



Research Paper

Semiotic analysis of women's images in the murals of Tehran city

Janan Najafi¹, Asemeh Ghasemi^{2*}, Tahmineh Shaverdi³

1. PhD student in sociology, Branch of Science and Research, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Branch of Science and Research, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding author)

3. Associate Professor, Department of Social Sciences, Branch of Science and Research, Islamic Azad University, Tehran, Iran



<https://doi.org/10.22034/scart.2024.142035.1600>

Received: January 27, 2024

Accepted: October 25, 2024

Available Online: December 21, 2024

Keywords: Mural painting, women, representation, social semiotics, image

Abstract

This research, considering the importance of the social position of women and their role in various fields of society, aims to sociologically analyze the representation of women's images in the murals of Tehran. The method of this research is categorized under qualitative studies, utilizing the social semiotics approach of Kress and Van Leeuwen. The data of this study includes 80 murals across Tehran, selected purposively from the main and significant murals in the city's main squares. The time frame for selecting the murals is June and July of 2023. Sampling continued until reaching saturation. The data were categorized using MAXQDA software version 2020. The results indicate that the focus and emphasis of the analyzed murals in representing the social components of women are on religious identity (depicted through various actions such as praying or making supplications), national and patriotic identity (represented by images of martyrdom or defense of national and patriotic values), and emotional identity, particularly motherhood with care and affection. The social and economic status of women in the murals of Tehran reflects an independent woman, often employed, holding a valuable social position within the family and possessing professional prestige. These murals, with emphasis on high social positions such as being a martyr's mother, the esteemed role of motherhood, studentship, research, and specialized professions like medicine and engineering, aim to present a respectable and independent image of women.

Najafi, J., Ghasemi, A., Shaverdi, T. (2024). Semiotic analysis of women's images in the murals of Tehran city. *Sociology of Culture and Art*, 6 (4), 36-51.

Corresponding author: Asemeh Ghasemi

Address: Department of Social Sciences, Branch of Science and Research, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Email: ag.sociology@gmail.com

Extended Abstract

1- Introduction

Considering the importance of women's social position and her roles in different fields of society, this research deals with the sociological analysis of the representation of women's image in the wall paintings of Tehran. In order to know and understand the system's ruling approach to the position of women, it is necessary to examine the presence of men and women in various political, social, scientific and artistic fields. In order to understand each of the mentioned sections, it is possible to quantitatively evaluate the actions taken and comment according to the conditions. But the part that will be discussed here is the representation of women in artistic and cultural products and its presence in this category is full of challenges, which may be considered an important factor in the representation of the image of women in society. The image of women in works of art, including wall paintings, has always been represented in different themes. From epic themes to religious themes. Paintings and banners on the streets and squares of the city as a medium of expressing ideologies, values, beliefs, lifestyle, etc. in a society and influence the people of that society. The importance of dealing with these paintings as an influential medium can provide a perspective of stereotypes or beliefs behind these works.

Today, using the capacity of art to give identity to different strata has an undeniable role, it seems necessary to study how to represent the image of women in the wall paintings of Tehran in the form of a research. and the factors and stereotypes used should be investigated. Considering the importance of women's social status and her roles in different fields of society, this study examines the representation of women's social status in the murals of Tehran and the question of how and to what extent women's participation in social actions as an effective member in Various activities of the society are represented in the wall paintings of Tehran. The innovation of this research is the investigation of the semiotic representation of the social position of women in the wall paintings of Tehran, which in a way displays the discourse of sovereignty in the representation of the social position of women. This research can be a comparison between the reality of women's clothing and its desired representation in terms of the discourse governing the society.

2- Methods

The method of this research is included in the category of studies with a qualitative approach and social semiotics. In the approach of social semiotics, the researcher considers society as the source of semiotic meanings and forms. In this research, the researcher chose the social semiotics of Kress and Van Leyen for the sociological analysis of the

representation of the image of women in the wall paintings of Tehran. Because this research approach, in the form of classification and codification, collects symbolic codes in photos and visual texts and interprets those symbols according to the theories of social semiotics. Since, according to the researcher, signs are created and renewed in the heart of society and social interactions, social semiotics, focusing on the social process that leads to the creation of images, can analyze and interpret objectively. To present three of the murals of Tehran city in the representation of the image of a woman. In this approach, it is all kinds of media and verbal and non-verbal communication that shape people's social culture. The data of this research includes 80 murals in the city of Tehran, which are selected with a targeted method from among the murals of the city, commissioned by two organs of the Islamic Revolutionary Guard Corps and Tehran Municipality, in the main squares of the city and to represent the face and clothing components of women. have been selected. Although there are various types of images in the city, such as advertising banners or billboards, in which women's faces and clothing components are represented in some way, but the data of this research only includes murals (except Banners that were installed in Valiasr Square due to the lack of a wall). These paintings must necessarily have an illustration in them so that they can be used as research data. The period of choosing wall paintings is June and July of 1402. The number of data selections was determined by reaching the saturation stage. That is, a new theme was not created with the entry of new data and the same previous themes were repeated.

3- Findings

In the study of the representation of women in the murals of Tehran, women are depicted in the framework of traditional and modern women's roles and duties (working and being in the community) in the social space. In all jobs in which women are represented, models of a serious, modest, veiled woman with no feminine charms can be seen. The function of this type of representation is to align the society, especially women, with the models of women as mothers and wives, rather than women as a single woman. All these actions refer to completely normal conditions of the society. The values of the years of holy defense, traditional values of motherhood and raising children, religious values and finally the values of effort, patience and female sacrifice are represented in these images.

4- Discussion & Conclusion

The focus and emphasis of the examined murals in the representation of the social components of women, on the religious identity (which is shown with different modes such as praying or praying), national and friendly (which is shown with different images such as Shahid Parvi or the defense of the national and national values shown) and an emotional identity that is consistent with maternal affection and femininity. The social and economic position of women in the murals of Tehran, representing an independent woman, often employed, has a valuable social position in terms of being the center of the family and having professional prestige. It is suggested to the cultural practitioners and trustees of the country, especially the beautification institution of Tehran municipality,

to pay attention to the creation of works of art in urban spaces, that shaping the thoughts and minds of the audience through art

5- Funding

There is no funding support.

6- Authors' Contributions

The authors hve written the article in a complete collaboration.

7- Conflict of Interests

This research does not conflict with personal or organizational interests.



تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر زنان در دیوارنگاری‌های شهر تهران

جانان نجفی^۱، عاصمه قاسمی^{۲*}، ته‌مین شاوردی^۳

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. استادیار، گروه علوم اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۳. دانشیار، گروه علوم اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<https://doi.org/10.22034/scart.2024.142035.1600>

چکیده

این پژوهش با توجه به اهمیت جایگاه اجتماعی زن و نقش‌آفرین‌های او در عرصه‌های مختلف جامعه به تحلیل جامعه‌شناختی بازنمایی تصویر زن در نقاشی‌های دیواری شهر تهران می‌پردازد. روش این پژوهش در دسته مطالعات با رویکرد کیفی و با رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی کرس و ون لیون انجام شده است. داده‌های این پژوهش شامل ۸۰ دیوارنگاره در سطح شهر تهران است که با روش هدفمند از بین دیوارنگاره‌های اصلی و مهم در میادین اصلی شهر تهران انتخاب شدند. بازه زمانی انتخاب نقاشی‌های دیواری، خرداد و تیر ماه سال ۱۴۰۲ است. نمونه‌گیری تا رسیدن به مرحله اشباع انجام گرفت. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA ورژن ۲۰۲۰، تم‌بندی شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، تمرکز و تأکید دیوارنگاری‌های بررسی شده در بازنمایی مؤلفه‌های اجتماعی زنان، بر روی هویت دینی (که با حالت‌های مختلفی مثل نماز خواندن یا دعا کردن نشان داده شده)، ملی و مهین‌دوستانه (که با تصاویر مختلفی مانند شهیدپروی یا دفاع از ارزش‌های ملی و مهینی نشان داده شده) و هویتی عاطفی که منطبق با مهر و عاطفه مادرانه و زنانگی است. جایگاه اجتماعی و اقتصادی زنان در دیوارنگاره‌های شهر تهران، بازنمایی‌کننده زنی مستقل، در بسیاری مواقع شاغل، دارای جایگاه اجتماعی ارزشمند از لحاظ قانون خانواده بودن و دارا بودن پرستیژ شغلی است. این دیوارنگاره‌ها با تأکید بر جایگاه‌های اجتماعی والا مانند مادر شهید بودن یا مقام ارزشمند مادری، دانشجویی، پژوهشگری و مشاغل تخصصی مثل پزشکی و مهندسی، درصدد ارائه چهره‌ای موجه و مستقل از زنان است.

تاریخ دریافت: ۷ بهمن ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش: ۴ آبان ۱۴۰۳

تاریخ انتشار: ۱ دی ۱۴۰۳

واژه‌های کلیدی: دیوارنگاری، زنان،
بازنمایی، نشانه‌شناسی اجتماعی، تصویر

استناد: نجفی، جانان؛ قاسمی، عاصمه و شاوردی، ته‌مین (۱۴۰۳). تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر زنان در دیوارنگاری‌های شهر تهران. *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۴)، ۳۶-۵۱.

* نویسنده مسئول: عاصمه قاسمی

نشانی: گروه علوم اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

پست الکترونیکی: ag.sociology@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

برای شناخت و درک رویکرد حاکم بر نظام بازنمایی جایگاه زنان، نیاز است حضور زن و مرد در عرصه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، علمی و هنری مورد بررسی قرار گیرد. به‌منظور فهم هر بعدی از این قضیه می‌توان اقدامات انجام شده را به‌صورت کمی ارزیابی کرد و متناسب شرایط اظهارنظر کرد. اما بخشی که اینجا در مورد آن بحث خواهد شد بازنمایی زنان در محصولات هنری و فرهنگی و حضور او در این مقوله سراسر چالش‌انگیز است که شاید بتوان آن را عامل مهمی در بازنمایی تصویر زن در جامعه قلمداد کرد. امروزه عرصه هنر خصوصاً در بخش‌هایی نظیر سینما تبدیل به یک صنعت پررونق اقتصادی شده است و نقش‌ها صرفاً کاربردی و برای جذب مخاطب است. لذا ضروری به نظر می‌رسد در فضاهایی که این موضوع می‌تواند در فرهنگ جامعه برای پذیرفتن زن به‌عنوان حقیقت اصیل جامعه تأثیرگذار است مطالعه انجام شود. این مطالعه با توجه به اهمیت جایگاه اجتماعی زن و نقش‌آفرین‌های او در عرصه‌های مختلف جامعه به بررسی بازنمایی موقعیت اجتماعی زن در دیوارنگاری‌های شهر تهران می‌پردازد.

