

تحلیل تأثیر هنر عمومی بر زندگی روزمره و کنش مصرف‌خلاقانه‌ی فضا، مورد مطالعاتی: محدوده‌ی تئاتر شهر تهران*

رضا فرح‌بخش دقیق^۱ - مریم محمدی^{۲*}

۱. کارشناسی ارشد طراحی شهری، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
۲. دانشیار گروه طراحی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۳/۳۰ تاریخ اصلاحات: ۱۴۰۱/۰۳/۰۳ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۱/۰۴/۲۴ تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۶/۳۱

چکیده

جایگاه کنش مصرف‌خلاقانه و فضا و کنش مقاومتی با تغییر نظریه‌ی زندگی روزمره، از دوران کلاسیک به مدرن، قابل بررسی است. کنش مصرفی فاعلانه و خلاقانه فضا به منظور کسب هویت از طریق گوناگون محقق می‌شود. در این میان هنر به عنوان نیروی موثر و مولد، می‌تواند در بستر زندگی روزمره به مثابه‌ی کنش مصرف‌خلاقانه و امر مقاومتی در نظر گرفته شود. با این توضیح، مسئله‌ی پژوهش حاضر آن است که چگونه بهره‌گیری از هنر عمومی در فضای تئاتر شهر، مقاومت و مصرف‌خلاقانه در فضای زندگی روزمره، مجال بروز می‌یابد. این مقاله با توجه به هدف، در دسته‌ی پژوهش‌های تحلیلی بوده و پس از استنتاج از مبانی نظری مطرح در این حوزه (با رویکردی کیفی و مبتنی بر تحلیل محتوای کیفی)، در نمونه‌ی مطالعاتی (محدوده‌ی تئاتر شهر) از روش تحلیل کمی و اکتشافی بهره‌برده و به آزمون فرضیات پرداخته است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها در نمونه‌ی مطالعاتی از ابزار پرسش‌نامه استفاده شده و حجم نمونه ۳۸۰ بوده است. تحلیل داده‌های پرسش‌نامه شامل آزمون همبستگی و تحلیل عاملی بوده و از نرم‌افزار آماری اس.پی.اس. استفاده شده است. نتایج تأیید می‌کند که هنر عمومی می‌تواند کنش مصرف‌خلاقانه در فضا را ارتقاء دهد و در این میان هنرهای پویا و تعاملی، بیش‌ترین تأثیر را دارند. عامل تعامل و یادگیری که به واسطه‌ی هنر تعاملی شکل می‌گیرد، پیامد استفاده از هنر عمومی در فضا به عنوان گونه‌ای از مصرف‌خلاقانه فضا است؛ هر چند الزامات دیگری چون بستر گفتگومانی و مشارکت نیز ضرورت دارند.

واژگان کلیدی: زندگی روزمره، هنر عمومی، کنش، مصرف‌خلاقانه، محدوده‌ی تئاتر شهر تهران.

* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده اول با عنوان «کاربست هنر عمومی در طراحی عرصه‌های عمومی با تأکید بر کنش‌خلاقانه استفاده‌کنندگان فضا- نمونه موردی: محدوده‌ی تئاتر شهر تهران» است که با راهنمایی نویسنده‌ی دوم در سال ۱۳۹۸ دفاع شده است.

** E-mail: m.mohammadi@art.ac.ir

۱. مقدمه

بررسی آراء مطرح در حوزه‌ی عمومی نشان می‌دهد، توجهی دوباره به بازپس‌گیری فضاهای شهری توسط مردم وجود دارد. دیدگاه لغور به عنوان فیلسوف شهر در رابطه با نظریه‌ی اجتماعی، زندگی روزمره و تولید فضا؛ دیدگاه‌های مطرح در ارتباط با نظریه‌ی حوزه‌ی عمومی از دید آرنست، هابرماس، تیلور و بن‌حبیب و هم‌چنین رویکرد مقاومت و کنش مصرف‌خلاقانه در دیدگاه دوسرتو و لغور، نشان از اهمیت توجه به این موضوع دارد. نظریه‌ی لغور در خصوص فضای اجتماعی و زندگی روزمره که به تسخیر سرمایه‌داری درآمده (لوفور ۱۳۹۴، ۶۹)، این ادعا را طرح می‌کند که رهایی زندگی روزمره تنها با کنش خلاقانه و آگاهانه شهروندان و شاید به کمک هنر، امکان‌پذیر باشد. دوسرتو نیز بر این باور است که مردم از طریق تاکتیک‌های فضایی، دست به مقاومتی پنهان در مقابل استراتژی‌های برنامه‌ریزان و صاحبان قدرت می‌زنند (محمدی، جهانگیری، و پاکدامن ۱۳۹۴) و فضای زندگی روزمره را طلب می‌کنند. در این پژوهش، هنر عمومی به عنوان مصداقی از تاکتیک‌های فضایی و مقاومت در نظر گرفته شده و هدف آن است که در محدوده‌ی تئاتر شهر، تاثیرگذاری هنر بر تغییر زندگی روزمره به عنوان بستر عادات و تکرارها و کنش مصرف‌خلاقانه صورت پذیرد.

بررسی پیشینه‌ی پژوهش‌های انجام شده در رابطه با هنر عمومی، چون عظمتی (۱۳۹۳)، با تاکید بر هنر محیطی در معنابخشی به منظر؛ ترکی باغبادراتی (۱۳۹۳)، با تاکید بر نقش هنر محیطی در ارتقا تعامل با محیط؛ محمدیان (۱۳۹۲)، با تاکید بر بررسی ابعاد نشانه‌شناختی فرهنگی در هنر محیطی؛ میرزایی (۱۳۹۰)، با بررسی رابطه‌ی میان انسان با طبیعت و تکنولوژی در هنر محیطی؛ مرادی (۱۳۸۶)، با بررسی رابطه‌ی هنر عمومی و فضای شهری؛ تیبریگین (۱۳۷۶)، با بررسی پیدایش هنر محیطی و جنبش‌های آن؛ شارپ و دیگران (۲۰۰۵) با بررسی ارتباط هنر برای تحقق شهر عدالت محور؛ شافری (۲۰۱۰) با بررسی هنر عمومی و ابعاد آموزشی و جامعه‌محور آن؛ رمسار (۲۰۰۵)، با بررسی تاثیر هنر عمومی بر بازآفرینی شهری؛ و سایر پژوهش‌های انجام شده در این حوزه نشان می‌دهد، بیش‌تر پژوهش‌ها بر تبیین اهمیت تاثیرگذاری هنر عمومی بر بهبود عملکرد فضای شهری تاکید دارند. در این میان برخی از آن‌ها جنبه‌های خلاقانه هنر را طرح نموده‌اند. اما تعداد محدودی از پژوهش‌ها چون ثابت (۱۳۹۱) و یا پژوهش‌هایی مرتبط با رویکرد پست‌مدرنیستی به زندگی رومزه چون لاجوردی (۱۳۹۳)، منادی (۱۳۸۵)، بنیامین (۱۳۹۱)، روشندل اربطانی، دادجو و نگین تاجی (۱۳۹۳) و غیره، نسبت به هنر عمومی و زندگی روزمره را مورد بررسی قرار داده‌اند. بنابراین وجه تمایز این نوشتار از سایر پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه آن است که با بررسی دیدگاه نظریه‌پردازانی چون لغور

و دوسرتو، به تبیین و تحلیل ارتباط میان این دو حوزه (زندگی روزمره و هنر عمومی) پرداخته و تاثیرگذاری آن بر مصرف‌خلاقانه را تبیین نموده است.

۲. مبانی نظری

بر این اساس در ادامه در ابتدا نظریه‌ی فضای روزمره، ارتباط آن با مقاومت و کنش به بحث گذاشته می‌شود و سپس نسبت هنر عمومی با کنش مصرف‌خلاقانه‌ی فضا بیان می‌گردد.

۲-۱- نظریه‌ی زندگی روزمره و مقاومت

مطالعه‌ی زندگی روزمره، تاریخی طولانی دارد و ریشه‌ی نظری این حوزه به فلسفه‌ی کانت، روان‌شناسی برنتانو و پدیدارشناسی هوسرل باز می‌گردد. توجه به زندگی روزمره، نقش مهمی در توسعه‌ی مطالعات فرهنگی ایفا نموده (کهوند و حسینی ۱۳۹۴) و اصلی‌ترین قلمرو تولید معنا در مطالعات فرهنگی است (لاجوردی ۱۳۸۸). بررسی نظریات مطرح در رابطه با این حوزه، در سه دسته قابل دسته‌بندی است: (الف) نظریه‌های پدیدارشناختی که بیش‌تر به قلمرو معنا و نظام آگاهی توجه دارند و زندگی روزمره را از منظر واقعیت‌های اجتماعی نهفته در این مفهوم بررسی می‌کنند. (ب) نظریه‌ی انتقادی به زندگی روزمره که ریشه‌ی مارکسیستی دارد و درصدد است تا با بررسی روابط سلطه، این مفهوم را از سلطه‌ی عقل ابزاری و معرفت‌تکنولوژیک رها کند؛ و (ج) دیدگاه پست‌مدرنیست‌ها که از طریق تحلیل و تفسیر موضوعاتی هم‌چون تصاویر، ادبیات، ورزش و غیره به درک و تفسیر زندگی روزمره دست می‌زنند (احمدی ۱۳۸۵). دیدگاه انتقادی به زندگی روزمره و توجه به آن از منظر دگرگونی اجتماعی و مفهوم مقاومت که مورد توجه این نوشتار است، در آرا مارکس، لوکاخ و نظریه‌پردازان مکتب فرانکفورت مانند بنیامین، دوسرتو و مارکوزه قابل بررسی است (کاظمی ۱۳۹۲). موضوع مقاومت از طریق زندگی روزمره با آرا دوسرتو (۱۹۸۴) و لغور (۱۹۹۲) پیگیری شده است. میشل دوسرتو برای اولین بار به بررسی جنبه‌های خاص و ناشناخته‌ی زندگی روزمره در شهر، به عنوان مصادیقی از مقاومت پرداخت و برای تحلیل آن از دو مفهوم راهبرد و تاکتیک بهره برد. وی بر این باور بود که عادت‌واره‌های پیش‌پافتاده که بیرون از شبکه‌ی قدرت هستند، به نوعی روش‌های مقاومت در برابر فرهنگ غالب هستند (مورن ۱۳۸۷، ۹۰ به نقل از کهوند و حسینی ۱۳۹۴) و در نفس زندگی روزمره وجود دارند (روشندل اربطانی، دادجو و نگین تاجی ۱۳۹۳، ۴۸) و امر روزمره، از دید وی، قلمرو مقاومت (مجازی و عملی) است (کاظمی ۱۳۸۴، ۱۱۲). خلق فضا، نیز حاصل کوشش ناخودآگاه برای مقاومت در برابر نهادها و گفتمان رسمی است (محمدی جهانگیری و پاکدامن ۱۳۹۴). این مقاومت نوعی عمل نخبه‌گرا نبوده و

