Volume 5, Issue 14, February 2026, 2057-2076.

Online ISSN: 3041-9255

Journal of Human Ecology

journal homepage: http://www.landscapeecologyjournals.ir/

Research Paper

The Impact of Art-Based Environmental Graphics on Social Interaction in Public Spaces

Javad Adib [1], Hamed Amani [1], Aram Mohammadi [2], Mohammad Mirzaei Kootenaei [3]

1 (M. A.), Dept. of Handicraft, Faculty of Art and Architecture, University of Kurdistan, Iran.
2 Assistant Professor, Dept. of Handicraft, Faculty of Art and Architecture, University of Kurdistan, Iran.
3 (M. A.), Dept. of Music, Faculty of Art and Architecture, University of Kurdistan, Iran.

Keywords

Environmental Graphics, Urban Art, Social Interaction, Public Space, Social Semiotics, Thematic Analysis.

Scan me

A B S T R A C T

Despite the central role of public spaces in shaping the social life of cities, many of these spaces have become mere transitional areas due to the lack of perceptual stimuli and meaningful experiences. Meanwhile, art-based environmental graphics, by employing the visual, semiotic, and aesthetic capacities of urban art, can effectively activate spatial experience and enhance social interaction in urban environments. Therefore, this study aims to investigate how art-based environmental graphics influence social interaction in public spaces. The present research adopts a qualitative approach based on a case study strategy. Data were collected through three complementary methods: social semiotic analysis of selected examples, systematic observation of public spaces, and semi-structured interviews with users. Data analysis was conducted using reflexive thematic analysis. The findings indicate that art-based environmental graphics – by attracting attention, creating cognitive pause, arousing curiosity and meaning-seeking, and fostering emotional and mental engagement – can facilitate dialogue, shared experience, and increased social interactions in public spaces. The results also show that the effectiveness of these interventions depends on the aesthetic quality of the work, its semiotic capacity, and the congruence between the artistic intervention and the spatial context. Accordingly, environmental graphics should be regarded not merely as a tool for beautification but as a mechanism for enhancing the quality of the urban experience, strengthening the sense of place, and revitalizing social life in public spaces.

*Corresponding Author: Javad Adib
Email Address: j. dadejani@uok.ac.ir.

Adib, J., Amani, H, Mohammadi, A., and Mirzaei Kootenaei, M. (2026). The Impact of Art-Based Environmental Graphics on Social Interaction in Public Spaces. Human Ecology, 5(14), 2057-2076.

DOI: https://doi.org/10.22034/he. 2026.581396.1207

شاپای الکترونیکی: ۹۲۵۵-۳۰۴۱
فصلنامه اکولوژی انسانی
http:// www.landscapeecologyjournals.ir

مقاله پژوهشی

تأثیر گرافیک محیطی هنرمحور بر تعامل اجتماعی در فضاهای عمومی

جواد ادیب * [۱] حامد امانی [۱] آرام محمدی [۲] محمد میرزائی کوتنائی [۳]
[۱] مربی، گروه صنایع‌دستی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه کردستان، ایران.
[۲] استادیار، گروه صنایع‌دستی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه کردستان، ایران.
[۳] مربی، گروه موسیقی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه کردستان، ایران.

چکیده

با وجود نقش محوری فضاهای عمومی در شکل‌دهی به حیات اجتماعی شهر، بسیاری از این فضاها به دلیل فقدان محرک‌های ادراکی و تجربه‌های معنادار، به عرصه‌هایی صرفاً عبوری تبدیل شده‌اند. در حالی که گرافیک محیطی هنرمحور با بهره‌گیری از ظرفیت‌های بصری، نشانه‌ای و زیباشناختی هنر شهری، می‌تواند به‌عنوان عاملی مؤثر در فعال‌سازی تجربه فضایی و تقویت تعامل اجتماعی در محیط‌های شهری عمل نماید. از اینرو هدف این پژوهش بررسی چگونگی تأثیر گرافیک محیطی هنرمحور بر تعامل اجتماعی در فضاهای عمومی است. پژوهش حاضر با رویکردی کیفی و مبتنی بر راهبرد مطالعه موردی انجام شده و داده‌ها از طریق سه مسیر مکمل شامل تحلیل نشانه‌شناسی اجتماعی نمونه‌های منتخب، مشاهده نظام‌مند فضاهای عمومی، و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با کاربران گردآوری شده‌اند. تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون بازتابی انجام گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که گرافیک محیطی هنرمحور از طریق جلب توجه، ایجاد مکث شناختی، برانگیختن کنجکاوی و معناکاوی، و تقویت درگیری عاطفی و ذهنی، می‌تواند زمینه‌ساز گفت‌وگو، هم‌تجربگی و افزایش تعاملات اجتماعی در فضاهای عمومی شود. همچنین نتایج بیانگر آن است که میزان اثرگذاری این مداخلات به کیفیت زیبایی‌شناختی اثر، ظرفیت نشانه‌ای آن، و تناسب میان مداخله هنری و بستر فضایی وابسته است. بر این اساس، گرافیک محیطی را می‌توان نه صرفاً ابزاری برای زیباسازی، بلکه سازوکاری برای ارتقای کیفیت تجربه شهری، تقویت حس مکان و پویاسازی حیات اجتماعی در فضاهای عمومی دانست.

واژگان کلیدی

گرافیک محیطی، هنر شهری، تعامل اجتماعی، فضای عمومی، نشانه‌شناسی اجتماعی، تحلیل مضمون

اسکن کنید

ارجاع به این مقاله: ادیب، جواد، امانی، حامد، محمدی، آرام و میرزائی کوتنائی، محمد. (۱۴۰۵). تأثیر گرافیک محیطی هنرمحور بر تعامل اجتماعی در فضاهای عمومی. اکولوژی انسانی، ۵(۱۴)، ۲۰۵۷-۲۰۷۶.

۱. مقدمه

فضاهای عمومی شهری، به‌مثابه بسترهای اصلی حیات مدنی، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به کنش متقابل اجتماعی و کیفیت تجربه زیسته شهروندان دارند. این فضاها در صورت برخورداری از کیفیت‌های کالبدی، ادراکی و معنایی مناسب، می‌توانند از مسیرهایی صرفاً برای عبور، به «مکان»هایی برای مکث، حضور و تعامل ارتقا یابند. یان گِل در پژوهش کلاسیک خود نشان می‌دهد که سرزندگی فضای عمومی نه از الزامات فنی رفت‌وآمد، بلکه از امکان بروز «فعالیت‌های اختیاری» و در پی آن «فعالیت‌های اجتماعی» ناشی می‌شود (Gehl, 2011). ویلیام وایت نیز تأکید می‌کند که کیفیت‌های بصری و جذابیت‌های محیطی از عوامل کلیدی در ترغیب حضور داوطلبانه و تسهیل تعاملات چهره‌به‌چهره‌اند (Whyte, 1980).

در دهه‌های اخیر، بازآفرینی فضاهای عمومی اجتماع‌پذیر به‌عنوان بستر تحقق تعاملات اجتماعی پایدار، به یکی از محورهای اصلی برنامه‌ریزی شهری بدل شده است. با این حال، تحولات ناشی از زندگی ماشینی، سلطه اتومبیل بر فضای شهر، شتاب جابه‌جایی، و غلبه رویکردهای فنی‌محور، در کنار نادیده‌انگاری ارزش‌های اجتماعی و هویتی، موجب افول کیفیت اجتماعی بسیاری از فضاهای عمومی شده است (شجاعی، پرتوی، ۱۳۹۴). در کلان‌شهرهای ایران نیز بخشی از فضاهای عمومی، تحت تأثیر شتاب شهرنشینی و مداخلات کالبدی کم‌توجه به ابعاد فرهنگی، با فقر بصری و ضعف هویت محیطی مواجه‌اند و در ایفای نقش اجتماعی خود با چالش روبه‌رو شده‌اند. در چنین بستری، بهره‌گیری از ظرفیت هنر و گرافیک محیطی در بازآفرینی حیات اجتماعی شهر اهمیت ویژه‌ای یافته است.

«گرافیک محیطی» به‌طور عام به مجموعه عناصر بصری اطلاق می‌شود که در بستر فضاهای عمومی و با هدف ارتباط با مخاطب شهری خلق می‌شوند؛ از جمله دیوارنگاره‌ها، تایپوگرافی‌های هنری و اینستالیشن‌های گرافیکی که سیمای ادراکی شهر را شکل می‌دهند (سجادزاده و همکاران، ۱۳۹۶). اگرچه در سال‌های اخیر کمیت این مداخلات در شهر تهران افزایش یافته است، اما غلبه نگاه کمّی‌گرا و رویکردهای تزئینی، در بسیاری موارد از عمق ارتباطی و هنری این آثار کاسته است (غیاثوند، ۱۳۹۷). برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از نقاشی‌های دیواری تهران، علی‌رغم فراوانی، عمدتاً کارکردی زیباشناختی یافته و در تقویت حس تعلق، هویت‌بخشی عمیق و به‌ویژه در شکل‌دهی به تعاملات اجتماعی پایدار چندان موفق نبوده‌اند (محمدی، ۱۳۹۴؛ غیاثوند، ۱۳۹۷).

در تمایز با این رویکرد، «گرافیک محیطی هنرمحور» می‌تواند واجد ظرفیتی فراتر از تزئین بصری یا کارکرد تبلیغاتی باشد. بر اساس نظریه «تولید فضا»ی هانری لوفور، فضا نه صرفاً یک ظرف کالبدی، بلکه برساخته‌ای اجتماعی است که در لایه «فضای بازنمایی[1]» از طریق نمادها، روایت‌ها و مداخلات هنری معنا می‌یابد (Lefebvre, 1991). در این سطح، مداخله هنری می‌تواند تجربه فضا را از مصرف منفعلانه به کنشگری معنادار بدل کند. به‌طور مکمل، نیکولا بوریو در چارچوب «زیبایی‌شناسی رابطه‌ای[2]» استدلال می‌کند که برخی آثار هنری عمومی، نه بر پایه خودبسندگی فرمی، بلکه بر اساس ظرفیتشان در ایجاد موقعیت‌های تعاملی و میانجی‌گری روابط انسانی ارزش می‌یابند (Bourriaud, 2002). از این منظر، گرافیک محیطی هنرمحور می‌تواند به‌مثابه بستری برای تولید موقعیت‌های ارتباطی و تسهیل کنش متقابل اجتماعی عمل کند.

اما با وجود این پشتوانه نظری، مروری بر ادبیات پژوهش در ایران نشان می‌دهد که مطالعات موجود غالباً بر ابعاد زیباشناختی، ادراکی یا کالبدی گرافیک محیطی تمرکز داشته‌اند و کمتر به تحلیل کیفی و عمیق «سازوکارهای اجتماعی اثرگذاری» آن پرداخته‌اند. به‌ویژه، حلقه مفقوده پژوهش‌های پیشین، بررسی مکانیزم‌هایی است که از طریق آن‌ها مداخلات گرافیکی هنرمحور می‌توانند از سطح ادراک فردی فراتر رفته و به شکل‌گیری یا تقویت کنش متقابل اجتماعی در بستر واقعی فضاهای عمومی بینجامند. افزون بر این، بسیاری از مطالعات فاقد توجه کافی به زمینه فرهنگی و اجتماعی خاص کلان‌شهرهای ایران بوده‌اند؛ زمینه‌ای که می‌تواند نحوه دریافت، تفسیر و تعامل با آثار هنری شهری را به‌طور معناداری متأثر سازد. این خلأ نظری و روش‌شناختی، ضرورت انجام پژوهشی کیفی و زمینه‌مند را آشکار می‌سازد که نه‌تن‌ها به توصیف اثرات ادراکی، بلکه به واکاوی سازوکارهای میانجی‌گر میان مداخله هنری و تعامل اجتماعی بپردازد. بر این اساس، پژوهش حاضر با رویکردی کیفی و می‌ان‌رشته‌ای، در پی پاسخ به این پرسش اصلی است که: گرافیک محیطی هنرمحور چگونه و از طریق چه سازوکارهایی بر تعامل اجتماعی در فضاهای عمومی تأثیر می‌گذارد؟ . یافته‌های این پژوهش می‌تواند به غنای ادبیات نظری در تقاطع هنر عمومی و مطالعات فضای شهری یاری رسانده و مبنایی برای سیاست‌گذاری‌های آگاهانه‌تر در حوزه زیباسازی شهری، طراحی مداخلات هنری معنادار و ارتقای کیفیت اجتماعی فضاهای عمومی فراهم آورد.

