

پیوند زیبایی و زیباسازی و زیباشوندگی درون شور و شر شهر

فرامرز رستمی^۱

دانشجوی دکتری شهرسازی، دانشکده هنر و معماری دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

فصلنامه پژوهش‌های مکانی فضایی، سال ششم، شماره سوم، پیاپی ۲۳، تابستان ۱۴۰۱، صص ۹۳ - ۱۱۲

چکیده

آنچه این مقاله دنبال می‌کند، برنامه‌ریزی زیباسازی شهری است. در واقع، نگاهی فرآیندی و زمینه‌ای و موقعیت‌مند به عمل زیباسازی شده است. فرآیندی که محتوا و مبنا و معنا را در خود (و با خود) حمل می‌کند و زمینه‌ای که عمل زیباسازی را از حالت بصری صرف خارج کرده و آن را در جریان‌های درهم‌تنیده و پیچیده شده اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی تحلیل و بازشناسی می‌کند و موقعیت‌مندی که زیبایی را با عمل زیباسازی به یک وضعیت زیباشوندگی مستمر و دربرگیرنده تبدیل می‌گردد. پس با رد برنامه‌ریزی بالا به پایین زیباسازی، با مبنایی وجودی-پویشی از زیبایی، زیباسازی با مردم و درون مردم را در حالتی پویا و تمام‌نشده مطرح می‌کند. این تلاش را می‌توان به مثابه رویکردی نو در حذف نا-زیبایی شهری قلمداد کرد که می‌خواهد این گونه زیباسازی را برنامه‌ریزی کند.

واژگان کلیدی: برنامه‌ریزی، رویکرد وجودی-پویشی، رویدادمداری، هنر شهری.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. نویسنده مسئول: frostami2010@gmail.com

با یک برنامه‌ریزی بهتر و مشارکتی و زمینه‌مبنا و ... همراه کرد.

در اینجا، فارغ از نقدهایی که می‌توان به این منظر داشت، ما بر نا-زیباشدن شهر و غیاب زیبایی که بر لحظه اکنون فشار وارد می‌کند تمرکز می‌کنیم. به گونه‌ای که خود زیباساختن شهر را نیز در بر می‌گیرد. می‌توان به برنامه‌ریزی زیباسازی از منظر اول وارد شد و آن را همچون دیگر مداخلات دولت سازماندهی کرد یا اینکه به برنامه‌ریزی‌ای پرداخت که مسئله‌اش چگونگی همراه شدن با زیبایی است.

در این همراهی، پرسش‌هایی برجسته می‌شود چون: همه شهروندان، زندگی در شهر زیبا را خواستار هستند حال چه اتفاقی می‌افتد که شهرها چهره‌های نازیبا و زشت به خود می‌گیرد که عمل زیباسازی از سوی نهادی عمومی و دولتی لازم می‌شود؟ جنبه‌های عملکردی زیباسازی چه ارتباطی با هنر شهری و هنر عمومی دارد؟ چه رابطه‌ای میان فضاهای شهری، مردم شهری، زندگی شهری و سیاست‌های شهری با زیبایی و زیباسازی و زیباشوندگی وجود دارد؟ چرا زیبایی در شهر مهم است؟ چرا عمل زیباسازی از سوی نهادها یا شهروندان مهم و مورد توجه است؟ چرا زیباشوندگی شهر مهم است؟ تحت تأثیر چه شرایطی و در پاسخ به کدام کمبود یا راهی از کدام فشار این موارد مهم شده‌اند؟ شدت آن از چه زمانی و در تلاقی با چه گفتمان‌هایی شروع شده است؟ این اهمیت را چگونه باید تعیین کرد؟ آیا مسئله‌ای تاریخ‌مند و زمینه‌ای و فضایی-زمانی است و مشروط به شرایط اکنون است یا فرا-تاریخی و فارغ از شرایط و ارزش‌های اکنون است؟ اهمیت آن از سوی نخبگان و به شیوه بالا به پایین مشخص می‌شود یا با مشارکت شهروندان و بر مبنای حق آن‌ها به تعیین چنین اهمیت‌هایی است که

زیبا شدن شهر (درخواست و تجربه) را می‌توان با قدرت پیوند زد و تالحنه شکل‌گیری این سکونتگاه‌ها و حالت‌پذیری زندگی‌های شهری به عقب برگشت و با کسب دانش از انواع راهبردها و طرح‌ها و اقدامات و فرمول‌ها و تکنیک‌ها که در این زمینه به کار گرفته شده و نشده، یا ایده‌پردازی شده و نشده یا سرکوب و طرد شده، به اکنون برگشت و کشمکش زشت و زیبا را در پیوند قدرت-دانش، نظر-عمل، مرکز-پیرامون، شکل-محتوا و ... ادامه داد. از این منظر می‌توان با نقدهایی که مثلاً بر زیباسازی شهر تهران در حال رخ دادن است همراه شد: «با وجود گستردگی و تعدد هنرهای شهری در بازه زمانی دهه اخیر در تهران و خلاقیت رو به رشد در این حوزه، کمبود برنامه‌های یکپارچه در برنامه‌ریزی، طراحی و اجرای هنرهای شهری در تهران مشاهده می‌شود؛ در واقع به نظر می‌رسد ترکیب این آثار در فضاهای شهری تهران بدون تعریف نظری یک چارچوب و ساختار کلی بوده و با وجود نمونه‌های غنی هنر شهری در تهران، در مجموع هدف‌های روشن و مشخصی استنباط نمی‌شود. به صورت مشخص، پیدایش این موضوع را می‌توان در مکان‌یابی نامناسب، توجه نکردن به مشارکت عمومی در خلق اثر، ارتباط نداشتن اثر با زمینه و تنها تزئینی بودن آن، توجه نکردن به مقیاس و خوانایی اثر، بی‌توجهی به نمایش معانی هویتی پنهان در فضا و خاطرات مشترک شهروندان، ارزیابی نکردن تأثیرات هنر عمومی روی فضا پس از اجرای پروژه، متنوع نبودن هنرهای عمومی و منحصر شدن آن‌ها به‌طور عمده به دو دسته دیوارنگاری و مجسمه‌های شهری مشاهده کرد.» (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۵). بر اساس چنین نقدهایی می‌توان پروژه زیباشدن شهر را

شهر، آن‌ها را تعیین تکلیف می‌کند؟ چیزی که به‌عنوان مبنای اساسی این منظر، مورد توجه بوده است این است که «اینجا شهروند است که تعیین می‌کند چه نوع شهروندی باشد و این یک تغییر مداوم است و همواره در حال شدن. این حق نه فقط حق انتخاب چیزی است که تولید شده، بلکه حق به تعیین چیزی است که تولید می‌شود و نحوه تولید آن و به شرکت در تولید آن» (مارکوزه، ۱۳۹۶: ۷۳). در واقع این حق صرفاً محدود به حق انتخاب و اظهار نظر در مورد چیزی که در زیباسازی تولید می‌شود، نیست؛ بلکه حق به تعیین چیزی است که عمل زیباسازی تولید می‌کند (در سیاست‌گذاری‌ها و تولید گفتمان غالب) و چگونگی تولید آن و شرکت در تولید آن (فرآیند برنامه‌ریزی، طراحی و اجرا و نظارت و ارزیابی و استفاده و مصرف آن) است. این دقیقه، چیزی که مهم می‌شود تقابل و تنش امر عمومی و امر زیبایی با امر خصوصی و امر تحمیلی و سلیقه‌ای است. امری وجودی و فضایی - زمانی و اینکه تمامی شهروندان نسبت به تجلی آن هم حق دارند و هم مسئولیت و هم وظیفه، در برابر امری فرازمانی و فرامکانی که شهروند در آن تماشاچی و مصرف‌کننده بی‌نظر است؛ قرار می‌گیرد.

زیبایی اگر این حس را که شهر بخشی از وجود هر شهروند است را القا کند؛ می‌تواند تحولی در حق به شهر ایجاد کند و شهروند در برابر بهبودی یا روی به افول بودن آن، حس مسئولیت پیدا کند. به نوعی حساسیت‌زا است. از سوی دیگر زیبایی ارتباط ساز است و حس هم‌نوعی و هم‌زیستی و باهم بودن در آن نهفته است و «هنر و هنرمند می‌تواند زیبایی را با دیدی عملی و با زبان‌های متنوع پرقدرتی برای امر عمومی در سپهر عمومی بیان کند: زبان شفاهی و کلامی؛ زبان بصری؛ زبان مفهومی، زبان جسمانی و نفسانی، زبان

جدی و فکرانه، زبان فکاهی و طنز، زبان تمثیلی و رمزی و زبان عقلانی» (Hein, 1996). اینجا جایی است که تنوع و تکثر در شهر قوت می‌گیرد و سلطه زبان خاصی بر امر شهری و مردم شهری زیر سؤال برده می‌شود. اینجا گفتگوی بین زبان آغاز می‌شود که می‌تواند سرآغاز گفتگو و مباحثه در شهر و تصمیمات شهری باشد. «اگر هنر عمومی نتواند نوید فهم و درک عمومی را بدهد، هنر خصوصی به شکلی فزاینده تضمین‌کننده راه‌حل‌های خصوصی می‌شود» (Hein, 1996). اینجا نقش زیبایی در شهر و فضاهای عمومی مهم می‌شود که می‌تواند شهر را به سوی راه‌حل‌های عمومی و دموکراتیک ببرد و این سؤال را «چه کسی برای امر عمومی صحبت می‌کند؟»^۱ را به پرسشی همیشگی و چالشی تبدیل کند. آیا زیبایی در شهر و زیباسازی در امر شهری سبب شهری دربرگیرنده‌تر (عادلان‌تر و دموکراتیک‌تر)؛ شهری مسئولانه‌تر؛ شهری حساس‌تر؛ شهری سالم‌تر؛ شهری متعالی‌تر؛ می‌شود یا در پیوندی متقابل، شهر این‌گونه زیبا می‌شود و زیبایی جدا از این معناها نیست؟ در سه بخش سعی خواهد شد به این سؤال‌ها و مسئله‌ها پرداخته شود.

