

## هنر و خیابان:

### گونه‌شناسی دلایل دیوارنگاری غیررسمی در ایران

ناهید موید حکمت\*

آیدین باقری\*\*، پرویز اجلالی\*\*\*

#### چکیده

پژوهش حاضر به گونه‌شناسی دلایل گرافیتی یا دیوارنگاری غیررسمی در فضای شهرهای ایران می‌پردازد. در این پژوهش گرافیتی به تمامی تصاویر یا حروف به‌کاربرده شده در اماکن عمومی بر روی سطوحی نظیر دیوارها یا پل‌ها و ... که برای عموم قابل رؤیت و گاهی نیز غیرقابل رؤیت است، گفته می‌شود. این پژوهش برای نخستین بار به روش نظریه‌ی زمینه‌ای انجام شده و بدین منظور در مدت زمان پنج سال (از سال ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۷) با سی‌ویک نفر از دیوارنگاران غیررسمی در شهرهای تهران، شیراز، مشهد، تبریز، مصاحبه‌های عمیق صورت پذیرفته است. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که پدیده‌ی دیوارنگاری غیررسمی را می‌توان به دو گونه تفکیک کرد. نخست: دیوارنگاران خودبیان‌گر که هیجانانی مانند احساس ترس، احساس رهایی و شهرت‌انگیزه‌ی اصلی این گروه از ترسیم دیوارنگاری غیررسمی یا گرافیتی است و دوم: دیوارنگاران معترض که طالب حق خود بر شهر هستند و علاوه بر خودبیان‌گری، دیوارنگاری برایشان ابزاری برای نقد وضع موجود جامعه‌ای است که در آن زندگی می‌کنند.

**کلیدواژه‌ها:** گرافیتی، خودبیان‌گری، حق بر شهر.

\* دانشجویار، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، Nahidmoayedhekmat@yahoo.com  
\*\* کارشناسی ارشد، جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد علوم و تحقیقات، تهران، aidinbagheri27@yahoo.com  
\*\*\* دانشجویار، جامعه‌شناسی، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، pejlali@gmail.com  
تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۰۱

## ۱. مقدمه

در سال‌های اخیر هنگام تردد در فضاهای شهری با دیوارنگاره‌هایی مواجه می‌شویم که گاه قابل فهم و ساده و گاه آن‌چنان در هم تنیده است که حتی نمی‌توان اجزای آن را تفکیک کرد؛ چه رسد که پیامش را درک کرد، اما می‌توان تمایز آن را با دیگر دیوارنگاره‌های رسمی که عموماً توسط بخش زیبایی‌سازی شهرداری برنامه‌ریزی و اجرا می‌شوند، متوجه شد. این نقش و نگارها که عمدتاً در فضاهای شهری و کانال‌ها به چشم می‌خورند، گرافیتی (graffiti) نام دارند که مفرد آن گرافیتو (graffito) است. گرافیتی در اصل به معنای خراش دادن است و قدمتی طولانی دارد. (کوثری، ۱۳۹۰: ۹)

گرافیتی در جهان امری کاملاً شناخته‌شده است؛ همان‌گونه که بکولا<sup>۱</sup> می‌گوید: «دهه‌ی ۱۹۸۰ شاهد ظهور بی‌شمار هنرمندان و گروه‌های هنری جدید بود که گرافیتی‌آرت نیز شامل این دسته می‌شود و در دسته‌بندی پست‌مدرنیسم قرار می‌گیرند.» این هنرمندان به جای آن‌که زبان هنری مختص خود را داشته باشند، سبک‌ها، مضامین و مواد بصری و هنری‌شان را از گنجینه‌ی بی‌پایان تاریخ هنر که امروزه به‌راحتی در دسترس است، اقتباس می‌کنند. (بکولا، ۱۳۸۷: ۵۲۱) گرافیتی یا دیوارنگاری غیررسمی همان‌گونه که بودریار عنوان می‌کند، گونه‌ای جدید از مداخله در فرهنگ شهری، نه در زمینه‌ی سیاسی یا اقتصادی، بلکه در عرصه‌ی رسانه، قانون (کد) و فرهنگ مسلط است. (بودریار در رشاد، ۱۳۹۷: ۱۹۴) ایران نیز (بالاخص تهران) از این امر مستثنی نبوده و شاهد حضور گرافیتی یا دیوارنگاری‌های غیررسمی در فضاهای شهری (شهرهای تبریز، اصفهان، شیراز، مشهد، شهرکرد، رشت) بوده است. با توجه به اهمیت موضوع از منظر سرعت انتشار و گستردگی در شهر، آنچه را به عنوان پیشینه‌ی تحقیق عنوان می‌شود، مرور و دسته‌بندی شده است؛ چراکه هر پدیده در ابتدا ممکن است بدیع و نوظهور جلوه کند، اما با کندوکاو و تعمق می‌توان تبار تاریخی آن و چگونگی حادث‌شدن در لحظه‌ی حال را دریافت؛ اما مسأله صرفاً به توصیف صرف از پدیده و هم‌چنین گستردگی تکثیر ختم نمی‌شود. این‌که چرا فردی می‌بایست هزینه‌های بسیاری اعم از مادی و غیرمادی متحمل شود و از سویی نیز در دوگانگی تأیید و عدم تأیید توسط مخاطبان یا حاکمیت شهری قرار گیرد و حتی انگ‌های اجتماعی را به جان بخرد، قطعاً باید دلیلی قانع‌کننده برای گرایش و ادامه‌ی کار داشته باشد. گاه میزان هزینه صرفاً مادی یا معنوی نبوده و پیگردهای قانونی جدی آن‌ها را در شرایط به مراتب وخیم‌تری قرار می‌دهد. پیش از هر چیز آن‌زمان که با طرح و نقشی از دیوارنگاران

غیررسمی در فضای شهری مواجه می‌شوید، می‌خواهید بدانید آنچه در برابرش ایستاده‌اید چیست و سعی در انتقال چه گزاره یا مفهومی دارد؟ با سیری در آنچه تاکنون پیرامون دلایل نگارش شده است، در وهله‌ی اول متوجه می‌شوید که عموم پژوهش‌گران و محققان و ژورنالیست‌ها بر وجه اعتراض‌آمیز بودن و مقاومت تأکید دارند که امری جدایی‌ناپذیر از دیوارنگاری غیررسمی است. (نگاه کنید به کوثری، ۱۳۹۰. و یا طاهری‌کیا و ۱۳۹۲)

اما به‌واقع آیا می‌توان تمامی دیوارنگاره‌های غیررسمی را در وجه اعتراضی تعبیر کرد؟ به‌ویژه آن‌که دیوارنگاری‌های غیررسمی از منظر محتوا لزوماً نه تأکیدی بر هم‌گامی با وقایع اجتماعی دارند و نه درون فضای شهری اعم از خیابان‌ها و کوچه‌ها و... به حیات خود ادامه می‌دهند. کانال‌های حاشیه‌ی شهر مقصد آن‌هاست و اگر به لطف فضای مجازی و انتشار نبود، هیچ‌کدام از شهروندان حتی از حضور چنین اثری مطلع هم نمی‌شدند؛ ضمن این‌که محتوای بسیاری از آثار کاملاً شخصی است؛ هرچند که برگرفته از دغدغه‌های سیاسی و اجتماعی باشد و حتی در موارد بسیاری وجهی سرگرم‌کننده نیز دارند. در واقع به نظر می‌رسد آنچه برای هنرمند در این شکل ارائه، نقشی محوری داشته است، نه بیانی صرفاً اعتراضی‌آمیز، بلکه وجهی تخلیه‌شونده و شخصی داشته که حتی مخاطب نیز در آن نقش پررنگی ایفا نمی‌کند. بر این مبنا در این پژوهش سعی بر آن است تا با رجوع به دیوارنگاران غیررسمی، به پرسش اصلی پژوهش که دلایل دیوارنگاری غیررسمی شان در ایران است؟ پرداخته شود تا ضمن شناخت این پدیده به گونه‌ی شناسانه‌ای از آن نیز دست یابیم. این مهم از طریق معنایی که آنان از تجربه زیسته خود ارایه می‌دهند، میسر می‌شود.

