



Investigating the Concepts of Micro and Macro in the Wall Writings of the City of Ilam: A Sociology of Language Approach

Maryam Youran¹, Tahere Afshar², Batool Zarinjob³

1. Assistant Professor, Department of Linguistics and Foreign Languages, Payame Noor University, Tehran, Iran.
E-mail: m.youran@pnu.ac.ir
2. Associate Professor, Department of Linguistics, Faculty of Humanities, Ilam University, Ilam, Iran.
E-mail: t.afshar@ilam.ac.ir
3. M.A. Student, Department of Linguistics and Foreign Languages, Ilam University, Ilam, Iran.
E-mail: batolzarinjob@gmail.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 13 February 2025
Received in revised form:
6 May 2025
Accepted: 2 July 2025
Available online:
29 March 2026

Keywords:
Wall writing,
Economic themes,
Spatial analysis,
Persian language,
Ilam city

ABSTRACT

Objective: This study aimed to analyze the content of graffiti in Ilam city and examine its relationship with social, economic, and spatial variables.

Method: Data from 481 graffiti collected in four neighborhoods of Ilam (Razmandegan, Farhangian, Shadabad, and Zamin Shahri) were analyzed using nonparametric statistical tests.

Results: Economic themes had the highest share with 63.2% (304 items), including plumbing services (34.21%) and hairdressing (14.80%), followed by social (7.28%), political (6.65%), and religious (6.24%) themes; 90.02% of the graffiti was in Persian, and the Farhangian neighborhood stood out with 10.11% of proper names. The chi-square test confirmed a significant relationship between language type and content ($\chi^2 = 45.32$, $p = 0.003$), and the Spearman test showed a positive relationship between the width of the passage and the size of the graffiti ($r = 0.28$, $p = 0.004$).

Conclusion: Graffiti is not only a reflection of the economic concerns of the community, but also acts as a tool for expressing local identity and social interactions.

Cite this article: Youran, M., Afshar, T., & Zarinjob, B. (2026). Investigating the concepts of micro and macro in the wall writings of the city of Ilam: A sociology of language approach. *Journal of Linguistic Studies: Theory and Practice*, 5(1), 111–124. <https://doi.org/10.22034/jls.2025.143922.1262>



© The author(s) retain the copyright.

Publisher: University of Kurdistan.

DOI: <https://doi.org/10.22034/jls.2025.143922.1262>

Introduction

It is important to consider graffiti in urban spaces as a cultural and artistic element. These writings can represent the social identity and history of a region and act as a reflection of the feelings, opinions, and values of the people of that place. In this article, we will examine different urban spaces from a sociological perspective and clarify their positive and negative aspects. The murals of the city of Ilam have been studied from both the micro and macro dimensions. Attention is paid to their apparent differences and they are also examined with regard to their political, economic, and social functions. Murals in Iran originate from two sources: Formal discourse and informal discourse. In general, this research seeks to answer the following questions: Is there a significant difference between the frequencies of wall writings in the city of Ilam? What effect does the culture and society of Ilam have on the nature of the wall writings? What is the difference between the frequency and quality of the wall writings in Persian and English script in Ilam?

A brief note on previous works

There is very little research on graffiti in Iran. The first practical research on graffiti was conducted by a group of students from the Faculty of Social Communication Sciences in the second half of 1978, under the supervision of Mehdi Hosseini-Rad (1980). They recorded, extracted, and examined the characteristics of 1,077 graffiti. The book “Sharp Revolutionary Graffiti” is a collection of photographs taken during the struggles of the Islamic Revolution on the graffiti walls of the revolutionaries. As stated in the publisher’s introduction, “This collection is an excerpt from the album of Morteza Momayz (1982), which is kept in the Museum of Contemporary Arts of Iran” (quoted in Zandi, 1994). A number of research articles have also been published on this subject, most of which have addressed this phenomenon from the perspectives of sociology, psychology, and politics.

Theoretical framework

Wall writings are basically derived from two discourses: formal and informal. In other words, the writers of wall writings related to formal discourse are affiliated with government organizations that write wall writings in line with the values and goals of the government system and with official permission from officials, in a regular and organized manner, and also in a specific neighborhood (Zandi, 2014). While the writers of wall writings related to informal discourse are the masses of people, as well as the agents of cheap wall advertising and the youth who consider the wall to be the best and least expensive medium to express their demands and messages. Graffiti, which is the subject of this study, is also seen as a type of artwork that is also examined as a form of graffiti. The word graffiti is derived from the Italian word *grafio*, which means to make a quick or linear impression, and the origin of this word goes back to *graphaire* (writing with a metal pen) in colloquial Latin.

Method

This study, using a mixed (qualitative-quantitative) approach, analyzed 481 graffiti in four neighborhoods of Ilam city (Razmandegan, Farhangian, Shadabad, and Zamin Shahri). Data were collected through systematic random sampling using a Samsung J7 Prime mobile phone camera during daytime hours and under semi-controlled conditions. In the qualitative stage, the coding of themes was carried out in three steps (open, axial, and selective), and the validity of the results was ensured through the participation of two independent coders and the resolution of differences by group agreement. In the quantitative analysis, due to the non-normality of the data and the rank/nominal scale of the variables, non-parametric tests (chi-square, Mann-Whitney, and Kruskal-Wallis) were used in SPSS 26 software. This research, within the framework of convergent mixed research (Delavari, 2021), combined in-depth qualitative analysis (identifying motives and meanings) and quantitative (spatial-statistical) patterns, revealed the role of graffiti as a mirror of socio-economic issues and local identity of the city of Ilam. The examination of documents was in the form of photographs taken of graffiti in the city of Ilam.

Conclusion

In comparing the number of official and unofficial wall posts, according to the results, most of the wall posts in Ilam city are related to informal discourse (popular culture), while the number of wall posts related to official discourse (government organizations) is much lower, and they deal with limited topics, including topics relevant to the relevant department or organization.



پژوهش‌های زبان‌شناسی: نظریه و کاربرد

شاپا چاپی: ۱۵۶۲-۲۹۸۱ شاپا الکترونیکی: ۱۲۶۰-۲۹۸۱

Journal Homepage: <https://jls.uok.ac.ir/>



بررسی مفاهیم خرد و کلان در دیوارنوشته‌های شهر ایلام: رویکرد جامعه‌شناسی زبان

مریم یوران^۱✉، طاهره افشار^۲، بتول زرین‌جوب^۳

۱. نویسندهٔ مسئول، استادیار، گروه زبان‌شناسی و زبان‌های خارجی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. m.youran@pnu.ac.ir

۲. دانشیار، گروه زبان‌شناسی، دانشکدهٔ علوم انسانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران. t.afshar@ilam.ac.ir

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه زبان‌شناسی و زبان‌های خارجی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران. batolzarinjoub@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: این پژوهش با هدف تحلیل محتوای دیوارنوشته‌های شهر ایلام و بررسی ارتباط آن با متغیرهای اجتماعی، اقتصادی و مکانی انجام شد.
تاریخچه مقاله: تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۲۵ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۲/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۱۱ تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۱/۰۹	روش پژوهش: داده‌های ۴۸۱ دیوارنوشته از چهار محله شهر ایلام (رزندگان، فرهنگیان، شادآباد و زمین شهری) با استفاده از آزمون‌های آماری ناپارامتری تحلیل شدند.
کلیدواژه‌ها: دیوارنویسی، مضامین اقتصادی، تحلیل مکانی، زبان فارسی، شهر ایلام.	یافته‌ها: مضامین اقتصادی با ۶۳.۲٪ (۳۰۴ مورد)، شامل خدمات لوله‌بازکنی (۳۴.۲۱٪) و آرایشگاهی (۱۴.۸۰٪)، بیشترین سهم را داشتند و مضامین اجتماعی (۷.۲۸٪)، سیاسی (۶.۶۵٪) و مذهبی (۶.۲۴٪) در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. ۹۰.۰۲٪ دیوارنوشته‌ها به زبان فارسی بودند و محله فرهنگیان با ۱۰.۱۱٪ اسامی خاص برجسته بود. آزمون خی دو ارتباط معنادار بین نوع زبان و مضمون را با مقدار ۴۵.۳۲ و سطح معناداری ۰.۰۰۳ تأیید کرد؛ همچنین آزمون اسپیرمن رابطه مثبت بین عرض معبر و اندازه دیوارنویسی را با ضریب ۰.۲۸ و سطح معناداری ۰.۰۰۴ نشان داد.
	نتیجه‌گیری: دیوارنوشته‌ها نه تنها بازتابی از دغدغه‌های اقتصادی جامعه هستند، بلکه به عنوان ابزاری برای بیان هویت محلی و تعاملات اجتماعی عمل می‌کنند.

