

در این میان - آنچه " قانون " است ، این تغییر شکلهای آن به آن - و آنچه با چشم برهمزدنی بر باد می‌رود - همه تکیه‌گاهها و " سکوه‌های پرش " فرهنگی گذشته است . جبری این چنین می‌چرخاند - و انسان اسیر این ناپایداری‌ها ، کم‌تر توانائی و مساعدتهای لازم زمانی و مکانی را دارد - تا متمرکز باشد - برگی را روی برگی بگذارد - و شاهد واقعی " زمان " خود باشد .

خلق آثاری که از مضامین حساس و واقعی زندگی مردم نشئت گرفته باشد - و بازتاب آن بهمان زندگی بازگردد - جز از طریق برخوردهای گوناگون با این زندگی و تحلیل منظم آنها مقدور نیست .

با نام انقلاب مردم ایران - و موازی با فروپاشی نظام فرسوده حاکم - جوش تازه‌ای در همه سطوح - و در جهت قدرت‌گیری توده‌ها - و نفی هر نوع استثمار و استثمار و موضع‌سازی بر علیه امپریالیسم - به چشم می‌آید .

حفظ و گسترش این حرکت - رسالت همه نهادهای فرهنگی جامعه است . یکی از حرکات پشتوانه‌ای حفظ دستاوردهای انقلاب در حوزه فرهنگ - حمایت و گسترش امر پژوهش است .

بر این زمینه - موضوع جمع‌آوری و ارزیابی عناصر بصری فرهنگ ایرانی - و تکیه داشتن بر تحلیلهائی این چنین در تولید آثار تصویری - بعنوان تکلیفی " زمانه‌ای " واجب می‌نماید .

شاید کوشش‌هایی مانند این مطالعه - خود از اولین قدمها - در درک منظم معیارهای ریشه‌ای زبان تصویری توده‌های وسیع جامعه ما - و بعنوان بخشی از شناخت لازم - در دستیابی به اهداف فوق باشد .

دیوار نوشته‌های انقلاب - از ابزارهای موثر و حساسی بودند که به‌اضمحلال قدرت حاکم و متمرکز وقت کمک فراوانی کردند .

دیوارهای ساکت و منضبط شهر - که سالها زیر فشار اختناق هیئت حاکمه - از خاموشی و زوال سخن میگفتند - یکباره در جریان انقلاب - شاهد هجوم نفرت و عصیان مردم شدند .

دیوارنویشتنگی

نقیسه بزرگزاده شهدادی

امراه فرهادی آردکیان

زیر نظر : ایرج انواری

فرهنگ تصویری - متناسب با دیگر اشکال اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی جامعه ما - دارای جلوه‌های متنوع و گوناگون - و ساختی پر تنوع و ترکیبی است - که در عرصه شکل‌گیریهای تازه اجتماعی - آسان و سریع - گونه‌ای از آن غایب و گونه‌های تازه‌ای بروز میکند .

آنها که دست به تهاجمی این چنین زدند - فقط توده‌های مردم بودند - بدون یاری دستهای آموزش دیده و طراحان ریز و درشت ما .

تقریباً " از هزاران شعاری که بر دیوارها نوشته شد - حتی نیمچه اثری از قلم پرورده هنرمندان دیده نمی‌شود - و هم بدین خاطر است ، که زمینه مطالعه‌ای واقعی در شناخت آداب بصری مردم بوده - و موضوع این پژوهش شده است .



درباره این پژوهش .



موضوع : موضوع این مطالعه - درک ارزش‌های تصویری دیوارنوشته‌های انقلاب -



هدف : انجام مطالعاتی از این نوع - کشف قوانین زبان تصویری توده‌های مردم .



زمان : این پژوهش از اردیبهشت ماه ۵۸ تا شهریور ماه ۵۸ بطول انجامیده - و عکس‌برداری از دیوارها ، در فاصله یکشنبه ۱۹ آذرماه ۵۷ (روز تاسوعا) - تا جمعه ۲۵ اسفند ماه ۵۷ (روز پاک سازی شهر تهران) به انجام رسیده است .



مکان : مکان انجام این مطالعه - شهر تهران بوده است .



