



Analyzing the Function of Urban Signs in Representing National Identity Case Study: Mural of District 6 of Tehran

ARTICLE INFO

Article Type

Systematic Review

Authors

Ahmadipour, Z., PhD*
Seifi Farzad, H. PhD
Shoaibi, M., PhD
Ganjipour, A., PhD

^{1, 2 & 3} Geography Department,
Department of Political
Geography, Faculty of
Humanities, Tarbiat Modares
University, Tehran, Iran

⁴ PhD student in Geography
and Urban Planning, Shahid
Beheshti University of Tehran

Correspondence*

Address: Geography
Department,
Department of Political
Geography, Faculty of
Humanities, Tarbiat Modares
University, Tehran, Iran
Email:
ahmadyz@modares.ac.ir

Article History

Received: 27 December 2020

Accepted: 17 February 2021

ABSTRACT

Urban space is combination of two parts including form and meaning. The signs in the urban space together with its codes form the part of urban space meaning. Signs are the part of the visual media which are presented for the citizens, So the citizens discover code's meaning by decoding of internal concept and are influenced by it. The question is that the signs which are presented to citizens as a visual media what relations they have with national identity elements? Urban signs can have meanings of national identity elements into their codes. It is notable that prominence of some elements and factors rather than others has role in formation, reinforcement and representation of national identity. Therefore in this research an attempt has been made to evaluation of relations between the signs meaning in urban space and elements of national identity factors in the 6th, mural district of Tehran as a case study by using of qualitative analysis and the basics semiotics. The results of this research in the 6th district of Tehran indicated that urban signs are influenced by national identity factors and they have meanings and concepts of it inside themselves. Also prominences of some national identity features rather than other features lead to formation of national identity and also play the important role in reinforcement and representation of national identity by repeating the meanings influenced by national identity.

Keywords: National Identity, Urban Space, sign, mural.

تحلیل کارکرد نشانه‌های شهری در بازنمایی هویت ملی (مطالعه موردی: نقاشی دیواری‌های منطقه ۶ تهران)

زهرا احمدی پور* Ph.D.

استاد جغرافیای سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس تهران

هادی سیفی فرزاد Ph.D.

دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس تهران

مجتبی شعبی Ph.D. Student

دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس تهران

علی گنجی پور Ph.D. Student

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران

چکیده

در شکل‌گیری هویت ملی رسانه‌ها نقش مهمی دارند. نشانه‌ها درون فضاهای شهری با رمزگانی که درون خود دارند قسمتی از محتوای فضای شهری را تشکیل می‌دهند؛ نشانه‌ها جزء رسانه‌های تصویری هستند که بر مخاطب عرضه می‌شوند و مخاطب با رمزگشایی محتوای درون آن به معنای آن دست می‌یابد و از آن متأثر می‌شود. نشانه‌های شهری مورد نقاشی‌های دیواری، با مولفه‌ها و عناصر هویت ملی چه ارتباطی می‌توانند داشته باشند؟ نشانه‌های شهری می‌توانند با داشتن معناها و محتوایی از مولفه‌ها و عناصر هویت ملی در رمزگان خود و برجستگی برخی از مولفه‌ها و عناصر بر دیگری، در ایجاد، تقویت و بازنمایی هویت ملی نقش داشته باشند. به همین منظور در این پژوهش با روش توصیفی و تحلیلی و با بررسی‌های میدانی و کتابخانه‌ای، با استفاده از مبانی نشانه‌شناسی سعی شده‌است از طریق تحلیل کیفی به بررسی ارتباط بین معنای نشانه‌ها در فضاهای شهری منطقه ۶ تهران و عناصر و مولفه‌های هویت ملی پرداخته شود. نتیجه این پژوهش بیان داشت که نشانه‌ها، متأثر از مولفه‌ها و عناصر هویت ملی، معناها و محتوایی در این راستا در درون خود دارند. همچنین با برجسته‌سازی ویژگی‌هایی از هویت ملی نسبت به عناصر دیگر به صورت جهت‌دار به ایجاد هویت ملی می‌پردازد و با تکرار معناها و متأثر از هویت ملی نقش بارزی در تقویت و بازنمایی هویت ملی دارد.

واژگان کلیدی: هویت ملی، فضای شهری، نشانه‌های شهری، نقاشی دیواری

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۹

نویسنده مسئول: ahmadyz@modares.ac.ir

مقدمه

"هویت" به معنی چه کسی بودن است؛ بدین صورت که یک فرد یا یک گروه انسانی خود را چگونه می‌شناسد و می‌خواهد چگونه بشناساند و یا چگونه شناخته شود. هویت پاسخی به نیاز طبیعی در انسان برای شناساندن خود به یک سلسله عناصر و پدیده‌های فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی است [۱]. از هویت در برابر دیگری درکی بوجود می‌آید که "خود" و "من، در برابر "دیگری" جای می‌گیرد [۲]. بنابراین هویت مجموعه‌ای از شاخص‌ها و علائم در حوزه مولفه‌های مادی، زیستی، فرهنگی و روانی است که موجب شناسایی فرد از فرد، گروه از گروه یا اهلیتی از اهلیت دیگر و فرهنگی از فرهنگ دیگر می‌شود [۳]. هویت ملی نوعی هویت جمعی در سطح ملت می‌باشد و مفهوم اساسی در هویت ملی همین "احساس تعلق" به یک ملت می‌باشد، زیرا مردم همواره می‌خواهند بخشی از ملت خودشان باشند و بدان وسیله شناسایی شوند [۴]. در جغرافیای سیاسی بحث درباره مفهوم و ماهیت شاخص‌های تشکیل دهنده ملت یکی از بحث‌های اساسی می‌باشد. از سویی مفهوم ملت در دوره‌های تاریخی مختلف با توجه به شرایط زمانی تعاریف مختلفی را به خود گرفته و از سوی دیگر تحولات تاریخی، از تعریف در مفهوم و ماهیت شاخص‌های تشکیل دهنده ملت را اجتناب ناپذیر کرده است [۵]. مفهوم هویت ملی زاده‌ی عصر جدید می‌باشد که ابتدا در اروپا سر برآورد و آنگاه از اواخر سده‌ی نوزدهم به خاور زمین و سرزمین‌های دیگر راه یافت [۶]. بنابراین اصطلاح هویت ملی اصطلاحی نسبتاً متأخر است. هویت ملی یکی از مهم‌ترین اشکال هویت بوده و در تعریف جوامع و ایجاد مرز بین آنها و دیگران نقش اساسی دارد [۷]. طنین آواها، نشانه‌های تصویری و صوتی و به همین شکل افکار و ایده‌های گوناگون نمی‌تواند به یک آوای مرکزی و چه بسا به یک ایدئولوژی مسلط فرو کاسته شود و اصلاً چنین خواستی دیگر مشروعیت و خاصیت خود را از دست داده است [۸]. چنان‌که مک لوهان گفته است، مطبوعات در حکم شکل تأثیر گذار رسانه‌ها سازنده ناسیونالیسم و هویت ملی می‌باشد [۹]. رسانه‌ها با بازنمایی‌هایی که ارائه می‌دهند نقش مهمی در هدایت افکار عمومی و شکل‌دهی به باورها و روندهای سیاسی دارند. رسانه‌های جدی و خبری که هر کدام به یکی از گفتمان‌ها، نهادها، قدرت‌ها و گروه‌های اجتماعی گوناگونی گرایش دارند با گزارش و بازنمایی‌های خود علاوه بر مخاطبان بر روندهای سیاسی و اجتماعی نیز به تأثیرگذاری می‌پردازند [۱۰]. جان فیسک رسانه‌ها را به سه گروه یا دسته تقسیم کرده است: نمایشی، تصویری و مکانیک. شهر و نشانه‌های شهری در گروه رسانه‌های تصویری قرار می‌گیرد. "منظر شهری سطح تماس انسان و پدیده شهر است". شهر به مثابه متن از طریق یک واسطه ارتباطی به عنوان

(هویت) را از دیگران برای مخاطب و شهروندان ایجاد می‌کند. با توجه به موضوع پژوهش از دو روش مطالعات اسنادی و روش میدانی استفاده شده‌است. در همین راستا پژوهش توصیفی-تحلیلی است و مولفه‌های هویت ملی از قانون اساسی به عنوان میثاق ملی استخراج شده‌است به این گونه که اقدام به جمع‌آوری اسناد و مدارک مرتبط با موضوع گردیده و در مرحله بعد با تکیه بر داده‌ها و مطالب جمع‌آوری شده به تقسیم‌بندی فضاهای شهری و طبقه‌بندی نشانه‌ها در این فضاها پرداخته شده‌است و نقاشی‌های دیواری منطقه ۶ تهران به عنوان مورد مطالعه بررسی شده‌است و با طبقه‌بندی نشانه‌ها مشاهده میدانی از نشانه‌های شهری و عکس برداری از آن‌ها صورت گرفته است تا با دید و رویکرد نشانه-شناسی به تحلیل رابطه‌ی آن با عناصر و مولفه‌های هویت ملی پرداخته شود.

مبانی نظری پژوهش

• هویت و هویت ملی

هویت مستلزم درک دو معنای متضاد است؛ دو معنایی که در تقابل‌های دوگانه در مقابل هم قرار می‌گیرند ولی در واقع تکمیل‌کننده یک مفهوم به نام هویت هستند [۱۶]. هویت ملی را می‌توان مجموعه‌ی خصایص و ارزش‌های مشترک یک ملت مستقل دانست که افراد ملت نسبت به آنها به یک‌دیگر "احساس تعلق" می‌کنند. هویت ملی باعث تمایز یک ملت از ملت دیگر می‌شود و موجبات معرفی آن ملت را فراهم می‌آورد. با اینکه خصوصیات سرزمینی، نژادی، فرهنگی، دینی و غیره در شکل‌گیری هویت ملی تاثیر دارد [۱۷]. هویت ملی هر ملتی در درجه نخست، زائیده محیط جغرافیایی آن ملت است [۱۸].

