

هنر و خیابان:

گونه‌شناسی دلایل دیوارنگاری غیررسمی در ایران

ناهید مؤید حکمت*

آیدین باقری**، پرویز اجلالی***

چکیده

این پژوهش به گونه‌شناسی دلایل گرافیتی یا دیوارنگاری غیررسمی در فضای شهرهای ایران می‌پردازد. در این پژوهش، گرافیتی به تمامی تصاویر یا حروف به‌کاربرده‌شده در اماکن عمومی بر سطوحی نظیر دیوارها یا پل‌ها و نظایر آن گفته می‌شود که برای عموم قابل‌رؤیت است و گاهی نیز نیست. این پژوهش نخستین بار به‌روش نظریه‌زمینه‌ای انجام شده و بدین منظور در مدت پنج سال (۱۳۹۲-۱۳۹۷) با ۳۱ نفر از دیوارنگاران غیررسمی در شهرهای تهران، شیراز، مشهد، و تبریز مصاحبه‌های عمیق شده است. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که پدیده دیوارنگاری غیررسمی را می‌توان به دو گونه تفکیک کرد: نخست، دیوارنگاران «خودبیان‌گر» که انگیزه اصلی‌شان از ترسیم دیوارنگاری غیررسمی یا گرافیتی هیجانانگیزی مانند احساس ترس، احساس رهایی، و شهرت است و دوم، «دیوارنگاران معترض» که طالب حق خود بر شهرند و علاوه‌بر خودبیان‌گری، دیوارنگاری برایشان ابزاری برای نقد وضع موجود جامعه‌ای است که در آن زندگی می‌کنند.

کلیدواژه‌ها: گرافیتی، خودبیان‌گری، حق بر شهر.

* دانشیار، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (نویسنده مسئول)، Nahidmoayedhekmata@yahoo.com

** کارشناسی‌ارشد، جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد علوم و تحقیقات، تهران، aidinbagheri27@yahoo.com

*** دانشیار، جامعه‌شناسی، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، pejlali@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۱۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۰۱



Copyright © 2018, This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose.

۱. مقدمه

در سال‌های اخیر هنگام تردد در فضاهای شهری با دیوارنگاره‌هایی مواجه می‌شویم که گاه قابل فهم و ساده و گاه آن‌چنان درهم تنیده است که حتی نمی‌توان اجزای آن را تفکیک کرد، چه رسد به این‌که پیامش را درک کرد، اما می‌توان تمایز آن را با دیگر دیوارنگاره‌های رسمی متوجه شد که عموماً بخش زیباسازی شهرداری آن را برنامه‌ریزی و اجرا می‌کند. 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 دراصل به معنای خراش دادن است و قدمتی طولانی دارد (کوثری ۱۳۹۰: ۹).

گرافیتی در جهان امری کاملاً شناخته‌شده است؛ همان‌گونه که بکولا می‌گوید: «دهه 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 داشته باشند، سبک‌ها، مضامین و مواد بصری و هنری‌شان را از گنجینه بی‌پایان تاریخ هنر اقتباس می‌کنند که امروزه به راحتی در دسترس است (بکولا ۱۳۸۷: ۵۲۱). گرافیتی یا دیوارنگاری غیررسمی، همان‌گونه که بودریار بیان می‌کند، گونه‌ای جدید از مداخله در فرهنگ شهری، نه در زمینه سیاسی یا اقتصادی، بلکه در عرصه رسانه، قانون (کد)، و فرهنگ مسلط است (رشاد، به نقل از بودریار ۱۳۹۷: ۱۹۴). ایران نیز (به ویژه تهران) از این امر مستثنا نیست و شاهد حضور گرافیتی یا دیوارنگاری‌های غیررسمی در فضاهای شهری (شهرهای تبریز، اصفهان، شیراز، مشهد، شهرکرد، و رشت) است. با توجه به اهمیت موضوع از منظر سرعت انتشار و گستردگی در شهر، آن‌چه پیشینه تحقیق تلقی می‌شود مرور و دسته‌بندی شده است، چراکه هر پدیده‌ای در ابتدا ممکن است بدیع و نوظهور جلوه کند، اما با کندوکاو و تعمق می‌توان تبار تاریخی آن و چگونگی حادث شدن در لحظه حال را دریافت. مسئله صرفاً به توصیف صرف از پدیده و هم‌چنین گستردگی تکثیر ختم نمی‌شود. این‌که چرا فردی باید هزینه‌های بسیاری اعم از مادی و غیرمادی متحمل شود و ازسویی نیز، در دوگانگی تأیید و تکذیب توسط مخاطبان یا حاکمیت شهری قرار گیرد و حتی انگ‌های اجتماعی را به جان بخرد، قطعاً باید دلیلی قانع‌کننده برای گرایش و ادامه کار داشته باشد. گاه میزان هزینه صرفاً مادی یا معنوی نیست و پی‌گردهای قانونی جدی آن‌ها را در وضعیت به‌مراتب وخیم‌تری قرار می‌دهد. پیش از هرچیز آن زمان 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 درباره علل نگارش شده است، در وهله اول، متوجه می‌شوید که عموم پژوهش‌گران، محققان، و ژورنالیست‌ها بر وجه اعتراض‌آمیز بودن و مقاومت تأکید دارند که امری جدایی‌ناپذیر از دیوارنگاری غیررسمی است (بنگرید به کوثری ۱۳۹۰؛ طاهری‌کیا 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، کوچه‌ها، و... به حیات خود ادامه می‌دهند. کانال‌های حاشیه شهر مقصد آن‌هاست و اگر به‌لطف 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 برگرفته از دغدغه‌های سیاسی و اجتماعی باشد، در نمونه‌های بسیاری وجهی سرگرم‌کننده نیز دارند. در واقع، به‌نظر می‌رسد آن‌چه برای هنرمند در این شکل ارائه نقشی محوری داشته است، نه بیانی صرفاً اعتراض‌آمیز، بلکه وجهی تخلیه‌شونده و شخصی داشته است 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 «علل دیوارنگاری غیررسمی‌شان در ایران است» پرداخته شود تا ضمن شناخت این پدیده به گونه‌شناسانه‌ای از آن نیز دست یازید. این مهم از طریق معنایی میسر می‌شود که آنان از تجربه زیسته خود ارائه می‌دهند.

