

## بررسی و ارزیابی نقش هنر شهری در افزایش میزان حضورپذیری فضاهای عمومی با تأکید بر گرافیک شهری (نمونه موردی: پارک مردم همدان)\*

سلمان وحدت\*\* حسن سجاذزاده\*\*\*

### چکیده

۲۵

هنر شهری به‌عنوان یک ابزار مؤثر و ارزشمند نقش مهمی در کیفیات فضاهای عمومی دارد. عناصر هنری مستقر در فضای شهری می‌توانند زمینه‌ساز حضور یا عدم حضور شهروندان در فضاهای شهری باشند. در این راستا، هدف از این پژوهش بررسی نقش هنرهای عمومی و شهری با تأکید بر گرافیک شهری در حضورپذیری و مردم‌گرا بودن فضاهای عمومی است. با توجه به اهداف و ماهیت تحقیق، سؤال‌ها مبنی بر این است: ۱. ویژگی‌ها و ابعاد گرافیک شهری در جهت افزایش میزان حضورپذیری شهروندان در فضاهای شهری کدام‌اند؟ ۲. تأثیر و ضریب همبستگی عوامل و ابزارهای گرافیک شهری جهت حضورپذیری شهروندان در فضاهای شهری به چه میزانی است؟ در پی پاسخگویی به سؤال‌های مذکور، از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و از شیوه‌های مرور متون، منابع و اسناد تصویری در بستر مطالعات کتابخانه‌ای و همچنین از روش تحقیق موردی و شیوه تحقیق مشاهده در بستر مطالعات میدانی و پرسش‌نامه بهره گرفته شده است. همچنین، به‌منظور محاسبه و تحلیل مقدار بارهای عاملی و شدت و ضریب همبستگی بین معیارها و زیرمعیارها از نرم‌افزارهای SPSS و LISREL استفاده شده است. براساس نتایج تحقیق، می‌توان و ابعاد مفهومی گرافیک شهری را با رویکرد افزایش میزان حضورپذیری فضاهای شهری در قالب چهار مؤلفه: فرم (عوامل کالبدی)، عوامل اجتماعی، عوامل معنایی، عوامل محیطی و ۲۴ شاخص و زیرمعیار، طبقه‌بندی و ارائه نمود. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که شاخص آب‌نماها و فواره‌های هنری با بار (۰,۸۷)، در مؤلفه عوامل کالبدی، شاخص اماکن هنری عمومی - گالری با بار (۰,۹۴) در مؤلفه عوامل اجتماعی، شاخص ارزش‌های فرهنگی مکان با بار (۰,۸۷) در مؤلفه عوامل معنایی و شاخص مبلمان شهری (هنری) با بار (۰,۷۹) در مؤلفه عوامل محیطی، بیشترین تأثیر را بر روی معیار خود داشته‌اند. همچنین نظریه مدل اندازه‌گیری تحقیق، میزان شدت و ضریب همبستگی بین دو معیار عوامل کالبدی و عوامل اجتماعی با بار (۰,۸۹)، بیش از سایر معیارهای دیگر در پارک مردم همدان است.

**کلیدواژگان:** هنر عمومی - شهری، گرافیک شهری، فضاهای شهری، حضورپذیری، همدان.

\* مقاله پیش‌رو، برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد نویسنده اول با عنوان "بررسی و سنجش اولویت‌های خوانش منظر میدان‌های شهری (مطالعه موردی: همدان)" به راهنمایی دکتر حسن سجاذزاده در دانشگاه بوعلی سینا است که با حمایت مالی سازمان «شرکت مادر تخصصی عمران و بهسازی شهری ایران، تهران» انجام گرفته است.

salmanvahdat@yahoo.com

\*\* دانشجوی دکتری، شهرسازی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز.

\*\*\* استادیار شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه بوعلی سینا، همدان.

## مقدمه

فضاهای عمومی، عموماً جزء لاینفک جاذبه‌های شهری و میراثی ماندگار از فرهنگ و هویت جوامع محسوب می‌شوند. این فضاها، مفهومی متعالی‌تر از یک فضای ساده و معمولی دارند به گونه‌ای که علاوه بر پوشش خصیصه‌های کلی یک فضا، معیارهای زیبایی‌شناختی و ارزش‌های پیچیده اقتصادی و اجتماعی را نیز در برمی‌گیرند (رفیعیان و خدایی، ۱۳۸۸: ۲۲۸). عملکرد اصلی این فضاها فراهم‌سازی و بسترسازی برای پذیرایی کلیه اقشار، گروه‌های سنی و جنسی و اقلیت‌های اجتماعی در کلیه ساعات شبانه‌روز است. از این رو، کیفیت فضاهای عمومی و عناصر شهری مستقر در فضا می‌تواند زمینه‌ساز حضور یا عدم حضور شهروندان در فضاهای شهری باشد. یکی از عناصر و ابزارهای کاربردی مؤثر در این زمینه که نقش مؤثری در پایداری اجتماعی و تحکیم نمادهای فرهنگی و تلفیق آنها در فضاهای شهری دارد، هنر است (Remeaser, 2005). هنر به‌عنوان یک ابزار مؤثر از طریق گرافیک شهری، هنرهای خیابانی، هنر عمومی و... می‌تواند سهمی ارزشمند در کیفیات بصری فضاهای شهری داشته باشد. در این راستا، یکی از عواملی که می‌تواند در ارتقای کیفیات بصری و افزایش غنای حسی دیداری در جهت سرزندگی و حضورپذیری فضاهای شهری نقش داشته باشد، گرافیک شهری است. گرافیک شهری همچون فعلی میان هنر و علم، در شهرهای امروزی نقش مهمی در ادراک بصری فضاهای شهری (Roshvand, 2012: 69) ایفا می‌کند. بدین‌منظور برای کاربرد این رسانه باید ابزارها و بخش‌های مختلف آن را شناخت و نقش عناصر و ابزارهای گرافیک شهری را در ارتباط با فضاهای شهری و شهروندان، مورد بررسی قرار داد. لذا هدف از این پژوهش، بررسی نقش هنرهای عمومی و شهری با تأکید بر گرافیک شهری در حضورپذیری و مردم‌گرا بودن فضاهای شهری است. بر این اساس در مقاله حاضر از روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی و از شیوه‌های مرور متون، منابع و اسناد تصویری در بستر مطالعات کتابخانه‌ای و همچنین از روش تحقیق موردی و شیوه تحقیق مشاهده در بستر مطالعات میدانی و از ابزار پرسش‌نامه بهره گرفته شده است. بر این اساس، شرح اجمالی محتوا و روند پژوهش به این ترتیب است که، ابتدا معیارها و شاخص‌های ارزیابی گرافیک شهری با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اسنادی استخراج گردید. سپس با توجه به معیارهای استخراج‌شده، پرسش‌نامه‌هایی (با تأکید بر حضورپذیری در مکان) تهیه و در مکان مورد مطالعه بین مردم پخش گردید. در مرحله بعد، پرسش‌نامه‌های تکمیلی و جمع‌آوری‌شده با استفاده از

نرم‌افزار SPSS و LISREL در جهت پاسخگویی به اهداف و سؤال‌های تحقیق، مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفت. در مرحله آخر با توجه به مقدار بارهای عاملی و میزان تأثیرگذاری شاخص‌ها (به دست آمده از تحلیل اطلاعات)، در LISREL پیشنهادهایی به منظور ارتقای ارزش‌های هنری و گرافیکی مکان ارائه شده است. بدین ترتیب و در جهت تحقق اهداف پژوهش، سؤال‌ها مبنی بر این است که: ۱. ویژگی‌ها و ابعاد گرافیک شهری در جهت افزایش میزان حضورپذیری شهروندان در فضاهای عمومی کدام‌اند؟ ۲. تأثیر و ضریب همبستگی عوامل و ابزارهای گرافیکی و هنری شهر جهت حضورپذیری شهروندان در فضاهای شهری، به چه میزانی است؟