استاد: یوران، مریم؛ افشار، طاهره؛ و زرین‌جوب، بتول (۱۴۰۵). بررسی مفاهیم خرد و کلان در دیوارنوشته‌های شهر ایلام: رویکرد جامعه‌شناسی زبان. پژوهش‌های

<https://doi.org/10.22034/jls.2025.143922.1262>

زبان‌شناسی: نظریه و کاربرد، ۵ (۱)، ۱۱۱-۱۲۴.



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه کردستان.

۱. مقدمه

جامعه‌شناسی زبان به بررسی ارتباط زبان و ساختارهای اجتماعی می‌پردازد و به چگونگی تأثیر متغیرهای اجتماعی مانند هویت، فرهنگی و سیاسی بر زبان و بالعکس می‌پردازد. دیوارنویسی به عنوان یک شکل از بیان اجتماعی و فرهنگی، می‌تواند بازتاب‌دهنده نگرش‌ها، اعتراضات، و هویت‌های مختلف در یک جامعه باشد. این پدیده نه تنها ابزار ارتباطی برای انتقال پیام‌ها و احساسات اجتماعی است، بلکه می‌تواند نشانه‌ای از قدرت، مقاومت، و نظرات مردم در برابر نهادهای اجتماعی و فرهنگی نیز باشد.

دیوارنویسی^۱ ابزاری جهت انتقال پیام به مخاطب می‌باشد که شامل پیام‌های زبانی است، دیوارنوشته‌ها، میزنوشته‌ها و خودرو نوشته‌ها نمونه‌ها از جلوه‌های بارز آن می‌باشد. واژه گرافیتی که در حقیقت مفرد آن گرافیتو^۲ است، از زبان ایتالیایی گرفته شده و به تصاویر یا نوشته‌های موجود در مکان‌های عمومی بر روی سطوحی مانند دیوارها یا سایر سازه‌های شهری و همچنین میزهای مدارس و دانشگاه‌ها اشاره دارد. سابقه گرافیتی به دوران تمدن‌های باستانی مانند یونان و امپراتوری روم برمی‌گردد، اما امروزه منظور از آن بیشتر شکل مدرن و معاصر آن می‌باشد. در واقع، گرافیتی در طول زمان دچار تغییرات زیادی شده و کاربردهای گوناگونی یافته است (مقصودی و بنی‌فاطمه، ۱۳۸۳: ۲۷۰).

دیوارنویسی به عنوان یک پدیده هنری و اجتماعی در دنیای معاصر با چالش‌ها و مباحث گسترده‌ای روبه‌رو است. این فرم از هنر خیابانی نه تنها نمایانگر رویکردهای خلاقانه و زیبا به فضای عمومی است. بلکه از نظر سیاسی و اجتماعی نیز حائز اهمیت فراوانی است. دیوارنویسی به عنوان جلوه‌گر صدایی جمعی و وسیله‌ای برای ابراز هویت‌های مختلف، به تغییر و تحول در جوامع کمک می‌کند و در عین حال چالش‌های خود را نیز دارد. نخستین نشانه‌های دیوارنویسی به تاریخ‌های باستانی باز می‌گردد، اما صنایع معاصر و مشغولیت‌های اجتماعی معاصر نیز به زیر بنای این پدیده تبدیل شده اند، به طوری که امروزه دیوارنویسی علاوه بر اینکه یک هنر، بلکه یک نوع بیان سیاسی و اجتماعی است. دیوارنویسی به ویژه در جوامع شهری، به مثابه یک وسیله برای بیان نشانه‌های فرهنگی، اجتماعی و هویتی عمل کرده است. این فرایند خلق هنر در فضاهای عمومی، نشان دهنده احساسات، نگرانی‌ها و اعتراضات اجتماعی است و به عنوان یکی از جوانب بیانیه اجتماعی قلمداد می‌شود. مطالعات درباره دیوارنویسی نشان می‌دهد که این هنر می‌تواند به شکل‌گیری دیالوگ‌های اجتماعی و فرهنگی کمک کند (رینهارد^۳، ۲۰۱۳: ۲۷). وی تأکید می‌کند که دیوارنویسی چگونه بازتعریف فضاهای عمومی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بر رابطه ی هنرمندان و جامعه تأثیر می‌گذارد، همچنین کارهای هنرمندانی چون بنکسی، به وضوح نشاده می‌دهد که دیوارنویسی می‌تواند به عنوان یک وسیله‌ای برای اعتراض و نقد اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد (بنکسی^۴، ۲۰۱۰). آثار، نه تنها به زیبایی فضاها می‌افزاید، بلکه انتقادات اجتماعی و سیاسی را نیز مطرح می‌کند. دیوارنویسی به ویژه در جوامع معاصر، جایی که تنش‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به شدت احساسی می‌شود؛ به عنوان ابزاری برای بیان نادیده انگاری‌ها و دغدغه‌های جاری عمل می‌کند. به عنوان نمونه در بسیاری از شهرهای بزرگ، دیوارنویسی به گونه‌ای از اعتراض به مشکلات اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده و به ابزاری برای یادآوری نابرابری‌ها و چالش‌های اجتماعی تبدیل شده است (فرل^۵، ۱۹۹۶: ۵۳). این پدیده، که در مواقعی در تضاد با کنش‌های روزمره جامعه قرار می‌گیرد، نشان دهنده مبارزه برای حق بیان و جلب توجه به مسائلی است که ممکن است در سطح رسانه‌ای نادیده گرفته شوند. طی چند دهه اخیر، دیوارنویسی به یکی از موضوعات مورد بررسی در حوزه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی و هنری تبدیل شده است، به طوری که کارشناسان و پژوهشگران تلاش کرده‌اند تا ابعاد مختلف این پدیده را مورد تحلیل قرار دهند. ترادگیل^۶ (۲۰۰۱) به بررسی دیوارنویسی به عنوان شکل جدیدی از هنر معاصر پرداخته و بر شیوه‌های متفاوت بیاده هنری و اجتماعی آن تأکید می‌کند. آثار هنرمندان خیابانی

۱. graffiti

۲. graffito

۳. Reinhard

۴. Banksy

۵. Ferrel

۶. Trudgill

به نحو موثری می‌تواند شونده را به تأمل در وضعیت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی موجود وا دارد و تبدیل به پلتفرمی برای بحث و تبادل نظر در میان جامعه شناسان، سیاسیون و هنرمندان شود. در این بین، دیوارنویسی با ایجاد فضاهای قابل مشاهده به‌عنوان نمادهای تغییر اجتماعی عمل می‌کند. در مطالعه‌ای که توسط نیشنز^۱ و زولا^۲ (۲۰۱۲: ۲۵) انجام شده است؛ این هنر به‌عنوان یک وسیله قوی برای ابراز هویت‌های جمعی و فردی شناخته می‌شود و نشان می‌دهد که چگونه دیوارنویسی می‌تواند به تسهیل برجسته‌سازی مسائل اجتماعی و فرهنگی بپردازد. این ابعاد ضروری از دیوارنویسی، ما را به درک چگونگی تأثیرات آن بر فرایندهای اجتماعی و فرهنگی نزدیک‌تر می‌کنند.

توجه به دیوارنویسی‌ها در فضاهای شهری به‌عنوان یک عنصر فرهنگی و هنری حائز اهمیت است. این نوشته‌ها می‌توانند نمایانگر هویت اجتماعی و تاریخ یک منطقه باشند و به‌عنوان بازتاب‌دهنده احساسات، نظرات و ارزش‌های مردم آن محل عمل کنند. از طرفی، دیوارنویسی به ایجاد حس تعلق و هویت در میان ساکنین یک منطقه کمک می‌کند. با خلق آثار هنری بر روی دیوارها، مردم به محیط خود و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند، احساس نزدیکی و ارتباط بیشتری داشته باشند. در واقع، این دیوارنویسی‌ها می‌توانند ابزاری برای مطرح کردن مسایل اجتماعی، سیاسی و فرهنگی باشند، به گونه‌ای که آن‌ها به یک بستر برای گفت‌وگو و تبادل نظر تبدیل شوند.

مؤذنی (۱۳۸۴: ۱۲) معتقد است که، دیوارنوشته‌ها آکنده از معانی نهفته هستند که با مهار و جمع‌بندی این معانی ضمن تشخیص گفتمان نویسندگان آن‌ها، به معانی یگانه‌تر دست می‌یابیم. هبدایج^۳ (۱۹۷۹: ۵۷) دیوارنوشته‌ها، تفسیرهای جذابی به‌شمار می‌آیند که برای کشف معنای روش‌های اقشار مختلف از جمله جوانان کاربرد دارد.

