

*سیدنظام الدین امامی فر **دکتر محمد خزایی
***دکتر فرزانه سجودی

چکیده :

با توجه به این که پس از ظهور انقلاب اسلامی ایران تحولاتی در رمزگان های نشانه ای ایجاد شد ساخت اعلان به عنوان یک هنر زنده و پرشور مطرح گردید و تحت تاثیر تحولات اجتماعی بزرگ، ساز و کارهای تولید و بازشناسی نشانه ای در سطح جامعه ایجاد کرد اما کمتر این رسانه هنری از نظر نظامها و رمزگان های نشانه ای مورد مطالعه و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. مساله اصلی در پژوهش حاضر با اتکاء بر اصول و مبانی دانش نشانه شناسی مقوله اعلان سازی فرهنگی با نگاهی به جنبه های جامعه شناسی و مردم شناسی، تحلیل و با تکیه بر آثار تولید شده، چگونگی تولید معنا و ارتباط، شرح داده شده است. روش تحقیق پیشرو، توصیفی (تحلیل محتوا) و شیوه تجزیه و تحلیل اطلاعات به روش های مقایسه ای و کیفی است. در این روش نمونه های شاخص اعلان های فرهنگی فاخر انتخاب و با اصول و مبادی تجزیه و تحلیل اعلان های فرهنگی معرفی و سپس مورد نقد و بررسی قرار گرفته است. از این رهگذر اعلان های سه دهه در ایران با روش نشانه شناسی تحلیل شده است.

واژگان کلیدی : نشانه شناسی، فرهنگ، اعلان، انقلاب اسلامی ایران.

دانشجوی دکتری پژوهش و هنر، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد،
شهر تهران، استان تهران
دانشیار دانشکده هنر، دانشگاه تربیت مدرس، شهر تهران،
استان تهران
دانشیار دانشکده سینما تئاتر، دانشگاه هنر، شهر تهران،
استان تهران

مقدمه :

تعیین شاخصه های فرهنگی که یکی از آنها آثار گرافیکی (اعلان های نخبه گرا) می باشد تا به حال از جنبه نشانه شناسی کمتر مورد توجه قرار گرفته است ، جا دارد تا آگاهی و باز شناخت تولید معنا به صورت تصویر برای نسل جدید هنرمندان و مشتاقان این حوزه هویدا و نظام های نشانه ای فرهنگی در اعلان های فرهنگی اجرا شده بیان و شاخصه هایی که هنرمندان حوزه های تجسمی از آنها مدد می جویند از دیدگاه مباحث نشانه شناسی مورد نقد و بررسی قرار گیرد .

حوزه مطالعات و نقد فرهنگی به دلیل گستردگی موضوعات ، عدم شناخت روش ها و چگونگی کاربرد ، کلی گویی غیر کاربردی را در برخی از بخش های تبلیغات در پی داشته است . بررسی نشانه شناسی تبلیغات (شاخه گرافیک)، این امکان را فراهم می سازد که با شناخت این نشانه ها به شناسایی ساختار حاکم بر این نوع از تبلیغات در ایران پی ببریم و نظام های نشانه ای و کلیشه ها و اسطوره های حاکم را شناسایی کنیم .

روش تحقیق ، توصیفی (تحلیلی) است یعنی ابتدا داده های تصویری از میان سه دوره اعلان های شاخص گروه نمونه (150 اعلان تولید شده پس از انقلاب اسلامی در ایران بین سال های 1357 تا 1380 هجری شمسی) به صورت تصادفی ، اخذ و سپس بر اساس آموزه های دانش نشانه شناسی بر روی 50 نمونه شاخص تحلیل شده است . داده های پژوهشی از اعلان های والای نخبه گرا (آثار فاخر فرهنگی چاپ یا عرضه شده توسط هنرمندان شاخص در نمایشگاه های معتبر) می باشند . گردآوری اطلاعات به صورت ترکیبی و روش خوانش اعلان ها تحلیلی و بر اساس نشانه شناسی فرهنگی است .

در این روش ترکیبی که با تلفیق و تکیه بر سه نظریه ، نشانه شناسی تصویری به تحلیل گورن سونسون¹ (1993) ، تحلیل تصویر به روش کرس و ون لیون² (2005 ، 1979) و نشانه شناسی لایه ای و کاربرد آن در تحلیل متون هنری ، فرزان سجودی (سجودی ، 1387) است ، ابتدا اعلان ها در دو سطح روایی و مفهومی بررسی ، سپس از لحاظ الگوهای شمایی طبقه بندی شده و نقش ها بر اساس باز نمودی ، تعاملی و ترکیبی بررسی می گردد . به این ترتیب تصویر با توجه به لایه های درون متن و روابط بین این لایه ها توصیف می شود . در این مرحله دو رمزگان زبان و تصویر در هر متن بررسی و رابطه انسجامی بین این دو لایه متنی تحلیل می شود ، سپس در هر لایه (اعم از زبان و تصویر) بررسی های بینامتنی انجام می شود . در این سطح ، محقق با توجه به روابط بینامتنی میان متن مورد نظر و متون دیگر انباشت شده فرهنگ و تاریخ ، به تحلیل ژرف گرانه معانی پنهان ، ضمنی و اسطوره ای و احتمالا کارکرد ایدئولوژیکی نظام نشانه های دخیل در متن می پردازد . شیوه تجزیه و تحلیل اطلاعات به روش های مقایسه ای و کیفی است .

نشانه شناسی

نشانه شناسی³ ، علمی است که به بررسی انواع نشانه ها ، عوامل حاضر در فرایند تولید و مبادله و تعبیر آنها و نیز قواعد حاکم بر نشانه ها می پردازد و سرشت و چگونگی ارتباط و معنا را در پدیده ها و نظام های نشانه ای گوناگون مطالعه می کند . (مهاجر ، 1380 ، 252)

نشانه

نشانه⁴ چیزی است که از دید کسی ، از جهتی یا ظرفیتی به جای چیز دیگری می نشیند . نشانه کسی را خطاب می کند ، یعنی در ذهن آن شخص نشانه ای برابر یا شاید نشانه ای بسط یافته

تر خلق می‌کند، نشانه‌ای که به این ترتیب آفریده می‌شود را من تفسیر نشانه نخست می‌نامم. (سجودی، 1387، 28)

Archive of SID

انواع نشانه

بر اساس طبقه‌بندی که پیرس ارائه کرده نشانه‌ها به سه دسته تقسیم می‌شوند: شمایل⁵، نماد⁶ و نمایه⁷.

نشانه شمایلی⁸، نشانه‌ای است که موضوع خود را بر اساس مشابهت، تصویر می‌کند و از این رهگذر بر امری دلالت می‌کند. طرح یک پیکره، یک عکس، یک تصویر ساده شده که نمایانگر یک درخت یا یک خانه باشد، در صورتی که به درخت یا خانه شبیه باشد شمایل محسوب می‌شود. (چندلر، 1386، 95)

نشانه نمادین⁹، نشانه‌هایی که به موضوع از راه قرارداد یا قاعده‌ای محکم و از طریق همبستگی با ایده‌های کلی مرتبطند (نشانه‌ای است که بر اساس قرارداد و نه صرفاً مشابهت، اختیار شده است). نمادهای کلاسیک مانند پرچم‌ها، کبوتر صلح، نشانه‌های زبانی (گفتاری و نوشتاری)، علایم راهنمایی، نت‌های موسیقی و الفبای مورس همچون نظامی از نشانه‌های قراردادی در نظر گرفته شده و در این طبقه‌بندی قرار دارند. نشانه‌های نمادین بیش از دیگر نشانه‌ها کاربرد اجتماعی دارند. (سجودی، 1387، 207)