## پیشینه پژوهش

در ارتباط با حضورپذیری و سرزندگی فضاهای شهری، اندیشمندان مختلفی به ارائه نظریه پرداخته‌اند. جیکوبز<sup>۱</sup> (۱۳۸۶)، چهار شرط اصلی را برای خلق تنوع در خیابان‌ها و نواحی شهری و در نتیجه، سرزندگی فضای شهری بیان می‌نماید: ۱. محدوده ترجیحاً دارای بیش از دو کارکرد اصلی باشد. ۲. غالب بلوک‌ها کوتاه باشند. ۳. منطقه ترکیبی از ساختمان‌هایی با سن و شرایط متفاوت باشد. ۴. تراکم فشرده کافی مردم صرف نظر از علت حضورشان وجود داشته باشد. وی همچنین از عواملی چون تنوع کاربری‌ها، تنوع کالبدی و تنوع فعالیت‌ها در ایجاد فضای شهری حضورپذیر و سرزنده یاد می‌کند. پامیر<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) در "خلق یک مرکز شهری پر جنب‌وجوش"، عوامل مؤثر بر یک مکان عمومی موفق و حضورپذیر را این‌چنین معرفی می‌نماید: ۱. موقعیت ۲. اندازه ۳. برنامه‌ریزی ۴- طرح. وی برای هر یک از این عوامل، ابزارهایی را در جهت حضورپذیری مکان‌های شهری ارائه می‌نماید. ویلیام وایت<sup>۳</sup> (۱۹۸۰) در کتاب زندگی اجتماعی در فضاهای شهری کوچک به دنبال راه‌هایی برای افزایش سرزندگی و حضور مردم در فضاهای شهری است. در پروژه زندگی خیابانی، درون‌مایه اصلی پروژه را زمینه‌های انسان‌شناسی، قوم‌نگاری علمی و مطالعات فرهنگی قرار داد و در نهایت، زندگی خیابانی را چنین تعریف نمود: «در آنجا مردم ساعت‌ها باهم حرف می‌زنند یا خداحافظی‌های طولانی دارند» و این، باعث رشد رفتارهای شهری می‌شود. یان گل<sup>۴</sup> (۱۹۸۷)، ویژگی حضورپذیری فضاهای شهری را با اصطلاح شهر دعوت‌کننده به کار می‌برد. چون در این فضا می‌توان با هم‌شهری‌ها چهره به چهره دیدار کرد و به‌طور مستقیم از راه حواس، به تجربه‌اندوزی پرداخت. او واژه‌هایی مانند حضورپذیری یا بستری برای حضور فضای شهری را با تأکید بر حضور مردم تعریف نموده و بار اجتماعی

از جمله این فضاها، که البته می‌توانند محمل‌های مناسبی نیز برای قرارگیری هنرهای شهری و به‌ویژه گرافیک شهری باشند، پارک‌ها و میادین هستند. در این بین، هنر شهری می‌تواند هر نوع اثر هنری باشد. البته با آثار هنری که در یک مکان عمومی همچون موزه، گالری یا هر مکان همگانی دیگر (که نمایش آثار تحت شرایط و ضوابطی است)، به‌نمایش درمی‌آیند و همچنین، با آثاری که در مجموعه‌های شخصی هنری نگهداری می‌شوند، می‌تواند متفاوت باشد. بایستی توجه داشت که عنوان هنر عمومی دلیلی بر بی‌ارزش بودن اثر نیست؛ چراکه این آثار می‌بایست علاوه بر ویژگی‌های زیبایی‌شناسانه و هنری، به‌دلیل قرارگیری در مکان‌هایی که صرفاً مخاطب خاص ندارند بلکه با توده مردم مواجه هستند، سعی در افزایش سواد بصری و حس زیبایی‌شناسانه مخاطبان خود نیز داشته باشند (همان: ۵۳). به‌طور کلی، هنرهای شهری می‌توانند تأثیرات مهمی در بافت اجتماعی فضاهای شهری ایجاد کنند که از آن جمله می‌توان به این موارد اشاره کرد: ۱. ایجاد تنوع و سرزندگی در فضاهای شهری ۲. خوانایی و ایجاد هویت ۳. آموزندگی و پرورش ذهن ۴. زیبایی و ارتقای کیفیت بصری (حقیقت‌نائینی، ۱۳۸۰: ۱۰۵).

### هنر و حضور پذیری فضاهای شهری

عرصه‌های عمومی شهری مهم‌ترین بخش شهرها و محیط‌های شهری هستند که در چنین عرصه‌هایی بیشترین تماس، ارتباط و تعامل میان انسان‌ها رخ می‌دهد. این فضاها، تمام بخش‌های بافت شهری را که مردم به آن دسترسی فیزیکی و بصری دارند، شامل می‌شود (تیبالدز، ۱۳۸۳: ۱۵). درحقیقت، فضاهای شهری بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها هستند که زندگی جمعی در آنها در جریان است. همه مردم اجازه دسترسی به این فضاها را دارند و تعامل و تقابل اجتماعی از مهم‌ترین مشخصه‌های آن است. ایجاد آرامش، سرگرمی، فراهم‌آوردن ارتباط، زمینه معاشرت و امکان تردد از دیگر عملکردهای فضاهای عمومی شهری است (پاکزاد، ۱۳۸۳). مراد از عمومی بودن این فضاها، حضور افراد از اقشار و سنین مختلف، و جریان‌داشتن فعالیت‌های متنوع اجتماعی و خدماتی در آنهاست. بنابراین فضای عمومی شهری، فضای باز قابل حضور برای گروه‌های مختلف اجتماعی است که پویایی و کارایی آن نیازمند تعاملات اجتماعی و برخوردهای متنوع است (رفیعیان و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۶). در این میان، عناصر هنری و گرافیکی مستقر در فضای شهری می‌تواند مردم را جذب نموده و با حضور شهروندان، اجتماع را در فضا بسازد و سرزندگی و هویت محلی فضاهای شهری را تضمین نماید

آن را مدنظر دارد. پورمند و موسیوند (۱۳۸۹)، در مطالعه «مجسمه‌سازی در فضای شهری» به بررسی نقش آثار هنری (مجسمه‌سازی) در عرصه فضاهای شهری پرداخته‌اند. آنها دریافتند که آثار هنری مستقر در فضاهای شهری می‌توانند موجب زیباسازی فضاهای محیطی و ساختن فضایی جهت تمرکز و تعامل شهروندان در شهرها باشند. به‌نظر می‌رسد بسیاری از اندیشمندان بر لزوم حضور مردم در فضاهای شهری توافق داشته و هریک با بیانی روشن، راهی را برای افزایش این حضور جهت ایجاد رفتارهای شهری پیشنهاد کرده‌اند. در این پژوهش، با مطالعه تحقیقات صورت‌گرفته، سعی شده است نقش هنرهای عمومی و شهری با تأکید بر گرافیک شهری در حضورپذیری و مردم‌گرا بودن فضاهای شهری بررسی و تحلیل شود.

### روش تحقیق و نمونه‌موردی

روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی و از شیوه‌های مرور متون، منابع و اسناد تصویری در بستر مطالعات کتابخانه‌ای و همچنین از روش تحقیق موردی و شیوه تحقیق مشاهده در بستر مطالعات میدانی و از ابزار پرسش‌نامه بهره گرفته شده است. همچنین، در این تحقیق به‌منظور محاسبه و تحلیل مقدار بارهای عاملی و شدت و ضریب همبستگی بین معیارها و زیرمعیارها، از نرم‌افزارهای SPSS و LISREL استفاده شده است. با توجه به اهداف پژوهش، نمونه‌موردی از محیطی انتخاب گردید که امکان استفاده از آن برای اقشار مختلف جامعه فراهم بوده و در دسترس همه افراد قرار دارد. از این‌رو از میان فضاهای عمومی، پارک مردم شهر همدان به‌دلیل دارا بودن بسیاری از عناصر گرافیک شهری و ویژگی‌های هنری و همچنین به‌دلیل آشنایی و استفاده بسیاری از گروه‌های مختلف مردم انتخاب گردید. جامعه آماری، افرادی را که در مکان موردنظر حضور داشتند، تشکیل می‌دهد. در انتخاب جامعه آماری، گروه‌های مختلف افراد تصادفی و براساس سوژه‌های تحقیق انتخاب گردیدند. تعداد پرسش‌شوندگان ۱۵۳ نفر بود که از این تعداد، ۹۱ نفر مرد و ۶۲ نفر زن بودند که در گروه‌های سنی ۱۵ تا ۶۹ سال قرار داشتند.