موقعیت اجتماعی زنان در جهان، یکی از چالش‌برانگیزترین موضوعاتی است که ذهن انسان مدرن را به خود مشغول نموده است و با مطالعه ابعاد مختلف توسعه پایدار منابع انسانی، نابرابری‌هایی عمیقی در این خصوص قابل مشاهده است (فلیچمن و مان^۱، ۲۰۱۸: ۱۳) این عدم مساوات نه تنها در ظاهر که در الگوهای کلیشه‌ای (بلیچ^۲، ۲۰۱۷: ۴۱) و نقش‌های کلیشه‌ای (خمکر^۳ و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۸) به وضوح پیداست. نگاهی به موقعیت اجتماعی زنان در کتاب‌های درسی (فرهمندیور و بحرانی‌فرد، ۱۳۹۲: ۵۹۵)، بیلبردهای تبلیغاتی (اویسی و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۱) و نقاشی‌های دیواری، معرف رویکرد جامعه به زن و جایگاه و موقعیت وی است. اگر شهر را مجموعه‌ای از خرده‌فرهنگ‌ها، ایده‌ها و عقیده‌های مختلف بدانیم، برای برقراری ارتباط با شهروندان لازم است متناسب با سلاقی و به تبع مطالبه سلیقه آن‌ها فرهنگ‌سازی شود. از طرفی اشتراکات فرهنگی در ارتقاء فهم مخاطب نسبت به یک موضوع یا پدیده دارای اهمیت بالایی است و در ایجاد فهم مشترک در جامعه نقش بسزایی دارد. امروزه دیوارها در فضای شهری فرصت باارزشی، برای برقراری ارتباط با مردم و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری‌های دوطرفه است. فضای شهری نه تنها نیاز به زیبایی دارد، بلکه می‌تواند در کنار زیبایی منجر به افزایش آگاهی مردم گردد. زمانی که افراد تصاویر روی دیوارهای شهر را می‌بینند و به مناسبت‌های مختلف پیام‌های مختلفی از آن دریافت می‌کنند، انتظار دارند همه نقش‌ها و همه افراد را مشاهده کنند. لذا با توجه به جمعیت زنان در جامعه و همچنین اهمیت جایگاه اجتماعی زن به‌عنوان عضوی مؤثر در جامعه که حضوری فعال در تمام عرصه‌های اجتماعی دارد می‌طلبد که بازنمایی تصویر زن در نقاشی‌های دیواری شهر بخصوص نقاشی‌هایی که مناسبتی است و موضوعی اجتماعی دارد، سهم مطلوبی داشته باشد.

در تاریخ هنر ایران، توجه به زن و حضور او در آثار هنری، همواره مورد توجه بوده است. درک صورت زن در نقاشی‌های انتخاب‌شده، مستلزم توجه به این واقعیت است که این تصویر چگونه به شکلی هم‌زمان دو تأثیر و جلوه‌ی مجزا و درعین حال مرتبط پدید می‌آورد. از یک‌سو، زن فی‌الفور نمایشگر ابژه - تصویر شیفتگی نامعمول است؛ که برای ایجاد و تجلی و مکاشفه‌ی ناگهانی زیبایی‌ای به کمال، دقت بسیار زیادی مبذول می‌شود، از دیگر سو، صورت زن در برخی آثار نوعاً به شکلی مستقیم و با نگاه خیره‌ای به‌شدت ثقیل به بیننده می‌نگرد. در اینجا نیز برای پدید آوردن این جلوه، توجه هشیاری بسیار به کار می‌رود. هر چه بیننده در برابر این نگاه خیره بیش‌تر اغوا شود، صورت زن بیش‌تر به‌مثابه‌ی ابژه‌ی مفتون‌گر زیبایی نیرو و جان دوباره می‌گیرد. بالعکس، ارزش این صورت به‌مثابه‌ی چیزی زیبا هر چه بیش‌تر شود، نگاه خیره‌ی او تحکم‌آمیزتر و خطرناک‌تر می‌شود. و این کارکرد مضاعف نباید مایه‌ی شگفتی ما باشد. همان‌گونه که رویکردهای مربوط به مطالعات فرهنگی تأکید دارد، بازنمایی، هیچ‌گاه بازتابی خالص از واقعیت نیست، بلکه واقعیت را به‌گونه‌ای جهت داده‌شده تصویر می‌کند تا از طریق ایدئولوژی پنهان گفتمان مسلط را بازتولید کند. از این‌رو کار ما رمزگشایی از تصاویر زنان و مقایسه ایدئولوژی پنهان آن‌ها در آثار نقاشان هنرمندان است (دمیرچی، ۱۳۹۳: ۱). از سوی دیگر، قسمت عمده‌ای از مباحث اصلی مطالعات فرهنگی، پیرامون مفهوم بازنمایی است. پرسش

۱- Fleischmann & Mann

۲- Belej

۳- Khambekar

نجفی، جانان؛ قاسمی، عاصمه و شاوردی، ته‌مین (۱۴۰۳). تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر تهران در دیوارنگاری‌های شهر تهران. *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۴)، ۳۶-۵۱.

اصلی در این مباحث این است که جهان اجتماعی چگونه ساخته شده و برای ما به گونه‌ای معنادار بازنمایی می‌شود. این موضوع انسان را ملزم می‌کند که به بررسی تولید متنی معنا پردازد. از سوی دیگر، بازنمایی و معنای منبعث از آن مادیتی قطعی دارند. یعنی در صداها، مکتوبات، تصاویر، کالاهای، تولیدات تلویزیونی، تولیدات هنری و ... این معانی در زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی ویژه‌ای، استفاده می‌شود (بارکر، ۱۳۹۵: ۳۷).

نمادها و عناصر به کاررفته در فضاهای عمومی جامعه بیانگر گفتمان حاکم بر آن جامعه است. در این میان، نقاشی‌های دیواری که در نقاط مختلف شهر از زنان یا در مورد زنان نصب یا طراحی شده است، بازنمای وجهه و موقعیت اجتماعی و فرهنگی زن در جامعه است. «نقاشی‌های دیواری شهر تهران طیف وسیعی از نقاشی‌ها را در برمی‌گیرند که به‌طور کلی زیر نظر سازمان‌ها و نهادهای دولتی یا نیمه‌دولتی، همچون شهرداری اجرا می‌شوند. این نقاشی‌ها چه دارای روایت و پیام باشند و چه نباشند و به هر سبک و شیوه‌ای که اجرا شوند، کارکردهای متنوعی دارند که در صورت اجرای درست و سنجیده، تأثیرات اجتماعی فراوانی را به همراه خواهند داشت» (ابراهیمی لامع، ۱۳۹۶: ۲۵۲). تصویر زنان در آثار هنری از جمله در نقاشی‌های دیواری همواره در مضامین مختلفی بازنمایی شده است. از مضامین حماسی گرفته تا مضامین دینی و مذهبی. نقاشی‌ها و بنرهای خیابان‌ها و میادین سطح شهر به مثابه یک رسانه مبین ایدئولوژی‌ها، ارزش‌ها، باورها، سبک زندگی و ... در یک جامعه بوده و بر افراد آن جامعه تأثیر می‌گذارد. اهمیت پرداختن به این نقاشی‌ها به عنوان یک رسانه تأثیرگذار می‌تواند چشم‌اندازی از کلیشه‌ها یا اعتقادات و باورهای پشت این آثار ارائه نماید. امروزه استفاده از ظرفیت هنر برای هویت بخشی به قشرهای مختلف نقش غیرقابل‌انکاری دارد ضروری به نظر می‌رسد در قالب یک پژوهش به چگونگی بازنمایی تصویر زن در دیوارنگاری‌های شهر تهران پرداخته شود. و عوامل و کلیشه‌های به کار برده شده مورد بررسی قرار گیرد. این مطالعه با توجه به اهمیت جایگاه اجتماعی زن و نقش‌آفرینی‌های او در عرصه‌های مختلف جامعه به بررسی بازنمایی جایگاه اجتماعی زن در دیوارنگاری‌های شهر تهران می‌پردازد و به این سؤال که به چه میزان و چگونه مشارکت زنان در کنش‌های اجتماعی به عنوان عضوی مؤثر در فعالیت‌های مختلف جامعه در نقاشی‌های دیواری شهر تهران بازنمایی شده است پاسخ می‌دهد.

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱: پیشینه تجربی

نقاشی دیواری به عنوان یکی از باستانی‌ترین هنرهای مرسوم در القای معناها و پیام‌ها یکی از پیشروترین هنرها بوده است و با ارائه جلوه‌های بصری در فضاهای بیرونی و عمومی همواره اثرگذاری قابل‌توجهی بر مخاطبان و شهروندان داشته است. در قرون نخستین، بشر جهت نیل به اهداف و برنامه‌های خود، با بکار بردن امکانات محدود آن زمان، آثار و نقاشی‌هایی بر روی دیوار غار می‌کشید که بیشتر حاوی جنبه‌های آیینی و جادویی بود. با گذشت زمان و پیشرفت بشر، ابزار دست او نیز دستخوش پیشرفت شد. هنر نیز به تبع پیشرفت انسان، وارد مرحله نوینی گردید و نقاشی دیواری با تغییر در ساختارهای شهری در دوران معاصر و ایجاد مفاهیم جدید شهرنشینی دستخوش تغییراتی شد. امروزه، برای خلق یک اثر دیواری فقط به اجرا بر روی دیواری عمودی با وسایلی مانند قلم‌مو و رنگ بسنده نمی‌شود، بلکه شاهد خلق آثار متنوعی هستیم که گاهی با آثاری از گرایش‌های هنر جدید مانند هنر کمینه قابل رقابت هستند و از ریزه‌کاری‌های این هنرها در خلق آثار دیواری خلاقانه و نو استفاده نموده‌اند» (مظفری خواه و کفشچیان، ۱۳۹۱: ۸۵). دیوارنگاری یا نقاشی دیواری علاوه بر ایجاد نوعی هویت بصری در فضا، به مثابه یک رسانه عمل می‌کند. این هنر شامل نقش، اشکال، نشانه‌ها، نمادها و متن نوشتاری است که بر دیوارهای شهر خلق می‌شود و این قابلیت را دارد که به عنوان هنری منعطف، نقش مؤثری در رشد و غنای فضای شهری داشته و نوعی نظم و زیبایی را به همراه داشته باشد. تحولات هنری که در سال‌های اخیر در ایران، صورت گرفته، هنر دیوارنگاری را به‌ویژه در تهران، دستخوش تغییراتی کرده است اما هدف اصلی از طراحی این دیوارنگارها زیباسازی شهر تهران است. این دیوارنگارها موقعیتی برای رشد خلاقیت در مخاطب به وجود آورده و با متمایزنمایی از آثار پیشین و نوآوری در زمینه استفاده از نمادهای سنتی در هنر ایران، به قوه تخیل او کمک کرده و زمینه‌ای را برای درک و دریافت زیباشناسانه او فراهم می‌آورند. دیوارنگاری هنری است که مخاطب آن عموم می‌باشد که در ارتباط با فضا، معماری و شهروند قرار داشته و می‌تواند تداعی‌های مختلفی را برای شهروندان رقم بزنند. بنابراین

نجفی، جانان؛ قاسمی، عاصمه و شاوردی، ته‌مین (۱۴۰۳). تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر تهران در دیوارنگاری‌های شهر تهران. *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۴)، ۳۶-۵۱.