۲. پیشینه تحقیق

تاریخ دیوارنگاری در ایران را می‌توان به دو دوره پیشادیوارنگاری در دوره انقلاب (سال ۱۳۵۷) و دیوارنگاری آغاز دهه ۱۳۸۰ تقسیم کرد:

۱. دیوارنگاری دوره انقلاب (سال ۱۳۵۷): آن‌چه تحت عنوان گرافیتی یا دیوارنگاری غیررسمی می‌شناسیم، وجوه اشتراک بسیاری با آن چیزی دارد که مخالفان حکومت محمدرضا پهلوی برای بیان مخالفت در حوزه عمومی و شهری استفاده می‌کردند؛ از جمله بهره‌بردن از شگردهایی هم‌چون استنسیل، تأکید بر به‌کاربردن اسپری به‌لحاظ سرعت عمل، قابلیت حمل آسان، و هم‌چنین فضای ترسیم به‌معنای آن‌چه فضای عمومی در شهر می‌شناسیم. افرادی هم‌چون محسنیان‌راد در مقاله‌ای تحت عنوان «دیوارنوشته‌های انقلاب»^۱ و شهرداد بزرگ‌زاده در مقاله «دیوارنوشته‌های انقلاب»^۲ تلاش کرده‌اند تا با ثبت و ضبط شعارهای موجود در همه فضاهای عمومی شهر تهران از نیمه دوم سال ۱۳۵۷ تا نیمه اول

۱۳۵۸ به وسیله دوربین عکاسی، اطلاعات حائز اهمیتی درباره نحوه پراکندگی، فارسی، یا غیرفارسی بودن شعارها، اهمیت اسپری، و... را گونه‌شناسی کنند و بازنمایی خواسته‌های مخالفان در هر نقطه را تحلیل و دسته‌بندی کنند. هرچند تأکید و عنصر اصلی تحلیل متمرکز بر نوشته‌ها باقی مانده، نقاط اشتراک هم‌چون اهمیت فضای عمومی در بازنمایی و انعکاس خواسته‌های معترضان و انقلابیون و هم‌چنین ابزار و شگردهای به‌کاررفته را می‌توان پیش‌زمینه ظهور دیوارنگاری غیررسمی تلقی کرد.

۲. دیوارنگاری غیررسمی از ابتدای دهه ۱۳۸۰ در تهران: با گسترش و تکثیر روزافزون دیوارنگاری‌های غیررسمی در شهرک‌هایی هم‌چون «آبادانا» و «اکباتان» و راه‌یافتن آنان به داخل شهر تهران، افرادی هم‌چون مسعود کوثری در کتاب *گرافیتی، رویکردی انتقادی* و کتاب‌های متأخرتری هم‌چون *گرافیتی چیست اثر کارن رشاد و تاحدودی کتاب تأثیر اجتماعی نقاشی‌های دیواری در فضای شهری*، نوشته ستاره نورونی، تلاش کردند تا پدیده دیوارنگاری غیررسمی را توضیح دهند و تاحدودی اشکال و چگونگی پیدایش و تأثیرات آن را بیان کنند. این کتاب‌ها اطلاعات مفیدی به‌لحاظ توصیفی در اختیار خواننده قرار می‌دهند و به ریشه‌های پیدایش آن در تاریخ جهان و ایران اشاره کرده‌اند، اما از آن‌جاکه تمرکزشان بر مطالعات کتاب‌خانه‌ای است و مستقیماً داده‌ای از نگارندگان درباره انگیزه‌های نگارش وجود ندارد، لذا صرفاً در حد شناخت ابتدایی صرف پدیده باقی می‌ماند. در میان آثار دیگر، مقاله‌ای از محمد رضایی با نام «گرافیتی ایران، مقاومت و خودبیان‌گری از طریق دیوارهای شهر تهران» موجود است که نگارنده تلاش کرده است تا با دسترسی به پنج نفر از دیوارنگاران غیررسمی و تحلیل تماتیک، این پدیده را به‌مثابه مقاومت اولیه در شهر تهران و فضاهای عمومی بفهمد. رضایی بیش از حضور واقعی بر حضور در فضاهای مجازی تأکید دارد و هم‌چنین امکان تأثیرگذاری در عابران و ره‌گذران را در نظر ندارد. درنهایت، شاید به‌دلیل محدودیت مصاحبه‌شوندگان و تأکید بر ایده مقاومت با این پژوهش متفاوت است. در این مقاله، تلاش بر این است تا با استفاده از روش تحقیق زمینه‌ای و با تکیه بر تجربه زیسته دیوارنگاران غیررسمی، دلایل گرایششان شناسایی و سپس طبقه‌بندی شود.

۳. روش‌شناسی تحقیق

نظریه زمینه‌ای نوعی روش تحقیق کیفی است که سلسله‌رویه‌هایی نظام‌مند را به‌کار می‌گیرد تا نظریه‌ای بر محور استقرا درباره پدیده‌ای ایجاد کند (استراوس و کوربین ۱۳۹۳: ۲۲).