### فضای عمومی و هنر شهری

فضاهای عمومی شهری، مکان‌های ملموسی هستند که فعالانه بر زندگی ما اثر می‌گذارند. این فضاها، از ویژگی‌هایی مانند سرزندگی، تحرک، تحول مداوم، پیوستگی و گسستگی برخوردارند. مهم‌تر این که همه گروه‌های اجتماعی می‌توانند در این فضاها حضور یابند (پورمند و موسیوند، ۱۳۸۹: ۵۲).

(Kent, 2008). ماهیت عناصر هنری و گرافیکی به‌ویژه هنگامی که در فضاهای شهری و در معرض مخاطبان فراگیرتری قرار می‌گیرد، به‌گونه‌ای است که مرز سنتی بین مخاطب و اثر هنری را برداشته و آنها را درهم می‌آمیزد. آمیزش آثار گرافیک شهری با مخاطبان از وجوه بااهمیت این هنر است که باعث تقویت ارتباط و نسبت گرافیک شهری با فضاهای عمومی که صحنه حیات اجتماعی این مخاطبان به‌شمار می‌رود، خواهد شد (پورمختار و خدابخش، ۱۳۹۳). در واقع، عناصر گرافیکی و هنری شهر با جذب طیف وسیعی از گروه‌های اجتماعی، حس هم‌گرایی و تعامل مستقیم شهروندان را با وجود بینش‌ها، احساس‌ها، خواسته‌ها و گرایش‌های مختلف تقویت می‌کند. همچنین این هنر با آشتی دادن مردم با فضاهای عمومی شهری، بحران خالی شدن عرصه‌های عمومی از حضور مردم و کاهش کنش‌های اجتماعی را بهبود می‌بخشد.

### مؤلفه‌ها و ابعاد مفهومی فضای شهری

کیفیت فضای عمومی شهری، چگونگی این فضا برحسب برجسته‌ترین نمودها و حالت‌های آن است که بر فرد و اجتماع تأثیر می‌گذارد و چون در این عرصه‌هاست که افراد شخصیت اجتماعی خود را شکل می‌دهند؛ معیار سنجشی برای میزان مطلوبیت شهرها محسوب می‌گردد. براین اساس، متخصصین مختلفی در زمینه کیفیات و ابعاد محیط‌های شهری به مطالعه پرداخته و نظریات خود را در این زمینه، مطرح ساخته‌اند. در این تحقیق، برای تهیه چارچوب و ابعاد مفهومی فضای شهری نظریات چند نظریه‌پرداز مطرح و پارامترهای مؤثر بر فضاهای شهری استخراج و معرفی گردیده است. چایلدرس<sup>۵</sup> (۱۹۹۴) در مطالعه "مکان، روایت و ارتباط: یک رویکرد جدید به فضاهای شهری"، در ارتباط با محتوای فضاهای شهری پنج عامل: محیط فیزیکی، کنترل محیطی، فعالیت‌ها، شهروندان و فرد را نام می‌برد. کانتر<sup>۶</sup> (۱۹۷۷)، محیط‌های شهری را به‌مثابه یک مکان متشکل از سه بعد درهم تنیده کالبد، فعالیت و تصورات معرفی می‌کند و در این زمینه، مدل مکان را ارائه می‌نماید. از آنجاکه کیفیت محیط شهری یک مکان ناگزیر از پاسخ‌دهی مناسب به ابعاد گوناگون محیط شهری است، می‌توان مؤلفه‌های سازنده کیفیت فضاهای شهری را به موازات مؤلفه‌های سازنده مکان تعریف کرد. به‌عبارت دیگر، با اقتباس از نظریه مدل مکان می‌توان گفت ابعاد کیفی فضاهای شهری عبارت است: از برآیند سه مؤلفه که هر یک از آنها متکفل برآورده‌ساختن یکی از کیفیت‌های سه‌گانه کالبدی، فعالیتی و تصورات فضای شهری است (رفعیان و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۶). قبل از کانتر، رلف<sup>۷</sup> (۱۹۷۶) در کتاب

"مکان و بی‌مکانی"، با نگاهی پدیدارشناسانه سه وجه کالبد، فعالیت و معنا را از خصوصیات مکان می‌داند. گاستافسن<sup>۸</sup> (۲۰۰۱) نیز در تحقیقی به مطالعه درباره ویژگی‌های فضای شهری پرداخته و مدلی سه‌وجهی متشکل از عوامل فردی، دیگران و عوامل محیطی را ارائه نموده است. وی معتقد است که معانی فضاهای مختلف نه‌تنها حاصل تعامل این سه وجه است بلکه از ارتباط میان این وجوه با یکدیگر نیز قابل استنباط است. در این تحقیق با توجه به نظریه‌های کانتر و رلف و همچنین گاستافسن درباره فضاهای شهری، ابعاد فضای شهری در چهار بعد: عوامل کالبدی، عوامل اجتماعی و عوامل معنایی و عوامل محیطی ارائه شده است (تصویر ۱).

### گرافیک شهری

گرافیک شهری، ره‌آورد مجموعه‌ای از ارتباطات و فرآیندهای تصویری است که نظام‌مندی بصری عناصر دیده‌شونده، کیفیت شکل‌گیری در محیط و ایجاد تناسب بین آنها را با در نظر گرفتن اصول زیبایی‌شناسی و کاربرد آرائه می‌نماید (Grayson, 2000: 126). گرافیک شهری به‌عنوان فعلی میان هنر و علم (راه‌نما، ۱۳۸۷: ۴۶)، چگونگی استفاده از انواع شکل‌ها، رنگ‌ها، نقش‌ها و تصاویر گوناگون را به شکل ماهرانه، اصولی و برنامه‌ریزی‌شده در جهت بهتر و ساده‌تر شدن ارتباطات و همچنین کامل‌تر ساختن زیبایی‌های محیط شهری، بررسی می‌کند (ستاری و اقبالی، ۱۳۹۳: ۳۹). در واقع، گرافیک شهری بخشی از هنر سازمان‌دهی فضای شهری نیز است که با رشته‌های مختلف علمی و هنری مانند طراحی شهری، برنامه‌ریزی شهری، معماری و منظرسازی، گرافیک، مهندسی برق، مهندسی ترافیک و حمل‌ونقل، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و اقتصاد سروکار دارد. در عین حال، با سیاست و فرهنگ نیز ارتباط برقرار می‌کند (صدرمحمدی، ۱۳۸۷: ۱۵). گرافیک شهری در ارتباط با فضاهای عمومی، چهار هدف اصلی را دنبال می‌کند:

۱. هویت بصری و تشخیص بخشی به نماها و فضاهای شهری
۲. ایجاد نظم و آرامش بصری در فضاهای عمومی
۳. ارتقای فرهنگ بصری و تجسمی صحیح در شهروندان
۴. توسعه آثار هنری و تجارب تجسمی هم در طراحی و هم در اجرا (صلواتی، ۱۳۹۰: ۱۱۱).

### ویژگی‌ها و ابعاد گرافیک شهری براساس دیدگاه‌های مختلف

در جهت نیل به تحقق اهداف پژوهش و همچنین دست‌یافتن به ابزارهایی به‌منظور ارزیابی نقش گرافیک شهری در حضورپذیری شهروندان در فضاهای شهری، عوامل و

نوشتاری اماکن عمومی و خصوصی ۲. نمادها و سردر مراکز و اماکن عمومی و خصوصی ۳. تابلوهای تبلیغی آموزشی، فرهنگی، اطلاع‌رسانی و تجاری (تابلوهای تخت، بیلبردها، تابلوهای گردان، تابلوهای چندوجهی، تابلوهای دیجیتال و بنرها، پنل‌های دیواری و استندها) ۴. رنگ‌آمیزی و چیدمان عناصر تزئینی بناها، اماکن و فضاهای شهری ۵. طراحی غرفه‌ها و ویترین‌های فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌ها و جداساز ۱۲ فضای مراکز اداری، تجاری و خدماتی ۶. طراحی گرافیکی و رنگ‌آمیزی طرح‌های نقش‌بسته بر دیوارها، پنل‌ها و وسائل نقلیه عناصر و حجم‌های تزئینی فضاهای شهری ۷. گرافیک فضاهای سبز، پارک‌ها و گردشگاه‌ها گرافیک محیطی مبلمان شهری ۱۴ (ایستگاه‌ها، پارک‌ها، مراکز تفریحی، ادارات، بیمارستان‌ها، مدارس، دانشگاه‌ها) ۸. زیباسازی میادین و معابر (آب‌نماها، حجم‌های تزئینی و...) ۹. طراحی تزئینات محیطی در مراسم (جشنواره‌ها، مسابقات، جشن‌ها، اعیاد، آیین‌های دینی و مذهبی).

