

A meta-method for studying public art and its connection to creative placemaking and happy urban space

Saeideh Divsalar - Department of Urbanism, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

Seyed Moslem Seyedalhosseini¹ - Department of Urbanism, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

Toktam Hanace - Department of Urbanism, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

Hadi Sarvari - Department of Urbanism, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran.

Received: 09 October 2023 Accepted: 02 April 2024

Highlights

- Public art is a key factor in improving the quality of life and enhancing the attractiveness of urban spaces.
- Public art and creative placemaking contribute to increasing happiness and improving the quality of happy urban spaces.
- Analyzing research methods in public art and creative placemaking identifies effective solutions for enhancing happy urban spaces.

Extended abstract

Introduction:

In today's world, metropolises face numerous environmental, social, and aesthetic challenges that directly affect the quality of life and happiness of their inhabitants. Consequently, creating favorable living conditions and improving the quality of urban spaces have become central concerns in the development of sustainable cities. Public art emerges as an effective tool for enhancing urban spaces and enriching the living experience of city dwellers. Through the creation of creative and aesthetically pleasing environments, public art can strengthen social interactions and increase overall citizen satisfaction. Despite this, existing studies exploring the impact of public art on creative placemaking and the development of happy urban spaces, especially from a methodological perspective, encounter significant challenges. This research focuses on analyzing the methodologies employed in studies on public art, creative placemaking, and happy urban spaces, identifying weaknesses in research methods, and providing recommendations for improvement. Special attention is paid to examining data collection and statistical analysis methods. The findings of this research are expected to improve the quality of studies in this field and serve as a foundation for future inquiries.

2- Theoretical Framework

2.1 Public Art:

Public art, as an essential tool in contemporary urban design, is used in public spaces to enhance social interactions and improve urban identity. From sculptures and murals to graffiti, public art actively shapes the visual and social experiences of citizens, influencing cultural identity, social relationships, and the overall quality of urban environments.

2.2 Creative Placemaking:

Creative placemaking refers to the innovative process of using art and culture to enhance the economic, social, and physical characteristics of a place. This approach promotes collaboration among various community sectors, aiming for economic revitalization and the strengthening of local identity through artistic and cultural initiatives. As a developmental strategy, creative placemaking necessitates the active participation of artists and cultural organizations to improve aesthetics and social cohesion.

¹ Corresponding author: seyedmoslem.seyedalhosseini@iau.ac.ir

2.3 Happy Urban Space:

A happy urban space is designed to promote the happiness and well-being of its citizens. By addressing emotional and social needs, such spaces foster a sense of belonging, increase life satisfaction, and provide positive experiences. The design of happy urban spaces should aim to enhance the quality of life and public welfare for all.

3. Methodology

This research employs a mixed-method approach with an applied nature. Utilizing a “Meta-Method” study framework, the research examines and analyzes existing literature in the fields of public art, creative placemaking, and happy urban spaces. For primary data collection, scholarly articles published on Google Scholar were reviewed using selected keywords. The study’s statistical population consisted of articles published between 2013 and 2023. Initially, 331 relevant articles were identified, from which 26 were selected based on the research objectives and the quality of their content. Content analysis and open coding methods were employed with the help of Maxqda software to analyze the collected data. The aim of this study is to provide a structured and in-depth analysis of the relationships between public art, creative placemaking, and happy urban spaces, contributing to a deeper understanding of their role in enhancing urban quality of life and social interactions.

4-Results and Discussion

The findings of this research were analyzed using Saunders’ “Research Onion” model, which organizes research processes into seven layers. The results indicate that most of the reviewed studies have employed an interpretative approach, utilizing various qualitative analyses to explore public art, creative placemaking, and happy urban spaces. Additionally, critical and positivist approaches were observed, albeit to a lesser extent. Many of the studies adopted inductive methods to investigate relationships and causal factors. The research is primarily descriptive-analytical, providing detailed descriptions and analyses of the issues. A significant portion of the studies focused on the role of public art in cultural and social regeneration, as well as the promotion of urban identity. While quantitative research in this area remains limited, the use of mixed methods can lead to more comprehensive analyses and facilitate the development of more effective urban spaces, enhancing the role of public art in improving the quality of life.

5-Conclusion

The present study’s review of research in the fields of public art, creative placemaking, and happy urban spaces reveals a valuable interconnection between these concepts. While researchers have examined these topics independently, their intersections and combined effects have received less attention. Studies on happy urban spaces, in particular, are scarce. This research, through the use of Saunders’ framework and a systematic review of articles published between 2013 and 2023, shows that approximately 80% of the research utilized qualitative methods, 12% employed quantitative methods, and 8% used mixed methods. The most common focus was on “the relationship between spatial patterns of public art and creative placemaking in community development,” while the least explored area was “increasing happiness in urban spaces through public art.” Furthermore, studies in this century have placed limited emphasis on the impact of public art on creative placemaking and happy urban spaces, with comparative and critical studies also being sparse. The lack of qualitative analytical tools is evident in these studies. Based on these findings and the identified limitations, it is recommended that future research prioritize broader comparative and critical studies, incorporating diverse research methods, both qualitative and quantitative. Focusing on the influence of public art in creative placemaking and promoting happy urban spaces, especially in developing countries, can significantly enhance urban environments and improve citizens’ quality of life. The development of qualitative analytical tools, such as interpretive and inductive methods, will be essential in disentangling and understanding the relationships between public art, creative placemaking, and happy urban spaces, encouraging further research in this field.

Keywords:

Meta-Method, Public Art, Creative Placemaking, Happy Urban Space.

Citation: Divsalar, S., Seyedalhosseini, SM., Hanaee, T., Sarvari, H. (2024). A meta-method for studying public art and its connection to creative placemaking and happy urban space, *Motaleate Shahri*, 13(51), 3–18. <https://doi.org/10.22034/urbs.2024.139857.4978>.

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Motaleate Shahri. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.



فراروش مطالعات هنر عمومی و ارتباط آن با مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد^۱

سعیده دیوسالار - دانشجوی دکتری، گروه شهرسازی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.
سید مسلم سیدالحسینی^۲ - استاد، گروه شهرسازی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.
تکتم حنایی - دانشیار، گروه شهرسازی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.
هادی سروری - دانشیار، گروه شهرسازی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۷ مهر ۱۴۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴ فروردین ۱۴۰۳

چکیده

امروزه با توسعه فضاهای شهری، اهمیت و نقش هنر عمومی در شهر به طور قابل توجهی در حال تغییر است و فعالیت‌های هنری و فرهنگی نه تنها باعث پیشرفت‌های زیبایی‌شناسی می‌شوند بلکه در مناطق فرسوده، شکل مکان‌سازی خلاقانه را به خود می‌گیرند و این فضاها در حال تبدیل شدن به یک مکان کلیدی برای پاسخگویی به نگرانی‌های اجتماعی و زیست‌محیطی پیرامون توسعه آینده شهر پایدار هستند. هدف این پژوهش تحلیل روش‌شناسی مطالعات انجام شده در حوزه هنر عمومی، مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد و بررسی تنوع روش‌های تحلیل و آگاهی از نقاط ضعف روش‌شناسی موجود در نظام پژوهشی است. روش این پژوهش ترکیبی و از نوع کاربردی بوده و از فراروش مقاله‌های علمی پژوهشی موجود در "Google Scholar" به دلیل اعتبار بالا، دسترسی آسان به منابع علمی و تأثیرگذاری بین‌المللی، در بازه زمانی ۲۰۱۳-۲۰۲۳ استفاده شده و با جست‌وجوی کلیدواژه‌های اصلی، ۲۶ مقاله بعد از مراحل غربالگری انتخاب و بر اساس طبقه‌بندی لایه‌های پیاپی پژوهش ساندرز به صورت جداگانه توسط نرم‌افزار Maxqda کدگذاری و یافته‌های این پژوهش مورد تحلیل قرار گرفته است. جریان اصلی روش‌شناختی فلسفه این پژوهش‌ها به مورد تفسیرگرایانه، جهت‌گیری این مطالعات از نوع کاربردی، ماهیت پژوهش توصیفی - تحلیلی روش تحقیق کیفی و راهبردها به نمونه موردی تعلق می‌گیرد که ارتباط قوی با اسناد آرشیوی دارد و بر رویکرد استقرایی استوارند. از سویی دیگر بیشترین فراوانی روش گردآوری اطلاعات، مصاحبه، روش تحلیل داده‌ها، تحلیل محتوا و ابزار تحلیل کمی Google Maps و کیفی نرم‌افزار Zoom است. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که روش‌های تحقیق متفاوتی برای ارزیابی ادراک جامعه، تجربه و تعامل با هنر عمومی و تأثیر آن بر مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد وجود دارد که گاهی تخصصی و علمی نیست و مستلزم یک بازنگری و طبقه‌بندی سیستماتیک است که می‌تواند پنجره‌ای تازه بر روی تحقیقات آینده بگشاید و نتایج آن بینش‌هایی را ارائه می‌دهد که ضروری به نظر می‌رسد.

واژگان کلیدی:

فراروش، هنر عمومی، مکان‌سازی خلاق، فضای شهری شاد.

نکات برجسته

- هنر عمومی عامل کلیدی در بهبود کیفیت زندگی و افزایش جذابیت فضاهای شهری است.
- هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق به افزایش شادی و بهبود کیفیت فضای شهری شاد کمک می‌کند.
- تحلیل روش‌های تحقیقاتی هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق به شناسایی راهکارهای مؤثر برای بهبود فضای شهری شاد می‌پردازد.

۱ این مقاله برگرفته از رساله دکتری رشته شهرسازی با عنوان "تدوین الگوی فضای شهری شاد مبتنی بر نقش هنر عمومی در شهر مشهد" است که توسط نویسنده اول و با راهنمایی نویسنده دوم و سوم و مشاوره نویسنده چهارم در گروه شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد انجام شده است.

۲ نویسنده مسئول مقاله: seyedmoslem.seyedalhosseini@iau.ac.ir

۱. مقدمه

در قرن بیست و یکم، شهرهای «پایدار و سرزنده» به یک زندگی شهری متنوع و غنی و فضاهای شهری با طراحی خوب نیاز دارند (Denis, et al., 2021:1)؛ بنابراین کیفیت و کمیت فضاهای شهری به یکی از مهم‌ترین شاخص‌های توسعه در شهرها تبدیل شده و مدیریت روابط شهروندی و افزایش سطح تعاملات اجتماعی و حضور مردم در فضاهای شهری به عنوان ستون فقرات و سرمایه یک جامعه پویا و با نشاط مطرح شده است (Khoram, 2019: 50). شهرهای معاصر، به ویژه شهرهایی که در کلانشهرها قرار دارند، با مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی و زیبایی‌شناختی زیادی روبه‌رو هستند که منجر به کاهش کیفیت زندگی شهری و شادی افراد می‌شود. بر این اساس، یکی از چالش‌های اصلی پیشروی مناطق شهری پایدار، فراهم کردن شرایط مناسب زندگی در شهرهاست (Abdollahpour, et al., 2021: 2). از این رو جذابیت شهرها در ابعاد مختلف یکی از عوامل پیش‌بینی‌کننده موفقیت شهرها و شرط لازم توسعه آنهاست. بسیاری از محققان اشاره می‌کنند که جذابیت شهرها ارتباط تنگاتنگی با کیفیت زندگی ارائه شده و به دست آمده در یک شهر دارد (Szołtysek & Twaróg, 2018:40). اما هنر عمومی هدف خود را در بهبود کیفیت زندگی در جامعه شهری و نواحی اطراف آن دنبال می‌کند. هر اجرا و نصب هنر عمومی دلیل خاصی دارد و در نقاط مختلف جامعه به وضوح قابل مشاهده است (Jasmi & Mohamad, 2016:873). اشکال متنوع هنر عمومی به طور نامحسوسی بر فرهنگ شهری تأثیر می‌گذارد و تصویر تمدنی جریان اصلی جامعه را شکل داده و به طور همزمان تغییر شکل اجتماعی و اندیشه انسانی را منعکس کرده و تحت تأثیر تفکر جدید، بیان سنتی، تجلی و نیروی اجتماعی هنر عمومی در جهتی دیگر رشد می‌کند (Lu, 2020:3)، محیط شهری را زیبا می‌کند، ذائقه زیبایی‌شناختی عمومی و ذائقه زندگی را بهبود می‌بخشد و باعث ارتقای کیفیت زندگی محیطی و اجتماعی شهروندان می‌شود (Li & Sun, 2014:1636). از این منظر، هنر «ابزاری برای دگرگونی و تغییر اجتماعی» است و اثر هنری زمانی شروع می‌شود که جامعه و هنرمندان خوب یک موضوع به هم متصل می‌شوند و در یک فرایند خلاقانه فضا را تغییر می‌دهند. نتیجه نهایی یک اثر هنری است اما روند آن به همان اندازه نیز مهم است (Rembeza, 2016:6) و هنر عمومی به عنوان بخشی از ساختن مکان‌ها و دادن هدف و معنا به آنها ارائه می‌شود (Blackman, 2011:141). ادبیات کنونی در زمینه مکان‌سازی خلاق نشان می‌دهد که هنرها برخلاف مداخلات انتزاعی‌تر و کمتر انسان‌گرایانه در فضای شهری مانند اعتبار مالیاتی یا کد ساختمان، پتانسیل بالایی در تأمین امنیت جوامع عادلانه و پر جنب و جوش دارند که از حس قوی مکان و تعلق برخوردارند. با این حال، کار بسیار بیشتری برای درک چگونگی تعریف و اندازه‌گیری اهداف مکان‌سازی خلاقانه برای اطمینان از تحقق این پتانسیل باید انجام شود (Crisman, 2022:5). در واقع نقطه تلاقی مکان‌سازی و خلاقیت این مفهوم است که مهارت‌های هنرمندان خود را به هدف عمومی بزرگ‌تری فراتر از محدودیت‌های یک اثر رشته‌ای خاص می‌رسانند. هنرمندان به عنوان کارآفرینانی دیده می‌شوند که می‌توانند خلاقانه به مسائل جامعه کمک کنند (Redaelli, 2018:5). باتوجه به مطالب بیان شده، بررسی نحوه تعامل و تأثیرگذاری هنر عمومی و فضای شهری در لایه عمیق‌تر معنایی می‌تواند به کشف