به عبارتی، مبدعان نخست این روش کوشیده‌اند به جای بهره‌گیری از نظریه‌های کلان، از دل داده‌های زمینه‌ای خاص نظریه‌ای پدید آورند که مشخصاً درباره «تجربه‌های زیسته و اندیشیده مشترک انسان‌ها در یک موقعیت خاص» باشد (فراستخواه ۱۳۹۵: ۱۹). در فرایند نظریه‌زمینه‌محور، گردآوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل آن‌ها دو روند به هم پیوسته‌اند و داده‌ها به شیوه‌های مختلف گردآوری، کدگذاری، و تجزیه و تحلیل می‌شوند. در این پژوهش نیز از طریق شگردهای مختلف از جمله مشاهده و گردآوری مدارک و مصاحبه‌ها (با تأکید بر مصاحبه) داده‌های اولیه فراهم آمد. گرچه مصاحبه نیز دارای انواع مصاحبه منظم، نیمه منظم، نامنظم است، عمدتاً به مصاحبه عمیق اتکا دارد (محمدپور ۱۳۹۲: ۱۲۵) و در طی فرایند پژوهش، جمع‌آوری داده‌ها (به ویژه مصاحبه‌های ناهمگون) تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرد. بدین صورت که فرایند چرخشی گردآوری، مرتب‌کردن، و تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارتقای نظریه با استفاده از آن‌ها به حدی رسید که داده‌های جدید تکراری و همانند داده‌های قبلی شدند و از سویی نیز، روابط بین مقولات برقرار و تأیید شد و دیگر به نمونه‌گیری مجدد نیاز نبود. در نتیجه، اشباع نظری حاصل شد (محمدی ۱۳۹۲: ۱۷۹-۱۸۷).

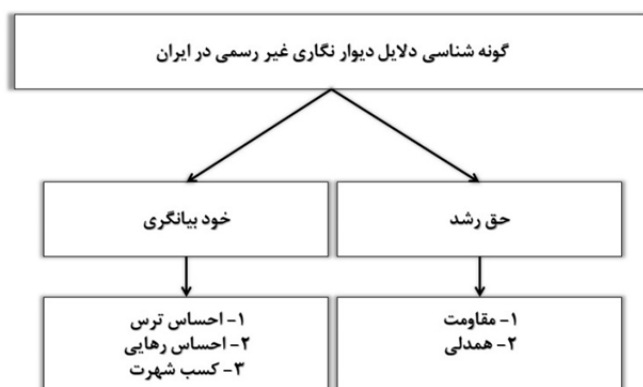
این پژوهش به مدت پنج سال (۱۳۹۲-۱۳۹۷) با ۳۱ نفر از دیوارنگاران غیررسمی انجام شده است. مدت مصاحبه‌ها نیز از چهار دقیقه تا هفتاد دقیقه بوده است. اولین قدم در گردآوری اطلاعات این پژوهش مشاهده آثار گرافیتی بر جای مانده در فضای شهری، جست‌وجوی هنرمندان حوزه دیوارنگاری غیررسمی یا گرافیتی، و مصاحبه با آن‌ها بود. با توجه به ناپابودن و رسمیت نداشتن دیوارنگاری غیررسمی یا گرافیتی در ایران (آموزشی، قانونی، و مانند آن) مصاحبه با دست‌اندرکاران مرحله‌ای سخت و پیچیده بود، چراکه وجود سابقه برخوردهای قانونی با دیوارنگاران غیررسمی و نبود آمار رسمی، ناپایداری زمان و مکان فعالیت، و بسیاری از عوامل دیگر دست‌رسی و جلب اعتماد این افراد را دشوار می‌کرد. افزون‌براین، برقراری ارتباط از طریق فضای مجازی تداوم یافت. این امر در کسب اعتماد لازم میان پژوهش‌گر و دست‌اندرکاران حوزه دیوارنگاری غیررسمی نقشی تعیین‌کننده داشت. نتیجه کدگذاری یافته‌های اولیه در سه مرحله و به شیوه‌های مختلف گردآوری شده است. در ابتدا، ده مفهوم و چهار مقوله در طی کدگذاری باز استخراج شده است و از درون داده‌های اولیه، کدهای مرتبط با موضوع مشخص شد. سپس، با مقایسه مداوم از میان چندین کد، یک مفهوم استخراج شد و به همین روش، کدهای دیگر نیز به مفاهیم تبدیل شدند که در نهایت ده مفهوم به دست آمد. در مرحله بعدی نیز، چند مفهوم در قالب دو مقوله «خودابرازگری» و «حق بر شهر» ارائه شدند.

