مطلبی به بیننده و یا انتقال پیامی به وی را ندارند. ترکیباتی هستند، انتزاعی از برخورد توده‌ها، احجام، اجزاء سازه‌ای و صفحات (به‌نوعی بازی با خط و حجم و صفحه با توجه به ویژگی‌های هندسی و روابط درونی آن‌ها) که تنها به لحاظ ویژگی‌های زیبایی شناسانه و تعادل بصری و هنری می‌توانند، با گروهی خاص از انسان‌ها ارتباط برقرار کنند (Mateus, 2006: 42).

المان بیانی (یادمان)

هدف طراح از خلق این اثر بیان مطلب خاصی می‌باشد، به عبارت دیگر، قطعاً مفهومی در پس آن نهفته است و طراح اثر رسالتی را در انتقال پیامی خاص دنبال می‌کند. حال این می‌تواند ثبت واقعه‌ای خاص در مکان مورد نظر باشد و یا مفهومی خاص را با توجه به نام و ویژگی‌های منطقه به بیننده القا کند. ویژگی بسیار مهم المان‌های بیانی در عام‌گرایی آن‌هاست، یعنی می‌بایست بتوانند با مخاطب عام و عادی که از هنر سررشته‌ی چندانی ندارد، نیز ارتباط برقرار کند و لذا دقت نظر طراح در خوانایی و شیوایی بیان مطلب، در عین انتزاعی بودن فرم‌ها و استفاده از آرایه‌های معمارانه اهمیت دارد (Mateus, 2006: 42).

المان عملکردی (مبلمان شهری)

این نوع از المان تا حدی از تعاریف فوق فاصله می‌گیرد چرا که عنصر عملکرد برای ما محدودیت‌هایی به لحاظ قوانین فرمی ایجاد خواهد نمود و در این مرحله خلق فضا با استفاده از همان آرایه‌ها و عناصر بصری را خواهیم داشت. فضایی که انسان ولو برای مدتی درون آن و یا در اطراف آن استقرار می‌یابد و از آن عملکرد استفاده می‌نماید لذا می‌بایست اصول و قوانین زیستی انسان و استانداردهای طراحی محیط زیست در آن‌ها رعایت شود (Mateus, 2006: 42). ویژگی مشترک تمام المان‌ها علاوه بر استفاده از آرایه‌های هندسی و معمارانه و استفاده از فرم‌ها و احجام، مقیاس انسانی می‌باشد؛ به عبارت دیگر ابعاد، ارتفاع و استانداردهای المان، باید با توجه به فاصله‌ای که انسان‌ها از کنار آن عبور یا نگاه می‌کنند و همچنین عملکرد و اهمیتی که دارند، متفاوت بوده و باید به محیط مقیاس انسانی بدهند. المان‌ها می‌توانند به‌صورت تلفیقی از دو یا حتی هر سه نوع شکل از المان باشند؛ یعنی به‌طور مثال بیانی-عملکردی باشند مانند یک ساختمان شاخص.

جدول شماره (۲): انواع المان‌های شهری و ویژگی‌های آن‌ها

نوع المان	خصوصیات
نمایشی	صرفاً جنبه نمایشی، هنری و زیبایی دارند. به لحاظ ویژگی‌های زیباشناسانه و تعادل بصری با گروهی از مردم ارتباط برقرار می‌کند. مخاطبان آن‌ها بیشتر افرادی هستند که درگیر مسائل هنری‌اند. کمتر در سطح شهرها از آن‌ها استفاده می‌شود.
بیانی	هدف طراح از خلق آن، بیان مطلب خاصی است. طراح به‌وسیله آن مفهومی را منتقل می‌کند. عام‌گراست و با تمام مخاطبان ارتباط برقرار می‌کند.
عملکردی	عملکرد، ویژگی غالب آن است. در طراحی آن‌ها، قوانین زیستی و استانداردهای طراحی انسان و محیط زیست رعایت می‌شود. ایستگاه‌های اتوبوس و مترو و همچنین ساختمان‌های شاخص در فضاهای شهری نمونه‌هایی از آن‌ها است.

