

جامعه‌شناسی دیوارنگاری معاصر ایران

دکتر بهرام زنگی



نشر مهرنوروز

۱۳۹۷



نشر مهرنوروز

سرشناسه	زنکی، بهنام، ۱۳۵۳ -
عنوان و نام پدیدآور	جامعه‌شناسی دیوارنگاری معاصر ایران/ بهنام زنکی.
مشخصات نشر	تهران: مهر نوروز، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۳۶۰ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۲۶۱-۷۴-۳
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
یادداشت	چاپ قبلی: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
	۱۳۹۵ (۲۸۶ ص).
موضوع	نقاشی دیواری ایرانی
موضوع	Mural painting and decoration, Iranian
موضوع	نقاشی دیواری
موضوع	Mural painting and decoration
رده‌بندی کنگر	۱۳۹۷ زج ۹۲ / ND2821
دستی	۷۵۹/۹۵۵
شماره کتابشناختی ملی	۵۲۸۹۱۸۶

عنوان	جاه شناسی دیوارنگاری معاصر ایران
پدیده آورنده	دکتر بهنام زنکی
طراح جلد	هومن نادری
صفحه‌آرایی	مهر نوروز
چاپ نخست	۱۳۹۷
شمارگان	۱۰۰۰ جلد
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۲۶۱-۷۴-۳
قیمت	۶۰۰۰ تومان

حق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است

تلفن: ۸۸۵۱۳۹۰۶

دورنگار: ۸۸۵۱۱۸۰۷

www.mnbook.ir

info@mnbook.ir

فهرست مطالب

۱۳	سخن ناشر
۱۵	مقدمه
۱۹	فصل اول: کلیات
۲۱	طرح مساله
۲۳	پرسش‌های پژوهش
۲۳	اهداف پژوهش
۲۳	الف) اهداف اصلی
۲۴	ب) اهداف فرعی
۲۴	اهمیت و ضرورت پژوهش
۲۴	الف) ضرورت‌های بنیادی
۲۵	ب) ضرورت کاربردی
۲۷	فرضیه‌ها
۲۹	روش تحقیق
۳۰	محدودیت‌ها و موانع پژوهش
۳۳	تجزیه و تحلیل
۳۵	پیشینه پژوهش
۳۶	الف) مقالات پژوهشی
۳۹	ب) کتاب‌ها و مجموعه مقالات

۴۰ مفاهیم و معانی واژه دیوارنگاری

۴۵ فصل دوم: خاستگاه اجتماعی و تاریخی دیوارنگاری

۴۷ مقدمه

۵۰ دیوارنگاری در دوره غارنشینی

۵۳ دیوارنگاری مصر باستان (۴۰۰ تا ۵۰۰ ق م)

۵۷ دیوارنگاری در هند

۵۸ دیوارنگاری در اروپا

۶۱ دیوارنگاری در یونان باستان

۶۳ دیوارنگاری در روم باستان

۶۵ دیوارنگاری در روم باستان

۶۶ دیوارنگاری در روم باستان

۶۹ دیوارنگاری در روم باستان

۷۱ مانیفست اولیه در انسان

۷۳ رنسانس متری (۱۵۰۰ تا ۱۶۰۰ م)

۷۵ دیوارنگاری در دوره باروک

۷۶ دیوارنگاری قرن بیستم

۷۷ دیوارنگاری مکزیک

۸۳ فصل سوم: پیشینه و خاستگاه اجتماعی دیوارنگاری در ایران

۸۵ پیشینه آثار دیواری در ایران

۸۷ دیوارنگاری دوره غارنشینی در ایران

۹۱ دیوارنگاری ایران باستان

۹۳ دیوارنگاری در عصر هخامنشی (۵۵۰ تا ۳۳۰ پیش از میلاد)

۹۷ دیوارنگاری در دوره سلوکیان (۳۱۲ تا ۶۳ پیش از میلاد)

۹۸ دیوارنگاری ایران در دوره اشکانی (۲۷۴ تا ۲۲۴ پیش از میلاد میلادی)