«طراحی اصولی دیوارنگاره‌ها و کاربرد هوشمندانه ایده، طرح و رنگ در آن‌ها می‌تواند به اصلاح زیبایی گرافیک محیط شهری کمک نموده و در هدایت بصری اصل تمرکز و خوانایی بسیار تأثیرگذار باشد» (اسماعیل‌پور و رزاقی راد، بی‌تا: ۵). پژوهش‌های بسیاری دربارهٔ دیوارنگاری‌ها انجام گرفته است که به چند نمونه از آنها اشاره می‌شود:

رادورد و صوفی (۱۳۹۸)، در مطالعه خود درصدد خوانش و تفسیر متون فرهنگ تصویری شهری نشان دادند که «نخست در سطح خرد در این نقاشی دال‌هایی نظیر طبیعت، شهر، مرد و زن به عنوان گره‌گاه‌های متن شناسایی و روابط تقابلی آن‌ها به شکل دوگانه‌های طبیعت روستا/شهر و مرد/زن را برجسته کرده است؛ دوم، گفتمان‌های اصلی و رقیب شناسایی‌شده در متن عبارت‌اند از گفتمان حفاظت از محیط‌زیست در برابر گفتمان رشد شهری و گفتمان مردسالاری در برابر گفتمان برابری‌طلبی جنسیتی (فمینیسم) که از طریق دال‌های ویژه خود در حال نزاع و تخاصم و اعمال هژمونی بر یکدیگر هستند. گفتمان حفاظت از محیط‌زیست و گفتمان مردسالاری به کمک بازنمایی مثبت دال‌های کلیدی‌شان، نقش گفتمان‌های مسلط و غالب را در این متن بازی می‌کنند.

اهمورفی^۱ و همکاران (۲۰۲۲)، در بررسی گاه‌شماری بازنمایی زنان در نقاشی در مالزی به این نتایج دست یافتند که در چهره زن نقش‌ها، موقعیت‌ها، هویت‌های فرهنگی، جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی مختلف به تصویر کشیده می‌شود. دخالت زنان در موقعیت‌ها و شخصیت‌های مختلف برای شناخت ویژگی‌ها، وظایف و مسئولیت‌های آن‌ها مهم است. همچنین، جینگئی^۲ (۲۰۲۳)، با مطالعه عناصر بصری در تصاویر زنانه از دیدگاه فمینیسم، نشان داد، بررسی تصویرسازی‌های زنانه از منظر فمینیستی، تکامل هنر و تصویرسازی فمینیستی را مورد بحث قرار داد. نتایج پژوهش وی با تأکید بر استفاده از عناصر بصری برای انتقال عبارات فمینیستی و پرداختن به مسائل جنسیتی، نشان‌دهنده تغییر به سمت تصویرسازی‌های فمینیستی کاربردی‌تر و تجاری‌تر در دوران معاصر است. در پژوهشی دیگر، مالیک^۳ (۲۰۲۳)، در بررسی بازنمایی زنان در نقاشی‌های دیواری قرن هجدهم، نشان می‌دهد که، نقاشی‌های دیواری قرن هجدهم، عمدتاً در منطقه گنجام اودیشا، بازتاب زندگی اجتماعی، مذهبی و فرهنگی زنان است. باین‌حال، به تصویر کشیدن چهره‌های زن در این نقاشی‌های دیواری وضعیت و موقعیت آن‌ها را در جامعه نیز روشن می‌کند. نقاشی مراسم عروسی راماسیتا بر روی دیوار این معبد بیرانچینارایی بهترین بخش از تمام نقاشی‌های دیواری است. سنت‌های اودیا، سبک لباس پوشیدن و مراسم عروسی در نقاشی‌های رامایانا منعکس شده است. فرهنگ تک‌همسری اودیشا قرون وسطی بیشتر برجسته شده است. ساندلر^۴ (۲۰۱۸)، با بررسی عدالت جنسیتی در موقعیت‌های اجتماعی در جوامع، در مورد چگونگی استفاده زنان از پتانسیل رادیکال رسانه‌ها برای کمک به پیشرفت به سمت عدالت جنسیتی بحث می‌کند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، رسانه‌های قدرت تا حد زیادی برای ترویج و حمایت از عدالت جنسیتی، بی‌تفاوت است. نوآوری این پژوهش، بررسی بازنمایی نشانه‌شناسی موقعیت اجتماعی زنان در نقاشی‌های دیواری تهران است که این نقاشی‌ها، به‌نوعی گفتمان حاکمیت را در بازنمایی موقعیت اجتماعی زن، به نمایش می‌گذارد. این پژوهش می‌تواند مقایسه‌ای بین واقعیت پوشش زن و بازنمایی دلخواه آن از نظر گفتمان حاکم بر جامعه باشد.

در مرور پیشینه تاریخی نقاشی در ایران می‌توان گفت که این هنر در ایران به گونه‌ای با مینیاتور شناخته شده است، زیرا نخستین آثار مکتوب نقاشی در ایران کتاب اثرنگ (اثر مانی) دربارهٔ مینیاتور است (گلشنی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۰). از ابتدای شکل‌گیری هنر نقاشی در ایران بعد از اسلام سه حوزه تخصصی برای نقاشی ایرانی به وجود آمد: تذهیب، نگارگری و گل و مرغ. هر سه این حوزه‌ها در خدمت آراستن کتاب‌ها به خدمت گرفته شد (معین‌الدینی و عصار کاشانی، ۱۳۹۲: ۸۴). نقاشی گل و مرغ بیشتر در به تصویر کشیدن اشعار عارفانه و عینیت بخشیدن به احوال درونی عرفا ظهور پیدا نمود (پنجه‌باشی، ۱۳۹۵: ۶۲). گرایش هنرمندان نقاش در ایران بیشتر برای نشان دادن مفاهیم انتزاعی و شهودی و عرفانی بود و جهان عینی در آثار این هنرمندان بیشتر علتی عرضی و نمادین از آن حقیقت ابدی بود (محمدی و کیل و بخاری قهی، ۱۳۹۷: ۲۰). از اواخر قرن شانزدهم، با گسترش روابط و مناسبات سیاسی و بازرگانی با غرب یعنی مصادف با انقلاب صنعتی، آشنایی و گرایش به اسلوب نقاشی

1- Ahmarofi

2- Jingyi

3- Malik

4- Sandler

نجفی، جانان؛ قاسمی، عاصمه و شاوردی، ته‌مینه (۱۴۰۳). تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر تهران در دیوارنگاری‌های شهر تهران. جامعه‌شناسی فرهنگ و

اروپایی در بین هنرمندان ایرانی گسترش پیدا کرد (زارع‌زاده، ۱۴۰۰: ۹۳). در زمان انقلاب مشروطه، هنرمندان غیرآکادمیک و مکتب‌نندیده ایران با درک اقتضائات زمانه و نیاز و ضرورت اجتماعی و درخواست مردم در جهت نقاشی انتقادی و برآشتن علیه نظام استبدادی در مسیر دیگری شروع به به‌بالندگی کردند. در این دوران آثار هنری بسیاری با موضوعات حماسی شاهنامه، آثار خمسه نظامی و داستان‌های قرآنی یا حماسه کربلا و حتی داستان‌های عامیانه و فولکلور رواج پیدا کرد (زارعی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۴۶). عینیت‌بخشی و تجسمی نمودن تمثال قهرمانان و پهلوانان اسطوره‌ای، مذهبی و تاریخی از همان دوره برای تهییج و برانگیختن افکار عمومی مردم بر ضد حاکمیت استبدادی و ایجاد حس یکپارچگی و تقویت قدرت میهن پرستی مردم و انقلابیون از همان دوران بعد از انقلاب مشروطه رایج شد (حسین‌آبادی و محمدپور، ۱۳۹۵: ۷۰). این اهداف در هنر نقاشی ایرانی تا بعد از انقلاب و دوران جنگ ایران و عراق با تقویت جنبه‌های دینی و تحکیم پایه‌های حاکمیت جدید ادامه یافت (اعتصام و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۶). از آنجا که هنر مدرن در اعتقاد نظام بازتولید دیداری گفتمان غرب به حساب می‌آمد، هنرمندان بعد از انقلاب به استفاده از اصول نقاشی ایرانی جهت رواج آرمان‌ها و ارزش‌های انقلاب و ثبات بخشی به ارکان نظام نوپا تشویق و جهت داده شد (زنگی و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۸). در همین راستا تغییراتی در متن نقاشی نقاشان ایرانی به وجود آمد. خلق آثاری مانند اسطوره‌های مذهبی، رزمندگان دفاع مقدس، امامان شیعه، مادران شهید و آزادی‌خواه، مفاهیم برآمده از دال مرکزی گفتمان حکومت مبتنی بر عدالت‌خواهی، حق طلبی، فسادستیزی، مقابله با وسوسه‌های شیطانی و امثالهم شکل گرفت (زارع‌زاده، ۱۴۰۰: ۹۵). در دهه‌های بعد، زنان در نقاشی و ادبیات هنری ایران مورد عنایت هنرمندان و نقاشان قرار گرفتند. در طی دوره‌های مختلف تاریخ هنر در ایران، حضور زن در ابداعات و آثار هنری بر اساس نگرش و استنباط جامعه و نقاشان و هنرمندان آن دوره بازنمایی شده است. (رضائی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۶). آثاری که مشتمل بر پیکره‌هایی از زنان است از نقاشی‌های حک شده بر دیوارها تا به امروز در هنر ایرانی وجود دارد.

