

رسانه‌های سنگین مکان محور و هویت فرهنگی شهر؛ مطالعه موردی مجسمه آرش کمانگیر در شهر تهران

محمد رضانر زویی *

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۱۰
مقاله برای اصلاح به مدت ۱۰ روز نزد نویسنده (گان) بوده است.

چکیده

نصب مجسمه‌های بزرگ‌مقیاس در فضاهاى شهری، افزون بر کارکرد هنری، نقشی کلیدی به مثابه «رسانه‌های تصویری و تجسمی سنگین» در انتقال پیام‌های فرهنگی و هویتی ایفا می‌کند. مجسمه آرش کمانگیر در میدان ونک تهران نمونه‌ای برجسته از این دست رسانه‌هاست. این مقاله با رویکرد تحلیلی - توصیفی از نوع تفسیری - نشانه‌شناختی به تحلیل ظرفیت‌ها و اثرهای این مجسمه بر هویت فرهنگی شهر تهران پرداخته است. یافته‌ها نشان می‌دهد مجسمه آرش از طریق دلالت‌های صریح و ضمنی، رمزگان فرهنگی (کمان، تیر، بدن قهرمان)، کارکرد «مکان - نشانه» و ظرفیت شبکه‌ای شدن در فضای دیجیتال، به رسانه‌ای قدرتمند برای بازتولید حافظه جمعی ملی تبدیل شده است. این اثر با پیوستن به سنت کتیبه‌نگاری ایران باستان، تداوم کارکرد هویتی رسانه‌های سنگی - فلزی را در تاریخ ایران بازنمایی می‌کند. در سطح اثرهای فرهنگی - هویتی، مجسمه آرش دست‌کم در ده حوزه از جمله بازنمایی «تهران مقاوم»، تقویت ارزش اینار اجتماعی، احیای اسطوره‌های کهن، ایجاد خاطره جمعی شهری جدید، کاهش شکاف نسل‌ها و ایجاد «پل هویتی» میان ملی‌گرایان و حاکمیت تأثیر گذاشته است. نتایج نشان می‌دهد مجسمه آرش کمانگیر همچون تیری اسطوره‌ای در فضای شهری تهران «رها» شده و در حال تعیین مرزهای هویتی، ترسیم افق‌های معنایی و بازآفرینی حافظه جمعی شهروندان در عصر معاصر است.

واژگان کلیدی

رسانه‌های سنگین؛ رسانه‌های تجسمی و تصویری؛ رسانه مکان‌محور؛ فضای شهری؛ مجسمه آرش کمانگیر؛ هویت فرهنگی؛ هویت ملی؛ ارتباطات شهری؛ شهر تهران.

* دانشیار گروه ارتباطات و رسانه، دانشکده معارف اسلامی و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران. ایران.

مقدمه

در عصر حاضر، فضای شهری دیگر صرفاً بستری طبیعی برای سکونت و عبور و مرور نیست، بلکه به عرصه‌ای ارتباطی و معنا ساز تبدیل شده است که رسانه‌های گوناگون در آن جای گرفته‌اند. (کاظم‌نیا، ۱۳۹۷، ص. ۹) از میان انواع رسانه‌های شهری، «رسانه‌های تجسمی و تصویری سنگین»^۱ - شامل مجسمه‌های عظیم، المان‌های یادمانی، نماهای دیجیتال و پروجکشن‌های شهری - به دلیل ابعاد فیزیکی بزرگ، ماندگاری مکانی و مواجهه اجباری با مخاطب، نقشی منحصربه‌فرد در انتقال پیام‌های فرهنگی و هویتی ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها از یک سو به مثابه «نشانه‌های شهری» (لینچ، ۱۳۷۶، ص. ۳۲) عمل کرده، خوانایی و هویت مکانی فضا را افزایش می‌دهند و از سوی دیگر، با بهره‌گیری از رمزگان‌های فرهنگی و اسطوره‌ای، به بازتولید حافظه جمعی و تقویت هویت ملی می‌پردازند.

در تهران به عنوان کلانشهری با پیشینه تاریخی کهن اما پوسته‌ای مدرن، نصب مجسمه‌های بزرگ مقیاس با مضامین ملی و اسطوره‌ای همواره با پرسش‌هایی درباره تأثیر آنها بر هویت فرهنگی شهروندان همراه بوده است. مجسمه آرش کمانگیر، قهرمان اسطوره‌ای ایران، که در خردادماه ۱۴۰۴ در میدان ونک تهران نصب شده است، نمونه‌ای عینی از چنین رسانه‌ای سنگین به‌شمار می‌رود. این مجسمه با ارتفاع ۱۶ متر و وزن قابل توجه، نه تنها از نظر ابعاد فیزیکی بلکه از نظر بار معنایی - با بازنمایی اسطوره ایثار، مرزبانی و فداکاری - یکی از برجسته‌ترین اثرهای هنری و عمومی سال‌های اخیر در پایتخت بوده است. با این حال، تاکنون پژوهشی که به تحلیل نظام‌مند ظرفیت‌ها و اثرهای فرهنگی - هویتی این مجسمه با رویکرد نشانه‌شناختی و گفتمانی پرداخته باشد، انجام نشده است.

مسأله اصلی پژوهش حاضر آن است که مجسمه آرش کمانگیر به مثابه یک «رسانه تصویری و تجسمی سنگین» دارای چه ظرفیت‌های ارتباطی، فرهنگی و هویتی است و این ظرفیت‌ها چه اثرهای عینی بر هویت فرهنگی شهر تهران و هویت ملی ایران بر جای گذاشته‌اند؟ به عبارت دیگر، این رسانه سنگی - فلزی چگونه از طریق رمزگان‌های

بصری، مکانی و اسطوره‌ای، فرایند معناسازی، خاطره‌آفرینی و بازتعریف هویت را در فضای عمومی پایتخت به پیش می‌برد؟

اهمیت پژوهش از چند جهت قابل تبیین است: نخست، از منظر نظری، مطالعه مجسمه آرش می‌تواند به مفهوم‌پردازی «رسانه‌های سنگین مکان‌محور» در بافت ایران و پیوند آن با سنت دیرینه کتیبه‌نگاری هویتی (از بیستون تا تهران امروز) کمک کند. دوم، از منظر روش‌شناختی، به‌کارگیری رویکرد ترکیبی نشانه‌شناسی، نظریه گفتمان و نشانه‌شناسی شهری برای تحلیل یک اثر هنری عمومی، افق تازه‌ای در مطالعات ارتباطات شهری می‌گشاید. سوم، از منظر کاربردی، یافته‌های این پژوهش می‌تواند برای سیاست‌گذاران شهری و فرهنگی در طراحی و ارزیابی مجسمه‌ها و المان‌های هویتی در فضاهای عمومی مفید واقع شود.

بر این اساس، نوشتار حاضر با رویکرد تحلیلی - توصیفی از نوع تفسیری - نشانه‌شناختی، در دو گام اصلی سازماندهی شده است: نخست، تحلیل نشانه‌شناختی ظرفیت‌های مجسمه آرش در سه حوزه رمزگان‌های ارتباطی - رسانه‌ای، فرهنگی - اجتماعی و هویتی؛ دوم، تحلیل اثرهای عینی این رسانه بر هویت فرهنگی تهران و هویت ملی ایران. بنابراین، این پژوهش با تمرکز بر مجسمه آرش کمانگیر، می‌کوشد ضمن تحلیل جایگاه رسانه‌های تجسمی سنگین در فضای شهری، به تبیین ظرفیت‌ها و تأثیر آنها بر هویت فرهنگی تهران بپردازد و خلأ موجود در مطالعات ارتباطات شهری و رسانه‌های مکان‌محور را تا حدی پوشش دهد.