۱۰۲ دیوارنگاری در دوره ساسانیان (۲۲۴ تا ۶۵۱ میلادی)

۱۰۸ دیوارنگاری در دوره اسلامی (۶۵۱ میلادی - سال ۳۰ هجری قمری)

۱۰۹ دیوارنگاری در دوره سلجوقی (۱۰۳۷ تا ۱۱۹۴ میلادی)

۱۱۰ دیوارنگاری دوره ایلخانی (۱۲۵۶-۱۳۳۵ میلادی) و تیموری (۱۳۷۰-۱۵۰۶ میلادی)

۱۱۱ دیوارنگاری عصر صفوی (۱۵۰۱ تا ۱۷۳۶ میلادی)

- دیوارنگاری دوره زندیه (۱۷۶۰ تا ۱۷۹۴ میلادی) ۱۱۵
- دیوارنگاری دوره قاجار (۱۷۹۶ تا ۱۹۲۵ میلادی) ۱۱۶
- الف) دیوارنگاری درباری (کاخ‌ها) ۱۲۱
- ب) دیوارنگاری خانه‌های رجال و شاهزادگان ۱۲۳
- مضامین رایج در نقاشی دوران قاجار ۱۲۹
- الف) مضامین حماسی و سیاسی ۱۳۰
- ب) مضامین تزیینی و بزمی ۱۳۰
- ج) مضامین مذهبی ۱۳۱
- دیوارنگاری عمارت‌ها یا مردمی (نقاشی قهوه‌خانه‌ای) ۱۳۳
- کاشی‌خوار - دوره قاجار ۱۳۵
- دیوارنگاری دوره پهلوی اول (۱۳۰۴ تا ۱۳۲۰ ه. ش) ۱۳۹
- دیوارنگاری دوره پهلوی دوم (۱۳۲۰ تا ۱۳۵۸ ه. ش) ۱۳۹

فصل چهارم: دیوارنگاری ایران در دوره پس از انقلاب ۱۴۵

- دیوارنگاری دوره جمهوری اسلامی (۱۳۵۷ ه. ش تا کنون) ۱۴۷
- الف) دوره اولیه پس از پیروزی انقلاب (۱۳۵۱ تا ۱۳۵۹ ه. ش) ۱۴۷
- ب) دیوارنگاری دوره جنگ (۱۳۵۹ تا ۳۶ ه. ش) ۱۵۲
- ج) دیوارنگاری دوره پس از جنگ (۱۳۶۷ تا ۱۳۷۴ ه. ش) ۱۵۵
- د) دیوارنگاری دوره معاصر ۱۵۹
- روند رشد دیوارنگاری شهری در سال‌های اخیر ۱۵۹

فصل پنجم: کارکردهای اجتماعی دیوارنگاری در ایران ۱۶۳

- انواع کارکردهای دیوارنگاری ۱۶۵
- الف) جایگاه تاریخی و کارکردهای دیوارنگاری در زمینه تاریخ و تمدن ۱۶۶
- ب) ظرفیت‌ها و کارکردهای فرهنگی دیوارنگاری ۱۶۶
- ج) ارزش و جایگاه هنری دیوارنگاری ۱۶۷
- د) جایگاه و قابلیت‌های اجتماعی دیوارنگاری ۱۷۱
- ه) اصلاح رفتارهای اجتماعی و معرفی ارزش‌ها ۱۷۲
- و) آموزش ۱۷۳
- ز) نقش دیوارنگاری در تحولات سیاسی ۱۷۴
- ح) عملکرد رسانه‌ای و ارتباطی دیوارنگاری ۱۷۹