## ۲. پیشینه تحقیق

تاریخ دیوارنگاری در ایران را می‌توان به دو دوره‌ی پیشادیوارنگاری در دوره‌ی انقلاب (سال ۱۳۵۷) و دیوارنگاری آغاز دهه‌ی هشتاد تقسیم کرد:

### ۱. دیوارنگاری دوره انقلاب (سال ۱۳۵۷)

آنچه تحت عنوان گرافیتی یا دیوارنگاری غیررسمی می‌شناسیم، وجوه اشتراک بسیاری با آنچه مخالفان حکومت محمدرضا پهلوی برای بیان مخالفت در حوزه‌ی عمومی و شهری استفاده می‌کردند، دارد؛ از جمله بهره‌بردن از تکنیک‌هایی هم‌چون استنسیل، تأکید بر به‌کاربردن اسپری به لحاظ سرعت عمل و قابلیت حمل آسان و هم‌چنین فضای ترسیم به معنای آن‌چه فضای عمومی در شهر می‌شناسیم. افرادی هم‌چون محسنیان‌راد در مقاله‌ای

تحت عنوان «دیوار نوشته‌های انقلاب»<sup>۱</sup> و شهرداد بزرگ‌زاده در مقاله‌ی «دیوار نوشته‌های انقلاب»<sup>۲</sup> تلاش کرده‌اند تا با ثبت و ضبط شعارهای موجود در کلیه‌ی فضاهای عمومی شهر تهران از نیمه‌ی دوم سال ۱۳۵۷ تا نیمه‌ی اول ۱۳۵۸ به وسیله‌ی دوربین عکاسی، اطلاعات حائز اهمیتی در ارتباط با نحوه‌ی پراکندگی، فارسی یا غیرفارسی‌بودن شعارها، اهمیت اسپری و... آن‌ها را گونه‌شناسی کرده و بازنمایی خواسته‌های مخالفان در هر نقطه را تحلیل و دسته‌بندی نماید؛ هرچند تأکید و عنصر اصلی تحلیل متمرکز بر نوشته‌ها باقی مانده، اما نقاط اشتراک هم‌چون اهمیت فضای عمومی در بازنمایی و انعکاس خواسته‌های معترضان و انقلابیون و هم‌چنین ابزار و تکنیک‌های مورد استفاده را می‌توان به عنوان پیش‌زمینه ظهور دیوارنگاری غیررسمی تلقی کرد.

## ۲. دیوارنگاری غیر رسمی از ابتدای دهه‌ی ۱۳۸۰ در تهران

با گسترش و تکثیر روزافزون دیوارنگاری‌های غیررسمی در شهرک‌هایی هم‌چون «آبادانا»، «اکباتان» و راه‌یافتن آنان به داخل شهر تهران، افرادی هم‌چون مسعود کوثری در کتاب *گرافیتی، رویکردی انتقادی*<sup>۱</sup> و کتاب‌های متأخرتری هم‌چون کتاب *گرافیتی چیست* اثر کارن رشاد و هم‌چنین تا حدودی کتاب *تأثیر اجتماعی نقاشی‌های دیواری در فضای شهری*، نوشته‌ی ستاره نورونی تلاش کردند تا پدیده‌ی دیوارنگاری غیررسمی را توضیح داده و تا حدودی آشکال و چگونگی پیدایش و تأثیرات آن را توضیح دهند و با این‌که اطلاعات مفیدی به لحاظ توصیفی در اختیار خواننده قرار می‌دهند و به ریشه‌های پیدایش آن در تاریخ جهان و ایران اشاره کرده‌اند، اما از آن‌جایی که تمرکز بر مطالعات کتابخانه‌ای بوده و مستقیماً در ارتباط با انگیزه‌های نگارش، از سوی نگارندگان داده‌ای وجود ندارد، لذا صرفاً در گام نخست، به معنای شناخت ابتدایی صرف پدیده باقی می‌مانند؛ اما در این بین مقاله‌ای از محمد رضایی تحت عنوان «گرافیتی ایران، مقاومت و خودبیان‌گری از طریق دیوارهای شهر تهران» موجود است که نگارنده تلاش کرده تا با دسترسی به پنج نفر از دیوارنگاران غیررسمی و تحلیل تماتیک، این پدیده را به مثابه‌ی مقاومت اولیه در شهر تهران و فضاهای عمومی بفهمد؛ اما بیش از حضور واقعی، تأکید بر حضور در فضاهای مجازی داشته و هم‌چنین امکان تأثیرگذاری بر عابرین و رهگذران را ندارد. درنهایت شاید به دلیل محدودیت مصاحبه‌شوندگان و تأکید بر ایده‌ی مقاومت با مقاله حاضر متفاوت است.

در مقاله‌ی پیش رو تلاش بر این است تا با استفاده از روش تحقیق زمینه‌ای و با تکیه بر تجربه‌ی زیسته‌ی دیوارنگاران غیر رسمی، دلایل گرایششان شناسایی و سپس طبقه‌بندی شود.

### ۳. روش‌شناسی تحقیق

نظریه‌ی زمینه‌ای یک روش تحقیق کیفی است که سلسله رویه‌هایی سیستماتیک را به کار می‌گیرد تا نظریه‌ای بر محور استقرا درباره‌ی پدیده‌ای ایجاد کند. (استراوس و کوربین، ۱۳۹۳: ۲۲) به یک معنا مبدعان نخست این روش به جای بهره‌گیری از نظریه‌های کلان از دل داده‌های یک زمینه‌ی خاص، نظریه‌ای پدید آورند که به‌طور مشخص در باب «تجربه‌های زیسته و اندیشیده‌ی مشترک انسان‌ها در یک موقعیت خاص» به دست بیاورند. (فراستخواه، ۱۳۹۵: ۱۹) در فرآیند نظریه‌ی زمینه‌محور، گردآوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها، دو روند به‌هم پیوسته‌اند و داده‌ها به شیوه‌های مختلف گردآوری شده و کدگذاری و تجزیه و تحلیل می‌شوند. در این پژوهش نیز از طریق تکنیک‌های مختلف از جمله مشاهده، گردآوری مدارک و مصاحبه‌ها (با تأکید بر مصاحبه)، داده‌های اولیه فراهم آمد؛ گرچه مصاحبه نیز دارای انواع مصاحبه‌ی منظم، نیمه‌منظم، نامنظم است اما عمدتاً به مصاحبه‌ی عمیق اتکا دارد (محمدپور، ۱۳۹۲: ۱۲۵) و طی فرآیند پژوهش، جمع‌آوری داده‌ها (به ویژه مصاحبه‌های ناهم‌گون) تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرد؛ بدین صورت که فرآیند چرخشی گردآوری، مرتب‌کردن و تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارتقای نظریه با استفاده از آن‌ها، به حدی رسید که داده‌های جدید و تکراری همانند داده‌های قبلی شدند و از سویی نیز روابط بین مقولات برقرار و تأیید شده و دیگر نیازی به نمونه‌گیری مجدد نبود. در نتیجه اشباع نظری حاصل شد. (محمدی، ۱۳۹۲: ۱۷۹-۱۸۷)

