

بهره‌گیری از دیوارنگاری در جهت ارتقای کیفی فضاهای عمومی شهری بر پایه ترجیحات مردمی (نمونه موردی: شهر قزوین)

ابوالفضل طغرای*^۱، کیا مسعودی^۲، عرفان طغرای^۳

۱. پژوهشگر دکتری شهرسازی، دانشکده هنر، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

a.toghraei@modares.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد معماری منظر، دانشکده برنامه‌ریزی محیط ساختمان، دانشگاه فنی برلین، برلین، آلمان.

kiagraphs@yahoo.com

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشکده عمران و معماری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

erfan.toghraei@gmail.com

تاریخ پذیرش: [۱۴۰۰/۹/۲۷]

تاریخ دریافت: [۱۴۰۰/۶/۸]

چکیده

هنرهای عمومی یکی از کم‌هزینه‌ترین، و در عین حال مؤثرترین ابزارها برای خلق و ارتقای کیفی فضاهای شهری است. همچنین در جوامع دموکراتیک امروز هنرهای عمومی از جنبه سفارشی و زیبایی‌شناختی صرف فاصله گرفته است و در کنار تحولات فناورانه موجود، به‌عنوان ابزاری مهم برای ارتقای کیفیت فضاهای شهری مود توجه قرار دارند. در این بین، دیوارنگاره‌ها یکی از ملموس‌ترین انواع هنری عمومی است که در چرخه‌ای دیالکتیکی، از تمایلات و ترجیحات مردمی، یا حداقل قشر روشن فکر، اثر گرفته و در طول زمان بر ادراک و ارزش‌های فرهنگی آنها اثر می‌گذارد. هدف این پژوهش که کشف ترجیحات مردمی در حوزه دیوارنگاره‌های شهری و استفاده از آن برای تدوین یک چارچوب اولیه طراحی شهری برای دیوارنگاری‌ها در شهر قزوین است؛ را می‌توان ذیل رویکردهای قدرتمند مشارکتی به طراحی و ساماندهی فضاهای عمومی در شهرسازی امروز قلمداد کرد. مقاله حاضر مبتنی بر رویکردی تحلیلی-تجویزی، از روش‌های جمع‌آوری اطلاعات بر پایه مطالعات اسنادی، پیمایش میدانی و مصاحبه بهره می‌گیرد و می‌کوشد در سه گام به مرور مبانی نظری متأخر پیرامون دیوارنگاری، اخذ ترجیحات شهروندان قزوینی و در نهایت تفسیر داده‌ها و ارائه تجویزی راهبردی بپردازد.

یافته‌های پژوهش بر مبنای ترجیحات مردمی نشان می‌دهد شهروندان قزوینی از حیث موضوع و محتوا، به گونه‌های طبیعت‌محور و حماسی-اساطیری و از حیث سبک و طرح به کاشی‌نگاری و دیوارنگاری‌های نورپردازانه تمایل دارند. همچنین بر پایه توجه توأمان به کاستی‌ها و قابلیت‌های موجود چارچوبی راهبردی برای اقدام تدوین شده که مشتمل بر اهداف کلان سه‌گانه، شاخص‌های یازده‌گانه و راهبردهایی برای خلق فضاهای شهری مطلوب‌تر با استفاده از دیوارنگاری در قزوین است.

واژگان کلیدی: هنر عمومی، دیوارنگاری، فضای عمومی شهری، ترجیحات مردمی، قزوین.

۱. مقدمه

ماهیت تحول‌پذیر فضاهای عمومی شهری در ترکیب با ماهیت رشدیابنده دانش طراحی شهری به‌عنوان مستقیم‌ترین تخصص مرتبط با این فضاها، سبب شده است که ابزارها و روش‌های ارتقای کیفیت فضاهای عمومی شهری در طول زمان متناسب با تحولات نظری و عملی حوزه شهرسازی تغییر یابد. از نمونه نگاه‌ها و ابزارهای نو در ارتقای کیفیت فضاهای عمومی شهری می‌توان به پرننگ شدن نقش هنرهای عمومی^۱ اشاره کرد. اگر زمانی هنر به‌عنوان بخشی از فضای عمومی شهری بر ادراک زیبایی‌شناختی فضا اثرگذار بود، اکنون هنر به‌عنوان ابزاری پایه در متن فرایند طراحی شهری قرار گرفته است. در درجه‌ای بالاتر و در تجربه‌های قرن جدید، هنر مبنای بازآفرینی شهری شده و در میان رویکردهای بازآفرینی فرهنگ مبنای بازآفرینی هنرمبنا^۲ جایگاهی ویژه پیدا کرده است (رنجبر، ۱۳۹۵). امروز هنرهای عمومی به‌عنوان یکی از کم‌هزینه‌ترین، و در عین حال مؤثرترین و البته حساس‌ترین ابزارها برای تولید مطلوب‌تر فضاهای شهری نقشی ویژه یافته‌اند. این هنرها همان‌طور که از نامشان بر می‌آید از دل کوچه و خیابان‌های شهر رشد می‌کنند، به بلوغ می‌رسند، خود را به نمایش می‌گذارند و بر فضاهای شهری و استفاده‌کنندگان آنها تأثیر می‌گذارند. به قول رسا (۲۰۰۵) «هنر عمومی متعلق به گروه خاصی از شهروندان در هنر معاصر نبوده، (عمومیت دارد) و موقعیتش در فضای باز شهری قرار دارد.» این نوع هنر اساساً بیشتر از آنکه کارکردی کالبدی-فرمال داشته باشند، نقشی اجتماعی-فرهنگی دارد، علاوه بر آن ریشه در گذشته فرهنگی جوامع انسانی داشته و در طول زمان قوام می‌یابد. هنر عمومی راهی برای فهم ارزشهای گذشته و امروز و به نوعی تاریخچه شهرهاست (رستمی و دیگران، ۱۳۹۶: ۵۶). نمونه‌ای از این هنر در ایران دورگردی، تعزیه و معرکه‌گیری است.

هنر عمومی که با نام هنر خیابانی نیز از آن یاد می‌شود، انواع و ابعاد گوناگونی دارد که معمولاً متناسب با زمینه شهری در قالب یک طرح جامع منسجم بدان‌ها نگریسته می‌شود. دیوارنگاری نیز یکی از انواع هنرهای عمومی است که نقش مهمی در ارتقای کیفیت فضاهای عمومی در شهر می‌تواند داشته باشد. این پژوهش به دنبال اخذ و ارزیابی ترجیحات مردم از وضع کلی دیوارنگاره‌های شهری به مثابه یک نوع هنر عمومی در شهر قزوین است. بدین منظور پس از مرور مبانی نظری متاخر در حوزه دیوارنگاری بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای، به پیمایش و مصاحبه با شهروندان و تحلیل نتایج آن پرداخته می‌شود. سپس بر اساس تفسیر داده‌ها و با رویکردی مسئله‌محور راهبردهایی معطوف به ارتقای کیفی فضاهای شهری با بهره‌گیری از دیوارنگاری در قزوین تدوین می‌گردد.

۲. مبانی نظری

۱- هنر عمومی

واژگان متعددی همانند هنر عمومی یا هنر همگانی، هنر شهری^۳، هنر خیابانی^۴ و امثالهم برای بیان هنر در شهر مصطح هستند. بررسی اولیه‌ای نشان می‌دهد که اصطلاح هنر خیابانی بیشتر به هنرهای غیررسمی هم‌چون گرافیتی پرداخته و جامعیت لازم در بررسی گونه‌های مختلف هنر شهری را ندارد. دو اصطلاح دیگر از لحاظ مفهومی به هم نزدیک بوده که در ادبیات و متون شهرسازی جایگاه اصطلاح هنر همگانی یا عمومی پرننگ‌تر است؛ در واقع اصطلاح عمومی را می‌توان به عرصه عمومی شهر تعبیر کرد که عموم شهروندان را نیز در بر می‌گیرد.

هنر عمومی به هر نوع اثر هنری گفته می‌شود که توسط هنرمندی اجرا شده و در یک محیط عمومی قرار داده شده باشد. این اثر هنری می‌تواند شامل یک برج بلند مرتبه با طرح‌های هنری باشد و یا کفپوش محیطی باشد که شهروندان هر روز از آن عبور می‌کنند. همچنین این اثر هنری می‌تواند قالب‌گیری شده، کنده‌کاری شده، ساخته شده، ترکیب شده، اجرا شده یا نقاشی شده هم باشد. نکته حائز اهمیت اینکه هنر عمومی به هر شکلی که باشد باید در فضای عمومی جلب توجه کند. یک هنر عمومی خوب می‌تواند (TRADE, 2000):

1 Public Art

2 Art-led Regeneration

3 Urban Art

4 Street Art

- آگاهی شهروندان را بالا ببرد.

- فرضیات شکل گرفته در جامعه را زیر سؤال ببرد.

- یک چشم انداز را دگرگون و متحول سازد.

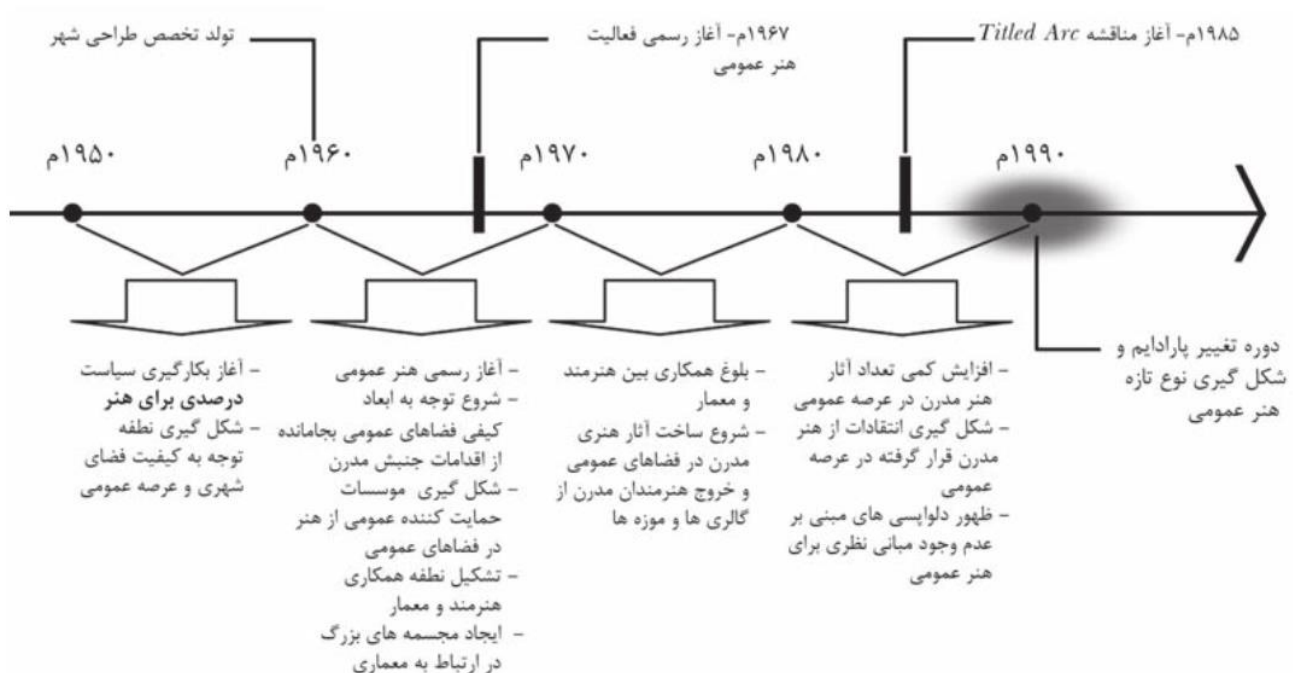
- ارزش‌های یک جامعه را بیان کند.

