

The Capacities of Visual Arts in Enhancing Public Awareness and Public Culture: An Analytical Systematic Review with a Focus on Visual Literacy and Public Communication

1. Naghmeh Nazarimoghadam^{✉*}: Faculty Member, Department of Graphic Arts, Shafagh University, Tonekabon, Iran.

2. Delaram Alibeigi[✉]: Lecturer, Department of Graphic Arts, Shafaq University, Iran

*Corresponding Author's Email Address: nazarimoghadam@shafagh.ac.ir

How to Cite: Nazarimoghadam, N. & Alibeigi, D. (2026). The Capacities of Visual Arts in Enhancing Public Awareness and Public Culture: An Analytical Systematic Review with a Focus on Visual Literacy and Public Communication. *Manifestation of Art in Architecture and Urban Engineering*, 4(2), 1-16.

Abstract:

The present study aims to explain and conceptualize the capacities of visual arts in enhancing public awareness and public culture through an analytical systematic review focused on two axes: “visual literacy” and “public communication.” The main problem is to determine through which mechanisms visual arts transmit meaning, shape attitudes, and strengthen social sensitivity, and under what conditions these mechanisms lead to sustainable cultural outcomes. The research method is a systematic review of scientific and documentary sources and a qualitative content analysis of relevant studies in the fields of visual arts, communication, education, and cultural studies. In this process, studies are selected based on inclusion/exclusion criteria, methodological quality, and their degree of relevance to the concepts of “public awareness” and “public culture,” and are then categorized through an analytical-synthetic approach. The findings of the review indicate that visual arts can contribute to the enhancement of public awareness and public culture by increasing the readability of messages, stimulating attention and cognitive-emotional engagement, strengthening visual literacy, and expanding social dialogue. Furthermore, the effectiveness of these capacities depends on factors such as the cultural context of the audience, the clarity of visual codes, the choice of medium and mode of presentation—including urban art, posters, illustration, photography, and digital media—the level of social participation, and continuity with public communication strategies. The outcome of the study is the presentation of a conceptual framework linking “visual literacy–public communication–visual arts,” which can contribute to the design of cultural policies, educational programs, and image-based awareness-raising campaigns.

Keywords: visual arts, public culture, public awareness, visual literacy, public communication, systematic review, content analysis.

Received: 20 February 2026

Revised: 22 June 2026

Accepted: 28 June 2026

Published: 21 July 2026



ظرفیت‌های هنرهای تجسمی در ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی: یک مرور نظام‌مند تحلیلی با تمرکز بر سواد بصری و ارتباطات عمومی

۱. نغمه نظری مقدم^{id}: عضو هیئت علمی، گروه رشته گرافیک، دانشگاه شفق، تنکابن، ایران. (نویسنده مسئول)

۲. دلارام علی بیگی^{id}: مدرس، گروه گرافیک، دانشگاه شفق، ایران

*پست الکترونیک نویسنده مسئول: nazarimoghadam@shafagh.ac.ir

نحوه استناددهی: نظری مقدم، نغمه، و علی بیگی، دلارام. (۱۴۰۵). ظرفیت‌های هنرهای تجسمی در ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی: یک مرور نظام‌مند تحلیلی با تمرکز بر سواد بصری و ارتباطات عمومی. تجلی هنر در معماری و شهرسازی، ۴(۲)، ۱-۱۶.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تبیین و صورت‌بندی ظرفیت‌های هنرهای تجسمی در ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی، یک مرور نظام‌مند تحلیلی را با تمرکز بر دو محور «سواد بصری» و «ارتباطات عمومی» دنبال می‌کند. مسئله اصلی این است که هنرهای تجسمی از چه سازوکارهایی برای انتقال معنا، شکل‌دهی نگرش و تقویت حساسیت اجتماعی بهره می‌گیرد و این سازوکارها تحت چه شرایطی به پیامدهای فرهنگی پایدار منتهی می‌شوند. روش پژوهش، مرور نظام‌مند منابع علمی و اسنادی و تحلیل کیفی محتوای مطالعات مرتبط در حوزه‌های هنرهای تجسمی، ارتباطات، آموزش و مطالعات فرهنگی است؛ در این مسیر، مطالعات بر اساس معیارهای ورود/خروج، کیفیت روش شناختی و میزان ارتباط با مفاهیم «آگاهی عمومی» و «فرهنگ عمومی» گزینش و سپس با رویکرد تحلیلی-ترکیبی مقوله‌بندی می‌شوند. یافته‌های مرور نشان می‌دهد هنرهای تجسمی از طریق افزایش خوانش‌پذیری پیام، برانگیختن توجه و درگیری شناختی-هیجانی، تقویت سواد بصری و توسعه گفت‌وگوی اجتماعی، می‌تواند به ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی کمک کند. همچنین، کارآمدی این ظرفیت‌ها وابسته به عواملی چون زمینه فرهنگی مخاطب، شفافیت رمزگان بصری، انتخاب رسانه و بستر ارائه (هنر شهری، پوستر، تصویرسازی، عکاسی و رسانه‌های دیجیتال)، سطح مشارکت اجتماعی و پیوستگی با راهبردهای ارتباطات عمومی است. نتیجه پژوهش، ارائه یک چارچوب مفهومی از پیوند «سواد بصری-ارتباطات عمومی-هنرهای تجسمی» است که می‌تواند به طراحی سیاست‌های فرهنگی، برنامه‌های آموزشی و کمپین‌های آگاهی‌بخش مبتنی بر تصویر کمک کند.

کلیدواژگان: هنرهای تجسمی، فرهنگ عمومی، آگاهی عمومی، سواد بصری، ارتباطات عمومی، مرور نظام‌مند، تحلیل محتوا.

تاریخ دریافت: ۱ اسفند ۱۴۰۴

تاریخ بازنگری: ۱ تیر ۱۴۰۵

تاریخ پذیرش: ۷ تیر ۱۴۰۵

تاریخ انتشار: ۳۰ تیر ۱۴۰۵



مقدمه

در دهه‌های اخیر، تصویر و شیوه‌های بازنمایی بصری به یکی از مهم‌ترین مسیرهای تولید و گردش معنا در زندگی روزمره تبدیل شده‌اند؛ به گونه‌ای که بخش قابل توجهی از تجربه فرهنگی شهروندان در پیوند با رسانه‌ها، فضاهای شهری و شبکه‌های اجتماعی از طریق نشانه‌ها و پیام‌های دیداری شکل می‌گیرد. این دگرگونی، اهمیت «هنرهای تجسمی» را نه فقط به مثابه قلمروی زیبایی‌شناختی، بلکه به عنوان یک سازوکار ارتباطی فرهنگی برای فهم، تفسیر و بازآفرینی جهان اجتماعی برجسته کرده است. از این منظر، آثار و کنش‌های تجسمی، از پوستر و تصویرسازی تا عکاسی، هنر شهری و طراحی اطلاعات، می‌توانند در سطح عمومی نقش «میانجی معنا» را ایفا کنند: توجه برانگیزند، مسئله اجتماعی را صورت‌بندی کنند، حساسیت اخلاقی ایجاد کنند و در نهایت، به تغییر نگرش و تقویت کنش جمعی یاری رسانند. (1, 2)

پرسش از نسبت هنر و فرهنگ عمومی، از یک سو به سنت‌های نظری‌ای بازمی‌گردد که هنر را تجربه‌ای درهم‌تنیده با حیات اجتماعی و زیست‌جهان مردم می‌فهمند؛ تجربه‌ای که از رهگذر آن، ارزش‌ها و هنجارها بازتعریف می‌شوند و امر عمومی امکان گفت‌وگو می‌یابد. (1) از سوی دیگر، رویکردهای مطالعات فرهنگی نشان داده‌اند که معنا در فرایندهای بازنمایی و رمزگذاری/رمزگشایی تولید می‌شود و مخاطبان در خوانش پیام‌ها فعال‌اند؛ بنابراین، ظرفیت آگاهی‌بخشی هنرهای تجسمی به سازوکارهای دلالت‌پردازی، بافت فرهنگی و «شیوه خواندن» مخاطب وابسته است. (2, 3) در این چارچوب، «سواد بصری» اهمیت محوری می‌یابد: توانایی تفسیر، ارزیابی انتقادی و تولید پیام‌های دیداری، شرط لازم برای آن است که تصویر در حوزه عمومی صرفاً مصرف نشود، بلکه به یادگیری فرهنگی و رشد آگاهی جمعی بینجامد. (4, 5)