1 Representational Space
2 Relational Aesthetics

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

فهم تأثیر گرافیک محیطی هنرمحور بر تعامل اجتماعی، مستلزم قرارگرفتن در تقاطع چندین حوزه نظری است. نقطه عزیمت این بحث، مفهوم «فضای عمومی» و کیفیت‌های تسهیل‌کننده تعامل در آن است. فضاهای عمومی، عرصه‌های مشترکی هستند که در آن‌ها شهروندان، فارغ از تعلقات خصوصی، با یکدیگر مواجه می‌شوند و زندگی جمعی را تجربه می‌کنند. در مطالعه دیگری(Lefebvre, 1991) با طرح مفهوم «تولید فضا» این ایده ساده را به چالش کشید و نشان داد که فضا، نه یک ظرف خنثی، که محصولی اجتماعی و برساخته‌ای از روابط قدرت، نمادها و معانی است. در نظریه سه‌گانه او، «فضای بازنمایی» فضایی است زیسته و نمادین که ساکنان و کاربران از طریق تخیل، خاطرات و مداخلات هنری، آن را از آنِ خود می‌کنند و به آن روح می‌بخشند. این مفهوم، دقیقاً دریچه‌ای برای درک نقش گرافیک محیطی می‌گشاید: دیوارنگاره و اینستالیشن گرافیکی، با افزودن یک لایه نمادین و شاعرانه به فضای کالبدی، آن را از یک «فضای ادراک‌شده[1]» خنثی به یک «فضای زیسته» معنادار ارتقا می‌دهند که واجد ظرفیت برانگیختن کنش و تعامل است. نظریه «فضای سوم»[2]. تکمیل‌کننده این نگاه نیز(Oldenburg, 1989) است. او میان «فضای اول» (خانه) و «فضای دوم» (محل کار)، از «فضاهای سوم» سخن می‌گوید که بستر تعاملات غیررسمی، گفت‌وگوهای بدون برنامه و شکل‌گیری پیوندهای اجتماعی ضعیف و قوی هستند. بر این اساس؛ گرافیک محیطی شامل موارد بسیاری از جمله طراحی نماهای ساختمان، طراحی مبلمان شهری، طراحی علائم راهنمایی و رانندگی، طراحی و مکانیابی تبلیغات محیطی، هماهنگ‌سازی علائم و تابلوها، طراحی محیطی مراکز عمومی، فرهنگی و تفریحی، طراحی تابلوهای سردر مغازه‌ها و فروشگاه‌ها، طراحتی انواع تابلوهای تبلیغاتی در مراکز مختلف شهری و... است (خوانساری، ۱۳۸۸). این عناصر با هدف ایجاد ارتباط تصویری مناسب میان مخاطبان محیط، توانایی و ظرفیت فراوانی برای تأمین اهداف ساماندهی منظره شهری دارند؛ اهداف سه‌گانه زیباسازی، هویت بخشی و خواناسازی محیط (صادق پور، ۱۳۸۹). گرافیک محیطی هنرمحور، با افزودن جذابیت بصری و معنایی، یک گذرگاه شهری معمولی را به یک فضای سوم بالقوه بدل می‌کند که افراد را به توقف، تماشا و آغاز گفت‌وگو با غریبه‌ها ترغیب می‌کند. (Carmona et al, 2010)

اما صرف «فضا»، تعامل را تضمین نمی‌کند؛ چرا که کیفیت فضا و نحوه چینش عناصر آن است که تعیین می‌کند آیا شهروندان از یکدیگر عبور می‌کنند یا با یکدیگر مواجه می‌شوند. در این رابطه، (Whyte, 1980) در مطالعه پیشگام خود با عنوان «زندگی اجتماعی فضاهای کوچک شهری»، از طریق مشاهده مستقیم و نظام‌مند رفتار مردم در پلازاهای نیویورک، نشان داد که رابطه‌ای مستقیم میان کیفیت‌های فیزیکی و بصری یک مکان و میزان و نوع تعاملات اجتماعی در آن برقرار است. او عواملی چون وجود آب، نور، امکان نشستن، و به‌ویژه عناصر بصری جذاب و قابل‌تأمل را از محرک‌های اصلی «مکث» و آغاز تعامل شناسایی کرد. در یکی دیگر مطالعات مهم، (Gehl, 2011) این یافته‌ها را در یک چارچوب نظری سه‌بخشی بسط داد. او فعالیت‌های انسانی در فضای عمومی را به سه دسته «ضروری» (مانند عبور اجباری)، «اختیاری» (مانند قدم‌زدن تفریحی یا نشستن) و «اجتماعی» (مانند گفت‌وگو و بازی) تقسیم کرد و استدلال نمود که هنگامی که کیفیت محیطی یک فضا افزایش می‌یابد، فعالیت‌های اختیاری به‌طور چشمگیری رشد می‌کنند و متعاقباً، سطح فعالیت‌های اجتماعی نیز بالا می‌رود. از این منظر، گرافیک محیطی هنرمحور یک «دعوت‌نامه بصری» برای فعالیت اختیاری است: شهروندی که برای تماشای یک دیوارنگاره مکث می‌کند، از سطح فعالیت ضروری (عبور) خارج شده و وارد سطح فعالیت اختیاری می‌شود و این توقف، خود بستر بالقوه‌ای برای تعامل اجتماعی بعدی (اشاره به اثر، تبادل نظر با همراه یا غریبه) فراهم می‌آورد. نظریه «محیط رفتاری» (Barker, 1968) نیز این رابطه را از زاویه روان‌شناسی بوم‌شناختی تبیین می‌کند که طی آن یک محیط با ویژگی‌های کالبدی خاص خود، الگوهای رفتاری معینی را «طلب» می‌کند. یک دیوار خالی و بی‌روح، الگوی «عبور سریع» را طلب می‌کند، در حالی که یک دیوارنگاره عظیم با جزئیات بصری، الگوی «توقف، نگاه و گفت‌وگو» را فرامی‌خواند. لذا گرافیک محیطی هنرمحور، در این چارچوب، یک ابزار مکان‌سازی است که طی آن با روایت یک داستان محلی بر روی یک دیوار، با خلق یک نشانه بصری منحصربه‌فرد برای یک محله، یا با بازتاب هویت ساکنان در قالب یک تایپوگرافی هنری، به فضا «تشخص» می‌بخشد و زمینه را برای دلبستگی به مکان[3] و حس تعلق که از پیش‌نیازهای تعامل اجتماعی پایدار هستند، فراهم می‌کند (Altman & Low, 1992).

پژوهش‌های تجربی، این پیوندهای نظری را تأیید و بسط داده‌اند. در عرصه بین‌المللی، (Zebracki, 2012) در مطالعه‌ای گسترده در چند شهر اروپایی نشان داد که هنر عمومی هنگامی بیشترین تأثیر را بر تعاملات اجتماعی و انسجام محله‌ای دارد که فرایند خلق و انتخاب آن مشارکتی بوده و اثر هنری جنبه «مکالمه‌ای[4]» داشته باشد. در مقابل، آثار تحمیلی و صرفاً تزئینی، تأثیر ناچیزی داشته یا حتی واکنش منفی برانگیخته‌اند. همچنین مطالعه موردی برنامه دیوارنگاره‌های هنری فیلادلفیا[5] توسط(Stern & Seifert, 2003) نشان داده است که

1 Perceived Space
2 Third Place
3 Place Attachment
4 Conversational
5 Philadelphia Mural Arts Program

پروژه‌های دیوارنگاری مشارکتی، نه تنها به زیباسازی محلات کم برخوردار انجامیده، که با ایجاد حس غرور محلی، افزایش حضور در فضای عمومی و تسهیل تعاملات بین‌نژادی و بین‌نسلی، سرمایه اجتماعی را به‌طور ملموسی تقویت کرده است. در همین رابطه، پروژه جهانی «پیش از آنکه بمیرم می‌خواهم[1]...» از (Chang, 2011) که یک بورد عمومی بزرگ با عبارت «پیش از آنکه بمیرم می‌خواهم...» و جای خالی برای نوشتن با گچ در فضاهای شهری بود، به‌عنوان یک مداخله حداقلی اما به‌شدت تعاملی، به سرعت در سراسر جهان تکثیر شد. این پروژه نشان داد که یک اینستالیشن گرافیکی ساده با فراخوانی به مشارکت نوشتاری، می‌تواند به بستری قدرتمند برای بیان شخصی، همدلی جمعی و تعامل میان غریبه‌ها تبدیل شود.

در زمینه ایران، پژوهش‌های مرتبط، هرچند کمتر بر «تعامل» متمرکز بوده‌اند، اما داده‌های زمینه‌ای ارزشمندی فراهم می‌کنند. سجادزاده و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای با رویکرد بصری، به تحلیل معیارهای گرافیک محیطی مطلوب در تهران پرداخته و بر اهمیت عناصری چون «مقیاس انسانی»، «خوانایی» و «هماهنگی با بستر» تأکید کرده‌اند. غیاثوند (۱۳۹۷) در یک پژوهش پیمایشی گسترده در منطقه ۱۹ تهران، با تکیه بر نظریه محرک–پاسخ هاولند، نگرش شهروندان را نسبت به نقاشی‌های دیواری سنجید. یافته‌های او نشان داد که بعد «زیباسازی» و «پاکیزگی بصری»، قوی‌ترین کارکرد ادراک‌شده از این نقاشی‌ها نزد مردم است و بسامد مضامینی با محتوای «زندگی شهری و طبیعت» بیش از دیگر مضامین است؛ نتیجتاً، غلبه رویکرد «منظره‌محور» بر «پیام‌محور» در حال افزایش است و جنبه‌های هویت‌بخشی و عملکردی عمیق، ضعیف ارزیابی می‌شود. محمدی (۱۳۹۴) نیز با بررسی ابعاد زیباشناختی نقاشی‌های دیواری حدفاصل چهارراه ولیعصر تا میدان ونک تهران، نشان داد که این آثار اگرچه در انتقال برخی مفاهیم موفق بوده‌اند، اما در زمینه «ارتقای حس تعلق» و «تشویق مشارکت هنرمندان» توفیق چندانی نداشته‌اند. همچنین، طرح‌های ارزیابی تأثیرات اجتماعی پروژه‌های نقاشی دیواری در مناطق ۷ و ۱۱ تهران که به سفارش شهرداری انجام شده، حاکی از پیامدهای متناقضی چون افزایش آلودگی بصری، نارضایتی عمومی در کنار ارتقای نسبی سرمایه اجتماعی بوده است (شرکت بیهویان و نوجویان گوهر دانش، ۱۳۹۲؛ جهانی دولت‌آباد، ۱۳۹۱).

هم‌نشینی این دو دسته شواهد نظری و تجربی، شکاف پژوهشی مهمی را آشکار می‌سازد. از یک سو، بدنه غنی نظریه‌های اجتماعی و هنری، ظرفیت بالقوه گرافیک محیطی هنرمحور برای ایفای نقش یک کاتالیزور تعامل اجتماعی را به‌روشنی تبیین می‌کند و مطالعات بین‌المللی نیز شواهد تجربی برای این ادعا فراهم آورده‌اند. از سوی دیگر، پژوهش‌های انجام‌شده در ایران، عمدتاً تصویری از وضع موجود را در قالب سنجش «نگرش» یا «کیفیت بصری» ترسیم می‌کنند و فاقد یک تحلیل فرایندی و کیفی از «چگونگی» و «چرایی» تأثیر (یا عدم تأثیر) این مداخلات بر تعاملات اجتماعی واقعی هستند، لذا هیچ‌یک از پژوهش‌های داخلی مستقیماً به مشاهده رفتار تعاملی در یک فضای دارای گرافیک هنرمحور در مقایسه با یک فضای فاقد آن نپرداخته‌اند و تجربه زیسته کاربران از چنین فضاهایی را در ارتباط با مفهوم تعامل اجتماعی عمیقاً واکاوی نکرده‌اند. این خلأ روش‌شناختی و مفهومی، نقطه عزیمت پژوهش حاضر را شکل می‌دهد.