و به همین دلایل است که هنر عمومی این قدرت را دارد که در طول زمان‌های متمادی تصاویر و ارزشهای یک شهر را دگرگون سازد (Croydon Council, 2006). این نوع هنر به هویت‌بخشی جامعه و ساختن تصویری منحصر به فرد از شخصیت جامعه کمک شایانی می‌کند.

عبارت «هنر عمومی» و یا به تازگی «هنر در اماکن عمومی»^۵ برای شرح فعالیت‌هایی استفاده می‌شود که ورای آنچه در موزه‌ها و گالری‌ها موجود است، دیده می‌شود. هنر در اماکن عمومی به هر گونه فعالیت هنری اشاره می‌کند که برای مقصودی خاص در قلمروهای عمومی معمولاً در بیرون از محیط‌های بسته و قابل دسترس برای همه طراحی و اجرا می‌گردد. از آنجایی که هنر عمومی کیفیت ساختمان‌ها و قلمروی عمومی را بالا می‌برد و یک نقش اصلی در فرآیند توسعه ایفا می‌کند، باید به آن اهمیت زیادی داده و مورد تشویق واقع شود. به‌علاوه می‌توان گفت که هنر عمومی نتیجه‌ی همکاری و باز شدن فضا بین هنرمندان، معماران، معماران منظر، مهندسان، برنامه‌ریزان و طراحان شهری و عموم مردم است. در هنر عمومی هر رویکردی که اتخاذ شود، هدف تولید آثار هنری است که سبب افزایش هویت‌مندی و حس مکان و در نهایت ارتقای ارزش محیط خواهد بود.

راه‌های متعددی برای اجرای هنر عمومی وجود دارد، اما چند معیار اساسی عبارتند از:

- توسط یا به کمک هنرمندان غیر آماتور به انجام رسیده باشد.
- برای عموم مردم آشکار و قابل رؤیت باشد.
- در قلمروی عمومی واقع شده باشد (مثل پارک و خیابان) یا اینکه از تلفیق یک ساختمان و فضا تکوین یافته و ترکیبی هنری در طرح ایجاد شده باشد (Vale of Glamorgan Council, 2018).



شکل ۱: سیر تحول مفهوم هنر عمومی و تغییر پارادایم آن از دهه ۹۰ (علی‌الحسابی و مرادی، ۱۳۸۸)

نمونه‌هایی از هنرهای عمومی عبارتند از: مجسمه‌سازی، دیوارنگاری، موزائیک‌کاری، ترکیبات آب و شیشه، منظره‌سازی، سنگفرش‌های طراحی شده، فعالیت‌های صوتی تصویری، رویدادهای شهری، نمایش‌ها و نمایشگاه‌های موقتی، یادمان‌های مرتبط با مناسبت‌های ملی و محلی، جزئیات ویژه ساختمان. از دهه ۹۰ میلادی به بعد، عملاً نوعی تغییر پارادایم در فهم هنر عمومی ایجاد شد به نحوی که نقش آن از نوسازی محیط کالبدی به ارتقای جامعه؛ از بهبود کیفیت‌های زیباشناختی به مشارکت در افزایش کیفیت زندگی، و از مفهومی نخبه‌گرا به انگاره‌ای مردمی و محلی تغییر یافت (Kwon, 2004 و علی‌الحسابی و مرادی، ۱۳۸۸). شکل ۱ مویید این تغییر پارادایم است.

این تغییر نگاه به هنر عمومی که از دهه ۹۰ میلادی آغاز شد، عملاً در قرن بیست و یکم نیز ادامه داشته و قوت بیشتری یافته است. می‌توان گفت امروز هنر شهری به عاملی برای بازآفرینی شهری فرهنگ‌مبنا تبدیل شده است. نقش هنر عمومی برای ارتقای کیفیت زندگی در بافت‌ها و فضاهای شهری مسئله‌دار اثرگذار، مهم و کاربردی است. رنجبر (۱۳۹۵) سه دوره/رویکرد را برای تحول مفهومی هنر عمومی بر می‌شمرد:

- «هنر در مکان‌های عمومی»: که بیشتر ناظر بر قرار دادن آثار هنری در فضاهای شهری است.
 - «هنر همانند فضای عمومی»: که توسط مجسمه‌های شهری طراح محور معرفی شد. این آثار به‌عنوان مبلمان خیابانی، اجزای معمارانه ساختمان یا المان‌های منظرسازی در محیط طبیعی ارائه شدند.
 - «هنر مردم‌محور»: که در پیوند با نمایش موضوعات اجتماعی و سیاسی و تشویق به همکاری‌های اجتماعی قرار می‌گیرد.
- این تحول نگاه به مفهوم و کارکرد هنر عمومی، حضور بیشتر مردم در فرآیند تولید آثار، فعالیت‌ها و رویدادهای هنری، تحولات فن-آورانه و مطرح شدن مفهوم خلاقیت در طراحی شهری، سبب شدند هنر عمومی به عنوان ابزاری خلاقانه در ارتقای کیفیت محیط دارای گونه‌های متنوعی شود که با زمینه‌های اولیه خود در دهه ۶۰ میلادی قابل مقایسه نیست (Motoyama & Kazonuri, 2014). شکل‌گیری هنرهای تعاملی، هنرهای مشارکتی و هنرهای دیجیتال، نمونه‌ای از این گونه‌های جدید است (رنجبر، ۱۳۹۵: ۲۶). امروز و در قرن ۲۱ میلادی، هنر عمومی شکلی رسمی و حرفه‌ای یافته که هدف آن آفرینشی خلاق، مسئله‌محور و مبتنی بر ایجاد کنش متقابل با مخاطبان است (Georgica, 2012). هم‌چنین برنامه هنر در معماری^۸ آمریکا این رویکرد که هنر عمومی باید به طور عملی و فیزیکی در دسترس عموم مردم باشد و توسط مردم قابل درک باشد را ترغیب می‌نماید (Knight, 2008). بنابراین برآمده از این نگاه باید به هنر عمومی، بیش و متفاوت از گذشته، به‌عنوان ابزاری برای ارتقای کیفیت فضاهای شهری نگریست.

۱-۱- انواع هنر عمومی

در یک دسته‌بندی کلی هنر عمومی را به سه دسته تقسیم می‌کنند (Borgia & Grede, 2009):

الف) هنرهای تلفیقی^۹: نوعی از هنر که بر روی بناها یا زیرساخت‌ها الصاق می‌شود یا از ابتدا وجود دارد و به عنوان سمتی از نمای آن بنا یا زیرساخت محسوب می‌شود. در این نوع می‌توان به دیوارهای تلفیقی، نرده‌کشی‌های تلفیقی و کفسازی تلفیقی اشاره کرد. انواع دیوارنگاره‌ها و گرافیتی‌ها جزء این دسته هستند.

ب) هنرهای محیطی^{۱۰}: هنرهای محیطی بر روابط دو سویه بین انسان و محیط شهری تأکید دارد و ممکن است برای بیان و رسانیدن مقصود طراح، از مواد طبیعی و چشم اندازهای طبیعی در طرح استفاده شود. استفاده از هنرهای محیطی می‌تواند اکوسیستم آسیب دیده

6 Art-In-Public-Places

7 Art-As-Public-Spaces

8 Art-in-Architecture program (A-i-A)

9 Integral Art

10 Environmental Art

شهرها را احیا کند و یا به سادگی به عنوان اطلاعات تاریخی، اجتماعی و محیطی تعبیر شود. هنرهای نمایشی شامل موسیقی خیابانی، نمایش‌های روحی و معرکه‌گیری جز این دسته هستند.

ج) هنرهای منفرد^{۱۱}: معمولاً از آثار هنری مجسمه‌ای تشکیل شده که در بین راه‌ها، جایی که فضای کافی وجود دارد و مزاحمتی برای رفت و آمد ایجاد نشود قرار می‌گیرد. مجسمه‌های مصنوع و زنده^{۱۲} و بناهای معماری خاص، هنری و شکوهمند از این نوع هستند. بروز بیرونی عزاداری محرم، چهارشنبه سوری و قاشق‌زنی، حاجی‌فیروز، نمایش‌های روحی، مطرب‌های دوره‌ای و عتتری‌ها، و معرکه‌گیری‌ها می‌توانند نمونه‌هایی از هنر عمومی در ایران قدیم تا معاصر باشند.

۲-۱- اصول مترتب بر هنرهای عمومی

طرح جامع هنر عمومی شهر بورلینگتون کانادا، اصول زیر را برای هنرهای عمومی در نظر گرفته است (City of Burlington, 2018):

- زمینه‌ای برای مقاصد اجتماعی: با بالا بردن روابط اجتماعی به سلامت جامعه منجر می‌شود.
- دسترسی آسان به لحاظ مکان‌یابی، موضوع و اجرا برای همه گروه‌های اجتماعی
- تعهد به شایستگی هنری از طریق انتخاب عادلانه آثار واجد کیفیت، هنرمندان و مکان‌های مناسب
- مشارکت مردمی
- همگنی و یکپارچگی با سبک معماری شهر، ادغام شدن در ساختار شهر و جدانبودن از بافت شهری
- تنوع در انتخاب هنرمندان، رسانه‌ها، ابعاد و سبک‌های آثار، رسانه‌های سنتی و فرم‌های تجربی
- تعادل میان آثار مازور و بزرگ مقیاس در سطح نشانه‌های شهری و آثاری در مقیاس محلی
- توزیع به صورت مناسب در سطح شهر

بنابراین می‌توان گفت هنر عمومی، فقط یک خلاقیت هنری نیست، بلکه یک تولید فرهنگی و اجتماعی است که از نیازها و ضرورت‌های فرهنگی و اجتماعی عمومی منشأ می‌گیرد. هنر عمومی وابسته به رابطه متقابلی است که با عموم مردم دارد، رابطه‌ای که مبتنی بر ارزش‌ها و خاطرات مشترک میان مردم است. از این منظر می‌توان از خیابان‌ها به‌عنوان منابع بالقوه برای شهرها نام برد که اگر خالی و متروک بمانند، موجب هراس شهروندان و اگر در آنها جنب و جوش و حیات شهری وجود داشته باشد، موجب جذب مردم برای زندگی در آنها و تبدیلسان به ثروت شهرها خواهد شد.

۳. دیوارنگاره‌های شهری

هر نوع نقاشی که مستقیم بر روی دیوار ترسیم شود یا در جای دیگری کار گردد و سپس روی دیوار نصب شود، نقاشی دیواری گفته می‌شود. تفاوت عمده این نوع نقاشی با نقاشی سه پایه در آن است که نقاشی دیواری در تناسب با معماری و فضای اطراف خود ربط و تناسب پیدا می‌کند (کفشچیان مقدم، ۱۳۸۳). دیوارها و جداره‌ها اولین مؤلفه‌های کالبدی فضاها شهری هستند، پس پتانسیل بالایی برای حمل محتوایی خاص به‌عنوان یک رسانه را دارا هستند. به دیوارنگاری می‌توان به مثابه عام‌ترین، مردمی‌ترین و حتی صمیمی‌ترین هنر عمومی نگریست که قدمتی به اندازه عمر انسان یک‌جانشین دارد. هنری که در طول شبانه روز و یا ماه‌ها و سال‌ها در معرض دید و نقد و بررسی عامه‌ی مردم جامعه قرار می‌گیرد. نقاشی‌های روی دیوار شهر می‌تواند در شهروندان دلبستگی ایجاد کند، می‌تواند خاطره‌های جدیدی را برای ساکنان شهر از دنیای فراموش شده گذشته رقم بزند. این کارکرد اجتماعی دیوارنگاری شاید

11 Stand Alone Art

۱۲. مجسمه‌های زنده، افرادی هستند با ظاهری ویژه و معمولاً یک‌رنگ که ساعت‌ها در فضا بی‌حرکت می‌مانند و با توجه به عدم آمادگی رهگذران، سبب هیجان یا حتی ترس آنها می‌شوند.