وبر، تالکوت پارسونز، هانا آرنت، یورگن هابرماس و آنتونی گیدنز) در مورد مفهوم کنش قابل بررسی بوده و بررسی کلی آراء آن‌ها نشان می‌دهد که برخی از نظریه‌پردازان، مفهوم کنش اجتماعی را طرح می‌کنند، در حالی که در نگاه پدیدارشناسانه آرنت و انتقادی هابرماس، کنش عامل تحقق عرصه‌ی عمومی به عنوان حیات اجتماعی و سیاسی است. در این میان دیدگاه گیدنز، بینابینی بوده است. از دید وی، کنش نه مجموعه‌ای از اعمال جدا از هم، بلکه جریان پیوسته‌ی رفتار است. کنش از منظر وی مفهومی نیت‌مند، زمان‌مند و مبتنی بر تقابل با قدرت بنیادی است. آن چه دیدگاه گیدنز را از تعریف متعارف کنش جدا می‌کند، تفاوت در برداشت مفهوم نیت و قصد است. در دیدگاه وی کنش هدف‌دار تنها مجموعه‌ای از نیت و مقاصد نیست و تمام قدرت در دستان فاعلان نیست، فاعلان می‌توانند شروع‌کننده باشند، اما الزاما پایان‌بخش نیستند (عزیزخانی ۱۳۸۷). در این مقاله، بر کنش به‌مثابه‌ی عمل اجتماعی تأکید شده است. در این ارتباط دیدگاه آرنت و هابرماس مورد بررسی قرار می‌گیرد.

در نگاه آرنت (۱۹۰۶-۱۹۷۵)، کنش فرآیند آشکار کردن خویش است. او می‌گوید «انسان‌ها با عمل (کنش) کردن و سخن گفتن نشان می‌دهند که هستند و هویت یگانه‌ی شخصی خویش را آشکار می‌سازند و بدین ترتیب در جهان انسانی حضور می‌یابند.» این کنش، یعنی حضور؛ یعنی عرضه‌ی خود به دیگری و دیگران. همان واقعیتی که بازیگر نمایش با ظاهر شدن در برابر تماشاگران به آن دست می‌یابد. کنش، انعکاس‌دهنده‌ی اساسی‌ترین جنبه‌ی انسانی است، یعنی تکرار یا به قول آرنت «دنیا جایگاه انسان نیست، بلکه جایگاه انسان‌ها است.» اما با این حال آرنت معتقد است که کنش بنا به طبیعت خود، در خطر بیهودگی است. کنش بر خلاف کار، هیچ محصول نهایی ملموسی ندارد. چون کنش، همواره کنش و واکنش یک عامل آزاد با دیگران است. ذاتا غیریقینی است و به ندرت می‌توان آن را کلا پیش‌بینی کرد و شاید هم هرگز نتوان این کار را کرد (لسناف ۱۳۹۱). به عقیده‌ی هابرماس (۱۹۲۹)، توانمندی و صلاحیت انسان برای آزادی در گرو یادگیری یا فراگیری انبوه (انباشتی) در فعالیت‌های نظری و عملی است. از طریق این نوع یادگیری، شناختی ایجاد می‌شود که سلطه و مهارت فنی بر دنیای طبیعی و اجتماعی و سازماندهی و اصلاح مناسبات اجتماعی، یعنی بسط و گسترش حوزه‌ی «فعالیت حسی انسان» یا همان «پراکسیس» را میسر می‌سازد. هابرماس، پراکسیس را مجموعه‌ی پیچیده‌ای مرکب از دو بخش اصلی می‌داند (نوذری ۱۳۹۳، ۷۱): کار (یا کنش ابزاری، یا کنش عقلانی هدفمند) / تعامل، کنش متقابل (یا کنش متقابل مفاهمه‌ای یا ارتباطی). علاوه بر این به نوع سومی از کنش اشاره می‌کند: کنش استراتژیک یا راهبردی که هم ابزاری است (معطوف به وسیله-هدف یا ابزاری-اهدافی) و هم

در بطن زندگی روزمره وجود داشته و قابل ردیابی در متن رفتارهای عادی شهروندان است (روشندل اربطانی، دادجو، و نگین تاجی ۱۳۹۳).

لفور هم در کتاب نقد زندگی روزمره بر ماهیت دیالکتیکی آن تأکید کرده و آن را محل اصلی مقاومت اجتماعی معنادار می‌داند (مریفلد ۱۳۹۴، ۲۲۲). از دید وی، زندگی روزمره، نقطه‌ی شروع تمام فعالیت‌های انسانی است و آن بخشی از فعالیت‌ها و اعمال انسانی را شامل می‌شود که نه ساختاریافته هستند و نه ناشی از گفتمان قدرت. اهمیت لفور به موضوع زندگی روزمره و تحلیل انتقادی از آن است که به نظریه‌ی تولید فضا و فضای اجتماعی منجر می‌شود (لوفور ۱۳۸۴). این فیلسوف شهر در این نظریه، به مفهوم مقاومت می‌پردازد و از دید وی، فضا از منظر نقش عملیاتی‌بودن آن قابل تعریف است، اما در عین حال این امکان نیز در آن وجود دارد تا اقدامات رهایی‌بخش به عنوان محل منازعات ایجاد شود (Brenner 2000, 373) و فضا تصاحب گردد. از دید او، موضوع زندگی روزمره، موکد حق تفاوت است. بنابراین علی‌رغم آن که برنامه‌ریزان و صاحبان قدرت، دست به برنامه‌ریزی فضا می‌زنند و از تاکتیک‌های شهروندان غفلت می‌کنند، اما عمل آن‌ها در شکل مقاومت بروز یافته و به صورت ظریف و پنهان به نظام یکپارچه قدرت و سلطه‌ی انطباطی، رخنه می‌کنند و آن را به چالش می‌کشند (شفیعی ۱۳۹۳).

۲-۲- کنش و مصرف فضا در زندگی روزمره

با توضیحی که از زندگی روزمره به عنوان بستری برای مقاومت و یا کنش بیان شد، بررسی مفهوم مصرف فضا که با گذر از دوران کلاسیک به مدرن، رخ نمود را باید اندکی مورد مذاقه قرار داد. مصرف فضا، به مفهوم مجموعه‌ی عملکردهایی است که به فرد اجازه می‌دهد، هویت خود را ابراز کند، خود را به گروهی منتسب کند و در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت نماید (جین ۱۳۹۵). بنابراین با این تعریف، مصرف فضا، نوعی از کنش است. اگر در دهه‌های ۶۰ و ۷۰، مصرف فضا، به مفهوم کنش اجتماعی معنادار در زندگی روزمره تلقی می‌شد؛ از دهه ۸۰ و ۹۰ میلادی با تأکید بر اندیشه‌ی انتقادی و بر اساس مکتب فرانکفورت، نقش عاملیت در مصرف فضا، مورد تأکید قرار گرفت و بیان شد که کاربران، مصرف‌کننده‌های منفعلی هستند و نیازهای واقعی آن‌ها برطرف نمی‌شود و بنابراین در این دوران الگوهای مصرف خلاقانه و مقاومتی به عنوان مصرف فرهنگی، طرح و در اشکال گوناگون سبک‌های زندگی مقاومتی تجلی یافت. بنابراین مصرف از حوزه‌ی اقتصادی به حوزه‌ی فرهنگی تغییر موضع داد (جین ۱۳۹۵). در همین ارتباط، جان استوری نیز بیان نمود که مصرف به‌مثابه‌ی عمل اجتماعی است و متاثر از دو عامل تقلید و سلیقه فردی می‌باشد (مهری ۱۳۹۰).

دیدگاه‌های نظریه‌پردازان مختلف (امیل دورکیم، ماکس

وابسته به بستر تعاملی.

۲-۲-۱- ویژگی‌های کنش مصرفی خلاقانه و عوامل موثر بر بروز آن

با توجه به مطالب بیان شد، در دیدگاه انتقادی، مفهوم کنش اجتماعی و جایگاه فاعلانه انسان در کنش و مصرف فعال مورد تاکید قرار گرفته است. در این دیدگاه کنش مصرف خلاقانه‌ی فضا، محصول تعاملات، تجارب و رفتارهای زیسته‌ی روزمره کاربران است که در قالب مقاومت با گفتمان غالب و در جریان زندگی روزمره اتفاق می‌افتد. بنابراین لازم است تا معیارهای این سطح از تجارب روزمره شناسایی شوند.

- تعامل با پیرامون: خلاقیت در کنش اجتماعی (کنش مصرف خلاقانه‌ی فضا)، به مثابه‌ی نوعی انتقال تجارب پایدار توسط افراد عادی است که به صورت روزمره انجام می‌گیرد. از همین روست که هنر عمومی، به عنوان فعالیتی ظریف و خلاق، بر کنش مقاومتی موثر است. کنش مصرف خلاقانه‌ی اجتماعی، به معنی برقراری ارتباط با عده‌ای از مخاطبان برای بیان و انتقال ایده‌ها (مانند هنر عمومی) و تأثیر نهادن بر آن‌ها است که در نتیجه آن تجربه‌ای حاصل شود. بنابراین این نوع از کنش اجتماعی خلاق و مقاومتی، فرآیند درگیر شدن و تعامل با پیرامون در اعمال خلاق است، بدون توجه به این که نتیجه، بدیع، مفید و یا خلاق باشد (Drazin, Glynn, and Kazanjian 1999). برقراری تعاملات میان افراد با سایرین و نیز تعامل میان فرد با اشیاء پیرامون، از الزامات و نیازمندی‌های مصرف خلاقانه فضا است. عمل خلاق از رابطه‌ی میان فرد با محیط پیرامونی و سایر افراد سرچشمه می‌گیرند و نتایج خلاقانه اغلب حاصل تعامل و برهم‌کنش و همکاری میان افراد با دیگران هستند. اهمیت دادن به «خلاقیت روزمره» به جای تمرکز بر ایده‌هایی که تغییرات اساسی ایجاد می‌کنند و یا سبب نوآوری‌های بزرگ می‌شوند، مفهومی به نام «خلاقیت متوسط» را شکل می‌دهد که تمرکز تحقیقات خلاقیت بر روی افراد برجسته (نواع) را رد کرده و معتقد است که در این نوع نگرش افرادی که دستاوردهای خلاقانه کوچک‌تر یا کم‌تر دارند، دست کم گرفته می‌شوند (Kilbourne and Woodman 199, 131). نادیده گرفتن خلق‌کنندگان منجر به غفلت از بخشی از انسان‌ها می‌شود که در خلاقیت درگیر هستند (Amabile 1995)، حفظ و تداوم «خلاقیت روزمره» منجر به خلق و ارتقاء محیط‌ها و بسترهای موجود و تداوم آن‌ها می‌گردد. - پذیرش اجتماعی: هیچ ایده‌ای به خودی خود خلاقانه نیست، مگر این که در فرآیندهای اجتماعی مورد داوری و قضاوت قرار گرفته و خلاق پنداشته شود. در رویکرد اقناع‌محور به خلاقیت، قضاوت و داوری ذهنی در رابطه با بداعت و ارزش، یک عمل منحصر به فرد است که خلاق بودن آن را از منظر اجتماعی تعریف می‌کند. «فورد»