پژوهش پیش رو به مدت پنج سال (از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۷) با سی‌ویک نفر از دیوارنگاران غیررسمی انجام شده است. مدت زمان مصاحبه‌ها نیز از چهل دقیقه الی هفتاد دقیقه بوده است. اولین قدم در گردآوری اطلاعات این پژوهش، مشاهده‌ی آثار گرافیتی برجای‌مانده در فضای شهری، جست‌وجوی هنرمندان حوزه‌ی دیوارنگاری غیررسمی یا گرافیتی و مصاحبه با آن‌ها بود. با توجه به نویابودن و عدم رسمیت دیوارنگاری غیررسمی یا گرافیتی در ایران (آموزشی، قانونی و...) مصاحبه با دست‌اندرکاران مرحله‌ای سخت و پیچیده بود؛ چراکه وجود سابقه‌ی برخوردهای قانونی با

دیوارنگاران غیررسمی و عدم وجود آمار رسمی، ناپایداری زمان و مکان فعالیت و بسیاری از عوامل دیگر، دسترسی و جلب اعتماد این افراد را دشوار می‌ساخت. ضمناً افزون بر این، برقراری ارتباط از طریق فضای مجازی تداوم یافت. این امر در کسب اعتماد لازم میان پژوهش‌گر و دست‌اندرکاران حوزه‌ی دیوارنگاری غیررسمی نقشی تعیین‌کننده داشت.

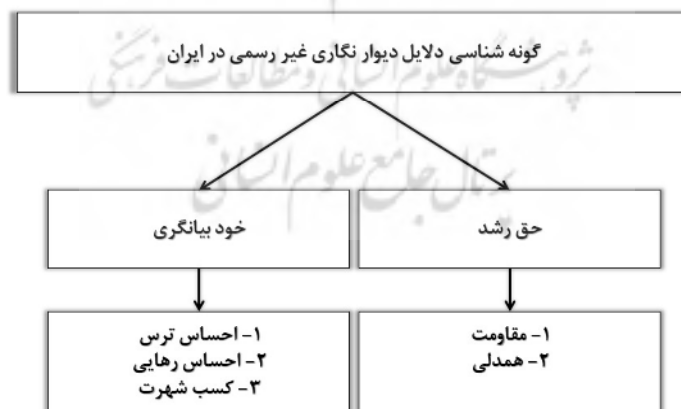
نتیجه‌ی کدگذاری یافته‌های اولیه در سه مرحله و به شیوه‌های مختلف گردآوری شده است؛ در ابتدا ده مفهوم و چهار مقوله که طی کدگذاری باز، استخراج شده است. ابتدا از درون داده‌های اولیه، کدهای مرتبط با موضوع مشخص گردید، سپس با مقایسه مداوم از میان چندین کد، یک مفهوم استخراج شد و به همین روش سایر کدها نیز به مفاهیم تبدیل شدند که در نهایت ده مفهوم به دست آمد. در مرحله‌ی بعدی نیز چند مفهوم در قالب دو مقوله "خود ابرازگری" و "حق بر شهر" ارائه می‌شوند.

## ۴. یافته‌های پژوهش

### ۱.۴ یافته‌های توصیفی

میانگین سنی دیوارنگاران غیررسمی نمونه در این پژوهش بیست و پنج سال است. کمینه‌ی سن دیوارنگاران غیررسمی ۱۳ سال و بیشینه‌ی آن ۳۷ سال بوده است. از میان دیوارنگاران غیررسمی ۲۵ نفر با جنسیت مرد و ۳ نفر با جنسیت زن بوده‌اند. در میان دیوارنگاران غیررسمی ۱۴ نفر در رشته‌های مرتبط از جمله معماری، نقاشی، گرافیک در مقطع کارشناسی تحصیل و ۱۴ نفر در رشته‌های غیر مرتبط تحصیل می‌کردند. در میان دیوارنگاران غیررسمی تنها ۸ نفر مشاغل مرتبط با دیوارنگاری داشته و مابقی مشاغل غیرمرتبط و یا منبع تأمین هزینه‌هایشان از سوی خانواده بوده است. سلیقه‌ی موسیقایی ۲۷ نفر از دیوارنگاران غیررسمی شامل سبک‌های رپ و راک بوده و تنها ۱ نفر تمایل به سبک کلاسیک داشته است. از تعداد کل جامعه نمونه، تنها ۴ نفر مطالعه و کتاب و مقاله روزانه بیش از ۱ ساعت داشته و مابقی پرسش‌شوندگان، برحسب موقعیت‌های استثنایی به مطالعه رجوع کرده و برخی نیز افزایش معلومات را به‌شکلی تجربی و در خیابان می‌دانستند. در جامعه‌ی نمونه‌ی دیوارنگاران غیررسمی تنها ۷ نفر سینما و تئاتر را به‌شکل جدی دنبال کرده و مابقی به صورت اتفاقی یا براساس قرارگرفتن در موقعیت‌های خاص و از منظر صرفاً سرگرمی، فیلم تماشا می‌کردند. حدود ۴۲ درصد

دیوارنگاران غیررسمی کار خود را در شب و یا در موقعیت‌های مناسب پیش آمده اجرا می‌کنند. این بدان معناست که اغلب با برنامه‌ریزی قبلی، شب را به واسطه‌ی خیابان‌های خلوت‌تر و کم‌ترددتر برای اجرای کار انتخاب می‌کنند؛ چراکه احتمال برخورد با مزاحمت‌های مردمی، نیروی انتظامی و دردهای مربوط به آن به حداقل ممکن می‌رسد و در این میان گه‌گاه در هر زمان از شبانه‌روز موقعیتی را مناسب ببینند، (مکان مناسب و خلوت و دیوار مناسب) حتی بدون برنامه‌ریزی قبلی هر طرح، متن، تگ و... را که در ذهن داشته باشند، اجرا می‌کنند. نکته‌ی جالب توجه در این پژوهش، حمایت بالای پنجاه درصد خانواده‌ها از فرزندان نوجوان و جوان خود در حوزه‌ی گرافیتی است. این‌گونه به نظر می‌رسد که در میان عمده‌ی خانواده‌ها که اغلب دارای سطح فرهنگی مشابه هستند، اگر محدودیت‌های قانونی و برخوردهای پلیسی وجود نداشت، مشکلی با فعالیت فرزندان خود در دیوارنگاری نداشتند و چه به لحاظ تأمین هزینه‌های گرافیتی مثل خرید اسپری، کاغذ، هزینه‌های شابلون و... چه به لحاظ معنوی، تا جایی که برایشان مقدور بوده از دیوارنگار غیررسمی حمایت می‌کردند. هم‌چنین بیش از پنجاه درصد صاحب‌شوندگان تمایل دارند تا با نهادهای هنری از جمله گالری‌ها همکاری داشته و از این راه کسب درآمد و از سویی نیز سرمایه‌ی اجتماعی کسب نمایند و در طیف دیگر یا ممتنع هستند یا ورود گرافیتی به هر شکل در فضاهایی هم‌چون گالری را بخشی از روند تجاری‌سازی در گرافیتی و بسیار آسیب‌زننده تلقی می‌کردند. لازم به ذکر است که عمده‌ی دیوارنگاران غیررسمی را می‌توان متعلق به طبقه‌ی متوسط شهری دانست.