مهم‌ترین ویژگی آن باشد که تأثیرات آن در درازمدت می‌تواند نمایان شود. امروزه دیوارنگاری از حیث ایجاد تأثیرات قدرتمند بصری و آفرینش حس و حال خاص برای فضا و هماهنگی در فرم و ریتم جایگاه مهمی در زیباسازی شهری یافته است.

۳-۱. تعاریف دیوارنگاری

واژه‌ی دیوارنگاری که در فرهنگ‌های مختلف از جمله ایتالیایی Mural Pittora، انگلیسی Wall Painting و فرانسوی Peinture Mura نامیده می‌شود، این‌طور معرفی می‌گردد: هر نقاشی که مستقیم بر روی دیوار ترسیم شود و یا در جای دیگری کار گردد و سپس روی دیوار نصب شود را دیوارنگاری گویند و تفاوت عمده‌ی این نقاشی با نقاشی سه پایه‌ای در این است که دیوارنگاری در هماهنگی با معماری و فضای اطراف خود معنا می‌یابد و در بستر شهر قرار می‌گیرد. عنوان دیوارنگاری به چیزی بیش از خلق اثر هنری در ابعاد بزرگ، به جای بوم یا سطح چوبی و اینکه صرفاً بر دیوار انجام شده، دلالت دارد. این عنوان در عین حال به خصلتی ویژه یا بهتر بگوییم به حسی خاص که ضرورت‌های فنی و زیباشناسانه‌ای را طرح می‌نماید نیز اشاره دارد، چرا که مکان دائمی اثر، پاره‌ای جداناپذیر و بنیادین از ساختمان محسوب می‌گردد. موارد فنی که در دیوارنگاری مطرح است، از جهاتی با نقاشی سه پایه شبیه است. لیکن در برخی زمینه‌ها تفاوت‌های اصولی نیز به چشم می‌خورد (حسامی، ۱۳۸۸). دیوارنگاری در زبان فارسی «نقاشی دیواری» نیز گفته می‌شود که واژه اول در ادبیات علمی مرسوم تر به نظر می‌رسد.

۳-۲. دیوارنگاری و ارتباط آن با فضای شهری

جان لنگ (۱۳۹۵) معتقد است «هویت یافتن یک اثر دیواری با معانی نمادین محیط، احساس تعلق مردم را نسبت به آن مکان افزایش می‌دهد». این مبنا پایه مهمی برای فهم کارکردهای دیوارنگاری به عنوان یک هنر عمومی در ارتقای حس مکان در فضاهای شهری است. از نمونه‌های کهن این نقش در ایجاد حس مکان می‌توان به مساجد ایرانی (خصوصاً دوره صفوی) اشاره کرد. در مساجد ایرانی با تأکید بر عینیت بخشیدن به روح معنوی مکان، مجموعه‌ای از اصول و ضوابط ملموس (اعم از شکل، رنگ، مصالح، نقش) در سازماندهی کالبد مسجد به‌کارگرفته شده است. محصولش مکانی معنادار با هویتی روشن، خوانا و به‌یادماندنی است که به راحتی توسط مخاطب ادراک می‌شود (تولایی و پدوند، ۱۳۷۸: ۴۲ به نقل از کشیر و کفشچیان مقدم، ۱۳۹۹). موارد مهمی که در دیوارنگاری، با توجه به مکانی که متعلق بدان جاست، می‌بایست مدنظر قرار گیرد، اینطور به نظر می‌رسد:

(۱) ماهیت ساختمان و نوع کاربری ساختمانی که دیوارنگاری برای آنجا تهیه می‌شود.

(۲) سبک و معماری حاکم و آشکار بنا

(۳) رنگ دیوار و مصالح استفاده شده در بنا

(۴) ابعاد و مکان دیوارنگاری و همچنین فواصل نسبی متغیر بینندگان تا دیوار

(۵) جهت و مقدار نور و نسبت آن با رنگ‌های نقاشی و همچنین کیفیت نور از نظر طبیعی یا مصنوعی بودن

باید اذعان داشت که یک اثر دیواری را بدون در نظر گرفتن ویژگی محل اجرا هرگز نمی‌توان تصور و اجرایی نمود. مثلاً اگر قرار باشد اثری در یک ساختمان به اتمام رسیده انجام شود، باید به‌گونه‌ای طراحی گردد که با طراحی فضای ساختمان هماهنگ باشد و این تصور پدید نیاید که نقاشی بدون هدف به تصویر کشیده شده است. در نظر گرفتن موارد فوق به همراه بسیاری موضوعات دیگر امکان می‌دهد که دیوارنگاری حائز معیارهای زیباشناختی تلقی گردد. برای مثال در یک مکان مذهبی که سبک معماری آن گوتیک یا بیزانس است، دیوارنگاری در آنجا بهتر است حاوی فرم‌ها و رنگ‌های متناسب با آن سبک‌ها بوده و واجد ویژگی‌های مذهبی بنا باشد. یا طرحی که برای دیواره یک کتابخانه که فضای آرام بخشی است، انتخاب می‌شود، طبیعتاً برای دیواره یک ورزشگاه که تحرک و جنبش در آن زیاد است مناسب نخواهد بود. در واقع نقاش نه تنها وجوه مشترک طرح خود را در ارتباط با فضا و مکان دیوار مورد نظر در موضوع

می‌کاود، بلکه اساس کار خود را در طرح و ترکیب‌بندی‌اش، بر خصصت‌های انتزاعی آن در هماهنگی با فضا و مکان، مورد نظر قرار می‌دهد (Granger, 1934). تولید یک دیوارنگاره مستلزم رعایت اصول فنی‌ای مانند تکنیک‌های اجرا، عوامل مخرب، ویژگی‌های دیوار و غیره است که پرداختن به آنها در حیطه این نوشتار نیست.

همچنین دیوارنگاری می‌تواند از ساختار چندفرهنگی یا چندهویت‌ی شهر به‌عنوان فرصتی برای تنوع بخشی محیط استفاده کرده و هر یک از عناصر فرهنگ‌های موجود را به میزان وزن اجتماعی شان به‌صورت عناصری هم‌راستا به‌کار گیرد. برنامه‌های فرهنگی و هنری و ساماندهی فضاها و طرح‌های فرهنگی شهری نیز باید مبتنی بر هویت متنوع و به‌روز شونده شهر باشد (زنگی و احمدی، ۱۳۹۵). شکل ۲ کارکردهای متنوع دیوارنگاری مؤثر بر کیفیت فضاها و منظر شهری را ارائه می‌دهد:



شکل ۲: کارکردهای متنوع دیوارنگاری در منظر شهری (زنگی، ۱۳۹۵: ۴۶)

۳-۳. انواع دیوارنگاری از لحاظ محتوا

نقاشی‌های دیواری موجود را می‌توان در یک دسته‌بندی کلی به صورت زیر تشخیص داد:

دیوارنگاری رسمی: یا قانونی و به عبارت دیگر با ضابطه هستند که بیش از همه می‌توانند شامل گونه‌های زیر باشند:

الف) نقاشی با نور: این نوع نقاشی را فقط شب‌ها می‌توان تماشا کرد. استفاده از نور در زیباسازی سازه‌های شهری، آلودگی بصری کمتری ایجاد می‌کند و از آنجا که فرم آن ثابت نیست و می‌توان تنوع زیادی داشته باشد، هرگز کهنه نمی‌شود و چشم‌ها به آن عادت نمی‌کند. از آن گذشته نور ترکیب خشن و نامتجانس سازه‌ها را می‌گیرد و به آنها نوعی شکوه و ابهت خصوصاً در یک زمینه تاریخی می‌دهد. این نوع دیوارنگاری در ترکیب با تکنیک جدید ویدئو مپینگ^{۱۳} (نورپردازی سه‌بعدی) که در آن برنامه‌های چندرسانه‌ای تصویر و صدا بر پیکره بناهای شاخص اجرا می‌شود و معمولاً گروه مخاطبی نیز در فضا استقرار دارند، فهمیده می‌شود.

ب) نقاشی‌های سه‌بعدی یا متریال‌های برجسته: امروزه نقاشی‌های سه‌بعدی به یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عناصر تزئینی فضاهای شهری در شهرهای دنیا تبدیل شده‌اند. این‌گونه نقاشی‌ها سبب ایجاد پیچیدگی بصری و معنایی در فضای شهری شده و هم‌چنین سبب جذب گردشگر نیز شده‌اند. هم‌چنین مصالح برجسته (مثل کاشی) یا طرح‌های برجسته عمدتاً بتنی نیز گونه‌های مرتبط با این دسته در نظر گرفته می‌شود.

ج) نقاشی از چهره شخصیت‌ها: مکزیکی‌ها با کشاندن چهره قهرمانان جنگ‌های داخلی و نیز سلسله جنگ‌های آزادی خود بر روی دیوارها یاد آنها را زنده نگه می‌داشتند که این موضوع سبب ایجاد سبک جدیدی گردید. نقاشی دیواری به لحاظ نوع ارتباطش با توده مردم، محملی برای نقاشی انقلاب است. البته لازم است از تکنیک‌ها و طرح‌های هنرمندانه و به روز استفاده شود، تا سبب برانگیختن واکنش‌های منفی درونی و بیرونی نگردد. این نوع نقاشی دیواری اکنون در بسیاری از کشورهای دنیا، خصوصاً کشورهای کمونیستی و هم‌چنین ایران پس از انقلاب (برای نمایش چهره شهدا و رهبران) پرکاربرد است.

د) دیوار نوشته: استفاده از خط و تایپوگرافی برای نگارش جملات، اشعار و آیات قرآن خصوصاً در ایران نوعی سبک در نقاشی دیواری است. لیکن به نظر می‌رسد به‌رغم اهمیت و تقدس این موضوع، تاکنون در انتقال پیام و معنا چندان موفق نبوده است. دیوارنگاری غیررسمی (گرافیتی): لغت گرافیتی از زبان ایتالیایی مشتق شده است که به معنی اثرگذاری سریع یا خط خطی است و ممکن است اصل این واژه به گرافایر (نوشتن با قلم فلزی) در لاتین عامیانه بازگردد. گرافیتی بخشی از هنرهای عمومی و نیز از عناصر فرهنگ هیپ‌هاپ^{۱۴} به‌شمار می‌آید. منظور آن بخش از گرافیک است که در کوچه و خیابان و سطح شهر با آن برخورد می‌کنیم. این نوع هنر تاریخچه‌ای کهن و ریشه در سنگ‌نوشته‌های تاریخی غارها دارد. در قرن بیستم و کمابیش هم‌زمان با جنگ جهانی دوم، مشاهده نام و نشان گروه‌ها بر روی دیوار تبدیل به امری عادی شد. در برخی مواقع این نوع دیوارنویسی بسیار دقیق و هنرمندانه اجرا می‌شود و سبک‌های مختلفی به خود می‌گیرد. برخی از این آثار معنای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی دارند که حتی با استفاده از افشانه بر روی دیوار، ساختمان و قطارها رسم می‌شوند. برای مثال دیوار برلین لبریز از این نوع دیوارنگاری بوده است (Hornby, 2006). گرافیتی‌ها اغلب با انگیزه‌ای شخصی روی در و دیوار شهرها و اماکن عمومی کشده می‌شود. این کار تقریباً در همه جای دنیا با منع قانونی مواجه است.

البته باید توجه کرد گرافیتی صرفاً نوعی نقاشی دیواری از سر بیهودگی یا بیکاری نیست، بلکه می‌تواند به عنوان یک شیوه بیان رادیکال و سیاسی در جامعه نقش ایفا کند. از دیگر سو، گرافیتی می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای بیان اعتراض خرده فرهنگ‌ها علیه اقتدار حاکم نیز عمل کند. از دیگر سو نباید از یاد برد که در بسیاری از کشورها، به‌ویژه کشورهایی با حکومت‌های اقتدارگرا، گرافیتی کاملاً غیرقانونی محسوب می‌شود و از این‌رو جایی در محافل رسمی یا عمومی ندارد. بنابراین، بسته به زمینه‌های سیاسی و اجتماعی هنرمندان گرافیتی‌گرایش‌های سیاسی بسیار متنوع و متعارض از خود نشان داده‌اند (کوثری، ۱۳۸۷).