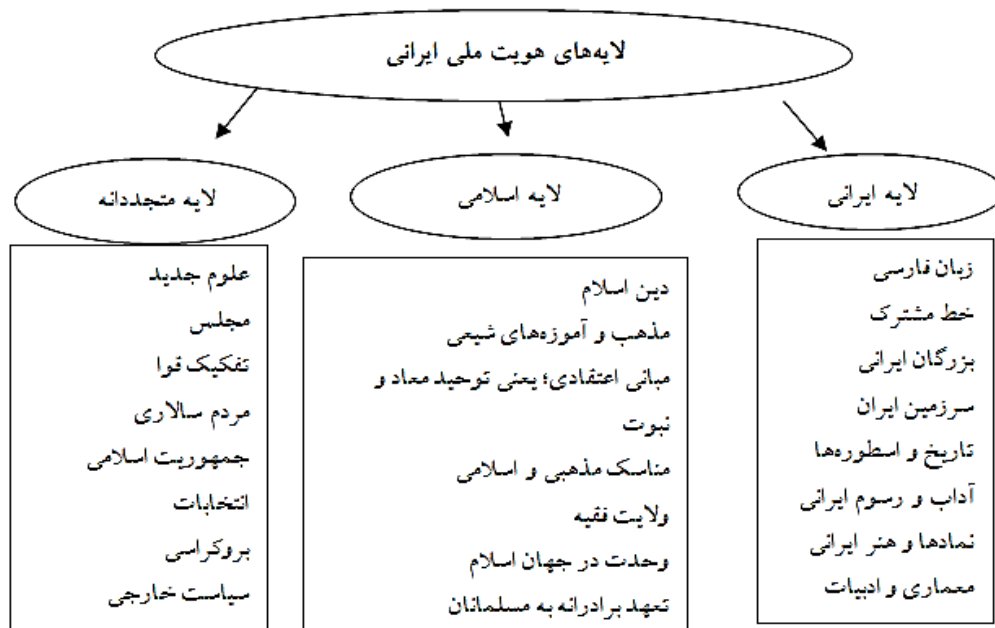
• مولفه‌ها و عناصر هویت ملی ایرانی

ملت به مردمی اطلاق می‌شود که حد معینی از بلوغ سیاسی را کسب کرده و خود را به دلیل وجود عوامل فرهنگی وحدت بخش: زبان، دین، میراث تاریخی و سنت و عامل جغرافیایی سرزمین مشترک به هم وابسته بدانند هرچند در کنار این عوامل عینی، عوامل ذهنی یعنی آگاهی افراد نسبت به این که آنان به یک ملت تعلق داشته و تمایل دارند تا تنها خود بر خود حکومت کنند و نه فردی دیگر، حائز اهمیت فراوانی است [۱۹]. هویت ملی ایرانی به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی از سه حوزه تمدنی ایرانی، اسلامی و غربی تاثیر پذیرفته است، به همین منظور این پژوهش برآن است تا عناصر و مولفه‌های هویت ملی را از قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران که مورد تأیید و رأی اکثریت ایرانیان قرار گرفته است استخراج کند. [۲۰].

رسانه‌ای دائمی و در دسترس همگان، همواره خود را به مخاطب عرضه می‌دارد [۱۱]. نشانه‌های شهری به عنوان برقرار کننده ارتباط رسانه‌ای می‌باشد که با مشخصه‌های غنی از نمادهای معنی‌دار آکنده‌اند [۱۲]. نمادهای شهری از جمله عناصر شهری هستند که بازنمایی‌کننده نیروهای سیاسی-اجتماعی و اقتصادی حاکم بر شهر بوده و به واسطه تغییر این نیروها نیز تغییر می‌کنند [۱۳]. با باور به وجود ساختارهای پنهان و ناآگاه در پس فرآورده‌های فرهنگی و رسانه‌ای آن است که فهم نحوه عملکرد متون رسانه‌ای و فرهنگی، از طریق فهم معانی رمزگذاری شده در نظام‌های نشانه‌ای امکان پذیر است. به این معنا که نشانه‌های آشکار متن، به معانی پنهان و نهفته یا ایدئولوژی‌هایی در متن دلالت دارند که کشف آنها با شیوه نشانه‌شناسی امکان پذیر است. نشانه‌شناسی ضمن بررسی و تحلیل نشانه‌ها در متون رسانه‌ای در قالب گفتار، نوشتار و تصویر و فهم دلالت‌های صریح و ضمنی نشانه‌ها، سعی در کشف روابط و ساختارهای پنهان و نهفته‌ای دارد که نشانه‌ها ظواهر و باز نمود آن به شمار می‌روند [۱۴]. حال نشانه‌های شهری به عنوان رسانه‌های تصویری بر شهروندان عرضه می‌شود و با رمزگشایی توسط آنان پیغام را دریافت می‌کنند. به نظر می‌رسد درون رمزگان نشانه‌های شهری معانی از مولفه‌ها و عناصر هویت ملی وجود دارد که این پژوهش نقاشی‌های دیواری منطقه ۶ تهران را از این جهت مورد بررسی و تحلیل نشانه‌شناسی قرار داده است.

داده‌ها و روش انجام پژوهش

نظریه‌های جدید در جغرافیای سیاسی پست مدرن و ژئوپلیتیک انتقادی همگام با سایر حوزه‌های علوم اجتماعی، با گذار از پوزیتیویسم و بر پایه یکی از سطوح هرمنیوتیک بویژه روش گفتمانی، شیوه جدیدی را برای مطالعه پدیده‌های جغرافیایی و ژئوپلیتیکی عرضه کرده‌اند. از جمله این نظریه‌ها، نظریه ساخت‌گرا و پساساخت‌گرا می‌باشد که در آن هویت‌های جغرافیایی ممکن است در هر عصری بوسیله‌ی ساختار زبانی و یا گفتمان تعیین شوند. به واسطه همین نظریه‌ها احتمالاً موضوعات جغرافیای سیاسی و ژئوپلیتیکی به صورت ضرورت‌های قابل مشاهده تجلی می‌یابند، از نظر پست‌مدرن‌ها در حوزه جغرافیای انسانی و سیاسی نیز نظریه‌ها و تجزیه و تحلیل پدیده‌های جغرافیایی در سایه فراروایت‌ها و گفتمان‌های فکری خاص صورت گرفته و بر پایه‌ی آنها واقعیت سازی شده‌است [۱۵]. این پژوهش به دنبال آن است که نشانه‌های شهری با مورد نقاشی‌های دیواری را به عنوان رسانه‌های تصویری که ارتباط غیر کلامی با شهروندان و مخاطبان برقرار می‌کند، در نظر بگیرد و با طبقه بندی نشانه‌ها در شهر به تحلیل معناهای نهفته در نشانه‌های شهری بپردازد. معنایی که با تجربه شدن و دیده شدن روزمره توسط مخاطبان و شهروندان حس تشخیص و تفاوت‌یابی

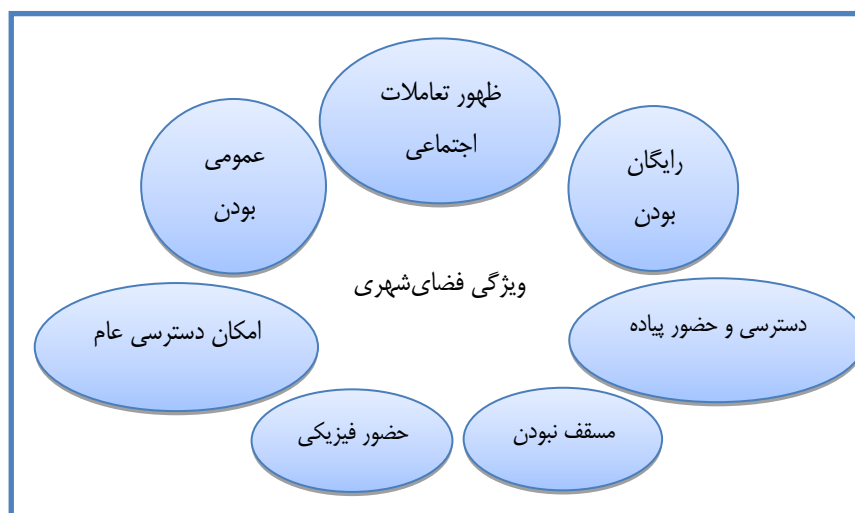


شکل ۱) لایه‌ها و مولفه‌های هویت ملی ایرانی
منبع: رضایی و جوکار [۲۰]

است. به گونه‌ای که فضای جغرافیایی دارای قابلیت و کیفیتی است که در یک وضعیت ملموسی بر انسان تاثیر می‌گذارد، رنگ، عمق، تراکم و استحکام دارد، دارای همنشینی و نمادها است با وجود این که امکاناتی را برای تجربه فراهم می‌کند؛ تجربه را هم محدود می‌کند [۲۳]. تقسیم فضاهای شهری را می‌توان بر اساس نحوه استفاده از آنها در سه دسته تقسیم بندی کرد: ۱. فضاهای عمومی ۲. فضاهای نیمه خصوصی یا نیمه عمومی ۳. فضاهای خصوصی.