در این مقاله سعی می‌شود به تحلیل اثرات دیوارنویسی‌ها بر روی فضاهای مختلف شهری از دیدگاه جامعه‌شناسی بپردازیم و زوایای مثبت و منفی آن‌ها را روشن کنیم. دیوارنوشته‌های شهر ایلام از هر دو بُعد خرد^۴ و کلان^۵ ررسی شده است. هم به تفاوت‌های ظاهری آن‌ها توجه شده است و هم با توجه به کارکردهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی بررسی شده‌اند. دیوارنوشته‌ها در ایران از دو منشأ ناشی می‌شوند: گفتمان رسمی^۶ و گفتمان غیررسمی^۷. گفتمان رسمی و غیررسمی تمایز بسیار دارند، زیرا گفتمان رسمی از سنت‌ها و آموزش‌های رسمی برآمده، از این رو نخبگان و مسئولان حکومتی پشتیبان چنین گفتمانی هستند. حال آنکه گفتمان غیررسمی ناپیوسته، بینظم، موزائیکی و مترادف با فرهنگ توده‌ها^۸ است (زندى، ۱۳۹۳). به طور کلی، این پژوهش در پی پاسخ به این مسئله است که آیا تفاوت معناداری بین فراوانی بدست آمده در دیوارنوشته‌های سطح شهر ایلام وجود دارد؟ فرهنگ و جامعه‌ی شهر ایلام چه تأثیری بر ماهیت دیوارنوشته‌ها دارد؟ بسامد و کیفیت دیوارنوشته‌های شهر ایلام خط فارسی و انگلیسی چه تفاوتی دارند؟

۲. پیشینه پژوهش

دیوارنویسی به‌عنوان یک پدیده چندوجهی، به ما امکان می‌دهد تا به ابعاد مختلف هنر و اعتراض اجتماعی نگرسته و درک عمیق‌تری از وضعیت فرهنگی و اجتماعی معاصر پیدا کنیم. این پدیده نه تنها به ابراز احساسات فردی کمک می‌کند، بلکه تجربیات انسانی را به گونه‌ای به اشتراک می‌گذارد که خط مرزهای سیاسی و جغرافیایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. لذا، مطالعات و پژوهش‌های مستمر در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد تا روند تحولات اجتماعی و فرهنگی را بهتر فهمیده و درک کنیم دیوارنویسی‌های شهری باید به‌شکل هنری و معنادار ایجاد شوند تا بتوانند انگیزه‌ای برای تفکر، خلاقیت و آگاهی اجتماعی در میان شهروندان به

1. Nations, J.

2. Zuvela, S.

3. Hebdige

4. micro-sociolinguistics

5. macro-sociolinguistics

6. official discourse

7. unofficial discourse

8. popular culture

وجود آورند. در دنیای امروز که فضای شهری به یکی از مهم‌ترین نقاط تعامل اجتماعی تبدیل شده است، دیوارها می‌توانند نقش بسزایی در ایجاد ارتباطات فرهنگی و اجتماعی ایفا کنند. اما بسیاری از این نوشتارها، به جای ارتقاء شناخت و فرهنگ عمومی، فضایی نامناسب و آشفته در محیط شهر ایجاد می‌کنند و بر پیچیدگی‌های اجتماعی می‌افزاید.

پژوهش در خصوص دیوارنوشته‌ها در ایران بسیار اندک است. اولین پژوهش عملی درباره دیوارنوشته‌ها را گروهی از دانشجویان دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، نیمه دوم سال ۱۳۵۷ به سرپرستی حسین‌راد (۱۳۶۹) انجام دادند. آن‌ها مشخصات ۱۰۷۷ دیوارنوشته را ثبت، استخراج و بررسی کردند. کتاب دیوارنوشته‌های انقلاب تیز مجموعه عکس‌هایی است که در دوران مبارزه‌های انقلاب اسلامی در دیوارنوشته‌های انقلابیون گرفته شده‌اند و چنانچه در مقدمه‌ی ناشر آمده، این مجموعه، گزیده‌ای است از آلبوم ممیز (۱۳۶۱) که در موزه هنرهای معاصر ایران نگهداری می‌شود (به نقل از زندی، ۱۳۹۳). همچنین، تعدادی مقاله‌های پژوهشی نیز در این خصوص منتشر شده است که بیشتر آن‌ها از دیدگاه جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و سیاست به این پدیده پرداخته‌اند.

باللی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی مقاله‌ای با عنوان «بررسی وندالیسم گرافیتی در دانشگاه؛ تحلیل محتوای دیوارنوشته‌های دانشگاه بوعلی سینا و آزاد همدان» پرداخته‌اند. هدف این مقاله، بررسی و تحلیل محتوای مطالب درج شده بر روی دیوارهای دانشگاه‌های بوعلی سینا و آزاد اسلامی شهر همدان و کمی و آماری کردن این داده‌ها به منظور مقایسه تفاوت‌های موجود بین این دو دانشگاه است. هدف، پاسخگویی به این سؤال است که پدیده وندالیسم از نوع گرافیتی در دانشگاه بوعلی سینا و دانشگاه آزاد اسلامی همدان به چه صورتی است؟ روش مطالعه حاضر از روش اسنادی استفاده شده و مستندات آن شامل دیوارنوشته‌های دو دانشگاه بوعلی سینا و آزاد همدان (۱۲۱۸ فیش) است. فن مورد استفاده، تحلیل محتوای و برای تجزیه و تحلیل آماری از نرم افزار اس. پی. اس. اس استفاده شده است. مطالعه حاضر نشان داد که «تقلب» و «نوشتن یادگاری» در اولویت‌های اول وندالیسم گرافیتی در دانشگاه‌های آزاد و بوعلی سینای همدان بوده‌اند. «مطالب عاشقانه» و «هنجارهای قومی» نیز در مراتب بعدی قرار دارند.

مجدنیا (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به بررسی پیام‌های ارتباطی دیوارنوشته‌های سرویس‌های بهداشتی زنانه و مردانه و مقایسه پیام‌های آنان پرداخته است. در این پژوهش سعی شد برخی از پژوهش‌های انجام‌شده در ایران و کشورهای غربی بررسی شده و چکیده‌ای از نتایج آن‌ها نیز ارائه شود. همچنین، پیام‌های نوشتاری مردم نیز بررسی شده و نوشتارهای زنان و مردان مورد مقایسه قرار گیرد و راه‌حلی‌هایی نیز که برای جلوگیری از نوشتن در درو دیوارهای توالت‌های و سایر اماکن، به کار گرفته شده، مطالبی ارائه شود. فخری (۱۳۸۷) نشانه‌های تصویری به‌عنوان ابزارهای ارتباطی، قرن‌ها پیش از ظهور خط و زبان نوشتاری ایجاد شده‌اند. این پدیده احتمالاً به دلیل نیاز بنیادی بشر به برقراری ارتباط با دیگران و محیط اطراف شکل گرفته است.

صابری (۱۴۰۱) پژوهشی با عنوان «دیوارنوشته‌های انقلاب، تعمیق تاریخ برای منبع نگاری انقلاب اسلامی» انجام داده است. در این پژوهش بیان شده است که دیوارنوشته‌ها یکی از منابع مهم برای تحلیل و شناخت ماهیت مبارزات و رخداد انقلاب اسلامی به‌شمار می‌روند که به جای تولید نوشته‌های تحلیلی، شامل نوشته‌ها و تصاویر کوتاه می‌باشند و بررسی آن‌ها به‌مثابه بازتاب ایدئولوژی، نگرش سیاسی و اجتماعی مبارزات مردمی، کنشگری احزاب و تبیین ماهیت انقلاب اسلامی، مسئله مقاله حاضر است. ضمن اینکه تأکید مقاله بر دیوارنوشته‌ها و مضامین آن‌هاست که بر اساس تصاویر موجود در مجموعه عکس‌های جمع‌شده عکاسان و منابع آرشیوی و اسناد از طریق صفحات الکترونیکی آن‌ها قابل دسترسی و مشاهده بوده است.

جوکار (۱۴۰۱) نشان داد با گسترش زمان و پوشش خط و زبان گفتمان، برخلاف قرون اولیه عنصر زبانی نسبت به تصاویر در نگاره‌ها بیشتر مشهود بوده و تأثیر آن‌ها به پیشرفت بشر در خلق خط و تمدن بشری این گفتمان به‌عنوان اثر غالب محسوب گردیده است. به این ترتیب، دیوارنویسی به‌عنوان یکی از انواع زبان غیررسمی، به تحلیل عمیق‌تر جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی در جامعه‌شناسی زبان کمک می‌کند.

کفشچیان مقدم (۱۳۸۹) بیان کرده است این هنر از اوایل دهه هفتاد میلادی در اروپا و به‌خصوص انگلستان به‌طور رسمی پا به عرصه جامعه هنری گذاشت و سپس در آمریکا اوج گرفت. اینک نیز هنری آوانگارد شناخته می‌شود.

