

گرافیتی ایرانی: مقاومت و خود- بیانگری از طریق دیوارهای شهری

حامد طاهری کیا*، محمد رضایی**
(تاریخ دریافت 91/1/27، تاریخ پذیرش 92/03/29)

چکیده: گرافیتی ایرانی موضوع این تحقیق است. در سال‌های اخیر کشمکش‌های زیادی از سوی گرافیتی‌کارها از یک‌سو و نیروهای انتظامی و مسئولان شهری از سوی دیگر دیده شده است که دیوارهای شهر را موضوع مجادله طرفین کرده است. چنین عرصه پرکشمکشی سبب شده تا از یک‌سو گرافیتی‌کاران آثار خود را بر روی دیوارهای تکافتاده و دور از همه تولید و آن را برای نمایشی عمومی در فضای مجازی به نمایش بگذارند. در واقع، قدرت واقعی اقتدارهای شهری در فضای واقعی و ضعف گرافیتی‌کاران در این فضا به فرصتی واقعی‌تر برای گرافیتی‌کاران در فضای مجازی منجر شده است. در این پژوهش کوشیدیم، با تکیه بر تکنیک مصاحبه عمیق، با فعال‌ترین گرافیتی‌کاران به سه شیوه حضوری و اینترنتی (به دلیل مهاجرت‌شان به خارج از کشور) از یک‌سو و مسئولان زیباسازی شهر تهران از سوی دیگر، مصاحبه کنیم. داده‌ها با تکیه بر فن تحلیل تماتیک و کدگذاری باز استخراج شدند. نتایج، نشان داد که گرافیتی ایرانی شکلی از مقاومت را در خود دارد که خود را در برابر ساختار رسمی و یک‌سویه تملک فضاهای شهری تعریف می‌کند. از سوی دیگر، مقاومت از طریق گرافیتی آمیخته با خود بیانگری کارگزاران گرافیتی است که در پی تعریف دیگری از هویت خود و زندگی شهری‌اند. برای

* کارشناسی ارشد رشته مطالعات فرهنگی از دانشگاه علم و فرهنگ Kia.erhut@yahoo.fr
** عضو هیأت دانشگاه علم و فرهنگ velashedi@gmail.com

مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره چهاردهم، شماره 1، بهار 1392، ص. 98-127

گرافیتی کارهای تهران مهمترین وجه مشخصه مقاومت، حضور در خیابان است؛ واکنشی لذت بخش با هیجان آدرنالین که ناظر بر سبک متفاوتی از گذران زندگی روزمره است. **مفاهیم کلیدی:** گرافیتی ایرانی، گرافیتی مجازی (ویرافیتی)، خودبیانگری، مقاومت، دیوار، دیوارنگاری.

مقدمه

گرافیتی¹ از کلمه ایتالیایی «اسگرافیزه» مشتق شده است. «اسگرافیتو» تکنیکی برای دکوراسیون نمای خارجی است که در آن لایه‌های گچ متضاد روی یکدیگر قرار می‌گیرند و سپس طراحی خطوط و الگوها در لایه مرطوب بالایی رسم می‌شود. اصطلاح گرافیتی ابتدا در اواسط قرن 19، همزمان با کشف کتیبه‌ها و دیوارنوشته‌ها در پومپی مورد استفاده قرار گرفت؛ اما گرافیتی که در مفهوم اصلی خود به عنوان خراش یا نوشته‌ای از نشانه‌گذاری اجتماعی است به عنوان اولین نمونه از هنر انسانی مطرح می‌شود (گاستمن و نیلون²، 2010: 20). گرافیتی و نقاشی دیواری دارای یک مشخصه مشترک هستند: هر دو بر روی چیزی به اسم دیوار شکل می‌گیرند. «نقاشی دیواری به شکلی خلاصه در اصلتی در آن به دیوار داده شده است تعریف می‌شود... اثر دیواری چیزی است که در جهت توصیف، تزئین و یا کاربرد تکمیلی دیوار و یا فضای حاکم بر آن به کار گرفته شده است» (کفشچیان مقدم، 1383: 70-69). در نتیجه نقاشی دیواری که از غار و با انسان آغازین شروع شد در ایران نیز در کاخ‌ها و بارگاه‌های سلاطین کاربرد بسیار داشته است؛ اما آنچه در گرافیتی پر رنگ می‌شود و آن را از نقاشی دیواری امروز جدا می‌سازد در رابطه با نهادهای مشروعیت بخشی است که بر دیوارها تسلط حقوقی دارند. نمی‌توان بین نقاشی دیواری سفارشی که مجوز ترسیم دارد با اثری گرافیتی که بدون هیچ مجوزی و مخفیانه شکل می‌گیرد تفاوت قائل نشد.

گرافیتی در شکل امروز آن، از اواخر دهه 1970 و از نیویورک آغاز شد که با اسپری و قلم‌های نشانه‌گذاری همراه بود (لوپسون³، 2011: 7). از همان آغاز، گرافیتی ساحتی غیررسمی به خود گرفت. باستان‌شناسانی مانند رافائله گروچی، گرافیتی را از هنر رسمی متمایز کردند. این تمایزی مهم است. عکاس و مقاله‌نویس فرانسوی (1933) گرافیتی را «هنر حرامزاده خیابان‌های بدنام» می‌نامد⁴ (استال⁴، 1389: 6). «پرونده‌های اتهام متعدد علیه مرتکبان گرافیتی، گواه این عقیده است که این آثار وضع موجود را به مخاطره می‌اندازد و در نتیجه پیام‌های غیر رسمی بر روی دیوارها باید سرکوب شوند» (لوپسون، 2011: 48).

1. Graffiti
2. Gatsman & Neelon
3. Lewisohn
4. Stall

چنان‌که گفته شد، گرافیتی هنر اعتراض و امری خلاف جریان‌های عمده اجتماعی به نظر می‌رسد. حتی، نوعی گرافیتی در تاریخ شکل‌گیری خود در دهه 1970 در نیویورک با مفهومی از قانون‌گریزی همراه بوده است (گاستمن و نیلون، 2012). افزون بر این، گرافیتی «بیانی رادیکال و سیاسی» دارد و دست‌کم ادعا می‌شود که خرده‌فرهنگ‌های اعتراضی را نمایندگی می‌کند.¹ در چارچوب چنین بحثی است که گرافیتی عرصه تلاقی مؤلفه‌های فرهنگ جهانی و محل هم‌تصور می‌شود (کوثری، 1391). چنان‌که دیده شد، تعابیر همیشه یکدستی از گرافیتی وجود ندارد. در دیدگاهی دیگر، فرل² (1995) گرافیتی را با ساختار زدایی و خلاقیت همسو می‌داند که شکلی از هیجان و میل برای رها شدن از قدرت مسلط اجتماعی در بین خرده‌فرهنگ جوانان را زنده می‌کند. کرامر³ (2010) اما گرافیتی را پدیده‌ای به تمامی غیررسمی و نامتعارف نمی‌داند و دو بخش غیرقانونی و قانونی را برای آن متصور است که هر کدام محتوای پیغامی خاص خود را داراست. هوتن و راو⁴ (2012) بر جنبه زیبایی‌شناسی آن توجه دارند و می‌کشند آن را از برجسب‌های عملی پوچ انگار و خرابکارانه رهایی بخشند. در این برداشت، گرافیتی بخشی از چشم‌انداز شهری است. کوشش برای رهاسازی گرافیتی از دلالت‌های منفی در پژوهش هالسی و یانگ⁵ (2006) دیده می‌شود. آن‌ها سعی کردند تا جریان کار خود به سمت وجه مثبت گرافیتی در زندگی شهری ببرند. موبی بریجنتی⁶ (2010) نیز به دیوارنویسی با نقش دیوار، روابط اجتماعی و حیطه اجتماعی توجه دارد. دیوارها با حیطه اجتماعی و معنا بخشی به آن در رابطه هستند و در نتیجه کاربردی استراتژیکی پیدا می‌کنند. گرافیتی در ایران حیاتی غیررسمی و حتی به بیانی دقیق‌تر، حیاتی زیرزمینی دارد. از همین رو همه کوشش‌ها برای یافتن رد تاریخچه‌ای از این پدیده در ایران با دشواری‌های بسیاری مواجه است.

2. در ایران کتابی مهم در مورد هنر خیابانی نیز ترجمه شده است: استالز، جانز. (1389). هنر خیابانی. (ترجمه سامان هزار خانی). نشر: فخر اکیا

همچنین در زمینه گرافیتی ایران نیز به سایت: www.irangraffiti.com مراجعه کرد. در این سایت بیشتر گرافیتی کاران حضور دارند و قسمت‌های مختلفی اطلاع‌رسانی در مورد شیوه‌های گرافیتی و تاریخچه آن نیز وجود دارد. سایت دیگری که در آن می‌توان اطلاعات مناسبی در مورد گرافیتی پیدا کرد سایت: www.graffiti.org هست که در آن نیز به طور تخصصی به این امر پرداخته و مقالات مناسبی نیز در آن یافت می‌شود.

در مورد دیوار نگاری و اهمیت دیوار در زمینه شهر و حضور طبیعت بر آن می‌توان به نوشته عباس کاظمی در این لینک مراجعه نمود: <http://www.barzakhmag.com/?p=1064>

2. Ferrell
3. Kramer
4. Hutton & Rowe
5. Halsey & Young
6. Mubi Brighenti

کوثری (1389 و 1390) کارکردها و دوره‌ها مختلف در تاریخچه گرافیتی در ایران را شناسایی می‌کند: اول، نوشته‌هایی در مورد روابط عاشقانه بر روی دیوار و یا حتی کنده‌کاری‌های بر روی دیوار؛ دوم، نوشته‌های موجود بر روی درب دست‌شویی‌ها¹ که مضمون آن‌ها از مسائل جنسی تا سیاسی کشیده می‌شود؛ سوم، گرافیتی‌های روی صندلی‌های مدارس و دانشگاه‌ها که مضامین بسیار متنوعی را در بر می‌گیرد²؛ چهارم، مهم‌ترین بخش از تاریخچه گرافیتی در ایران شاید در جریان مبارزات انقلابی و استنسیل‌هایی³ یافت که بر دیوار به وجود آمدند؛ پنجم، اما گرافیتی به معنای امروز آن بر اساس دیدگاه برخی از محققان از سال 1382 و با نقاشی هنرمندی با اسم مستعار «تنها» ابتدا در شهرک غرب و شهرک آپادانا تهران به وجود آورد (کوثری، 1390: 31-32).

فارغ از دوگانه‌هایی که در برداشته‌های مختلف از گرافیتی دیده می‌شود مانند مخرب/موثر، قانونی/غیرقانونی، هدفمند/پوچ، گرافیتی، گویا، پیوندی وثیق با برخی مفاهیم دارد. در بیش‌تر اوقات، گرافیتی خرده‌فرهنگی⁴ به شمار می‌آید که با جوانان، جنسیت و هویت پیوند خورده است. از این رو، مقاومت جلوه‌ای خاص در این مفهوم پیدا می‌کند که هژمونی و گفتار مسلط در هر شکلش را به پرسش می‌کشد (مک دونالد، 2001: 192) و این چیزی است که فرل (1995) بخشی از سرشت گرافیتی می‌داند. با وجود این، روشن است که بسته به جریان‌های فرهنگی و اجتماعی مسلط در جامعه باید انتظار اشکال و محتواهای مختلفی از گرافیتی را داشت. از همین رو، به رغم حضور همیشگی مؤلفه‌های مقاومتی در گرافیتی‌ها، سازوکارها و برداشته‌های مختلفی در سخن گرافیتی ساری و جاری است. لذا، ما در این مقاله، سرشت مقاومت آمیز گرافیتی را مفروض گرفتیم، اما کوشیدیم، با تکیه بر داده‌های به دست آمده از مصاحبه با برخی از مهم‌ترین هنرمندان گرافیتی در ایران، جلوه‌های بیشتری از این پدیده را روشن کنیم. داده‌های ما نشان می‌دهد که گرافیتی آمیزه‌ای

1. در این مورد نیز تحقیقی صورت گرفته است: روح‌الله نصرتی (1387). دیوارنوشته‌ها و مقاومت در زندگی روزمره. در

عباس کاظمی، ویراستار، مطالعات فرهنگی و زندگی روزمره ایرانی. تهران: جهاد دانشگاهی واحد تهران

2. در کار محمد رضایی (1387) دیوارنوشته‌های مدرسه و میز نوشته‌ها و در کار روح‌الله نصرتی (1387) دیوارنوشته‌های

دستشویی مورد مطالعه قرار گرفتند.