## ۲.۴ یافته‌های تحلیلی

### ۱.۲.۴ خودبیان‌گری

خودبیان‌گری یا ابراز خود، الزاماً امری استثنایی و مختص به هنرمندان یا... نیست، بلکه یکی از احتیاجات روانی افراد است. هر فردی در هر وضع و مرحله‌ای نسبت به فهم و تجربیات خود میل دارد از فرصت‌ها استفاده کرده و نظراتش را ابراز و خود را نشان دهد. (شریعتمداری، ۱۳۸۳: ۲۵۶) این موقعیت و نشان‌دادن می‌تواند در رشته‌ها و شرایط مختلف و متنوع باشد و هر فرد می‌تواند ابزار مناسب با آن را خود انتخاب کند. به نظر می‌رسد طیف قابل توجهی از دیوارنگاران غیررسمی دلایل گرایش خود و هم‌چنین ادامه‌ی فعالیت دیوارنگاری غیررسمی را امری بسیار شخصی می‌دانند و لذا بیش از آن‌که تمرکز بر وجه اعتراض‌آمیز یا منعکس‌کننده‌ی وضعیت اجتماعی باشند، تلاش می‌کنند تا با حضور در کانال‌ها و فضاهای راکد صرفاً علائق و همین‌طور طرح‌های شخصی‌یشان را دنبال کنند و بی‌توجه به این‌که مخاطبی در آن فضا تردد می‌کند یا خیر، کارشان را به اتمام برسانند؛ هرچند این گونه بعضاً در خیابان‌های شهر امضاهایی از خود برجای می‌گذارند، اما عمده‌ی تمرکزشان بر فضاهای حاشیه بوده و اگر تصاویر آن را در فضای مجازی منتشر نکنند، به‌زحمت می‌توان از وجود چنین آثاری مطلع شد. به دلیل پررنگ‌بودن دغدغه‌های شخصی و عواطف عنوان‌شده حین اجرای کار، می‌توان این گونه را ذیل خودبیان‌گری قرار داده که تمایلی حتی به حضور در داخل فضاهای پرفرت‌وآمد شهری و هم‌چنین گزینش موضوعات سیاسی-اجتماعی ندارد.

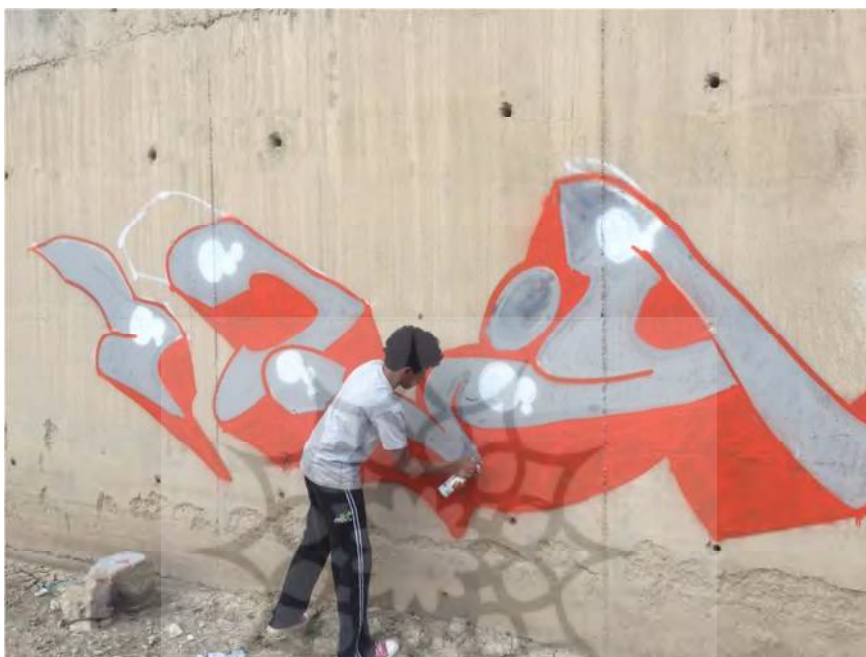
مفاهیم مورد نظر در ارتباط با خودبیان‌گری شامل احساس ترس، احساس رهایی و کسب شهرت است.

### ۱.۱.۲.۴ احساس ترس

بخش وسیعی از مصاحبه‌شونده‌ها در زمان ورود به حوزه‌ی گرافیتی حدود ۱۴ تا ۲۰ ساله بودند. زمانی که سؤال می‌شود «چطوری کارتان را در اون ارتفاع انجام دادی» پاسخ می‌داد «آدرنالین دیگه». (مرد ۲۷ ساله، دانشجوی گرافیک) یا «اولین باری که کار زدم، توی محله‌ی خودمون زدم و خیلی باحال بود؛ نه که حس ترسیدن نباشه، اما تپش قلب گرفتم وقتی برای اولین بار دستم اسپری گرفته بودم و خوب هیجان خاصی داشت و نوجوون بودم خوب». (وهم، ۲۳ سال، دانشجوی معماری) به نظر می‌رسد



با پایان سنین نوجوانی کارها به لحاظ متن، تصویر، زمان و محل اجرا و بسیاری مسائل دیگر حساب شده‌تر و محتاطانه‌تر شده و هیجانات دوران نوجوانی فروکش کرده است و این موضوع با مقایسه‌ی کارها کاملاً ملموس است.



بسیاری از دیوارنگاران غیررسمی شب را بهترین زمان برای اجرای کار می‌دانند، البته که امکان بازداشت شدن و ممانعت در همه‌ی شبانه‌روز وجود دارد، اما احساس ترس را نمی‌توان عاملی بازدارنده دانست، بلکه می‌توان آن را ذیل هیجان فهمید؛ هرچند گاهی نیز می‌تواند از کیفیت اجراها بکاهد در این راستا وقتی از دیوارنگار غیررسمی سؤال می‌شود که حین اجرای کار چه حسی داشتید، این چنین پاسخ می‌دهند:

من کلی برای کار زحمت می‌کشم، هزینه می‌کنم، ایده‌هامو ساخته و پرداخته می‌کنم، اسپری می‌خرم، وقت می‌ذارم و... اما زمانی که می‌آم رو دیوار ببرم کار رو، این ترسه از کیفیت کارم کم می‌کنه، حوصله‌ی درگیری با پلیس و رفتن به کلانتری رو ندارم. دوست دارم سریع حتی با ترس هم که شده کار رو بزnm و برم (مرد، ۲۵ ساله)

حدود نیمی از مصاحبه‌شونده‌ها این احساس را در حین اجرای کار داشتند.

#### ۲.۱.۲.۴ احساس رهایی

اگرچه احساس ترس امری اجتناب‌ناپذیر است، اما سویی‌دیگر آن احساس رضایت پس از تخلیه و اجرای کار، یعنی احساس آرامش است. اغلب هنرمندان پس از انجام فعالیت‌های هنری، شعر، موسیقی، نقاشی و... حسی مشابه را پس از خلق و اتمام اجرای اثر خود تجربه می‌کنند؛ نوعی تخلیه‌ی حسی و ذهنی و در نتیجه نوعی احساس فراغت و آرامش که پس از فعالیت مستمر ذهن برای تولید اثری که از جهان‌بینی هنرمند ناشی شده، حاصل می‌شود. دیوارنگاران غیررسمی اظهار داشتند که مشابه این حس را پس از انجام کار تجربه می‌کنند: «من کلاً احساس ترس رو خیلی دوست دارم و باهاش حال می‌کنم و برای همین هم اصلاً بمبینگ می‌کنم؛ چون استرس داره و باهاش حال می‌کنم؛ لذت بخشه برام.» (آشکار، ۱۸ ساله) یا از دیگر دیوارنگاران که عنوان کرده است:

خیلی لذت می‌برم از این که برم یک طرحی رو پیاده کنم؛ حالا این که کسی گیر بده بهمون و بترسیم و جمع کنیم بریم یا این که وایسیم و متقاعدش کنیم؛ ولی این حس فرار و حس هیجان این ماجرا من رو ترغیب می‌کرد که این کار رو ادامه بدم و البته که بعد وقتی کار رو می‌دیدیم خوب تموم شده، برام لذت بخش بود؛ شاید هم بشه بهش گفت احساس آرامش. (elf)

البته در این بین کسانی هم هستند که پیش از ورود به دیوارنگاری غیررسمی، تحت تأثیر هیجان‌ات بازی‌های دیجیتالی قرار گرفتند و ترغیب شدند تا آن را در جهان واقعی تجربه کنند که این مهم، اهمیت بازی‌های دیجیتالی را مجدداً یادآور شود.