در غرب گرافیتی با توجه به تاریخچه مبسوط خود، جایگاه ویژه‌ای دارد، اما این نوع دیوارنگاری در خاورمیانه کم‌کم در حال دست و پا کردن جایی برای خود است. ده‌ها گرافیتی را می‌توان بر دیوارهای شهرهای مهم امارات متحده عربی مشاهده کرد. حصار کرانه باختری در سرزمین‌های اشغالی فلسطین مکان محبوبی برای گرافیتی است و خاطره دیوار برلین را زنده کرده است. چاپ مقاله‌ای در نشریه همشهری که با چاپ آثار هنرمندی با نام مستعار A1One بر روی دیوارهای تهران همراه بود، گواه بر گسترش آن در ایران نیز است (اسماعیل‌پور، ۱۳۹۴). به‌طور کلی شهرهای ایران خصوصاً بعد از ده هشتاد شمسی بیش از آنکه تحت تأثیر گرافیتی ناشی از خرده‌فرهنگ‌های عامه قرار گرفته باشند، تحت سیطره بیلبردها و رسانه‌ها تبلیغاتی قرار گرفته‌اند (Reshad, 2006) که این خود موضوع پژوهش‌های بیشتر است.

۴-۳. سیر دیوارنگاری شهری در ایران معاصر قبل از انقلاب اسلامی

مجموعه شرایط سیاسی و فرهنگی که در دوره قاجار به وجود آمده بود، منجر به شکل‌گیری طیفی از دیوارنگاری در فضاها و اماکن مجلل، و هم‌چنین نقاشی پرده‌ای قهوه‌خانه‌ای در اماکن عمومی و مردمی گردید. شاید بتوان نقاشی پرده‌ای قهوه‌خانه‌ای را به علت جنبه روایی و کاربرد مردمی آن در فضاهای باز و معابر عمومی، یکی از مشتقات هنر دیوارنگاری دانست. این نقاشی‌ها آکنده از آمال و علائق ملی و اعتقادات مذهبی لایه‌های میانی جامعه شهری بود که توسط داستان‌های حماسی-مذهبی خود را بیان می‌کرد. تأثیر مضامین نقاشی پرده‌ای قهوه‌خانه را بر دیوارنگاری‌هایی که عمدتاً با تکنیک کاشی هفت رنگ در دوره قاجار انجام می‌شد به وفور می‌توان دید. در دوره پهلوی و متأثر از روند مدرنیزاسیون حاکمیت و گسترش وسایل ارتباط جمعی مانند رادیو و تلویزیون و هم‌چنین آگاهی هنرمند نقاش ایرانی از تحولات نقاشی اروپایی و از طرفی تغییراتی که در معماری و بافت فضاهای جدید شهری در شرف تکوین بود، اولاً موجب انحطاط نقاشی پرده‌ای قهوه‌خانه‌ای گردید و ثانیاً زمینه را برای شروع دیوارنگاری با دیدی گسترده‌تر فراهم نمود. بازتاب این تغییرات بر دیوارنگاری قبل از انقلاب در آثار هنرمندانی چون محمد حسین شیدل و مسعود عربشاهی به خوبی قابل فهم است (حیدرزاده، ۱۳۸۰). در این دوره به نظر می‌رسد روح حاکم بر دیوارنگاری شهری، استفاده از آن به مثابه رسانه‌ای حکومتی و سیاسی و بیشتر در نظامی آمرانه باشد. به گفته مظفری‌خواه و کفشچیان مقدم (۱۳۹۱) در دیوارنگاری دوره پهلوی چهار رویکرد عمده مطرح بود که به واسطه ساختار بصری، موضوعی و شیوه اجرا تفکیک‌پذیرند: دیوارنگاری رسمی، دیوارنگاری باستانی، دیوارنگاری نوگرا و دیوارنگاری تبلیغی-تجاری.

بعد از انقلاب اسلامی

در سال‌های منتهی به پیروزی انقلاب دیوارنگاری عملاً به صورت دیوارنوشته‌های اعتراضی بروز یافت کخ به عنوان نوعی گرافیتی می‌توان آن را دسته‌بندی کرد. سپس در سال‌های اول پیروزی انقلاب اسلامی، شرایط سیاسی، مذهبی و اجتماعی، شور و شوقی را در بین نقاشان برای طراحی دیوارنگاری در اماکن و به ویژه معابر عمومی و پر از ازدحام شهری با موضوع‌های روز انقلاب به وجود آورد. با این حال بروز نوعی شتاب‌زدگی و شاید الگوبرداری سطحی از مکتب دیوارنگاری انقلابی مکزیکی سبب شد تا این جریان نتواند به زبانی نو متناسب با مضامین و محتوای آثارشان دست‌یابد. این روند در دوران جنگ تحمیلی کمابیش ادامه یافت با این تفاوت که محور آثار عموماً جهاد و شهادت و عموماً با سبکی واقع‌گرایانه و بدون ابعاد هنری ویژه بود. به عقیده خونساری (۱۳۹۵) ویژگی اصلی نقاشی‌های دیواری واقع‌گرا مقبولیت اجتماعی آنها بود.

از سوی دیگر نبود نهادهای متولی برای نهادینه کردن قانون‌ها و تصویب و نظارت بر طرح‌ها نیز قابل تأمل است. بعد از اتمام جنگ شهرداری‌ها با سرعت شروع به تغییر دادن چهره‌ی شهر کردند و این سرعت باعث شد متولیان اجرای نقاشی‌های دیواری شهدا عملاً بدون برنامه‌ای مدون و با نوعی شتاب‌زدگی بر تعداد آثار انجام شده، اضافه نمایند. در این سال‌ها سپاه پاسداران و بنیاد حفظ آثار و ارزش‌های امام خمینی 0 و بنیادهای مستضعفان و جانبازان نیز وارد این میدان شدند. این روند تا سال ۷۰ ادامه داشت، در همین زمان بخش‌نامه‌هایی برای جلوگیری از اجرای آثار غیر کارشناسی صادر شد و فیلتر گذاری‌هایی انجام شد، اما روند قبلی هم‌چنان ادامه داشت (پایگاه اطلاع‌رسانی فرهنگ ایثار و شهادت). دیوارنگاری‌های پس از جنگ را در سه دسته تزئینی-منظره‌سازی، تصاویر شهدا و دیوارنوشته می‌توان دسته‌بندی کرد (کفشچیان مقدم، ۱۳۸۸).

در سال ۱۳۷۷ با راه‌اندازی قطار شهری تهران و حومه، آثار دیواری فراوانی بر دیواره‌های ایستگاه‌ها توسط هنرمندان نقاش، سفالگر و مجسمه‌ساز ایجاد گردید. این حرکت توجه وافر هنرمندان و شهروندان به اهمیت هنر دیوارنگاری و تأثیر گسترده‌ی آن بر زندگی شهری را به دنبال داشت. این دوره را می‌توان آغازی بر اتخاذ رویکردهای فرهنگی-اجتماعی و ارائه آثار قوی‌تر و بر مبنای ویژگی‌های

زمینه‌ای و محلی ارزیابی کرد. کفشچیان مقدم (همان) آثار دوره دوم بعد از جنگ را در چهار دسته زیر طبقه‌بندی می‌نماید: رویکرد فرهنگی و اجتماعی و ملی و مذهبی، رویکرد تزیینی، رویکرد بهینه‌سازی فضای بصری، و رویکرد تبلیغاتی-تجاری.

در سال‌های اخیر در عرصه دیوارنگاری شاهد بروز استعدادهای نو مایه‌ای هستیم که به اهمیت و لزوم شکل‌گیری جدی‌تر و آگاهانه‌تر دیوارنگاری و توسعه‌ی آن در جامعه‌ی کنونی دست یافته‌اند. مهم این است که این دسته از نقاشان، هم شناخت وسیع‌تری از تکنیک‌های اصولی و پایدار گذشته و امروز دیوارنگاری به دست آورده‌اند و هم اینکه از دستاوردهای باارزش نقاشی معاصر جهان غافل نمانده و نیز بی‌توجه به ارزش‌های بنیادی نقاشی قدیم ایرانی نمی‌باشند.

با این وصف، دیوارنگاری معاصر ایران، با تمام تلاش‌های ناپیوسته هنرمندان و دست‌اندرکاران این رشته‌ی هنری، در مجموع به یک سبک و شیوه‌ی منسجم که بیانگر روح و اندیشه‌ی ایرانی در چهارچوب ادراک معاصر باشد نرسیده است. اداره نقاشی دیواری و گرافیک شهری تهران در سال ۱۳۸۰ راه‌اندازی شد، تا شاید بتواند با هماهنگ کردن فعالیت‌های هنری چهره شهر را یک دست و هماهنگ کند. این اداره در شهرداری بسیاری از شهرها نیز امروز وجود دارد (پایگاه خبر آنلاین، ۱۳۸۸). هم‌چنین تأسیس سازمان‌های زیباسازی در شهرداری‌های کشور بار مهمی از برنامه‌ریزی و تصمیم‌سازی برای تولید و اجرای آثار مناسب را در کشور بر عهده گرفت و به اتخاذ رویکردهای اصولی و مسئله‌محور کمک مؤثری نمود و چشم‌اندازهای جدیدی را در ارتقای کیفیت سیمای شهر و فضاهای شهری بر عهده گرفت.



شکل ۳: سیر تحول دیوارنگاری شهری در ایران معاصر

۴. پیشینه پژوهش

در این بخش به بررسی مروری و مقایسه‌ای مقالات پژوهشی صورت گرفته در حوزه دیوارنگاری شهری با رویکردهایی مشابه پژوهش حاضر از قبیل رضایت‌مندی، اثرگذاری، نظام ادراکی، آسیب‌شناسی (مردمی یا تخصصی)، اثرگذاری بر شهروندان و امثالهم پرداخته شده است. غالب این مطالعات که تعداد آنها چندان پر تعداد هم نیست نوعاً به دنبال ارزیابی موفقیت دیوارنگاری‌های شهری بر اساس ادراک و قضاوت کاربران و شهروندان هستند. جدول زیر به این امر می‌پردازد:

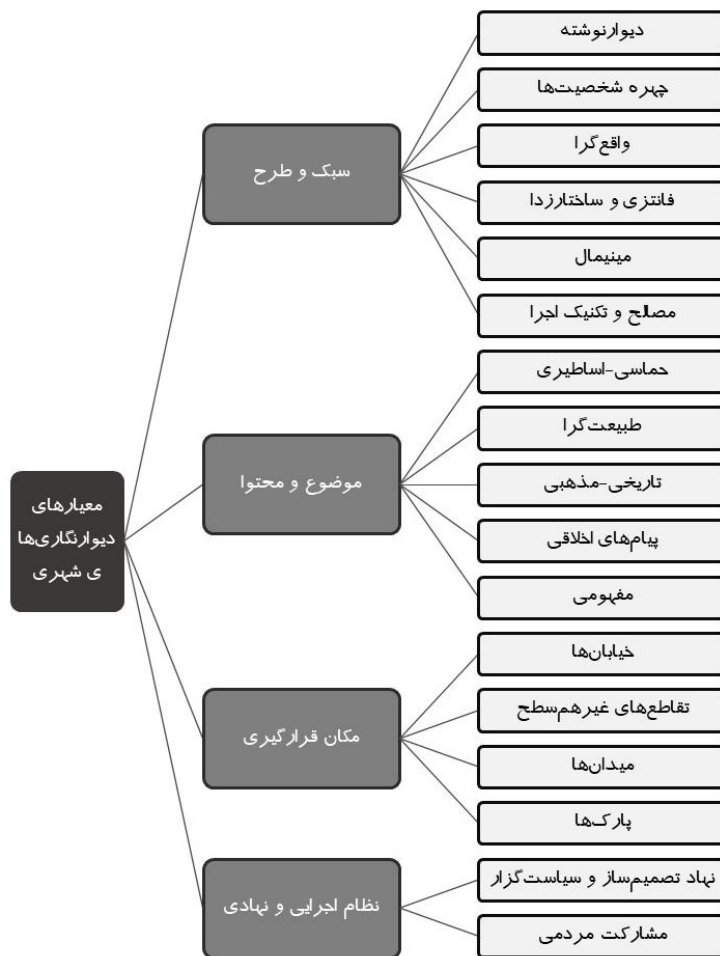
جدول ۱: مطالعات متاخر مشابه با موضوع پژوهش

