



اصالت سنجی

مقاله مطالعه موردی

خلاصه انگلیسی این مقاله با عنوان:
Examining the role of public art in
promoting social interactions
Case study: 15 Khordad walkable way
in Tehran.
در همین شماره به چاپ رسیده است.

شهرسازی ایران، دوره ۶، شماره ۱۰، بهار و تابستان ۱۴۰۲، صفحه ۵۸ - ۷۹
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۳/۸، تاریخ بررسی اولیه: ۱۴۰۲/۳/۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۴/۲۶، تاریخ انتشار:
۱۴۰۲/۷/۱

بررسی نقش هنر عمومی در ارتقای تعاملات اجتماعی نمونه موردی: پیاده‌راه ۱۵ خرداد تهران

عبدالحمید قنبران* دانشیار گروه شهرسازی، دانشکده مهندسی معماری و شهرسازی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران.

حانیه صادقی کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران.

چکیده: فضاهای شهری اغلب متناسب با نیازها و الگوهای رفتاری شهروندان شکل نگرفته و تجربه شهروندان از فضاهای شهری محدود به فضای غیر مجهز است. نقش فضاهای شهری به ارتباط دهنده بین مقصدها تقلیل یافته است و زندگی اجتماعی در آن‌ها جریان ندارد.

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش هنر عمومی جهت ارتقای تعاملات اجتماعی و ارتقا و تقویت آن در جهت افزایش مشارکت و حس تعلق افراد می‌باشد و نمونه مطالعه پیاده‌راه ۱۵ خرداد تهران است.

پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و با استفاده از روش توصیفی تحلیلی است. جامعه آماری شامل افراد متخصص در زمینه‌های طراحی شهری، برنامه‌ریزی شهری، مدیریت شهری و معماری می‌باشد که ۳۰ نفر از این افراد به طور تصادفی انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری اطلاعات علاوه بر مطالعات کتابخانه‌ای، مطالعات میدانی می‌باشد. برای تحلیل داده‌ها از آزمون تی تک‌نمونه‌ای، همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه با استفاده از نرم‌افزار spss استفاده شده و سپس سوات در شش مولفه تدقیق شده است. پس از تحلیل داده‌ها، دو گزینه پیشنهادی با رویکرد هنر عمومی جهت ارتقای تعاملات اجتماعی پیشنهاد شده است.

به طور کلی نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که هنر عمومی می‌تواند به عنوان ابزاری برای ارتقای تعاملات اجتماعی معرفی شود و محیطی جذاب، خاطره‌انگیز و به یاد ماندنی ایجاد نماید.

واژگان کلیدی: تعاملات اجتماعی، هنر عمومی، پیاده‌راه، پیاده‌راه ۱۵ خرداد تهران

۱- مقدمه

نقش فضاهای شهری به ارتباط دهنده بین مقصدها تقلیل یافته است و زندگی اجتماعی در آن‌ها جریان ندارد. عدم وجود جریان زندگی اجتماعی در فضاهای عمومی، باعث جداسازی مردم از محیط و همچنین از یکدیگر شده است و نتیجه آن ظهور نابسامانی‌ها در کالبد و ایجاد ناهنجاری‌های اجتماعی در فضای عمومی است (Sayad Forouzan, 2016, 2). در فضاهای عمومی معاصر، شهروندان یک شهر با یکدیگر بیگانه‌اند و فضاهای شهری در شهرهای بزرگ به دلیل عدم وجود فضا و فعالیت‌های جاذب شهروندان، به فضاهای بی‌روح و کسل‌کننده‌ای تبدیل شده‌اند. گویی فضاهای عمومی، صرفاً جهت عبور مردم و یا در بهترین حالت، فضایی برای برقراری ارتباط اجتماعی، نه تعاملات اجتماعی و در حد آدرس‌دهی به دیگران هستند (Morshedi, 2012, 4). انسان ذاتاً موجودی اجتماعی می‌باشد و بهبود کیفیت فضای شهری از جمله پیاده‌راه‌ها امری مهم تلقی می‌شود. پیاده‌راه به عنوان یک فضای عمومی نقش مهمی در زندگی اجتماعی در شهر دارد. حرکت پیاده طبیعی‌ترین، قدیمی‌ترین و ضروری‌ترین شکل جابه‌جایی انسان در محیط است. لذا پیاده‌راه‌ها معابری بالاترین حد نقش اجتماعی هستند که می‌توانند شور و زندگی را به شهر آورده، مردم را به حضور داوطلبانه در شهر تشویق کنند و در نتیجه، پایداری شهر را تضمین نمایند (Akbarzadeh Moghadam, 2014, 2). یکی از رویکردهای موجود برای بهبود کیفیت فضاهای شهری و ارتقای تعاملات اجتماعی توجه به هنر عمومی می‌باشد. هنر عمومی می‌تواند باعث شکل‌گیری محیطی به یاد ماندنی شود، مکان‌های با کیفیت و زیست‌پذیرتر ایجاد کند و تعاملات اجتماعی را افزایش دهد. هنر از گذشته توانمندی زیادی در ایجاد نمادهای فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و مذهبی و همچنین تلفیق این نمادها با قلمروهای همگانی و عرصه‌های جمعی داشته است (Alal hesabi

and Moradi, 2009, 6). در کنار این امر هنرمندان و طراحان میل شدیدی برای درگیر شدن با زمینه‌های کالبدی و ذهنی جوامع از خود نشان داده‌اند. از این رو مفهوم هنر عمومی با مفهوم فضای عمومی به صورت مشترک باعث انسجام و به هم پیوستگی جامعه می‌شوند. هنر شهری با ارائه تصویری ویژه از سیمای شهری می‌تواند روابط بین مردم را تحت تأثیر قرار دهد و به شهر شخصیت یکتا و کیفیت بخشد و در سرزندگی آن نقش به‌سزایی داشته باشد. از این رو لزوم رسیدن به شهری پایدار و توسعه یافته در گرو وجود فضاهایی است که بستر تعاملات اجتماعی و حیات جمعی را ارتقا دهد. (Khalfi, 2014, 2).

پیاده‌راه پانزده خرداد تهران به تبع قرارگیری در بافت تاریخی و سابقه طولانی و حضور قدرتمند بازار تهران و مجاورت با نقاط مهم و برجسته پتانسیل تبدیل به محوری پیاده را داشته است (Safaie Sefat, 2013, 105). پتانسیل‌های این محور باعث جذب گروه‌های اجتماعی متنوعی شده است. عدم توجه به برخی نکات در طراحی شهری سبب کاهش کیفیت و افزایش نارضایتی شده (Safaie Sefat, 2013, 109-130) و موجب شده است که تعامل اجتماعی در پیاده‌راه ۱۵ خرداد با توجه به طراحی‌های انجام شده به کمترین حد خود برسد. اگرچه طراحی‌هایی در این خیابان صورت گرفته است ولی هنرهای عمومی در این خیابان غالباً منجر به مشارکت و تعامل مردم با آن‌ها نمی‌شود. بنابراین پژوهش حاضر در پی یافتن راه‌های ارتقای تعاملات اجتماعی با توجه به هنر عمومی در پیاده‌راه ۱۵ خرداد بوده و می‌خواهد بداند چه مولفه‌هایی از هنرهای عمومی می‌تواند جهت ارتقای تعاملات اجتماعی موثر باشد و می‌توان گفت که نوآوری پژوهش دید اجتماعی به هنر عمومی بوده و هنر عمومی نقشی تربیتی و نمایشی در آن نداشته و سعی کرده است منجر به تعامل اجتماعی افراد با یکدیگر و با محیط شود.

۲- پیشینه پژوهش

• نتایج پژوهش پرکینز و همکاران در سال ۲۰۲۱ تحت عنوان "تأثیر هنر بر تعاملات اجتماعی در بزرگسالان" نشان می‌دهد هنرها می‌توانند روابط را از طریق تعامل اجتماعی تقویت کرده و با ناسازگاری‌های موجود مقابله کنند و از طریق افزایش عزت نفس و احساس تعلق به افراد مسن اجازه می‌دهند تا به طور فراگیر در جامعه خود مشارکت کنند. آن‌ها از مصادیق هنرهای عمومی مانند هنر تجسمی، کارگاه، خاطره‌گویی، باغبانی، تعامل با موزه‌ها، گالری‌ها، نمایشگاه‌ها، موسیقی درمانی، آواز گروهی، کتاب‌خواندن، گوش‌دادن به کتاب صوتی، صنایع دستی، گروه‌های تئاتر و دیدن فیلم، عکاسی و فیلم‌برداری به عنوان عوامل تقویت‌کننده تعاملات اجتماعی و کاهش تنهایی افراد مسن یاد کرده‌اند.

• عسکری‌زاد و صفری در سال ۲۰۲۰ پژوهشی تحت عنوان "تأثیر تعاملات اجتماعی بر الگوهای رفتاری افراد در فضاهای شهری (مطالعه موردی: منطقه پیاده‌سهررداری رشت، ایران) برخی عوامل موثر در بهبود تعاملات اجتماعی در فضاهای شهری را امکان تماشای تئاترهای خیابانی، استفاده از اشکال مختلف مبلمان شهری، ایجاد فضاهای مکث، استقرار فواره‌ها، ایجاد مبلمان شهری که منجر به ایجاد حس تعلق می‌شوند، حضور هنرمندان پیشکسوت، عناصر بومی متناسب با فرهنگ جامعه، مشارکت مردمی، ایجاد سرزندگی و تحریک بینایی و شنوایی، فعال‌سازی کاربری‌های غیرفعال و ایجاد کاربری چندمنظوره معرفی کرده‌اند.