۱۸۲	ط) سازوکارهای ارتباطی دیوارنگاری و نقاشی سه پایه‌ای
۱۸۴	ی) عمومیت پیام و خصوصیت فراگیری آثار دیوارنگاری
۱۸۴	ک) عامل جذابیت بخشی به پیام در دیوارنگاری
۱۸۵	ل) عامل مشروعیت بخشی به پیام در دیوارنگاری
۱۸۵	م) آزادی بیان آثار دیوارنگاری نسبت به سایر روش‌های تجسمی
۱۸۸	ن) کارکرد دیوارنگاری در صنعت تبلیغات
۱۹۲	س) کارکرد دیوارنگاری شهری در زیباسازی
۱۹۳	تعریف زیباسازی شهری
۱۹۴	ضرورت زیباسازی شهر
۱۹۶	عوامل موثر بر زیباسازی
۱۹۸	تأثیر دیوارنگاری‌ها در زیباسازی
۱۹۹	نقش دیوارنگاری در تقویت هویت بخشی به محیط
۲۰۲	کارکرد دیوارنگاری شهری در هویت بخشی به محیط
۲۰۵	کارکرد دیوارنگاری در معماری و شهرسازی
۲۰۸	کارکرد دیوارنگاری در ترانژند طراحی شهری
۲۱۰	ضرورت استفاده از آثار دیوارنگاری در کالبد شهری
۲۱۵	فصل ششم: مضمون‌ها و عملکرد اجتماعی دیوارنگاری

۲۱۷	مقدمه
۲۱۹	الف) دیوارنگاری با رویکرد سیاسی
۲۳۱	ب) دیوارنگاری با رویکرد تبلیغاتی
۲۳۸	ج) دیوارنگاری با رویکرد تزیینی
۲۴۷	د) دیوارنگاری با رویکرد مذهبی
۲۵۲	ه) دیوارنگاری با رویکرد فرهنگی
۲۵۹	و) دیوارنگاری با مضمون جنگ و شهادت
۲۶۰	نقاشی جنگ پس از انقلاب اسلامی ایران
۲۶۲	دیوارنگاری جنگ پس از انقلاب اسلامی
۲۶۵	الف) آثار دیواری شهرها (بشت جبهه)
۲۶۶	ب) آثار دیواری مناطق جنگی و مراکز نظامی

فصل هفتم: تحلیل جامعه‌شناختی دیوارنگاری دوره پس از انقلاب در ایران ۲۷۷

۲۷۹	مقدمه
۲۸۰	الف) رهیافت علیت معرفتی
۲۸۲	ب) رهیافت مبتنی بر علیت اجتماعی
۲۸۴	ج) رهیافت مبتنی بر علیت متقابل
۲۸۵	د) رهیافت ارتباطی، نمادی
۲۸۷	پی‌یر بوردیو و بنیان نظریات جامعه‌شناختی‌اش
۲۹۰	الف) میدان
۲۹۳	ب) رمان
۲۹۴	ج) میدان قدرت
۲۹۵	ساختار اجتماعی دیوارنگاری پس از انقلاب
۳۰۱	جریان‌شناسی نقاشی ایران در دوران معاصر
۳۰۲	الف) نقاشی دوره پیش از انقلاب اسلامی
۳۰۴	ب) نقاشی و دیوارنگاری دهه نخب پس از انقلاب (۱۳۷۰-۱۳۶۰)
۳۱۳	ج) نقاشی و دیوارنگاری دهه دوم پس از انقلاب (۸۰-۱۳۷۰)
۳۱۵	د) نقاشی و دیوارنگاری دهه سوم پس از انقلاب تا کنون (۱۳۸۰ به بعد)
۳۱۷	رویکردهای عمده و مقاطع زمانی دیوارنگاری پس از انقلاب
۳۱۸	الف) دوره انقلاب (۱۳۵۸-۱۳۵۷)
۳۲۰	ب) دوره جنگ (۱۳۶۶-۱۳۵۸)
۳۲۲	ج) دوره پس از جنگ (۱۳۶۶ تا کنون)
۳۲۴	ساختار میدان قدرت و سرمایه در تولید آثار دیوارنگاری پس از انقلاب
۳۳۱	رابطه میدان قدرت و میدان تولید هنری در دیوارنگاری پس از انقلاب
۳۳۷	بازنگری و اثبات فرضیات تحقیق
۳۳۹	دستیابی به اهداف پژوهش
۳۴۰	الف) دستیابی به اهداف اصلی
۳۴۱	ب) دستیابی به اهداف فرعی
۳۴۲	تحلیل محتوای آثار دیواری دوره پس از انقلاب در شهر تهران
۳۴۵	نتیجه‌گیری
۳۵۱	منابع و مآخذ