مبانی نظری

این مقاله، در بُعد برنامه‌ریزی با مفهوم زیبایی و عمل زیباسازی و پدیده زیباشوندگی مواجهه شده است و تلاش شده است ارتباط «و» بین مفهوم و عمل و پدیده را برقرار کند و با نگاهی پویایی و وجودی به مفهوم زیبایی (در بخش اول)، عمل زیباسازی را در فرآیندی پویا و مستمر و در شبکه‌ای تار و پودی^۲ از بازیگران بالفعل و بالقوه (در بخش دوم)، به جریان‌درونی و مردمی و مدام در حال نو شدن پیوند دهد که سبب پدیده زیباشوندگی می‌شود که تفکر زیبایی در عمل و

1. Who speaks for the public?

2. Meshwork

عمل در تفکر زیبایی (در بخش سوم) مولد و محصول آن است.

اندیشیدن به زیبایی

در مباحث زیباشناختی محیط و فضاهاى شهری، دوگانه‌های عینی/ذهنی، ابژکتیو/سوبژکتیو، احساسی/عقلانی، خاصی بودگی/عام بودگی، کشف کردنی/خلق کردنی، درونی بودن/بیرونی بودن، اضافه شدنی به محیط/پروراندۀ شده در محیط، شکلی/محتوایی و... دربارهٔ زیبایی همواره وجود داشته است هر چند طی دهه‌های اخیر با تغییراتی که در فهم مفهوم فضا ایجاد شده است و فضا از شکلی مطلق و ظرف‌گونه به وضعیتی نسبی و رابطه‌ای و از حالتی کالبدی و اقتصادی به رفتاری اجتماعی و سیاسی و از بدنه‌ای بی معنا و صرفاً معناپذیر به متنی معنادار و معنازا، تغییر کرده است؛ زیبایی و زیباسازی نیز از این دوگانه فراتر رفته است و همراه انسانی شده است که با زیبایی و اقدام به عمل زیباسازی، به کشف و خلق دنیای خود می‌پردازد. از این رو زیبایی تبدیل به امر وجودی و جریانی می‌شود که از نو شدن مستمر تفکر می‌آید و با به اشتراک گذاشتن تجربه و اندیشه، سبب پیوستگی فکری و شبکه‌ای شدن روابط و ادراک‌ها و اراده‌ها و تغییرها می‌شود و خود تبدیل به کنشی می‌شود که چسبندگی محیط (مکان و فضا)، فکر و معنا و مردمی که در حال هستی دادن به هستی شهری خود هستند را به همراه می‌آورد. در این تحول، زیبایی دیگر ایستا نیست و زیباسازی نیز امری تمام نشدنی و گشوده و باز است. اندیشه و عملی پویا که ایجاد آن خود نو شدنی دیگر است که چیز دیگری را ایجاد می‌کند.

به عبارتی دیگر، «در دورهٔ معاصر، زیبایی [امر زیبا] از محدودیت‌های زیبایی ابژکتیو و سوبژکتیو رها شده است و تلقی از زیبایی نه قائم به ویژگی‌ها و کیفیات

ابژکتیو و نه قائم به حالت و کیفیات سوبژکتیو است. هنر معاصر به رویداد، امر نو و امر غریب گرایش یافته است و نه از وجه ابژکتیو و سوبژکتیو که بیشتر بر رویداد محور بودن زیبایی تأکید می‌کند. برای نمونه در نظر هایدگر، زیبایی راهی است که از طریق آن حقیقت رخ می‌نماید (هایدگر، ۱۳۹۰: ۳۹). در واقع تجربه زیبایی، تجربه یک رویداد است و زیبایی همان آشکارگی هستی و حقیقت است که رخ می‌دهد. هایدگر سرمنشأ هنر و زیبایی را در خود اثر هنری نه در هنرمند و نه در ماده اثر هنری و نیز نه در عالمی دیگر قرار می‌دهد، این جدایی از تفکر دوگانه‌نگر به هر تقدیر اتفاقی پر اهمیت است. به طور کل هایدگر به هستی یا حقیقت از حیث رویداد بودگی اش می‌اندیشد. از این باب زیبایی در اثر هنری، همان رویداد حقیقت است. حقیقت هم چیزی نیست جز نحوه پدیدارشدن چیزها؛ بنابراین زیبایی از نظر هایدگر رویدادمحور است. یا زیبایی واقعی وجه حظ‌آور چیزها، ابژه‌ها و اشخاص نیست و زیبایی، یکی شدن با رویداد است. در این نگاه، هنرمند تجربه قصدی ابژه‌ها را به نمایش نمی‌گذارد. این جا با وجه جدیدی از بودن سروکار داریم. آنچه مهم است نه نشان دادن ابژه‌ها و نه قصد هنرمند که یک رابطه است. رابطه به مثابه رویداد، امری در فرآیند. به این ترتیب قواعد فرمال و ابژکتیو مانند تعادل، تناسب، هارمونی و هماهنگی حاصل از تناسب در اولویت مرتبه نیستند و دیدگاه سوبژکتیو به هنر و زیبایی، در لفافه فرو رفته است؛ زیرا ماحصل آن آشوب نسبی‌گرایی است و اینکه به عدد موجودات زیبایی وجود دارد. از این رو هنر معاصر گونهٔ نوینی از فضا و زمان را ارائه می‌دهد و در آن زیباشناسی فرمال و زیبایی بصری جایگاه کم‌رنگ‌تری دارد» (آفرین، ۱۳۹۵). در واقع نقد جدی به درک گذشته از زیبایی از

این بابت است که «مادامی که این زیبایی را معیارهایی تعریف کنند که از علم وام گرفته شده‌اند، معیارهایی همچون اندازه و تناسب، تقارن، عدم تقارن، فرافکنی و دگرگونی یا تغییر شکل، آنگاه اینجا دیگر هیچ جنبه زیباشناسی وجود ندارد. آنگاه هیچ چیز زیباشناسانه‌ای درباره آن نگفته‌ایم.» (Deleuze & Guattari, 1994: 217). در واقع هشدار می‌دهد که اینجا وجود دارد معیار قرار گرفتن جذابیت، مطلوبیت و زیبایی علم محور (به عبارتی اروپایی محور) و تسلط و غالب شدن آن است که ناخواسته ویژگی‌های فردی، قومی و ملی را از بین می‌برد و در جهت هم‌شکل شدن محیط و انسان‌ها با یکدیگر حرکت می‌کند؛ که نتیجه آن مستعمره شدن زیبایی توسط زیبایی سایر سرزمین‌هاست و «سرمایه‌داری نیز نمی‌خواهد به آن بیندیشد، زیرا اندیشیدن به این گونه مسائل هرگز به نفع انباشت سرمایه آن‌ها نبوده است» (آفرین، ۱۳۹۵: ۶۵). شرایط زیبایی در شهرهای ما، حاصل نگاهی است که به زیبایی وجود داشته است و نه صرفاً عدم مدیریت و عدم نظارت و نداشتن ضابطه و ... از این رو با نگاه ابزاری و فنی و نظارتی صرف هم نمی‌توان به زیبایی شایسته شهری که باز تعریفش از همین نگاه ابژکتیو و نخبه‌گرا درز می‌کند، دست یافت.

از سوی دیگر با رجوع به فلسفه ایرانی-اسلامی می‌توان به نگاه‌های متعالی از زیبایی رسید که برای اکنون و اینجا بسیار مؤثر و ضروری است. اندیشیدن زیبایی در حکمت متعالیه (دستگاه فلسفی صدرایی) نیز در راستای رویدادمحوری است. در این نگاه، «زیبایی، امری حقیقی است و فارغ از آنکه موجودی مانند انسان به آن حب داشته باشد یا حب نداشته باشد، زیبایی هست و همه عالم هستی - بسته به بهره‌ای که از وجود دارند- عشق به زیبایی در آنان

ساری و جاری است.» (حکمت مهر، ۱۳۹۴) و «زیبایی است که عالم را پر نموده است و اشیاء زیبا صرفاً قالب‌هایی برای ظهور آن‌اند» (الشیرازی، ۱۹۸۱). از این رو نه انحصاری است نه ایستا و راکد و نه فارغ از سیلان زمانی و مکانی موجودات. به عبارتی «تصور جمال، موجب عشق، است و عشق، موجب طلب و طلب، سبب حرکت» (صدرالدین شیرازی، ۱۳۵۴: ۱۸۴). با قرار دادن کمال (خارج شدن استعداد از قوه و به فعلیت رسیدن و در واقع از محسوس بالقوه به محسوس بالفعل مبدل شدن (امینی، ۱۳۹۴)) به عنوان معیار زیبایی و فهم حرکت جوهری و رو به تکامل بودن آن، می‌تواند رویدادمحوری را از زیبایی در فلسفه صدرایی نتیجه گرفت.

از سوی دیگر زیبایی‌ها می‌توانند در کسوت غایت‌های میانی با تنوع بخشی به زندگی انسان، از آلام و غم هجران او در غربتکده دنیا بکاهند و وی را در گذران دوران هبوط مدد رسانند و بلکه بسان آیه و علامت، پیشران او به سوی جمال مطلق الهی باشند. به تعبیر علامه جعفری (۱۳۷۸ و ۱۶۳)، انسان به زیبایی نیاز دارد تا روح او از خستگی ناشی از تاریکی و خشونت ماده و سیطره کمیت‌ها و امتدادهای یکنواخت رها شود و بسا پرداختن به کیفیات، حیاتش طراوت و معنا یابد (قربانی و قربانی، ۱۳۹۵). از این رو زیبایی دیگر یک امر درونی نیست و روی به سوی بیرون و ارتباط درون با برون دارد. به احساس و عاطفه فردی محدود نمی‌شود و نقشی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در روابط بین فردی و کلیت جامعه پیدا می‌کند و خود را نه صرفاً در رنگ و جسم بلکه در رفتارها و ارتباطها بروز می‌دهد و جلوه‌گری آن از پرده نمایش به اجرای نمایش با خلق رویدادها و اتفاقات می‌رسد و امر زیبا مطالبه‌گری و حساسیت به بی‌عدالتی‌ها، تبعیض‌ها و ضدآزادی‌ها

را فریاد می‌زند و در زدودن زشتی‌ها، تاریکی و کرختی‌ها و روابط ناسالم که محصولش شهری ناسالم و نازیباست، معنایی دیگر می‌یابد. اینجا ما با زیبایی و هنری مواجه هستیم «که با جهان درگیر می‌شود و این درگیری سبب توافقی سرزنده و با روح می‌شود که خود سبب حرکت و هیجان و شور و مسرت است چیزی که مطلقاً در توافقی سرد و بی‌روح به وضعیتی شادمانه نمی‌رسد» (Korza, 1990) و این چیزی است که در شهرهای اکنون مورد نیاز است.