• طبق نتایج پژوهش گوریسن در سال ۲۰۲۰ تحت عنوان "تأثیر پیاده‌روی بر تعامل اجتماعی و حس مکان در محله‌های هلند" بهبود ویژگی‌های پیاده‌روی یک محله، افراد را به راه رفتن بیشتر تحریک می‌کند و پیاده‌روی در محله‌ها بر ایجاد یک محیط

سالم، تعامل اجتماعی یا دلبستگی به مکان تاثیرگذار است. وی عواملی چون سلامت، تحرک، وضعیت اجتماعی-اقتصادی، مالکیت، نوع مسکن، امکانات، سرعت کم ترافیک، امنیت اجتماعی، پارک‌ها و فضای باز، روشنایی مناسب و... را از عوامل موثر بر تعاملات اجتماعی ذکر کرده‌است.

• طبق پژوهش جیایی در سال ۲۰۱۹ تحت عنوان "ارتقای تعاملات اجتماعی در فضای عمومی از طریق طراحی و اجرای فناوری دیجیتال" طراحی فضای عمومی می‌تواند تأثیر زیادی بر تعامل داشته باشد و با توجه به پیشرفت سریع فناوری دیجیتال و تغییر تعاملات چهره به چهره اما کارآمد به یک سیستم شبکه پیچیده، ترکیب فضای دیجیتال با فضای فیزیکی می‌تواند بر ارتقای تعاملات اجتماعی موثر باشد. وی در پژوهش خود به مواردی چون تنوع کارکردها، طراحی تعاملی، استفاده از نماهای رسانه‌ای و تعاملی، استفاده از صفحه‌هایی برای دریافت اظهار نظر افراد، ایجاد پاتوق‌ها و... به عنوان پیشنهاداتی برای ارائه تعاملات اجتماعی در هنگ کنگ ارائه می‌دهد.

• لوکیتو و زهرا در سال ۲۰۱۸ پژوهشی تحت عنوان "ارتقای کیفیت زندگی شهری از طریق هنر عمومی در تامان سوروپاتی، جاکارتا" انجام داده‌اند و عوامل هنر عمومی در یکی از پارک‌های جاکارتا که باعث ایجاد تعامل اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی شده است را بررسی کرده‌اند. عواملی که در فضای بررسی شده وجود داشته است شامل موسیقی محلی، صنایع دستی، طراحی، عکاسی، تئاتر، مجسمه و بنای یادبود، کلاس موسیقی و یوگا، گردهمایی اجتماعی، برگزاری نمایشگاه، صدای طبیعت و... بوده‌است.

• گیلر مه آبرئو در سال ۲۰۱۷ پژوهشی تحت عنوان "هنر عمومی به عنوان ابزار تعامل اجتماعی: از مشارکت مدنی به مشارکت اجتماعی" انجام داده‌است و هدف اصلی هنر عمومی را زنده کردن قلمروی تعامل اجتماعی می‌داند. وی در پژوهش خود

• پاک‌نهاد و پژوهان‌فر در سال ۱۳۹۶ پژوهشی تحت عنوان "بهبود الگوهای کیفیت فضایی پارک‌های شهری به منظور افزایش تعاملات اجتماعی شهروندان، نمونه موردی: پارک‌های شهر گرگان" انجام داده‌اند و در پژوهش خود نتیجه گرفته‌اند که کیفیت فضایی پارک‌های شهری بر تعاملات اجتماعی افراد تاثیرگذار است. مولفه‌های بررسی شده در این پژوهش، خوانایی، نفوذپذیری، تنوع، انعطاف پذیری، سرزندگی و تناسب بصری هستند.

• رستمی و همکاران در سال ۱۳۹۵ پژوهشی تحت عنوان "تبیین و ارزیابی مولفه‌های هنر عمومی (نمونه موردی: پارک لامپینی بانکوک و ایل گلی تبریز)" انجام داده‌اند. ایشان در پژوهش خود عواملی چون یادمان‌های تاریخی، ساختمان‌های خاص، عناصر یادبودی، مجسمه‌ها و آثار تزئینی، نقاشی دیواری، آبنما و فواره، عناصر شهری را در دو فضای پارک لامپینی بانکوک و ایل گلی تبریز بررسی کرده‌اند.

۳- مبانی نظری

۱-۳- تعامل در فضا

از نظر میچل^۱ و استاهلی^۲ ماهیت فضای عمومی، فضایی است که در آن منافع عمومی شکل می‌گیرد و در آن قواعد حاکم بر رفتار عمومی غالب است و از نظر مفهومی از فضای خصوصی جدا است، اگرچه در عمل این تمایز همواره به دلیل مذاکرات حقوقی مداوم و مبارزه اجتماعی مبهم است (Collins & Stadler, 2020, 104). عنوان چارچوب پژوهش، هدف جذب مردم به فضایی می‌باشد که در آن فضا ترغیب به ارتباط با یکدیگر شده و تعامل اجتماعی صورت گیرد. اگر این فضا بتواند توقعات عام و خاصی که از آن فضا انتظار می‌رود را برآورده سازد، امکان حضور مردم در آن فضا فراهم می‌گردد، بدین معنی که ابتدا باید فضایی معیارهای اولیه، به عنوان مثال امنیت را دارا باشد تا فرد

به مواردی از شیوه‌های مشارکت در جامعه با مداخله هنر عمومی اشاره کرده است. (۱) رویدادها و فستیوال‌ها که می‌توانند شامل نمایش‌های نور، موسیقی، آتش‌بازی، تئاتر، راهپیمایی، گردهم‌آیی و ... باشند. (۲) ابتکار شهروندی. (۳) مداخله عمومی. (۴) مشارکت جامعه که بالاترین سطح مشارکت بوده و ابتکار عمل تصمیم‌گیری در مورد هنر عمومی مستقیماً با شهروندان می‌باشد. (۵) آموزش جامعه از طریق هنر عمومی و ... از مواردی است که وی در پژوهش خود بررسی کرده است.

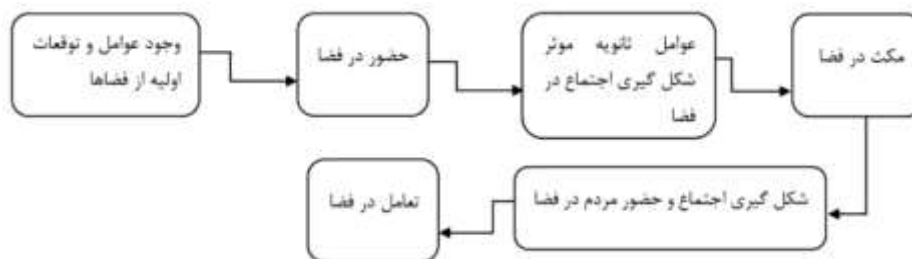
• پترسون در سال ۲۰۱۶ پژوهشی تحت عنوان "محیط و تعاملات اجتماعی" انجام داده است. در پژوهش خود به تعاملات اجتماعی در سطح کلان که در شهرها اتفاق می‌افتد و غیر متمرکز است و تعاملات اجتماعی در سطح خرد که در محیط خاصی مانند کلاس‌های دانشگاه رخ می‌دهد و متمرکز است، اشاره می‌کند همچنین وی عوامل آب و هوا و شرایط جغرافیایی و فرهنگی را از عوامل‌های موثر بر تعامل معرفی کرده و ارتباطات دیجیتالی را یکی از عوامل آسیب‌زننده به ارتباطات چهره‌به‌چهره می‌داند.

• اکرا سردشتی و سجاذزاده در سال ۱۴۰۰ پژوهشی تحت عنوان "سنجش و ارزیابی کیفیت پیاده‌راه‌های شهری از منظر شهر خلاق، مورد مطالعاتی: پیاده‌راه مرکزی کلان شهر رشت" انجام داده‌اند. در این پژوهش بر پنج مؤلفه کالبدی، عملکردی، اجتماعی، ادراکی و زیست‌محیطی در ارتباط با معیارهای فضای شهری خلاق تاکید شده است و با ارائه راهکارهایی نظیر توجه به اقتصاد خلاق، دارایی‌های فرهنگی، انعطاف‌پذیری فضایی، مکان‌سازی شهری، توجه به نیروها و دانش‌های بومی و محلی، ارتقای اقتصاد بومی و ... می‌توان به محیط شهری خلاق دست یافت.

می‌باشد، با دستیابی به اهداف اولیه و ثانویه و با حضور مردم به عنوان مهم ترین عامل تأثیرگذار شکل می‌گیرد. در حقیقت وجود عوامل کالبدی و فعالیتی مناسب به عنوان عوامل اصلی پشتیبانی کننده حضور، امکان برخوردی‌های رودررو افزایش یافته و تعاملات اجتماعی شکل می‌گیرد (Mehrabian and Abdullahi, 2018, 39).

در فضا حضور یابد. هدف ثانویه آن است که فرد علاوه بر حضور در فضا ترغیب به ارتباط و تعامل در فضا گردد. یعنی این فضا علاوه بر معیارهای اولیه نیازمند معیارهای دیگری می‌باشد که پشتیبانی کننده مکث در فضا باشد. به عنوان مثال اگر یک فضای شهری خوب نیازمند مبلمان می‌باشد، این مبلمان باید به صورتی باشد که امکان برخوردهای چهره به چهره را حمایت کند. هدف نهایی نیز که شکل گیری تعاملات اجتماعی

نمودار شماره ۱: فرآیند امکان تعامل در فضا



منبع: Qalambardezfouli and Naghizadeh, 2014, 21

که حضور انسان به صورت پیاده در شهرها ممکن و مقیاس شهرها نیز مقیاس انسانی باشد (Babalou and Gerkani Dashte, 2021, 202).