• فضاهای شهری

فضا مقوله‌ای بسیار عام است و تمام جهان هستی را پر می‌کند و ما را در تمام طول زندگی احاطه کرده است [۲۱]. و از نظر جغرافیایی قلمرویی است که از ترکیب نظام‌مند ساختارهای مکانی و شبکه‌های ارتباطی مرتبط به وجود آمده است، بنابراین مکان‌ها و فضاها دارای اجزایی هستند که در ارتباط با هم جفت و جور می‌شوند و در چارچوب رابطه نظام‌مند قرار می‌گیرند و قلمرو زندگی و فعالیت انسان‌ها را تشکیل می‌دهند [۲۲]. فضای جغرافیایی عینی و خنثی نیست، بلکه برای مردم بسیار با اهمیت



شکل ۲) ویژگی‌های مطرح فضای شهری
منبع: نقی‌زاده [۲۴]

فضاهای شهری واجد دو بخش اصلی فرم یا صورت و محتوا یا معنی می‌باشد [۲۵]. **الف: فرم یا صورت (Form):** فرم یا صورت، کلیتی است وحدت‌یافته از شاخص‌های کالبدی و غیرکالبدی. جنبه کالبدی فرم شامل رنگ، شکل، جهت، تعادل بصری، ساختار و ... می‌باشد [۲۶]. **ب: معنی یا محتوا (Meaning):** لینچ، معنی را خاصیتی از محیط می‌داند که می‌تواند فرد را به دیگر جنبه‌های زندگی مرتبط سازد [۲۷]. عملکردهای اصلی فضاهای شهری را می‌توان ظهور وحدت جمعی و اجتماعی، انواع اطلاع رسانی، عملکرد هنری و رفع نیازهای انسانی نام برد [۲۴]. احمدی‌پور [۲۸] معتقد است امنیت پایدار شهروندی در فضاهای شهری به عنوان یک مفهوم پیچیده و سیستمی نیازمند توجه به عوامل مختلف و متنوع تاثیرگذار در این مفهوم را دارد که با فضاهای مورد استفاده در شهر در ارتباط بوده و به نوعی شکل دهنده فضاهای شهری نیز می‌باشد.

• نشانه

واژه "Sign" در لغت به معنای نشان، علامت و نماد است؛ واژه "Symbol" هم در لغت به معنای نماد، نشانه، دال، نمودگار، نمون، رمز است [۲۹] و در عرف علمی، کد و سمبل نیز برای آن به کار می‌رود [۳۰]. گذشتگان همواره منابعی غنی از رموزها (نمادها) را در ادبیات خود دربر داشته‌اند و نمادها از ارکان اساطیر کهن است؛ بلکه زبان اسطوره، نماد است [۳۱]. سوسور رابطه میان زبان و جهان خارج را به صورت مثلثی ترسیم می‌کند که دال، مدلول و مصداق سه ضلع آن را شکل می‌دهند [۳۲].

در لغت شناسی نشانه‌ها، نمادها، از نشانه‌هایی از تصویرها یا معناگراها تشکیل شده‌اند که به واسطه معنای مشتق شده از آن به چیزی که دلالت دارد بر می‌گردد [۱۲]. اومبرتو اکو نشانه را چنین توصیف می‌کند: "نشانه، تمامی آن چیزهایی است که بر پایه‌ی قراردادی اجتماعی و از پیش نهاده، چیزی را به جای چیز دیگر معرفی می‌کند" [۳۳]. نشانه استوار است به قراردادی که در غیاب هر چیز موجد تصویری از آن در ذهن ایجاد می‌شود و ارتباط را ممکن می‌سازد. دال همیشه لزوماً یک واژه یا تصویر نیست. وجود دود در آسمان نشانه‌ای از آتشی افروخته است و سنگواره‌ای در دست فرد نشانه‌ای از زندگی پایان یافته‌ی جانوری در گذشته‌ی دور؛ آلونکی در یک حلبی‌آباد تصویری از فقر در ذهن می‌آفریند و تصویری از برج ایفل در فیلمی سینمایی، تصویری از شهر پاریس. دود، سنگواره، آلونک و تصویر برج ایفل هر یک نشانه‌ای هستند؛ رابطه‌ای ویژه با مدلول (یا تصویر ذهنی) ایجاد می‌کنند [۳۴].

با این وجود نشانه‌شناسی علمی است که به مطالعه‌ی نظام‌های نشانه‌ای نظیر زبان‌ها، رمزگان‌ها، نظام‌های علامتی و سایر می‌پردازد [۳۵]. بودریار [۳۶] در همین مورد بیان می‌دارد که: فرهنگ معاصر فرهنگ نشانه‌ها است [۳۷]. باید در نظر داشت که معنا تنها بر ساخته نشانه نیست بلکه از رمزگان نیز بر می‌آید و این رمزگان، ماهیت پنهان متن است که بهترین منزل گاه برای پنهان شدن عناصر قدرت محسوب می‌شود [۳۸].

جدول ۱) انواع نشانه‌ها، قلمروها و گونه‌ها

انواع نشانه‌ها، قلمرو و گونه‌ها		
نوع	قلمرو	گونه‌ها
صوتی	موسیقی	انواع موسیقی
	صداهای غیر موسیقایی	انواع اصوات غیر موسیقایی (طبیعی و غیرطبیعی)
دیداری	تجسمی	آثار حجمی (مجسمه، تندیس و...)
		نقاشی
		گرافیک
		خط
		و...
	فیلم	انواع فیلم
	نوری	نورپردازی‌های لیزر
		تصاویر هولوگرافی
	معماری	انواع معماری

منبع: داور پناه [۳۹]

• رمزگان در نشانه‌شناسی

هر اندیشه‌ای تا زمانی که تبدیل به نشانه نشود بی‌معناست و هر

نشانه تا زمانی که دریافت نشده باشد، فاقد معناست، اما فقط دریافت کافی نیست، برای فهم یک نشانه باید آن را تعبیر و تفسیر کرد [۴۰]. تعبیر و تفسیر نیز بدون حضور متغیرهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی، امری ناممکن است؛ شهر و نشانه‌های شهری از آن‌جا که ماهیتی انسانی دارند، پیوندی ناگسستنی با معیارهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی دارند. به همین منظور مفهوم رمز در نشانه‌شناسی بسیار بنیادی است. رمزگان چارچوبی را به وجود می‌آورد که در آن نشانه‌ها معنا می‌یابند. در واقع نمی‌توان چیزی را که در قلمرو رمزگان نیست نشانه نامید. به علاوه اگر رابطه دال و مدلول را اختیاری فرض کنیم، آنگاه روشن است که تفسیر معانی مرسوم نشانه‌ها، مستلزم آشنایی با مجموعه‌های مناسبی از قراردادهای و هنجارها است. رمزگان، نشانه‌ها را به نظام‌های معنادر تبدیل می‌سازد و بدین

ترتیب باعث ایجاد رابطه میان دال و مدلول می‌گردد. تولید و تفسیر متون به وجود رمزگان یا قراردادهای ارتباطی بستگی دارد. بنابراین معنای نشانه به رمزی که در آن قرار گرفته بستگی دارد. قراردادهای رمزگان نشانگر بعد اجتماعی در نشانه‌شناسی هستند. وقتی نشانه‌شناسان به مطالعه فرآیندهای فرهنگی می‌پردازند یا اشیاء یا کنش‌هایی که برای اعضای گروه‌های فرهنگی معنا دارند به عنوان نشانه برخورد می‌کنند و به دنبال درک نقش‌ها یا قراردادهای تولید معنا در فرهنگ می‌باشند. رمزگان صرفاً با قراردادهای ارتباطی برابر نیستند؛ بلکه عبارت از نظام‌هایی رویه-ای از قراردادهای مناسبی هستند که در قلمروهای خاص خود عمل می‌کنند. نشانه‌شناسان به دنبال درک رمزگان و قواعد ضمنی و محدودیت‌هایی هستند که در فرآیند تولید و تفسیر معنای هر رمز وجود دارد [۴۱].

جدول ۲) رمزگان‌ها

شاخص‌های عملیاتی رمزگان اجتماعی	شاخص‌های عملیاتی رمزگان زیباشناسی	شاخص‌های عملیاتی رمزگان منطقی
ماهیت: فرد توسط نشانه، هویت و تعلق خود را به گروه یا سازمانی مشخص می‌کند، اما در عین حال او هم حامل نشانه است و هم جوهرش آن را نهاده می‌کند. تفوق در دلالت‌های ارتباطی انسان با انسان. نشأت گرفته از تجربه منطقی و احساسی. دامنه کاربرد: برای سازمان‌بندی جامعه و سازمان دلالتی آن به کار می‌روند. انواع رمزگان اجتماعی: نشانه‌های هویت (نشان‌ها و شاخص‌ها) و ارتباطات اجتماعی که بی‌شمارند: آیین‌ها، جشن‌ها، مراسم، میثاق‌ها و ...	ماهیت: غالباً منش شمایی دارند، با آفرینش همراهند (قدرت آفرینندگی بالا)، نشأت گرفته از تجربه احساسی. تفوق در دلالت‌های ارتباطی انسان با محیط و طبیعت. دامنه کاربرد: انتقال چند وجهی معنا، وحدت پیام و ابژه (خود پیام موضوع است). انواع رمزگان زیبایی‌شناسی: هنر (نقاشی، سفالگری، مجسمه‌سازی، ...)، ادبیات و معماری	ماهیت: بر اساس نظامی از اصول بدیهی و عینی طرح‌ریزی شده‌اند. تفوق در دلالت‌های ارتباطی انسان با طبیعت. دامنه کاربرد: هماهنگ کردن کنش‌ها، تنظیم حرکات جمعی در افراد جامعه، انتقال اطلاعات و فرمان‌ها، بازنمایی ساختار عینی یک واقعیت پیچیده. انواع رمزگان منطقی: نظام‌های علامتی، قوانین، برنامه‌های آموزشی

منبع: ماجدی و زرابادی [۴۲]