اندیشیدن به زیبایی و امر زیبا به عنوان یک امر فضایی و زمانی که هم تاریخ و هم جغرافیایی زندگی مردم را با خود دارد؛ ظهور و حضور آن را در امور اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی بیشتر نمایان می‌کند و ارتباطی که با این عرصه‌ها دارد آن را بیشتر به عرصه عمومی نزدیک می‌کند و با فضایی که در زندگی شهری ایجاد می‌کند آن را بیشتر با تحولات و دگردیسی‌ها درگیر می‌کند و با قدرت زبانی و اشتراک زبانی که در خود دارد آن را بیشتر با شهروندان و مشارکت آن‌ها در عرصه تصمیم‌گیری برای فضای شهری یگانه و همراه می‌کند.

زیبایی نه درون فضا که خود بخشی از فضاست و خودش فضاست و با وجودش، فضایی نیز به وجود می‌آورد. فضایی که با پیوند با سایر فضاها و حل شدن در کلیت فضا، تحولی در کل فضا ایجاد می‌کند نه چیزی که به آن اضافه می‌شود یا درون آن پرتاب می‌شود. زیبایی و چیزهای زیبا و عناصر و پدیده و جسم‌ها و رنگ‌ها و ... که سبب زیبایی می‌شوند چیزهایی نیستند که درون فضا ریخته شوند و اساساً فضا نیز ظرفی نیست که چیزی در آن ریخته شده باشد. از این رو فضا با تعریفی که با واقعیت نزدیک‌تر است عمل زیباسازی را نیز دچار تحول می‌کند. تحولات

واقعی و دگردیسی‌های شهری که همراه با تحولات در عرصه تفکر، هنر، فناوری و اقتصاد شهری و روابط شهر در شبکه ملی و جهانی شهرها می‌باشد باید بتواند خود را با سنت‌های بومی، آیین و رسوم محلی و مردمی، پویایی‌های اجتماعی و حضور شهروندان در عرصه سیاسی و مدیریتی و تصمیم‌گیری شهر انطباق بدهد. فهم زیبایی بر مبنای رویدادبودگی و زیباسازی و طراحی فضاهای شهری بر رویدادمحوری می‌تواند بر عهده این انطباق با کمترین هزینه‌های اجتماعی و سیاسی و بیشترین درآمد اقتصادی، ضمن ارتقاء کیفیت محیطی و زندگی شهری، شهروندان را به مکان زندگی خود بیشتر نزدیک کند.

این نوع اندیشیدن به زیبایی به عمل زیباسازی پیوند می‌یابد و این عمل، دارای ویژگی‌های مختص خود می‌باشد که در بخش بعد به آن خواهیم پرداخت.

عمل زیباسازی

زیباسازی یک عمل است به معنای عملی عالمانه که جنبه‌های تاریخی و اجتماعی را نیز در خود دارد. کنش‌های است که در میدانی از نیروهای اقتصادی و سیاسی رخ می‌دهد. این کنش چیزی یک سویه یا بی‌خاصیت یا بی‌ارتباط با زندگی روزمره و فانتری نیست بلکه در رابطه با منفعت‌ها و اراده‌های بازیگرانی قرار می‌گیرد که در مجادله و ستیز برای تسلط بر فضاهای شهری هستند. این عمل، محدود به وظایف سازمانی یک سازمان خاص یا اداره دولتی یا تحرکات بخش خصوصی و بازار یا واکنش‌های شهروندی نمی‌شود و مجموعه‌ای از این کنش‌ها و واکنش‌ها است. از سوی دیگر، زیباسازی عملی است که به تولید محصول صرف محدود نمی‌شود بلکه فرآیند نیز هست. فرآیندی که زمینه را با خود درگیر می‌کند

و با سایر کنش‌ها و محصولات، شبکه می‌شود. این عمل، فرآیندی فضایی-زمانی است و محصولی که تولید می‌کند نیز خود در ارتباط با خواست‌ها و منافع گروه‌های مختلف و تنوع دادن به گفتمان و صداهای رسمی و غیررسمی، مسلط و پنهان، ارزش‌گذاری شده و نشده، قرار می‌گیرد و بخشی از فضای اکنون می‌شود.

تاریخ‌مندی زیباسازی

عمل زیباسازی را می‌توان در میانه، در وسط دانست. از صفر شروع نمی‌شود و در خلأ نیز انجام نمی‌شود. از این‌رو مسأله تاریخ و فرهنگ در زیباسازی مهم می‌گردد و اینکه حضور این تاریخ باید در اکنون فهم شود و روی به‌سوی آینده را آغاز کند. از این‌رو با تحولات در سایر زمینه‌ها هم‌راستا می‌شود و از سوی دیگر حضور این فرهنگ در شبکه فرهنگ‌ها قابل فهم است و ضرورتاً روی به‌سوی مقیاس ملی و جهانی آن مورد تأکید قرار می‌گیرد و در تمام این کشش‌ها و گرایش‌ها، این شهروندان هستند که در این رویدادها، نقش بازیگر و نمایش‌دهنده را دارند و روی به‌سوی آشکارگی خود در فضای شهری‌ای هستند که نه در آن، بلکه، با آن تغییر می‌کنند. از این‌رو می‌توان عمل زیباسازی را موتور محرکه زندگی شهری تلقی کرد اگر در موقعیت مناسب خود قرار گیرد و علاوه بر تلاش برای زیباسازی، نازیبایی‌ها را نیز به زیبایی نمایش می‌دهد. این نمایش همراه و در رویدادی عمیق، خلاق و آفریننده با اجراگری عمومی در فضای عمومی می‌تواند پیشران سایر حوزه‌ها نیز باشد.

در استفاده از ظرفیت تاریخی فرهنگی به مواردی که ممکن است خود سبب تثبیت روابط و ساختارهای گذشته در اکنون شود، باید توجه داشت. «حقیقت هر فرهنگ این است که پیوسته از طریق عوامل پویای

داخلی‌اش و از طریق ارتباطات آن با دیگر فرهنگ‌ها تغییر می‌یابد. نقشه فرهنگی یک شهر پیوسته در حال تغییر است» (مدنی‌پور، ۱۳۹۰: ۱۷۵). عمل زیباسازی بر این مبنا اگر با مطالبه‌گری و تغییرخواهی و اصلاح‌گری ساختاری اکنون گره نخورد؛ اگر با ایجاد فضای گفت‌وگو و مباحثه بر رویداد گذشته و تأثیر آن‌ها در رویدادها اکنون گره نخورد؛ اگر به اندیشیدن در مورد زیبایی‌ها و نازیبایی‌ها شهر شهروندان گره نخورد؛ اگر به حساسیت به چیزی که الان شده‌ایم نیانجامد؛ اگر به سکوی پرتاب به سوی آینده‌ای زیبا منجر نشود و برعکس ماندن در حسرت گذشته و اتکا بر آن و پوشاندن چاله چوله‌های الان باشد؛ آنگاه زیباسازی به قلب تپنده شهر متصل نمی‌گردد و به عملی ایستا و نقاشی‌گونه در شهر منجر می‌شود. محصول این عمل، در ذهن کسانی که در فضا حضور دارند سؤال ایجاد می‌کند؛ آن‌ها را کنجکاوی می‌کند و دانستن موضوع سبب می‌شود استفاده‌کننده و فضا و تاریخ و فرهنگ در یک آن، یکی گردند. چیزی که در فضاهای شهر کم است این لحظه یکی شدن است.

ارزش‌مندی زیباسازی

عمل زیباسازی دارای محتوا و معناست و باز نماینده مفاهیمی چون آزادی و عدالت است ولی نماینده تفکر خاصی که بخواهد تفکر خود را بر فضای شهری مسلط کند نیست. از این‌رو هر کنشی مرتبط با آن در ارتباط متقابلی قرار می‌گیرد که قابلیت گفتگو بر سر آن را داشته باشد و این عمل خود مسبب مشارکت و ابراز عقیده و مجادله بین سلاقی و اراده‌های متنوع در شهر است. از این‌رو در عین لزوم انسجام و یکپارچگی، به سوی همگنی و یک‌شکلی و رفتن به سمت حذف سایر هنرهای مردمی سنتی قدیمی کشیده نمی‌شود. عدالت هم در توزیع هم در توجه به سلاقی همه و هم

احترام به سبک زندگی همه، بخشی از عمل زیباسازی است. این عمل ضمن هم سطح کردن مدیر و مردم عادی و فرد هنرمند در یک رده، می‌تواند سبب این باشد که شهروندان با از آن خود کردن شهر و از آن خود دانستن شهر، حس تعلق به شهر خود را در تمامی سطوح به طور واقعی حس کنند.

زیباسازی با زیبایی چگونه به شهر می‌نگرد: ۱- پدیده‌ای که تمام عناصر و اتصال‌هایش در هماهنگی و همراهی و همکاری کامل و ارگانیک با هم هستند و بازی‌های درون و بین آن‌ها برد-برد است و ذاتا در راستای هدفی که منفعت مشترک را برای همه دارد پیش می‌رود و کلیتی تمام شده و مشخص و معین دارد؛ یا ۲- پدیده‌ای که عناصر و اعضای متنوع و متکثر آن در مجادله و مصالحه، تضاد و اتصال و فشار و گرایش، با هم هستند و در این میان نظم خاصی تلاش در مسلط شدن دارد ولی همیشه در یک وضعیت در حال گشودگی باقی می‌ماند که پر از بازی‌های برد-باخت است و بسیار ممکن است در خدمت منافع و اهداف اقلیتی خاص قرار گیرد. ولی این دو نگاه، زیباسازی را در چه مدارهایی می‌اندازد؟ نگاه اول، نیازی به این آگاهی ندارد که زیبایی مدنظرش که آن را به کار می‌گیرد از کجاست برای کجاست و در خدمت کجا، چه کسانی، چه جریانی و چه منفعی است؛ که خواسته یا ناخواسته هنر و متناوباً دانش و نظم خاصی را بر شهر مسلط می‌کند و بدون مقاومت در اختیار ایدئولوژی‌ها قرار می‌گیرد. از صدای‌های خاموش و سکوت‌ها و شنیده نشده‌ها و دیده نشده‌ها و کسانی که نگاهشان حذف می‌شود یا از اولویت انداخته می‌شود، غافل است. بعد کالبدی برجسته می‌شود و جبرگرایی کالبدی، راهی برای دوگانه متقابل اصلاح یا عدم ارائه هرگونه حمایت و