(منبع: حسین باغ و مظفرزاده، ۱۳۹۳)

المان‌ها و مجسمه‌های شهری در اصفهان

با توجه به مطالب فوق مبنی بر انواع المان‌های شهری و ویژگی‌های آنان مجسمه‌ها و المان‌های سطح شهر اصفهان از جمله مجسمه‌های حاشیه رودخانه زاینده رود، فلکه‌های مهم شهر مانند فلکه خواجه یا فلکه غدیر، خیابان‌های اصلی مانند چهارباغ عباسی و غیره را می‌توان به صورت جدول شماره ۳ دسته‌بندی کرد.

جدول شماره (۳): المان‌های شهری اصفهان و ویژگی‌های آن‌ها

ردیف	مجسمه	موقعیت مکانی	نوع مجسمه	ردیف	مجسمه	موقعیت مکانی	نوع مجسمه
۱		فلکه امام حسین (ع) (دروازه دولت) مجسمه چوگان	بیانی	۱۰		حاشیه رودخانه (پل خواجه) شیر سنگی	بیانی
۲		شمال پل فلزی مجسمه چرخ روزگار	بیانی	۱۱		فلکه فیض مجسمه مادر	بیانی و نمایشی
۳		فلکه آزادی (دروازه شیراز) مجسمه کاوه آهنگر	بیانی و نمایشی	۱۲		فلکه خواجه مجسمه آرزوها	بیانی و نمایشی
۴		فلکه غدیر مجسمه پدر و پسر	بیانی	۱۳		فلکه بزرگمهر مجسمه آتش‌نشان	بیانی
۵		خیابان چهارباغ بالا مجسمه‌های سردیس افراد مشهور	بیانی و نمایشی	۱۴		ساختمان ارگ جهان‌نما مجسمه قلمزن	بیانی
۶		حاشیه رودخانه (پل بزرگمهر) مجسمه آذر (نماد اصفهان)	بیانی و نمایشی	۱۵		حاشیه زاینده‌رود (پل آذر) مجسمه سفالگر	بیانی
۷		حاشیه رودخانه (پل بزرگمهر) مجسمه سیاوش و آتش	بیانی و نمایشی	۱۶		فلکه انقلاب ایستگاه مترو	عملکردی
۸		حاشیه رودخانه (پل چوبی) بی‌نام	بیانی	۱۷		فلکه آزادی - دروازه شیراز ایستگاه مترو	عملکردی

ردیف	مجسمه	موقعیت مکانی	نوع مجسمه	ردیف	مجسمه	موقعیت مکانی	نوع مجسمه
۹		حاشیه رودخانه (خانه هنرمندان) مجسمه پرواز	۳ ۲ ۱				

فضاهای عمومی شهری، مکان‌های ملموسی هستند که فعالانه بر زندگی ما اثر می‌گذارند. این فضاها، واجد ویژگی‌هایی مانند سرزندگی، تحرک، تحول مداوم، پیوستگی و گسستگی است. مهم‌تر این که همه گروه‌های اجتماعی می‌توانند در این فضاها حضور یابند.

هنر عمومی، در واقع می‌تواند هر نوع اثر هنری باشد. البته با آثار هنری که در یک مکان عمومی همچون موزه، گالری یا هر مکان همگانی دیگر به نمایش در می‌آیند و همچنین با آثاری که در مجموعه‌های شخصی هنری نگهداری می‌شوند، می‌تواند متفاوت باشد. بایستی توجه داشت دلیلی بر فاقد ارزش بودن اثر نیست؛ چرا که این آثار می‌بایست علاوه بر ویژگی‌های زیبایی‌شناختی و هنری، به «هنر عمومی» که عنوان دلیل قرارگیری در مکان‌هایی که صرفاً مخاطب خاص ندارند بلکه با توده مردم مواجه هستند و سعی در افزایش سواد بصری و حس زیبایی دارند. هنر همگانی به خاطر بافت کاملاً عمومی و مخاطبین گوناگونش، مخاطب شناسانه خود را نیز داشته باشند، گاهی به ساخت‌های اجتماعی بدل می‌شود تا اثر هنری، از لحظه‌ی آغاز، به خاطر تلاش در خوشایند واقع شدن همگان، در معرض تغییر قرار می‌گیرد.