۲-۲: ملاحظات نظری

- نظریه شکل‌دهی^۱

اساس نظریه شکل‌دهی هنر، بر ایجاد ایده‌های هنری در فکر و ذهن افراد یا هنرمندان، شکل گرفته است. «رویکرد شکل‌دهی دربرگیرنده طیف گسترده‌ای از نظریه‌هاست که وجه مشترک آن‌ها این عقیده یا استعاره اصلی است که هنر بر جامعه تأثیر می‌گذارد. رویکرد شکل‌دهی، مانند رویکرد بازتاب، رابطه بین هنر و جامعه را همچون خطی مستقیم و ساده بیان می‌کند؛ اما جهت پیکان علیت (جهت تأثیر بین آثار هنری و جامعه) را به‌گونه‌ای وارونه می‌کند که هنر در مقام تأثیرگذار بر جامعه تلقی می‌شود، نه برعکس. نظریه‌های شکل‌دهی در غالب موارد به تأثیرات منفی هنر بر جامعه نظر دارند» (الکساندر، ۱۴۰۰: ۴۳). در این دیدگاه، هنر به‌مانند آیینی‌ای تصور شده است که بازتابگر وقایع جامعه است. بر اساس نظریه شکل‌دهی هنر، هنرمند از دل جامعه ظهور کرده و تحت تأثیر آن واقع می‌شود. سپس ماحصل این رخدادها، در ذهن و فکر هنرمند، تبدیل به اثر هنری می‌شود. هنر در این رویکرد، نقشی فراتر از جامعه داشته و قادر به ایجاد تحولاتی در جامعه توسط هنرمندان است. هنرمندان با رویکرد شکل‌دهی هنر، خلق مفهوم نموده و این مفاهیم افراد جامعه را به‌سوی اهداف خاص و از پیش تعیین‌شده‌ای هدایت می‌کند.

- نظریه یادگیری اجتماعی^۲

نقاشی‌های دیواری، به‌مثابه یک پیام برای برقراری ارتباط اجتماعی با افراد، قابل تبیین با نظریه یادگیری اجتماعی است. نظریه یادگیری اجتماعی را آلبرت باندورا^۳ (۱۹۸۶) مطرح کرد که به‌طور ویژه بر ارتباط جمعی در هنر تأکید می‌کند. طبق این نظریه، انسان‌ها بیشتر از آنچه را که برای راهنمایی و عمل در زندگی نیاز دارند صرفاً از تجربه و مشاهده‌ی مستقیم یاد نمی‌گیرند بلکه عمده‌ی آن‌ها به‌طور مستقیم به‌ویژه از طریق رسانه‌های جمعی آموخته می‌شوند. بیشتر رفتارهای آدمی به‌صورت مشاهده

^۱- shaping approach

^۲ - social learning theory

^۳-Albert Bandura

نجفی، جانان؛ قاسمی، عاصمه و شاوردی، ته‌مین (۱۴۰۳). تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر تهران در دیوارنگاری‌های شهر تهران. *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۴)، ۳۶-۵۱.

رفتارهای دیگران و از طریق الگوبرداری یاد گرفته می‌شود. طبق این نظریه فرد از طرق مطالعه و مشاهده نمونه‌های رسانه‌ای رفتارهای مناسب را فرامی‌گیرد یعنی درواقع می‌فهمد کدام دسته از رفتارها پاداش می‌گیرند و کدام یک کیفر می‌بینند. از طریق مخاطبان می‌کوشند در زندگی واقعی پاداش بگیرند و بنابراین به تقلید و الگوبرداری از نمونه‌ای رسانه‌ای گرایش پیدا می‌کنند» (مهدوی‌زاده، ۱۳۹۱: ۵۶). نظریه یادگیری اجتماعی بر این باور است که بخش عمده‌ای از باورها و رویکردهای ما در زندگی از راه دیدن و مشاهده رفتار و باورهای دیگران به صورت الگو و سرمشق آموخته شده است. در این بین، رفتاری که باعث تشویق دیگران شود، در امر یادگیری نهادینه شده و تقویت می‌گردد (جان‌بزرگی و پناهی، ۱۳۹۶). در تبیین ارتباط نظریه یادگیری اجتماعی با موضوع می‌توان به الگوبرداری افراد از جامعه اطراف خود اشاره نمود. اگر بازنمایی تصاویر زنان در نقاشی‌های دیواری شهر تهران، الگوگرفته از واقعیات جامعه و جایگاه و نقش زنان باشد، پس نظریه یادگیری اجتماعی قابل تبیین است. از سوی دیگر، ممکن است این بازنمایی به گونه‌ای باشد که در جایگاه ایجاد الگو و نهادینه نمودن یک نوع برداشت خاص از جایگاه زنان ارائه شده باشد. در آن صورت باید دید با توجه به واقعیات جامعه، این نقاشی‌ها تا چه حدی توانسته‌اند در ایجاد یادگیری اجتماعی برای افراد جامعه موفق عمل نمایند.

- نظریه بازتولید فرهنگی

مفهوم بازتولید فرهنگی در نظریات آلتوسر و بوردیو از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. آلتوسر با رویکرد ساختارگرایانه، بازتولید را در تحلیل‌هایش مطرح می‌کند و برای کنشگر نقش چندانی قائل نمی‌شود. او معتقد است که بازتولید از طریق ایدئولوژی صورت می‌گیرد، بدین معنا که ایدئولوژی به شیوه‌ای ناخودآگاه بر افراد تحمیل می‌شود و به صورت ضمنی عمل می‌کند، به طوری که در رفتارها، ساختارها و تصورات بدیهی افراد رسوخ می‌کند و بدین ترتیب به امری طبیعی و جهان‌شمول تبدیل می‌شود. در مقابل بوردیو، به رابطه دیالکتیکی ساختار و عاملیت معتقد است. بر این اساس، ساختارها هم ساختار دهنده هستند یعنی کنش‌ها را هدایت و مهار می‌کنند و هم ساختمان‌دهند، یعنی کنشگران آن‌ها را تولید و بازتولید می‌کنند» (برند، ۱۳۹۶: ۶). بوردیو در توصیف مفهوم بازتولید فرهنگی، معتقد است در جامعه، طبقات اقتصادی و فرهنگی مختلفی وجود دارد که این طبقات برآیند مکتب و ساختار آن جامعه است. کارکرد این بازتولید به گونه‌ای است که حتی اگر فردی از طبقات پایین با تلاش و شایستگی‌های خود به طبقات بالا برسد، افرادی که از قبل در آن طبقات بودند، همچنان در مقام فرادستی قرار دارند. (بوردیو، ۱۴۰۱). به زعم بوردیو، ساختار حاکمیت یک جامعه بستر لازم برای بازتولید فرهنگی و اجتماعی را در آن جامعه فراهم و آن را تقویت و تثبیت می‌کند.

- نظریه نشانه‌شناسی اجتماعی

نشانه‌شناسی معادل علم مطالعه نشانه‌ها است (بارنچه^۱، ۲۰۲۳). نشانه‌شناسی اجتماعی با انتشار کتاب مایکل هالیدی متولد شد (زولان^۲، ۲۰۲۰). در این رویکرد، محقق اشیاء فیزیکی را به‌عنوان یک حالت نشانه‌شناختی با توانایی خاصی برای معناسازی که شامل اعمال مجسم و دستکاری ابزارها است، مفهوم‌سازی می‌کند (تنگ^۳ و همکاران، ۲۰۲۲: ۱۷۹). نشانه‌شناسی اجتماعی در مطالعه نقاشی‌ها و تصاویر در صدد تنظیم مدل و الگوهای منظم و مدون در خصوص عناصر نشانه‌ای در تصاویر است. در واقع به کمک این الگوهاست که معنا در آثار تصویری به وجود می‌آید. این معانی بازشناخته‌شده توسط نشانه‌ها، برآیند گفتمان‌های اجتماعی و فرهنگی هر دوره تاریخی است (خیری و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۴). پیشینه پژوهشی مربوط به رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی در آثار تصویری و نقاشی بسیار اندک بوده و بیشتر در قلمرو موضوعی تبلیغات و عکس پژوهش‌های پیرامون این موضوع انجام شده است (شفیعی و دادور، ۱۴۰۰: ۴۰). این رویکرد که نوعی دریافت انتقادی از محتوای تصویری و دیداری است بر اساس یک‌سری قواعد دستوری برای تصاویر عمل نموده و به روشی ساختمند برنامه‌ای برای درک و خوانش آثار نقاشی و تصاویر در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد. تأکید نشانه‌شناسی اجتماعی بر این است که بافت اثر است که معنا را مشخص و تولید می‌کند؛ به همین دلیل برای شرح و تفسیر معنا به عناصر خارج از متن، مانند بافت فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و غیره باید مراجعه نمود (حقایق و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۸).