۴. یافته‌های پژوهش

۱.۴ یافته‌های توصیفی

میانگین سنی دیوارنگاران غیررسمی نمونه در این پژوهش ۲۵ سال است. کمینه سن آنان سیزده و بیشینه آن ۳۷ سال بوده است. از میان آنان ۲۵ نفر مرد و سه نفر زن بوده‌اند. در میان دیوارنگاران غیررسمی چهارده نفر در رشته‌های مرتبط از جمله معماری، نقاشی، و گرافیک در مقطع کارشناسی و چهارده نفر در رشته‌های غیرمرتبط تحصیل می‌کردند. از این عده فقط هشت نفر مشاغل مرتبط با دیوارنگاری داشتند و مابقی مشاغل غیرمرتبط داشتند یا منبع تأمین هزینه‌هایشان خانواده بوده است. سلیقه موسیقایی ۲۷ نفر از دیوارنگاران غیررسمی شامل سبک‌های رپ و راک بود و فقط یک نفر سبک موسیقی سنتی را ترجیح می‌داد. از تعداد کل جامعه نمونه، فقط چهار نفر روزانه بیش از یک ساعت کتاب و مقاله مطالعه می‌کردند و مابقی پرسش‌شوندگان برحسب موقعیت‌های استثنایی برای مطالعه مطلبی اقدام می‌کردند و برخی نیز افزایش معلومات را به‌شکلی تجربی و در خیابان می‌دانستند. در جامعه نمونه دیوارنگاران غیررسمی فقط هفت نفر سینما و تئاتر را به‌شکل جدی دنبال می‌کردند و مابقی به‌صورت 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 یا در موقعیت‌های مناسب پیش‌آمده اجرا می‌کنند. این بدان معناست که اغلب با برنامه‌ریزی قبلی شب را به‌واسطه خیابان‌های خلوت‌تر و کم‌ترددتر برای اجرای کار انتخاب می‌کنند، چراکه احتمال برخورد با مزاحمت‌های مردمی، نیروی انتظامی، و در دسرهای مربوط به آن به‌حداقل ممکن می‌رسد و در این میان، گه‌گاه در هر زمان از شبانه‌روز موقعیتی را مناسب بیابند (مکان مناسب و خلوت و دیوار مناسب)، حتی بدون برنامه‌ریزی قبلی هر طرح، متن، تگ، و... را که در ذهن داشته باشند، اجرا می‌کنند. نکته جالب توجه در این پژوهش، حمایت بیش‌تر از پنجاه درصد خانواده‌ها از فرزندان نوجوان و جوان خود در حوزه گرافیتی است. این‌گونه به‌نظر می‌رسد که در میان عمده خانواده‌ها که اغلب سطح فرهنگی مشابه دارند، اگر محدودیت‌های قانونی و برخوردهای پلیسی وجود نداشت، مشکلی با فعالیت فرزندان خود در دیوارنگاری نداشتند و چه به‌لحاظ تأمین هزینه‌های گرافیتی مثل خرید اسپری، کاغذ، هزینه‌های شابلون، و... چه به‌لحاظ معنوی تاجایی که برایشان مقدور بوده است، از دیوارنگار غیررسمی حمایت می‌کردند. هم‌چنین، بیش از ۵۰ درصد مصاحبه‌شوندگان تمایل دارند تا با نهادهای هنری از جمله گالری‌ها همکاری کنند و از این راه درآمد و نیز سرمایه اجتماعی کسب کنند 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. گفتنی است که عمده دیوارنگاران غیررسمی را می‌توان متعلق به طبقه متوسط شهری دانست.



۲.۴ یافته‌های تحلیلی

۱.۲.۴ خودبیان‌گری

خودبیان‌گری یا ابراز خود الزاماً امری استثنایی و مختص به هنرمندان نیست، بلکه یکی از احتیاجات روانی افراد است. هر فردی در هر وضع و مرحله‌ای می‌خواهد براساس فهم و تجربیات خود از فرصت‌ها استفاده و نظرش را ابراز کند و خود را نشان دهد (شریعتمداری ۱۳۸۳: ۲۵۶). این موقعیت و نشان‌دادن ممکن است در رشته‌ها و موقعیت‌های مختلف و متنوع باشد و هر فرد ابزار مناسب با آن را خود انتخاب می‌کند. به‌نظر می‌رسد طیف شایان‌توجهی از دیوارنگاران غیررسمی علل‌گرایش خود و هم‌چنین، ادامه فعالیت دیوارنگاری غیررسمی را امری بسیار شخصی می‌دانند و لذا بیش از آن‌که بر وجه اعتراض‌آمیز یا منعکس‌کننده وضعیت اجتماعی متمرکز باشند، تلاش می‌کنند تا با حضور در کانال‌ها و فضاهای راکد، صرفاً علایق و همین‌طور طرح‌های شخصی‌شان را دنبال کنند و بی‌توجه به این‌که مخاطبی در آن فضا تردد می‌کند یا خیر، کارشان را به‌تمام برسانند. هرچند برخی این‌گونه در خیابان‌های شهر امضاهایی از خود برجای می‌گذارند، اما عمده تمرکزشان بر فضاهای حاشیه است و اگر تصاویر آن را در فضای مجازی منتشر نکنند، به‌زحمت می‌توان از وجود چنین آثاری مطلع شد. به‌دلیل پررنگ‌بودن دغدغه‌های شخصی و عواطف بیان‌شده حین اجرای کار، می‌توان این‌گونه را ذیل خودبیان‌گری قرار

داد که حتی به حضور در فضاهاى پرفت و آمد شهری و هم‌چنین، گزینش موضوعات سیاسى- اجتماعى تمایلی ندارد. مفاهیم مدنظر در خودبیان‌گری شامل احساس ترس، احساس رهایی، و کسب شهرت است.

۱.۱.۲.۴ احساس ترس

بخش وسیعی از مصاحبه‌شونده‌ها در زمان ورود به حوزه گرافیتی حدود چهارده تا بیست‌ساله بودند. زمانی که سؤال می‌شود «چطوری کارتون را در اون ارتفاع انجام دادی؟»، پاسخ می‌داد: «آدرنالین دیگه» (مرد، ۲۷ساله، دانشجوی گرافیک) یا «اولین باری که کار زدم، توی محله خودمون زدیم 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، ۲۳سال، دانشجوی معماری). به‌نظر می‌رسد با پایان نوجوانی کارها به‌لحاظ متن، تصویر، زمان، محل اجرا، و بسیاری مسائل دیگر حساب‌شده‌تر و محتاطانه‌تر شده، هیجانانگیز دوران نوجوانی فروکش کرده، و این موضوع با مقایسه کارها کاملاً ملموس است.



تصویر ۱.