ارتباط بهینه «هنر عمومی» و تأثیرگذاری بیشتر آن در «مکان‌سازی خلاق» و «فضای شهری شاد» و ارتقای کیفیت حیات شاد شهری شود. از این رو یکی از مشکلات محققان به‌کارگیری مفهوم هنر عمومی و عملیاتی کردن آن در فضاهای شهری است و مطالعات نسبتاً کمی در زمینه تعامل هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد در داخل و خارج از کشور انجام شده و چشم‌انداز و تصویر منسجمی از این مطالعات در طول این سال‌ها در دست نیست و یکی از دلایل عمده این امر می‌توان ضعف در روش‌های تحقیقاتی انجام‌گرفته برای این پژوهش‌ها عنوان کرد. باتوجه به توضیحات ارائه شده، هدف از انجام این پژوهش، فراروش (بررسی و تحلیل روش‌شناسی) مطالعات انجام شده در حوزه هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد و بررسی تنوع و تناسب روش‌های پژوهشی در این حوزه، یک حوزه علمی نوظهور و در مراحل توسعه و مقدماتی است و آگاهی از نقاط ضعف روش‌شناسی موجود در آنها در نظام آموزشی و پژوهشی قابل‌استفاده و تعیین‌کننده است. به این ترتیب پرسش اساسی در این پژوهش چیستی و چگونگی استفاده از چارچوب روش‌شناسی و کاربردی در دو بخش گردآوری داده‌ها و تحلیل آماری در دستاوردهای علمی پژوهش‌های انجام یافته مستقر است.

۲. چارچوب نظری

۲.۱. هنر عمومی

اصطلاح هنر عمومی از دو اصطلاح عمومی و هنر تشکیل شده است. کلمه عمومی به معنای مشترک و عوام است. ریشه و اصطلاح هنر به معنای «فناوری، نبوغ و هنرهای زیبا» است؛ به این معنی که مردم، یک تصویر عمده‌ی در ذهن خود شکل می‌دهند. بر همین مبنا «هنر» عموماً به بینایی مربوط می‌شود و عمدتاً از طریق بازتولید دوبعدی یا سه‌بعدی تأثیری در بینش انسان می‌گذارد (Qiangqiang, 2021:161). همچنین اصطلاح هنر عمومی به طور گسترده‌ای پذیرای تفسیرهای متنوع است و به اثر هنری اطلاق می‌شود که در خارج قرار دارد. از مجسمه ملی یا بنای تاریخی گرفته تا نقاشی دیواری یا گرافیتی که توسط مردم روی دیوار کشیده شده است. اغلب هنر عمومی به عنوان یک اصطلاح چتر برای پوشش هر اثر هنری استفاده می‌شود که در موزه‌ها یا گالری‌های هنری رسمی نمایش داده نمی‌شود (Ibid). به‌طور کلی ظهور مفهوم نظریه هنر عمومی برای نخستین بار در دهه ۱۹۷۰ در ایالات متحده ظاهر شد. در آن زمان محققان آمریکایی هنر عمومی را نوعی هنر با اهمیت عمومی تعریف کردند. دانشمندان آمریکایی معتقدند که تنوع هنر بی‌نهایت است. آنها معتقدند که طراحی هنر عمومی نیازمند مشارکت همه ساکنان است. با رواج دانش خدمات اجتماعی، محققان چینی هنر عمومی را نوعی هنر تعریف می‌کنند که می‌تواند در خدمت فرهنگ شهری باشد (Liu, 2021:2). ماریا گولاسفسکا به سیستم معنایی اساسی از جمله غیرعملی بودن و چند کارکردی هنر اشاره می‌کند (Zabawa-Krzyzkowska & Gron, 2020:1) و همچنین وانگ و همکاران چهار اصل را که هنر عمومی باید در فرایند طراحی و

- 1 Public Art
- 2 Creative Placemaking
- 3 Happy Urban Space

قابل توجهی (از لحاظ تاریخی، زیبایی‌شناختی و عملکردی) به شهر و جامعه آن اضافه کرده است (Ibid). هنر عمومی عامل مهمی است که بر رفاه افراد تأثیر می‌گذارد. شادی ذهنی افرادی که در فعالیت‌های هنری شرکت می‌کنند بیشتر از افرادی است که در این فعالیت‌ها شرکت نمی‌کنند و شرکت در فعالیت‌های هنری عمومی باعث شادی و مشارکت هنری باعث بهبود تجارب اوقات فراغت مردم می‌شود (Luo, 2022:18). امروزه با فراوانی مواد، ویژگی‌های فرهنگی و هنری شهرها بیش از پیش اهمیت می‌یابد و ویژگی‌های فرهنگی و هنری نیز از خصوصی‌سازی سنتی به سمت عمومی‌سازی می‌رود و فضای شهری به‌عنوان حامل وجود انسان از ویژگی‌های فرهنگی و هنری مهم‌تری برخوردار است (Ren, et al., 2022:170). همچنین هنر عمومی شهری باعث لذت و احساس تعلق به مردم خواهد شد و علاوه بر تزئین و زیباسازی فضاهای محیطی، رسالت ترویج ارزش‌های اجتماعی را نیز به‌طور فزاینده‌ای بر عهده گرفته است (Ibid).

۲.۲. مکان‌سازی خلاق

اصطلاح «خلاق» در «مکان‌سازی» را می‌توان به‌عنوان جنبه‌ای از مکان برجسته کرد که در آن مردم می‌آیند و مکان‌هایی را می‌سازند، تاریخ و فرهنگ متمایز را جشن می‌گیرند، لایه‌هایی از معانی را اضافه می‌کنند و چشم‌اندازی مشترک برای جامعه ایجاد می‌کنند (Ramli & Ujang, 2020:3). همچنین مکان‌سازی خلاقانه که ریشه در برابری اجتماعی دارد، می‌تواند زیبایی‌شناسی تعلق را از طریق ابتکارات هنری مبتنی بر مکان تقویت کند (Webb, 2014:2). مکان‌سازی خلاقانه، اصطلاحی است که مارکسنسون و نیکودیموس ابداع کرده‌اند که بر شکل‌گیری مشارکت‌های اجتماعی بین سهام‌داران مختلف در هنر و فعالیت‌های فرهنگی تأکید دارد (Gilmore, 2013:23). در واقع مکان‌سازی خلاق ایده‌ای است که در حوزه هنر و فرهنگ روبه‌افزایش است و حتی موقعیت‌های شغلی جدیدی ایجاد می‌شود که این هدف را در شرح شغل بیان می‌کند (Redaelli, 2018:4). اما به شیوه‌ای نوآورانه از تفکر در مورد جامعه اشاره دارد. این در مورد آوردن قدرت تخیل هنرمندان برای حل مسائل جامعه است. هدف افزایش حضور هنر نیست، بلکه استفاده از هنر برای پیگیری نتایج جامعه است؛ بنابراین هر کاری که یک هنرمند انجام می‌دهد، به مکان‌سازی خلاقانه کمک نمی‌کند. خروجی خلاق باید از منظر انسجام اجتماعی بر جامعه تأثیر بگذارد (Crisman, 2022:3). از این رو مکان‌سازی خلاق ایده‌ای محبوب در بخش هنر و فرهنگ است، اما هنوز یک مفهوم مبهم است که دالی ناپایدار مبتنی بر شبکه‌ای شکسته و سست از دلایل و توجیحات ارائه می‌دهد (Ibid) و هنرها، هنرمندان و راهبردهای خلاق می‌توانند ابزارهای حیاتی برای دستیابی به اهداف اقتصادی و اجتماعی باشند و یکی از انواع برنامه‌ریزی مبتنی بر هنر است که اهداف جوامع با مشارکت ذی‌نفعان را در بر می‌گیرد و نوع خاصی از برنامه‌ریزی است که عمده‌آز قدرت هنر، فرهنگ و ابتکارات خلاقانه برای اجرای تغییرات در جوامع استفاده می‌کند (Ibid). مارکوزن و آن گادوا مکان‌سازی خلاقانه را به‌عنوان مشارکت با بخش‌های عمومی، خصوصی، غیرانتفاعی و اجتماعی برای شکل‌دهی راهبردی ویژگی‌های اقتصادی، فیزیکی و اجتماعی یک مکان پیرامون هنر و فعالیت‌های فرهنگی تعریف می‌کنند. مکان‌سازی