هارولد منک ۱۵ (۲۰۰۶) ابعاد گرافیک شهری را پنج جنبه می‌داند: ۱. اطلاع‌رسانی و یا تأکید و هشدار نسبت به موضوعی خاص ۲. فرهنگی ۳. آموزشی ۴. اجتماعی ۵. بصری، زیبایی، هنری و زیباسازی محیط. گرایسون ۱۶ (۲۰۰۰:۱۴۹) عرصه‌های اصلی عملکرد گرافیک شهری را شامل این موارد می‌داند: رنگ در منظر شهری، خط و حروف نوشته، علائم و نشانه‌ها (پیکتوگرام و...)، نقاشی دیواری، طراحی گرافیک تابلوهای شهری (اطلاع‌رسانی/ کاربری/ مسیریابی...) و کلیه نموده‌های بصری.

### چارچوب و مدل مفهومی پژوهش

در این بخش، براساس مطالعات مبانی نظری تحقیق و با توجه به عوامل و مؤلفه‌های مطرح‌شده از سوی اندیشمندان و صاحب‌نظران مختلف در زمینه فضاهای عمومی و گرافیک شهری، مجموعه‌ای از معیارها و شاخص‌های اصلی تجمیع، جهت ارزیابی میزان تأثیر عوامل گرافیک شهری در حضورپذیری فضاهای عمومی به صورت مدل مفهومی معرفی می‌گردد (تصویر ۳).

ابعاد گرافیک شهری از دیدگاه اندیشمندان مختلف در این حوزه مورد بررسی قرار می‌گیرد: گرافیک شهری براساس تقسیم‌بندی بین‌المللی که والتر مرچ<sup>۹</sup> در کتاب "آرکی گروفا" ۱۰ بدان اشاره داشته به شش قسمت تقسیم شده است: ۱. پیکتوگرام‌ها<sup>۱۱</sup> (Pictogram) ۲- علائم راهنمایی و رانندگی در شهرها و فروشگاه‌ها ۳. سیستم‌های هدایت بصری ۴. طراحی گرافیکی حروف روی ساختمان‌ها و فروشگاه‌ها ۵. طرح‌های گرافیکی با ابعاد بزرگ ۵. گرافیک بدنه وسایل حمل‌ونقل (Herdag, 1978:24). بالی (۱۳۸۶) در "گرافیک‌های شهری"، از گرافیک شهری به عنوان ارتباط تصویری شهروندان با فضاهای شهری نام می‌برد و موارد استفاده از آن در محیط‌های شهری را: مبلمان شهری، فضای سبز، آب‌نماها، نمای ساختمان‌ها، علائم راهنمایی و رانندگی، همگون‌سازی نیمکت‌ها، وسایل بازی، تندیس‌های شهری، عناصر هنری مکان، نمادهای شهری و کیوسک‌ها می‌داند. گل (۱۹۹۶) گرافیک شهری را در مفهومی کلی به دو دسته تقسیم می‌کند: ۱. گرافیک فضای باز ۲. گرافیک فضای بسته (تصویر ۲).

اسداللهی (۱۳۸۹) در یک کار تحقیقاتی، کاربردهای اصلی و حوزه‌های فعالیت گرافیک شهری را بدین صورت تقسیم‌بندی می‌کند: ۱. علائم تصویری خدمات عمومی شهری، علائم راهنمایی و رانندگی در شهرها و بزرگراه‌ها، هدایت تصویری



تصویر ۱. مؤلفه‌ها و ابعاد مفهومی فضاهای شهری براساس دیدگاه‌های اندیشمندان مختلف این حوزه (نگارنگان، ۱۳۹۴)



تصویر ۲. نمودار عناصر و ابزارهای گرافیک شهری در فضاهای عمومی (Gehl, 1987:74)

### محدوده و قلمرو مورد مطالعه

همدان امروز یا هگمتانه دوران کهن با بیست و هفت قرن تاریخ، مرکز اولین مجتمع جامعه ایرانی و نخستین دولت ماد است (دانشمند و نظریان، ۱۳۸۹). این شهر امروزه با وسعتی حدود ۴۱۱۸ کیلومتر مربع، از خط‌الرأس رشته کوه الوند، تا مرزهای شرقی استان کشیده شده است. شرقی‌ترین نقطه این شهرستان ۴۹ درجه و ۲۷ دقیقه و غربی‌ترین آن ۴۸ درجه و ۲۰ دقیقه با نصف‌النهار گرینویچ فاصله دارد و در حدفاصل ۳۴ درجه و ۳۵ دقیقه، تا ۳۵ درجه عرض شمالی واقع شده است (سجادزاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۲). پارک مردم یا بوستان مردم در سمت غربی شهر همدان مقابل دانشگاه بوعلی سینا و دانشگاه صنعتی همدان واقع شده و یکی از قدیمی‌ترین پارک‌های شهر به‌شمار می‌رود (تصویر ۴). نام قدیم این پارک سرسبز که دارای قدمتی ۴۰ ساله است، لونا پارک بوده است. علت نامگذاری این پارک به لونا پارک این

بوده که در زبان فرانسوی لونا به معنی مردم است و علت شهرت این پارک به لونا پارک، مجاورت آن به دانشگاه بوعلی سینا است که زمانی دانشگاه مشترک ایران و فرانسه بوده است. این پارک علاوه بر داشتن امکانات رفاهی نظیر سرویس‌های بهداشتی، جایگاه‌های کافی برای نشستن و آلاچیق‌های مناسب جهت علاقمندان و گردشگران دارد ضمن اینکه، از امکانات شهرسازی هم برخوردار بوده و از این حیث، یکی از پارک‌های منحصر به فرد است. پارک مردم علاوه بر داشتن امکانات و تجهیزات شهری دارای خصوصیات و جاذبه‌های هنری و گرافیکی از قبیل مجسمه‌ها و تندیس‌های هنری، آب‌نماها و فواره‌ها، بیلبوردهای تبلیغاتی، نقاشی‌های دیواری، آثار هنری خیابانی، برگزاری مراسم و نقادی، معماری‌های خاص و مبلمان شهری هنری نیز می‌باشد که این پارک را تبدیل به فضایی شهری با آثار هنری و گرافیکی در سطح شهر همدان نموده است (تصویرهای ۵ و ۶).

چارچوب و ابعاد مفهومی گرافیک شهری در فضاهای عمومی			
فرم (عوامل کالبدی)	عوامل اجتماعی	عوامل معنایی	عوامل محیطی
استفاده از گرافیک و اشکال هنری در نمای معماری	رویدادهای هنری و فرهنگی	نمادهای شهری	هنرهای عمومی و خیابانی
آب‌نماها - فواره‌های هنری	جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها	حجم‌های شاخص و نمادین	نقاشی دیواری
حجم‌های تزئینی و هنری	اماکن هنری عمومی - گالری	آیین‌های سنتی و مذهبی	تبدیلات محیطی
استفاده از اشکال گرافیک در کف‌سازی	وسایل تفریحی - بازی	یادمان‌های تاریخی	مبلمان شهری (هنری)
اشکال تجسسی و گرافیکی	المان‌های تعاملی	آداب و رسوم	کیوسک‌ها و باجه‌ها
رنگ و فرم عناصر	یادگاری‌ها	ارزش‌های فرهنگی	اشکال هنری فضای سبز
عوامل مؤثر گرافیک شهری در حضورپذیری فضاهای شهری			

تصویر ۳. چارچوب و ابعاد مفهومی ارزیابی گرافیک شهری (نگارنگان، ۱۳۹۴)