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

من کلی برای کار زحمت می‌کشم، هزینه می‌کنم، ایده‌هامو ساخته و پرداخته می‌کنم، اسپری می‌خرم، وقت می‌ذارم، و...، اما زمانی که میام رو دیوار برم کار رو، این ترسه از کیفیت کارم کم می‌کنه. حوصله درگیری با پلیس و رفتن به کلانتری رو ندارم. دوست دارم سریع، حتی با ترس هم که شده، کار رو بزوم 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، سویی دیگر آن احساس رضایت پس از تخلیه و اجرای کار، یعنی احساس آرامش، است. اغلب هنرمندان پس از پایان فعالیت‌های هنری، شعر، موسیقی، نقاشی، و... حسی مشابه را پس از خلق و اتمام اجرای اثر خود تجربه می‌کنند. نوعی تخلیه حسی، ذهنی، و در نتیجه نوعی احساس فراغت و آرامش پس از فعالیت مستمر ذهن برای تولید اثری حاصل می‌شود که از جهان‌بینی هنرمند ناشی شده است. دیوارنگاران غیررسمی اظهار داشتند که مشابه این حس را پس از اجرای 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؛ لذت‌بخشه برام» (آشکار، ۱۸ ساله). یا از دیگر دیوارنگاران که عنوان کرده است:

خیلی لذت می‌برم از این که برم یه 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 لذت‌بخش بود؛ شاید هم بشه بهش گفت «احساس آرامش» (الف).

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 و این مسئله اهمیت بازی‌های دیجیتالی را مجدداً یادآور می‌شود.

بین من خودم رشته‌ام نقاشیه. عکاسی می‌کردم. نقاشی هم زیاد می‌کنم. یه سری هم دوست داشتم که نقاشی می‌کردند، ولی روی دیوار. فکر می‌کنم همه هم‌سن‌وسال‌های من به یه شکلی با نقاشی در ارتباط‌اند؛ البته این رو هم بگم که بازی گتینگ‌آپ (*Getting Up*) هم بی‌تأثیر نبوده. از بیش‌تر آدم‌های این حوزه هم پرسید، بازی کردنش. اگر دست‌به‌قلم باشی، این بازی رو هم بکنی، می‌ای 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، ۲۰ساله).

آن‌گونه‌که مشاهدات و مصاحبه‌ها نیز نشان می‌دهند، بیش‌تر دیوارنگاران غیررسمی پس از خلق اثر احساس آرامش می‌کنند و این موضوع برایشان حائز اهمیت است.

گرافیتی کاریه که تو می‌تونی خودت رو تخلیه کنی. آزادی که هرچیزی رو می‌خوای بگی، هرطرحی می‌خوای بکشی. از شرایط جامعه گرفته تا چاله‌چوله‌های شخصیتی خودمون. هرچیزی که اذیتت کنه می‌شه سوژه کارت. من هم از طرف خانواده‌ام و هم از طرف جامعه واقعاً سرکوب شدم و نتونستم نظریه‌ای که داشتم رو بگم، اما با گرافیتی می‌شه و تخلیه‌ام می‌کنه (دادخواه، ۲۳ساله، دانشجوی رشته نقاشی).

۳.۱.۲.۴ کسب شهرت

کسب «شهرت» در جامعه بین نوجوانان و جوانان حوزه دیوارنگاری غیررسمی یکی از عوامل گرایش به آن بوده است. در مصاحبه‌های انجام‌شده، بیش‌تر دیوارنگاران نام یا لقب خود را با فونت‌ها و شکل‌های مختلف امضا (تگ) بر دیوارها مستقلاً یا در پایان طرح‌هایشان می‌نویسند. هدف از این کار را «نشانه‌گذاری» بیان کرده‌اند:

نوشتن اسم توی گرافیتی از گذشته بوده و تا حالا ادامه پیدا کرده که تو باید اعلام حضور کنی در جاهای مختلف شهر و اون‌جاهایی که هستی، برای همه یه علامت سؤال بذاری که اینا کی هستند که همه‌جا هستند، اما تو به‌هرحال گم‌نامی و کسی نمی‌شناسدت (وُرْم‌برین، دانشجوی گرافیک).

برخی نیز هدف از ترجیح دیوارنگاری را بر رسانه‌هایی چون نقاشی این اعلام کرده‌اند که طیف مخاطبانش وسیع‌تر و در نتیجه امکان کسب شهرت نیز بیش‌تر است. از جمله «گرافیتی از نقاشی خیلی بهتره، چون آدمای بیش‌تری می‌بینند و این طوری شناخته‌تر می‌شی و معروف می‌شی؛ یعنی «مشهور» می‌شی» (ران، زن، دانشجوی تئاتر). البته امضا گذاشتن در فضاها به‌معنای دیگر، جدا از تمایل به کسب شهرت، ممکن است تعیین محدوده و قلمرو کاری نیز باشد و از سویی، تکثیر آن در نقاط مختلف نشان‌دهنده پرکاربودن دیوارنگار است:

تگ می‌زنی که بگی من خفنم دیگه، تگ می‌زنی که بگی من هم هستم، مثلاً... قدرت دست منه... هم به رفیق‌های خودمون، هم به کسانی که از اون‌جا رد می‌شن و می‌بینن. شاید یه وقتایی چه می‌دونم یه ماشین دیپلمات هم از اون‌جا رد بشه، کار رو ببینه یا خیلی وقت‌ها شده توی فیلم‌های سینمایی یا توی پروژه‌هایی که صداوسیما می‌گیره، مثلاً پشتش یه تگی هست؛ این یعنی که ما هم هستیم. خیلی وقت‌ها خب ماها نیستیم دیگه، ولی هرازگاهی دیده می‌شیم با این تگ‌ها (مستر کیلومیناتی، دانشجوی گرافیک).

یا «امضا می‌زنم که بگم من این‌جا بودم، امضا می‌زنم اسمم باشه و این‌که محدوده کاریم رو مشخص کنم. مردم من رو نمی‌شناسن، اما اسمم رو می‌شناسن» (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، به‌ویژه گالری‌ها و نهادهای خصوصی هنر، سرمایه اجتماعی و مادی را برای خود فراهم کنند و شهرت به‌دست‌آمده نیز پشتوانه‌ای مناسب برای دستیابی به این هدف است. برخی از دیوارنگاران غیررسمی انگیزه خود از گرایش به گرافیتی را توانایی این هنر برای بیان احساسات درونی‌شان دانسته‌اند، به طوری که محتوای حدود ۵۰ درصد از آثار گرافیتی از غم و شادی، امید و ناامیدی، عشق، و... نشئت گرفته که مرتبط با احساسات درونی دیوارنگاران غیررسمی است. آن‌ها احساسات و حالات درونی‌شان را با استفاده از عناصر مختلف مثل رنگ، خطوط مختلف، و... در طرح‌هایشان پیاده می‌کنند.