خلق دنبال کند، خلاصه کردند: اصل ضرورت وجود هنر عمومی در فضای عمومی شهری، اصل توسعه مشترک انواع مختلف هنر عمومی، اصل توجه انسان‌گرایانه به هنر عمومی و اصل منحصربه‌فرد بودن هنر عمومی ایجاد نظام نظری هنر عمومی، پرورش استعداد‌های طراحی هنر عمومی و تقویت پژوهش در زمینه علوم انسانی و محیط طبیعی فضاهای عمومی (Luo, 2022:2). مسئولیت‌هایی را هم به‌عنوان ساختن کیفیت زندگی شهری و کیفیت محیطی بر عهده می‌گیرد و دوره‌های مختلف ایدئولوژی اجتماعی و جهت‌گیری ارزشی افراد را نشان می‌دهد (Li & Sun, 2014:1635). بنابراین هنر عمومی پدیده‌ای است که تعریف آن دشوار است. هاین استدلال می‌کند که واضح‌ترین تعریف آن «هنر نصب شده توسط سازمان‌های عمومی در فضاهای عمومی و با هزینه‌های عمومی» به‌شدت عمل‌گرایانه و محدود بود. بدون شک تعاریف دقیق‌تری وجود دارد، اما آنها به‌طور قابل توجهی در رویکرد و محتوای خود متفاوت هستند (Lu, 2020:582). در واقع هنر عمومی ممکن است روابط و پویایی‌های اجتماعی را فعال کند که هنر با خط سیر اصلی خود در نهادینه‌ترین مدارهای حوزه هنری نمی‌تواند. به همین دلیل، گاهی اوقات مورد مناقشه قرار می‌گیرد (Røyseng, 2022:582). اگرچه هنر عمومی مبتنی بر جامعه مدنی است و ارزش‌های دموکراسی، گشودگی، تعامل و اشتراک در فضاهای عمومی معاصر را در بر می‌گیرد که امکان مشارکت و تعامل عمومی مؤثر را با پادمان‌های نهادی و رویه‌ای همراه می‌کند. با این حال، مفهوم «هنر عمومی» را نباید صرفاً با «طراحی هنر محیطی»، «مجسمه شهری» یا «هنر منظره» یکی دانست (Luo, et al., 2022:18). کاربردهای واقعی هنر عمومی استقبال تحت لفظی آن توسط مردمی است که مخاطبان موردنظر آن را تشکیل می‌دهند (Downey & Sherry, 2020:1). از این رو به‌عنوان محصول بیان فرم هنر فضای شهری، توجه بیشتری به انتقال جهت‌گیری ارزشی درونی خود دارد و عمیقاً مفهوم و تصویر کلی شهر را بیان می‌کند. از این گذشته نه تنها تصویر کلی شهر را می‌سازد، بلکه ویژگی‌های شهر را نیز منتقل می‌کند. به یک معنا، کارکردهای مربوط به میراث تاریخ و فرهنگ شهر را نیز به همراه دارد. اکنون هنر عمومی هر شهر محصول شاخص معماری فرهنگ شهری است که تحت محیط شهر تکامل و توسعه می‌یابد (Lu, 2020:2). با رواج شکل‌های برنامه‌ریزی هنری که از هنر عمومی برای نشاط شهری و ترویج فرهنگ شهری در شهرهای بزرگ استفاده می‌کند (Zhao & Tang, 2022:1) و نقش بسزایی در برنامه‌ریزی شهری دارد و کارت دعوت یک شهر برای رشد است که نشان‌دهنده فرهنگی میراث و دیدگاه معنوی آن است و برای تعیین شخصیت محیط شهری ضروری است (Ibid:4). از این رو ثابت شده است که هنر عمومی به روش‌های بازتاب و بیان هویت شهر، تجلیل از افراد و مکان‌های مهم، گفتن داستان‌ها و سرگذشت یک مکان و کمک به احساس غرور و تعلق به جامعه و افزایش جمعیت یک منطقه نقش مهمی ایفا می‌کند و می‌توان چنین خلاصه کرد که هنر عمومی نه تنها برای محیط شهری مفید است، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی نیز دارد. اجرای اشکال مختلف هنر عمومی ارزش

- 1 Environmental art design
- 2 Urban sculpture
- 3 Landscape art

مقوله شادی یکی از تفسیرهای روان‌شناختی مفهوم خوشبختی بود. به طوری که در درک شادی به عنوان یک ارزش، دو موقعیت اصلی قابل تشخیص است: شادی به عنوان انگیزه (هدف زندگی و هدف آرزوها). امونس که بهزیستی را اصطلاحی علمی برای شادی می‌داند، خاطرنشان می‌کند که در چند سال گذشته، ارزش ابتکاری آرزوهای شخصی در پیش‌بینی سطوح بهزیستی عاطفی، شناختی و جسمانی ثابت شده است (Askarova Nargiza, 2023:4). اگرچه در بیان اهمیت شادی در توسعه فضاهای شهری ذکر این نکات کفایت می‌کند که هدف اصلی دولت‌ها تأمین شادی بیشتر شهروندان است و تأمین شور و نشاط و شادی شهروندان یکی از اهداف نهایی و از مفاهیم محوری توسعه پایدار است که از سال ۲۰۰۰ به بعد در بحث‌های سازمان ملل در نظر گرفته شده است. تلاش‌های فزاینده‌ای برای توسعه راه‌هایی برای اندازه‌گیری ارتباط بین توسعه شهری و شادی صورت گرفته است. با این حال فضاهای شهری که برای پرورش حس عاملیت (یک حالت مثبت ادایمونیک) و تعلق (به عنوان مثال، یک حالت لذت‌جویانه یا عاطفی مثبت) ایجاد می‌شوند، ممکن است شهروندان شاد را ارتقا دهند (2: 2021: Cassarino et al.). اگر محرک‌های فیزیکی شادی انسان در فضاهای شهری مشخص شود، می‌توان فضاهای آینده را به جای تولید فضاهایی طراحی کرد که احساسات منفی را در کاربران برانگیزد (Pringle & Guaralda, 2018:5). با وجود این شادی شهری را می‌توان به عنوان مفهومی تعریف کرد که به افرادی که در آن زندگی می‌کنند، درک مثبتی از یک مکان می‌دهد و آنها را ترغیب می‌کند که مدت طولانی‌تری در آنجا بگذرانند یا تصمیم بگیرند با همان تجربه دوباره در آنجا زندگی کنند. در حالی که شناسایی یک مکان شاد چیزی است که کاملاً قابل دستیابی است و بررسی چگونگی به دست آوردن آن دشوارتر است (1: 2016: Sepe). چندان که تبدیل شهر از سازه‌های خشتی به شهری شاد نیازمند زیرساخت‌های احساسی است. فرهنگ کلی نظم و انضباط، مراقبت، همکاری و به اشتراک‌گذاری اصول زیرساخت عاطفی را تشکیل می‌دهد. شهرهایی که مردم در آن احساس امنیت، آسایش، راحتی زندگی و محیطی محرک فکری دارند، این روزها «شهرهای شاد» نامیده می‌شوند (97: 2021: Mirzaei & Zangiabadi) و به عنوان مکانی تعریف می‌شوند که نیازهای گروه‌های مختلف کاربران را برآورده می‌کند، احساس خوب و راحتی در آنها ایجاد می‌کند و هر گروه کاربری را تشویق می‌کند تا آزادانه از فضای عمومی استفاده کند؛ از این رو باعث می‌شود که آنها احساس کنند کاملاً مورد استقبال قرار می‌گیرند (Chao et al., 2017: 443) و به عنوان مفهومی تعریف شود که به افرادی که در آنجا زندگی می‌کنند، درک مطلوبی از مکان ارائه می‌دهد و آنها را تشویق می‌کند که برای مدت طولانی در آنجا بمانند یا انتخاب کنند که دوباره آنجا زندگی کنند (2: 2023: Bhatt). هنر عمومی این پتانسیل را دارد که فضاهای شهری را به مکان‌های انسانی‌تر تبدیل کند، جایی که زیبایی و زیبایی‌شناسی می‌تواند کیفیت زندگی مردم را بهبود ببخشد و اهمیت هنر عمومی را در ارتقای مشارکت شهروندان برجسته کند (Lourenço, 2024:4). مشارکت هنرمندان نیز به عنوان آغازگر مکان‌سازی خلاق، گام مهمی در تسهیل مشارکت جامعه در مکان‌سازی بوده که به طور سنتی بر برنامه‌ریزی شهری، معماری و طراحی متمرکز بوده است. همچنین

خلاقانه فضاهای عمومی و خصوصی را متحرک و ساختارها و مناظر خیابانی را جوان می‌کند، دوام کسب‌وکار محلی و امنیت عمومی را بهبود می‌بخشد و افراد مختلف را گرد هم می‌آورد تا جشن بگیرند (Ibid: 3). جکسون این ایده را گسترش داد و بر نقش‌هایی که هنرمندان به عنوان هم‌آفرینان نوآوری در جامعه ایفا می‌کنند، تمرکز کرد. در مورد مفهوم‌سازی خلاقیت، مکان‌سازی خلاق به شیوه‌ای نوآورانه از تفکر در مورد جامعه اشاره دارد. این در مورد آوردن قدرت تخیل هنرمندان برای حل مسائل جامعه است. هدف افزایش حضور هنر نیست، بلکه استفاده از هنر برای پیگیری نتایج جامعه است (Ibid). چندان که هنر، هنرمندان و خلاقیت به عنوان ابزار برنامه‌ریزی هنرمندان و هنرها می‌توانند به روش‌های مختلفی با برنامه‌ریزی تعامل داشته باشند، مکان‌سازی خلاق حرکتی از هنرمندان و طراحان، گروه‌های فرهنگی و سازمان‌های هنری است که از سیلوهای خود خارج می‌شوند و به محله‌های خود می‌روند (Ibid). به طور کلی، مکان‌سازی خلاق به سه هدف مهم کمک می‌کند: زیست‌پذیری، تنوع و تجدید حیات اقتصادی. هدف از این اهداف رفع نگرانی ساکنان محلی در مورد ایمنی عمومی و همچنین نیازهای زیبایی‌شناختی و بیانی آنهاست و در عین حال تحولات محیطی را با بهبود زیرساخت‌های عمومی و مناظر طراحی ترویج می‌کند (97: 2020: Daniel & Kim). این یک رویکرد از پایین به بالا برای توسعه سیاست فرهنگی است که بر مشارکت سهام‌داران در توسعه و تولید متکی است. مکان‌سازی خلاقانه در جوامع با هر اندازه و مکان‌های جغرافیایی انجام شده است. طبیعتاً مقیاس پذیر است و نیاز به انطباق با بافت محلی دارد (5: 2019: Ehlman).

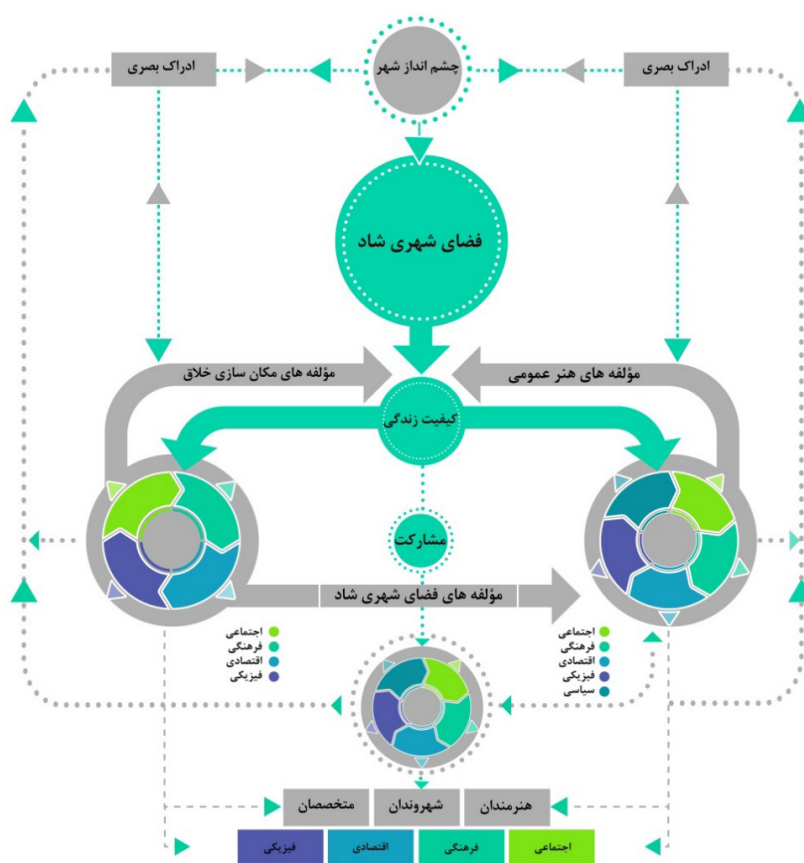
۲.۳. فضای شهری شاد

از دوران باستان، به احساسات مثبت انسان از جمله شادی توجه می‌شده است. این تصور وجود داشته که شادی به عنوان یک ارزش بدیهی، بخش اساسی در زندگی انسان است (Mohammadi Delband, 2020:192). تلاش‌های زیادی برای گردآوری داده‌های شادی در کشورهای و سراسر جهان وجود دارد. این فعالیت‌ها منجر به انفجار دانش در مورد محرک‌های شادی شده است (2: 2016: Pfeiffer & Cloutier). تعاریف شادی در میان ملت‌ها و فرهنگ‌های مختلف متفاوت است، اما ویژگی‌های اصلی خاصی در آنها وجود دارد. در حالی که شادی معمولاً به عنوان رضایت از زندگی درک می‌شود، تحقیقات بین‌المللی نشان داده است که شادی یک سازه ناهمگن است که هم بعد ذهنی، روانی و هم بعد اجتماعی، رابطه‌ای یا زمینه‌ای گسترده‌تر را در بر می‌گیرد. سایر جنبه‌های شادی، مانند جنبه‌های مربوط به موفقیت اقتصادی یا اجتماعی، در تحقیقات تجربی شناسایی شده‌اند. با این حال، این دو بعد که می‌توان آنها را منعکس‌کننده «هماهنگی درونی» و «هماهنگی اجتماعی» در نظر گرفت، به نظر می‌رسد بر سایر ابعاد برتری دارند (1: 2023: Rajkumar). در دهه ۱۹۳۰ (قرن ۲) نخستین مطالعات تجربی شادی شروع به ظهور کردند. هیچ علم اجماعی در مورد جنبه محتوایی مفهوم «شادی» وجود ندارد. حتی در آثار فیلسوفان عهد باستان،

- 1 Inner harmony
- 2 Social harmony

این چارچوب، تقویت تعاملات میان این سه حوزه را به منظور بهبود تدریجی مشارکتهای اجتماعی و کیفیت زندگی شهروندان، ارتقای چشم‌انداز کلی شهر و غنی‌سازی زندگی معنوی افراد را مورد هدف قرار می‌دهد. فصل مشترک بین این سه حوزه یک ضرورت است که تاکنون در تحقیقات کمتر به آن اشاره شده، اما این پژوهش بر آن تأکید دارد و سه گروه اصلی شهروندان، متخصصان و هنرمندان، مؤلفه‌های مشترکی از جمله اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و فیزیکی را برای بهبود ادراک بصری و جذابیت چشم‌انداز کلی شهردردست خواهند داشت. با تأکید بر این مفاهیم، ارتقای تفهیم و شناخت عمومی از رابطه بین هنر عمومی، مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد بیش‌ازپیش ضرورت دارد.

