



Reflection of the National Culture and Identity in the City's Visual Identity; A Case Study of Tehran Subway Murals

Azam Mahmoudi¹, Mohsen Hasanpour², Susan Khataei³

Received: Feb. 13, 2019; Accepted: May. 04, 2019

Extended Abstract

Murals are a kind of environmental graphic designs which in addition to adding to the environment's beauty play a significant role in shaping the visual identity of the cities and due to their structural features are widely used in subway stations. Metro environment is one of the most crowded places in today's modern life which has a substantial impact on the society's cultural and identity changes. The purpose of the present study was to investigate the status and role of environmental graphics as a powerful medium in fashioning and influencing the city's visual identity as well as its role in the revival of culture, art, and national and local identity. To this aim, 70 murals of Tehran subway stations were selected and analyzed quantitatively with respect to different dimension of national identity as well as different components of its cultural dimension. Finally, the data were analyzed both qualitatively and quantitatively based on their content and structure. The data related to theoretical part of the study were gathered through library method and using the existing documents and information and the data associated with the analytical part of the study were collected through field research and employing observational tools.

Keywords: environmental graphic designs, Iranian- Islamic art, national identity, visual identity of cities, subway murals

1. MA. Of Visual Communication, Technical University, Birjand, Iran (Corresponding Author).

✉ mahmoodi_a85@yahoo.com

2. Assistant Professor of Art Research, Faculty of Architecture and Urban Development, Shahid Rajaei Teacher Training University, Tehran, Iran.

✉ hasanpourgd@yahoo.com

3. Assistant Professor of Art Research, Faculty of Architecture and Urban Development, Shahid Rajaei Teacher Training University, Tehran, Iran.

✉ s.khataei@gmail.com



INTRODUCTION

Cities have attracted much attention in different historical periods as the locus of culture, civilization, welfare, and prosperity. However, today the visual identity of the cities has been affected by the comprehensive expansion and development of Islamic cities and the lack of congruence and correspondence between the three essential factors in developing cities namely the intellectual, concrete, and physical atmospheres and the national culture and identity. The comprehensive expansion and development of the cities has caused considerable changes in the interactions between people and the environment and their relationship due to the speed variable existing in today's modern life. Following the spread of the cities and the growing demand for fast communication, high-speed transportations such as subway were introduced in cities as a result of which the citizens were forced to widely use new environments. Subway is one of the factors of the modern world in Tehran and one of the crowded places which plays a significant role in the society's social, cultural, and economic changes. Using this place for a variety of social, cultural and commercial advertisements attests to the significant role of the subway stations in this regard.

Environmental graphic design is one of the main indices of visual identity in cities which adds to cities' beauty and shapes society's visual taste and literacy. In spite of its significance, the issues of culture, art, and national identity have rarely attracted the designers' attention either visually or conceptually. This may result in citizens' visual literacy being far apart from Iranian-Islamic visual identity. Additionally, the lack of congruence and beauty in conjunction with the absence of alignment between visual factors present in cities and local and national identity, art, and culture have yielded in chaos and disorder. While congruence and beauty in the cities' landscape can have a direct effect on citizens' spirit and subsequently on all aspects of their life.

PURPOSE

The purpose of this study is to investigate the role of the environmental graphic design as a powerful medium in shaping the visual identity of the cities and its effect on local and national culture, art, and identity. To this aim the data were gathered and analyzed from subway environmental graphic designs in Tehran including some murals in metro stations.

METHODOLOGY

Seventy murals were analyzed quantitatively with respect to the extent they reflected different dimensions of national identity as well as different components of its cultural dimension. Qualitative and quantitative analysis of data were also

employed in the mural structure and content. Qualitative and quantitative data analysis was carried out according to the following 4 steps:

1) Quantitative analysis of 70 murals based on the comparative method and according to the graphic representation index of national identity dimensions including: cultural, historical, social, territorial, and political.

2) Quantitative analysis of 62 selected samples from among 70 which had the conceptual features of the cultural and historical dimensions of the national identity and according to the index of alignment with different components of cultural dimension of national identity including various artifacts, religion, myth, history, language and literature, folklore, law, and social organizations.

3) Qualitative and quantitative analysis of 20 murals from among 60 in the previous stage according to the index of maximal conceptual and visual alignment with different components of the cultural dimension of national identity and their conceptual categorization into 3 groups: works with Iranian- Islamic art identity, works with religious identity, and works with mythical identity.

4) Qualitative analysis of the remaining 20 works based on exploratory causal analysis and interpretive analysis and according to the index of visual factors and quality including content, construction, visual language, composition, color, etc.

RESULT

The results of the study indicated that from among the components of the cultural dimension of national identity, the element of different artifacts, which is in fact a visual representation of the cultural dimension, was represented meaningfully in the murals. Through the representation of national graphic arts in the environmental graphic designs which are in fact one of the components of city landscape and visual identity, the culture and national identity can be reinforced and promoted in cities.

The results obtaining from the analysis of 20 murals revealed that city designers pay special attention to calligraphy as one of the major ornamental elements in Islamic Art. Explicit transmission of ideas joint with direct visual language and validity has changed it to one the most practical ornamental items, in comparison to other ornamental elements, particularly in works related to religious identity. The results also indicated that human graphic design and specifically mythical characters prevailed in works representing mythical and national identity. Furthermore, plant ornamentals were mainly used in works with an Iranian-Islamic art identity. On the other hand, geometric shapes as one the main ornamentals in Iranian- Islamic art were the least- attended elements in the final 20 works being analyzed.



Iranian Cultural Research

Abstract

Direct visual language and validity was mainly employed in works with religious as well as mythical and national identity besides those related to Iranian- Islamic art identity. Symbolic and invalid language was employed to ensure the achievement of the purposes.

CONCLUSION

Based on the results obtained from this study, it can be concluded that the way people feel their national identity constitutes part of their psychological domain and through this, they can internalize the society's cultural values and achieve cultural identity. As a matter of fact, the effect of the environment on human identity or the interaction between human and the environment is mutual i.e. either human accommodates the environment, or is gradually affected by the environment and his culture and behavior are altered. Therefore, the identity formation process or the compliance of human with the environment is the impact of the environment on human in which they seek their identity and in particular their cultural and historical identity and this way, they consider the identity of their environment as their own. City view can be regarded as an inseparable constituent of its visual identity. This part of the city's contrived identity which is composed of various factors including architecture, city design and environmental graphics is in fact the contrived choices in city design which make up the city's visual identity.

Visual intelligence and literacy are the pre-requisites for understanding the visual messages presented in the cities. Citizens are unconsciously affected by the visual depictions in the cities, their visual tastes are directed and the level of their visual literacy is enhanced. That is why the kind of the visual messages to which they are addressed is of significance.

The results also showed that two main purposes reported in the study hypotheses can be attained through visual representation of different dimensions of national identity and via the influential medium of environmental graphic design namely:

1) Shaping visual identity through visual representation of different dimensions of national identity and via the influential medium of environmental graphic design.

2) The promotion of visual intelligence, improving visual literacy, and navigating citizens' visual tastes towards national and local art, and as a result the use of national and local art in environmental graphic design.

NOVELTY

In recent years, the interrelationships among human, identity, culture, and the environment have been among hotly-debated issues considered for research in different areas. Since a large part of human behavior is affected by the environment,



cities as physical environments should respond to a variety of the citizens' physical and mental needs and qualify their social and individual life. Metro system is one of the factors of the modern world in Tehran and is one of the highly crowded places which play a significant role in social, cultural, and economic changes in the society. In the current study, environmental graphics has been posed as one of the main components of the cities' visual identity. The way the environmental graphics has been employed as an identity medium in metro stations, its role in reflecting and reviving the national culture and identity as well as its part in directing the cities' visual identity is among the topics discussed in this research.



Iranian Cultural Research

Abstract



BIBLIOGRAPHY

- Azhand, Y. (2010). *Negārgari-ye Iran (Pažuheši dar tārix-e naqqāši va negārgari-ye Iran)* [Persian miniature: Research into the history of Persian painting and miniature] (1st ed.; Vol. 1). Tehran, Iran: Samt.
- Asiaei, M. (2013). *Dark va bayān-e mohit-e šahri* [The perception and expression of urban environment] (Vol. 1). Tehran, Iran: Tahān Publications.
- Abolhasani, S. R. (2010). Mo'allefehā-ye sanješ-e tajrobi-ye hoviyat-e melli [The components of the experimental evaluation of national identity]. *The Research Journal*, 55(89), 57-114.
- Ahmadloo, H., & Rezaei, A. (2005). Naqš-e sarmāye-ye ejtemā'i dar ravābet-e beyn-e qowmi va hoviyat-e melli (Barresi-ye javānān-e Tabriz va Mahabad) [The role of human capital in inter-ethnic relations and national identity]. *Journal of National Studies*, 6(4), 7-34.
- Ostovar, M. (2014). *Honar-e graphic-e mohiti* [The art of environmental graphic design]. Tehran, Iran: Rāznāme.
- Akbari, H., & Eivazi, M. R. (2013). Barresi-ye vaz'iyat va ab'ād-e sāzande-ye hoviyat-e melli [Investigating the status and the constituent dimensions of national identity]. *Journal of Social Sciences*, 10(1), 33-59.
- Behzadfar, M. (2013). *Hoviyat-e šahr: Negāhi be hoviyat-e šahr-e Tehran* [City's identity]. Tehran, Iran: Našr-e Šahr.
- Piran, P. (2005). Hoviyat-e šahrhā: Ghoghāye besyār barāye mafhumi pičide [Cities' identities: A great turmoil over a complex concept]. *Journal of Ābādi*, 48, 8.
- Zangi, B., Ayatolahi, H., & Fahimifār, A. (2012). Barresi-ye moqe'iyat-e ejtemā'i-ye naqqāši-ye divāri pas az Enqelāb dar Iran (Bā ruykard-e jāme'ešenāsi-ye Pierre Bourdieu) [The analysis of social position of post revolution wall painting art in Iran (Based on Pierre Bourdieu sociology)]. *Negareh Journal*, 7(24), 85-101.
- Enayat, T. (2008). Anāsor-e hoviyat va farhang-e Irāni dar āsār-e honar-e Eslāmi [The elements of Iranian identity and culture in Islamic artworks]. *Ketāb-e Māh (Honar)*, 120, 32-43.
- Ghaffari Namin, M. R. (2011). Naqš va ta'sir-e graphic-e mohiti [The role and effect of environmental graphic design]. *Ketāb-e Māh (Honar)*, 153, 32-55.
- Grube, E. J. (2005). *Sofāl-e Eslāmi* [Islamic pottery] (1st ed.). Tehran, Iran: Našr-e Kārang.
- Mirzaei Nasab Fahadan, M. (2013). Jāygāh-e graphic-e mohiti dar hoviyat-e basari-ye šahr [The role of environmental graphic design in city's visual identity]. *Chideman Journal*, 28(4), 114-119.



بازنمود فرهنگ و هویت ملی در هویت بصری شهر؛ مطالعه موردی دیوارنگاره‌های مترو تهران

اعظم محمودی^۱، محسن حسن پور^۲، سوسن خطایی^۳

دریافت: ۱۳۹۷/۱۱/۲۴؛ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۲/۱۴

چکیده

دیوارنگاره‌ها نوعی گرافیک محیطی منظرساز هستند که علاوه بر زیباسازی و تلطیف محیط، نقش مؤثری در شکل‌دهی هویت بصری شهر دارند و به دلیل ویژگی‌های ساختاری به‌طور گسترده در محیط ایستگاه‌های مترو استفاده می‌شوند. محیط مترو یکی از پرتددترین محیط‌ها در زندگی مدرن شهری است که تأثیر به‌سزایی در تغییرات فرهنگی و هویتی جامعه ایفا می‌کند. ارزیابی نقش و جایگاه گرافیک محیطی به‌عنوان رسانه‌ای قدرتمند در شکل‌دهی و اثرگذاری بر هویت بصری شهر و همچنین بررسی نقش آن در احیای فرهنگ، هنر و هویت ملی و بومی با تجزیه و تحلیل بخشی از آثار گرافیک محیطی مترو تهران شامل تعدادی از دیوارنگاره‌های ایستگاه‌ها، از جمله اهداف اصلی پژوهش حاضر به‌شمار می‌رود. تجزیه و تحلیل کمی هفتاد دیوارنگاره از منظر ابعاد مختلف هویت ملی و ارزیابی این آثار از نظر چگونگی بازنمایی ارکان تشکیل‌دهنده بعد فرهنگی هویت ملی و در نهایت تجزیه و تحلیل کمی و کیفی این آثار از نظر محتوایی و ساختاری، شیوه‌های پژوهشی مقاله حاضر محسوب می‌شوند. اطلاعات بخش نظری تحقیق به‌روش کتابخانه‌ای و با استفاده از مدارک و اطلاعات موجود و داده‌های بخش تحلیلی پژوهش به‌روش میدانی و با استفاده از ابزار مشاهده، گردآوری شده است.