تصویر ۲.

۲.۲.۴ حق بر شهر

مفهوم حق بر شهر دلالت بر گونه‌دوم 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 تا در برابر نظم موجود حاکمیت شهری مقاومت کنند و در برخی اوقات نیز هم‌گام با موضوعات اجتماعی از طریق رسانه‌ای که برگزیده‌اند، کنش مشخص و هدف‌مندی داشته باشند تا در عین حال، مخاطبان را نیز تحت تأثیر قرار دهند، چراکه مخاطب اهمیت ویژه‌ای می‌یابد. از آن‌جاکه در برخی نمونه‌ها لزوماً محتوای آثار بار معنایی سیاسی-اجتماعی ندارد و در بهترین حالت صرفاً جنبه‌زیبایی‌شناسی مدنظر است و فضا را پیش از پاک‌سازی شهرداری‌ها برای زمانی محدود تسخیر می‌کند، نمی‌توان متقن از آن به اعتراض عمیقاً جهت‌یافته یا مقاومت یاد کرد. بنابراین، به‌اعتبار ایجاد اختلال در نظم برگرفته از حاکمیت شهری بتوان آن را نوعی احقاق حق بر شهر پنداشت؛ حقی که به‌زعم لوفور نوعی فریاد و درخواست است؛ فریاد به‌دلیل آن‌که واکنشی به درد وجودی بحران غم‌بار زندگی روزمره است (هاروی ۱۳۹۵: ۱۱) یا به‌زعم هاروی حق بر شهر حق تغییر و دگرگون‌ساختن شهر بر مبنای تمایل قلبی مان است و علاوه بر این، حقی جمعی است و نه حق فردی (همان: ۲۸). البته لزوماً نباید این‌گونه پنداشت که مطالبه حق بر شهر امری منفی و تخریب‌گر است، هرچند با نظم پیش‌بینی‌شده از سوی حاکمیت شهری مغایر است، اما طبیعتاً این‌گونه 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 ندارد و به این اعتبار می‌توان آن را نه امری مغایر با نظم، بلکه مثبت قلمداد کرد.

۳.۲.۴ مقاومت

نظریات متکثری درباره مفهوم مقاومت وجود دارد که هرکدام بنابر تنوع رویکرد حائز اهمیت‌اند. از این‌رو، به‌نظر می‌رسد ایده مقاومت در زندگی روزمره میشل دوسرتو مقصود نظر ما باشد. وی معنای مقاومت در زندگی روزمره را با تأکید بر دو اصطلاح «تاکتیک» یا شگرد و «استراتژی» یا راه‌کار توضیح می‌دهد. شگرد در نظر وی بازی در زمینی است که به‌واسطه قواعد قدرتی بیگانه تحمیل شده است. البته این فرصت هم وجود دارد که شگردی موقعیت خودش را بنا کند (کاظمی، به‌نقل از دوسرتو ۱۳۹۲: ۳۶). به‌عقیده دوسرتو اغلب کردارهای زندگی روزمره نظیر صحبت‌کردن، خواندن، خرید، آشپزی، و... خصیلتی

تاکتیکی دارند (رضایی، به نقل از دوسرتو ۱۳۸۶: ۱۴۶). مفاهیم مقوله مقاومت شامل اعتراض و حس تعلق‌نداشتن 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 بگوییم که به وضعیت موجود معترضیم و با خلق اثر با استفاده از کلمات و تصاویری که عرف و قانون نمی‌پسندد، به هدف خود می‌رسیم». معمولاً در اغلب دیوارنگاران غیررسمی، که از سبک استنسیل استفاده می‌کنند، این رویکرد دیده می‌شود. از آن‌جاکه اجرای استنسیل زمان زیادی نمی‌برد، بنابراین احتمال برخوردشان با نیروهای انتظامی نیز کم‌تر است. در این شیوه، برای اجرای طرح بر روی دیوار به مهارت در طراحی نیازی نیست. به این منظور، از قبل شابلون مدنظر را تهیه می‌کنند و سپس در خیابان به مدت چند دقیقه (و بسته به آن، حتی گاهی کم‌تر از یک دقیقه) با استفاده از اسپری بر روی دیوار اجرا می‌کنند. بعضی از دیوارنگاران غیررسمی نیز برای تأیید اعتراضی بودن گرافیتی، این شیوه را ابزار و رسانه‌ای برای اعتراض در دست عموم مردم می‌دانند:

گرافیتی تجاری و تبلیغاتی نیست و یکی از جبهه‌بندی‌هاش اینه که با بیلوردها و تبلیغ‌ها مقابله کنه. اصلاً کی تعیین می‌کنه خب چی برای شهر قشنگ هست، چه چیزی نیست. به هر حال، جلوی هم‌چین چیزی ماهاییم که کارمون زیرزمینه و این مسیر رو همین‌طور که هست ادامه می‌دیم. مسئله اعتراض‌کردنه (نهفته).