تأکید خود را بر روی تنش بین عمل خلاق و اقدامات روزمره و معمول قرار می‌دهد. زیرا از منظر او بستر (زمینه) بر روی خلق‌کنندگان تأثیر گذاشته و در قضاوت تأثیرگذار است (Ford 1996). بنابراین نتایج خلاقیت در کنش اجتماعی تحت تأثیر اجتماع قرار دارد و قضاوت در زمینه‌ی خلاق بودن یک نتیجه منوط به اقناع و یا تغییر سیستم است. به عقیده‌ی «چیکسنت میهایلی» آن چه خلاق نامیده می‌شود، هرگز نتیجه یک اقدام فردی نیست؛ بلکه حاصل سه نیروی اصلی است که عبارت هستند از: نهادهای اجتماعی که ارزش‌ها را تعیین می‌کنند، حوزه‌ی فرهنگ که ایده‌های جدید را انتقال می‌دهد و افرادی که دامنه‌ی حوزه را تغییر می‌دهند (Csikszentihalyi 1988, 325).

- یادگیری مشترک: یادگیری مشترک به معنی ثبت دانش حاصل از تجربه و در اختیار دیگران قرار دادن آن، به صورت فاعلانه است. یکی از اجزای اصلی یادگیری مشترک، وجود حافظه‌ی مشترک است. اما تنها وجود حافظه‌ی مشترک نمی‌تواند، یادگیری را تضمین کند. امروزه اطلاعات کم نیستند، بلکه مشکل اصلی، دادن اطلاعات مناسب در زمان مطلوب به روش صحیح و به فرد مناسب است. خلاقیت در کنش اجتماعی، محصول یادگیری جمعی است. جوامع، فاعلانه در کنار یکدیگر می‌آموزند و خاطرات جمعی را در مجموعه‌ای از شرایط ایده‌آل به دست می‌آورند. فرآیند خلاقانه توسط واحدهای اجتماعی مانند جمعی از افراد در قالب سامانه‌های فعالیتی انجام شده و نتایج ساخته‌شده اجتماعی را تولید می‌نماید. از سوی دیگر ورود خلاقیت در کنش اجتماعی در بستر شهرسازی نیازمند توجه به تجارب پایدار روزمره و ارتقای تعامل و درک مشترک و یادگیری مشترک است (Engeström 1999).

فارغ از ویژگی‌های کنش خلاقانه، لازم است تا پیش شرط‌های اصلی تحقق کنش مقاومتی خلاقانه نیز شرح داده شود. بر اساس بررسی‌های صورت گرفته سه عامل گفتمان، مشارکت و فرآیند ارتباطی و همکاری بر این امر موثر هستند.

- ایجاد شرایط گفتمان: باید توجه داشت که خلاقیت، فرآیندی گفتمان‌محور است. اگر در یک موقعیت ایده‌آل برای گفتگو، دو طرف گفت‌وگو از لحاظ قدرت برابر و هر دو آزادی ابراز وجود داشته باشد و در عین حال هر دو، به مفید بودن گفتگو اعتقاد داشته باشند، آن‌گاه گفتمان شکل گرفته و زمینه‌ی بروز خلاقیت پدید می‌آید (Engeström 1999, 382). بدون شک فراهم آمدن این بستر، نیازمند آگاهی و آموزش است.

- مشارکت اجتماعی و فرهنگی: خلاقیت، دستاوردی اجتماعی است و مشارکت و همکاری میان افراد جامعه، گفتمانی خلاقانه است. در واقع این شرط، شرط پیشین را محقق می‌کند. خلاقیت در کنش اجتماعی نیازمند ایجاد

دهه‌ی ۷۰ میلادی است. پارادایم دوم، رویکرد «هنر به مثابه‌ی فضای عمومی» بود که توسط مجسمه‌های شهری طراح محوری که اسکات برتون^۱، سیا ارمجانی^۲، مری میس، نانسی هالت و دیگران تولید کرده بودند، معرفی شد. این آثار به عنوان مبلمان خیابانی، اجزای معمارانه ساختمان، یا المان‌های منظرسازی در محیط طبیعی ارائه شدند. گفته می‌شود هنر عمومی از این نظر به عنوان پادزهر معماری و طراحی شهری مدرنیسم عمل کرده است. جنبش سوم «هنر مردم‌محور» است که به وسیله آرلین راون که منتقد هنری است نام‌گذاری شد و توسط سوزان لیسلی تحت عنوان «گونه‌ی جدید هنر عمومی» نظریه‌پردازی شد (Kwon 2002). یکی از انواع محبوب هنر عمومی در دهه‌ی ۱۹۸۰، هنر موقت بود: چیدمان‌ها با عملیاتی که برای مدت زمان مشخصی ساخته می‌شد. باربارا گلدشتاین معتقد است آثار دائمی ممکن است نشان‌دهنده‌ی تعهدی نسبت به فضای شهری باشند، در حالی که آثار موقت، کم‌تر چنین ویژگی دارند (Goldstein 2005, 96). از طرف دیگر این نوع از هنر می‌تواند انعطاف‌پذیرتر باشد و مناسبت بیش‌تری با گذر زمان داشته باشد و بین ارزش‌های پایدار و رویدادهای کنونی ارتباط مناسبی برقرار کند (Philips 1992, 304). بنابراین ویژگی گونه‌ی سوم هنر، مشتمل بر تعاملی بودن هنر و مشارکت در فرآیند شکل‌گیری است، هم‌چنین در ارتباط با مسائل روزمره، و هویت و سنت‌های مردم محلی است. در عین حال، در ارتباط با خاطرات جمعی است و نقادانه نیز هست.

بررسی انواع هنر عمومی، نشان از تفاوت دسته‌بندی‌ها دارد. چار مایکل^{۱۰} سه شکل از هنر عمومی را در نظر می‌گیرد: هنر تاریخی، هنر زیبایی‌شناختی و عملکردی (Ozsoy and Bayram 2007) به نقل از صمدی رازلیقی، مریدی و گودرزپروری (۱۴۰۰). در دسته‌بندی دیگری می‌توان انواع هنر عمومی را شامل: هنرهای نمایشی مانند موسیقی، رقص، مسابقات و یا تئاتر (یا به عنوان هنرهای برنامه‌ریزی‌نشده^{۱۱} و اجرای برنامه^{۱۲}؛ هنرهای تجسمی سه‌بعدی مانند مجسمه‌سازی، هنر محیطی و هنرهای ثابت^{۱۳}؛ هنرهای دو بعدی بصری مانند نقاشی در فضای باز از جمله نقاشی‌های دیواری (دیوارنگاره‌ها) و گرافیتی؛ و در نظریه‌های اخیر شامل هنرهای غیربصری معاصر را به عنوان اشکال هنر عمومی، مانند هنر صدا و یا هنر معطر دانست (شهابیان و حقیقی ۱۳۹۳). در این میان برخی هنرهای عمومی را به دسته‌ی پویا و ایستا طبقه‌بندی کرده‌اند. گروه دیگری، دو دسته‌ی کلی مانا (دائمی) و میرا (موقت) را مدنظر قرار داده‌اند. در اصلی‌ترین دسته‌بندی برای هنر عمومی دائمی، مواردی چون یادمان‌های تاریخی، ساختمان‌های ویژه، یادمان‌ها، مجسمه‌ها و سایر فعالیت‌های هنری تزئینی (فضای سبز) و عناصر مبلمان شهری بیان شده‌اند (Remesar 2005). فارغ از

بستر و زمینه برای مشارکت تمامی ذی‌نفعان و مورد توجه قرار گرفتن ایده‌های مختلف برای دست‌یابی به ایده‌های ترکیبی است (Kasl, Marsick, and Dechant. 1997).
- فرآیند ارتباطی و همکاریانه: خلاقیت نیازمند درگیری‌های فعال و بسیج اجتماعی کنش‌گران فردی، گروه‌ها و سازمان‌های مختلف در تنظیم و تدوین چارچوب راه‌حل‌ها، و به طور کلی همکاری و تشریح مساعی و فرآیند ارتباطی است (Engestrom 2001, 137). در فرآیند ارتباطی و همکاریانه است که گفتمان شکل می‌گیرد و ممکن است که تجربه‌ی خلاقه و نوآورانه رخ دهد. در این رویکرد دولت نقش هدایت، حمایت، مشورت و تشویق نهادهای محلی را بر عهده دارد و هیچ‌گونه سیاستی را از بالا به پایین دیکته نمی‌کند. چنان‌چه «ازبرن» و «گابلر» در همین رابطه به نقش سنتی دولت مبنی بر فراهم آوردن امکانات میانجی‌گری بین مردم اشاره کرده‌اند (اقتصادی ۱۳۹۲، ۸۵).