کلیدواژه‌ها: گرافیک محیطی، هنر ایرانی-اسلامی، هویت ملی، هویت بصری شهر، دیوارنگاره‌های مترو

۱. کارشناس ارشد ارتباط تصویری، گرافیک و ارتباط تصویری، دانشکده هنر، دانشگاه فنی و حرفه‌ای دختران بیرجند، خراسان جنوبی، ایران (نویسنده مسئول).

mahmoodi_a85@yahoo.com ✉

۲. استادیار، دکتری پژوهش هنر، ارتباط تصویری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران.

hasanpourgd@yahoo.com ✉

۳. استادیار، دکتری پژوهش هنر، ارتباط تصویری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران.

s.khataei@gmail.com ✉

۱. مقدمه

شهر به‌عنوان مرکز فرهنگ و تمدن، رفاه و آبادانی، در دوره‌های مختلف تاریخی مورد توجه بوده است، اما امروزه گسترش و توسعه همه‌جانبه شهرهای اسلامی و عدم انطباق و همپوشانی سه عنصر مهم در شکل‌گیری شهر یعنی فضای فکری، عینی و کالبدی با فرهنگ و هویت ملی، هویت بصری شهر را تحت تأثیر قرار داده است.

رشد و گسترش همه‌جانبه شهرها و مطرح شدن عامل سرعت در زندگی مدرن امروزی، تغییرات عظیمی در روابط و تعامل میان انسان و محیط به وجود آورده است. به‌دنبال گسترش شهرها و افزایش نیاز فزاینده به سرعت در ارتباطات، حمل‌ونقل فوق سریع از جمله مترو، در عرصه شهرها مطرح شد و به‌تبع آن شهروندان ناگزیر به استفاده وسیع روزمره از محیط‌های جدید شدند. مترو یکی از عناصر جهان مدرن در کلان‌شهر تهران و یکی از محیط‌های پرتردد شهری است که نقش مؤثری در تغییرات اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جامعه ایفا می‌کند. استفاده از این محیط به‌منظور انواع تبلیغات فرهنگی، اجتماعی و تجاری گویای اهمیت و نقش محیط ایستگاه‌های مترو در این زمینه است.

گرافیک محیطی یکی از اصلی‌ترین شاخصه‌های هویت بصری در شهرهاست که نقش تعیین‌کننده‌ای در زیبایی شهر و شکل‌دهی و تغییر سلیقه و سواد بصری شهروندان دارد. این درحالی است که امروزه در گرافیک محیطی، مسئله فرهنگ، هنر و هویت ملی چه به‌لحاظ بصری و چه به‌لحاظ محتوایی کمتر مورد توجه طراحان قرار می‌گیرد. این امر به فاصله‌گرفتن سواد بصری شهروندان از هویت بصری ایرانی - اسلامی می‌انجامد؛ علاوه‌براین فقدان تناسب و زیبایی و عدم سنخیت عناصر دیداری موجود در شهرها با هویت، فرهنگ و هنر ملی و بومی، باعث درهم‌ریختگی بصری و آشفتگی دیداری در سطح شهر شده است. در صورتی که تناسب و زیبایی موجود در سیما و منظر شهرها، تأثیر مستقیمی بر روحیات و به‌تبع آن تمامی جنبه‌های زندگی شهروندان دارد.

ارزیابی نقش و جایگاه گرافیک محیطی به‌عنوان رسانه‌ای قدرتمند در شکل‌دهی و اثرگذاری بر هویت بصری شهر و همچنین بررسی نقش گرافیک محیطی در احیای فرهنگ، هنر و هویت ملی و بومی با تجزیه و تحلیل بخشی از آثار گرافیک محیطی مترو



تهران شامل تعدادی از دیوارنگاره‌های ایستگاه‌های مترو تهران، از جمله اهداف اصلی پژوهش در مقاله حاضر به شمار می‌روند. تجزیه و تحلیل کمی هفتاد دیوارنگاره از لحاظ چگونگی و میزان بازنمایی ابعاد مختلف هویت ملی و ارزیابی این آثار از نظر چگونگی بازنمایی ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی و در نهایت تجزیه و تحلیل کمی و کیفی این آثار از منظر محتوایی و ساختاری، شیوه‌های پژوهشی مقاله حاضر محسوب می‌شود.

در پژوهش حاضر پس از ارزیابی نظریات پیرامون کلیدواژگان اصلی و بررسی پیشینه نظری پژوهش، به تجزیه و تحلیل کمی هفتاد دیوارنگاره از میان مجموعه دیوارنگاره‌های ایستگاه‌های مترو تهران بر اساس شاخص میزان تطبیق با ابعاد مختلف هویت ملی پرداخته می‌شود. سپس ۶۲ دیوارنگاره از میان هفتاد اثر فوق‌الذکر که منطبق با بعد فرهنگی و تاریخی هویت ملی هستند، بر اساس شاخص میزان تطبیق با ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، بررسی می‌شوند. در نهایت امر بیست دیوارنگاره از میان ۶۲ اثر که دارای مطابقت حداکثری با ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی هستند، برای ارزیابی‌های تخصصی انتخاب و از نظر محتوا و ساختار تجزیه و تحلیل می‌شوند.

۲. پیشینه

باتوجه به میان‌رشته‌ای بودن موضوع پژوهش حاضر، در تعریف و تبیین کلیدواژگان و ساختار چارچوب نظری مقاله، از منابع گوناگونی در زمینه علوم مختلف نظیر علوم انسانی، طراحی شهری، هنر اسلامی و گرافیک استفاده شده است. این منابع که در واقع پیشینه نظری پژوهش محسوب می‌شوند از میان منابع معتبر که در بازه زمانی ده ساله بین سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۴ تألیف و نگارش شده‌اند، انتخاب شده و مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

مقاله «جایگاه گرافیک محیطی در هویت بصری شهر» نوشته مهدی میرزایی نسب فهادان یکی از مقالات همسو با پژوهش حاضر است که به تبیین نقش و جایگاه گرافیک محیطی در شکل‌دهی هویت بصری شهر می‌پردازد. مجموعه مقالات ارائه شده در «سومین همایش ملی مبانی هنرهای تجسمی با رویکرد گرافیک محیطی» که در اسفندماه ۱۳۹۴



برگزار شد، گرافیک محیطی را از منظرهای گوناگون مورد ارزیابی قرار دادند. برخی از این مقالات همسو با پژوهش حاضر است.

۳. چارچوب نظری و ادبیات پژوهش

امروزه بحث انسان و ارتباطات به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین مباحث در حوزه‌های علوم مختلف، مطرح است. در زمینه رابطه انسان و محیط، نقش هنر در شکل‌گیری فرهنگ و تأثیر آن بر ارتباطات انسانی در وجوه گوناگون، نظریات متفاوتی ارائه شده است. در مبحث حاضر، نقش گرافیک محیطی به‌عنوان هنری چندوجهی که در رابطه با انسان و محیط شکل گرفته است و تأثیر متفاوتی بر زندگی انسان امروزی، وجوه مختلف زندگی او و به‌طور کلی سبک زندگی انسان دارد، بررسی خواهد شد. با توجه به گستردگی تعاریف فرهنگ و هویت لازم است پیش از پرداختن به مباحث تخصصی حوزه گرافیک محیطی و نقش آن در شکل‌گیری تغییرات فرهنگی در جامعه، تعریف جامعی از کلیدواژگان اصلی پژوهش ارائه شود. فرهنگ و هویت در دو سطح هویت ملی و هویت شهر و گرافیک محیطی مفاهیمی هستند که در بخش نظری پژوهش حاضر مورد ارزیابی قرار می‌گیرند.

۱-۳. فرهنگ

تاکنون تعاریف بی‌شماری از واژه فرهنگ ارائه شده است. انسان‌شناسان درباره مرکزیت فرهنگ در تعریف بشریت متفق‌القول هستند، اما درباره تعریف آن اتفاق نظر ندارند. معنی متأخر آن در انسان‌شناسی مدرن، برای اولین بار در سال ۱۸۷۱ توسط تیلور^۱ به کار رفت. تیلور فرهنگ را یک کل پیچیده که شامل دانش، باور، هنر، اخلاقیات، قانون، رسوم و هر قابلیت یا عادت اکتسابی دیگری می‌داند که به وسیله انسان به‌عنوان یک عضو جامعه صورت می‌گیرد (راپوپورت^۲، ۲۰۱۰، ۵).

فرهنگ، نظام باورها، ارزش‌ها، رفتارها و نمادهایی است که از گذشته دور تا امروز، برای تعامل افراد در قالب سنن، آداب، قوانین، هنرها و مجموعه ارتباطات بین فردی در



1. Edvard Tylor

2. Amos Rapoport

جامعه به وجود آمده است. حیات هر جامعه به استمرار فرهنگ آن وابسته است (عنایت، ۱۳۸۷، ۳۲).

هریک از ما، از فرهنگ جامعه خود تأثیر می‌پذیریم و در تغییرات فرهنگی جامعه، مداخله می‌کنیم. تأثیرپذیری فرهنگی ما از چهار طریق صورت می‌گیرد:

۱. فرهنگ‌پذیری از طریق اعتقادات اساسی: در یک جامعه دینی، اعتقاد به توحید از مبانی فرهنگ آن جامعه به شمار می‌رود. با تبیین این اصل، مردم دارای فرهنگی دینی می‌شوند؛
۲. فرهنگ‌پذیری از طریق ارزش‌ها: انسان در جریان فرهنگ‌پذیری، ارزش‌های رایج در فرهنگ آن جامعه را از رهگذر تکرار و تبیین آنها می‌پذیرد؛
۳. فرهنگ‌پذیری از طریق رفتارها: عمل افراد یک جامعه به رفتارهای پذیرفته‌شده در فرهنگ، به رواج آن رفتار کمک می‌کند؛

۴. فرهنگ‌پذیری از طریق نمادها: نمادها به گسترش فرهنگ کمک می‌کنند؛ به این ترتیب که انسان در مواجهه با نمادهای یک فرهنگ، به صورت ناخودآگاه از مضامین نهفته در نمادهای فرهنگی برخوردار می‌شود (عنایت، ۱۳۷۸، ۳۴).

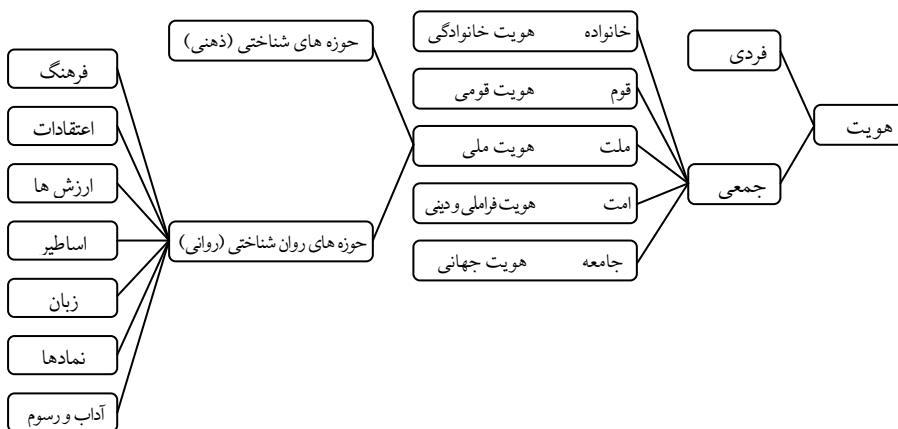
۲-۳. هویت

هویت را در مرحله نخست به دو سطح فردی و جمعی (اجتماعی) تقسیم می‌کنند. بدیهی است که هویت ملی، در حوزه هویت جمعی قرار دارد. هویت جمعی، هویت گروهی است که یک جمع (گروه) را از دیگر جمع‌ها (گروه‌ها) متمایز می‌سازد. به عبارت دیگر، مجموعه مشخصه‌هایی است که یک گروه را از دیگر گروه‌ها جدا می‌کند؛ یعنی مجموعه ویژگی‌هایی که باعث ایجاد «ما» می‌شود و این گروه را تحت عنوان «ما» از گروه‌های دیگر یا «آنها» متمایز می‌کند (احمدلو، ۱۳۸۴، ۲۸).

هویت ملی، یکی از اساسی‌ترین اجزای تعریف هر فرد از خود است و نقش تعیین‌کننده‌ای در معادلات جهان امروز دارد. ماهیت هویت ملی هر جامعه به ابعاد و وضعیت سازنده آن بستگی دارد و وضعیت آن نتایج متفاوتی در جوامع مختلف به همراه خواهد داشت؛ بنابراین شناخت تأثیرات و پیامدهای هویت ملی در هر جامعه نیازمند شناخت ابعاد سازنده و وضعیت آن در میان گروه‌های مختلف اجتماعی است (اکبری و عیوضی، ۱۳۹۲، ۳۳).