• نشانه‌های شهری

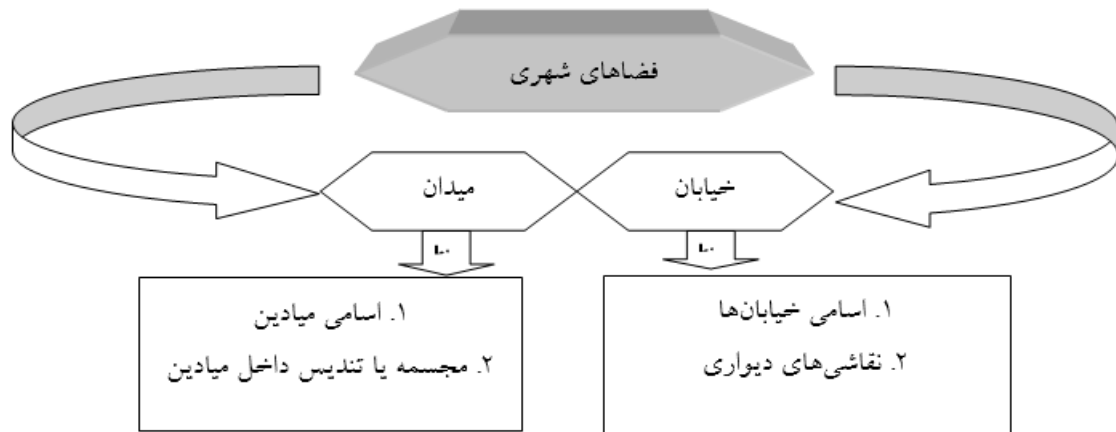
نشانه‌های شهری عناصر و اجزایی از محیط‌هایی هستند که به عنوان نقاط کلیدی در این محیط‌ها موجب به‌یاد ماندن و قابل تشخیص بودن شهرها و قسمت‌های مختلف آن‌ها می‌گردند. این نشانه‌ها در قالب عناصر تک و شاخصی که به طور عمده به صورت طبیعی و یا مصنوعی (ساختمان‌ها، قسمتی از ساختمان‌ها، المان‌های شهری و ...) وجود دارند، وظیفه تسهیل مکان‌یابی و تعیین مسیر برای ساکنین و استفاده‌کنندگان از فضا، هویت‌بخشی و ... را بر عهده دارند. بدین ترتیب این عناصر به عنوان یکی از پنج عامل فیزیکی اصلی تشکیل دهنده سیمای شهر (راه، لبه،

حوزه، گره و نشانه)، نقش عمده‌ای را در تامین خوانایی و تشخیص قسمت‌های مختلف شهر دارند [۴۳]. از آن‌جا که منظر شهری به عنوان بخشی از فضای شهر از موضوعات مورد توجه ژئوپلیتیک است و در قالب ارتباط قدرت و سیاست با نظام نشانه‌ای شهر و نشانه‌ها و نمادها معنا پیدا می‌کند، لذا نظام نشانه‌ای شهر، نشانه‌ها و نمادها، به طور ظریفی از عامل‌های قدرت و سیاست متأثر می‌شوند و بعضاً دارای معانی خاص در جهت اهداف بازیگران غالب شهری می‌گردند [۴۴].

انواع فضاهای شهری و نشانه‌های شهری

توجه به شرایط متفاوت در شهرهای مختلف اظهار نظر قطعی در این خصوص وجود ندارد. ترانسیک در کتاب سه تئوری از فضاهای شهری مهمترین فضاهای شهری را شبکه خیابان‌ها و میداين ذکر می‌کند [۴۵]. به همین منظور در این پژوهش به دلیل تاکید مکرر بر خیابان و میدان‌ها به عنوان فضای شهری، نشانه‌های شهری نقاشی‌دیواری را در خیابان مورد تحلیل قرار داده است.

با توجه به مجموع تعاریف ارائه شده از فضای شهری و بیان سه ویژگی اصلی و عمده برای آن، عمومی بودن فضا، باز بودن آن و برقراری تعاملات اجتماعی در فضا بیان شد. با این وصف دسته‌ای از فضاهای شهر شامل فضاهای سرپوشیده و عرصه‌های باز خصوصی مانند حیاط خانه‌ها، فضاهای بین بلوک ساختمانی و خیابان‌هایی که فقط به عبور سواره اختصاص یافته و فاقد نقش اجتماعی می‌باشند، از انواع فضاهای شهری جدا شده‌اند؛ البته با



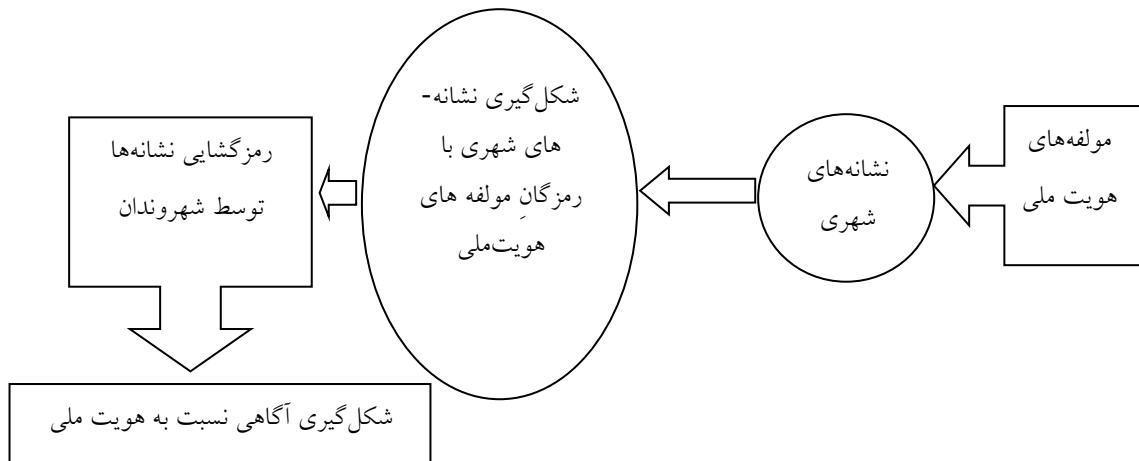
شکل ۳) تقسیم بندی فضاهای شهری و طبقه بندی نشانه‌های شهری

نشانه‌ها و ...) و تقویت هویت ملی از طریق تکرار عرضه‌ی آن بر مخاطب و برجسته سازی مولفه‌ها و عناصری نسبت به مولفه‌ها و عناصر دیگر می‌باشد. همانطور که بیان شد مولفه‌های هویتی در دو گروه اصلی فرم (کالبد) و محتوا (معنا) قابل طبقه‌بندی هستند. مانند وجود مسجد در یک خیابان که نشان دهنده دین و مذهب شهروندان به عنوان عناصر اصلی هویتی می‌باشد و یا نوع پوشش و روابط اجتماعی مشاهده شده در فضای شهری و حتی صدای اذان هم همین نقش را ایفا کرده و چنین محتوایی را داراست. اصلی‌ترین عامل دوام و بقای یک ملت وجود وحدت در آحاد آن‌هاست. بدیهی است که زمینه‌ها و عواملی در ظهور و تقویت این وحدت ایفای نقش دارند (رسانه‌های تصویری، ادبیات، تاریخ، جغرافیا، تبلیغات، کتب، حاکمین و...) که یکی از اصلی‌ترین آن‌ها اتفاقاتی است که در فضاهای شهری می‌افتد و نشانه‌هایی است که تداعی کننده و بیانگر هویت جمعی (ملی) و وحدت حاصل از آن بوده است. چنانچه که به دلیل ویژگی‌هایی که از فضای شهری مطرح شد نمایش نشانه‌های مرتبط با هویت ملی و اتفاقاتی که در درون این فضا جریان دارد به دلیل عمومیت و اجتماعی بودنش از کارکردهای شهر در ارتباط با شهروند است. کارکردی که شهر برای انجام آن نیاز به ابزارهایی از جمله نشانه‌های شهری دارد تا در درون متن شهری به صورت یک رسانه خود را بر مخاطب (شهروند) عرضه کند.

اسامی خیابان‌ها و میداين جزء نشانه‌های دیداری و صوتی غیرموسیقایی می‌باشند؛ نقاشی‌های دیواری و مجسمه‌میداين جزء نشانه‌های دیداری می‌باشند. نقاشی‌های دیواری داخل خیابان‌های اصلی منطقه ۶ تهران مد نظر قرار گرفته است. دلیل این انتخاب هم به دلیل مضمون‌های اجتماعی و سیاسی این نقاشی‌های دیواری و هم چنین به دلیل قرار گیری در خیابان‌های اصلی بر شهروندان و مخاطبان بیشتری عرضه می‌شوند.

یافته‌های پژوهش

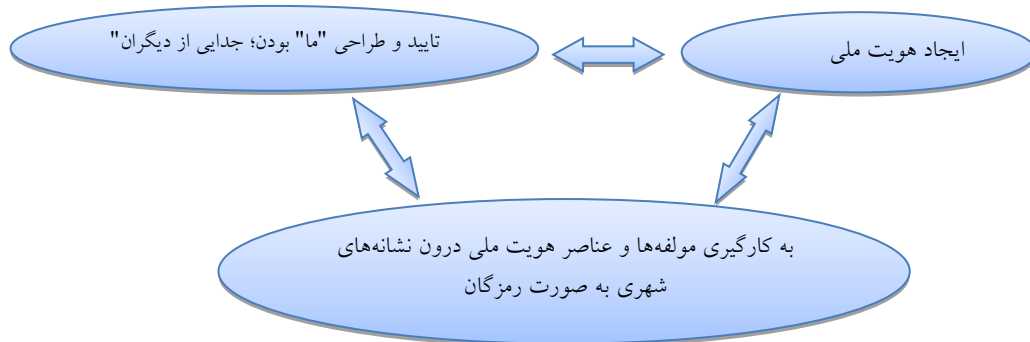
بازنمایی، ایجاد و تقویت هویت ملی: بازنمایی یعنی تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتگویی در داخل نشانه‌ها، به ویژه زبان. بازنمایی به لحاظ مفهومی، دارای برد پر دامنه‌ای در مطالعات جغرافیای سیاسی و ژئوپلیتیک می‌باشد. بنابراین بازنمایی را می‌توان در دو جنبه مثبت (به طور مثال، نقش آن در بازسازی هویت قومی در برابر امپریالیسم فرهنگی و منفی (مبتنی بر ریاکاری و قلب حقایق در خدمت به سلطه و قدرت) مورد توجه و مطالعه قرار داد. در این میان مفهوم هویت ملی نیز توسط قدرت‌هایی که متن شهری را تدوین می‌کنند به صورت معنا و محتوا درون نشانه‌های شهری قرار می‌گیرند. بنابراین بازنمایی هویت ملی عبارت است از ایجاد هویت ملی از طریق طراحی و گنجاندن مولفه‌های هویت ملی به صورت معنا و محتوا در درون متن (زبان،