ارزش اجتماعی و اقتصادی گسترده‌تری وجود دارد که می‌تواند زمانی ایجاد شود که مکان‌ها باتوجه به سلامت، برابری و رفاه طراحی شوند (Heard et al., 2023:551). از سوی دیگر، موفقیت اجتماعی شهرها نیز تابعی از رفاه و شادی شهری است. سیاست‌گذاران علاقه‌مند به درک محرک‌های شادی در شهرها به منظور حفظ یا افزایش آن هستند؛ بنابراین درک تأثیر متقابل بین ارتباطات شهری هنر عمومی، مکان‌سازی خلاق و از یک سو شادی در فضاهای شهری از سوی دیگر مهم است. این به ما کمک می‌کند تا بفهمیم که چگونه ساختارهای ارتباطی شهری رفاه شهروندان را تسهیل می‌کنند یا مانع آن می‌شوند (Alshamsi, et al., 2015:2) و براساس یک نگاه جامع به ادبیات نظری موضوع، می‌توان چارچوب آگاهی‌بخش زیر را در تحلیل تعامل بین سه موضوع هنر عمومی، مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد ارائه داد.

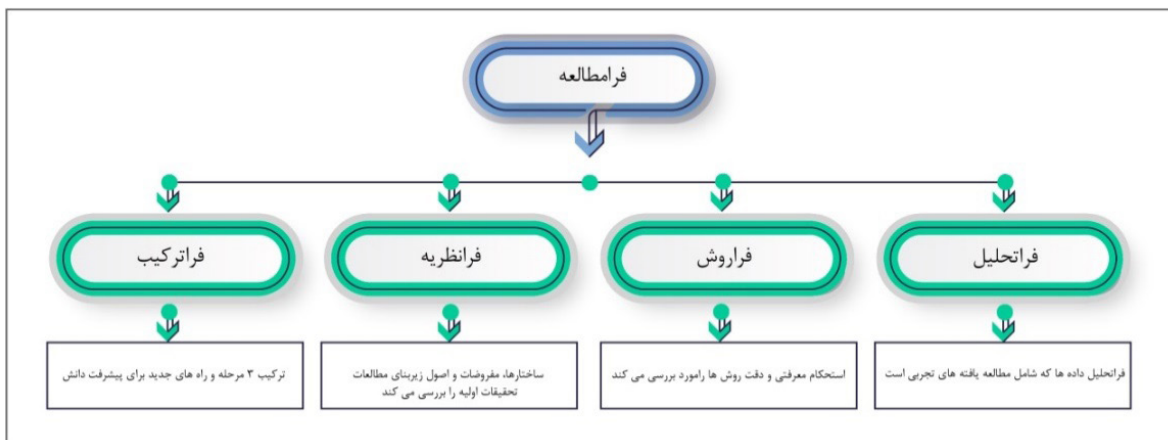


تصویر شماره ۱: چارچوب آگاهی‌بخش

اولیه است. یکی از جنبه‌های کلیدی این امر شامل تعیین روش‌های خاص برای بررسی پدیده موردعلاقه است. پاترسون و همکاران فراروش را شامل ذکر جزئیات رویه‌ها (ویژگی‌های شرکت‌کننده، نمونه‌گیری، تکنیک‌های گردآوری داده‌ها) و همچنین ملاحظات گسترده‌تر در مورد چگونگی شکل‌دهی مفروضات انضباطی، سنت‌های روش‌شناختی و موقعیت محقق به تحقیقی که در حال تولید است، می‌دانند. تکنیک‌های فراروش را می‌توان برای مقایسه یافته‌های مطالعات با استفاده از چارچوب‌های روش‌شناختی مختلف برای کشف مفاهیم متمایز طیفی از رویکردها و معرفت‌شناسی به کاربرد (Ronkainen, et al., 2022:5).

۳. روش

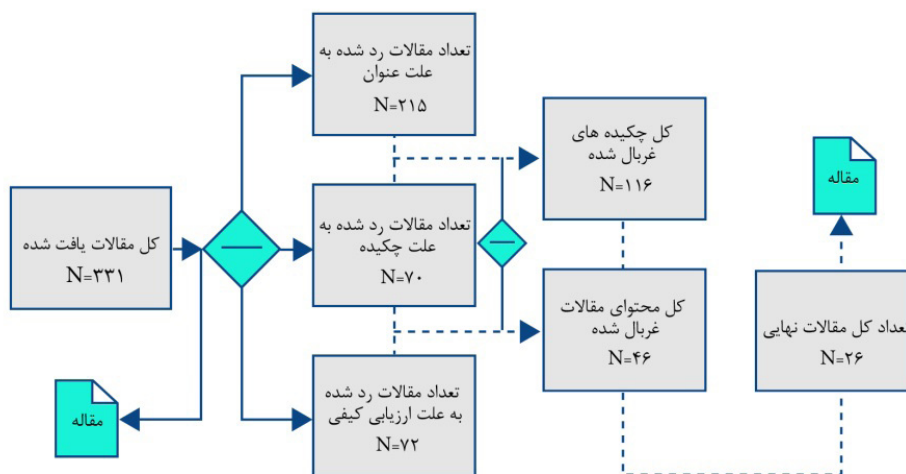
فرامطالعه یک فراترکیب نظریه‌ساز است و برای پیشبرد سطح نظریه فراتر از آنچه در یک مطالعه واحد ممکن است، استفاده می‌شود و با بذر حقیقت جدید ظهور می‌کند. یک فرامطالعه را با دو بخش (تجزیه و تحلیل و سنتز) و چهار مؤلفه تحلیلی متمایز (فرانظریه، فراروش، فراتحلیل و فراترکیب) می‌توان توصیف کرد. روش این پژوهش ترکیبی و از نظر هدف کاربردی است و به منظور پاسخ به هدف و پرسش‌های مطرح در این پژوهش، از طرح فراروش به‌عنوان راهبرد پژوهش استفاده خواهد شد (Watkins, et al., 2010:307-308). فراروش شامل مطالعات دقیق و درستی معرفتی روش مورد استفاده در مطالعات تحقیقات



تصویر شماره ۲: انواع فرامطالعه (برگرفته از Willis, Wiltshire, Ronkainen, 2022)

دسترسی به چکیده و بررسی کمی پژوهش های انجام یافته بر اساس اهداف پژوهش، در مجموع ۴۶ مقاله غربالگری شدند. همچنین باهدف و معیار شناسایی مطالعاتی که کلیدواژه اصلی را به عنوان موضوعات اصلی در پژوهش داشتند (نه به عنوان یک موضوع جانبی و فرعی) و از دیدگاه فنی به پیوند این سه موضوع با هم نزدیک می شدند، به شناسایی ۲۶ مقاله مرتبط با این راهبرد دست یافتیم.

باتوجه به مراحل یک مطالعه فراروش، پس از تنظیم سؤال پژوهش، در مرحله نخست برای گردآوری داده های اولیه و استخراج مقالات اصلی به جست و جو در پایگاه "Google Scholar" در بازه زمانی ۲۰۱۳-۲۰۲۳ و با استفاده از ترکیب کلیدواژه «هنر عمومی»، «مکان سازی خلاق» و « فضای شهری شاد» پرداخته شد و ۳۳۱ مقاله دریافت شد. سپس با وجود محدودیت هایی همچون غیرمرتبط بودن عنوان مقالات، عدم



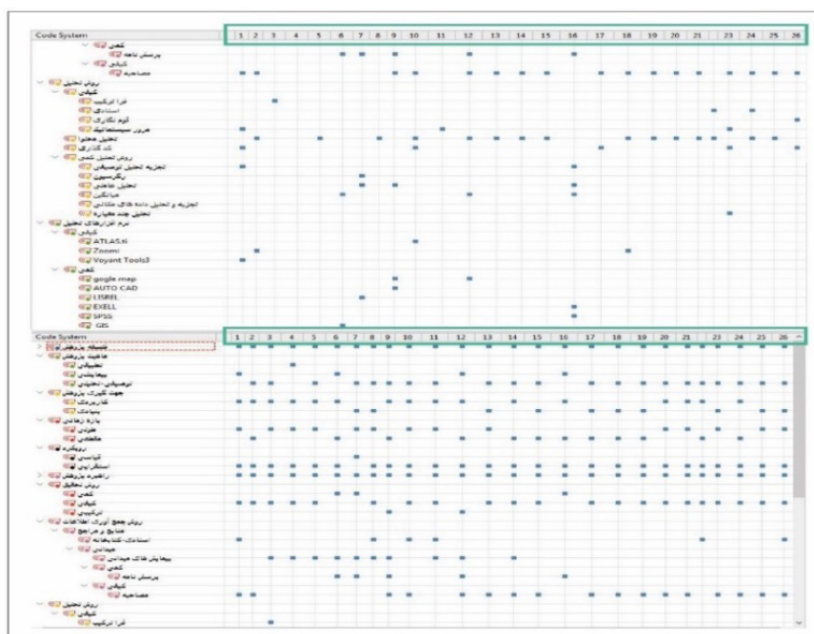
تصویر شماره ۳: فرآیند غربالگری مقالات

۴. یافته ها و بحث

همان گونه که در مبحث روش شناسی نیز به آن اشاره شد، برای تحلیل علمی یافته های پژوهش از مدل پیاز تحقیقاتی ساندرز استفاده شد که هر تحقیق را شامل هفت مرحله می داند که هر لایه تحت تأثیر لایه اطراف آن قرار می گیرد (Seuring et al, 2022). بر اساس پیاز پژوهش، یافته های پژوهش های مورد مطالعه به قرار ذیل است:

در مرحله آخر، مقالات مورد بررسی با استفاده از نرم افزار Maxqda به دقت تجزیه و تحلیل و کدگذاری باز شدند (به تصویر شماره ۴ مراجعه شود). از آنجایی که بازایی و تحلیل اطلاعات نیاز به پشتوانه نظری دارد، تحلیل محتوای داده ها و ساختار روش شناختی آنها بر اساس معیارهای استخراج شده به صورت کمی و با استفاده از پیاز پژوهش ساندرز مورد بررسی قرار گرفت.

1 "Public art "and Creative Placemaking or "Public art" and Happy Urban Space, search Review articles in selected academic search engines.