جدول شماره (۴): معیارهای فضای شهری و هنر عمومی

شاخص	معیار	زیر معیار	تعریف عملکردی		
فضا	فضای شهری	عمومی بودن	میزان در برگیری تمامی گروه‌های سنی، جنسی، مذهبی.		
		باز بودن	فضای قابل انعطاف‌پذیر		
			تعداد میلمان‌های انعطاف‌پذیر در فضا		
			تعداد فعالیت‌های ممکن در فضا		
		برقراری تعاملات اجتماعی		رابطه با افراد حاضر در محیط	
				میزان شرکت‌پذیری در فعالیت‌های جمعی	
				میزان فعالیت‌های داوطلبانه	
				میزان برگزاری جشن‌ها و مراسم	
		هویت	استفاده از مفاهیم فرهنگ بومی		
		کاربری سازگار		کاربری مجاور	
				وجود کاربری‌های متناسب با همه سن و گروه‌ها	
				تناسب فعالیت با مکان و افراد استفاده‌کننده	
				موقعیت قرارگیری کاربری	
		آسایش		دسترسی به آفتاب	
				وجود سایبان	
نوع میلمان					

شاخص	معیار	زیر معیار	تعریف عملکردی
		تجمع افراد	حضور بدون دلیل افراد در فضا
			همه شمولی
			میزان در برگیری تمامی گروه‌های سنی، جنسی، مذهبی
		یادآوری خاطرات	هویت
			دسترسی مناسب به اماکن خاص
			وجود آسایش بصری
		بهبود منظر شهری	خوانایی و تشخیص
			بازار کار برای صنایع دستی و محصولات
			وجود انواع کاربری‌ها و خدمات
		کمک به اقتصاد در خلال تورسیم و سرمایه‌گذاری	دسترسی به خدمات و امکانات
			میزان تبلیغات و پیام‌های فرهنگی
			شناسایی جامعه با خصوصیت خاص
		کمک به احیای فرهنگی و هنری	شخصیت قوی فضا
			رضایتمندی
			ارتقا حس زیبایی شناختی
		هویت بخشی به جامعه	آموزش
			ارتقا کیفیت زندگی
			رعایت هویت در معماری
		آموزش هنر و افزایش درک زیباشناسی	امکان خوانایی
			افزایش تعاملات اجتماعی
			رابطه با افراد حاضر در محیط
		نشانه شناسی	میزان شرکت‌پذیری در فعالیت‌های جمعی
			نشانه، علائم
			حس جهت‌یابی
		جرم زدایی	نحوه آدرس‌دهی
			میزان جرائم
			فضاهای غیرقابل دفاع
		مقابله با مشکلات اجتماعی و زیست‌محیطی	میزان آلودگی زیست محیطی
			بهداشت
			میزان جرائم اخلاقی
		جهت‌یابی در فضای شهری	حس جهت‌یابی
			نحوه آدرس‌دهی
			مکان‌یابی عناصر
		مکان‌گرایی و باز تکرار عناصر غیرمنتظره	علائم، نشانه‌ها
			امکان استفاده از منابع
			امکانات با استفاده از نیازها
		استفاده خلاقانه از نارسایی‌های شهری	هنر و فرهنگ
			معرفی هویت فرهنگی جامعه
			معماری بومی
		ایجاد خاطره مکانی قوی	اجزای تشکیل دهنده فضا
			حس تعلق