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

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 نحوه کنترلشون و خیلی چیزای دیگه مشکل دارم و همه ماها مشکل داریم و اصلاً همه ماها مشکل داریم. برای همین خودمون اومدیم که رسانه خودمون رو اجرا کنیم دیگه و این‌که بابا آدم توی این شهر

مداوماً حس طردشدگی می‌کنه. 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 نکته‌دارای اهمیت برای آن‌ها توانایی گرافیتی برای انتقال مفاهیم و دغدغه‌های فردی‌شان به مخاطبان است. به‌نحوی آن‌ها تلاش می‌کنند تا مخاطبان را نیز با خود هم‌سو کنند. این امکان خود انگیزه‌ای است که به فعالیت 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 به‌نحوی تعیین می‌کند که شهر را آن‌گونه‌ای تغییر دهند که مطلوبشان است و ازسویی، چیزی را بگویند که امکان گفته‌شدنش وجود ندارد و به‌نوعی آن را می‌توان صداهای محذوف دانست. حدود ۴۰ درصد محتوای کارها اجتماعی با موضوعاتی نظیر عدالت، مشاغل، حوادث روز، حفظ محیط‌زیست، کودکان، و چیزهایی از این دست است.



تصویر ۳.

۴.۲.۴ هم‌دلی اجتماعی

هم‌دلی را می‌توان حس کردن با دیگران و به‌معنایی فقدان مرز فهم متقابل میان انسان‌ها دانست. هم‌دلی کردن با کسی به‌معنای احساس او را درک کردن است؛ فرایندی که حکایت از حس مشترک و رابطه عمیق انسان‌ها با یک‌دیگر دارد و این لازمه رابطه‌ای سالم با انسان‌هاست (ساروخانی ۱۳۷۵: ۹).

مفاهیم مدنظر در مقوله هم‌دلی اجتماعی شامل تعامل با جامعه و 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 همانند اغلب هنرهای دیگر می‌دانند که هدفش صرفاً خلق زیبایی است، نه وسیله‌ای برای اعتراض، با این تفاوت که بستر ارائه 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. هرکسی ابزاری را جهت برقراری ارتباط با دیگران انتخاب می‌کند؛ یکی موسیقی، یکی فیلم، یکی تئاتر، و ما گرافیتی را انتخاب کرده‌ایم (مرد، ۲۲ساله، دانشجوی نقاشی).

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

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

من به دو دلیل انتخاب کردم که لقبم بَم باشد. موقعی که زلزله بَم 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 نمونه‌ها، طرح‌های دیوارنگاران غیررسمی با اتفاقات روز جامعه مرتبط است. آن‌ها نظرها و انتقادات خود را در قالب گرافیتی، در ابعاد مختلف، شگردهای 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 درمورد یک رُفت‌گر به مردم شهرم می‌گم که این قشر زحمت‌کش جزئی از جامعه هستن و قابل احترامن 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 علاقه‌مندتر می‌شم (مرد، ۲۳ساله، دانشجوی رشته 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. درحقیقت به‌طور طبیعی خط مرزی بین اجتماع و خودم، یعنی بیرون و درون، نمی‌ذارم 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 کنند، بلکه با ایجاد تغییرات یا افزودن معنایی افزون‌بر معنای اولیه، سبب واکنش و ایجاد تأمل در عموم مخاطبانشان شوند:

من دنبال سوژه‌های اجتماعی می‌گشتم و یک‌سری تایپ‌های اجتماعی رو 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 شن. نمی‌خواستم درگیر من بشن، می‌خواستم درگیر خودشون و عواطف و احساساتشون بشن که توی اجتماع دارن چی کار می‌کنند (وژم‌برین، 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 استریت‌آرتیست هستم و ۵۰ درصد کارم هم به ارتباط با مخاطبم از طریق همین موضوعات اجتماعی برمی‌گرده (الف).

یا «آخریش که همین ۱۷۵ نفری بوده که دست‌بسته پیداشون کردند؛ همون غواص‌ها. 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: «به‌نظرم 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 رو آدم‌ها بتونند باهانش ارتباط برقرار کنند» (kazz (کاظ)، ۱۳۷۳) یا: «من به‌طورکل تمایل دارم اگر هنری دارم، اون رو در سطح شهر ارائه کنم. هدف من مردم هستن؛ همه مردم نه قشر خاصی» (عمق، دانشجوی نقاشی).



تصویر ۴.

۵. نتیجه‌گیری

این پژوهش به مدت پنج سال (از سال ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷) با ۳۱ نفر از دیوارنگاران غیررسمی در شهرهای تهران، تبریز، اصفهان، شیراز، و مشهد انجام شده است. با به‌کارگیری روش تحقیق کیفی زمینه‌ای سعی بر آن بود تا به پرسش اصلی که چرایی گرایش دیوارنگاران غیررسمی به این پدیده است، ضمن تبیین گونه‌شناسانه دیوارنگاران پاسخ دهد. گرایش به گرافیتی یا دیوارنگاری غیررسمی عموماً میان نوجوانان و جوانان شایع است. اینان در میانه این فعالیت به دو گونه متمایز تفکیک می‌شوند. برخی تلاش می‌کنند تا خشونت برگرفته از تجربه زیسته روزمره خود را، که امری کاملاً شخصی است، بازنمایی کنند، بی‌آن‌که توجهی به مخاطبان یا حتی فضا داشته باشند. ممکن است حتی این فضاها کاملاً شخصی و حتی کاملاً دورافتاده از شهر و بدون ره‌گذری برای جلب‌توجه باشد. البته باید توجه داشت که به‌صورت کلی اقتضائات سنی آن‌ها و ازسویی تمایل به فعالیت‌های هیجان‌انگیز آن‌ها را ترغیب می‌کند تا به دیوارنگاری غیررسمی گرایش پیدا کنند، اما هم‌نشینی ترس و حس‌رهایی تجربه این فعالیت را برای آن‌ها بیش از هرچیز لذت‌بخش می‌کند. ازسوی دیگر، خرده‌فرهنگ هیپ‌هاپ در ایران مخاطبان بسیاری میان نوجوانان و جوانان یافته و آن‌ها را سوق می‌دهد تا شاخه‌های مختلف از این خرده‌فرهنگ را دنبال کنند. گرافیتی یا دیوارنگاری غیررسمی نیز به‌زعم بسیاری از فعالان این حوزه ریشه در خرده‌فرهنگ هیپ‌هاپ دارد. لذا می‌تواند از این طریق خود را در این خرده‌فرهنگ تعریف کنند. اگر به مؤلفه‌های تعریف‌شونده این خرده‌فرهنگ توجه کنید، آن‌چه تولید می‌کند