۱. تعاریف و مفاهیم

۱-۱. رسانه و انواع طبقه‌بندی آن

رسانه در زبان فارسی، واژه‌ی نسبتاً جدیدی محسوب می‌شود. این واژه معادلی برای کلمات Medium (رسانه) و Media (رسانه‌ها) است. همانطور که خود واژه ی «رسانه» نشان می‌دهد، مأموریت رسانه، «رساندن» است: رساندن حرف‌ها، پیام‌ها و دیدگاه‌های یک فرد یا یک مجموعه به افراد، گروه و مجموعه‌های دیگر. به همین علت، یکی از کارکردهای اصلی رسانه را ایجاد ارتباط می‌دانند (معتدنزاد، ۱۴۰۲، ص. ۱۲). با توجه به این توضیحات، در معنایی گسترده می‌توان از «علامت دادن با دود» و «غارنوشته‌ها و

مجسمه‌های سنگی» تا «استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای» و «حضور در شبکه‌های اجتماعی» را مصداق استفاده از ابزار رسانه‌ای دانست. در سنت ارتباطات، رسانه عمدتاً به‌عنوان «کانالی برای انتقال پیام» تعریف می‌شد. رویکردی که در مدل خطی ارتباطات لاسول و همچنین مفاهیم اولیه مکتب تورنتو (مانند اینیس و مک‌لوهان) ریشه دارد. اما نظریه پردازان معاصر، تعریف موسع‌تری ارائه داده‌اند؛ رسانه فقط «مجرا» نیست، بلکه «محیطی» است که تجربه، ادراک و حتی حافظه جمعی را شکل می‌دهد. از این منظر، یک مجسمه شهری تنها حامل پیام نیست، بلکه خود «محیطی معنا ساز» است که کنش ارتباطی مخاطب با فضا و تاریخ را ممکن می‌کند (McLuhan, 1964; Couldry & Hepp, 2017).

برای طبقه‌بندی رسانه‌ها، دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد ولی نگارنده بر اساس نوع پیام ارتباطی، طبقه‌بندی زیر (محسنیان‌راد، ۱۳۹۹، ص. ۳۴) را به‌عنوان دسته‌بندی عام و کلی مبنای مقاله قرار می‌دهد:

- ۱) رسانه‌های نوشتاری و متنی: روزنامه، کتاب، تابلوهای شهری.
 - ۲) رسانه‌های شنیداری: رادیو، پادکست.
 - ۳) رسانه‌های دیداری (تصویری - تجسمی): تلویزیون، سینما، عکاسی، معماری، مجسمه‌های شهری.
 - ۴) رسانه‌های تعاملی و دیجیتال: شبکه‌های اجتماعی، واقعیت افزوده.
- برخی از اندیشمندان نیز از زاویه‌های دیگر به طبقه‌بندی رسانه‌ها به‌صورت جزئی‌تر پرداخته‌اند. به‌عنوان مثال هارولد اینیس (Innis)، نظریه‌پرداز برجسته‌ی مکتب تورنتو، رسانه‌ها را بر اساس «سوگیری ارتباطی» یا «تمایل طبیعی» رسانه‌ها، آنها را به دو دسته تقسیم می‌کند:
- ❖ رسانه‌های زمان‌محور^۲ که سنگین، بادوام و دیرپا هستند (مانند سنگ‌نوشته‌ها، مجسمه‌های سنگی، سفال، و بناهای تاریخی) و برای انتقال سنت، دین و حافظه‌ی جمعی در طول نسل‌ها مناسب‌اند.
 - ❖ رسانه‌های مکان‌محور^۳ که سبک، سریع و گسترش‌یابنده هستند (مانند روزنامه، رادیو، اینترنت) و برای کنترل قلمرو، مدیریت امپراتوری و ارتباطات همزمان در فضای

جغرافیایی وسیع به کار می‌روند. اینیس معتقد است تعادل میان این دو نوع رسانه برای ثبات و تداوم تمدن‌ها ضروری است؛ تسلط بیش از حد هر یک به بی‌ثباتی سیاسی یا زوال فرهنگی می‌انجامد (Innis, 2008).

مع الوصف ما در این مقاله با توجه انتخاب و تمرکز بر تحلیل مجسمه‌های شهری، طبقه‌بندی عام رسانه‌های تصویری و تجسمی و همچنین طبقه‌بندی خاص اینیس مبنی بر رسانه‌های زمان‌محور و مکان‌محور را محور اصلی بحث خود قرار می‌دهیم. در واقع مجسمه‌های شهری، رسانه‌ای هستند که هم به مکان خاصی وابسته هستند و هم واجد ماندگاری تاریخی و هویتی می‌باشند.

۱-۲. رسانه‌های تجسمی و تصویری سنگین شهری

رسانه‌های تجسمی و تصویری سنگین به آن دسته از رسانه‌های فیزیکی اطلاق می‌شود که دارای مادیت، مقیاس بزرگ، دوام و حضور پایدار در فضای عمومی هستند و پیام خود را از طریق فرم بصری و مکانی منتقل می‌کنند. مجسمه‌ها، یادمان‌ها و نمادهای شهری از مهم‌ترین مصادیق این نوع رسانه‌ها به‌شمار می‌آیند. این رسانه‌ها برخلاف رسانه‌های گذرا، به دلیل ماندگاری و مواجهه مکرر شهروندان با آنها، نقش مهمی در تثبیت معنا، حافظه و هویت فرهنگی ایفا می‌کنند (Carey, 1989; Zukin, 1995). در این پژوهش، مجسمه آرش کمانگیر به‌عنوان یک رسانه تجسمی و تصویری سنگین شهری مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

۱-۳. هویت فرهنگی

از منظر هولاند، هویت مفهومی است که دنیای درونی یا شخصی را با فضای جمعی اشکال فرهنگی و روابط اجتماعی ترکیب می‌کند (Holland, 1994, p. 6). در تعریف دیگر، هویت مفهومی است که دنیای درونی یا شخصی را با فضای جمعی اشکال فرهنگی و روابط اجتماعی ترکیب می‌کند. معنا ساز بودن هویت، بر ساختگی بودن آن دلالت دارد. یعنی هویت نیز چیزی طبیعی، ذاتی و از پیش موجود نیست بلکه همیشه باید ساخته شود. هویت به گفته هکمن یعنی همانند دیگران بودن در طبقه خود و همانند خود بودن در گذر زمان (مروت، ۱۴۰۰، ص. ۲۱). هویت از منظر جامعه‌شناسی صرفاً «یکی شدن خود» نیست، بلکه «یکی شدن با خود و دیگران» محسوب می‌شود که توضیح‌دهنده

هویت فردی و اجتماعی است. تاجفل این دو مفهوم را با یکدیگر جمع کرده و معتقد است هویت دارای دو جزء است: اول «یکی شدن خود» و دیگری «مشارکت با دیگران در بعضی از اجزای ذاتی». براین اساس هویت فرهنگی به مجموعه‌ای از معناها، ارزش‌ها، نمادها و روایت‌های مشترک اطلاق می‌شود که احساس تعلق افراد به یک جامعه یا ملت را شکل می‌دهد. از دیدگاه مطالعات فرهنگی، هویت امری ثابت و ذاتی نیست، بلکه در فرایند بازنمایی، تعامل اجتماعی و مواجهه با رسانه‌ها به‌طور مستمر بازتولید می‌شود (Hall, 1996). رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های شهری، نقش مهمی در تثبیت و بازنمایی هویت فرهنگی دارند؛ چراکه با تکرار نمادها و روایت‌های خاص، آنها را به بخشی از زیست‌جهان روزمره شهروندان تبدیل می‌کنند (Zukin, 1995).

۴-۱. حافظه جمعی

حافظه جمعی به خاطره‌ها، روایت‌ها و تصاویری اطلاق می‌شود که در چارچوب‌های اجتماعی و فرهنگی مشترک شکل می‌گیرند و فراتر از حافظه فردی عمل می‌کنند. موریس هالبواخس حافظه جمعی را پدیده‌ای اجتماعی می‌داند که در فضاها، نمادها و مناسک اجتماعی تثبیت می‌شود (Halbwachs, 1992). فضای شهری و عناصر نمادین آن، از مهم‌ترین بسترهای شکل‌گیری حافظه جمعی هستند. رسانه‌های زمان‌محور، با ماندگاری خود، نقش کلیدی در انتقال حافظه از نسلی به نسل دیگر دارند (Assmann, 2011).

۵-۱. ایثار اجتماعی

ایثار اجتماعی به کنشی آگاهانه اطلاق می‌شود که در آن فرد، منافع شخصی یا حتی جان خود را در راه حفظ منافع جمعی، ارزش‌های مشترک یا بقای جامعه فدا می‌کند. این مفهوم در اسطوره‌ها و روایت‌های ملی، جایگاهی محوری در تقویت همبستگی اجتماعی و هویت جمعی دارد. (برزویی و شهرکی‌پور، ۱۳۹۸، ص. ۲۲) آرش کمانگیر در اسطوره ایرانی، نمونه‌ای برجسته از ایثار اجتماعی است؛ قهرمانی که با فداکاری بی‌مثال خود، مرزهای سرزمین و انسجام جمعی را تثبیت می‌کند. بازنمایی این روایت در قالب مجسمه شهری، ایثار اجتماعی را از سطح روایت اسطوره‌ای به سطح تجربه فضایی منتقل می‌کند.