خدمات (هر چه بیرون از نظم مسلط قرار می‌گیرد، هم شکل‌سازی)، دوگانه سازش یا حذف (با هرچه در حال مقاومت است)، دوگانه پذیرش و به هنجارسازی یا به تمسخر گرفته شدن و زشت نامیدن و ناپاکیزه بودن (درونی کردن گفتمان اجتماعی گروه حاکم و گردش سرمایه و انباشت بیشتر سرمایه)، دوگانه آرام بخشی متنوع مشارکتی یا منظم‌سازی متنوع از بالا به پایین (تجدید قوا و اعصاب برای کار بیشتر در چرخه ناعادلانه اقتصادی و به کارگیری تنوع‌ها برای سوددهی بیشتر) و ... می‌شود که نمونه آن‌ها را در ساماندهی‌ها (اصلاح)، رنگ‌آمیزی‌ها، پاکسازی ابتکار عمل‌ها، نصب چیزهای ثابت، حجیم و بدمقیاس (سازش یا حذف)، لوکس‌سازی‌ها، تجمیع هنرهای رسمی در مکان‌های خاص (پذیرش)، پنهان‌سازی زشتی‌ها، پیاده‌رو سازی‌های تحمیلی (آرام‌بخشی) می‌توان دید. در هر حال شهر و شهروندان چاره‌ای دیگر و حق انتخاب دیگری ندارند و در این منگنه، جبرگرایی به نتیجه مشخصی منتهی می‌شود. حال نگاهی که بر همدلی و هماهنگی و هم‌راستایی است چگونه به این دوگانگی ختم می‌شود؟ این همان گرفتار شدن در ایدئولوژی‌ای است که بر مبنای فقدان‌هایی عمل می‌کنند که هرگز بر نمی‌شوند و در جهت مخفی کردن تضادها در جهت منافع گروه‌های خاص کار می‌کند.

در نگاه دوم، زیبایی با آزادی و دموکراسی و مطالبه خواهی و عدالت و مساوات و مقاومت در محیط به کار گرفته می‌شود و معنا پیدا می‌کند. زیباسازی مبتنی بر سه‌گانه فاشتاین (۲۰۱۰) یعنی «دموکراسی، تنوع و عدالت»، به سوژه‌ای که بر روی آن و برای آن کار می‌کند حساس است؛ دوگانگی جبرگرایی را به طیفی از فرصت‌ها و انتخاب تبدیل می‌کند که از قبل تعیین نیافته است و در یک مذاکره و مباحثه از گروه‌های متنوع،

در موردش تصمیم‌گیری می‌شود و متوجه باخت‌ها، حذف‌شدگی‌ها، جاودانه شدن بی‌عدالتی و نابرابری‌ها می‌باشد. از دیدگاه فرآیندی که یکپارچه‌نگری را نیز در خود دارد علاوه بر جنب و جوش‌هایی که می‌تواند در محیط ایجاد کند و سبب تحرک محیط و افراد درون محیط شود، می‌تواند هر اضافه یا کم‌شدنی را تبدیل به یک رویداد کند یا رویدادی را بر آن سوار کند که لازمه آن دیدن فضا، نه به مثال یک ظرف، بلکه شبکه‌ای از رویداد است و وجود خود را از رویدادهای شکل دهنده خودش دارد. هر بعد از آن مدام در حال کشش به سوی است. رویدادی است که به سوی رویدادی کشیده می‌شود یا آن را جذب یا حذف می‌کند. در هر جذب و حذفی، این فضا است که در حال شدن و نوسان و دگرگونی است.

«هیچ اهمیتی ندارد که شرایط چه باشد، گزینه زیباشناختی را می‌توان در تمامی شرایط زندگی انسان به‌عنوان بخش مهمی از ادراک و کنش مشاهده کرد. صرف نظر از شدیدترین بحران‌های فردی و اجتماعی که در آن ضرب‌آهنگ زندگی توسط فجایع کاملاً گسسته می‌شوند، انسان‌ها درگیر فرآیندی ذهنی یا عملی از قضاوت و انتخاب زیبایی شناختی‌اند. این مؤلفه حیاتی، بخشی از هویت فردی و جمعی است و فقدان آن به بیگانه شدن و بحران هویت می‌انجامد.» (مدنی پور، ۱۳۸۷: ۲۴۰). از سوی دیگر زیبای ناعادلانه، زیبای انحصارگرا، زیبای تبعیض‌آمیز، زیبایی نیست. حتی با ملاک زیبایی می‌توان عدالت نازیبا، همگنی نازیبا و یکسانی نازیبا را نیز شناسایی و ارزیابی کرد و با عمل زیباسازی در آن مداخله کرد.

فضامندی - زمانمندی زیباسازی

زیبایی آرایش یا پیرایشی بر فضا نیست. وقتی رویداد (سیلانی از تاریخ، فرهنگ، اندیشه، اراده، خواست،

سرمایه، نماد و ...)، خود فضا می‌شود (نه در فضا) و زیبایی وقتی همچون رویداد (گشودگی واقعیت) تعریف شود؛ آنگاه فضا و زیبایی یکی می‌شود و زیباسازی فضاسازی می‌شود و برعکس فضاسازی مبتنی بر رویداد نیز زیبایی‌سازی می‌شود. از این نگاه «زیباسازی فرآیندی مستمر و [همواره] در حال رشد [و سیلان] می‌شود که با روانشناسی، فلسفه، هنر، فرهنگ، هویت، دانش، بینش و زمان [و فضا] ارتباط دارد و در کارکردهای مختلف ظهور پیدا می‌کند» (کامیاب، ۱۳۹۲: ۵۲). علاوه بر فضامندی، پویایی‌ها و تنوع‌ها و تضادهای زیباسازی، نیز راه به زمانمندی آن می‌برد. زمان از نظر گروه‌های سنی در درک زیبایی، همچنین گروه‌های شغلی، گروه‌های بومی و عبوری، سواره و پیاده، گروه‌ها با ارزش‌های متفاوت و ...، متفاوت است و زیباسازی‌ها و هنرهای محرک که با خلق زمانمندی، فضای خاصی را ایجاد می‌کنند. رویداد به‌عنوان فضا بدون مردم و شهروندان نه فضامند می‌شود و نه زمانمند. از این رو، بودن با فضا (رویدادها)، مشارکتی است نه از جنس بودن در فضا، بلکه از نوع خلق فضاست.

رابطه‌مندی زیباسازی

در این نگاه، چیزی که مهم می‌شود چگونگی ترکیب سه‌گانه زندگی روزمره مردم، کیفیت فضاهای شهری و تأثیرگذاری سازمان‌های عمومی و دولتی و تنش‌های درون آن است. تنش اول: وقتی که تأثیرگذاری قدرت دولتی خود را در باکیفیت کردن فضای شهری در زندگی روزمره مردم نشان می‌دهد یا در جهت تحمیل باورها و سبک‌ها یا انباشت سرمایه عمل می‌کند؛ تنش دوم: وقتی که زندگی روزمره مردم با کیفیت فضاهای شهری بیگانه می‌شود یا جایی در این کیفیت فضایی پیدا نمی‌کند و خود را از سیاست‌گذاری‌های دولتی

جدا می‌کند و تأثیرگذاری‌های دولتی و عمومی را بی‌اثر و ناکارآمد می‌کند؛ تنش سوم: کیفیت فضاهای شهری که در همراهی زندگی روزمره و تأثیرگذاری دولتی می‌تواند ارتقایی پیوسته و برهمکنشی باشد یا برعکس در تضاد بین این دو عامل به تنزل کیفیت هم در فضاها هم در زندگی‌ها و هم در سیاست و تأثیرگذاری‌های عناصر مؤثر ختم شود.

ترکیب پر تنشی که خود را در سه مؤلفه کلیدی در عمل زیباسازی و پرتکرار در مطالعات، یعنی کالبد مکان، معنای مکان و فعالیت و رویداد مکان نشان می‌دهد. معمولاً این خاطره جمعی مکان است که هسته مرکزی پیونددهنده این سه مؤلفه است که در کنار هم «مکان» را خلق می‌کنند. همه چیز از خاطره جمعی شروع می‌شود و به خاطره جمعی منتهی می‌شود. ولی در پویایی فضای و زندگی شهری، می‌توان از کششی بین این مؤلفه‌ها و عناصر حرف زد که لزوماً مرکز پیرامون نیست. چیزی در واقع از اول یا از مرکز شروع نمی‌شود و همه چیز نیز به مرکز ختم نمی‌شود. کششی که کالبد و معنا و رویداد را در هم می‌پیچاند و هیچ کدام ایستا نیستند و این کلیت، مدام در حال شدن است. در واقع ما داریم از «جایی» حرف می‌زنیم که با ما در تکاپو است در ما می‌جوشد و از ما دور و به ما نزدیک می‌شود. با درون «جاهایی دیگر» در پیوند و در کشمکش است. کششی که هنر شهری و عمل زیباسازی در آن نقش مهمی دارد.

کشش رابطه‌ای معنا- رویداد: رویدادی که به «جایی» معنا می‌دهد و آن‌جا، معنای خود را از رویداد می‌گیرد یا معنای جایی که رویدادی را به سوی خود می‌کشاند و مختص خود می‌کند. رویداد- معنایایی که در ذهن جمعی ته‌نشین می‌شوند.

کشش رابطه‌ای معنا- کالبد: «جایی» که مدام در

جستجوی معنا است و معنایی که مدام به دنبال «جایی» برای ظهور و حضور است. جایی که معنایی را پس می‌زند و معنایی که جایی را از معنا می‌اندازد. در واقع معنا نیز در جایی بی‌معنا یا خلاً نمی‌نشیند و حرکت جایی به سوی معنا، خودش معناست. چیزی که در این کشش خلق می‌شود حاملان معنا هستند و قدرت پیوندی که معنا دارد از آن‌ها شبکه می‌سازد که هرچه متنوع‌تر و گسترده‌تر باشد شبکه‌های اجتماعی قوی‌تر و گسترده‌تری نیز ایجاد می‌کنند. معنایی که در ذهن جمعی تبدیل به رابطه‌های طالب وصل شدن می‌شوند. **کشش رابطه‌ای کالبد- رویداد:** «جایی» که هویت خود را از رویداد می‌گیرد. رویداد سازنده آن است و رویداد با آفریدن خود دست به آفرینش جایی می‌زند و جایی که با رویداد خودنمایی می‌کند تا دیده شود. شنیده شود و لمس شود و در یک کلام، حس شود. نمونه‌های آن را در شهر می‌توان پیاده‌راه یا میدان‌هایی فراموش شده در بافت‌های فراموش شده ملاحظه کرد که با رویداد یا بازخوانی رویدادهای گذشته آن محیط، تبدیل به یک مکان پررونق اجتماعی و اقتصادی شده است.