نشانه نمایه‌ای¹⁰، نشانه‌ای است که از ارجاعش به موضوع و پیوندی که با آن ممکن است برقرار کند، شناخته می‌شود. طبق تعریف پیرس نمایه، نشانه‌ای است که از موضوع خود تأثیر گرفته باشد. یعنی به نشانه بر جای مانده از گونه‌ای موضوع، نمایه می‌گوییم. مانند: رنگپریدگی چهره به نشانه خستگی، دود به نشانه آتش یا ابر به نشانه باران. (سجودی، 1387، 208)

نظام‌های نشانه‌ای

دنیای اجتماعی و فرهنگی به صورت مجموعه‌ای از نظام‌های نشانه‌ای است. نظام‌های نشانه‌ای، نظام‌هایی هستند که متشکل از قراردادهای معنی‌دار در یک فرهنگ هستند و از طریق رمزگان این امکان را به ما می‌دهند که به جای فکر راجع به اشیاء به نظام آن‌ها و روابط آن‌ها اندیشید و بهره‌برداري کرد. رمزگان زیربنای نظام‌های نشانه‌ای هستند که اعتبار خود را در ارتباط با تقابل به دست می‌آورند، کشف نظام‌های نشانه‌ای، کشف قوانین و قراردادهاست. (کالر، 1388، 93)

فرهنگ

فرهنگ¹¹، یک دستگاه پیچیده نشانه‌ای است، یک نظام پیچیده دلالت که از طریق رمزگان‌های اصلی و ثانوی درونه شده‌اش گستره‌های معنایی را می‌افزایند و امکان مبادله معنا را فراهم می‌کند و در واقع در برگیرنده کل رفتارهای معنادار انسان و رمزگان‌هایی است که به آن رفتارها ارزش می‌بخشد و آن‌ها را قابل درک می‌کند. (سجودی، 1388، 129)

بینامتنی

بینامتنی¹² در اصطلاح، وجود متن‌های دیگر، در یک تبلیغ است. بینامتنی در واقع، تبلیغ را به شبکه‌های معنا در فرهنگ ارتباط می‌دهد. این به آن معنی است که یک متن اصلی فقط می‌تواند از لحاظ معنا در متن به خصوص فرهنگی رمزگشایی شود. به عبارت

Icon⁵
Symbol⁶
Index⁷
Iconique⁸
Symbolic⁹
Indexic¹⁰
Cultural¹¹
Intertextuality¹²

دیگر، رمز‌گشایی معنای متن اصلی، نه تنها در ارتباط با سلیق تحلیل‌گران، متنوع می‌شود بلکه آن فرهنگ به ویژه که رمز‌گشایی در آن انجام می‌گیرد، هم موثر است. (ساسانی، 1383، 36)

دلالت صریح و دلالت ضمنی

در دلالت صریح با مدلولی رو به رو هستیم که به صورت عینی و چنان که هست به تصور در آمده است، یعنی مدلول خود شیء یا پدیده با مشخصات ظاهری آن است. به طور مثال رنگ‌ها در یک متن تبلیغاتی دارای معانی گوناگونی می‌باشند که با بررسی معانی ضمنی رنگ‌های مختلف در یک متن تبلیغاتی بر روی سطوح ناخودآگاه ما تاثیر می‌گذارند. به طور مثال سفید را با پاکی، بی‌گناهی، پارسایی، نجابت، خوبی، بزرگواری و غیره هم‌تراز می‌دانند.

اما دلالت‌های ضمنی به آن دسته از ارزش‌های و ویژگی‌های ذهنی اشاره دارند که به واسطه صورت و نقشی که نشانه ایفا می‌کند به آن منسوب شده‌اند. دلالت مفهومی در یک تصویر (متن) سطح پیچیده‌ای از دریافت نشانه‌ها است که نیاز به ارجاعات تاریخی، اجتماعی و دانش پیشین دارد. برای نمونه یک یونیفورم از یک سو دلالتی صریح به درجه و کار یک شخص، و از سوی دیگر دلالتی ضمنی بر اعتبار و اقتدار همراه با آن دارد و به طور مثال، اطلاع از نظام پوشاک، رفتار و غذای یک کشور، حوادث تاریخی و اجتماعی و ارجاعات استنادی یک تمدن. (سجودی، 1383، 89)

استعاره

دامنه کلمه استعاره بسیار وسیع‌تر از چیزی است که اغلب به عنوان پوشاننده کلمه‌ای دیگر (پوشاننده خود یک استعاره است) مورد استفاده قرار می‌گیرد. در استعاره به گونه‌ای بنیادین به گزینش و جانشینی موارد مشابه وابسته است و در بیان استعاره بر اساس گونه‌ای شباهت، واژه‌ای را به جای واژه‌ای دیگر به کار می‌گیریم، به عنوان مثال می‌گوییم برگ گل و مقصودمان لطافت است. آن کس که شباهت برگ گل و مفهوم لطافت را درک نکند، قادر به گزینش برگ گل به جای لطافت نیست. (چندلر، 1368، 192)

اعلان

اعلان¹³، گونه‌ای از شاخه‌های گرافیک است که به منظور تبلیغات و فراخوان چاپ شده و در معرض دید عموم گذاشته می‌شود که این نوع از گرافیک را می‌توان در فارسی "اعلان دیواری" نامید که پوستر، آفیش، پلاکات، نام‌های انگلیسی، فرانسه و آلمانی آن هستند. اعلان یکی از پرقدردترین و موثرترین پدیده‌ها در زندگی امروزه ماست که پیام‌های تجاری، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، توسط اعلان و به کمک قوه تصور و استعداد‌های هنری هنرمندان گرافیک به مردم منتقل می‌شوند. (ممیز، 1386، 28)

اعلان‌های اجتماعی و فرهنگی ایران پس از ظهور انقلاب اسلامی ایران

تحولات اجتماعی ایران پس از انقلاب اسلامی به سه دوره تقسیم می‌شود که بازتاب این تحولات به صورت یک نظام نشانه‌ای تصویری در آثار و تولیدات هنرمندان در حوزه هنر گرافیک و اعلان‌سازی فرهنگی، قابل بررسی است.

الف- تحولات اجتماعی ایران ، پس از پیروزی انقلاب اسلامی از سال 1357 تا 1359 شمسی (دوره اول) .

ب- تحولات اجتماعی ایران در سال‌های جنگ تحمیلی و دفاع مقدس از سال 1359 تا 1368 شمسی (دوره دوم) .

ج - تحولات اجتماعی ایران در سال‌های بعد از جنگ و دوران سازندگی از سال 1368 تا 1380 شمسی (دوره سوم) .

الف- تحلیل اعلان های دوره اول (اعلان های شاخص دوره پس از پیروزی انقلاب اسلامی از سال 1357 تا 1359 شمسی)

شرایط فرهنگی و تولید این گونه از اعلان ها در این دوره با توجه به نگاه گرایش های هنرمندان طراح به تحولات هنر گرافیک در دیگر کشورهای انقلابی (که اغلب جزو کشورهای سوسیالیستی بودند) همچنین سفارشات خودجوش (مردم نهاد) ، امکانات چاپ و تکثیر و غیره از ویژگی‌های طراحی اعلان این دوره محسوب می‌شود که در این جا از منظر روابط بینامتنی و دیگر نظریه ها ، بررسی می شود .

نکته مهم در تحلیل اعلان های این دوره (دوره اول) و دوره دوم ، نظارت گفتمان‌های مسلط اجتماعی و عادت های فرهنگی است که باعث تولید این گونه پوسترها می‌شوند .

