

## آن جا که صدای مردم بر تن شهر نقش می‌بندد...<sup>۱</sup>

عباس کیانی

### در ابتدا

گرافیتی یا نقاشی دیواری، تاریخچه‌ای طولانی دارد. بسیاری ریشه‌ی این هنر را در دوران باستان و در سنگ‌نوشته‌ها جستجو می‌کنند. با این حال ارائه و عرضه‌ی این هنر در دوران مدرن به عنوان «بیانی خلاقانه»، به خرده‌فرهنگ‌های موجود در شهرها باز می‌گردد. در دهه‌های اخیر، گرافیتی به پدیده‌ای شهری بدل گشته و عملکردی بیش از خلق صحنه‌ای جذاب در فیلمی هنرمندانه را پیدا کرده است. راهی برای بیان عقاید و دیدگاه گروه‌های به حاشیه رانده‌شده‌ای که دسترسی به امکانات رسمی تبلیغاتی را ندارند. گرافیتی با برخورداری از بیان نمادین و رمزگونه‌ی خود، صورتی پنهان و مخفی در شهر برای خود ساخته است. وسیله‌ای گشته برای آنان که می‌خواهند خود را از فرهنگ رسمی جدا سازند. مطابقت و سازگاری گرافیتی و خیابان می‌تواند تأثیراتی بر جوامع و افراد داشته باشد [۲]. دیدگاه‌ها پیرامون ارزیابی و نوع نگاه به گرافیتی همیشه دارای دوگانگی‌هایی بوده‌است. دوگانگی‌هایی از قبیل: آیا گرافیتی در خدمت گروه‌ها و خرده‌فرهنگ‌های اجتماعی دارای رفتارهای ضد اجتماعی است یا در خدمت شهر و کمک به زیبایی شهر؟ گرافیتی در خدمت شهر است یا در برابر آن؟ و در آخر دوگانگی هنر یا جرم بودن آن؟!

گرافیتی تمرینی جهت تجسم‌پذیری شهر است. بسیاری از آفرینندگان این آثار را با عنوان طبقه‌ی خلاق غیررسمی یاد می‌کنند. هنری روزمره و شکلی از مقاومت فردی و جمعی، که منعکس‌کننده درگیری‌ها، فرای معانی و ارزش‌هاست، و نیز تفاوت در درک این‌که فضای همگانی چیست و برای چه کسانی است؟! گرافیتی دغدغه‌مندی‌هایی پیرامون این‌که «ما چه شهرهایی می‌خواهیم و چه قدرتهایی، به فضاهای شهری ما شکل می‌دهند و آن‌ها را کنترل می‌کنند و چگونه فضاها و مکان‌ها سازمان‌دهی، نظارت و تنظیم می‌شوند» را به تصویر می‌کشد. آنچه اکثریت بر سر آن توافق نظر دارند بیان این نکته است که گرافیتی مدرن با «شهر» و «شهريت» عجین شده و به جزیی جدانشدنی از آن‌ها بدل گشته است و به بیان شهری مدرن و نیز مبارزه با تغییر ارزش‌ها و تغییرات در نحوه استفاده از فضاهای شهری این دوره می‌پردازد. مداخله‌ای شهری در فضاها و تسخیری از جنس هنر.