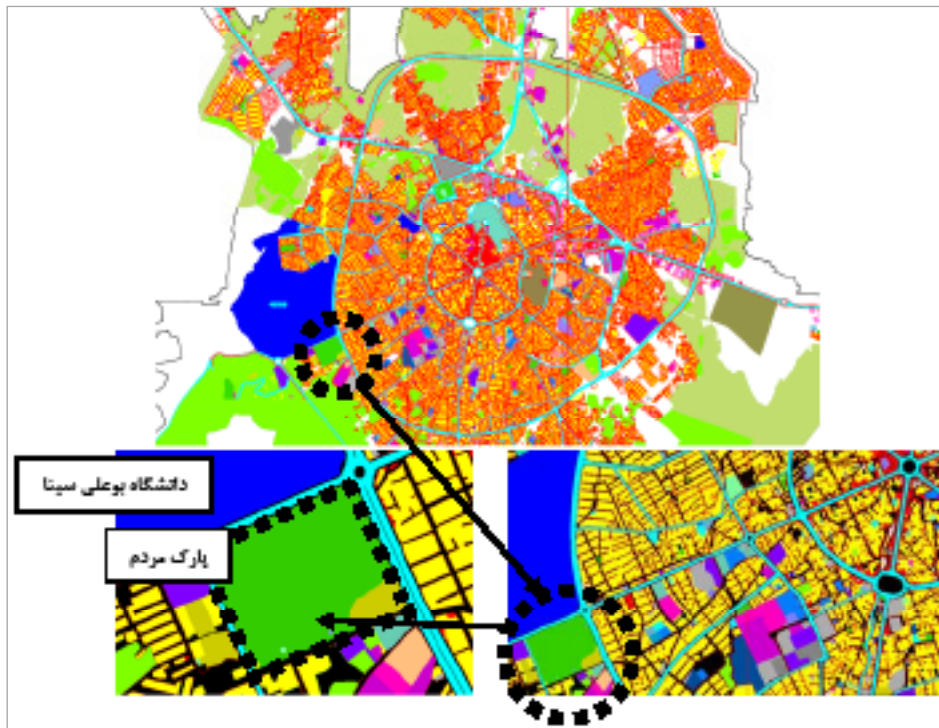
## یافته‌های پژوهش

شهروندان در فضاهای عمومی (پارک مردم همدان) در قالب طیف لیکرت مقادیر ۱ تا ۵ (کدهایی که بیانگر گزینه‌های خیلی کم تا خیلی زیاد باشند)، تهیه و به پرسش گذاشته شد. سپس پرسش‌نامه‌های تکمیلی و داده‌های حاصل از آنها از طریق مدل معادلات ساختاری در جهت تعیین میزان بارهای عاملی و ضریب همبستگی معیارها توسط نرم‌افزارهای SPSS و LISREL، مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

نرم‌افزار لیزرل<sup>۱۷</sup>، ضمن آنکه ضرایب مجهول مجموعه معادلات ساختاری خطی را برآورد می‌کند؛ برای برازش مدل‌هایی که شامل متغیرهای مکنون، خطاهای اندازه‌گیری در هریک از متغیرهای وابسته و مستقل، علیت دوسویه، هم‌زمانی

همان‌گونه که در بخش مقدمه بیان شد، این پژوهش در پی پاسخ به دو پرسش اصلی است؛ پرسش اول در پی شناخت مؤلفه‌ها و ابعاد مؤثر گرافیک شهری در فضاهای شهری است. برای پاسخگویی به این سؤال، نظرات اندیشمندان و نظریه‌پردازان مختلف در زمینه فضاهای شهری و گرافیک شهری مورد بررسی قرار گرفت و نتایج به صورت مدل مفهومی پژوهش (تصویر ۳) ارائه شد. پرسش دوم تحقیق در رابطه با ارتباط گرافیک شهری در میزان حضورپذیری شهروندان در فضاهای عمومی و همچنین تعیین میزان تأثیر و ضریب همبستگی شاخص‌ها و معیارهای گرافیک شهری در حضورپذیری فضاهای شهری است. در پی پاسخگویی به این سؤال، پرسش‌نامه‌هایی با سؤالاتی در زمینه تأثیر ابعاد گرافیک شهری در حضورپذیری



تصویر ۴. محدوده و نمونه‌موردی مطالعه (طرح تفصیلی شهر همدان)



تصویر ۶. آب‌نما و فواره آب در پارک مردم همدان (نگارندگان)



تصویر ۵. مجسمه مرد رفتگر در پارک مردم همدان (نگارندگان)

و وابستگی متقابل می‌باشد، طرح‌ریزی گردیده است. در این بخش و در ابتدا، مدل اندازه‌گیری یا مدل تحلیل عاملی تأییدی به صورت جدول ۱ جهت بررسی در نرم‌افزار لیزرل تهیه شد. در این بخش با استفاده از روش مدلیابی معادلات ساختاری<sup>۱۸</sup> و نرم‌افزار لیزرل به بررسی مدل تحقیق پرداخته شده که خروجی نرم‌افزار در تصویر ۷، نشان داده شده است.

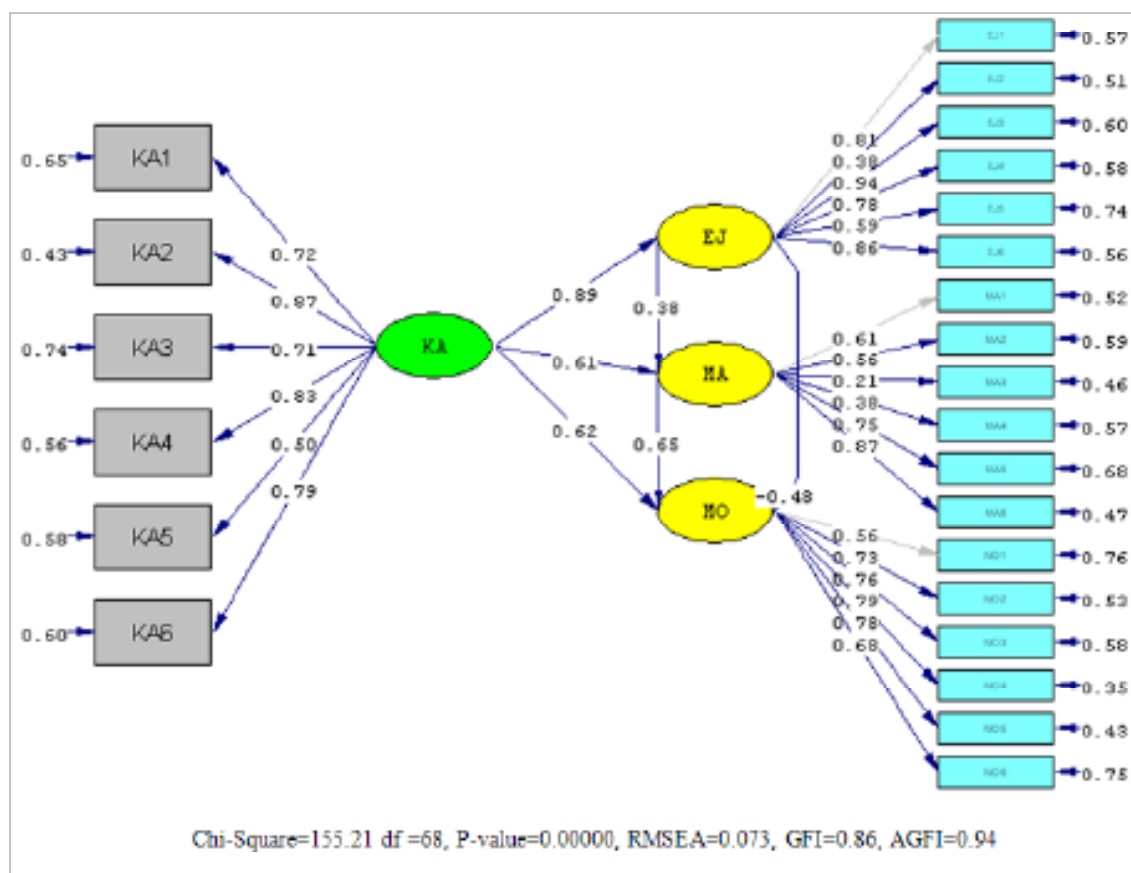
به طور کلی، نرم‌افزار لیزرل شاخص‌های مختلفی را برای برازش مدل در اختیار محققان قرار می‌دهد. این شاخص‌ها تعدادی بالغ بر ۳۲ هستند که به کمک آنها می‌توان در خصوص کل مدل و قابل قبول بودن یا غیرقابل قبول بودن آن قضاوت نمود. تعدادی از شاخص‌های متداول که در اکثر پژوهش‌ها به آنها اشاره می‌شود، در تصویر ۷ گزارش شده است. اگر یکی از این شاخص‌ها قابل قبول نباشد دلیلی بر رد مدل نخواهد بود، بلکه نشان‌دهنده ضعف نسبی مدل می‌باشد؛ و این ضعف ممکن است ریشه در مسائل و مشکلاتی داشته باشد که از نمونه‌گیری، جمعیت نمونه یا عوامل دیگر نشأت گرفته است. همان‌طور که در تصویر مذکور مشاهده می‌شود، مقدار شاخص RMSEA مدل برابر ۰،۰۷۳ بوده و کمتر از ۰،۰۸ است. بنابراین این مدل از لحاظ شاخص RMSEA، در وضعیت مناسبی قرار می‌گیرد.