یکی دیگر از بینامتن ها ، محدودیت انتشار و تکثیر تراکت ها ، اعلامیه ها و اعلان های اجتماعی در روزهای اول انقلاب بود . محدودیت های فنی لیتوگرافی و ماشین های چاپ دوره اول و تا حدودی از دوره دوم ، شیوه ای از طراحی و اجرای گرافیکی را برگزیده‌ست تحمیل نمود که خود نوعی از فن و هنر گرافیکی را به همراه داشت . در این شیوه از طراحی ، هنرمند گرافیک سعی می کند با شناخت فنی ماشین ها و ابزار تکثیر ، طراحی خود را منطبق ساخته و با توجه به این ابزار (اعلان) پیام مورد نظر را به بهترین شیوه به مخاطب انتقال دهد . فضای نمایشی در این تصاویر واقعی ، ملموس و انسان ها و عناصر درگیر تعامل اجتماعی مشخصی هستند و از الگوهای روایی پیروی می کنند .

تحلیل اعلان شماره یک



تصویر 1- کشت پائیزه ، طراح : جورج داوود زاده ، ماخذ: آرشیو موزه هنرهای معاصر تهران

اعلان شماره یک، (تصویر 1) از آثار چاپ شده دوره اول می باشد که توسط انجمن اسلامی ترکمن صحرا به طراح سفارش داده شده است. این انجمن بیشتر در زمینه امور تبلیغات و سامان دادن کسب و کار و خدمت به روستاییان در جهت رونق اقتصادی کشور فعالیت داشت.

دلالت های صریح این اعلان عبارتند از: مرد و زنی با پوشش روستایی و دهانی گشوده، داس هایی که بر لبه آنها شعارهایی بر روی پارچه نوشته شده و شخم زدن با گاواهن بر روی زمین. در پایین تصویر هم شعاری با عنوان: کشت پائیزه ، ضامن استقلال سال آینده، به چشم می خورد. دلالت ضمنی این تصویر با توجه به شعار نوشته زیر، بر سازندگی انقلابی در زمینه خدمات رسانی به روستاها و قشر مستضعف که یکی از اهداف انقلاب اسلامی ایران پس از پیروزی بود، دلالت معنایی دارد.

سطح شمایی تصویر بسیار ساده با توجه به نوع تصویر سازی آن دوره که ملهم از نقاشی و اعلان سازی کشور های انقلابی با گرایش های سوسیالیستی و ارجاعات مفهومی بوده که از انتخاب حرکت و عمل فیگورها و انتخاب رنگ های گرم (قرمز) در پارچه نوشته ها و شعارنوشته زیر استنباط می شود و می توان این پوستر را در طبقه بندی اعلان های روایی که دارای روایت خاصی هستند ، قرار داد .

دیگر سطح مورد توجه ، لایه نوشتاری در این تصویر است که ارجاع به متن داده به صورتی که شعار نوشته لاله الله و الله اکبر (در متن تصویر) با صوت شنیداری از دهان گشوده مرد وزن خارج می شوند. (تصویر 2)

این نوشته از شعارهای ابتدای پیروزی انقلاب است که به اعلان، بیان مفهومی می دهد و تفاوت آن را به نوعی از بیان های سوسیالیستی جدا می کند و با آوردن نشانه هایی از فرهنگ و بافت اجتماعی جدید ایجاد شده به تصویر ، ظاهری اسلامی با آرمان های آن دوره می بخشد .

لایه نوشتاری پایین تصویر ، کشت پائیزه ، ضامن استقلال سال آینده ، در ارتباط مستقیم با عمل کشتگران درون متن است و این مطلب را القا می کند که اگر کشاورزان و مردم دوراندیش و به فکر زمستان و تهی دستی باشند ، باید به مانند کشت غلات کشاورزی در فصل خود (کشت پائیزه که نیاز به آبیاری مکانیزه ندارد) اقدام کنند (لازم به ذکر است که کشت پائیزه با توجه به نزولات آسمانی و به صورت دیم انجام می شود) تا نتیجه آن تلاش، تضمین شود . (تصویر 3)

انتخاب شعار نوشته به عنوان تیدتر ، کارکرد ارجاعی به تصویر دارد . برای توصیف نقش تعاملی این تصویر ، مرد وزن به جایی در دوردست می کنند، نگاه آنها واقعی و در افق دید خودشان است(دید واقع گرایی) ، فاصله ما (بیننده) با آنها، فاصله ای است طبیعی(نه خیلی نزدیک و نه خیلی دور)، زاویه دید ما با آنها و آنها با ما، زاویه ای در راستای افق دید و طبیعی (واقعی) است.(تصویر 4)

به لحاظ نقش ترکیبی (ارزش گذاری) با توجه به حرکت راست به چپ تصاویر و نوشته ها ، همانند نوشتار فارسی و شعار و مفهوم شرق به غرب در حرکت تصاویر مشهود است .

قاب بندی (ترکیب بندی) از بالا به پایین و از تصویر به نوشته صورت می پذیرد و به کل متن جنبه های زمینی (ازلی) می بخشد . کل تصویر در کادر به صورت فشرده جای سازی شده به صورتی که از جهت حرکت تصاویر در متن جلوگیری شده است .



تصویر 2 - قسمتی از اعلان شماره یک

کشت پاییزه ، ضامن استقلال سال آینده

تصویر 3 - قسمتی از اعلان شماره یک



تصویر 4 - قسمتی از اعلان شماره یک

نمونه هایی از اعلان های اجرا شده در دوره اول

(تصاویر 5 و 10)



تصویر 5 - تصویر 6-

تصویر 5- 15 خرداد، نمونه اعلان متعلق به دوره اول، طراح: جورج داوودزاده، ماخذ: ده سال با طراحان انقلاب اسلامی 1367، 182

تصویر 6- رفراندم، طراح: ناشناس، نمونه اعلان متعلق به دوره اول، ماخذ: گرافیک انقلاب 1390، 106



تصویر 8



تصویر 7

تصویر 7 - نمونه اعلان متعلق به دوره اول، آزادی قلم، کورش شیشه‌گران، ماخذ: گرافیک انقلاب 1390، 101

تصویر 8- از خون جوانان وطن...، نمونه اعلان متعلق به دوره اول، طراح: مرتضی ممیز، ماخذ: گرافیک انقلاب 1390،



تصویر 9

تصویر 10

تصویر 9-17 شهریور، نمونه اعلان متعلق به دوره اول، طراح: مسعود فندی، ماخذ: ده سال با طراحان انقلاب اسلامی،

1367، 194

تصویر 10- سقوط شاه، نمونه اعلان متعلق به دوره ی اول، طراح: ناشناس، ماخذ: گرافیک انقلاب 1390 ، 110

تحلیل نشانه شناسانه ی اعلان های گروه نمونه نشان داد که در اعلان های دوره ی اول ، هنر ساخت اعلان بیشتر بر اساس درخواست و تقاضای سفارش دهنده صورت پذیرفته است. بنابراین عناصر بصری یا نشانه های استفاده شده در آن ها، اغلب کلیشه ای و عاری از هر نوع پیچیدگی های هنری هستند. برای نمونه می توان به عناصر زیر اشاره کرد:

1- تصویر بنیانگذار انقلاب (ره) . (تصویر 5)

2- مردم به صورت یک گروه انبوه و عاری از هویت انفرادی . (تصویر 6)

3- پرنده ، گل ، مشت گره کرده و اسلحه ، به عنوان نمادهای تعالی ، شهادت و مبارزه . (تصاویر 7 و 8)

4- پرچم (متعلق به کشور آمریکا به عنوان دشمن اصلی) یا متعلق به ایران به عنوان مهد انقلاب . (تصویر 9)

5- نمادهای صریحی مثل مجسمه ی در حال سقوط شاه یا ابزار جنگ شهری. (تصویر 10)

ب- تحلیل اعلان های دوره دوم (اعلان های شاخص دوره جنگ تحمیلی و دفاع مقدس

از سال 1359 تا 1368 شمسی)

فضای ملت‌هپ و حوادث و جریان های سیاسی بعد از انقلاب اسلامی با شروع جنگ تحمیلی و دفاع مقدس، وارد گفتمان های اجتماعی و عادت های فرهنگی جدیدی در حوزه تصویر شد که می توان از بینامتن های حاکم همانند نهادهای سفارش دهنده غالب، حرکت های آکادمیک در حوزه هنر های تجسمی و اشاعه آن در سطح جامعه، پیشرفت صنعت چاپ و انتشارات با ورود ماشین های جدید، نام برد.