هنر عمومی

هنر عمومی

شاخص	معیار	زیر معیار	تعریف عملکردی	
ادراک محیطی	ادراک	تعیین جایگاه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی بناها	تشخص	
			رنگ تعلق	
		دلپذیر نمودن فضا	تعیین جایگاه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی بناها	بعد ادراکی نماها و بناها
				معماری بومی
				امکان گذراندن اوقات فراغت
				آسایش
				میلمان مناسب
				وجود سایبان
				تناسب سازی کاربری با عملکرد و رفتار استفاده‌کنندگان
		ایجاد تعامل اجتماعی فعال رواج و تشویق یک رفتار خاص	تعریف عملکرد ویژه یک فضا	دسترسی به خدمات و امکانات
				کاربری خاص
				میزان فعالیت‌های داوطلبانه
				میزان دربرگیری تمامی افراد
		بالاتر بردن سطح رفتار خاص	تعریف عملکرد ویژه یک فضا	میزان حضور افراد در زمان‌ها و مکان‌های مختلف
				میزان شرکت‌پذیری در فعالیت‌های اجتماعی
				میزان انتظار رفتار خاص در زمان خاص
				میزان شرکت‌پذیری در فعالیت‌های اجتماعی
		تصویرگری	ثابت واقعیت	نشان دادن واقعه
				اثر گذاری
				پیوندهای احساسی
				تشخص و هویت
		زیباسازی	تصویرگری	راغب کردن افراد
				نشاط و سرزندگی
		میزان پاسخگویی به حضور گروه‌های مختلف	تصویرگری	ارائه تعریفی از واقعیت
				یادآوری واقعیت
		ادراک محیطی	ادراک	میزان استفاده مزیت و دائمی شهروندان
میزان در برگیری همه گروه‌های سنی، جنسی، مذهبی				
میزان حضور مردم در زمان‌های متفاوت				
میزان پاسخگویی به شخصیت افراد	میزان استفاده مزیت و دائمی شهروندان			میزان دسترسی و استفاده از امکانات
				تشخص افراد
میزان بر انگیختن حس کنجکاوی و کاوش در استفاده‌کنندگان	میزان پاسخگویی به حضور گروه‌های مختلف			امکان استفاده از خدمات برای تمام گروه‌های سنی و جنسی
				امکان استفاده از منابع
				امکان استفاده از خدمات برای تمام گروه‌های سنی و جنسی
میزان کارایی فضا	میزان پاسخگویی به حضور گروه‌های مختلف			توجه به نیازهای افراد
				توجه به نحوه استفاده از فضا
میزان تسهیل مشارکت	میزان پاسخگویی به حضور گروه‌های مختلف			میزان استفاده‌کنندگان گروه‌های مختلف سنی، جنسی و مذهبی از فضا
				میزان حضور مردم
میزان موفقیت در یادآوری خاطره	میزان پاسخگویی به حضور گروه‌های مختلف	ایجاد حس تعلق		
		ایجاد حس تعلق		

شاخص	معیار	زیر معیار	تعریف عملکردی
خوانایی	عناصر خوانایی	راه	نحوه استفاده همه گروه‌ها از معابر
		گره	نحوه استفاده از مراکز تجمع
		لبه	استفاده از لبه رودخانه به‌عنوان تفرجگاه
		نشانه	نحوه استفاده در آدرس‌دهی
			نحوه استفاده در جهت‌یابی
		محله	تعیین مرزهای اجتماعی

(منبع: نصرافهانی، ۱۳۹۵)

روش تحقیق

در این تحقیق از روش توصیفی-تحلیلی استفاده شده است، در تحقیقات توصیفی، محقق به دنبال چگونه بودن موضوع است و می‌خواهد بداند پدیده، متغیر، شیء یا مطلب چگونه است تحقیقات کاربردی هم جنبه‌ی کاربردی دارد هم جنبه‌ی مبنایی، در بعد کاربردی از نتایج در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی استفاده می‌شود؛ و در بعد مبنایی یا بنیادی به کشف حقایق و واقعیت‌های جهان خلقت می‌پردازد. تحقیقات توصیفی از نظر شیوه‌ی نگارش به دو دسته تقسیم می‌شوند: ۱. تحقیقات توصیفی محض ۲. تحقیقات توصیفی تحلیلی. در تحقیقات توصیفی - تحلیلی محقق علاوه بر تصویرسازی آنچه هست به تشریح و تبیین دلایل چگونه بودن و چرایی وضعیت مسئله می‌پردازد. در مورد پژوهش پیش رو با استفاده از مصاحبه‌ها، مشاهدات و مطالعات بر روی بخشی از مجسمه‌ها و المان‌های شهری اصفهان تعدادی از کیفیت‌های که بیشترین اهمیت را در میان مردم و از دید مبنایی نظری شهرسازی مورد اهمیت بوده است را شناسایی کرده و با استفاده از تحلیل SWOT سعی شده است هر یک از مجسمه‌ها به‌عنوان یک هنر عمومی، نسبت فضای شهری مجاور خود مورد تحلیل قرار گیرد. کیفیت‌های مورد نظر را می‌توان به‌صورت زیر دسته بندی کرد:

✓ خاطره انگیزی	✓ هویت‌مندی	✓ غنای حسی	✓ آموزندگی
✓ امنیت	✓ مردم‌واری	✓ انعطاف‌پذیری	✓ رازآمیزی
✓ خوانایی	✓ حس تعلق		