نقش اجتماعی خیابان یکی از مهم ترین وظایف فضاهای شهری به شمار می‌آید. با ظهور اتومبیل و تغییر ماهیت خیابان‌ها، فعالیت‌های اجتماعی نیز در خیابان‌ها کاهش یافتند از جمله، دیدن، دیده شدن، ارتباطات اجتماعی، حرکت ساده، مکث، دیدارها و گفتگوها و خرید و فروش. در واقع خیابان‌ها و پیاده‌راه‌ها قابلیت دارند که از حمل و نقل و مسیر حرکت بودن فراتر است و آن نقش اجتماعی خیابان‌ها می‌باشد. پیاده راه به عنوان فضای عمومی شهری قادر است مردمی که یکدیگر را نمی‌شناسند در صحنه‌ای از اجتماع گرد هم آورد. گرچه این موضوع ظاهراً بسیار بی اهمیت به نظر می‌رسد اما مجموعه‌ای از این برخوردهای اتفاقی عمومی در یک زمان و مکان که لزوم هیچ تعهد شخصی

۲-۳- خیابان پیاده مدار و تعاملات اجتماعی

پیاده روی ارجح‌ترین شکل توسعه تعامل انسان با محیط شهری است. مسیرهای پیاده‌روی بهترین بستر برای زندگی شهری است و حضور طولانی مدت افراد را در فضاهای شهری فراهم می‌کند. حضور مداوم منجر به پایداری محیط زیست در این فضاها می‌شود. با استفاده از پیاده‌راه‌ها، نه تنها حضور مردم در فضاهای شهری افزایش می‌یابد بلکه پایداری فضاهای شهری در آینده تضمین می‌شود (Naqshbandi and Mofidi, Shemiran, 2022, 28). از میان اندیشمندان تأثیرگذار بر پیاده مداری جیکوبز با انتقاد از تفکر مدرنیستی در رابطه با خیابان بر اهمیت پیاده راه‌ها تأکید دارد. به نظر جیکوبز (۱۹۶۱)، خیابان‌ها و پیاده‌راه‌ها مهم‌ترین مکان‌های عمومی یک شهرند. گوردن کالن نیز در کتاب منظر شهری به تأیید جیکوبز و بر خلاف نظر معماران مدرنیست محیط شهری را در صورتی مطلوب می‌داند

اجتماعی به عنوان جوهر و بنیان جامعه از طریق فرآیند ایجاد ارتباط و اعتماد در جامعه مانع از خودبستگی و رشد فزاینده انحرافات اجتماعی می‌گردد (Gherehbeiglu et al, 2015, 7).

۳-۳- فاکتورهای موثر بر شکل‌گیری تعامل اجتماعی

با توجه بررسی نظرات نظریه‌پردازان، فاکتورهای موثر در طراحی پیاده‌راه برای شکل‌گیری و ارتقای تعاملات اجتماعی شناسایی گردیده است. این فاکتورها بر اساس مدل کانتر در سه جنبه کالبدی، معنا و فعالیت ارائه است.

را هم برای کسی در بر ندارد، احساسی از اطمینان و هویت و حیات اجتماعی را برای افراد به همراه می‌آورد (Pezeshki and Alijani, 2019, 42). تعامل اجتماعی یک تبادل اجتماعی بین دو یا چند نفر می‌باشد که می‌تواند به روش‌های مختلف تصادفی، تکراری، منظم و تنظیم شده رخ دهد (Gorrisen, 2020, 22). بودن در کنار دیگران تجربه‌ای غنی را فراهم می‌کند که کیفیت فضاهای شهری را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد. افراد دارای تعاملات اجتماعی بالا سطح مرگ و میر، میزان خودکشی کم‌تر، ترس کم‌تر از جرم، سلامت عمومی بهتر و سطح بالاتر سلامت روانی را دارند (Askarizad and He, 2022, 2). تعامل اجتماعی یک چسب اجتماعی است که جامعه را با هم پیوند می‌دهد و در درون جامعه محلی درک کیفیت همسایگی را افزایش می‌دهد که باعث ایجاد رضایت از زندگی می‌شود (Larimian et al, 2020, 3). تعاملات

جدول شماره ۱: فاکتورهای موثر بر طراحی شکل‌گیری و ارتقای تعاملات اجتماعی

کالبدی (عینی)	معنا (ذهنی)	فعالیت (عملکردی)
خوانایی، در دسترس بودن، انعطاف-پذیری، هندسه، نفوذپذیری، عناصر کالبدی، مقیاس انسانی	حس مکان، حس تعلق، هویت اجتماعی، ایمنی و امنیت، خاطره انگیزی، سرزندگی	مشارکتی بودن فضا، تسهیلات و امکانات رفاهی، گوناگونی

گردآوری: با توجه به نظرات اندیشمندان و محققان شهرسازی در Tajik and Partovi, 2012, 84

ارزش‌هاست (Mazzucotelli Salice, 2010, 1). هنر عمومی مفهوم جدیدی نیست، بلکه از زمان‌های دور وجود داشته است. این هنر و سنت‌هایش، ریشه تاریخی در فرهنگ‌های ادوار مختلف داشته‌اند. 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 می‌باشد. اقدامات صورت‌گرفته 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 تاثیر قرار داده و باعث ارتقای سطح سلامتی جوامع می‌شود (Khalafi, 2014, 16). هنر عمومی به طور کلی به آثار هنری اشاره دارد که به طور خاص طراحی

۳-۴- رویکرد هنر عمومی^۲

با توجه به تاثیر عواملی چون محیط، کالبد، ادراک، کارکرد و فعالیت بر تعاملات اجتماعی و رویکردهایی چون پایداری اجتماعی، کیفیت محیطی و رویکرد مشارکتی و ... و اهمیت آن‌ها این پژوهش قصد دارد بیشتر به هنر عمومی بپردازد و بتواند به کمک آن راهی برای ارتقای تعاملات اجتماعی ارائه دهد.

هنر همواره یکی از بازیگران پیشرو در روند شهرسازی بوده است. رابطه بین هنر و شهر در گذشته در بناهای مهم نمود پیدا کرده است و هنر از یک سو معاش شهروندان و شهر را تامین کرده و از سوی دیگر راهی برای انتقال مسائل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و

عمومی دیگر سرد و ثابت نیست و گرم و عاطفی حس می‌شود. در آفرینش آثار هنری، استفاده از طراحی تعاملی برای غنی‌سازی آثار هنری، فقط باعث می‌شود که مردم احساس بهتری داشته باشند، اما این کار را بهتر می‌کنند تا احساسات خود را بیان کنند و هنر خود را نشان دهند (Zhu, 2021, 531). شماری از آثار هنر عمومی به گونه‌ای طراحی می‌شوند که مشارکت بینندگان را افزایش داده و موجبات تعاملات متقابل بین مردم و اثر هنری را فراهم می‌سازند. در هنر تعاملی، تعامل‌گرایی، امکان جست‌وجو، ایجاد، همیاری و درگیر شده با اثر هنری و کنش متقابل بین افراد و اثر هنری وجود دارد، عملی که بسیار فراتر از فعالیت روانی است. تعامل‌گرایی تولید معنا می‌کند. در اثر هنری تعاملی، هم مشاهده‌گر و هم اثر هنری با یکدیگر در مکالمه کار می‌کنند تا یک اثر کامل و واحد برای مشاهده‌گر ایجاد شود. اگرچه همه بینندگان تصویری یکسان از اثر تجسم نمی‌کنند، اما چون تعاملی است، هر بیننده‌ای تفسیر خود را از اثر هنری دارد. بالاترین نفع و سودمندی برای وجود هنر عمومی در شهر پیش‌بینی می‌شود، میزان موفقیت آن در درگیر کردن و به وجود آوردن تعاملات با عموم افراد شهر می‌باشد. این پدیده می‌تواند از طریق، برانگیختن حواس پنجگانه، درگیر کردن ذهنی و فکری آن با عموم و ایجاد خاطره، نشانه و بهانه‌ای برای گفت‌وگو به وجود آورد. تعاملات اجتماعی بسترساز هم‌پیوندی اقشار و گروه‌های مختلف سنی و جنسی بوده و می‌تواند با ایجاد مشارکت در فضای همگانی سودمندی زیاد نصیب شهر کند. این سودمندی حاصل از هنر تعاملی را می‌توان سرزندگی شهری نامید که هدف و غایت همه برنامه‌ها و طرح‌های شهری است (Vahdat Talab and Rahimian, 2012, 7-8).