مقدمه

هنر دیوارنگاری به عنوان یکی از ابرع هنرهای تجسمی که به دلیل شیوه تولید و آرایه‌اش، پیوندهای مشترکی با سایر هنرها دارد، دارای مجموعه‌ای از عوامل و عناصر موثر است. پروژه‌های دیوارنگار به دلیل گستردگی‌شان طیفی از مشاغل و مهارت‌ها را به کار می‌گیرند و از این رو، جامعه فعالان این هنر مجموعه‌ای از شغل‌ها، تخصص‌ها و مهارت‌های مختلف است. از سوی دیگر، ساختار اجتماعی هنر دیوارنگاری و تأثیرات و عملکرد اجتماعی آن در زمینه‌ای سیاسی، فرهنگی، هنری و سایر حوزه‌های اجتماعی، آن را به عنوان یک محصول هنری دارای کارکردها و تأثیرات متعدد درآورده است. جامعه‌شناسی هنر دیوارنگاری می‌تواند جامع تشخیص و شناسایی این تأثیرات و عملکردها و نیز خصوصیات و مطالبات و مواضع عاملان این هنر اعم از سفارش‌دهندگان، حامیان، طراحان، مجریان، بهره‌برداران و مخاطبان باشد. جامعه‌شناسی هنر دیوارنگاری شهری به طور کلی به معنای بررسی جایگاه، نقش و کارکردهای اجتماعی دیوارنگاری و شناخت ساختار اجتماعی عوامل موثر این هنر است که در نهایت سمت و سو و روند تولید اثر و تبیین معنا و پیام آن را شکل می‌دهد.

نقاشی به طور عام و دیوارنگاری به طور خاص، یکی از اولین دستاوردهای بشر است که در طول تاریخ با دلایل و اهداف مختلف به آن توجه شده و کارکردهای

متنوعی برای آن در نظر بوده است. دیوارنگاری را به لحاظ نحوه و کیفیت ارایه، باید شکل اجتماعی نقاشی قلمداد کرد. در سرزمین ایران که مهد یکی از بزرگ‌ترین تمدن‌های بشر است، دیوارنگاری در دوره‌های مختلف، در شکل‌های گوناگون دیده می‌شود که مسیر تطور و رشد تاریخی خود را متناسب با رشد فرهنگی و اجتماعی جامعه پیموده است. ابعاد اجتماعی این هنر، آن را به برخی علوم و مهارت‌های دیگر انسان نظیر؛ معماری، شهرسازی، طراحی شهری، تبلیغات محیطی، مهندسی مواد، دکوراسیون و ارتباطات اجتماعی پیوند زده است.

محاورت و تلاقی هنر دیوارنگاری با هر کدام از موارد اشاره شده، سبب پیدایش نوعی از ظرفیت‌های کاربردی و جنبه‌های کارکردگرایانه در این هنر شده است. علاوه بر جنبه‌های هنری یک اثر دیواری که در بردارنده مقتضا و کیفیت هنری و نحوه استفاده از روش و تکنیک برای بیان محتواست، بررسی ارتباط بین دیوارنگاری با حوزه‌های پیرامونی و مخاطبان جمعی و فردی آن می‌تواند شناخت بهتری در نتیجه بهره‌برداری مطلوب‌تر از ظرفیت‌های کارکردی آن را در پی داشته باشد.