مقدار شاخص‌های AGFI و GFI، به ترتیب برابر با ۰،۹۴ و ۰،۸۶ است و مدل برحسب این دو شاخص نیز در وضعیت تقریباً مناسبی قرار دارد زیرا هرچه مقادیر فوق بیش از ۰،۹ باشند، نشان‌دهنده برازش مناسب مدل تحقیق خواهد بود. باتوجه به اینکه مقدار  $\chi^2$  به  $df$  برابر ۲،۲۸ حاصل گردیده و مقدار یادشده کمتر از ۳ است، مدل تحقیق از نظر شاخص  $\chi^2$  به  $df$  در شرایط مناسبی قرار دارد. چون در مدلیابی معادلات ساختاری برای نتیجه‌گیری درباره برازش کلی مدل می‌بایستی به مجموعه‌ای از شاخص‌ها توجه نمود؛ مدل پژوهش حاضر در وضعیت مناسبی قرار داشته و می‌توان نتیجه‌گیری کرد که مدل به لحاظ برازش، مدل مناسبی است.

### بارگذاری عوامل مؤثر در معیارها (عوامل کالبدی، اجتماعی، معنایی و محیطی)

#### - عوامل کالبدی

همان‌طور که در جدول ۲ نشان داده شده است، شاخص آب‌ناهما و فواره‌ها (متغیر آشکار)، بیشترین بار (۰،۸۷) و شاخص اشکال تجسمی و گرافیکی (متغیر آشکار)، کمترین بار (۰،۵۰) را در ساختار معیار عوامل کالبدی (متغیر مکنون) دارند. همچنین



تصویر ۷. مدل تحلیل عاملی تأییدی و اندازه‌گیری عوامل مؤثر گرافیک شهری در حضورپذیری پارک مردم همدان (نگارندگان، ۱۳۹۴)



عوامل اجتماعی داشتند. همچنین تمامی بارهای عاملی از لحاظ آماری معنادار بوده ( $P < 0.05$ ) و رابطه‌ای علی با معیار عوامل اجتماعی دارند (جدول ۳).

#### - عوامل معنایی

شاخص ارزش‌های فرهنگی مکان بیشترین تأثیر (۰,۸۷) و شاخص آیین‌های سنتی و مذهبی کمترین بار (۰,۲۱) را در ساختار معیار عوامل معنایی دارند و تمامی بارهای عاملی از لحاظ آماری معنادارند ( $P < 0.05$ )، (جدول ۴).

از لحاظ معناداری کای اسکوئر (P) که مقدار کوچک‌تر از ۰,۰۵ آن نشان‌دهنده مدل تأییدشده مدل اندازه‌گیری است؛ تمامی بارهای عاملی از لحاظ آماری معنادار بوده ( $P < 0.05$ ) و دارای رابطه علی با معیار عوامل کالبدی است.

#### - عوامل اجتماعی

در بین عوامل مؤثر در معیار عوامل اجتماعی، شاخص اماکن هنری عمومی - گالری بیشترین بار (۰,۹۴) و شاخص جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها کمترین بار (۰,۳۸) را در سازه معیار

جدول ۱. عوامل و کدهای اختصاری تحقیق در مدل اندازه‌گیری یا مدل تحلیل عاملی تاییدی

عوامل محیطی		عوامل معنایی		عوامل اجتماعی		عوامل کالبدی		معیار
MO		MA		EJ		KA		علامت اختصاری در مدل (معیارها)
۲۴	MO۶	۱۹	MA۱	۱۲	EJ۶	۶	KA۶	شماره سؤالات مربوط در پرسشنامه (شاخص‌ها)
۲۳	MO۵	۱۸	MA۲	۱۱	EJ۵	۵	KA۵	
۲۲	MO۴	۱۷	MA۳	۱۰	EJ۴	۴	KA۴	
۲۱	MO۳	۱۶	MA۴	۹	EJ۳	۳	KA۳	
۲۰	MO۲	۱۵	MA۵	۸	EJ۲	۲	KA۲	
۱۹	MO۱	۱۴	MA۶	۷	EJ۱	۱	KA۱	علامت اختصاری در مدل (شاخص‌ها)

(نگارندگان، ۱۳۹۴)

جدول ۲. مقدار تأثیر و میزان بار عوامل مؤثر در معیار عوامل کالبدی

P	Estimate	شاخص	معیار
۰,۰۲۱	۰,۷۲	استفاده از گرافیک و اشکال هنری در نمای معماری	KA۱
۰,۰۴۸	۰,۸۷	آب نماها - فواره های هنری	KA۲
۰,۰۳۹	۰,۷۱	حجم های تزئینی و هنری	KA۳
۰,۰۱۸	۰,۸۳	استفاده از اشکال گرافیک در کف سازی	KA۴
۰,۰۴۳	۰,۵۰	اشکال تجسمی و گرافیکی	KA۵
۰,۰۲۹	۰,۷۹	رنگ و فرم عناصر	KA۶

(نگارندگان، ۱۳۹۴)

جدول ۳. مقدار تأثیر و میزان بار عوامل مؤثر در معیار عوامل اجتماعی

P	Estimate	شاخص	معیار
۰,۰۳۳	۰,۸۱	رویدادهای هنری و فرهنگی	EJ۱
۰,۰۱۹	۰,۳۸	جشنواره ها و نمایشگاه ها	EJ۲
۰,۰۰۸	۰,۹۴	اماکن هنری عمومی - گالری	EJ۳
۰,۰۴۲	۰,۷۸	وسایل تفریحی - بازی	EJ۴
۰,۰۱۳	۰,۵۹	المان های تعاملی	EJ۵
۰,۰۲۷	۰,۸۶	یادگاری ها	EJ۶

(نگارندگان، ۱۳۹۴)

## عوامل محیطی

در بین عوامل مؤثر در معیار عوامل محیطی، شاخص مبلمان شهری (هنری) بیشترین بار (۰,۷۹) و شاخص هنرهای عمومی و خیابانی کمترین بار (۰,۵۶) را در سازه معیار عوامل محیطی داشتند. همچنین تمامی بارهای عاملی از لحاظ آماری معنادار بوده ( $P < 0.05$ ) و رابطه‌ای علی با معیار عوامل اجتماعی دارند (جدول ۵).

## ضریب همبستگی در معیارها

نظریه مدل تحلیل عاملی تأییدی (تصویر ۹)، شدت و ضریب همبستگی معیار کالبدی و اجتماعی (۰,۸۹) بیش از سایر معیارهای دیگر در پارک مردم همدان است. در مراتب بعدی، معیارهای معنایی و محیطی با میزان ضریب (۰,۶۵) و معیارهای کالبدی و محیطی (۰,۶۲)، به ترتیب بیشترین ضریب همبستگی را در بین عوامل دارند (جدول ۶).