### گرافیتی، نمودی از یک نظریه

در نظریه‌های اجتماعی-فضایی، نحوه‌ی ادراک و تجربه فضاهای شهری، موضوعی حائز اهمیت است که مورد بررسی قرار می‌گیرد و مهم‌تر و قابل تأمل‌تر از آن، «رابطه‌ی گرافیتی با تولید فضا» می‌باشد. بنابراین، سیری مختصر در اندیشه‌های «لوفور» به عنوان فیلسوفی که عمده تفکراتش پیرامون شهر و فضاست، ما را در این حیطه کمک می‌کند. او این‌گونه می‌اندیشد که گرافیتی، نه تنها بایستی به عنوان هنر عمومی دارای تنوع و آزادی مورد مطالعه قرار گیرد، بلکه مهم‌تر از آن، باید به عنوان «مطالبه‌گری شهری» نگریسته شود. مداخله‌ای در زندگی روزمره که سعی در خلق فضاهای شهری، چیزی فراتر از فضاهای شهری در اختیار نظام سرمایه‌داری، دارد. نظریه هنری لوفور پیرامون «تولید فضا»، شهر، مدرنیته و مطالبه‌گری‌اش نسبت به حق بر شهر، ابزاری را جهت بازخوانی گرافیتی به عنوان مداخله‌ای فعال و خلاق در فضاهای شهری فراهم می‌آورد، که تأکید آن بر امکان آفرینش مجدد و احیای شهر برای «مردم» است، نه تنها برای «سود». همان چیزی که دیویدهاروی آن‌را به مثابه کنشی سیاسی-خلاقانه می‌ستاید و می‌گوید [۳]:

“The right to change ourselves by changing the City”

<sup>۱</sup> این متن پیشتر در فصلنامه‌ی زیر منتشر شده است :

فصلنامه علمی-دانشجویی هفت، دانشگاه شیراز، سال هشتم، شماره هفدهم، زمستان ۱۳۹۶

## فضا و دیالکتیک

لوفور اساساً بر مفهوم تولید فضا تأکید داشته و نیاز به درک و فهم فضا را زمینه‌ای می‌داند که در آن تعاملات شهری، آغازگر آفرینش معانی، ارزش‌ها و نمادها می‌شود. مقصود از واژه «فضا»، تولیدی اجتماعیست، که شامل مجموعه‌ای پیچیده از عوامل و عناصری می‌شود که چگونگی ارتباط فرم‌ها و ساختارهای خاص فضا با عملکردها را نمایان می‌سازد و نیز بررسی این‌که ارتباطات، چگونه بر استفاده‌ی فضا در زندگی روزمره تأثیرگذار است. بر این اساس، جوامع در دوره‌های زمانی متفاوت، فضاها را مطابق با نیازها و اولویت‌هایشان شکل می‌دهند. اما در نظام سرمایه‌داری فضا تنها و تنها به منظور رفع نیازهای سرمایه‌داری تولید می‌گردد؛ فضایی در اختیار تولید، مصرف و سودآوری. فضا در چنین نگرشی، صرفاً محصولی مادی است. اما از منظر و دیدگاه لوفور، فضا فرای یک کالبد است و به‌طور هم‌زمان شامل روابط اجتماعی بین مردم و بین مردم و اشیا موجود در فضا است. در واقع، فضا دارای خاصیتی است که به بروز برخی اعمال و عملکردها اجازه‌ی رخ‌دادن می‌دهد و برخی دیگر را مانع می‌گردد. آنچه لوفور آن را درگفته‌های خویش **عرصه نبرد حیاتی شهر** می‌نامد، اشاره به عرصه‌ای دارد که در آن کشمکش‌ها بر سر معانی، ارزش‌ها و استفاده از فضا به وقوع می‌پیوندد. در چنین حالتی فضا، صحنه‌ای می‌گردد برای به بحث کشاندن مفاهیمی همچون «عدالت اجتماعی» و «برابری». به‌دنبال چنین تعریفی از فضا، پرسش‌هایی مطرح می‌گردد: «مالکیت فضا با چه کسانی است؟ چه کسی بر آن نظارت دارد؟ برای نیل به چه اهدافی؟ و چگونه تجربه‌ی زندگی روزمره مردم شهر، تحت تأثیر قرار می‌گیرد؟». عصاره‌ی صحبت‌های لوفور پیرامون فضا در این تعریف خلاصه می‌شود که: فضا محصول و فرایند فعالیت اجتماعی، در سازوکار جوامع است، که تحت عنوان **انقلاب شهری** و تحت تأثیر سرمایه‌داری مطرح می‌گردد [۳].