به اعتقاد برخی از متفکران، مؤلفه‌های هویت ملی را می‌توان به حوزه‌های شناختی (ذهنی) و روان‌شناختی (روانی) تقسیم کرد. حوزه‌های شناختی یا ذهنی شامل ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها، نمادها، آگاهی‌ها، طرز تلقی‌ها یا رویکردها و حوزه روان‌شناختی شامل احساسات، نیازها و تمایلات است. چنان‌که در تعریف هویت می‌توان گفت: «هویت، معانی ذهنی، شامل فرهنگ، اعتقادات، ارزش‌ها، اساطیر، زبان، نمادها و آداب و رسوم مختص به یک «خود» فردی یا اجتماعی و احساس تعلق و تعهد نسبت به آن خود است» (ابوالحسنی، ۶۰، ۱۳۸۹-۵۹).

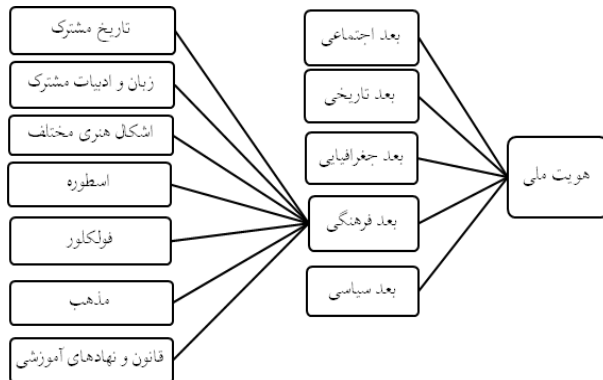


نمودار شماره (۱). جایگاه هویت ملی در سلسله‌مراتب انواع هویت و رویکردهای اصلی هویت ملی

هویت ملی مجموعه‌ای شناختی، اعتقادی و روانی است که با تأثیرگذاری بر کنش‌های اجتماعی، موجب همبستگی و انسجام در سطح ملت می‌شود. این مؤلفه‌ها را در پنج بعد به صورت زیر جمع‌بندی می‌کنیم:

۱. بعد اجتماعی؛
۲. بعد تاریخی؛
۳. بعد جغرافیایی؛
۴. بعد فرهنگی؛
۵. بعد سیاسی (ابوالحسنی، ۱۳۸۹، ۶۷).





نمودار شماره (۲). ابعاد مختلف هویت ملی و مؤلفه‌های فرهنگی آن.

از میان ابعاد پنج‌گانه هویت ملی، تنها بعد فرهنگی آن در دو حوزه ذهنی (شناختی) و عینی (روان‌شناختی) قابل بررسی است. با توجه به موضوع تحقیق که بررسی و تجزیه و تحلیل آثار گرافیک محیطی مترو تهران شامل دیوارنگاره‌های آن از منظر هویت ملی است، بعد فرهنگی هویت ملی در حوزه عینی آن مدنظر پژوهش قرار می‌گیرد.

۳-۳. هویت شهر

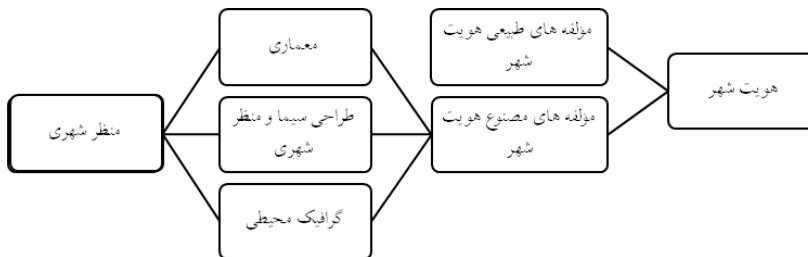
هویت در شهر به واسطه ایجاد تداعی خاطرات عمومی در شهروندان، تعلق خاطر و وابستگی ایجاد می‌کند. این وابستگی شهرنشینان را به سوی شهروند شدن که گستره‌ای فعال‌تر از ساکن شدن صرف است، هدایت می‌کند. پس با اینکه هویت شهر، خود معلول فرهنگ شهروندان آن است، ولی فرایند شهروندسازی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و می‌تواند باعث تدوین معیارهای مرتبط با مشارکت و قضاوت نزد ناظران و ساکنان شود (پیران، ۱۳۸۴، ۸).

هویت هر شهر را مجموعه‌ای از مؤلفه‌های طبیعی و مصنوعی شکل می‌دهند. مؤلفه‌های طبیعی: مؤلفه‌های طبیعی هویت یک شهر، شامل ویژگی‌های طبیعی هر شهر است که بخشی از هویت شهر را مشخص می‌کند مانند مناظر طبیعی و ویژگی‌های اقلیمی. مؤلفه‌های مصنوعی: هر شهر از نقطه نظر هویت ساختار کالبدی در لایه‌های مختلف زمانی قابل بررسی است. ابعاد بررسی هویت مصنوع هر شهر از عمق در عناصر خطی،



کانون‌ها، میدان‌ها و ... تشکیل یافته است. مؤلفه‌های مصنوع هویت هر شهر به صورت ساختاری-کالبدی در لایه‌های مختلف زمان بر فضای شهر تبلور دارند. سازوکارهای سنجش این مؤلفه‌ها شامل عواملی می‌شود که از گذشته تا به امروز بر اجزا و کلیت واحد مصنوع شهر تأثیر گذاشته است (بهزادفر، ۱۳۹۲، ۵۸).

منظر شهری را می‌توان بخش مهمی از هویت مصنوع شهر دانست. هویت مصنوع شهر یا همان منظر شهری که مهم‌ترین بخش تشکیل دهنده هویت بصری هر شهر است، به وسیله عوامل مختلفی تشکیل می‌شود که مهم‌ترین آنها معماری، طراحی سیما و منظر شهری و گرافیک محیطی است (نمودار شماره ۳).



نمودار شماره (۳). هویت شهری و مؤلفه‌های آن.

وقتی در مورد هویت بصری شهر صحبت می‌کنیم، مرادمان در واقع نوعی نظام‌یافتگی ساختاری، کاربردی و زیبا در شهر است؛ نوعی انتظام در جلوه‌های گوناگون بصری شهر از جمله گرافیک شهری که بیشتر با شکل و ساختار ظاهری شهر که حاصل دست‌ساخته‌های انسان است در پیوند قرار می‌گیرد. محیط باید دارای هویت باشد. هویت بصری شهر اهمیت بالایی دارد، این هویت از سردرگمی افراد و احساس عدم تعلق خاطر جلوگیری می‌کند. افراد باید به شهر خود دلبستگی داشته باشند و فضایی مناسب و بانشاط در اطراف خود حس کنند و نوعی آسایش و الفت در آنها ایجاد شود (میرزایی نسب فهادان، ۱۳۹۲، ۱۱۸). بنابراین، احساس هویت یا احساس این همانی انسان با فضا و محیط خویش، یکی از روش‌ها یا فرآیندهای تأثیر محیط بر انسان است که هویت خویش (به‌ویژه



هویت تاریخی و فرهنگی خود) را در هویت محیط جستجو می‌کند و به عبارت دیگر، هویت محیط را هویت خویش می‌پندارد (آسیایی، ۱۳۹۲، ۷۴).

۳-۴. گرافیک محیطی

گرافیک محیطی، مؤثرترین ابزار تأثیرگذاری بر الگوهای رفتاری زندگی انسان از جمله شهروندان است و پدیده‌ای ذاتی و اجتماعی است که با توجه به فضا سازی تصویری، خصایص ملی، قومی، فرهنگی، قراردادهای اجتماعی، آداب و سنن و گرایش‌های سیاسی و اقتصادی جامعه را بروز می‌دهد که به وسیله آن می‌توان جامعه و نظام حاکم بر آن را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. هر چند در تمامی شاخه‌های هنرهای تجسمی، توانایی برقراری ارتباط با مخاطب از عوامل اصلی قلمداد می‌شود؛ اما در گرافیک محیطی، نیت و هدف اصلی، خلق و ارائه اثر مبتنی بر تحریک و ترغیب به عملکرد بر مبنای خط مشی مدنی استوار است (غفاری نمین، ۱۳۹۰، ۳۴).

گرافیک محیطی را می‌توان به سه شاخه اصلی گرافیک محیطی مسیریابی با کارکرد تسهیل در خوانایی محیط، گرافیک محیطی اطلاع‌رسان و آموزشی با کارکرد انواع تبلیغات محیطی و نیز گرافیک محیطی منظر سازی با کارکرد اصلی شکل‌دهی و تأثیرگذاری بر هویت بصری شهر، تقسیم‌بندی کرد.

بخش مهمی از تعاملات اجتماعی و فرهنگی در فضاهای عمومی شهری محقق می‌شود. بنابراین نقش فضاهای شهری در تقویت بنیان‌های اجتماعی و فرهنگی شهر دارای اهمیت بسیار است. افزایش مشارکت اجتماعی بین شهروندان از اصول اساسی ارتقای کیفیت اجتماعی فضاهای عمومی شهری به شمار می‌آید. با تقویت مشارکت و استفاده از توانمندی شهروندان، سطح دانش فنی، اجتماعی، سیاسی و زیست محیطی آنها ارتقا می‌یابد و شهروندان با داشتن این احساس که در محیط خویش نقش دارند، با محیط رابطه احساسی برقرار می‌کنند و با تضعیف بی تفاوتی‌های رفتاری، نظارت بیشتری بر محیط اعمال می‌کنند که این وضعیت باعث تقویت احساس امنیت فردی و اجتماعی، حفظ و احیای هویت فرهنگی و اعتقادی و ترویج اندیشه نوع دوستی و تعاون، حفاظت از محیط زیست، برقراری نظم و تعادل کالبدی و رقابت افراد در دستیابی به اهداف مطلوب فردی و جمعی می‌شود.



وقتی یک ساختار گرافیکی با اقشار مختلف یک جامعه شهری ارتباط مستقیم داشته باشد و هدفش ایجاد فضایی مساعد و دلپذیر و هماهنگ با سن، فرهنگ و خلق و خوی افراد آن جامعه باشد، از آن به عنوان گرافیک محیطی یاد می‌شود (استوار، ۱۳۹۳، ۲۴).

گرافیک محیطی به عنوان یکی از ارکان تشکیل دهنده هویت بصری شهرها، نقش قابل توجهی در ارتقای سطح سواد بصری شهروندان ایفا می‌کند؛ چراکه رسانه‌ای قدرتمند در جهت انتقال مفاهیم بصری است. چنانچه این مفاهیم بصری دارای ارزش‌های والای فرهنگی و هویتی باشد، نقش مؤثری در این جهت ایفا خواهد کرد در غیر این صورت، سلیقه و سواد بصری شهروندان را تنزل می‌دهد و علاوه بر ایجاد اغتشاش بصری، تأثیر نامطلوبی بر آرامش بصری و روحیه شهروندان خواهد داشت.

۳-۵. تعامل گرافیک محیطی و محیط مترو از منظر هویتی و فرهنگی

همه‌روزه انبوهی از پیام‌های بصری از طریق انواع مختلف گرافیک محیطی، شهروندان و مسافران مترو را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. انواع گرافیک محیطی شامل گرافیک محیطی مسیریابی مانند پیکتوگرام برای تسهیل در خوانایی محیط، انواع گرافیک محیطی اطلاع‌رسان مانند تبلیغات فرهنگی، تجاری، سیاسی و نظایر آن و نیز گرافیک محیطی منظرساز مانند آثار هنری نصب‌شده در قسمت‌های مختلف ایستگاه‌های مترو، برای زیباسازی و تلطیف محیط، همگی از جمله پیام‌های بصری هستند که در ابعاد مختلف، شهروندان را هدف قرار می‌دهند. صرف زمان نسبتاً طولانی در فضاهای مختلف مترو، از جمله ایستگاه‌ها، باعث مطرح شدن این مکان‌ها به عنوان یکی از مراکز مهم تبادلات فرهنگی و اجتماعی شده است. استفاده از پتانسیل ایستگاه‌ها و فضاهای مترو برای افزایش سطح سواد بصری شهروندان و آشنایی بیشتر آنان با هنر و نیز تلطیف این فضاها، موضوعی حساس و ضروری است.

از میان انبوه پیام‌های بصری که از طریق انواع گرافیک محیطی، شهروندان و مسافران مترو را تحت تأثیر قرار می‌دهند، آثار گرافیک محیطی که برای منظرسازی، تلطیف و زیبایی بخشی به محیط خلق شده‌اند، هدف این پژوهش هستند. این آثار به دلایل عدیده‌ای از جمله عدم اشغال فضا، عمدتاً به صورت دیوارنگاره خلق شده‌اند.