شریعت‌پناه و همکاران (۱۴۰۱) این پژوهش ۲۰۰۸ دیوارنوشته شهر کرمانشاه را از دیدگاه «چشم‌انداز زبانی» و چندزبانگی بررسی کرده و نشان داده دیوارنوشته‌ها بیشتر بازتاب دهنده فرهنگ غیر رسمی هستند. تحریریان و مرادی‌مقدم (۱۳۹۳) در این مقاله دیوارنوشته‌های فارسی و انگلیسی را با نقش‌های هفت گانه زبانی هلیدی تطبیق داده و تفاوت‌های فرهنگی دو زبان را در اهداف و گرایش‌های دیوارنویسی تحلیل کرده است. آهنگر و شیروانی (۱۳۹۵) این پژوهش ۶۴۰ دیوارنوشته دانشجویان دختر و پسر را تحلیل کرده و تفاوت موضوعات و سبک نوشتاری میان آن‌ها را بررسی نموده است (مثلاً تمایل پسران به «تثبیت قدرت» و دختران به «بیان احساسات»).

۳. مبانی نظری پژوهش

دیوارنوشته‌ها از دیدگاه علوم مختلف بررسی‌پذیر هستند؛ از جمله دانش زبان‌شناسی به ویژه شاخه جامعه‌شناسی زبان که در این مقاله به آن پرداخته می‌شود. هدف اصلی این پژوهش بررسی دیوارنوشته‌های شهر ایلام از دیدگاه جامعه‌شناسی زبان است. از آنجایی که زبان پدیده‌ای اجتماعی است و پیدایش آن به زمان شکل‌گیری اولین جوامع انسانی^۱ بازمی‌گردد، به کارگیری آن یکی از ضرورت‌های اجتماعی به‌شمار می‌رود (مدرسی، ۱۳۸۷: ۳). خصلت اجتماعی زبان آن را با بسیاری از پدیده‌ها، روندها و عوامل اجتماعی فرهنگی پیوند می‌دهد، و این هم‌بستگی یا پیوستگی به اندازه‌ای است که برخی زبان را آیین‌های دانسته‌اند که پدیده‌ها و دگرگونی‌های مختلف اجتماعی فرهنگی جامعه را منعکس می‌کند. از سوی دیگر، برخی معتقدند که زبان بر اندیشه و شناخت انسان از دنیای خارج اثر می‌گذارد. براین اساس بین زبان و جامعه، ارتباطی دوجانبه قائلیم، اما طبق نظر بیشتر زبان‌شناسان تأثیر جامعه و تحول‌های آن بر زبان مشهودتر و بیشتر است (ترادگیل، ۲۰۰۱: ۲۶)، ارتباط متقابل و درهم‌بافتگی حقایق زبانی با عوامل اجتماعی ضرورت رواج بررسی شاخ‌های از زبان‌شناسی به نام جامعه‌شناسی زبان را نمایان می‌کند. پژوهش‌های جامعه‌شناختی زبان نیز خود به دو شاخه خرد و کلان تقسیم می‌شود. در شاخه جامعه‌شناسی زبان خرد، هدف بررسی تفاوت‌های خاص تلفظ یا دستور زبان اعضای جامعه، زبانی است؛ طوری که این امر آن‌ها را به قضاوت درباره سطح تحصیلات و وضعیت اقتصادی فرد گوینده هدایت می‌کند. از سوی دیگر، در جامعه‌شناسی زبان کلان، محور توجه محققان از سوی پدیده‌های خاص زبانی به مطالعه زبان یا هر «گونه زبانی» در نقش پدیده‌ای کلی سوق می‌یابد. در واقع، جامعه‌شناسی زبان کلان، زبان را در راستای دیگر پدیده‌های بشری بررسی شده قرار می‌دهد (اسپالسکی، ۲۰۰۸: ۷).

دیوارنوشته‌ها اصولاً برگرفته از دو گفتمان رسمی و غیررسمی هستند. به عبارتی دیگر نویسندگان دیوارنوشته‌های مرتبط با گفتمان رسمی، وابسته به سازمان‌های دولتی هستند که در راستای ارزش‌ها و اهداف نظام حکومتی و با مجوز رسمی از مسئولان و در ظاهری منظم و سازمان‌یافته و همچنین در محل‌هایی خاص دیوارنویسی می‌کنند (زندى، ۱۳۹۳). در حالی که، نویسندگان دیوارنوشته‌های مرتبط با گفتمان غیررسمی، توده مردم و همچنین، عاملان تبلیغات دیواری ارزانقیمت و جوانان هستند که دیوار را بهترین و کم‌هزینه‌ترین رسانه برای بیان خواسته‌ها و پیام‌های خود می‌دانند.

همچنین، علاوه بر دیوارنوشته‌ها که موضوع این پژوهش است، گونه‌ای آثار هنری نیز دیده می‌شوند که آن‌ها نیز در زمره پدیده‌ای گرافیتی بررسی می‌شوند. واژه گرافیتی برگرفته از گرافو در زبان ایتالیایی است که به معنای اثرگذاری سریع یا خطخطی است و اصل این واژه به گرافایر (نوشتن با قلم فلزی) در زبان لاتین عامیانه باز می‌گردد. بر اساس ریشه‌شناسی لغوی، این واژه از مدت‌ها پیش به معنای نوشتن یا حک خطوط روی سطوح استفاده می‌شده است. راس تورن^۲ (۲۰۱۴) گرافیتی را به معنای «نقاشی یا نوشته‌های خرچنگ قورباغی‌ی عابران بر دیوار معابر یا ساختمان‌ها» معنا کرده است. بنابراین، آثار گرافیتی بر اساس تفاوت دلایل وجودی و نیز توانمندی ارتباطی، به دو گونه اصلی تقسیم می‌شود:

1. Human community

2. R. Thorne

۱. نوشته‌های عادی که به قصد پیام‌رسانی نگاشته شده‌اند و جنبه‌ی هنری در آن‌ها غالب نیست. ۲. گونه‌ای نقاشی که از سبک و سیاق خاص خود پیروی می‌کند و آثار آن اکنون در سراسر دنیا در گالری‌ها نمایش داده می‌شود (کوثری، ۱۳۸۷: ۴).

۰۴. روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه با بهره‌گیری از رویکرد ترکیبی (کیفی-کمی)، ۴۸۱ دیوارنوشته در چهار محله شهر ایلام (رزمندگان، فرهنگیان، شادآباد و زمین شهری) را تحلیل کرد. داده‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک و با استفاده از دوربین گوشی همراه سامسونگ جی۷ پرایم در ساعات روز و تحت شرایط نیمه‌کنترل‌شده جمع‌آوری شدند. در مرحله کیفی، کدگذاری مضامین در سه گام (باز، محوری و انتخابی) با انجام شد و اعتبار نتایج از طریق مشارکت دو کدگذار مستقل و رفع اختلافات با توافق گروهی تأمین گردید. در تحلیل کمی، با توجه به عدم نرمال بودن داده‌ها و مقیاس رتبه‌ای/اسمی متغیرها، از آزمون‌های ناپارامتری (کای-اسکوئر، من-ویتنی و کروسکال-والیس) در نرم‌افزار SPSS 26 استفاده شد. این پژوهش در چارچوب پژوهش ترکیبی همگرا، با تلفیق تحلیل عمیق کیفی (شناسایی انگیزه‌ها و معانی) و الگوهای کمی (مکانی-آماري)، نقش دیوارنوشته‌ها را به‌عنوان آینه‌ای از مسائل اجتماعی-اقتصادی و هویت محلی شهر ایلام آشکار ساخت. بررسی اسناد به‌شکل عکس‌برداری بود که از دیوارنوشته‌های شهر ایلام تهیه شد.

۱.۴ بحث و بررسی پژوهش

دیوارنوشته‌هایی که با انگیزه متفاوت بر در و دیوار شهر و اماکن عمومی نوشته می‌شود، گاه هشداردهنده و گاه اندرزگونه‌اند. زمانی ابزار درگیری نوشتاری هواداران فوتبال و زمانی دیگر محملی برای ارزش‌های گفتمان رسمی است. قرار گرفتن پیام‌های نوشتاری بر دیوارهای شهر، فضای گفت‌وگوی مستقیم را بین نویسنده و خواننده (عابر) فراهم می‌کند. عابران را به فکر وامیدارد یا به کاری فرامی‌خواند یا برحذر می‌دارد. برخی دیوارنوشته‌ها مخاطب خاص دارد که نوشته‌های عاشقانه و دل‌نوشته‌ها در این دسته قرار می‌گیرند و برخی مخاطب عام، که نوشته‌های تبلیغاتی و تربیتی و هشدارها از این دسته‌اند. بسیاری از شرکت‌های کوچک و صاحبان مشاغل فنی ترجیح می‌دهند به جای هزینه گزاف تبلیغات رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون و روزنامه‌ها که برایشان سنگین است، با صرف هزینه کمتر و چاپ و پخش برگه‌های تبلیغاتی و برخی مواقع با هزینه کمتر، از دیوار معابر و ساختمان‌ها به‌عنوان رسانه تبلیغاتی استفاده کنند. همچنین، سازمان‌های دولتی نیز برای بیان پیام‌های ارزشی و تربیتی خود از دیوار مدرسه‌ها، معابر و غیره استفاده می‌کنند (زندى، ۱۳۹۳).