کرس نظریه‌ی نشانه‌شناسی اجتماعی را در تمامی جهات معطوف به معنا می‌داند و معتقد است معنا از دل اجتماع بیرون می‌آید. لذا، این جامعه است که منشأ و مولد معنا است. «نشانه‌شناسی اجتماعی با رویکردهای متفاوتی بروز و ظهور می‌یابد که همگی نشأت گرفته از آثار مایکل هالیدی هستند. پدیده‌های اجتماعی به‌خودی‌خود و به‌تنهایی معنا ندارند بلکه در داخل شبکه‌ای از معانی جای می‌گیرند و دارای چارچوبی فرهنگی هستند. در نشانه‌شناسی اجتماعی اتفاقی پدید آمدن جای خود را به انگیزش می‌سپارد. پدیده‌ها و اشیایی که محصول عمل اجتماعی هستند با توجه به محیط فرهنگی‌ای که در آن ساخته می‌شوند معانی خاصی می‌یابند، تصویر به‌عنوان منبعی نشانه‌شناختی در قالب فرهنگ‌های گوناگون به‌گونه‌ای متفاوت بروز و ظهور می‌کند. در تصویر معنی بر اساس نحوه قرارگیری، رنگ، اندازه، خطوط و اشکال عناصر موجود در تصویر مشخص می‌گردد. نشانه‌شناسی اجتماعی بیش از آن که یک نظریه‌ی انتزاعی باشد، رویکردی کاربردی است تشویش و دغدغه اصلی این رویکرد یافتن معنی در رفتارهای بشر عصر حاضر است. در نشانه‌شناسی اجتماعی افراد با هویت اجتماعی خود و توسط منابع فرهنگی موجود که به شکلی اجتماعی ساخته شده‌اند؛ در فرآیند نشانه‌سازی و امر ارتباط تمرکز و حضوری فعال دارند. امروزه وجود شبکه‌های اجتماعی مفهوم ارتباط را به‌کلی دگرگون ساخته و نتیجه این حالت را آشکارا می‌توان در رفتارهای نسل جوان مشاهده کرد. در چنین وضعیتی نیازی شدید و میرم جهت بررسی و تحلیل این نوع ارتباط دیده می‌شود. جامعه و فرهنگ دو اصطلاحی هستند که حدود مرز مشخصی بین این دو مفهوم وجود ندارد، تشخیص و تمییز دادن آن‌ها از یکدیگر کار ساده‌ای نیست» (کرس، ۱۳۹۷: ۲۴). کرس و ون لیوون معتقدند که ۱- برقراری ارتباط افراد را به ساختن پیام‌هایی با حداکثر وضوح در هر موقعیت خاص ملزم می‌کند. افراد از نمودها و صورت‌هایی استفاده می‌کنند که بیشترین میزان رسایی را برای مخاطبان‌شان داشته باشد. ۲- مراحل بازنمود افراد را وامی‌دارد تا از صورت‌هایی برای بیان مقاصدشان استفاده نمایند که به نظرشان در یک موقعیت خاصی دارای مناسب‌ترین و قابل‌قبول‌ترین ویژگی‌ها است، به‌طور مثال از دایره به‌جای چرخ ماشین، از چرخ به‌عنوان ماشین می‌توان استفاده کرد. نشانه‌ها هیچ‌گاه تصادفی پدید نمی‌آیند و اصل ارتباط انگیزشی باید درباره‌ی سازنده‌ی نشانه و محیطی که نشانه در آن تولید می‌شود، لحاظ شود. کرس و ون لیوون به علاقه‌ی فرد سازنده‌ی نشانه اشاره می‌کنند که این علاقه منجر می‌شود او یک یا چند جنبه‌ی موضوعی که قصد بیان آن را دارد انتخاب کند و به‌عنوان ویژگی تعیین‌کننده آن موضوع در صورت و ظاهر بازنمود آن منعکس سازد. و همین قاعده درباره‌ی علائق نهادهای اجتماعی که در آن‌ها پیام بعد از تولید به شکل اصول رایج و محدودیت‌های اجتماعی درمی‌آید نیز صدق می‌کند (کرس، ون لیوون، ۱۳۹۵: ۲۳).

1- Barreneche

2- Zolyan

3- Tang

نجفی، جانان؛ قاسمی، عاصمه و شاوردی، ته‌مین (۱۴۰۳). تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر تهران در دیوارنگاری‌های شهر تهران. *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۴)، ۳۶-۵۱.

۳- روش پژوهش

روش این پژوهش در دسته مطالعات با رویکرد کیفی و نشانه‌شناسی اجتماعی قرار می‌گیرد. در رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی، محقق جامعه را منبع و سرچشمه معانی و صور نشانه‌شناختی تلقی می‌کند. در این پژوهش، نشانه‌شناسی اجتماعی کرس و ون لیون برای تحلیل جامعه‌شناسی بازنمایی تصویر زن در نقاشی‌های دیواری شهر تهران انتخاب شده است. زیرا این رویکرد پژوهشی، به شکل طبقه‌بندی شدن و مدون به جمع‌آوری رموز نشانه‌ای در عکس‌ها و متون تصویری می‌پردازد و آن نشانه‌ها را با توجه به نظریات نشانه‌شناسی اجتماعی تفسیر می‌کند. از آنجا که نشانه‌ها در بطن اجتماع و تعاملات اجتماعی ساخته می‌شوند، نشانه‌شناسی اجتماعی با تمرکز بر فرایند اجتماعی که منجر به خلق تصاویر می‌شوند، می‌تواند تحلیل و تفسیر عینی‌تری از دیوارنگاری‌های شهر تهران در بازنمایی تصویر زن ارائه نماید. در این رویکرد فرض بر این است که انواع رسانه‌ها و ارتباطات کلامی و غیرکلامی هستند که فرهنگ اجتماعی افراد را شکل می‌دهند.

داده‌های این پژوهش شامل ۸۰ دیواره‌نگاره در سطح شهر تهران است که به شیوه نمونه‌گیری هدفمند از بین دیوارنگاره‌های شهر تهران که به سفارش دو ارگان سپاه و شهرداری تهران، در میادین اصلی شهر و برای بازنمایی چهره و مؤلفه‌های پوششی زن هستند، انتخاب شده‌اند. اگر چه در سطح شهر انواع تصاویر اعم از بنرها یا بلیوردهای تبلیغاتی وجود دارد که در آن‌ها نیز به‌نوعی چهره و مؤلفه‌های پوششی زنان بازنمایی می‌شود، اما داده‌های این پژوهش فقط شامل دیوارنگاره‌ها است (بجز بنرهایی که به دلیل نبود دیوار در میدان ولیعصر نصب شده است). این نقاشی‌ها الزاماً باید تصویر زنی را در خود داشته باشند تا بتوان از آن‌ها به عنوان داده‌های پژوهش استفاده نمود. بازه زمانی انتخاب نقاشی‌های دیواری خرداد و تیر ماه سال ۱۴۰۲ است. تعداد نمونه‌ها با رسیدن به مرحله اشباع تعیین شد، یعنی زمانی که تم جدیدی با ورود داده‌های جدید به وجود نیامد و همان تم‌های قبلی تکرار می‌شد.

کدبندی نشانه‌ها

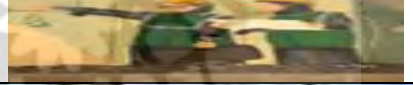
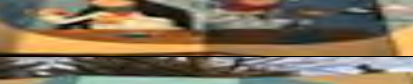
در مرحله اول، هدف اصلی کدبندی، تبدیل داده‌ها به مفاهیم است. برای این منظور داده‌ها ابتدا ساده‌سازی و یا تقطیع می‌گردند. محقق برای معنا دادن به قطعات تصاویر، هر برش معناداری از تصویر را، یک مفهوم یا کد (رمز) به آن اختصاص می‌دهد. این کار در مورد بخش‌هایی از تصاویر به کار می‌رود که دارای اطلاعات مهمی است. تصاویر می‌توانند جزء به جزء یا کلی رمزگذاری گردند. مرحله دوم، مقوله‌بندی کدها از طریق دسته‌بندی آن‌ها حول‌وحوش مفهیمی است که از داده‌ها استخراج شده‌اند و ارتباط نزدیکی با مسأله‌ی تحقیق دارند. کدها می‌توانند برگرفته از ادبیات پژوهش (کدهای پیش‌ساخته) و یا از راه خلاقیت و کشف خود محقق به دست آیند. «توصیه‌ی مهم در کدبندی آزاد آن است که به طور مرتب و مکرر، سوالات زیر در ذهن پژوهش‌گر مطرح شود و سپس کدها اختصاص یابند: چه: چه اتفاقی می‌افتد؟ کدام پدیده مطرح شده است؟؛ چه کسی: چه کسانی نقش دارند؟؛ چه نقش‌هایی به عهده دارند؟؛ چگونه: کدام جنبه‌های پدیده مورد اشاره قرار می‌گیرد یا نمی‌گیرد؟؛ در چه زمانی: به چه مدت؟ کجا؟؛ چقدر: جنبه‌های مربوط به شدت؛ به چه منظور: کدام نیت و هدف؟ به چه وسیله‌ای: راهبردهای رسیدن به هدف کدام است؟» (حریری، ۱۳۹۰: ۲۴۴-۲۵۰).

این تحلیل به محقق کمک می‌کند با تجزیه یک اثر به چندین کد نشانه‌ای که نقش‌های معنایی مختلفی به آن تصویر ارائه می‌کنند، بتواند معنا و هدف اصلی آن تصویر در ارائه معنایی بازنمایی شده از چهره و مؤلفه‌های پوششی زنان را نشان دهد. برای جمع‌آوری داده‌ها در این رویکرد کیفی، از فرمت‌های مختلفی مانند عکس، فیلم، پوستر، نقاشی و... استفاده می‌شود. داده‌های این پژوهش ۸۰ دیواره‌نگاره در سطح شهر تهران است که با روش هدفمند از بین دیوارنگاره‌های شهر، برای بازنمایی چهره زن انتخاب شده‌اند. این نقاشی‌ها الزاماً باید تصویر زنی را در خود داشته باشند تا بتوان از آن‌ها به عنوان داده‌های پژوهش استفاده نمود. فرمت انتخاب شده در این پژوهش، عکس با گوشی تلفن همراه است. داده‌هایی که از طریق جمع‌آوری این تصاویر به دست آمده، در سه مرحله مستندسازی می‌شود. ابتدا با گرفتن عکس از آن تصاویر و سپس در ذخیره آن تصاویر در یک پوشه مشخص و در مرحله بعدی انتقال پوشه مورد نظر به نرم‌افزار مکسکیودا، و در انتها با برساختن واقعیتی تازه از متن تولید شده، در راستای

تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر زنان در دیوارنگاری‌های شهر تهران

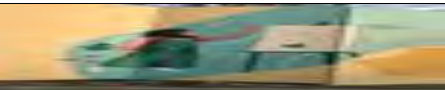
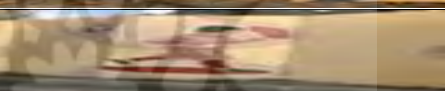
تفسیر داده‌ها، و نشانه‌شناسی اجتماعی انجام می‌شود. در جدول ۱، تعداد تصاویر بررسی شده و برداشت مخاطب در نگاه اول، از تصویر مورد بررسی آمده است.

