

کارکردهای رسانه‌ای و ارتباطی دیوارنگاری معاصر ایران

تالیف:
دکتر بهنام زنگی



نشر مهرنوروز

۱۳۹۴

سرشناسه :	زنگی، بهنام، ۱۳۵۳ -
عنوان و نام پدیدآور:	کارکردهای رسانه‌ای و ارتباطی دیوارنگاری معاصر ایران / پژوهش و تألیف بهنام زنگی.
مشخصات نشر:	تهران : مهر نوروز، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری:	۱۶۰ ص. : مصور (بخشی رنگی). جدول، نمودار (بخشی رنگی) .
شابک:	۸۰۰۰ ریال ۲-۱۳-۷۲۶۱-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی:	قیفا
موضوع:	نقاشی دیواری
موضوع:	نقاشی دیواری ایرانی
موضوع:	نقاشی دیواری اسلامی - ایران
رده بندی کنگره:	۱۳۹۳ ۷۵۹/۹۵۵ ND۲۵۵۰/۹۷۸
رده بندی دیو:	۷۵۹/۹۵۵
شماره کتابشناختی:	۳۷۰۳۲۵۵



نشر مهر نوروز

عنوان:	کارکردهای رسانه‌ای و ارتباطی دیوارنگاری معاصر ایران
پژوهشگر و مولف:	دکتر بهنام زنگی
طراحی جلد:	پرازیک خواجه سری
اثر دیواری روی جلد:	نقش برجسته سیمانی،
طراحی گرافیک و صفحه‌آرایی:	ماخذ: سازمان زیباسازی شهر تهران
چاپ اول:	کامران فریدی
شمارگان:	۱۳۹۴
شابک:	جلد ۵۰۰
قیمت:	۲-۱۳-۷۲۶۱-۶۰۰-۹۷۸
	۸۰۰۰ تومان

حق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

تلفن : ۸۸۵۱۳۹۰۶

دورنگار : ۸۸۵۱۱۸۰۷

www.mehrenorouz.com

www.mnbbook.ir

فهرست

فصل نخست: کارکردهای رسانه‌ای دیوارنگاری.....	۱۵
مشارکت دیوارنگاری و تداوم گفت‌وگوهای اجتماعی.....	۲۵
نقش کارکردی دیوارنگاری شهری به عنوان رسانه.....	۳۱
۱- کمک به رونق اطلاعاتی.....	۳۳
۲- ترویج آموزه‌های اجتماعی از طریق انتقال معنا.....	۳۷
۳- مشارکت در روند پای‌آفرینی.....	۳۸
۴- ایفای نقش در تحولات اجتماعی.....	۳۹
فصل دوم: ظرفیت‌های ارتباطی دیوارنگاری.....	۴۹
جایگاه و کارکردهای اجتماعی هنر دیوارنگاری.....	۵۴
جایگاه فرهنگی و هنری دیوارنگاری.....	۵۹
جایگاه دیوارنگاری در نظام ارتباطی.....	۶۴
ظرفیت‌های رسانه‌ای دیوارنگاری.....	۶۸
۱- جذابیت گفت‌وگویی در آثار دیواری.....	۶۹
۲- مشروعیت پیام در آثار دیواری.....	۷۰
۳- فراگیری پیام در آثار دیواری.....	۷۲
۴- آزادی عمل در آثار دیواری.....	۷۳
ارزیابی ظرفیت‌های ارتباطی و رسانه‌ای دیوارنگاری.....	۷۹