3.Stencil: روشی که بر از سرعت بالایی برخوردار هست و با بریده شدن یک الگو و قرار گرفتن آن بر روی دیوار با اسپری بر

روی آن می‌باشند و جاهایی که بریده شده است تصویر را به وجود می‌آورد. برای اطلاعات بیشتر نگاه کنید به: (کوثری،

1391: 28)

4. در این مورد نگاه کنید به:

Nancy, M. (2001) *The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity and Identity in London and New York*. Great Britain: Macmillan.

از هویت مبتنی بر مقاومت از یک سو و خواست هنرمندان آن برای خود بیانگری از سوی دیگر است. افزون بر این، گرافیتی در تهران امروز، به پدیده‌ای سیال می‌ماند که طرح‌های آن عمری بسیار کوتاه بر روی دیوارهای شهر دارد. به همین دلیل، با پدیده‌ای نوظهور در گرافیتی تهران مواجه‌ایم که می‌توان از آن به «گرافیتی مجازی» یا «ویرافیتی»^۱ یاد کرد که به جای دیوارهای واقعی شهر، خود را بر روی دیوارهای مجازی اینترنت و شبکه‌های مجازی می‌یابد. این انتقال، فرصتی برای مخاطبان آثار گرافیتی فراهم ساخته است تا به رغم همه محدودیت‌هایی که دیوارهای شهر را در انحصار امر رسمی قرار داده است، در دنیای اینترنت ساعت‌ها به دیدن آثار گرافیتی مشغول باشند. در نتیجه، در این مقاله ما به دنبال این هستیم که مختصات گرافیتی ایرانی کدام است؟ و چه تعبیری از مقاومت در نزد گرافیتی‌کاران دیده می‌شود؟ داده‌های این تحقیق با روش کیفی و تکنیک مصاحبه گردآوری شده است و داده‌ها با تکیه بر تحلیل تماتیک بررسی شده است.

گرافیتی، دیوار و شهر

دیوار به ویژه در شهر اهمیتی محوری داشته است. وبر (1985: 49) در تعریف شهر شرقی نماد دیوار را در مرکز نمونه ایده‌آل خود قرار می‌دهد؛ اما امروزه، دیوارهای شهر کارکردهای دیگری پیدا کرده است. از همین رو، دیوار دیگر، عنصری معصوم نیست. گاه، قربانی گفتارهای مسلط و در پاره‌ای اوقات، ابزاری برای بیان خواسته‌های فرودستان بوده است. چنین خصلت دوگانه‌ای برای شهروندان ایرانی کاملاً آشکار است. بخش عمده‌ای از دیوارهای شهر به معنای دقیق کلمه توسط گفتمان مسلط فتح شده است. از این رو، دیوار هم چون میانجی (طاهری کیا، 1391 الف) و یا واسطه‌ای استراتژیک برای کنترل مردم تلقی می‌شود؛ هرچند، چنین کنترلی با نام کنترل فضا مفهوم پیدا می‌کند (بريجنتی، 2010: 322). با وجود این، بخش‌های دیگری از دیوارهای شهر که در بیش‌تر اوقات، به حاشیه‌ها مربوط‌اند، به تسخیر نیروهای چریکی از پادگفتمان‌ها در می‌آیند. از این رو، دیوارهای شهر، هویت فضاهای شهری را تعریف می‌کنند و در پی آن، نقشی مهم در شکل‌گیری هویت انسان شهری پیدا می‌کنند. از نقاشی‌های دیواری تا گرافیتی‌های امروز، همه نقش‌هایی هستند که کارکردی جادویی

^۱ viraffity (virtual graffiti) : ویرافیتی در حقیقت شکلی از گرافیتی معطوف به دنیای مجازی هست که در این مقاله به عنوان مفهومی ابداعی در نظر گرفته شده است. در جهان اطلاعاتی امروز گذار از دنیای واقعی به مجازی و انعکاس جهان واقعی در جهان مجازی شکلی از امور روزمره را پیدا کرده است؛ اما پرسش اساسی این هست که نسبت حضور و فعالیت در دنیای مجازی نسبت به دنیای واقعی چیست؟ بی‌شک در دنیای واقعی مخاطرات بسیار جدی‌تری نسبت به دنیای مجازی وجود دارند. از این دیدگاه، حضور گسترده گرافیتی ایران در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نسبت به خیابان‌ها این مسئله را پر رنگ می‌کند که اساس نسبت گرافیتی ایران با فضای واقعی و مخاطرات آن چیست؟ در این تحقیق آنچه که بسیار جلوه کرد حضور عکس‌هایی از گرافیتی در اینترنت هست با توجه به آنکه آن می‌تواند در هر سطحی از فضای شهری به وقوع پیوسته باشد، حتی بر روی دیوار ساختمانی ویرانه و متروکه در شهر.

برای جامعه ایفاء می‌کنند. نقش‌ها بر روی دیوارهای شهر، بیش از رنگ‌هایی بر روی دیوارند پیام‌ها و رمزهایی هستند که مناقشات جدی جامعه را به تصویر می‌کشند.

این که دیوار رسانه‌ای برای ابلاغ پیام می‌شود، چنان چه گفته شد، قدمتی چند هزارساله دارد؛ اما به نظر می‌رسد در شرایط کنونی زندگی‌های شهری عمومیت بیشتری یافته است. این عمومیت به خصلت ایدئولوژیک امروز دیوارهای شهر مربوط می‌شود. این خاصیتی است که از قضا دیوارهای امروز شهری را از دیوارهای زمان‌های دیگر متمایز می‌کند. دیوارها در شهرهای قدیمی به ویژه در شهرهای شرقی ضامن امنیت شهر بودند. هنوز هم رد چنین حس و حالی را در شهرهای قدیمی و حتی در شهرهای جدید می‌بینیم. دیوارهایی بلند که مرز دقیقی میان اندرونی و بیرونی را جدا می‌سازد. کارکرد دیوار این بود که دیده نشویم تا در امنیت باشیم. بلندی دیوارها بهترین وسیله برای چنین کارکردی بود؛ اما امروزه، گویا، دیوارها خواست دیگری دارند: خواستی برای دیده شدن. این خاصیت از دیوار، در دوره کنونی، به موقعیت‌مندی و متنی بودن اشیاء اجتماعی چون دیوار اشاره دارد. متنی بودن اشیاء را می‌توان در نظریه میشل سرس^۱ (1989) پیدا کرد. سرس به اشیاء اجتماعی به شیوه‌ای می‌نگرد که چگونه در کنار انسان‌ها امکان ظهور ایده‌های نوین را ایجاد می‌کنند. به بیانی اشیاء اجتماعی دیگر آن موجودات منفعل به حساب نمی‌آیند بلکه در شبکه‌ای از روابط قرار می‌گیرند که پتانسیل تغییر گروه‌های انسانی را ایجاد می‌کنند. به طور مثال در برهه‌های انقلابی، دیوارها با توجه به شعارنویسی که بر آنها می‌شود جان می‌گیرند و خودنمایی می‌کنند؛ اما حیات اجتماعی همیشه با چنین هیجاناتی همراه نیست. دوران سکون و آرامش، اشکال دیگری از حیات دیوارها را رقم می‌زند. به طور کلی، حیات دیوارها و جان‌بخشی به آنها همیشه دو سر طیفی را به خود مشغول کرده که معرف دو لحظه یا شاید دو نوع نگاه به زندگی اجتماعی است. ما این دو رویکرد را ذیل دو عبارت قرار می‌دهیم: دیوارها برای تفریح، دیوارها برای تحریک. در نتیجه، دیوار چه در حالت بحران‌های انقلابی و چه در دوران تداوم روند زندگی، میانجی و یا واسطه‌ای است که در کنار کنشگران و موقعیت‌های اجتماعی قرار می‌گیرد. در هر دو حالت، دیوار عاملی برای تهییج هیجانات غیرعقلانی است، هیجان‌هایی که می‌توانند با ظهور غیرمتعارف خود بر دیوار شهر و در معرض عموم قرار گرفتن، وجدان جمعی را خدشه‌دار کنند و از طرف گفتمان مسلط به حلول شر در آن تعبیر شوند (طاهری کیا، 1391 ب). از این رو، دیوار، همیشه رسانه‌ای برای به حرکت درآوردن احساسات و امیال است. در اولی، آرامش، سکون و حس زیباشناسی^۲ و در دومی میل به تغییر و دگرگون‌سازی وضع موجود.

۱. Michel serres

۲. نقاشی‌های دیواری در سطح شهری مانند تهران نماد بارز چنین کارکردی است. در این نقاشی‌ها ابعاد زیباشناختی در قالب رنگ‌های متنوع در صدد ایجاد حسی زیباشناختی در جامعه است.

عصبت ابن‌خلدونی (1391) مفهومی سودمند برای درک این دو سطح یا دو جلوه از دیوارهای شهرند. دیوارهای شهرهای ما در زمان دفاع مقدس و در زمانه‌ی حاضر، نمونه بارز تغییر تدریجی چنین عصبیتی است.

تا آنجا که دیوارهای شهری مانند تهران موضوع نظر است، دو دسته کارگزار در جدالی بر سر تصاحب دیوارهای شهرند. نیروهای مسلط جامعه دیوار را امروزه برای «نقاشی‌های دیواری» می‌خواهند. همان‌هایی که در برهه انقلاب اسلامی دیوار را برای کنش انقلابی خود به خدمت گرفته بودند. در مقابل، گرافیتی و نقاشی‌های انقلابی نماد تلاش‌های گروه‌هایی است که کارکردی دیگر از دیوارهای شهر را طلب می‌کنند.

«جنبش نقاشی مکزیک» پس از فروپاشی رژیم دیکتاتوری در سال 1910 نمونه بارز درکی عصبی از نقاشی دیواری است؛ یعنی استفاده از دیوار توسط هنرمندان آن زمان



عکس 1. شعارنویسی بر دیوار در دوران انقلاب اسلامی

منبع: تصاویر دیوارنوشته‌های انقلاب: به مناسبت چهارمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی.

(1361)

«مکزیک که نمی‌خواستند آثار خود را در موزه‌ها زندانی کنند «تا فقط کسانی که وقت دارند - نه کسانی که کار می‌کنند- بتوانند آن‌ها را ببینند. اگر ملت نمی‌تواند برای دیدن کارهای ما به موزه‌ها و نمایشگاه‌ها بروند، کارهای خود را در خیابان‌ها، در پاتوق‌های کارگری می‌کشیم. مکان‌های عمومی را به موزه تغییر می‌دهیم. روی دیوارهای شهرها و همچنین در ساختمان‌های عمومی، در سندیکاها، و همه جاهایی که کارگران رفت و آمد می‌کنند، نقاشی خواهیم کرد» (ماریو دو ماچلی، 1985: 20، به نقل از حسونند، 1383: 62). در این بیان هنر همچون رسالتی برای ایجاد شناخت بهتر در زندگی فرودستان جامعه و احتمالاً تغییر وضع نابرابر موجود تلقی می‌شود. در چنین درکی از رسالت هنری

است که «گسترش استفاده از هنر مانند مصرف نان در بین مردم» همچون شعاری راهگشا چراغ راه هنرمندان به اصطلاح متعهد قرار می‌گیرد.