۲. ادبیات نظری پژوهش

در این پژوهش برای تحلیل مجسمه آرش کمانگیر به مثابه یک رسانه‌ی تجسمی و تصویری سنگین در فضای شهر تهران، از چهار چارچوب مفهومی و نظری مکمل استفاده کردیم که هر یک به جنبه‌ای از فرایند ارتباطی، معناسازی، حافظه‌پردازی و قدرت نمادین این اثر می‌پردازند:

نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت باندورا^۱ اولین نظریه مورد توجه این پژوهش می‌باشد که بر اساس این نظریه، افراد از طریق مشاهده نمادها، الگوها و پیام‌های موجود در محیط، رفتارها، نگرش‌ها و هنجارهای فرهنگی را فرا می‌گیرند. مجسمه آرش کمانگیر به عنوان یک الگوی نمادین قابل مشاهده در فضای عمومی، می‌تواند فرایند یادگیری مشاهده‌ای را در شهروندان، به‌ویژه نسل جوان، در جهت درونی‌سازی ارزش‌هایی چون ایثار، میهن‌دوستی و فداکاری برای جمع فعال سازد. بازنمایی مثبت یک قهرمان اساطیری، احتمال تکرار رفتارهای همسو با آن ارزش‌ها را در سطح اجتماعی افزایش می‌دهد. دومین نظریه نظریه دیوارنگاری به مثابه رسانه^۲ است که جان فیسک (Fiske, 1994) هنر عمومی (از جمله مجسمه‌ها و دیوارنگاره‌ها) را نوعی ارتباط قدرت و گفت‌وگو مسلط می‌داند. از این دیدگاه، نصب مجسمه‌ای با مضامین ملی - اسطوره‌ای در میدان اصلی شهر (ونک) یک اقدام بی‌طرفانه هنری نیست، بلکه عملی ایدئولوژیک برای بازتولید ارزش‌های هویتی معین، گنجاندن برخی روایت‌ها در حافظه عمومی و کنار گذاشتن روایت‌های رقیب است. این مجسمه به مثابه رسانه‌ای «سنگین» و ماندگار، قدرت نهادهای فرهنگی - شهری را برای تعریف «ایرانی بودن مطلوب» به نمایش می‌گذارد. سومین نظریه نظریه زبان‌شناسی فضای شهری^۳ است که لاندری و بورژوا (Landry & Bourhis, 1997, pp. 23-49) فضای شهری را متنی خواندنی می‌دانند که شامل نشانه‌ها، نوشته‌ها و نمادهای عمومی است. این رویکرد، مجسمه‌های شهری را نیز بخشی از «گفت‌وگو مادی» شهر تعبیر می‌کند که پیام‌های هویتی را به شهروندان و گردشگران منتقل می‌نماید. از این منظر، میدان ونک و مجسمه آرش کمانگیر به مثابه صفحه‌ای از یک کتاب باز عمل می‌کند که روایت رسمی از هویت ملی - فرهنگی ایرانی را «به زبان مجسمه» بازگو می‌کند و برجستگی نمادهای بومی را در مقابل نشانه‌های بیگانه نشان می‌دهد. و چهارمین و آخرین نظریه، نظریه

حافظه جمعی است که موریس هالبواخس^۷ (Halbwachs, 1992) معتقد است حافظه جمعی در چارچوب فضاها و مکان‌های فیزیکی شکل می‌گیرد، تثبیت می‌شود و بازخوانی می‌گردد. مکان‌هایی مانند میادین شهری با مجسمه‌های نمادین، به «مکان‌های یادآوری» تبدیل می‌شوند. مجسمه آرش کمانگیر با ارجاع به کهن‌الگوی ایثارگری در اسطوره‌های ایرانی، حلقه‌ای از زنجیره حافظه جمعی ملی را بازنمایی می‌کند و به شهروندان تهرانی امکان می‌دهد گذشته اساطیری را در متن زندگی روزمره شهری تجربه کنند و به نسل بعد منتقل نمایند.

۳. پیشینه و سابقه پژوهش

مجسمه آرش کمانگیر در خردادماه ۱۴۰۴ در میدان ونک تهران نصب و رونمایی شد. لذا تاکنون پژوهشی با رویکرد ترکیبی نشانه‌شناسی، نظریه گفتمان و مفهوم «رسانه سنگین» کولنجلو در ایران به تحلیل مجسمه آرش کمانگیر و علی‌الخصوص ظرفیت‌ها و اثرات فرهنگی - هویتی آن پرداخته است که مقاله حاضر تلاش کرده است که این شکاف پژوهشی را تکمیل نماید و نوآوری مشخصی را برای خود ایجاد نموده است. مع‌الوصف در خصوص رسانه‌های تصویری و سنگین شهری و همچنین اثرات فرهنگی و هویتی المان‌های شهری سوابق علمی مناسبی وجود دارد که به‌صورت مختصر معرفی می‌شوند:

جدول (۱): پیشینه و سوابق علمی

ردیف	نوع پیشینه	نویسنده	عنوان	تاریخ انتشار	توضیحات ارتباط پیشینه با موضوع مقاله
۱	کتاب	کولنجلو	The building as screen: A history, theory, and practice of massive media	۲۰۲۰	کولنجلو در این کتاب نظریه «رسانه‌های سنگین» را بسط داده و بر مؤلفه‌هایی چون ترکیب فضای شهری با زیبایی‌شناسی تصاویر متحرک، کارکرد حافظه جمعی و هم‌پاشی عمومی تأکید می‌کند. این

ردیف	نوع پیشینه	نویسنده	عنوان	تاریخ انتشار	توضیحات ارتباط پیشینه با موضوع مقاله
					اثر از مهم‌ترین منابع نظری برای مطالعات میان‌رشته‌ای رسانه و فضای شهری محسوب می‌شود و چارچوب اصلی مقاله حاضر برای مفهوم‌پردازی «رسانه تجسمی سنگین» را فراهم می‌آورد.
۲	مقاله	کولنجلو	Massive media: When cities become screens.	۲۰۱۶	با تحلیل فناوری‌های ارتباطی در مقیاس بزرگ (پروجکشن‌های شهری، نماهای دیجیتال، صفحات نمایش شهری) به این نتیجه رسید که این رسانه‌ها به دلیل ابعاد فیزیکی عظیم، کیفیت صفحه‌مانندی و شبکه‌ای بودن، مرز میان فضای شهری و حوزه عمومی را بازتعریف می‌کنند. هرچند این پژوهش معطوف به رسانه‌های دیجیتال است، چارچوب نظری آن برای تحلیل مجسمه‌های بزرگ مقیاس به مثابه رسانه‌های سنگین قابل بسط است.

ردیف	نوع پیشینه	نویسنده	عنوان	تاریخ انتشار	توضیحات ارتباط پیشینه با موضوع مقاله
۳	کتاب	کونین لینچ / ترجمه سیدحسین بحرینی	تئوری شکل شهر	۱۹۹۶ دانشگاه تهران	این کتاب بنیان‌گذار نشانه‌شناسی شهری در سنت برنامه‌ریزی شهری است. لینچ با معرفی مفهوم «نشان» به عنوان یکی از پنج عنصر خوانایی شهر، زیربنای نظری مطالعه مجسمه‌های شاخص شهری را فراهم آورد. از منظر لینچ، نشانه‌ها از طریق تمایز فرمی با محیط، نقش جهت‌یابی و تثبیت خاطره جمعی را ایفا می‌کنند.
۴	مقاله	بهروز امین‌زاده، محمدرضا پورجعفر و عبدالحمید نقره‌کار	تحلیل نشانه‌شناختی مجسمه‌های شهری تهران به عنوان رسانه‌های انتقال فرهنگ	۱۳۹۲	این مقاله یکی از جامع‌ترین مطالعات نشانه‌شناختی مجسمه‌های شهری تهران (با تأکید بر دوره پهلوی و پس از انقلاب) است. نویسندگان نشان می‌دهند که مجسمه‌های شهری به مثابه «متنی بصری» عمل کرده و ارزش‌های فرهنگی حاکم را بازنمایی می‌کنند.