۲-۳- هنر عمومی، مصداقی از مقاومت و کنش مصرف‌خلاقانه

این پژوهش هنر عمومی را نوعی از کنش مقاومتی می‌داند که به مصرف‌خلاقانه‌ی فضا منجر می‌شود. بررسی آراء لغور نیز نشان می‌دهد که هنر از چنین ظرفیتی برخوردار است (لغور ۱۳۸۴). از آن جا که هنر در شهر، خود را در قالب هنر عمومی نمایان می‌سازد، در ادامه این مفهوم و ویژگی‌های تاثیرگذار آن بر ترسیم وضع بهتر تبیین می‌شود. اصطلاح «هنر عمومی»^۱ اولین بار در مباحث نظری هنر، در اواخر دهه‌ی ۶۰ میلادی به کار برده شد (Radišić 2007). هنر عمومی در مفهوم عام، برای عموم قابل دسترس بوده و می‌تواند به طور دائم در کالبد، طراحی یا عناصر ثابت یک ساختمان یا مکان گنجانده شود و یا پروژه‌ی موقتی مانند چیدمان‌ها و وقایع هنری باشد. این هنر می‌تواند همان‌طور که در فضاهای متعلق به عموم قرار گرفته، در مناطق عمومی از توسعه‌های خصوصی نیز وجود داشته باشد (Brisbane City Council 2011, 6). از ویژگی‌های مهم هنر در رویکردهای اخیر به هنر عمومی، میزان مشارکت اجتماعی^۲ در ساخت یک اثر هنری یا میزان مداخله‌ی اجتماعی در طول یک پرفورمنس است. در این صورت، به جای محصول نهایی بر «فرآیند اجرای اثر»^۳ و افزایش میزان گفتگوها و درگیری مردم با اثر پرفورمنس تاکید می‌شود. به طور کلی هنگامی که عامل مشارکت اجتماعی وارد می‌شود، می‌توان از اصطلاح «هنر ارتباطی»^۴ استفاده کرد (Miles 1997; Kester 2004).

بررسی پارادایم‌های مربوط به هنر عمومی در آمریکا نشان از سه پارادایم دارد. جنبش نخست «هنر در مکان‌های عمومی» نام داشت و با «یسامو ناگوجی»^۵، «هنری مور»^۶ و «الکساندر کالدر»^۷ ظهور یافت. دوره‌ی زمانی تحت سلطه‌ی این جنبش متعلق به سال‌های دهه‌ی ۶۰ و اواسط

دسته‌بندی‌های بیان شده، تاثیر تکنولوژی دیجیتال و عصر اینترنت، فرم‌ها و واسطه‌های جدیدی را برای هنر عمومی ایجاد کرده است. این هنر می‌تواند به شکل فیزیکی یا غیر از آن خود را نشان دهد (Goldstein 2005). این نوع از هنر در ابتدا در قالب هنر کامپیوتری و سپس هنر چندرسانه‌ای طرح شد (قاسمی ۱۳۸۵). محصول هنر دیجیتال که در یک سیستم به صورت دیجیتال تولید می‌شود، خواه از طریق مشاهده از مانیتور، یا پرینت یا محصول هنری سه بعدی مانند مجسمه‌سازی یا معماری خود را نشان می‌دهد (معین‌الدینی و خلیلی زیدانلو ۱۳۹۴). به جز موارد بیان شده در برخی از تجارب جهانی هنر عمومی از طریق گیاهان و فضای سبز خود را نشان می‌دهد. یکی از روش‌های هنر عمومی در زمینه‌ی زیست‌محیطی، افزایش استفاده از فضای سبز برای نمونه تکنولوژی‌های سبز (گیاهان سبز رونده) در جداره‌های

ساختمان‌ها است. در شهرهای کوالالامپور و سلانگور^{۱۴} در مالزی می‌توان پروژه‌های هنر عمومی را در این قالب مشاهده نمود. انواعی از این نوع هنر را می‌توان در قالب درخت‌آرایی، گیاهان زینتی و گیاهان رونده مشاهده نمود (Abu Bakar, Mansor, and Harun 2014).

۲-۴- تدوین چارچوب مفهومی پژوهش

در این بخش با توجه به مسئله‌ی پژوهش و شرحی از مباحثی که در باب اهمیت هنر در آزادسازی زندگی رومزه بیان شد و هم‌چنین با ارائه‌ی مفهوم کنش خلاقانه و الزامات و معیارهای آن، مدل مفهومی پژوهش که در آن نحوه‌ی تاثیرگذاری هنر عمومی بر کنش مصرف‌خلاقانه‌ی فضا را نشان می‌دهد، شرح داده خواهد شد.

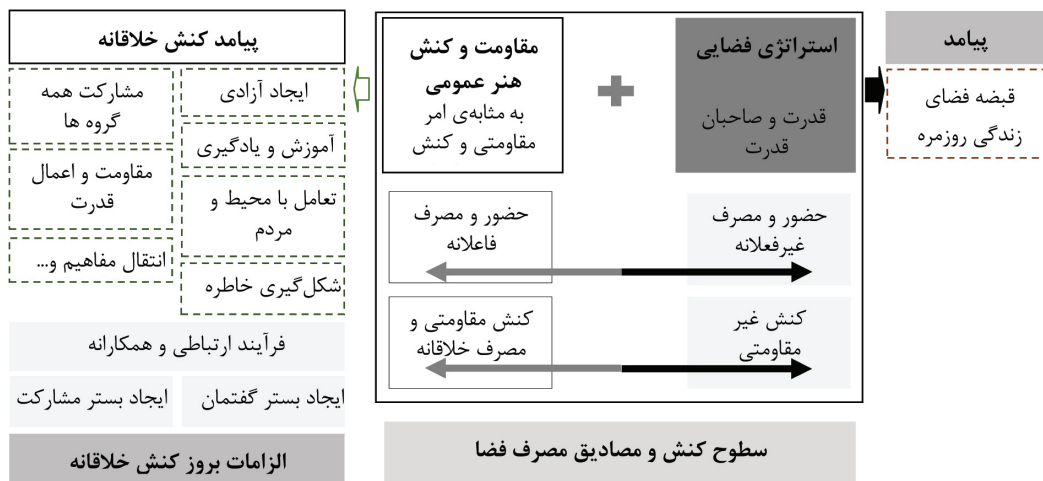
جدول ۱: نحوه تاثیرگذاری هنر بر کنش مصرف خلاقانه فضا

معیارها	زیرمعیارها	مصادیق اثرگذاری هنر عمومی بر کنش خلاقانه
خلاقانه کنش بروز ارتباط الزامات	ایجاد شرایط گفتمان	وجود قدرت برابر/ وجود آزادی/ فهم از مفید بودن گفتگو/ پذیرش ایده‌های متفاوت
	مشارکت اجتماعی- فرهنگی	مشارکت همه‌ی گروه‌ها
خلاقانه کنش معیارهای بروز	فرآیند ارتباطی و همکارانه	هنر عمومی، نه در ارتباط با طبقه‌ی خاص هنرمند، بلکه متعلق به جامعه و عموم مردم است.
	تعامل با پیرامون	هنر عمومی، به واسطه‌ی ماهیت آن، ضمن هدف قرار دادن همه‌ی گروه‌ها، سعی در جذب و درگیر کردن همه‌ی اقشار به واسطه‌ی طیف متفاوت هنرهای عمومی دارد.
معیارهای بروز کنش خلاقانه	ارتباط با محیط/ ارتباط با دیگران برای بیان ایده/ توجه به ایده‌های روزمره و خلاقیت متوسط	تعامل با پیرامون یا تعامل از طریق هنر عمومی که منجر به انتقال ایده در محیط می‌شود، هم از طریق هنر پویا و هم از طریق هنر ایستا امکان‌پذیر است.
	یادگیری مشترک کسب دانش به صورت فعال/ وجود حافظه‌ی مشترک و خاطرات جمعی	هنر عمومی، از ویژگی آموزشی نیز برخوردار است. نمونه‌های هنرهای اجرا در فضا، که با هدف ایجاد حساسیت در افراد اتفاق می‌افتند و یا هنرهای ثابت چون مجسمه، دیوارنگاری و غیره که ضمن انتقال مفاهیم، در ارتقا سواد بصری کاربران فضا تاثیر دارند تا انواع هنرهای پویا که حاوی مضامین انتقادی، اجتماعی و غیره هستند، همه بر ابعاد آموزش‌دهندگی و یادگیری از طریق هنر تاکید دارند.

به ماهیت هنر عمومی و ویژگی‌های آن، انواع هنر عمومی به عنوان نوعی از مقاومت، می‌تواند بستر کنش خلاقانه در فضا را فراهم نموده و منجر به بروز پیامدهایی چون تعامل، یادگیری، مشارکت و غیره شود. اما در میانه این دو وضعیت، سطحی از کنش مصرفی فضا مشاهده می‌شود که نه در تطابق کامل و نه در تعارض کامل با گفتمان قدرت است. به ترتیب مطالب بیان شده، اولین سطح مصرف، غیرفاعله و صرفاً مشتمل بر حضور غیرفعال در فضا است. سطح دوم یا میانی، کنش مشتمل بر سطوح پایین مشارکت است و سطح سوم، کنش مصرفی خلاق فضا است.

بر اساس موارد بیان شده، فضای زندگی روزمره، بستر استراتژی‌های فضایی در قالب گفتمان قدرت و تاکتیک‌های مردم در قالب مقاومت در فضا است. مقاومت و کنش در این مقاله، از طریق هنر عمومی اعمال و به کنش مصرف خلاقانه فضا منجر می‌شود. اگر کنش در فضای زندگی روزمره شکل نگیرد و فضا به سلطه‌ی گفتمان غالب قدرت درآید، فضای زندگی روزمره تسخیر و در نتیجه نوع حضور و کنش مصرفی در فضا، غیرفاعله و منطبق با گفتمان غالب خواهد بود. نقطه‌ی مقابل این اتفاق، مقاومت در فضا است که به شیوه‌های نوآورانه و خلاق توسط مردم، منجر به از آن خودسازی فضا می‌شود. در این ارتباط با توجه

شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (جایگاه هنر عمومی بر بروز مقاومت و کنش مصرف‌خلاقانه‌ی فضا در بستر زندگی روزمره)



۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر، پژوهشی کاربردی است. در این نوشتار در گام اول بر مبنای مطالعات اسنادی و با بهره‌گیری از روش تحلیل استنتاجی و استقهامی، برهم‌کنش حوزه‌های نظری بررسی و چارچوب مفهومی پژوهش با رویکردی کیفی تدوین شد. با توجه به این چارچوب، فرضیه‌هایی طرح و به وسیله‌ی آزمون‌های آماری در نمونه‌ی مطالعاتی آزمون فرضیه‌ها بررسی شد. فرضیه‌های پژوهش به این شرح هستند:

الف- انواع هنر عمومی در محوطه‌ی تئاتر شهر، بر مصرف فضا موثر هستند (از آن جا که همه‌ی انواع هنر عمومی، در کنش مقاومتی تأثیرگذار نیستند، لازم است در این بخش با توجه به سطوح سه‌گانه تعریف‌شده برای مصرف

۲. انواع مثلث‌سازی داده‌ها در پژوهش

وقوع هنر عمومی بدون برنامه ریزی

زمان

کم‌رنگ بودن هنر عمومی

پارک زمان برگزاری هنر عمومی

فضاهای مجاور

مکان

محدوده تئاتر شهر

هنرمندان

استفاده‌کننده

عموم مردم

دانشجویان

۴. یافته‌های پژوهش

با توجه به هدف پژوهش، باید محدوده‌ای انتخاب شود که انواع هنر عمومی در آن به وقوع بپیوندد. محوطه‌ی تئاتر شهر با دارا بودن خصلت‌هایی نظیر تعاملی بودن فضا، بستر تعامل فرد با دیگران و محیط و مشارکت اجتماعی و فرهنگی را فراهم می‌کند. بررسی انواع هنرهای عمومی در این محدوده نشان از طیف بسیار زیادی از هنرها دارد و از این رو این محدوده، به عنوان نمونه انتخاب شده است.