۳. مواد و روش‌ها

پارادایم و رویکرد پژوهش

با عنایت به ماهیت پرسش اصلی این مطالعه که در پی واکاوی «چگونگی» و «سازوکارهای» تأثیرگذاری گرافیک محیطی هنرمحور بر تعامل اجتماعی است، پارادایم تفسیری و رویکرد کیفی به‌عنوان بنیان روش‌شناختی برگزیده شد. منطق انتخاب این پارادایم آن است که پدیده مورد بررسی تعامل اجتماعی حول یک اثر هنری نه یک متغیر قابل اندازه‌گیری منفرد، بلکه محصول شبکه‌ای درهم‌تنیده از معانی ذهنی کنشگران، کیفیت‌های بصری فضا، و زمینه فرهنگی–اجتماعی کلان‌شهری نظیر تهران است که تنها از خلال حضور عمیق در میدان و دستیابی به تجربه زیسته کاربران قابل فهم خواهد بود. (Denzin & Lincoln, 2018) در این چارچوب، از میان راهبردهای متنوع پژوهش کیفی، «مطالعه موردی تطبیقی چندنمونه‌ای[2]» به‌کار گرفته شد. این راهبرد، به‌ویژه برای پژوهش‌هایی مناسب است که پرسش آن‌ها بر «چگونگی» و «چرایی» یک پدیده در بستر واقعی آن متمرکز بوده و به دنبال شناسایی الگوهای مشترک و متمایز میان نمونه‌های مختلف باشد (Yin, 2018). کاربست رویکرد تطبیقی، امکان مقایسه نظام‌مند میان فضاهایی با انواع متفاوت مداخلات گرافیکی (از دیوارنگاره ایستا تا اینستالیشن تعاملی) و نیز مقایسه میان یک فضای هنرمحور با یک فضای فاقد چنین مداخله‌ای را فراهم می‌آورد و زمینه را برای کشف روابط علی و مکانیزم‌های تأثیرگذاری مهیا می‌سازد.

انتخاب نمونه‌های موردی

انتخاب نمونه‌های موردی بر اساس اصل «حداکثر تنوع» و با هدف پوشش کامل طیف مداخلات گرافیک محیطی هنرمحور صورت پذیرفت. به این ترتیب، چهار فضای عمومی به‌عنوان موارد مطالعه انتخاب شدند که دو نمونه در شهر تهران و دو نمونه بین‌المللی به‌عنوان گونه‌های

1 Before I Die
2 Comparative Multiple-Case Study Design

آرمانی و تکمیل‌کننده چارچوب تحلیلی هستند. نمونه نخست، دیوارنگاره‌های خیابان ولیعصر در تهران است؛ این گذرگاه که طولانی‌ترین خیابان خاورمیانه محسوب می‌شود، در دو دهه اخیر شاهد اجرای گسترده دیوارنگاره‌هایی با مضامین طبیعت، زندگی شهری و برخی مضامین فرهنگی بوده است (سجادزاده و همکاران، ۱۳۹۶). آثار مهدی قدیانلو و دیگر هنرمندان ایرانی بر دیوارهای این خیابان، نمونه‌ای شاخص از مداخله بصری ایستا و روایی است که تأثیر آن بر مکث، تماشا و گفت‌وگوی اجتماعی قابل بررسی است. نمونه دوم، پل طبیعت و بوستان‌های پیرامون آن (آب و آتش و طالقانی) در تهران است که علاوه بر معماری متمایز پل، میزبان اینستالیشن‌های موقت و دائمی گرافیکی، نمایشگاه‌های هنر شهری و رویدادهای تعاملی است و بدین‌سان نمونه‌ای از مداخله مشارکتی و تعاملی را فراهم می‌کند (visitiran.ir, 2025). برای تقویت بنیان تحلیلی پژوهش و بهره‌مندی از تجارب جهانی، دو نمونه بین‌المللی نیز به‌عنوان «گونه‌های آرمانی» انتخاب شدند. نمونه سوم، پروژه «پیش از آنکه بمیرم می‌خواهم...» از کندی چنگ است که نخستین بار در سال ۲۰۱۱ بر دیوار یک خانه متروکه در خیابان مارینی ۹۰۰ در نیواورلئان اجرا شد و با تبدیل دیوار به یک تخته‌سیاه بزرگ تعاملی، از رهگذران دعوت می‌کرد آرزوها و تأملات خود را با گچ بر روی آن بنویسند (Chang, 2011) مستندات این پروژه از طریق وب‌سایت رسمی هنرمند[1] و همچنین آرشیو تصویری اسمیتسونین[2] قابل دسترسی و ارجاع است. نمونه چهارم، برنامه دیوارنگاره‌های هنری فیلادلفیا[3] است که از سال ۱۹۸۴ تاکنون بیش از ۴۰۰۰ دیوارنگاره مشارکتی را در سطح این شهر اجرا کرده و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی، تعاملات بین‌نژادی و حس تعلق محلی مستند شده است. (Stern & Seifert, 2003; Golden et al, 2002) تصاویر و مستندات این پروژه از طریق آرشیو گوگل آرتزاند کالچر[4] و وب‌سایت رسمی برنامه[5] در دسترس است. همچنین برای ایجاد یک خط پایه مقایسه‌ای و کنترل تحلیلی، یک فضای عمومی مشابه از نظر عملکرد و موقعیت شهری اما فاقد مداخله گرافیک هنرمحور؛ یعنی بوستان گفت‌وگو در منطقه عباس‌آباد تهران، به‌عنوان «نمونه شاهد» در نظر گرفته شد تا بتوان تفاوت الگوهای رفتاری و میزان تعاملات را به وجود یا فقدان مداخله بصری نسبت داد.

ابزارهای گردآوری داده‌ها

گردآوری داده‌ها با اتکا بر اصل «مثلث‌بندی روش‌شناختی[6]» و با بهره‌گیری از سه ابزار مکمل انجام شد که هر یک لایه متفاوتی از پدیده را آشکار می‌سازند: رفتار قابل مشاهده، تجربه زیسته ذهنی، و معنای نهفته در خود اثر. از اینرو در گام نخست، با مشاهده نظام‌مند غیرمشارکتی[7] در هر یک از فضاهای داخلی، مقاطع مشاهده ۲۰ الی ۲۵ دقیقه‌ای در سه بازه زمانی صبح (۸–۱۰)، عصر (۱۵–۱۷) و شب (۱۹–۲۱) و در سه روز متفاوت هفته (دو روز کاری و یک روز تعطیل) اجرا گردید. سپس چک‌لیست مشاهدات بر اساس شاخص‌های تعامل‌پذیری فضا از نظریه (Gehl, 2011) طراحی شد و رفتارهای «ایستادن/مکث»، «نگاه کردن به اثر»، «عکاسی (شامل عکس سلفی)»، «گفت‌وگو با همراه»، «گفت‌وگو با غریبه»، و «مشارکت فیزیکی با اثر (در اینستالیشن‌ها)» ثبت و به نقشه‌های رفتاری[8] تبدیل گردید. در مورد نمونه‌های بین‌المللی، به‌جای مشاهده مستقیم می‌دانی، از تحلیل محتوای بصری ثانویه تصاویر باکیفیت موجود در آرشیوهای آنلاین، مستندات ویدئویی، و گزارش‌های پژوهشی منتشرشده استفاده شد تا الگوهای تعاملی مشاهده‌پذیر در آن تصاویر کدگذاری و تحلیل شوند.

درگام بعدی، تحلیل نشانه‌شناختی بصری آثار[9]، عکس‌های تخصصی از آثار گرافیکی در نمونه‌های داخلی برداشت شد و تحلیل می‌گردد. در این اقدام، با تفکیک سطوح «معنای بازنمودی[10]»، «معنای تعاملی[11]» و «معنای ترکیب‌بندی[12]»، امکان واکاوی دقیق نحوه فراخوانی مخاطب توسط اثر، جایگاه بیننده در ساختار تصویر، و استراتژی‌های بصری برای برقراری ارتباط فراهم می‌شود. برای نمونه‌های بین‌المللی نیز تصاویر باکیفیت موجود در آرشیوهای معتبر هنری (از جمله آرشیو تصویری اسمیتسونین[13] و آرشیو گوگل آرتزاند کالچر[14] مبنای تحلیل نشانه‌شناختی قرار گرفت. تحلیل نشانه‌شناختی متمرکز بر شناسایی عناصر بصری‌ای بود که بالقوه واجد «فراخوان تعاملی» هستند، یعنی تماس چشمی مستقیم با مخاطب، فضاهای خالی برای تکمیل توسط بیننده، عناصر نوشتاری پرسش‌گرانه، و ترکیب‌بندی‌های غیرمنتظره یا سورئال که موجب مکث شناختی می‌شوند.

---

1 candychang.com
2 americanart.si.edu
3 Philadelphia Mural Arts Program
4 artsandculture.google.com
5 muralarts.org
6 Methodological Triangulation
7 Systematic Non-Participant Observation
8 Behavioral Mapping
9 Visual Semiotic Analysis
10 Representational Meaning
11 Interactive Meaning
12 Compositional Meaning
13 americanart.si.edu
14 artsandculture.google.com

در گام بعدی، با مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته پدیدارشناسانه با ۱۵ نفر تا رسیدن به اشباع نظری؛ با سه گروه از مشارکت‌کنندگان در فضاهای داخلی صورت گرفت که طی آن با ۹ کاربر فضای عمومی (شهروندان عادی حاضر در فضا)، ۳ هنرمند و طراح گرافیک محیطی، و ۳ کارشناس و مدیر حوزه زیباسازی شهری. مصاحبه‌ها با بهره‌گیری از تکنیک «مصاحبه پیاده‌روی[1]» اجرا شد که در آن، مصاحبه‌گر همراه با مشارکت‌کننده در فضا حرکت کرده و تجربه بی‌واسطه و زیسته او را در مواجهه با اثر هنری ثبت نمود. این تکنیک به‌ویژه برای دستیابی به ادراک لحظه‌ای و زمینه‌مند از فضا و اثر هنری کارآمد است. (Kusenbach, 2003) پروتکل مصاحبه شامل پرسش‌هایی در باب واکنش نخستین در مواجهه با اثر، احساس برانگیخته‌شده، تأثیر اثر بر تصمیم به مکث، و خاطرات یا گفت‌وگوهای مرتبط با اثر بود. همچنین، یک دسته پرسش هدفمند به پروتکل مصاحبه افزوده شد که به تجربه مصاحبه‌شونده از ثبت و اشتراک‌گذاری عکس‌های این فضاها در رسانه‌های اجتماعی، نوع واکنش‌هایی که از دیگران دریافت کرده، و نقش این اشتراک‌گذاری در ایجاد یا تداوم گفت‌وگوهای اجتماعی می‌پردازد؛ این امر کمک می‌کند تا بُعد تعاملات مجازی حول آثار نیز در تحلیل‌ها پوشش داده شود.

شیوه تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌ها در این پژوهش به‌صورت مرحله‌ای و متناسب با منطق هر فاز انجام گرفت. در فاز اول، داده‌های بصری حاصل از دیوارنگاره‌ها و مداخلات گرافیک محیطی با اتکا به چارچوب «نشانه‌شناسی اجتماعی» (Kress & van Leeuwen, 2021) تحلیل شدند. در این مرحله، ساختارهای بازنمایی، کنش متقابل و ترکیب‌بندی به‌عنوان سه لایه تحلیلی اصلی مورد بررسی قرار گرفتند تا ظرفیت‌های دلالت‌گرانه و توانمندی‌های نشانه‌شناختی هر اثر در ایجاد مکث ادراکی و دعوت به تعامل اجتماعی استخراج شود. تحلیل‌ها به‌صورت تفسیری—ساختاری و با تمرکز بر روابط میان عناصر بصری، جای‌گیری فضایی و موقعیت مخاطب انجام پذیرفت.