با فاصله گرفتن از فضای اجتماعی (انقلابی) ، تصاویر شمایی و نمادگرایی های توده ای (ویژگی نمادهای انقلاب) جای خودش را به نمادگرایی پیچیده داد و اعلان هایی در این دوره تولید شد که اسطوره ها و آرمان ها عناصر اصلی متون را تشکیل می دادند .

نکته قابل توجه در این دوره ، دور شدن از فضاهای واقعی و نزدیک شدن به فضاهای خیال انگیز است همچنین استفاده کم از نوشتار (تیترا و متن) و تراکم سطح تصویر از ویژگی های تصویری را به خود اختصاص می دهد. فضای معنوی و اسطوره پردازی در این دوره به اوج می رسد و نسبت به دوره اول که انسان ها و عناصر، واقعی و ملموس، دست یافتنی و درگیر عمل اجتماعی مشخص بودند ، به انسان ها و عناصر تصویری غیر واقعی، دست نیافتنی، آن جهانی و فرشته گونه، تبدیل می شوند.

تحلیل اعلان شماره دو



تصویر 11 - پرواز، طراح : محمد خزایی،

ماخذ: گرافیک انقلاب، 1390، 122

دلالت های صریح در اعلان شماره دو (تصویر 11)، عبارتند از : آوار ساختمانی که در اثر تخریب به وجود آمده است. کتاب و دفتری که میان آوار قرار دارند و روی آنها قطره های قرمز رنگ به چشم می خورد. روی جلد کتاب با عبارتی در عنوان ، ترکیب کلمات فرهنگ اسلامی و زیر عنوان ، تعلیمات دینی و عدد 1365 در بالا و در قسمت پایین کتاب ،

مزرعه ای با گل‌های رنگین دیده می‌شود. شانه ای (تل سر) به رنگ بنفش در کنار کتاب قرار دارد. بخارهای سفیدی از میان آوار و کتاب‌ها بیرون آمده است و به پرنده‌گانی سفید تبدیل شده‌اند. تجمع پرنده‌گان در جهت‌های مختلف با حرکت و تلاطم، همراه است.

دلالات‌های ضمنی این اعلان با توجه به بافت اجتماعی دوران جنگ و استفاده از نشانه‌های نمادین و نمایه‌ای، به صورت زیرقابل دریافت و بررسی است: نشانه‌های شمایی، آوار ساختمانی و قرار گرفتن کتاب‌های درسی، بین آن‌ها دلالت بر تخریب ساختمانی با کاربرد آموزشی دارد (مدرسه) البته این نشانه‌ها می‌تواند به منازل مسکونی هم ارجاع داده شود. (تصویر 12) نشانه نمادین، شانه (تل سر) بنفش رنگ و کتاب فرهنگ اسلامی و دلالت بر حضور دخترانی در مقطع درسی ابتدایی دارد، نشانه‌های موجود حکایت از استعاری بودن و تصویرسازی حادثه (بمباران مدرسه دخترانه) است که در سال 1365 در مدرسه ای دخترانه در شهر بروجرد به وقوع پیوست (در این حادثه، تعداد زیادی از دختران و کادر آموزشی مدرسه، کشته و زخمی شدند)، قطره‌های چکیده قرمز رنگ، نمایه‌ای است از قطره‌های چکیده شده خون کشته شدگان. رنگ قرمز قطره‌های خون نمادی از کشته شدن (خون دادن) و رنگ سفید کاغذ، نمادی از پاکی و مظلومیت است. استعاره، چکیده شدن قطره‌های خون، روی سطح سفید (کاغذ سفید) استعاره‌ای است از مظلومیت که به عنوان بیان تصویری از آن استفاده شده است. (تصویر 12)

گل نصب شده روی شانه سر، نماد و استعاره، دیگری است از ارتباط تصویری بین گل‌های تصویرسازی شده روی جلد کتاب و دلالت ضمنی بر صاحب شانه (دختری که در این بمباران، مظلومانه شهید شده) دارد که تشبیه به گلی شده که از گلستان (مزرعه و گلستان طراحی شده روی جلد کتاب)، جدا شده است. (تصویر 13) گلستان تصویرسازی شده روی جلد، دیگر لایه بینامتنی است که از مطالعه عنوان کتاب (فرهنگ اسلامی، تعلیمات دینی) و ارجاع به دیگر بینامتن‌ها، ایجاد می‌شود و دلالت معنایی دارد بر نوع تعلیمات فرهنگی داده شده به کشته شدگان این حادثه. انتخاب کتاب درسی دینی به جای کتابی دیگر (ادبیات، ریاضی و غیره) در ارجاع غیر مستقیم (ناگذرا) به مفهوم کلی اعلان است که دلالت بر نشان‌دارکردن اعتقادی می‌کند. (تصویر 14)

وجود هاله‌های سفید که از میان آوار و کتاب‌ها، برخواسته و در فاصله‌ای به پرنده‌هایی شبیح گونه، تبدیل شده‌اند، لایه مفهومی دیگری است که از نمادهای پرنده سفید (کبوتر سفید) به عنوان نشانه‌ای از صلح و در مقابل جنگ، تجمع پرنده‌گان به عنوان سیمرغ (پرنده افسانه‌ای ایرانی که از سی‌روح، مرغ تشکیل شد که از آن می‌توان به عنوان استعاره، نام برد) از آن جمله هستند. (تصویر 15)

سطح تجسمی این اعلان از بازنمود روایی برخوردار است. وجود بردارهای کنشی، حرکت پرنده‌گان از میان آوار و کتاب‌ها، به بالا همچنین حرکت پرنده‌گان از سویی به سوی دیگر، تلاطمی در فضا ایجاد می‌کند که به تصویر، ساختاری روایتی می‌بخشد.

سطح نوشتاری در ارتباط مستقیم و بازنمایی تصویر است. به صورتی که درج سال انتشار کتاب (1365) روی جلد، دلالت مستقیم به سال بروز حادثه‌ای در آن سال می‌کند. (تصویر 16)

براساس نقش تعاملی، فاصله مخاطب با عناصر زمینی (کتاب، شانه سر و غیره) نزدیک و عناصر آسمانی (پرنده‌گان) دور است. زاویه دید بیننده نسبت به تصویر، از پایین به بالا است که این وضعیت تاکید بر اسطوره‌ای شدن عناصر درون تصویر دارد. نقش ترکیبی و ارزش اطلاعاتی این تصویر از پایین به بالا (دید آرمانی) در جهت ساخت مفهومی است و برجستگی آن، استفاده از استعاره و به کارگیری عناصر بی‌جان و نشانه‌ها در جهت بیان موضوعی می‌باشد. مفهومی کلی این اعلان، آرمانی و با بیان اسطوره‌ای

است، عناصر تشکیل دهنده، درگیر عمل اجتماعی مشخصی نیستند و در فضای خیالی، دست نیافتی و متعلق به دنیایی دیگر هستند.