به همین سیاق، مقاومت گرافیتی بیشتر به نیروی خلاقیت و تولید وابسته است تا آن که واکنشی ساده و متعارف باشد (بریجنتی، 2010: 329). لذا، گرافیتی در برابر «حس مشترک جمع» (رانسیر، 2004) قرار می‌گیرد. بر اساس نظریات ژاک رانسیر¹ یک جمع بر اساس حس مشترک شکل می‌گیرد و این که گسترانیدن حس مشترک عملی سیاسی است که به سیاست زیبایی‌شناسی بر می‌گردد. وقتی تجربه در جمع محدود می‌شود هر نوع زیبایی‌شناسی را نمی‌توان ایجاد کرد چون سیاست، تجربه را محدود می‌سازد و به بیانی ساده، میان نشانه و مفهوم نشانه رابطه ثابتی شکل می‌گیرد. در این رابطه است که حتی رنگ‌ها و صداها محدود می‌شوند و این یعنی محدود کردن حس، تجربه و زیبا شدن چیزهایی که ارزش پیدا می‌کنند. رانسیر صحبت از رژیم‌های زیبایی‌شناسی² می‌کند؛ «زیبایی‌شناسی که در سیاست‌ها و سیاست‌هایی که در رژیم زیبایی‌شناسی به تاثیر از هم می‌پردازند» (امرلینگ³، 2008: 379). این تداخل زیبایی‌شناسی در سیاست و سیاست در زیبایی‌شناسی ما را به این نقطه نزدیک می‌کند که بر اساس برداشت رانسیر «هنر زندگی کردن» با «هنر زیبایی» به یکدیگر پیوند می‌خورند و بر هم تأثیر می‌گذارند (رانسیر، 2010: 115). با این توصیف، باید مقاومت هنر انتقادی را در جایی پیدا کرد که حس مشترک گسترانیده شده در جمع را مورد تردید قرار می‌دهد. «هنر انتقادی شکلی از هنر است که برای بیننده آگاهی از امر تعیین یافته را به وجود می‌آورد و از این طریق بیننده را به عاملی آگاه از امکان تغییر وضعیت تبدیل می‌سازد» (رانسیر، 2009: 45). همین امکان وجود «جهان‌های ممکن» چیزی است که به مفهوم استعاره تعبیر می‌شود. استعاره از جهان‌های ممکن که مخاطب با قرار گرفتن در برابر آن فضای نوین را تجربه می‌کند.

گرافیتی به مثابه مقاومت چنین نقشی را ایفا می‌کند. گرافیتی بر روی دیوارهای شهر و یا در فضای مجازی دو امر نوین را در برابر تجربه مخاطب قرار می‌دهد: نخست، وجود نقشی بر دیوار شهر که بر خلاف چیزی است معمول، و به مخاطب در طول زندگی روزمره تلنگر می‌زند و دوم، خبر از هویت فرد و افرادی می‌دهد که هویت خود را در میانه دیوار، رنگ، اسپری به نمایش می‌گذارند. زبان استعاره کمک می‌کند تا تجربه ما از حس مشترک مورد تردید قرار گیرد. در نتیجه، کار گرافیتی انتقادی ایجاد حس‌های نوین از زندگی است. از این‌رو، «گرافیتی وسیله‌ای برای بیان، وسیله‌ای برای شنیده شدن فوری بدون اجازه، بدون نیاز به تعریف واضح یا اجماع از پیش شکل گرفته است» (استال، 1389: 49).

1. Rancier
2. The Aesthetic Regime
3. Emerling

گرافیتی به مثابه مقاومت را نمی‌توان جدا از خود- بیانگری بدانیم. این نوع خود- بیانگری با خلاقیتی به تعبیر وایتهد¹ (بیان‌شده در هالوود²، 2005) همراه است که «امر در حال شدن را به هر چیزی که موجود است پیوند می‌زند» (همان: 42) از این‌رو، خود- بیانگری خلاقانه کسی که گرافیتی کار می‌کند، به عنوان انسانی که هویتش در مسیر شدن است، به هر چیزی از اجتماع اطراف او پیوند می‌خورد. در گرافیتی اطلاع‌رسانی از «وجود» امری است که گرافیتی کار را به میانجی‌گری دیوار به شهر پیوند می‌زند. «برای وایتهد عبور اطلاعات قسمتی از امر پیوستگی تمام موجودات می‌باشد» (هالوود، 2005: 84). بیان خلاقانه ابراز وجود در بیان رانسیر همان «افرادی برای آمدن³» (رانسیر ب، 2009: 57) را شامل می‌شود که با پیوند زدن خلاقانه خود بیانگری با امور اجتماع در تجربه مشترک انسان‌ها، هویت نوینی را به نمایش می‌گذارند که خبر از دنیاهای نوین در مفهوم هویت‌های نوین یا هویت‌هایی می‌دهد که تا به حال وجود نداشته اند اما اکنون وجود خود را بر دیوارهای شهر ثبت کرده‌اند.⁴

روش تحقیق

در این تحقیق به منظور یافتن و تحلیل نظر هنرمندان گرافیتی و نزدیک شدن به مفهوم مقاومت در نزد آن‌ها از روش کیفی استفاده شده است. مقاومت به مثابه زندگی چیزی است که در روش کیفی که «موضوع آن می‌تواند زندگی اشخاص، تجربه‌های زندگی، هیجان و احساسات... باشد» (استراوس و کربین⁵، 1391: 32) مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای یافتن هنرمندان گرافیتی با توجه به هویت‌های پنهان و در دسترس نبودن آن‌ها از شیوه گلوله برفی استفاده شده است. مصاحبه عمیق فردی (حضور، تلفنی و ایمیلی) ابزار گردآوری داده بود. دو دسته افراد برای مصاحبه دعوت شدند: افرادی از سازمان زیباسازی شهر تهران که در واقع، مسئولان اصلی نقاشی‌های دیواری در شهرند و پنج نفر از گرافیتی کاران فعال. اطلاعات گردآوری‌شده از گرافیتی کاران در دو مورد به شیوه مصاحبه حضوری و تلفنی بود و در سه مورد دیگر محورهای مصاحبه برای آن‌ها ایمیل شد (در این سه مورد ابزار گردآوری از شکل عمیق به نیمه ساخت‌یافته تغییر یافت). مصاحبه با مسئولان سازمان زیباسازی شهر تهران به صورت حضوری و عمیق انجام شد. محورهای اصلی مصاحبه به پرسش از نظر آن‌ها در مورد

1. Whitehead

2. Halewood

3. People to come

۴. باید توجه داشت که منظور از جهان‌های ممکن چیزی مربوط به ارزش‌گذاری (Value) نیست. جهان‌های ممکن در حقیقت امکان‌هایی برای دیگر زیستن هستند، تجربه‌ای دیگر از زندگی. این تجربه می‌تواند با توجه به شرایط ارزشی مثبت یا منفی داشته باشد. در حقیقت امکان وجود جهان‌های ممکن یک امر حقیقت (Fact) و قابل تجربه یا استناد هست و «تاریخ بزرگ‌ترین گواه بر آن هست. در نتیجه هنر از جهان‌های ممکن سخن می‌گوید که فارغ از بار ارزشی آن حقیقتی از طبیعت هستند.

1. Strauss & Anselm

شیء دیوار به عنوان واسطه‌ای برای گرافیتی، نقش دوربین عکاسی و اینترنت در گرافیتی، مفهوم مقاومت و جنبه انتقادی در گرافیتی و نظرشان در مورد خود بیانگری نسبت به احساسات و هیجان‌ها در گرافیتی اختصاص یافت. داده‌های حاصل از مصاحبه با استفاده از روش تحلیل تماتیک (براون و کلارک¹، 2006) مورد بررسی و دسته‌بندی قرار گرفتند. در این شیوه تحلیل، داده‌ها بر اساس چهارچوب نظری و پرسش‌هایی که در آن مطرح شده است چندین بار خوانده می‌شوند. بخش‌هایی که در ارتباط قرار می‌گیرند بر اساس مفاهیم مربوطه برچسب می‌خورند و کد گذاری می‌شوند. بعد از این مرحله کد گذاری‌ها مورد دسته‌بندی قرار می‌گیرند و بر اساس میزان اهمیتی که پیدا می‌کنند دسته‌بندی شده و به تم محوری تحلیل تبدیل می‌شوند که در جدول کد گذاری‌ها و همچنین نقشه تماتیک در تحقیق آورده شده‌اند. با توجه به مرام‌نامه گرافیتی کاران مبنی به داشتن هویتی پنهان (کامپوس²، 2013: 160) و متفاوت از آنچه در طول زندگی روزمره از خود ارائه می‌دهند هیچ‌کدام از آن‌ها در طول مصاحبه اطلاعات فردی مبنی بر شغل، تحصیلات و... را بیان نکردند. در متن و قسمت نقل‌قول‌ها نیز از نام‌های مستعاری آن‌ها استفاده شده است که بر روی دیوارها، کارها و آثار خود را امضا و با همین نام‌ها هویت کسب می‌کنند.

مصاحبه‌ها بعد از پیاده شده به شکل کد گذاری باز (استراوس و کربین، 1391: 141) کد گذاری شدند. در این نوع کد گذاری مصاحبه‌ها سطر به سطر خوانده شدند. در کدگذاری‌ها این مسئله مورد نظر بود که هدف مصاحبه‌شوندگان از بیان دغدغه‌های خود در مورد گرافیتی چیست؟ جدول شماره 1 مفاهیمی را بیان می‌کند که گرافیتی را در فضای بالاتری از رابطه گرافیتی کار و دیوار قرار می‌دهد. به بیانی توجه به دغدغه‌های گرافیتی کاران به کدهایی منجر شد که توانستند مفاهیم نوین‌تری را از گرافیتی ارائه دهند که آن‌را از مفهوم سنتی خود خارج و به مفهوم گرافیتی به مثابه شبکه³ نزدیک کنند.

جدول شماره 1. کدهای مستخرج از مصاحبه‌ها¹

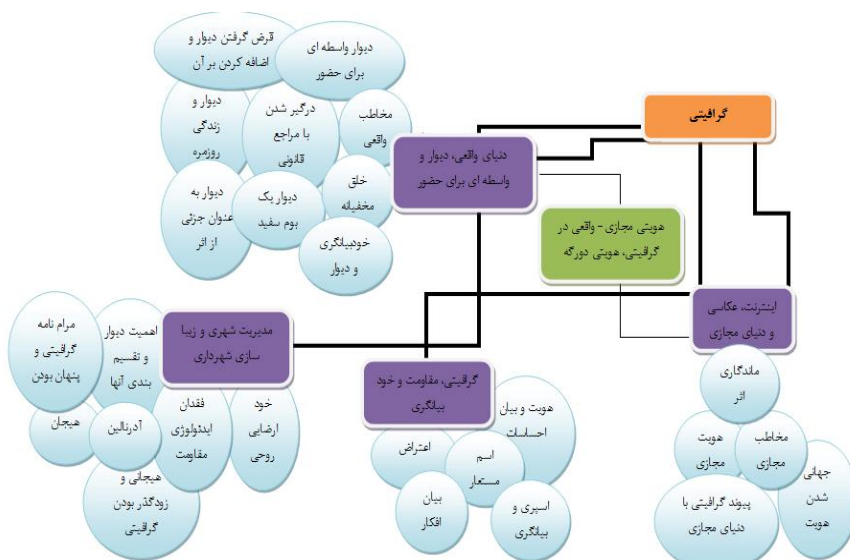
2. Braun & Clarke

2. Campos

³. گرافیتی در مفهوم سنتی خودبین دیوار، شهر و گرافیتی کار محدود شده است. از این بین مدام تلاش بر این بوده است تا از آن خوانش‌های مختلفی را صورت دهند که گرافیتی را بین هنر و عمل تخریب اموال عمومی (Vandalism) قرار می‌دهد؛ اما گرافیتی به مثابه شبکه (Graffiti as Network) در حقیقت گرافیتی را در فرایندی قرار می‌دهد که عوامل نوینی در آن تعیین‌کننده می‌شوند که مختص جهان اطلاعاتی امروز هستند. گرافیتی دهه 1970 که در نیویورک آغاز شد با گرافیتی امروز که آغشته به اینترنت هست بسیار تفاوت دارد. گرافیتی که از دنیای مجازی به واسطه عکاسی به دنیای مجازی انتقال می‌یابد و خالق اثر را از محله به جهان پرتاب می‌کند نوعی از دغدغه حضور و هویتی را به وجود می‌آورد که تنها در شبکه تقاطع بین دنیای مجازی و واقعی قرار می‌گیرد. از این نظر دیگر گرافیتی را نمی‌توان خارج یک شبکه به راحتی تصور کرد.

| | | | | | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| اهمیت دنیای واقعی و مجازی | اینترنت و ماندگاری اثر | خود بیانگری و گرافیتی | سطح شهری به عنوان یک رسانه | درک از دیوار و شرایط انتخاب دیوار | اسپری، هیجان و وندالیسم | خود بیانگری و خود کنترلی | خود بیانگری و نفی اعتراض |
| خود بیانگری، شیوه گرافیتی و نقد | خود بیانگری و مخاطب بودن | گرافیتی، هیجان و مخفی بودن | گرافیتی و همکاری با شهرداری | گرافیتی هنر رسانه و خود بیانگری | دیوار عمومی و شهرداری | زمان و مکان خلق اثر | دیوار و جنس آن |
| اسم مستعار و هویت | ماندگاری اثر و رابطه آن با مخاطب | اهمیت مخاطب مجاز و واقعی | هنر خیابانی، مخاطب و زندگی روزمره | تفاوت گرافیتی و دیوارنگاری | دیوار فراتر از سانسور | گرافیتی امر مبتدل | گرافیتی، برچسب و امر مبارزه |
| کلمه و دیوار و واسطه | گرافیتی، رهایی و قوانین هنر | محل‌های گرافیتی و دردسر، خلوتی | اینترنت، کمیت و کیفیت در گرافیتی | عکس و فضای مجازی | قرض گرفتن دیوار | گرافیتی، فضای مجازی و معرفی ایران | حس شخصی بودن و امر تفکر |
| ذات گرافیتی و مقاومت | گرافیتی و هیجان | مخاطبان خاص و گرافیتی | نقش دیوار در اجرای اثر | دیوار امر بالقوه | احساس نسبت به اسپری | اسم مستعار و خود بیانگری | |

۱. لازم به ذکر است که در جدول مذکور سر ستون و سر ردیف‌ها نشانگر دسته‌بندی خاصی نیستند، بلکه تنها کدهای استخراجی را نشان می‌دهند که به شیوه تحلیل تماتیک و بر اساس چهارچوب نظری و سؤالهای آن از متن مصاحبه‌ها استخراج شده‌اند و تم‌های اصلی در نقشه تحلیل تماتیک حاصل از کد گذاری‌ها آورده شده‌اند.



شکل شماره ۱. نقشه تماتیک^۱ حاصل از کدگذاری داده‌ها

نقشه تماتیک که از کد گذاری‌ها استخراج شده است مقوله سازی‌ها، روابط بین آن‌ها و مفاهیمی را به واسطه آن‌ها شکل گرفته‌اند را نشان می‌دهد. در حقیقت در مقوله‌های به دست آمده گرافیتی در رابطه با مدیریت شهری، خود بیانگری، فضای مجازی، فضای واقعی (دیوارهای شهر) و در نتیجه هویت‌های دور رگه قرار می‌گیرد. تحلیل مقوله‌ها را با توجه مسئله مقاله یعنی اینکه گرافیتی تهران چه نسبتی را با مفهوم مقاومت و خود بیانگری پیدا می‌کند از دو بخش پی خواهیم گرفت: 1- بر اساس عنصر اساسی و اولین گرافیتی یعنی دیوار و گسترش آن به دیوارهای فضا مجازی 2- مفهوم مقاومت و رابطه آن با گرافیتی و نسبتی که آن با گرافیتی ایران و قدرت خود بیانگری پیدا می‌کند.

دیوار واسطه‌ای از واقعیت تا دنیای مجازی و هویت‌های دو رگه

همان طور که بیان شد، گرافیتی قبل از هر چیز و به طور سنتی خود را در شهر و بر روی دیوار پیدا می‌کند. از این رو، دیوار در نقش میانجی برای ابراز وجود کسانی هست که از آن استفاده می‌کنند. دیوارها جنبه‌ای دوگانه دارند هم از جهت گفتمان مسلطی که بر صاحب بودن دیوارها مشروعیت دارد

1. در نقشه به وجود آمده مستطیل‌های بنفش رنگ مقوله‌هایی هستند که از روابط مفاهیمی که به شکل دایره‌های آبی رنگ نشان داده شده‌اند شکل گرفته‌اند. مستطیل سبز رنگ در سطحی انتزاعی تر فرضیه‌ای است که در گرافیتی ایران بین فضای واقعی و مجازی هویت‌های دورگه‌ای به وجود آمده‌اند که در مقاله مورد تحلیل قرار خواهند گرفت.

و هم شهروندانی که از دیوار برای رساندن صدای خاموش خود استفاده می‌کنند. نمونه این مورد را می‌توان در جریان انقلاب مصر مورد توجه قرارداد که چگونه خیابان‌های نزدیک به میدان التحریر چون محمد محمود¹ توسط پلیس با بتن‌ها به شکلی از دیوار کاذب و حائل درآمد بود و گرافیتی کارها بر روی این دیوارها آثاری اعتراضی را خلق می‌کردند. (آبازه²: 2012)



عکس 2: اثر گرافیتی بر یکی از دیوارهای مجازی و حائلی که در جریان انقلاب مصر توسط نیروهای پلیس شکل گرفت.

منبع: آبازه، 2012: 129

بر اساس مفهوم سامانه³ در تفکر فوکو (1980: 195-194) دیوارها فضای شهری را به نقاطی استراتژیک تبدیل می‌کنند، نقاطی که قابل کنترل کردن می‌شوند؛ و جنگ دیوارها شکل می‌گیرد. کنترل کردن فضای شهری به واسطه دیوارها و مسدودکننده‌ها در بیان دلوز (هاسلی و یانگ⁴، 2006: 295) فضایی قانون‌گذاری شده و خشک از سیاست⁵ را نشان می‌دهد که در برابر آن فضایی نرم⁶ قرار

1. Mohammed Mahmud
2. Abaze
3. Dispositive
4. Halsey and Young
3. Space of State
4. Soft Space

می‌گیرد. فضای نرم آنجایی است که کنشگران به واسطه چیزهایی¹ که در فضا وجود دارد به ارائه نوینی از هویت دست می‌زنند.

ما بر دیوار چیزی را افزوده می‌کنیم. مال شخصی چیزی کم نمی‌شود. من می‌خواهم به شما حرفی بزوم مفهوم در قالب کلمات مهم هست. دیوار مثل کلمه یک وسیله هست... ما دیوار را قرض می‌گیریم. دیوار یک بوم سفید هست. هیچ حسی ندارد (قلمدار).

دوست دارم دیوار بیشتر در شهر و در معرض مخاطب باشد... ما دیوار را قرض می‌گیریم. این بهتر هست. سطح را قرض می‌گیرم. چون مستلزم هست که اثر به شهر بازگردد و این از شهرداری نیست و دیوار از آن آدم‌هایی هست که برای خانه‌هایشان هست. (سی کی وان)

قرض گرفتن دیوار، آن هم دیواری که از برای آن‌ها نیست در حقیقت واسطه و یا میانجی هست که بین ذهن هنرمند و مخاطب در شهر قرار می‌گیرد. این خود-بیانگری است که تنها دیوار می‌تواند برای آن واسطه‌گری کند چون دیوار از برای شهر و انبوهی از انسان‌هاست.

خوب! دیوار نقش زیادی توی طرح و طرز اجرای اون روی دیوار داره... بله! ما با دیوار که می‌تونیم حرفمونو بزنینم. (علی جی اف وان)

دیوار برای من نقش بوم را دارد. دیواری که دیگران آن را یک سطح صاف و مستحکم می‌بینند من به عنوان ماده اولیه برای یک طرح خوب می‌بینم. (پی اس تی)

وقتی یک هنرمند گرافیتی می‌اندیشد که دیوار بعد از اجرای اثر بر آن چیز دیگری خواهد شد در حقیقت دیوار را وارد فضایی نرم می‌کند که می‌توان از آن شکل‌هایی استفاده دیگری را به دست آورد، در نتیجه دیوار در نظر هنرمند گرافیتی از امر روزمره دور شده و با خلاقیت همراهی شود. (هاسلی و یانگ، 2006: 288)

۱. چیزها یا غیر-انسان‌ها (Non-Humans) به بیان برونو لاتور (Bruno Latour) در کنار انسان‌ها شبکه‌ای را به وجود می‌آورند که به میانجی‌گری این غیر-انسان‌ها، انسان می‌تواند به تغییرات اجتماعی دست بزند. از این باور حضور تکنولوژی چیزی است که از ابتدایی که انسان دستانش از زمین جدا کرد (لوری گورهان به نقل از وندنبرگ، 2007: 12) تا به امروز همواره تعیین‌کننده هویت انسان بوده است. با تغییرات تکنولوژی و ابژه‌های نوظهوری که در فرآیند آن به جامعه انسانی معرفی می‌شود هویت‌ها نیز مورد تحول قرار می‌گیرند (لاتور، 1997). گرافیتی امروز جهان و ایران بدون در نظر گرفتن تکنولوژی اینترنت و شبکه‌های مجازی از واقعیت تجربه‌شده آن در قالب شبکه‌ها و شبکه‌های مجازی بسیار دور می‌ماند.



تصویر 3: نمایی از یک دیوار ممتد و طولانی در نزدیکی شهرک اکباتان که از ابتدای شکل‌گیری گرافیتی مورد توجه بسیاری از گرافیتی کاران بوده است.

منبع: <http://www.irangraffiti.com>

به طور مثال در تصویر (شماره 3) که بر روی یکی از دیوارهای نزدیک به شهرک اکباتان کشیده شده دیوار سفید توسط هنرمند به شکلی دیگر آمده است. فضایی که با خلاقیت هنرمند جهت دیگر از مسائل انسانی را نشان می‌دهند و آن را می‌توان در مقایسه با دیوارهای متعارف پشتی قرارداد. در مدیریت شهری نیز دیوار دارای تعریف خاصی است. مسئول نقاشی دیواری شهری زیباسازی شهرداری تهران بیان می‌کند که:

دیوار برای بروز خودش به این نقاشی از دیوار غار تا سالن وابسته بوده است. حال بحث ما بر سر دیوار شهری گسترش نقاشی دیواری هست. دیوار معنای متنوع تر و هر سطح عمودی برای اجرا اثر اهمیت پیدا کرده است. به طور عام دیوار سطحی حائل و سطحی موجود یا جداکننده فضا هست که در بستر آن می‌توان اثر را ایجاد کرد.

از این باور برای درک گرافیتی می‌باید دیوارها را دنبال کرد و در دنیای اطلاعاتی آن‌ها را از دنیای واقعی تا دنیای مجازی مورد تعقیب قرارداد. گرافیتی امروز تهران در بستری از جهانی شدن، دنیای اطلاعات و پیوستن امر محلی به امر جهانی صورت می‌گیرد. دوره‌ای که در آن شکل‌گیری هویت با

دنیای رسانه (تامپسون¹، 1389: 301) همانند اینترنت پیوند خورده است. هویت‌های واقعی که تحت نام مستعار به طور مخفیانه بر دیوار امضا زنی² حضور خود را اعلام می‌کردند حال آثار خود را بر روی دیوار سایت‌ها و شبکه‌های مجازی می‌آورند. این گسترش دیوارها با گسترش هویت‌ها همراه است. هویت‌هایی که به تکنولوژی مجهز شده‌اند و ترکیبی از هویت دورگه³ را ایجاد کرده‌اند. هویت‌های دورگه بیش از هر زمان دیگری با میانجی‌های پیچیده‌تری با دنیای پیرامون در رابطه هستند. گرافیتی با آمدن به اینترنت دیوارها، هویت‌ها و مخاطبان مجازی را شکل داد. رهگذران محلی در خیابان در این شرایط به پرسه زندگان جهانی تبدیل می‌شوند.