در فاز دوم، داده‌های حاصل از مشاهدات نظام‌مند رفتاری با رویکرد تحلیل الگوهای کنش فضایی پردازش شدند. در این مرحله، ثبت‌های می‌دانی (شامل مدت اقامت، تراکم تجمع، نوع تعاملات، و الگوهای مکث یا عبور) به‌صورت مقایسه‌ای میان فضاهای مورد مطالعه تحلیل گردید تا نسبت میان ویژگی‌های کالبدی—نشانه‌ای فضا و سطوح پویایی اجتماعی تبیین شود. تحلیل این فاز بر شناسایی همبستگی‌های کیفی میان ساختار فضایی، محرک‌های بصری و رفتارهای مشاهده‌شده متمرکز بود و از طریق کدگذاری رفتاری و مقایسه تطبیقی میان نمونه‌ها صورت گرفت.

نهایتاً در فاز سوم تمامی داده‌های متنی حاصل از مصاحبه‌ها، یادداشت‌های مشاهدات و اسناد گردآوری‌شده، با استفاده از روش تحلیل مضمون[2] و بر اساس مدل شش‌مرحله‌ای (Braun & Clarke, 2006) به شرح زیر پردازش شدند.

۱. آشنایی عمیق با داده‌ها و مرور چندباره متون؛
۲. تولید کدهای اولیه بر اساس واحدهای معنا؛
۳. جست‌وجو برای مضامین اولیه و الگوهای تکرارشونده؛
۴. مرور و پالایش مضامین؛
۵. تعریف و نام‌گذاری نهایی مضامین؛
۶. نگارش گزارش تحلیلی با نمونه‌گزاره‌های شواهدی.

فرایند تحلیل مضمون شامل حرکت رفت‌وبرگشتی مداوم میان داده‌ها و کدهای برساخته بود. تم‌ها به‌صورت استقرایی (برخاسته از داده) و در عین حال حساس به چارچوب نظری پژوهش(قیاسی) شناسایی شدند؛ بدین معنا که گرچه کدگذاری اولیه مبتنی بر داده‌های خام انجام گرفت، اما در مراحل بازبینی و تعریف مضامین، مفاهیم نظری مرتبط با گرافیک محیطی، پویایی اجتماعی و حس تعلق مکانی در تفسیر نهایی ادغام شدند. تحلیل‌ها در نرم‌افزار MAXQDA v2022 انجام شد. برای افزایش عمق تفسیری، رویکرد« تحلیل مضمون بازتابی[3]»(Braun & Clarke, 2019) اتخاذ شد؛ رویکردی که نه صرفاً بر سامان‌دهی کدها، بلکه بر فرایند تأمل مداوم پژوهشگر بر مفروضات تفسیری خود و برگردان معانی مشارکت‌کنندگان به سطح نظری تأکید دارد. در مرحله نهایی، مضامین اصلی در سه محور استخراج شدند:

- مضامین مربوط به ادراک هنری فضا (زیبایی‌شناسی، معنا، هویت)
- مضامین مرتبط با کنش اجتماعی و ارتباط می‌ان‌فردی
- مضامین مربوط به واکنش‌های مجازی و بازنمایی آنلاین اثر

این ساختار تحلیلی امکان تلفیق نظام‌مند یافته‌های نشانه‌شناختی و رفتاری فازهای اول و دوم با برداشت‌های پدیدارشناسانه مشارکت‌کنندگان در فاز سوم را فراهم ساخت و چارچوبی یکپارچه برای تبیین‌گذار از ادراک بصری به تعامل اجتماعی و تعلق مکانی ارائه داد.

1 Walking Interview
2 Thematic Analysis
3 Reflexive Thematic Analysis (RTA)

اعتبارسنجی و ملاحظات اخلاقی

برای تضمین اعتبار و پایایی یافته‌ها، از راهبردهای «درگیری طولانی‌مدت در میدان»، «مثلث‌بندی داده‌ها و روش‌ها»، «بازبینی توسط همتایان» و «بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان» استفاده شد. همچنین به‌منظور رعایت ملاحظات اخلاقی، از تمامی مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها رضایت آگاهانه کتبی اخذ گردید و به آن‌ها اطمینان داده شد که داده‌ها صرفاً برای اهداف این پژوهش به‌کار رفته و هویت آن‌ها محرمانه خواهد ماند.

۴. یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش بر اساس رویکردهای (تحلیل نشانه‌شناختی، مشاهده نظام‌مند و مصاحبه‌های عمیق) و در پنج فضای عمومی (سه نمونه داخلی و دو نمونه بین‌المللی) سازماندهی شده‌اند. ابتدا تحلیل نشانه‌شناختی هر یک از آثار هنری ارائه می‌شود، سپس الگوهای رفتاری مشاهده‌شده تشریح می‌گردد، آن‌گاه مضامین اصلی مستخرج از مصاحبه‌ها تبیین می‌شود، و در نهایت یافته‌های تطبیقی حاصل از مقایسه میان نمونه‌ها ارائه می‌گردد.

الف-تحلیل نشانه‌شناختی آثار گرافیک محیطی

-دیوارنگاره‌های خیابان ولیعصر، تهران

خیابان ولیعصر، به‌عنوان طولانی‌ترین خیابان خاورمیانه، در دو دهه اخیر میزبان دیوارنگاره‌های متعددی بوده که توسط هنرمندانی چون مهدی قدیانلو اجرا شده‌اند. قدیانلو، متولد ۱۳۶۰ در کرج، از سال ۱۳۸۵ بیش از یکصد نقاشی دیواری در سطح تهران خلق کرده است. آثار او در سبک «فریب چشم[1]» و سورئالیستی اجرا می‌شوند و با ترکیب فضاهای مینیمال معماری با صحنه‌های سورئال، به گفته خود هنرمند در پی «ایجاد انسجام یا دست‌کم افزودن رنگ به چهره آشفته و دودآلود معماری شهر» است.

از منظر نشانه‌شناسی اجتماعی کرس و ون‌لیوون (۲۰۲۱)، آثار قدیانلو واجد چند ویژگی دلالت‌گرانه مهم است. نخست، ترکیب‌بندی روایی[2] است. در بسیاری از این آثار، پیکره‌های انسانی در حال انجام کنش، دوچرخه‌سواری بر روی دیوار، قدم‌زدن وارونه، یا پرواز، تصویر شده‌اند. این پیکره‌ها با ایجاد «بردارهای کنشی[3]»، نگاه بیننده را به حرکت درمی‌آورند. دوم، وجه تعاملی[4] است. در نظام «مخاطب‌گیری[5] » این آثار، پیکره‌ها اغلب با نگاهی خیال‌انگیز به دوردست می‌نگرند و تماس چشمی مستقیم با مخاطب برقرار نمی‌کنند. این «ارائه» به‌جای «تقاضا»، بیننده را در موقعیت تماشاگری قرار می‌دهد که آزاد است در دنیای خیالی اثر غوطه‌ور شود؛ این غوطه‌وری، به‌طور بالقوه، بستر مناسبی برای شروع تأمل و سپس گفت‌وگو با همراهان فراهم می‌کند. سوم، ترکیب‌بندی اطلاعاتی[6] است. آثار قدیانلو با مقیاس عظیم خود، کل نمای یک ساختمان را اشغال می‌کنند، اما عناصر واقعی محیط (درخت، پیاده‌رو، آسمان) را نیز در ترکیب‌بندی خود ادغام می‌کنند. این «آمیختگی کدهای واقع‌گرایانه و سورئال[7]» باعث می‌شود بیننده میان واقعیتِ فضای شهری و خیالِ تصویرشده معلق بماند و همین تعلیق، نوعی «مکث شناختی»[8]، ایجاد می‌کند.

1 Trompe-l'œil
2 Narrative Composition
3 Action Vectors
4 Interactive Meaning
5 Demand/Gaze
6 Information Value
7 Hybridity of Realist & Surreal Codes
8 Cognitive Pause

(مأخذ: http://www.huffingtonpost.com)

یکی از شاخص‌ترین آثار قدیانلو که در خیابان ولیعصر اجرا شده، دیوارنگاره‌ای است با نام «خاطرات قدیمی تهران »[1] است. در این اثر، یک پیکره انسانی در حال پرواز میان ساختمان‌ها تصویر شده که از پنجره‌ای گشوده به فضای بیرون می‌نگرد. نشانه‌شناسی این تصویر نشان می‌دهد که هنرمند از دوگانه «درون/بیرون» برای خلق یک فضای لیمینال (آستانه‌ای) بهره گرفته است. پنجره به‌مثابه یک دالّ مرزی، هم به درون (حوزه خصوصی) و هم به بیرون (حوزه عمومی) اشاره دارد و همین وضعیت دوگانه، فضای عمومی را به عرصه‌ای برای خیال‌ورزی جمعی بدل می‌کند. به بیان لوفور(۱۹۹۱)، این دیوارنگاره، «فضای بازنمایی» جدیدی خلق می‌کند که در آن شهروندان می‌توانند تجربه‌ای متفاوت از زندگی روزمره شهری را تصور کنند. این گشودگی تأویلی، زمینه بالقوه گفت‌وگو میان بینندگان را فراهم می‌آورد: «این تصویر یعنی چی؟ »، «به نظرت داره کجا میره؟ » و پرسش‌هایی از این دست.

– پل طبیعت و بوستان‌های پیرامون، تهران

پل طبیعت، با طول ۲۷۰ متر، بزرگ‌ترین پل عابر پیاده ایران است که در سال ۱۳۹۳ به بهره‌برداری رسید و توسط لیلا عراقیان و علیرضا بهزادی از گروه معماری دیبا طراحی شده است. این پل، بوستان طالقانی را در شرق و بوستان آب و آتش را در غرب به یکدیگر متصل می‌کند. افزون بر معماری متمایز، این فضا میزبان نمایشگاه‌ها و اینستالیشن‌های موقت گرافیکی و هنری نیز بوده است که آن را به نمونه‌ای از «مداخله تعاملی» در این پژوهش بدل می‌کند.

(مأخذ: lahzeakhar.com)

تحلیل نشانه‌شناختی پل طبیعت و فضاهای گرافیکی پیرامون آن، چند ویژگی متمایز را آشکار می‌کند. نخست، ساختار فضایی غیرخطی آن است. برخلاف خیابان ولیعصر که یک مسیر خطی است، پل طبیعت با طراحی سه‌بعدی و مسیرهای متنوع خود؛ شامل سه طبقه با کارکردهای متفاوت (کافه‌ها و نشیمن‌گاه‌ها در طبقه پایین، مسیر پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری در طبقه میانی، و سکوی تماشا در طبقه فوقانی)، یک «فضای مکث»[2] را به‌طور نهادینه در خود جای داده است. این ساختار، به‌جای تحمیل یک مسیر مشخص، به کاربران امکان «حق انتخاب مسیر»[3] می‌دهد که خود مقدمه‌ای برای بروز رفتارهای اختیاری و اجتماعی است. دوم، نشانه‌شناسی تعاملی است. در بسیاری از نمایشگاه‌ها و اینستالیشن‌های موقتی که در بوستان‌های پیرامون پل (به‌ویژه بوستان آب و آتش) برگزار می‌شود، از عناصر نوشتاری و تصویری استفاده

1 Old Memories of Tehran
2 Lingering Space
3 Right to Choose Path

می‌شود که «فراخوان مشارکت[1]» دارند. این عناصر، برخلاف آثار قدیانلو که عمدتاً «ارائه‌ای » هستند، واجد «وجه تقاضایی» بوده و مستقیماً مخاطب را به کنش فرا می‌خوانند. به‌عنوان نمونه، اینستالیشن‌هایی با نوشته‌هایی چون «آرزوی تو چیست؟ » (در نمایشگاهی در بوستان آب و آتش)، از الگویی مشابه با پروژه «پیش از آنکه بمیرم» بهره می‌گیرند و از رهگذران می‌خواهند تا پاسخ خود را بنویسند؛ این کنش نوشتاری جمعی، خود نوعی تعامل غیرکلامی و آغازگر بالقوه تعاملات کلامی بعدی است.