Archive of SID



تصویر 12 - قسمتی از اعلان

شماره دو

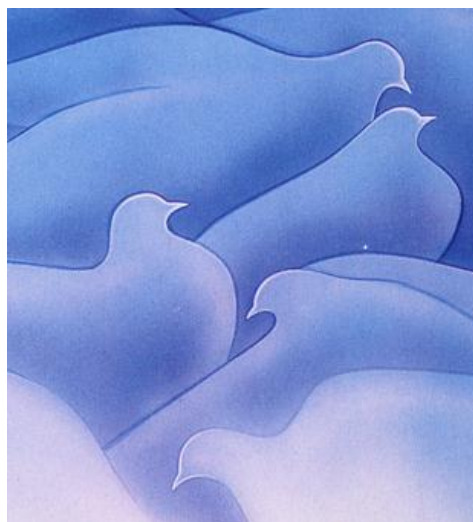


www.SID.ir

تصویر 13 - قسمتی از اعلان شماره دو

Archive of SID

تصویر 14 - قسمتی از اعلان شماره دو



تصویر 15 - قسمتی از اعلان شماره دو

تصویر 16 - قسمتی از اعلان شماره دو

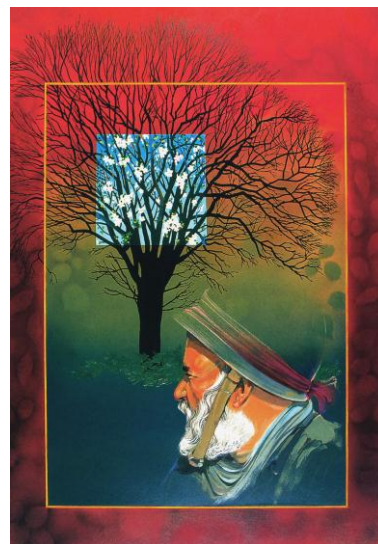
نمونه هایی از اعلان های اجرا شده در

دوره دوم (تصاویر 17 تا 23)



تصویر 17 - جمال آفتاب،

نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: سید حمید شریفی، ماخذ:
آرشیو حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی

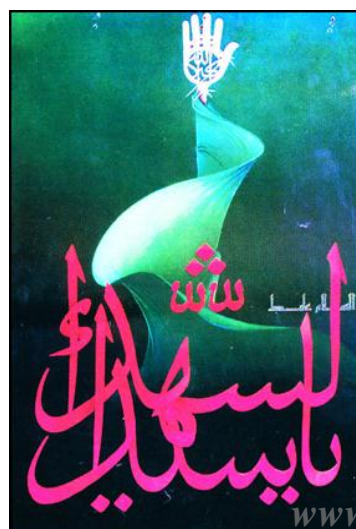


تصویر 18

تصویر 19

تصویر 18 - میلاد، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: مصطفی گودرزی، ماخذ: آرشیو حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی 1363

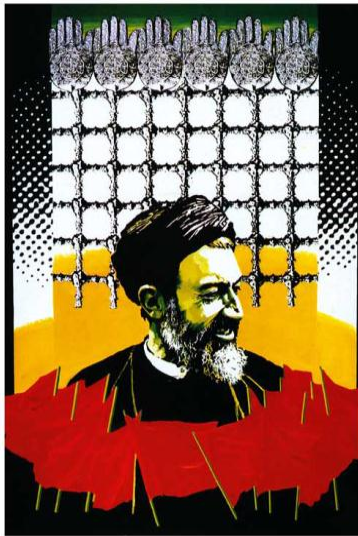
تصویر 19 - هدیه، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: احمد آقا قلی زاده، ماخذ: آرشیو حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی 1363



www.SID.ir

تصویر 20 - عاشورا، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: محمدرضا قادری، ماخذ: گرافیک انقلاب 1390، 155

تصویر 21 - 22 بهمن، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: علیرضا عمومی، ماخذ: آرشیو حوزه هنری و سازمان تبلیغات اسلامی 1363



تصویر 22

تصویر 23

تصویر 22 - قدس، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: مصطفی گودرزی، ماخذ: گرافیک انقلاب 1390، 139

تصویر 23 - شهید بهشتی، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: ناهید فراست، ماخذ: آرشیو حوزه هنری و سازمان تبلیغات اسلامی 1364



دوره دوم با آغاز جنگ تحمیلی از سال 1359 آغاز شد. در این دوره، جنگ هنرمندان فعال در عرصه ارتباط تصویری را صرف نظر از هر اندیشه و باور با مردم، ارتش، نیروهای بسیجی و سپاه همراه ساخت زیرا حفظ مرزهای کشور و تمامیت ملی واجبتر از تمایزات ایدئولوژیک بود. در این دوره اعلان ها به طور کلی شامل نشانه های زیر بود:

- 1- استفاده از پیکره سرباز و جوان بسیجی. (تصاویر 17 و 18)
- 2- به کارگیری عناصر مرتبط با ارتش نظیر تجهیزات و ماشین آلات جنگی یا اثرات آن ها، در کنار نشانه های نمادین شناخته شده مانند پلاک هویت، سربند و کلاه خود. (تصاویر

3- استفاده از نقش مایه های هنر سنتی ایران از جمله درخت، هاله نور و آفتاب و نظایر آن ها. (تصاویر 17 ، 18 و 21)

Archive of SID

4- کاربرد نوشتار مرتبط با اهداف حماسی. (تصویر 20)

5- نگرش به موضوعات سیاسی، نظامی و مذهبی دیگر کشورهای مسلمان و همجواری. (تصویر 22)

6- تصویرسازی از چهره های شاخص در جریان انقلاب اسلامی ایران. (تصویر 23)

در دوران پایانی جنگ تحمیلی بعضی از هنرمندان شرایط معنوی حاکم بر جبهه ها را که آگاهانه با عاشورا پیوند خورده بود، درونی کرده و و وارد اعلان های خود نمودند. از این به بعد نمادگرایی متعهدانه، عرفان حماسی و تغزل روایت گرانه جنگ گسترش چشمگیری پیدا کرد.

مهم ترین نتیجه از چنین توجهی آن است که بنویسیم حفظ مام وطن از گزند حمله بیگانه، هنرمند آفرینشگر اعلان را بر خلاف دوره نخست، به مبارزه به کمک قلم و رنگ سوق نداده بلکه از او مورخی اجتماعی ساخته است که می خواهد حماسه های شگفت و شگرف دوران دفاع مقدس را در قاب و قالب بهترین نمونه های تصویری ثبت کند. او در این دوره حتی به دنبال تحت تاثیر قراردادن رزمندگان نیست، برای آن که بهتر از هر کسی می داند که آن ها از امام زمان خویش تاثیر می گرفتند. بنابراین با احساس جا ماندگی از آن سلحشوران و شهیدان، با هنر نقش و نشانه در اعلان سعی می کند نقشی ولو کم رنگ در این دوره ایفا کند.

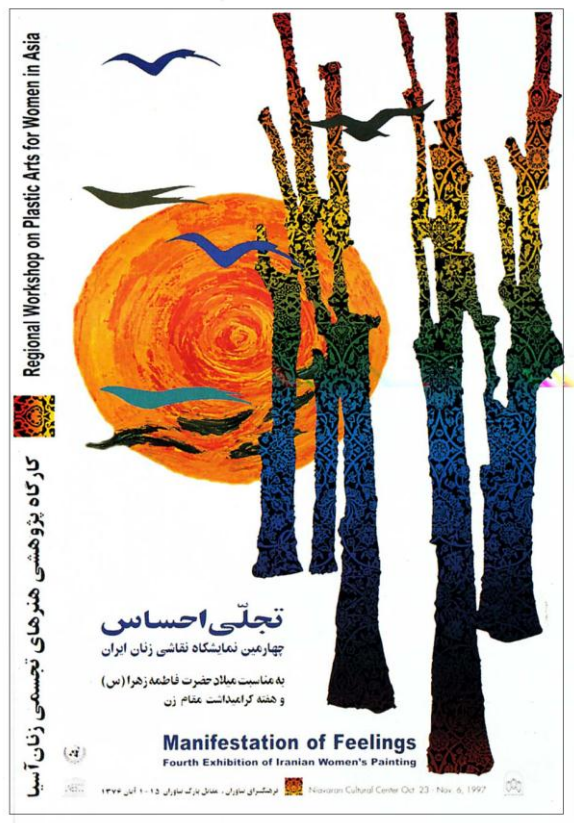
ج- تحلیل اعلان های دوره سوم (اعلان های شاخص دوره بعد از جنگ و دوران سازندگی

از سال 1368 تا 1380 شمسی)

ورود به فضاهای جدید و مسائل روز جهانی و گذر از دوران جنگ تحمیلی، نوعی از رنگ باختگی عمل اجتماعی را در آثار تولید شده این دوره به وجود آورد که حاصل آن، تبدیل شدن نشانه های آرمانی و اسطوره ای به صورت های انتزاعی بود . هنرمندان توانستند با بهره گیری از ابزار و امکانات جدید (طراحی و ماشین های چاپ و تکثیر) ویژگی های فردی شان را در آثار تصویری، به نمایش بگذارند. وجود نمایشگاه های هنری، سفارش دهندگان جدید، موضوعات متفاوت، نوعی از بیان تصویری را با مفاهیم و رمزگان انتزاعی به همراه آورد که فاقد عناصر ملموس و دست یافتنی و عمل اجتماعی دوره اول، آرمان خواهی و اسطوره پردازی، دوره دوم بود. کاربرد موثر خط و اهمیت دادن به لایه های نوشتاری و ارجاعی به تصویر، در این دوره مورد توجه ویژه قرار گرفت.