ردیف	نوع پیشینه	نویسنده	عنوان	تاریخ انتشار	توضیحات ارتباط پیشینه با موضوع مقاله
۵	کتاب	مسعود کوثری	شهر؛ رسانه و زندگی روزمره	۱۳۹۳	این کتاب با رویکرد جامعه‌شناختی به نقش رسانه‌های شهری (از جمله بیلبردها، المان‌ها و مجسمه‌ها) در شکل‌دهی به تجربه زیسته شهروندان پرداخته و بر مفهوم «ارتباطات مکان‌محور» تأکید دارد.
۶	مقاله	علیرضا ذکاوتی و علی سلطانی	اسطوره آرش در فرهنگ ایرانی و بازنمایی آن در هنر عمومی	۱۳۹۶	این مقاله از نظر موضوعی به مطالعه موردی مقاله حاضر نزدیک است. نویسندگان به تحلیل لایه‌های معنایی اسطوره آرش (ایثار، مرزبانی، فداکاری) و بازتاب آن در هنر عمومی ایران پرداخته‌اند، اما مجسمه آرش میدان ونک که در سال ۱۴۰۴ نصب شده را پوشش نمی‌دهد.
۷	مقاله	سمیه موسویان	نقش مجسمه‌های شهری در شکل‌گیری هویت منظر	۱۳۹۷	این مقاله با تأکید بر مجسمه‌های تهران (از جمله مجسمه‌های فردوسی، نادرشاه و ابوریحان) به کارکردهای

ردیف	نوع پیشینه	نویسنده	عنوان	تاریخ انتشار	توضیحات ارتباط پیشینه با موضوع مقاله
			فرهنگی شهر تهران		هویتی و حس تعلق مکانی پرداخته و نشان داده است که مجسمه‌های با نمادهای ملی تأثیر بیشتری بر هویت فرهنگی شهروندان دارند.
۸	مقاله	محمد مهدی عباسی زاده	فضای شهری و تعاملات اجتماعی	۱۳۹۹	این مقاله به چگونگی تأثیر فضاهای شهری (از جمله میادین و المان‌ها) بر تعاملات اجتماعی شهروندان می‌پردازد و مفهوم «هم‌باشی» در فضای عمومی را تبیین می‌کند که در تحلیل اثرهای اجتماعی مجسمه آرش کاربرد دارد.
۹	پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد	سودا کریمی	نشانه‌شناسی مجسمه‌های شهری تهران به مثابه رسانه‌های تصویری (مطالعه موردی: مجسمه‌های	۱۳۹۸	این پایان‌نامه رویکرد نشانه‌شناختی (با بهره‌گیری از آرای سوسور، پیرس و بارت) را برای تحلیل مجسمه‌های شهری تهران به کار گرفته و ظرفیت آنها را به عنوان «رسانه‌های تصویری»

ردیف	نوع پیشینه	نویسنده	عنوان	تاریخ انتشار	توضیحات ارتباط پیشینه با موضوع مقاله
			دوره پهلوی و پس از انقلاب)		بررسی کرده است. روش‌شناسی این اثر با مقاله حاضر اشتراک دارد.
۱۰	پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد	عبدالرضارحیمی	بازنمایی اسطوره آرش کمانگیر در هنر معاصر ایران (نقاشی، مجسمه، عکس)	۱۳۹۷	این پایان‌نامه به بررسی بازنمایی‌های بصری اسطوره آرش در آثار هنری معاصر (از جمله مجسمه‌های پیشین در مجموعه سعدآباد و کرمان) پرداخته، اما مجسمه میدان ونک (۱۴۰۴) را شامل نمی‌شود. یافته‌های آن درباره رمزگان بصری اسطوره آرش (کمان، تیر، بدن قهرمان) برای مقاله حاضر سودمند است.

منبع: نویسنده

۴. روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت داده‌ها، کیفی است. با توجه به ماهیت مسأله که بررسی معانی ضمنی، تأثیرات هویتی و کارکردهای ارتباطی یک اثر هنری عمومی (مجسمه آرش کمانگیر) در بافت فضای شهری تهران است، رویکرد تحلیلی - توصیفی از نوع تفسیری - نشانه‌شناختی به کار گرفته شده است (Eco, 1976; Rose, 2016). چنین رویکردی امکان مطالعه عمیق «متن» شهری و رمزگشایی لایه‌های پنهان پیام‌های فرهنگی - قدرتی را فراهم می‌کند.

گردآوری داده‌ها از طریق مشاهده مستقیم و مستندسازی تصویری مجسمه آرش کمانگیر در میدان ونک (شامل موقعیت، ابعاد، جزئیات فرم و نمادها، و نسبت آن با بافت اطراف) انجام شده است. همچنین از اسناد و متون مرتبط (گزارش‌های شهرداری، مصاحبه‌های رسمی و متون اسطوره‌شناختی) نیز در بررسی و تحلیل استفاده شده است. برای اجرای این تحلیل‌ها از نشانه‌شناسی ساختارگرا با تأکید بر لایه‌های دلالت (به‌ویژه الگوی بارت) استفاده شده است؛ بدین معنا که مجسمه در سه سطح بررسی می‌شود:

- سطح اول (نشانه‌های صریح): فرم، ژست، کمان، اندام آرش
- سطح دوم (معانی ضمنی): ایثار، مرزبانی، فداکاری برای میهن
- سطح سوم (کارکرد ایدئولوژیک): بازتولید هویت ملی رسمی در فضای شهری معاصر

یافته‌های پژوهش نیز به صورت توصیفی - تحلیلی و با استفاده از جدول تطبیقی نشانه‌ها ارائه می‌شوند. به این ترتیب که هر عنصر بصری مجسمه با یکی از مفاهیم چهار نظریه (زبان‌شناسی فضای شهری، حافظه جمعی، دیوارنگاری به مثابه رسانه، یادگیری اجتماعی) پیوند زده شده و در نهایت نقش این مجسمه در تقویت یا تغییر هویت فرهنگی تهران در قالب ظرفیت‌ها و اثرات هویتی و فرهنگی تفسیر می‌گردد.

۵. یافته‌های پژوهش

الف - تحلیل نشانه‌شناختی ظرفیت‌های مجسمه آرش کمانگیر

در این بخش، یافته‌های پژوهش بر اساس روش تحلیلی - توصیفی از نوع تفسیری - نشانه‌شناختی (Semiotics) ارائه می‌شود. رویکرد نشانه‌شناختی با الهام از آرای سوسور (تمایز دال و مدلول)، پیرس (نشانه‌های شمایی، نمایه‌ای و نمادین) و بارت (لایه‌های دلالت صریح و ضمنی)، امکان خوانش لایه‌های پنهان معنایی مجسمه آرش کمانگیر را فراهم می‌آورد. از این منظر، مجسمه‌های شهری نه صرفاً آثار هنری، بلکه «متنی بصری» محسوب می‌شوند که در بستر فضای عمومی تولید معنا می‌کنند.

در ادامه، ظرفیت‌های این رسانه تجسمی سنگین در پنج حوزه دسته‌بندی و تحلیل می‌شوند:

۱. ظرفیت‌های ارتباطی و رسانه‌ای

۱-۱. دلالت صریح و ضمنی^۱ اسطوره

از منظر نشانه‌شناسی، مجسمه آرش دارای دو لایه معنایی است. در لایه دلالت صریح، مجسمه مردی (آرش) را بازنمایی می‌کند که کمانی به دست دارد. اما لایه دلالت ضمنی به نظام فرهنگی و اسطوره‌ای اشاره دارد که در آن «آرش» به مجموعه‌ای از مفاهیم انتزاعی چون «ایثار»، «فداکاری»، «تعیین مرزهای میهن» و «آزادی» ارجاع می‌دهد. این انتقال از «نشانه» به «معنا» در نظام فرهنگی ایران، مجسمه را به رسانه‌ای پیشران برای بازتولید حافظه جمعی تبدیل می‌کند. آرش در اسطوره‌شناختی ایرانی از «کهن‌ترین اسطوره‌ها» محسوب می‌شود که پس از پایان جنگ ایران و توران، برای تعیین مرز دو سرزمین تیر خود را از کوه «ایریو خشوتا» به پرواز درمی‌آورد.

۱-۲. رمزگان فرهنگی و بازتولید حافظه جمعی ملی

مجسمه آرش از طریق رمزگان فرهنگی مشترک - شامل اشارات به اسطوره‌های ایرانی، ارزش‌های ملی و هویت جمعی - با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند. رمزگانی همچون «کمان»، «تیر»، «برهنگی در پیشگاه وطن» و «فروپاشی جسم در راه مرزها». بر اساس منابع اسطوره‌ای، آرش پیش از پرتاب تیر «بدن سالم خود را به همگان نشان می‌دهد و اعلام می‌کند که با رها کردن آن، پیکرش از هم خواهد پاشید». رمزگانی که در مجسمه توسط فرم فیزیکی بدن‌نمای قهرمان بازنمایی می‌شود و به برانگیختگی عمومی انجامیده است.