عدم داشتن درک فرآیندی از عمل زیباسازی، برنامه‌ریزی برای آن را نیز غیرموجه می‌کند و این سبب می‌شود درک کلیت دشوار گردد. بدون این درک، نمی‌توان به انسجام بین محصول، رویداد، اثرات زمانی- فضایی و سایر اتفاقات شهری و عملکردی سایر سازمان‌های عمومی و دولتی و نهادهای مردمی و شرکت‌های خصوصی رسید. همه در یک کلیت به نام شهر در حال برهمکنش هستند.

هنرمندی زیباسازی

یکی از عمل‌های مهم در زیباسازی که همواره آوانگارد سایر عمل‌های زیباسازی بوده؛ هنر شهری است که

امروزه زیباسازی را به‌عنوان عنصری مهم در زندگی شهری از هر نظر قرار داده است و بر وسعت حضور آن و پررنگ شدن نقشش در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی افزوده است و در حال تولید فضا است. تولید فضایی که دیگر از جنس ساختمان و یا فضای بین ساختمان‌ها نیست بلکه از جنس رویداد است. این رویداد هم سبب گردش و انباشت سرمایه و هم حضور و تعامل شهروندان و ایجاد شبکه‌های اجتماعی و افزایش سرمایه اجتماعی در شهرها می‌باشد.

«مهم‌ترین جنبه شهر که طراحان شهری باید به آن توجه کنند مسئله تغییر است» (مدنی پور، ۱۳۹۰: ۱۷۶). «هنر عمومی (هنر شهری) به خانواده‌ای از شرایط اشاره دارد که شامل منشاء، تاریخ، موقعیت و هدف اجتماعی موضوع (ابژه) می‌شود. در جهانی که در آن تکنولوژی مدام در حال تحول است و مادی‌گرایی و کالایی‌سازی و کوچ‌های فرهنگی مداوم رخ می‌دهد و اقتصاد در حال دگرگونی و بازساماندهی است؛ معناهای تمامی این شرایط نیز تغییر می‌کنند» (Hein, 1996). از سوی دیگر «برای اینکه اثر به‌طور حقیقی عمومی باشد، باید به‌گونه‌ای توسط مردم پذیرفته شود. باید از عرصه خصوصی گذشته و به محیطی با تجربه‌های فرهنگی مشترک وارد شود» (Haunting, 2005). هنر عمومی مردم و محیط اطراف خود را درگیر موضوع می‌کند. در این زمینه بازخوردها و تعاملاتی که مخاطبان در ارتباط با اثر نشان می‌دهند، میزان عمومی بودن آن اثر هنری را نشان می‌دهد و نمایشگر گستره فکری و احساسی مخاطبان است (رنجبر و همکاران، ۱۳۹۵). خاطرات مشترک جمعی، چیزی است از رخداد گذشته که در زمان حال موجود است و تبدیل به بخشی از هویت اکنون شهر می‌شود. چگونه می‌توان

این خاطرات را به عرصه عمومی کشاند و از آن‌ها رویداد ساخت، فرهنگ را جلا داد و تجدید قوا کرد، قبل از آنکه فراموش شوند و با چیزهایی پوچ و غیربومی و نامفهوم جایگزین شوند باید به سیلان در بیابند تا بتوان از هویتی سخن گفت که زنده است و مدام در حال شدن. این کنار هنر عمومی و زیباسازی شهری است که بتواند تاریخ و خاطرات و فرهنگ و کارآمدی را با همدیگر به پویایی وادارد و در عین حال ماندگاری آن را تضمین کند.

اما هنر عمومی (شهری) مهم‌ترین ویژگی‌اش یعنی پویایی و ماندگاری (Casanovas, 1995) را کجا و به چه طریقی کسب می‌کند؟ جز اینکه در پویایی و ماندگاری زمینه شهری و عمومی خود پرتاب شود و حل شود؟ اینجا دقیقاً جایی است که زیبایی و هنر شهری با فرهنگ و تاریخ گره می‌خورد. در واقع تشکیل و تقویت تصویر ویژه از شهر باید بر تاریخ و فرهنگ ضمنی خودش استوار شود. قابل شناخت شدن و به‌یادماندنی شدن فضاهایی از شهر، محلات شهر، خود شهر چه در ذهن شهروند و چه در ذهن گردشگر و چه در ذهن شهرهای رقیب و شبکه جهانی شهرها، در ابتدا باید خیز از درون چیزی بدهد نه ظاهر بیرونی؛ و بنابراین «از دهه ۱۹۹۰ این موضوع که هنرمند کار خود را در تعامل و گفت‌وگو انجام دهد مورد توجه قرار گرفته است. به گونه‌ای که دیگر گذشته به‌صورت بنای یادبود نشان داده نشده بلکه به‌صورت بخشی از یک گفت‌وگو در حال بیان می‌شود» (Papastergiadis, 2010: 17) تا جایی که مکانی که ارتقاء تبادل فرهنگی را باعث شده و بسط آگاهی‌ها را تحت تأثیر قرار دهد، به خودی خود می‌تواند به‌عنوان یک اثر هنری به‌حساب آید (Worth, 2003). البته، به این موارد هم باید توجه داشت که «چیزی که لوفور درباره آن

هشدار می‌دهد؛ توانایی بناهای یادمانی در پنهان کردن اراده و خودکامگی قدرت‌ها در زیر سطوحی است که مدعی بیان افکار و خواست جمعی هستند.» (اریس و کریمی، ۱۳۹۷: ۱۱)؛ و اینکه «وقتی طراح به فکر خوانایی بصری از طریق تمایزات بی‌ضرر بین محلات است، منظر فرهنگی ممکن است چند تکه شود و از بین برود» (مدنی‌پور، ۱۳۹۰: ۱۷۸).

دلپذیرمندی زیباسازی

در این نگاه، عمل زیباسازی به بدنه محیط شهری خلاصه نمی‌شود بلکه به دلپذیر شدن امر شهری می‌پردازد. به طور مثال، جای سرگرمی و گردشگری در زیباسازی کجاست؟ در طرح راهنمای برنامه‌ریزی منطقه‌ی فعالیتی مرکزی لندن^۱ (۲۰۱۶)، فعالیت‌های هنری، فرهنگی، گردشگری و سرگرمی و تفریحی، عملکردی یکپارچه مدنظر قرار گرفته است که از نظر مکانی شاخصه متمایز هر منطقه‌ای هستند و از نظر زمانی به لحظات روز، عصر و شب تقسیم می‌شوند که استفاده‌کنندگان متنوع خود را نیز دارند. در واقع شاهد عملی هستیم که هم‌زمان با درگیر کردن خلاقیت ذهن و روان فرد با محیط و شکوفایی بالقوگی‌ها (در فعالیت هنری)، جمع را نیز با تاریخ اکنون، وضعیت اجتماعی اینجا و خلق ارزش‌های نمادین به هم پیوند می‌زند (مسئله فرهنگ)، ارتباط جمع و شهر را با سلاقی گوناگون و افراد سایر شهرها و برندشدن خود شهر در میان سایر شهرها را برقرار می‌کند که پویایی و رونق اقتصادی هم‌پایه آن است (فعالیت گردشگری) و شور و هیجان و شادی، حضور‌پذیری، سرزندگی، انگیزه استمرار، روح دادن به فعالیت‌های ذکر شده و پر کردن خلأهای بین آن‌ها را برقرار می‌کند (فعالیت سرگرمی و تفریح). این فعالیت‌های گوناگون در

1. Central Activities Zone Supplementary Planning Guidance; March 2016

یک ارتباط و همبستگی مکانی و زمانی برنامه‌ریزی می‌شوند تا بتواند دربرگیرندگی و پاسخ‌گویی به تمام سلاقی و شهروندان را داشته باشد.

مسئله کلیدی در چنین تفکری، جذب سرمایه‌گذاری و خلق فضاهایی پرتحرک است. این سرمایه‌گذاری می‌تواند مالی یا اجتماعی یا نمادین باشد که می‌تواند در جهت تقویت یکدیگر باشند. در واقع، در عمل زیباسازی با دو نوع هماهنگی و پیوستگی روبرو هستیم. ارتباط‌های درون‌فعالیتی و ارتباط با سایر فعالیت‌های بیرونی که توسط سایر سازمان‌ها و نهادها در حال انجام هستند؛ و البته ارتباط با فضایی فراتر از خود شهر و زمان اکنون نیز هست.

عمل زیباسازی لزوماً ساختن و ایجاد کردن و اصلاح و ... نیست، گاهی فرصت دادن به بروز فعالیت‌هاست یا آماده کرده فضا و زمینه‌سازی برای آن‌ها یا برداشتن موانع از سر راه بروز آن‌ها یا تحریک و انگیزه دادن و حمایت کردن نیز می‌شود یعنی در زمینه بسیاری از فضاهای شهری چه به شکل رسوب شده تاریخی، چه غیرفعال شده، یا سرکوب شده، یا غیرمنسجم و کوتاه برد و کم اثر؛ خواست و اراده‌ای برای زیباسازی وجود دارد که باید به آن‌ها توجه کرد و این خود نیازمند برنامه‌ریزی پیوسته مشارکتی با زمینه است.