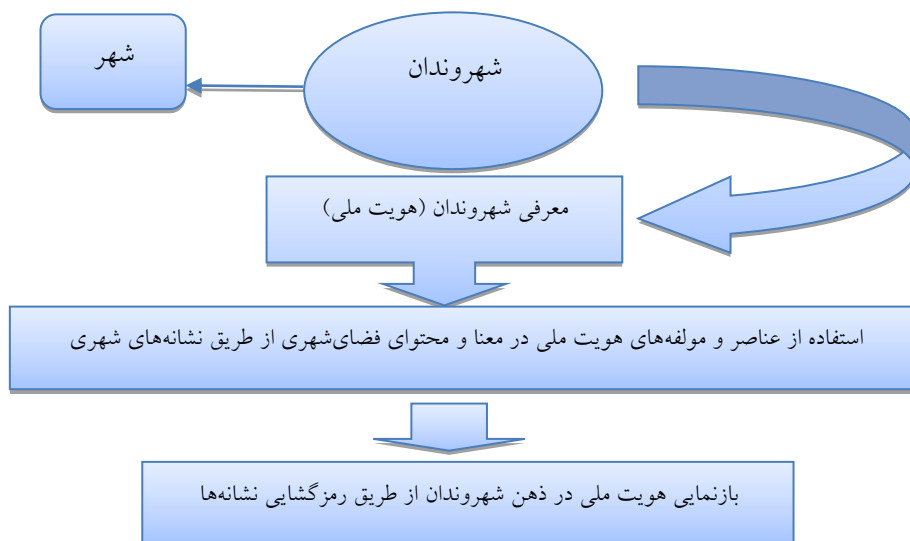
شکل ۴) رابطه عناصر و مولفه‌های هویت ملی و نشانه‌های شهری در شکل‌گیری آگاهی شهروندان در مورد هویت

کنش شهر با متن بودگی شهر و ویژگی پیوستگی و انسجام فضای شهری راحت‌تر ارائه می‌شود و تاثیر خود را بر شهروندان از طریق خوانایی و کشف معنای متن شهری توسط شهروندان می‌گذارد.

به عبارتی شهر به عنوان یک پدیده با استفاده از امکانات فضای شهری پیام‌هایی را به شهروندان ارائه می‌کند که این پیام‌ها در زمینه‌های گوناگون از جمله القای معنای (محتوا) اتحاد در سطح ملی برای شهروندان می‌باشد. این وظیفه یا به عبارتی



شکل ۵) چرخه مفهومی ایجاد هویت ملی در فضای شهر و درون نشانه‌های شهری



شکل ۶) رابطه عناصر و مولفه‌های هویت ملی و نشانه‌های شهری

بازنمایی هویت ملی در نقاشی‌های دیواری منطقه ۶ تهران از دید نشانه‌شناسی

مضامین کل نقاشی‌های دیواری منطقه ۶ شامل مضامین تزئینی، دیوارنگاری تصویر شهدا به همراه دیوارنویسی، منظره‌نگاری، پیام‌های مذهبی، حکومتی، آموزشی و تصویر سازی متون ادبی و مضامین فرهنگی می‌باشد. در این بین تصاویر شهدای انقلابی،

ترور بعد از انقلاب و شهدای جنگ به همراه دیوارنویسی بیش‌ترین نقاشی‌های دیواری را شامل شد. در دسته دوم نقاشی‌های دیواری با پیام‌های حکومتی، سیاسی و مذهبی قرار می‌گیرد. لازم به توضیح است که بعضی از تصاویر در این دسته‌بندی دارای هم‌پوشانی است (تصویر ۱ و ۲) به طوری که تصویر شهدا و پیام حکومتی و مذهبی، هر دو را شامل می‌شود.



تصویر ۲ (چپ): نقاشی دیواری، خیابان ولیعصر تقاطع زرتشت، آذرماه ۱۳۹۲

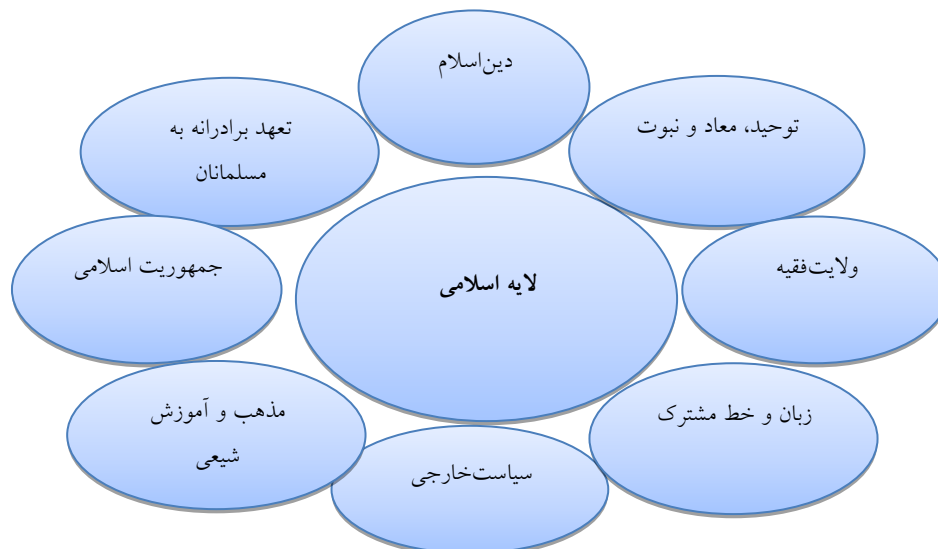


تصویر ۱ (راست): نقاشی دیواری، میدان هفت تیر، آذرماه ۱۳۹۲

مآخذ: نگارنده

بیشتری نسبت به نقاشی‌های دیواری تزئینی و کودک دارند. دال مرکزی نقاشی‌های دیواری منطقه ۶ تهران لایه اسلامی هویت ملی ایرانی است. که در این بین لایه متجددانه در ردیف دوم و لایه ایرانی در ردیف آخر قرار دارند. لازم به ذکر می‌باشد که زبان فارسی و خط مشترک از لایه ایرانی هویت ملی، تقریباً در همه نقاشی‌های دیواری دیده می‌شود.

با توجه به لایه‌ها و مولفه‌های هویت ایرانی که از قانون اساسی برداشت شد و همچنین نقاشی‌های دیواری منطقه ۶ از طریق نشانه‌شناسی سوسور و ارتباط میان دال (نقاشی دیواری) و مدلول (لایه‌ها و مولفه‌های هویت ایرانی) مورد بررسی قرار گرفته است که چنین برمی‌آید که نقاشی‌های دیواری با مضمون شهدا و دیوار نوشته‌های همراه با تصویر، مضمون و محتوای سیاسی-اجتماعی



شکل ۷) دال مرکزی نقاشی‌های دیواری منطقه ۶ تهران با توجه به لایه‌ها و مولفه‌های هویت ملی ایرانی

تعهد برادرانه به مسلمانان و مظلومان بیشترین تکرار و تاکید را در لایه اسلامی هویت ملی ایرانی را داشته‌اند و در این بین علوم جدید، تفکیک قوا و انتخابات کمترین تکرار و تاکید را در نقاشی‌های دیواری داشته‌اند که هر سه از لایه‌ی متجددانه هویت ملی ایرانی می‌باشند.

همان گونه که از شکل فوق مشخص است، نقاشی‌های دیواری منطقه ۶ تهران با برجسته‌سازی لایه اسلامی هویت ملی ایرانی و نمایش و بازنمایی لایه‌های متجددانه و ایرانی ضمن تحت تاثیر پذیرفتن از هویت ملی بر مخاطب تاثیرگذار بوده است و با آموزش غیرمستقیم هویت ملی را ایجاد کرده و نمایش می‌گذارد. در نقاشی‌های دیواری به ترتیب مذهب و آموزش شیعی، ولایت فقیه،



تصویر ۳. (راست): نقاشی دیواری، میدان ولیعصر، ابتدای خیابان کریم خان زند، آذر ۱۳۹۲ تصویر ۴. (چپ): نقاشی دیواری، خیابان انقلاب، آذر ۱۳۹۲
مأخذ: نگارنده

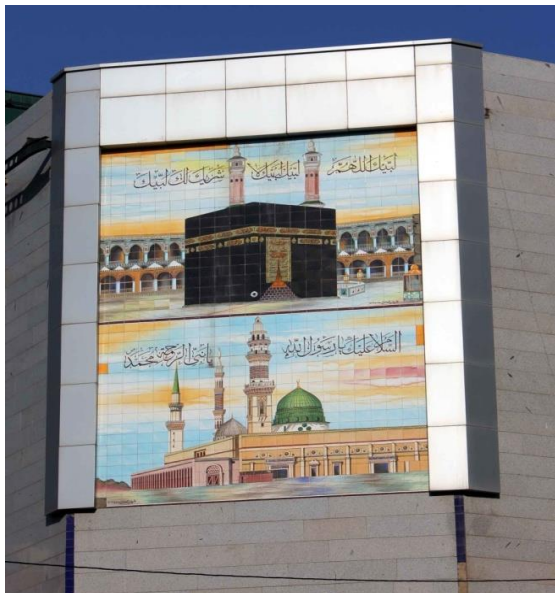


تصویر ۵. (راست): نقاشی دیواری، روبروی پل شهید بهشتی، ابتدای اتوبان مدرس، آذر ۱۳۹۲ تصویر ۶. (چپ): نقاشی دیواری، میدان فلسطین، آذر ۱۳۹۲
مأخذ: نگارنده