جدول ۱ جدول نشانه‌شناختی تصاویر

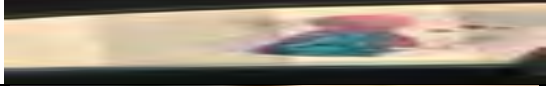
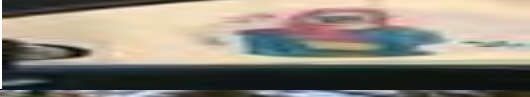
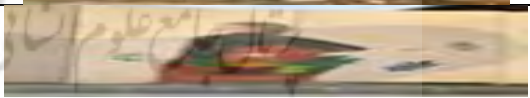
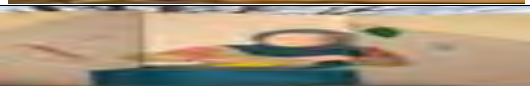
شماره	شکل معنایی	تصویر	مفهوم	دلالت
۱.	دانشجویی در حال مطالعه		حضور زنان در مراکز علمی	ارزش تحصیل و مطالعه
۲.	زنی با شال صورتی		بی‌اهمیتی چهره	اولویت ماهیت بر ظاهر
۳.	زنی با کلاه پیشاهنگی		حضور زنان در مراکز علمی	ارزش تحصیل و مطالعه
۴.	زنانی کتابخوان		حضور زنان در مراکز علمی	ارزش تحصیل و مطالعه
۵.	زن پزشک		حضور زنان در مشاغل مهم	جایگاه‌های شغلی برابر
۶.	زنی با کلاه پیشاهنگی		حضور زنان در مراکز علمی	ارزش تحصیل و مطالعه
۷.	زنی در حال خواندن قرآن		اشاره به معنویت و اعتقادات مذهبی	معنویت زنانه
۸.	زنی کتابخوان		اشاره به اهمیت مطالعه زنان	ارزش تحصیل و مطالعه
۹.	دو زن مهندس		حضور زنان در مشاغل مهم	جایگاه‌های شغلی برابر
۱۰.	زن باغبان		عهده‌داری مشاغل یدی	توانایی‌هایی برابر با مردان
۱۱.	زن باغبان		عهده‌داری مشاغل یدی	توانایی‌هایی برابر با مردان
۱۲.	زن مهندس		حضور زنان در مشاغل مهم	جایگاه‌های شغلی برابر
۱۳.	زن محقق		حضور زنان در مشاغل مهم	جایگاه‌های شغلی برابر
۱۴.	دو زن شیمیدان		حضور زنان در مشاغل مهم	جایگاه‌های شغلی برابر
۱۵.	زن پزشک		حضور زنان در مشاغل مهم	جایگاه‌های شغلی برابر
۱۶.	زن پزشک		حضور زنان در مشاغل مهم	جایگاه‌های شغلی برابر
۱۷.	زن شیمیدان		حضور زنان در مشاغل مهم	جایگاه‌های شغلی برابر

نجفی، جانان؛ قاسمی، عاصمه و شاوردی، ته‌مینه (۱۴۰۳). تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر تهران در دیوارنگاری‌های شهر تهران. *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۴)، ۳۶-۵۱.

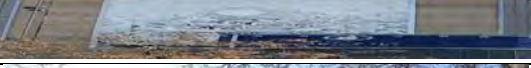
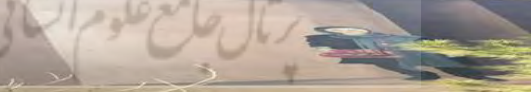
تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر زنان در دیوارنگاری‌های شهر تهران

شماره	شکل معنایی	تصویر	مفهوم	دلالت
۸	زن هنرمند		حضور زنان در عرصه هنر	هنر زنانه
۹	زن هنرمند		حضور زنان در عرصه هنر	هنر زنانه
۱۰	زن هنرمند		حضور زنان در عرصه هنر	هنر زنانه
۱۱	زن عکاس		حضور زنان در عرصه هنر	هنر زنانه
۱۲	زن مهندس		حضور زنان در مشاغل مهم	جایگاه‌های شغلی برابر
۱۳	زن هنرمند		حضور زنان در عرصه هنر	هنر زنانه
۱۴	زن معلم		جایگاه زنان در اجتماع	زن شاغل
۱۵	زن خیاط		جایگاه زنان در اجتماع	زن شاغل
۱۶	زن ورزشکار		جایگاه زنان در عرصه‌های ورزشی	نشاط زنان
۱۷	زن ورزشکار		جایگاه زنان در عرصه‌های ورزشی	نشاط زنان
۱۸	زن ورزشکار		جایگاه زنان در عرصه‌های ورزشی	نشاط زنان
۱۹	زن ورزشکار		جایگاه زنان در عرصه‌های ورزشی	نشاط زنان
۲۰	زن ورزشکار		جایگاه زنان در عرصه‌های ورزشی	نشاط زنان
۲۱	مادری با نوزاد		نقش زنان در ارتباط با کودکان	مادرانگی
۲۲	مادری با نوزاد		نقش زنان در ارتباط با کودکان	مادرانگی
۲۳	مادری با نوزاد		نقش زنان در ارتباط با کودکان	مادرانگی
۲۴	مادری با نوزاد		نقش زنان در ارتباط با کودکان	مادرانگی
۲۵	مادر و دو فرزند		نقش زنان در ارتباط با کودکان	مادرانگی

تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر زنان در دیوارنگاری‌های شهر تهران

شماره	شکل معنایی	تصویر	مفهوم	دلالت
۶	مادر و فرزند		نقش زنان در ارتباط با کودکان	مادرانگی
۷	مادر و فرزند با چادر		اشاره به معنویت و اعتقادات مذهبی	معنویت زنانه
۸	زنی با شالی بلند		اشاره به پوشش متنوع	داشتن تنوع در حجاب
۹	زنی بدون چهره با شال صورتی		اشاره به پوشش متنوع	داشتن تنوع در حجاب
۱۰	زنی با گوشی جلوی صورت		اشاره به پوشش متنوع	داشتن تنوع در حجاب
۱۱	زنی با چادری آبی		اشاره به پوشش متنوع	داشتن تنوع در حجاب
۱۲	زنی با دسته‌گل		اشاره به پوشش متنوع	داشتن تنوع در حجاب
۱۳	زنی چادری از پشت سر		بی‌اهمیتی چهره	اولویت ماهیت به ظاهر
۱۴	زن چادری عینکی		اشاره به پوشش متنوع	داشتن تنوع در حجاب
۱۵	زنی رو به ماه و ستاره		بی‌اهمیتی چهره	اولویت ماهیت به ظاهر
۱۶	زنی ذوق‌زده		اشاره به پوشش متنوع	داشتن تنوع در حجاب
۱۷	زنی در حال خواندن قرآن		اشاره به معنویت و اعتقادات مذهبی	معنویت زنانه
۱۸	زنی با لپ‌تاپ		توانایی‌های زنان در خانه	توانایی‌های علمی زنان
۱۹	زنی با سبد خرید		فعالیت‌های مرتبط با خانه‌داری	نقش‌های کلیشه‌ای
۲۰	زنی با لوازم آشپزی		فعالیت‌های مرتبط با خانه‌داری	نقش‌های کلیشه‌ای
۲۱	دختری با لباس‌های قهوه‌ای		اشاره به پوشش متنوع	داشتن تنوع در حجاب
۲۲	زن آشپز		فعالیت‌های مرتبط با خانه‌داری	نقش‌های کلیشه‌ای
۲۳	زنانی بدون چهره		بی‌اهمیتی چهره	اولویت ماهیت به ظاهر

تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر زنان در دیوارنگاری‌های شهر تهران

شماره	شکل معنایی	تصویر	مفهوم	دلالت
۵۴	زنی در حال تکاندن گلیم		فعالیت‌های مرتبط با خانه‌داری	نقش‌های کلیشه‌ای
۵۵	مادر و فرزند		نقش زنان در ارتباط با کودکان	مادرانگی
۵۶	جمعیتی قهرمان		سهم برابر زنان در پیروزی‌ها	همنوایی اجتماعی
۵۷	زنی روی پل عابر		زنان در اجتماع	حضور برابر
۵۸	زنی در میان گلها		اشاره به معنویت و اعتقادات مذهبی	معنویت زنانه
۵۹	زنی از پشت سر		بی‌اهمیت دانستن چهره	اولویت ماهیت به ظاهر
۶۰	زنی با کیسه		بی‌اهمیت دانستن چهره	اولویت ماهیت به ظاهر
۶۱	مادر و فرزند		نقش زنان در ارتباط با کودکان	مادرانگی
۶۲	زنی از پشت سر		بی‌اهمیت دانستن چهره	اولویت ماهیت به ظاهر
۶۳	مادر بزرگ و نوه		نقش زنان در ارتباط با کودکان	مادرانگی
۶۴	زنی از پشت سر با فرزند در بغل		بی‌اهمیت دانستن چهره	اولویت ماهیت به ظاهر
۶۵	زن و سه مرد روی بالکن		زنان در اجتماع	حضور برابر
۶۶	زنی با کیف زرشکی		اشاره به پوشش متنوع	داشتن تنوع در حجاب
۶۷	زنی با شال آبی		زنان در اجتماع	حضور برابر
۶۸	سه زن با مانتو		اشاره به پوشش متنوع	داشتن تنوع در حجاب
۶۹	زنی با شال قرمز		اشاره به پوشش متنوع	داشتن تنوع در حجاب
۷۰	زنی با خروس		نشان دادن مهربانی زنانه	دوستی با حیوانات

تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر زنان در دیوارنگاری‌های شهر تهران

شماره	شکل معنایی	تصویر	مفهوم	دلالت
۱۱	زنی در کنار مرغ و خروس		نشان دادن مهربانی زنانه	دوستی با حیوانات
۱۲	مادر شهید کنار حوض		اهمیت مادران شهید برای جامعه	شهیدپروری
۱۳	تصویری حماسی از مادر شهید		اهمیت مادران شهید برای جامعه	شهیدپروری
۱۴	پیرزنی چشم در راه		نشان دادن تنهایی دوران پیری	ارزش نهادن به سالمندی
۱۵	پیرزنی در حال تماشای خیابان		نشان دادن تنهایی دوران پیری	ارزش نهادن به سالمندی
۱۶	اسکناس		حضور زنان در مشاغل مهم	جایگاه‌های شغلی برابر
۱۷	مادر ۵ شهید		اهمیت مادران شهید برای جامعه	شهیدپروری
۱۸	خانواده خندان		نقش زنان در ارتباط با خانواده	کانون خانواده
۱۹	جمعیتی از زنان و مردان		زنان در اجتماع	حضور برابر