جامعه آماری :

جامعه آماری این مطالعه را ۲۰۰۰ اسلاید نمونه - عکس‌برداری شده از دیوارهای شهر - تشکیل داده است . این عکس‌ها مقدماتاً " و بطور پراکنده از دیوارهای شهر تهران گرفته شده - و سپس کوشش در عکاسی از دیوارهایی شده است که در آنها

مجموعه شعارها خواناتر، واضح‌تر، جامع‌تر - و همچنین از نظر ارزشهای بصری و تصویری جالبتر به نظر میرسیدند. پس از عکاسی، برای بدست آوردن یک جامعه آماری دقیق، اطلاعات مربوط به ۶۰۰ اسلاید بطور جداگانه فیش‌بندی شده و اسلایدهای نمونه از بین آنها انتخاب شده است، با ضوابطی بشرح زیر.

- ۱ - جامع بودن هر تصویر (اسلاید) از نظر تعداد شعارها، داشتن تصویر و آرم
- ۲ - متوسط بودن پلان عکس‌برداری شده.
- ۳ - پراکندگی محل‌های عکاسی شده از نظر موقعیت شهر تهران.
- ۴ - جامع بودن اسلاید، از نظر تنوع ارزشهای بصری.



مراحل انجام پژوهش:

- پس از تفکیک اسلایدها و گزینش ۲۰۰ اسلاید نمونه - بر اساس سوءالاتی که برای اسلایدها مطرح میشد - پرسش‌نامه‌ای با ۴۴ سؤال تدوین گردید.
- این پرسش‌نامه از ۴ قسمت، بشرح زیر تشکیل میگردد.
- الف - اطلاعاتی کلی اسلایدها با ۱۱ سؤال. سوءالات اسلایدها بدون در نظر گرفتن تک تک شعارها، تصاویر و آرمهای موجود در آن - از نظر منطقه عکس‌برداری، رنگ غالب، کمپوزیسیون، حالت خطوط و اشکال را مورد سؤال قرار داده است.
 - ب - قسمت دوم مربوط به یک شعار بطور جداگانه است که شامل ۱۶ سؤال بوده است (حداکثر شعارهای انتخابی ۵ شعار است).
 - ج - قسمت سوم مربوط به یک تصویر انتخابی است که بطور جداگانه، شامل ۱۰ سؤال است. (حداکثر تصاویر انتخابی مورد بررسی ۳ تصویر است).
 - د - قسمت چهارم مربوط به یک آرم انتخابی است که شامل ۷ سؤال

است. (حداکثر ۲ آرم مورد بررسی قرار میگردد).

در صورت تکرار یک تصویر و یا یک آرم در یک اسلاید به یک شکل و اندازه فقط تعداد دفعات تکرار شده و احتمالاً "تعداد و نوع رنگهای آن در پرسشنامه ذکر شده است. به منظور بررسی ارزشها و ویژگیهای تصویری شعارها و تصاویر و آرمها در اسلایدهای موجود - جدول‌های آماری - بر اساس پرسش‌نامه‌ها - تهیه گردیده است.

نتایج آماری جدولها، اطلاعات کلی اسلایدها، شعارها، تصاویر و آرمها - در یک جدول راهنمای مادر مورد مطالعه قرار گرفته است - و در نهایت، با تحلیل نتایج آماری - به رهنمودهای لازم برای انجام تحقیق عملی خود رسیده‌ایم.



موقعیت قرارگیری دیوارنوشته‌ها:

بالای شهر بعلت دور بودن ذهنی و مکانی از وقایع و درگیریها، کمترین دیوار نوشته‌ها را دارد. میان شهر چون مرکز تجمعات و راه‌پیمایی‌ها و تظاهرات بوده، بیشترین دیوار نوشته‌ها را دارد.

در پائین شهر بدلیل درگیریهای اجتماعی و سیاسی و مذهبی و کشتارهایی که در این مناطق صورت میگرفت، تعداد دیوار نوشته‌ها نسبتاً زیاد است. مردم پائین شهر حضور منظم خود را در مناطق میان شهر مطرح میکردند - چه در راه‌پیماییها و چه در شعارنویسی.

امنیتی را که در میان شهر - ضمن راه‌پیمایی‌ها و تظاهرات - برای شعارنویسی بدست می‌آوردند - در پائین شهر وجود کوچه‌های متعدد و تودرتو - تأمین میکرد. از آنجا که خیابانها مسیر راه‌پیمایی و تظاهرات - و معبر اصلی عبور و مرور مردم بودند - بیشترین دیوار نوشته‌ها - بر دیوارهای خیابانها نقش بسته است. شعارهای کوچه‌ها بیشتر توسط افراد همان محل نوشته میشد که عموماً "متاثر از شعارهای خیابانی و تظاهرات بوده - و بهر حال کارآیی محدودتری داشته‌است.