فصل سوم: تفاوت سازوکار ارتباطی دیوارنگاری با..... ۸۱

تفاوت‌های کلی دیوارنگاری با نقاشی سه پایه‌ای..... ۸۴

۱- روش تولید..... ۸۵

۲- روش آرایه..... ۸۶

۳- محتوا و مضمون..... ۸۷

تفاوت محارفات ارتباطی دیوارنگاری با نقاشی سه پایه‌ای..... ۸۸

۱- کیفیت اثر..... ۸۹

۲- گستره مخاطبان اثر..... ۸۹

۳- بسط نمادها و نشانه‌های اثر..... ۹۰

۴- توسعه مضمون و محتوا..... ۹۱

۵- تغییر معیارهای تفهیم و تفسیر اثر..... ۹۱

۶- شیوه ارتباط..... ۹۲

۷- تغییر نوع و کیفیت دید اثر از سوی مخاطب..... ۹۳

۸- مخاطبان متنوع و متغیر..... ۹۴

۹- تغییر روش نقد اثر..... ۹۵

تأثیرات متقابل اثر، هنرمند و مخاطب در دیوارنگاری..... ۹۶

دیوارنگاری عامل ارتباط میان بخشی..... ۹۷

فصل چهارم: تأثیرات عملکرد ارتباطی دیوارنگاری در..... ۱۰۱

عملکرد ارتباطی دیوارنگاری..... ۱۰۴

دیوارنگاری پیش از انقلاب..... ۱۰۶

رابطه عاملان و هنرمندان دیوارنگاری با حاکمیت در دوره..... ۱۱۰

دیوارنگاری پس از انقلاب..... ۱۱۱

الف) دیوارنگاری دوره انقلاب (۱۳۵۷ تا ۱۳۵۹)..... ۱۱۳

۱۱۵.....	ب) دیوارنگاری دوره جنگ (۱۳۵۹ تا ۱۳۶۶)
۱۱۷.....	ج) دیوارنگاری دوره پس از جنگ (۱۳۶۶ تاکنون)
۱۱۹.....	رابطه عاملان و هنرمندان دیوارنگاری با حاکمیت در دوره پس از.....
۱۲۲.....	مقایسه ویژگی های مضمونی دیوارنگار یهای پیش و پس از.....
۱۲۳.....	علل و زمینه های افزایش کمی دیوارنگاری در دوره پس از انقلاب.....
۱۲۳.....	الف) علل و ضرورت های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی موثر بر.....
۱۲۷.....	ب) زمینه ها و ویژگی های درونی هنر دیوارنگاری و گرایش.....
۱۳۱.....	نقش کارکردهای ارتباطی دیوارنگاری در روند تولید آن.....
۱۳۵.....	فصل پنجم: کارکرد های دیوارنگاری در تبلیغات محیطی.....
۱۳۹.....	گونه شناسی تبلیغات.....
۱۴۰.....	کارکرد تصویر در تبلیغات.....
۱۴۲.....	تصویر و تبلیغات محیطی.....
۱۴۴.....	جایگاه آثار دیوارنگاری در زمینه تبلیغات محیطی.....
۱۴۷.....	مزیت های تبلیغی آثار دیوارنگاری.....
۱۴۹.....	محورهای مورد تبلیغ آثار دیوارنگاری، رایج.....
۱۵۲.....	رویکرد تبلیغات تجاری در دیوارنگاری معاصر ایران.....
۱۵۷.....	منابع و مآخذ.....

مقدمه

نظام ارتباطی از دیرباز عامل اصلی رشد بشر بوده است. ضرورت برقراری رابطه انسان با همه عوالم ناشناخته و دور از دسترسش و اجتماع دیگر انسان‌ها از جمله بدیهی‌ترین نیازهای او در تمام اعصار به‌شمار می‌رود، به نحوی که سایر حوزه‌های مریخی، شناختی، ادراکی و حسی بشر نیز در صدد ایفای نقش در حوزه روابط و ارتباطات درونی و بیرونی او بوده‌اند. بسیاری از فعالیت‌های انسان یا به صورت متغیر، به مساله ارتباطات و نیازهای ارتباطی انسان پرداخته‌اند، و یا در کنار کارکرد اصلی خود، نیم‌نگاهی نیز به ایفای نقش ارتباطی و عملکرد رسانه‌ها داشته‌اند.

فعالیت هنری نیز از این قاعده مستثنی نبوده و به‌عنوان یکی از ارزشمندترین سازوکارهای ارتباطی بشر در دوره‌های مختلف تاریخی ایفای نقش کرده است و هنرمندان به‌عنوان بخشی از رهبران و نخبگان اجتماعی، از طریق تولید هنری به انتقال معنا در جامعه و اثرگذاری بر آن مبادرت ورزیده‌اند. محتوای رسانه‌ای و ارتباطی هنرها همواره به نسبت گرایش‌ها موجود در جامعه و توانمندی هنرمند، متغیر بوده است. عامل مهم دیگر در عملکرد

ارتباطی هنرها به چگونگی تولید اثر و روش ارایه محصول هنری وابستگی دارد. برخی هنرها بر اساس ساختار تولید و ارایه‌شان از ظرفیت‌های ارتباطی قوی‌تری نسبت به دیگر رشته‌ها برخوردارند.