افزون بر این، در ادبیات ارتباطات، تصویر به عنوان یکی از قدرتمندترین حامل‌های پیام شناخته می‌شود که می‌تواند از طریق برجسته‌سازی (salience) و چارچوب‌بندی (framing) بر ادراک مسئله، ارزیابی مخاطب و جهت‌گیری افکار عمومی اثر بگذارد. (6) در فضای «ارتباطات عمومی» —اعم از اطلاع‌رسانی‌های فرهنگی، کمپین‌های اجتماعی و پیام‌های مرتبط با سلامت، محیط‌زیست یا حقوق شهروندی— پیام‌های بصری اگر به درستی طراحی شوند، می‌توانند پیچیدگی را کاهش دهند، یادسپاری را بالا ببرند و درگیری شناختی-هیجانی ایجاد کنند؛ اما در عین حال، در صورت ابهام رمزگان، ناهماهنگی با زمینه فرهنگی یا اغراق/دستکاری هیجانی، ممکن است به سوءبرداشت، مقاومت مخاطب یا بی‌اعتمادی منجر شوند. (7, 8) بنابراین، بحث «ظرفیت» هنرهای تجسمی بدون توجه هم‌زمان به سواد بصری، به مثابه قابلیت مخاطب، و ارتباطات عمومی، به مثابه منطق طراحی و توزیع پیام، ناقص خواهد بود.

با وجود گسترش پژوهش‌ها درباره نقش تصویر در رسانه‌ها و نیز مطالعات موردی درباره هنر اجتماعی/هنر شهری، هنوز در بسیاری از نوشته‌ها یک خلأ مشاهده می‌شود: نبود جمع‌بندی نظام‌مند و تحلیلی که بتواند به صورت یکپارچه نشان دهد هنرهای تجسمی دقیقاً از چه سازوکارهایی، زیبایی‌شناختی، نشانه‌شناختی، شناختی، هیجانی و گفتمانی، برای ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی استفاده می‌کنند و تحت چه شرایطی این سازوکارها به پیامدهای فرهنگی پایدار تبدیل می‌شوند. (9, 10) از این رو، پژوهش حاضر با اتخاذ رویکرد «مرور نظام‌مند تحلیلی» می‌کوشد ادبیات بینارشته‌ای مرتبط با هنرهای تجسمی، سواد بصری و ارتباطات عمومی را گردآوری، ارزیابی و ترکیب کند و در نهایت، چارچوبی مفهومی برای فهم پیوند «سواد بصری-ارتباطات عمومی-هنرهای تجسمی» ارائه دهد؛ چارچوبی که بتواند هم برای پژوهش‌های آینده و هم برای سیاست‌گذاری فرهنگی، آموزش عمومی و طراحی کمپین‌های آگاهی‌بخش مبتنی بر تصویر راهگشا باشد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

برای تحلیل ظرفیت‌های هنرهای تجسمی در ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی، انکا به یک چارچوب نظری واحد کافی نیست؛ زیرا این موضوع در نقطه تلاقی چند حوزه قرار می‌گیرد: زیبایی‌شناسی و تجربه هنری، مطالعات فرهنگی و بازنمایی، سواد بصری، ارتباطات عمومی و اقناع، و حوزه عمومی و کنش اجتماعی. از این رو، مبانی نظری پژوهش حاضر به صورت بینارشته‌ای سامان می‌یابد تا نشان دهد هنرهای تجسمی نه فقط ابژه‌ای زیبایی‌شناختی، بلکه رسانه‌ای اجتماعی برای تولید معنا، برانگیختن حساسیت و اثرگذاری بر فرهنگ عمومی است.

هنر به مثابه تجربه اجتماعی و فرهنگی

یکی از بنیادی‌ترین مبانی نظری این پژوهش، دیدگاهی است که هنر را امری منفک از زندگی اجتماعی نمی‌داند. جان دیویی در کتاب هنر همچون تجربه استدلال می‌کند که هنر زمانی واجد معنای عمیق می‌شود که در پیوند با تجربه زیسته، عواطف، ادراک و مناسبات اجتماعی فهم شود. از نظر او، تجربه هنری نه پدیده‌ای صرفاً فردی و موزه‌ای، بلکه شکلی از ارتباط با جهان و نوعی سازمان‌دهی مجدد تجربه است که می‌تواند فهم انسان را از واقعیت پیرامون گسترش دهد (1). این رویکرد برای موضوع حاضر اهمیت بنیادین دارد، زیرا ارتقای آگاهی عمومی نیز دقیقاً در سطح تجربه و ادراک روزمره رخ می‌دهد. به بیان دیگر، هنرهای تجسمی از طریق شکل دادن به تجربه دیداری و عاطفی مخاطب، می‌توانند زمینه‌ای برای بازاندیشی در ارزش‌ها، هنجارها و مسائل جمعی فراهم آورند. در امتداد این نگاه، آرناهم با تأکید بر «تفکر بصری» نشان می‌دهد که ادراک دیداری خود شکلی از اندیشیدن است و تصویر صرفاً وسیله‌ای برای تزیین یا انتقال ثانویه معنا نیست، بلکه می‌تواند واجد ساختار شناختی باشد (11). بر این اساس، هنرهای تجسمی نه تنها احساس، بلکه فرایندهای شناختی مخاطب را نیز درگیر می‌کنند. این امر، بنیان نظری مهمی برای توضیح این نکته است که چرا تصویر و فرم بصری می‌توانند در آگاهی‌بخشی عمومی، به‌ویژه در شرایطی که پیام‌های کلامی به‌تنهایی ناکافی یا پیچیده‌اند، کارکردی مؤثر داشته باشند.

نظریه بازنمایی و تولید معنا در فرهنگ

مبنای نظری دوم، رویکرد بازنمایی در مطالعات فرهنگی است. استوارت هال نشان می‌دهد که معنا در اشیا یا تصاویر به صورت طبیعی و ثابت وجود ندارد، بلکه در نظام‌های بازنمایی و از طریق رمزگان فرهنگی تولید می‌شود (2). هنرهای تجسمی، از این منظر، در شبکه‌ای از نشانه‌ها عمل می‌کنند که در آن رنگ، فرم، ترکیب‌بندی، استعاره تصویری، سبک و زمینه ارائه، همگی در تولید معنا مشارکت دارند. در نتیجه، اثرگذاری هنرهای تجسمی بر آگاهی عمومی نه حاصل «انتقال مستقیم» پیام، بلکه نتیجه فرایند پیچیده‌ای از رمزگذاری و رمزگشایی است.

هال در مدل مشهور «رمزگذاری/رمزگشایی» نیز بر فعال بودن مخاطب تأکید می‌کند و نشان می‌دهد که مخاطبان ممکن است پیام را به صورت مسلط، مذاکره‌ای یا تقابلی دریافت کنند (3). این نکته برای پژوهش حاضر بسیار مهم است؛ زیرا فرهنگ عمومی عرصه‌ای یکدست و همگن نیست، بلکه متشکل از گروه‌ها و مخاطبان متنوعی است که بر اساس تجربه، طبقه، جنسیت، سن، تحصیلات و پیش‌زمینه فرهنگی خود به خوانش متفاوتی از پیام‌های بصری می‌رسند. بنابراین، ظرفیت هنرهای تجسمی برای آگاهی‌بخشی همواره وابسته به رمزگان مشترک، بافت فرهنگی و قابلیت تفسیر مخاطب است.