نقاشی دیواری یا دیوارنگاری برحسب کارکرد خود در میان سه پدیده «هنر نقاشی»،



«هنر معماری» و «علوم ارتباطات اجتماعی» واقع شده است. استقرار نقاشی میان این سه پدیده، آن را به هنری برخوردار از مزیت‌های کاربردی هر سه پدیده تبدیل کرده است که در عین حال ارزش‌های مستقل و متکی به ذات تاریخی، فرهنگی و هنری نیز دارد. از سویی دیگر، بارزترین تفاوت نقاشی دیواری با هنر نقاشی در شکل کلی آن، تأکید بر وسعت گستره مخاطبان آن است. به موازات گسترش ابعاد نقاشی دیواری و با توجه به حضورش در مکان‌های عمومی، جامعه مخاطب آن نیز توسعه می‌یابد و برحسب مکان استقرار، طیف‌های مختلف اجتماعی را در بر می‌گیرد. گستردگی جامعه مخاطب، بیانگر قابلیت‌های اجتماعی دیوارنگاره‌هاست؛ چنان‌که به‌طور خلاصه می‌توان دیوارنگاره را شکل اجتماعی هنر نقاشی قلمداد کرد. جنبه کارکردی نقاشی دیواری در دوره‌های مختلف تاریخی، دچار فراز و فرودهایی بوده است که انطباق آنها با تحولات اجتماعی و تأثیر متقابل آنها بر یکدیگر دلیل روشنی بر رویکرد اجتماعی دیوارنگاره و آگاهی رهبران جامعه و مجریان این هنر از قابلیت‌های اجتماعی آن است (زنگی و دیگران، ۱۳۹۱، ۸۶).

دیوارنگاره‌ها علاوه بر زیباسازی محیط، حامل مفاهیم فرهنگی نیز هستند. این ویژگی سبب شده است که دیوارنگاره به یکی از عینی‌ترین و در عین حال تأثیرگذارترین اجزای هویت بصری شهر تبدیل شود؛ از این رو با ارائه مفاهیم مختلف، تأثیر قابل توجهی بر فرهنگ و هویت بصری جامعه دارد.

دیوارنگاری به دلایل عدیده‌ای از جمله ویژگی‌های ساختاری و عدم اشغال فضا، پرکاربردترین هنر اجرایی در محیط پرازدحام و پرتردد ایستگاه‌های مترو است. کاربرد وسیع این هنر در فضای ایستگاه‌های مترو و وجود تعداد کثیری دیوارنگاره در این فضاها و تأثیرات فرهنگی آن، از دلایل عمده انتخاب این هنر به‌عنوان نمونه شاخص پژوهشی در پژوهش حاضر است.

۴. روش

اطلاعات و داده‌های ارائه‌شده در پژوهش حاضر به دور روش کمی و کیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند. تجزیه و تحلیل داده‌ها طی چهار مرحله به ترتیب ذیل صورت می‌گیرد:



مرحله اول: تجزیه و تحلیل کمی هفتاد دیوارنگاره به روش مقایسه‌ای براساس شاخص نمایش تصویری ابعاد پنج‌گانه هویت ملی شامل بعد فرهنگی، تاریخی، اجتماعی، جغرافیایی و سیاسی.

مرحله دوم: تجزیه و تحلیل کمی ۶۲ اثر منتخب از میان هفتاد اثر مرحله اول که دارای ویژگی‌های محتوایی بعد فرهنگی و تاریخی هویت ملی هستند، براساس شاخص مطابقت با ارکان مختلف تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی شامل اشکال مختلف هنری، مذهب، اسطوره، تاریخ، زبان و ادبیات، فولکلور و قانون و نهادهای اجتماعی.

مرحله سوم: تجزیه و تحلیل کمی و کیفی بیست دیوارنگاره از میان ۶۲ اثر مرحله قبل براساس شاخص تطابق حداکثری محتوایی و بصری با ارکان مختلف بعد فرهنگی هویت ملی و دسته‌بندی محتوایی این آثار به سه دسته اصلی آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی هنر ایرانی - اسلامی، آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی مذهبی و دینی و آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی اسطوره‌ای.

مرحله چهارم: تجزیه و تحلیل کیفی بیست اثر نهایی به صورت تبیینی (علّی) و تفسیری (تأویلی) براساس شاخص عناصر و کیفیت‌های بصری شامل محتوا، ساختار، زبان، ترکیب‌بندی، رنگ و سایر عناصر.

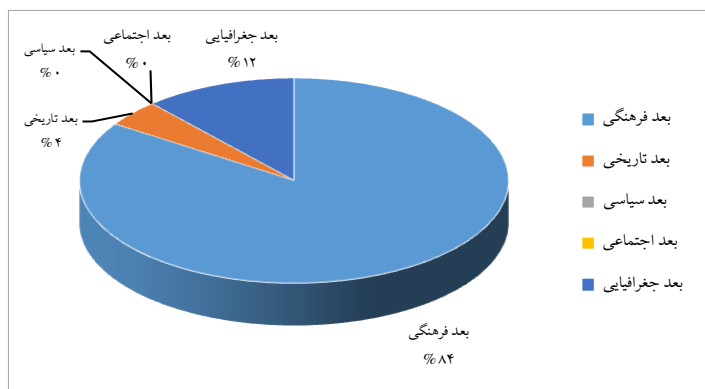
۵. تجزیه و تحلیل داده‌ها

براساس آنچه که در مبحث هویت ملی بیان شد، مؤلفه‌های هویت ملی را می‌توان به حوزه‌های شناختی (ذهنی) و روان‌شناختی (روانی) تقسیم کرد. حوزه‌های شناختی یا ذهنی شامل ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها، نمادها، آگاهی‌ها، طرز تلقی‌ها یا رویکردها و حوزه روان‌شناختی شامل احساسات، نیازها و تمایلات است. از میان ابعاد پنج‌گانه هویت ملی، تنها بعد فرهنگی آن در دو حوزه ذهنی (شناختی) و عینی (روان‌شناختی) قابل بررسی است. باتوجه به موضوع تحقیق که بررسی و تجزیه و تحلیل آثار گرافیک محیطی مترو تهران از جمله دیوارنگاره‌های آن از منظر هویت ملی است، بعد فرهنگی هویت ملی در حوزه عینی آن مدنظر پژوهش قرار می‌گیرد.



به منظور ارزیابی و تحلیل دیوارنگاره‌های ایستگاه‌های مترو تهران، با توجه به کثرت آثار و محدودیت‌های پژوهش، در ابتدای امر صد اثر از میان مجموعه دیوارنگاره‌های موجود در ایستگاه‌های مختلف مترو تهران، به روش نمونه‌گیری احتمالی و به صورت تصادفی انتخاب شد. در گام نخست هفتاد دیوارنگاره از میان صد اثر فوق‌الذکر، براساس شاخص میزان تطابق محتوایی با ابعاد مختلف هویت ملی (نمودار ۲)، به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی و سهمیه‌ای انتخاب شد. تجزیه و تحلیل این آثار شامل چند مرحله و بدین شرح است:

در مرحله اول پژوهش، هفتاد دیوارنگاره، براساس معیار تطبیق محتوایی با ابعاد پنج‌گانه هویت ملی شامل بعد فرهنگی، تاریخی، اجتماعی، جغرافیایی و سیاسی ارزیابی می‌شوند. منظور از تطبیق آثار با ابعاد هویت ملی، هرگونه تطابق محتوایی یا ساختاری است که در متن اثر قابل تشخیص است. براین اساس طبق نمودار ۴ این نتایج حاصل شد: ۱. بیشترین فراوانی با ۵۹ اثر (۸۴٪ آثار)، شامل آثاری با مؤلفه‌ها و محتوای فرهنگی از جمله اشکال مختلف هنری، مذهب، تاریخ، اسطوره و ادبیات است؛ ۲. بعد جغرافیایی با تعداد هشت اثر (۱۲٪ آثار) در میان هفتاد اثر مورد مطالعه در رتبه دوم قرار دارد؛ ۳. بعد تاریخی با تعداد سه اثر (۴٪ آثار) شامل موضوعات تاریخ معاصر از جمله موضوعاتی مانند دفاع مقدس و انقلاب اسلامی است؛ ۴. بعد سیاسی و بعد اجتماعی در گرافیک محیطی مترو تهران بیشتر به صورت گرافیک محیطی اطلاع‌رسان شامل انواع تبلیغات سیاسی و اجتماعی ارائه شده است تا آثار هنری مانند دیوارنگاره و سایر آثار هنری.



نمودار شماره (۴). بررسی میزان تطبیق دیوارنگاره‌های مترو تهران (هفتاد اثر مورد مطالعه) با ابعاد مختلف هویت ملی



در مرحله دوم، باتوجه به اهداف و فرضیه‌های پژوهش، ۶۲ دیوارنگاره منطبق با بعد فرهنگی و تاریخی هویت ملی، از نظر میزان و چگونگی تطبیق با ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، ارزیابی می‌شوند. براساس نمودار شماره (۴-۲)، تاریخ، زبان و ادبیات، اشکال مختلف هنری، اسطوره، مذهب، فولکلور، قانون و نهادهای اجتماعی به عنوان ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، شاخص ارزیابی در این مرحله از پژوهش هستند. آثار می‌توانند حامل یک یا چندین رکن از ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی باشند، اما معیار انتخاب در این مرحله از پژوهش، غلبه یک رکن بر سایر ارکان است. براساس ارزیابی‌های صورت گرفته، طبق نمودار ۵ نتایج ذیل حاصل شد:

۱. بیشترین فراوانی با تعداد ۳۴ اثر (۵۵٪ آثار) از میان ۶۲ اثر دارای ابعاد فرهنگی و تاریخی هویت ملی، مربوط به آثاری با رکن اشکال مختلف هنری از مجموعه ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی است؛

۲. از میان ۶۲ اثر دارای ابعاد فرهنگی و تاریخی هویت ملی، تعداد هفده اثر (۲۷٪ آثار)، حاوی رکن مذهب است؛

۳. رکن اسطوره با فراوانی ده اثر (۱۱٪ آثار) از میان ۶۲ اثر دارای بعد فرهنگی و تاریخی هویت ملی، در رتبه بعدی قرار دارد؛

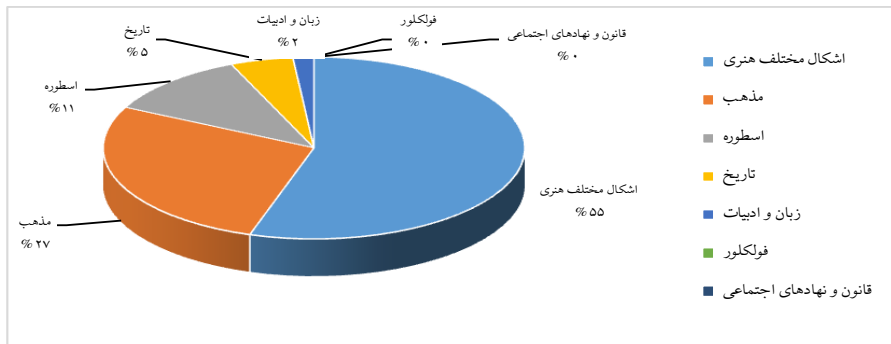
۴. تعداد سه اثر (۵٪ آثار) از میان ۶۲ اثر با ابعاد فرهنگی و تاریخی هویت ملی، دارای رکن تاریخ بعد فرهنگی هویت ملی است؛

۵. رکن زبان و ادبیات از میان ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، با یک اثر (۲٪ آثار) از مجموع ۶۲ اثر، در جایگاه بعدی میزان فراوانی قرار دارد؛

۶. رکن قانون و نهادهای اجتماعی، بیشتر به صورت گرافیک محیطی اطلاع‌رسان و آموزشی مانند انواع تبلیغات محیطی ارائه می‌شود و در میان آثار گرافیک محیطی که به صورت دیوارنگاره ارائه شده است، جایگاهی ندارد؛

۷. مؤلفه فولکلور در میان ۶۲ دیوارنگاره مورد بررسی در این مرحله از پژوهش در هیچ‌یک از آثار وجود ندارد.





نمودار شماره (۵). میزان تطبیق آثار دیوارنگاره مترو تهران (۶۲ اثر منطبق با بعد فرهنگی) با ارکان تشکیل دهنده بعد

فرهنگی هویت ملی

پس از بررسی و تجزیه و تحلیل تعداد هفتاد اثر از میان مجموعه دیوارنگاره‌های نصب شده در ایستگاه‌های مختلف مترو تهران، براساس شاخص تطبیق با ابعاد مختلف هویت ملی و نیز بررسی ۶۲ اثر منطبق با بعد فرهنگی هویت ملی براساس شاخص ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، تعداد بیست اثر که دارای بیشترین میزان تطبیق با ارکان بعد فرهنگی هویت ملی بود، برای انجام مراحل بعدی پژوهش انتخاب شدند.

در مرحله سوم تجزیه و تحلیل، به منظور ارزیابی‌های تخصصی‌تر، بیست اثر منتخب، براساس محتوا و مفاهیم ارائه شده، بررسی شدند. با توجه به شاخص‌های پژوهشی در این مرحله از پژوهش و با هدف انجام مراحل پیش روی تحقیق، با توجه به میزان فراوانی، آثار به ترتیب به سه گروه اصلی تقسیم شدند:

۱- آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی هنر ایرانی-اسلامی

۲- آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی مذهبی و دینی

۳- آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی اسطوره‌ای

براین اساس طبق جدول ۱، گروه اول با بیشترین فراوانی و نه اثر، گروه دوم با هفت اثر و گروه سوم با چهار اثر به ترتیب بیشترین و کمترین فراوانی را دارند. شایان ذکر است که برخی از آثار دو یا حتی هر سه شاخصه از مؤلفه‌های فوق‌الذکر را دارا هستند اما مبنای تقسیم‌بندی بر شاخصه‌های غالب گذاشته شده است.