تحلیل اعلان شماره سه

www.SID.ir



تصویر 24 - تجلی احساس، فهیمه پهلوان،

ماخذ: گرافیک معاصر ایران 1378، 40

دلالت های صریح اعلان شماره سه (تصویر 24) عبارتند از: درختانی با پوشش تزیینی و بدون شاخه و برگ بر روی زمینی سفید که دلالت بر فضای جنگل دارد، پرندگانی تیره در حال پرواز، سطح دایره وار نارنجی که می تواند نشانه شمایی از خورشید باشد. لایه نوشتاری افقی و عمودی، که ما را در خوانش تصویر کمک می کند، نشان های سیاه و سفید و رنگی (در پایین و کنار صفحه) که دلالت بر آرم نمایشگاه و سفارش دهنده آن دارد.

دلالت های ضمنی اعلان، هم عبارت است از: درختانی بدون شاخه و برگ بر روی سطح سفید نشانه شمایی از وجود برف در جنگل و دلالت بر فصل زمستان دارد. (تصویر 25) وجود نقوش و تزیینات رنگی روی تنه درخت دلالت بر نقوش چاپ پارچه و رنگ آمیزی آن دارد که از دست ساخته های زنانه (ساخته های هنری و صنایع منسوب به زنان که در جنبش های جدید هنری از آن نام برده می شود) به شمار می رود. فضای رنگی ایجاد شده روی تنه درخت (از پایین به بالا، رنگ ها روشن تر و گرم تر می شوند) به نوعی از فضاهای تزیینی، متاثر شده که به تصویر، بیان تزیینی می بخشد. (تصویر 26) سطح رنگی (نارنجی) دایره ای، نشانه ای از خورشید و استعاره ای از گرما، نور و امید است که در سرما، نویدی از تغییر فصل می دهد (خورشید به نوعی نشانه نمایه ای، نیز محسوب می شود). (تصویر 27) حضور پرندگان تیره و درحال پرواز نشانه ای استعاره ای دیگری است بر حامل پیام زندگی، تیرگی و سایه گون بودن رنگ های استفاده شده در پرندگان دلالت بر شوم بودن خبر دارد که می تواند نقیضه ای بر سطح بیان و دریافت ارجاع به موضوع باشد. (تصویر 28)

سطح تجسمی این اعلان، اقتباسی است از شیوه اجرای، نقاشی های انتزاعی و مدرن است. ترفندها و روش های مورد استفاده در این تصویرسازی، بهره گیری از رنگ های گرمی،

ترکیب (کلاژ) تصویری دستی و نرم افزارهای گرافیکی است. سطح نوشتاری این تصویر، مجموعه اطلاعاتی است که علاوه بر ارتباط رسانی و ماهیت برگزاری، با استفاده از ترکیبات ادبی (عنوان) سعی در ارجاع مفهومی به تصویر دارد.

Archive of SID

سطح نوشتاری این اعلان با توجه به بینامتن ها، به صورت زیر تحلیل می شود:

عنوان تجلی احساس یکی از لایه های متنی به معنی، آشکار شدن احساس می باشد که برای این اعلان انتخاب شده است. این ترکیب در ارتباط مفهومی، ارجاع غیرمستقیم به تصویر می دهد. (تصویر 29)

دومین لایه نوشتاری، جمله زیر نویس، چهارمین نمایشگاه نقاشی زنان ایران، است که به صورت نمادین باید به تعداد و جنسیت تولید کنندگان آثار نقاشی پردازد. (تصویر 29) ولی نشانه هایی از قبیل، پنج پرده در حال پرواز و پنج تنه درخت به عنوان شمایل نموداری با زیرنویس جمله، چهارمین نمایشگاه... نقیضه ای بر متن تصویری اعلان، وارد می کند. (تصاویر 29 و 30)

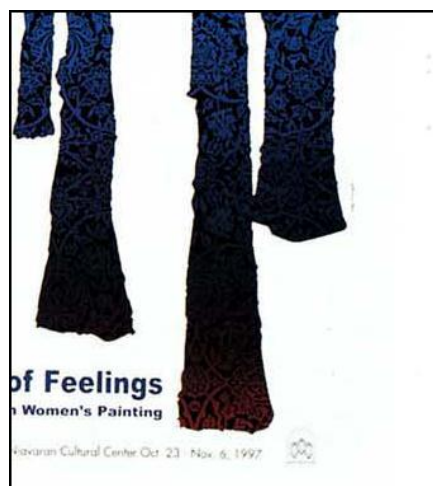
جمله (خط اول) به مناسبت میلاد حضرت فاطمه زهرا (س)، (خط دوم) و هفته گرمی داشت مقام زن دارای ساختار استعاره است به صورت بیان رنگی (فیروزه ای) به یکی از پرندگان در حال پرواز ارجاع می دهد. (تصاویر 31 و 32) جمله لاتین **Manifestation of Feelings** و زیرنویس **Fourth Exhibition of Iranian Women's Painting** ترجمه نوشتار عنوان و زیرنویس آن است ولی مناسبت جمله، ترجمه نشده است. بینامتن این لایه نوشتاری، رفتار اجتماعی سفارش دهنده را در برگزاری چنین نمایشگاه های مناسبتی، نشان می دهد به صورتی که در ترجمه عنوان، به مناسبت میلاد...، تعدیل صورت می گیرد. (تصویر 33)

آرایش و جهت جملات نوشتاری، فارسی و ترجمه لاتین آن (بنا به اقتضای جهت نوشتاری)، در خلاف جهت نوشتاری یکدیگر بوده که می تواند دلالت منفی بر معنا داشته باشد. همچنین جملات نوشتاری عمودی که با نشان نمایشگاه از هم جدا شده دارای همین نقیضه می باشد. (تصاویر 33 و 34)

متن نوشتاری عمودی، کارگاه پژوهشی هنرهای تجسمی زنان آسیا و ترجمه (خلاف جهت) آن، در سمت راست و حاشیه، لایه تصویری دیگری است مبنی بر تشکیل کارگاهی پژوهشی، در کنار نمایشگاه نقاشی. (تصویر 35)

متن نوشتاری لاتین "**Regional Workshop on Plastic Arts For Women in Asia**" که با توجه به عنوان فارسی "کارگاه پژوهشی هنرهای تجسمی زنان آسیا" به اشتباه ترجمه شده است، با آوردن کلمه "**For**" به معنی "برای"، مفهوم جمله را چنان می رساند که این کارگاه برای زنان آسیایی تشکیل شده و در آن محصولات عرضه می شود که به گونه ای در ارتباط موضوعی با زنان است، بدون توجه به جنسیت به وجود آورندگان آثار، حال آن که با توجه به مفهوم جمله فارسی (کارگاه پژوهشی هنرهای تجسمی زنان آسیا)، این کارگاه عرضه محصولات هنرهای تجسمی است که توسط زنان آسیایی تولید شده اند. (تصویر 35)

ویژگی این اعلان، استفاده از نمادهایی است که به بیان تصویری زن می پردازد (جانشینی نشانه ای) و به نوعی سعی بر بازنمایی نشانه ای از آن دارد ولی نشانه ای که دلالت به زن ایرانی و آسیایی، نمی دهد و مفهوم را پیچیده تر و به نمادگرایی می پردازد.