بدلیل منحصر بودن اماکن عمومی به دانشگاه تهران و چند میدان و کنترل شدید افراد ارتشی و درگیریها و کشتار و تیراندازی در این محلها - تعداد شعارهای این اماکن کم است. روحیه‌ای که نوشتن شعار را سبب میشود، مثل هیجان و خشم و میل به بازگویی نفرت و آگاهیها و عقاید و در ضمن امنیتی نسبی، در حین راهپیماییها بیشتر وجود دارد تا جنگ و گریز که هیجانها و خشم در قالب عملیات تخریبی یا دفاعی شکل میگیرد.

دیوار نوشته‌هایی بیشتر در دسترسند - که دلیل آن سرعت عمل و استفاده از استتار جمعیت در حین راهپیماییها بوده است. دیوار نوشته‌های دوازدهم دسترس، استثنایی بوده و بیشتر در مواقعی شکل گرفته‌اند که هم نویسنده در کمال آسودگی زیر چتر دفاعی جمعیت عمل میکرده - و هم مسئله مورد ذکر برای او دارای اهمیت بوده است. (نوعی آرمان‌گرایی در این نوع دیوار نوشته‌ها بچشم میخورد) شعارها اکثرا "بدلیل نوعی عادت و عادی نویسی که در تمام موارد دیوار نوشته‌ها وجود دارد و نیز بر اساس ویژگی شعار نویسی (سرعت عمل و گریز) و در مسیر حرکت - راه رفتن و دویدن - بطور افقی بر دیوارها نوشته شده‌اند. (۸۵٪).

۱۴٪ شعارهای عمودی که با قاطعیت و اطمینان بر دیوارها نشسته‌اند، بدلیل تحمیل کادر زمینه و یا جای خالی برای نوشتن بوده است.



جدول‌های آماری ما نشان میدهد که:

- ۱ - ۱٪ اسلایدها مربوط به بالای شهر، ۷۶/۵٪ مربوط به میان شهر، ۲۲/۵٪ مربوط به پایین شهر است.
- ۲ - ۸۰٪ اسلایدها مربوط به خيابانها و ۷٪ مربوط به کوچه‌ها و ۱۳٪ مربوط به اماکن عمومی است.
- ۳ - ۹۳٪ از شعارها در دسترس‌اند و ۷٪ از شعارها دور از دسترس‌اند.
- ۴ - ۸۵٪ از شعارها افقی و - ۱۴٪ از شعارها عمودی نوشته شده‌اند.



زمینه‌ی دیوار نوشته‌ها:

بررسی انجام شده نشان میدهد که ۶۷/۵٪ دیوارهایی که بر آن شعار نوشته‌اند از سنگ سفید و سیمان و سطوح روشن بودند. صافی و یکدستی این سطوح و روشنی رنگ زمینه‌شان در نتیجه امکان خوانایی بیشتر دیوار نوشته‌ها و نیز کثرت تعدادشان در مسیر راهپیماییها، دلیل دیگر زیادی در صدشان است.

بهمین ترتیب دیوارهای آجری بدلیل ناصافی سطح و ناخوانا شدن دیوار نوشته‌ها بر آن، از درصد بسیار کمی برخوردار است. تمام درهای مسیر جهت پیام رسانی مستقیم به اهل منزل و نفوذ دادن پیام به داخل منزل از دیوار نوشته پر شده است.

بر تمام سطوح فلزی از قبیل زباله دانیها، ایستگاههای اتوبوس، باجه‌های فروش بلیط و تلفن، صندوقهای برق و پست و تلفن، دیوار نوشته‌ها بچشم می‌آیند. بر زمینه‌های وسیعتر مثل دیوارها، شعارهای کوتاه و فشرده که کوبش بیشتری دارند و دارای هیجان و اثر سریع تر هستند، نوشته شده است. این شعارها با توجه به اثر آبی و محل وسیع زمینه، بزرگتر نوشته شده‌اند. فیکساتور در این نوع شعارها زیاد بکار رفته‌است. بر سطوح کوچکتر مثل درها و سطوح فلزی، شعارهای طولانی‌تر و نقطه نظرهای گروههای مختلف، آیات قرآن، گفتار بزرگان مذهبی و سیاسی نوشته شده، که با توجه به طول کلام و زمینه محدود، ریزتر نوشته شده‌است. مازیک در این نوع شعارها ابزار نوشتار بوده است.