جدول شماره (۵): جدول تحلیل SWOT (منبع: نگارندگان)

ردیف	کیفیت	قوت (S)	ضعف (W)	فرصت (O)	تهدید (T)
۱	خاطره انگیزی	انعکاس تاریخ شهر در مجسمه‌های شماره ۱، ۳، ۵، ۱۰. وجود خاطرات جمعی از مجسمه‌ها توجه به تعلق فضایی شهروندان	نبود خاطرات جمعی از بعضی مجسمه‌ها مانند ۸ و ۹ به دلیل نامفهومی آن	تقویت شاخص‌های خاطره‌زا برای مجسمه‌های دیگر	امکان تخریب و آلودگی المان و محیط پیرامونی آن عدم شکل‌گیری پیوند احساسی مناسب در برگزیده تعداد بسیار کمی از افراد از نظر ادراکی

ردیف	کیفیت	قوت (S)	ضعف (W)	فرصت (O)	تهدید (T)
۲	امنیت	مناسب بودن مکان و نورپردازی بعضی مجسمه‌ها قرارگیری کاربری فعال در کنار المان‌های ۵، ۱۴، ۱۶، ۱۷	رؤیت پذیر نبودن مجسمه شماره ۷ و ۸ وجود مزاحمت‌هایی در کنار مجسمه شماره ۷ و ۱۰ نامناسب بودن مکان و نورپردازی بعضی مجسمه‌ها	افزایش امنیت فضای شهری توسط نورپردازی المان تقویت امنیت محیط پیرامون به وسیله کاربری فعال و جاذب جمعیت	امکان نابود شدن مجسمه شماره ۷ به خودی خود افزایش جرم در مکان مجسمه‌هایی با نور کم تقلیل استفاده از مجسمه کاهش حضور افراد در مکان المان
۳	خوانایی	استفاده از مجسمه‌ها برای آدرس-دهی مانند شماره ۱، ۵ و ۷ کمک به جهت‌یابی مناسب در فضای شهری	مکان‌یابی غلط تعدادی از مجسمه‌ها پنهان شدن المان توسط عناصر پیرامونی آن	معرفی مجسمه‌ها به وسیله نصب تابلو و بیلبرد تقویت نقش المان به عنوان نشانه شهری تقویت حس جهت‌یابی در فضای شهری	امکان فراموشی به دلیل مکان‌یابی غلط عدم شکل‌گیری هویت المان به عنوان نشانه شهری و کاهش میزان حضور پیرامون المان
۴	حس تعلق	دوست داشتن مجسمه‌ها عکس گرفتن با مجسمه‌ها، مانند شماره ۱۵، ۱۴ و ۲	عدم جذابیت مجسمه شماره ۷، ۸ و ۹ برای شهروندان	افزایش امکان خوانایی و تشخیص در محیط پیرامونی قرارگیری المان افزایش نشاط و سرزندگی در محیط پیرامونی	فراموش کردن مجسمه امکان تخریب مجسمه کاهش حس تعلق به دلیل عدم جذابیت
۵	هویت‌مندی	وجود مجسمه‌های معرف فرهنگ و تاریخ جامعه مانند مجسمه‌های شماره ۱، ۳، ۴، ۱۳ وجود مجسمه‌ها با مفاهیم و معماری بومی و قابل درک برای مردم کمک به اقتصاد در خلال تورسیم فرهنگی در المان‌های ۱۵، ۱۴، ۱۶	مکان‌یابی غلط تعدادی مجسمه‌ها	معرفی فعالیت و فرهنگ و هنر موجود در فضای شهری تقویت ارزش استفاده از معماری بومی در فضای شهری افزایش قابلیت گردشگری از طریق معرفی صنایع دستی	فراموشی مفاهیم فرهنگی، بومی در صورت عدم توجه به طراحی مفهومی مجسمه‌ها فراموشی به دلیل معرفی نشدن مجسمه، مانند شماره ۷، ۸ و ۹
۶	مردم‌واری	حضور اقشار و گروه‌ها توجه به عدالت اجتماعی و در برگیری تمام گروه‌های جنسی، سنی و مذهبی	عدم امکان حضور مناسب و امن در فضای شهری پیرامون المان-های ۳، ۴، ۱۱، ۱۲	تقویت جاذبه‌های مجسمه-های خاص، مانند ۱، ۲، ۳، ۴، ۱۰، ۱۳، ۱۴، ۱۵	افزایش جنبه نمایشی المان در برابر جنبه کارکردی و حس تعلق
۷	غناي حسى	وجود جذابیت عالی تعدادی از مجسمه‌ها وجود عناصر طبیعی در کنار المان‌های ۱، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳ وجود فضایی سنتی و تداعی فضاهای هنری مانند ۱۶ و ۱۷	از بین رفتن رنگ مجسمه‌ها عدم وجود جذابیت کافی در بعضی از مجسمه‌ها، مانند مجسمه شماره ۹	افزایش میزان آسایش ایجاد شده به وسیله حضور عناصر سبز مانند آب و درختان	کاهش حس رضایتمندی از المان و محیط پیرامونی آن عدم شکل‌دهی شخصیت قوی به فضا