از جمله هنرهای موثر و توانمند در زمینه کارکردهای ارتباطی و رسانه‌ای، هنر دیوارنگاری است. این هنر که از اولین بارقه‌های تلاش ارتباطی بشر، پا به عرصه ظهور گذاشته است، همواره نقش و کارویژه‌ای رسانه‌ای داشته است و به ابزاری برای اشاعه پیام و تحکیم مواضع بدل شده است. نخستین آثار دیوارنگاری اصلی را که در دیواره‌های غارها به تصویر کشیده شده است می‌توان به مثابه نخستین تلاش‌های ارتباطی او قلمداد کرد که طیفی از نیازهای ارتباطی او را پاسخ می‌داده است.

شکوفایی و رشد مستمر تمدن بشری باعث تنوع‌یابی شکلی و محتوایی هنر دیوارنگاری در کنار هنر نقاشی شده است. ریژگی دیگر این هنر، گستره جهانی و ماهیت فراجغرافیایی و فراتاریخی آن است. به‌گونه‌ای که تمام تمدن‌ها و ملت‌ها در دوره‌های مختلف تاریخی به نوعی به این هنر رجوع داشته‌اند.

بررسی عملکرد ارتباطی و رسانه‌ای هنر دیوارنگاری مستلزم در نظر گرفتن ابعاد دانشی علوم ارتباطات اجتماعی و ابعاد فرهنگی آن به عنوان یک جریان هنری است. به موازات رشد جوامع بشری، نظام ارتباطی آن‌ها نیز چه از نظر ابزارها و چه از نظر ماهیت، پیچیده‌تر می‌شود. این امر از خلال تحول و دگرگونی بیانی در آثار هنری قابل مشاهده است. پیچیدگی و ژرفای رسانه‌های ارتباطی به قدرت دریافت و تحلیل پیام از سوی جامعه مخاطب باز می‌گردد که هر چند این توان و قوه دریافت و تفسیر معنا در

۹۳

مخاطب، عالی‌تر باشد، کیفیت بیانی و زبانی محصول هنری نیز به تبع آن رشد و تعالی می‌یابد.

شناخت توانمندی‌های ارتباطی دیوارنگاری در چهارچوب هنرهای شهری و توان اثرگذاری آن‌ها بر محیط پیرامونی می‌تواند جامعه را به نحو مطلوب، از یکی از بهترین و برآورنده‌ترین هنرهای رسانه‌ای بهره‌مند سازد. زمانی که مشاهده می‌شود به‌رغم تکرر و فراوانی آثار دیوارنگاری و حضور چشمگیر آن‌ها در محیط‌های شهری، تاثیر قابل‌توجهی از سوی این آثار بر جامعه بر جای نمی‌ماند، پیام و محتوای آن آثار به درستی به جامعه منتقل نشده و بعضاً بر ضد اهداف مدنظر می‌تواند کمبودها و نارسایی‌های دانشی، تجربی و مدیریتی در زمینه این هنر شهری را بر ما آشکار سازد.

اثر حاضر در صدد گشودن دیدگاه‌های نو بر کارکردها و تاثیرات رسانه‌ای هنر دیوارنگاری است که با توجه به تأثیرات فرهنگی و اجتماعی آن می‌شود. گشایش بحث‌های جدید بر مبنای وجوه مختلف هنر دیوارنگاری، به نحوی که ابعاد، ظرفیت‌ها و کارکردهای مخفی آن را بر ما روشن سازد، می‌تواند شناخت و برخورداری ما را از قابلیت‌های این هنر میسر ساخته و مانع از هدر رفت سرمایه‌های مادی و معنوی‌ای شود که به صورت مستمر، وقف طراحی و تولید این آثار در شهرهای کشور می‌شود.

تکمیل زنجیره شناختی ما از هنر دیوارنگاری، دستیابی به زنجیره‌ای از توانمندی‌ها و ارزش‌های این هنر را برای ما میسر خواهد ساخت و امید می‌رود مباحث اثر پیش روی، بتواند زمینه‌ساز پژوهش‌های علمی مفصل‌تر و جامع در پیرامون جنبه‌های رسانه‌ای هنر دیوارنگاری باشد.