چارچوب جغرافیایی مشخص و مفاهیم برگرفته از آن دانست (تصویر ۳ و ۴). در کنار آن واژه و معنای "شهید" خود دال بر اعتقادات و دین مردم سرزمین ایران است؛ همچنین تکرار و تجربه شدن چنین تصاویری موجب آموزش و نهادینه شدن ارزش‌هایی می‌شود که شهدا به خاطر آن‌ها جان خود را از دست داده‌اند؛ ارزش‌هایی که ضمن پایبند بودن به آن‌ها دلیلی بر تعریف خود و تمایز از دیگران می‌باشد. یا به عبارتی نوعی کسب

آن چه که از نقاشی‌های دیواری مشخص است این که تصاویر شهدا به همراه دیوارنویسی بیشتر از سایر مضامین در دیوارنگاری‌ها به چشم می‌خورد، بیانگر حفظ استقلال و تمامیت ارضی با نفی سلطه‌ی دیگران بر کشور می‌باشد، به طوری که شهدای جنگ تحمیلی در راه حفظ استقلال و یکپارچگی کشور (حفظ مرز اروندرود) جان خود را از دست دادند به همین منظور تصاویر مربوطه به آنان را می‌توان دال بر سرزمین ایران با

سیاست خارجی می‌باشد. و ایران به عنوان رهبر امت اسلامی نقش و وظیفه اصلی را در حمایت از مستضعفان مسلمان دارد؛ که دال بر لایه اسلامی و متجددانه هویت ملی ایرانی است. یعنی مای ایرانی مسلمانیم و در عرصه خارجی از برادران مسلمان که مورد تعرض غیر خودی (غیر مسلمان) قرار گرفته‌اند حمایت می‌کنیم. نقاشی‌های دیگر هم هم مستقیماً دال بر امت واحد اسلامی و یک مای کلی اسلامی می‌باشند. هویت ملی ایرانی در این نقاشی‌ها اسلام را برجسته کرده و قدرت بیشتری را برای تعریف خود در برابر سایر ملل غیر مسلمان به آن داده است و مذهب شیعه معرف مای ایرانی در برابر دگران غیر شیعه می‌باشد. لایه اسلامی نقش اصلی را در بازنمایی، ایجاد و تقویت هویت ملی از طریق نقاشی-های دیواری بازی می‌کند و در بیشتر موارد پیونددهنده بین دو لایه ایرانی و متجددانه است. به عنوان مثال مولفه‌های سیاست خارجی و ولایت فقیه و بزرگان ایرانی از سه لایه متجددانه، اسلامی و ایرانی در نقاشی‌های دیواری همچون (تصویر ۵، ۸ و ۹) توسط مؤلفه ولایت فقیه در لایه اسلامی بهم پیوند داده می‌شود و ایجاد کننده، تقویت کننده و بازنمایی هویت ملی ایرانی و "مای" است که معتقد به ولایت فقیه، مبارزه با سلطه طلبی و نفی استکبار قدرت‌های بزرگ و دشمن ایران از جمله آمریکا و اسرائیل که دارای شخصیت‌های ایرانی بزرگی چون رهبر جهان اسلام را در سرزمین خود دارد.



تصویر ۷) نقاشی دیواری، خیابان طالقانی، تقاطع مظفر، آذر ۱۳۹۲

مشروعیت است از شهروندان برای پیگیری و پابندی به نظام جمهوری اسلامی و اصول سیاست خارجی که لایه متجددانه هویت ملی ایرانی را شامل می‌شود. در نقاشی دیواری‌های شهدا همراه با تصاویر، علائم و نشانه‌هایی وجود دارد که حامل مفاهیم و معانی خاصی از فرهنگ ایرانی-اسلامی و نظام جمهوری اسلامی و ... می‌باشد. مانند تصاویر پرندگان در حال پرواز، که خود دال بر استقلال، آزادی و رهایی از سلطه‌ی دیگری می‌باشد که به همراه تصویر شهید نشان از گذشته و بهایی دارد که با خون شهدا برای پابندی به این اصول پرداخته شده است؛ هم‌چنین استفاده از رنگ‌های فیروزه‌ای و پرندگان افسانه‌ای نظیر سیمرغ دال بر لایه ایرانی هویت ملی می‌باشد (تصویر ۱ تا ۴) و اصولی که خون شهید به آن مشروعیت می‌بخشد و مفهوم سرزمین ایران و دفاع از آن را می‌رساند؛ سرزمینی که قالب جغرافیایی تشکیل مای ایرانی در طول تاریخ گذشته است. نمادهای دیگری چون علائم مذهبی شیعه (مثل پرچم، دست، آیه‌ی قرآن و ...) در تصاویر شهدا برای پیوند زدن بین شهیدان حفظ استقلال و تمامیت ارضی به شهدای صدر اسلام و دوران امامت می‌باشد؛ که ضمن بیان دین و اعتقادات مردم ایران (مذهب شیعه و گذشته سرخ) (تصویر ۳ و ۴) می‌تواند نوعی کسب مشروعیت از شهروندان و مخاطبان برای پابندی به اصول سیاست خارجی و نظام جمهوری اسلامی باشد؛ زیرا که خود را پیرو راهی معرفی می‌کند که راه بزرگان دین اسلام (دین اکثریت مردم) است. که در ادامه موجب تعریف مایی خواهد شد که چنین گذشته، فرهنگ و اعتقاداتی داشته و برای رسیدن به یک آینده مشترک در حرکت است. تصاویر شهدا به همراه دیوارنوشته‌هایی وجود دارد که در آن پیام حکومتی و سیاسی آورده شده و دال بر نفی سلطه جویی و عدم تعهد در برابر قدرت‌های سلطه گر (به ویژه آمریکا و اسرائیل) می‌باشد که مای ایرانی را دارای چنین اندیشه‌ای بازنمایی می‌کند (تصویر ۵ و ۶). حتی برای رسیدن به این منظور از تصویر شهدای لبنان هم استفاده شده، که معنای کلی شهید در مقابل کافران و ظالمان و دفاع از سرزمین اسلامی را یادآور می‌شود که خود حتی به نوعی دال بر امت واحد اسلامی در مقابل سایر امت‌ها و تعهد برادرانه مای ایرانی به مسلمانان می‌باشد (تصویر ۵). امت واحد اسلامی که در اصول سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران وجود دارد موجب نفی سلطه و غصب کشور غیر اسلامی بر کشور اسلامی می‌شود و هم‌چنین حمایت از کشوری که مورد این تعرض قرار گرفته، که دال بر حمایت از مستضعفان به عنوان اصلی از اصول

حساب می‌آید که جمهوری اسلامی ایران (مای ایرانی) حاضر نیست تحت هیچ شرایطی با این کشور ارتباط برقرار کند (تصویر ۴-۵). استفاده از این نمادها و نشانه‌های مذهبی مخالف با آمریکا را به نوعی مشروعیت بخشیده و اسلام را در مقابل کفر قرار می‌دهد. در این تصاویر همواره سرزمین ایران، حاکمیت اسلامی، آسایش مای ایرانی مورد تهدید دیگری نشان داده می‌شود که آمریکا و اسرائیل نماینده آن‌ها هستند (تصاویر ۴-۶).



تصویر ۹- (چپ): نقاشی دیواری، خیابان کریم خان زند، روبروی پارک مریم، آذر ۱۳۹۲

سایر نقاشی‌های دیواری هم که دیوارنویشته ندارند، دارای پیام‌های تصویری می‌باشد که به نوعی سیاسی است. در اکثر پیام‌های موجود در نقاشی‌های دیواری تاکید بر حفظ استقلال و تمامیت ارضی ایران (سرزمین مای ایرانی)، نفی قدرت‌های سلطه‌گر (دیگران غیر خودی (به‌ویژه آمریکا و اسرائیل)) برای جلوگیری از نفوذ در سرزمین ایران را دارد. ایالات متحده آمریکا به عنوان نماینده یا به عبارتی اصلی‌ترین قدرت سلطه‌جو در جهان به



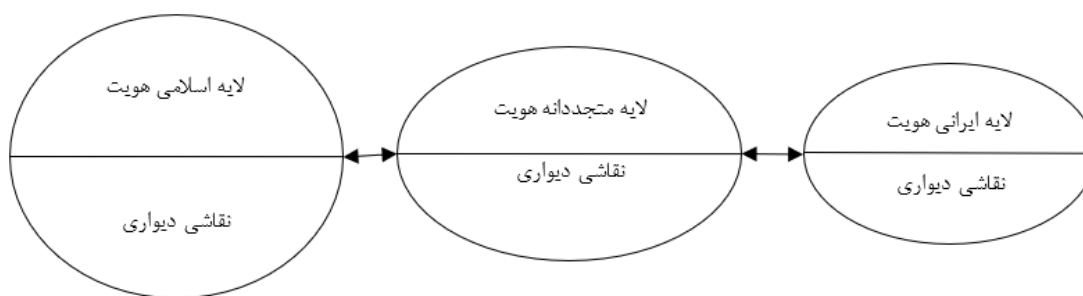
تصویر ۸- (راست): نقاشی دیواری، میدان هفتم تیر، خیابان فردمند، آذر ۱۳۹۲
مآخذ: نگارنده



تصویر ۱۰) نقاشی دیواری، خیابان طالقانی، سفارت سابق آمریکا، آذر ۱۳۹۲، مآخذ: نگارنده

از لایه ایرانی به نمایش گذاشته شده است. لازم به توضیح است که در چنین نقاشی‌هایی از دید نشانه‌شناسی اولویت برای جهت‌دهی به محتوای اصلی نقاشی دیواری برجستگی یک معنا در مقابل حاشیه قرار گرفتن معنای دیگر است؛ که در کل مانند یک مجموعه معنای خود را ارائه می‌دهند. در غیر این صورت تقریباً در تمام نقاشی‌های دیواری زبان و خط مشترک دیده می‌شود.