اینترنت فضایی هست که می‌توانیم مخاطب بیشتری داشته باشیم. بین مخاطب مجازی و واقعی مرزی وجود ندارد. همان مخاطبی که میاد بیرون بعد صفحه مجازی را باز می‌کند. گرافیتی برای من با عکاسی همراه و همیشه درگیر کارهام هست. (سی کی وان)

گرافیتی برای رسیدن به فضای مجازی به میانجی دوربین عکاسی دیجیتال نیاز دارد. اهمیت وجود عکاسی دیجیتال به عنوان بخشی از سازوکار گرافیتی امروز به فراتر رفتن گرافیتی و تبدیل آن به مثابه یک شبکه منجر شد. شبکه‌ای که هویت‌های واقعی برای رسیدن به هویت مجازی می‌باید اثرشان را از خلال دوربین دیجیتال عبور دهند. این تجهیز شدن گرافیتی به تکنولوژی هست که هویت‌های دورگه را شکل می‌دهد.

مخاطب مجازی اهمیت زیادی دارد؛ اما اینترنت تنها یک رسانه هست تا جنبه کار ما جهانی شود. ما می‌خواهیم تصویر دیگری از ایران نشان دهیم. این فضا را تجربه داشته‌ام که گفته‌اند: «در ایران هنر هست». با این کار به ایران هویت جدیدی می‌دهیم دید آن‌ها در مورد ایران درست نیست. با این هسته آهنی را معرفی می‌کنی. (قلمدار)

1. Thompson

۲. تگ زدن (Tag) یا امضا زنی علامتی است که گرافیتی کاران آن را یا به تنهایی و یا در قالب امضا برای پایین آثار خود به جای می‌گذارند و از این طریق حضور خود را بر دیوار اعلام می‌کنند.

۳. هویت‌های دورگه (Hybrid). هویت‌هایی هستند که نه در فضا تک بعدی بلکه در فضایی بین امر محلی امر جهانی شکل می‌گیرند. هویت‌هایی که به ابزار تکنولوژی مجهز شده‌اند و می‌توانند ایده‌های خود را در وسعت زیادی مورد توجه قرار دهند. البته این بحث را نیز می‌توان در مباحث پسا - انسانی (Post-Humanism) دنبال کرد. برای این منظور می‌توان به مقاله زیر رجوع کرد:

Sussan,R (2012). "Bienvenue chez les posthumains". Sciences Humain, No. 233: 30

گرافیتی که در دنیای زندگی روزمره توسط مدیریت شهر پاک می‌شود حال در دنیای مجازی پایدار خواهند بود و بیش از هر زمان دیگری مورد تکثیر قرار می‌گیرند. اثر گرافیتی در دنیای مجازی در حقیقت نجات آن از فضای ناپایدار و مورد هجوم فضای واقعی است. از این منظر دوربین عکاسی دیجیتال جزئی جدانشدنی از فرایند گرافیتی و استراتژی گرافیتی کار برای حفظ هویت و موقعیت خود هست¹.

اگر کارها از دیوار پاک نمی‌شد من اصلاً دلیلی نمی‌بینم تو اینترنت به وسیله خود شخص انتشار پیدا کند..... وقتی کارها سریع پاک می‌شوند مجبوری کارت رو جایی آپلود کنی تا باقی بمونه..... مهم تنها چیزی هست که باعث می‌شه چیزی از اثر باقی بماند. (نغیر)

تنها چیزی که از اثر شما باقی می‌ماند عکسی هست که از شما می‌گیرید؛ بنابراین من به طور شخصی همیشه با خودم دوربین همراه دارم که از کار عکس بگیرم.... متأسفانه چون فضای مناسب جهت نمایش آثار گرافیتی در سطح شهر و دیوارهای عمومی وجود ندارد کارهای گرافیتی از نظر اکثریت پنهان می‌ماند و فضای مجازی در حال حاضر نقش مهم‌تری را بازی می‌کند. (بی اس تی)

برای من عکاسی پنجاه درصد از ارائه است. عکاسی در کار من نقش مهمی دارد و شده است که کارم را نگاه‌دارم تا دوربین عکاسی برای کارم آماده شود. چون این جایی که ما زندگی می‌کنیم کارها خیلی زود از روی دیوار پاک می‌شود، اینترنت خیلی مهم هست. (بلک هند)

در نتیجه فضای مجازی تکمیل‌کننده فضای واقعی و دیوارهای شهری برای گرافیتی کاران امروز ایران هستند. این امر هویت امروز جوانان ایران را به امری دور رگه (رضایی، 1391) بین واقعیت و دیجیتال تقسیم می‌کند. فرایندی که تکوین هویت نه تنها در فضای واقعی بلکه در فضای مجازی به سمت تثبیت خود پیش می‌رود و این چیزی جز پیوند زدن امر جهانی به امر محلی در نظر گرفته نمی‌شود². با این توجه و میلی که در پیمودن به امر محلی و تبدیل شدن به امر جهانی وجود دارد می

1. همین وابستگی گرافیتی به اینترنت و نیاز به ثبت شدن آن را می‌توان در گرافیتی اعتراضی مربوط به بحران انقلاب مصر شاهد بود که دیوارها توسط پلیس به سرعت سفید می‌شدند و در نتیجه با عکاسی از آن‌ها در شبکه اجتماعی فیس بوک صفحه‌ای با نام گرافیتی - انقلاب (Graffiti-Revolution) شکل گرفت (آبازه، 2012، 125).

2. در بیان هویت‌های دورگه می‌باید به شکاف نسلی در ایران توجه کرد. شکافی که می‌توان آن را با مهاجرت هویت‌های مجازی (مهاجرت دیجیتالی و اسکیزوفرنیای هویتی، سایت انسان‌شناسی و فرهنگ) و بازگشت شکلی از هویت‌های دورگه به سازوکار زندگی روزمره در ارتباط دانست. زندگی روزمره در ایران دچار بحرانی از هویت شده است. از آن جهت می‌توان آن را بحران نامید که این تغییر هویت‌ها نه در یک فرایند آرام و بسترسازی شده شکل گرفته باشد بلکه در بیش‌ترین سرعت خودش به وقوع رسید. این سرعت بالا چنان پیچیدگی‌های هویتی و نیازهای فردی را به وجود آورده که گفتمان

باید این پرسش را مطرح کرد که رابطه گرافیتی، در ایران امروز، سرکشی و مقاومت نسبت به نظم مسلط است و یا میلی نوین برای ابراز وجود و خود بیانگری برای رسیدن به امر جهانی؟

خود - بیانگری، گرافیتی و مقاومت

«تنها افراد ساکت، دیوارهای سفید دارند». در این جا هر چیزی در گفت‌وگو شکل می‌گیرد که در نتیجه بحث و واکنش را انگیزه می‌دهد» (گروی¹، 2008: 3). در این تحلیل پرسش این است که گرافیتی به مثابه مقاومت و یا خود بیانگری؟ و اگر گرافیتی جنبه خود بیانگری دارد آیا باز می‌توان آن را به‌عنوان هنر مقاومت در نظر داشت؟ و اگر جواب مثبت است چه نوع تعریفی را می‌باید از مقاومت به دست دهیم؟ «به‌دست آوردن احترام، شهرت و درکی قوی از خود به طور واضح از اصول اولیه یک گرافیتی کار می‌باشد و خرده فرهنگی که بر اساس آن تشکیل می‌شود در جهت حمایت از این ایده ایجاد می‌شود» (مک دونالد²، 2001: 66). در نتیجه می‌بایست به خود- بیانگری از طریق گرافیتی بیش از هر هنر دیگری توجه داشت. چون همان‌طور که در قسمت‌های قبل عنوان شد این هنر در جایی به اسم دیوار و آن هم در وسط جایی به اسم شهر صورت می‌گیرد. گرافیتی در این دیدگاه جزو «ساختارهایی است که در فرهنگ جوانان برای ساختن خود به کار می‌رود» (مارش و همکاران، 2005: 63).

ما تفکر را گسترش می‌دهیم و در عین شخصی بودن حس را بر روی دیوار می‌آوریم..... اول بعد شخصی کار برای من مهم است و بعد برای مردم. به عقیده‌های مخالف و موافق کاری ندارم مهم اثر خودم هست. خودم را بازتاب می‌دهم و آرامش پیدا می‌کنم..... باید رفت جلو، این رهایی برای من است. خودت باش، رها باش، آزاد باش و تزریق اندیشه ممنوع..... ما برای حرف زدن تنها حرف نمی‌زنیم برای اندیشه‌ها کار می‌کنیم..... من خودم را بازتاب می‌کنم و برای من مخاطب هم مهم است چون گرافیتی در ذهن مخاطب بااهمیت است..... اسپری چیزی هست که من را هل می‌دهد. ابزاری است که دنیای مرا گسترده می‌کند.
(قلمدار)

مسلط را به واکنش‌های پلیس و ادار کرده است و از آن جمله می‌توان به شکل‌گیری پلیس ارشاد در این زمینه اشاره داشت.

1. Grevy
2. Macdonald

با این توجه، مسئله این است که آیا خود-بیانگری در برابر مقاومت قرار می‌گیرد و یا خود-بیانگری شکلی از مقاومت است و در چه شرایطی؟ مقاومت¹ مفهومی است که از دل روابط قدرت و امر مسلط خود را استخراج می‌کند. مقاومت مفهومی جهانی و همیشگی نیست بلکه وابسته به زمان و مکان، قرار می‌گیرد و در روابط اجتماعی وابسته به آن خود را بیان می‌کند (بارکر²، 2004: 178). در نتیجه مقاومت در یک شبکه از روابط و در مکان و زمان مشخص به مفهوم و تعریف می‌رسد. مقاومت در برابر گفتمان‌ها یا رژیم‌های حقیقت³ قرار می‌گیرند و با شناخت لهجه گفتمان‌های مسلط⁴ می‌توان به مفهوم مقاومت نزدیک شد. مقاومت مفهوم و حسی انسانی است که در بین روابط اجتماعی به تجربه می‌رسد. به طور مثال وقتی در دوره رضاخان و کشف حجاب زنان به شکل‌های مختلف در برابر برداشتن اجباری حجاب مقاومت می‌کردند ما با لهجه‌ای از گفتمان مسلط روبرو هستیم که در روابط اجتماعی آن زمان و مکان شکل به خصوصی از مقاومت ایجاد را می‌کرد⁵. از این باور در گرافیتی امروز ایران که دیوارها از امر محلی در واقعیت به امر جهانی در جهان مجازی کشیده شده‌اند باید به شکل خود بیانگری نه به مثابه خود بیانگری انفعالی و از سر طبع بلکه باید به خود-بیانگری به مثابه حضور فعال و ارائه صداهای متفاوت در جامعه نظر داشت.

در لهجه گفتمان مسلط ایران امروز⁶ تقاطع امر جهانی و امر محلی به خود-بیانگری و ظهور هویت‌های متفاوت و ناهمگون منجر شده است¹. این خود-بیانگری در ادبیات جهان اطلاعاتی به

1. Resistance

2. Barker

³ یکی از مفاهیم کلیدی میشل فوکو هست. به این سایت مراجعه کنید:

<http://www.michel-foucault.com/concepts/>

⁴ به بیان برونو لاتور (2003: 144) گفتمان‌ها دارای لهجه (Enunciation) می‌باشند. منظور از لهجه، روایتی است که گفتمان از زمان و مکان ارائه می‌دهد و آن را روایتی مستقیم یا آگاهی مستقیم از شرایط می‌داند. این آگاهی مستقیم در برابر سیاست‌های خردی قرار می‌گیرد که در طول زندگی روزمره در پی تشکیل شدن هستند و به نوعی سیاست گسترش و تکثر از امر محلی به امر کلی را شامل می‌شوند.