جدول شماره (۱). دسته‌بندی محتوایی و موضوعی در بیست دیوارنگاره منتخب مورد پژوهش.

موضوع، محتوا و مفاهیم ارائه شده	تعداد اثر
آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی هنر ایرانی-اسلامی	نُه اثر (دیوارنگاره‌های شماره ۱ تا ۹)
آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی دینی-مذهبی	هفت اثر (دیوارنگاره‌های شماره ۱۰ تا ۱۶)
شاخصه‌های هویت‌گرایی ملی-اساطیری	چهار اثر (دیوارنگاره‌های شماره ۱۶ تا ۲۰)

در مرحله چهارم، پس از تقسیم‌بندی بیست اثر منتخب براساس شاخصه‌های بعد فرهنگی هویت ملی، آثار مذکور از لحاظ عناصر بصری ارزیابی می‌شوند. در نخستین گام این مرحله از پژوهش، آثار براساس عنصر تصویری غالب بر کل اثر، به شش گروه نقوش هندسی، گیاهی، حیوانی، انسانی، خط‌نگاره و سایر عناصر تصویری تقسیم‌بندی می‌شوند. براساس تحلیل‌های صورت‌گرفته نتایج ذیل حاصل شد (جدول شماره ۲):

۱. خط‌نگاره با فراوانی نُه اثر در میان بیست اثر نهایی مورد پژوهش، پرکاربردترین عنصر تصویری در ساختار بصری آثار به شمار می‌رود. این عنصر تصویری به‌طور عمده در آثار دارای محتوای مذهبی و دینی به‌کاررفته است. خط‌نگاره، موضوع و محتوای متن اثر را با زبان بصری مستقیم و روایی به مخاطب خود منتقل می‌کند. براساس بررسی‌های انجام‌شده بر روی مبانی حکمی و نظری هنر اسلامی و همچنین خصایص ساختاری و نیز مهم‌ترین عناصر تصویری در هنر اسلامی، این گروه از آثار، بیشترین مطابقت را با ویژگی‌های هنر اسلامی دارند.

۲. نقوش انسانی با چهار اثر در رتبه بعدی میزان فراوانی در میان بیست اثر قرار دارد. نقوش انسانی بیشترین کاربرد را در آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی اسطوره‌ای دارد. نقوش انسانی در متن تصویری این آثار شامل اساطیری نظیر رستم و سهراب است.

۳. نقوش گیاهی، نقوش هندسی و خط‌نگاره، عناصر تصویری غالب در آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی هنر ایرانی-اسلامی است.

۴. نقوش حیوانی و سایر عناصر تصویری به‌صورت مختصر و پراکنده در ساختار بصری برخی از آثار به چشم می‌خورد.



جدول شماره (۲). دسته‌بندی بیست اثر نهایی منتخب براساس شاخص عنصر تصویری غالب بر کل اثر

عناصر تصویری	تعداد اثر	شماره اثر
نقوش هندسی	۱	دیوارنگاره شماره ۱
نقوش گیاهی	۳	دیوارنگاره‌های شماره ۳، ۵، ۸
نقوش حیوانی	۱	دیوارنگاره شماره ۱۹
نقوش انسانی	۴	دیوارنگاره‌های شماره ۴، ۱۷، ۱۸ و ۲۰
خط‌نگاره	۹	دیوارنگاره‌های شماره ۲، ۶، ۷، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۵ و ۱۶
سایر عناصر تصویری	۲	دیوارنگاره‌های شماره ۹ و ۱۴

در مرحله پنجم، بیست دیوارنگاره منتخب، از نظر عناصر ساختاری، مفاهیم ارائه شده در متن آثار و کارکردهای ویژه آنها تجزیه و تحلیل می‌شوند. نتایج حاصل از این مرحله در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

۱-۵. تحلیل آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی هنر ایرانی-اسلامی

این بخش به تحلیل آثار خلق شده با مؤلفه‌های هنر ایرانی-اسلامی اختصاص یافته است. در این بخش به تجزیه و تحلیل و ارزیابی آثار با عمده شاخصه‌های هویت‌گرایی هنر ایرانی-اسلامی از منظر ساختاری، مفاهیم و کارکردها، عناصر تصویری، کیفیت‌های بصری و شیوه‌ها و تکنیک‌های اجرایی پرداخته می‌شود. هدف عمده این گروه از آثار، تقویت هویت فرهنگی از طریق کاربرد هنرهای ایرانی-اسلامی در متن تصویری آثار است.

دیوارنگاره شماره ۱، اثری با ویژگی‌های ساختاری و عناصر تصویری هنر ایرانی-اسلامی است که در ایستگاه میدان انقلاب اسلامی مترو تهران نصب شده است. این دیوارنگاره، علاوه بر کارکرد زیباسازی و تلطیف محیط که از کارکردهای اصلی همه دیوارنگاره‌های ایستگاه‌های مترو است، دارای کارکرد ترویج هویت ملی از طریق هنر ایرانی-اسلامی و آشناسازی شهروندان با جلوه‌های هنر ایرانی-اسلامی است. این دیوارنگاره، براساس تقسیم‌بندی‌های انجام شده در مورد ابعاد مختلف هویت ملی (نمودار ۴)، مطابق با بعد فرهنگی هویت ملی است؛ همچنین از میان ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی (نمودار ۵) شامل رکن اشکال مختلف هنری است به این دلیل که یکی از عناصر مهم هنر اسلامی یعنی نقوش هندسی در طراحی آن به کار رفته است.





تصویر شماره (۱). دیوارنگاره شماره (۱)، ایستگاه میدان انقلاب اسلامی، خط ۴ مترو تهران

متن اثر شامل نقوش هندسی گره‌چینی و نقش مایه‌های گیاهی محدود است. نقش مایه‌های گیاهی به صورت بافت در زمینه اثر و نیز در حاشیه‌های بالا و پایین کادر اثر استفاده شده است. همه عناصر تصویری در کادری به شکل مستطیل افقی با ترکیب‌بندی ساده، جانمایی شده‌اند. به تبع این ترکیب‌بندی، کیفیت‌های بصری تقارن، توازن و تعادل در این دیوارنگاره به چشم می‌خورد. زبان بصری این اثر، نمادین و غیر روایی است. رنگ اثر، محدود به رنگ‌های آبی فیروزه‌ای و قهوه‌ای است که مستقیماً برگرفته از رنگ‌های هنر سنتی ایرانی-اسلامی است.



تصویر شماره (۲). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۱).

دیوارنگاره شماره ۲، دارای مؤلفه‌ها و عناصر تزئینی هنر ایرانی-اسلامی، با کارکرد زیباسازی و آشنایی شهروندان با هنر ایرانی-اسلامی است که در ایستگاه انقلاب اسلامی مترو تهران، نصب شده است. این دیوارنگاره منطبق بر بعد فرهنگی هویت ملی است و از میان ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، اشکال مختلف هنری و زبان و ادبیات



را در برمی‌گیرد، زیرا در طراحی آن از سه عنصر مهم هنر ایرانی - اسلامی شامل نقوش هندسی، گیاهی و خط‌نگاره استفاده شده است.



تصویر شماره (۳). دیوارنگاره شماره (۲). ایستگاه میدان انقلاب اسلامی، خط ۴ مترو تهران



متن اثر، متشکل از عناصر تزئینی خط و خوشنویسی، نقوش هندسی، اسلیمی و حیوانی است که با ترکیب‌بندی متقاطع در کادر مستطیل افقی قرار گرفته‌اند. متن تصویر از سمت چپ با نقش هندسی آغاز شده است. این نقش در ادامه به نقش اسلیمی تبدیل می‌شود. نزدیک به مرکز کادر نقش حیوانی یک پرنده به چشم می‌خورد که برگرفته از نقوش سفال‌های نیشابور عهد سامانی است (تصویر ۴). خط‌نگاره‌ای به خط نستعلیق نیز در سمت راست پایین اثر، حدود یک‌سوم از پایین کادر را دربرگرفته است.



تصویر شماره (۴). سفال نیشابور، دوره سامانیان

(منبع: کتاب سفال اسلامی، ارنست ج. گروه)

رنگ‌های به‌کاررفته در اثر شامل رنگ‌های سفید متمایل به نخودی برای زمینه اثر، آبی لاجوردی برای نقوش هندسی و گیاهی، سبز فیروزه‌ای برای نقش حیوانی و قهوه‌ای برای خط‌نگاره است. هم‌نشینی و ترکیب رنگ اثر، برگرفته از رنگ‌های هنر ایرانی-اسلامی است.



تصویر شماره (۵). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۲).

دیوارنگاره شماره ۳، دیوارنگاره‌ای با محتوا و عناصر تصویری هنر ایرانی-اسلامی است که با هدف زیباسازی محیط ایستگاه‌های مترو در ایستگاه میدان انقلاب اسلامی نصب شده است. افزون بر کارکرد یاد شده، این دیوارنگاره کارکردهای دیگری از جمله احیا و ترویج هنر و فرهنگ ایرانی-اسلامی را نیز دارد. این اثر نیز شامل رکن اشکال مختلف هنری از میان ارکان تشکیل‌دهنده بعد فرهنگی هویت ملی است.



تصویر شماره (۶). دیوارنگاره شماره (۳). ایستگاه میدان انقلاب اسلامی، خط ۴ مترو تهران

متن اثر شامل عناصر تزئینی فضای معماری، متأثر از نگارگری ایرانی و همچنین درخت سرو است. فضای زمینه اثر برگرفته از نگاره «فرار یوسف از دست زلیخا» اثر کمال‌الدین بهزاد (مکتب هرات) است (تصویر ۷).

چند درخت سرو با ابعاد مختلف نیز در این اثر ترسیم شده است. سرو از عناصر
پرتکرار در نگارگری ایرانی و یکی از نمادهای فرهنگی و هنری ایرانی است. عناصر
تصویری اثر با ترکیب بندی پراکنده، در کادر مستطیل افقی به تصویر درآمده است.



تصویر شماره (۷). «نگاره فراریوسف از دست زلیخا» اثر بهزاد، مکتب هرات

منبع: تاریخ نگارگری ایران، یعقوب آژند

رنگ های عمده به کار رفته در اثر، شامل قهوه ای روشن (رنگ سفال زمینه)، درجات
مختلف رنگ آبی، سبز تیره، نارنجی و درجات مختلف رنگ صورتی است.



تصویر شماره (۸). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۳)



دیوارنگاره شماره ۴، اثری با محتوا و عناصر تصویری هنر ایرانی، دارای کارکرد ترویج هنر ایرانی و تلطیف و زیباسازی محیط است که در ایستگاه تئاتر شهر مترو تهران نصب شده است. این دیوارنگاره با محتوای بعد فرهنگی هویت ملی، رکن اشکال مختلف هنری، شامل نقوش برگرفته از هنر نگارگری ایرانی و نیز خط و خوشنویسی و همچنین رکن زبان و ادبیات از میان ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی را داراست.



تصویر شماره (۹)، دیوارنگاره شماره (۴). ایستگاه تئاتر شهر، خط ۳ مترو تهران

عناصر تزئینی اثر شامل خط‌نگاره، عناصر انسانی و یک عنصر حیوانی است که در کادر مربع شکل قرار گرفته است. عناصر انسانی اثر با ترکیب‌بندی حلزونی در متن اثر دیده می‌شود (تصویر ۱۰).

ترکیب‌بندی و شیوه قرارگرفتن عناصر تزئینی در متن اثر و بیرون‌زدگی عناصر تصویری از کادر قرارگرفته در سمت چپ تصویر، برگرفته از نگارگری سنتی ایران است. عناصر انسانی گوشه سمت راست پایین تصویر نیز برداشتی از تک‌نگاره‌های رضا عباسی در مکتب صفوی است.





تصویر شماره (۱۰). ترکیب‌بندی دیوارنگاره شماره (۴)

رنگ‌های به‌کاررفته در اثر محدود به رنگ‌های خنثی، سیاه و درجات مختلف خاکستری به‌علاوه رنگ قهوه‌ای روشن و نخودی برای زمینه اثر است.



تصویر شماره (۱۱). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۴).

دیوارنگاره شماره ۵، یکی از دیوارنگاره‌های نصب‌شده در ایستگاه مترو میدان انقلاب اسلامی است که با داشتن عناصر تصویری هنر اسلامی شامل نقوش و رنگ‌های سنتی، علاوه بر کارکرد زیباسازی و تلطیف محیط، کارکرد ترویج هنر ایرانی - اسلامی و احیای هویت فرهنگی را نیز داراست. این دیوارنگاره منطبق با بعد فرهنگی هویت ملی و براساس رکن اشکال مختلف هنری از میان ارکان مختلف تشکیل‌دهنده بعد فرهنگی هویت ملی طراحی شده است.