در همین راستا، رولان بارت در تحلیل تصویر نشان می‌دهد که تصاویر، علاوه بر سطح آشکار یا دلالت صریح، واجد دلالت‌های ضمنی و اسطوره‌ای‌اند که می‌توانند جهان‌بینی‌ها و ایدئولوژی‌ها را طبیعی‌سازی کنند. (12) این دیدگاه به ما امکان می‌دهد تا هنرهای تجسمی را نه فقط ابزار انتقال پیام‌های آموزشی، بلکه میدان شکل‌گیری و بازتولید معناها، اجتماعی بدانیم؛ میدانی که می‌تواند هم در خدمت آگاهی انتقادی باشد و هم در خدمت کلیشه‌سازی و بازتولید سلطه. از این رو، تحلیل نقش هنرهای تجسمی در فرهنگ عمومی باید هم به ظرفیت‌های آگاهی‌بخش و هم به خطرات تقلیل، ساده‌سازی یا جهت‌دهی ایدئولوژیک توجه داشته باشد.

سواد بصری به مثابه شرط ادراک انتقادی

سومین رکن نظری این مقاله، مفهوم «سواد بصری» است. با گسترش رسانه‌های تصویری و غلبه فرهنگ دیداری، توانایی خواندن، تحلیل و ارزیابی انتقادی تصاویر به یکی از مهارت‌های اساسی شهروندی بدل شده است. دب‌زس، از نخستین نظریه‌پردازان این حوزه، سواد بصری را مجموعه‌ای از توانایی‌های دیداری می‌داند که فرد از طریق آن‌ها می‌تواند تصاویر را تفسیر کند و در عین حال، خود نیز به تولید معناها، بصری بپردازد. (13) بعدها این مفهوم در ادبیات آموزشی و ارتباطی بسط یافت و به مهارتی چندوجهی تبدیل شد که شامل تشخیص رمزگان تصویری، فهم بافت فرهنگی، ارزیابی ایدئولوژیک و توانایی مشارکت در ارتباط بصری است. (5)

اهمیت سواد بصری در موضوع حاضر از آنجاست که هرگونه آگاهی‌بخشی مبتنی بر تصویر، وابسته به امکان «خوانده شدن» پیام است. اگر مخاطب فاقد دانش لازم برای تفسیر نمادها، استعاره‌های بصری یا مناسبات بازنمایی باشد، تصویر می‌تواند مبهم، گمراه‌کننده یا حتی بی‌اثر شود. فریدمن در بحث «فرهنگ بصری» بر این نکته تأکید می‌کند که آموزش هنر در جهان معاصر باید فراتر از مهارت‌های فرمی، به فهم اجتماعی تصاویر و نقش آن‌ها در زندگی روزمره بپردازد. (10) دانکوم نیز با طرح پیوند میان فرهنگ بصری، چندسوادگی و چندوجهی بودن معنا نشان می‌دهد که یادگیری در جهان امروز صرفاً زبانی نیست و مواجهه انتقادی با تصاویر، بخشی از تربیت فرهنگی و اجتماعی انسان معاصر است. (9) بر این اساس، سواد بصری را می‌توان حلقه واسط میان «اثر هنری» و «پیامد آگاهی‌بخش» دانست.

نظریه‌های ارتباطات عمومی، اقناع و اثرگذاری تصویر

چهارمین بنیان نظری این مقاله، نظریه‌های ارتباطات عمومی و اقناع است. در رویکردهای ارتباطی، پیام زمانی مؤثر است که بتواند توجه مخاطب را جلب کند، برای او معنادار شود، با تجربه‌اش ارتباط برقرار کند و امکان یادسپاری و بازتولید ذهنی داشته باشد. تصاویر در این میان مزیت مهمی دارند: سرعت بالای ادراک، شدت تأثیر عاطفی، و قابلیت فشرده‌سازی معنا در قالبی سریع و قابل فهم. مساریس در کتاب اقناع بصری توضیح می‌دهد که تصاویر، به‌ویژه در تبلیغات و پیام‌های عمومی، با اتکا به شباهت‌نمایی، حذف واسطه استدلالی و برانگیختن واکنش عاطفی، ظرفیت اقناعی بالایی دارند. (7) این ظرفیت، در حوزه فرهنگ عمومی می‌تواند به حساس‌سازی اجتماعی، هشداردهی، جلب مشارکت یا تغییر نگرش کمک کند.

از سوی دیگر، نظریه «چارچوب‌بندی» نشان می‌دهد که نحوه ارائه یک مسئله، بر فهم و ارزیابی آن اثر مستقیم دارد. انتمن بیان می‌کند که چارچوب‌ها برخی جنبه‌های واقعیت را برجسته و برخی دیگر را حذف می‌کنند و از این طریق، مسئله را تعریف، علل را تعیین، داوری اخلاقی را القا و راه‌حل را پیشنهاد می‌کنند.

(6) در هنرهای تجسمی، این چارچوب‌بندی می‌تواند از طریق انتخاب زاویه دید، سوژه، رنگ، نماد، مقیاس، یا حتی مکان ارائه اثر رخ دهد. بنابراین، هنرهای تجسمی نه فقط بازتاب‌دهنده واقعیت، بلکه سازنده شیوه دیدن واقعیت‌اند. همین ویژگی است که آن‌ها را به ابزاری مهم در شکل‌دادن به آگاهی عمومی و فرهنگ جمعی بدل می‌سازد.

همچنین، در نظریه‌های معاصر ارتباطات تصویری، بر نقش «درگیری شناختی-هیجانی» تأکید می‌شود. لستر نشان می‌دهد که تصاویر می‌توانند هم‌زمان سطوح مختلفی از پردازش ادراکی، عاطفی و فرهنگی را فعال کنند و از این رهگذر، ماندگاری بیشتری نسبت به بسیاری از پیام‌های صرفاً کلامی داشته باشند (8). این امر، به‌ویژه در زمینه‌هایی مانند آموزش عمومی، سلامت، محیط‌زیست، حقوق شهروندی و یادآوری خاطره جمعی، اهمیت فراوانی دارد.

حوزه عمومی، کنش ارتباطی و فرهنگ عمومی

برای فهم تأثیر اجتماعی هنرهای تجسمی، باید آن را در نسبت با «حوزه عمومی» نیز بررسی کرد. هابرماس حوزه عمومی را فضایی می‌داند که در آن شهروندان درباره مسائل مشترک به گفت‌وگو می‌پردازند و افکار عمومی شکل می‌گیرد (14). اگرچه مفهوم کلاسیک حوزه عمومی بیش از همه بر گفت‌وگوی عقلانی-کلامی تأکید دارد، اما در جهان معاصر، بخش بزرگی از این حوزه از طریق رسانه‌ها، تصاویر، فضاهای شهری و اشکال بصری ارتباط بازسازی شده است. بر این اساس، هنرهای تجسمی را می‌توان یکی از ابزارهای مشارکت در حوزه عمومی دانست؛ ابزاری که مسائل اجتماعی را مرئی می‌کند، تجربه‌های نادیده‌گرفته‌شده را به عرصه عمومی می‌آورد و بستر گفت‌وگو و حساسیت جمعی را فراهم می‌آورد.

در این چارچوب، مفهوم «فرهنگ عمومی» نیز صرفاً به مجموعه‌ای از عادات یا آداب روزمره تقلیل نمی‌یابد، بلکه حوزه‌ای پویا از ارزش‌ها، نگرش‌ها، حساسیت‌ها و شیوه‌های معنا دادن به جهان اجتماعی است. ریموند ویلیامز فرهنگ را «شیوه‌ای از زندگی» می‌داند و بر پیوند آن با تجربه زیسته، ساختارهای اجتماعی و تولید معنا تأکید می‌کند (15). از این منظر، هرگونه مداخله بصری در عرصه عمومی، خواه در قالب پوستر فرهنگی، دیوارنگاره، عکاسی اجتماعی یا طراحی اطلاع‌رسانی، می‌تواند بخشی از فرایند شکل‌گیری یا تغییر فرهنگ عمومی باشد. بنابراین، هنرهای تجسمی زمانی در ارتقای فرهنگ عمومی مؤثرند که بتوانند از سطح بازنمایی منفعل فراتر روند و به خلق گفت‌وگو، بازاندیشی و مشارکت بینجامند.