این پژوهش از نوع کیفی است. دلایل نظری موجود در آن شامل متغیرهای مختلفی است. متغیرهای علی که در تابع متغیرهای اصلی‌اند و علل کاربرد نقاشی را در جامعه بررسی می‌کنند. متغیرهای توصیفی تحقیق، که آثار دیواری شهر تهران و مضامین آن‌هاست شامل مضامین تزئینی و منظره، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، تجاری و مذهبی است.

بررسی‌های این پژوهش، بر تحلیل دیوارنگاری ایران پس از انقلاب و سرمایه‌های نمادین، اجتماعی و فرهنگی حاکم بر آن متمرکز است. یکی از تحولات سیاسی و اجتماعی و کنش‌ها و میدان‌های قدرت در حوزه نقاشی و میدان قدرت دولتی است. موضوع محوری پژوهش حاضر، بررسی چرایی و چگونگی تولید آثار دیوارنگاری، مضامین عمده آن‌ها، سازوکار ارتباطی این آثار با جامعه و کارکرد آن‌ها در محیط پیرامونی‌شان و ارتباط آن‌ها با ساختار قدرت، در دوران معاصر است و شناخت جامع این مساله، مستلزم شناخت روند تاریخی آن و مطالعه تطبیقی تحولات این هنر در دو دوره پیش و پس از انقلاب اسلامی است. رابطه متقابل هنر

دیوارنگاری با جامعه از یک سو و حاکمیت سیاسی از سوی دیگر در دوره انقلاب و پس از آن در ایران به‌رغم مشابهت‌هایی که با دوره‌های تاریخی دیگر دارد، دارای خصلت‌ها و ویژگی‌های مختص به خود است.

پژوهش فوق بر این نگرش استوار است که دیوارنگاری به عنوان گونه‌ای از هنر که برگرفته از تفسیر اجتماعی نقاشی و عملکرد عمومی آن است، با تبدیل نوع رابطه خود با مخاطب به یک رابطه جمعی، ظرفیت‌های گسترده‌تری در تاثیرگذاری‌های اجتماعی یافته است و علاوه بر ایفای نقش سنتی خود می‌تواند بر فرایندهای اجتماعی سهمیم شده و با بهره‌گیری از ظرفیت‌های چند گانه خود، به یک روش گفتمان اجتماعی و یک رسانه جمعی برخوردار از جذابیت‌های هنری تبدیل شود.

تاکید ویژه بر هنر دیوارنگاری و تولید انبوهی از آثار در این حوزه، نشان از توجه و تاکید حاکمیت به این رسانه اجتماعی آن دارد. همچنین فراوانی این آثار می‌تواند نشانگر اقبال و همگرایی هنرمندان فعال در زمینه دیوارنگاری، در راستای تبلیغ مواضع انقلاب و نظام سیاسی آن باشد. بر این اساس، روند تحولات این هنر و قیاس و تطبیق آن با مواضع اصول حاکمیت و خواست عمومی جامعه، بسیاری از جنبه‌های کارکردی دیوارنگاری و تاثیرات آن بر جامعه را بر ما روشن می‌کند.

علاوه بر بخشی از کارکرد دیوارنگاری که مربوط به ارزش تاریخی آن است، این هنر می‌تواند پدیده‌ای موثر بر زمان حال به‌رور در فرایندهای جامعه ایفای نقش کند. جایگاه آثار دیوارنگاری در دوره‌های مختلف تاریخی، بر حسب خواسته قدرت از آن‌ها و نیاز جامعه، می‌تواند تغییر کند. تأثیرات رو به آینده آثار دیواری به‌خاطر ماندگاری این آثار، امری بدیهی است. کارکردهای اجتماعی دیوارنگاری با توجه به قابلیت حضور و مشارکت فعال آن در گفتارهای اجتماعی و اثربخشی بر جامعه و سایر پدیده‌های هم‌عرض خود، آن را به‌دلیل با جنبه‌ها و ظرفیت‌های قابل توجه اجتماعی تبدیل کرده است.

اطلاق هنر مردمی به دیوارنگاری نیز ناشی از نحوه و روند تولید و ارایه اثر و کیفیت برقراری ارتباط مخاطبان با آن است.