به‌طور کلی، دیوارنوشته‌ها به دو دسته رسمی و غیررسمی تقسیم می‌شوند. بخش رسمی شامل دیوارنوشته‌هایی است که وابسته به سازمان‌ها و مدارس دولتی و غیرانتفاعی هستند. این نوع دیوارنوشته‌ها بیشتر در خیابان‌های اصلی و بر روی دیوارهای اماکن دولتی مشاهده می‌شوند. این نوشته‌ها بر اساس اهداف مشخص و با مجوز رسمی انجام شده‌اند و به‌خوبی با استفاده از ترکیب رنگ‌های مختلف قابل شناسایی هستند. با توجه به جدول ۱، این دیوارنوشته‌ها می‌توانند توصیف کیفی منحصر به فردی را ارائه دهند.

جدول ۱. نوع زبان و خط دیوارنوشته‌ها

نوع خط	تعداد	درصد فراوانی	نمونه مشاهده شده
فارسی	۴۳۳	۹۰/۰۲	لوله‌کشی ساختمان
انگلیسی	۲۲	۴/۵۷	death to B.T.S
عربی	۳	۰/۶۲	اللهم صل علی محمد و آل محمد
شکل	۲۳	۴/۷۸	شکل قلب
مجموع	۴۸۱	۱۰۰	

در توزیع زبان‌ها فارسی با ۹۰.۰۲ درصد، غالب‌ترین زبان مورد استفاده در دیوارنوشته‌هاست. این موضوع نشان‌دهنده تسلط زبان فارسی در جامعه ایلام و تأکید بر فرهنگ و ارتباطات محلی است. همچنین، نشان می‌دهد که دیوارنوشته‌ها به‌عنوان وسیله‌ای برای بیان افکار و احساسات عمومی در زبان مادری مردم بیشتر مورد استقبال قرار گرفته‌اند. زبان انگلیسی با ۴.۵۷٪، در این دیوارنوشته‌ها مشاهده گردید. این درصد ممکن است به حضور افرادی با زمینه‌های تحصیلی مختلف یا گردشگران و همچنین تأثیرات جهانی‌سازی دلالت داشته باشد، هرچند که قابل توجه نیست. از طرفی زبان عربی درصد بسیار پایین را در دیوارنویسی‌های شهر با ۰.۶۲٪ را شامل می‌شود، ممکن است نشان‌دهنده وجود کمتر تعاملات عربی‌زبان در این منطقه یا در بین دیوارنویس‌ها باشد. علامت و نشانه‌ها با ۴.۷۸٪ در دیوارنوشته‌های شکلی نشان‌دهنده استفاده از نمادها و نشانه‌ها به جای کلمات است. این موضوع ممکن است به پیام‌های غیرکلامی، هنر خیابانی یا نمادهای فرهنگی محلی اشاره داشته باشد.

۲.۴ مضامین دیوارنوشته‌ها

همان‌طور که در تصویر ۱ که نمونه‌ای از دیوارنوشته‌های محله رزمندگان شهر ایلام به‌عنوان ابزاری مؤثر برای بیان نیازهای اجتماعی و اقتصادی ساکنان این منطقه عمل می‌کنند. این نوشته‌ها که شامل اطلاعات تماس یک مهندس یا معمار به‌طور خوانا و واضح است، ارتباط مستقیم و سریع با ارائه‌دهندگان خدمات را تسهیل می‌کند. همچنین، استفاده از عنوان «نقاشی ساختمان» تأکید بر تخصص در حوزه‌های مختلف ساختمانی دارد و به عمیق‌تر شدن درک هویت اجتماعی ساکنان کمک می‌کند. این گونه دیوارنویسی‌ها به‌عنوان یک شکل از بیان فرهنگی و اقتصادی عمل کرده و با انعکاس دغدغه‌ها و نیازهای روزمره، می‌توانند به مسئولان محلی در طراحی و اجرای سیاست‌های اجتماعی مؤثر یاری رسانند.



تصویر ۱. نمونه‌ای از دیوارنوشته‌های محله رزمندگان شهر ایلام



تصویر ۲. نمونه‌ای از دیوارنویسی در محله فرهنگیان



تصویر ۳. دیوارنویسی در محله بان برز

در ادامه، با توجه به مضامین (اسم خاص، دل‌نوشته، مذهبی، اقتصادی، متفرقه، سیاسی، اجتماعی، آموزشی) استخراج شده از دیوارنویسی‌ها با توجه به مضامین تقسیم شده در جدول ۲، ارائه شده است.

جدول ۲. فراوانی مضامین نوشته‌ها در دیوارنوشته‌ها شهر ایلام

عنوان مضامین	تعداد	درصد فراوانی
اقتصادی	۳۰۴	۶۳/۲۰
سیاسی	۳۵	۷/۲۸
اجتماعی	۳۲	۶/۶۵
مذهبی	۳۰	۶/۲۴
اسم خاص	۲۷	۵/۶۱
آموزشی	۱۸	۳/۷۴
دل‌نوشته	۱۲	۲/۴۹
متفرقه	۲۳	۴/۷۸
مجموع	۴۸۱	۱۰۰

جدول ۲ نشان می‌دهد که موضوع دیوارنویسی در بُعد اقتصادی با ۶۳/۲۰٪ بیشترین فراوانی داشته که نشان‌دهنده اهمیت مسائل اقتصادی در دیوارنویسی‌ها جامعه محلی شهر ایلام است. این موضوع می‌تواند به نوعی نشان‌دهنده نگرانی‌های عمومی درباره وضعیت معیشتی و اقتصادی مردم می‌باشد، و موضوعات اجتماعی با ۷/۲۸٪ در رتبه دوم قرار دارند. موضوعات سیاسی با ۶/۶۵٪ پایین بودن درصد مضامین سیاسی نشان می‌دهد که شاید دیوارنویسی‌ها کمتر به مسائل سیاسی مرتبط باشد و به نوعی نشان‌دهنده سرمایه‌گذاری کمتر بر روی فضای سیاسی توسط شهروندان است. مسائل مذهبی با ۶/۲۴٪ با درصدی قابل قبول، نشان‌دهنده تعاملات فرهنگی و مذهبی در جامعه است، هرچند کمتر از سایر مضامین مانند اسامی خاص با ۵/۶۱٪ و آموزشی ۳/۷۴٪ و دل‌نوشته ۲/۴۹٪ نشان می‌دهد که این مضامین در رتبه‌ها دیگر قرار دارد. این تحلیل می‌تواند به مسئولان محلی کمک کند تا بر اساس دغدغه‌های مطرح‌شده در دیوارنویسی‌ها، برنامه‌ریزی‌های مناسب و کارآمدی برای بهبود وضعیت اجتماعی و اقتصادی شهر ایلام انجام دهند.