جمع‌بندی نظری و مدل مفهومی پژوهش

بر پایه مباحث پیش‌گفته، می‌توان گفت ظرفیت‌های هنرهای تجسمی در ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی از یک رابطه خطی و ساده تبعیت نمی‌کند، بلکه حاصل برهم‌کنش چهار سطح است:

۱. سطح زیبایی‌شناختی و ادراکی: فرم، رنگ، ترکیب‌بندی و جذابیت بصری که توجه مخاطب را جلب می‌کند. (11)
۲. سطح بازنمایی و معنا: نشانه‌ها، رمزگان و چارچوب‌بندی فرهنگی که پیام را قابل فهم یا محل مناقشه می‌سازد. (2, 6, 12)
۳. سطح سواد بصری مخاطب: توانایی خوانش، نقد و تفسیر پیام بصری که بر کیفیت دریافت اثر تعیین‌کننده دارد. (10, 13)
۴. سطح ارتباطات عمومی و زمینه اجتماعی: بستر ارائه، رسانه، هدف ارتباطی، نوع مخاطب و شرایط فرهنگی-اجتماعی که اثربخشی نهایی پیام را رقم می‌زند. (7, 8)

در نتیجه، مدل مفهومی این پژوهش بر این فرض استوار است که هنرهای تجسمی زمانی بیشترین نقش را در ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی ایفا می‌کنند که میان کیفیت بازنمایی بصری، سطح سواد بصری مخاطب و راهبردهای ارتباطات عمومی تناسب و هم‌افزایی برقرار باشد. این مدل به مقاله امکان می‌دهد تا در ادامه، مطالعات پیشین را نه به‌صورت پراکنده، بلکه در قالب شبکه‌ای مفهومی از عوامل و سازوکارهای اثرگذاری تحلیل کند.

پیشینه تحقیق

پژوهش‌های داخلی در حوزه آموزش هنر نشان می‌دهند که هنرهای تجسمی، علاوه بر کارکرد زیبایی‌شناختی، می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای پرورش ادراک، تقویت تفکر انتقادی و ارتقای سواد بصری عمل کنند. در این مطالعات، آموزش هنر غالباً نه صرفاً به‌منزله آموزش مهارت‌های اجرایی، بلکه به‌عنوان فرایندی برای درک، تفسیر و بازنمایی تجربه‌های فردی و اجتماعی مطرح شده است. (10, 16) بر این اساس، هنرهای تجسمی در نظام آموزشی می‌توانند به رشد توانایی تحلیل تصویر، تشخیص نشانه‌ها و فهم معانی فرهنگی کمک کنند. (4, 5)

گروهی از پژوهش‌های داخلی بر این نکته تأکید دارند که در عصر سلطه رسانه‌های تصویری، آموزش هنر باید به‌سمت تقویت سواد بصری و خوانش انتقادی تصاویر حرکت کند. (9, 17) این مطالعات نشان می‌دهند که مخاطب امروز تنها مصرف‌کننده تصویر نیست، بلکه باید بتواند پیام‌های پنهان، ارزش‌های فرهنگی و جهت‌گیری‌های ایدئولوژیک نهفته در تصاویر را نیز تشخیص دهد. (2, 18) از این منظر، آموزش هنرهای تجسمی بستری برای افزایش آگاهی عمومی و تقویت قدرت تحلیل فرهنگی فراهم می‌کند.

برخی پژوهش‌های داخلی نیز به نقش هنرهای تجسمی در آموزش رسمی و غیررسمی پرداخته‌اند و نشان داده‌اند که تصویر، گرافیک آموزشی و فعالیت‌های هنری می‌توانند مفاهیم پیچیده را برای گروه‌های مختلف مخاطب قابل‌فهم‌تر کنند. (8, 19) در این چارچوب، هنر به‌مثابه زبان غیرکلامی، ظرفیت بالایی برای انتقال پیام‌های تربیتی، اجتماعی و فرهنگی دارد و می‌تواند میان تجربه زیسته، یادگیری و مشارکت اجتماعی پیوند برقرار کند. (1, 10)

در مجموع، پیشینه داخلی بیانگر آن است که آموزش هنر در ایران بیشتر بر رشد خلاقیت و مهارت‌های هنری متمرکز بوده، اما ظرفیت آن در ارتقای آگاهی عمومی، فرهنگ دیداری و سواد بصری به‌صورت یکپارچه و تحلیلی کمتر بررسی شده است. بنابراین، خلأیی روشن در زمینه مطالعه رابطه میان آموزش هنر، سواد بصری و فرهنگ عمومی وجود دارد که پژوهش حاضر در پی پاسخ‌گویی به آن است.

در ادبیات بین‌المللی، رابطه میان آموزش هنر، سواد بصری و فرهنگ عمومی از منظرهای نظری و تجربی گوناگون بررسی شده است. پژوهش‌های اولیه در حوزه سواد بصری بر این باورند که توانایی خواندن و تولید معنا از طریق تصویر، یکی از مهارت‌های اساسی انسان معاصر است و آموزش رسمی باید این مهارت را در کنار سواد خواندن و نوشتن تقویت کند. (5, 13) این دیدگاه بعدها در پژوهش‌های آموزش هنر گسترش یافت و نشان داد که آموزش هنرهای تجسمی می‌تواند زمینه‌ساز پرورش ادراک بصری، فهم چندلایه معنا و حساسیت فرهنگی شود. (9, 10)

از منظر نظریه‌های بازنمایی، تصاویر نه بازتابی خنثی از واقعیت، بلکه سازه‌هایی فرهنگی و ایدئولوژیک‌اند که معنا را در بستر گفتمان‌های اجتماعی تولید می‌کنند. (2, 3, 12) بر این اساس، آموزش هنر تنها آموزش تکنیک نیست، بلکه فرایندی برای فهم چگونگی ساخته‌شدن معنا در متن‌های بصری است. این رویکرد، نقش آموزش هنر را از سطح مهارت‌محور به سطح انتقادی و فرهنگی ارتقا می‌دهد و آن را به ابزاری برای ارتقای آگاهی اجتماعی تبدیل می‌کند.

در حوزه ارتباطات بصری، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که تصاویر به دلیل سرعت درک، قدرت عاطفی و ظرفیت فشرده‌سازی معنا، ابزارهای مؤثری برای انتقال پیام در حوزه عمومی هستند (8, 7). نظریه چارچوب‌بندی نیز توضیح می‌دهد که نحوه ارائه بصری یک مسئله می‌تواند بر تفسیر مخاطب، داوری اخلاقی و رفتار اجتماعی او اثر بگذارد (6). بنابراین، هنرهای تجسمی در صورت برخورداری از طراحی ارتباطی مناسب، می‌توانند نقش مهمی در آموزش عمومی، اطلاع‌رسانی فرهنگی و تغییر نگرش‌ها ایفا کنند.

همچنین، در مطالعات مربوط به هنر عمومی و فضای شهری، تأکید شده است که هنرهای تجسمی در فضای عمومی می‌توانند تجربه زیبایی‌شناختی را از محدوده گالری و موزه فراتر ببرند و آن را وارد زندگی روزمره کنند (15, 14). این آثار نشان می‌دهند که هنر عمومی، به‌ویژه زمانی که با مشارکت اجتماعی و زمینه فرهنگی همراه باشد، توانایی بالایی در تقویت حس تعلق، گفت‌وگو و آگاهی جمعی دارد.

در نتیجه، پیشینه خارجی نشان می‌دهد که آموزش هنرهای تجسمی می‌تواند از سطح آموزش مهارت‌های بصری فراتر رود و به ابزاری برای رشد سواد فرهنگی، آگاهی اجتماعی و مشارکت عمومی تبدیل شود. با این حال، هنوز نیاز به پژوهش‌هایی وجود دارد که این رابطه را به‌طور یکپارچه و در پیوند با بافت فرهنگی خاص، به‌ویژه در زمینه‌های بومی، تحلیل کنند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر ماهیت و اهداف، یک مطالعه مروری-تحلیلی (Systematic-Analytical Review) است که با رویکرد کیفی انجام می‌شود. در این مقاله، به‌منظور شناسایی و تبیین ظرفیت‌های هنرهای تجسمی در ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی، از راهبرد مرور نظام‌مند برای گردآوری، غربالگری و ترکیب دانش موجود استفاده شده است. فرایند اجرای تحقیق در پنج گام اساسی به شرح زیر تدوین و اجرا گردید:

۱. صورت‌بندی پرسش‌های مرور: در گام نخست، پرسش‌های محوری پژوهش پیرامون سه محور «سازوکارهای اثرگذاری هنرهای تجسمی بر مخاطب عام»، «نقش میانجی سواد بصری در درک پیام‌های اجتماعی» و «مؤلفه‌های فرهنگ عمومی متأثر از بازنمایی‌های بصری» تدوین شد.