در مجموع زیباسازی صرفاً «فرآیند توسعه و ویژگی‌های بصری که در فضاهای شهری صورت بگیرد» (کامیاب، ۱۳۹۲: ۴۵) نیست؛ و به «تدوین ضوابط خاص برای هر بخشی از فضا و پیکره‌های شهری شود» (کامیاب، ۱۳۹۲: ۴۵) هم محدود نمی‌شود که فارغ از مشارکت شهروندان با «کنترل و نظارت از سوی متولیان امر سبب خلق شهری سالم، زیبا و دلنشین برای شهروندان گردد» (کامیاب، ۱۳۹۲: ۴۶) نیز محقق نمی‌شود. در واقع باید از گفتمان «زیباسازی برای

مردم» به گفتمان «زیباسازی با مردم» حتی «زیباسازی میان مردم» رسید. «بنابراین پیشنهاد می‌شود در تعریف طراحی شهری، واژه‌های «نوآرانه» و «فضایی» جایگزین واژه‌های «مد روز» و «بصری» شوند.» (مدنی‌پور، ۱۳۹۰: ۴۱). عمل زیباسازی وارد دورانی ویژه و تأثیرگذار در شهرها شده است که منحصر به فردی هر شهری را در نظام شهری جهانی رقم می‌زند و شهرها و مدیریت شهری نگاه ویژه‌ای به این عمل پیدا کرده‌اند از این رو لزوم پرداختن دقیق و خلاقانه به آن ضروری است.

تفکر در عمل زیبایی و عمل در تفکر زیبایی (زیباشوندگی)

چگونه می‌توان با عمل زیباسازی از اندیشه زیبایی به زیباشوندگی رسید؟ بدین معنا که بتوان زیبایی را در فضاها و شهری، زندگی روزمره و نگاه‌ها و سیاست‌های مدیریتی و اجرایی به یک امر مدام در حال نوشدن و مستمر و پویا تبدیل کرد. آن را تبدیل به یک جوشش درونی کرد یا موانع موجود را از سر راه این جریان برداشت تا سیلان خود را با شتاب بیشتر و دربرگیرندگی بیشتری ادامه دهد. زیباسازی‌ای که متوقف نمی‌شود، منتظر نمی‌ماند، خلاقیت را همواره در خود دارد، خواسته و طلب می‌شود، خواهان عمومی دارد، تأثیرگذار و تأثیرپذیر است، فراتر از یک رابطه صرفاً شکل (فرم) و عملکردی است. علاوه بر معنا و سرمایه‌های نمادین، یک خواست و اراده جمعی نیز در آن وجود دارد. خواستی که تاریخ، خاطره، فرهنگ، زندگی روزمره، اقتصاد و معیشت، سیاست برای تغییر یا تثبیت، مطالبه‌گری و اعتراض، برهمکنش‌های اجتماعی و تعامل و شکوفایی را در خود دارد. زیباشوندگی بر مبنای تعریفی که از زیبایی در قسمت

اول شد قابل تشریح است. زیبایی‌ای که خود را در عمل نشان می‌دهد و این عمل زیباسازی در فلسفه زیبایی به مثابه حرکتی رویداد-مبنا می‌شود که همواره در حال شدن و در حال آشکارگی است و زمان و فضای خود را خلق می‌کند. بخشی از زندگی روزمره شهر و جذب در درون فضای آن می‌شود و در جهت شکوفایی روح و روان شهروندان بر خاطرات گذشته موجود استوار می‌شود. ماندگاری و پایداری زیبایی در شهر اساس آن است. از این رو برهم کنشی بین هویت و زیبایی است و دربرگیرندگی فلسفه و عمل زیبایی را همزمان با خود دارد و حیطه ارزیابی مستمر عمل و اندیشه است.

با توجه به واقعیت زندگی شهری و با تمام جوانب آن و نیروهای دخیل در آن، باید در نظر داشت که زیبایی در خلاء یا خلاء (بی‌معنایی) در زیبایی وجود ندارد. زیباشوندگی، زیبایی در زیبایی است. کلیتی که در آن، هر عمل زیبایی در تفکر زیبایی پایه‌ریزی می‌شود. واقع، عمل در تفکر یعنی عمل زیباسازی در تفکر زیبایی و تفکر در عمل یعنی تفکر زیبایی داشتن در عمل زیباسازی است. مجموع آن‌ها به زیباشوندگی مستمر و دربرگیرنده، سببی و مولد منتهی می‌شود؛ بنابراین زیباشوندگی نه تنها خود در جهت یا برای ارتقا کیفیت زیست شهروندان است بلکه این ارتقا را هم مطالبه می‌کند و نیروی محرک و فشار آورنده بر همه است که می‌توان زیباتر دید و زیباتر شنید و زیباتر زندگی کرد. این یک فرآیند است به نوعی یک رابطه متقابل است نه یک طرفه و نه اینکه منتظر ماند که چه زمانی این زیباسازی، کیفیت محیط و زیست شهروندان را ارتقاء می‌دهد. ارتقاء کیفیت ابعادی چندگانه دارد که زیبایی می‌تواند پیونددهنده اهداف آن‌ها چون کارایی و عدالت باشد. یا سایر ارگان‌ها

متولی کیفیت محیط، فعالیت‌های خود شهروندان و ... را برای کیفیت بهتر و دقیق‌تر و حساس‌تر به کار گیرد و به کنش و واکنش وادارد.

نوشوندگی مستمر: پیوند زیبایی و هویت

تأکید بر ارتباط زیبایی و هویت از مباحث کلیدی در زیباشوندگی است. از آنجا که «فرد بخشی از اجتماع است نه جدا از زمینه اجتماعی» (مدنی‌پور، ۱۳۹۰: ۱۴۷) و عمل زیباسازی خود را در فضاهایی بروز می‌دهد که در متن اجتماعی و سپهر عمومی شهر است و با زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی کار می‌کند؛

پس با هویت جمعی و فردی نیز درگیر می‌شود. از سوی دیگر هویت محیط که زیباسازی با آن به فهم در می‌آید؛ جدا از هویت انسان درون آن نیست و تاریخ نیز که زیباسازی بر روی آن خود را پی‌ریزی می‌کند؛ چیزی در گذشته نیست بلکه در اکنون حضور دارد و تبدیل به آینده می‌شود نه اینکه به سوی آینده می‌رود. اکنون آینده را در خود دارد و همراه با گذشته درون خود، به سیلان خود ادامه می‌دهد. از این رو زیباسازی که می‌خواهد انسان شهری را به آینده و آرمان و خیال ببرد نمی‌توان خود را از هویت اکنون جدا کند. از این رو این عمل تبدیل به شدنی می‌شود که هم‌زمان گذشته و اکنون و آینده را در خود دارد و این ترکیب، همواره پویا و در حال نو شدن است. این سیلان ضرورتاً با اندیشه‌های متفاوت و متنوع، پیوندی شبکه‌ای و تعاملی یا تقابلی و مجادله‌ای و رقابتی پیدا می‌کند که در هر حالت زمینه پیشرفت و تعالی شهر را فراهم می‌کند. به طور مثال «آثار هنری شهری طرف بیان فرهنگی ملت‌ها هستند که می‌توانند با دیگر فرهنگ‌ها، در هر سوی جهان گفتگو و تعامل کنند. هنرهای شهری تعامل‌گرا هستند و این خاصیت همان میانجی‌گری است که اساسی‌ترین و

تمایزترین ویژگی هنرهای شهری است.» (نفیسی‌فر، ۱۳۹۶: ۱۶). در واقع، زیباشوندگی، خود را از یک نوشوندگی مستمر می‌گیرد. نوشدنی که جدا از گذشته و هویت آن نیست و در ادامه تکامل آن است. در یک اتصال و پیوندی با سایر تحولات و تحول سایر چیزها قرار می‌گیرد. زیبایی در نسبت و رابطه، معنا می‌یابد و زیبایی را بر مبنای حرکت جوهری، می‌توان یک سیلان ذاتی در آن متصور شد که در حال جوش و خروش درونی است و هرگز ساکن و متوقف و ایستا نیست.

صدا شدن: پیوند زیبایی و مطالبه‌گری

در وضعیت کنونی شهرهای کشور، «هنر کمتر در خدمت فضای شهری قرار گرفته است (به جز زیبایی فرمال)؛ بلکه این فضای شهری است که در خدمت مقاصد هنر قرار می‌گیرد» (اریس و کریمی، ۱۳۹۷). همین‌طور کمتر در خدمت زندگی روزمره مردم و وسیله‌ای برای بیان خواسته و صدای آن‌ها بوده است. هنر و زیبایی باید صدای شهر باشد. صدای شهروندان خاموش - در برابر زیبایی‌بخشی‌ای قرار می‌گیرد که می‌خواهد چیزی را مخفی کند؛ صداهایی را در مسلط کردن تک صدایی خاموش نگه دارد؛ تضادهای اقتصادی و اجتماعی را پنهان کند؛ یا ضررهایی که اکثریت شهر در به سود و منفعت رسیدن اقلیتی متحمل می‌شوند؛ در روکش زیباسازی، بدیهی، غیرقابل تغییر، طبیعی، دائمی و سیاست‌زدایی کند.

از سوی دیگر عمل مشارکتی زیباسازی تنها بر مبنای توافق و مصالحه نیست بلکه برقراری دموکراسی از طریق هنر شهری به معنای پایدار کردن اختلافات [نیز می‌تواند] باشد (Deutsche, 1996: 27). بدین معنا که درخواست‌های متضاد جامعه را برآورده می‌کند (Hall & Robertson, 2001) یا نمایندگی آن‌ها را به

عهده می‌گیرد و اجازه حذف گروه‌هایی به دلیل عدم توان مناسب در ابراز وجود به زبان و منطق مسلط را نمی‌دهد؛ بنابراین «تعامل فضا و هنر شهری از طریق تأیید تاریخ و هویت گروه‌های اقلیت و طرد شده بسیار اهمیت دارد. برای این کار باید به آن‌ها کمک کرد که خواسته خود را بیانند، تاریخ و سنت خود را تأیید کرده و تجارب و امیال خود را پیدا کنند» (Sharp, Pollock & Paddison, 2005: 1007).

(اریس و کریمی، ۱۳۹۷).