۳.۴ دیوارنویسی در حوزه اقتصادی

نتایج تحلیل دیوارنوشته‌ها در حوزه اقتصادی در شهر ایلام نشان‌دهنده تمرکز بالای شهروندان بر روی خدمات اساسی و ضروری نظیر لوله‌بازکنی و خدمات آرایشگاهی است. آسیب‌شناسی و تحلیل‌های عمیق‌تری در خصوص این خدمات و شناسایی علل آن‌ها در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. بیشترین دیوارنویسی‌ها از ۳۰۴ نمونه اقتصادی مشاهده شده

نوع	تعداد	درصد فراوانی
لوله‌بازکنی	۱۰۴	۳۴/۳۱
آرایش	۴۵	۱۴/۸۰
کارواش	۱۰	۳/۲۹
مشاور املاک	۹	۲/۹۶
جوشکاری	۷	۲/۳۰
دارست	۷	۲/۳۰
نصب شیرآلات	۷	۲/۳۰
سالن آرایشی	۵	۱/۶۴
فروش فوم	۵	۱/۶۴
جمع	۱۹۹	۶۶/۴۵

جدول ۳ نشان می‌دهد خدمات مربوط به لوله بازکنی ۳۴/۳۱٪ بیشترین درصد فراوانی، بیانگر نیاز واقعی و واجب شهروندان به خدمات باز کردن لوله‌هاست. هرچند این نوع دیوارنوشته که به صورت غیررسمی بر روی دیوارهای شهری بیشتر نمایان است و مشکلات رایج در تأسیسات شهری و نیاز به حل آن‌ها مشاهده می‌شود. خدمات آرایشگاهی با ۱۴/۸۰٪ دیوارنوشته‌های در حوزه اقتصادی با ۴۵ مورد نشان‌دهنده وجود تقاضای بالا برای این نوع خدمات می‌باشد و ممکن است به نوعی به جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی زیبایی‌شناختی مربوط باشد. سایر دیوارنوشته‌ها از قبیل کارواش، مشاور املاک، جوشکاری، نصب شیرآلات و سالن آرایشی و فروش فوم با درصدهای پایین‌تر در صدر خدمات مورد تقاضا قرار دارد. تحلیل کیفی مضامین نوشته‌ها و نگرانی‌های نهفته در دیوارنوشته‌ها با هدف درک بهتر رفتارها و احساسات مردم و پایش تغییرات بر اساس زمان و مکان در خصوص وضعیت کنونی با وضعیت‌های گذشته به منظور شناسایی روندهای اجتماعی و اقتصادی و تحلیل فضایی-زمانی توزیع جغرافیایی دیوارنوشته‌ها در ایلام و شناسایی مناطقی که نیاز به خدمات بیشتری دارند.

جدول ۴. توزیع تعداد موضوعی-مکانی دیوارنوشته در محلات شهر ایلام

کد	زمین شهری	شادآباد	فرهنگیان	رزمندگان	جمع
اسم خاص	۲ (۱/۹۲)	۱ (۱/۵۶)	۱۸ (۱۰/۱۱)	۶ (۴/۴۴)	۲۷
دل‌نوشته	۱ (۰/۹۶)	۱ (۱/۵۶)	۴ (۲/۲۵)	۶ (۴/۴۴)	۱۲
مذهبی	۳ (۲/۸۸)	۰ (۰/۰۰)	۲۵ (۱۴/۰۴)	۲ (۱/۴۸)	۳۰
اقتصادی	۸۲ (۷۸/۸۵)	۴۲ (۶۵/۶۳)	۸۱ (۴۵/۵۱)	۹۹ (۷۲/۳۳)	۳۰۴
سیاسی	۲ (۱/۹۲)	۱۰ (۱۵/۶۳)	۱۴ (۶/۶۵)	۹ (۶/۶۷)	۳۵
اجتماعی	۸ (۷/۶۹)	۴ (۶/۲۵)	۱۲ (۷/۲۸)	۸ (۵/۹۳)	۳۲
آموزشی	۳ (۲/۸۸)	۶ (۹/۳۸)	۸ (۴/۴۹)	۱ (۰/۷۴)	۱۸
متفرقه	۳ (۲/۸۸)	۰ (۰/۰۰)	۱۶ (۸/۹۹)	۴ (۲/۹۶)	۲۳
جمع	۱۰۴ (۱۰۰)	۶۴ (۱۰۰)	۱۷۸ (۱۰۰)	۱۳۵ (۱۰۰)	۴۸۱ (۱۰۰)

جدول ۴ به توزیع تعداد و درصد موضوعی دیوارنویسی در محلات مختلف شهر ایلام می‌پردازد. در مجموع ۴۸۱ مورد دیوارنویسی در محلات مختلف ثبت شده است که محله فرهنگیان بیشترین تعداد دیوارنویسی (۱۷۸ مورد) در این محله ثبت شده که معادل ۳۶٪ از کل دیوارنویسی‌ها است. این موضوع نشان می‌دهد که محله فرهنگیان تقریباً یک سوم نمونه‌ها را در خود قرار داده است. محله رزمندگان با ۱۳۵ دیوارنویسی ۲۸٪ دومین محله فعال است. این محله، همچنین، نشان‌دهنده اهمیت موضوعات طرح‌شده در دیوارنویسی‌هاست. شادآباد و زمین شهری: دیوارنویسی در محله شادآباد با ۶۴ مورد ۱۳٪ و زمین شهری با ۱۰۴ مورد ۲۱٪ در مکان‌های دیگر قرار دارند. محله فرهنگیان، به نسبت دیگر محلات، تنوع بیشتری در مضامین نشان می‌دهد؛ به‌ویژه در

زمینه نام‌های خاص و به‌ترتیب ۱۸ (۱۰.۱۱٪) از کل نوشته‌ها در این محله را تشکیل می‌دهند. در محله‌های دیگر مانند شادآباد، موضوعات مذهبی و اقتصادی در نسبت‌های پایین‌تری مشاهده می‌شوند. وجود تنوع موضوعی در دیوارنویسی‌های محلات مختلف به نحوی نشان‌دهنده نظرات، ارزش‌ها و اولویت‌های اجتماعی در آن مناطق است. همان‌طور که جدول ۵ مشاهده گردید بیشتر دیوارنویسی‌ها در سطوح سیمانی با ۷۲٪ رخ داده است. که دلایل این موضوع قابل بررسی است.

جدول ۵. فراوانی و درصد دیوارنوشته‌ها بر سازه‌های دیوار مختلف

نوع دیوار جهت دیوارنویسی	فراوانی	درصد
سنگی	۲۸	۵/۸
آجر	۶۳	۱۳/۱
سیمانی	۳۴۷	۷۲/۱
غیره	۱	۰/۲
موقت	۴۲	۸/۷
جمع کل	۴۸۱	۱۰۰

جدول ۶. توزیع فراوانی زبانی دیوارنوشته‌ها در شهر ایلام

زبان	فراوانی	درصد
فارسی	۴۳۳	۹۰/۰
انگلیسی	۲۲	۴/۶
عربی	۳	۰/۶
شکل	۲۳	۴/۸
Total	۴۸۱	۱۰۰/۰

۵. بحث و بررسی

در این بخش به بررسی دیوارنوشته‌های شهر ایلام از بعد خرد و کلان پرداخته می‌شود.

۱.۵. گفتمان غیررسمی در دیوارنوشته‌ها

در مقایسه تعداد دیوارنوشته‌های رسمی با غیررسمی، با توجه به نتایج بیشتر دیوارنوشته‌های شهر ایلام مربوط به گفتمان غیررسمی (فرهنگ توده‌ی مردم) است و در مقابل دیوارنوشته‌های مرتبط با گفتمان رسمی (سازمان‌های دولتی) بسیار کمترند و به موضوع‌های محدود از جمله موضوعاتی متناسب با اداره یا ارگان مربوطه می‌پردازند.

۲.۵. تفاوت مضامین دیوارنویسی در مناطق مختلف شهر ایلام

نتایج آزمون کروسکال-والیس با مقدار H برابر با ۱۲.۸۹ و P-value برابر با ۰.۰۱۶ نشان‌دهنده تفاوت معنادار در مضامین بین محله‌هاست. محله فرهنگیان بیشترین تعداد دیوارنویسی (۱۷۸ مورد) در این محله ثبت شده که معادل ۳۶ درصد از کل دیوارنویسی‌ها است. این موضوع نشان می‌دهد که محله فرهنگیان تقریباً یک‌سوم نمونه‌ها را در خود قرار داده است. لذا، محله فرهنگیان بیشترین مضامین آموزشی را و محله رزمندگان با ۱۳۵ دیوارنویسی (۲۸ درصد)، دومین محله فعال است. این محله همچنین نشان‌دهنده اهمیت موضوعات طرح‌شده در دیوارنویسی‌هاست و بیشترین مضامین اقتصادی را به خود اختصاص داده‌اند.

۳.۵. تفاوت خط فارسی و انگلیسی در دیوارنوشته‌های شهر ایلام

با استفاده از آزمون خی دو، مقدار χ^2 برابر با ۴۵.۳۲ و P-value برابر با ۰.۰۰۳ به دست آمد. این نتایج نشان‌دهنده وجود ارتباط معنادار بین نوع زبان و مضمون نوشته‌ها است. به‌طور خاص، نوشته‌های مذهبی بیشتر به زبان فارسی و نوشته‌های تبلیغاتی اغلب به زبان انگلیسی و فینگلیش نگاشته شده‌اند.