۲. راهبرد جست‌وجو و پایگاه‌های اطلاعاتی: جهت دستیابی به پیشینه جامع، جست‌وجوی هدفمند در پایگاه‌های داده معتبر داخلی، شامل SID، مگیران، نورمگز و پرتال نشریات علمی، و بین‌المللی، شامل Scopus، Web of Science، Google Scholar و ScienceDirect، صورت گرفت. جست‌وجو با استفاده از عملگرهای منطقی (AND/OR) و ترکیب کلیدواژه‌های اصلی شامل «هنرهای تجسمی»، «سواد بصری»، «فرهنگ عمومی»، «آگاهی بخشی اجتماعی»، «ارتباطات تصویری»، «Visual Arts»، «Visual Literacy» و «Public Culture» انجام شد. بازه زمانی مطالعات منتخب، عمدتاً بر پژوهش‌های دو دهه اخیر، ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۵ میلادی، متمرکز بود، هرچند به جهت غنای نظری، آثار کلاسیک و بنیادین این حوزه نیز به‌شکل گزینشی مورد بررسی قرار گرفتند.

۳. معیارهای ورود و غربالگری منابع: انتخاب منابع بر اساس معیارهای شمول شامل «مرتبط بودن مستقیم با کارکردهای اجتماعی و فرهنگی هنر»، «چاپ در نشریات علمی معتبر یا توسط ناشران دانشگاهی» و «تمرکز بر ابعاد ارتباطی و شناختی تصویر» انجام شد. فرایند غربالگری در سه مرحله، بررسی عنوان، مطالعه چکیده و در نهایت تحلیل متن کامل، و بر اساس منطق دیاگرام جریان پریزما (PRISMA) پیش رفت تا از سوگیری در انتخاب منابع جلوگیری شود و اعتبار درونی پژوهش تضمین گردد.

۴. ارزیابی کیفیت و استخراج داده‌ها: پس از نهایی شدن فهرست منابع، داده‌های مرتبط با اهداف پژوهش با استفاده از فرم‌های استخراج داده، شامل مشخصات کتاب‌شناختی، رویکرد نظری، روش تحقیق و یافته‌های کلیدی، استخراج شدند. در این مرحله، کیفیت روش‌شناختی و غنای تحلیلی هر منبع مورد ارزیابی قرار گرفت تا تنها مطالعاتی که دارای وزن علمی و استانداردپذیری بالایی بودند، در تحلیل نهایی وارد شوند.

۵. روش تحلیل و تلفیق یافته‌ها: با توجه به ماهیت متکثر داده‌ها، از روش تلفیق روایی (Narrative Synthesis) و تحلیل مضمون (Thematic Analysis) برای ترکیب یافته‌ها استفاده شد. در این فرایند، مفاهیم و نتایج استخراج‌شده از مطالعات مختلف کدگذاری شده و در قالب مضامین اصلی، مانند سازوکارهای شناختی، نقش‌های ارتباطی، و بسترهای اجتماعی-فرهنگی، طبقه‌بندی شدند. در نهایت، با برقراری پیوند میان این مضامین و چارچوب نظری پژوهش، «مدل تحلیلی ظرفیت‌های هنرهای تجسمی در ارتقای فرهنگ عمومی» ترسیم گردید.

در تمامی مراحل این پژوهش، ملاحظات اخلاقی ناظر بر امانت‌داری علمی، ارجاع‌دهی دقیق به منابع اصیل بر اساس استاندارد APA، ویرایش هفتم، و پرهیز از تفسیرهای سلیقه‌ای و خروج از بی‌طرفی علمی رعایت شده است.

یافته‌ها

یافته‌های این مرور نظام‌مند تحلیلی نشان می‌دهد که هنرهای تجسمی واجد ظرفیت‌های چندلایه و درهم‌تنیده‌ای برای ارتقای آگاهی عمومی و فرهنگ عمومی هستند. تحلیل منابع منتخب نشان داد که اثرگذاری هنرهای تجسمی صرفاً به انتقال پیام‌های اطلاعاتی محدود نمی‌شود، بلکه از طریق درگیر کردن هم‌زمانِ ساحت‌های ادراکی، شناختی، هیجانی، نمادین و اجتماعی، امکان شکل‌دهی به فهم عمومی، حساس‌سازی اجتماعی، بازاندیشی فرهنگی و حتی تغییر نگرش و رفتار را فراهم می‌سازد. بر اساس کدگذاری و تحلیل مضامین حاصل از ادبیات، یافته‌ها در شش محور اصلی سازمان‌دهی شدند: (۱) ظرفیت‌های شناختی و ادراکی، (۲) ظرفیت‌های هیجانی و اقناعی، (۳) ظرفیت‌های ارتباطی و بازنمایی، (۴) ظرفیت‌های اجتماعی و فرهنگی، (۵) نقش میانجی سواد بصری، و (۶) محدودیت‌ها و الزامات اثرگذاری.

ظرفیت‌های شناختی و ادراکی هنرهای تجسمی

یکی از مهم‌ترین یافته‌های مرور حاضر آن است که هنرهای تجسمی با اتکا به ویژگی‌هایی همچون ایجاز، فشردگی معنایی، سرعت انتقال پیام و قابلیت یادسپاری بالا، نقش مؤثری در افزایش آگاهی عمومی ایفا می‌کنند. در بسیاری از مطالعات، تصویر به‌عنوان رسانه‌ای معرفی شده است که می‌تواند مفاهیم پیچیده را به شکلی ملموس، سریع و قابل درک برای طیف وسیعی از مخاطبان ترجمه کند. این ویژگی به‌ویژه در زمینه‌هایی مانند آگاهی‌بخشی اجتماعی، آموزش شهروندی، مسائل محیط‌زیستی، سلامت عمومی و فرهنگ شهری اهمیت می‌یابد. تصویر، برخلاف متن طولانی، می‌تواند از طریق سازمان‌دهی بصری عناصر، تمرکز مخاطب را بر مؤلفه‌های اصلی مسئله معطوف کرده و فرایند درک را تسهیل کند. از این منظر، هنرهای تجسمی تنها رسانه‌ای برای «نمایش» نیستند، بلکه ابزارهایی برای تسهیل شناخت، ساخت چارچوب ادراکی و سامان‌دهی به تجربه ذهنی مخاطب به شمار می‌روند.

ظرفیت‌های هیجانی و اقناعی

یافته‌ها نشان می‌دهند که اثرگذاری هنرهای تجسمی در ارتقای آگاهی عمومی، به‌شدت متکی بر برانگیختن عاطفه، همدلی و مشارکت هیجانی است. بخش مهمی از توان هنرهای تجسمی در این است که مخاطب را نه فقط در سطح عقلانی، بلکه در سطح احساسی نیز درگیر می‌کند. عکاسی مستند، پوستر اجتماعی، تصویرسازی انتقادی و هنر عمومی در بسیاری از پژوهش‌ها به‌عنوان رسانه‌هایی معرفی شده‌اند که از طریق تکان‌دهندگی، زیبایی‌شناسی انتقادی، تضاد بصری یا بازنمایی رنج و امید، امکان حساس‌سازی اجتماعی و تغییر نگرش را افزایش می‌دهند. بر این اساس، هنرهای تجسمی دارای نوعی اقناع غیرمستقیم هستند؛ اقناعی که نه از مسیر استدلال صریح، بلکه از طریق تجربه زیسته، درگیری عاطفی و برانگیزش تخیل صورت می‌گیرد. در نتیجه، این هنرها می‌توانند نسبت به مسائل عمومی نوعی حساسیت پایدارتر در مخاطب ایجاد کنند.