عنوان	سال	روش	اهم نتایج
آسیب‌شناسی نقاشی‌های دیواری همدان از منظر شهری	۱۳۹۳	توصیفی-تحلیلی ارزیابی براساس چهارمعیار: • فضای فرهنگی و جغرافیایی شهر • جنس مخاطب از حیث کیفی و کمی	ارائه راهکارهایی برای کاهش آلودگی بصری شامل بهره‌مندی از متخصصان هنر، اجتناب از قضاوت‌های غیر فنی و توجه به موقعیت و فرم و مضمون

	<ul style="list-style-type: none"> • ارتباط اثر با بستر پیرامون • استخدام تصویر در خدمت هدف و موضوع 	
<p>تحلیل تفاوت‌های نقاشی‌دیواری‌های میدان‌ها و خیابان‌ها از حیث معیارهای سه‌گانه</p>	<p>تحلیلی-توصیفی اخذ نظر مردم و نخبگان برای وزن‌دهی به معیارهای سه‌گانه: <ul style="list-style-type: none"> • ساختار بصری • معماری بنا-محیط • موقعیت استقرار </p>	<p>خوانش بصری گرافیک محیطی در فضاهای شهری با تاکید بر نقاشی دیواری، نمونه موردی: تهران</p> <p>۱۳۹۶</p>
<p>عدم موفقیت نسبی دیوارنگاری‌های معاصر تهران نسبت به سلیقه و نظر جامعه</p>	<p>پیمایشی مطالعه دو عامل زیر توسط پرسش‌نامه مردمی: <ul style="list-style-type: none"> • ساختار بصری • مضمون و محتوا در دیوارنگاری‌های تهران</p>	<p>ارزیابی دیوارنگاری معاصر تهران از دیدگاه مخاطب</p> <p>۱۳۸۹</p>
<p>محبوبیت بیشتر به ترتیب رویکردهای انتزاعی، شبیه‌سازی و یادمانی در میان مردم</p>	<p>پیمایشی ارزیابی توفیق سه سبک دیوارنگاری: <ul style="list-style-type: none"> • یادمانی • انتزاعی • شبیه‌سازی </p>	<p>ارزیابی اثرگذاری نقاشی‌های دیواری معاصر تهران بر شهروندان</p> <p>۱۳۹۷</p>
<p>تأثیر بیشتر هنرهای ثابت و هنرهای بصری بر ارتقای مطلوبیت ایستگاه‌های مترو برای مردم</p>	<p>تحلیلی مقایسه دو ایستگاه ه متروی تجریش و ولیعصر از حیث میزان رضایت مردم از هنرهای عمومی به کار رفته در آنها</p>	<p>بررسی نقش هنرهای عمومی در مطلوبیت ایستگاه‌های متروی تهران</p> <p>۱۳۹۵</p>

برآمده از مطالعات اسنادی-کتابخانه‌ای در بخش مبانی نظری و پیشینه که ناظر بر ویژگی‌های مهم دیوارنگاری و نسبت آن با فضای شهری بود، لازم است معیارهای کلیدی موثر بر سنجش کیفیت دیوارنگاری، که ترجیحات مردمی برای آن می‌تواند برای متخصصین و تصمیم‌سازان کمک‌کننده و راهنما باشد، استخراج گردد. در این پژوهش معیارهایی که در تصویر ۴ نشان داده شده است، تشخیص داده شد.

در گام بعدی این چهار معیار در شهر قزوین مورد پیمایش قرار گرفته و بر مبنای آن راهبردهای برنامه‌ریزی و طراحی ارائه خواهد شد.



شکل ۴: مولفه‌ها و سنجه‌های دیوارنگاری شهری مرتبط با ترجیحات مردمی

۵. روش‌شناسی پژوهش

به نظر می‌رسد تأثیر تهران بر سایر شهرهای کشور از حیث سیر نشر سبک‌های تازه در دیوارنگاری قابل انکار نیست. دیوارنگاری شهری در قزوین، خصوصاً پس از انقلاب، تقریباً همان سیری را طی کرده که در تهران شاهد آن بوده‌ایم. ورود سبک‌های جدید به قزوین، به وضوح از دیوارنگاره‌های شهری تهران، البته با چند سال تأخیر، قابل ردیابی است. به‌طور مثال کاشی‌نگاره‌هایی که اکنون مورد توجه سازمان زیباسازی شهر قزوین قرار دارد، سال‌ها است که بر دیوارهای تهران نقش بسته‌اند.

در این مقاله که از حیث هدف نوعی مقاله تجویزی است، از حیث روش مشتمل بر چهار مرحله است: مطالعه اسنادی، پیمایش با استفاده از پرسش‌نامه، تفسیر داده‌ها و در نهایت ارائه یک چارچوب راهبردی طراحی شهری برای دیوارنگاری‌ها در شهر قزوین است. پس از مرحله مطالعات کتابخانه‌ای و تدوین مؤلفه‌ها و سنجه‌های دیوارنگاری‌های شهری لازم است وارد میدان شد. برای رسیدن به فهم دقیق‌تری از وضع موجود نقاشی‌های دیواری شهر قزوین براساس زاویه دید شهروندان و همچنین یافتن ترجیحات و توقعات آنان درباره این هنر عمومی پرسش‌نامه‌ای تدوین گردیده است. این پرسش‌نامه که براساس بخشی از سؤالات این پرسش‌نامه معطوف به هدف نخست و بخشی دیگر معطوف به هدف دوم است. سؤالات این پرسش‌نامه در ۴ بخش با موضوعات زیر، درباره هنر دیوارنگاری طراحی شدند تا مراحل تحلیل با دقت بیشتر طی شود:

۱- پرسش‌های عمومی مرتبط با دیوارنگاری و هنر عمومی

۲- پرسش‌هایی در باره موضوع و محتوای آثار

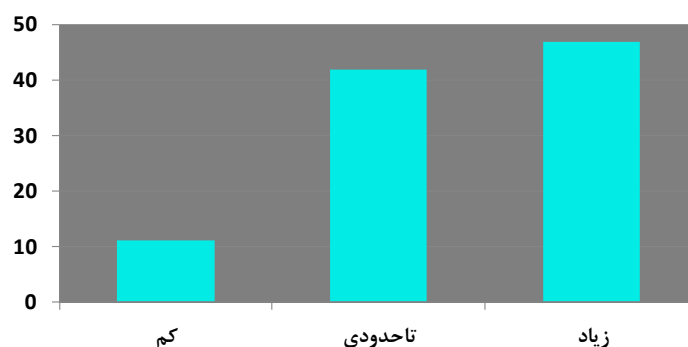
۳- پرسش‌هایی درباره سبک و طرح آثار

۴- پرسش‌هایی درباره مکان قرارگیری آثار

در مقاله حاضر قلمرو موضوعی، زمانی و مکانی به ترتیب حوزه هنر عمومی با تأکید بر دیوارنگاری، تمام دیوارنگاره‌های موجود فارغ از زمان اجرا، و محدوده شهر قزوین است. تکنیک نمونه‌گیری براساس آنچه بلیکی (۱۳۹۸) آورده از نوع احتمالی تک‌مرحله‌ای و به صورت سیستماتیک است بدین معنی که توجه گردید که نسبت پاسخ‌دهندگان زن و مرد برابر باشد. همچنین جامعه آماری شهروندان و عابران پیاده حاضر در معابر و فضاهای شهری قزوین بوده است. پرسش‌نامه از نوع ساخت‌یافته با ۱۲ سؤال در مورد دیوارنگاره‌های قزوین است که مشتمل بر اخذ اطلاعات سن، جنس و تحصیلات نیز می‌باشد. پس از رسیدن به شناختی از وضع موجود بر پایه تحلیل محتوای داده‌های پرسش‌نامه، در گام بعد بر پایه استنتاج و تفسیر داده‌ها و مطابق رویکرد تجویزی پژوهش، اهداف کلان و راهبردهایی برای ارتقای کیفی فضاهای شهری قزوین با تأکید بر دیوارنگاری ارائه می‌شود.

۶. یافته‌ها

بر اساس روش مورگان و هم‌چنین کوکران، برای جامعه آماری یک شهر چندصد هزار نفری تعداد نمونه باید حدود ۳۷۰ باشد. علی‌رغم اشراف به این مهم، ماهیت این پژوهش که به دنبال یک تحلیل کمی صرف مبتنی بر همبستگی متغیرها نیست و داده‌های کیفی را می‌کاود و بر مبنای استنتاج و تفسیر آنها به دنبال ارائه چارچوبی طراحی است، در کنار محدودیت‌های پیمایش میدانی خصوصاً در همه‌گیری کرونا ایجاب می‌کند نمونه کمتری مورد بررسی پرسش‌نامه‌ای قرار گیرد. مضاف اینکه در فرایند اخذ داده‌ها از مردم، هر عضو گروه پرسش‌گر با هر فرد پرسش‌شونده همراه شده و به توضیح بیشتر و رفع ابهامات احتمالی از سؤالات پرداخته است؛ که خود این امر زمان بسیار بیشتری را نسبت به روش‌های معمول پیمایش پرسش‌نامه‌ای مصرف نموده است. بنابراین و برای یافتن پاسخ‌های سؤالات، تعداد ۱۰۰ پرسش‌نامه مطابق توضیحات بخش روش‌شناسی بین مردم در مناطق مختلف شهر، توزیع گردید. البته تأکید بر حوزه‌هایی بود که تراکم دیوارنگاری‌ها در آن بیشتر است. تلاش شد تا عوامل تأثیرگذار دیگر به نحو سنجیده‌ای کنترل شوند. ۵۰ درصد پرسش‌شوندگان مرد و ۵۰ درصد آنان زن بودند. میانگین سنی آنان ۳۷ سال، بدین معنی که پرسش‌شوندگان به ترتیب در بازه سنی جوان، میانسال و نوجوان قرار داشتند. به لحاظ مدرک تحصیلی به ترتیب دارای کارشناسی (۵۲٪)، دیپلم (۱۸٪)، کارشناسی ارشد و دکتری (۱۸٪)، فوق دیپلم (۹٪) و زیردیپلم (۳٪) بودند.