-بوستان گفت‌وگو، تهران (نمونه شاهد)

بوستان گفت‌وگو، واقع در تقاطع بزرگراه چمران و حکیم در منطقه ۲ تهران، با مساحت حدود ۷ هکتار در سال ۱۳۸۲ افتتاح شده است. این بوستان دارای فضای سبز وسیع، برکه‌های متعدد، کافه‌ها و چایخانه‌هاست و رودخانه درکه از میان آن می‌گذرد. با این حال، برخلاف دو نمونه پیشین، این فضا فاقد هرگونه مداخله گرافیک محیطی هنرمحور (دیوارنگاره هنری، تایپوگرافی خلاقانه، یا اینستالیشن تعاملی) است. دیوارهای آن عمدتاً یا فاقد هرگونه تزیین هستند یا به تابلوهای اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی محدود می‌شوند. تحلیل نشانه‌شناختی این فضا نشان‌دهنده «فقر دلالت‌گرانه[2]» آن است، از اینرو فقدان یک نقطه کانونی بصری یا یک متنِ قابل خوانش جمعی، باعث می‌شود فضا فاقد آن «دعوت‌نامه بصری[3]» برای مکث و تأمل باشد. به بیان دیگر، بوستان گفت‌وگو از نظر کارکردی یک فضای سبز مطلوب است، اما از نظر نشانه‌شناختی، یک «فضای خنثی[4]» محسوب می‌شود که فاقد محرک بصری برای آغاز تعامل است.

(مأخذ: lahzeakhar.com)

-پروژه «پیش از آنکه بمیرم می‌خواهم...»، نیواورلئان

پروژه «پیش از آنکه بمیرم می‌خواهم ...» توسط هنرمند و طراح کندی چنگ در سال ۲۰۱۱ در خیابان مارینی ۹۰۰ در نیواورلئان اجرا شد (Chang, 2011). چنگ، که پس از مرگ یکی از عزیزانش به تأمل در باب مرگ و زندگی پرداخته بود، دیوار یک خانه متروکه را به یک تخته‌سیاه بزرگ تبدیل کرد که روی آن، عبارت «پیش از آنکه بمیرم می‌خواهم .... » به‌طور مکرر شابلون‌زده شده بود و رهگذران می‌توانستند آرزوهای خود را با گچ بر روی آن بنویسند(Design-Milk, 2011).

1 Call to Participation
2 Semiotic Poverty
3 Visual Invitation
4 Neutral Space

از منظر نشانه‌شناختی، این اثر یک نمونه ناب از آن چیزی است که کرس و ون‌لیوون (۲۰۲۱) «ساختار مفهومی–تعاملی» می‌نامند. برخلاف دیوارنگاره‌های ایستا، این اثر «کامل» نیست؛ بلکه ذاتاً «ناتمام[۱]» است و برای تکمیل شدن، به مشارکت مخاطب نیاز دارد. این «ناتمامیت» استراتژی نشانه‌شناختی قدرتمند است، یعنی خط تیره‌ای که پس از عبارت «می‌خواهم» قرار دارد، نه یک فضای خالی، که یک «فراخوان ساختاری[۲]» به مشارکت است. ترکیب نوشتار دست‌نویس شهروندان مختلف با رنگ‌های متفاوت، اندازه‌های گوناگون و زبان‌های متنوع، یک «چندصدایی بصری[۳]» ایجاد می‌کند که در آن، دیوار به یک «متن جمعی[۴]» بدل می‌شود. این دیوار، به‌عبارت بوریو[۵](۲۰۰۲)، نه یک «ابژه هنری» که یک «می‌ان‌جی اجتماعی[۶]» است و ارزش آن نه در فرم نهایی، که در روابطی است که میان شهروندان خلق می‌کند؛ آن‌ها می‌ایستند، پاسخ‌های یکدیگر را می‌خوانند، می‌خندند، متأثر می‌شوند، و با یکدیگر درباره آنچه نوشته‌اند گفت‌وگو می‌کنند.

عکس پروژه «پیش از آنکه بمیرم می‌خواهم...»، نیواورلئان
مرجع: Candy Chang

-دیوارنگاره «رشته‌های مشترک»، فیلادلفیا

برنامه دیوارنگاره‌های هنری فیلادلفیا[۷]، بزرگ‌ترین برنامه هنر عمومی ایالات متحده، از سال ۱۹۸۴ تاکنون بیش از ۴۰۰۰ دیوارنگاره را در سطح شهر اجرا کرده است. یکی از شاخص‌ترین آثار این برنامه، دیوارنگاره «رشته‌های مشترک[۸]» اثر مگ سلیگمن[۹] است که در سال ۱۹۹۸ در تقاطع خیابان‌های براد و اسپرینگ گاردن اجرا و در سال ۲۰۱۱ مرمت شد. این دیوارنگاره هشت‌طبقه، یکی از بلندترین و نمادین‌ترین دیوارنگاره‌های فیلادلفیا محسوب می‌شود.

تحلیل نشانه‌شناختی این اثر چندین لایه معنایی را آشکار می‌کند. نخست، بینامتنیت تاریخی–اجتماعی است. این دیوارنگاره با ارجاع به تندیس‌های چینی عتیقه متعلق به مادربزرگ هنرمند، و هم‌نشین کردن آن‌ها با دانش‌آموزان دبیرستان‌های بنجامین فرانکلین و مدرسه هنرهای خلاقانه و نمایشی فیلادلفیا، یک «گفت‌وگوی بینانسلی و بینافرهنگی» را به تصویر می‌کشد. این هم‌نشینی نمادین، به‌دنبال بازنمایی «رشته‌های مشترکی» است که انسان‌ها را در طول تاریخ و فراسوی فرهنگ‌ها به یکدیگر پیوند می‌دهد. دوم، وجه اجتماعی مشارکتی است، زیر این دیوارنگاره حاصل یک فرایند مشارکتی بوده و چهره‌های دانش‌آموزان واقعی محلی را به تصویر کشیده است؛ این امر، حس مالکیت و تعلق جامعه محلی را نسبت به اثر تقویت می‌کند. سوم، مقیاس به‌مثابه یک بیانیه است. ارتفاع هشت‌طبقه‌ای این دیوارنگاره، آن را به یک «نقطه عطف بصری[۱۰] » در مقیاس شهری بدل کرده است؛ روزانه حدود ۵۸۰۰ نفر از ایستگاه حمل و نقل عمومی مقابل آن عبور می‌کنند (Google Arts & Culture, 2026)، و این مقیاس عظیم، خود بیانیه‌ای است درباره اهمیت فضاهای عمومی به‌عنوان بستر هنر و گفت‌وگو.

1 Incomplete
2 Structural Invitation
3 Visual Polyphony
4 Collective Text
5 Bourriaud, 2002
6 Social Mediator
7 Mural Arts Philadelphia
8 Common Threads
9 Meg Saligman
10 Visual Landmark

عکس دیوارنگاره «رشته‌های مشترک»، فیلادلفیا

مرجع: Meg Saligman

ب-الگوهای رفتاری مشاهده‌شده و نقشه‌های رفتاری

-خیابان ولیعصر (نمونه دیوارنگاره ایستا)

مشاهدات نظام‌مند در مقاطع ۲۰ الی ۲۵ دقیقه‌ای در سه بازه زمانی صبح، عصر و شب در محدوده دیوارنگاره‌های خیابان ولیعصر، الگوهای رفتاری زیر را آشکار ساخت:

- **مکث و توقف:** بیشترین میزان توقف در برابر دیوارنگاره‌ها در ساعات عصر (۱۷–۱۹) ثبت شد. به‌طور میانگین، از هر ۱۰۰ رهگذر، حدود ۱۴ نفر در برابر یک دیوارنگاره بزرگ‌مقیاس (حداقل ۳ ثانیه) توقف می‌کردند. این میزان در ساعات صبح به ۵ نفر و در ساعات شب به ۸ نفر کاهش می‌یافت.
- **زنجیره تعامل بصری به کلامی:** الگوی مشاهده‌شده یک زنجیره سه‌مرحله‌ای را نشان می‌داد: (۱) تماس بصری اولیه با اثر (نگاه سریع در حین عبور)؛ (۲) کاهش سرعت یا توقف کامل در صورت جلب‌شدگی بصری؛ (۳) اشاره با دست به بخشی از تصویر و آغاز گفت‌وگو با همراه. نکته قابل‌توجه آن بود که مرحله سوم عمدتاً میان افرادی رخ می‌داد که از پیش با یکدیگر آشنا بودند و با همدیگر از آن مکان عبور می‌نمودند (دوستان، خانواده، زوج‌ها) و به‌ندرت به تعامل با غریبه‌ها وسایر افرادی که از آن محل عبور می‌نمودند می‌انجامید. در طول ۲۷۰ دقیقه مشاهده، تنها ۳ مورد تعامل کلامی آشکار میان غریبه‌ها ثبت شد که هر سه مورد نیز با پرسشی درباره موقعیت مکانی یا زمان آغاز شده و به بحث درباره دیوارنگاره کشیده شده بود.
- **عکاسی:** ثبت عکس (شامل عکس سلفی) دومین رفتار رایج پس از توقف بود. حدود ۱۲٪ از رهگذران در ساعات عصر از دیوارنگاره‌ها عکس می‌گرفتند. جالب آنکه عمل عکاسی، خود یک «بهانه تعامل» بود. در موارد متعدد، افراد از غریبه‌ها می‌خواستند تا از آن‌ها در برابر دیوارنگاره عکس بگیرند، و این درخواست، سرآغاز گفت‌وگویی کوتاه می‌شد.

نقشه رفتاری: ترسیم نقشه رفتاری نشان داد که «نقاط داغ تعامل[1]» دقیقاً در برابر دیوارنگاره‌هایی شکل می‌گرفت که واجد ویژگی‌های زیر بودند: (الف) رنگ‌های گرم و پویا (نارنجی، قرمز، زرد)؛ (ب) پیکره‌های انسانی با مقیاس بزرگ؛ (ج) خطای دید[2] یا عنصر غافلگیرکننده بصری. در مقابل، دیوارنگاره‌هایی با مضامین انتزاعی یا رنگ‌های سرد (آبی، خاکستری)، نرخ توقف به‌مراتب کمتری داشتند.

- پل طبیعت و بوستان‌های پیرامون (نمونه مداخله تعاملی)

مشاهدات در پل طبیعت و بوستان‌های پیرامون آن، الگوهای رفتاری متفاوتی را نسبت به خیابان ولیعصر نشان داد:

- **مدت اقامت:** مدت اقامت کاربران در این فضا به‌طور میانگین ۴۵ دقیقه بود (در مقایسه با حدود ۵ دقیقه برای خیابان ولیعصر). این تفاوت چشمگیر، ناشی از طراحی فضایی پل طبیعت است که با فراهم‌آوردن امکاناتی چون نشیمن‌گاه‌ها، کافه‌ها، و چشماندازهای متنوع، اساساً فضا را برای «ماندن» طراحی کرده است.
- **تنوع فعالیت‌های اختیاری:** طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های اختیاری در این فضا مشاهده شد: قدم‌زدن تفریحی، نشستن روی نیمکت‌ها، عکاسی از مناظر شهری، و تعامل با اینستالیشن‌های موقت هنری. در جریان یک نمایشگاه هنر شهری در بوستان آب و آتش، یک اینستالیشن مشارکتی که از بازدیدکنندگان دعوت می‌کرد دیدگاه‌های خود را روی بوم بنویسند، بالاترین نرخ تعامل را به خود اختصاص داد.
- **تعامل با غریبه‌ها:** برخلاف خیابان ولیعصر، میزان تعامل با غریبه‌ها در پل طبیعت به‌طور محسوسی بالاتر بود. در ۱۸۰ دقیقه مشاهده، ۱۲ مورد تعامل کلامی میان غریبه‌ها ثبت شد که ۵ مورد آن حول محور یک عنصر بصری یا هنری بود (پرسش درباره نمایشگاه، بحث درباره منظره، یا کمک به عکاسی).