زمینه‌های بهره‌گیری شده اکثرا " دارای خطوط و فرمهایی بوده‌اند. رنگ زمینه دیوار نوشته‌ها اکثرا " به گونه‌ای است که امکان خوانایی بیشتری به دیوار نوشته‌ها میبخشد.



جدول‌های آماری نشان می‌دهند که :

- ۱ - ۲۰٪ زمینه‌ها دیوار آجری ، ۳۱/۵٪ دیوار گچی ، ۳۶٪ سنگ و سیمان ، ۱۱/۵٪ درهای چوبی و فلزی و ۱۹٪ سطوح فلزی هستند .
- ۲ - ۲۳٪ اسلایدها زمینه تیره ، ۳۴٪ زمینه روشن ، ۴۳٪ زمینه متوسط دارند .
- ۳ - ۶۰/۵٪ زمینه‌ها دارای خط و فرم بوده و ۳۹/۵٪ زمینه‌ها بدون فرم و خط هستند .
- ۴ - ۶۶٪ زمینه‌ها دارای کادر و ۳۴٪ بدون کادر است .



ابزار شعارنویسی :

در آمار مربوط به " ابزار شعارنویسی " مشاهده میکنیم که رایج‌ترین کاربرد را فیکساتور و سپس ماژیک داشته است . استفاده همه جانبه از فیکساتور ، به دلیل سرعت و وسعت عمل - و قدرت پوششی آن (تا حد چشم‌گیر بودن مورد نیاز نویسنده) بوده است .

دومین وسیله استفاده شده در شعارنویسی ، ماژیک بوده ، که وسیله ایست کوچک ، ارزان ، قابل استفاده در همه موقعیت‌ها - و اختفای آن بسرعت ممکن است . بخاطر همه این ویژگیها ، مردمی‌ترین شعارها و عادی‌ترین خطوط - وسیله ماژیک نوشته شده است .

قلم مو (که اصولاً " ابزاریست محتاط - و بیشتر هنرمندان) از طرف خوشنویسان - و در زمان‌هایی که آرامش نسبی برقرار بود - (مانند دوران بختیار

و بازرگان) بسیار محدود بکار گرفته شده است . شعارهای نوشته شده وسیله قلم مو را بیشتر :

خوشامد به ورود امام خمینی - رد دولت بختیار - و تأیید دولت بازرگان تشکیل میدهد .

استفاده از فیکساتور و ماژیک و قلم مو در تصویر سازی بر دیوارها - مورد استفاده زیادی نداشته است . عدم استفاده از این وسایل یکی بدلیل نداشتن مهارت در طراحی با دست آزاد - و دیگر بدلیل عدم امکان شبیه سازی تصاویر بزرگان جنبش با این وسایل بوده است - و فقط به ندرت طرح‌هایی از شاه ، بختیار و عمال امپریالیسم (کلا " شخصیت‌های منفور) را - بدون دغدغه شبیه سازی و بیشتر بصورت کاریکاتور - با این وسایل ترسیم کرده‌اند .

بدلیل سرعت و بروز حوادث متعدد در جریان انقلاب - و طرح شعارهای خود جوش - و از قبل پیش بینی نشده - و هم بدلیل اینکه مردم از عادی‌ترین و در دسترس‌ترین وسیله برای شعارنویسی بهره می‌جستند - و اینکه دانش‌های حرفه‌ای در زمینه نقاشی و گرافیک جدا از مسیر حوادث انقلاب واقع شده بود - استفاده از شابلون در شعارنویسی بسیار محدود بوده - و بیشترین استفاده از شابلون در چاپ تصاویر و آرم‌ها بوده است .

نقوش شابلون‌ها را بیشتر تصاویر شخصیت‌های مبارز و پیشرو - و شهدا تشکیل داده است .

استفاده از شابلون این مزیت را دارد که قبلاً " وسیله طراحی آزموده ساخته شده - و بعد بوسیله توده‌های مردم مورد استفاده و قرار گرفته (تکثیر اصل شابلون نیز امکان پذیر است) .

در چاپ آرم سازمانهای سیاسی بر دیوار نیز از شابلون استفاده شده است ، آرم که بعنوان نشانه شناخته شده‌ای از یک سازمان و یا ساختمانی مشخص مطرح میشود - نمیتوانسته وسیله ماژیک یا فیکساتور بر دیوار شکل بگیرد - از سوی دیگر امکانات منظم یک سازمان سیاسی این توانایی را به آنها داده بود که آرم خود را

روی شابلون پیاده کرده و آنرا بروی دیوارها منعکس نمایند.