۲. انواع مثلث‌سازی داده‌ها در پژوهش

بررسی روابط کلی: نتایج نشان داد، مقدار پی‌ولیبو بین کنش مصرف‌خلاقانه‌ی استفاده‌کنندگان از محوطه‌ی تئاتر شهر و هنر عمومی برابر با ۰.۸۳۱ و مستقیم است که همبستگی قوی بین این دو متغیر را نشان می‌دهد. هم‌چنین مقدار پی‌ولیبو بین کنش مصرف‌خلاقانه و کیفیت فضای شهری، برابر با ۰.۷۵۴ و مستقیم است. به این معنی که وجود هنرهای عمومی و ارتقا کیفیت محیط، به عنوان بستر بروز هنر عمومی، بر ابعاد کنش

معیارهایی هم‌چون انواع هنر شنیداری، انواع ساختمان‌ها، انواع هنر دیجیتال، انواع فضای سبز، انواع نقاشی، انواع مسابقات، و انواع المان، رابطه‌ی همبستگی از نوع متوسط وجود دارد. به این معنی که هر چه انواع هنرهای عمومی ذکرشده افزایش یابد، کنش ابتدایی کاربران در محوطه‌ی تئاتر شهر نیز افزایش خواهد یافت. در این میان بین حضور استفاده‌کنندگان در محوطه‌ی تئاتر شهر با انواع هنر بویایی، رابطه‌ی همبستگی از نوع ضعیف و کم وجود دارد.

خلاق در فضا تاثیر می‌گذارد.
- بررسی رابطه میان کنش مصرف‌گرایانه (حضور) و انواع هنر عمومی: بر اساس جدول ۲، حضور استفاده‌کنندگان در محوطه‌ی تئاتر شهر به ترتیب با هنرهایی هم‌چون انواع نمایش خیابانی (شدت همبستگی ۰.۷۷۶ و رابطه‌ی مستقیم)، انواع جشنواره و فستیوال (شدت همبستگی ۰.۷۳۷ و رابطه‌ی مستقیم) و انواع مبلمان (شدت همبستگی ۰.۷۰۱ و رابطه‌ی مستقیم) رابطه‌ی همبستگی از نوع قوی دارد. هم‌چنین بین حضور استفاده‌کنندگان در محوطه‌ی تئاتر شهر به ترتیب با

جدول ۲: رابطه‌ی میان سطوح ابتدایی کنش (حضور غیرفعال) در محوطه‌ی تئاتر شهر و انواع هنر عمومی

متغیرهای مستقل	ضریب همبستگی (پی. ولیو)	سطح معناداری	اثبات/رد	اولویت بر اساس ضریب همبستگی (پی. ولیو)		
				قوی	متوسط	ضعیف
انواع نمایش خیابانی	۰.۷۷۶	۰.۰۰۰	+	۱		
انواع مسابقات	۰.۳۹۵	۰.۰۰۲	+		۹	
انواع جشنواره و فستیوال	۰.۷۳۷	۰.۰۰۳	+	۲		
انواع هنر دیجیتال	۰.۵۶۹	۰.۰۰۵	+		۶	
انواع المان	۰.۳۵۵	۰.۰۰۹	+		۱۰	
انواع ساختمان‌ها	۰.۶۴۲	۰.۰۰۴	+		۵	
انواع مبلمان	۰.۷۰۱	۰.۰۰۰	+	۳		
انواع فضای سبز	۰.۵۳۱	۰.۰۰۸	+		۷	
انواع نقاشی	۰.۳۹۶	۰.۰۰۰	+		۸	
انواع شنیداری	۰.۶۳۵	۰.۰۰۴	+		۴	
انواع بویایی	۰.۲۲۷	۰.۰۰۰	+			۱۱

هم‌چنین بین مشارکت استفاده‌کنندگان از محوطه‌ی تئاتر شهر به ترتیب با معیارهایی هم‌چون انواع مسابقات، انواع ساختمان‌ها، انواع نقاشی، انواع هنر دیجیتال و انواع شنیداری، رابطه‌ی همبستگی از نوع متوسط وجود دارد. در نهایت نیز بین مشارکت استفاده‌کنندگان از محدوده با انواع هنر بویایی و انواع المان رابطه همبستگی از نوع ضعیف و ناچیز وجود دارد.

- بررسی رابطه‌ی میان سطح میانه‌ی کنش (مشارکت) و انواع هنر عمومی: بر اساس نتایج (جدول ۳)، بین مشارکت به ترتیب با معیارهایی هم‌چون انواع نمایش خیابانی (شدت همبستگی ۰.۷۷۵ و رابطه‌ی مستقیم)، انواع مبلمان (شدت همبستگی ۰.۷۶۳ و رابطه‌ی مستقیم) و انواع جشنواره و فستیوال (شدت همبستگی ۰.۷۴۸ و رابطه‌ی مستقیم) رابطه‌ی همبستگی قوی وجود دارد.

جدول ۳: رابطه‌ی سطح میانه‌ی کنش (مشارکت) و انواع هنر عمومی

متغیرهای مستقل	ضریب همبستگی	سطح معناداری	اثبات/رد	اولویت بر اساس ضریب همبستگی (پی. ولیو)		
				قوی	متوسط	ضعیف
انواع نمایش خیابانی	۰.۷۷۵	۰.۰۰۱	+	۱		
انواع مسابقات	۰.۶۴۸	۰.۰۰۹	+		۴	
انواع جشنواره و فستیوال	۰.۷۴۸	۰.۰۰۷	+	۳		

متغیرهای مستقل			ضرب همبستگی	سطح معناداری	اثبات/رد	اولویت بر اساس ضریب همبستگی (پی. ولیو)		
قوی	متوسط	ضعیف						
انواع هنر دیجیتال	۰.۳۷۳	۰.۰۰۰	+	۸				
انواع المان	۰.۱۶۲	۰.۰۰۲	+		۱۱			
انواع ساختمان‌ها	۰.۳۹۴	۰.۰۰۳	+	۶				
انواع مبلمان	۰.۷۶۳	۰.۰۰۱	+		۲			
انواع فضای سبز	۰.۴۸۹	۰.۰۰۱	+	۵				
انواع نقاشی	۰.۳۷۷	۰.۰۰۰	+	۷				
انواع شنیداری	۰.۳۵۸	۰.۰۰۸	+	۹				
انواع بویایی	۰.۲۴۵	۰.۰۰۶	+		۱۰			

هم‌چنین بین مشارکت استفاده‌کنندگان از محوطه‌ی تئاتر شهر به ترتیب با معیارهایی هم‌چون انواع هنر شنیداری، انواع المان، انواع نقاشی، انواع هنر دیجیتال، رابطه‌ی همبستگی از نوع متوسط وجود دارد. در نهایت نیز بین مشارکت استفاده‌کنندگان از این محدوده با انواع ساختمان و انواع هنر بویایی رابطه‌ی همبستگی از نوع ضعیف و ناچیز وجود دارد.

- بررسی رابطه‌ی میان کنش مصرف‌خلاقانه و انواع هنر عمومی: نتایج (جدول ۴) رابطه‌ی میان این سطح از کنش با متغیر مستقل نشان می‌دهد که مشارکت به ترتیب با معیارهایی هم‌چون انواع نمایش خیابانی (شدت همبستگی ۰.۷۱۴ و رابطه‌ی مستقیم) و انواع جشنواره و فستیوال (شدت همبستگی ۰.۶۹۱ و رابطه‌ی مستقیم)، انواع مسابقات (شدت همبستگی ۰.۶۸۶ و رابطه‌ی مستقیم) رابطه‌ی همبستگی از نوع قوی وجود دارد.

جدول ۴: رابطه‌ی کنش مصرف‌خلاقانه و انواع هنر عمومی

متغیرهای مستقل			ضرب همبستگی	سطح معناداری	اثبات/رد	اولویت بر اساس ضریب همبستگی (پی. ولیو)		
قوی	متوسط	ضعیف						
انواع نمایش خیابانی	۰.۷۱۴	۰.۰۰۰	+	۱				
انواع مسابقات	۰.۶۸۶	۰.۰۰۷	+	۳				
انواع جشنواره و فستیوال	۰.۶۹۱	۰.۰۰۱	+	۲				
انواع هنر دیجیتال	۰.۳۹۸	۰.۰۱۴	+	۶				
انواع المان	۰.۴۵۱	۰.۰۲۴	+	۴				
انواع ساختمان‌ها	۰.۳۶۳	۰.۰۴۵	+	۷				
انواع مبلمان	۰.۷۶۳	۰.۴۵۱	-	-	-	-		
انواع فضای سبز	۰.۳۵۹	۰.۰۳۸	+	۷				
انواع نقاشی	۰.۴۰۲	۰.۰۰۸	+	۵				
انواع شنیداری	۰.۴۴۱	۰.۰۰۹	+	۴				
انواع بویایی	۰.۲۴۵	۰.۵۴۶	-	-	-	-		

بر بروز کنش خلاقانه تأثیر ندارد و قابلیت‌های محیط و کیفیت محیطی بر کنش عالی تأثیر دارند، این فرضیه مورد آزمون قرار گرفت. نتایج این بررسی (جدول ۵) نشان داد، بین کنش خلاقانه استفاده‌کنندگان به ترتیب

- بررسی وجود رابطه‌ی معنادار میان کنش خلاقانه و کیفیت‌های فضایی: همان‌طور که بررسی‌ها نشان داد، هنرهای تعاملی بیش‌ترین تأثیر را بر بروز کنش در انواع مختلف آن دارند. در ادامه با توجه به این که، صرفاً هنر

همه‌شمولی و خلاقیت‌پذیری فضا، رابطه‌ی همبستگی از نوع متوسط وجود دارد. در نهایت نیز بین مشارکت استفاده‌کنندگان از محوطه‌ی تئاتر شهر با کیفیت تنوع و گوناگونی فعالیت‌ها و کیفیت آزادی انتخاب، رابطه‌ی همبستگی از نوع ضعیف و ناچیز وجود دارد. نتیجه نشان می‌دهد که سه کیفیت حضورپذیری، مشارکت‌پذیری و اجتماع‌پذیری بیش‌ترین تاثیر را در کنش خلاقانه دارند.