⁵ در این مورد نگاه کنید به:

جمشیدیه، غلامرضا و نجفیان رضوی، لایلا (1390)، " شیوه‌های مختلف مقاومت مردم ایران در برابر دستور حکومتی کشف حجاب در دوره پهلوی اول"، مجله زن در فرهنگ و هنر، شماره 3: 37-56

⁶ در این مورد می‌توان به مسائل بسیار زیادی اشاره داشت؛ اما آنچه که بتوان در ارتباط مستقیم با گرافیتی دانست مفهوم استانداردسازی هویت‌ها در لهجه گفتمان ایران هست. اهمیت دستورهای اخلاقی و پرداختن به مسائل ادبیات پرورشی شکلی از استانداردهای هویتی را به وجود می‌آورده است که از فضای بالا به سمت فضای پایین (سوجا، 1996: 310) سرریز شده‌اند. این شیوه از دستورهای اخلاقی و رفتاری نیز در صورت تخلف با ادبیات تنبیهی و پلیسی همراه خواهد بود. از این دیدگاه، آنچه که در فضای پایین مثل خیابان، خانواده و یا فضاهای مجازی صورت می‌گیرد دور شدن از استانداردهای هویتی گفتمان مسلط و نزدیک شدن به آزمون‌ها و خطاهایی است که روابط زندگی روزمره را با پیچیدگی‌ها همراه می‌سازد. در نتیجه آنچه بازنمایی می‌شود آن چیزی نیست که انسان‌ها در معرض آن هستند. گرافیتی در سطح

آنجایی می‌رسد که مفهوم «من این‌جا»² (شمیلوسکا³، 2007: 153) به وجود می‌آید. «من این‌جا» یعنی تداوم در حضور فعال. در نظر وایتهد (1978: 56) قدرت آن چیزی است که باعث تداوم می‌شود و مجموعه تغییرات روند تاریخی یک هویت⁴ را به هم ارتباط می‌دهد. در نتیجه گرافیتی امروز ایران در برابر با لهجه گفتمانی که به یکدست‌سازی هویت‌ها می‌پردازد آن تاکید بر مفهوم «من اینجا» و اطلاع‌رسانی کردن آن بر دیوار می‌پردازد. شکل‌گیری هویت وقتی در فضایی غیرقانونی و بر روی دیوارهای شهر بدون اجازه کشیده می‌شود به همین نسبت هیجان و جریانی از آدرنالین را در گرافیتی کاران ایجاد می‌کند (فرل، 1995: 37).

مفهوم گرافیتی هنر هیجان، دینامیک و شلوغ است که از دل تشنج شهری بیرون آمده، یعنی از یک ذهن شلوغ است و یک نگارگری آرام نیست. ضربان قلب را ما با این کار بالا می‌بریم. (قلمدار)

گرافیتی کاران با خود بیانگری به سمت تشکیل یک خرده‌فرهنگ می‌روند به آن مفهوم که جامعه آن‌ها را نمی‌پذیرد (مک دیارمید و داوونینگ⁵، 2012: 610) و آن‌ها احساساتی را بر روی دیوار به تصویر می‌کشند که حاصل این دغدغه و تلاش برای بودن و هویت یابی هستند. بودن در فضای شهری و آنچه که از هویت‌های دیگر به فرد گرافیتی کار می‌رسد و جسارت برای بیان آن مهم‌ترین نکته‌ای است که در فضای ایران از اهمیت برخوردار می‌شود و در «حقیقت ترس از خیابان» جای خود را به «جسارت برای حضور در خیابان» می‌دهد.

[موضوع کارهای گرافیتی] دغدغه خودم که فکر می‌کنم مردم را هم آزار می‌دهد. (نفیر)

خیابان و دیوارها که با اسم‌های مستعار همراه است در حقیقت هویت‌های پنهانی را به نمایش می‌گذارد که حضور خارج از استاندارد نظم روزمره خود را به ظهور می‌رسانند.

آبرای این منظور می‌توانید به مقاله‌های زیر مراجعه نمایید:

ساروخانی، باقر و بابای فرد، اسدالله (1387) "اینترنت، جهانی شدن و هویت فرهنگی در ایران"، مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال چهارم، شماره 13: 145-174

عبداللهیان، حمید و رضانیا، آوات (1387) "خود و اظهار خود در فضای مجازی: مطالعه موردی کاربران سایت کلوب دات کام"، مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال چهارم، شماره 13: 11-29

2. I Here.

4. Chmielewska

۴. هستی واقعی (Actual Entity) مفهومی است که در تفکر وایتهد (1978) جهان خارج خود را تجربه می‌کند و آن را انعکاس می‌دهد. در نتیجه هویت واقعی در مجموعه‌ای از دیگر موجودات واقعی قرار می‌گیرد و با درک از هویت و وجود آن‌ها یگانگی و فردیت خود را بازیابی می‌کند و این امر تنها از راه تجربه میسر است.

5. MacDiarmid & Downing

گرافیتی برای من یعنی بیان احساسات و از طریق رنگ و به جا گذاشتن اسم یا امضا روی دیوار و به طور کلی خلق یک اثر هنری.... گرافیتی برای من یک سبک زندگی یا یک لایف استایل تبدیل شده است. من در طول هفته حداقل یک کار را یابد روی دیوار اجرا کنم تا به قول شما ارضا بشم. (پی اس تی)

در گرافیتی مهم این است که از خود رد پا بگذاری.... ماندگاری در کار گرافیتی مهم است. مهم تأثیر ماندگار است. تأثیر گرافیتی مثل یک انفجار کوچک است که تأثیر بسیار می‌گذارد... آدرنالین با اسپری بسیار هم نشینی دارند.... هنرمند گرافیتی ریسک می‌کند اما آن بیشتر از هیجان است اما این ریسک است که مهم است چون می‌خواهد تأثیر بگذارد و بیشتر بر این تمرکز دارد. (سی کی وان)

خود- بیانگری در گرافیتی بر خلاف آن چه که به مفهوم خود اشاره دارد در حقیقت با نام مستعار هنرمندان همراه است. نام مستعار در این جا چیزی است که در خلاف جهت خود- بیانگری قرار می‌گیرد. چگونه می‌توان خود بیانگری کرد و درعین حال نام خود را فاش نساخت؟ شاید برای جواب این پرسش دوباره باید به مسئله هویت بازگشت نماییم. هویت در نزد هنرمندان نقاب‌داری چون گرافیتی به نوعی بازسازی و هم ذات پنداری با قهرمانان¹ (دوبار²، 2000: 165) افسانه‌ای چون زورو، بت من و یا سوپر من است. قهرمانانی که هویت آن‌ها ناشناخته بود اما درعین حال در بین مردم شهرت داشتند و در مواقعی در بین آن‌ها ظاهر می‌شدند. به نوعی مخفی بودند جزئی از مرام‌نامه آن‌ها بود. این مطلب را می‌توان در گفته بلک هند پیدا کرد که:

چون این کار مخفیانه غیر قانونیه، ما نمی‌تونیم با اسم خودمون کار کنیم.

(بلک هند)

و این فرایند مخفی بودن شخصیت واقعی هنرمند گرافیتی و رابطه او با اسم مستعار را می‌توان در این جمله مورد توجه قرارداد که:

اولین گروه گرافیتی را تشکیل شد اسم آن استریت رتس³ (موش‌های خیابانی)

بود. موش‌هایی که در زیر پوشش شهر هستند و شب‌ها بیرون می‌آیند. (سی کی وان)

1. مفهوم گرافیتی کاران به مثابه قهرمان آنجایی است که آن‌ها با به هیجان انداختن خود در رابطه با دیواری که برای آن‌ها نیست و هر لحظه می‌تواند از طرف پلیس و یا شهروندان برای آن‌ها مسائل جدی رخ دهند اما باز به این کار دست می‌زنند و خود را چون پارتیزان‌هایی می‌دانند که برای هدفشان و یا برای چیزی که به اسم گرافیتی به آن اعتقاد دارند خود را به خطر می‌اندازند. (کامپوس، 2013: 160)

2 . Street Rats

مخفیانه بودن هویت در مرامنامه گرافیتی در موازنه‌ای با هیجان، تأثیر و خود بیانگری قرار می‌گیرد چیزی همانند عملیات سری که می‌خواهد حقیقتی را به اشتراک بگذارد. در نتیجه رفتن به سراغ دیواری که برای آن‌ها نیست و درعین حال بیان شخصی‌ترین احساسات که در بستری از فرهنگ، تاریخ و شرایط اجتماع صورت می‌گیرد شبیه‌سازی قهرمانی است که شب‌ها در شهر نشانی از خود را بر دیوارها باقی می‌گذارد. این تلفیق خود بیانگری، هیجان و طعمی از لذت انجام عمل غیرقانونی را می‌توان در این جمله یافت که:

ببین! گرافیتی بستگی به حال و هوای طرف داره و در ضمن بر می‌گیرد به شخصیت طرف، مثلاً من توی هفته اصلاً قصد کار زدن ندارم یکهو یک ضربه حالا می‌تونه عشقی باشه یا اجتماعی روم تأثیر میذاره تا کار بزنم و خودم رو خالی کنم. کارای از قبیل مقاومت و مبارزه هم از همین قبيله... گرافیتی... یک وسیله ارتباطی برات می‌مونه بهتره به گم مثل یک دوست مهربان برات می‌مونه تو می‌توننی موقعی که نیاز به ارضا شدن از لحاظ روحی داری بهش رجوع کنی هم برای ارتباط برقرار کردن با مخاطب کار بزنی... آره خوب! هیجان داره این‌که روی دیواری که نه مال خودته نه آزاد هست کار کردن روش، خوی هیجان داره. (علی جی اف وان)

کسی که گرافیتی می‌کشد معمولاً اسم خودشو با حروف مشخص به خود و رنگ‌های مختلف روی دیوار پیاده می‌کنه. (پی اس تی)

خود- بیانگری در گرافیتی ایران به مثابه مقاومت شکل منحصر به فردی دارد. خود- بیانگری گرافیتی ایران با خلاقیتی همراه است که در خدمت جواب دادن به نیازهای نوین یک زندگی نوین است (رانسیر، 2010). در ابتدای شروع گرافیتی و در سالهای 85 و 86 وجود اسپری‌هایی بی‌کیفیت، نبود دسترسی به منابع مناسب در ارتباط با این رشته و یا استادانی که بر آن مسلط باشند و یا حتی در جریان اینترنت پر سرعت در حد عموم باعث شدند تا گرافیتی ایران را با خلاقیت‌هایی همراه سازند که به نوعی از آن می‌توان به خودرویی و خود رشدی در فرهنگ شهرنشینی تهران یادکرد. این تلاش « اساسی» برای بودن، احساس نیاز «ضروری» برای حضور در خیابان و « تب» پیوستن به خرده‌فرهنگ پنهان گرافیتی چیزی است که گرافیتی اعتراضی در غرب را از ایران متمایز می‌سازد.¹

۱. گرافیتی در غرب با حضور در خیابان و متروها همراه بوده است (دیکینسون، 2008-30). اما آن کمترین چیزی است که بتوان روحیه اعتراضی گرافیتی در غرب را به آن تخفیف داد. روحیه اعتراضی در گرافیتی غرب به بیانگری‌ها و نقدهای سیاسی بسیار رادیکالی تبدیل شد که بیانگری هویت را به سمت بیانگرهای نژادی و مبارزه با سرمایه‌داری، جنگ و جنسیتی برد. در لهجه گفت‌وگوهای سیاسی امروز ایران که گرافیتی در این بستر رشد کرده است نمی‌توان این سطح از بیانگری و نقد رادیکال را در آن ملاحظه کرد. در حقیقت گرافیتی در بستری از فرهنگ هیپ هاپ شکل گرفت که این فرهنگ با

از نگاه مدیریت شهری گرافیتی را نمی‌توان هنر مقاومت و انتقادی در مفهوم متعارف آن یعنی انتقاد صاف و مستقیم از مشکلات اجتماعی و سیاست نامید، به گونه‌ای هنری که به خود-بیانگری و هیجان می‌پردازد چیزی خالی از محتوای مقاومت تجربه‌شده در گرافیتی جهان است. مدیر نقاشی دیواری‌ها در سازمان زیباسازی شهرداری تهران:

ایدئولوژی آن‌ها شخصی است. آن‌ها باید مخفی باشند و رنگ‌ها و تکنیک مشخصی را به کار ببرند، این‌که باید چه شکلی باشند و کجا کار کنند، آن‌ها آیتم‌های مشترکی هستند هر چند که ممکن است تفاوتی در سبک اجرا و استفاده از شیوه‌های مختلف گرافیتی داشته باشند. من در هنر گرافیتی اعتراض نمی‌بینم چون اعتراضی که بر اساس این ساختار باشد اعتراض نیست. با لقب انتخاب کردن، الفاظ لاتین دنبال خاص شدن هستند و مرام‌نامه خاص هم دارند. کار آن‌ها در نهایت خودش ارزش شخصی دارد و به مرور زمان به بیهودگی کار خود می‌رسند چون آن‌ها تریبون سازی ندارند ما می‌خواهیم کار آن‌ها را برجسته کنیم اما کار آن‌ها گریز است و چرا باید گرافیتی را اهلی کرد؟