-بوستان گفت‌وگو (نمونه شاهد)

مشاهدات در بوستان گفت‌وگو، به‌عنوان نمونه شاهد، تفاوت‌های معناداری را با دو نمونه دیگر آشکار کرد:

- **فعالیت‌های غالب:** فعالیت‌های اصلی در این بوستان، پیاده‌روی در مسیرهای تعیین‌شده و نشستن روی نیمکت‌ها برای استراحت بود. برخلاف دو نمونه دیگر، «توقف برای تماشای یک عنصر بصری خاص» تقریباً مشاهده نشد.
- **میزان تعامل:** تعاملات اجتماعی عمدتاً به گروه‌های از پیش آشنا (خانواده‌ها، دوستان) محدود بود. در ۱۸۰ دقیقه مشاهده، هیچ مورد تعامل کلامی میان غریبه‌ها ثبت نشد. فقدان یک نقطه کانونی بصری، به‌وضوح بر الگوهای رفتاری تأثیر گذاشته بود: افراد دلیلی برای توقف، اشاره به یک عنصر مشترک، یا آغاز گفت‌وگو با یک غریبه نداشتند.
- **نقشه رفتاری تطبیقی:** مقایسه نقشه‌های رفتاری بوستان گفت‌وگو با دو نمونه دیگر، نشان‌دهنده «توزیع یکنواخت[3]» فعالیت‌ها در بوستان گفت‌وگو در مقابل «تمرکز فعالیت حول نقاط کانونی بصری»[4] در دو نمونه دیگر بود.

- تحلیل ثانویه پروژه «پیش از آنکه بمیرم»

بررسی اسناد بصری و گزارش‌های منتشرشده از این پروژه (Chang, 2011; Design-Milk, 2011; Flavorwire, 2011) نشان می‌دهد که الگوی تعامل در این اثر، از نوع «تعامل مشارکتی[5]» است:

- دیوار پس از ۲۴ ساعت از اولین اجرا، کاملاً با دست‌نوشته‌های رنگارنگ پر شده است. این سرعت پُر شدن، نشان‌دهنده پاسخ بالای شهروندان به یک فراخوان مشارکتی ساده و مستقیم است.
- پس از پرشدن، دیوار شسته می‌شد و فرایند از نو آغاز می‌گردید؛ این چرخه تکراری، نوعی «آیین جمعی[6]» را شکل داده است که در آن، شهروندان به‌طور مداوم در حال خواندن، تأمل، و نوشتن بودند.
- تصاویر مستند نشان می‌دهند که افراد در برابر دیوار می‌ایستند، پاسخ‌ها را می‌خوانند، به یکدیگر اشاره می‌کنند، می‌خندند، و با یکدیگر گفت‌وگو می‌کنند. این اثر، یک «جامعه موقت[7]» حول یک کنش نوشتاری مشترک ایجاد کرده است.

- تحلیل ثانویه دیوارنگاره (رشته‌های مشترک)

بر اساس اسناد منتشرشده از برنامه دیوارنگاره‌های هنری فیلادلفی (Mural Arts Philadelphia; Google Arts & Culture)و نیز تحلیل‌های پژوهشی Stern & Seifert(2003)، دیوارنگاره «رشته‌های مشترک» واجد تأثیرات زیر بر تعاملات اجتماعی بوده است:

1 Interaction Hotspots
2 Optical Illusion
3 Even Distribution
4 Clustered Distribution around Visual Focal Points
5 Participatory Interaction
6 Collective Ritual
7 Temporary Community

- این دیوارنگاره به دلیل مقیاس عظیم و موقعیت مرکزی خود (تقاطع دو خیابان اصلی)، روزانه در معرض دید بیش از ۵۸۰۰ مسافر حمل و نقل عمومی قرار دارد و به‌عنوان یک «نقطه عطف شهری[1]» عمل می‌کند.
- فرایند مشارکتی خلق اثر (که شامل همکاری با دانش‌آموزان محلی بود) به ایجاد «حس مالکیت[2]» در جامعه محلی انجامید.
- این دیوارنگاره، به‌عنوان یک نماد بصری از تنوع فرهنگی و همبستگی اجتماعی، به بستری برای گفت‌وگوهای بینافرهنگی در محله‌ای تبدیل شده که از تنوع نژادی و قومی بالایی برخوردار است.

پ-گذار از دلالت بصری به تعامل اجتماعی در فضای عمومی

در یک نگاه کل‌نگر، هم‌پوشانی نتایج تحلیل نشانه‌شناسی اجتماعی و مشاهدات نظام‌مند رفتاری آشکار می‌سازد که میان «توانمندی نشانه‌شناختی محیط[3]» و «پویایی اجتماعی[4]» رابطه‌ای مستقیم و معنادار برقرار است. این رابطه را می‌توان در چهار محور پیوسته و استراتژیک خلاصه کرد:

۱. از مکث شناختی تا پروتکل‌های تعامل

با توجه به نتایج بدست آمده می‌توان دریافت که آثار احسان قدیانلو در خیابان ولیعصر با بهره‌گیری از سبک **فریب چشم** (Trompe-l'œil) فضایی «آستانه‌ای» خلق می‌کنند که باعث بروز "مکث شناختی" در جریان ادراک روزمره می‌شود. این مکث، رهگذر را به «تماشاگر» بدل می‌سازد و بذر تعامل را می‌پراکند، اما اغلب در سطح "درون‌گروهی" باقی می‌ماند. در مقابل، پروژه‌هایی با ماهیت "ناتمام و دعوت‌گر" همچون *Before I Die* نشان می‌دهند که نشانه‌شناسی «درخواست» و امکان مشارکت مستقیم، *پروتکل تعامل* را از تأمل صرف به "کنش جمعی" و مواجهه با غریبه‌ها ارتقا می‌دهد. این‌گذار، از سطح ادراک تا سطح مشارکت، هسته اصلی یافته‌های مرحله نخست را تشکیل می‌دهد.

۲. دیالکتیک فرم فضایی و محتوای گرافیکی

یافته‌های تطبیقی بین پل طبیعت و خیابان ولیعصر روشن ساخت که گرافیک محیطی در خلأ معنا نمی‌یابد؛ بلکه در تعامل با "زیرساخت‌های کالبدی و نشانه‌شناسی فضایی" عمل می‌کند. پل طبیعت، به‌واسطه طراحی چندسطحی و امکان «حق انتخاب مسیر»، زمینه‌ای عینی برای ماندگاری و گفت‌وگو می‌آفریند؛ نتیجه آن، "افزایش نه‌برابری مدت اقامت کاربران" نسبت به خیابان ولیعصر است. در نقطه مقابل، بوستان گفتگو به‌عنوان نمونه شاهد، با وجود کیفیت کالبدی مطلوب، به‌دلیل فقر دلالت‌گرانه و فقدان محرک‌های بصری مؤثر، به یک *فضای خنثی* بدل می‌شود؛ جایی که تعامل میان غریبه‌ها تقریباً محو است. به‌بیان دیگر، اثر گرافیکی تنها در پیوند با فضایی *پذیرا و انعطاف‌پذیر* می‌تواند به ظرفیت اجتماعی بالفعل برسد.

۳. رسانه و عکاسی به‌عنوان میانجی اجتماعی

مشاهدات می‌دانی نشان داد که فناوری و کنش‌های رسانه‌ای، به‌ویژه "عکاسی و سلفی شهری"، به‌عنوان "میانجی اجتماعی[5]" عمل می‌کنند و مرزهای تعامل را بازتعریف می‌نمایند. در برابر آثار قدیانلو یا دیوارنگاره‌های فیلادلفیا، کنش عکاسی بهانه‌ای برای مواجهه و گفت‌وگو میان غریبه‌ها فراهم می‌کند؛ لحظه‌ای که «تقاضای یک ثبت تصویری» به تبادل اجتماعی بدل می‌شود. این رفتار، وجه تازه‌ای از رابطه انسان و گرافیک محیطی را برملا می‌سازد؛ رابطه‌ای که از ادراک بصری به "تعامل رسانه‌ای و اشتراک تجربه" گذر می‌کند؛محوری کلیدی که در مصاحبه‌ها باید از منظر *تجربه زیسته* واکاوی شود.

۴. مقیاس و بیانیه هویت

در نمونه‌های بین‌المللی مورد بررسی، گرافیک محیطی از سطح زیبایی‌شناسی عبور کرده و به سطح "هویت اجتماعی و حس مالکیت" ارتقا یافته است. تحلیل‌ها نشان داد که "مقیاس کلان"، مشارکت جمعی و ارجاعات بینامتنی، اثر هنری را به نقطه عطف شهری[6] تبدیل می‌کند. در این موقعیت‌ها، دیوار یا سازه دیگر صرفاً حامل تصویر نیست؛ بلکه به بیانیه‌ای درباره همبستگی، *حضور جمعی* و *سرمایه اجتماعی* بدل می‌شود.

این یافته مسیر مرحله سوم تحقیق را روشن می‌سازد: در تحلیل مضمون بازتابی باید از سطح زیباشناسی اثر عبور کرده و به سمت تبیین "چگونگی شکل‌گیری حس تعلق و مالکیت اجتماعی" در مواجهه با گرافیک محیطی حرکت کرد. بنابراین، برآیند دو فاز نخست نشان می‌دهد که گرافیک محیطی هنرمحور در فضاهای عمومی، دیگر صرفاً ابزار تزئین یا ارتباط بصری نیست؛ بلکه عاملی" میانجی، تعاملی و جامعه‌ساز"

1 Urban Landmark
2 Sense of Ownership
3 Semiotic Affordance
4 Social Vitality
5 Social Mediator
6 Urban Landmark

است که ادراک فردی را به تعامل جمعی پیوند می‌زند. این سنتز، مبنای نظری ورود به فاز سوم پژوهش یعنی "تحلیل مضمون بازتابی" را فراهم می‌سازد تا الگوهای تجربه‌شده‌ی این تغییر[1]، با دقت تفسیر شوند. به‌واسطه این چارچوب: در مرحله RTA، دیگر نیازی به بازتوصیف الگوهای رفتاری و نشانه‌ای نداریم؛ بلکه می‌توانیم مستقیماً به سراغ "تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان" برویم و موضوعاتی همچون: چگونه این مکث‌ها، این فضاها، این کنش‌های مشارکتی و رسانه‌ای، و این حس تعلق یا عدم تعلق، در معنابخشی آن‌ها به «فضای عمومی» و «تعامل اجتماعی» نقش بازی کرده است را بپرسی.

ت-مضامین اصلی مستخرج از مصاحبه‌ها

در مرحله نخست تحلیل مضمون بازتابی، داده‌های متنی حاصل از مصاحبه‌ها به واحدهای معنایی تجزیه شدند و هر واحد بر اساس محتوای کنشی—ادراکی آن کدگذاری شد. کدهای اولیه سپس با رجوع مکرر به بافت گفتار و یافته‌های فازهای نشانه‌شناختی و رفتاری پالایش شدند و در قالب «مضامین پایه» سازمان یافتند. جدول زیر، نمونه‌ای از این فرآیند را به‌صورت شفاف و بازسازی‌پذیر نشان می‌دهد.