ردیف	کیفیت	قوت (S)	ضعف (W)	فرصت (O)	تهدید (T)
۸	آموزندگی	وجود مفاهیم فرهنگی و اخلاقی در بعضی از مجسمه‌ها مانند ۲، ۴، ۱۱، ۱۳، ۱۴، ۱۵ ایجاد خاطره مکانی قوی در المان- های ۱۵، ۱۳، ۵، ۴، ۳	درک نکردن مفاهیم اخلاقی و فرهنگی تعدادی از مجسمه‌ها توسط مردم نبود مفاهیم فرهنگی و اخلاقی در برخی مجسمه‌ها	تقویت پذیری مفاهیم و شناساندن آن‌ها به شهروندان کمک به افزایش هویت مکانی	کاهش میزان همه شمولی و در برگیرنده نبودن تمام گروه‌های سنی، جنسی و مذهبی
۹	رازاآمیزی	برانگیختن حس کنجکاوی در مورد چگونگی فرم المان‌های ۶، ۸، ۹، ۱۰	اطلاع نداشتن از مفهوم دقیق مجسمه‌ها مانند ۷، ۸، ۹	تقویت تعامل فیزیکی با المان و ترغیب به شناسایی خصوصیات خاص	امکان فراموشی و از بین رفتن هویت و فرهنگ در اثر برداشت نادرست
۱۰	انعطاف پذیری	طراحی برای همه زمان‌ها در المان‌های ۴، ۵، ۱۰، ۱۲، ۱۵، ۱۶، ۱۷ قابل استفاده افراد مختلف و گروه‌ها	استفاده نا به‌جا از مجسمه‌ها (نشستن، بازی کردن و غیره)	افزایش همه شمولی فضا و تقویت حس تداوم زمان افزایش رابطه با افراد حاضر در محیط ایجاد فرصت نگاه کردن	تخریب آثار تاریخی و فرهنگی

نتیجه‌گیری

بر این اساس که هنر عمومی نقش‌های مختلفی در شهر دارد و مجسمه‌های شهری یک مدل از آن‌هاست که از نظر کارکردی و طراحی به صورت بیانی، نمایشی و عملکردی هستند. با توجه به جدول شماره ۴ و ۵ معیارهای فضای شهری و هنر عمومی در مورد مجسمه‌ها مورد تحلیل قرار گرفته و این نتیجه حاصل شده است که بیشتر تعداد مجسمه‌های موجود در محدوده دارای کارکردهای بیانی-نمایشی و سپس بیانی و به‌طور مساوی نمایشی و عملکردی هستند. موارد یافت شده از بین ۱۷ مجسمه و المان شهری شامل مهم‌ترین دلایل قوت و ضعف این مجسمه‌ها است. از جمله نقاط قوتی که در مورد این المان‌های شهری می‌توان اشاره کرد وجود غنای حسی در المان یا فضای پیرامون آن و اهمیت مباحث تاریخی، فرهنگی و زیباشناختی شهری در مفاهیم مجسمه‌ها است. ارتقای کیفیت‌های ادراکی در فضای شهری بیشتر توسط کیفیت‌های آموزشی، مردم‌واری، هویت‌مندی و خاطره‌انگیزی در تعدادی از مجسمه‌های محدوده مورد مطالعه شکل گرفته اما در برخی المان درک مفاهیم توسط همه اقشار صورت نمی‌گیرد. نقاط ضعفی که در بعضی از این موارد و مجسمه‌ها شاهد آن هستیم موضوعاتی مانند نورپردازی کم برخی از مجسمه‌ها، مکان‌یابی نامناسب مجسمه، مقیاس (بزرگ یا کوچک بودن) مجسمه نسبت به فضای استفاده شده و عدم رویت‌پذیری مناسب هم از نکاتی است که در ادراک و مهم بودن مجسمه باید بدان توجه کرد تا بدین وسیله ارتباط مناسب‌تری با کاربران فضای شهری برقرار گردد.