با کیفیت‌هایی هم‌چون حضورپذیری (شدت همبستگی ۰.۷۴۷ و رابطه‌ی مستقیم)، مشارکت‌پذیری (شدت همبستگی ۰.۷۳۱ و رابطه‌ی مستقیم) و اجتماع‌پذیری (شدت همبستگی ۰.۷۰۶ و رابطه‌ی مستقیم) رابطه‌ی همبستگی از نوع قوی وجود دارد. بین کنش خلاقانه استفاده‌کنندگان از محوطه‌ی تئاتر شهر به ترتیب با کیفیت‌هایی هم‌چون سرزندگی، هویت، زیبایی،

جدول ۵: رابطه‌ی میان کنش خلاقانه‌ی استفاده‌کنندگان و کیفیت‌های فضایی محوطه‌ی تئاتر شهر

متغیرهای مستقل	ضریب همبستگی	سطح معناداری	اثبات/ رد اولویت بر اساس ضریب همبستگی (پی. ویلیو)	قوی	متوسط	ضعیف
هویت	۰.۵۹۴	۰.۰۰۴	+		۵	
حضورپذیری	۰.۷۴۷	۰.۰۰۰	+	۱		
اجتماع‌پذیری و همه‌شمولی	۰.۷۰۶	۰.۰۰۰	+	۳		
سرزندگی	۰.۶۰۳	۰.۰۰۶	+		۴	
تنوع و گوناگونی فعالیت‌ها	۰.۲۷۹	۰.۰۰۵	+			۹
همه‌شمولی	۰.۴۵۸	۰.۰۰۳	+		۷	
آزادی انتخاب	۰.۱۳۲	۰.۰۰۹	+			۱۰
مشارکت‌پذیری	۰.۷۳۱	۰.۰۰۰	+	۲		
خلاقیت‌پذیری فضا	۰.۴۴۵	۰.۰۰۰	+		۸	
زیبایی	۰.۴۷۶	۰.۰۰۱	+		۶	

تغییرات داده‌ها را تبیین می‌کنند. هم‌چنین اولین عامل به تنهایی ۳۶.۲۶۱ درصد از واریانس، عامل دوم ۱۳.۷۷۰ درصد و عامل سوم ۱۰.۲۷۱ درصد را تحت تاثیر قرار می‌دهند. در مرحله‌ی بعد، ماتریس دوران‌یافته و امتیاز عاملی مربوط به هر شاخص؛ برای عوامل سه‌گانه ارائه شده است. در این ماتریس، هر شاخص ممکن است در دسته‌های مختلف دارای امتیازات مختلفی باشد، اما در مرحله‌ی نام‌گذاری، شاخص مورد نظر در دسته‌ای قرار می‌گیرد که بیش‌ترین امتیاز را در آن کسب نموده است (در این ماتریس، طبق تنظیمات اولیه نرم‌افزار برای اجرای تحلیل عاملی، امتیازات عاملی کم‌تر از ۰.۴ نمایش داده نمی‌شوند).

۴-۱- بازشناسی عوامل موثر بر کنش خلاقانه از طریق هنر در نمونه‌ی مطالعاتی

در این بخش، هدف آن است تا با استفاده از آزمون تحلیل عاملی، به شناسایی و سطح‌بندی عوامل موثر بر کنش خلاقانه در نمونه‌ی مطالعاتی پرداخته شود. این بررسی (جدول ۶) نشان می‌دهد از میان شاخص‌های تبیین‌شده برای کنش خلاقانه، کدامیک از دید کاربران فضا مهم‌تر هستند. در ابتدای امر، برای حصول اطمینان از این که آیا انجام تحلیل عاملی ممکن است یا خیر، از تعداد و تناسب داده‌ها باید اطمینان حاصل نمود. مقدار عددی کی.ام.ا. ۱۵ و آزمون بارتلت، نشان از کفایت داده‌ها برای انجام آزمون را دارد. در اولین اجرای نرم‌افزار، بدون درخواست دوران عوامل، با استفاده از روش تجزیه به مولفه‌های اصلی، تعداد عامل‌هایی که قابل استخراج هستند، مشخص شد. برای تعیین تعداد عامل‌هایی که باید برای مجموعه‌ی داده‌ها در این تحلیل استخراج شوند، از معیار کایسر استفاده شد. بر اساس این معیار، تنها عامل‌های دارای مقدار ویژه‌ی یک یا بیش‌تر از یک، به عنوان منبع ممکن تغییرات در داده‌ها پذیرفته می‌شوند. نتایج نشان داد که مقدار عددی، سه عامل بیش‌تر از ۱ بوده و این عوامل تجمعا ۶۰.۳ درصد،

جدول ۶: عوامل دوران‌یافته و بار عاملی آن‌ها در دسته‌بندی عوامل موثر بر کنش خلاقانه

شاخص	عامل		
	۱	۲	۳
۱	۰.۸۰۷		
۲	۰.۷۸۲		
۳	۰.۷۴۴		
۴	۰.۶۰۴		۰.۵۰۲
۵	۰.۸۱۵		
۶	۰.۷۸۰		
۷	۰.۵۵۱		
۸	۰.۴۹۹		۰.۵۳۵
۹			۰.۶۹۸
۱۰			۰.۶۶۰
۱۱			۰.۶۰۸

نام‌گذاری شدند (جدول ۷). عامل اول، با توجه به فهوی شاخص‌ها، با عنوان تعامل، نام‌گذاری شده است. عامل دوم، با عنوان الزامات کنش خلاق (مشارکت و گفت‌وگو) نام‌گذاری شده و عامل سوم، یادگیری نامیده شده است. سطح‌بندی عوامل نشان می‌دهد که عامل اول، مهم‌ترین ویژگی کنش مصرفی خلاق است و عامل دوم در واقع بستر و الزامات بروز کنش را در بر گرفته و عامل سوم مرتب بر ویژگی یادگیری از طریق هنر عمومی است.

گام بعد، نام‌گذاری عامل‌ها است. برای نام‌گذاری عوامل از بار عاملی استفاده می‌شود، که نشان‌دهنده‌ی همبستگی بین عوامل و متغیرها است. در نام‌گذاری عوامل، امتیازهای بالای ۰.۴ ملاک عمل قرار می‌گیرند (زبردست و شادزایه ۱۳۹۰). در عامل اول، چهار شاخص بارگذاری شده‌اند. در عامل دوم، سه شاخص و در نهایت در عامل سوم، چهار شاخص، بارگذاری شده‌اند. بر اساس شاخص‌هایی که در هر عامل قرار گرفته‌اند و مبانی نظری این حوزه، عوامل

جدول ۷: عوامل استخراج‌شده، بار عاملی و نام‌گذاری آن‌ها

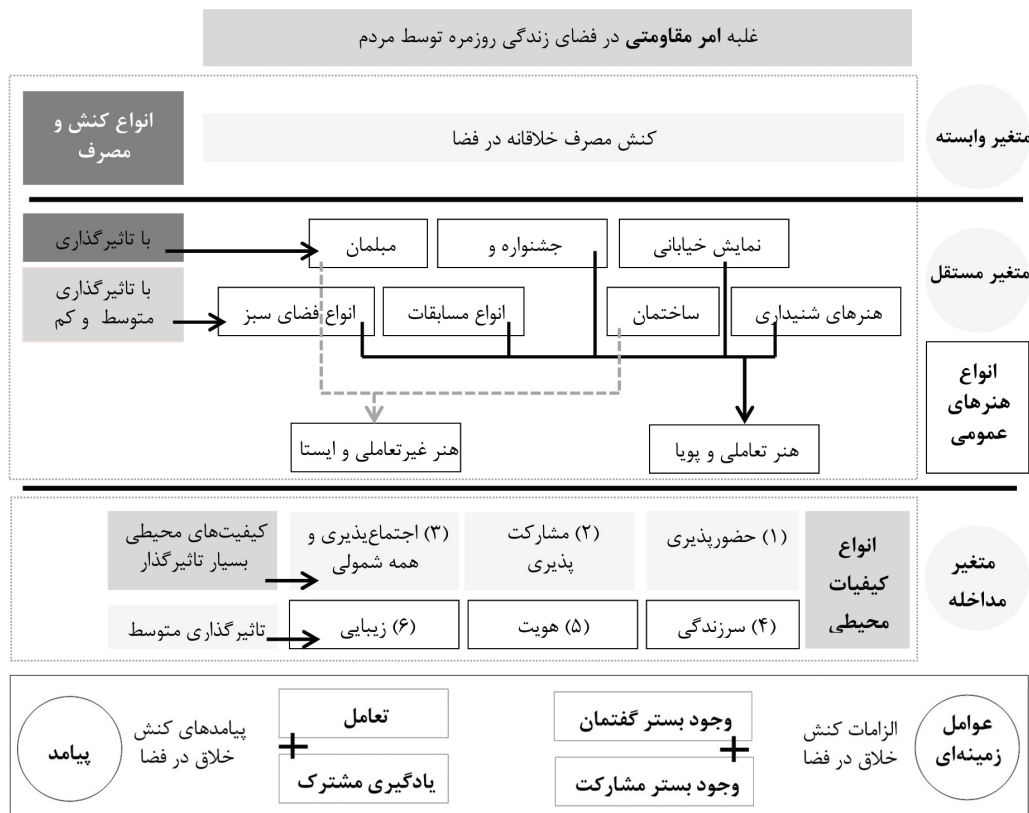
رتبه	عنوان عامل	شاخص	بار عاملی
۱	تعامل	۱	۰.۸۰۷
		۲	۰.۷۸۲
		۳	۰.۷۴۴
		۴	۰.۶۰۴
		۵	۰.۸۱۵
		۶	۰.۷۸۰
۲	الزامات کنش (گفت‌وگو و مشارکت)	۷	۰.۵۵۱
		۸	۰.۵۳۵
		۱۰	۰.۶۶۰
		۱۱	۰.۶۰۸
		۹	۰.۶۹۸
۳	یادگیری		

۵. بحث

هنر عمومی به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شد. کیفیت‌های محیطی به عنوان متغیر متداخل‌گر بر بروز کنش و هنر عمومی لحاظ و پیامدهای این نوع از مصرف خلاقانه و عوامل زمینه‌ای و الزامات بروز آن نیز تبیین شدند.