۱-۳. رمزگان غیرکلامی و ارتباط بدنی

مجسمه آرش از طریق رمزگان غیرکلامی (ژست بدنی، موقعیت کمان، عضلات منقبض) ارتباطی پیش از کلام با مخاطب برقرار می‌کند. ژست «کشیدن کمان» نشانه‌ای نمایه‌ای (Index) است به سوی عملی درآستانه وقوع - رها کردن تیر به سوی نجات مرزها؛ عضلات منقبض شدید، تنشی را بازنمایی می‌کند که با «ایثار تمام‌عیار» گره خورده است. از منظر پیرس، این نشانه‌های نمایه‌ای رابطه علی و هم‌جوارانه‌ای با مدلول خود دارند و مخاطب را بدون نیاز به متن، به درک فوری از کش «فداکاری» هدایت می‌کنند.

۴-۱. گفت‌وگوی رقابتی گفتمان‌ها

با اقتباس از نظریه گفتمان لاکلائو و موف، می‌توان مجسمه آرش را «میدان معنایی» ای در نظر گرفت که در آن گفتمان‌های رقیب حول آن شکل می‌گیرند. گفتمان رسمی (تقویت هویت ملی - فرهنگی)، گفتمان مخالفان نهادی (نقد فرم بدن)، گفتمان رسانه‌ای (تبدیل مجسمه به «خبر») و گفتمان عمومی (بازتولید اسطوره در شبکه‌های اجتماعی در قالب دیجیتال). هر تلاشی برای تثبیت معنای «نهایی»، ناکام می‌ماند و متن کانون گفت‌وگویی زنده می‌ماند. این الگو را می‌توان روش تحلیل گفتار ترکیبی (نشانه‌شناسی + گفتمان) «متن بصری شهری در میدان ونک تهران» به کار گرفت.

۵-۱. ظرفیت شبکه‌ای شدن؛ نشانه در سیطره جهان دیجیتال

عکاسی، ذخیره و انتشار تصویر مجسمه در شبکه‌های اجتماعی، فرایند بازتولید نامحدود دال بصری را رقم می‌زند. هر بار که کاربری این تصویر را بازنشر می‌دهد، «آرش نشانه‌شناختی» جدیدی متولد می‌شود: آرش «اینستاگرامی»، «خبری»، «میم دیجیتال». با هر بازنشر، مجموعه رمزگان و معانی ممکن پیرامون آرش گسترده‌تر می‌شود. از منظر نشانه‌شناختی، این فرایند باعث «بازتولید نامحدود مدل‌ها در مدار دال ثابت» می‌شود و مجسمه آرش را از یک نشانه شهری به «نشانه‌ای سیال و همیشه در حال تولید معنا» در عصر دیجیتال بدل می‌کند.

۶-۱. کارکرد «مکان نشانه» در فضای شهری

در سنت نشانه‌شناسی شهری (لینچ، ۱۳۷۶، ص. ۳۲)، مجسمه‌های شاخص به مثابه «نشانه» عمل می‌کنند که از طریق تمایز فرمی با محیط، نقش جهت‌یابی و «خوانایی» شهر را تسهیل می‌کنند. مجسمه آرش با ارتفاع قابل توجه در میدان ونک به «گره‌های نشانه‌ای» در متن شهر تبدیل شده است: محل ارجاع، ایست و ذخیره خاطره جمعی. «نشانه‌ها در شهر به عنوان عاملی که از محیط اطراف خود متمایز هستند، در هویت بخشی به شهر و زیبایی موثرند و جهت‌یابی در شهر را تسهیل و آن را از یکنواختی درمی‌آورند. از منظر نشانه‌شناسی، این «متمایز شدن از بافت» خود تولیدکننده‌ی معناست.

۷-۱. گفت‌وگو و جنجال رسانه‌ای؛ تولید لایه‌های سیاسی - اجتماعی معنا

مخالفت‌های نهادی با «شش‌تکه بودن پیکر» و «تحریک‌آمیز» خواندن مجسمه که توسط سازنده مجسمه در اخبار و مصاحبه‌ها مطرح گردید نشان از مقاومت در برابر بازنمایی بدن قهرمان اسطوره‌ای را نشان می‌دهد. از منظر نشانه‌شناسی فرهنگی، «قدرت معنا می‌کند» و هر سانسور نمادین، خود بر غنای مدلول‌های مجسمه می‌افزاید. اقبال عمومی نیز معانی مقاومتی و ملی به آن بخشیده است. این جدال بر سر نشانه‌ها (Struggle over Signs) یکی از بارزترین ویژگی‌های رسانه سنگین است.

۸-۱. پیوستگی با سنت کتیبه‌نگاری ایران باستان

محل میدان ونک نوشتاری ندارد، اما خود مجسمه یادآور کتیبه‌های سنگی هخامنشی و ساسانی (نقش رستم، کتیبه شاپور اول) است. مجسمه‌های یادمانی و نقش‌برجسته‌های باستانی را می‌توان رسانه‌های سنگین اولیه‌ای در نظر گرفت که برای تثبیت هویت سیاسی و دینی و نمایش اقتدار ساخته می‌شدند. آرش این سنت را در قالب رسانه‌ای مدرن و در میدان پر رفت و آمد تهران که به نوعی نماد تهران مدرن است، نمایش می‌دهد.

۲. ظرفیت‌های فرهنگی و اجتماعی

از منظر نشانه‌شناختی، فرهنگ مجموعه‌ای از رمزگان‌های مشترک است که به اعضای یک جامعه امکان تولید و تفسیر معنا را می‌دهد. مجسمه آرش این رمزگان‌ها را در ابعاد زیر بازتولید می‌کند:

۱-۲. انتقال بین‌نسلی معنای «ایثار» و «مرزهای میهن»

رمزگان «ارجاع به مرز» که در داستان آرش با «پرواز تیر تا جیهون» رمزگذاری شده، در مجسمه به رمزگان بصری اشاره به کمان افراشته (استعاره از مرز) و بدن قهرمان (استعاره از فداکاری) ترجمه می‌شود.

۲-۲. بازتعریف اسطوره در عصر معاصر

آرش که در شاهنامه نامش از قلم افتاده و در شعر معاصر (کسرائی) احیا شده بود، بار دیگر در فضای شهری تهران پذیرایی می‌شود. در میان بحران‌های معاصر هویتی، بازگشت سرخوشانه به اسطوره‌ای که «خود را نابود کرد تا مرز وطنی تعیین شود» عمیقاً معنادار است.

۳-۲. آموزش غیررسمی و تولید «معرفت اسطوره‌ای» از طریق رمزگان بصری

مجسمه دال تصویری‌ای است که مدلول فرهنگی «آرش» را در دسترس مخاطبی می‌گذارد که شاید هرگز نام او را نشنیده باشد. از منظر بارت، این جا «اسطوره به مثابه نظام رمزگان ثانویه» عمل می‌کند: دال اول (بدن برنزی مردی با کمان) به مدلول اول (آرش) می‌انجامد، و این مدلول خود به دالی ثانوی تبدیل می‌شود برای مدلول ثانوی (ایثار، هویت ملی، آزادی).

۴-۲. شکل‌دهی به تعاملات روزمره و خاطره آفرینی

مجسمه آرش با تغییر رفتار روزمره شهروندان (توقف، نگاه، عکس گرفتن، جهت یابی) تعاملات اجتماعی جدیدی را رقم زده است. از منظر نشانه‌شناختی، نشانه‌های شهری «قابلیت القای حس مکان و هدایتگری» برای شهروندان را دارند. تقویت این عناصر به عنوان نمود کالبدی ارزش‌های معنایی و فرهنگی جامعه می‌تواند موجبات ارتقای تصویر ذهنی شهروندان و خوانایی فضای شهری را فراهم کند. مجسمه به خاطره‌سازی و ایجاد خاطره‌های جدید برای شهروندان کمک می‌کند.

۵-۲. رمزگان هویت‌بخشی و احساس تعلق مکانی

رمزگان هویتی، احساس «ما بودن» و تعلق به یک اجتماع را تقویت می‌کند. تماشای مجسمه آرش توسط رهگذران، رمزگانی درونی^{۱۱} را فعال می‌کند: «این قهرمان ما ایرانیان است» و «او برای حفظ ما و سرزمین ما همه چیز داد». این فرایند، به بازتولید هویت جمعی و افزایش تعلق خاطر به «میدان ونک» و «ملیت ایرانی» می‌انجامد. مجسمه‌های شهری «نه تنها غنای بصری شهر و فضای زیست اجتماعی ما را کمک می‌کنند، بلکه به عنوان نمادها و نشانه‌هایی از فرهنگ و هویت عمل می‌کنند».