بین من خودم رشته‌ام نقاشیه. عکاسی می‌کردم، نقاشی هم زیاد می‌کنم؛ یه سری هم دوست داشتم که نقاشی می‌کردند، ولی روی دیوار. فکر می‌کنم همه‌ی هم‌سن‌وسال‌های من به یه شکلی با نقاشی در ارتباطند؛ البته این رو هم بگم که بازی گتینگ آپ (Getting up) هم بی‌تأثیر نبوده. از بیشتر آدم‌های این حوزه هم پرسیدم، بازی کردنش. اگر دست‌به‌قلم باشی، این بازی رو هم بکنی، می‌آی سمت گرافیتی. نمی‌دونم تو این بازی رو کردی یا نه؛ اما اصلاً این تعقیب و گریزه قلقلکت می‌ده که خودت واقعی این کار رو کنی. آدرنالیتو می‌بره بالا. (مرد، ۲۰ ساله)

آن‌گونه که مشاهدات و مصاحبه‌ها نیز نشان می‌دهد اکثر دیوارنگاران غیررسمی پس از خلق اثر احساس آرامش می‌کنند و این موضوع برایشان حائز اهمیت است. از جمله:

گرافیتی کاریه که تو می تونی خودت رو تخلیه کنی. آزادی که هر چیزی رو می خوای، بگی، هر طرحی می خوای، بکشی. از شرایط جامعه گرفته تا چاله چوله های شخصیتی خودمون. هر چیزی که اذیت کنه، می شه سوژه ی کارت. من هم از طرف خانواده ام و هم از طرف جامعه واقعاً سرکوب شدم و نتونستم نظریه ای که داشتم رو بگم اما با گرافیتی می شه و تخلیه ام می کنه. (دادخواه، ۲۳ ساله، دانشجوی رشته ی نقاشی)

#### ۳.۱.۲.۴ کسب شهرت

کسب شهرت در جامعه بین نوجوانان و جوانان حوزه ی دیوارنگاری غیررسمی یکی از عوامل گرایش به آن بوده است. در مصاحبه های انجام شده، اکثر دیوارنگاران نام و یا لقب خود را با فونت ها و شکل های مختلف امضاء (تگ) بر روی دیوارها به طور مستقل و یا در پایان طرح هایشان می نویسند. هدف از این کار را «نشانه گذاری» عنوان کرده اند:

نوشتن اسم توی گرافیتی از گذشته بوده و تا حالا ادامه پیدا کرده که تو باید اعلام حضور کنی در جاهای مختلف شهر و اون جاهایی که هستی، برای همه یک علامت سؤال بذاری که اینا کی هستند که همه جا هستند؛ اما تو به هر حال گمنامی و کسی نمی شناسدت. (wormbrain، دانشجوی گرافیک)

یا برخی نیز هدف از دیوارنگاری را نسبت به مدیوم هایی چون نقاشی بدین دلیل اعلام کرده اند که طیف مخاطبان وسیع تر و در نتیجه امکان کسب شهرت نیز بیشتر است. از جمله: «گرافیتی از نقاشی خیلی بهتره چون آدمای بیشتری می بینند و این طوری شناخته تر می شی و معروف می شی؛ یعنی مشهور میشی» (ران، زن، دانشجوی تئاتر) البته امضاء گذاشتن در فضاها به معنای دیگر، جدا از تمایل به کسب شهرت می تواند تعیین محدوده و قلمروی کاری نیز باشد و از سویی تکثیر آن در نقاط مختلف نشان گر پرکار بودن دیوارنگار است:

تگ می زنی که بگی من خفنم دیگه، تگ می زنی که بگی من هم هستم مثلاً... قدرت دست منه... هم به رفیق های خودمون، هم به کسانی که از اون جا رد می شنند و می بینند. شاید یه وقتایی چه می دونم یه ماشین دیپلمات هم از اون جا رد بشه، کار رو ببینه یا خیلی وقت ها شده توی فیلم های سینمایی یا توی پروژه هایی که صداوسیما می گیره، مثلاً پشتش یه تگی هست؛ این یعنی که ما هم هستیم. خیلی وقت ها خب ماها نیستیم دیگه؛ ولی هر از گاهی دیده می شیم با این تگ ها... (mr.killuminati، دانشجوی گرافیک)

یا «امضا می‌زنم که بگم من این‌جا بودم، امضا می‌زنم اسمم باشه و این‌که محدوده‌ی کاریم رو مشخص کنم. مردم من رو نمی‌شناسند، اما اسمم رو می‌شناسند.» (ژئو، دانشجوی گرافیک) شهرت و گم‌نامی دو مفهوم موجود و متناقض در دیوارنگاری غیررسمی است؛ چراکه از سویی تلاش می‌کنند تا گم‌نام بمانند و کارهایشان را در فضای عمومی به اشتراک بگذارند، اما به محض این‌که شهرتی با همان لقب می‌یابند، تلاش می‌کنند تا در فضاهای خصوصی بالاخص گالری‌ها و نهادهای خصوصی هنر سرمایه‌ی اجتماعی و مادی برای خود فراهم کنند و شهرت به دست‌آمده نیز پشتوانه‌ای مناسب برای دستیابی بدین منظور است. برخی از دیوارنگاران غیررسمی انگیزه‌ی خود از گرایش به گرافیتی را توانایی این هنر برای بیان احساسات درونی‌شان دانسته‌اند؛ به طوری که محتوای حدود پنجاه درصد از آثار گرافیتی از غم و شادی، امید و ناامیدی، عشق و... که مرتبط با احساسات درونی دیوارنگاران غیررسمی است، نشأت گرفته است. آن‌ها احساسات و حالات درونی‌شان را با استفاده از اِلمان‌های مختلف مثل رنگ و خطوط مختلف و... در طرح‌هایشان پیاده می‌کنند.