شابلون سازی - به ندرت مورد استفاده در شعار نویسی قرار گرفته - و مربوط به شعاری می شده که، از قبل آماده - و بیشتر آگاهی دهنده بوده، مانند گفتار بزرگان و پیشوایان مذهبی و یا سوره‌های مورد نظر از قرآن - که با شیوه خط نسخ روی شابلون آمده و سپس بر دیوارها تکثیر شده‌اند.

شابلون سازی یکی از موارد نفوذ و استفاده از یک تکنیک حرفه‌ای گرافیکی - جریان انقلاب بوده است.



جدولهای آماری ما نشان میدهند که :

- ۱ - ۱۳/۳٪ از شعارها با شابلون نوشته شده و ۸۲/۶٪ از تصاویر و ۹۴/۱۱٪ از آرمهای موجود با شابلون کار شده است.
- ۲ - ۳۹/۷٪ از شعارها و ۴/۴٪ از تصاویر و ۵٪ از آرمها با فیکساتور ساخته شده است.
- ۳ - ۳۶/۵٪ از شعارها، ۳/۹٪ از تصاویر و ۵٪ از آرمهای موجود با مازیک طراحی شده است.
- ۴ - ۹/۲٪ از اشعارها، ۲/۲٪ از تصاویر و ۲/۹٪ از آرمهای موجود با قلم مو کار شده است.
- ۵ - در طراحی ۱/۱٪ از شعارها، ۶/۷٪ از تصاویر و ۲/۹٪ از آرمها و ساغلی غیر از وسایل مورد ذکر بکار رفته است.



رنگ دیوار نوشته‌ها : درصد زیادی از تصاویر نمونه - دارای مجموعه رنگی کنتراست است - که سازگار با روحیه انقلابی و تهاجمی توده‌های مردم است.

رنگ غالب دیوار نوشته‌ها مشکی است - این رنگ در شعارها و تصاویر مذهبی بیشتر بکار رفته است در ضمن اینکه عادی‌ترین و عمومی‌ترین رنگی است که در نوشتار بکار گرفته شده است.

پس از رنگ سیاه بیشترین رنگ بکار رفته در دیوار نوشته‌ها قرمز است - رنگ قرمز با مفهوم قدرت، هیجان، نیرو، امید به پیروزی و توانائی مقاومت ناپذیر - به شعارها کوبش و قدرت میبخشد.

در شعارها و تصاویر مذهبی رنگ قرمز اکثراً " برای بزرگداشت شهدا و روزهای کشتار و آنچه رنگ و بوئی از خون داشت بکار گرفته میشد - این رنگ کلا " رنگ منتخب گروه‌های چپی است - و استفاده بیشتر گروه‌های چپ از آرم - میزان مصرف رنگ قرمز آنها را بالا برده است.

آبی رنگ آرامی است - و از جمله رنگهاییست که در دوره‌های آخر انقلاب و بیشتر برای تأیید دولت بازرگان بکار رفته است.

سبز نیز رنگی است مذهبی و به مقدار کم در دیوار نوشته‌ها بکار گرفته شده است - گروه‌های چپ تنها در شعارهایی که برای واقعه جنگ و سیاهکل نوشته‌اند از این رنگ استفاده کرده‌اند.

رنگهای دیگر از قبیل زرد، ارغوانی، قهوه‌ای و بنفش به میزان کم - و در اواخر دوره انقلاب بکار رفته است.



جدولهای آماری ما نشان میدهند که :

- ۱ - ۷۵٪ از اسلایدها دارای مجموعه رنگی کنتراست هستند و ۲۵٪ بقیه هم‌آهنگ کننده هستند.
- ۲ - ۲۹/۶٪ از شعارها و ۲۵/۱٪ از تصاویر و ۵۵٪ از آرمها قرمز بوده‌اند - ۵۱/۷٪ از شعارها و ۶۲٪ از تصاویر و ۴۲٪ از آرمها مشکی ۱۱/۸٪ از شعارها و ۱۲/۲٪ از تصاویر آبی - ۴/۴٪ از شعارها و ۲/۲٪ از تصاویر ۳٪ از آرمها سبز بوده‌اند.



نوع خط دیوار نوشته‌ها :

در بیشتر دیوار نوشته‌ها مردم از خط عادی (بدون شیوه‌های منظم خوشنویسی) استفاده کرده‌اند - که با همه مشخصات عمل (قدرت نویسنده ، شرایط خاص هیجان زده ، ابزار نوشتن ، زمان فشرده) خوانا بوده - بیانی است خود جوش بی محابا ، آسان و صریح .