تصویر شماره (۱۲). دیوارنگاره شماره (۵). ایستگاه میدان انقلاب اسلامی، خط ۴ مترو تهران

متن اثر شامل انگاره‌های گیاهی است که در نوارهایی منظم با ترکیب‌بندی افقی در کادر مستطیل شکل افقی قرار گرفته است (تصویر ۱۳). این اثر به دلیل نوع ترکیب‌بندی یکنواخت و نحوه قرار گرفتن عناصر تزئینی، از کیفیت‌های بصری تقارن، تعادل و توازن برخوردار است. مهم‌ترین کیفیت بصری قابل مشاهده در اثر، ریتم است که از نحوه چیدمان عناصر تزئینی حاصل شده است.



تصویر شماره (۱۳). آنالیز ترکیب‌بندی دیوارنگاره شماره (۵)

رنگ‌های به کاررفته در اثر برگرفته از رنگ‌های سنتی هنر ایرانی - اسلامی شامل رنگ‌های قهوه‌ای، سبز، آبی فیروزه‌ای، آبی لاجوردی، نخودی، آجری و سبز فیروزه‌ای



است. تکنیک اجرایی اثر نیز چیدمان قطعات کوچک سفال‌های لعاب‌دار است که مانند ترکیب‌بندی رنگی و عناصر تزئینی، برداشتی مستقیم از هنرهای سنتی است.



تصویر شماره (۱۴). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۵)

دیوارنگاره شماره ۶، یکی از دیوارنگاره‌های نصب‌شده در ایستگاه سبلان مترو تهران است که با داشتن عناصر تزئینی هنر ایرانی، علاوه بر دارا بودن کارکرد زیباسازی و تلطیف محیط، دارای کارکرد ترویج هنر ایرانی و تقویت هویت فرهنگی است. این اثر دارای شاخصه‌های بعد فرهنگی و اشکال هنری این بعد از هویت ملی است.



تصویر شماره (۱۵). دیوارنگاره شماره (۶). ایستگاه سبلان، خط ۲ مترو تهران

عنصر تزئینی به‌کاررفته در اثر، خط‌نگاره‌ای است که با ترکیب‌بندی مرکزی و کانونی در کادر مستطیل افقی قرار گرفته است (تصویر ۱۶). خط‌نگاره، یکی از سه عنصر مهم تزئینی هنر ایرانی-اسلامی محسوب می‌شود.



تصویر شماره (۱۶). ترکیب‌بندی دیوارنگاره شماره (۶)

رنگ‌های زرد و نارنجی که در مرکز اثر به صورت بسیار محدود به کار رفته‌اند، در گسترش به اطراف کادر به رنگ قرمز نارنجی تبدیل می‌شود. طیفی از رنگ آبی نیز برای ایجاد تعادل رنگ میان رنگ‌های گرم و سرد استفاده شده است.



تصویر شماره (۱۷). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۶)

دیوارنگاره شماره ۷، اثری متشکل از عناصر تزئینی هنر و فرهنگ ایرانی، با کارکرد زیباسازی و تلطیف محیط و با هدف ترویج فرهنگ و هنر ایرانی - اسلامی است. این دیوارنگاره براساس تفکیک ابعاد مختلف هویت ملی، در گروه آثار منطبق بر بعد فرهنگی هویت ملی جای می‌گیرد زیرا از میان ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، دو رکن اشکال مختلف هنری و زبان و ادبیات را در متن خود جای داده است.



تصویر شماره (۱۸). دیوارنگاره شماره (۷)، ایستگاه مترو تهران.



در این اثر، عناصر ساختاری یعنی خط‌نگاره، به صورت مستقیم، بیتی از اشعار حافظ را روایت می‌کند. این بیت حافظ «نفس باد صبا مشک فشان خواهد شد عالم پیر دگر باره جوان خواهد شد»، که با خط نستعلیق به صورت روایی و مستقیم ارائه شده است، دو رکن از ارکان هفتگانه هویت ملی یعنی ادبیات و اشکال هنری را به نمایش گذاشته است. این اثر شامل خط‌نگاره‌ای برگرفته از سیاه‌مشق در خوشنویسی است که با رنگ‌های سیاه و درجات مختلف رنگ قهوه‌ای که رنگ‌های عمده به کار رفته در خوشنویسی هستند، اجرا شده است. عناصر تزئینی اثر در کادری افقی با ترکیب بندی افقی قرار گرفته‌اند.



تصویر شماره (۱۹). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۷)



دیوارنگاره شماره ۸، یکی دیگر از دیوارنگاره‌های نصب شده در ایستگاه میدان انقلاب اسلامی مترو تهران است که با وجود مؤلفه‌هایی از هنر ایرانی-اسلامی نظیر عناصر تزئینی و رنگ‌های سنتی، دارای کارکرد زیباسازی محیط و نیز ترویج هنر ایرانی-اسلامی است. این اثر با دارا بودن رکن اشکال هنری از میان ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، در گروه آثار نمایش دهنده این بعد از هویت ملی قرار می‌گیرد.



تصویر شماره (۲۰). دیوارنگاره شماره (۸). ایستگاه میدان انقلاب اسلامی، خط ۴ مترو تهران

متن اثر از تکرار یک نقش مایه گیاهی شامل گل شاه‌عباسی در رنگ‌های مختلف تشکیل شده است. شیوه چیدمان عناصر تصویری و ترکیب‌بندی یکنواخت، کیفیت‌های بصری چون ریتم، تعادل، تقارن و توازن را موجب شده است. رنگ‌های مورد استفاده در اثر شامل طیف‌های مختلف رنگ سبز و نارنجی، برگرفته از رنگ‌های هنر ایرانی-اسلامی است.



تصویر شماره (۲۱). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۸).

دیوارنگاره شماره ۹، نمایش دهنده یکی دیگر از دیوارنگاره‌های نصب‌شده در ایستگاه میدان انقلاب اسلامی مترو تهران است. این اثر که متأثر از هنر ایرانی-اسلامی است، دارای کارکردهای زیباسازی و تلطیف محیط و نیز ترویج و گسترش هنر و هویت فرهنگی ایرانی-اسلامی است. این اثر، دارای شاخص‌های بعد فرهنگی هویت ملی و شامل رکن اشکال هنری، از میان ارکان تشکیل دهنده این بعد از هویت ملی است.



تصویر شماره (۲۲). دیوارنگاره شماره (۹). ایستگاه میدان انقلاب اسلامی، خط ۴ مترو تهران

عنصر تزئینی گیاهی شامل درخت سرو، فضای معماری متأثر از نگارگری ایرانی و فرم‌های منحنی و حلزونی، با ترکیب‌بندی پراکنده در کادر مستطیل افقی، ساختار اثر را تشکیل داده‌اند. درخت سرو به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نمادها در هنر ایرانی، با ابعاد مختلف در سراسر سطح کادر به‌صورت پراکنده تکرار شده است.



رنگ‌های اثر محدود به رنگ قهوه‌ای روشن (رنگ سفال زمینه) و رنگ‌های سبز فیروزه‌ای و طلایی به صورت بسیار مختصر و پراکنده است. در طراحی این اثر، تنوع فرمی و ابعاد عناصر تصویری و نیز پراکندگی عناصر تا حدودی یکنواختی رنگی اثر را جبران کرده است.



تصویر شماره (۲۳). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۹)

۲۵. تحلیل آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی دینی و مذهبی

بخش دوم تحلیل بیست اثر منتخب دیوارنگاره ایستگاه‌های مترو تهران، به آثاری با شاخصه‌های هویت‌گرایی دینی و مذهبی اختصاص یافته است. در این بخش به ارزیابی و تحلیل آثار از نظر ساختاری، مفاهیم و کارکردها، عناصر تزئینی، کیفیت‌های بصری و شیوه‌های اجرایی پرداخته می‌شود. هدف اصلی در این گروه از آثار، ترویج و تقویت رکن مذهبی بعد فرهنگی هویت ملی است. نکته مشترک قابل توجه در این گروه از آثار، کاربرد وسیع خط‌نگاره در متن آثار است. با توجه به کاربرد مذهبی این گروه از آثار، طبق اصول هنر اسلامی، خط‌نگاره به عنوان عنصر اصلی، و نقوش هندسی و گیاهی به عنوان عناصر زمینه‌ای آثار به کار رفته است.

دیوارنگاره شماره ۱۰، یکی از دیوارنگاره‌های نصب شده در ایستگاه میدان انقلاب اسلامی مترو تهران است. این اثر علاوه بر کاربرد زیباسازی محیط ایستگاه مترو، به دلیل دارا بودن زبان بصری مستقیم و به کارگیری شاخصه واضح دینی، تقویت هویت دینی و همچنین به واسطه وجود عناصر تزئینی هنر اسلامی، ترویج هنر ایرانی اسلامی را نیز به عنوان یکی از کارکردهای ضمنی خود دارد. این اثر دو رکن مذهب و اشکال هنری را از میان ارکان هفتگانه تشکیل دهنده هویت ملی، دربردارد.



تصویر شماره (۲۴). دیوارنگاره شماره (۱۰). ایستگاه میدان انقلاب اسلامی، خط ۴ مترو تهران



اثر متشکل از دو کادر افقی و عمودی متقاطع است که عناصر بصری را در یک ترکیب بندی متقاطع به نمایش گذاشته است (تصویر ۲۵). عناصر تزئینی اثر شامل خط نگاره و نقش مایه های گیاهی و هندسی است. در کادر افقی، خط نگاره ای با خط کوفی معقد (گره دار)، به صورت مستقیم عبارت شریف «بسم الله الرحمن الرحيم» را روایت می کند که سرتاسر یک دوم بالای کادر را فرا گرفته است. عناصر تزئینی برگرفته از تزئینات معماری اسلامی، به صورت قرینه در یک دوم پایین کادر قرار گرفته است. کادر عمودی نیز با تزئینات هندسی و عبارت «الحمد لله»، به خط کوفی بنایی طراحی شده است.



تصویر شماره (۲۵). ترکیب بندی دیوارنگاره شماره (۱۰)

رنگ های عمده به کار رفته در اثر شامل، درجات مختلف رنگ قهوه ای، آبی فیروزه ای، نارنجی و کرم است که برداشت مستقیمی از رنگ های هنر ایرانی-اسلامی به شمار می رود.



تصویر شماره (۲۶). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۱۰).

دیوارنگاره شماره ۱۱، از دیگر دیوارنگاره های ایستگاه میدان انقلاب اسلامی مترو تهران است. این دیوارنگاره نیز دارای دو رکن مذهب و اشکال هنری از میان اشکال تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی است که با وجود مؤلفه هایی از هویت گرایی دینی و مذهبی و نیز شاخصه هایی از هنر ایرانی-اسلامی، کارکرد ترویج هویت گرایی دینی و مذهبی و گسترش هویت گرایی فرهنگی و هنری را افزون بر کارکرد زیباسازی و تلطیف محیط داراست.





تصویر شماره (۲۷). دیوارنگاره شماره (۱۱). ایستگاه میدان انقلاب اسلامی، خط ۴ مترو تهران

عناصر تزئینی شامل خط‌نگاره و نقوش اسلیمی تشکیل‌دهنده متن اثر فوق، در کادر مستطیل با ترکیب‌بندی افقی قرار گرفته‌اند. خط‌نگاره به‌کاررفته در اثر، عبارت شریف «بسم‌الله‌الرحمن‌الرحیم» را با خط کوفی مظفر (ناخنک‌دار) با زبان بصری مستقیم روایت می‌کند و اطراف آن با نقوش اسلیمی به رنگ زرد اخراپی تزئین شده است. دو نوار با نقوش اسلیمی در بالا و پایین کادر فضای اثر را محدود کرده است.

رنگ‌های به‌کاررفته در اثر شامل رنگ‌های آبی فیروزه‌ای، سیاه، قرمز نارنجی، قرمز و زرد اخراپی است که برگرفته از رنگ‌های هنر سنتی ایرانی-اسلامی هستند. این دیوارنگاره با استفاده از تکنیک کاشی اجرا شده است.



تصویر شماره (۲۸). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۱۱)

دیوارنگاره شماره ۱۲، اثری است که با وجود دارا بودن دو رکن مذهب و اشکال هنری از میان ارکان تشکیل‌دهنده بعد فرهنگی هویت ملی و با دربرداشتن مؤلفه‌های دینی و مذهبی و نیز شاخصه‌هایی از هنر ایرانی-اسلامی، علاوه بر کارکرد زیبایی بخشی به محیط، دارای کارکرد ترویج هویت‌گرایی دینی و نیز گسترش هنر ایرانی-اسلامی است. این دیوارنگاره در ایستگاه امام حسین (ع) واقع در خط ۲ مترو تهران نصب شده است.