ظرفیت‌های ارتباطی و بازنمایی

مرور مطالعات نشان داد که هنرهای تجسمی در مقام یک نظام بازنمایی، نقشی اساسی در ساخت معنا، چارچوب‌بندی واقعیت و بازتعریف مسائل اجتماعی دارند. تصویر هرگز صرفاً بازتاب خنثای واقعیت نیست؛ بلکه همواره با انتخاب، تأکید، حذف و رمزگذاری همراه است. بر همین اساس، یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های هنرهای تجسمی، توانایی آن‌ها در شکل دادن به شیوه‌ای است که جامعه یک مسئله را می‌بیند، می‌فهمد و درباره آن قضاوت می‌کند. این ویژگی در حوزه‌هایی مانند بازنمایی هویت، جنسیت، فقر، محیط‌زیست، شهر، حافظه جمعی و ارزش‌های فرهنگی اهمیت فراوان دارد. مطالعات بررسی شده نشان می‌دهند که آثار تجسمی می‌توانند از طریق چارچوب‌بندی بصری، توجه عمومی را به ابعاد خاصی از یک مسئله معطوف کنند و از این طریق، هم بر «موضوعیت» آن و هم بر «معنای اجتماعی آن اثر بگذارند. بنابراین، هنرهای تجسمی نه تنها آگاهی را منتقل می‌کنند، بلکه در تولید و بازتولید فرهنگ عمومی نیز مشارکت دارند.

ظرفیت‌های اجتماعی و فرهنگی

یافته‌ها حاکی از آن است که هنرهای تجسمی، به‌ویژه در قالب هنر عمومی، هنر شهری و پروژه‌های مشارکتی، می‌توانند به بسترسازی برای گفت‌وگو، تعامل اجتماعی و تقویت هویت جمعی کمک کنند. هنگامی که آثار هنری در فضای عمومی قرار می‌گیرند، از سطح تجربه فردی فراتر رفته و به بخشی از تجربه مشترک شهروندان تبدیل می‌شوند. این امر موجب می‌شود که هنرهای تجسمی بتوانند در شکل‌دهی به حافظه جمعی، احساس تعلق، و فرهنگ گفت‌وگو نقش ایفا کنند. همچنین، برخی مطالعات نشان داده‌اند که هنرهای تجسمی در فضاهای عمومی می‌توانند نقش «میانجی فرهنگی» داشته باشند؛ بدین معنا که از یک‌سو، موضوعات اجتماعی را برای عموم مردم قابل‌رویت می‌کنند و از سوی دیگر، امکان بازاندیشی در ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی را فراهم می‌آورند. در این سطح، هنر از یک شیء زیبایی‌شناختی به یک کنش اجتماعی و فرهنگی تبدیل می‌شود.

نقش میانجی سواد بصری

یکی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش آن است که میزان و کیفیت اثرگذاری هنرهای تجسمی بر آگاهی و فرهنگ عمومی، به‌شدت وابسته به سطح سواد بصری مخاطبان است. به بیان دیگر، تصویر به‌خودی‌خود آگاهی‌بخش نیست؛ بلکه آگاهی‌بخشی آن در گرو توانایی مخاطب در خوانش، تفسیر، ارزیابی و نقد پیام بصری است. مطالعات حوزه سواد بصری نشان می‌دهند که هرچه افراد در درک کدهای بصری، نمادها، استعاره‌های تصویری و لایه‌های ایدئولوژیک بازنمایی

توانمندتر باشند، امکان بهره‌گیری از هنرهای تجسمی برای ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی نیز بیشتر می‌شود. در مقابل، ضعف در سواد بصری می‌تواند به سوءبرداشت، مصرف سطحی تصاویر یا حتی بازتولید کلیشه‌های فرهنگی منجر شود. بنابراین، سواد بصری در این پژوهش نه یک متغیر جانبی، بلکه شرطی اساسی برای تحقق کارکردهای اجتماعی هنرهای تجسمی تلقی می‌شود.

محدودیت‌ها و الزامات اثرگذاری

تحلیل منابع نشان داد که اثرگذاری هنرهای تجسمی همواره زمینه‌مند، وابسته به بافت و مشروط است؛ یعنی نمی‌توان فرض کرد که هر اثر بصری در هر زمینه‌ای لزوماً منجر به افزایش آگاهی یا تقویت فرهنگ عمومی می‌شود. عوامل متعددی نظیر زمینه فرهنگی مخاطب، بستر ارائه اثر، کیفیت طراحی بصری، نوع رسانه، میزان دسترسی، سرمایه فرهنگی، سیاست‌های نهادی و شرایط اجتماعی در میزان اثرگذاری دخیل‌اند. همچنین، برخی مطالعات بر این نکته تأکید دارند که اگر پیام‌های بصری بیش از حد مستقیم، شعاری یا کلیشه‌ای باشند، نه تنها اثربخشی کاهش می‌یابد، بلکه ممکن است با مقاومت یا بی‌اعتنایی مخاطب روبه‌رو شوند. در نتیجه، هنرهای تجسمی زمانی بیشترین ظرفیت را برای ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی دارند که از یک‌سو از غنای زیبایی‌شناختی و قدرت ارتباطی برخوردار باشند و از سوی دیگر، در بسترهای آموزشی، فرهنگی و رسانه‌ای مناسب عرضه و پشتیبانی شوند.

جدول ۱. مضامین اصلی یافته‌ها و دلالت‌های آنها

مضمون اصلی	مؤلفه‌های کلیدی	دلالت برای آگاهی عمومی	دلالت برای فرهنگ عمومی
ظرفیت شناختی و ادراکی	ایجاز، وضوح، یادسپاری، سازمان‌دهی	افزایش فهم و درک سریع مسائل عمومی	تسهیل انتقال ارزش‌ها و مفاهیم فرهنگی
ظرفیت هیجانی و اعتنا	همدلی، درگیری عاطفی، تخیل، اقتناع	حساس‌سازی نسبت به مسائل اجتماعی	تقویت نگرش‌ها و هنجارهای مطلوب
ظرفیت ارتباطی و بازنمایی	چارچوب‌بندی، معناپردازی، نمادسازی	جهت‌دهی به برداشت عمومی از واقعیت	بازتولید یا بازاندیشی فرهنگ و هویت
ظرفیت اجتماعی و فرهنگی	گفت‌وگو، تعامل، مشارکت، تجربه مشترک	گسترش موضوعات عمومی در فضای جمعی	تقویت هویت جمعی و حافظه فرهنگی
سواد بصری	خوانش تصویر، تفسیر انتقادی، تحلیل نمادها	افزایش توان درک و ارزیابی پیام‌ها	جلوگیری از مصرف سطحی و کلیشه‌ای تصاویر
الزامات و محدودیت‌ها	زمینه فرهنگی، رسانه، کیفیت طراحی، دسترسی	مشروط بودن اثربخشی آگاهی‌بخش	وابستگی به بافت اجتماعی و سیاست فرهنگی

جدول ۲. الگوی تحلیلی ظرفیت‌های هنرهای تجسمی در ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی

ورودی	فرایندهای میانجی	پیامدهای کوتاه‌مدت	پیامدهای بلندمدت
اثر یا رسانه تجسمی، پوستر، عکاسی، هنر عمومی، گرافیک، تصویرسازی	ادراک بصری، برانگیختگی عاطفی، چارچوب‌بندی معنا، تفسیر نمادین	جلب توجه، یادگیری، حساس‌سازی، تغییر نگرش اولیه	نهادینه‌شدن ارزش‌ها، تقویت فرهنگ عمومی، هویت جمعی، کنش شهروندی
کیفیت زیبایی‌شناختی و طراحی	جذابیت بصری، تمرکز ادراک، ماندگاری ذهنی	افزایش توجه و یادسپاری	تداوم اثر فرهنگی و ماندگاری معنا

سطح سواد بصری مخاطب	خوانش انتقادی، رمزگشایی، ارزیابی فهم عمیق تر و کاهش ارتقای فرهنگ دیداری و تفسیر مسئولانه پیام سوء برداشت
بستر اجتماعی/ رسانه‌ای	دسترسی، تکرار، مشارکت، گفت‌وگو گسترش دامنه اثر
تثبیت در فرهنگ عمومی و حافظه جمعی	