شکل ۵: تاکنون چقدر به نقاشی‌های دیواری شهر قزوین توجه کرده‌اید؟

درصد بالایی از مردم به نقاشی‌های روی دیوارهای شهر توجه کرده بودند اما با این حال در سؤالی که از آنها می‌خواست تا نقاشی دیواری مهمی که در ذهن دارند را نام ببرند، ۵۹٪ پاسخ‌دهندگان نقاشی دیواری خاصی را به خاطر نیاوردند، که این موضوع خود جای تأمل داشته و مسیر طولانی دیوارنگاره‌های قزوین برای خاطره‌انگیزی در ذهن شهروندان را نشان می‌دهد. در ۴۱٪ مابقی، نقاشی‌های دیواری زیر به ترتیب بیشترین تکرار را داشتند:



شکل ۶ و ۷: کاشی‌نگاری تصاویر قزوین قدیم (ضلع جنوب غربی چهارراه نادری)



شکل ۸ و ۹: تصویر قدیمی از سبزه‌میدان (ابتدای خیابان نادری) و کتب نویسندگان قزوینی (خیابان شهید بابایی)

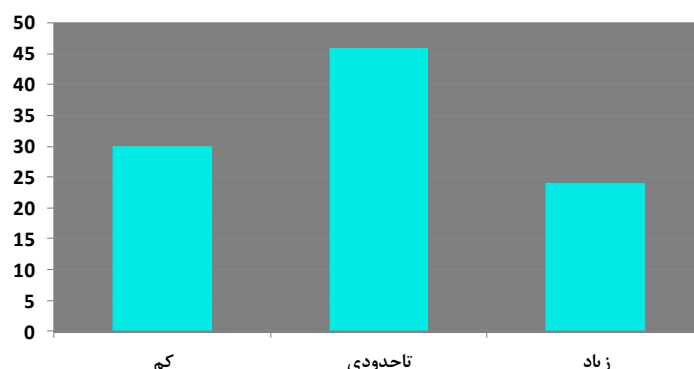


شکل ۱۰ و ۱۱: کاشی‌نگاری خودروهای کلاسیک (چهارراه راهنمایی)



شکل ۱۲ و ۱۳: شهید بابایی (چهارراه ولیعصر) و اماکن قدیمی قزوین (ضلع جنوب غربی فلکه سرداران)

رتبه اول دیوارنگاره چهارراه نادری، نشان می‌دهد که علی‌رغم جدید بودن این اثر هنری، به نظر می‌رسد به دلیل کیفیت بالا و انتخاب مناسب موضوع، سبک و مصالح توانسته در ذهن شهروندان خاطره‌انگیز شده و نقش نشانه‌ای ایفا نماید.



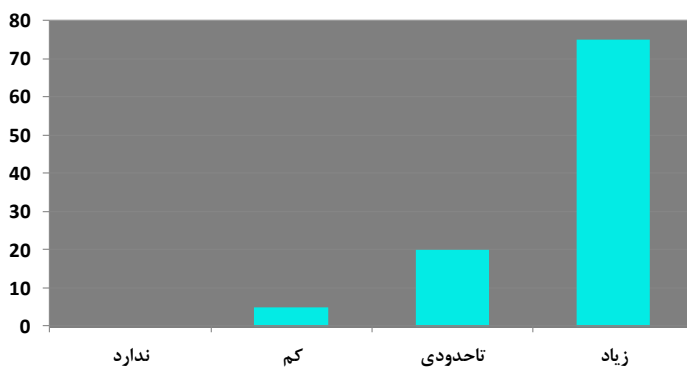
شکل ۱۴: میزان رضایت شما از طرح‌های نقاشی‌های دیواری موجود چقدر است؟

در پاسخ به سؤال میزان رضایت از سطح کلی نقاشی‌های دیواری قزوین، عده زیادی گزینه تاحدودی را برگزیدند؛ این مطلب مؤید این واقعیت است که کارهای متأخر به هر حال مورد توجه بوده، اما همچنان از حالت مطلوب به دور می‌باشد و اشکالاتی دارد. عده دیگری نیز کاملاً موافق یا مخالف بودند که به هر حال، تحلیل بالا برای هر دو دسته قابل تعمیم است.



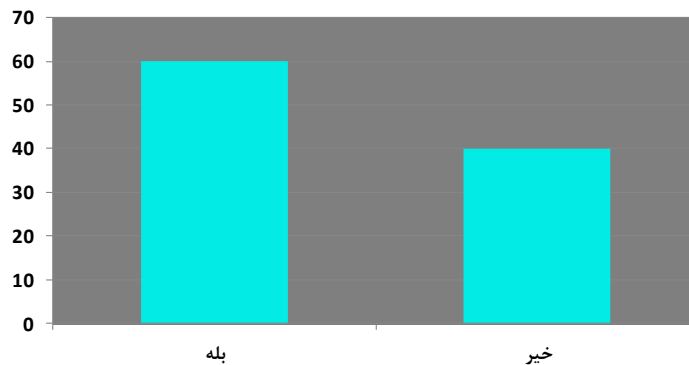
شکل ۱۵: به نظر شما چه کسانی باید مسئولیت اصلی در تصمیم‌سازی و سیاست‌گذاری نقاشی دیواری را به عهده بگیرند؟

در پاسخ به اینکه چه نهادی باید برای دیوارنگاری‌های شهر تصمیم‌گیرنده باشد، حتی یک نفر هم به دولت مرکزی اشاره‌ای نداشت و اعتقاد اکثریت به تفویض اختیارات به کمیته‌ای از هنرمندان است، هرچند که این کمیته عملاً می‌تواند ذیل یکی از نهادهای عمومی مثل شهرداری تعریف شود، اما این نکته که شهروندان اشاره کمتری به نهادهای عمومی کرده‌اند، خود جای تأمل دارد.



شکل ۱۶: به نظر شما نقاشی‌های دیواری تا چه حد می‌توانند بر روحیه و سبک زندگی مردم شهر تأثیر بگذارند؟

بیش از ۷۰٪ شهروندان اعتقاد به تأثیرگذاری زیاد نقاشی‌های دیواری بر سبک و زندگی دارند. به بیان دیگر معتقدند که نقاشی دیواری این توانایی را دارد که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم تأثیراتی را بر سبک و زندگی‌شان داشته باشد.



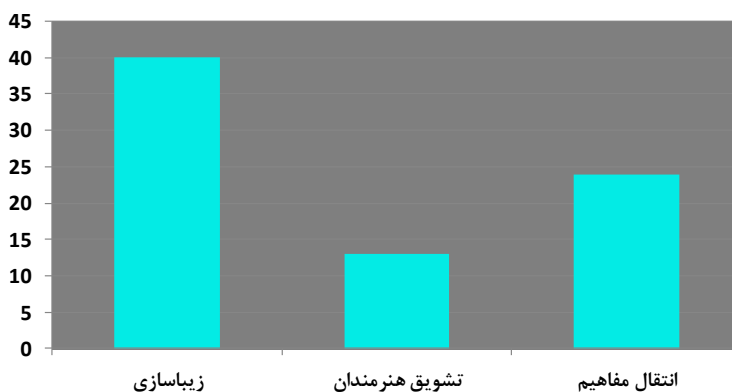
شکل ۱۷: آیا حاضرید برای اجرای نقاشی دیواری زیبا در محله خودتان مقدار کمی هزینه بپردازید؟

۶۰٪ شهروندان، حاضر به پرداخت هزینه اضافی برای ایجاد نقاشی دیواری در محل زندگیشان هستند. این خود بیانگر این مطلب است که کمبود نقاشی دیواری مطلوب و احساس نیاز به آنها به حدی رسیده است که شهروندان عادی حاضر به مشارکت مالی در این امر هستند. البته این سؤال مکمل و نتیجه طبیعی سؤال قبل است.



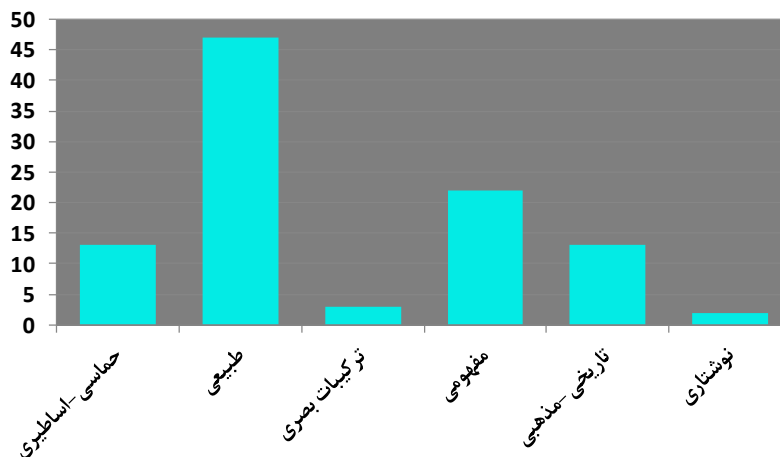
شکل ۱۸: بیشترین معایب نقاشی‌های دیواری موجود در سطح شهر را در چه می‌بینید؟

در جواب این سؤال که بیشترین عیب نقاشی‌های دیواری موجود را در چه می‌بینید ۳۲ درصد شهروندان به موضوع و ۲۵ درصد به سبک اشاره کرده‌اند. شهروندان کمترین مشکل را در مصالح نقاشی‌ها می‌دانند.



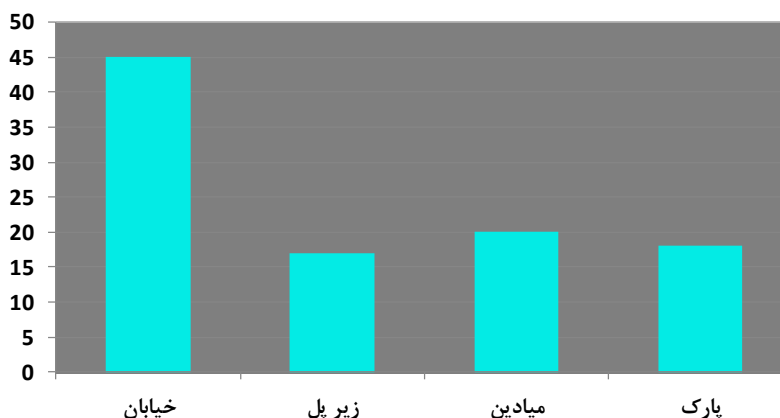
شکل ۱۹: به نظر شما وظیفه اصلی نقاشی‌های دیواری شهری چیست؟

از نظر اکثر شهروندان وظیفه اصلی نقاشی‌های دیواری زیباسازی شهر است و پس از آن انتقال مفاهیم و سپس تشویق هنرمندان در جایگاه‌های بعدی هستند. این امر بیانگر این موضوع است که برای شهروندان در نگاه اول به یک اثر دیواری جنبه زیبایی‌شناختی آن اثر بیشترین اهمیت را دارد. شاید بتوان گفت که از آنجایی که اکثر نقاشی‌های دیواری موجود تاکنون قادر به پاسخ دادن به نیاز زیبایی-شناختی شهروندان بوده‌اند و کمتر به مقوله‌هایی هم‌چون ایجاد تعلق خاطر و انتقال مفاهیم پاسخ می‌داده‌اند. به نظر می‌رسد انتظاری که آنها از وظیفه نقاشی دیواری دارند را ذهنیت وضع موجود آنها شکل داده است.



شکل ۲۰: کدام نوع از نقاشی‌های دیواری را بیشتر می‌پسندید؟

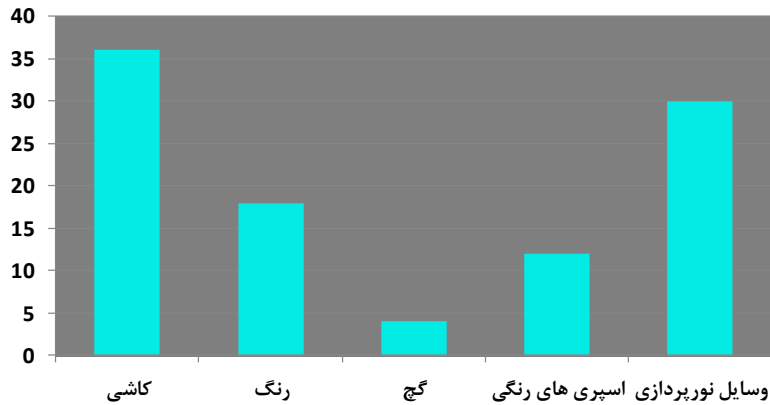
در جواب این سؤال که کدام نوع از نقاشی دیواری را می‌پسندید اکثر شهروندان عادی به موضوعات طبیعی و پس از آن به موضوعات مفهومی (انتقال غیرمستقیم پیام) اشاره کرده‌اند. دیوارنگاره‌های با موضوعات مذهبی، تاریخی و اساطیری و در جایگاه بعدی قرار دارند. دیوارنگاره‌های نوشتاری (انتقال مستقیم پیام) تنها توسط دو نفر مورد اشاره قرار گرفتند. اولین و آخرین پاسخ جای تأمل دارند، شاید به این دلیل که باتوجه به گسترش روز افزون زندگی ماشینی در شهر، مردم دلتنگی بیشتری برای طبیعت دارند. هم‌چنین به نظر می‌رسد که شهروندان نوشتن پیام‌های اخلاقی و امثالهم بر روی دیوارهای شهر را نوعی بی‌حرمتی به خود تلقی می‌کنند و بیشترین خواهان ابعاد زیبایی‌شناختی و خاطره‌انگیزی دیوارنگاره‌ها هستند.