با توجه به تفسیر نقاشی‌های دیواری، برجستگی لایه اسلامی هویت ملی ایرانی بیشتر از سایر لایه‌هاست و این در صورتی است که بیشتر نقاشی‌های دیواری در شکل‌گیری زنجیره بازنمایی هویت ملی ایرانی دارای هم‌پوشانی هستند؛ به گونه‌ای که گاهی هر سه لایه در یک نقاشی به نمایش گذاشته می‌شود، مانند (تصویر ۸ و ۹) که سیاست‌ خارجی از لایه متجددانه هویت ملی ایرانی و ولایت فقیه از لایه اسلامی هویت ملی ایرانی و بزرگان ایرانی، زبان و خط مشترک



شکل ۸) زنجیره بازنمایی و برجستگی هویت ملی ایرانی از طریق نشانه‌های شهری - نقاشی دیواری

نقاشی‌های دیواری شده‌است؛ یعنی نوع کارکرد فضای شهری موجب جذب میزان جمعیتی در طول روز می‌شود که به دلیل اجتماعی و عمومی بودن هنرنقاشی دیواری محتوای اجتماعی-سیاسی به خود می‌گیرد. هم‌چنین به دلیل گذشته‌ی این قسمت از فضای شهری - خیابان‌های اصلی تجمعات و اعتراضات قبل انقلاب - و وجود دانشگاه تهران به عنوان مرکز آموزشی و دانشگاهی در سطح ملی، فضای مناسب برای وجود و ایجاد نقاشی‌های دیواری با مضمون سیاسی را تشکیل داده‌است. اما در ادامه هرچه به محدوده‌های مسکونی‌تر مانند امیرآباد و یوسف‌آباد و میدان آرژانتین نزدیک‌تر شده نقاشی‌های دیواری بیشتر بارتزینی و غیرسیاسی و اجتماعی به خود می‌گیرند (تصویر ۴-۷ و ۴-۸) و دوباره از نزدیک پل شهید بهشتی و ابتدای اتوبان شهید مدرس با تغییر در کارکرد و بافت شهر نقاشی‌های دیواری بار و کارکرد سیاسی-اجتماعی به خود می‌گیرند.

در شکل فوق زنجیره بازنمایی و برجستگی مولفه‌های هویت ملی از طریق نشانه‌های شهری-نقاشی‌های دیواری مشخص است. این زنجیره که از الگوی سوسور گرفته شده‌است ضمن جدا بودن خاصیت هم‌پوشانی و جانشینی هم دارد به طوری که کاملاً جدا از هم نیستند. به طوری که در بعضی نقاشی‌های دیواری می‌توان هر سه لایه را یافت البته با برجستگی لایه‌ای نسبت به لایه دیگر آن را می‌توان شناسایی کرد. با توجه به این که حوزه مطالعه این پژوهش منطقه ۶ تهران بوده است، نوع کارکرد، بافت و تراکم جمعیت در طول روز ناحیه‌های فضای شهری بر محتوای نقاشی دیواری تأثیرگذار بوده‌است. به طوری که در محدوده‌های خیابان انقلاب، ولیعصر و هفت تیر بیش‌ترین نقاشی‌های دیواری با کارکرد سیاسی-اجتماعی وجود دارد. به عبارتی بافت تجاری و دانشگاهی این مناطق و تراکم جمعیت زیاد در طول روز موجب مکان‌یابی مناسب برای ایجاد چنین



تصویر ۱۱) تصویر (وسط): نقاشی دیواری، یوسف آباد، میدان فرهنگ، آذر ۱۳۹۲

تصویر ۱۲) (راست): نقاشی دیواری، امیرآباد، خیابان فجر یکم، روبروی پارکینگ، آذر ۱۳۹۲

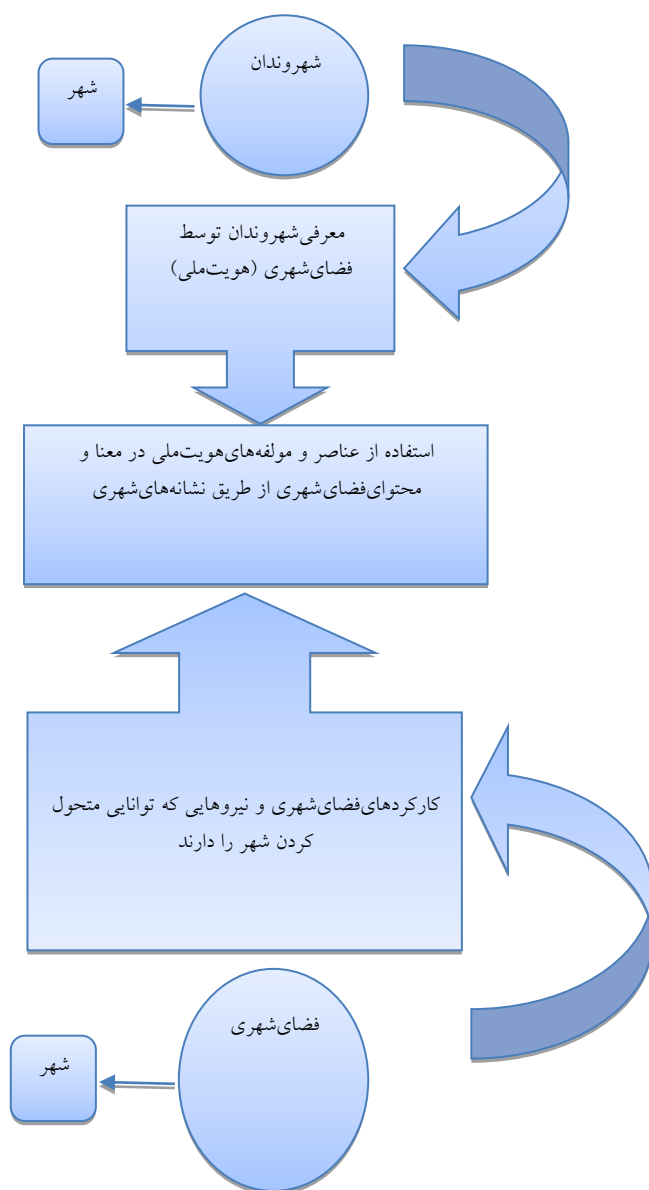
تصویر ۱۳) (چپ): نقاشی دیواری، میدان آرژانتین، آذر ۱۳۹۲، مآخذ: نگارندگان

نتیجه‌گیری

شوند. نشانه‌ها در فضای شهری از طریق رمزگانی ویژه معنا و محتوای درونی خود را بر مخاطب عرضه می‌کنند. فضای شهری مکان عرضه‌ی نشانه‌هاست، زیرا که با توجه به ویژگی‌های فضای شهری (امکان دسترسی عام، مسقف نبودن، دسترسی و

یکی از کارکردهای مهم رسانه‌ها ایجاد، نمایش و تقویت ویژگی‌هایی که معرف ملتی خاص باشد می‌باشد، تا هویت ملی را شکل دهد. از میان رسانه‌های تصویری، می‌توان به نشانه‌های شهری اشاره کرد که در فضای شهری بر مخاطب عرضه می‌-

خود قرار می‌دهد. با توجه به ویژگی‌های نشانه‌های شهری، قرارگیری آن‌ها در فضاهای شهری معنا و محتوا را در درون‌فرم تشکیل می‌دهد. بنابراین نیروهایی که قدرت ایجاد تغییر و تحول در فضاهای شهری را دارند سعی در ایجاد هویت ملی-ایرانی دارند؛ که لایه اسلامی برجسته‌تر از سایر لایه‌ها باشد و با تاکید و تکرار این لایه آن‌را تقویت کنند. به عبارتی در پی ملت سازی دینی-ملی می-باشند. البته از مولفه‌های لایه اسلامی مذهب و آموزش شیعه، ولایت فقیه و دین اسلام بیشترین معنی را در نشانه‌های شهری داشته‌اند که نشان دهنده این است که این مولفه‌ها بیشتر مورد تاکید صاحبان قدرت هستند و متقابلاً مخاطبان و شهروندان در تعریف خود به عنوان ملتی جدا از ملت دیگر ارزش و حساسیت بیشتری نسبت به این مولفه‌ها دارند.



شکل ۹) رابطه عناصر و مولفه‌های هویت ملی با نشانه‌های شهری در فضای شهری

حضور پیاده، حضور فیزیکی، رایگان بودن، عمومی بودن، ظهور تعاملات اجتماعی) نشانه‌های شهری را به راحتی در درون (کالبد شهری) قرار می‌دهد و به عبارتی موجب تکمیل فضاهای شهری می‌شود، که از فرم و محتوا تشکیل شده‌است. نشانه‌ها با رمزگان درون‌شان برای مخاطبان خود در درون فضای شهری معنا را می‌آفرینند و این معنا توسط مخاطبان رمزگشایی می‌شود. هویت ملی و مولفه‌ها و عناصری که آن را تشکیل داده‌اند، از جمله معناهایی هستند که در درون نشانه‌های شهری قرار دارند تا ضمن انگیختگی در رمزگان برای رمزگشایی (به دلیل آگاهی ابتدایی مخاطبان به چه کسی بودن خود)، مولفه‌ها و عناصر هویت ملی را برای مخاطب ایجاد کرده و از طریق بازنمایی آن‌ها را تقویت یا برجسته کنند. به عبارتی رمزگان نشانه‌های شهری برای آفرینش معنا در فضای شهری از مولفه‌ها و عناصر هویت ملی تاثیر می‌پذیرد و آن‌ها را درون خود دارند، زیرا که این مولفه‌ها و عناصر خود شامل تاریخ، فرهنگ، سیاست، اجتماع، اقتصاد مردمی است که برای معرفی خود از آن استفاده می‌کنند و شهر به عنوان نشانی از آن مردم نشانه‌های شهری درون خود را متأثر از مولفه‌ها و عناصر هویت ملی قرار می‌دهد.