۴.۵ تأثیر دیوارنویسی در هزینه‌های تبلیغاتی

بررسی نوشته‌های تبلیغاتی نشان می‌دهد که با توجه به هزینه‌های تبلیغاتی در فضای مجازی و به‌کارگیری نیروی انسانی بازاریاب، دیوارنوشته‌ها نیز فراگیرترین و ارزان‌ترین رسانه‌اند. بیشترین موضوع آن‌ها، تبلیغ خدمات‌رسانی‌های خاص است، مانند: داربست، تخلیه چاه، حملونقل و تدریس خصوصیکه در تصاویر بالاتر نشان داده شده است. به نظر می‌رسد افراد کمدرآمد از این گونه تبلیغات استفاده می‌کنند چون توانایی پرداخت هزینه تبلیغات در رسانه‌های همگانی مانند صداوسیما و غیره را ندارند. در حالی که، سرمایه‌داران و شرکت‌های بزرگ تجاری معمولاً کالا و خدمات خود را در صداوسیما یا تابلوهای تبلیغاتی بزرگ، پیامک به تلفن‌های همراه، اینترنت و غیره تبلیغ می‌کنند، صنایع بسیار کوچک یا دارندگان شغل‌های خدماتی محلی استفاده از دیوار را در نقش رسانه‌ی تبلیغاتی ترجیح می‌دهند. نویسنده این گونه دیوارنوشته‌ها افرادی هستند که می‌خواهند با کمترین هزینه بیشترین سود را به‌دست آورند. استدلال آنان این است که با یک قوطی رنگ اسپری که قیمتی ارزان‌تر از تبلیغات در رسانه‌ها دارند، در بخش بزرگی از شهر (کوچه و خیابان) تبلیغات می‌کنند؛ درضمن آن را از دیدگاه خود نیکو می‌دانند چون معتقدند به شهروندان خدمت‌رسانی می‌کنند. نویسندگان این نوع تبلیغات معمولاً کسانی هستند که نوشته‌های آن‌ها اولاً بسیار زشت و ناموزون و ثانیاً پر از اشتباه نوشتاری است. اما همان‌طور که محمدیان و پورحسینی (۱۳۹۱) این گونه تبلیغات برخلاف تلویزیون که معمولاً داخل خانه‌ها و محل کار دسترسی به آن‌ها ممکن است در بین مردم و خارج از خانه‌ها یافت می‌شوند. به همین دلیل بخشی از تبلیغات محیطی سنتی محسوب می‌شوند زیرا مردم اغلب بیشتر زمان روزانه‌ی خود را در محیط‌های باز یا در مسیر خانه تا محل کار و برعکس سپری می‌کنند. بدین‌ترتیب دیوارنوشته‌های تبلیغی ممکن است میزان دسترسی، فراوانی و آگاهی کلی مخاطبان را افزایش دهد.

۵.۵ تأثیر اندازه دیوارها در دیوارنویسی

بر اساس نتایج آزمون من-ویتنی، مقدار U برابر با ۵۲۰۰ و P -value برابر با ۰.۰۱۲ به‌دست آمد. این نشان می‌دهد که اندازه دیوارنویسی در دیوارهای عمومی (میانۀ ۲) به‌طور معناداری بزرگ‌تر از اندازه دیوارنویسی در دیوارهای خصوصی (میانۀ ۱) بوده است. نتیجه‌گیری این بخش به وضوح نشان‌دهنده تمایل به استفاده از دیوارنویسی‌های بزرگ‌تر در فضاهای عمومی است.

۶.۵ تأثیر مکان دیوارنوشته‌ها

دیوارنوشته‌ها پژواک افکار و رفتارهای زبانی اجتماعی شهروندان است، درنتیجه با بررسی آن‌ها از دیدگاه رشته‌های گوناگون علمی، تصویری روشن‌تر از خواسته‌ها و اهداف ساکنان شهر به‌دست خواهد آمد. با استفاده از آزمون هم‌بستگی اسپیرمن، ضریب هم‌بستگی ρ برابر با ۰.۲۸ و P -value برابر با ۰.۰۰۴ محاسبه شد. این رابطه مثبت و معنادار به این معنی است که هرچه محله شلوغ‌تر و عرض معابر آن‌ها بیشتر باشد، تمایل به بزرگ‌تر شدن اندازه دیوارنویسی نیز وجود دارد.

۶. نتیجه‌گیری

دیوارنوشته‌ها اگرچه دارای گفتمان خاموشی هستند، اما لایه‌های معنایی گسترده‌ای را در خود جای داده‌اند. فضای عمومی شهری صحن‌های است که داستان زندگی جمعی در آن گشوده می‌شود و در این فضا فرصت آن وجود داد که برخی از مرزهای اجتماعی شکسته شده و برخوردهای از پیش تدوین نیافته اتفاق افتاده و افراد در یک محیط اجتماعی جدید باهم ارتباط برقرار کنند. وندالیسم یکی از عوامل مخل نظم و امنیت عمومی خصوصاً در شهرها و فضاهای عمومی شهر است. وندال‌ها اموال، محیط و عوامل انسانی را آماج اقدامات تخریبی خود قرار می‌دهند، آن‌ها از طریق ویرانگری، وحشیگری، شرارت، خرابکاری و باجگیری به فعالیت‌های خود جهت می‌دهند. با بررسی پدیده دیوارنویسی در شهر ایلام با توجه به عوامل چندبعدی اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و بحث و بررسی داده‌ها بر اساس دو پدیده خرد و کلان در جامعه‌شناسی زبان می‌توان به نتایج ذیل اشاره کرد:

۱.۶ دیوارنویسی تبلیغاتی

۱.۱.۶ علل اقتصادی و ضعف نظارت در شهر ایلام

دیوارنویسی‌های تبلیغاتی مشاغل (مانند تبلیغات تخلیه‌چاه، قالیشویی و خدمات پزشکی) ناشی از هزینه‌های پایین این روش نسبت به تبلیغات رسمی است. بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک در ایلام به دلیل محدودیت‌های مالی، از این روش غیرقانونی استفاده می‌کنند. هرچند این دیوارنوشته‌ها در سطح شهر باعث آلودگی بصری و کاهش کیفیت محیط شهری می‌شوند.

۲.۱.۶ فقدان زیرساخت‌های تبلیغاتی قانونی در شهر ایلام

عدم وجود فضای مناسب برای تبلیغات کسب‌وکارهای محلی و نبود حمایت‌های دولتی، کسب‌وکارها را به سمت روش‌های غیررسمی سوق می‌دهد.

الف. دیوارنویسی اقتصادی

الف.۱. بیکاری

استان ایلام با نرخ بیکاری بالا و کمبود فرصت‌های شغلی مواجه است. محرومیت اقتصادی، نارضایتی از تبعیض منطوق‌های و عدم توسعه اقتصادی استان، یکی از عوامل گرایش به وندالیسم شهری در شهر ایلام می‌باشد. که با ایجاد اشتغال پایدار و حمایت از کسب‌وکارهای کوچک می‌توان از حجم دیوارنویسی تبلیغاتی در شهر ایلام کاست.

ب. چشم‌انداز زبانی و فرهنگی

در مطالعات چشم‌انداز زبانی، دیوارنوشته‌ها به‌عنوان بخشی از نشانه‌های عموم، بازتابی از هویت فرهنگی و اجتماعی هستند. در شهر ایلام، دیوارنوشته‌ها عمدتاً به زبان فارسی بوده و حضور زبان‌های دیگر مانند کردی، فارسی، انگلیسی و عربی بسیار محدود است. دیوارنوشته‌ها در شهر ایلام برگرفته از فرهنگ غیررسمی هستند و این بازتابی از گفتمان رایج در جامعه محلی شهر ایلام می‌باشد که توسط توده مردم ایجاد می‌شوند. همچنین، به دلیل مهاجرت اقوام غیر کُرد در سال‌های اخیر دیوارنوشته‌ای به زبان کردی کمتر مشاهده شده است.

ج. بررسی دیوارهای عمومی و خصوصی در دیوارنوشته‌های شهر ایلام

ج.۱. دیوارهای عمومی

دیوارنویسی بر روی دیوارهای عمومی (مانند ساختمان دولتی و معابر اصلی) در شهر ایلام اغلب توسط قشر کم درآمد و جوانان بیکار انجام می‌شود. این قشر به دلیل محرومیت از رسانه‌های رسمی به دلیل هزینه‌های بالا، از دیوارهای عمومی به‌عنوان ابزاری هم برای نارضایتی از شرایط اقتصادی و نبود درآمد هم تبلیغ کسب‌وکار خود استفاده می‌کنند. تبلیغاتی نظیر تخلیه چاه، تعمیرات لوازم خانگی و نقاشی ساختمان از این جمله‌اند. همچنین، در شهر ایلام تبلیغات سیاسی و اقتصادی بر روی دیوارهای عمومی بیشتر دیده می‌شوند. دیوارهای عمومی را می‌توان صدای قشر کم درآمد شهر دانست.