۳-۶- تجارب خارجی و داخلی

سه نمونه موفق خارجی لارامبلا در بارسلون، اشتروگت در کپنهاگ و استقلال در استانبول و سه نمونه موفق داخلی محور شهید چمران شیراز، تربیت تبریز و سپهسالار تهران مورد بررسی قرار گرفتند که به طور

و در فضاهای دسترسی به جمعیت عمومی نمایش داده می‌شوند و آن را می‌توان به هنر عمومی سنتی^۴ و جدید^۵ طبقه‌بندی کرد که اولی، به خاطر روش ارتباط در انتقال پیام از بالا به پایین محسوب می‌شود. هنر عمومی سرمایه‌گذاری و بازدیدکنندگان را جذب می‌کند، هویت‌های فرهنگی ایجاد می‌کند، غرور مدنی را ارتقا می‌دهد، و به زندگی با کیفیت و کار و تفریح کمک می‌کند. هنر جدید، هنر فعال است که به توانمندسازی گروه‌های اجتماعی محروم و پرداختن به نیازهای اجتماعی اختصاص دارد. علاوه بر این، هنر عمومی هدف و تمایل برای درگیر کردن مخاطب و ایجاد فعالانه فضاها را دارد. دیدگاه جغرافیایی در زمینه هنر عمومی بر روشی متمرکز است که در آن محیط تولید و مصرف هنر را از طریق سیاست‌های فرهنگی و یا پویایی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فضاهای خلاق شکل می‌دهد (Zheng, 2017, 89). زمانی که یک مداخله هنری در فضای عمومی و در محدوده عمومی انجام می‌شود، می‌تواند مشارکت جامعه را ارتقا دهد، می‌توان گفت که با هنر عمومی اجتماعی روبه‌رو هستیم. آنچه هنر عمومی را از سایر تولیدات هنری متمایز می‌کند، آن است که از یک ایدئولوژی حمایت می‌کند. ارمجانی^۶ در بیانیه خود به تلاش برای پر کردن شکافی که بین هنر و عموم ایجاد می‌شود، اشاره کرده است که باعث عمومی شدن هنر و توجه دوباره به هنرمندان به عنوان شهروند می‌شود. هدف اصلی ایدئولوژی هنر عمومی، زنده کردن قلمرو تعامل اجتماعی است، تعاملی که به دنبال ابداع اشکال جدید مداخله، نشاط و خلاقیت بوده و هدف آن تثبیت هنر در زندگی و جان بخشیدن به آن است (Guilherme Abreu, 2017, 173).

۳-۵- هنر عمومی تعاملی

به عنوان یک کار عمومی هنری، خود هنر عمومی، با تعداد زیادی از مخاطبین به صورت محسوس یا نامحسوس در ارتباط می‌باشد و طراحی تعاملی را با مهارت با هنر عمومی ترکیب کرده، به طوری که هنر

خلاصه به نتایج در جدول اشاره شده‌است.

جدول شماره ۲: مقایسه ی تجربه‌های خارجی و داخلی

نمونه داخلی		نمونه خارجی				
سپهسالار	تربت	شهیدچمران	استقلال	اشتروگت	لارامبلا	نام خیابان
تهران	تبریز	شیراز	استانبول	کپنهاگ	بارسلونا	شهر
بافت مرکزی و تجاری شهر	بافت مرکزی و تاریخی شهر	مرز منطقه ۱ و ۶	بافت مرکزی و تاریخی شهر	بافت مرکزی و تاریخی شهر	بافت مرکزی و تاریخی شهر	موقعیت
۷۰۰ m	۵۰۰m	۷km	۳km	۱/۶km	۲/۱km	طول
- کاربری تجاری متعدد - توجه به جزئیات اجرایی - کفسازی مناسب - کاستی های اجرایی به دلیل عدم همکاری مغازه ها - عدم وجود غنای حسی - عدم استفاده از پوشش گیاهی - قرارگیری تاسیسات شهری و تیرهای چراق برق در وسط محور - عدم استفاده از پوشش گیاهی مناسب	- وجود عناصر و کاربری های مهم و متعدد - معماری خاص جداره - مبلمانی چون چون باغچه و آبنا - کف سازی - وجود مجسمه های مشاغل	- وجود عناصر و کاربری های مهم و متعدد - استفاده از المان ها - سرزندگی - حضورپذیری - وجود نمایشگاه های فصلی	- غنای حسی به دلیل بوی خوراکی های مختلف - موسیقی زنده خیابانی - فعالیت های شبانه - معماری قدیمی - بهسازی فضاهای جمعی و پاتوق - های محلی - استفاده از پوشش گیاهی مناسب - هماهنگی جداره و وجود محصوریت - اختلاط کاربری - هماهنگی در نما	- وجود عناصر و کاربری های مهم و متعدد - ایستگاه مرکزی مترو - مبلمان شهری زیبا - قانون مداری - سنگ فرش - گرانتیت مرغوب - جداره های هنرمندانه	- حذف هویت تاریخی به منظور تقویت تصویر ذهنی - تثاتر خیابانی - طراحی پرتره خیابانی - مجسمه های و بناهای یادمانی - کف سازی متنوع - کاربری های متنوع - فعالیت ۲۴ ساعته - وجود تباين فضایی	قوت یا ضعف
اجرای هنر عمومی در این پیاده راه به صورت مناسب وجود ندارد.	استفاده از هنر عمومی ایستا (مجسمه ها و آبنا)	استفاده از هنر عمومی ایستا (مجسمه ها) و پویا (اجرای ورزش همگانی، ابراز احساسات هنگام پیروزی در ورزش ها)	استفاده از هنر عمومی ایستا (مبلمان شهری) و پویا (موسیقی زنده خیابانی)	استفاده از هنر عمومی ایستا و دائمی (مبلمان شهری زیبا)	استفاده از هنر عمومی ایستا (مجسمه ها و یادبودها) و پویا (نمایش خیابانی)	استفاده از هنر عمومی

منبع: (www.barcelonayellow.com, Wang, 2011, 18-27, Habibi and Haghi, 2017, 12, Sultani et al, 2012, 93, Kalantari)

(Khalilabadi et al, 2015, 165, Hosseininia, 2013, 72, Barzandigh, 2014, Pourhabib, 2015, 169)

۴- روش تحقیق و معرفی محدوده مطالعه

۴-۱- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و با استفاده از روش توصیفی تحلیلی است. جامعه آماری شامل افراد متخصص در زمینه‌های طراحی شهری، برنامه‌ریزی شهری، مدیریت شهری، معماری و ... می‌باشد که ۳۰ نفر از این افراد به طور تصادفی انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری اطلاعات علاوه بر مطالعات کتابخانه‌ای از جمله مقالات، پایان‌نامه‌ها، پژوهش‌های پیشین، مدارک و اسناد موجود و منابع اینترنتی مرتبط با موضوع، مطالعات میدانی و پرسشنامه به صورت طیف پنج گزینه‌ای لیکرت می‌باشد. در قسمت تحلیل استنباطی

از نرم افزار SPSS استفاده شده و پس از تشخیص نرمال بودن اطلاعات از طریق آزمون‌های شاپیرو-ویلک و کولموگروف-اسمیرنوف از آزمون‌های پارامتریک استفاده شده‌است که می‌توان به آزمون تی تک نمونه‌ای، همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه اشاره نمود. رویایی پرسشنامه به روش صوری انجام گرفته است. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه برابر ۰/۸۳۴ می‌باشد و پرسشنامه از پایایی مناسبی برخوردار است. پژوهش شامل دو متغیر تعاملات اجتماعی و هنر عمومی می‌باشد که هنر عمومی به عنوان متغیر مستقل و تعاملات اجتماعی عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. در ادامه شاخص‌های پژوهش معرفی شده‌است.

جدول شماره ۳: شاخص‌های پژوهش

ابزارها	شاخص	عوامل	
المان‌های هنر عمومی (مجسمه‌ها) و هنر تعاملی (المان‌های بیانی و نمایشی) مبللمان شهری مناسب، تعاملی و قابل جابه‌جایی شرکت در برنامه‌های هنری (تئاتر، اجرا، نقالی و موسیقی خیابانی)	درگیر شدن فعال و غیرفعال با محیط	اجتماعی	فعالیت
برگزاری رویدادهای آموزشی، فرهنگی و هنری حضور هنر در محیط با مشارکت مردمی	سازمان‌های تولید هنری	فرهنگی	
جاذبه‌های عمومی مانند نمایشگاه، گالری موقت و ... تزئینات ساختمان (نقاشی بر روی تاسیسات، نورپردازی هنری، علائم هنری در مسیر) مناسب‌سازی و مرمت جداره	عناصر مستقر در فضا	محیط مصنوع	فرم
پوشش گیاهی مناسب (دیوار سبز، بام سبز، گیاهان معطر و درختان مناسب اقلیم) فضای سبز و باز عمومی	عناصر طبیعی مستقر در فضا	محیط طبیعی	
نشانه‌های شاخص نصب علائم راهنما	موقعیت سنجی	خوانایی	معنا
آداب و رسوم، آیین‌های سنتی و مذهبی رویدادها، خاطرات، هنر خلاق و مشارکتی (برگزاری مطالعه، شعرخوانی، گفتمان تعاملی و عکاسی گروهی)	تاریخ و فرهنگ		
گرافیک محیطی (دیوارنگارها شامل نقاشی، نقش برجسته، معرق‌کاری حکاکی و ... و نقاشی بر روی زمین) تبلیغات شهری (تابلوهای دیجیتالی، هنرهای تصویری، کاتالوگ، بروشور، رسانه)	برندسازی مکان	هویت و حس تعلق	

منبع: Bahrami Niko and Sajjadzadeh 2017, 154 (با تغییرات اندک)