جدول ۴. مقدار تأثیر و میزان بار عوامل مؤثر در معیار عوامل معنایی

معیار	شاخص	Estimate	P
عوامل معنایی	MA۱ نمادهای شهری	۰,۶۱	۰,۰۱۷
	MA۲ حجم های شاخص و نمادین	۰,۵۶	۰,۰۲۶
	MA۳ آیین های سنتی و مذهبی	۰,۲۱	۰,۰۳۸
	MA۴ یادمان های تاریخی	۰,۳۸	۰,۰۲۱
	MA۵ آداب و رسوم	۰,۷۵	۰,۰۴۹
	MA۶ ارزش های فرهنگی	۰,۸۷	۰,۰۴۴

(نگارندگان، ۱۳۹۴)

جدول ۵. مقدار تأثیر و میزان بار عوامل مؤثر در معیار عوامل محیطی

معیار	شاخص	Estimate	P
عوامل محیطی	MO۱ هنرهای عمومی و خیابانی	۰,۵۶	۰,۰۲۲
	MO۲ نقاشی دیواری	۰,۷۳	۰,۰۴۳
	MO۳ تبلیغات محیطی	۰,۷۶	۰,۰۱۸
	MO۴ مبلمان شهری (هنری)	۰,۷۹	۰,۰۴۷
	MO۵ کیوسک ها و باجه ها	۰,۷۸	۰,۰۲۸
	MO۶ اشکال هنری فضای سبز	۰,۶۸	۰,۰۳۵

(نگارندگان، ۱۳۹۴)

جدول ۶. شدت و ضریب همبستگی در پارک مردم همدان

معیارها	Estimate
عوامل کالبدی - عوامل اجتماعی	۰,۸۹
عوامل کالبدی - عوامل معنایی	۰,۶۱
عوامل کالبدی - عوامل محیطی	۰,۶۲
عوامل اجتماعی - عوامل معنایی	۰,۳۸
عوامل اجتماعی - عوامل محیطی	-۰,۴۵
عوامل معنایی - عوامل محیطی	۰,۶۵

(نگارندگان، ۱۳۹۴)

جدول ۷. تحلیل نتایج بارگذاری عوامل مؤثر گرافیک شهری در حضورپذیری فضاهای شهری

عوامل اجتماعی		عوامل کالبدی		پارک مردم همدان
معیار	Estimate	معیار	Estimate	
اماکن هنری عمومی-گالری	۰/۹۴	آب نماها - فواره های هنری	۰/۸۷	
یادگاری ها	۰/۸۶	کف سازی (تزئینی - هنری)	۰/۸۳	
رویدادهای هنری و فرهنگی	۰/۸۱	رنگ و فرم عناصر	۰/۷۹	
عوامل محیطی		عوامل معنایی		
معیار	Estimate	معیار	Estimate	
مبلمان شهری(هنری)	۰/۷۹	ارزش های فرهنگی	۰/۸۷	
کیوسک ها و باجه ها	۰/۷۸	آداب و رسوم	۰/۷۵	
تبلیغات محیطی	۰/۷۶	نمادهای شهری	۰/۶۱	

(نگارندگان، ۱۳۹۴)

جدول ۸. راهکارهای پیشنهادی جهت ارتقای ارزش های بصری و هنری مکان براساس میزان بار عوامل گرافیک شهری

ردیف	عوامل	اولویت رسیدگی	راهکارهای ارتقای ارزش های هنری و گرافیکی مکان
پارک مردم همدان	عوامل کالبدی	اشکال تجسمی و گرافیکی	تأکید بر استراتژی استفاده از اشکال هنری و تجسمی در قالب احجام، تندیس ها و غیره در جهت ارتقای پویای فضا
		حجم های تزئینی	نصب المان ها و حجم های تزئینی با سبک ها مختلف در جهت ارتقای غنای حسی دیداری و بصری محیط
		نمای معماری	اصلاح، ساماندهی و ایجاد نماهای پیرامونی و محاط بر سایت با جزئیات معماری
عوامل اجتماعی	جشنواره ها و نمایشگاه ها	برگزاری رویدادها و برنامه های فرهنگی در جهت ارتقای تعاملات و تبادلات اجتماعی	فراهم نمودن امکاناتی جهت برگزاری مراسم، جشن ها، تئاتر خیابانی در سطح سایت
	المان های تعاملی	طراحی مبلمان و تندیس ها به گونه ای هنرمندانه و خلاقانه در ارتباط با افزایش ارتباطات و تعاملات شهروندان	
عوامل معنایی	آیین های سنتی و مذهبی	برنامه ریزی و تعریف برگزاری آیین های سنتی و رویدادهای خود جوش مردمی از قبیل دسته های عزاداری در مراسم عاشورا و ...	
	یادمان های تاریخی	مکان یابی و نصب صحیح المان ها و یادمان های تاریخی با توجه به نقش هویتی و نشانه ای آن ها	
	حجم های شاخص و نمادین	ایجاد آثار هنری بصری با توجه به فرهنگ و زبان بومی مردم خلق و ایجاد حجم هایی شاخص از لحاظ حجمی و مفهومی در جهت افزایش میزان خوانایی سایت و هویت مندی مکان مورد نظر	
عوامل محیطی	هنرهای عمومی و خیابانی	استفاده از ابزارهای هنرهای عمومی چون نقاشی های دیواری، گرافیتی، اشکال تجسمی و غیره در جهت ارتقای کیفیات بصری محیط	
	اشکال هنری فضای سبز	طراحی و ایجاد عناصر و فضای سبز طبیعی با ویژگی های هنری	

(نگارندگان، ۱۳۹۴)



## نتیجه‌گیری

باتوجه به نتایج مرور ادبیات تحقیق و مبانی نظری مرتبط، چهار مؤلفه: فرم (عوامل کالبدی)، عوامل اجتماعی، عوامل معنایی و عوامل محیطی، در قالب و چارچوب مفهومی فضاهای شهری معرفی شدند. این اصول همراه با ۲۴ شاخص گرافیک شهری به‌عنوان مدل مفهومی پژوهش جهت بررسی میزان تأثیر عوامل گرافیک شهری در حضورپذیری فضاهای عمومی مورد استفاده قرار گرفتند. نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌ها و پرسش‌نامه‌های تکمیلی توسط استفاده‌کنندگان از فضا در نرم‌افزارهای SPSS و LIEREL، نشان می‌دهد که شاخص آب‌نماها و فواره‌های هنری با بار (۰,۸۷) در مؤلفه عوامل کالبدی، شاخص اماکن هنری عمومی - گالری با بار (۰,۹۴) در مؤلفه عوامل اجتماعی، شاخص ارزش‌های فرهنگی مکان با بار (۰,۸۷) در مؤلفه معنایی و شاخص مبلمان شهری (هنری) با بار (۰,۷۹) در مؤلفه محیطی، بیشترین تأثیر را در گروه خود نسبت به حضورپذیری پارک مردم همدان داشته‌اند (جدول ۷). یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، میزان ضریب و شدت همبستگی بین معیارهای عوامل کالبدی - عوامل اجتماعی با بار (۰,۸۹) بیشتر از سایر معیارها در پارک مردم همدان است. بر مبنای تحلیل‌های صورت‌گرفته، نتایج حاصل بیانگر این است که هنر گرافیک شهری علاوه بر اینکه در هر یک از مؤلفه‌های مفهومی فضای شهری مؤثر است؛ در افزایش میزان حضورپذیری شهروندان در مکان‌های شهری نیز تأثیر دارد. بررسی نتایج نشان می‌دهد که مهم‌ترین و بیشترین تأثیر هنر گرافیک شهری در حضورپذیری مکان‌های شهری از نظر شهروندان و استفاده‌کنندگان از فضا مربوط به عناصر و شاخص‌های مؤلفه کالبدی و پس از آن مؤلفه‌های اجتماعی، معنایی و محیطی است. به‌منظور ارتقای ارزش‌های هنری - بصری محیط‌های شهری و همچنین در جهت پویایی و رفع نواقص و نقاط ضعف مکان‌های شهری می‌توان با تحلیل یافته‌ها و دیدگاه‌های استفاده‌کنندگان از فضا پیشنهادهایی در راستای ارتقای کیفی مؤلفه‌های فضای شهری و شاخص‌های گرافیک شهری در جهت افزایش میزان حضورپذیری پارک مردم همدان، ارائه نمود (جدول ۸).