شکل ۲۱: اولویت مکانی شما برای اجرای نقاشی‌های دیواری کدامند؟

تمایل شهروندان بیشتر به رؤیت نقاشی دیواری، بر جداره خیابان‌ها است. میدان، پارک‌ها و فضاهای زیر پل دارای سهم نسبتاً یکسانی هستند. تعدادی از مصاحبه‌شوندگان به لزوم افزایش کیفیت بصری و زیبایی‌شناختی فضاهای زیر پل‌های روگذر و زیرگذر

شهر تأکید داشتند و نمونه‌های مطلوبی که در سایر شهرها دیده بودند را مورد اشاره قرار می‌دادند. به‌طور مثال یکی از شهروندان به کنایه پل چهارراه نادری را نام برد و معتقد بود اگر از یک غیرفروینی درباره قدمت آن سوال شود، قطعاً زمان ساخت آن را پیش از انقلاب می‌داند (اشاره او به کثیفی، عدم تناسب رنگ و فرسودگی ظاهری پل بود).



شکل ۲۲: چه مصالحی و شیوه اجرایی را برای نقاشی‌های دیواری می‌پسندید؟

بسیاری از شهروندان (۳۶٪) از کاشی‌نگاره‌ها به‌عنوان نوع مناسبی از دیوارنگاری یاد می‌کردند. ۳۰٪ وسایل نورپردازی را ترجیح می‌دادند و اشاره می‌کردند که خاطره‌انگیزی شهر در شب برای آنها اهمیت بیشتری دارد. در مورد سؤالی که نمونه نقاشی دیواری‌های زیر را بر حسب علاقه اولویت‌بندی نمایید که در واقع به سبک‌های متنوع دیوارنگاری (نوشتاری، چهره شخصیت‌ها، واقع‌گرا، فانتزی و مینیمال) دلالت دارد، طبق آزمون کروسکال والیس^{۱۵} (آزمون ناپارامتری) در نرم‌افزار SPSS مشاهده می‌شود که معنی داری جانبی عددی بسیار نزدیک به صفر است و نشانگر این است که تفاوت‌ها در گزینه‌ها زیاد بوده و مردم به سمت گزینه‌ای خاص تمایل بیشتری داشته‌اند.



شکل ۲۳: کدامیک از گزینه‌های را برای نقاشی دیواری بیشتر می‌پسندید؟

در اینجا باتوجه به اینکه افراد اولویت ۱ تا ۵ خود را برای گزینه‌ها انتخاب کردند، هر اولویت ارزش‌گذاری شد و در نهایت نتایج جدول زیر بدست آمد که باتوجه کردن به ستون میانگین رتبه می‌توان دریافت که اولویت مردم به ترتیب گزینه‌های ۳، ۵، ۱، ۴ و ۲ بوده است. اینکه تمایل مردم برای نقاشی چهره شخصیت‌ها تا این حد کم بوده شاید معلول تعداد بالای دیوارنگاری‌های این گونه در شهر (های کشور) باشد، و از طرفی می‌توان دریافت که زیادی برای نقاشی‌های رئال منظره‌سازانه وجود دارد. همچنین دیوارنوشته‌های هنری-گرافیکی (خوشنویسی و ...) در رده سوم، نشانه اقبال قابل ملاحظه شهروندان به این نوع از دیوارنگاره‌ها است، هرچند که روزآمدی در بیان هنری این قبیل آثار نقش کلیدی بر عهده دارد. به علاوه بار دیگر ضرورت انجام کارهای معناگراتر و خلاقانه‌تر را برای پرداختن به موضوعات مرتبط با دفاع مقدس روشن‌تر می‌سازد.

جدول ۲: میانگین رتبه گزینه‌های سؤال ترجیح موضوع نقاشی دیواری

گزینه‌ها	میانگین رتبه
۱	۱۸۶.۹۵
۲	۳۲۲.۰۶
۳	۱۴۱.۳۵
۴	۲۰۱.۷۳
۵	۱۸۶.۹۵

۷. بحث و نتیجه‌گیری

در این بخش براساس مجموعه دو بخش نظری و میدانی، اولاً سه هدف کلان برای بهره‌گیری از دیوارنگاری در خلق فضاهای شهری مطلوب‌تر در قزوین ارائه می‌گردد. سپس براساس شاخص‌های معطوف به دیوارنگاره‌ها، شاخص‌ها و سپس راهبردهایی برای نیل به اهداف کلان تدوین می‌گردد. این مرحله که هسته تجویزی پژوهش حاضر را شامل می‌شود براساس تفسیر داده‌های نظری و میدانی حاصل گردیده و می‌تواند به‌عنوان درآمدی بر یک چارچوب طراحی برای دیوارنگاری‌های شهری در قزوین مورد استفاده قرار گیرد.

۱- اهداف کلان:

- هویت‌بخشی به نماها و فضاهای عمومی شاخص مبتنی بر ارزش‌های بومی
- ارتقای زیبایی‌شناسانه و تلطیف فضا
- تقویت سرزندگی و القای حس مکان

۲- شاخص‌ها و راهبردها: معیارهایی که در جمع‌بندی پیشینه پژوهش ارائه شد، ناظر بر مؤلفه‌هایی بود که می‌توان در آنها از ترجیحات مردمی استفاده کرد و نگاه نخبه‌گرایانه به آنها می‌تواند موجب کاهش همه‌شمولی، مقبولیت و ارتباط اجتماعی با دیوارنگاره‌های شهری باشد. در این بخش و در ادامه بهره‌گیره توأمان از بخش نظری و میدانی مقاله، و جهت تسهیل و تبیین دقیق‌تر فرایند رسیدن به راهبردها، شاخص‌های زیر برای فهم و سنجش کیفیت دیوارنگاری‌ها در یک زمینه شهری (از محله تا کل شهر) تدوین می‌گردند:

- **تنوع:** این عامل که به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شاخص‌های طراحی شهری و منظر مورد فهم است، برای دیوارنگاری‌های شهری نیز اهمیت کلیدی دارد و ناظر بر تنوعی سنجیده و هوشمندانه در تقریباً تمام شاخص‌های بعدی است.
- **دسترسی:** هم از حیث عدالت و همه‌شمولی اجتماعی و هم از نظر میزان رؤیت‌پذیری مکان اجرای دیوارنگاری در زمینه آن، که می‌تواند قبل از اجرا به صورت شهودی یا با نرم‌افزارهای تحلیلی چون City Engine مورد سنجش قرار گیرد.
- **تعادل و هماهنگی:** هارمونی به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین شاخص‌های هر اثر هنری مطرح است که هم توسط مردم عادی و هم نخبگان هنری، در سطوح مشخص، فهمیده می‌شود و زمینه‌ساز تحسین یا تقبیح آثار قرار می‌گیرد.
- **توزیع:** میزان پراکندگی منطقی و عادلانه دیوارنگاری‌های از حیث کمی و کیفی در یک زمینه شهری مدنظر است.
- **موضوع و محتوا:** یکی از دقیق‌ترین و اساسی‌ترین شاخص‌ها در یک جامعه مردم‌سالار توجه به تنوع، ارزش‌مندی، روزآمدی و جامعیت در انتخاب موضوعات دیوارنگاری است.
- **سبک و طرح:** این شاخص می‌تواند به صورت بسیار محسوسی در ارزش هنری، ارتباط با مخاطبان متنوع و تقویت بعد زیبایی‌شناسانه فضاهای شهری اثرگذار باشد. این امر نیز توسط مردم عادی و نخبگان هنری، در سطوح مشخص، فهمیده می‌شود و زمینه‌ساز تحسین یا تقبیح آثار قرار می‌گیرد.

- **تناسب با زمینه مکانی:** اینکه موضوع، طرح، اندازه و سبک یک اثر چقدر با زمینه بلافصل خود در مقیاس‌های شهری، فرهنگی، محله‌ای و حتی ساختمان پیرامونی متناسب است. مثلاً دیوارنگاری آیات قرآن در ایستگاه‌های اتوبوس، مضامین سیاسی در فضاهای محله‌ای و گردشگری-تفریحی و نمونه‌های بسیار زیاد دیگر در شهرهای امروز ما نتیجه عدم توجه به این اصل کلیدی است.
- **مصالح و تکنیک اجرا:** این مولفه که مقوله‌ای تخصصی اما با قابلیت بالا در فهمیده شدن توسط مردم عادی است، بیش از پیش نیازمند توجه به تنوع، ماندگاری (در شرایط اقلیمی و آب‌وهوایی) و به صرفه‌بودن اقتصادی است.
- **خلاقیت:** امروز خلاقیت به عنوان یکی از کلیدی‌ترین اصول برنامه‌ریزی و طراحی شهری در تقویت هویت شهرها و فضاهای شهری مورد نظر است که برای دیوارنگاری‌های نیز مصداق دارد.
- **پالت رنگی:** با توجه به غلبه رنگ خاکستری در منظر شهرهای امروز، به‌طور کلی هرچقدر رنگ‌های شاداب و زنده‌تری در آثار دیوارنگاری استفاده شود می‌تواند به افزایش سرزندگی و خاطره‌انگیزی فضا اضافه نماید. این امر با توجه به اثر تدریجی عوامل محیطی (نور و بارش) بر تضعیف کیفیت رنگ‌ها نیز اهمیت مضاعف می‌یابد.
- **مشارکت مردمی:** یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های ساختارهای سیاسی اقتدارگرا و مردم‌سالار که در منظر شهرها و شاید بیش از همه در دیوارنگاری‌های شهری به خوبی قابل فهم است، نوع تحمیل موضوعات از بالا به پایین، تکرار و کلیشه‌ای بودن موضوعات است. این امر در مقیاس شهری تا محله‌ای مصداق دارد.
- **هزینه اجرا:** در هر طرح شهری و هنر عمومی به صرفه‌بودن و تناسب هزینه با موقعیت و اثرگذاری احتمالی آن اهمیت کلیدی دارد.