۶-۲. نظم و خوانش رفتار انسانی

خوانش رفتار انسان در شهر وابسته به میزان درک و شناخت او نسبت به محیط است. پدیده ادراک فرایندی ذهنی است که در طی آن تجارب حسی معنی‌دار می‌شود و از این طریق، روابط امور و معانی اشیا را درک می‌نماید. مجسمه آرش به واسطه قدرتی که در رمزگشایی از اسطوره و هویت جمعی دارد، این ادراک را تسهیل می‌کند.

۳. ظرفیت‌های هویت بخشی در لایه نشانه‌شناختی

از منظر نشانه‌شناسی فرهنگی، هویت فرهنگی حاصل تثبیت برخی رمزگان‌ها و طرد برخی دیگر است. مجسمه آرش در میدان ونک، که نقطه‌ای مدرن و غربی‌نشین در تهران است، به تأکید بر رمزگان تمایز (Codes of Distinction) نسبت به جهانی‌شدن و استیلا بر رمزگان «ما» می‌انجامد. ارزش‌های هویتی بازنمایی شده در این رسانه سنگین عبارت‌اند از:

- ❖ ایثار اجتماعی (فدا شدن برای بقای جمع: نشانه آرش در حال پرتاب تیرکمان)
- ❖ میهن‌دوستی (عشق به سرزمین به مثابه امری مقدس)
- ❖ مقاومت (رمزگان بدنی قدرت در مقابل دشمن)
- ❖ حافظه جمعی ملی (بازنمایی کهن‌الگوهای ایرانی)

بر اساس منابع اسطوره‌شناختی عمیق، آرش در روایت‌های اوستایی «جان‌فشانی بی‌چشم داشت در راه حق و عدالت و مقاومت» را تجسم می‌بخشد. او «سمبل جان‌فشانی در راه وطن» است و نصب نماد آرش پس از دهه‌ها «ضرورت توجه به هویت ملی و پاسداشت اسطوره‌های ایرانی» را نشان می‌دهد. مجسمه آرش این معانی رمزگذاری شده عمیق را در کالبد شهر بازتولید می‌کند.

ب. تحلیل اثرات فرهنگی - هویتی مجسمه آرش کمانگیر

یافته‌های این بخش نشان می‌دهد که مجسمه آرش کمانگیر بر هویت فرهنگی شهر تهران و هویت ملی ایران در هفت حوزه اصلی تأثیر گذاشته است که عبارتند از:

- ۱) بازنمایی «تهران مقاوم»: در شرایط سیاسی و نظامی خاص (مانند جنگ‌های تحمیلی اخیر)، این مجسمه می‌تواند به نماد «شهر مقاوم» تبدیل شود و هویت تهران را از یک کلانشهر مصرف‌گرا به «پایتخت ایستادگی و مقاومت» تغییر دهد.
- ۲) تقویت ارزش «ایثار اجتماعی» به عنوان هنجار ملی: از منظر نظریه یادگیری اجتماعی (Bandura, 1986)، آرش با پیکر نحیف اما استوار خود، به الگویی مشاهده‌ای تبدیل می‌شود که «فدا کردن خود برای بقای سرزمین» را در نهاد شهروندان درونی می‌سازد. مشاهده مکرر این الگو، احساس تعلق ملی را تقویت می‌کند.

- ۳) احیای اسطوره‌های کهن در پایتخت: تهران به‌عنوان نماد مدرنیته ایرانی، با نصب این مجسمه به بازتعریف خود از طریق اسطوره‌های پیشااسلامی می‌پردازد و هویت خود را از تک‌بعدی بودن (صرفاً اسلامی یا صرفاً مدرن) خارج می‌کند.
- ۴) تقویت حس تعلق مکانی: مجسمه‌ای مانند آرش می‌تواند به یک «نقطه عطف عاطفی» تبدیل شود؛ شهروندان نه فقط از نظر جغرافیایی، بلکه از نظر احساسی با میدان و نک ارتباط برقرار می‌کنند. این امر «دلبستگی به مکان» را افزایش می‌دهد.
- ۵) انتقال ارزش‌های فراموش‌شده: ارزش‌هایی مانند «ایثار در برابر بیگانگان»، «مرزبانی» و «فداکاری برای نام ایران» که در زندگی مدرن شهری کمرنگ شده‌اند، از طریق مجسمه به حافظه جمعی بازگردانده می‌شوند.
- ۶) ایجاد خاطره جمعی شهری جدید: مطابق با نظریه حافظه جمعی، «قرار پای مجسمه آرش» به یکی از ارجاعات خاطره‌انگیز مشترک شهروندان تهرانی تبدیل شده است. این مجسمه پیوند نسل‌ها را از طریق یک نشانه بصری مشترک ممکن می‌سازد.
- ۷) کاهش شکاف نسل‌ها در خوانش هویت: نسل جوان (که ممکن است ارتباط چندانی با متون کهن نداشته باشد) از طریق یک اثر بصری ساده، با یکی از بن‌مایه‌های هویت ایرانی آشنا می‌شود. این مجسمه به‌عنوان «مترجم بین‌نسلی» عمل می‌کند.
- ۸) هم‌افزایی هویت ملی و هویت شهری: هویت ملی (ایرانی بودن) در این اثر به هویت محلی (تهرانی بودن) گره می‌خورد. ساکن تهران دیگر فقط یک شهروند عادی نیست، بلکه «وارث اسطوره‌ای ملی» است.
- ۹) طبیعی‌سازی پیوند تهران مدرن با ایران باستان: بر اساس نظریه دیوارنگاری به‌مثابه رسانه، مجسمه آرش این پیام قدرتی را بازنمایی می‌کند که تهران جهانی‌شده همچنان ریشه در اسطوره‌های کهن ایرانی دارد. این اثر به بازتولید روایت رسمی از هویت ملی کمک می‌کند.
- ۱۰) چالش با هویت تک‌صدایی: اگر نظام حاکم پیشتر بر هویت عموماً اسلامی تأکید داشت، ورود نمادهایی مانند آرش نشان‌دهنده گسترش دایره هویت رسمی است. این اثر می‌تواند به «پل هویتی» میان ملی‌گرایان و حاکمیت تبدیل شود.

بحث و نتیجه‌گیری

مقاله حاضر با رویکرد تحلیلی - توصیفی از نوع تفسیری - نشانه‌شناختی تلاش نمود تا به بررسی ظرفیت‌ها و اثرات رسانه‌های تصویری و سنگین شهری مانند مجسمه آرش کمانگیر در شهر تهران بر هویت فرهنگی شهر تهران بپردازد. یافته‌های پژوهش در دو سطح اصلی سازماندهی شد: نخست، تحلیل نشانه‌شناختی ظرفیت‌های مجسمه در سه بخش (ارتباطی - رسانه‌ای، فرهنگی - اجتماعی و هویتی) و دوم، تحلیل اثرهای عینی فرهنگی - هویتی در ده محور مشخص.

در سطح اول، تحلیل نشانه‌شناختی نشان داد که مجسمه آرش کمانگیر فراتر از یک اثر هنری صرف، به مثابه «متنی بصری» عمل می‌کند که لایه‌های معنایی عمیقی را در فضای عمومی شهر تولید و بازتولید می‌نماید. رموزگان فرهنگی مشترک (کمان، تیر، بدن قهرمان، ارجاع به مرز)، رموزگان غیرکلامی (ژست کشیدن کمان، انقباض عضلات) و کارکرد «مکان - نشانه» در سنت نشانه‌شناسی شهری لینچ، همگی مجسمه را به رسانه‌ای قدرتمند برای بازتولید حافظه جمعی ملی تبدیل کرده‌اند. از منظر نظریه گفتمان (لاکلاو و موف)، مجسمه به «میدان معنایی» ای تبدیل شده که گفتمان‌های رقیب (رسمی، مخالفان نهادی، رسانه‌ای، عمومی) حول آن شکل می‌گیرند و «جدال بر سر نشانه‌ها» یکی از بارزترین ویژگی‌های رسانه سنگین بودن آن را رقم می‌زند. همچنین، ظرفیت شبکه‌ای شدن و بازتولید نامحدود دال بصری در فضای دیجیتال، مجسمه را از یک نشانه صرفاً شهری به «نشانه‌ای سیال و همیشه در حال تولید معنا» در عصر دیجیتال بدل ساخته است.