## پی‌نوشت

1. Jacobs, J
2. Paumier, Cy
3. Whyte, H. William
4. Gehl, Jan
5. Childress, H
6. Canter, David
7. Relph, E
8. Gustafson, P
9. Walter Merdge
10. Archie Grafya
۱۱. یا پیکتوگراف یک نماد برای بیان یک ایده، یک شی، یک فعالیت، یک مکان و یا یک اتفاق، توسط یک تصویر است. در واقع، فرمی از نوشتن است که در هر کجا آن را از طریق نقاشی انتقال می‌دهند.
۱۲. عناصر و ابزارهای تبلیغاتی.
13. Partition
14. Urban furniture
15. Mahnke, F
16. Grayson, james
17. Lisrel
18. Structural equation modeling (SEM)

## منابع و مآخذ

- اسدالهی، مصطفی (۱۳۸۹). بررسی نقش عناصر محیطی در کیفیت بصری فضا، **نشریه منظر**، (۷)، ۷۱-۷۰.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۳). **راهنمای طراحی فضاهای شهری در ایران**. تهران: وزارت مسکن و شهرسازی، معاونت شهرسازی و معماری، دبیرخانه شورای عالی شهرسازی و معماری.
- پورمختار، احمد و خدابخش، لیلا (۱۳۹۳). **نقش هنر محیطی در ارتقای کیفیت‌های کالبدی و اجتماعی فضاهای عمومی**. تهران: پرتال زیباسازی سازمان شهر تهران.
- پورمند، حسنعلی و موسیوند، محسن (۱۳۸۹). **مجسمه‌سازی در فضاهای شهری. هنرهای زیبا - هنرهای تجسمی**. (۴۴)، ۵۸-۵۱.
- تیبالدز، فرانسیس (۱۳۸۳). **شهرسازی شهروندگرا**. ترجمه محمد احمدی‌نژاد، اصفهان: خاک.
- جیکوبز، جین (۱۳۸۶). **مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی**. ترجمه حمیدرضا پارسی و آرزو افلاطونی، تهران: دانشگاه تهران.
- حقیقت‌نابینی، غلامرضا (۱۳۸۰). **جستاری در نقاشی و تأثیر آن در شهرسازی، نشریه فصلنامه هنر**، (۳)، ۱۰۷-۱۰۲.
- دانشمند، فتانه و نظریان، اصغر (۱۳۸۹). **تقویت روحیه شهروندی در مدیریت کلانشهرها مطالعه‌موردی: همدان، نشریه آمایش محیط**. دوره ۳، (۸)، ۳۲-۱.
- راهنما، آذر (۱۳۸۷). **هویت فروشگاهی؛ گرافیک محیطی و هویت فروشگاهی، فصلنامه سگال**، (۱۵)، ۵۱-۴۶.
- رفیعیان، مجتبی؛ تقوایی، علی‌اکبر؛ خادمی، مسعود و علی‌پور، رجا (۱۳۹۱). **بررسی تطبیقی رویکردهای سنجش کیفیت در طراحی فضاهای عمومی شهری، نشریه انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران**، (۴)، ۵۳-۴۳.
- رفیعیان، مجتبی و خدائی، زهرا (۱۳۸۸). **بررسی شاخص‌ها و معیارهای مؤثر بر رضایت‌مندی شهروندان از فضاهای عمومی شهری، فصلنامه راهبرد**. سال هجدهم، (۵۳)، ۲۴۸-۲۲۷.
- ستاری، سپیده و اقبالی، پرویز (۱۳۹۳). **نقش گرافیک محیطی در فضای آموزشی-تفریحی پارک کودکان، کتاب ماه هنر**، (۱۸۹)، ۴۵-۳۸.
- سجادزاده، حسن؛ کریمی‌مشاور، مهرداد و وحدت، سلمان (۱۳۹۳). **بررسی و ارزیابی اولویت مؤلفه‌های منظر خیابان‌های شهری با استفاده از مدل (ANP) مطالعه‌موردی: همدان، نشریه جغرافیا و مطالعات محیطی**. سال سوم، (۱۰)، ۱۰۰-۸۵.
- صدرمحمدی، علیرضا (۱۳۸۷). **چرا تبلیغات محیطی؟**. تهران: آثار اندیشه.
- صلواتی، مرجان (۱۳۹۰). **تأثیر گرافیک محیطی در ارتباطات شهری، نشریه هنرهای تجسمی نقش‌مايه**. سال چهارم، (۷)، ۱۳۴-۱۱۱.
- میدا، بالی (۱۳۸۶). **گرافیک‌های طراحی شهری**. ترجمه امیر شکیبامنش، تهران: طحان: هله.
- Canter, D. V. (1977). **The Psychology of Place**. London: Architectural Press.
- Childress, H. (1994). **Place, Narrative, and Relationship: a New Approach to Place Attachment**. Proceedings of the 25th Annual Conference of the Environmental Design Research Association. San Antonio: Texas.
- Gehl, J. (1987). **Life between Building & Space**. London: Gehl & Architects Publication.
- Gustafson, P. (2001). Meanings of Place: Everyday Experience and Theoretical Conceptualizations. **Journal of Environmental Psychology**, 21(1), 5-16.
- Grayson, J. (2000). **This Way, Signage Design for Public Spaces**. Rockport publishers.
- Herdeg, W. (1978). **Archigraphia, Architectural and Environmental Graphics**. The Graphis Press.



- Kent, F. (2008). **Placemaking and Tourism. Destination Marketing Association Internations** (DMAI) Annual Conference. Las Vegas: NV, July.
- Mahnke, F. H. (2006). **Color Environment & Human Responses**. London: John Wiley & Sons.
- Paumier, C. (2007). **Creating a Vibrant City Center**. Washington, D.C: Urban Land Institute.
- Remesar, A. (2005). **Urban Regeneration. A Challenge for public Art**. Barcelona: University of Barcelona.
- Roshvand, Z. (2012). Characteristics and Visual Concepts Environment Graphics with Emphasis on Notification. **Book Art Month**, (167), 69.
- Relph, E. (1976). **Place and Placelessness**. London: Pion.
- Whyte, W. H. (1980). **Social life in Small Urban Spaces**. New York: Conservation Foundation





Received: 2015/06/24

Accepted: 2016/04/27

## **The Study and Evaluation of the Role of Urban Art in Increasing the Presence of Public Spaces with an Emphasis on Urban Graphics (Case Study: Hamadan Mardom Park)**

**Salman Vahdat\* Hasan Sajjadzade\***

3

### **Abstract**

Urban art as an effective and valuable tool has an important role in the qualities of public spaces. The existence of artistic elements in an urban space can be a precondition for the presence or absence of citizens in urban spaces. In this context, the aim of this study was to examine the role of urban and public arts with an emphasis on urban graphics in presence and people-oriented factors of public spaces. According to the objectives and nature of this research, the questions are as follow: 1. What are the characteristics and environmental dimensions of urban graphics to increase the citizen participation in urban areas? (2) What extent is the effect and correlation coefficient of urban graphics tools and factors for the presence of citizens in urban areas? In order to answer the questions, the following methods were used: Descriptive and analytical research method and by means of reviewing documents, images and texts in the context of documents and literature and also the case study method and observational research method in the context of field studies and questionnaire. And also the SPSS and LISREL software were used to analyze and calculate the load factors and the correlation coefficient between criteria and sub-criteria.

According to the research results, the conceptual framework of urban graphics can be classified and presented by the approach of increasing in the presence of urban spaces and by the format of four components: form factors (physical factors), social factors, meaning factors, environmental factors and 24 indices and sub-criteria. The findings indicate that the index of waterfront and fountains with time (0.87) in the component of physical factors, index of public art places - galleries with time (0.94) in the component of social factors, cultural values index of place with time (0.87) in the component of meaning factors and the index of urban furniture (artistic) with the time (0.79) have the most influence on their own criteria. Social factors with the times (0.89) more than other measures of Hamedan is in the park.

**Keywords:** Urban – public art, Urban Graphics, Urban spaces, Presence, Hamadan.

---

\* MA in Urban Design, Bu-Ali Sina University, Hamadan.

\*\* Assistant Professor, Faculty of Art and Architecture, Bu-Ali Sina University, Hamadan.