جدول ۱. نمونه متن خلاصه و تفکیک شده

مضمون پایه	مضامین اولیه	متن خلاصه و تفکیک شده
کننده تعامل‌عنوان شروع‌محرک بصری به	شروع گفت‌وگوی خودبه‌خودی؛ وجود موضوع مشترک؛ کاهش فاصله؛ میانجی‌گری بصری	«هر بار از کنار این نقاشی رد می‌شویم، ناخودآگاه درباره‌اش حرف می‌زنیم؛ انگار خودش بهانه‌ای برای شروع گفت‌وگو بین مردم شده»
دعوت بصری و مکث اختیاری	مکث اختیاری؛ دعوت بصری؛ جذابیت غیرتحمیلی؛ تمایل به تماشا	«این نقاشی جوری طراحی شده که آدم را مجبور نمی‌کند بایستد، ولی یک کشش خاص دارد که دلت می‌خواهد لحظه‌ای مکث کنی و نگاهش کنی»
غافلگیری مثبت و وقفهٔ شناختی	غافلگیری مثبت؛ مکث شناختی؛ خروج از روال عادی؛ توجه لحظه‌ای به محیط	«وقتی چشمم به آن تصویر بزرگ افتاد، یک‌لحظه ایستادم؛ انگار از حالت عادی رد شدن بیرون آمدم و به اطرافم با دقت بیشتری نگاه کردم»

در گام بعد و پس از استخراج کدهای اولیه و مضامین پایه در جدول پیشین، فرایند سازمان‌دهی و خوشه‌بندی مفهومی انجام شد. جدول ۲ ساختار سه‌لایه تحلیل مضمون را نشان می‌دهد که در آن مضامین پایه در قالب مضامین سازمان‌دهنده تجمیع و نهایتاً در چهار مضمون فراگیرِ برآمده از الگوهای معنایی داده‌ها بازنمایی شده‌اند.

جدول۲. مضامین فراگیر، سازمان‌دهنده و پایه‌ای تحقیق(RTA)

مضمون فراگیر	دهنده‌مضامین سازمان	مضمون پایه
تجربه زیبایی‌شناختی روزمره در فضاهای شهری	ادراک بصری و حسی	جلب توجه ناگهانی به رنگ، فرم یا مقیاس اثر
		مکث خودانگیخته در مسیر عبور برای نگاه‌کردن
		کشش دیداری «غیرتحمیلی»؛ دعوت به تماشا بدون اجبار
		برجسته‌شدن اثر در میدان دید روزمره (قاب‌شدن خیابان)
		احساس تازگی/تنوع بصری در محیط تکراری
	درگیری عاطفی و ذهنی	برانگیخته‌شدن احساس شگفتی یا خوشایندی
		تغییر خلق‌وخو پس از دیدن اثر (سبک‌شدن/انرژی‌گرفتن)
		تداعی خاطرات شخصی یا تجربه‌های قبلی
		حس نزدیکی/همذات‌پنداری با روایت یا تصویر
		ماندگاری تصویر در ذهن بعد از عبور
	تجربه زیباشناختی در «گذر روزمره»	دیدن اثر به‌عنوان بخشی از مسیر عادی زندگی
		توقف کوتاه و سپس ادامه مسیر (تعامل کم‌هزینه)
		تکرار مواجهه در روزهای مختلف و تقویت آشنایی
		عکاسی از اثر و نشان‌دادن آن به دیگران
		تبدیل اثر به نشانه‌ی «اینجا کجاست» در راه‌یابی/قرار گذاشتن
	زیبایی‌شناسی مکان‌مند	هماهنگی اثر با بافت محله/دیوار/معماری اطراف
		معنادار شدن رنگ‌ها و فرم‌ها در نسبت با زمینه شهری
		حس «سرجایش بودن» اثر در همان نقطه مشخص
		خوانش اثر با توجه به شلوغی/آرامی خیابان و ریتم حرکت
		درک کیفیت اجرا (ابعاد، تکنیک، تمیزی کار) در تجربه زیبایی

1 from seeing to belonging

تعامل اجتماعی و گفت‌وگوی شهری از رهگذر هنر شهری	گفت‌وگوی خودجوش	شروع صحبت ناگهانی بین رهگذران درباره همان اثر
		شکل‌گیری «موضوع مشترک» برای حرف‌زدن
		اظهار نظرهای کوتاه (قشنگه/عجیبه/چی می‌گه؟)
		پرسیدن نظر همراه/غریبه درباره معنا یا پیام
		ادامه‌دار شدن گفت‌وگو در حین حرکت یا بعد از عبور
	میانجی‌گری بصری و کاهش فاصله	کم شدن فاصله اجتماعی به‌واسطه نگاه مشترک
		ایجاد حس هم‌مکانی/هم‌تجربگی در فضای عمومی
		تبدیل دیوار/نقاشی به «واسطه» ارتباط انسانی
		تعامل محترمانه و کوتاه بدون نیاز به آشنایی قبلی
		پیوند بین نسل‌ها (جوان/می‌انسال) در تفسیر اثر
	کنش‌های ارتباطی پیرامون اثر	ایستادن دو یا چند نفر کنار اثر و بحث کوتاه
		اشاره‌کردن به جزئیات تصویر برای توضیح به دیگری
		روایت‌سازی جمعی: هرکس برداشت خودش را می‌گوید
		اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی و دعوت دیگران به دیدن
		شکل‌گیری قضاوت جمعی (پسند/نپسند) در محل
پویایی شناختی و «مکث» در تجربه شهر	مکث شناختی و خروج از روال	ایستادن لحظه‌ای به‌محض دیدن تصویر بزرگ/غیرمنتظره
		بیرون آمدن از حالت عادی رد شدن (قطع اتوماتیک‌بودن عبور)
		نگاه دوباره به همان نقطه و وارسی جزئیات
		بازتنظیم توجه: دیدن محیط با دقت بیشتر پس از مکث
		حس «گیر افتادن نگاه» روی اثر برای چند ثانیه
	کنجکاوی و معناکاوی	پرسش از اینکه «چی می‌خواد بگه؟ »
		تلاش برای فهم نمادها/روایت تصویری
		چندمعنایی بودن اثر و امکان برداشت‌های متفاوت
		بازخوانی اثر در گذرهای بعدی با برداشت تازه
		گفتن/نوشتن برداشت شخصی برای خود یا دیگران
	بازاندیشی درباره شهر و نقش هنر	فکر کردن به اینکه هنر چطور فضای شهر را تغییر می‌دهد
		مقایسه این دیوار با دیوارهای بی‌روح و تبلیغاتی
		حساس شدن به کیفیت بصری محله پس از تجربه اثر
		ایده‌پردازی اینکه کجاهای دیگر شهر هم نیاز به هنر دارد
		پرسشگری درباره سیاست‌گذاری/حمایت از هنر شهری
هویت مکان و حافظه جمعی در هنر شهری	نشانه‌های فرهنگی و محلی	بازشناسی نمادهای ایرانی/محلی در تصویر
		پیوند دادن اثر به داستان‌ها/یادمان‌های جمعی
		احساس تعلق به محله به‌واسطه دیده‌شدن نشانه‌های خودی
		معنا گرفتن مکان به خاطر «این دیوارنگاره معروف»
		روایت شدن اثر در گفت‌وگوهای محلی (این نقاشی رو دیدی؟)
	ساختن حس مکان و تمایز محله	تبدیل شدن اثر به نشانه‌ی هویتی آن خیابان/کوچه
		افزایش جذابیت فضایی و قابل‌به‌خاطر سپردن شدن مکان
		مقصد شدن نقطه (آمدن برای دیدن/عکس گرفتن)
		احساس «زنده‌تر شدن» فضا با حضور هنر
		نسبت دادن کیفیت فرهنگی/هنری به محله

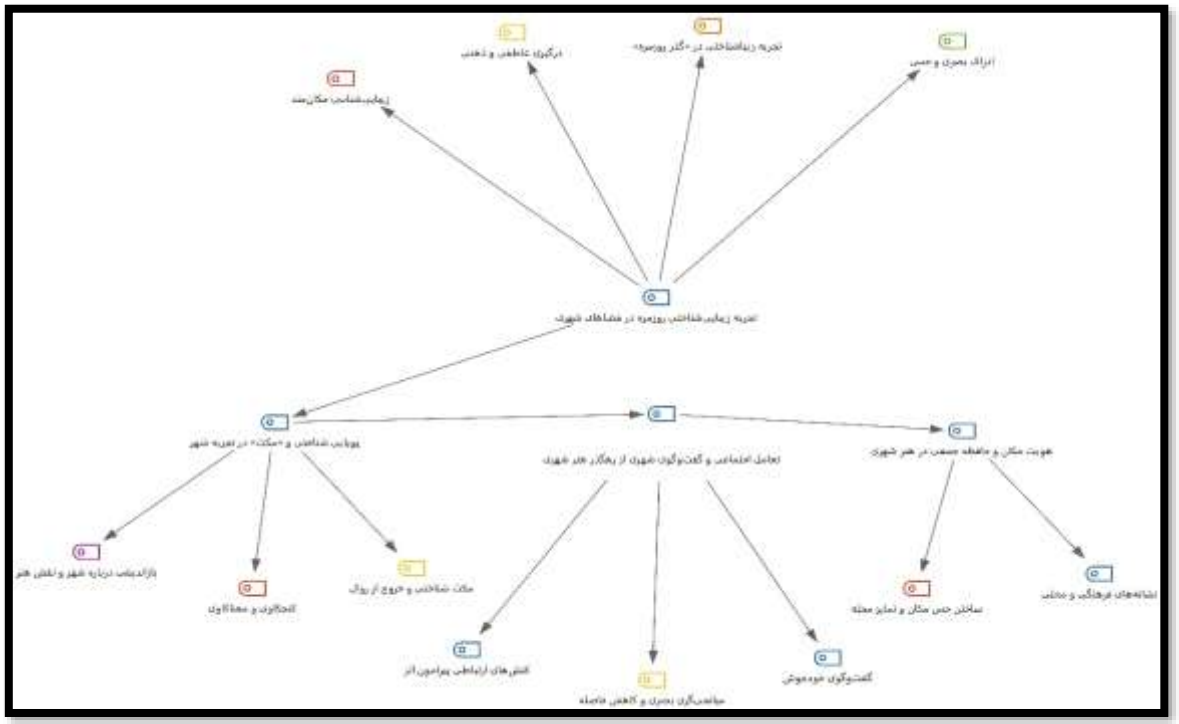
همان‌گونه که جدول ۲ نشان می‌دهد، مضامین پایه در قالب چهار مضمون فراگیرِ و دوازده مضمون منسجم سازمان‌دهنده دسته‌بندی یافته‌اند. برای درک عمیق‌تر روابط میان این مضامین و نحوه هم‌ظهوری آن‌ها در روایت مشارکت‌کنندگان، در گام بعد ماتریس هم‌وقوعی مضامین ارائه می‌شود تا پیوندهای درونی و شدت هم‌ارتباطی میان خوشه‌های معنایی روشن گردد. . این ماتریس نشان‌دهنده فراوانی هر یک از مضامین در ارتباط با سایر مضامین است. جدول ۳ نشان می‌دهد که چگونه مضامین سازمان‌دهنده در واحدهای معنایی مشترک به‌صورت شبکه‌ای با یکدیگر ظاهر شده‌اند و از خلال این هم‌ظهوری، ساختار درونی تجربه مخاطبان از تأثیر گرافیک محیطی هنرمحور بر تعامل اجتماعی در فضاهای عمومی آشکار می‌شود.