تصویر شماره (۲۹). دیوارنگاره شماره (۱۲). ایستگاه امام حسین (ع)، خط ۲ مترو تهران

عناصر تزئینی این اثر، شامل خط‌نگاره با عبارت «بسم‌الله‌الرحمن‌الرحیم» به خط کوفی معقد (گره‌دار) یا مشبک و نیز نقوش گره‌چینی می‌باشد. اثر با زبان بصری مستقیم و روایی، مفاهیم مورد نظر را به مخاطب انتقال می‌دهد.

رنگ‌های اثر نیز محدود به رنگ قهوه‌ای زمینه، رنگ سبز، آبی فیروزه‌ای، سفید، سورمه‌ای و زرشکی به صورت بسیار مختصر است. ترکیب رنگی اثر با الهام از رنگ‌های سنتی هنر ایرانی-اسلامی انتخاب شده است.



تصویر شماره (۳۰). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۱۲)

دیوارنگاره شماره ۱۳، اثری با شاخصه‌های دینی و مذهبی و مؤلفه‌هایی از هنر ایرانی-اسلامی است که در ایستگاه فدک، خط ۲ مترو تهران نصب شده است. این اثر با دارا بودن ارکان مذهب و اشکال هنری از میان مجموع ارکان تشکیل‌دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، علاوه بر کارکرد زیباسازی و تلطیف محیط، اهداف دیگری از جمله تقویت هویت‌گرایی دینی و مذهبی و نیز ترویج هنر ایرانی-اسلامی را دنبال می‌کند.



تصویر شماره (۳۱). دیوارنگاره شماره (۱۳). ایستگاه فدک، خط ۲ مترو تهران



عنصر غالب تشکیل دهنده اثر شامل خط‌نگاره است. کلمه شریف «الله» به خط کوفی بنایی با تکرار در جهت‌های مختلف در سراسر کادر سبب ایجاد بافت بصری در زمینه اثر شده است و عبارت «بسم‌الله‌الرحمن‌الرحیم» بر روی این زمینه نقش بسته است. این خط‌نگاره از گوشه سمت راست پایین کادر آغاز و در گوشه سمت چپ بالای کادر به اتمام رسیده است و تمام کادر را دربرمی‌گیرد. مربع بزرگ آبی‌رنگ قرارگرفته در فضای یک‌دوم سمت راست کادر، سبب ایجاد تعادل در ترکیب‌بندی شده است و وزن بصری سمت چپ کادر را جبران می‌کند. رنگ‌های به‌کاررفته در اثر بسیار محدود و شامل دو آبی و درجاتی از رنگ قهوه‌ای است.



تصویر شماره (۳۲). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۱۳)



دیوارنگاره شماره ۱۴، در ایستگاه دروازه‌دولت مترو تهران قرار دارد. در این اثر رکن مذهب، رکن غالب است، اما رکن اشکال هنری نیز در این اثر حضور دارد. در متن اثر نمادهای مذهبی، با زبان بصری مستقیم برای انتقال مفاهیم هویت‌گرایی دینی و مذهبی به‌کاررفته است. وجود عناصر بصری و نمادهای مذهبی چون گنبد، پرنده و نماد دست، کارکرد دینی اثر را نمایان می‌سازد. فرم‌های گنبدی شکل و شیوه قرارگیری پرنده، به سمت بالا اشاره دارد و بر مفهوم دینی اثر تأکید می‌کند.



تصویر شماره (۳۳). دیوارنگاره شماره (۱۴)، ایستگاه دروازه‌دولت، خط ۴ مترو تهران.

عناصر بصری متن تصویر، به صورت پراکنده و با ترکیب‌بندی عمودی در کادر مستطیل افقی قرار گرفته‌اند. رنگ‌های اثر شامل آبی فیروزه‌ای، کرم، نارنجی، سفید و مشکی به صورت پراکنده است. رنگ آبی فیروزه‌ای در القای حس معنوی اثر به مخاطب، نقش شایان توجهی ایفا می‌کند. به دلیل همین ویژگی این رنگ یکی از رنگ‌های اصلی در هنر ایرانی-اسلامی است.



تصویر شماره (۳۴). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۱۴)

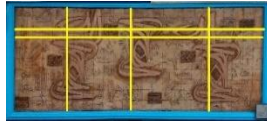
دیوارنگاره شماره ۱۵، دیوارنگاره‌ای است با محتوای مذهبی و با کارکرد تقویت هویت مذهبی که در ایستگاه فدک، واقع در خط ۲ مترو تهران نصب شده است. ارکان مذهب و اشکال هنری از میان ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی به صورت واضح در این اثر خودنمایی می‌کنند.



تصویر شماره (۳۵). دیوارنگاره شماره (۱۵). ایستگاه فدک، خط ۲ مترو تهران

عناصر تزئینی اثر شامل خط‌نگاره کلمه «علی» است که در جهت‌های مختلف تکرار شده و ساختار متقاطع را در کادر پدید آورده است (تصویر ۳۶). رنگ‌های اثر نیز محدود به درجات مختلف از رنگ قهوه‌ای است (تصویر ۳۷).





تصویر شماره (۳۶). ترکیب بندی دیوارنگاره شماره (۱۵)



تصویر شماره (۳۷). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۱۵).

دیوارنگاره شماره ۱۶، دیوارنگاره‌ای با محتوای مذهبی و متشکل از عناصر تزئینی هنر اسلامی است که در ایستگاه میدان انقلاب اسلامی مترو تهران نصب شده است که با وجود شاخصه‌های مذهبی با زبان بصری مستقیم و روایی، کارکرد ترویج هویت مذهبی را دنبال می‌کند. مذهب و اشکال هنری، از ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی در این اثر هستند.



تصویر شماره (۳۸). دیوارنگاره شماره (۱۶). ایستگاه میدان انقلاب اسلامی، خط ۴ مترو تهران

عناصر تزئینی اثر شامل خط‌نگاره‌ها هستند. خط‌نگاره اصلی اثر عبارت «فاطمه بضعه منی» را با خط کوفی نشان می‌دهد. این عبارت با ابعاد بزرگ تمامی سطح کادر افقی اثر را فرا گرفته است. در گوشه سمت راست بالای تصویر، با چهار بار تکرار کلمه «فاطمه»، نقش هندسی تشکیل شده است. در کنار آن عبارت «محمد رسول‌الله» با خط کوفی نگاشته شده است. تمامی عناصر موجود در اثر به صورت مستقیم، مؤلفه‌های مذهبی را منتقل می‌کنند.

رنگ‌های اثر شامل چندین درجه از رنگ قهوه‌ای، آبی فیروزه‌ای و همچنین کرم و مشکی به صورت بسیار مختصر است.



تصویر شماره (۳۹). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۱۶)

۳-۵. تحلیل آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی ملی-اساطیری

بخش سوم ارزیابی و تحلیل بیست دیوارنگاره منتخب مترو تهران، به تجزیه و تحلیل آثار دارای شاخصه‌ها و مؤلفه‌های اساطیری هویت‌گرایی ملی اختصاص یافته است. این گروه از آثار بیشتر بر پایه ارکان اسطوره، زبان و ادبیات، تاریخ و اشکال مختلف هنری از میان ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی شکل گرفته‌اند. مهم‌ترین هدف این گروه از آثار، احیای هویت ملی از طریق بعد اساطیری و ادبی هویت ملی است. در این بخش آثار مورد بحث، از لحاظ مفاهیم و کارکردها، عناصر تزئینی و بصری، کیفیت‌های بصری شامل کادر، ترکیب‌بندی، رنگ، بافت و تکنیک‌های اجرایی مورد بررسی قرار می‌گیرند.

دیوارنگاره شماره ۱۷، دیوارنگاره‌ای با محتوای اساطیری است که به منظور احیا و ترویج هویت ملی و نیز زیباسازی محیط، در ایستگاه فردوسی مترو تهران نصب شده است. این اثر بر پایه ارکان اسطوره، زبان و ادبیات و اشکال هنری بعد فرهنگی هویت ملی استوار است. از نظر میزان تطابق اثر با محل نصب آن، می‌توان گفت که محتوای اثر دارای ارتباط مستقیم با نام ایستگاه است.



تصویر شماره (۴۰). دیوارنگاره شماره (۱۷)، ایستگاه فردوسی، خط ۴ مترو تهران.



متن اثر از دو قسمت اصلی تشکیل شده است. قسمت سمت راست به تصویرسازی داستان جنگ رستم و دیو سپید، برگرفته از یکی از داستان‌های شاهنامه فردوسی می‌پردازد و قسمت سمت چپ، بخشی از روایت متنی داستان را به نمایش می‌گذارد. قسمت تصویری اثر دارای ترکیب‌بندی مرکزی است. وزن بصری کادر بزرگ سمت راست به وسیله نوار واقع در قسمت پایین سمت چپ تصویر به تعادل رسیده است. عناصر ساختاری اثر شامل نقوش اساطیری، خط‌نگاره، نقوش هندسی و نقوش گیاهی هستند که با زبان بصری مستقیم و روایی متن اثر را ارائه می‌کنند.

رنگ‌های به‌کاررفته در اثر شامل رنگ‌های آبی لاجوردی، نخودی و قهوه‌ای است. این ترکیب‌رنگ نیز برگرفته از ترکیب رنگی سنتی در هنرهای ایرانی-اسلامی است.



تصویر شماره (۴۱). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۱۷).

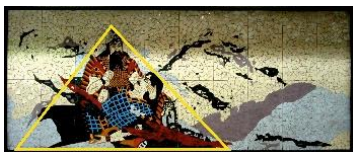
دیوارنگاره شماره ۱۸، اثری با مؤلفه‌های هویت‌گرایی ملی است که داستان مرگ سهراب، برگرفته از داستان‌های شاهنامه فردوسی را به نمایش می‌گذارد. این اثر به لحاظ دارا بودن ارکان اسطوره و ادبیات از میان ارکان تشکیل‌دهنده هویت ملی به دنبال احیای هویت ملی است. متن اثر با زبان روایی و مستقیم از طریق نمایش موضوع اساطیری و حماسی به ارائه یکی از شاهکارهای ادبی زبان فارسی می‌پردازد. متن اثر از نظر میزان تطابق با نام ایستگاه (ایستگاه فردوسی)، در تناسب کامل است.



تصویر شماره (۴۲). دیوارنگاره شماره (۱۸). ایستگاه فردوسی، خط ۴ مترو تهران



عناصر انسانی، تنها عناصر تصویری تشکیل دهنده متن اثر شامل شخصیت‌های اساطیری ایران، رستم و سهراب در کادر مستطیل شکل افقی و با ترکیب‌بندی مثلثی تصویر شده‌اند (تصویر ۴۳). ترکیب‌بندی مثلثی، فضای رزمی داستان را القا می‌کند. این فضا به وسیله عناصر منحنی پراکنده در متن تصویر، تلطیف شده است و فضای احساسی مرگ سهراب را به مخاطب انتقال می‌دهد.



تصویر شماره (۴۳). ترکیب‌بندی دیوارنگاره شماره (۱۸).

زمینه اثر از رنگ‌های خنثی چون خاکستری‌های رنگی، سیاه و نیز رنگ کرم تشکیل شده است که این امر باعث برجسته‌تر شدن عناصر اصلی اثر، که عمدتاً دارای رنگ‌های گرم هستند، شده است. استفاده از رنگ‌های گرم برای عناصر تصویری اصلی (شخصیت‌های اساطیری) بر حماسی بودن متن اثر تأکید دارد.



تصویر شماره (۴۴). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۱۸)

دیوارنگاره شماره ۱۹، دیوارنگاره‌ای است که ارکان اسطوره و ادبیات را به‌عنوان دو رکن، از میان ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، داراست. با وجود این دو رکن، اثر با زبان بصری مستقیم و روایی در پی احیای هویت ملی از طریق نمایش موضوعات ادبی و حماسی است. محل نصب این دیوارنگاره، ایستگاه فردوسی مترو تهران است. این اثر کاملاً متناسب با نام محل نصب طراحی شده است.





تصویر شماره (۴۵). دیوارنگاره شماره (۱۹). ایستگاه فردوسی، خط ۴ مترو تهران

عناصر ساختاری اثر شامل نقوش اساطیری است که با ترکیب‌بندی منحنی در کادر مستطیل افقی قرار گرفته است. استفاده از رنگ خنثی در زمینه اثر باعث برجسته‌تر شدن و ایجاد تعادل رنگی با موضوعات اصلی شده است که با رنگ‌های گرم تصویر شده‌اند. استفاده از رنگ‌های گرم و خطوط منحنی برای عناصر تصویری و نیز نوع ترکیب‌بندی منحنی با توجه به محتوای اثر، باعث القای حس حرکت و جنب و جوش در اثر شده است.



تصویر شماره (۴۶). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۱۹).

دیوارنگاره شماره ۲۰، اثری با مفهوم و مؤلفه‌های هویت‌گرایی ملی است که با دارا بودن ارکان اسطوره و ادبیات از میان ارکان تشکیل‌دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، علاوه بر زیباسازی محیط در پی تقویت هویت‌گرایی ملی از طریق نمایش موضوعات اساطیری ادبیات فارسی است. محل نصب این دیوارنگاره یعنی ایستگاه فردوسی مترو تهران با محتوای اثر تناسب کامل دارد.