در این مقاله این ارتباط در قالب بررسی تاثیر انواع هنرهای عمومی بر نوع مصرف فضا در سطوح مختلف بررسی و نتایج آن در قالب یک مدل ارائه گردید (شکل ۳). همان‌طور که مشاهده می‌شود، کنش مصرف خلاقانه در فضا به عنوان متغیر وابسته، قابلیت بروز به واسطه‌ی

شکل ۳: مدل تاثیرگذاری هنر عمومی بر ارتقا کنش مصرف خلاقانه فضا



در فضا چون مبلمان‌ها، نیز به دلیل ارتقا پاسخ‌گویی به نیاز عملکردی کاربران بیش‌تر از هنرهای شنیداری و معماری ساختمان‌ها، در مصرف فضا موثر هستند. ب- تاثیر کیفیت فضای زندگی روزمره بر مصرف خلاق فضا: همان‌طور که بیان شد مصرف خلاق فضا نیارمند تعامل (Drazin, Glynn, and Kazanjian 1999)، گفتمان (Engeström 1999) و مشارکت (Kasl, Marsick, and Dechant 1997) است. فارغ از این عوامل که جز پیش‌شرط‌های محتوایی بروز این نوع از مصرف هستند، بستر فضایی و قابلیت‌های آن نیز بر مصرف خلاق فضا موثر است. به این معنی که کیفیت محیط، امری تسهیل‌کننده است. با این توضیح این فرضیه نیز بررسی و کیفیت‌های محیطی به‌مثابه متغیر متداخل‌گر بر نوع کنش مصرف در نظر گرفته شدند. نتیجه‌ی بررسی آزمون فرضیات، ضمن تأیید این رابطه، نشان داد که ارتقاء کیفیت حضورپذیری، مشارکت‌پذیری و همه‌شمولی، سه کیفیت با تاثیرگذاری

الف- تاثیر انواع هنرهای عمومی بر کنش و مصرف فضا: همان‌گونه که در ادبیات نظری بیان شد، مصرف فضا از دید جین (۱۳۹۵)، نوعی از کنش است و این نوع از کنش ضمن آن که کنشی اجتماعی است، به واسطه‌ی ماهیت هنر، خلاقانه نیز هست. با این توضیح تاثیر هنر بر مصرف خلاقانه‌ی فضا بررسی شد. نتایج نشان داد که همه‌ی انواع هنر عمومی در کنش مصرفی خلاقانه موثر نیستند. در این میان، هنرهای پویا و تعاملی، شامل هنرهای نمایشی و فستیوال‌ها که امکان ارتباط بیش‌تر فرد را با محیط برقرار می‌کنند و هم‌زمان بستری برای تعامل و یادگیری هستند، به‌مثابه نوعی از مقاومت و مصرف خلاقانه‌ی فضا تصور می‌شوند که در مقابل جریان غالب و رسمی در فضای تئاتر شهر، مردم را به فضا مرتبط نموده و به مثابه‌ی کنش معارض خود را نشان می‌دهند. در همین راستا هنرهای عمومی دیگری چون انواع مسابقات و انواع فضای سبز، تاثیرگذاری کم‌تری بر کنش خلاق دارند. هنرهای ایستا

تحقق امر زیسته از طریق رویکرد مقاومتی است. به نظر می‌رسد امکان امر مقاومتی به شیوه‌ی نوآور و خلاق در قالب مصرف کردن فضا به شیوه‌ای متفاوت از گفتمان غالب قدرت، نیازمند بسترها و الزاماتی است. برای نمونه اتکا به رویکرد همکارانه و ارتباطی که خود نیازمند ایجاد فضای گفتگو و تعامل است، می‌تواند در این امر تأثیر داشته باشد. در عین حال آگاهی و یادگیری غیررسمی و مشترک که می‌تواند به طرق متفاوت و در این جا توسط هنر عمومی محقق می‌شود، تأثیر مطلوبی بر سوژه‌بودگی انسان و مطالبه‌گر بودن او دارد.

- کنش مصرف فضا به شیوه‌ی خلاقانه که به عنوان امری مقاومتی تعریف شد، سبب می‌گردد که مردم از طریق رفتارها و عمل خود، فضا را از آن خود نمایند و دست به شخصی‌سازی فضا زده و بنابراین هویت خود را طلب نمایند. بنابراین قابلیت‌های فضا برای بروز انواع هنر عمومی (در نگاه طراح که باید نقشی تسهیل‌گر داشته باشد) و یا در سطح عالیه - پرورش و وجود شهروندان مطالبه‌گر - فضای زندگی روزمره را به عرصه‌ای از آن مردم و قابل مصرف به شیوه‌ی آن‌ها می‌کند.

- تاکید بر انواع عمومی پویا و تعاملی: مقایسه‌ی انواع هنرهای عمومی در فضا نشان می‌دهد که هنر عمومی از نوع پویا و تعاملی که به ارتباط بیشتر افراد با هم و ارتباط فرد با محیط می‌شود، ضمن ایجاد بستر گفتمان و ارتباط، به یادگیری از طریق تعامل، منجر شده و فرد را در مقام عامل و فاعل قرار می‌دهد.

- در کنار عوامل بیان‌شده، باید بستر فضایی از کیفیت‌های محیطی مناسبی برخوردار باشد. در واقع برای بروز فعالیت و عمل غیرضروری، حدی از کیفیات و قابلیت‌های محیطی لازم است. از میان طیف متعدد کیفیات محیطی، کیفیاتی که بستر حضور همه گروه‌ها و مشارکت آن‌ها را فراهم می‌آورند و هم‌چنین فضا را سرزنده و پویا، واجد معنا و زیبایی می‌نمایند، موثر و تأثیرگذار هستند.

بالا هستند. کیفیاتی چون سرزندگی محیطی، هویت و اصالت و زیبایی تأثیرگذاری کم‌تر بر متغیر وابسته دارند. ج- شناسایی عوامل زمینه‌ای و پیامدها: بر اساس یافته‌ها، مهم‌ترین پیامد مصرف خلاقانه‌ی فضا، تعامل است که در فضای مورد بررسی به واسطه‌ی هنرهای تعاملی و پویا در فضا، بستر آن محقق شده است. شاخص تأثیرگذار بعدی، که به نوعی الزامات و بستر بروز کنش خلاق است، بستر گفتمانی و مشارکت می‌باشد که امکان وقوع فعالیت‌ها و کنش‌ها را در قالب ساختار قدرت فراهم می‌کند و نفوذ و رخنه‌ی خلاقانه‌ی کاربران فضا در جهت از آن خودسازی فضا را فراهم می‌آورد. اولویت بعدی به مقوله‌ی یادگیری مشترک (ارتقاء آگاهی جمعی و خاطره‌ی جمعی) به عنوان پیامد استفاده از هنر عمومی به مثابه‌ی امری مقاومتی برمی‌گردد.

۶. نتیجه‌گیری

این پژوهش با تاکید بر روش کمی و با استفاده از نظرات کاربران فضا، به بررسی میزان تأثیرگذاری انواع هنرها بر مصرف خلاقانه‌ی فضا پرداخت. هر چند قطعاً روش‌های تفسیری و مبتنی بر داده نیز می‌توانست، به صورت عمیق‌تر به لایه‌ها و عوامل موثر بر بروز این مقوله بپردازد. یافته‌های پژوهش، ضمن تبیین تأثیرگذاری هنر عمومی بر مصرف خلاقانه‌ی فضا، به طراحان شهری کمک می‌کند تا در روند طراحی محیط، به مقوله‌ی هنر عمومی و بسترسازی برای بروز برخی از انواع آن توجه ویژه داشته باشند و یا با طراحی انعطاف‌پذیر فضا که خود به صورت غیر برنامه‌ریزی‌شده می‌تواند بستر فعالیت‌های خلاقانه و هنری باشد، در خدمت کاربران فضا برای تجربه‌ی فضای زیسته باشند و امکان مصرف فضا به شیوه‌ی متفاوت و خلاق را برای کاربران فراهم آورند. در نهایت در این بخش توصیه‌هایی نیز ارائه شده است.

- از آن جا که فضای زندگی روزمره، بستر ارتباط صاحبان قدرت با هدف تصرف فضا و ساختاربخشی؛ و مردم با هدف

پی‌نوشت

1. Public Art
2. Public Involvement Participation
3. On the Process
4. Relational Art
5. Isamu Noguchi
6. Henry Moore
7. Alexander Calder
8. Scott Burton