در ادامه شهروندانی که در فضای شهری به عنوان یک فضای جغرافیایی زندگی می‌کنند متأثر از این فضا و آنچه که بر آن‌ها عرضه می‌کند، درک و فهم خاصی را از جهان واقعی و کیستی خود (هویت) پیدا می‌کنند؛ به همین منظور نشانه‌های شهری با ویژگی رسانه‌گی خود و رمزگان‌هایی با انگیخته‌گی-های متأثر از مولفه‌ها و عناصر هویت ملی ایرانی، نقش خود را در ایجاد و تقویت هویت ملی بازی می‌کند. نشانه‌های شهری معنایی را از طریق رمزگان در درون خود قرار می‌دهند که صاحبان قدرت شهری آن را پسندیده باشند و در جهت اهداف آن‌ها باشد، زیرا که به جزء نیروی مقاومت، این قدرتها توانایی نوشتن متن شهری را دارند. در تحلیل و بررسی نشانه-های شهری -نقاشی‌های دیواری- در ارتباط با لایه‌های هویت ملی به این نتیجه می‌توان رسید که لایه اسلامی بیشتر از سایر لایه‌ها (متجددانه و ایرانی) برجسته شده‌است و به عبارتی بیشترین معنا و محتوای درون فضای شهری به صورت عام و نشانه‌های شهری به صورت خاص را لایه اسلامی هویت ملی

سهم نویسندگان: زهرا احمدی پور (نویسنده اول)، پژوهشگر اصلی/نگارنده بحث (۳۰٪)، هادی سیفی فرزاد (نویسنده دوم)، نگارنده مقدمه/پژوهشگر اصلی (۳۰٪)، مجتبی شعبی (نویسنده سوم)، روش شناس/تحلیل و نتیجه گیری (۳۰٪)، علی گنجی پور (نویسنده چهارم)، تهیه عکس ها و ترجمه مقالات مبانی نظری (۱۰٪).

منابع مالی: مقاله حاضر حامی مالی نداشته است.

تشکر و قدردانی: از همه افراد، اعم از مسئولین و محققین، که در توسعه عدالت فضایی در شهر تلاش می کنند و همچنین مسئولین محترم نشریه آمایش سیاسی فضا کمال تشکر را داریم.

تأییدیه اخلاقی: نویسندگان به حقوق کپی رایت، مولفین و تحقیقات افراد، متعهد بوده اند و نسبت به آنها تعهد و الزام اخلاقی داشته و دارند.

تعارض منافع: موردی از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

منابع

1. Mojtahedzadeh, P. (2017). Political Geography and Geopolitics. Tehran, Iran: Samt.
2. Gorab, N. (2013). Urban Identity. Tehran, Iran: Iran's Municipalities and village administrators.
3. Abolhasani, S. (2009). Components of national identity with a research approach. Politic Quarterly, 1-22.
4. Ghalibaf, M., & pooyandeh, M. (2011). Geographical Explanation of National Identity Basics (Case Study: Iran). National Studies, 12(45), 3-24.
5. Hafeznia, Mohammadreza, Ahmadipour, Zahra, Khojamli, Abdolvahab & Salman Ansarizadeh (2010). Representation of the Concept of Nation in Cyberspace, Geography and Regional Planning, 1-25, 1.
6. Ahmadi, H. (2007). Iran: Identity, Nationality, Ethnicity. Tehran: Humanities Research and Development Institute.
7. Aminian, B. (2007). The Impact of National Identity on Generational Connection. Youth, Culture, and Society Research, 1, 69-83.
8. Ghezelsofla, M. (2009). MEDIA & NATIONAL IDENTITY CONSTRUCT. Politic Quarterly, 39(3), 321-338.
9. McLuhan, M. (2013). Understanding Media: The Extensions of Man. Berkeley, California, United States: Gingko Press.
10. Ahmadipour, Zahra & YunesRashidi (2018). a Geopolitical Analysis: Representation of Spaces of Fear in Cinema, Geopolitics, Volume 14, Issue 50 - Serial Number 50, Summer 2018, 21-55.
11. Saadatfard, A., & Dabiri, M. (2013). The role of landscape architecture in recreating the signs of life and identity in the urban landscape. Tehran Beautification Organization, 1-23.
12. Hay, I. (2019). Qualitative Research Methods in Human Geography. (A. Pourahmad, & M. Eskandari Nodeh, Trans.) Tehran, Tehran, Iran: Samt.
13. Ahmadipour, Zahra, KoogamLi AbdolRahman & Mohammadreza pourJafar (2017). *Geopolitical Analysis of Effective Factors on the Symbolization of Geographical Spaces of Tehran (Case Study: Symbolization of Milad Tower)*, International Quarterly of Geopolitics, 35-66, 13 (46).
14. Mehdizadeh, S. (2012). Media Theories Common Thoughts and Critical Perspectives. Tehran, Iran: Hamshahri.
15. Afzali, R., Rasti, O., Mottaghi, A., & Babaei, R. (2013). A New Approach to Critical Geopolitics. Tehran, Iran: Jahad Daneshgahi Publishing Organization.
16. Mir Moghtadaei, M. (2004). Criteria for Recognizing and Evaluating the Physical Identity of Cities. Honar-ha-ye-Ziba(19), 29-38.
17. Hafeznia, M. (2017). Principals and Concepts of Geopolitics. Mashhad: Papoli.
18. Mojtahedzadeh, P. (2017). Political Geography and Geopolitics. Tehran, Iran: Samt.
19. Mirheydar, D., Rasti, O., & Mirahmadi, F. (2015). The Basic Themes in Political Geography. Tehran, Iran: Samt.
20. Rezaei, S., & Joukar, M. (2010). Recognition of National Identity within the Constitution of the Islamic Republic of Iran. National Studies, 10(4 (40)), 53-88.
21. Habibi, S. (1999). Urban Space, Even Life, and Collective Memories. Soffeh, 9(28), 16-21.
22. Hafeznia, M. (2019). Political Geography of Iran. Tehran, Iran: Samt.
23. Relph, E. (2011). place and placelessness. (J. Tabrizi, Trans.) Tehran: Kavosh.
24. Sattarzadeh, D., Naghizadeh, M., & Farah, H. (2011). Urban Space, a Social Thought. Journal of Environmental Sciences and Technology, 12(4), 173-183.
25. Moulavi, M. (2005). Formal Analysis of Urban Space and its Philosophical Foundations. Honar-Ha-Ye-Ziba, 21(21), 27-34.

- Urban Landscape: The Relation between Politics and Power with Urban Symbolization, Political Geography Research, Article 1, Volume 1, Number 3, Fall 2016, Pages 1-28.
45. Davarinezhad, M., & Mahboot, M. (2013). Urban Space Recognition. Tehran, Iran: Tahan.
26. Pakzad, J. (2019). Urban Space Design Guide. (H. Asadi khansari, Trans.) Tehran, Tehran: Shahidi.
27. Lynch, K. (2017). A Theory of City Form. (S. Bahrainy, Trans.) Tehran, Iran: University of Tehran Press.
28. Ahmadipour (2018). Study the relationship between space and gender justice; Case Study: Region 6 of Tehrn, Political Geography Research, Article 6, Volume 3, Number 2 - Consecutive Issue 12, Spring 2017, pp. 141-162.
29. Arianpour, M. (2017). English - Persian Dictionary. Tehran, Iran: Jahan Rayaneh.
30. Mohsenian Rad, M. (2017). Communicology. (J. Rasi e Tehrani, Ed.) Tehran, Iran: Soroush.
31. Pirhayati, M. (2009). An Introduction to Myths (Identity, Mysticism, and Culture). Qom, Iran: Sohravardi.
32. Saussure, F. d. (2017). Course in General Linguistics. (K. Safavi, Trans.) Tehran: Hermes.
33. Ahmadi, B. (2019). From Pictorial Signs to the Text: Toward the Semiotics of Visual Communication. Tehran, Iran: Nashre Markaz.
34. Ahmadi, B. (2019). Structure and Interpretation of Text. Tehran, Iran: Nashr-e Markaz.
35. Giro, Pierre (2008). Semiotics, Teranslated by Mohammad Nabavi, Tehran, Aghah.
36. Lynch, K. (2017). The Image of the City. (M. Mozayeni, Trans.) Tehran, Iran: University of Tehran Press.
37. Barthes, R. (2019). Myth Today. (S. Daghighian, Trans.) Tehran, Iran: Nashr-e Markaz.
38. Thwaites, T., Davis, L., & Mules, W. (2002). Introducing Cultural and Media Studies: A Semiotic Approach. London, England: Red Globe Press.
39. Davarpanah, A. (2012). An Introduction to the Management and Application of Symbols and Signs in Urban Space. Tehran: Tehran Beautification Organization.
40. Hoopers. J (1991). Introduction on Sign: Writings on Semioticby Charles Snaders Perice. ChapelHill: University of North Carolina Precc, 1-13.
41. Chandler, D. (2018). Semiotics: The Basics. (M. Parsa, Trans.) Tehran, Iran: Soore Mehr.
42. Majedi, H., & Saeedeh Zarabadi, Z. (2010). An Investigation in the Urban Semeiology. Armanshahr Architecture & Urban Development, 3(4), 49-56.
43. Pourjafar, M., & Montazerolhojjah, M. (2009). Landmarks: Definitions, Typology, Site Selection, Planning & Design. Tehran: tahan.
44. Khojamli, Abdolvahab, Ahmadipour, Zahra, Hafeznia, Mohammadreza & Mohammadreza Pourjafar (2016). Geopolitics of