محتوای عموماً پرخاش‌گرانه و معترض است. بسیاری از دیوارنگاران می‌توانند با داشتن حس تعلق به این خرده‌فرهنگ هویت خود را تعریف کنند و آن را خانواده خود ببینند. گفتنی است که عمده دیوارنگاران غیررسمی متعلق به طبقه متوسط و متوسط‌به‌بالا هستند. از آن‌جا که لزوماً آشنایی و شروع دلیلی بر ادامه‌دادن آن مسیر و فعالیت نیست، دیوارنگاری غیررسمی نیز از این امر مستثنا نیست و دیوارنگاران سعی می‌کنند تا بدین وسیله عقاید و نظرهای خود را از طریق طرح‌ها و اجراهایشان در فضاهای عمومی به‌نمایش بگذارند و مخاطبان خود را برای دیدن و تأمل کردن خطاب قرار دهند. به‌نظر می‌رسد این طیف نه به دلایل شخصی و صرف تخلیه‌خسونت در زندگی روزمره، بلکه به‌مثابه احقاق حق بر شهر این رسانه را انتخاب می‌کنند. البته نباید فراموش کرد حمایت بیش از ۵۰ درصد خانواده‌های دیوارنگاران غیررسمی، اعم از مادی و معنوی، در ادامه مسیر هر دو گونه را یاری می‌دهد. دیوارنگاران غیررسمی گونه دوم صرفاً درصدد دست‌وپاکردن شهرت نیستند و مقاومت خود را در اشکال مختلفی هم‌چون تخریب یا طراحی روی بیلبوردهای شهری و... نشان می‌دهند و می‌کوشند از طریق ایجاد اختلال در فضای سرمایه‌دارانه 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 نهاد یا سازمان‌های مربوط. ضمن این‌که آن‌ها جدای از آن‌که با انگیزه ایجاد تغییر در شهر مقاومت خود را پیش می‌برند، سعی می‌کنند تا با جامعه‌ای که در آن زیست می‌کنند ارتباط داشته باشند. آن‌ها می‌کوشند تا با انتخاب موضوعات اجتماعی و سیاسی و از طریق حضور در فضاهای پررفت‌وآمد شهری، به‌نحوی با جامعه خود در تعامل باشند و نگذارند این پیوند قطع شود.

اکنون به‌نظر می‌رسد به‌دلیل پیشی‌گرفتن اهمیت فضای مجازی بر فضای واقعی، استمرار این پیوند با موانع جدی روبه‌رو خواهد بود. چه‌بسا پرسش‌هایی هم‌چون آیا رسانه دیوارنگاری غیررسمی دچار تغییرات بنیادین خواهد شد؟ آیا امکان ظهور گونه‌ای دیگر را می‌توان متصور بود؟ و بررسی و تحلیل تغییرات در حوزه دیوانگاری غیررسمی موضوعی باشد که بتواند در پژوهش‌های آتی طرح شود.

کتاب‌نامه

استراوس، آنسلم و جولیت کوربین (۱۳۹۳)، *اصول روش تحقیق کیفی*، ترجمه بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

هنر و خیابان: گونه‌شناسی دلایل ... (ناهد مؤید حکمت و دیگران) ۱۳۹

بزرگ‌زاده شهدادی، نفیسه و امرالله فرهادی آردکیان (۱۳۵۸)، «دیوارنوشته‌های انقلاب»، مجله نامه نور، ش ۶ و ۷.

بکولا، ساندر و (۱۳۸۷)، هنر مدرنیسم، ترجمه رویین پاکباز، تهران: فرهنگ معاصر.
بودون، ریمون و فرانسوا بوریکو (۱۳۸۵)، فرهنگ جامعه‌شناسی انتقادی، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: فرهنگ معاصر

رشاد، کارن (۱۳۹۷)، گرافیتی چیست؟، آلمان: کلاه استودیو.
طاهری کیا، محمد و محمد رضایی (۱۳۹۲)، «گرافیتی ایرانی: مقاومت و خودبیان‌گری از طریق دیوارهای شهری، مجله جامعه‌شناسی ایران، ش ۱.

فراستخواه، مقصود (۱۳۹۵)، روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر «گراند تئوری»، تهران: آگاه.

کاظمی، عباس (۱۳۹۲)، پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی، تهران: فرهنگ جاوید.
کوثری، مسعود (۱۳۹۰)، گرافیتی، رویکردی انتقادی، تهران: دریچه نو.

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۶۹)، «بررسی دیوارنوشته‌های انقلاب»، فصل‌نامه علمی ترویجی رسانه، س ۱، ش ۴.

محمدپور، احمد (۱۳۹۲)، روش تحقیق کیفی، ضد روش، تهران: جامعه‌شناسان.
محمدی، بیوک (۱۳۹۳)، درآمدی بر روش تحقیق کیفی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

نورونی، ستاره (۱۳۹۳)، تأثیر اجتماعی نقاشی‌های دیواری در فضاهای شهری، تهران: میردشتی.
هابز، توماس (۱۳۸۷)، لویاتان، ترجمه حسین بشیریه، تهران: نی.

هاروی، دیوید (۱۳۹۵)، از حق به شهر تا شهرهای شورشی، ترجمه خسرو کلاتری و پرویز صداقت، تهران: آگاه.