برای فهم بهتر و دقیق‌تر مفهوم فضا و تأثیراتی که بر فرم، ساختار و تجربه‌ی زندگی روزمره دارد، لوفور سه عنصر لازم برای تولید فضا را مطرح می‌کند، که عبارتند از [۱]:

- Spatial Practices
- Representations of Space
- Spaces of Representations

برای درکی درست از مفهوم تولید فضا و چگونگی تولید آن، به فهمی تعاملی از سه عنصر اصلی نیاز است. حال برای لوفور که تحت تأثیر غلبه‌ایست که سرمایه‌داری بر فضاهای شهری دارد، در سه‌گانه‌ی مذکور، بازنمایی‌های فضا<sup>۲</sup> است که خواست‌ها و اولویت‌بندی‌های مالی و سرمایه‌ای را در این نظام مالی مشخص می‌کند. شکل و فرم فضا حاصل رقابتی ارزشی و ایدئولوژیک می‌باشد. تلاش‌هایی که برای آشکارسازی ارزش‌ها و معانی، برای اهدافی خاص صورت می‌گیرد.

با تفاسیر فوق و به میان آمدن واژگانی هم‌چون رقابت و شکل‌دهی به فضا، شهر ابزاری می‌گردد در دستان سرمایه‌داری به‌منظور پیاده‌سازی اهداف خود. فضایی که در اصل باید عرصه‌ای باشد برای تعاملات و تغییرات اجتماعی. بنابراین، به‌جای داشتن فضایی اجتماعی و جمعی در محیطی آزاد، ما مجبور به زندگی در فضایی می‌گردیم که بر اساس ارزش‌های سرمایه‌دارانه شکل گرفته‌اند. بازنمایی‌های فضا، در واقع اشاره‌ایست بر قدرت سازمان‌دهی، تنظیم و تعیین فضا با توجه به عملکردها، اهداف و اولویت‌ها که تأثیری مستقیم بر تحدید تعاملات اجتماعی دارد و **گسست فضایی اجتماعی**، که حاصل تفاوت‌های اجتماعی ایجاد شده است، می‌تواند یکی از نتایج هولناک آن باشد. دخالت در شکل‌گیری فضا، عملکردها، استفاده از فضا و دسترسی به فضاهای همگانی و اجتماعی، از آن‌جایی مهم تلقی می‌گردد که ما، به‌واسطه آن‌ها، یاد می‌گیریم که کجا هستیم؟! و جایگاهمان در چارچوب زمان\_فضا چیست؟ پس این پرسش اصولی مطرح می‌گردد که «چه کسی می‌تواند و باید فضاهای همگانی را اشغال کند و باعث تعریف و شکل‌گیری تصویر ذهنی شهر گردد؟» پرسشی با پایانی باز [۳].

در فضای سرمایه‌دارانه تمام ارزش‌ها براساس **سود** و ارزش مبادله‌ای تعریف می‌شود. در قالب مفهوم **فضای کالایی‌شده**، چنین فضایی تمام عناصرش قابل تبادل و تعویض است. فضایی که هر آنچه با خودش مغایرت دارد را از میان برداشته و آنچه در جهت سودآوری می‌باشد را نگه می‌دارد. برخلاف آنچه می‌گویند، هر آنچه در شهر رخ می‌دهد نباید قابل پیش‌بینی باشد. همانند شهرهای قرون وسطایی که فراتر از مکانی صرفاً برای دادوستد و انباشت سرمایه عمل می‌کردند؛ شهرهایی که براساس نیازهای ساکنین‌شان شکل می‌گرفتند و عرصه‌های همگانی که به‌وسیله مردمانش اولویت‌بندی می‌شدند. شهر در واقع دارای بروزی آزادانه بوده است.