تصویر 25 - قسمتی از اعلان شماره سه

تصویر 26 - قسمتی از اعلان شماره سه



تصویر 27 - قسمتی از اعلان شماره سه

تصویر 28 - قسمتی از اعلان شماره سه

تجلی احساس
چهارمین نمایشگاه نقاشی زنان ایران



تصویر 29 - قسمتی از اعلان شماره سه

تصویر 30 - قسمتی از اعلان شماره سه



به مناسبت میلاد حضرت فاطمه زهرا (س)
و هفته گرامیداشت مقام زن

تصویر 32 - قسمتی

تصویر 31 - قسمتی از اعلان شماره بیست و چهار

از اعلان شماره بیست و چهار

Manifestation of Feelings
Fourth Exhibition of Iranian Women's Painting

تجلی احساس

چهارمین نمایشگاه نقاشی زنان ایران

به مناسبت میلاد حضرت فاطمه زهرا (س)
و هفته گرامیداشت مقام زن

تصویر 33 - قسمتی از اعلان شماره سه

تصویر 34 - قسمتی از اعلان شماره سه

کارگاه پژوهشی هنرهای تجسمی زنان آسیا

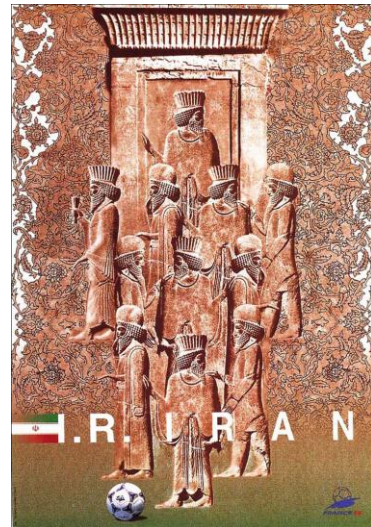


Regional Workshop on Plastic Arts for Women in Asia

تصویر 35 -

نمونه هایی از اعلان های اجرا شده در دوره سوم

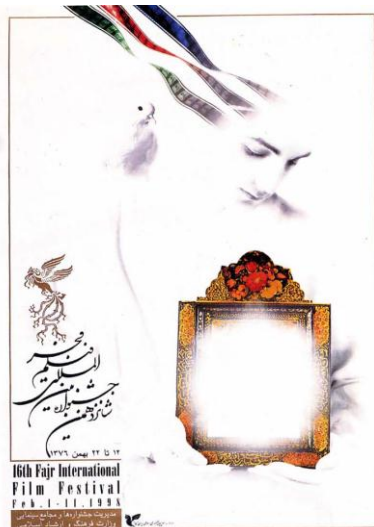
(تصاویر 34 و 39)



تصویر 34

تصویر 35

تصویر 34 - جام جهانی فوتبال فرانسه، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، طراحان : مرتضی ممیز، مسعود سپهر و مصطفی اسد الهی، ماخذ: گرافیک معاصر ایران 1378، 140
 تصویر 35 - نخستین دو سالانه بین المللی نقاشی جهان اسلام، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، طراح : احمد آقا قلی زاده، ماخذ: گرافیک معاصر ایران 1380، 23



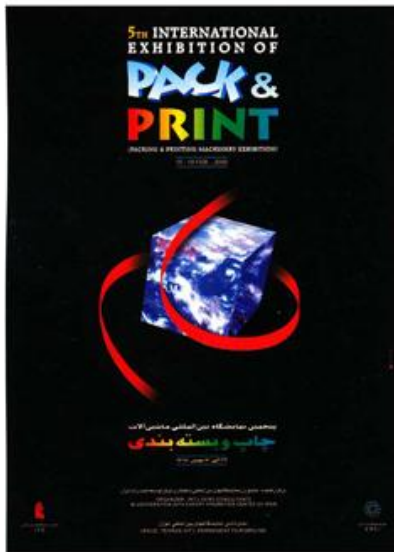
تصویر 36

تصویر 37

تصویر 36 - نمایشگاه بین المللی، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، طراح: علی خورشیدپور، ماخذ: گرافیک معاصر ایران 1373، 108

تصویر 37- شانزدهمین جشنواره فیلم فجر، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، طراح: سیامک فیلیزاده، ماخذ: گرافیک معاصر ایران 1378، 22

Archive of SID



تصویر 38

تصویر 39 - گفت و گوی تمدن‌ها، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، طراح: حسین خسروجردی، ماخذ: گرافیک معاصر ایران 1380 ، 31
تصویر 39 - پنجمین نمایشگاه ماشین‌آلات چاپ ، طراح: فتح‌الله مرزبان، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، ماخذ: گرافیک معاصر ایران 1380 ، 55

دوره سوم با عنوان دوران سازندگی پس از جنگ معرفی می‌شود بیشترین اعلان‌ها از نظر کمیت در آن آفریده شده‌اند، موارد زیر آشکارا پیداست:

- 1- کثرت مضامین اعلان‌ها.
- 2- تنوع شکل‌ها و نشانه‌ها در آثار. (تصویر 19)
- 3- ورود هنرمندان نسل نو به عرصه گرافیک.
- 4- بین‌المللی شدن سفارش‌ها و انگیزه‌های ساخت اعلان. (تصویر 18)
- 5- پررنگ شدن نقش تبلیغی رسانه‌های اعلان.
- 6- کاربرد چشمگیر ابزارهای مدرن در بخش حروف نگاری، چینش یا چاپ (رایانه و مانند آن). (تصویر 22)
- 7- استفاده بسیار از عناصر بصری مانند نمادهای ایرانی محض، لایه‌های نوشتاری چندزبانه و سرانجام چهره زنان که در اعلان‌های دو دوره قبل یا نبود یا بسیار اندک بود. (تصاویر 17، 21 و 20)

جدول دلالت‌ها و ارجاعات نشانه‌شناختی اعلان‌ها از ظهور انقلاب اسلامی
www.SID.ir
ایران تا سال 1380

موضوع	دوره اول	دوره دوم	دوره سوم
نشانه ها	شمایلی و اجتم	نمادین و اسطوره ای	مفهومی و تاریخی
ارجاعات	تاریخی و سیا	اسطوره ای و دینی	سنتی
ساختار	روایتی	مفهومی	انتزاعی

نتیجه

گفته شد که نشانه شناسان نشانه ها را در انزوا مطالعه نمی کنند، بلکه توجه خود را معطوف به مطالعه شکل گیری هر چه که نشانه تلقی می شود، می کنند. نشانه شناسان تصویری، آثار هنرهای تجسمی شامل نقاشی ها، نگاره ها یا اعلان ها را بر اساس نمادها، متون و نشانه های آن ها مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهند. در این راستا نمونه های منتخب بیش از 150 اعلان که از آغاز دوران انقلاب اسلامی در کشور طراحی و منتشر شده است مورد بررسی قرار گرفت. این نمونه ها مشتمل بر 50 اعلان بود که در دوره های سه گانه زیر تولید شده اند:

الف- اعلان های سال های پیروزی انقلاب اسلامی از سال 1357 تا 1359 شمسی. (دوره اول)

ب- اعلان های تولید شده در سال های جنگ تحمیلی و دفاع مقدس از سال 1357 تا 1359 شمسی. (دوره دوم)

ج- اعلان های دوران پس از جنگ (دوران سازندگی) از سال 1368 تا 1380 شمسی. (دوره سوم)

الف - همه اعلان های این دوره (دوره اول) به جز تعداد انگشت شماری با خامدستی همراه است. بر اساس آن چه گفته شد، می توان نتیجه گرفت حرکت، شور و خیزش هنرمندان گرافیکست و سازنده اعلان هم سو با جنبش مردم در سال های نخستین انقلاب، امکان هر گونه تأمل هنری را از آن ها سلب کرده است. به بیان دیگر هنرمند سازنده اعلان در چنان روزها و ماه هایی در پی خلق یک اثر هنری تمام عیار نبوده و به جای اندیشیدن به ماندگاری اثر خود به فکر اثرگذاری سریع آن بوده است.