شیوه خط نسخ در شابلون نویسی بکار گرفته شده است - و این به لحاظ خصوصیات تکنیکی شابلون سازی و لحن خبری (روزنامه‌ای) این شیوه بوده است - و اینکه در شابلون سازی وقت کافی برای ساخت و ساز آن و در نتیجه فرصت مشارکت خوشنویسان فراهم آمده است .

شیوه نستعلیق که لحن ادبی و آرام دارد (و در تضاد با عملکردهای انقلابی است) در دوره‌های آرام‌تر انقلاب بکار گرفته شده است .

خط تزئینی بدلیل تفننی بودن - و جای نداشتن در فضای فرهنگی انقلاب - و مخالف بودن با نحوه شعارنویسی (که سرعت عمل را در خود دارد) - از کمترین تعداد برخوردار بوده است .

در بیشتر تصاویر ، که تصاویری واقع‌گرا و از افراد تأیید شده‌اند ، خطوط ضخیم بچشم می‌آید لو حالت اطمینان به خود و قدرت توده‌ها را نشان می‌دهد . خطوط ضخیم بدلیل تکنیک شابلون سازی و کنتراست بودن تصاویر نیز بکار گرفته شده است .

خطوط نازک بیشتر در کاریکاتورها و تصاویر کشیده شده با ماژیک کاربرد دارد و بطور کلی در تصاویر دشمنان باعث ضعف و مسخره نشان دادنشان شده است . استفاده از خطوط نرم درصد بالایی دارد و بطور کلی همه نوع تصویر با این خط کشیده شده است . خطوط نرم با روحیه انقلابی سازش ندارند و در تصاویر مذهبی این خطوط حالت روحانی و تقدس را در شخصیت تصویر شده تشدید میکنند .

نمونه هنر گرافیک انقلاب

عکس از : امراله فرزادی



با خطوط خشک که درصد کمی دارند، طرح کلی اسلحه و سرباز و از این قبیل تصویر شده است - که با موضوع سازگار است.



جدول‌های آماری ما نشان می‌دهند که:

- ۱ - ۱۷/۲٪ از شعارها با خط نسخ، ۱۰٪ نستعلیق، ۱/۶٪ دکوراتیو و ۷۱٪ عادی نوشته شده است.
- ۲ - ۲۶/۸٪ تصاویر با خط نازک و در ۷۳٪ از خطوط ضخیم استفاده شده است.

۳ - ۱۱٪ از تصاویر با خطوط خشک و ۸۸٪ با خطوط نرم کار شده است.



روحیه پرخاش‌گرو آزاد:

با آنکه دیوارهایی که بر آنها شعارها نقش بسته‌اند اکثراً "دارای کادر هستند (۶۶٪) - ولی به علت روح خاص انقلاب - و روحیه پرخاش‌گر و نظم شکن مردم - و جوهراس زده مهاجم و یا پا درگریز - نیمی از دیوارنوشته‌ها دارای ترکیب بندی باز هستند - و بدون اعتنا به نظم موجود و چار چوب کادرها - شعارها مسلط بر این خصوصیات - به دیوارها پاشیده‌اند. در نیمی دیگر دیوارنوشته‌ها که دارای ترکیب بندی بسته‌اند - دقیقاً "مربوط به دورانی هستند که آرامشی نسبی بر قرار بوده - و چار چوب‌ها و دیگر نوشته‌های متن مورد توجه قرار گرفته است.

اکثریت قابل ملاحظه‌ای از شعارها (۸۱٪) فاقد کادر هستند - که خود نشانگر روحیه نظم شکن در شرایط ویژه خود است.

تعداد محدودی از شعارها چار چوب کادر را پذیرفته‌اند - اعم از کادری که بدورشان کشیده شده - یا کادری که از ابتدا و انتهای جمله بوجود آمده است.

بیشتر این شعارها وسیله شابلون چاپ‌زده‌اند - که عملاً "از لحاظ تکنیکی اجباری بوده است.

موضع گیری بر علیه قدرت حاکم - در انتخاب زمینه شعارنویسی نیز بچشم می‌آید، زیرا بیشتر دیوارهای لوکس و گران قیمت، کار شده‌تر و دارای فرم‌ها و خطوط تزئینی بوده و مورد استفاده قرار گرفته است نوشتن بر دیوارهای وسیع و تمیز ادارات و سازمانهای دولتی - از نشانه‌های دیگر این روحیه تهاجمی است که مستقیماً "دولت را مخاطب قرار داده است.