پس از تدوین شاخص‌ها، نوبت به تدوین راهبردها می‌رسد. در این بخش ذیل هر هدف کلان و با تأکید بر شاخص‌های دارای اولویت، راهبردهایی ارائه می‌شود. جداول زیر شامل این اطلاعات هستند:

جدول ۳: راهبردها معطوف به هدف کلان نخست

هدف کلان	شاخص	راهبرد
	تناسب با زمینه مکانی موضوع و محتوا	انتخاب نماهای خاص و فضاهای عمومی شاخصی همچون سبزه‌میدان، خیابان سپه، پل نصر و ورودی‌های شهر و مسیر سلامت و اجرای آثار مبتنی بر هویت غالب مکانی
	تنوع	تنوع بخشی به موضوعات دیوارنگاری‌های با تأکید بر تصاویر تاریخی و آثار برگرفته از ادبیات
هویت‌بخشی به نماها و فضاهای عمومی شاخص مبتنی بر ارزش‌های بومی	مشارکت مردمی دسترسی تعادل و هماهنگی	جایگزینی روندهای شفاف و سهل مشارکت مردم مبتنی بر فضای مجازی در مرحله انتخاب محتوا و انتخاب آثار برگزیده در فضاهای اصلی شهر استفاده از ظرفیت دفاتر تسهیل‌گری محلی برای جلب مشارکت همه ساکنان در مرحله انتخاب محتوا، انتخاب آثار برگزیده و اجرای آثار در دیوارها و مراکز محلات خصوصاً در محلات مرکزی (بلاغی، نادری، آخوند، باغ دبیر و غیره)
	توزیع	توجه بیشتر به محلات تاریخی و فرسوده جنوبی شهر و محلات مینودر و کوثر

استفاده از تصاویر مفهومی و هنرمندانه به جای تصاویر پرسنلی رئال به منظور تعمیق فرهنگ اصیل ایثار و میهن‌خواهی همراه با جایگزینی آثار کم‌کیفیت موجود (شهیدان بابایی، لشگری، رجایی و غیره)	سبک و طرح
---	-----------

جدول ۴: راهبردها معطوف به هدف کلان دوم

هدف کلان	شاخص	راهبرد
ارتقای زیبایی‌شناسانه و تلطیف فضا	تناسب با زمینه مکانی پالت رنگی	استفاده از مضامین و طرح‌های آرام‌بخش و روح‌افزا در فضاهای دارای اغتشاش بصری مثل ورودی‌های شهر، خیابان طالقانی، توحید، نوروزیان به‌کارگیری موضوعات و طرح‌های منظره‌سازانه (طبیعی و معماری) برای عرصه‌های بی‌روح و فاقد جذابیت بصری مثل نمای سوم ساختمان‌های بلندمرتبه و جداره تقاطع‌های غیرمسطح
	تنوع	ایجاد تنوع متمایز و چشمگیر در طرح‌ها، مصالح و تکنیک اجرا و موضوعات و محتواها نسبت به عموم آثار کلیشه‌ای موجود
	مصالح و تکنیک اجرا سبک و طرح	پرداختن به دیواره‌های سبز و زنده خصوصاً در مسیرهای سلامت و محلات مرکزی (به خاطر فقر پوشش گیاهی) استفاده از دیوارنگاری‌های سه بعدی در محلات مسکونی و فضاهای تفریحی شمالی

جدول ۵: راهبردها معطوف به هدف کلان سوم

هدف کلان	شاخص	راهبرد
تقویت سرزندگی و القای حس مکان	موضوع و محتوا تناسب با زمینه	استفاده خلاقانه و متفاوت از خوشنویسی به‌عنوان یکی از برندهای فرهنگی قزوین خصوصاً در فضاهای خطی و مسیرها سعی در موضوعاتی که کمتر به آنها پرداخته شده مثل میراث مطرح ایران، مناظر طبیعی متفاوت، معانی حکمی و عرفانی
	مشارکت مردمی	فراهم کردن عرصه‌هایی برای مشارکت کودکان در خلق دیوارنگاری‌های مناسبی و دوره‌ای تازه در همه محلات استفاده از نظرات شهروندان در برنامه‌ریزی و اجرای آثار و جایگزینی برخی آثار موجود، متناسب با مقیاس فضا (شهری، منطقه‌ای، محله‌ای)
	مصالح و تکنیک اجرا سبک و طرح	توجه به سبک‌های برجسته و با قابلیت اجرایی ساده و ارزان با محوریت خوشنویسی در جداره عرصه‌های خودرومحور که جزئیات زیادی مورد نیاز نیست

این راهبردها اولاً معطوف به خلق و ارتقای کیفی فضاهای شهری و در نهایت تأثیر بر کیفیت سبک زندگی با استفاده از دیوارنگاری است و ثانیاً مبتنی بر تفسیر ترجیحات شهروندان قزوینی تدوین گشته‌اند. بنابراین آنچه در این بخش بدان پرداخته شد، یک چارچوب اولیه طراحی شهری با هدف ارتقای کیفی فضاهای عمومی مبتنی بر دیوارنگاری به‌عنوان یک هنر عمومی اثرگذار و کهن بود. امری که پژوهش‌های مشابه کمی خصوصاً با تأکید بر شهر قزوین انجام گرفته است. طبعاً تدوین سیاست‌های اجرایی بسته به مناطق و محلات مختلف شهر و تعریف پروژه‌های موضعی با هدف خلق نمونه‌های تازه یا جایگزینی موارد موجود می‌تواند در پژوهش‌ها و طرح‌های پیشنهادی آتی صورت پذیرد.

۸. تقدیر و تشکر

نویسندگان بر خود لازم می‌دانند مراتب قدردانی خود را از شهروندان قزوینی مشارکت‌کننده در مرحله پیمایش میدانی این پژوهش اعلام نمایند.

۹. منابع

۱. اسماعیل پور، ه. (۱۳۹۴). اکباتان و آپادانا پایتخت‌های گرافیتی ایران. همشهری محله. ۲۵ خرداد ۱۳۹۴.
۲. بلیکی، ن. (۱۳۹۸). طراحی پژوهش‌های اجتماعی. ترجمه چاوشیان، ح. تهران: نشر نی.
۳. پایگاه اطلاع‌رسانی فرهنگ ایثار و شهادت www.navideshahed.com.
۴. تولایی، ن. و پدوند، ش. (۱۳۷۸). آشنایی با ویژگی‌های فضایی-مکانی مسجد در ایران. مجموعه مقالات همایش معماری مسجد: گذشته، حال و آینده. جلد دوم. تهران: دانشگاه هنر.
۵. حیدرزاده، پ. (۱۳۸۰). سیری در نقاشی دیواری ایران و جهان. تهران: انتشارات دانشکده هنر و معماری.
۶. حسامی، م. (۱۳۸۸). نقاشی دیواری از طرح تا مرمت. تهران: انتشارات سمت.
۷. خونساری، ش. (۱۳۹۵). نقش عکس در بازنمایی اسطوره شهادت در نقاشی دیواری شهر تهران. منظر، ۸(۳۶)، ۱۲-۱۹.
۸. رستمی، م.، سروری زرگر، ر. و عینی، ح. (۱۳۹۶). تبیین و ارزیابی مؤلفه‌های هنر عمومی (نمونه موردی: پارک لامپینی بانکوک و ایل گلی تبریز). باغ نظر، ۴۹(۴۹)، ۵۳-۶۴.
۹. رنجبر، ا. (۱۳۹۵). مقدمه‌ای بر هنر شهری و سیاست‌های ارتقا آن در کلان‌شهر تهران. دانش شهر (۳۴۹)، تهران: مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.
۱۰. زنگی، ب. (۱۳۹۵). کاربست دیوارنگاری شهری در دستیابی به منظر شهری انسان‌گرا. منظر (۳۵)، ۴۰-۴۹.
۱۱. زنگی، ب. و احمدی، ب. (۱۳۹۵). بررسی کارکردهای هویت‌بخش هنر شهری دیوارنگاری در شهر ایرانی اسلامی. هنرهای صناعی اسلامی، ۱(۱)، ۳۹-۴۶.
۱۲. کفشچیان مقدم، ا. (۱۳۸۳). بررسی ویژگی‌های نقاشی دیواری. هنرهای زیبا (۲۰)، ۶۷-۷۸.
۱۳. کفشچیان مقدم، ا. (۱۳۸۸). بررسی دیوارنگاری معاصر تهران. قبل و بعد انقلاب. هنرهای زیبا (۳۳)، ۱۰۳-۱۱۴.
۱۴. کفشچیان مقدم، ا.، دارش، ی. و رویان، س. (۱۳۹۰). ارزیابی دیوارنگاری معاصر تهران از دیدگاه مخاطب. هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی، ۲(۴۱)، ۶۳-۷۰.
۱۵. کشیر، م. و کفشچیان مقدم، ا. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر کیفیت‌های بصری محیط بر نقاشی دیواری. پیکره (۱۹)، ۴۲-۵۵.
۱۶. کوثری، م. (۱۳۸۸). درآمدی بر موسیقی عامه پسند. تهران: نشر طرح آینده.
۱۷. لنگ، ج. (۱۳۹۵). آفرینش نظریه معماری. ترجمه عینی‌فر، ع. تهران: دانشگاه تهران.

۱۸. مظفری‌خواه، ز. و کفش‌چیان‌مقدم، ا. (۱۳۹۱). قابلیت‌های هنر کمینه (مینیمال) در گرافیک محیطی شهری با تأکید بر نمونه‌های دیوارنگاره‌های شهری ایران. *فصلنامه نگره*، ۷(۲۲)، ۸۵-۱۰۲.

19. Borgia, Nina & Grede, Stephan. (2009). Public Art Masterplan. London
20. City of Burlington. (2018). Public Art Master Plan Update. Burlington
21. Croydon Council. (2006). Public Art Master Plan for City of Croydon. Croydon.
22. Granger, F. (1934) "Virtuvius on Architecture" 2 Vol, New York; G. P. Putnam's Sons.
23. Hornby, A. (2006). Oxford Advanced Learner'd Dictionary, Oxford: Oxford U. P.
24. Kwon, M. (2002). One Place After Another: Site Specificity and Locational Identity, MIT Press.
25. Mitrache', G. (2012). Architecture-art-public space. *Procedia social and Behavioral sciences* 51. 560-571.
26. Motoyama, Y.& Hanyu, k. (2014). Does public art enrich landscape? The effect of public art on visual properties and effective appraisals of landscapes. *Journal of Environment*. 12-20.
27. Remser, A. (2005). Urban Regeneration on Challenge for Public Art, University of Barcelona: Departmen of Psychology-social.
28. Reshad, Karan. (2006). Urban Art. Kolah Studio, published online.
29. Transport & Regional Affairs Department.of the Environment. (2000). By Design: Urban Design in the Planning System: Towards Better Practice. London: Thomas Telford.
30. Vale of Glamorgan Council. (2018) Public Art in New development SPG. Vale of Glamorgan.

Improving the Quality of Urban Public Spaces, with the Emphasis on Murals (Case Study: Qazvin)

Abolfazl Toghraei^{1*}, Kia Massoudi², Erfan Toghraei³

1. PhD Candidate of Urban Design, Faculty of Art, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran (Corresponding Author).

a.toghraei@modares.ac.ir

2. M.A. Landscape Architecture, Faculty of Planning Building Environment, Berlin Institute of Technology, Berlin, Germany.

kiagraphs@yahoo.com

3. M.A. student of Urban Design, Faculty of Civil & Architecture, Islamic Azad University of Qazvin, Qazvin, Iran.

erfan.toghraei@gmail.com

Abstract

Public Arts are one of the cheapest and most accessible alternatives for achieving alive urban places. This kind of art, the name implies, is born, raised, and matured from byways corners of a city and its living streets. In most European countries, the importance of Public Arts has been proved so obviously. In such countries, they consider complete separate Planning Acts from Master Plans for Public Arts, usually called "Public Art Master Plan" with a long-term vision and practical strategies.

Furthermore, in numerous countries, Public Art has not been considered just as an aesthetic aspect with official purposes, but also as a means for transmitting the society's ideologies and attitudes, especially the society's intellectuals.

Murals in this category are one of the most colorable and effective types of Public Arts that can be executed on cities walls in different ways: Official or Graffiti, Professional or Amateur, Long term or Short Term, etc. In this research, we have tried to pay more attention to Public Arts generally and Murals particularly and make a unique collection of valid and updated information on this subject. In the end, we have offered some solutions and local strategies for making Qazvin city public spaces better places to live practically, with the help of Public Arts and Murals. The conclusion is a design framework achieved by public Preferences.

Keywords: Public Art, Urban Public Space, Street Art, Murals, Qazvin, Public Preference



This Journal is an open access Journal Licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

(CC BY 4.0)