«رسالت هنر عمومی زنده نگه‌داشتن بحث و مناظره می‌باشد، چنان‌که نه مجال اجماع که امکان بحث‌های عقلانی و نیز آتشین و تمام نشدنی را فراهم آورد» (هاین، ۱۳۸۶: ۷۹). در این نگاه، عمل زیباسازی در برابر زیباسازی‌هایی قرار می‌گیرد که تحت سیاست‌هایی، با تلطیف فضاهای زندگی جمعی سعی در لاپوشانی ریشه دردهای شهری را دارند و به دنبال این هستند که تن‌های خسته از شهری پرفشار، لحظه‌ای بیاساید تا جانی تازه بگیرد برای تحمل فشارهایی که در انتظار اوست. زیبایی در این نگاه، روکشی ایدئولوژیک برای نیندیشیدن به ریشه‌های شهر نازیبا نیست که تلاش می‌کند با تغییر هویت‌ها و جهت‌دهی به افکار و سبک زندگی شهروندان، آن‌ها را در این چرخه نگه دارد و هم‌رنگ جماعت کند. بلکه به دنبال تلطیفی است که همه‌گیر است و شامل همه نوع سلايق و جنسیت و گروه‌های سنی است تا سبب تبعیض نشود. تلطیفی که زیباشدن فضای جمعی زندگی به زندگی جمعی کردن و لطیف زندگی کردن منتهی می‌شود. این فشار و تلطف کشمکش است که همیشه با زندگی شهری بوده و هست و نقش زیبایی لطیف کردن فشار و پرفشار کردن لطافت در فضا است. از این‌رو می‌تواند محملی باشد برای شکل‌گیری حق به شهر در تغییر و

خلق شهری زیبا، حقوق عامه به زیست زیبا، زیبایی برای همه و همه در خدمت زیبایی.

عمومی شدن: ذوب افق‌های ابژکتیو و سوژکتیو زیبایی در هم

زیباشوندگی را می‌توان در ذوب شدن نگاه ابژکتیو و سوژکتیو به زیبایی و کیفیت فضا هم جستجو کرد. دو نگاهی که اولی زیبایی را در ذات منظر و فضا می‌داند و دومی زیبایی را بر اساس چیزی که در ذهن ناظر می‌گذرد و ادراک می‌کند ارزیابی می‌کند که خود بستگی به ذهن و آگاهی و حساسیت‌های فرد و تأثیرپذیری آن از مکان و فضا و زمان و تاریخ و فرهنگ و شرایطی که در آن زندگی می‌کند می‌داند. نگاه اول با دیدگاهی عقلانی به فکر ایجاد مقررات و ضوابطی است که تصور می‌شود با اجرای آن‌ها قطعاً محیطی زیبا شکل خواهد گرفت که همه از آن لذت خواهند برد و کیفیت محیطی حتماً ارتقاء پیدا خواهد کرد و این اصول فرازمانی و فرامکانی است و در هر جا و زمانی قطعیت دارد. نگاه دوم که با دیدگاهی روان‌شناختی و مشارکتی و احساسی به چیزی که در ذهن ساکنین و استفاده‌کنندگان از فضایی که خود بخشی از آن هستند به زیبایی می‌اندیشند که درک می‌شود و افراد با آن زندگی می‌کنند و در کنش و واکنش با آن بر می‌آیند؛ که از نظم عقلانی و در به زیر سلطه درآوردن طبیعت و احساس محتاط است و قطعیت از پیش تعیین شده وجود ندارد و بر پویایی و انعطاف‌پذیری و تغییرپذیری و تکامل‌پذیری تعاملی کیفیت و زیبایی محیطی تأکید دارد که به جدایی‌ناپذیری انسان و فضا منجر می‌شود. در اینجا «حاضرشونده دیگر یک تماشاگر منفعل نیست بلکه همچون شریک و همراه، به طور فعال، مشمول و درگیر در ساختن، تأسیس و وضع کار

هنری می‌شود» (Hein, 1996). این را می‌توان در نگاه راپوپورت^۱ به فضا هم دید به طوری که درک فضا را به عنوان مجموعه‌هایی پویا از «صحنه‌ها» می‌داند. «صحنه» به نظر او محدوده‌ای از فضا است که نظامی از فعالیت‌ها را درون خود جای می‌دهد به صورتی که رفتارها با محیط درون آن فضا روابطی قابل انتظار به وجود آورند؛ بنابراین، هر صحنه را می‌توان مکانی با فعالیت‌های ویژه دانست. فعالیت مزبور، رفتارها را در قالب‌های زمانی / مکانی جای می‌دهد؛ یعنی آن‌ها را در زنجیره یا زنجیره‌های خاص به صورت ساده یا ترکیبی در نقاطی مشخص از فضا قرار داده و این نقاط را به صورتی خاص از لحاظ زمانی سکانس‌بندی می‌کند. آثار هنر شهری در این صحنه‌ها، در صورت تعامل شهروندان (بازیگران) با اثر، نقش مهمی بر عهده می‌گیرد. در این صورت اثر هنری شهری: هم سازنده فضا است در فضای مکان استقرار یافته‌اش / هم مقوم فضای عمومی مکان خویش است / هم نشانه فضای عصر خویش است / و هم منتقد فضای مکان خویش است (نفسی فر، ۱۳۹۶: ۲۸).

بنابراین، فضاهای شهری به صرف خصوصی نبودن و نداشتن دیوار و دروازه و مجوز ورود، عمومی نمی‌شود. از این رو «پروژه‌های هنری راهی است برای طراحی و ایجاد فضای عمومی و این هنر عمومی [و زیباسازی شهری] بخشی جدایی‌ناپذیر از فرهنگ جامعه به شمار می‌آیند» (Becker, 2004) (مظفر و همکاران، ۱۳۹۵)؛ و باز این عمومی شدن نیاز به تداوم و تحرک و تجدید معنا دارد که بتواند فعالیت‌ها و تعاملات اجتماعی را در خود بپروراند و حفظ کند و این هنرهای عمومی و عمل زیباسازی است که در توسعه و زیست‌پذیری فضای عمومی اهمیت پیدا می‌کند و فضاهای شهری

رویدادمداری: واصل فعال و خلاق بین زیبایی و هویت

زیباشوندگی شهر همان‌گونه که درون زمان اکنون است، از گذشته تا آینده را نیز شامل می‌شود؛ فراتر از محدوده‌های فیزیکی آن، در یک ارتباط متقابل هم با محیط اطراف خود و در پیوند با شبکه شهری از مقیاس محلی و ملی تا مقیاس جهانی قرار می‌گیرد. چیزی که می‌تواند زیباسازی را در این مدار زمانی - فضایی قرار دهد، رویدادمداری است. «رویدادمداری،

1. Rapoport 1990
2. Setting

مفهومی برخاسته از هویت فرهنگی هر شهر است که ریشه در خاطرات جمعی داشته و بازنمایی آن می‌تواند محرکی فرهنگی و بومی در ارتقا کیفیت فضاهای شهری باشد. همچنین ابزاری در راستای رقابت شهری در مقیاس بین‌المللی به منظور تغییر نشان شهر، جذب گردشگر و توسعه اقتصادی و ارتقا کیفیت فضاهای شهری برون‌دادی از آن می‌باشد» (رنجبر، ۱۳۹۶). در واقع رویداد، می‌تواند نقش پیونددهنده میان زیبایی و هویت، زیباسازی و هویت‌بخشی و زیباشوندگی و هویت‌مندی را داشته باشد زیرا تمام این موارد را در خود دارد. «ارزش مفهومی رویداد در ارتقا کیفیت فضای شهری را می‌توان به فراهم آوردن زمینه «ادراک کل‌نگر» در فضاهای شهری دانست. چراکه به واسطه رویداد به‌عنوان عامل سوم ارتباط، مخاطبان فضای شهری، تجربه‌ای جمعی و خاطره‌مند مبتنی بر درک هم‌زمان کالبد و محتوای فضای شهری دارند». از این رو به‌منظور داشتن یک واصل فعال و خلاق میان زیبایی و هویت؛ تأکید بر «رویدادی است که خلق می‌شوند و نه تولید؛ فضاهای شهری صحنه برگزاری آن‌هاست نه پرده نمایش آن‌ها؛ بازنماینده فرهنگ است نه معرف فرهنگ؛ سبب زنده شدن دوباره فرهنگ است نه کالایی شدن و به فروش رفتن فرهنگ؛ غیررسمی و در دست مردم است نه تماماً رسمی و در دست بازیگران قدرت؛ مردم شهر، در آن بازیگر هستند نه تماشاچی؛ و عمدتاً آیینی است تا صرفاً تفریحی» (رنجبر، ۱۳۹۶).

نتیجه‌گیری

در این مقاله، تلاش بر این بود تا در سه حوزه معرفتی، عملی و شور زندگی، دریچه‌هایی به سوی برنامه‌ریزی زیباسازی شهری گشوده شود. هدف هم‌نه پاسخی به پرسش‌ها، یا ارائه راهکار یا تکنیک طراحی،

بلکه ایجاد بستری برای رویش پرسش‌های بیشتر و مسأله‌مندی‌های نو بود که می‌توانند به بحث درآیند. عمل زیباسازی در شهرهای کشور ما که تا کنون با متولی‌گری شهرداری‌ها انجام شده است تا چه اندازه توانسته است از عملی‌آرایی - پیرایشی و اثری کوتاه مدت و ارتباط محدود به رخدادی ماندگار و پویا و تحریک‌کننده تبدیل شود؟ در برقراری ارتباط با ذهن و روحیه و دغدغه و نیاز شهروندان چه اندازه موفق بوده است؟ چه جایگاه و منزلتی در میان سایر عمل‌های خدماتی، نوسازی، حمل‌ونقلی، عمرانی، اجتماعی و مدیریتی شهری داشته است و توانسته است آن‌ها را به اهدافی چون حق به شهر و زیست در شهری زیبا نزدیک کند؟ در مشارکت‌پذیری، مطالبه‌گری، مسئولیت‌پذیری، حس تعلق و آسایش و آرامش شهروندی چه نقشی داشته است؟ خلاصه اینکه در زیباشوندگی شهری تا چه اندازه توانا بوده است؟

نقشی که پیوند بین هنر شهری و هویت شهری در طراحی فضاهای شهری بر مبنای ویژگی‌های درونی زیبایی دارند؛ فرآیندی دیدن طراحی شهری بر مبنای شدن فضایی - زمانی زیبایی؛ و مشارکتی کردن طراحی فضاهای شهری بر مبنای زیبایی همچون گشودگی به واقعیت و رویداد محور شدن آن؛ و همین‌طور، همه جانبه‌نگری زیباسازی و طراحی زیبای فضاهای شهری بر مبنای پیوندی که زیبایی و هنر با سایر عرصه‌ها دارد؛ می‌تواند پایه‌های اساسی برای فلسفه طراحی شهری باشد. مواردی که در ایجاد تحولات واقعی و عادلانه حضور مؤثری دارند. ویژگی کلیدی این نگاه، اندیشیدن فلسفی به زیبایی همچون امری وجودی با سیلانی جوهری و مستمر است که همچون رویدادی فضا‌ساز خود را نشان می‌دهد. این فضا‌سازی، اندیشه و زندگی شهروندان با فضاهای شهری تغییر می‌کند و

هویت شهری و شهروندی با شرایط مکانی - زمانی زمینه خود مدام در حال نوشدن می‌باشد. از این رو، هویت و زیبایی، هنر شهری و زندگی شهری، زیباسازی شهری و مشارکت شهروندی در هم تلفیق می‌شود. بر این مبنای، طراحی همه جانبه نگر ضمن درگیر کردن همه نگاه‌های دیگر و درگیر شدن با همه زمینه‌های دربرگیرنده، تاریخ گذشته، اکنون و آینده را به هم متصل می‌کند و مکان را در شبکه‌ای از مکان‌ها در مقیاس‌های زندگی فردی تا جریان‌های جهانی قرار می‌دهد؛ و در نهایت اینکه زیبایی، طراحی، فضای شهری و مکان زندگی همواره ناتمام و همواره در شدن است.