تصویر شماره ۴: ارزیابی کیفیت یافته ها از طریق میزان توافق کدهای مستخرج از منابع منتخب توسط Maxqda 2020

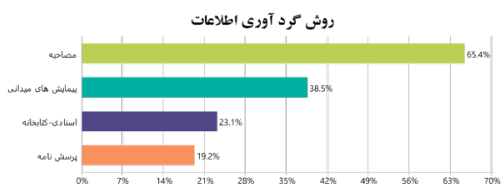
جدول شماره ۱: مقوله و کدگذاری در پژوهش

| مقوله | کدها و فراوانی |
|-------------------------|---|
| فلسفه پژوهش | انتقادی (۱)، اثبات گرایانه (۴)، تفسیرگرایانه (۲۱) |
| جهت گیری پژوهش | بنیادی (۱۰)، کاربردی (۱۶) |
| راهبرد پژوهش | نمونه موردی (۱۹)، اسناد آرشیوی (۷) |
| ماهیت پژوهش | پیمایشی (۴)، توصیفی-تحلیلی (۲۱)، تطبیقی (۱) |
| روش تحقیق | کمی (۳)، کیفی (۲۱)، ترکیبی (۲) |
| رویکرد | استقرایی (۲۵)، قیاسی (۱) |
| افق های زمانی | مقطعی (۱۲)، طولی (۱۴) |
| روش گردآوری اطلاعات | پرسش نامه (۵)، مصاحبه (۱۷)، پیمایش های میدانی (۱۱)، اسنادی-کتابخانه ای (۶) |
| روش تحلیل کیفی | تحلیل محتوا (۱۵)، فراترکیب (۱)، مرور سیستماتیک (۳)، قوم نگاری (۱)، اسنادی (۲) |
| روش تحلیل کمی | رگرسیون (۱)، تحلیل عاملی (۳)، تجزیه تحلیل داده های مکانی (۱)، تحلیل چند معیاره (۱)، آمار توصیفی (۵) |
| نرم افزارهای تحلیل کیفی | ATLAS.t (1), VOYAT TOOLS3 (1), ZOOM (2) |
| نرم افزارهای تحلیل کمی | LISREL (1), AUTO CAD (1), GOOGLE MAPS (2), GIS (1), SPSS (1), EXCEL (1) |

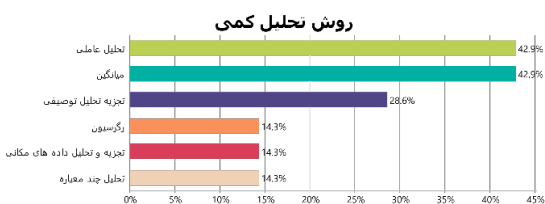
دارد. با توجه به ماهیت پژوهش، مشخص است که توصیفی-تحلیلی (۲۱ مورد) بیشترین تعداد کدها را تشکیل می دهد که نشان دهنده تمرکز بر توصیف جزئیات و تحلیل دقیق موضوعات است. همچنین ماهیت های پژوهشی مانند پیمایشی (۴ مورد) و تطبیقی (۱ مورد) نیز حضور دارند که نشان دهنده تنوع در رویکردهای مورد استفاده در پژوهش هاست. نهایتاً، بررسی افق های زمانی نشان می دهد که طولی (۱۴ مورد) و مقطعی (۱۲ مورد) بیشترین حضور را دارند که این امر به ما نشان می دهد که از مواردی با زمان بندی های متفاوت برای پژوهش ها استفاده شده است. بر اساس یافته های ذکر شده می توان گفت که حدود ۸۰ درصد از پژوهش ها از روش تحقیق کیفی (۲۱ مورد)، حدود ۱۲ درصد از روش کمی (۳ مورد) و حدود ۸ درصد از روش های ترکیبی (۲ مورد) استفاده کرده اند. در تصویر شماره ۶ از جهت گردآوری اطلاعات، بیشترین تعداد پژوهش ها (۱۷ مورد) از روش مصاحبه استفاده کرده اند که نشان از اهمیت ویژه این روش در این حوزه دارد. از سوی دیگر، کمترین تعداد پژوهش ها (۵ مورد) از روش پرسشنامه استفاده کرده اند که به دلیل نیاز به همکاری بیشتر از مشارکت کنندگان و نگرانی از کیفیت داده ها، استفاده از روش پرسشنامه کمتر مورد استفاده قرار گرفته

تحلیل داده ها در جدول شماره ۱ نشان می دهد که از زاویه های مختلفی به پژوهش های علمی در حوزه هنر عمومی و مکان سازی خلاق و فضای شهری شاد پرداخته شده است. این تحلیل شامل رویکردهای فلسفی پژوهش، جهت گیری پژوهش، راهبرد پژوهش، ماهیت پژوهش و بررسی افق های زمانی، روش گردآوری اطلاعات و روش تحلیل کیفی و کمی و نرم افزارهای تحلیل کیفی و کمی است. بر اساس تصویر شماره ۵ از دیدگاه فلسفی پژوهش، بیشترین تعداد کدها (۲۱ مورد) به پارادایم تفسیرگرایانه تعلق دارد که نشان می دهد تحلیل های پژوهشی بر پایه تفسیر و تبیین زمینه های مختلف هنر عمومی، مکان سازی خلاق و فضای شهری شاد متمرکز است. همچنین، کدهای انتقادی (۱ مورد) و اثبات گرایانه (۴ مورد) نیز نشان می دهند که پژوهش ها از زوایای گوناگونی رویکردهای فلسفی را مورد بررسی قرار داده اند. از جهت رویکردهای پژوهش، بیشترین تعداد پژوهش ها (۲۵ مورد) از رویکرد استقرایی استفاده کرده اند که به تمرکز بر روی ارتباطات علتی و تبیین علل و معلولی مناسب در این حوزه ارتباط دارد. استفاده متوازن از رویکرد قیاسی (۱ مورد) نیز به عنوان یک رویکرد جایگزین مطرح شده است که نشان از تنوع در روش های تحقیقی پژوهش های این حوزه

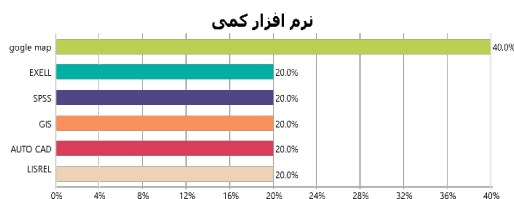
به دلیل پیچیدگی مدل سازی و عدم تطابق با موضوع پژوهش باشد. تصویر شماره ۸ در مورد نرم افزارهای تحلیل، بیشترین تعداد پژوهش ها (۲ مورد) از نرم افزار Zoom برای تحلیل داده های کیفی استفاده کرده اند که نشان از رواج این نرم افزار در محققان این حوزه دارد. در مورد تحلیل داده های کمی، بیشترین تعداد پژوهش ها (۲ مورد) از نرم افزار Google Maps برای تحلیل داده های کمی استفاده کرده اند که نشان دهنده تنوع در ابزارهای استفاده شده در تحقیقات این حوزه است. به طور کلی، تحلیل این داده ها نشان می دهد که تحقیقات در حوزه هنر عمومی و مکان سازی خلاق و فضای شهری شاد از رویکردها، روش های تحقیق و نرم افزارهای مختلفی برای گردآوری و تحلیل داده ها استفاده می کنند که این تنوع در انتخاب روش های تحقیق و نرم افزارها می تواند به بالابردن کیفیت و اعتبار تحقیقات این حوزه کمک کند.



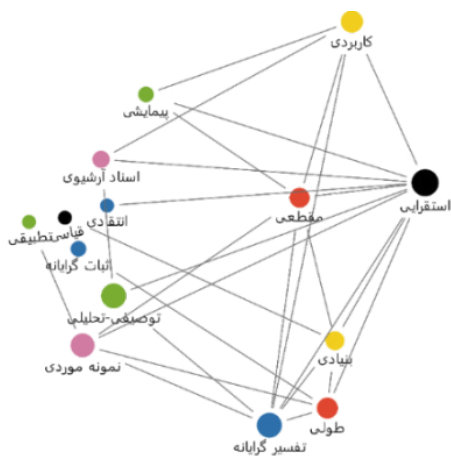
تصویر شماره ۶: نمودار روش گردآوری اطلاعات



تصویر شماره ۷: نمودارهای مربوط به روش های تحلیل کیفی و کمی



تصویر شماره ۸: نمودارهای مربوط به نرم افزارهای تحلیل کیفی و کمی

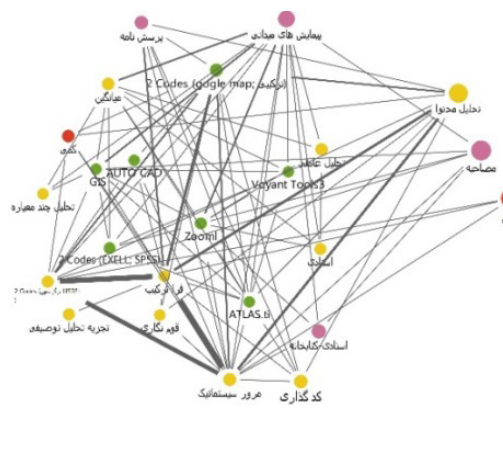
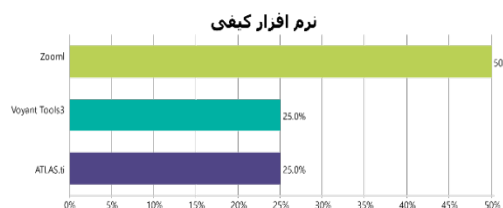
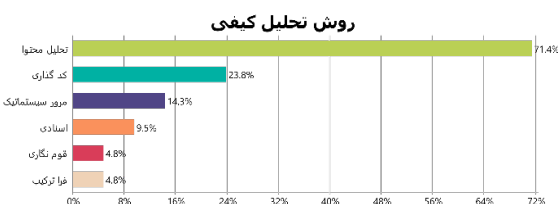


تصویر شماره ۹: روابط بین مقوله های مورد بررسی در پژوهش

است. در تصویر شماره ۷ در بررسی و تحلیل روش پژوهش مشخص گردید که روش تحلیل کیفی بیشتر استفاده شده است. در روش های تحلیل کیفی، بیشترین تعداد پژوهش ها (۲۱ مورد) از روش تحلیل محتوا با ۷۱ درصد بیشترین فراوانی را داراست که نشان از تمرکز بر تحلیل معنایی و مضمونی داده ها در این حوزه دارد. در مقابل، کمترین تعداد پژوهش ها (۱ مورد) از روش قوم نگاری استفاده کرده اند که ممکن است به دلیل مخاطرات نسبی این روش باشد. از سویی دیگر برای روش های تحلیل کمی بیشترین فراوانی مختص به آمار توصیفی و تحلیل عاملی با فراوانی ۴۲ درصد و تعداد ۳ مورد است که نشان از تمایل پژوهشگران به تجزیه و تحلیل دقیق داده های کمی در این حوزه دارد. از طرف دیگر، کمترین تعداد پژوهش ها (۱ مورد) از روش رگرسیون، تجزیه و تحلیل داده های مکانی و تحلیل چند معیاری استفاده کرده اند که ممکن است