منابع و مأخذ

- حقیقت نائینی، غلامرضا. (۱۳۸۰). جستاری در نقاشی و تأثیر آن در شهرسازی. نشریه فصلنامه هنر. شماره ۳. صص ۱۰۲-۱۰۷.
- مرادی، سلمان. (۱۳۸۶). هنر عمومی و تلفیق آن با فضای شهری، باغ نظر. شماره ۷. صص ۸۱-۹۶.
- نصرافهانی، محمد. (۱۳۹۹). هنر عمومی در فضاهای شهری. انتشارات شهرسازی.
- معینی فر و همکاران. (۱۳۹۲). نقش مجسمه‌ها و المان‌های شهری بر زیباسازی و ارتقاء کیفیت بصری فضای عمومی شهرها. مجموعه مقالات همایش ملی عناصر زیباسازی شهری. معاونت برنامه‌ریزی شهرداری شیراز.
- گل، یان. (۱۳۸۷). زندگی در فضای میان ساختمان‌ها، ترجمه شیما شصتی. تهران. سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- گل، یان. سوار، برجیت. (۱۳۹۴). چگونه زندگی شهری را مطالعه کنیم؟ ترجمه: مصطفی بهزادفر، محمد رضایی‌ندوشن و احمد رضایی‌ندوشن. تهران: انتشارت علم معمار.
- Eaton, T. (1990). Art in the environment, *The Planner*, No. 23, February.
- Worth, M. (2003). Creating significance through public space, *Public art & urban design*.
- Maderuelo, J. (1994). *La perdida del pedestal*, Madrid.
- Myllyntaus, O. (2012). Visual arts education reasoning the acquisition and placement of public sculptures Case of the public sculptures of the Jyväskylä City Art Collection in 1977-2007,
- Remesar, A (Ed). (2001). *Urban Regeneration A challenge for public Art*. Barcelona.: university of Barcelona
- Remesar, A. (2005). *Urban regeneration a challenge for public art*. Barcelona: Monografies psico social ambientals Publication.
- Rossi, Aldo (2000), „Typological Question“ And „The Collective Memory“ From The Architecture Of The City (1982), In: Malcolm Miles. Et AL. (Ed). *The City Cultures Reader*, Rutledge, London P172.
- Ozsoy, A. & Bayram, B. (2007). The role of public art for improving the quality of public space in the residential environment. International conference about sustainable urban areas. 25-28 June. Rotterdam. 13
- Pakzad, J. (2006). *Theory and Process of Urban Design*. Translated by Mohammad Reza Masnavi. Tehran, Publication: Shahidi. [in Persian]
- Pakzad, J. (1385). *Introduction to theory and process of urban design*. Tehran: Shahidi Press.
- Pakzad, J. (1386). *Articles on the concepts of architecture and urban design*. Tehran: Shahidi Press.
- Pakzad, J. (1375). *Identity and convergence to the space*. Sofeh, Vol. 6, No. 21-22.
- Paumier, Cy, (2007). „Creating a Vibrant City Center“, (ULI) Urban Land Institute, Washington, D.C. 69-73.
- Project for Public Spaces and Metropolitan Planning Council (PPS). (2000). *A Guide to Neighborhood Placemaking in Chicago*. Chicago: project for public space
- Proshansky, H. Ittelson, W. & Rivlin, L. (1976). *Environmental Psychology: People and Their Physical Settings*, Second Edition. New York: Holt, Rinehart, & Winston.
- Proshansky, Harold (1976) *environmental psychology: people and their physical setting*, 2nd edition, holt mcdougal.