#### ۲.۲.۴ حق به شهر

مفهوم حق به شهر دلالت بر گونه‌ی دوم از دیوارنگاران غیررسمی دارد که بر فراز مقولات مقاومت و کنش متقابل اجتماعی قرار گرفته است. در این گونه دیوارنگاران غیررسمی به نحوی تلاش می‌کنند در برابر نظم موجود حاکمیت شهری، مقاومت و در برخی موارد نیز

هم‌گام با موضوعات اجتماعی از طریق مدیومی که اتخاذ کرده‌اند، کنش مشخص و هدفمندی داشته باشند که در عین حال مخاطبان را نیز تحت تأثیر قرار دهند؛ چراکه مخاطب از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌شود. اما از آنجایی که در برخی موارد لزوماً محتوای آثار بار معنایی سیاسی-اجتماعی ندارد و در بهترین شرایط صرفاً جنبه زیبایی‌شناسی داشته و فضا را پیش از پاک‌سازی شهرداری‌ها برای مدت زمانی محدود تسخیر می‌کند. نمی‌توان متقن از آن به عنوان اعتراض عمیقاً جهت‌یافته و یا مقاومت یاد کرد؛ لذا به اعتبار ایجاد اختلال در نظم برگرفته از حاکمیت شهری بتوان آن را نوعی احقاق حق بر شهر پنداشت؛ حقی که به زعم لوفور یک فریاد و یک درخواست است. فریاد به دلیل آن‌که واکنشی به درد وجودی بحران غم‌بار زندگی روزمره بود. (هاروی، ۱۳۹۵: ۱۱) یا به زعم هاروی حق به شهر حق تغییر و دگرگون‌ساختن شهر بر مبنای تمایل قلبی‌یمان است؛ علاوه بر این حقی جمعی است و نه حق فردی. (هاروی، ۱۳۹۵: ۲۸) البته که لزوماً نمی‌بایست این‌گونه پنداشت که مطالبه‌ی حق به شهر امری منفی و تخریب‌گر است؛ هرچند مغایر با نظم پیش‌بینی‌شده از سوی حاکمیت شهری است، اما بالطبع این تیپ از دیوارنگاری غیررسمی را می‌توان آن بخش از صدای محذوف ذیل بسیاری از مسائل اجتماعی و سیاسی دانست که امکان ظهور و حضور در فضای شهری را نداشته و به این اعتبار آن را می‌توان نه امری مغایر با نظم، بلکه مثبت قلمداد کرد.

#### ۳.۲.۴ مقاومت

نظریات متکثری پیرامون مفهوم مقاومت وجود دارد که هر کدام بنا بر تنوع روی‌کرد، حائز اهمیت هستند. از این رو به نظر می‌رسد ایده‌ی مقاومت در زندگی روزمره‌ی میشل دوسرتو مقصود نظر ما باشد. وی معنای مقاومت در زندگی روزمره را با تأکید بر دو اصطلاح (تاکتیک) و (استراتژی) توضیح می‌دهد. تاکتیک در نظر وی بازی در زمینی است که به واسطه‌ی قواعد قدرتی بیگانه تحمیل شده است؛ البته این فرصت هم وجود دارد که یک تاکتیک موقعیت خودش را بنا کند (دوسرتو در کاظمی، ۱۳۹۲: ۳۶) به عقیده‌ی دوسرتو اغلب کردارهای زندگی روزمره نظیر صحبت‌کردن، خواندن، خرید، آشپزی‌کردن، و... خصلتی تاکتیکی دارند. (دوسرتو در رضایی، ۱۳۸۶: ۱۴۶) مفاهیم مقوله‌ی مقاومت شامل اعتراض و حس عدم تعلق به شهر است.

عموماً گرافیتی نوعی اعتراض شناخته می‌شود. عده‌ای از دیوارنگاران غیررسمی مصاحبه‌شونده بر این باورند که با استفاده از گرافیتی در فضای عمومی می‌توانند اعتراضشان را اعلام کنند: «ما با خلق اثر می‌خواهیم بگویم که به وضعیت موجود معترضیم و با خلق اثر با استفاده از کلمات و تصاویری که عرف و قانون نمی‌پسندد، به هدف خود می‌رسیم.» به طور معمول اکثر دیوارنگاران غیررسمی که از سبک استنسیل استفاده می‌کنند، این رویکرد دیده می‌شود. از آنجا که اجرای استنسیل زمان زیادی نمی‌برد؛ بنابراین احتمال برخوردشان با نیروهای انتظامی نیز کمتر است. در این شیوه برای پیاده‌سازی طرح بر روی دیوار نیاز به مهارت در طراحی وجود ندارد. به این منظور از قبل شابلون مورد نظر را تهیه کرده و سپس در خیابان در مدت چند دقیقه (و بسته به آن، حتی گاهی کم‌تر یک دقیقه) با استفاده از اسپری بر روی دیوار اجرا می‌کنند. بعضی از دیوارنگاران غیررسمی نیز در راستای تأیید اعتراضی بودن گرافیتی، این شیوه را ابزار و رسانه‌ای می‌دانند برای اعتراض در دست عموم مردم:

گرافیتی تجاری و تبلیغاتی نیست و یکی از جبهه‌بندی‌های این‌ها که با بیلوردها و تبلیغ‌ها مقابله کنه. اصلاً کی تعیین می‌کنه خوب چی برای شهر قشنگ هست، چه چیزی نیست. به‌رحال جلوی هم‌چین چیزی ماهاییم که کارمون زیرزمینه و این مسیر و همین‌طور که هست ادامه می‌دیم. مسأله اعتراض کردنه. (نهفته)

شاید آن‌چه را نهفته می‌گوید، حتی بتوان نوعی «حق بر شهر» دانست. به‌رحال همواره دیوارنگاری غیررسمی یا گرافیتی به عنوان هنری اعتراضی عنوان شده است؛ هرچند می‌تواند محتوای برخی از آثار تولیدشده اعتراض سیاسی، اجتماعی یا حتی اقتصادی در برداشته باشد، اما الزاماً در موقعیت کنونی این‌گونه نیست؛ لذا به لحاظ ماهوی حضور آن در شهر را می‌توان هم به عنوان حس عدم تعلق به شهر دانست و هم به عنوان نوعی از اعتراض که محتوای اعتراض‌آمیز نیز داشته باشد، دید:

من خیلی مشکل دارم؛ من مشکلم رسانه‌ها هستند. اصلاً چه می‌دونم؛ چرا داره تبلیغ پفک می‌کنه، برای چهار دقیقه مستند علمی که همه باید اون رو ببینند و بدونند. می‌دونی خیلی مسائل هست. کلاً من با رسانه‌ها و نحوه‌ی کنترلشون و خیلی چیزای دیگه مشکل دارم و همه‌ی ماها مشکل داریم و اصلاً همه‌ی ماها مشکل داریم. برای همین خودمون اومدیم که رسانه خودمون رو اجرا کنیم دیگه و این‌که بابا آدم توی این

شهر مداوماً حس طردشدگی می‌کند. همه‌چی انگار خلاف اون چیزیه که تو دوست داری؛ می‌دونی چی می‌گم؟ (مستر کیلومیناتی، دانشجوی گرافیک)

دیوارنگاران غیررسمی می‌توانند آزادانه محتوای کار را انتخاب کنند و نکته‌ی دارای اهمیت برای آن‌ها توانایی گرافیتی برای انتقال مفاهیم و دغدغه‌های فردی‌یشان به مخاطبان می‌باشد. به نحوی آن‌ها تلاش می‌کنند تا آن‌ها را نیز با خود همسو کنند. این امکان خود انگیزه‌ای است که به فعالیت خود در این حوزه ادامه دهند: «من با گرافیتی می‌تونم حرف دلم رو به گوش مردم شهرم برسونم. وقتی اتفاقی توی جهان یا شهرم می‌افته، من با زبان گرافیتی می‌تونم با مردم هم‌دردی کنم. من با نوشتن اسمم می‌تونم بگم که هستم.» جمله‌هایی از این دست، نشان می‌دهد که آزادی در انتخاب محتوا که به نحوی تعیین می‌کند که شهر را آن‌گونه‌ای تغییر دهند که مطلوبشان است و از سویی نیز آن‌چه را بگویند که امکان گفته‌شدنش وجود نداشته و به‌نوعی آن را می‌توان صداهای محذوف دانست. حدود چهل درصد محتوای کارها اجتماعی با موضوعاتی نظیر عدالت، مشاغل، حوادث روز، حفظ محیط‌زیست، کودکان و... است.