۴- تحلیل یافته‌ها

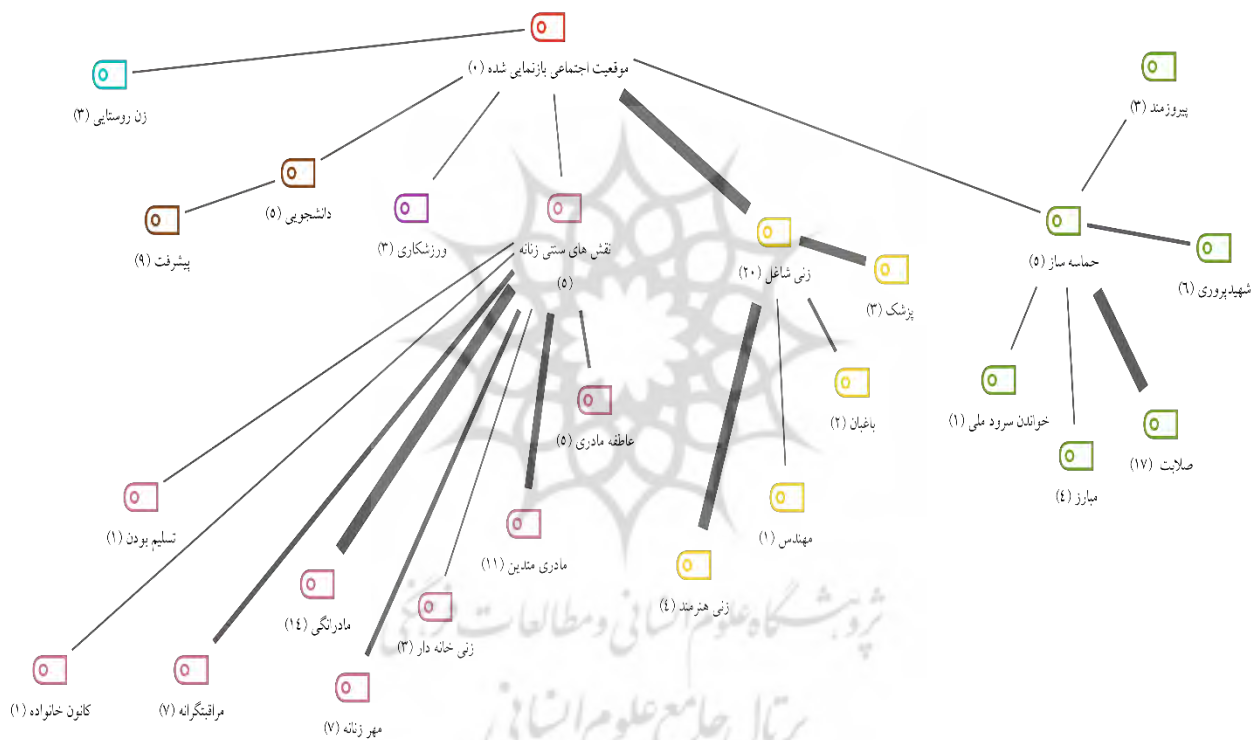
در کنار تصاویر زنان در نقاشی‌های دیواری، نشانه‌هایی برای نشان دادن موقعیت اجتماعی زنان استفاده شده است. این نشانه‌ها در سه دسته نشانه‌گذاری شده است که عبارت است از، نقش‌های سنتی، زن شاغل، زن حماسه‌ساز. در جدول شماره دو، تم‌های نشان دهنده وضعیت زنان، با تعداد تکرار آن تم‌ها، نشان داده می‌شود.

جدول ۲ نشانه‌شناسی موقعیت اجتماعی زنان

تعداد	تم‌ها	نشانه‌های وضعیت زنان
۵	عاطفه مادری	نقش‌های سنتی
۱۱	مادری متدین	
۳	زنی خانه‌دار	
۷	مهر زنانه	
۱۴	مادرانگی	
۷	مراقبت‌گرانه	
۱	کانون خانواده	
۱	تسلیم بودن	

نجفی، جانان؛ قاسمی، عاصمه و شاوردی، ته‌مین (۱۴۰۳). تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر تهران در دیوارنگاری‌های شهر تهران. *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۴)، ۳۶-۵۱.

نشانه‌های وضعیت زنان	تم‌ها	تعداد
زن شاغل	پزشک	۳
	باغبان	۲
	هنرمند	۱
	مهندس	۴
زن حماسه‌ساز	پیروزمند	۲
	شهیدپروری	۶
	صلابت	۱۷
	مبارز	۴
	خواندن سرود ملی	۱



شکل ۱ نشانه‌شناسی موقعیت اجتماعی زنان

- تحلیل سطوح اجتماعی نشانه‌شناسی تصاویر

بعد از تحلیل دلالت تصاویر مورد پژوهش می‌توان در مورد سطوح مختلف نشانه‌شناسی اجتماعی این آثار به آشکارسازی گفتمان حاکم بر مضامین تصاویر بازنمایی‌شده از زنان در نقاشی‌های دیواری پرداخت. این سطوح از تحلیل می‌تواند خواننده را به درک روایت و گفتمان پنهان‌شده در تصاویر یاری کند.

- تحلیل نشانه‌شناختی اجتماعی سطح بازنمودی

در بررسی نشانه‌شناختی اجتماعی نقاشی‌های دیواری، مؤلفه‌های زیبایی‌شناختی زنانه که در این تصاویر استفاده شده، تأکید بر عدم نمایش این زیبایی‌ها و کم‌اهمیت جلوه دادن زیبایی‌های ظاهری است. کارکردی که این گفتمان دارد، تقویت‌کننده اصالت نجفی، جانان؛ قاسمی، عاصمه و شاوردی، ته‌مین (۱۴۰۳). تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر تهران در دیوارنگاری‌های شهر تهران. جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۴)، ۳۶-۵۱.

ماهیت زنانه بر ظاهر زنانه استدلال می‌شود. در برخی از نقاشی‌ها زنان فاقد چهره هستند یا تصویر از پشت سر نقاشی شده یا هیچ‌گونه زیبایی زنانه در اندام و صورت دیده نمی‌شود. خوانشی که محقق از این نوع بازتاب چهره زنانه دارد، تقویت کارکردهای مادرانگی است. در بررسی بازنمایی زن در دیوارنگاره‌های شهر تهران، زنان در چارچوب نقش و وظایف زن سنتی و مدرن (شاغل و در اجتماع بودن) در فضای اجتماعی به تصویر درآمده‌اند. در تمام مشاغلی که زن در آن‌ها بازنمایی شده، الگوهای یک زن جدی، متین، محجبه و فاقد جاذبه‌های زنانه دیده می‌شود. کارکرد این نوع بازنمایی، همسو نمودن جامعه، به‌ویژه زنان با الگوهای زن به‌مثابه مادر و همسر است تا به عنوان زن به‌مثابه یک زن یک فرد. باز نمودن نشانه‌هایی که در نمایش وضعیت زنان در تصاویر بازنمایی شده، مانند لامپ، کلاه پیشاهنگی، پیشانی‌بندهای زمان جنگ، لوازم نوزاد و یا ابزار آشپزی و خانه‌داری، برای جاناندازی وظایف کارکردی زنان (وظایف مادرانه و نقش‌های بیرون و درون خانه) دارد. در یکی از این تصاویر زنی در مرکز تصویر با چهره خندان نشسته و فرزندان و همسر او، دورش جمع شده‌اند. نشانه کارکرد این تصویر، بازنمایی نقش زن در ایجاد خانواده خندان و خوشبخت و تأکید بر وظایف مادرانگی او است.

باز نمودن تصاویری که از مادران شهید بازنمایی شده، دربرگیرنده تقویت و اشاعه فرهنگ شهادت و ارزش‌های انقلاب دارد. این مادران با چهره‌های آرام و معنوی به تصویر کشیده شده‌اند. در یکی از این تصاویر، مادر شهید به‌مثابه فرشته و موجودی فرازمینی تصویر شده است که فرزند شهید خود را در آغوش گرفته و فرشتگان به دور او جمع شده‌اند. باز نمودن دیگری که در این تصاویر بازنمایی شده است، کارکرد انسجام‌بخشی و وحدت‌آفرینی بین افراد جامعه در برای کسب پیروزی‌ها یا شادی بعد از پیروزی است. در این تصاویر، زنان در کنار مردان (صرف نظر از مقایسه تعداد زنان و مردان در تصویر)، برای رسیدن به پیروزی مصمم ایستاده‌اند. کارکردهایی مانند اتحاد و ملت‌سازی بین اقوام مختلف نیز در برخی از این دیوارنگاره‌ها به چشم می‌خورد.

- تحلیل نشانه‌شناختی اجتماعی سطح کنشی (تعاملی)

کنش‌هایی که در تصاویر بررسی شده از زنان، بازنمایی شده است، شامل کنش‌هایی حاکی از مهر و دلسوزی زنانه (مانند در آغوش کشیدن یا در دست داشتن دست کودک، نوازش و مهرورزی به حیوانات)، کنش‌هایی مذهبی مانند تلاوت قرآن یا دعا و راز و نیاز با خدا، کنش‌های اجتماعی در فضای بیرون از خانه (برای انجام اموری مانند خرید کردن، ورزش کردن، تفریح کردن و دیگر کنش‌های مشابه)، کنش‌های فرهنگی (مانند انجام فعالیت‌های هنری)، و کنش‌های مرتبط به انجام امور داخل خانه (آشپزی، خیاطی، نظافت و ...) است. تمامی این کنش‌ها اشاره به شرایط کاملاً عادی جامعه دارد. ارزش‌های سال‌های دفاع مقدس، ارزش‌های سنتی مادرانگی و تربیت فرزندان، ارزش‌های دینی و در نهایت ارزش‌های مربوط به تلاش و صبوری و فداکاری زنانه در این تصاویر، بازنمایی شده است.

- تحلیل نشانه‌شناختی اجتماعی سطح روایی (ترکیبی)

روایت‌های حاکم بر دیوارنگاره‌های بررسی شده در این پژوهش قابل تقسیم در سه سطح است:

- ۱- سطح اول بازگوکننده روایتی از زنانی است که در حال ورزش و یا انجام وظایف بیرون از خانه هستند. این زنان در کنار کارهایی که به نظر می‌رسد در حال انجام آن هستند، روایت‌کننده زندگی عادی و نشاط‌انگیز است. در برخی از تصاویر زنان، ادوات ورزشی مانند اسکیت‌بورد و اسکیت به چشم می‌خورد. این ادوات، اشاره به مجاز بودن استفاده زنان از وسایل ورزشی و بازی دارد. اما با توجه به ممنوع بودن استفاده از اسکیت‌بورد و دوچرخه در فضاهای عمومی، دیوار پارک بانوان، بهترین گزینه برای نمایش فضای ایزوله شده از فضای عمومی برای انجام برخی فعالیت‌های زنانه مرتبط با بازی، ورزش و نشاط است. زنان ورزشکاری بدون هیچ‌گونه نشانی از زیبایی در چهره و اندام، روایت‌کننده زیبایی‌زدایی از زنان است. یعنی بازنمایی زن بدون هیچ‌گونه جلوه از جنسیت و زنانگی.
- ۲- روایت سطح دوم، اشاره بسیار قوی و پرتکرار به فعالیت‌هایی است که جامعه از زن انتظار دارد. شهری با زنانی محجبه، دارای فرزند، دارای تحصیلات و شغلی که بتواند با درآمد آن در اموری اقتصادی خانواده همکاری نماید. در روایت سطح دوم، زنانی را می‌بینیم که در جایگاه‌های تحصیلی، علمی، پژوهشی، شغلی و اجتماعی بالا فعالیت می‌کنند. این روایت تلاش دارد، برابری زن و مرد در موقعیت‌های اجتماعی، علمی و اقتصادی را بازنمایی کند.