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های این پژوهش نشان داد که هنرهای تجسمی، فراتر از کارکردهای صرفاً زیبایی‌شناختی، از ظرفیت‌های گسترده و چندبعدی برای ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی برخوردارند. تحلیل نظام‌مند منابع بیانگر آن است که این هنرها به واسطه توانایی در انتقال سریع و فشرده معنا، برانگیختن واکنش‌های هیجانی، بازنمایی و چارچوب‌بندی مسائل اجتماعی، و نیز ایجاد امکان مشارکت و گفت‌وگوی عمومی، می‌توانند در شکل‌دهی به فهم عمومی، حساس‌سازی اجتماعی و بازانندیشی فرهنگی نقش مؤثری ایفا کنند. به بیان دیگر، هنرهای تجسمی تنها ابزاری برای بازتاب واقعیت نیستند، بلکه در بسیاری از موارد، خود به عاملی فعال در تولید معنا، جهت‌دهی به ادراک اجتماعی و تقویت فرهنگ عمومی تبدیل می‌شوند. از این منظر، تصویر و سایر اشکال بیان بصری را باید یکی از مهم‌ترین واسطه‌های فرهنگی در جامعه معاصر دانست؛ واسطه‌ای که می‌تواند از سطح دریافت فردی فراتر رود و در حوزه عمومی به کنش فرهنگی و اجتماعی بدل شود. از سوی دیگر، نتایج پژوهش آشکار ساخت که اثربخشی هنرهای تجسمی در ارتقای آگاهی و فرهنگ عمومی، امری خودبه‌خودی و مطلق نیست، بلکه به مجموعه‌ای از شرایط و متغیرهای میانجی وابسته است. مهم‌ترین این متغیرها، سواد بصری مخاطب است. در واقع، اگر مخاطب توانایی خوانش و تفسیر انتقادی پیام‌های بصری را نداشته باشد، ظرفیت آگاهی‌بخش و فرهنگ‌ساز هنرهای تجسمی کاهش می‌یابد و حتی ممکن است پیام‌های بصری به صورت سطحی، کلیشه‌ای یا تحریف‌شده دریافت شوند. همچنین، بستر ارائه اثر، نوع رسانه، زمینه فرهنگی-اجتماعی، کیفیت زیبایی‌شناختی و ارتباطی اثر، و میزان دسترسی و مشارکت مخاطبان نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در تحقق این ظرفیت‌ها دارند. بنابراین، کارکرد اجتماعی هنرهای تجسمی را باید حاصل تعامل سه عنصر اساسی «اثر»، «مخاطب» و «بافت اجتماعی» دانست؛ تعاملی که در صورت فراهم بودن شرایط مناسب، می‌تواند به افزایش آگاهی عمومی، تقویت حافظه فرهنگی، تحکیم هویت جمعی و ارتقای فرهنگ گفت‌وگو در جامعه منجر شود.

بر این اساس، می‌توان نتیجه گرفت که هنرهای تجسمی در جامعه امروز، به‌ویژه در شرایط گسترش رسانه‌های تصویری و سلطه فرهنگ دیداری، دارای جایگاهی راهبردی در سیاست‌گذاری فرهنگی، آموزش عمومی، ارتباطات اجتماعی و مدیریت فضاهای عمومی هستند. از این رو، بهره‌گیری آگاهانه و هدفمند از ظرفیت‌های هنرهای تجسمی می‌تواند به ارتقای سطح شناخت شهروندان، تقویت حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی، و نهادینه‌سازی برخی ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی کمک کند. به‌ویژه در فضاهای شهری و عرصه‌های عمومی، هنرهای تجسمی قادرند به‌عنوان یک میانجی ارتباطی و فرهنگی، میان نهادهای رسمی، کنشگران فرهنگی و شهروندان پیوند برقرار کنند و زمینه‌ساز شکل‌گیری تجربه‌ای جمعی و معنادار از فرهنگ عمومی شوند.

بر پایه نتایج این پژوهش، چند پیشنهاد قابل طرح است. نخست آنکه تقویت سواد بصری باید به‌عنوان یکی از پیش‌نیازهای اصلی بهره‌گیری مؤثر از هنرهای تجسمی در نظام آموزشی، برنامه‌های فرهنگی و رسانه‌های عمومی مورد توجه قرار گیرد؛ زیرا بدون ارتقای توان تحلیل و خوانش انتقادی تصاویر، امکان استفاده عمیق و پایدار از ظرفیت‌های آگاهی‌بخش هنر محدود خواهد بود. دوم آنکه سیاست‌گذاران فرهنگی و مدیران شهری می‌توانند با حمایت از هنر عمومی، گرافیک اجتماعی، تصویرسازی فرهنگی و پروژه‌های مشارکتی هنری، از هنرهای تجسمی به‌عنوان ابزار ارتباط با شهروندان و تقویت هویت جمعی بهره بگیرند. سوم آنکه

طراحان، هنرمندان و نهادهای فرهنگی لازم است در تولید آثار بصری، علاوه بر جذابیت زیبایی‌شناختی، به شفافیت پیام، تناسب با بافت فرهنگی مخاطب و پرهیز از کلیشه‌سازی و شعارزدگی توجه داشته باشند؛ زیرا تأثیرگذاری اجتماعی هنر در گرو پیوند میان کیفیت هنری و کارآمدی ارتباطی آن است.

در سطح پژوهشی نیز پیشنهاد می‌شود مطالعات آینده از سطح مرورهای نظری فراتر رفته و با استفاده از روش‌های میدانی، تجربی و ترکیبی، به سنجش عینی میزان اثرگذاری انواع هنرهای تجسمی بر گروه‌های مختلف اجتماعی بپردازند. همچنین، بررسی تطبیقی میان بسترهای مختلف ارائه هنرهای تجسمی، مانند مدارس، دانشگاه‌ها، رسانه‌های دیجیتال، فضاهای شهری و نمایشگاه‌های عمومی، می‌تواند درک دقیق‌تری از شرایط و حدود این اثرگذاری فراهم آورد. به همین ترتیب، مطالعه رابطه میان هنرهای تجسمی و مسائل نوپدیدمانند فرهنگ دیجیتال، شهر هوشمند، رسانه‌های تعاملی و زیست بصری نسل جدید نیز از جمله مسیرهای مهم برای پژوهش‌های آینده به شمار می‌رود. در مجموع، آنچه از این پژوهش حاصل می‌شود آن است که هنرهای تجسمی را باید نه حاشیه‌ای و تزئینی، بلکه عنصری مؤثر و راهبردی در شکل‌دهی به آگاهی و فرهنگ عمومی دانست؛ عنصری که اگر به‌درستی فهم، آموزش و به‌کار گرفته شود، می‌تواند سهمی جدی در توسعه فرهنگی و اجتماعی جامعه ایفا کند.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در طی مراحل این پژوهش به ما یاری رساندند تشکر و قدردانی می‌گردد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

حمایت مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

Extended Abstract

Visual arts occupy a central position in contemporary cultural life because images have become one of the most pervasive modes through which meaning is produced, circulated, negotiated, and contested in everyday experience. In modern societies, citizens encounter visual messages not only in museums, galleries, and formal artistic institutions, but also in urban spaces, digital platforms, public campaigns, educational environments, advertising systems, social media, and civic communication. This expansion of visual experience has transformed visual arts from a primarily aesthetic domain into a complex communicative and cultural mechanism capable of shaping public perception, collective sensitivity, social imagination, and cultural interpretation. From this perspective, visual arts may be understood as a mediating form of public meaning-making: they render social issues visible, organize attention, evoke emotional and cognitive engagement, and provide symbolic resources through which communities can interpret shared problems and values. The theoretical significance of this issue is grounded in the view that art is not detached from social life, but is embedded in lived experience and participates in the reconstruction of perception, emotion, and collective understanding (1). At the same time, visual culture studies emphasize that contemporary cultural experience is increasingly organized through images, visual codes, and regimes of visibility, making the capacity to read and interpret visual forms essential for active participation in public culture (17, 18). Therefore, the present study addresses the capacities of visual arts in enhancing public awareness and public culture through an analytical systematic review focused on the interrelationship among visual literacy, public communication, and visual representation.