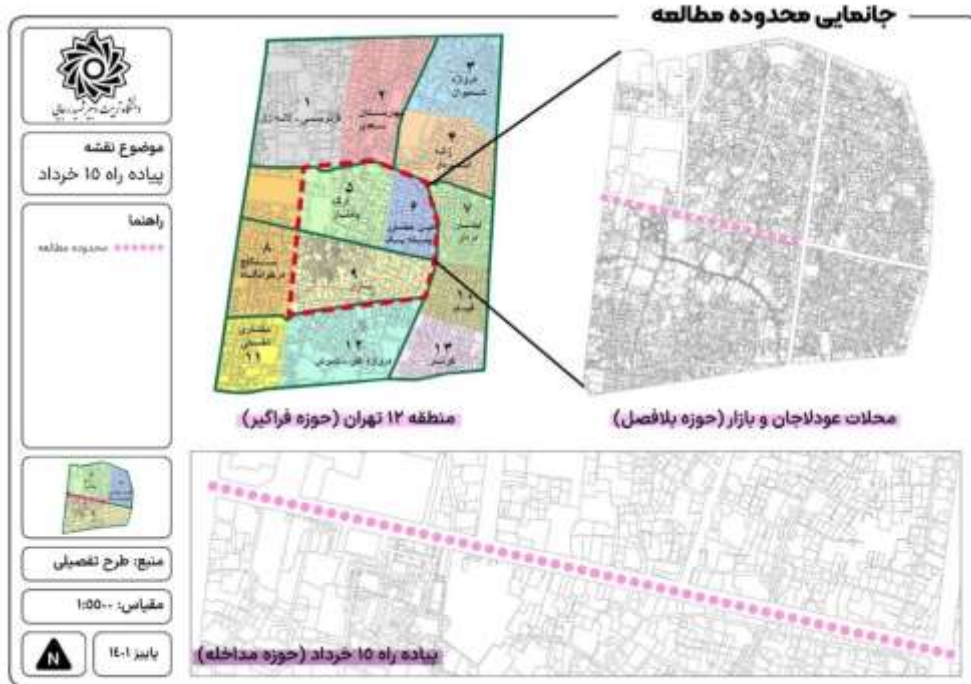
۴-۲- معرفی محدوده مطالعه (پیاده راه ۱۵ خرداد)

مرز نواحی دو و سه منطقه ۱۲ تهران واقع شده است.

محور ۱۵ خرداد در مرز دو محله عودلاجان و بازار و در

بافت تاریخی است که پایه‌ها با گذر تاریخ باید رفت تا عناصر معماری ارزشمند آن را شناخت. مهم‌ترین امتیاز این خیابان آن است که در بدنه ضلع جنوبی آن، بازار تهران که گنجینه‌ای از سبک‌های زندگی و آدم‌های متفاوت در تهران است قرار دارد که در فهرست آثار ملی نیز ثبت شده است (Vedadi Moghadam 2013, 150).

محدوده مطالعه بین دو خیابان مصطفی خمینی از شرق و خیام از غرب واقع شده است و طول تقریبی آن ۱۱۷۰ متر و عرض آن حدود ۲۵ متر می‌باشد. ۱۵ خرداد، خیابانی است با معماری متفاوت که بخشی از ارگ تهران دوره ناصری در آن قرار دارد، خیابانی با اتفاقات و جریان‌های تأثیرگذار بر معماری است. خیابان ۱۵ خرداد یکی از با اهمیت‌ترین خیابان‌های دارای



شکل شماره ۱: جانمایی محدوده مطالعه



شکل شماره ۲: پیاده راه ۱۵ خرداد (زاویه دید شرق به غرب)

خود بوده‌اند. تعداد ۶ نفر معادل ۲۰ درصد ۱۰ تا ۱۵ سال تجربه کاری داشته که در رتبه دوم قرار می‌گیرند. تعداد ۵ نفر معادل ۱۶.۶۷ درصد دارای سابقه ۵ تا ۱۰ ساله می‌باشند. پس از آن ۲، ۴ و ۱ نفر معادل ۱۳.۳۳، ۶.۶۷، ۱.۳۳ دارای بیشترین مقدار تجربه کاری می‌باشند. از نظر مدرک تحصیلی تعداد پاسخ‌گویان، ۱۷ نفر معادل ۵۶.۶۷ درصد دارای مدرک تحصیلی در

۵- یافته‌های پژوهش

با توجه به هدف و مسئله پژوهش متغیرها از طریق پرسش‌نامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ۳۰ پاسخ‌دهنده متخصص شامل ۱۷ زن معادل ۵۶.۶۷ درصد و ۱۳ مرد معادل ۴۳.۳۳ درصد به سوالات پاسخ داده‌اند. بیشترین تعداد پاسخ‌گویان، ۱۲ نفر معادل ۴۰ درصد دارای تجربه کاری ۱ تا ۵ سال در رشته تخصصی

نتایج به دست آمده سطح معناداری همه شاخص‌های به کارگرفته در تحقیق بالاتر از حد متوسط (۳) می‌باشد. از سوی دیگر سطح معناداری به دست آمده در آزمون آماری T نشان‌دهنده این است که همه شاخص‌ها معنادار بوده است و شاخص‌های تحقیق از اهمیت بالایی در طراحی پیاده‌راه و افزایش تعامل اجتماعی برخوردارند.

جدول شماره ۴: اهمیت شاخص‌های طراحی پیاده‌راه در افزایش تعامل اجتماعی

استاندارد آزمون = ۳					شاخص
اختلاف از میانگین	میانگین	میزان معناداری	درجه آزادی	آماره T	
۱/۳۷	۴/۳۷	۰/۰۰۰	۲۹	۱۳/۳۶	درگیر شدن فعال و غیرفعال با محیط
۱/۴۱	۴/۴۱	۰/۰۰۰	۲۹	۱۷/۰۹	سازمان‌های تولید هنری
۱/۲۰	۴/۲۰	۰/۰۰۰	۲۹	۱۴/۶۹	عناصر مستقر در فضا
۱/۴۱	۴/۴۱	۰/۰۰۰	۲۹	۱۳/۰۶	عناصر طبیعی مستقر در فضا
۱/۲۲	۴/۲۲	۰/۰۰۰	۲۹	۱۵/۱۹	موقعیت سنجی
۱/۰۹	۴/۰۹	۰/۰۰۰	۲۹	۱۲/۲۲	تاریخ و فرهنگ
۱/۰۳	۴/۰۳	۰/۰۰۰	۲۹	۱۰/۴۷	برندسازی مکان

منبع: تحلیل یافته‌های پرسش‌نامه

با محیط، سازمان‌های تولید هنری، عناصر مستقر در فضا، عناصر طبیعی مستقر در فضا، موقعیت‌سنجی، تاریخ و فرهنگ و برندسازی مکان رابطه معناداری دارند. بیشترین ارتباط بین موقعیت‌سنجی و تعامل اجتماعی با مقدار ۰/۷۱۵ است و کمترین رابطه بیت برندسازی مکان و تعامل اجتماعی با مقدار ۰/۵۶۰ می‌باشد.

جدول شماره ۵: نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون

شاخص	درگیر شدن فعال و غیرفعال با محیط	سازمان‌های تولید هنری	عناصر مستقر در فضا	عناصر طبیعی مستقر در فضا	موقعیت سنجی	تاریخ و فرهنگ	برندسازی مکان
تعامل اجتماعی	معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۹	۰/۰۱۳	۰/۰۰۳	۰/۰۰۲	۰/۰۴۷
	ضریب پیرسون	۰/۷۰۷	۰/۶۶۳	۰/۶۰۷	۰/۶۹۹	۰/۷۱۵	۰/۵۰۳

منبع: تحلیل یافته‌های پرسش‌نامه

رگرسیون ضریب همبستگی (R) بین متغیر مستقل و وابسته مساوی ۰/۹۰۵ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی بالا و قوی بین دو متغیر است. (جدول

مقطع دکتری بوده‌اند. تعداد ۹ نفر معادل ۳۰ درصد که در رتبه دوم قرار می‌گیرند دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس بوده‌اند و کمترین تعداد یعنی ۴ نفر معادل ۱۳.۳۳ درصد دارای مدرک تحصیلی لیسانس می‌باشند. نتایج حاصل از آزمون T-Test در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ نشان‌دهنده اهمیت نقش طراحی پیاده‌راه در تعامل اجتماعی می‌باشد. برطبق

با توجه به اهمیت طراحی در تعاملات اجتماعی سعی شده است تا همبستگی و ارتباط میان شاخص‌های طراحی و تعامل اجتماعی از طریق آزمون پیرسون مورد سنجش واقع شود. بر اساس نتایج حاصل از همبستگی پیرسون همه شاخص‌های طراحی با تعاملات اجتماعی رابطه مستقیم دارد. همانطور که نتایج نشان می‌دهد شاخص‌های درگیر شدن فعال و غیر فعال

برای بررسی اثر هر یک از شاخص‌های تحقیق در افزایش تعامل اجتماعی از روش رگرسیون چندگانه استفاده شده است. براساس نتایج به دست آمده از روش

نتایج به دست آمده همه شاخص‌های متغیر مستقل بر متغیر وابسته اثرگذار هستند. بنابر آنچه اشاره شد هر چه مقدار بتا (β) بیشتر باشد اثر متغیر مستقل بر متغیر وابسته بیشتر است. شاخص عناصر طبیعی مستقر در فضا (۰/۵۵۱) بیشترین اثرگذاری را دارد. بعد از آن شاخص سازمان‌های تولید هنری با ضریب ۰/۴۳۹، درگیر شدن فعال و غیرفعال با محیط با ضریب ۰/۴۳۶ و تاریخ و فرهنگ با ضریب ۰/۴۳۱ به ترتیب بیشترین اثرگذاری بر متغیر وابسته را دارند. متغیر موقعیت سنجی با ضریب ۰/۲۸۸ کمترین اثرگذاری بر متغیر وابسته را دارد.