در سطح دوم، تحلیل اثرهای فرهنگی - هویتی نشان داد که مجسمه آرش کمانگیر دست‌کم در ده حوزه بر هویت فرهنگی شهر تهران و هویت ملی ایران تأثیر گذاشته است: بازنمایی «تهران مقاوم» در شرایط بحران‌های منطقه‌ای؛ تقویت ارزش «ایشان اجتماعی» به عنوان هنجار ملی از طریق مکانیسم یادگیری مشاهده‌ای؛ احیای اسطوره‌های کهن در پایتخت و خارج کردن هویت تهران از تک‌بعدی بودن (صرفاً اسلامی یا صرفاً مدرن)؛ تقویت حس تعلق مکانی و تبدیل میدان ونک به «نقطه عطف عاطفی»؛ انتقال ارزش‌های فراموش شده (مرزبانی، فداکاری برای ایران) به حافظه جمعی؛ ایجاد خاطره

جمعیتی شهری جدید («قرار پای مجسمه آرش»); کاهش شکاف نسل‌ها در خوانش هویت از طریق عمل «مترجم بین‌نسلی»; هم‌افزایی هویت ملی و هویت شهری (تهرانی بودن به مثابه وارث اسطوره ملی); طبیعی‌سازی پیوند تهران مدرن با ایران باستان (دیوارنگاری به مثابه رسانه); و در نهایت چالش با هویت تک‌صدایی و گسترش دایره هویت رسمی از طریق ایجاد «پل هویتی» میان ملی‌گرایان و حاکمیت.

در نهایت به سؤال اصلی پژوهش می‌توانیم اینگونه پاسخ دهیم که این رسانه‌های تجسمی سنگین مانند مجسمه آرش، از طریق رمزگان‌های اسطوره‌ای، بصری و مکانی، فرایند شکل‌دهی، تثبیت و بازتعریف هویت فرهنگی را در دو ساحت «معناسازی روزمره» (از طریق مواجهه اجباری و اختیاری شهروندان) و «بازتولید گفتمانی» (از طریق جنجال‌های رسانه‌ای، بازنشرهای دیجیتال و گفت‌وگوهای عمومی) به پیش می‌برد. مجسمه آرش نه تنها حافظه جمعی ملی را بازآفرینی می‌کند، بلکه به بازنمایی ارزش‌هایی چون ایثار، مقاومت و میهن‌دوستی در بستر یک کلانشهر جهانی شده می‌پردازد و هویت تهران را از صرفاً یک «مکان سکونتی - اقتصادی» به «عرصه هویتی - معنایی» ارتقا می‌دهد.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌های تجسمی و تصویری سنگین، به‌ویژه مجسمه‌های شهری، ظرفیت بالایی برای ایفای نقش رسانه‌ای در شهرهای معاصر دارند. مجسمه آرش کمانگیر به‌عنوان یک رسانه زمان‌محور - مکان‌محور، از طریق بازنمایی اسطوره‌ای و ماندگاری فضایی، موجب تثبیت حافظه جمعی، تقویت هویت فرهنگی و ترویج ایثار اجتماعی در فضای شهری تهران شده است.

مجسمه آرش کمانگیر در میدان ونک تهران نمونه‌ای برجسته از «رسانه‌های تصویری و تجسمی سنگین» است که با بهره‌گیری از ظرفیت‌های نشانه‌شناختی (دلالت‌های صریح و ضمنی، رمزگان فرهنگی، نشانه‌های نمایه‌ای و نمادین) و کارکردهای ارتباطی (گفت‌وگوی گفتمانی، شبکه‌ای شدن، مکان - نشانگی)، توانسته است اثری عمیق و چندلایه بر هویت فرهنگی شهر تهران بر جای گذارد. این رسانه سنگی - فلزی، همچون تیری اسطوره‌ای که آرش از کمان رها کرد، در فضای شهری پایتخت «رها» شده و در حال تعیین مرزهای هویتی، ترسیم افق‌های معنایی و بازآفرینی حافظه جمعی شهروندان

در عصر پرتنش معاصر است. از منظر نظریه رسانه‌های سنگین (Colangelo, 2020)، مجسمه آرش مرز میان فضای شهری، یادمان‌سازی و حوزه عمومی را با زیبایی‌شناسی تصاویر اسطوره‌ای و رمزگان بدنی ترکیب می‌کند و بدین‌سان، الگویی بومی - اسطوره‌ای از «رسانه‌های سنگین مکان‌محور» را در ایران معاصر به نمایش می‌گذارد.

یادداشت‌ها

1. Massive Visual Media
2. Time-binding media
3. Space-binding media
4. Bandura, 1986.
5. Fiske, 1994; Fiske & Hartley, 2003.
6. Landry & Bourhis, 1997.
7. Halbwachs, 1992
8. Denotation
9. Connotation
10. Cultural Codes
11. Inner Codes

کتابنامه

- امین‌زاده، بهروز؛ پورجعفر، محمدرضا و نقره‌کار، عبدالحمید (۱۳۹۲). تحلیل نشانه‌شناختی مجسمه‌های شهری تهران به‌عنوان رسانه‌های انتقال فرهنگ. فصلنامه هنرهای زیبا - معماری و شهرسازی. ۱۸ (۴). ۵-۱۶.
- باصفا، فرهاد (۱۳۹۸). تحلیل مجسمه‌های شهری در چارچوب نظریه گفتمان انتقادی. مطالعات رسانه‌ای. ۱۴ (۴۶). ۸۹-۱۰۹.
- برزویی، محمدرضا و شهرکی‌پور، حسن (۱۳۹۸). دریچه‌ای مفهومی به / یثار اجتماعی. انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام.
- پاکباز، رویین (۱۳۹۵). نقاشی ایران از دیرباز تا امروز. تهران: نشر زرین و سیمین.
- پیربابایی، محمدتقی و محمدپور، صفر (۱۳۹۸). نقش هنر عمومی در ساخت هویت جمعی شهرها. فصلنامه مدیریت شهری. ۱۱ (۵۲). ۸۹-۱۰۴.
- ترکاشوند، علیرضا و مجیدی، سیدمجتبی (۱۳۹۲). نقش نمادها و نشانه‌های شهری در ارتقای هویت شهر. مجله هویت شهر. (۱۲).
- حبیبی، سیدمحسن و مقصودی، ملیحه (۱۳۹۱). هنر عمومی: تجربه‌ای در بازتعریف فضای جمعی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

دانشپور، سیدعبدالهادی (۱۳۷۹). ادراک فضا و نقش آن در طراحی شهری. نشریه هنرهای زیبا. (۸).

ذکاوتی، علیرضا و سلطانی، علی (۱۳۹۶). اسطوره آرش در فرهنگ ایرانی و بازنمایی آن در هنر عمومی». فصلنامه مطالعات ملی. ۱۹ (۲). ۱۴۶-۱۲۷.

رحیمی، عبدالرضا (۱۳۹۷). بازنمایی اسطوره آرش کمانگیر در هنر معاصر ایران (نقاشی، مجسمه، عکس). پایان‌نامه دکتری. دانشگاه هنر تهران. دانشکده هنرهای تجسمی.

رضایی‌راد، محمد (۱۳۹۰). باستان‌شناسی و رسانه. پژوهشگاه میراث فرهنگی.

سجودی، فروزان (۱۳۹۰). نشانه‌شناسی: نظریه و عمل. نشر علم.

سلطانی، سید علی اصغر (۱۳۸۷). قابلیت‌های ارتباطی اسطوره در هنر شهری. مجله هنرهای زیبا. (۳۴).

شریعتی، مازیار (۱۳۹۵). از کتیبه تا مجسمه: تحول رسانه‌های هویتی در ایران. مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات. ۱۲ (۴۵).

شوارتس، فردریک (۱۳۹۸). مجسمه‌های شهری و سیاست یادبود. (مترجم عباس مخبر). تهران: نشر نو.

عباسی‌زاده، محمدمهدی (۱۳۹۹). فضای شهری و تعاملات اجتماعی. مجله جامعه‌شناسی ایران. ۲۱ (۳).

فاضلی، محمد (۱۳۹۱). مصرف و سبک زندگی. نشر صبح صادق (فصل مربوط به فرهنگ شهری).

فلاح، محمدصادق و علی‌حیدری، فرحناز (۱۳۹۵). تأثیر مجسمه‌های شهری بر حس تعلق مکانی و هویت فرهنگی (نمونه موردی: مجسمه فردوسی در تهران). فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی. ۴۸ (۳). ۵۷۴-۵۵۹.