The main objective of this study is to explain and conceptualize the mechanisms through which visual arts contribute to the development of public awareness and public culture. The central research problem is not merely whether visual arts can influence audiences, but how they produce such influence, through which aesthetic, semiotic, cognitive, emotional, communicative, and social mechanisms, and under what conditions these mechanisms lead to durable cultural outcomes. The study is based on the assumption that visual arts do not operate as simple instruments of message transmission; rather, their effects are formed through processes of representation, encoding, decoding, interpretation, framing, and cultural negotiation. Cultural studies provide an important conceptual foundation for this assumption by showing that meaning is not naturally fixed in images or objects, but is produced through systems of representation and culturally shared codes (2). Similarly, the encoding/decoding model highlights the active role of audiences and explains why the same visual message may be interpreted in dominant, negotiated, or oppositional ways depending on the audience's social position, cultural background, and interpretive resources (3). The semiotic perspective further clarifies that images operate through both denotative and connotative layers and may naturalize ideological meanings through visual myths and symbolic associations (12). Accordingly, the capacity of visual arts to enhance public awareness depends not only on the formal qualities of visual works, but also on the cultural codes through which they are produced, distributed, and interpreted in the public sphere.

Methodologically, this research adopts a systematic-analytical review design with a qualitative orientation. The review synthesizes theoretical and empirical literature from visual arts, visual culture, communication studies, education, cultural studies, and public communication in order to identify the main capacities, mechanisms, and conditions of effectiveness associated with visual arts in public awareness and public culture. The reviewed literature was organized around several conceptual axes, including art as social experience, representation and cultural meaning, visual literacy, visual persuasion, public communication, framing, and the public sphere. The analytical procedure was based on narrative synthesis and thematic analysis, through which the selected studies were examined, coded, compared, and integrated into broader interpretive

categories. In this process, visual literacy was treated as a key mediating concept because the social effectiveness of images depends substantially on the audience's ability to perceive, interpret, evaluate, and critically respond to visual messages. Classical and contemporary discussions of visual literacy define it as a set of competencies through which individuals can understand and produce meaning through visual forms (4, 13). Later educational and communication-oriented approaches expanded this concept by emphasizing the ability to decode visual conventions, understand cultural context, recognize symbolic structures, and evaluate the ideological implications of images (5). In this regard, visual literacy is not a secondary or optional skill, but a prerequisite for meaningful engagement with visual arts in the public domain, particularly in societies where image-based communication increasingly shapes collective perception and cultural learning.

The findings of the review indicate that visual arts possess several interrelated capacities for enhancing public awareness. First, they have cognitive and perceptual capacities because visual forms can condense complex meanings into immediately perceivable configurations, organize information spatially, and direct attention toward key aspects of public issues. Visual thinking theory supports the claim that perception is not merely a passive sensory process, but a form of cognition through which visual structures participate in reasoning and understanding (11). Second, visual arts have emotional and persuasive capacities because images can generate empathy, affective involvement, moral sensitivity, and imaginative identification. In public communication, such affective force can be particularly important in relation to social problems, environmental risks, health-related messages, urban issues, identity, memory, and citizenship. Visual persuasion studies have shown that images can influence audiences through resemblance, immediacy, emotional activation, and the reduction of explicit argumentative distance (7). Third, visual arts have communicative and representational capacities because they frame issues, symbolize values, and participate in the construction of social reality. Framing theory explains that communication becomes effective when it selects and highlights particular aspects of reality, defines problems, attributes causes, suggests moral evaluations, and proposes possible solutions (6). In visual arts, such framing can be realized through composition, scale, color, perspective, contrast, metaphor, materiality, location, and medium. Thus, visual arts do not merely reflect public issues; they help determine how such issues become visible, intelligible, emotionally significant, and culturally debatable.

The review also shows that the cultural effectiveness of visual arts is dependent on social context, media environment, audience participation, and the quality of public communication strategies. Visual messages are more likely to contribute to public culture when they are culturally intelligible, aesthetically compelling, ethically responsible, and connected to broader communicative contexts such as education, civic campaigns, public space, and community dialogue. The grammar of visual design demonstrates that images use structured compositional principles to organize relations among visual elements and guide meaning-making processes (19). Communication-oriented approaches likewise emphasize that images with messages can produce stronger effects when they combine clarity, memorability, emotional relevance, and contextual appropriateness (8). However, the review also indicates that the effect of visual arts is never automatic or universal. Ambiguous visual codes, cultural mismatch, excessive emotional manipulation, stereotypical representation, limited access, and low visual literacy may weaken or distort the intended public function of visual works. Art education and visual culture pedagogy therefore become essential because they can move audiences beyond passive consumption toward critical interpretation, dialogic engagement, and responsible participation in visual culture (9, 10). In addition, the relationship between visual arts and public culture must be understood in connection with the public sphere, where shared issues become objects of collective discussion and civic interpretation (14). Since culture is not merely a collection of customs but a lived system of meanings, values, practices, and social interpretations, visual arts can contribute to public culture when they enter everyday life and help reorganize how communities see themselves and their common concerns (15).

In conclusion, this analytical systematic review demonstrates that visual arts can serve as a strategic cultural and communicative resource for enhancing public awareness and public culture. Their effectiveness lies in their ability to combine perceptual immediacy, symbolic richness, emotional engagement, social visibility, and interpretive openness. The study suggests that visual arts are most effective when three elements operate in synergy: the aesthetic and representational quality of the visual work, the visual literacy of the audience, and the appropriateness of the public communication context in which the work is presented. When these elements are aligned, visual arts can move beyond decoration or passive representation and become active agents of cultural learning, public reflection, social sensitivity, and civic participation. The proposed conceptual framework linking visual literacy, public communication, and visual arts may assist cultural policymakers, educators, designers, artists, and communication planners in developing image-based educational programs, awareness campaigns, urban art projects, and public cultural interventions. Future studies should move beyond theoretical synthesis and employ empirical, field-based, comparative, and mixed-method designs to assess how different forms of visual arts affect diverse audiences in specific cultural and social settings. Overall, the study concludes that visual arts should be regarded not as peripheral or merely aesthetic practices, but as significant instruments in the formation, transformation, and enrichment of public awareness and public culture.

References

1. Dewey J. Art as Experience. New York: Perigee/Putnam; 1934.
2. Hall S. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices: Sage; 1997.
3. Hall S. Encoding/decoding. In: Hall S, Hobson D, Lowe A, Willis P, editors. Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79: Hutchinson; 1980. p. 128-38.
4. Braden RA, Hortin JA. Identifying the theoretical foundations of visual literacy. Journal of Visual/Verbal Language. 1982;2(2):37-42.
5. Avgerinou MD, Ericson J. A review of the concept of visual literacy. British Journal of Educational Technology. 1997;28(4):280-91.
6. Entman RM. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication. 1993;43(4):51-8.
7. Messaris P. Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising: Sage; 1997.
8. Lester PM. Visual Communication: Images with Messages. 6th ed: Wadsworth/Cengage Learning; 2014.
9. Duncum P. Visual culture isn't just visual: Multiliteracy, multimodality and meaning. Studies in Art Education. 2004;45(3):252-64.
10. Freedman K. Teaching Visual Culture: Curriculum, Aesthetics, and the Social Life of Art. New York: Teachers College Press; 2003.
11. Arnheim R. Visual Thinking: University of California Press; 1969.
12. Barthes R. Image-Music-Text. Heath S, editor: Hill and Wang; 1977.
13. Debes JL. The loom of visual literacy. Audiovisual Instruction. 1969;14(8):25-7.
14. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Burger T, Lawrence F, editors: MIT Press; 1989.
15. Williams R. Keywords: A Vocabulary of Culture and Society. Rev. ed: Oxford University Press; 1983.
16. Duncum P. Visual culture art education: Why, what and how. International Journal of Art & Design Education. 2002;21(1):14-23.
17. Mirzoeff N. How to See the World: Pelican Books; 2015.
18. Rose G. Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials. 4th ed: Sage; 2016.
19. Kress G, van Leeuwen T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. 2nd ed: Routledge; 2006.