جدول شماره ۶: نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره و اثرگذاری متغیر مستقل بر متغیر وابسته

سطح معناداری	T	BETA	B	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	ضریب همبستگی	مدل
۰/۰۰۰	۴/۴۰۴	۰/۴۳۶	۰/۴۳۷	۰/۷۶۱	۰/۸۱۹	۰/۹۰۵	درگیر شدن فعال و غیرفعال با محیط
۰/۰۰۵	۳/۱۳۶	۰/۴۳۹	۰/۴۶۶				سازمان‌های تولید هنری
۰/۰۲۸	۲/۳۶۰	۰/۲۵۸	۰/۲۲۵				عناصر مستقر در فضا
۰/۰۰۲	۳/۴۵۹	۰/۵۵۱	۰/۶۵۸				عناصر طبیعی مستقر در فضا
۰/۰۳۳	۲/۲۸۰	۰/۲۸۸	۰/۲۹۶				موقعیت سنجی
۰/۰۱۵	۲/۶۲	۰/۴۳۱	۰/۴۵۶				تاریخ و فرهنگ
۰/۰۲۶	۲/۳۸	۰/۲۹۸	۰/۲۲۸				برندسازی مکان
متغیر وابسته: تعامل اجتماعی							

منبع: تحلیل یافته‌های پرسش‌نامه

سایه‌انداز و (W_2) کاهش آلودگی هوا، با هدف افزایش پیوند شهروندان با طبیعت و استفاده از انرژی‌های پاک، فعالیت‌هایی نظیر استفاده از دوچرخه، اسکوتر و ون برقی، تعبیه پل خورشیدی، ایجاد بام و دیوارهای سبز، استفاده از عناصر موجود در طبیعت مانند فسیل، صدف، درختان بومی، گل‌ها و آب می‌باشد که در گزینه‌های پیشنهادی نیز به آن اشاره شده است. در بعد اجتماعی و فرهنگی در جهت (W_1) کاهش تفاوت جمعیت شب و روز و افزایش امنیت، (O_1) استفاده از ابنیه تاریخی و هویتی و آگاهی بخشی به افراد با هدف افزایش درگیر شدن فعال و غیرفعال به منظور تقویت سرزندگی و تعامل هرچه بیشتر افراد، فعالیت‌هایی نظیر اجراهای خیابانی، استفاده از المان‌های هویت بخش، مبلمان شهری تعاملی، برگزاری نمایشگاه‌ها رویداد و آیین‌های

با توجه به نتایج حاصل از پرسش‌نامه پژوهش جدول سوات در شش مولفه (اقتصادی، زیست محیطی، اجتماعی و فرهنگی، تاریخی، عملکردی و کالبدی) تدقیق شده است. در بعد اقتصادی با توجه به (S_1) قرارگیری محور ۱۵ خرداد به عنوان مفصلی بین محله-های بازار عودلاجان و (T_1) احتمال نادیده انگاشتن سایر فعالیت‌ها (O_1) ایجاد رونق اقتصادی از طریق فعالیت-های هنری و ایجاد بازارهای محلی فروش، با هدف سرمایه‌گذاری بر هنرهای اجتماع محور و بروز خلاقیت و دانش افراد امکان‌پذیر بوده و ایجاد فعالیت‌هایی نظیر موسیقی و تئاتر خیابانی، نمایشگاه موقت، ایجاد کتابخانه‌های سیار، تبلیغات شهری و رویدادهای همگانی پیشنهاد می‌شود. در بعد زیست محیطی با توجه به (S_2) اقلیم و عناصر

داشته در راستای همین امر یعنی بهبود و ساماندهی عناصر مستقر در فضا و افزایش تنوع محیط و بازطراحی پیاده‌راه فعالیت‌هایی نظیر تعبیه پارکینگ موتورسیکلت، ایجاد فضاهایی برای مکث و نشستن و تماشا، استقرار جاذبه‌های عمومی مانند گالری‌ها، برپایی نمایشگاه‌های فروش محصولات، استفاده از نورپردازی مناسب پیشنهاد می‌شود.

در بعد کالبدی با توجه به (W_3) عدم وجود مبلمان شهری مناسب، (W_4) روشنایی و نقاط مکث جاذب و (O_2) امکان ساماندهی منظر عینی با تجهیزات مناسب و کاهش اغتشاشات بصری، با هدف بهبود و ساماندهی عناصر مستقر در فضا به منظور ایجاد رفاه و نظم در محیط فراهم است که در راستای این امر فعالیت‌هایی نظیر نصب علائم مشوق پیاده‌روی در مسیر، کف‌سازی مناسب، ایجاد فضاهای انعطاف‌پذیر برای تماشا، مکث و

مختلف واقع در طول پیاده‌راه و سبزه میدان، نصب علائم برای خوانایی مسیر، استفاده از نورپردازی‌های مناسب، ایجاد کتابخانه سیار، استفاده از تبلیغات شهری، گرافیک محیطی، نصب تابلوهای بارش فکری می‌باشد که در آلترناتیوها به آن اشاره شده‌است. در بعد تاریخی به دنبال (W_2) فراموش شدن تاریخ هویت‌مند و حافظه جمعی می‌توان با توجه به (S_1) وجود ابنیه با ارزش تاریخی و گردشگری هویت‌مند در طول مسیر، (O_3) امکان اتصال نقاط ارزشمند و ایجاد فضاهای جمعی و (O_4) معرفی محدوده به عنوان قطب فرهنگی و گردشگری را فراهم کرد که این اهداف با بازطراحی مسیر پیاده راه ۱۵ خرداد، تقویت و حفظ خاطره انگیزی، ایجاد مشارکت میان شهروندان و برندسازی مکان، انجام فعالیت‌هایی نظیر نصب علائم و تابلوهای گردشگری، استفاده از نورپردازی مناسب، برگزاری

جدول شماره ۷: سوات

ایجاد اولیه	S	W	O	T
تصادفی	۱) اثر گرایی ۱۶ خرداد بین محله‌های بازار و حویلاباد به عنوان یک محله مستقل نامزد و برپا	۱) محرومیت گسترده ساکنین سواحل از محله‌ها ۲) نبود واحدهای اکران‌های تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی	۱) امکان ایجاد زمین‌های تفریحی و تفریحی در کنار و اطراف بازار ۲) امکان قرار دادن محله‌های مختلف در کنار و اطراف بازار ۳) امکان استفاده از پارک‌ها و زمین‌های سبز برای پارکینگ	۱) احتمال اینکه بافتن بازار به شکل‌هایی نامرتب و نامنظم ۲) آثار آلودگی و آلودگی در کنار زمین‌های تفریحی و تفریحی ۳) احتمال نبود روزافزون به منظور به داخل بافت مسکونی و زمین‌های تفریحی
زیست محیطی	۱) وجود زمین‌های کشاورزی و سبزه‌ها و باغچه‌ها در محله ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی	۱) نبود فضای سبز و باغچه‌ها و سبزه‌ها ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی	۱) امکان ایجاد زمین‌های تفریحی و تفریحی در کنار و اطراف بازار ۲) امکان قرار دادن محله‌های مختلف در کنار و اطراف بازار ۳) امکان استفاده از پارک‌ها و زمین‌های سبز برای پارکینگ	۱) احتمال نبود زمین‌های تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی
اجتماعی و فرهنگی	۱) نبود فضای سبز و باغچه‌ها و سبزه‌ها ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی	۱) نبود فضای سبز و باغچه‌ها و سبزه‌ها ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی	۱) امکان ایجاد زمین‌های تفریحی و تفریحی در کنار و اطراف بازار ۲) امکان قرار دادن محله‌های مختلف در کنار و اطراف بازار ۳) امکان استفاده از پارک‌ها و زمین‌های سبز برای پارکینگ	۱) احتمال نبود زمین‌های تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی
اقتصادی	۱) نبود فضای سبز و باغچه‌ها و سبزه‌ها ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی	۱) نبود فضای سبز و باغچه‌ها و سبزه‌ها ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی	۱) امکان ایجاد زمین‌های تفریحی و تفریحی در کنار و اطراف بازار ۲) امکان قرار دادن محله‌های مختلف در کنار و اطراف بازار ۳) امکان استفاده از پارک‌ها و زمین‌های سبز برای پارکینگ	۱) احتمال نبود زمین‌های تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی
معماری	۱) نبود فضای سبز و باغچه‌ها و سبزه‌ها ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی	۱) نبود فضای سبز و باغچه‌ها و سبزه‌ها ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی	۱) امکان ایجاد زمین‌های تفریحی و تفریحی در کنار و اطراف بازار ۲) امکان قرار دادن محله‌های مختلف در کنار و اطراف بازار ۳) امکان استفاده از پارک‌ها و زمین‌های سبز برای پارکینگ	۱) احتمال نبود زمین‌های تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی
کالبدی	۱) نبود فضای سبز و باغچه‌ها و سبزه‌ها ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی	۱) نبود فضای سبز و باغچه‌ها و سبزه‌ها ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی	۱) امکان ایجاد زمین‌های تفریحی و تفریحی در کنار و اطراف بازار ۲) امکان قرار دادن محله‌های مختلف در کنار و اطراف بازار ۳) امکان استفاده از پارک‌ها و زمین‌های سبز برای پارکینگ	۱) احتمال نبود زمین‌های تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۲) نبود واحدهای تفریحی و تفریحی و تفریحی و مسکونی ۳) مسافت طولانی گالری‌ها در محل کار و زندگی

گردآوری: نگارنده

نشستن، استقرار نمایشگاه و گالری‌های هنری، تعریف رویدادهای مختلف، ایجاد مبلمان‌های شهری تعاملی و نورپردازی مناسب پیشنهاد می‌گردد.

رویدادها، انتشار کاتولوگ و بروشور، استفاده از گرافیک محیطی، تبلیغات شهری و استقرار نمایشگاه‌ها می‌تواند صورت پذیرد.