#### ۴.۲.۴ هم‌دلی اجتماعی

هم‌دلی را می‌توان با دیگران حس کردن و به یک معنا فقدان مرز فهم متقابل میان انسان‌ها دانست. هم‌دلی کردن با کسی به معنای احساس او را درک کردن است؛ فرآیندی که حکایت از حس مشترک و رابطه‌ی عمیق انسان‌ها با یکدیگر دارد که این لازمه‌ی یک رابطه‌ی سالم با انسان‌هاست. (ساروخانی، ۱۳۷۵: ۹)

مفاهیم مورد نظر در مقوله‌ی هم‌دلی اجتماعی شامل تعامل با جامعه، هم‌گامی با مسائل اجتماعی است. برخی از دیوارنگاران غیررسمی هم معتقدند که گرافیتی، الزاماً زبانی برای بیان اعتراض نیست، بلکه ابزاری متعارف برای ارتباط با جامعه است. بعضی از دیوارنگاران غیررسمی هدف از اجرا بر روی دیوارهای شهر را فقط زیبایی شهر اعلام کردند و گرافیتی را هنری می‌دانند همانند اغلب هنرهای دیگر که هدفش صرفاً خلق زیبایی است، نه وسیله‌ای برای اعتراض؛ با این تفاوت که بستر ارائه‌ی آن در خیابان‌ها و فضای عمومی است:

من از متن و تصاویر متعارف برای خلق اثر استفاده می‌کنم، این یک تصور اشتباه است که دیوارنگاران مخالف عرف و قانون جامعه عمل می‌کنند. هر کسی ابزاری را جهت برقراری ارتباط با دیگران انتخاب می‌کند؛ یکی موسیقی، یکی فیلم، کرده‌اند یکی تئاتر و ما گرافیتی را انتخاب کرده‌ایم. (مرد، ۲۲ ساله، دانشجوی نقاشی)

شایان ذکر است که حدود ۵۷ درصد دیوارنگاران غیررسمی در مصاحبه‌ها این موضوع را تکرار و تأیید کرده‌اند.

لزوماً تعامل با جامعه بدین معنا نیست که در آثار بازنمایی شود؛ حتی می‌توان این مورد را در انتخاب لقب دیوارنگاران غیررسمی نیز یافت که این خود می‌تواند سرآغاز نوعی تأثیرپذیری از جامعه باشد؛ مانند دیوارنگاری غیررسمی که عنوان کرده است:

من به دو دلیل انتخاب کردم که لقبم بم‌بم باشه. موقعی که زلزله بم بود، من رفتم اون‌جا و می‌خواستم یه کاری کنم؛ حالا هرچیزی که از دستم برمی‌اومد؛ ولی خب خیلی روی من تأثیر بدی گذاشت و یکی از دلایلی که انتخاب کردم امضام رو، تأثیر همین اتفاق بود. (بم‌بم).

در بسیاری از موارد طرح‌های دیوارنگاران غیررسمی با اتفاقات روز جامعه در ارتباط است، آن‌ها نظرات و انتقادات خود را در قالب گرافیتی، در ابعاد مختلف، تکنیک‌های متفاوت و مکان‌های گوناگون در معرض دید عموم قرار می‌دهند»

من با خلق اثر با مردم شهرم ارتباط پیدا می‌کنم؛ می‌گم که هستم و متعلق به این شهرم. من با خلق اثر در مورد یک رفت‌گر به مردم شهرم می‌گم که این قشر زحمت‌کش جزئی از جامعه هستند و قابل احترامند و... من از این‌که با زبان گرافیتی می‌تونم خیلی چیزها رو به مردم بگم، خوشحالم و این کارآیی گرافیتی روزبه‌روز واسم ایجاد انگیزه می‌کنه و بهش علاقمندتر می‌شم. (مرد، ۲۳ ساله، دانشجوی رشته‌ی گرافیک)



بسیاری از دیوارنگاران مرزی میان خود و جامعه نمی‌گذارند. آنها تلاش می‌کنند تا از طریق دیوارنگاری غیررسمی خود را به جامعه نزدیک‌تر کنند:

من هر چیزی که توجه خودم رو جلب کنه، بیان می‌کنم. در حقیقت به‌طور طبیعی خط مرزی بین اجتماع و خودم یعنی بیرون و درون نمی‌دارم و هر چیزی که بتونه اون قدر در من پررنگ بشه که احساس کنم باید بیان بشه، جلوی خودم را نمی‌گیرم. (تنها)

برخی دیگر از دیوارنگاران غیررسمی نیز تلاش می‌کنند، تا نه تنها موضوعات خود را از جامعه‌ای که در آن زیست می‌کنند، انتخاب نمایند، بلکه با ایجاد تغییرات یا افزودن معنایی افزون بر معنای اولیه، سبب واکنش و ایجاد تأمل در عموم مخاطبانشان شوند:

من دنبال سوژه‌های اجتماعی می‌گشتم و یک‌سری تاپیک‌های اجتماعی و انتخاب می‌کردم که وقتی مخاطب اون‌ها رو می‌دید، فکر نمی‌کرد منظور من آرتیست، چی هست. اون نوشته و اسم رو می‌خوند و به فکر می‌افتاد. من سعی کردم برای مردم یک فکر بسازم که اون‌ها با خودشون درگیر شدن. نمی‌خواستم درگیر من بشند، می‌خواستم درگیر خودشون و عواطف و احساساتشون بشن که توی اجتماع دارن چی کار می‌کنند. (wormbraine, دانشجوی گرافیک)

ارتباط من با مخاطبان به این صورت هست که موضوع کار باید اجتماعی باشه وگرنه من اگر بخوام مسائل شخصی‌ام رو انعکاس بدم، کسی چیزی نمی‌فهمه. من یک استریت آرتیست هستم و پنجاه درصد کارم هم به ارتباط با مخاطبم از طریق همین موضوعات اجتماعی برمی‌گرده. (elf)

یا آخرینش که همین ۱۷۵ نفری بوده که دست‌بسته پیداشون کردند؛ همون قواص‌ها. شما وقتی توی یک جامعه هستید ناخودآگاه جزوی از اون جامعه‌ای؛ مگه خودت نخوای حساب کنی. (ابرسک، ۱۳۶۰)

دیوارنگارهای غیررسمی هم حضور دارند که صرفاً بر ارتباط آثارشان با مخاطبان تأکید دارند. برای مثال: «به نظرم کارهام باید زبان خودش رو داشته باشه، لازم نیست حتماً کار سیاسی باشه. می‌تونه هر چیزی باشه؛ حتی طرح یه خرگوش. مهم اینه که دیده شه؛ همین و آدم‌ها بتونند باهش ارتباط برقرار کنند.» (kazz, ۱۳۷۳) یا: «من به‌طور کل تمایل دارم اگر هنری دارم، اون رو در سطح شهر ارائه کنم. هدف من مردم هستند؛ همه‌ی مردم نه قشر خاصی.» (عمق، دانشجوی نقاشی)



## ۵. نتیجه گیری

این پژوهش به مدت پنج سال (از سال ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷) با سی و یک نفر از دیوارنگاران غیررسمی در شهرهای تهران، تبریز، اصفهان، شیراز، مشهد انجام شده است که با به کار گیری روش تحقیق کیفی زمینه ای سعی بر آن بود تا به سوال اصلی که چرایی گرایش دیوارنگاران غیر رسمی به این پدیده است؟ ضمن تبیین گونه شناسانه دیوارنگاران پاسخ داده شود.