### حق نوشتن شهر؛ فریادی به رنگ گرافیتی [۳]

لوفور بر پیچیدگی تولید فضا و تأثیراتش بر فرم و زندگی شهری، تأکید داشته است. به عقیده لوفور، «حق بر شهر» چیزی مشابه مطالبه‌گری است و نباید به عنوان بازگشتی به شهرهای سنتی و پیشین تلقی گردد. حرکتی به‌سوی اصلاح و بازپس‌گیری حق زندگی

<sup>2</sup> Representations of Space

## فضا و دیالکتیک

شهری. مطالبه‌گری برای احقاق حق سکونت و داشتن فضایی مطلوب. و مهم‌تر از همه، داشتن این حق که بگویم شهرهایمان چگونه توسعه یابند و مورد استفاده قرار گیرند؟ مردم با ابراز نگرش‌ها و ارزش‌هایشان در فضاهای شهری، فضا را از آن خود می‌کنند. تجلی تمام آن‌چه گفته شد، در فضاهای همگانی است و از آن‌جایی که خیابان مهم‌ترین فضای شهریست، صحنه‌ی نمایشی برای به تصویر کشاندن تجربه‌ی زندگی شهری می‌گردد. تجربه‌ای متمایز و منحصر به فرد. خیابان است که رشد و نمو شهرها و زندگی‌های جاری در آن‌ها را به تصویر می‌کشد. لوفور خیابان و در مفهومی فراگیر، فضاهای همگانی را تنها برای شهرهای سالم و انسانی نمی‌بیند، بلکه آن‌ها را برای جامعه‌ی شهری واقعاً دموکراتیک مورد توجه قرار می‌دهد. به تعبیر او خیابان، مکانی برای نمایش و یادگیری است. پس حق بر شهر، حقی است برای استفاده‌کنندگان فضا که از طریق فضایی همگانی همچون خیابان محقق می‌گردد. دیوارهای شهر نماد و نشانه‌ای می‌شود برای مجادلات، کشمکش‌ها و تعاملات، جایی که در آن کلمات، نشانه‌ها و حتی اشیاء در تکاپویی دائمی‌اند. مکانی که صدای خواست‌ها و مطالبه‌گری‌های شهروندان فریاد زده می‌شود، جایی برای نوشتن فریاد شهری. شهر همانند هر جنبه‌ی دیگری از زندگی، شامل مصرف نشانه‌هاست. همه‌ی ما باید «خواندن» و درک نشانه‌شناسی شهر را به عنوان وسیله‌ای برای معنا دادن به اطلاعاتی که در پیام‌های بی‌شمار که در تجربه روزمره با پیچیدگی‌های زندگی شهری مواجه می‌شویم درک کنیم. «نوشتن» شهر و به‌طور کلی نوشته‌های شهری، استفاده از فضا توسط ساکنانش در «زمان» را نشان می‌دهد.