گرافیتی با طعم ایرانی را می‌توان در برابر سطح گسترده فرهنگ گرافیتی در غرب دانست که گرافیتی جزء جراثیم رده اولی است، چنان‌که به طور مثال در شهری مثل سیدنی استرالیا نیز جزء جرم‌های رده نخست در محله‌ها به‌شمار می‌آید (یانگ¹، 2012: 3902) و از جرمه‌های سنگینی برخوردار است؛ اما در ایران این سطح از تخریب اموال عمومی را در آن نمی‌بینیم. به طور مثال یکی از معضلات گرافیتی در غرب وجود آن در مترو و بر روی اتوبوس‌ها است، چیزی که در گرافیتی تهران شاهد آن نبوده‌ایم و این از محدودیت‌ها یا از ویژگی‌های گرافیتی تهران است. محدودیتی که از بیان‌های رادیکال و نقدهای سیاسی - اجتماعی به ابتدایی‌ترین نیازها و خواسته‌ها برای حضور در خیابان و یافتن هویت خود در محله‌ها تبدیل شده است؛ به مفهومی گرافیتی تهران در کمترین حالت انتقادی و تخریب آن از نوع اموال عمومی مشخص می‌شود. مدیریت نقاشی دیواری شهرداری می‌گوید: ما گرافیتی را به عنوان معضل نمی‌شناسیم. ما می‌دانیم این یک فعالیت است که اجرای آن‌ها به مدیریت شهری صدمه‌ای نمی‌زند، در نتیجه تلاشی برای ایجاد مانع نمی‌کنیم و این‌ها را در سطح خود کنترلی رها می‌کنیم. در فعالیت خودشان آن‌ها باید و نیاید‌هایی دارند تا بتوانند ادامه دهند ما هم این

تمام قدرت در زندگی روزمره مردم نفوذ کرده بود اما در ایران سال 86 که جرعه‌های اولیه گرافیتی در تهران زده شد نمی‌توان ردی از فرهنگ پاپ آن هم در همه جنبه‌های زندگی پیدا کرد. گرافیتی در آن دوره تنها یک وسیله بود تا نوجوان تهران شیوه‌ای برای گذران هیجان‌های زندگی روزمره بیابد بدون آن‌که بتوانند فرهنگ پاپ را به طور عمیق و در آن وسعت تجربه کند.

1. Yang

را می‌دانیم این‌ها وندالیسم و تخریب بالا ندارند که بخواهیم دست به شدت عمل بزنیم؛ آن‌ها در حقیقت دارند کار هنری خود را می‌کنند. دورادور مراقب آن‌ها هستیم تا اصطکاک کمتری صورت پیدا کند و ما وارد برنامه‌ریزی نشویم و قائل به برخورد قهری نیستیم تا زمانی که آن‌ها حد خودشان را می‌دانند. آن‌ها بدشان نمی‌آید به حساب آیند ما هم توان آن را داریم اما در عقلانیت جمعی سازمان به این نتیجه نرسیده‌ایم چون نمی‌دانیم چه اتفاقی می‌افتد و ریسک است. در نتیجه صلاح نیست آن‌ها را دچار مخاطره کنیم چون دارند فعالیت خودشان را می‌کنند اما وقتی گسترش پیدا کرد و حاشیه به همراه داشته باشد دیگر آن‌ها از حوزه خود بیرون آمده‌اند و این‌جا حوزه آن‌ها نیست.

نتیجه‌گیری

«اولین احساس من در برابر این‌ها که چرا مردم دارند می‌نویسند به این دلیل بود که احساس کردم مردم خشمگین و غمگین بودند از اینکه در جهان، صدایی ندارند» (ال اس دی او ام^۱).

گرافیتی شیوه‌ای برای رساندن صدای خود به دیگران در فضای شهر هست. گرافیتی ایران در این مرحله قرار گرفته است. گرافیتی ایران به هیچ‌وجه در سطحی از نقد رادیکال از گفتمان مسلط قرار ندارد. نقدی که بتوان از به عنوان یک شاخصه مهم نام برد. گرافیتی در غرب که با نقد سیاسی- اجتماعی در رابطه قرار دارد^۲ به همان میزان مخاطبان را در سطح آگاهی به مسائل می‌برد و شروع به برقراری رابطه با پیرامون خود می‌کند. در نتیجه یک اثر گرافیتی می‌تواند در ارتباط وسیعی با مخاطبان قرار بگیرد؛ اما در گرافیتی تهران به مفهوم مقاومت یعنی آن‌چه که بتواند در سطح وسیعی از مکان‌ها با انبوهی از رهگذران مسئله‌ای را در میان بگذراند نرسیده است، به همین خاطر در طول این سال‌ها نمی‌توانیم اثری گرافیتی را پیدا کنیم که بتواند به عنوان یک واکنشی اعتراضی تبدیل به اثری شاخص بشود که مورد توجه مردم و رسانه‌ها قرار گرفته باشد.

گرافیتی ایران شکلی از مقاومت است که ویژگی‌های منحصر به فرد خود را دارد. در این شرایط نمی‌توان در نظر گرفت که خود- بیانگری چیزی جدا از شرایط زیسته به دست آید. در گرافیتی کارهای تهران مهم‌ترین وجه مشخصه مقاومت در حقیقت حضور در خیابان است، یک واکنش لذت‌بخش با هیجان آدرنالین (فرل، 1995: 37) که به سمت تمایل به داشتن سبک متفاوتی از گذران زندگی روزمره می‌رود. همراه شدن گرافیتی با موسیقی رپ، ورزش‌هایی خیابانی چون پارکور، اسکیت

1. LSD OM

2. در گرافیتی غرب ما از هویت (identity) به کیفیت دریافت عمیق (intensity) رسیده‌ایم. یعنی سؤال نه از کسی که گرافیتی کار می‌کند، بلکه سؤال از کسی که گرافیتی را می‌بیند (هاسلی و یانگ، 2006: 278) و به تأثیر آن در مسیر کار و خانه خود فکر می‌کند. این جنبه از تحلیل گسترش گرافیتی در زندگی روزمره در شهرهای بزرگ غرب را نشان می‌دهد که در تفاوت بسیار زیادی نسبت به گسترش و عمق گرافیتی و حتی جاهایی که آن به نمایش می‌آید در ایران دارد.

و... خبر از نسلی شهرنشین می‌دهد که می‌خواهد از خیابان برای شکل دادن به هویت خود بهره بگیرد؛ اما در مورد گرافیتی این امر بر دیوارهای شهری شکل می‌گیرد. در اینجا مفهوم مقاومت با توجه به زمان و مکان در حقیقت یافتن شیوه‌هایی است که می‌توان با آن بودن در خیابان را تجربه کرد. بودن در خیابان در این مفهوم مقاومت در برابر هر آن چیزی است که خیابان را برای آن‌ها بی‌معنا می‌کند. خیابان معنایی است که نوجوانان از پرسه زنی به انجام فعالیت‌هایی چون اسکیت‌بازی در پارک‌ها و یا ورزش پارکور در فضاهایی چون شهرک اکباتان روی می‌آورند. «بودن در خیابان برای گرافیتی» مقاومتی است که شوق، هیجان و درک از هویت را در برابر هر آن چیزی قرار می‌دهد که زندگی روزمره را تهی و رها از هر فعالیت و انگیزه‌ای جلوه می‌دهد. مقاومت در این جا به مفهوم شوق برای ابراز وجود است. شوقی که لایب نیتس¹ (1375) آن را نیروی تشکیل‌دهنده هستی می‌داند.

مقاومت در شرایط مکان و زمان امروز ایران نسبت به گرافیتی به آن جایی می‌رسد که قبل از نقدهای رادیکال سیاسی و اجتماعی به اولین نیاز گرافیتی کاران می‌پردازد: «ابراز هویتی متمایز». ابراز هویت در گرافیتی امروز ایران پیوستن از امر محلی به امر جهانی است. امر جهانی در قالب اینترنت فضایی است که بتوان اثر را از روی دیوار ناپایدار در شهر به دیوار پایدار مجازی انتقال داد. امر جهانی گرافیتی در اینترنت، فضایی است که گرافیتی کاران کارهای هم را می‌بینند و از این طریق، هویت خود را به عنوان یک گرافیتی کار در محله و خیابان به گرافیتی کاری در سطح جهان می‌رسانند و شکلی از حرفه‌ای شدن را تجربه می‌کنند. در این منظر گرافیتی کاران خود را حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای یا کسانی که دغدغه جدی برای گرافیتی دارند و حاشیه‌نشینان تقسیم می‌کنند.

دهه هفتادی‌ها (متولدین دهه 1370) به دنبال خرید شلوار جین، دختر بازی و پلی استیشن می‌باشند و پی کتاب خواندن یا بالا بردن سطح سواد نیستند. متأسفانه این مسئله بین بچه‌های گرافیتی هم معمول هست در پی تأثیرگذاری نیستند و بیشتر دنبال این هستند که بگویند من از ابتدا بوده‌ام و بیشتر دنبال ادعا و جو گیر هستند. آن‌ها جمله‌های کلیشه می‌گویند چون با حال است، با حکومت می‌جنگیم و بیشتر با اسپری تفریح می‌کنند و پول پدرشون را به هدر می‌دهند. آن‌ها با چیزایی مثل فقر و یا (فجایع) غزه کار می‌کنند چون رو بورس هستند. بچه‌هایی که واقعی و باهدف کار می‌کنند خیلی کم هستند. (قلمدار)

دسته‌بندی گرافیتی خیلی زیاده هست ولی برای این‌که جواب شما رو بدم همین جوری می‌تونم براتون به حال طور و غیرخال طور تقسیمش کنم. (بلک هند)

1. Leibnitz

گرافیتی ایران نه در سال‌های اولیه ورودش بلکه در چند سال اخیر و با میانجی‌گری دوربین‌های دیجیتال به شکلی از شبکه تبدیل شده است که هویت گرافیتی کاران را به اینترنت منتقل می‌کند و هویت‌های دورگه‌ای را از آن‌ها به وجود آورد. هویت‌های دورگه در گرافیتی ایران تداخل امر محلی و جهانی هستند که از لحاظ هویتی در معرض جهان‌های ممکن دیگر قرار می‌گیرند. جهان‌های ممکن دیگری که برای آن‌ها گرافیتی را یک امر قابل‌اتکا و باارزش برای ابراز هویت به شمار می‌آورند.

در شرایطی که گفتمان سیاسی و فرهنگ ایران بُروز تنوع را در طول زندگی به سختی مورد پذیرش قرار می‌دهد، به طور اساسی مفهوم «تمایز¹» (بورديو، 1390) یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی است که باعث بحران هویت نیز شده است. بروز هویت، تمایل به تمایز داشتن و منحصر به فرد بودن از ویژگی‌های نسل امروز ایران است که گرافیتی امروز نیز در همین شرایط شکل گرفته است. گرافیتی از ابتدا امری هویت طلبانه بوده اما با مرور زمان از ابراز هویت به سمت اعتراض‌ها و نقدهای سیاسی رفته است. در گرافیتی ایران نمی‌توانیم این سطح از گرافیتی و تأثیر اجتماعی آن را بر روی دیوارها پیدا کنیم، بلکه باید ابتدایی‌ترین شکل مقاومتی آن یعنی ابراز وجود را توجه کرد؛ ابراز وجودی که فرهنگ ایران را با شوک‌های تغییرات سریع نسلی همراه کرده است. نسلی که ابراز وجود خود را به تکنولوژی دیجیتال پیوند زده است و از خیابان‌های محله تا پایگاه‌ها یا شبکه‌های مجازی جهانی در حال پرسه زدن است.