کاظم‌نیا، محمداحسان (۱۳۹۷). نقش رسانه‌های تصویری در ارتقای مدیریت شهری. تهران: عصر کنکاش.

کریمی، سودا (۱۳۹۸). نشانه‌شناسی مجسمه‌های شهری تهران به مثابه رسانه‌های تصویری (مطالعه موردی: مجسمه‌های دوره پهلوی و پس از انقلاب). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبائی. دانشکده ارتباطات.

کوثری، مسعود (۱۳۹۳). شهر؛ رسانه و زندگی روزمره، تهران: نشر تپس.

لینچ، کوین (۱۳۷۶). تئوری شکل شهر. (مترجم سیدحسین بحرینی). دانشگاه تهران.

مروت، برزو (۱۳۹۲). رساله دکتری بررسی هویت قومی و ملی نزد ساکنان استان البرز. استاد راهنما: سیف‌الله سیف‌اللهی. دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران.

مروت، برزو (۱۴۰۰). پیاده‌روی اربعین: عام‌گرایی امر خاص. هشتمین کنفرانس بین‌الملل دانش و فناوری علوم تربیتی. *مطالعات اجتماعی و روانشناسی ایران*.

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۹۹). *رسانه‌شناسی*. تهران: انتشارات سمت.

معمدنژاد، کاظم (۱۴۰۲). *وسایل ارتباط جمعی*. انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی. ویرایش دوم. چاپ سیزدهم.

موسویان، سمیه (۱۳۹۷). نقش مجسمه‌های شهری در شکل‌گیری هویت منظر فرهنگی شهر تهران. *نشریه مطالعات ملی*. ۱۹. (۴). (پیاپی ۷۶).

یزدانی، ثمین (۱۳۹۵). بررسی نقش مجسمه‌های شهری در هویت‌پذیری فضاهای عمومی تهران (مطالعه موردی: مجسمه‌های میدان ولیعصر و میدان ونک). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران. دانشکده شهرسازی.

- Colangelo, D. (2020). *The building as screen: A history, theory, and practice of massive media*. Amsterdam University Press.
- Colangelo, D. (2016). Massive media: When cities become screens. In *Proceedings of the 3rd Media Architecture Biennale Conference* (pp. 1-7). ACM.
- Innis, H. A. (2008). *The Bias of Communication* (2nd ed.). University of Toronto Press. (Original work published 1951)
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Fiske, J. (1994). *Media matters: Race and gender in U.S. politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Fiske, J., & Hartley, J. (2003). *Reading television* (2nd ed.). London: Routledge.
- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory* (L. A. Coser, Ed. & Trans.). Chicago: University of Chicago Press.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*. 16 (1). 23-49.
- Assmann, J. (2011). *Cultural memory and early civilization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carey, J. W. (1989). *Communication as culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Hall, S. (1996). Cultural identity and diaspora. In P. Mongia (Ed.). *Contemporary postcolonial theory* (pp. 110-121). London: Arnold.

- Halbwachs, M. (1992). *On collective memory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Holland, J.A. and I. Jarvie (eds) (1994). *The social philosophy of Ernest Gellner*. Atlanta and Amsterdam: Rodopi.
- Innis, H. A. (1950). *Empire and communications*. Oxford: Clarendon Press.
- Innis, H. A. (1951). *The bias of communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Zukin, S. (1995). *The cultures of cities*. Oxford: Blackwell.
- Aminzadeh, Behrouz; Pourjafar, Mohammad Reza; Noghrekar, Abdolhamid (2013). Semiotic analysis of urban sculptures in Tehran as media of cultural transmission. *Quarterly Journal of Fine Arts - Architecture and Urban Planning*. 18 (4). 5-16. (In Persian)
- Basfa, Farhad (2019). Analysis of urban sculptures within the framework of critical discourse theory. *Media Studies*. 14 (46). 109-89. (In Persian)
- Borzoei, Mohammad Reza and Shahrakipour, Hassan (2019). *A conceptual window to social sacrifice*. Imam Sadeq University Press. (In Persian)
- Pakbaz, Roeyn (2016). *Iranian painting from ancient times to today*. Tehran: Zarrin and Simin Publications. (In Persian)
- Pirbabaee, Mohammad Taqi and Mohammadpour, Safar (2019). The role of public art in building the collective identity of cities. *Quarterly Journal of Urban Management*. 11 (52). 89-104. (In Persian)
- Tarkashvand, Alireza and Majidi, Seyed Mojtabi (2013). The role of urban symbols and signs in promoting city identity. *City Identity Journal*. (12). (In Persian)
- Habibi, Seyed Mohsen and Maghsoudi, Malihe (2012). *Public Art: An Experience in Redefining Collective Space*. Tehran: Tehran University Press. (In Persian)
- Daneshpour, Seyed Abdolhadi (2010). The Perception of Space and Its Role in Urban Design. *Fine Arts Journal*. (8). (In Persian)
- Zakavoti, Alireza and Soltani, Ali (2017). The Myth of Arash in Iranian Culture and Its Representation in Public Art. *Quarterly Journal of National Studies*. 19 (2). 127-146. (In Persian)
- Rahimi, Abdolreza (2018). *Representation of the Myth of Arash the Archer in Contemporary Iranian Art (Painting, Sculpture, Photography)*. PhD Thesis. Tehran University of Art. Faculty of Visual Arts. (In Persian)
- Rezaei-Rad, Mohammad (2011). *Archaeology and Media*. Cultural Heritage Research Institute. (In Persian)
- Sajudi, Forozan (2011). *Semiotics: Theory and Practice*. Alam Publishing. (In Persian)
- Soltani, Seyed Ali Asghar (2008). The Communicative Capabilities of Myth in Urban Art. *Journal of Fine Arts*. (34). (In Persian)

- Shariati, Maziar (2016). From Inscription to Sculpture: The Evolution of Identity Media in Iran. *Journal of Cultural Studies and Communication*. 12 (45). (In Persian)
- Schwartz, Frederick (2019). *Urban Sculptures and the Politics of Memorial*. (Translated by Abbas Mokhbar). Tehran: Nashre No. (In Persian)
- Abbasizadeh, Mohammad Mehdi (2019). Urban Space and Social Interactions. *Journal of Sociology of Iran*. 21 (3). (In Persian)
- Fazeli, Mohammad (2012). *Consumption and Lifestyle*. Sobh Sadegh Publishing (chapter on Urban Culture). (In Persian)
- Falahat, Mohammad Sadeq and Ali Heidari, Farahnaz (2016). The Effect of Urban Sculptures on the Sense of Place Belonging and Cultural Identity (Case Study: Ferdowsi's Statue in Tehran). *Quarterly Journal of Human Geography Research*. 48 (3). 559-574. (In Persian)
- Kazemnia, Mohammad Ehsan (2018). *The Role of Visual Media in Promoting Urban Management*. Tehran: Asr Kankash. (In Persian)
- Karimi, Souda (2019). *Semiotics of Tehran Urban Sculptures as Visual Media* (Case Study: Sculptures of the Pahlavi Period and After the Revolution). Master's Thesis. Allameh Tabatabaei University. Faculty of Communication. (In Persian)
- Kowsari, Masoud (2014). *City; Media and Everyday Life*, Tehran: Tisa Publishing. (In Persian)
- Lynch, Kevin (2007). *Theory of City Shape*. (Translated by Seyyed Hossein Bahreini). University of Tehran. (In Persian)
- Marwat, Borzo (2013). *PhD Thesis: Investigating Ethnic and National Identity among Residents of Alborz Province*. Supervisor: Seifollah Seifollahi. Tehran Azad University, Science and Research Branch. (In Persian)
- Marwat, Borzo (2014). *Arbaeen Walk: The Universality of the Specific*. 8th International Conference on Knowledge and Technology of Educational Sciences. Iranian Social and Psychological Studies. (In Persian)
- Mohsenian-Rad, Mehdi (2010). *Media Studies*. Tehran: Samat Publications. (In Persian)
- Motamednejad, Kazem (2013). *Mass Communication*. Allameh Tabatabaei University Publications. Second Edition. Thirteenth Edition. (In Persian)
- Moussavian, Somayeh (2018). The Role of Urban Sculptures in the Formation of the Cultural Landscape Identity of Tehran. *Journal of National Studies*. 19. (4). (76th Consecutive Issue). (In Persian)
- Yazdani, Samin (2016). *Investigating the Role of Urban Sculptures in the Identity of Tehran's Public Spaces* (Case Study: Sculptures in Valiasr Square and Vanak Square). Master's Thesis. University of Tehran. Faculty of Urban Planning. (In Persian)