گرایش به گرافیتی یا دیوارنگاری غیررسمی عموماً میان نوجوانان و جوانان شایع است. اینان در میانه‌ی این فعالیت به دو گونه متمایز تفکیک می‌شوند. برخی تلاش می‌کنند تا خشونت برگرفته از تجربه‌ی زیست روزمره خود را که امری کاملاً شخصی است، بازنمایی کنند؛ بی‌آنکه توجهی به مخاطبان و یا حتی فضا داشته باشند. می‌تواند حتی این فضاها کاملاً شخصی و حتی کاملاً دورافتاده از شهر و بدون رهگذری برای جلب توجه باشد؛ البته باید توجه داشت که به صورت کلی اقتضائات سنی آن‌ها و از سویی تمایل به فعالیت‌های هیجان‌انگیز، آن‌ها را ترغیب می‌کند تا به دیوارنگاری غیررسمی گرایش پیدا کنند، اما هم‌نشینی ترس و حس رهایی تجربه این فعالیت را برای آن‌ها بیش از هر چیز لذت‌بخش می‌کند. از سویی دیگر نیز، خرده‌فرهنگ هیپ‌هاپ در ایران، مخاطبان بسیاری میان نوجوانان و جوانان یافته و آن‌ها را سوق می‌دهد تا شاخه‌های مختلف از این خرده فرهنگ را دنبال کنند. گرافیتی یا دیوارنگاری غیررسمی نیز به زعم بسیاری از فعالان این حوزه، ریشه در این خرده‌فرهنگ هیپ‌هاپ داشته؛ لذا می‌تواند از این طریق خود را در داخل این خرده‌فرهنگ تعریف کنند. اگر به مؤلفه‌های تعریف‌شونده این خرده‌فرهنگ

توجه کنید، آنچه که تولید می‌کند محتوای عموماً پرخاش‌گرانه و معترض است. بسیاری از دیوارنگاران می‌توانند با داشتن حس تعلق به این خرده‌فرهنگ هویت خود را تعریف کرده و آن را خانواده خود ببینند. قابل توجه است که عمده‌ی دیوارنگاران غیررسمی متعلق به طبقه‌ی متوسط و متوسط به بالا هستند. از آنجایی که لزوماً آشنایی و شروع، دلیلی بر ادامه‌دادن یک مسیر و فعالیت نیست، دیوارنگاری غیررسمی نیز از این امر مستثنی نبوده و دیوارنگاران سعی می‌کنند تا بدین وسیله عقاید و نظرات خود را از طریق طرح‌ها و اجراهایشان در فضاهای عمومی به نمایش گذاشته و مخاطبان خود را برای دیدن و تأمل کردن خطاب قرار دهند. به نظر می‌رسد این طیف نه به دلایل شخصی و صرف تخلیه‌ی خسونت در زندگی روزمره، بلکه به مثابه‌ی احقاق حق بر شهر این رسانه را انتخاب می‌کنند. البته که نباید فراموش کرد حمایت بیش از پنجاه درصد خانواده‌های دیوارنگاران غیررسمی اعم از مادی و معنوی در ادامه‌ی مسیر هر دو گونه را یاری می‌دهد. دیوارنگاران غیررسمی گونه‌ی دوم صرفاً درصدد دست‌وپا کردن شهرت نبوده و مقاومت خود را در اشکال مختلفی همچون تخریب و یا طراحی روی بیلبردهای شهری و ... از طریق ایجاد اختلال، در فضای سرمایه‌دارانه‌ی شهر، پشت حقی بایستند که همان حق بر شهر است. آن‌ها سودای این را در سر دارند که شهروندان بهتر می‌دانند و می‌توانند شهرشان را تزئین کنند، نه ارگان یا سازمان‌های مربوطه؛ ضمن این که آن‌ها جدای از آن‌که به انگیزه‌ی ایجاد تغییر در شهر مقاومت خود را پیش می‌برند، سعی می‌کنند با جامعه‌ای که در آن زیست می‌کنند نیز ارتباط داشته باشند. آن‌ها می‌کوشند تا با انتخاب موضوعات اجتماعی، سیاسی و از طریق حضور در فضاهای پررفت‌وآمد شهری، به نحوی با جامعه‌ی خود در تعامل باشند و نگذارند این پیوند قطع شود.

اکنون به نظر می‌رسد به دلیل پیشی گرفتن اهمیت فضای مجازی بر فضای واقعی، استمرار این پیوند با موانع جدی روبرو خواهد بود. چه بسا پرسش‌هایی هم‌چون آیا رسانه دیوارنگاری غیررسمی دچار تغییرات بنیادین خواهد شد؟ آیا امکان ظهور گونه‌ای دیگر را می‌توان متصور بود؟ بررسی و تحلیل تغییرات در حوزه دیوانگاری غیررسمی موضوعی است که می‌تواند در پژوهش‌های آتی طرح شود.

## کتاب‌نامه

- استراوس، آنسلم و کوربین، جولیت، ۱۳۹۳ *اصول روش تحقیق کیفی*، بیوک محمدی، چاپ سوم، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- بزرگ‌زاده، شهدادی، فرهادی آردکیان، امرالله، ۱۳۵۸، «دیوارنوشته‌های انقلاب» در مجله‌ی *نامه‌ی نور*، شماره‌ی ۶ و ۷ بهمن.
- بکولا، ساندر، ۱۳۸۷، *هنر مدرنیسم*، رویین پاکباز، تهران، انتشارات فرهنگ معاصر.
- بودون، ریمون فرانسوا بوریکو، ۱۳۸۵، *فرهنگ جامعه‌شناسی انتقادی*، عبدالحسین نیک‌گهر، تهران، فرهنگ معاصر
- رشاد، کارن، ۱۳۹۷، *گرافیتی چیست؟*، آلمان، نشرکلاه استودیو.
- طاهری کیا، محمد، رضایی، محمد، ۱۳۹۲، «گرافیتی ایرانی: مقاومت و خودبیان‌گری از طریق دیوارهای شهری، در مجله‌ی *جامعه‌شناسی ایران*، تهران، شماره‌ی ۱.
- فراستخواه، مقصود، ۱۳۹۵، *روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر «گراند‌تئوری»*، چاپ دوم، تهران، انتشارات آگاه.
- کاظمی، عباس، ۱۳۹۲، *پرسه‌زنی و زندگی روزمره‌ی ایرانی*، تهران، انتشارات فرهنگ جاوید.
- کوثری، مسعود، ۱۳۹۰، *گرافیتی، رویکردی انتقادی*، چاپ دوم، تهران انتشارات دریاچه‌ی نو.
- محسنیان‌راد، مهدی، ۱۳۶۹، «بررسی دیوارنوشته‌های انقلاب» در *فصلنامه‌ی علمی ترویجی رسانه*، سال اول، شماره‌ی ۴.
- محمدپور، احمد، ۱۳۹۲، *روش تحقیق کیفی، ضد روش*، چاپ دوم، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.
- محمدی، بیوک، ۱۳۹۳، *درآمدی بر روش تحقیق کیفی*، چاپ سوم، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- نورونی، ستاره، ۱۳۹۳، *تأثیر اجتماعی نقاشی‌های دیواری در فضاهای شهری*، چاپ اول، تهران، انتشارات میردشتی.
- هابز، توماس، ۱۳۸۷، *لویاتان*، حسین بشیریه، چاپ پنجم، تهران، نشر نی
- هاروی، دیوید، ۱۳۹۵، *از حق به شهر تا شهرهای شورشی*، خسروکلانتری و پرویز صداقت، تهران، انتشارات آگاه.
- کوثری، مسعود، ۱۳۹۱، *گرافیتی، رویکردی انتقادی*، چاپ دوم، تهران، انتشارات دریاچه‌ی نو