تصویر شماره (۴۷). دیوارنگاره شماره (۲۰). ایستگاه فردوسی، خط ۴ مترو تهران



متن اثر از واژگان تصویری شامل شخصیت اسطوره‌ای رستم، برگرفته از داستان‌های شاهنامه فردوسی است که به همراه عنصر حیوانی اسب (رخش)، در مرکز کادر قرار گرفته است. عناصر تصویری با ترکیب‌بندی مثلی ساختار کلی اثر را تشکیل داده‌اند (تصویر ۴۸). شیوه ترکیب‌بندی اثر، کیفیت‌های بصری چون تعادل و توازن را سبب شده است.



تصویر شماره (۴۸). ترکیب‌بندی دیوارنگاره شماره (۲۰)

رنگ‌های تشکیل دهنده اثر شامل درجات مختلفی از رنگ سبز و نارنجی به صورت پراکنده و رنگ سفید به صورت مرکزی در وسط کادر است. استفاده از رنگ‌های گرم برای نمایش شخصیت اصلی، اسطوره‌ای و حماسی بودن آن را برجسته تر می‌سازد. این دیوارنگاره با استفاده از تکنیک کاشی شکسته اجرا شده است.



تصویر شماره (۴۹). آنالیز رنگ دیوارنگاره شماره (۲۰)

در جدول ۳، نتایج حاصل از تحلیل عناصر ساختاری، مفاهیم و کارکردهای بیست دیوارنگاره تحلیل شده ارائه شده است.

جدول شماره (۳). تحلیل عناصر ساختاری، مفاهیم و کارکردهای بیست دیوارنگاره مورد پژوهش

تصویر	عناصر ساختاری	مفاهیم	کارکردها
۱	نقوش هندسی، نقوش گیاهی	مؤلفه‌های هنر ایرانی-اسلامی	ترویج و آشنایی شهروندان با جلوه‌های هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۲	نقوش هندسی، گیاهی، حیوانی و خط نگاره	مؤلفه‌های هنر ایرانی-اسلامی	ترویج فرهنگ و هنر ایرانی-اسلامی، تلطیف و زیباسازی محیط





تصویر	عناصر ساختاری	مفاهیم	کارکردها
۳	نقوش گیاهی، عناصر تصویری معماری ایرانی اسلامی	مؤلفه‌های هنر ایرانی-اسلامی	آشنایی شهروندان با هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۴	نقوش انسانی، نقش حیوانی، خط‌نگاره	مؤلفه‌های فرهنگی و هنری	ترویج فرهنگ و هنر ایرانی، زیبایی محیط
۵	نقوش گیاهی	مؤلفه‌های هنر ایرانی-اسلامی	ترویج هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۶	خط‌نگاره	مؤلفه‌های هنر ایرانی-اسلامی	ترویج هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۷	خط‌نگاره	مؤلفه‌های فرهنگ و هنر ایرانی-اسلامی	ترویج فرهنگ و هنر ایرانی، زیبایی محیط
۸	نقوش گیاهی	مؤلفه‌های هنر ایرانی-اسلامی	ترویج فرهنگ و هنر ایرانی، زیبایی محیط
۹	نقوش گیاهی، عناصر تصویری از معماری ایرانی-اسلامی، فرم‌های منحنی	مؤلفه‌های هنر ایرانی-اسلامی	آشنایی شهروندان با هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۱۰	نقوش هندسی، گیاهی و خط‌نگاره	مؤلفه‌های هویت‌گرایی مذهبی	تقویت هویت دینی، ترویج هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۱۱	نقوش گیاهی، خط‌نگاره	مؤلفه‌های دینی و مذهبی	تقویت هویت دینی، ترویج هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۱۲	خط‌نگاره، نقوش هندسی، گره‌چینی	مؤلفه‌های هویت‌گرایی دینی و مذهبی	تقویت هویت دینی، ترویج هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۱۳	خط‌نگاره، نقش هندسی	مؤلفه‌های هویت‌گرایی دینی و مذهبی	تقویت هویت دینی، ترویج هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۱۴	نمادهای دینی، عناصر معماری ایرانی-اسلامی	مؤلفه‌های هویت‌گرایی دینی و مذهبی	تقویت هویت دینی، ترویج هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۱۵	خط‌نگاره	مؤلفه‌های هویت‌گرایی مذهبی	تقویت هویت مذهبی، ترویج هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۱۶	خط‌نگاره	مؤلفه‌های هویت‌گرایی مذهبی	تقویت هویت مذهبی، ترویج هنر ایرانی-اسلامی، زیباسازی محیط
۱۷	نقوش اساطیری، نقوش هندسی، نقوش گیاهی، خط‌نگاره	مؤلفه‌های هویت‌گرایی ملی-اساطیری	ترویج هویت ملی، ترویج هنرهای سنتی، زیباسازی محیط
۱۸	نقوش انسانی شخصیت‌های اساطیری	مؤلفه‌های هویت‌گرایی ملی-اساطیری	احیای هویت ملی، زیباسازی محیط
۱۹	نقوش اساطیری	مؤلفه‌های هویت‌گرایی ملی-اساطیری	احیای هویت ملی، زیباسازی محیط
۲۰	نقوش اساطیری انسانی و حیوانی، نقوش گیاهی	مؤلفه‌های هویت‌گرایی ملی-اساطیری	احیای هویت ملی، زیباسازی محیط

۶. یافته‌ها و نتیجه‌گیری

براساس آنچه بیان شد و نتایج حاصل از پژوهش، احساسی که فرد به هویت ملی خود دارد، بخشی از ساحت روانی او را تشکیل می‌دهد و فرد در نهایت، ارزش‌های فرهنگی جامعه خود را درونی می‌سازد و به هویت فرهنگی می‌رسد؛ در واقع فرآیند تأثیر محیط بر هویت انسانی یا همان رابطه انسان با محیط، ارتباطی دوسویه است، به این صورت که یا انسان با محیط زندگی خود احساس این‌همانی می‌کند و یا اگر این احساس را نداشته باشد به تدریج تحت تأثیر فضا و محیط قرار می‌گیرد و فرهنگ و رفتار او به نحوی متحول می‌شود؛ بنابراین احساس هویت یا این‌همانی انسان با محیط خویش یکی از فرآیندهای تأثیر محیط بر انسان است که هویت خویش، به‌ویژه هویت فرهنگی و تاریخی خود را در هویت محیط جستجو می‌کند و به این ترتیب هویت محیط را هویت خویش می‌داند.

منظر شهری از هویت بصری شهر جدانشدنی است. این بخش از هویت مصنوع شهر که از عوامل مختلفی چون معماری، طراحی منظر شهری و گرافیک محیطی تشکیل می‌شود؛ در واقع همان انتخاب‌های مصنوع در طراحی شهر است که هویت بصری شهر را شکل می‌دهد. سواد و ذکاوت بصری لازمه درک پیام‌های بصری ارائه‌شده در محیط است. شهروندان در مواجهه روزمره با شاهدان بصری شهر به صورت ناخودآگاه تحت تأثیر قرار می‌گیرند، سلیقه بصری آنان جهت‌دهی می‌شود و سطح سواد بصری آنها تغییر می‌یابد؛ به همین علت، اینکه شهروندان به طور روزمره در سیمای شهرها با چه نوع پیام‌های بصری مواجه می‌شوند، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که با نمایش بصری ابعاد مختلف هویت ملی با استفاده از رسانه قدرتمند گرافیک محیطی می‌توان به دو هدف عمده که از جمله فرضیات پژوهش نیز به شمار می‌روند، دست یافت:

۱. هویت‌سازی بصری با استفاده از نمایش تصویری ابعاد مختلف هویت ملی از طریق رسانه گرافیک محیطی؛
۲. ارتقای ذکاوت بصری، تغییر سطح سواد بصری و جهت‌دهی سلیقه بصری شهروندان به سوی هنرهای ملی و بومی، به تبع استفاده از هنرهای ملی و بومی در گرافیک محیطی.



نتایج حاصل شده از پژوهش نشان می‌دهد که از میان ارکان تشکیل دهنده بعد فرهنگی هویت ملی، رکن اشکال مختلف هنری که در واقع شمای تصویری بعد فرهنگی هویت ملی محسوب می‌شود؛ به طور قابل توجهی در آثار دیوارنگاره مورد پژوهش دیده می‌شود. با انعکاس هنرهای تصویری ملی در گرافیک محیطی که در واقع یکی از ارکان تشکیل دهنده منظر شهری و هویت بصری شهر محسوب می‌شود، می‌توان فرهنگ و هویت ملی را در سطح شهرها تقویت کرد و به اشاعه هویت ملی پرداخت.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل بیست دیوارنگاره در این مرحله از پژوهش، نشان از توجه ویژه طراحان به عنصر تصویری خط‌نگاره به سان یکی از عناصر مهم تزئینی در هنر اسلامی دارد. صراحت در انتقال مفاهیم مورد نظر به وسیله این عنصر تزئینی و دارا بودن زبان بصری مستقیم و روایی، آن را به پرکاربردترین عنصر تزئینی در مقایسه با سایر عناصر تزئینی به ویژه در آثار دارای موضوع و محتوای هویت‌گرایی دینی و مذهبی تبدیل کرده است. استفاده از عنصر تصویری انسانی و به ویژه شخصیت‌های اساطیری در آثاری با محتوای هویت‌گرایی اسطوره‌ای و ملی مورد توجه طراحان بوده است. عناصر تزئینی گاهی بیشترین کاربرد خود را در آثاری با محتوای هویت‌گرایی هنر ایرانی-اسلامی دارد. نقوش هندسی به عنوان یکی از اصلی‌ترین عناصر تزئینی در هنر ایرانی-اسلامی، در میان بیست اثر نهایی مورد مطالعه، کمتر مورد استفاده و توجه طراحان قرار گرفته است.

استفاده از زبان بصری مستقیم و روایی بیشتر در آثار دارای شاخصه‌های هویت‌گرایی دینی و مذهبی و نیز اسطوره‌ای و ملی کاربرد داشته است و آثار دارای محتوای هویت‌گرایی هنر ایرانی-اسلامی، بیشتر از زبان بصری نمادین و غیر روایی برای پیشبرد اهداف مورد نظر خود بهره برده‌اند.



منابع

- آژند، یعقوب (۱۳۸۹). نگارگری ایران (پژوهشی در تاریخ نقاشی و نگارگری ایران) (چاپ اول؛ جلد اول). تهران: انتشارات سمت.
- آسیایی، محمد (۱۳۹۲). درک و بیان محیط شهری (جلد اول). تهران: انتشارات طحان.
- ابوالحسنی، سیدرحیم (۱۳۸۹). مؤلفه‌های سنجش تجربی هویت ملی. پژوهشنامه، ۵۵(۸۹)، ۵۷-۱۱۴.
- احمدلو، حبیب؛ و رضایی، احمد (۱۳۸۴). نقش سرمایه اجتماعی در روابط بین قومی و هویت ملی (بررسی جوانان تبریز و مهاباد). فصلنامه مطالعات ملی، ۶(۴)، ۷-۳۴.
- استوار، مسیب (۱۳۹۳). هنر گرافیک محیطی. تهران: انتشارات رازنامه.
- اکبری، حسین؛ و عیوضی، محمدرحیم (۱۳۹۲). بررسی وضعیت و ابعاد سازنده هویت ملی. مجله علوم اجتماعی، ۱۱۰(۱)، ۳۳-۵۹.
- بهزادفر، مصطفی (۱۳۹۲). هویت شهر: نگاهی به هویت شهر تهران. تهران: موسسه نشر شهر (وابسته به سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران).
- پیران، پرویز (۱۳۸۴). هویت شهرها: غوغای بسیار برای مفهومی پیچیده. مجله آبادی، ۴۸، ۸.
- زنگی، بهنام؛ آیت‌اللهی، حبیب؛ و فهیمی‌فر، اصغر (۱۳۹۱). بررسی موقعیت اجتماعی نقاشی دیواری پس از انقلاب در ایران (با رویکرد جامعه‌شناسی پی‌یر بوردیو). فصلنامه نگره، ۷(۲۴)، ۸۵-۱۰۱.
- عنایت، توفیق (۱۳۸۷). عناصر هویت و فرهنگ ایرانی در آثار هنر اسلامی. کتاب ماه (هنر)، ۱۲۰، ۳۲-۴۳.
- غفاری‌نمین، محمدرضا (۱۳۹۰). نقش و تأثیر گرافیک محیطی. کتاب ماه (هنر)، ۱۵۳، ۳۲-۵۵.
- گروه، ارنست (۱۳۸۴). سفال اسلامی (چاپ اول). تهران: نشر کارنگ.
- میرزایی‌نسب‌فهادان، مهدی (۱۳۹۲). جایگاه گرافیک محیطی در هویت بصری شهر. نشریه چیدمان، ۲۸(۴)، ۱۱۴-۱۱۹.