مقاومت در فرهنگ گرافیتی تهران در شبکه‌ای از روابط قرار می‌گیرد که ویژگی مهم آن هویت‌های دورگه‌ای است که در آن به تقلید از هم می‌پردازند. جوانانی که خرده‌فرهنگ خود در محله‌ها را به دنیای اینترنت می‌آورند و در قالب شبکه‌های مجازی به اشتراک می‌گذارند. گرافیتی کاران ایران در هویتی بین محله خود و بینندگان جهانی قرار گرفته‌اند. خرده‌فرهنگ‌ها از برچسبی به نام "دیگری"² لذت می‌برند (کامپوس، 2013: 158). دیگری که در برابر امر کلی‌تر و آشنا تر یعنی زندگی روزمره مردم عادی قرار می‌گیرد. خرده‌فرهنگ گرافیتی تهران میل به لذت "بودن" در خیابان دارد، اما بودن که نشانه‌ها و خواص خودش را دارد. خرده‌فرهنگی که احساسات خود را فراتر از مرزهای جغرافیایی در شبکه‌های مجازی به اشتراک می‌گذارد (سیندر³، 2006: 96). گرافیتی امروز تهران بیشتر از آن که میل داشته باشد در خیابان قرار بگیرد به دیوار صفحه‌های اینترنت فکر می‌کند. مقاومت در طعم گرافیتی تهران به عنوان نماینده‌ای از گرافیتی ایران، در شبکه‌ای از دیوارهای شهر، اسپری، فرمهای گرافیتی، عکاسی و اینترنت شکل گرفته است. مقاومتی که در برخورد با دنیای واقعی گفتمان مسلط، به بودن و حفظ خود فکر می‌کند. حضور گرافیتی در اینترنت به عنوان تکمیل‌کننده

1. Distinction
2. Otherness
3. Snyder

گرافیتی تهران نیست بلکه در حقیقت ضامن حفظ هویت گرافیتی کار است. گرافیتی در این شکل خودش شهر، فضای عمومی، مخاطب به عنوان رهگذر در پیاده‌روهای شهر و گرافیتی به معنای حضور در زندگی روزمره را از دست داده است. گرافیتی تهران در شکلی مجازی خودش به سر می‌برد و شهر با دیوارهای واقعی که مخاطب را به سؤال و فکر در بیاورند ناموفق رها کرده است. رهایی که می‌تواند به شکلی نامتعارف از گرافیتی و خصوصیت آن به عنوان یک امر اعتراضی بر دیوارهای کلان شهرها جلوه کند.

"گرافیتی"، تهران و به نوعی ایران، به مثابه "ویرافیتی" تاکید بر هویت‌های دورگه‌ای دارد که خرسندی خود را از گرافیتی در محیط مجازی به کنش و واکنش می‌آورند. به مفهومی، ما در شهری مثل تهران نمی‌توانیم حضور آثار گرافیتی را در حدی تصور کنیم که بتوانیم پرسش را از هویت گرافیتی کاران به سمت شدت جمعیت رهگذرانی سوق دهیم که با گرافیتی درگیر هستند و آن را درک می‌کنند (هاسلی و یانگ، 2006: 278). تاکید بر مفهوم ویرافیتی، صحبت از دیوارهای شهری می‌کند که به سختی پذیرای گرافیتی می‌شوند، اما میل به هویت یافتن به واسطه گرافیتی خود را به شکل دیگری و بر دیوار فضای دیگری به عرصه می‌گذارد. ویرافیتی شکل تغییر یافته گرافیتی برای مقاومت در برابر گفتمانی است که گرافیتی را بر سطح دیوارهای شهری ممنوع کرده است. در ویرافیتی، گرافیتی هرگز از بین نرفته است بلکه از شکلی به شکل دیگر تغییر یافته است. این توپولوژی¹ است که در مورد گرافیتی می‌توان به آن اشاره کرد. توپولوژی به این مفهوم که ویرافیتی شکلی دیگری از گرافیتی است بی‌آنکه دیگر گرافیتی نباشد. توپولوژی فضای متناسب با زمان و مکانی است که تمامی امکان‌ها و شکلهای مختلف یک عنصر را پیش فرض می‌گیرد (سرس، 1994: 93). اینترنت، واسطه‌ای است که در قالب یک فضای متناسب با زمان و مکان شکل ممکن دیگری از گرافیتی را به ظهور می‌رساند. ویرافیتی، در حقیقت، شکل ممکن دیگر گرافیتی است که در برابر زمان و مکان امروز شهر تهران و ایران خود را حفظ می‌کند. گرافیتی تهران با تغییر شکل خود به ویرافیتی در برابر شهر و دیوارهای آن مقاومت می‌کند و هویت‌های دورگه‌ای که بر اساس آن شکل می‌گیرند، مقاومتی هستند در برابر قوانین سخت شهر (دلوز، 1996: 370) که حضور آن‌ها را در زندگی روزمره با محدودیت همراه می‌کند، در نتیجه ویرافیتی با هویت‌های دورگه در رابطه است.

رها شدن اعتراضی گرافیتی ایران از دیوارهای شهر را باید در علت‌های مختلفی جستجو کرد؛ اما این علت‌ها هر چه باشند به پر رنگ شدن هویت مجازی در برابر هویت واقعی کمک کرده‌اند و در موازنه بین هویت واقعی و مجازی به نفع حفظ هویت مجازی تغییر کرده‌اند.

منابع

1. Topology

- استل، جوهانز (1389)، *هنر خیابانی*، ترجمه سامان هزار خانی، تهران: نشر فخر کیا.
- استراوس، انسلم و کرین، جولیت (1391)، *مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای*، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- بورديو، پیر (1390)، *تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر ثالث.
- تامپسون، جان (1389)، *رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه‌ها*، ترجمه مسعود اوحدی، تهران: انتشارات سوره.
- تصاویر دیوار نوشته‌های انقلاب: به مناسبت چهارمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی (1361)، تهران: مرکز انتشارات علمی و فرهنگی.
- کوثری، مسعود (1391)، *گرافیتی*، تهران: نشر دریاچه نو.
- رضایی، محمد (1387)، *ناسازگاری‌های گفتمان مدرسه: تحلیلی از زندگی روزمره دانش آموزی*، تهران: انتشارات جامعه و فرهنگ.
- رضایی، محمد. (1391)، «تب مصرف و طبقه متوسط جدید: احتیاط کنیم»، *نشریه اندیشه پویا*: شماره 4.
- کفشچیان مقدم، اصغر (1383)، «بررسی ویژگی‌های نقاشی دیواری»، *نشریه هنرهای زیبا*. شماره: 20.
- طاهری کیا، حامد (1391الف)، «گذار از مفهوم گفتمان به حوزه میانجی: فوکو، رژی دبری و نقش اجتماعی ابژه‌ها»، *فرهنگ جامعه رسانه*، سال اول، شماره 1.
- طاهری کیا، حامد (1391ب)، «مطالعه مکانیزم مسئله دار شدن مصرف ابژه‌های فرهنگی در ایران (با تاکید بر دهه هشتاد)». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و فرهنگ.
- لایبیتس، ویلهلم (1375)، *منادلوژی*، ترجمه یحیی مهدوی، تهران: نشر خوارزمی
- حسوند، محمد کاظم (1383)، «جنبش نقاشی دیواری در مکزیک»، *نشریه هنرهای زیبا*، ش. 18.
- غریب عشقی، امیر، (2 اردیبهشت 1392)، مهاجرت دیجیتالی و اسکیزوفرنیای هویتی،
http://anthropology.ir/node/17521?utm_source=feedly

- Abaza, M (2012), "Walls, Segregating Downtown Cairo and the Mohammed Mahmud Street Graffiti" *Theory, Culture & Society*: 30(1): 122–139.
- Braun, V & Clarke, V (2006), "Using Thematic Analysis In Psychology", *Qualitative Research in Psychology* 3, 77-101.
- Campos, R (2013), "Graffiti writer as superhero", *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 16(2): 155–170.
- Chmielewska, E (2007), "Framing [Con]text : Graffiti and Place", *space and culture* vol. 10 no. 2, 145-169.
- Deleuze, Gilles and Felix Guattari (1996), "A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia", Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Dickinson, M (2008), "The Making of Space, Race and Place : New York City's War on Graffiti, 1970--the Present", *Critique of Anthropology*, Vol 28(1): 27–45.

- Downing,S. & MacDiarmid, L (2012), "A Rough Aging out: Graffiti Writers and Subcultural Drift", *International Journal of Criminal Justice Sciences*, 7: 605-617.
- Dubar, C (2000), "L'interprétation d'une mutation", Paris, Press University de France.
- Emerling,J (2008), "Jacques Rancière, The Future of the Image", *Journal of Visual Culture*, 7: 376.
- Ferrell, J. (1995). "Urban graffiti: Crime, control, and resistance", *Youth and Society*, 27: 73–92.
- Foucault, Michel.(1980). *POWER/KNOWLEDGE*(C,GORDON.,L, Marshall., J,Mepham., K,Soper. Trans) .[Electronic version]. New York: Pantheon Books
- Gatsman,R. & Neelon, C (2010), "The History Of American Graffiti" New York, Harper Design.
- Grevy,F (2008), "Graffiti Paris", New York, Abrams press.
- Halewood,M (2005), "A.N. Whitehead, Information and Social Theory", *Theory Culture Society*, 22(6): 73–94.
- Halewood,M. & Michael,M (2008), "Being a Sociologist and Becoming a Whiteheadian", *Toward a Concescent Methodology, Theory, Culture & Society*, 25(4): 31–56.
- Halsey,M. & Alison Young,A (2006),"Our desires are ungovernable: Writing graffiti in urban space", *Theoretical Criminology*, 10(3): 275–306.
- Hutton,F. & Rowe,M (2012), "Is your city pretty anyway?: Perspectives on graffiti and the urban landscape",*Australian & New Zealand Journal of Criminology* April, 45: 66-86.
- Kramer,R (2010), "Painting with permission: Legal graffiti in New York City", *Ethnography*, 11: 235-253.
- Latour, B (1997), "Nous n'avons jamais été modernes", Paris: Le Découverte.
- Latour, B (2003),"What if we Talked Politics a Little?", *Contemporary Political Theory*, Vol. 2:143–164.
- Lewisohn, C (2011), "Abstract Graffiti", London, New York, Merrel press.
- MacDiarmid,L. & Downing,S (2012), "A Rough Aging out: Graffiti Writers and Subcultural Drift", *International Journal of Criminal Justice Sciences*, 7 (2): 605–617.
- Macdonald,N (2001), "The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity and Identity in London and New York", Great Britain: Macmillan.
- Peter Marsh, P. & Rosser, E. & Harré, R (2005), "The Rules of Disorder", New York, Routledge press.
- Mubi Brighenti, A (2010), "At the Wall: Graffiti Writers, Urban Territoriality, and the Public Domain", *Space and Culture*, 13(3): 315–332.
- Ranciere,j (2004), "The Politics of Aesthetics", (Gabriel Rockhill, Tarns), Great Britain, Continuum press.

- Ranciere,j (2009a), "Aesthetics and Its Discontents" (Steven Corcoran, Trans), Great Britain: Polity .
- Ranciere,j (2009 b), "The Emancipated Spectator", (Gregory Elliott, Trans.), United States, Verso press.
- Ranciere,j (2010), "Dissensus On Politics and Aesthetics" (Steven Corcoran, Trans. & Ed.), Great Britain, Continuum International Publishing Group.
- Serres, M (1982), "The Parasite",(L. R. Schehr, Trans.), Baltimore and London,The Johns Hopkins University Press.
- Serres, M (1994),"Atlas", Paris: Editions Julliard.
- Soja, E (1996), "Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined spaces", London: Blackwell.
- Snyder, G. J. (2006), " Graffiti media and the perpetuation of an illegal subculture" , Crime Media Culture, Vol 2(1): 93-101
- Weber,M (1958), "The City",(Don Martindale Trans. & Gertrud Neuwirth, Ed.), New York: The Free.
- Whitehead, A (1978), " PROCESS AND REALITY: AN ESSAY IN COSMOLOGY", Macmilan Publishing: NEW YORK.
- Young,A (2012), " Criminal images: The affective judgment of graffiti and street art", Crime Media Culture, Vol.8(3): 297-314.