گرافیتی نیز مداخله‌ایست از طریق افرادی که قدرت را در دست ندارند و از حقوق خود در شهر محروم گشته‌اند. کسانی که سعی در معنادار کردن فضا از طریق نقاشی و ثبت اعتراضات خود بر تن شهر دارند. به‌واسطه نشانه‌شناسی، مجموعه‌ای از مفاهیم و معانی به اذهان شهروندان انتقال می‌یابد و این همان چیزی است که در لفظ لوفور، اهمیت هنری هم‌چون گرافیتی را در عرصه‌های همگانی تأیید می‌کند. گرافیتی مثالی است از بازگشت به شهر به مثابه مکانی خلاق؛ روندی که در آن، شهر پیوسته در حال تغییر است و فرصت‌های دیدن متفاوتی را پیش روی مردم شهر قرار می‌دهد. گرافیتی تنها در خدمت گرافیسیت‌ها نمی‌باشد بلکه هنری است برای تمام آنان که شهر را می‌بینند و می‌خوانند؛ می‌تواند نمود شهروندان در شهرهایشان باشد. اجازه دادن به بروز خود در شهر و پراکنده نمودن معانی و پیام‌هایی در فضای شهر که حاصل تجربه‌های مشترک شهری است. در چنین فرایندی است که فضا\_زمان مانند اثری هنری در عرصه شهر پدیدار می‌شود. از این طریق است که هنر به سرچشمه‌ای برای طرح موضوعات مناسب بدل می‌گردد؛ کیفیاتی که بر فضاهای شهری حک می‌شود. بحث اصلی بر سر این موضوع است که تولید فضای شهری درگفته‌های لوفور، راهی برای «خوانش مجدد شهر»، از منظری نو را پیش رو می‌نهد. در این میان، گرافیتی به عنوان هنری شبانه، که در روز خوانده می‌شود، مطرح می‌گردد. کنشی در زندگی شهری که دیوارها و سطوح شهر را مکانی برای برقراری ارتباطات انتخاب کرده است تا این عبارت را پررنگ کند که: «شهر برای مردم است نه برای سود» و به گفته لوفور: «حق بر شهر کسانی که شهر را می‌نویسند.»

### در انتها

بسیاری از دیدگاه‌ها وجود دارد که گرافیتی را مشکلی اجتماعی و حتی رفتاری ضد اجتماعی می‌خواند [۲]. در عین حال که صورتی منفی از گرافیتی در میان اذهان وجود دارد، نکته این‌جاست، که اگر تمام بیلبوردها، تابلوهای بزرگ فروشگاه‌ها و بانک‌ها و تبلیغات بر روی اتوبوس‌ها را مشاهده کنیم، این سؤال ایجاد می‌شود که «چرا تنها کلمات و تصاویری در شهر نمایش داده می‌شود که در خدمت مصرف‌گرایی و سرمایه‌داری است؟» پرسش‌هایی که سرچشمه آنان این پرسش اساسی است که «شهرها برای چه کسانی هستند؟». حق بر شهر مداخله تمام ساکنان شهر در نوشتن و خواندن شهر و رویارویی با خطر «تروریسم تبلیغاتی» است و نیز حق از بین بردن بتن و شیشه‌های بی‌روحي که محدودیتی گشته‌اند بر سر راه خواست‌ها و مطالبه‌گری‌های مالکان اصلی فضا.

به بیان مامفورد، درکی روشن و مشارکتی همگانی برای فهم پیچیدگی‌های شهرهای مدرن لازم است. «شهر هنر را می‌پروراند و خود هنر است؛ صحنه‌ی نمایش را می‌آفریند و خود صحنه‌ی نمایش است». نوشتن بر تن شهر و نقاشی بر دیوارهای آن، گونه‌ای از هنر با مداخله‌ای منحصر به فرد در فضاهای شهری که به دنبال بازپس‌گیری ساختارها و فرم‌های در تسخیر سرمایه‌داری است. خصومت سرمایه‌داری با هنر گرافیتی بر سر مفهوم «زیبایی» است، چرا که گرافیتی فاقد «زیبایی سودآور»، زیبایی در خدمت سرمایه‌داری می‌باشد [۳].

حق بر شهر با نوشتن شهر و به‌کارگیری ابزاری چون گرافیتی، نشانه‌شناسی‌ای شهری را خلق می‌نماید. راهی نو برای خوانشی نو از شهر.

برگرفته از:

## فضا و دیالکتیک

- ۱- آیدین ترکمه، "درآمدی بر تولید فضای هنری لوفور"، انتشارات تیس، ۱۳۹۳.
- ۲- مسعود کوثری، "گرافیتی به منزله‌ی هنزاعتراض"، جامعه شناسی هنر و ادبیات، ۱۳۸۹.
- 3- Andrzej Zieleniec, "The right to write the city: Lefebvre and graffiti", EUE, 2016.