جدول‌های آماری ما نشان می‌دهند که:

- ۱ - ۴۹/۵٪ از اسلایدها دارای کمپوزیسیون باز و ۵۰/۵٪ دارای کمپوزیسیون بسته‌اند.
- ۲ - ۶۶٪ دیوارها دارای کادر و ۳۴٪ فاقد کادر است.
- ۳ - ۶۰/۵٪ دیوارها دارای فرم و خط و ۳۹/۵٪ دیوارها بدون فرم و خط است.
- ۴ - ۶۳٪ از شعارها با فرم زمینه رابطه ندارند و ۳۷٪ از شعارها در رابطه با فرم زمینه است.
- ۵ - ۱۸/۹٪ از شعارها دارای کادر هستند و ۸۱٪ آنها فاقد کادر هستند.



هویت دیوارنوشته‌ها:

بدلیل فارسی زبان بودن مردم بیشترین دیوار نوشته‌ها بزبان فارسی‌اند. آنهائیکه بزبان انگلیسی نوشته میشد یا بدلیل آگاه کردن خبرنگاران خارجی از اوضاع کشور و خواسته‌های مردم - و یا هشدار و فحشهایی است که به افراد خارجی

بخصوص امریکائیان داده شده است.

بدلیل محتوای مذهبی و اسلامی جنبش - شعارهایی نیز بزبان عربی بچشم میخورد - که بیشتر از احادیث و آیات قرآن - و گفتار پیشوایان دین تشکیل شده است.

تصاویر و شعارهای مذهبی رقم چشمگیری داشته - و حضورشان گاه تکراری است. شعارهای چپی که در اوایل انقلاب براحتی در کنار شعارهای مذهبی قرار میگرفت - و چه بسا نسبت به آن یاری دهنده بود - در پایان که تاءکید بیشتری بر شکل مذهبی انقلاب بود - سرنوشت اکثر آنها به پاک شدن کامل یا ناقص انجامید. در آرمهای تکثیر شده بر دیوارها نیز آرمهای مذهبی بدلیل مذهبی بودن نهضت و تنوع تعداد سازمانهای مذهبی بیشترین تعداد را دارند.

در حالی که سازمانهای چپی از نظر تعداد شعار و تصویر - درصد کمتری را بخود اختصاص داده‌اند - برای شناساندن خود به مردم - درصد آرم بیشتری را بر دیوارها نقش زده‌اند.

تصاویر دیوار نوشته‌ها، واقعه نگاری نیستند - و بیشتر تصاویری از امام، شهدا و یا مبارزین هستند - و اکثرا " مستقل از شعارها بچشم می‌آیند.

تعداد آرمهای همراه با تصویر و شعار - که تاءکید در شناساندن فرد یا نوشته در رابطه با سازمانی سیاسی داشته از تعداد آرمهای مستقل بیشتر است.

۹۷٪ شعارها تصویر ندارند - و ۳٪ بقیه تصویری از افرادند (تصاویر بزرگداشت) و این تاءکید بر فرهنگ نوشتاری جامعه و عدم اطمینان به تصویر - و اتکاء به نوشته است (حتی در زیر تصویر امام نیز کلمه امام خمینی را قید کرده‌اند) .

در فرهنگ نوشتاری مخاطب شعارها مردم باسوادند - و شعار وسیله ایست برای تکان دادن و تحت تاءثیر قرار دادن توده باسواد و همراه کردن آنان با جنبش. شعارهای مذهبی و چپی مطابق با روحیه خاص انقلاب جدی هستند - شعارهای طنزآمیز و فحش‌ها و اشعار بیشتر درباره شاه و افراد وابسته به رژیم پهلوی و امریکائیان و بختیار است.

شعارهای آگاهی دهنده، هشدار دهنده و امری - نقش تعیین کننده ای در جهت دادن به جنبش - و تقویت روحیه انقلابی مردم داشته - و به این جهت درصد بالائی را تشکیل میدهند.

شعارهای خبری از اخبار سانسور شده رادیو تلویزیون ملی ایران - و اخباری که از بی بی سی و سایر فرستنده‌ها پخش میشد - و اخبار مربوط به کشتارها و احتیاج بیمارستانها به گروههای مختلف خون تشکیل شده است.