9. Siah Armajani
10. Char Michael
11. happening Art
12. performances
13. installation Art
14. Selangor
15. KMO

فهرست منابع

- احمدی، اسدالله. ۱۳۸۵. درآمدی بر جامعه‌شناسی زندگی روزمره. *فصلنامه معرفت* ۱۰۳: ۱۰۶-۹۷. <http://marifat.nashriyat.ir/node/139>
- اقتصادی، نهال. ۱۳۹۲. مشارکت شهروندان، کلید توسعه پایدار اجتماعی در محلات شهری (مطالعه موردی: محله باغشاه شهر شیراز). *فصلنامه هویت شهر* ۷ (۱۶): ۹۷-۸۱. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?ID=218389>
- آرنه، هانا. ۱۳۸۱. *انقلاب*. ترجمه عزت‌الله فولادوند. تهران: خوارزمی.
- بنیامین، والتر. ۱۳۶۶. *نشانه‌ای برای رهایی*. ترجمه بابک احمدی. تهران: نشر مرکز.
- ترکی باغبادرانی، زهرا. ۱۳۹۳. نقش هنر محیطی در بهبود سطح فرهنگی تعامل با محیط (مطالعه موردی: ایران). پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته پژوهش هنر، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- تیبرگین، ژیل. ۱۳۷۶. هنر زمینی. پیام یونسکو ۳۱۹: ۲۲-۲۵. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1039992>
- ثابت، سارا. ۱۳۹۱. هنر شهر را پس می‌گیرد: بررسی اجمالی دیدگاه هنری لغور در باب نسبت هنر و زندگی روزمره. *ماهنامه فرهنگی تحلیلی سوره اندیشه* ۱۰ (۶۴ و ۶۵).
- جین، مارک. ۱۳۹۵. *شهرها و مصرف*. ترجمه مرتضی قلیچ. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- روشندل اربطانی، طاهر، سحر دادجو، و فهمیه نگین تاجی. ۱۳۹۳. بازنمایی زندگی روزمره جوانان در شهر تهران، تحلیل فیلم‌های نیمه دوم دهه ۸۰. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران* ۷ (۳): ۸۱-۴۵. http://www.jicr.ir/index.php/priw/article/view/article_235.html
- شفیعی، سمیه سادات. ۱۳۹۳. سیری در رویکردهای نظری متأخر به مقاومت. *نشریه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی* ۲۱ (۶۴): ۱۸۶-۱۳۹. https://journals.atu.ac.ir/article_345.html
- شهبان، پویان، و ریحانه حقیقی. ۱۳۹۳. واکاوی نقش هنرهای عمومی در موفقیت فضای شهری میدان نقش جهان. *فصلنامه هویت شهر* ۸ (۱۹): ۱۰۰-۸۹. https://hoviatsahr.srbiau.ac.ir/mobile/article_5684.html
- صمدی رازلیقی، معصومه، محمدرضا مریدی، و پرناز گودرزپوری. ۱۴۰۰. شناسایی و ارزیابی مولفه‌های هنر عمومی موثر در خلق تجربه‌های دموکراتیک دهه ۸۰ (نمونه موردی: بوستان آب و آتش شهر تهران). *مبانی نظری هنرهای تجسمی* ۱۶ (۱): ۱۴۴-۱۵۹. https://jtpva.alzahra.ac.ir/article_5624.html
- عزیزخانی، احمد. ۱۳۸۷. مفهوم کنش و ساختار در نظریه ساختاری شدن: (با تأکید بر تحولات ایالات متحده آمریکا). *انسان پژوهشی دینی* ۵ (۱۷-۱۸): ۲۱۴-۱۹۵. http://raj.smc.ac.ir/m/article_2715.html
- عظمتی، سعید. ۱۳۹۳. هنر محیطی. *فصلنامه نقد کتاب هنر* ۳ و ۴: ۹۱-۱۱۲. http://artbr.fasnameh.org/browse.php?a_code=A-10-26-39&slc_lang=fa&sid=1
- قاسمی، امیرعلی. ۱۳۸۵. هنر جدید: تاریخچه هنر دیجیتال (بخش نخست)، دو هفته‌نامه هنرهای تجسمی تندیس ۷۹: ۳۰-۳۳.
- کاظمی، عباس. ۱۳۸۴. پروبلماتیک زندگی روزمره در مطالعات فرهنگی. *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات دانشگاه تهران* ۱ (۴): ۱۲۲-۹۷. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=57306>
- کاظمی، عباس. ۱۳۹۲. پرسه زنی و زندگی روزمره ایرانی. تهران: فرهنگ جاوید.
- کهنوند، مریم، و مهدی حسینی. ۱۳۹۴. دیدمان و بحران دیداری: خوانشی انتقادی از زندگی روزمره. *کیمیای هنر* ۴ (۱۵): ۱۹-۷. http://kimiahonar.ir/browse.php?a_code=A-10-1-108&slc_lang=fa&sid=1
- لاجوردی، هاله. ۱۳۸۴. نظریه‌های زندگی روزمره. *فصلنامه نامه علوم اجتماعی* ۲۶: ۱۴۰-۱۲۳. https://jnoe.ut.ac.ir/article_14917.html
- لاجوردی، هاله. ۱۳۹۳. *زندگی روزمره در ایران مدرن با تأمل بر سینمای ایران*. تهران: نشر ثالث.
- لسناف، مایکل ایچ. ۱۳۹۱. *فیلسوفان سیاسی قرن بیستم*. ترجمه خشایار دیهیمی. تهران: نشر ماهی.
- لوفور، هانری. ۱۳۸۴. *درآمدی بر تولید فضای هانری لوفور*. ترجمه آیدین ترکمه. تهران: نشر تیسرا.
- محمدی، جمال، امید جهانگیری، و یوسف پاکدامن. ۱۳۹۴. تجربه پرسه زنی و باز شکل دهی فضاهای همگانی شهری. *نشریه علوم اجتماعی* ۷۰: ۳۱۲-۲۷۹. https://qjss.atu.ac.ir/article_4149.html
- محمدیان، آسیه. ۱۳۹۲. بررسی هنر محیطی با رویکرد نشانه‌شناسی فرهنگی؛ مورد مطالعه: احمد نادعلیان، کریس دراری. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته پژوهش هنر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- مرادی، سلمان. ۱۳۸۶. هنر عمومی و تلفیق آن با فضای شهری. *باغ نظر* ۴ (۸): ۹۰-۸۱. http://www.bagh-sj.com/article_58.html
- مریفیلد، اندی. ۱۳۹۴. *هانری لوفور: یک سوسیالیست در فضا*. ترجمه محمود عبدالله زاده. ویراستاران مایک کینگ و نایجل ثریفت، ۲۳۰-۲۱۱. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- معین‌الدینی، محمد، و محمدرضا خلیلی زیدانلو. ۱۳۹۴. تحلیلی بر هنر دیجیتال و تأثیر آن بر تکنولوژی رسانه‌های تعاملی. *دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی، استانبول*.
- منادی، مرتضی. ۱۳۸۵. هنر در انتخاب‌های زندگی روزمره. *خیال* ۱۷: ۱۷۹-۱۵۴. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/582962>
- مورن، جو. ۱۳۸۷. *میان رشتگی*. ترجمه داود حاتمی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

- مهري، بهار. ۱۳۹۰. مصرف و فرهنگ. تهران: سازمان مطالعه و تدوين كتب علوم انشائي دانشگاه، مركز تحقيق و توسعه علوم انشائي.
- ميرزايي، داود. ۱۳۹۰. بررسي نسبت ميان انسان با طبيعت و تكنولوجي در هنر محيطي. پايان نامه کارشناسي ارشد رشته معماري، دانشگاه آزاد اسلامي واحد تهران مرکزي.
- نوذري، حسينعلي. ۱۳۹۳. بازخواني هابرماس (درآمدی بر آراء، اندیشه‌ها و نظريه‌های يورگن هابرماس). تهران: نشر چشمه.
- Abu Bakar, Nur Izzah, Mazlina Mansor, and Nor Zalina Harun. 2014. Vertical Greenery System as Public Art? Possibilities and challenges in Malaysian urban context. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 153: 230-241. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814054998>
- Amabile, Teresa M. 1995. Attributions of creativity: What are the consequences?. *Creativity Research Journal* 8(4), 423-426. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15326934crj0804_10
- Brenner, N. 2000. The urban question as a scale question: reflections on henri Lefebvre, urban theory and the politics of scale. *International journal and regional research* 2(24): 361-372. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-2427.00234>
- Brisbane City Council. 2011. *Annual Report 2010-2011 Brisbane*. City Council. <https://www.brisbane.qld.gov.au/about-council/council-information-and-rates/news-and-publications/council-annual-plan-and-budget/quarterly-financial-report>
- Csikszentmihalyi, Mihaly. 1996. *Creativity*. New York: McGraw-Hill.
- Drazin, Robert, Mary A. Glynn, and Robert Kazanjian. 1999. Multilevel theorizing about creativity in organizations: A sensemaking perspective. *Academy of Management Review* 24(2): 286-307. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1999.1893937>
- Engeström, Yrjo. 1999. Innovative learning in work teams: analysing cycles of knowledge creation in practice. In *Perspectives on Activity Theory*, edited by Engeström, Yrjö, Reijo Miettinen and Raija-Leena Punamäki-Gitai. Cambridge: Cambridge University Press. <https://philpapers.org/rec/ENGIL-2>
- Engeström, Yrjo. 2001. Expansive learning at work: Toward an activity theoretical reconceptualization. *Journal of Education and Work* 14(1): 133-156. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13639080020028747>
- Ford, Cameron. M. 1996. A theory of individual creative action in multiple social domains. *Academy of Management Review* 21(4): 1112-1142. <https://www.proquest.com/docview/210942533>
- Goldstein, Barbara. 2005. *Public Art by the Book*. Seattle: University of Washington Press.
- Kasl, Elizabeth, Victoria. J. Marsick, and Kathleen Dechant. 1997. Teams as Learners: A Research-Based Model of Team Learning. *Journal of Applied Behavioral Science* 33(2): 227-246. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0021886397332010>
- Kešter, Grant. 2004. *Conversation pieces: Community and communication in modern art*. Berkeley: University of California Press.
- Kilbourne, Lynda. M., and Richard. W. Woodman. 1999. Barriers to organizational creativity. In *Social creativity in organizations*, edited by Purser, R. E. and A. Montuori, 125- 150 . Cresskill: Hampton Press. https://www.researchgate.net/publication/318594862_Richard_W_Woodman_Creativity_and_Change
- Kwon, Miwon. 2002. *One Place After Another: Site Specificity and Locational Identity*. Cambridge: MIT Press.
- Miles, Malcolm. 1997. *Art, Space and the City: Public Art and Urban Futures*. London and New York: Routledge.
- Phillips, Patricia. C. 1992. *Temporality and Public Art: in Critical Issues in Public Art*. New York: Harper Collins Publishers.
- Radišić, Slavica. 2007. *Public Art (Public Art Policy and Legal and Financial Policy Instruments)*. Master thesis, Belgrade University of Arts. https://www.culturalmanagement.ac.rs/uploads/research_file_1/56d978be6e6f153e1aa6efa34a98ebb15e5f74e5.pdf
- Remesar, Anoni. 2005. *Public Art: Towards a Theoretical framework, Urban Regeneration: A Challenge for Public Art*. Spain: Publications de la Universitat de Barcelona. http://www.ub.edu/escult/epolis/urbanreg/urban_regeneration.pdf
- Shaffrey, Cliondhna. 2010. *What Is Public Art. Education and Community Programmes*. Irish Museum of Modern Art. IMMA. <https://pdfslide.net/documents/irish-museum-of-modern-art-public-art.html>.
- Sharp, Jaonne, Venda Pollock, and Ronan Paddison. 2005. Just art for a just city: public art and social inclusion in urban regeneration. *Urban Studies* 42(5/6): 1001-1023. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1080/00420980500106963>

نحوه ارجاع به این مقاله

فرح‌بخش دقیق، رضا، و مریم محمدی. ۱۴۰۱. تحلیل تأثیر هنر عمومی بر زندگی روزمره و کنش مصرف‌خلاقانه‌ی فضا- نمونه‌ی مطالعاتی: محدوده‌ی تئاتر شهر تهران. نشریه معماری و شهرسازی آرمان‌شهر ۱۵(۳۹): ۱۱۹-۱۰۳.

DOI: 10.22034/AAUD.2022.235850.2234

URL: http://www.armanshahrjournal.com/article_158068.html



COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Armanshahr Architecture & Urban Development Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License.

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