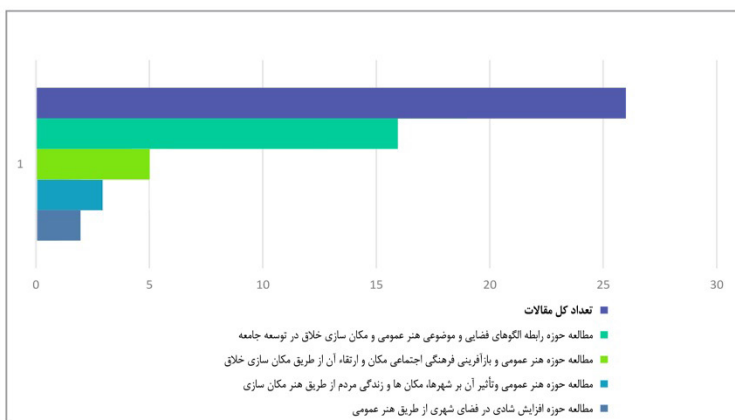


تصویر شماره ۵: نمودار جهت گیری، راهبرد، فلسفه و روش تحقیق پژوهش



جدول شماره ۲: مقوله و کدگذاری در پژوهش

| مقوله | کدها/تعداد | مقوله | کدها/تعداد |
|---|---|--|---|
| ۱. مطالعه حوزه رابطه الگوهای فضایی و موضوعی هنر عمومی و مکان سازی خلاق در توسعه جامعه | اثبات گرایانه (۰)، تفسیر گرایانه (۲)، انتقادی (۰) | ۳. مطالعه حوزه هنر عمومی و تأثیر آن بر شهرها، مکان ها و زندگی مردم از طریق هنر مکان سازی | اثبات گرایانه (۲)، تفسیر گرایانه (۱۴)، انتقادی (۰) |
| | تطبیقی (۰)، پیمایشی (۰)، توصیفی - تحلیلی (۲) | | تطبیقی (۰)، پیمایشی (۰)، توصیفی - تحلیلی (۱۲) |
| | کاربردی (۰)، بنیادی (۲) | | کاربردی (۱۰)، بنیادی (۴) |
| | طولی (۲)، مقطعی (۰) | | طولی (۶)، مقطعی (۱۰) |
| | قیاسی (۰)، استقرایی (۲) | | قیاسی (۰)، استقرایی (۱۵) |
| | اسناد آرشیوی (۱)، نمونه موردی (۱) | | اسناد آرشیوی (۳)، نمونه موردی (۱۱) |
| | کمی (۰)، کیفی (۲)، ترکیبی (۰) | | کمی (۲)، کیفی (۱۲)، ترکیبی (۱) |
| | پرسش نامه (۰)، مصاحبه (۲)، پیمایش های میدانی (۰)، اسنادی - کتابخانه ای (۰) | | پرسش نامه (۴)، مصاحبه (۱۲)، پیمایش های میدانی (۶)، اسنادی - کتابخانه ای (۳) |
| | تحلیل محتوا (۱)، فراترکیب (۰)، مرور سیستماتیک (۱)، قوم نگاری (۰)، اسنادی (۰) | | تحلیل محتوا (۹)، فراترکیب (۱)، مرور سیستماتیک (۱۹)، قوم نگاری (۱)، اسنادی (۱) |
| | تجزیه و تحلیل توصیفی (۰)، رگرسیون (۰)، تحلیل عاملی (۰)، تجزیه و تحلیل داده های مکانی (۰)، تحلیل چند معیاره (۱)، آمار توصیفی (۰) | | تجزیه و تحلیل توصیفی (۲)، رگرسیون (۰)، تحلیل عاملی (۲)، تجزیه و تحلیل داده های مکانی (۰)، تحلیل چند معیاره (۰)، آمار توصیفی (۳) |
| ۲. مطالعه حوزه هنر عمومی و بازاریابی فرهنگی اجتماعی مکان و ارتقای آن از طریق مکان سازی خلاق | اثبات گرایانه (۰)، تفسیر گرایانه (۲)، انتقادی (۰) | ۴. مطالعه حوزه افزایش شادی در فضای شهری از طریق هنر عمومی | اثبات گرایانه (۱)، تفسیر گرایانه (۳)، انتقادی (۱) |
| | تطبیقی (۰)، پیمایشی (۰)، توصیفی - تحلیلی (۱۲) | | تطبیقی (۱)، پیمایشی (۰)، توصیفی - تحلیلی (۴) |
| | کاربردی (۰)، بنیادی (۴) | | کاربردی (۴)، بنیادی (۱) |
| | طولی (۶)، مقطعی (۱۰) | | طولی (۴)، مقطعی (۱) |
| | قیاسی (۰)، استقرایی (۱۵) | | قیاسی (۱)، استقرایی (۴) |
| | اسناد آرشیوی (۳)، نمونه موردی (۱۱) | | اسناد آرشیوی (۲)، نمونه موردی (۳) |
| | کمی (۰)، کیفی (۲)، ترکیبی (۱) | | کمی (۱)، کیفی (۴)، ترکیبی (۰) |
| | پرسش نامه (۱)، مصاحبه (۰)، پیمایش های میدانی (۴)، اسنادی - کتابخانه ای (۳) | | پرسش نامه (۱)، مصاحبه (۰)، پیمایش های میدانی (۴)، اسنادی - کتابخانه ای (۲) |
| | تحلیل محتوا (۱)، فراترکیب (۰)، مرور سیستماتیک (۱)، قوم نگاری (۱)، اسنادی (۱) | | تحلیل محتوا (۱)، فراترکیب (۰)، مرور سیستماتیک (۱)، قوم نگاری (۰)، اسنادی (۱) |
| | تجزیه و تحلیل توصیفی (۰)، رگرسیون (۲)، تحلیل عاملی (۲)، تجزیه و تحلیل داده های مکانی (۰)، تحلیل چند معیاره (۰)، آمار توصیفی (۳) | | تجزیه و تحلیل توصیفی (۰)، رگرسیون (۱)، تحلیل عاملی (۱)، تجزیه و تحلیل داده های مکانی (۰)، تحلیل چند معیاره (۰)، آمار توصیفی (۰) |



مطالعه حوزه رابطه الگوهای فضایی و موضوعی هنر عمومی و مکان سازی خلاق در توسعه جامعه

- Nicole Ch.2013
- Tessa Maria Guazon.2013
- Lisle Bertsche.2013
- Venda Louise.et al.2014
- Yildiz.2015
- Robert Hollands et al.2015
- Anna Onesti.2017
- Khalilah Zakariya.et al.2017
- Kortbek.2018
- Magdalena .et al.2018
- Zia Salm.2019
- Yanfeng Jiang. et al.2019
- Charles Umney et al.2019
- Goldberg-Mille et al.2020
- Crisman.2019
- Sasha Mackay.et al.2021

مطالعه حوزه هنر عمومی و بازاریابی فرهنگی اجتماعی مکان و ارتقای آن از طریق مکان سازی خلاق

- Natasia Siak Valek.2018
- Kevin Wilson.et al.2017
- Meghan Ashlin Rich.2017
- Eleonora Redaelli.2018
- Marichela Sepe.2018

مطالعه حوزه هنر عمومی و تأثیر آن بر شهرها، مکان ها و زندگی مردم از طریق هنر مکان سازی

- Ming Cheung.et al.2021
- Cecilie Sachs Olsen.2022

مطالعه حوزه افزایش شادی در فضای شهری از طریق هنر عمومی

- Na Liao et al.2022
- Sofie Pringle.et al.2018
- PietroBattistoni.et al.2023

تصویر شماره ۱۰: طبقه بندی محتوای پژوهش

بر مکان‌سازی خلاق ممکن نیست و به دلیل بیش از حد و غیرواقعی بودن مورد انتقاد قرار می‌گیرد. به‌عنوان مثال، هال و رابرتسون اشاره کردند که تعامل بین هنر و مردم همچنان یک جعبه سیاه باقی‌مانده است. زیرا دانش کمی از ادراک و درگیری هنر عمومی از دیدگاه مردم وجود دارد. همچنین پژوهش انجام شده توسط مانسیلا و پرکیس نشان داد که چگونه فناوری و هنر می‌توانند به تحریک مکان‌سازی خلاقانه در فضاهای عمومی کمک کنند و هدف این تحقیق ایجاد فضایی با انعطاف‌پذیری بیشتر، تغییرپذیری و توجه به مشارکت عمومی و اجرای یک فضای عمومی قابل‌استفاده مجدد بود. با ادغام هنر عمومی در ابتکارات مکان‌سازی خلاقانه، شهرها و جوامع می‌توانند فضاهای شهری شاد و پر جنب‌وجوش، فراگیر و پایدار ایجاد کنند که خلاقیت، فرهنگ و هنر را جشن گرفته و پرورش دهند. زیرا هنر عمومی یک راه‌برد مکان‌سازی خلاقانه سودمند است که می‌تواند فضاهایی را برای بیان عمومی، احساس تعلق و تعاملات اجتماعی ایجاد کند. با این حال، کمبود مطالعات موردی برای مستندسازی اثرات ملموس آن در جوامع اقلیت وجود دارد. در این مقاله به شناسایی روابط هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق برای ایجاد فضای شهری شاد به‌عنوان موضوعات اصلی در پژوهش‌های مورد مطالعه پرداخته شد.

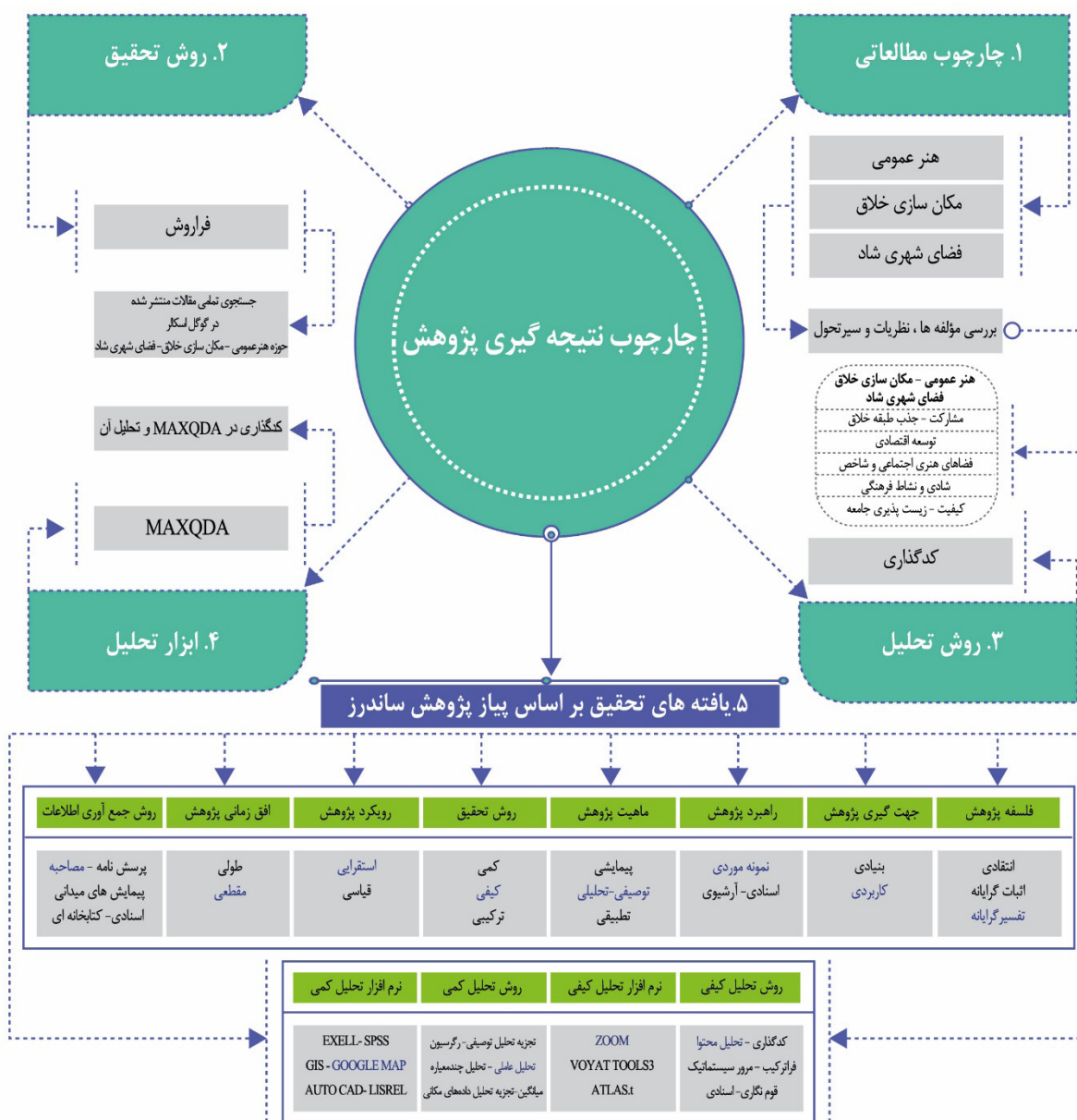
۵. نتیجه‌گیری

بنابراین این‌گونه می‌توان نتیجه گرفت که در پژوهش حاضر فراروش مطالعات در حوزه هنر عمومی و تأثیرگذاری و ارتباط آن با مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد مدنظر قرار گرفته و نتایج به دست‌آمده نشان می‌دهد که بین این سه حوزه رابطه بسیار ارزشمندی وجود دارد و در مطالعات پژوهشگران به مفهوم هنر عمومی، مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد به‌صورت کاملاً جداگانه توجه ویژه‌ای شده است. اما تأثیرات متقابل این سه حوزه بر روی هم و فصل مشترک آنها بسیار کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته و در زمینه مطالعات علمی پژوهشی در حوزه فضای شهری شاد بسیار محدود است. هدف این پژوهش فراروش شناسی پژوهش‌های بررسی شده است که در مورد تحقیقات نظری در حوزه هنر عمومی، مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد بوده که از روش‌های تحقیق بر اساس پیاز پژوهش‌سازان (که شامل هفت مرحله است) استفاده شده است. فراروش بر اساس بررسی سیستماتیک مقالات منتشر شده بین سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۲۳ است و بر اساس یافته‌های ذکر شده می‌توان گفت که حدود ۸۰ درصد از پژوهش‌ها از روش تحقیق کیفی، حدود ۱۲ درصد از پژوهش‌ها از روش کمی و ۸ درصد از روش ترکیبی استفاده کرده‌اند که در فصل مشترک این سه حوزه می‌توان این چنین نتیجه گرفت که نویسندگان بیشتر به مطالعات کیفی پرداخته‌اند و مطالعات کیفی بر اساس نوع راهبردها، فنون گردآوری و تحلیل داده‌ها مورد استفاده بر پارادایم فلسفی تفسیرگرایانه و به طور غالب استقرایی استوارند و بر اساس مقالات جست‌وجو شده ۱۹ مقاله نمونه موردی در کشورهای درحال توسعه هستند که این یک محدودیت اثرگذار برای چنین تحقیقاتی است و همچنین محتوای مقالات باتوجه به هدف اصلی پژوهش در ۴ گروه: ۱. مطالعه حوزه رابطه الگوهای فضایی و موضوعی هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق توسعه جامعه، ۲. مطالعه حوزه