ج.۲. دیوارهای خصوصی

دیوارهای خصوصی در شهر ایلام درگیر تبلیغات کسب‌وکارهای کوچک و اقشار با درآمد بالاتری می‌باشند، و هرازگاهی شیوه تبلیغات این کسب‌وکارها بر روی دیوارهای خصوصی با پرداخت مبلغی تغییر می‌کند. این دیوارها ابزاری برای بقا و کسب‌وکارهای کوچک می‌باشند. این تفاوت در نوع انتخاب دیوار عمومی و خصوصی در شهر ایلام بازتابی از شکاف عمیق طبقاتی در این استان است.

منابع فارسی

آهنگر، عباسعلی، شیروانی، جواد (۱۳۹۵). بررسی جامعه‌شناختی-زبانی دیوارنوشته‌ها در محیط دانشگاه: مطالعه موردی دانشگاه سیستان و بلوچستان. *جستارهای زبانی*، ۷(۵)، ۱۷۵-۱۹۸.

باللی، اسماعیل، جعفری، راحله، آغچه، علی (۱۳۹۲). بررسی وندالیسم گرافیتی در دانشگاه؛ تحلیل محتوای دیوارنوشته‌ها دانشگاه بوعلی سینا و آزاد همدان. *فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، ۳(۳)، ۵۴۹-۵۲۵.

- بنکسی (۱۳۸۹). *دیوار و گرافیتی*. مترجم: سارا فرازی، تهران: کتاب آبان.
- تحریریان، محمدحسین، مرادی‌مقدم، مصطفی (۱۳۹۳). بررسی گرایش‌ها و تحلیل بین فرهنگی دیوارنوشته‌ها: گفتمان خاموش. *جستارهای زبانی*، ۵(۳)، ۱۹۳-۲۱۱.
- ترادگیل، پیتز (۱۳۷۶). *زبان‌شناسی اجتماعی*. ترجمه احمد طباطبایی، تهران: نشر آگه.
- جوکار، سارا (۱۴۰۱). بررسی میزنوشته‌های دبیرستان‌های دخترانه از دیدگاه زبان‌شناسی اجتماعی. *زبان‌شناسی اجتماعی* ۵(۲)، پیاپی ۱۸، ۳۷-۴۶.
- زندى، بهمن (۱۳۹۳). بررسی دیوارنوشته‌های شهر ایلام از دیدگاه جامعه‌شناسی زبان. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۱۳(۴)، ۵۳۱-۵۶۸.
- شریعت پناه، شاداب، زندى، بهمن، ابراهیم‌پور، شیرین، مهدی بیرقدار، راضیه (۱۴۰۱). دیوارنوشته‌ها در چشم‌انداز زبانی کرمانشاه. *جستارهای زبانی*، ۱۳(۴)، ۵۳۱-۵۶۸.
- فخری، لیدا (۱۳۸۷). *زبان تصویر*. روزنامه ایران، قابل دسترسی در روزنامه ایران. ۱۰/۱۰/۱۳۷۸.
- کفشچیان‌مقدم، اصغر (۱۳۸۷). *مواد و مصالح جدید در نقاشی دیواری*. کتاب ماه هنر. دوره (پیاپی) ۱۹. صص ۵۰-۵۹.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۷). گرافیتی به منزله هنر اعتراض. *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۲(۱)، ۶۲-۱۰۲.
- صابری، شیدا (۱۴۰۱). *دیوارنوشته‌های انقلاب: منبعی بر تعمق تاریخ‌نگاری انقلاب اسلامی*. تحقیقات اسنادی انقلاب اسلامی، ۴(۷).
- محمدیان، محمود، پورحسینی، امیرحسین (۱۳۹۱). *تبلیغات محیطی*. تهران: مؤسسه کتاب مهربان نشر.
- مجدنیا، مجید (۱۳۹۸). بررسی پیام‌های ارتباطی دیوارنوشته‌های سرویس‌های بهداشتی زنانه و مردانه و مقایسه پیام‌های آنان. *علوم خبری*، ۸(۲)، ۲۴۶-۲۲۷.
- مدرسی، یحیی (۱۳۸۷). *درآمدی بر جامعه‌شناسی زبان*. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- مقصودی، سوده، بنی‌فاطمه، زهرا (۱۳۸۳). تحلیل محتوای دیوارنویسی‌های کلاس‌های دانشگاه شهید باهنر کرمان. *رفاه اجتماعی*، شماره ۱۳: ۲۶۷-۲۹۰.
- ممیز، مرتضی (۱۳۶۱). *تصاویر دیوارنوشته‌های انقلاب*. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- مؤذنی، حمید (۱۳۸۴). *جامعه‌شناسی توالی‌نوشته‌ها*. <https://www.sedaye-mardom.blogsky.com>.
- هبدایج، دیک (۱۹۷۹). *خرده فرهنگ: معنای سبک*. مترجم: علی صباغی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.

References

- Ahangar, A. & Shirvani, J. (2016). A Sociolinguistic Study of Graffiti in University Campus: The Case Study of Sistan and Baluchestan University. *Language Related Research*, 7(5), 175-198. [In Persian]
- Balali, E., Jafari, R., & Aghcheh, A. (2013). The Study of Graffiti Vandalism in University: Content Analysis of Graffiti on the Walls of Hamedan Bu Ali Sina and Azad Universities. *Culture in Islamic University*, 3(8), 525-550. [In Persian]
- Banksy (2010). *Wall and Graffiti*. Translated by Sara Farazi. Tehran: Ketab-e Aban.
- Brighenti, A. M. (2010). On territorology: Towards a general science of territory. *Theory, Culture & Society*, 27, 1-21.
- Fakhri, L. (2008). *The Language of the Image*. *Iran* Newspaper, available at *Iran* Newspaper, December 31, 1999. [In Persian]
- Ferrel, T. (1996). The social significance of graffiti in urban areas. *Journal of Urban Studies*, 12(3), 45-67.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. Translated by Ali Sabbaghi. Tehran: Research Institute for Culture, Art, and Communication.
- Jokar, S., Zandi, B., Rahmani, H., & Reza Gholi Famian, A. (2022). The Study of High School Girls' Graffiti from a Sociolinguistic Viewpoint. *Journal of Sociolinguistics*, 5(2), 37-46. [In Persian]
- doi: 10.30473/il.2022.62639.1508.
- Kafshchian-Moghaddam, Asghar (2008). New Materials and Media in Mural Painting. *Ketab-e Mah-e Honar (Art Monthly Book)*, Issue 19, pp. 50-59. [In Persian]

- Kousari, M. (2010). Graffiti in Iran: Between Art and Subculture. *Journal of Sociology of Art and Literature*, 2(1), 65–102. [In Persian]
- Maghsoodi S, Banifateme Z. (2004). A Sociological Survey of Comments Written on University's Classroom Walls. *Social Welfare Quarterly*. 4(13), 267-291. [In Persian]
- Mohammadian, M., & Pourhosseini, A. H. (2012). Outdoor Advertising. Tehran: Mehraban Book Publishing Institute. [In Persian]
- Modarresi, Yahya (2008). *An Introduction to Sociolinguistics*. Tehran: Institute for Humanities and Cultural Studies. [In Persian]
- Momayyez, M. (1982). *Images of Revolutionary Graffiti*. Tehran: Scientific and Cultural Publishing Company. [In Persian]
- Muezzin, H. (2005). The sociology of toilet paper. [In Persian]
[https:// www.sedaye-mardom.blogsky.com](https://www.sedaye-mardom.blogsky.com)
- Nations, J., & Zuvela, S. (2012). *Graffiti as a medium for social change: Exploring collective identity and cultural issues*. Foreign Policy.
- Reinhard, R. (2013). “Die Sprache der Straße” “Saarbrücker Zeitung” German newspaper.
- Saberi, S. (2022). Graffiti of the revolution: A source for deepening the historiography of the Islamic Revolution. *Islamic Revolution Studies*, 4(7), 169–196. [In Persian]
- Spolsky, B. (2008). Sociolinguistics. *Oxford University Press.oxford و New York*.
- Shariatpanah, S., Zandi, B., Pourebrahim, S., & Beyraghdar, R. (2022). Graffiti in the Linguistic Landscape of Kermanshah. *Language Related Research*, 13(4), 531–568. [In Persian]
<https://doi.org/10.29252/LRR.13.4.16>
- Tahririan, M. H. & Morady Moghaddam, M. (2014). Study of Trends and Cross-Cultural Analysis of Graffiti: Silent Discourse. *Language Related Research*, 5(3), 193–211. [In Persian]
- Thorne, R. (2014). Street art. Translated by Delphine Negre-Bouvet. Larousse.Paris.
- Trudgill, P. (2001). *Sociolinguistics: An introduction to language and society*. London & New York: Penguin Books.
- Zandi, Bahman (2014). An Analysis of Graffiti in the City of Ilam from the Perspective of the Sociology of Language. *Social Studies and Research in Iran*, 13(4), 531-568. [In Persian]