جدول. ۳ شبکه مضامین حاصل جمع دوبه دوفراوانی‌های متغییرهای مضامین پایه

دهنده‌مضامین سازمان	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۱. ادراک بصری و حسی	—											
۲. درگیری عاطفی و ذهنی	۳۲	—										
۳. تجربه زیباشناختی در «گذر روزمره»	۲۸	۳۰	—									
۴. زیبایی‌شناسی مکان‌مند	۲۴	۲۲	۲۳	—								
۵. گفت‌وگوی خودجوش	۱۴	۱۶	۱۲	۱۰	—							
۶. میانجی‌گری بصری و کاهش فاصله	۱۸	۱۸	۱۶	۱۴	۲۶	—						
۷. کنش‌های ارتباطی پیرامون اثر	۱۶	۱۶	۱۴	۱۲	۲۸	۲	—					
۸. مکث شناختی و خروج از روال	۲۲	۲۰	۱۸	۱۶	۱۰	۱۲	۱۲	—				
۹. کنجکاوی و معناکاوی	۲۰	۲۲	۱۶	۱۶	۱۲	۱۴	۱۴	۳۰	—			
۱۰. بازاندیشی درباره شهر و نقش هنر	۱۴	۱۸	۱۴	۲۰	۱۰	۱۲	۱۲	۲۴	۲۳	—		
۱۱. نشانه‌های فرهنگی و محلی	۱۶	۱۶	۱۴	۲۶	۸	۱۰	۱۰	۱۴	۱۴	۱۸	—	
۱۲. ساختن حس مکان و تمایز محله	۱۸	۱۸	۱۶	۲۸	۱۰	۱۲	۱۲	۱۶	۱۶	۲۰	۳۰	—

نتایج حاصل از ماتریس هم‌وقوعی مضامین سازمان‌دهنده نشان می‌دهد که روابط میان مضامین پژوهش در تجربه زیباشناختی فضاهای عمومی، الگوی منسجم و شبکه‌ای به خود گرفته است. بر اساس توزیع به‌دست‌آمده از داده‌های مضامین، بیشترین هم‌وقوعی‌ها میان مضامین «درگیری عاطفی و ذهنی»و «ادراک بصری و حسی» ؛ « تجربه زیباشناختی در گذر روزمره»، و «ادراک بصری و حسی و درگیری عاطفی و ذهنی» و کنجکاوی و معناکاوی و مکث شناختی و خروج از روال» دیده می‌شود؛ این امر مؤید آن است که حضور آثار گرافیکی هنرمحور نه‌تن‌ها دعوت‌گرِ توجه بصری است، بلکه پیوندی عاطفی، تفسیری و هویتی را نیز در سطح کاربر شهری فعال می‌کند. از سوی دیگر، ارتباط‌های فرعی اما معنادار بین مضامینی همچون «میانجی‌گری بصری و کاهش فاصله»، «گفت‌وگوی خودجوش« و «کنش‌های ارتباطی پیرامون اثر» نشانگر آن است که ابعاد اجتماعی گرافیک محیطی در قالب الگوهای گفت‌وگویی و مواجهه نمادین ظاهر می‌شوند؛ یعنی مخاطب صرفاً مصرف‌کننده پیام بصری نیست بلکه در تعامل می‌ان‌ذهنی با فضا وارد می‌شود.

در ادامه، نمودار یکپارچه ترسیم‌شده بر اساس خروجی مکس‌کیودا فرایند علی و مرحله‌ای تأثیر گرافیک محیطی هنرمحور بر تعامل اجتماعی و هویت‌مندی فضاهای عمومی را به‌صورت بصری و خلاصه نشان می‌دهد.



شکل ۱. فرایند علی و مرحله‌ای تأثیر گرافیک محیطی هنرمحور بر تعامل اجتماعی و هویت‌مندی فضاهای عمومی

در این مدل، «تجربه زیبایی‌شناختی روزمره» در رأس نمودار به‌عنوان محرّک اولیه قرار گرفته و آغازگر زنجیره ادراکی—اجتماعی تلقی می‌شود. این برانگیختگی اولیه، مطابق جهت فلش‌ها، به «پویایی شناختی و مکث» منتهی می‌شود؛ مرحله‌ای که در آن مخاطب وارد پردازش شناختی

و معناکاوی نشانه‌ها می‌شود. پیامد طبیعی این درگیری شناختی، همان‌گونه که نمودار نمایش می‌دهد، شکل‌گیری «تعامل اجتماعی و گفت‌وگوی شهری» است؛ یعنی تجربه مشترک ادراک و تفسیر اثر به بستری برای گفت‌وگو، مشارکت و هم‌تجربگی کاربران تبدیل می‌شود. در نهایت، پیکان انتهایی نشان می‌دهد که انباشت و تداوم این تعاملات، به «هویت مکان و حافظه جمعی» ختم می‌شود؛ مرحله‌ای که در آن مداخله هنری از سطح زیبایی‌شناختی فراتر رفته و به پیامدهای کلان، پایدار و هویت‌ساز برای فضای عمومی منجر می‌شود. این نمودار درواقع الگوی تحول‌محوری را نمایش می‌دهد که از یک محرّک حسی آغاز شده و به هویت‌مندی پایدار مکان ختم می‌شود.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد که گرافیک محیطی هنرمحور در فضاهای عمومی، صرفاً یک لایه تزئینی یا زیباساز نیست، بلکه به‌عنوان یک میانجی ادراکی—اجتماعی عمل می‌کند که می‌تواند از طریق جلب توجه، ایجاد مکث شناختی، و برانگیختن معناکاوی، زمینه بروز تعاملات اجتماعی را فراهم سازد. هم‌پوشانی نتایج تحلیل نشانه‌شناختی، مشاهده نظام‌مند و تحلیل مضمون بازتابی نشان داد که مواجهه با آثار هنری محیطی معمولاً از سطح ادراک بصری و حسی آغاز می‌شود، سپس به درگیری عاطفی و ذهنی و تجربه زیباشناختی در گذر روزمره گسترش می‌یابد و در نهایت، در شرایط مناسب، به گفت‌وگو، کنش ارتباطی، و تقویت حس مکان منتهی می‌شود. از این منظر، هنر شهری نه فقط پیام‌رسان بصری، بلکه سازوکاری برای فعال‌سازی تجربه اجتماعی در بطن زندگی روزمره شهری است. در عین حال، یافته‌ها نشان دادند که شدت و کیفیت این اثرگذاری وابسته به نوع مداخله گرافیکی و بستر فضایی آن است. دیوارنگاره‌های ایستا، مانند نمونه‌های خیابان ولیعصر، عمدتاً موجب مکث، تماشا و گفت‌وگو در سطح درون‌گروهی می‌شوند، در حالی که مداخلات مشارکتی یا دعوت‌گر، همچون پروژه *قبل از اینکه بمیرم*...، ظرفیت بیشتری برای برانگیختن تعامل با غریبه‌ها و شکل‌دهی به کنش جمعی دارند. همچنین مقایسه پل طبیعت با بوستان گفت‌وگو نشان داد که اثر اجتماعی گرافیک محیطی تنها در پیوند با ساختار فضایی پذیرای مکث، ماندگاری و انتخاب‌پذیری رفتاری بالفعل می‌شود؛ به بیان دیگر، هنر محیطی زمانی بیشترین کارکرد اجتماعی را پیدا می‌کند که فضا نیز امکان توقف، مشاهده، مشارکت و تبادل را مهیا کرده باشد.

تحلیل مضامین و ماتریس هم‌وقوعی نیز این الگو را تأیید کرد و نشان داد که بیشترین پیوند میان مضامین مربوط به ادراک بصری و حسی، درگیری عاطفی و ذهنی، تجربه زیباشناختی در گذر روزمره، مکث شناختی و کنجکاوی و معناکاوی است. این هم‌رخدادی‌ها بیانگر آن است که تأثیر گرافیک محیطی هنرمحور بر تعامل اجتماعی، از مسیر یک زنجیره تدریجی و لایه‌مند رخ می‌دهد: نخست توجه برانگیخته می‌شود، سپس ذهن و عاطفه درگیر می‌گردد، و در ادامه امکان گفت‌وگو، ارتباط و هم‌تجربگی فراهم می‌شود. افزون بر این، پیوند مضامینی چون نشانه‌های فرهنگی و محلی و ساختن حس مکان و تمایز محله نشان می‌دهد که این نوع مداخله می‌تواند از سطح تعاملات لحظه‌ای فراتر رفته و در تقویت هویت مکانی و حافظه جمعی نیز نقش ایفا کند.

بر این اساس، می‌توان نتیجه گرفت که گرافیک محیطی هنرمحور، در صورت برخورداری از کیفیت زیبایی‌شناختی، ظرفیت نشانه‌ای، پیوند با زمینه فرهنگی، و استقرار در فضایی واجد امکان مکث و مشارکت، می‌تواند به ارتقای تعامل اجتماعی در فضاهای عمومی کمک کند. بنابراین، برای برنامه‌ریزی و طراحی شهری، توجه به هنر محیطی باید از سطح زیباسازی فراتر رود و به‌عنوان بخشی از راهبردهای ارتقای کیفیت تجربه شهری، تقویت حس تعلق، و افزایش سرمایه اجتماعی در نظر گرفته شود.

۶. منابع

1. Altman, I. , & Low, S. M. (Eds.). (1992). *Place attachment*. Plenum Press.
2. Barker, R. G. (1968). *Ecological psychology: Concepts and methods for studying the environment of human behavior*. Stanford University Press.
3. Bihaviyan and Nojaviyan Gohar Danesh Company. (2013). Social and cultural impact assessment of mural painting and environmental graphic projects in District 7 of Tehran [Research project]. Tehran Municipality. (in Persian).
4. Bourriaud, N. (2002). *Relational aesthetics*. Les presses du réel.
5. Braun, V. , & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa
6. Carmona, M. , Heath, T. , Oc, T. , & Tiesdell, S. (2010). *Public places, urban spaces: The dimensions of urban design* (2nd ed.). Architectural Press.
7. Chang, C. (2011). Before I die. Candy Chang. https://candychang.com/work/before-i-die-in-nola/
8. Denzin, N. K. , & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE.
9. Design-Milk. (2011). Before I die by Candy Chang. https://design-milk.com/before-i-die-by-candy-chang/
10. Flavorwire. (2011). Photo gallery: The ‘Before I Die’ project. https://www.flavorwire.com/170258/photo-gallery-the-before-i-die-project
11. Gehl, J. (2011). *Life between buildings: Using public space* (J. Koch, Trans.). Island Press.
12. Ghiyasvand, A. (2018). Investigating the attitudes of Tehran citizens towards mural paintings: An empirical study of District 19. *Quarterly Journal of Urban and Regional Development Planning, 3*(4), 67–98.(in Persian).
13. Golden, J. , Rice, R. , & Kinney, M. Y. (2002). *Philadelphia murals and the stories they tell*. Temple University Press.
14. Google Arts & Culture. (2026). Common Threads — Meg Saligman, photo by Steve Weinik. https://artsandculture. google.com/asset/common-threads/
15. Jahani Dowlatabad, E. (2012). Social and cultural impact assessment of mural painting and environmental graphic projects in District 11 of Tehran [Research project]. Tehran Municipality. (in Persian).
16. Khansari, M. (2009). A look at the visual identity of the city and the place of urban graphics. *Newsletter of the Iranian Graphic Designers Society, 12*(35), 34–36.(in Persian).
17. Kress, G. , & van Leeuwen, T. (2021). *Reading images: The grammar of visual design* (3rd ed.). Routledge.
18. Kusenbach, M. (2003). Street phenomenology: The go-along as ethnographic research tool. *Ethnography, 4*(3), 455–485. https://doi.org/10.1177/146613810343007
19. Lefebvre, H. (1991). *The production of space* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Blackwell.
20. Mohammadi, M. (2015). Studying and examining the aesthetic dimensions of wall paintings in Tehran [Research project]. Tehran Urban Planning and Studies Center. (in Persian).
21. Mural Arts Philadelphia. (2024). History. https://muralarts.org

22. Oldenburg, R. (1989). *The great good place: Cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day*. Paragon House.
23. Sadeghpour, L. (2010). Urban furniture is incompatible. Architecture and Urbanism Information Base. (in Persian).
24. Sajjadzadeh, H. , Karimi Moshaver, M. , & Vahdat, S. (2017). Visual reading of environmental graphics in urban spaces with emphasis on mural painting, case study: Tehran. *Armanshahr Architecture & Urban Development, 10*(18), 45–58.(in Persian).
25. Shojaee, D. , & Partovi, P. (2015). Factors affecting the creation and enhancement of sociability in public spaces with different scales in Tehran: Case study of public spaces of two neighborhoods and one district in District 7 of Tehran. *Journal of Architecture and Urban Planning, 12*(34), 93–108.(in Persian).
26. Stern, M. J. , & Seifert, S. C. (2003). An assessment of community impact of the Philadelphia Department of Recreation Mural Arts Program. University of Pennsylvania, School of Social Work.
27. Visit Iran. (2025). Tabiat Bridge. https://www.visitiran.ir/attraction/tabiat-bridge
28. Whyte, W. H. (1980). *The social life of small urban spaces*. The Conservation Foundation.
29. Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE.
30. Zebracki, M. (2012). *Public artopia: Art in public space in question*. Amsterdam University Press.