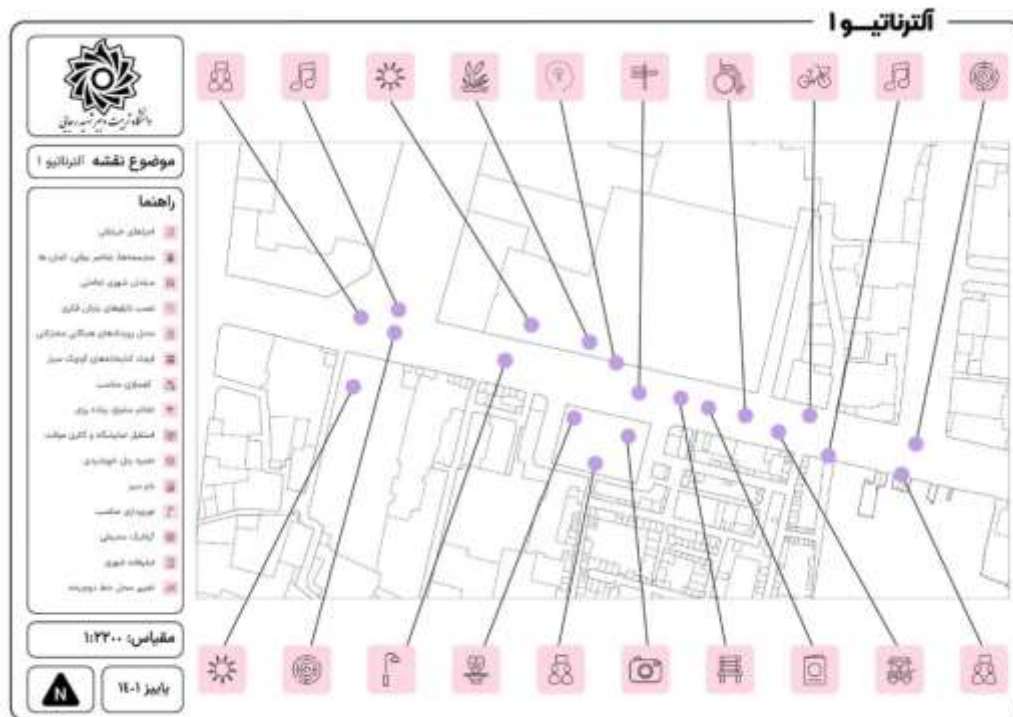
در بعد عملکردی با توجه (S_1) برخورداری مجاورت محدوده با بازار و (W_1) کمبود پارکینگ در بخش تجاری، (O_1) امکان ساماندهی موتورسیکلت‌ها وجود

۶- گزینه پیشنهادی طراحی و نتیجه گیری

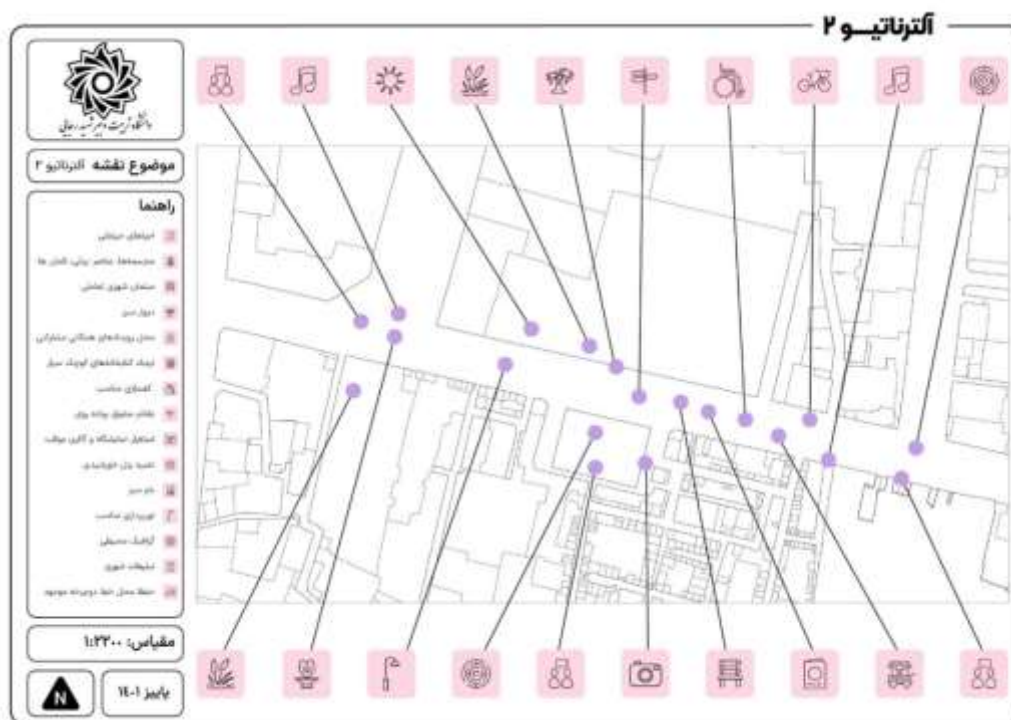
در این بخش دو آلترناتیو برای پیاده‌راه ۱۵ خرداد ارائه شده‌است. طرح پیشنهادی حدفاصل ناصرخسرو تا خیابان خیام را در بر می‌گیرد.

در آلترناتیو اول محل خط دوچرخه موجود تغییر کرده و از پیاده‌رو به قسمتی از خط اضطراری انتقال یافته است. برای سبزه میدان مجسمه‌ها یا المان متناسب و برگزاری نمایشگاه و گالری پیشنهاد شده‌است. بام سبز و تعبیه پنل‌های خورشیدی نیز مواردی است که به پیوند افراد با طبیعت کمک می‌کند. برای نرده‌های بانک ملی نصب تابلوهایی برای بارش فکری افراد پیشنهاد شده تا مردم بتوانند نظرات و پیشنهادات خود را نوشته و به بهانه آن به تعامل با یکدیگر بپردازند. برای دیوارهای مترو که از پیاده‌راه مشخص است، نقاشی دیواری پیشنهاد شده‌است. در آلترناتیو دو محل خط دوچرخه موجود تغییری نکرده‌است و برای نرده‌های بانک ملی دیوار سبز و

گیاهان سبز پیشنهاد شده‌است. برای انتهای میدان پانزده خرداد و نزدیک دادگستری المان و مجسمه پیشنهاد شده است. برای اطراف سبزه میدان فروش محصولات فرهنگی و دستسازه‌ها پیشنهاد شده است. به طور کلی در هر دو آلترناتیو برای تقاطع خیابان ناصرخسرو و پیاده‌راه ۱۵ خرداد نقاشی زمینی پیشنهاد شده و قسمت‌هایی به عنوان محل رویدادهای همگانی مشارکتی پیشنهاد شده که برای فعالیت‌هایی چون نقاشی دیواری، برگزاری آیین‌ها، مطالعات گروهی، گفت‌وگوهای تعاملی و ... مناسب می‌باشند. قسمت‌هایی ثابت برای برگزاری اجرای خیابانی پیشنهاد شده که البته می‌توان این نوع اجراها را در طول خیابان و به صورت سیار نیز در نظر گرفت. مناسب‌سازی کفسازی، مبلمان و نورپردازی و توجه به جداره و مرمت نیز در هر دو آلترناتیو پیشنهاد شده است و موارد دیگر نیز در آلترناتیوها مشترک می‌باشد.



شکل شماره ۳: آلترناتیو ۱



شکل شماره ۴: آلترناتیو ۲

فضاهای شهری ظرف فعالیت‌های شهری و بستری برای تعاملات اجتماعی و زمینه ساز شکل‌گیری سرمایه اجتماعی به شمار می‌آیند. این فضاها مردم را به مکث و حضور و برقراری مراودات اجتماعی دعوت می‌کنند. تقویت حس با هم بودن از طریق ایجاد انواع فضاهای عمومی امکان‌پذیر است. در فضاهای عمومی معاصر، شهروندان یک شهر با یکدیگر بیگانه‌اند و فضاهای شهری در شهرهای بزرگ به دلیل عدم وجود فضا و فعالیت‌های جاذب شهروندان، به فضاهای بی‌روح و کسل‌کننده‌ای تبدیل شده‌اند. گویی فضاهای عمومی، صرفاً جهت عبور مردم و یا در بهترین حالت، فضایی برای برقراری ارتباط اجتماعی، نه تعاملات اجتماعی و در حد آدرس دهی به دیگران هستند. این پژوهش با هدف ارتقای تعاملات اجتماعی و ایجاد محیطی با کیفیت مناسب برای مردم انجام شده و با رویکرد هنر عمومی به ارائه طرح پرداخته‌است. بدین جهت ۷ شاخص درگیر شدن فعال و غیر فعال با محیط، سازمان-های تولید هنری، عناصر مستقر در فضا، عناصر طبیعی مستقر در فضا، موقعیت‌سنجی، تاریخ و فرهنگ و برندسازی مکان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌است.