نجفی، جانان؛ قاسمی، عاصمه و شاوردی، ته‌مین (۱۴۰۳). تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر تهران در دیوارنگاری‌های شهر تهران. *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۶ (۴)، ۳۶-۵۱.

۳- روایت بازنمایی شده سطح سوم، نشان دادن زنان به‌مثابه قهرمانان و مادرانی فداکار است که حافظ ارزش‌های خانواده و مدافع ارزش‌های انقلابی حاکم بر جامعه است. در این روایت، مادر شهید بودن عاملی برای ارتقای معنوی زنان و والایی مقام آن‌ها به تصویر کشیده می‌شود.

در تمام این سه سطح روایتی، در بررسی نشانه‌شناختی اجتماعی نوع پوشش زنان و رنگ‌های به‌کار رفته در پوشش زنان در نقاشی‌های دیواری، پرتکرارترین تم پوششی، استفاده از مقنعه است. در ۴۴ تصویر زنان با مقنعه بازنمایی شده‌اند. در ۲۹ تصویر، زنان با پوشش کامل چادر به تصویر کشیده شده و در ۱۴ تصویر زنان با روسری که موی سرشان کامل پوشیده شده، دیده می‌شوند. این امر روایت‌کننده ارجحیت پوشش کامل برای زنان دارد که تقویت‌کننده قوانین عفاف و حجاب است. رنگ‌های شاد در ۲۹ تصویر در مقابل رنگ‌های تیره که در ۱۲ تصویر و رنگ مشکی در ۸ تصویر، دیده می‌شود. این امر روایت‌کننده زیباسازی و ایجاد علاقه بصری به حجاب و پوشش است.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

تصاویر بررسی شده در پژوهش، از چندین جنبه مورد تفسیر و واکاوی نشانه‌شناسی قرار گرفت. ابتدا با بررسی کلی تصاویر برداشت محقق به‌عنوان برداشت آزاد از تصویر یادداشت شد. سپس تک‌تک تصاویر، با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA ورژن ۲۰۲۰، مورد تحلیل واقع شد و نشانه‌های استخراج شده روی تصاویر اعمال گردید. تمرکز و تأکید دیوارنگاری‌های بررسی شده در بازنمایی مؤلفه‌های اجتماعی زنان، بر روی هویت دینی (که با حالت‌های مختلفی مثل نماز خواندن یا دعا کردن نشان داده شده)، ملی و مهین‌دوستانه (که با تصاویر مختلفی مانند شهیدپروی یا دفاع از ارزش‌های ملی و مهینی نشان داده شده) و هویتی عاطفی که منطبق با مهر و عاطفه مادرانه و زنانگی است. جایگاه اجتماعی و اقتصادی زنان در دیوارنگاره‌های شهر تهران، بازنمایی‌کننده زنی مستقل، در بسیاری مواقع شاغل، دارای جایگاه اجتماعی ارزشمند از لحاظ کانون خانواده بودن و دارا بودن پرستیژ شغلی است. این دیوارنگاره‌ها با تأکید بر جایگاه‌های اجتماعی والا مانند مادر شهید بودن یا مقام ارزشمند مادری، دانشجویی، پژوهشگری و مشاغل تخصصی مثل پزشکی و مهندسی، درصدد ارائه چهره‌ای موجه و مستقل از زنان است. در تبیین نتایج پژوهش با نظریه یادگیری اجتماعی، که معتقدند، «انسان‌ها بیشتر از آنچه را که برای راهنمایی و عمل در زندگی نیاز دارند صرفاً از تجربه و مشاهده مستقیم یاد نمی‌گیرند بلکه عمده‌ی آن‌ها به‌طور مستقیم به‌ویژه از طریق رسانه‌های جمعی آموخته می‌شوند. بیشتر رفتارهای آدمی به‌صورت مشاهده رفتارهای دیگران و از طریق الگوبرداری یاد گرفته می‌شود. طبق این نظریه فرد از طرق مطالعه و مشاهده نمونه‌های رسانه‌ای رفتارهای مناسب را فرامی‌گیرد یعنی درواقع می‌فهمد کدام دسته از رفتارها پاداش می‌گیرند و کدامیک کیفر می‌بینند. از طریق مخاطبان می‌کوشند در زندگی واقعی پاداش بگیرند و بنابراین به تقلید و الگوبرداری از نمونه‌ای رسانه‌ای گرایش پیدا می‌کنند»، نمیتوان گفت این نقاشی‌ها موجب ایجاد فرهنگ و هنجارهای مشترک بین خالقان این آثار و مخاطبان (زنان)، صورت گرفته است. در واقع این نقاشی‌ها آنچنان که باید، نتوانستند الگوسازی یا یادگیری‌ای برای زنان جامعه منطبق با الگوهایی که ارائه می‌دهند، ایجاد نمایند.

اما در تبیین یافته‌های پژوهش با نظریه بازتولید فرهنگی که معتقد است «بازتولید از طریق ایدئولوژی صورت می‌گیرد، بدین معنا که ایدئولوژی به شیوه‌ای ناخودآگاه بر افراد تحمیل می‌شود و به‌صورت ضمنی عمل می‌کند. به‌طوری‌که در رفتارها، ساختارها و تصورات بدیهی افراد رسوخ می‌کند و بدین ترتیب به امری طبیعی و جهان‌شمول تبدیل می‌شود»، این نظریه با توجه به شرایط فرهنگی، اعتقادی، پوششی و ظاهری زنان در جامعه تطابق ندارد. زیرا الگوهای رایج در نقاشی‌های دیواری، چه از لحاظ مؤلفه‌های پوششی که تأکید بر حجاب و پوشش کامل دارد و چه از لحاظ مؤلفه‌های زیبایی‌شناختی، قادر به بازتولید ایدئولوژی نهفته در این نقاشی‌ها به مخاطبان خود نبوده‌اند. محقق پیشنهاد می‌کند، نتایج این پژوهش مورد استفاده متولیان امور فرهنگی و هنری شهر قرار گیرد و نتایج مورد استفاده واقع شود. از سوی دیگر، محقق پیشنهاد می‌کند، در پژوهش‌های آتی به طراحان و هنرمندان طرح‌های مزبور و نوع جنسیت و نگرش آن‌ها در مورد مفهوم هنر به‌طور کلی و بازنمایی زنان در آثار هنری پرداخته شود. به محققان آتی پیشنهاد می‌شود، با توجه به نتایج این پژوهش که نشان می‌داد الگوهای فرهنگی و اجتماعی، در بازنمایی تصویر زن در دیوارنگاری‌های شهر تهران، نه بر اساس الگوهای رایج که بر اساس، گفتمان ایدئولوژیک و آرمانی زن است، این بررسی را در

متون دیگری مانند بازنمایی چهره و هویت زنانه در تصاویر و نقاشی‌های نمایشگاهی که توسط هنرمندان آزاد کشیده می‌شوند، بررسی و مطابقت دهند. به دست‌اندرکاران و متولیان فرهنگی کشور به‌ویژه نهاد زیباسازی شهرداری تهران، پیشنهاد می‌شود، در خلق آثار هنری در فضاهای شهری، توجه داشته باشند که شکل‌دهی به افکار و اذهان مخاطبان توسط هنر، می‌تواند موجب ایجاد ارتباط واقعی شهروندان با آثار خلق شده، گردد. بنابراین در بازنمایی چهره زنان، توجه به اکثریت زنان جامعه و تأکید بر زنان تهرانی، همخوانی بیشتری بین آثار و واقعیت جامعه شکل می‌گیرد.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تأمین شد.

مشارکت نویسندگان

مقاله محصول مشارکت مشترک نویسندگان است.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع

- برند، بی‌نام (۱۳۹۶). *نظریه‌های فرهنگی*. گروه آموزشی علوم انسانی، دانشگاه علمی کاربردی، واحد فردوس.
- بورديو، پیر (۱۴۰۱). *نظریه بازتولید اجتماعی*. مترجم تهمتن برومند، تهران: اندیشه احسان.
- پیری، حسن؛ واحدیان، مرتضی؛ سهراب‌زاده، مهرباب (۱۴۰۰). آسیب‌شناسی رسانه در بازنمایی خانواده و گونه‌های آن (مطالعه موردی صداوسیما مرکز ایلام). *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۳ (۲)، ۳۴۰-۳۱۹.
- جان‌بزرگی، مسعود و پناهی، علی احمد (۱۳۹۶). *روان‌شناسی زن و مرد*. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه هاجر.
- راودراد، اعظم و صوفی، محمدرشید (۱۳۹۸). معرفی روش تحقیق ترکیبی برای تحلیل فرهنگ تصویری شهر؛ مورد مطالعه، نقاشی دیواری میدان ونک تهران. *تحقیقات فرهنگی ایران*، ۱۲ (۴)، ۷۵-۱۰۳.
- کریمی، جلیل؛ قلی‌پور، سیاوش و هوری، مریم (۱۴۰۰). تصویر زن در سینما (تحلیلی بر ده فیلم دهه ۱۳۸۰ سینمای ایران). *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۳ (۲)، ۲۳۱-۲۵۰.
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۹۱). مصرف فرهنگی و رسانه‌ای و مخاطبان فعال. *فصلنامه رسانه*، ۲۳ (۴)، ۴۲-۲۵.

References

- Barreneche, S. M. (2023). Is social semiotics a unitary research field? An introductory and comparative mapping of Argentinean, Brazilian, French, Italian and English-speaking semiotic approaches to social meaning-making. *Estudos Semióticos*, 19(3), 2.
- Yu, J., Zhang, Y., Zhao, Y., & Zeng, J. (2023). A probe into the Visual elements in female illustrations from the Perspective of Feminism. *Highlights in Art and Design*, 2(2), 83-88.
- Malik, d.s. (2023). Representation of women in eighteenth century mural paintings of odisha: a special focus on paintings of biranchinarayan temple of ganjam. *Shodhkosh: journal of visual and performing arts*,
- Sandler, Joanne. (2018). Imagine media that promote gender justice. *Media Development*, 1, 28-44.

- Tang, K., Jeppsson, F., Danielsson, K., & Bergh Nestlog, E. (2022). Affordances of physical objects as a material mode of representation: A social semiotics perspective of hands-on meaning-making. *International Journal of Science Education*, 44, 179 - 200.
- Zolyan, S. (2019). General sociolinguistics, social semiotics and semiotics of culture—ex pluribus unum? Forty years after Language as Social Semiotic. *Σημειωτική-Sign Systems Studies*, 47(3-4), 400-419.