ب- مهم ترین نتیجه تحلیل اعلان های این دوره (دوره دوم)، حفظ مام وطن از گزند حمله بیگانه، هنرمند آفرینشگر اعلان را بر خلاف دوره نخست، مبارزه به کمک قلم و رنگ سوق نداده بلکه از او مورخی اجتماعی ساخته است که می خواهد حماسه های شگفت و شگرف دوران دفاع مقدس را در قاب و قالب بهترین نمونه های تصویری ثبت کند.

ج- تحلیل اعلان های این دوره (دوره سوم) اجازه می دهد نتیجه بگیریم هنگامی که مردم یک کشور از جنگ های داخلی و خارجی مصون باشند، بیش از همه هنرمندان آن جامعه فرصت می یابند که توان هنری خود را در خدمت دغدغه های فردی خود قرار دهند. همچنین نگاهی به آثار این دوره نشان می دهد که آرامش پس از جنگ، قبل از آن که مثل دوره های قبل، اعلان سازی را رسانه ای پیوسته با مردم و نیازهای جدی آن ها قرار دهد، از آن هنری ساخته که رو به خود آورده است. اگرچه می توان در مجموعه اعلان های این دوره آثار معدودی پیدا کرد که هنوز در پی اخذ مضمون های خود از نیازهای جامعه هستند، ولی اندکی کاوش آشکار می سازد که این تعداد کم، اغلب منابع سفارش دولتی یا نیمه دولتی دارند. در این دوره است که اعلان سعی می کند به تعریف غربی خود برسد، به این معنا که وسیله ای باشد برای انتقال پیام های تجاری برای کالاهای مصرفی، انتقال پیام های ارتباطی برای تلویزیون،

مجلات، فیلم، نمایش، جشنواره ها و یا حتی برچسبی برای اعلام و معرفی آثار هنری دیگری مانند آلبوم های موسیقی.

Archive of SID
از بررسی نشانه شناسی انجام گرفته بر روی سه دوره از اعلان های شاخص اجرا شده پس از دوران انقلاب اسلامی در ایران تا پایان دهه 1380 هجری شمسی نتایج زیر به دست آمد:

الف - بازتاب تحولات فرهنگی و اجتماعی در تولید این گونه از اعلان ها به صورت ساختارهای روایتی و استفاده از نشانه های شمایی و اجتماعی در دوره اول، ساختارهای مفهومی و نشانه های نمادین و اسطوره ای در دوره دوم و ساختارهای مفهومی و نشانه های نمایی ای و انتزاعی در دوره سوم، برخوردار است. نتیجه اصلی از طرح این فرضیه، تحول و حرکت روند طراحی و ساخت اعلان، از بیان اجتماعی به بیان انتزاعی و جایگزین شدن مفهوم به جای روایت با استفاده از روابط بینامتنی بوده است. بیان تصویر، نقش نهاد های اجتماعی را به عنوان بینامتن موثر در دوره اول و دوم، مورد تاکید قرار می دهد.

ب - طراحان با استفاده از ترفند ها و نشانه های حاکم تصویری اما با ساختاری متفاوت در سه دوره (1357 تا 1380 شمسی) به انتقال پیام پرداخته اند : از نشانه های شمایی و بیان روایتی در دوره اول، نشانه های نمادین و بیان استعاری در دوره دوم و نشانه های نمایی ای و بیان مفهومی در دوره سوم، به ایجاد ارتباط و انتقال پیام به مخاطب، پرداخته اند.

ج - تمامی اعلان های سه دوره از ارجاعات بینامتنی، شامل ارجاعات تاریخی، اقتصادی، سیاسی و سنتی استفاده کرده اند ولی در دوره سوم ارجاعات پیرامتنی بیشتر از دوره های اول و دوم بوده است. همچنین ارجاعات تاریخی و سیاسی در دوره اول، ارجاعات اسطوره ای و دینی در دوره دوم و ارجاعات سنتی در دوره سوم، بیشترین کاربری را در طراحی و ساخت اعلان بر عهده دارد. با مشاهده تحلیلی و توصیفی اعلان های اجرا شده در ایران (1357 تا 1380 هجری شمسی) اثبات می شود هرچه از دوره اول به طرف دوره سوم، حرکت می کنیم، الگوهای روایتی (واقعی) کمتر و الگوهای مفهومی (انتزاعی) بیشترین کاربرد را پیدا می کنند. در کل از توجه به نشانه شناختی اعلان های هر سه دوره درمی یابیم اعلان سازی در فاصله سال های 1357 تا 1380 (23 سال) یک دوره خاص را در ایران اسلامی طی کرده، دوره ای که سیر حرکت در آن نه تکاملی، بلکه تحولی بوده است.

منابع و ماخذ :

چندلر، دانیل، مبانی نشانه شناسی، مهدی پارسا (مترجم)، زیر نظر فرزانه سجودی، انتشارات سوره مهر، تهران، 1368.

ده سال با طراحان انقلاب اسلامی، (1367-1357 ه ش) به اهتمام ابولفضل عالی، انتشارات حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی، تهران، 1367.

ساسانی، فرهاد، بینامتنیت، پیشینه و پسینه نقد بینامتنی، انتشارات

بیناب، تهران، 1383.

www.SID.ir
سجودی، فرزانه، نشانه شناسی، نظریه و عمل، نشر علم، تهران، 1388.

سجودی، فرزانه، نشانه شناسی کاربردی، ویرایش دوم، نشر علم، تهران، 1387.

سجودی، فرزانه، نشانه شناسی کاربردی، چاپ اول، نشر قصه، تهران، 1383.

کالر، جاناتان، در جستجوی نشانه ها، مترجمان لیلا صادقی، تینا امرالهی، ویرایش دکتر فرزانه سجودی، چاپ اول، نشر علم، تهران، 1388.

گرافیک معاصر ایران، چهارمین نمایشگاه دو سالانه آثار طراحان ایران، ناشر انجمن هنرهای تجسمی ایران، تهران، 1373.

گرافیک معاصر ایران، ششمین نمایشگاه دو سالانه آثار طراحان ایران، ناشر انجمن هنرهای تجسمی ایران، تهران، 1378.

گرافیک معاصر ایران، هفتمین نمایشگاه دو سالانه آثار طراحان ایران، ناشر انجمن هنرهای تجسمی ایران، تهران، 1380.

گودرزی دیباج، مرتضی، گرافیک انقلاب، فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران، تهران، 1390.

ممیز، مرتضی، طراحی اعلان، انتشارات هنری ویلهلم، تهران، 1386.

مهاجرمهران، ن بوی محمد، درگاه اینترنتی سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران، دایرة المعارف کتابداری و اطلاع رسانی، مدخل نشانه شناسی، تهران، 1380.

نامور مطلق، بهمن، بارت و بینامتنیت، مجموعه مقالات هم اندیشی، ش 7

، انتشارات فرهنگی هنر، تهران، 1386.

Kress, G ,and Hodge ,Language as Ideology, london: Routledge, 1979.

Sonesson,Goran ,Pictorial semiotics,The state of the art at the beginning of the nineties,19931,31-164.

Van Leeuwen,Theo,Introducing Socialsemiotics ,London: Routledge,2005.