نتایج حاصل از آزمون T-Test در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ نشان دهنده اهمیت نقش طراحی پیاده-راه در تعامل اجتماعی می‌باشد. سطح معناداری به دست آمده در آزمون آماری T نشان‌دهنده این است که همه شاخص‌ها معنادار بوده است و شاخص‌های تحقیق از اهمیت بالایی در طراحی پیاده‌راه و افزایش تعامل اجتماعی برخوردارند. بر اساس نتایج حاصل از همبستگی پیرسون همه شاخص‌های طراحی با تعامل اجتماعی رابطه مستقیم دارد. بیشترین ارتباط بین موقعیت‌سنجی و تعامل اجتماعی با مقدار ۰/۷۱۵ است و کمترین رابطه بین برندسازی مکان و تعامل اجتماعی با مقدار ۰/۵۶۰ می‌باشد. بر اساس نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه شاخص عناصر طبیعی مستقر در فضا (۰/۵۵۱) بیشترین اثرگذاری و متغیر موقعیت‌سنجی با ضریب ۰/۲۸۸ کمترین اثرگذاری بر متغیر وابسته را دارد. هنر عمومی با آشتی دادن مردم با فضاهای عمومی شهری، بحران خالی شدن عرصه‌های عمومی از حضور مردم و کاهش کنش‌های اجتماعی را بهبود می‌بخشد. نتایج تحلیل داده‌ها و مطالعات پژوهش حاکی از آن است که هنر عمومی می‌تواند باعث شکل‌گیری محیطی

به یاد ماندنی شود، مکان‌های با کیفیت و زیست‌پذیرتر ایجاد کند و هدف اصلی پژوهش را که ارتقای تعاملات اجتماعی است، محقق نماید. با توجه به نتایج پژوهش و اهمیت نقش هنر عمومی در طراحی و ارتقای تعاملات اجتماعی، سوات تدقیق شده و دو گزینه طراحی پیشنهاد شده است که مواردی چون مجسمه‌ها یا المان متناسب، برگزاری

نمایشگاه و گالری، فروش محصولات فرهنگی و دستسازه‌ها، بام سبز و تعبیه پنل‌های خورشیدی، نصب تابلوهای بارش فکری، نقاشی دیواری، دیوار سبز و گیاهان سبز، محل رویدادهای همگانی مشارکتی، اجرای خیابانی مناسب‌سازی کفسازی، مبلمان و نورپردازی و توجه به جداره و مرمت از موارد پیشنهادی پژوهش هستند.

7- References



Persian References:

- Akbarzadeh Moghadam Langroudi, Amir (2014). Redesigning the sidewalk of Alam Al-Hoda in Rasht based on the evaluation of factors affecting the desirability of urban sidewalks. Master's thesis in the field of urban design, Gilan University.
- Alal-Hesabii, Mehran and Moradi, Salman (2009). Investigating the development and evolution of the concept of public art, *Architecture and Urbanism Quarterly*, No. 2, pp. 5-18.
- Babalou, Amirmohammad and Gerkan Dashte, Parnia (2021), measuring the walkability of urban areas; Case example: Streets of Districts 1 and 2 of District 12 of Tehran, *Scientific Journal of Iranian Urbanism*, No. 7, 199-212.
- Bahrami Niko, Mahsa and Sajjadzadeh, Hassan (2017). The Role of Public Art in Urban Place Making, case study: Mellat and Water and Fire Park in Tehran. *Arman Shahr Architecture and Urbanism*, No. 23, pp. 147-158.
- Barzandigh, Morteza Hadi (2014). The recognition of mutual effects of vitality of public spaces and social interaction in bazaar order, case study: Sepahsalar street of Tehran, Master's thesis in the field of urban planning, Faculty of Architecture and Urban Planning, Islamic Azad University, Central Tehran Branch.
- Gherehbeiglu, Mino, Farshchian, Amir hossein and Mohammad Aliyan, Zahra (2015). The Social Interaction affects to Creating Place in Islamic Architecture, *Shabak*, No. 8 and 9, pp. 1-18.
- Habibi, Kyomarth and Haghi, Mohammad Reza (2017). The Comparison of Iranian and Foreign Footpaths Based on ANP Method. *Iranian Journal of Architecture and Urban Planning*, No. 15, pp. 5-19.
- Hosseininia, Seyyed Ahmad (2013). The Evaluation of Environment Quality By pedestrianization of Urban Roads, Case Study : Sepah ST. Isfahan. Master's thesis in the field of urban design, Faculty of Architecture and Urban Planning, Isfahan University of Arts.
- Kalantari Khalilabad, Hossein, Sultan Mohammadlou, Saeeda and Sultan Mohammadlou, Nazi (2015). Pavement design and its effect on the quality of life in the historical context of cities, a case study of Tabriz Tarbiat Pavement. *Iranian Architectural Studies*, 5(9), 159-174
- Khalfi, Mozghan, (2014). Designing Bostan Boulevard in Shiraz, emphasizing the effect of public art on behavior, master's thesis, urban design department, Faculty of Architecture, Yazd University.

- Mehrabian, Sahereh and Abdullahi, Farzin. (2018). Strategies for increasing social interactions in residential complexes (case study: Ekbatan, Behjat Abad and Farhangian residential complexes in Tehran). *Architecture*, No. 11, pp. 36-44
- Morshedi, Hoorie, (2012). Designing artistic creative public spaces (case example: between City Theater and Vahdat Hall), master's thesis, field of urban design, art of architecture, urban planning, Central Tehran Azad University.
- Naqshbandi, Seyedah Rezan and Mofidi Shemiran, Seyed Majid (2022), Feasibility study of creating Interrelation Tourism access between historical buildings in sanandaj city with approach pedestrian, *Scientific Journal of Iranian Urbanism*, No. 9, 23-43.
- Pezeshki, Behnam and Alijani, Maryam (2019). Investigating and assessing the indicators of pedestrian pathways and pedestrian oriented streets in comparison of Istiklal pedestrian pathway, Istanbul, Turkey and 30 Tir pedestrian oriented street, Tehran, Iran. *Quarterly research-specialized urban planning and architecture of environmental identity*, number 2, pp. 40-57.
- Pourhabib, Khurshid (2015). Compilation of urban design guidelines for the revival of cultural identity in Tehran's sidewalks based on public arts (case example: Saf, 15 Khordad and Hazrat Abdulazim shrine sidewalks). Master's thesis in the field of urban design, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran.
- Qalambardezfooli, Maryam and Naghizadeh, Mohammad (2014). Urban space design in order to promote social interactions (case study: inter-neighborhood boulevard). *City Identity*, No. 17, 24-15.
- Safaie Sefat, Sepideh (2013). Evaluation of the performance of the 15 Khordad pedestrian walkway from the point of view of the urban landscape. Master's thesis, field of geography and urban planning, Payam Noor University, Rey.
- Sayad Forouzan, Hananeh (2016). Urban space design with the approach of promoting social interactions (case example: Mehr housing in Rasht). Master's thesis in the field of urban design, Dilman Lahijan Institute for High Education.
- Sultani, Ali, Zargari Marandi, Ibrahim and Namdarian, Ahmad Ali (2012). The formation, strengthening and suppression of memory in urban spaces, a case study: Chamran Walkableway in Shiraz. *Housing and Village Journal*, No. 141, pp. 87-98.
- Tajik, Arezoo and Partovi, Parvin (2012). Walkability Conceptual Model and Analytical Framework with the Emphasis on New Urbanism Approach (case study: 4th phase of Mehrshahr). *Urban Studies*, No. 9, 81-96.
- Vahdat Talab, Masoud and Rahimian, Mohammad Ramin (2012). Examining the concept of public art and its interaction with people in urban public spaces. The first national conference on urban planning and architecture over time. Imam Khomeini International University of Qazvin, Qazvin.
- Vedadi Moghadam, Nyusha (2013), public arts and its role in the vitality of urban spaces, case example: Tarbiat Tabriz pedestrian street, 15 Khordad pedestrian street, Tehran. Master's thesis, Urban Design, Tabriz University of Islamic Arts.

Latin References:

- Askarizad, R., & Safari, H. (2020). *The influence of social interactions on the behavioral patterns of the people in urban spaces (case study: The pedestrian zone of Rasht Municipality Square, Iran)*. *Cities*, 101, 102687.
- Collins, D., & Stadler, S. L. (2020). *Public spaces, urban*. *International Encyclopedia of Human Geography*, 2nd edition, 103-111
- Gorissen, S. H. L. *The influence of Walkability on Social Interaction and Place Attachment*.
- Guilherme Abreu, J. (2017). *Public art as a means of social interaction: From civic participation to community involvement*. In Colloque International "Quel destin pour l'Art Public".
- Larimian, T., Freeman, C., Palaiologou, F., & Sadeghi, N. (2020). *Urban social sustainability at the neighbourhood scale: Measurement and the impact of physical and personal factors*. *Local Environment*, 25(10), 747-764.
- Mazzucotelli Salice, S. (2010, October). *The Place of Public Art in Social Change*. In ESA Research Network Sociology of Culture Midterm Conference: Culture and the Making of Worlds.
- Wang, G. (2011). *Public Walking Space. A study of Commercial Pedestrian Streets in Copenhagen, Stockholm and Nanjing*.
- Zheng, J. (2017). *Contextualizing public art production in China: The urban sculpture planning system in Shanghai*. *Geoforum*, 82, 89-101.
- Zhu, Y. (2021, January). *Research on the Trend of Interaction Design in Public Art*. In The 6th International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE 2020) (pp. 530-534). Atlantis Press.
- www.barcelonayellow.com



نحوه ارجاع به این مقاله:

قنبران، عبدالحمید. صادقی، حانیبه. (۱۴۰۲). بررسی نقش هنرعمومی در ارتقای تعاملات اجتماعی؛ نمونه موردی: پیاده‌راه ۱۵ خرداد تهران، شهرسازی ایران، ۶ (۱۰)، ۵۸ - ۷۹.

COPYRIGHTS
Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Iranian Urbanism Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

URL: <https://www.shahrsaziiran.com/1402-6-10-article4/>
DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.27170918.1402.6.10.4.3>