با توجه به این که مرور مقاله‌ها در این پژوهش در حوزه هنر عمومی، مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد است، یافته‌ها نشان داد که بیشترین مطالعات علمی پژوهشی در حوزه کیفی صورت‌گرفته و این تحقیقات کیفی در مورد این حوزه‌ها به صورت‌های سیستماتیک طبقه‌بندی و منتشر شده و از سویی دیگر مقالات محدودی بر اساس تحقیقات کمی قابلیت‌تعمیم‌پذیری پیدا کرده‌اند. هر دو روش کیفی و کمی می‌تواند اطلاعات مفیدی را برای تفسیر چنین موضوعات شهری، به‌ویژه هنگام طراحی، برنامه‌ریزی و ارزیابی مداخلات و بهبود مطالعات در حوزه فضای شهری فراهم کند، اما باید به این نکته نیز اشاره کرد که روش‌های ترکیبی یا را فراتر گذاشته و با ترکیب روش‌های تحقیق و تحلیل کمی و کیفی می‌توانند تفسیرهای قابل‌استناد و دقیق‌تری ارائه دهند؛ بنابراین باتوجه به هدف اصلی پژوهش و عناوین مقالات و نوع فضاهای مورد بررسی پژوهش‌ها جدول شماره ۲ و تصویر شماره ۱۰ در چهار گروه مورد بررسی قرار گرفتند: ۱. مطالعه حوزه رابطه الگوهای فضایی و موضوعی هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق توسعه جامعه، ۲. مطالعه حوزه هنر عمومی و بازآفرینی فرهنگی اجتماعی مکان و ارتقای آن از طریق مکان‌سازی خلاق، ۳. مطالعه حوزه هنر عمومی و تأثیر آن بر شهرها، مکان‌ها و زندگی مردم از طریق هنر مکان‌سازی و ۴. مطالعه حوزه افزایش شادی در فضای شهری از طریق هنر عمومی، باتوجه به چهار گروه عنوان شده در جدول شماره ۲ و تصویر شماره ۱۰ باید در نظر داشت بیشترین مطالعات صورت‌گرفته در حوزه روش‌شناسی در مقالات گروه ۱: مطالعه حوزه رابطه الگوهای فضایی و موضوعی هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق توسعه جامعه است که بیشترین تحقیقات در حوزه روش‌شناسی را به خود اختصاص داده که در تصویر شماره ۱۰ از مجموع چهار گروه می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که مطالعات در حوزه هنر عمومی بیشترین تأثیرگذاری را از طریق بازآفرینی فرهنگی اجتماعی شهرها، مکان‌ها و زندگی مردم از طریق مکان‌سازی خلاق برای ارتقای فرهنگ و هویت شهری، ایجاد ارتباط و تعامل اجتماعی و افزایش کیفیت زندگی فرهنگی شهروندان داشته و پژوهشگران ارتباط بین هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد را کمتر مورد نقد و بررسی قرار داده‌اند که پژوهش در این حوزه می‌تواند بهبود معنویت و شادی در فضاهای شهری را تحقق بخشند و به‌عنوان ابزارهای مهم در ارتقای کیفیت زندگی شهروندان مطرح شوند. پژوهش حاضر بر آن بود که با فراروش مقاله‌های علمی موجود در قلمرو موضوعی، پیوند میان مؤلفه‌های هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد، تصویری نسبتاً دقیق از چیستی و چگونگی ساختار روش‌شناسی و دستاوردهای پژوهشی و دستور کاری پژوهشی با توجه به خلأهای نظری و تجربی پیرامون مطالعات انجام‌یافته در سطح جهان را فراهم بیاورد. بنابراین مقایسه نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های مشابه که به ارتباط این سه حوزه پرداخته‌اند نشان می‌دهد که دسترسی هنر عمومی به مخاطبان گسترده و پتانسیل آن برای گرد هم آوردن افراد با پیشینه‌های مختلف به آن قدرت منحصر به فردی بخشیده است تا تأثیرات قوی و پایدار بر شهرها، مکان‌ها و زندگی مردم بگذارد. با این حال فقدان مطالعات اولیه سیستماتیک در مورد چگونگی درک، تجربه و تعامل جوامع با هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق وجود دارد. بدون این دانش هیچ‌گونه ادعایی در مورد تأثیرگذاری هنر عمومی

هدایت شوند. همچنین استفاده از روش‌های تحقیقی مختلف، از جمله روش‌های کیفی و کمی، می‌تواند به تحلیل دقیق‌تر و جامع‌تری از این رابطه کمک کند. علاوه بر این توصیه می‌شود که در تحقیقات آینده، بر روی محقق کردن تأثیرات هنر عمومی بر مکان‌سازی خلاق و ارتقای فضای شهری شاد، به خصوص در کشورهای در حال توسعه، تمرکز بیشتری شود. این اقدامات می‌تواند به بهبود فضای شهری و افزایش کیفیت زندگی شهروندان کمک کند و به عنوان یک راهبرد مهم در توسعه شهری مطرح شود و توسعه ابزارهای تحلیل کیفی، در این زمینه، پژوهش‌های بیشتری می‌توانند به توسعه و ارتقای ابزارهای تحلیلی مانند روش‌های فلسفی تفسیرگرایانه و استقرایی کمک کنند. این ابزارها می‌توانند به تفکیک بهتر و درک عمیق‌تر روابط بین مؤلفه‌های هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد کمک کنند و تحقیقات آتی را در این حوزه تشویق کنند.

هنر عمومی و بازآفرینی فرهنگی اجتماعی مکان و ارتقای آن از طریق مکان‌سازی خلاق، ۳. مطالعه حوزه هنر عمومی و تأثیر آن بر شهرها، مکان‌ها و زندگی مردم از طریق هنر مکان‌سازی و ۴. مطالعه حوزه افزایش شادی در فضای شهری از طریق هنر عمومی، از لحاظ محتوایی تفکیک و مورد بررسی قرار گرفتند که بیشترین مطالعات صورت‌گرفته در حوزه روش‌شناسی در مقالات گروه ۱ است که بیشترین تحقیقات در حوزه روش‌شناسی را به خود اختصاص داده و در قرن حاضر تأثیرگذاری هنر عمومی بر مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. البته باید در نظر داشت که مطالعات تطبیقی و انتقادی نیز کمتر مورد استقبال پژوهشگران قرار گرفته و کمبود ابزارهای تحلیل کیفی در این گونه مطالعات بسیار به چشم می‌خورد. باتوجه به نتایج این پژوهش و محدودیت‌های مطرح شده، پیشنهاد می‌شود که تحقیقات آینده در حوزه هنر عمومی و مکان‌سازی خلاق و فضای شهری شاد، به سمت مطالعات تطبیقی و انتقادی گسترده‌تری



تصویر شماره ۱۱: چارچوب نتیجه‌گیری پژوهش

جدول شماره ۳: مقالات منتخب بررسی شده در پژوهش

| کدمقاله | منابع مقالات |
|---------|---|
| ۱ | Battistoni, P., Romano, M., Sebillio, M., & Vitiello, G. (2023). Monitoring Urban Happiness through Interactive Chorems. <i>Sustainability</i> , 15(11). https://doi.org/10.3390/su15118733 |
| ۲ | Bertsche, L. (2013). Public art and the central corridor: Place promotion and creative placemaking. <i>Cities in the 21st Century</i> , 3(1), 1. |
| ۳ | Ch, N. (2013). role of arts and artists in cultivating a creative city as an urban regeneration strategy in victoria, australia: a conceptual discussion. |
| ۴ | Cheung, M., Smith, N., & Craven, O. (2021). The impacts of public art on cities, places and people's lives. <i>The Journal of arTs ManageMenT, law, and socieTy</i> , 52(1), 37-50. https://doi.org/10.1080/10632921.2021.1942361 |
| ۵ | Crisman, J. J. -a. (2022). Evaluating values in creative placemaking: The arts as community development in the NEA's Our Town program. <i>Journal of Urban Affairs</i> , 44(4-5), 708-726. https://doi.org/10.1080/07352166.2021.1890607 |
| ۶ | Goldberg-Miller, S. B. D., Heimlich, J. E., & Kemper, R. F. (2021). Arts consumers' place-visioning as a tool for planning creative neighborhoods. <i>Journal of Urban Affairs</i> , 43(10), 1441-1467. https://doi.org/10.1080/07352166.2020.1768102 |
| ۷ | Guazon, T. M. (2013). Creative Mediations of the City: Contemporary Public Art as Compass of Metro Manila's Urban Conditions. <i>International Journal of Urban and Regional Research</i> , 37(3), 864-878. https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2013.01211.x |
| ۸ | Hollands, R., & Vail, J. (2015). Place imprinting and the arts: A case study of the Amber Collective. <i>Local Economy</i> , 30(2), 173-190. https://doi.org/10.1177/0269094215573170 |
| ۹ | Jiang, Y., Qian, Q., Zhang, X., & Chen, Y. (2019). The Formation of Government-Oriented Creative Community and Its Driving Mechanisms: A Case Study of the 39° Space Art Creative Community in Foshan, China. <i>Sustainability</i> , 11(3), 625. https://doi.org/10.3390/su11030625 |
| ۱۰ | Kortbek, H. B. (2019). Contradictions in Participatory Public Art: Placemaking as an Instrument of Urban Cultural Policy. <i>The Journal of arTs ManageMenT, law, and socieTy</i> , 49(1), 30-44. https://doi.org/10.1080/10632921.2018.1473310 |
| ۱۱ | Luo, N., Ibrahim, R., & Abidin, S. Z. (2022). Transformation of Children's Paintings into Public Art to Improve Public Spaces and Enhance People's Happiness. <i>International Journal of Environmental Research and Public Health</i> , 19(24), 16780. https://doi.org/10.3390/ijerph192416780 |
| ۱۲ | Mackay, S., Klaebe, H., Hancox, D., & Gattenhof, S. (2021). Understanding the value of the creative arts: place-based perspectives from regional Australia. <i>Cultural Trends</i> , 30(5), 391-408. https://doi.org/10.1080/09548963.2021.1889343 |
| ۱۳ | Onesti, A. (2017). Built environment, creativity, social art. The recovery of public space as engine of human development. <i>REGION</i> , 4(3), 87. https://doi.org/10.18335/region.v4i3.161 |
| ۱۴ | Pollock, V. L., & Paddison, R. (2014). On place-making, participation and public art: The Gorbals, Glasgow. <i>Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability</i> , 7(1), 85-105. https://doi.org/10.1080/17549175.2013.875057 |
| ۱۵ | Pringle, S., & Guaralda, M. (2018). Images of Urban Happiness: A Pilot Study in the Self-representation of Happiness in Urban Spaces. <i>The International Journal of the Image</i> , 8, 97-122. https://doi.org/10.18848/2154-8560/CGP/v08i04/97-122 |
| ۱۶ | Redaelli, E. (2018). Creative placemaking and theories of art: Analyzing a place-based NEA policy in Portland, OR. <i>Cities</i> , 72, 403-410. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.10.001 |
| ۱۷ | Rembeza, M. (2016). Shaping places through art. The role of creative placemaking in Philadelphia. 3rd International Scientific Conference on Social Sciences & Art SGEM Vienna 2016, Vienna, Austria. |
| ۱۸ | Rich, M. A. (2019). 'Artists are a tool for gentrification': maintaining artists and creative production in arts districts. <i>International Journal of Cultural Policy</i> , 25(6), 727-742. https://doi.org/10.1080/10286632.2017.1372754 |
| ۱۹ | Sachs Olsen, C. (2022). Co-Creation Beyond Humans: The Arts of Multispecies Placemaking. <i>Urban Planning</i> , 7(3). https://doi.org/10.17645/up.v7i3.5288 |
| ۲۰ | Salim, Z. (2019). The Contours of Creativity: Public Art, Cultural Landscapes, and Urban Space in Venice, California. <i>California Geographer</i> , 58, 43-79. |
| ۲۱ | Sepe, M. (2018). Place Identity And Creative District Regeneration: The Case Of 798 In Beijing And M50 In Shanghai Art Zones. <i>METU JOURNAL OF THE FACULTY OF ARCHITECTURE</i> . https://doi.org/10.4305/metu.jfa.2017.2.15 |
| ۲۲ | Slak Valek, N. (2020). Word-of-art: contribution of artists-in-residence to a creative tourism destination. <i>Journal of Tourism and Cultural Change</i> , 18(2), 81-95. https://doi.org/10.1080/14766825.2018.1467920 |
| ۲۳ | Umney, C., & Symon, G. (2019). Creative placemaking and the cultural projectariat: Artistic work in the wake of Hull City of Culture 2017. <i>Capital & Class</i> , 030981681988469. https://doi.org/10.1177/0309816819884699 |
| ۲۴ | Wilson, K., & Mantie, R. (2017). Inspiring Soulful Communities through Music: Connecting Arts Entrepreneurship Education and Community Development via Creative Placemaking. <i>Artivate</i> , 6(2), 32-45. https://doi.org/10.1353/artv.2017.0001 |
| ۲۵ | Yildiz, D. (2015). From non-place to place: Place-making through relational art. <i>Metaverse Creativity</i> , 5, 39-50. https://doi.org/10.1386/mvcr.5.1.39_1 |
| ۲۶ | Zakariya, K., & Azhari, S. (2017). Eco Public Art PlaceMaking FrameWork: A Case Study Of Laman Seni Shah Alam, Malaysia. <i>Planning Malaysia</i> , 15. https://doi.org/10.21837/pm.v15i4.320 |

References:

- Abdollahpour, S. S., Sharifi, E., & Ghazi, R. (2021). Evaluation of Happy City Indicators in Affordable Housing Projects, Case Study: Mehr Housing Projects, Aftab Town, The City of Parand, Tehran, Iran. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 9(3), 103-127. https://doi.org/https://doi.org/10.14246/irspds.9.3_103
- Alshamsi, A., Awad, E., Almehrezi, M., Babushkin, V., Chang, P.-J., Shoroye, Z., Tóth, A.-P., & Rahwan, I. (2015). Misery loves company: happiness and communication in the city. *EPJ Data Science*, 4(1). <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-015-0044-2>
- Askarova Nargiza, A. (2023). Psychological Interpretation of the Concept of Happiness. *Eurasian Journal of Humanities and Social Sciences*, 16, 3-6.
- Bhatt, M. (2023). Addressing urban happiness in the context of sustainable development goals through urban design interventions: A Case of Udhana, Surat. *Sustainability, Agri, Food and Environmental Research International Conference on Multidisciplinary Aspects of Design*, Bhopal, India. <https://dx.doi.org/10.7770/safer.v11i1.2969>
- Blackman, M. (2011). Public art discourse: A case study of Gateshead, England. *International journal of the Arts in society*, 6(3), 137-152. <https://doi.org/10.18848/1833-1866/CGP/v06i01>
- Cassarino, M., Shahab, S., & Biscaya, S. (2021). Envisioning Happy Places for All: A Systematic Review of the Impact of Transformations in the Urban Environment on the Wellbeing of Vulnerable Groups. *Sustainability*, 13(14), 8086. <https://doi.org/10.3390/su13148086>
- Chao, T.-Y. S., Liu, S.-K., Kalman, B., Lu, H.-C. C., & Cai, M. (2017). Delivering community well-being from the happy city concept: A practical approach to urban planning and design. https://doi.org/10.1007/978-94-024-0878-2_23
- Crisman, J. J.-a. (2022). Evaluating values in creative placemaking: The arts as community development in the NEA's Our Town program. *Journal of Urban Affairs*, 44(4-5), 708-726. <https://doi.org/10.1080/07352166.2021.1890607>
- Daniel, J. L., & Kim, M. (2020). Creative Placemaking: Creating Change by Building Partnerships. *Journal of Public and Nonprofit Affairs*, 6(1), 96-110. <https://doi.org/10.20899/jpna.6.1.96-110>
- Denis, M., Cysek-Pawlak, M. M., Krzysztofik, S., & Majewska, A. (2021). Sustainable and vibrant cities. Opportunities and threats to the development of Polish cities. *Cities*, 109, 103014. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.103014>
- Downey, H., & Sherry, J. F. (2020). Public art and ritual transformation in Northern Ireland. *Arts and the Market*, 10(3), 187-203. <https://doi.org/10.1108/aam-04-2020-0008>
- Gallagher, B. K., & Ehlman, M. P. (2019). Arts at the Intersection: Cross-Sector Collaboration and Creative Placemaking in Rapid City, SD. *Public Performance & Management Review*, 42(6), 1333-1350. <https://doi.org/10.1080/15309576.2019.1601113>
- Gilmore, A. (2013). Cold spots, crap towns and cultural deserts: The role of place and geography in cultural participation and creative place-making. *Cultural Trends*, 22(2), 86-96. <https://doi.org/10.1080/09548963.2013.783174>
- Heard, E., Bartleet, B.-L., & Woolcock, G. (2023). Exploring the role of place-based arts initiatives in addressing social inequity in Australia: A systematic review. *Australian Journal of Social Issues*, 58(3), 550-572. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/ajs4.257>
- Jasmi, M. F., & Mohamad, N. H. N. (2016). Roles of Public Art in Malaysian Urban Landscape towards Improving Quality of Life: Between Aesthetic and Functional Value. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 872-880. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.201>
- Khoram, A. (2019). Effective Indicators of Promoting Social Interactions in Urban Public Spaces with a Happy City Approach. *Socio-Spatial Studies*, 3(7), 49-61. <https://doi.org/10.22034/soc.2019.98884> [in Persian]
- Li, Z. G., & Sun, J. (2014). Public Art and Contemporary Urban Culture – Research of Embodiment of Core Value of Urban Public Art in the Construction of Urban Culture. *Advanced Materials Research*, 919-921, 1634-1637. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMR.919-921.1634>

- Liu, C. (2021). Research on Urban Public Art Design Based on Digital Information Technology. *Journal of Physics: Conference Series*, 1992(2), 022081. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1992/2/022081>
- Lourenço, M. I. (2024). Graphic design and public art: a comparative study in message communication. *grafica*, 83-91. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.290>
- Lu, S. (2020a). Analysis of Digital Image Representation in Public Art Creation in the New Period. *Journal of Physics: Conference Series*, 1574(1), 012012. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1574/1/012012>
- Lu, S. (2020b). Research on the Influence of the Integration of Public Art and Computer on Urban Culture from the Perspective of Media Ecology. *Journal of Physics: Conference Series*, 1574(1), 012011. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1574/1/012011>
- Luo, M. (2022). Public Art and Space Environment Design Using Genetic Algorithm-Guided 3D Virtual Reconstruction. *Journal of Environmental and Public Health*, 2022(1), 2193950. <https://doi.org/https://doi.org/10.1155/2022/2193950>
- Luo, N., Ibrahim, R., & Abidin, S. Z. (2022). Transformation of Children's Paintings into Public Art to Improve Public Spaces and Enhance People's Happiness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(24). [in Persian]
- Mirzaei, S., & Zangiabadi, A. (2021). Studying and Complying Dimensions, Indicators and Variables Related to a Happy City. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 9(2), 94-111. https://doi.org/10.14246/irspsda.9.2_94 [in Persian]
- Mohammadi Delband, S., Saghafi Asl, A., Sattarzadeh, D., & Faramarzi Asl, M. (2020). Evaluation of Effective Factors on the Happiness of Citizens in Public Spaces of Tabriz City. *Sustainable city*, 3(3), 115-132. <https://doi.org/10.22034/jsc.2020.235573.1260> [in Persian]
- Pfeiffer, D., & Cloutier, S. (2016). Planning for Happy Neighborhoods. *Journal of the American Planning Association*, 82(3), 267-279. <https://doi.org/10.1080/1944363.2016.1166347>
- Pringle, S., & Guaralda, M. (2018). Images of Urban Happiness: A Pilot Study in the Self-representation of Happiness in Urban Spaces. *The International Journal of the Image*, 8, 97-122. <https://doi.org/10.18848/2154-8560/CGP/v08i04/97-122>
- Qiangqiang, L. (2021). The Cultural Remodeling of Public Art in the Consumption Era. *Proceedings of the 6th International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE 2020)*
- Rajkumar, R. P. (2023). Cultural values and changes in happiness in 78 countries during the COVID-19 pandemic: An analysis of data from the World Happiness Reports. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1090340>
- Ramli, N. A., & Ujang, N. (2020). An overview of creative placemaking as an enabler for a sustainable urban regeneration. 8th AMER International Conference on Quality of Life Mahkota Hotel Melaka, Malacca, Malaysia, <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v5i13.2056>
- Redaelli, E. (2018). Creative placemaking and theories of art: Analyzing a place-based NEA policy in Portland, OR. *Cities*, 72, 403-410. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.10.001>
- Rembeza, M. (2016). Shaping places through art. The role of creative placemaking in Philadelphia.
- Ren, C., Yuan, J., & Medvegy, G. (2022). Intervention of public art in urban micro-regeneration. *Pollack Periodica*, 17(3), 169-174. <https://doi.org/10.1556/606.2022.00583>
- Ronkainen, N., Wiltshire, G., & Willis, M. (2022). Meta-Study. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 15(1), 226-241. <https://doi.org/10.1080/1750984x.2021.1931941>
- Røyseng, S. (2022). Public art debates as boundary struggles. *International Journal of Cultural Policy*, 28(5), 581-594. <https://doi.org/10.1080/10286632.2021.2009472>
- Sepe, M. (2016). THE ROLE OF PUBLIC SPACE TO ACHIEVE URBAN HAPPINESS. In (pp. 364-373). <https://doi.org/10.2495/SDP-V12-N4-724-733/038>
- Seuring, S., Aman, S., Hettiarachchi, B. D., de Lima, F. A., Schilling, L., & Sudusinghe, J. I. (2022). Reflecting on theory development in sustainable supply chain management. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 3, 100016. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.clscn.2021.100016>

- Szoltysek, J., & Twaróg, S. (2018). Meeting Places in the Urban Strategy to Build a Happy City: A Mixed Research Approach. *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Urban and Civil Engineering*, 12(6), 40-44.
- Watkins, D. C., Walker, R. L., & Griffith, D. M. (2010). A Meta-Study of Black Male Mental Health and Well-Being. *Journal of Black Psychology*, 36(3), 303-330. <https://doi.org/10.1177/0095798409353756>
- Webb, D. (2014). Placemaking and Social Equity: Expanding the Framework of Creative Placemaking. *Artivate*, 3(1), 35-48. <https://doi.org/10.1353/artv.2014.0000>
- Zabawa-Krzyrkowska, J., & Groń, K. (2020). Art in the Public Space, Different Aspects of Artistic Activities in Architecture. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 960(3), 032090. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/960/3/032090>
- Zhao, L., & Tang, C. (2022). Research on the Change in Public Art Landscape Pattern Based on Deep Learning. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022(1), 8745174. <https://doi.org/https://doi.org/10.1155/2022/8745174>

نحوه ارجاع به مقاله:

دیوسالار، سعیده؛ سیدالحسینی، سید مسلم؛ حنایی، نکتتم؛ سروری، هادی (۱۴۰۳)، فراروش مطالعات هنر عمومی و ارتباط آن با مکان سازی خلاق و فضای شهری شاد، مطالعات شهری، 13 (51)، 3-18. <https://doi.org/10.22034/urbs.2024.139857.4978>

Copyrights:

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to Motaleate Shahri. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