جدولهای آماری ما نشان میدهند که :

- ۱ - ۹۷٪ شعارها بزبان فارسی، ۲/۴٪ بزبان انگلیسی، ۱/۲٪ بزبان عربی نوشته شده است.
- ۲ - ۳۶/۵٪ شعارها مذهبی، ۸/۷٪ چپی، ۲۸٪ ملی است.
- ۳ - ۸۷٪ شعارها روحیه جدی، ۴/۸٪ طنز، ۲/۵٪ بصورت شعر، ۵/۵٪ از شعارها فحش بوده است.
- ۴ - ۷٪ از شعارها خبری، ۲۳٪ آگاهی دهنده، ۷٪ هشدار دهنده ۸/۵٪ از شعارها امری است، ۲۴٪ بزرگداشت است و ۲۹٪ محتوایی غیر از موارد ذکر شده دارند.
- ۵ - ۱٪ از شعارها همراه با آرم - و ۹۹٪ از شعارها بدون آرم نوشته شده است.
- ۶ - ۲/۲٪ از شعارها با تصویر - و ۹۷٪ بدون تصویر است.
- ۷ - ۲۱٪ از تصاویر تکراری - و ۷۹٪ از تصاویر تکرار نشده است.
- ۸ - ۵۴٪ از تصاویر همراه با آرم یا نوشته - و ۴۶٪ از تصاویر مستقل است.
- ۹ - ۱۲٪ از آرمها تکراری - و ۸۸٪ از آرمها تکرار نشده است.
- ۱۰ - ۶۵٪ از آرمها همراه با تصویر - و ۳۵٪ بدون تصویر است.



نهایت
شعار نویسی بر دیوارهای شهر تهران - پس از سالهای سیاه اختناق و خفقان - در دوران شریف امامی (۴ شهریور - ۴ آبان ۵۷) به اوج خود رسید - و مردم بی سلاح را در مقابل قدرت متمرکز دستگاه حاکم یاور شد .
در این روزها که دستگاه ارتباط جمعی اسیر سانسور شدید حکومت بود ، دیوارهای شهر زبان گویای خواسته‌های به خیزش درآمده مردم بودند . آنچه در زیر چشمهای مستاصل و درمانده حاکمان وقت ، بر دیوارها نقش میبست گاه محرک ، گاه آگاهی دهنده ، گاه خشمگین و تهدید کننده و گاه روشنگر مسیر حرکت انقلاب بودند .

انقلاب ابزار خود را بدست می‌آورد - ابزارهای ساده و پیش پا افتاده‌ای که در زندگی روزمره نقشی ابتدایی و ارزان دارند ، مبدل به سلاحی کارساز و مؤثر در تخریب قدرت روحی دشمن میگردند - جالب اینکه در این فعل و انفعالات تقریباً " اثری از تخصص‌ها و حرفه‌های پرورده شده بچشم نمی‌آید و بردیوارهاثیکه در طول انقلاب شاهد پاشیدگی هیجانات مردم بر آنها بودیم ، اثری از قلم‌طراح یا گرافیست‌را بر آنها ندیدیم .

شیوه‌ها و ابزارهای محتاط‌کار ، فقط بخش کوچکی از همه این تراوشات را تشکیل میداد و این بدلیل همان روحیه‌ای است که در عین فروپاشی نظام حاکم ، عجولانه میخواهد نظم تازه‌ای را مستقر کند . این نوع آثار را با رنگهای آبی و سبز دیدیم که خطوطی نازک و نرم با قلم مو و نوع شیوه‌دار خطاطی و در راستاهای افقی نوشته شده بودند . این خود قسمتی از دیوار نوشته‌های مذهبی را تشکیل میداد که در اوج انقلاب ، روحیه آرمان‌گرا ، تمایل به آرامش و آمادگی قبول نظمی تازه را

بیان میکرد .

دیوار نوشته‌های غیر مذهبی بیشتر با محتوای پرخاش‌گر و قاطع - با استفاده از رنگ سرخ - به معرفی آرم و سازمان خود نیز پرداختند .

در نهایت آنچه بعنوان یک فرضیه میتواند پایانی بر این مطالعه باشد ، توجه به این واقعیت است که مجموعه شعارنویسی بر دیوارها بیشتر متوجه افراد باسواد جامعه بوده‌است - و گرنه برای استفاده توده‌های کم‌سواد و بیسواد جامعه ، استفاده از تصویر - با بیانی آشنا برای عموم - میتواندست کارسازتر باشد .