این رویکرد را می‌توان به شکلی انضمامی تر هم دنبال کرد؛ مثلاً، به دنبال پیاده‌راه سازی، فعالیت‌های خودجوش مردمی یا فعالیت‌های رسمی چه اندازه و با چه کیفیتی، فضا را پر کرده‌اند و این رویدادها توانسته‌اند فضایی برای خودشان ایجاد کنند؟ فضاهای زیباسازی شده توانسته‌اند شأن مکانی خود را در مناسبات شهر و ذهن شهروندان باز یابند یا ایجاد کنند؟ در اینجا مسأله اساسی خود شهر است که چگونه می‌خواهد زیبا باشد. به همین دلیل هویت‌مندی هم ضمیمه آن است و مسأله بعدی چگونگی این خواستن است و مسأله بعدی این است که این خواست، خواست چه کسی است. شهر آن را در خود می‌پذیرد یا خیر؟ پاسخ به این سؤالات ورود به کنکاشی است که از زیباسازی نخبه‌گرا و فن‌سالارانه فاصله گرفته و به سوی زیباسازی مشارکتی و تعاملی حرکت می‌کند.

با این جریان، زیبایی بدون هویت و هویت بدون زیبایی معنایی ندارد. این ارتباط از طریق رویدادمداری محقق می‌شود. شهر بدون رویداد از یک سو یا شهری موزه‌ای می‌شود یا شهری دچار رخوت و بی‌تحریکی

(ذهنی، سیاسی، فرهنگی و محیطی) است. رویداد بدون اراده، حضور و ابتکار عمل شهروندی، یا به شهری در حال افول یا شهری به انحصار درآمده تبدیل می‌شود. از این رو اگر عمل زیباسازی بر مبنای رویدادمداری قرار است به زیباشوندگی برسد باید عواملی چون شأن مکان و شأن حضور شهروند، زمینه رویداد و زمینه زندگی روزمره شهری، فهم عمیق هرچه که الآن هست با تمامی کیفیت‌های پیدا و پنهان آن و هویتی که دارد یا هویت‌های که با آن شکل گرفته‌اند و سپس اقدام به تغییر دادن آن، احترام به صدا و سلیقه و خلاقیت‌هایی که ناشنیده، نادیده و سرکوب شده بوده‌اند، فرصت دادن به گشودگی و پذیرایی فضا به روی زیباشدن، باز گذاشتن فضا برای مجادله‌های دائمی بر روی چگونه زیباتر شدن را مدنظر داشته باشد. به طور خلاصه زیبایی و هویت در پویایی شهری و شهروندی باید به یکدیگر پیوند بخورند.

چنانچه، هویت‌مندی بدون زیبایی به اغتشاش (فاقد نظم و نظام مشخص)، رکود و سکون (فاقد تغییر به سوی ارمان خواهی و بهتر شدن)، زشتی (فاقد هدف و جهت گیری و عادت به نازیبایی‌ها)، منزوی شدن (عدم ارتباط با دیگر فضاها و فرهنگ‌ها)، ... و زیبایی‌سازی بدون هویت بخشی به عدم استمرار، عدم حس مکان، عدم احساس تعلق، فاقد رمز و پیچیدگی، فاقد عمق احساسی و معنوی، فاقد درگیری ذهنی و عاطفی، فاقد منحصر به فردی، گرفتار شدن در سلطه گروهی خاص، ... منجر می‌شود.

این رویکرد را می‌توان با پژوهش‌هایی که به صورت راهبردی به ارزیابی میزان اثرگذاری هنرهای شهری است که تا اکنون بوده است؛ پشتیبانی کرد. طی دو دهه گذشته تا کنون کارهای زیادی انجام شده است.

آیا ارزیابی وجود دارد؟ آیا مشخص است که این کارها چه میزان بر تصویر ذهنی مردم اثرگذار بودند؟ آیا مشخص است که این کارها بر کیفیت فضاهای شهری چه میزان اثرگذار بودند؟ و این نیاز به یک تحلیل جامع دارد که عمل زیباسازی تا چه اندازه به زیباشوندگی شهر رسیده است.

فهرست منابع

- اریس، بهاره؛ کریمی مشاور، مهرداد. (۱۳۹۷)، مدل مفهومی ارتباط معنایی هنر و فضای شهری، باغ نظر، ۱۵ (۶۶)، ۵-۱۶.
- آفرین، فریده. (۱۳۹۵)، زیبایی معاصر: رویداد به مثابه امر نو، فصلنامه علمی پژوهشی کیمیای هنر، ۵(۱۹)، ۵۷-۷۰.
- امینی، مهدی. (۱۳۹۴)، ادراک حسی زیبایی از دیدگاه ملاصدرا و تبیین آن به عنوان معقول ثانی فلسفی، فصلنامه علمی پژوهشی کیمیای هنر، ۴(۱۵)، ۸۳-۹۷.
- جعفری، محمدتقی، (۱۳۷۸)، زیبایی و هنر از دیدگاه اسلام، چاپ دوم، تبریز: نشر کرامت.
- حکمت مهر، محمدمهدی. (۱۳۹۴)، حکمت زیبایی بر اساس فلسفه صدرایی، مجله قیاسات، ۲۰، ۱۳۹-۱۶۹.
- رنجبر، احسان. (۱۳۹۶)، رویدادمدراری و ارتقا کیفیت فضای شهری: از شهر جهانی تا شهر ایرانی، مجله ارسن، شماره ۲، ۵-۶.
- رنجبر، احسان؛ مطالعاتی، نجمه؛ پورحبیب، خورشید؛ و شئونات، بیتا. (۱۳۹۵)، مقدمه‌ای بر هنر شهری و سیاست‌های ارتقای آن در کلانشهر تهران، دانش شهر، شماره ۳۴۹، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.
- الشیرازی، صدرالدین محمد بن ابراهیم، (۱۹۸۱)، الحکمه المتعالیه فی الاسفار العقلیه، الاربعه، جلد ۱ و ۲ و ۴-۷، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- قربانی، عباس؛ قربانی، ابوالفضل. (۱۳۹۵)، چرایی زیبایی با تأکید بر هستی‌شناسی صدرایی، فصلنامه علمی پژوهشی

کیمیای هنر، ۴(۲۰)، ۸۹-۱۰۱.

– کامیاب، جمال. (۱۳۹۲)، مبانی زیباسازی شهری، نشر هنر معماری قرن، تهران.

– مارکوزه، پیتر. (۱۳۹۶)، حق (حقوق) چه کسی به چه شهری، ۵۷-۸۰، در برنر، نیل؛ مارکوزه، پیتر؛ و مایر، مارگیت، شهرها برای مردم نه برای سوداگری، ترجمه محمود عبدالله زاده، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، تهران.

– مدنی پور، علی. (۱۳۸۷)، طراحی فضای شهری، نگرشی بر فرآیندی اجتماعی و مکانی، ترجمه فرهاد مرتضایی، انتشارات پردازش و برنامه‌ریزی شهری، چاپ سوم، تهران.

– مدنی پور، علی. (۱۳۹۰)، ابهام‌های طراحی شهری، ۳۵-۵۴، در کرمانا، متیو و تیزدل، استیو، خوانش مفاهیم طراحی شهری، ترجمه کامران ذکات و فرناز فرشاد، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، تهران.

– مدنی پور، علی. (۱۳۹۰)، طراحی شهری خرد، مبانی و چارچوب‌ها، ترجمه بهادر زمانی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.

– مظفر، فرهنگ؛ حسینی، مهدی؛ و خدادادی، رضا. (۱۳۹۵)، سنجش تأثیر «هنرهای عمومی» در زیباسازی و بهبود کیفیت بصری منظر شهری؛ مطالعه موردی دیوارنگاره‌های شهر تهران، نامه هنرهای تجسمی و کاربردی، ۱۸، ۶۱-۷۹.

– نفیسی فر، الهام. (۱۳۹۶)، بررسی و ارزیابی کیفیت اثرگذاری هنرهای شهری بر فضای عمومی شهر تهران، دانش شهر، شماره ۱۳، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران.

– هایدگر، مارتین. (۱۳۹۰)، سرآغاز اثر هنری، چ چهارم، ترجمه: پرویز ضیاء شهابی، تهران: هرمس.

– Deutsche, R. (1996). Evictions: Art And Spatial Politics. Cambridge, Massachusetts.

- Fainstein, S. (2010). *The Just City*. Ithaca: Cornell University Press.
- Hall, T. & Robertson, I. (2001). Public Art And Urban Regeneration: Advocacy, Claims And Critical Debates. *Landscape Research*, 26 (1):5-26.
- Hein, H. (1996). What Is Public Art? Time, Place, And Meaning. *The Journal Of Aesthetics And Art Criticism*, 54(1), 1-7.
- Pam Korza, "Evaluating Artistic Quality In The Public Realm: A Report Of The On View Symposium On Public Art, May 1989, Harvard University," *On View* 1, No. 1 (1990): 76.
- Papastergiadis, N. (2010). *Spatial Aesthetics, Art, Place, And The Everyday*. Amsterdam: Institute Of Network Cultures.
- Sharp, J. Pollock, V. & Paddison, R. (2005). Just Art For A Just City: Public Art And Social Inclusion In Urban Regeneration. *Urban Studies*, 42 (5,6): 1001-1023.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی