

واکاوی سويه‌های نظريه ارتباطی ياكوبسن در پوستره‌های فرهنگي معاصر ايران

چکیده

فرهنگ‌های مختلف با توجه به بافت همان فرهنگ، قابلیت رمزگذاری و رمزگشایی دارد و در پوستره‌های ایرانی هم کارکردهای ارتباطی ياكوبسن با رمزگانی از فرهنگ بصری ایرانی به ترتیب بیشترین تکرار، عناصری چون خط فارسی، کتاب آرایبی ایرانی، فرش ایرانی، معماری و اساطیر ایرانی به تناسب موضوع با دلالت‌های صریح و ضمنی بازنمایی شده و بدینگونه علایق خود را از فرهنگ بصری ایرانی رخنمون کردند و به نظر می‌رسد در میان آثار بررسی شده و از میان عناصر شش‌گانه ياكوبسن، بیشترین اقبال به کارکرد هنری (تاکید بر روی پیام)، همدلی (تسهیل ارتباط)، ترغیبی (اقتناعی)، فرازبانی (رمزنگاری)، عاطفی (بیان مکونوات فرستنده) و سپس ارجاعی (جهت‌گیری به سمت موضوع) بوده است.

کلیدواژه‌ها: طراحی گرافیک ایرانی، پوستر، نشانه‌شناسی، نظریه ارتباطی رومن ياكوبسن

منصور کلاه کج

دانشیار گروه گرافیک، دانشکده هنر، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران، نویسنده مسئول
mansor.kolahkaj@gmail.com

فهمیه طحان

دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.
tahan.fahimeh@gmail.com

تاریخ دریافت: ۲۰-۱۰-۱۴۰۲

تاریخ پذیرش: ۲۲-۰۲-۱۴۰۳

1-DOI: 10.22051/PGR.2024.46144.1238

ارتباط تصویری یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی دنیای امروز است که در بستر آن پیام به وسیله تصاویر، نمادها، رنگ‌ها، اطلاعات و احساسات به دیگران منتقل می‌شود. این نوع ارتباطات از زمانی که انسان شروع به نقش‌پردازی کرده، وجود داشته و با پیشرفت فناوری و ابزارهای دیجیتال، امروزی، به یکی از اصلی‌ترین روش‌های ارتباطی تبدیل شده است. ارتباطات تصویری به دلیل قدرت بالایی که در جلب توجه و انتقال پیام دارد، در حوزه‌های مختلفی از تبلیغات و بازاریابی تا آموزش و ارتباطات سازمانی استفاده می‌شود. به همین دلیل ارتباطات بشری همواره از نظرگاه‌های مختلفی قابل بحث بوده است و رومن ياكوبسن به عنوان یکی از نظریه‌پردازان حوزه ارتباطات با اصول شش‌گانه‌ای کنش‌های ارتباطی این حوزه را مشخص کرده است. در پژوهش حاضر که با هدف شناخت سويه‌های نظریه ارتباطی ياكوبسن در پوستره‌های فرهنگي معاصر ایران به تحریر درآمده به پرسش، طراحان ایرانی با استفاده از عناصر ایرانی در بستر اصول شش‌گانه ياكوبسن چگونه با مخاطب خود ارتباط گرفته و تولید معنا کرده‌اند؟ پاسخ داده می‌شود. نتیجه این پژوهش با رویکردی کیفی بر پایه شواهد بصری و مدد جستن از منابع پایگاه‌های اطلاعاتی و نیز بهره‌گیری از گونه‌های تحلیل نشانه‌شناسانه به شیوه توصیفی و تحلیلی ارائه شده است. طراحان گرافیک ایرانی با انواع شیوه‌های ارتباطی با مخاطب خود ارتباط برقرار کرده و با رسانه گرافیک علاوه بر وفاداری به مفهوم اثر، هویت بومی منطقه‌ای و هویت خود (طراح)، را نیز با بازنمایی کرده و چارچوب شش‌گانه‌ای که ياكوبسن برای ارتباط بر شمرده، بسان سایر رسانه‌های ارتباطی و طراحان دیگر نقاط جهان، در آثارشان قابل شرح و بسط است. نتیجه نهایی آن که در ارتباطات انسانی، عناصر زبانی اعم از

مقدمه

جمله تلاش‌های اولیه هر طراح گرافیک حرفه‌ای، تاثیرگذاری اثر خود و حفظ شاخص‌های هنری آن است که این دو در قالب دو کارکرد از کارکردهای شش‌گانه یاکوبسن یعنی کارکرد تأثیرگذار و هنری (زیباشناختی) خلاصه می‌شوند. به عبارتی این گونه انتظار می‌رود که هر اثر گرافیک دستکم باید دو کارکرد تأثیرگذار و هنری را در خود داشته باشد. از سویی دیگر در برخی از آثار بررسی شده دو یا چند جز از اجزاء شش‌گانه یاکوبسن برای ارتباط دیده شده اما در بخش بحث بر حسب مورد بحث شده است. این پژوهش از آن جهت که عناصر ایرانی پوستهای فرهنگی ایران را بر اساس نظریه یاکوبسن دسته‌بندی و تحلیل کرده ضروری به نظر می‌رسد.

پیشینه پژوهش

عسگری (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان «تبیین نقش پرنده در اعلان‌های عاشورایی ایران (دهه ۸۰ و ۹۰ ش)، با رویکرد نظریه یاکوبسن» به بررسی و تحلیل نمونه‌های مصداقی از پوستهای مورد هدف با رویکردهای شش‌گانه‌ی نظریه‌ی یاکوبسن پرداخته است. یزدانی (۱۳۹۶) در کتاب «درآمدی بر نشانه‌شناسی گرافیک معاصر ایران» به بحث پیرامون ارتباط و کنش‌های ارتباطی از طریق گرافیک پرداخته و ضمن تشریح آن از طریق عناصر گرافیکی مانند پوستر، نشانه، اعلان و... با تلفیق دانش نشانه‌شناسی، الگوهای ارتباطی نظریه رومن یاکوبسن را بررسی کرده است. رضوانی‌زاده (۱۳۹۴) در پایان‌نامه‌ی خود با عنوان «کاربرد نشانه‌شناسی در روند شکل‌گیری نشانه‌های تصویری» به راهنمایی عفت‌السادات افضل‌طوسی در دانشگاه الزهرا (س)، با طرح این بحث که نظریه‌های نشانه‌شناسی چگونه می‌توانند به طراحی نشانه و ارائه استاندارد برای آن کمک کنند، فاکتورهای علمی استاندارد طراحی نشانه را برشمرده است. وی به آراء نشانه‌شناسان و تطبیق آن با نشانه‌های تصویری پرداخته که یکی از این نظریه‌پردازان، رومن یاکوبسن بوده است. پهلوان (۱۳۹۰) در کتاب دیگری با نام «ارتباط تصویری از چشم‌انداز نشانه‌شناسی» درباره‌ی کارکردهای ارتباطی یاکوبسن در طراحی آرم و نشانه، در دو بخش مطالبی را بیان کرده و این نظریه را سودمندترین و کامل‌ترین بحث در گستره‌ی نظام‌های نشانه‌شناسی غیرزبانی دانسته است. همچنین وی در سال (۱۳۸۴) در کتاب «درآمدی بر تحلیل عناصر تصویری در آرم» به خاستگاه نشانه‌شناسی پرداخته و در بین مباحث کتاب، نظریه رومن یاکوبسن را کامل‌ترین نظریه ارتباط کلامی دانسته و پیرامون شش عنصر ارتباط کلامی این نظریه مباحثی را مطرح کرده است. پهلوان در سال (۱۳۸۴) نیز در

تعاریف متنوع گرافیک دیزاین نشان‌دهنده‌ی آن است که وجه رسانگی و ارتباطی و تسهیل ارتباطات همواره در این رسانه اولویت داشته و در کارکردهای اصلی گرافیک دیزاین همچون اطلاع‌رسانی، هویت‌نمایی و تبلیغات نقشی تعیین‌کننده دارد. از آنجا که در فرآیند این ارتباط، انتقال معنا نیز رخ می‌دهد، مسئله‌شناسی انتقال معنی در این بافت، موضوعیت می‌یابد. از بسترهای انتقال معنا می‌توان به مبحث نشانه‌شناسی اشاره کرد. این مفهوم که در ذیل بحث زبان‌شناسی، رشد و نمو یافته در حوزه‌ی هنرهای تصویری هم وسعت یافته و نظریه‌پردازان مختلف در این زمینه آراء خود را ارائه کرده‌اند. یکی از این نظریه‌پردازان، رومن یاکوبسن است که اصول شش‌گانه‌ای را برای انتقال معنا مشخص کرده است. بر همین اساس در این پژوهش به بررسی انتقال معنا بر اساس کارکردهای ارتباطی نظریه رومن یاکوبسن، در پوستهای فرهنگی معاصر ایران پرداخته شده و با تحلیل نمونه آثار طراحان گرافیک ایرانی، یافته‌های آن ارائه می‌شود. در این فرآیند، مسئله‌ی این پژوهش آن است که بر اساس اصول شش‌گانه‌ی ارتباطی رومن یاکوبسن، طراحانی ایرانی با عناصر ایرانی در بستر این اصول چگونه با مخاطب خود ارتباط گرفته و تولید معنا کرده‌اند؟

روش تحقیق

این پژوهش کیفی بوده و با تلفیق دو شیوه‌ی تحلیل محتوای تصویری و نشانه‌شناسی بر اساس رویکرد نظری کارکردهای ارتباطی یاکوبسن، یافته‌های آن به روش توصیفی - تحلیلی ارائه شده است. این نظریه شامل شش کارکرد ارتباطی از جمله: ارجاعی یا مصداقی، عاطفی یا بیانگر، تأثیرگذار یا ترغیبی، هنری یا زیبایی‌شناختی، همدلی یا سخن‌گشا، فرازبانی یا فراتصویری است. در این پژوهش شش کارکرد این نظریه با ۱۲ پوستر از پوستهای فرهنگی معاصر ایران که به صورت هدفمند انتخاب شده‌اند، تطبیق داده شده است و برای هر کارکرد دو پوستر تحلیل شده است. گردآوری اطلاعات این پژوهش به روش کتابخانه‌ای، اسنادی و مراجعه به منابعی مانند کتب، مقالات معتبر، پایان‌نامه‌ها، مجلات و نشریات است. لازم به ذکر است که تعداد آثار محدود، قضاوت جامع و بدون نقص از رویکرد طراحان گرافیک ایران با مخاطب خود در قالب آراء یاکوبسن به دست نمی‌دهد، همچنین از

از ۱۹۷۴ به رشته‌ی تحریر درآورد، به کلیت نشانه‌شناسی پرداخته است» (اشباخ، ۱۴۰۰: ۲۵۲). از نظر «بابک احمدی» «نظریه‌ی یاکوبسن اکثراً در باب ارتباط‌های زبان‌شناسیک به کار می‌رود، ولیکن به آسانی می‌توان آن را در گستره‌ی نظام‌های نشانه‌شناسی غیرزبانی و خصوصاً نشانه‌های دیداری به کار بست» (احمدی، ۱۳۹۶: ۱۳۶). امبرتو اکو در بیان نمونه‌هایی از صورت نظام‌مند اندیشه‌های یاکوبسن می‌نویسد: «هر زمان که رابطه‌ای واگشتی^۲، یعنی رابطه‌ای مبتنی بر واگشت دادن به چیزی دیگر^۳، در کار باشد با نشانه سروکار داریم، به بیانی دیگر، هنگامی که چیزی به جای چیز دیگری قرار می‌گیرد^۴» (اشباخ، ۱۴۰۰: ۲۵۵). یا به عبارت دیگر چیزی که چیز دیگری را نمایندگی می‌کند.

چارچوب نظری

رومن یاکوبسن در کتاب خود با عنوان سبک در زبان^۵ نظریه‌ی ارتباطی خود را بیان و مدل ارتباطی مورد نظرش را که شامل اجزای شش‌گانه‌ی: گوینده^۶، موضوع^۷، مجرای فیزیکی^۸، رمز، پیام و مخاطب است، ترسیم می‌کند و می‌نویسد: «پیش از بحث درباره کارکرد ادبی زبان، باید جایگاه آن را در میان دیگر کارکردها تفسیر کنیم. ترسیم دورنمایی از این کارکردها، نیازمند مطالعه‌ی دقیق اجزای سازنده‌ی هر رویداد کلامی در ارتباطات گفتاری است. گوینده، پیامی را به مخاطب می‌فرستد، پیام برای آن که مؤثر واقع شود، نیازمند موضوعی^۹ است که برای گوینده، قابل بیان و برای مخاطب قابل فهم باشد و نیازمند رمزی^{۱۰} است که تمام یا بخشی از آن بین گوینده و مخاطب (به عبارتی دیگر بین رمزگذار و رمزگشا) مشترک باشد و درنهایت، نیازمند تماس یا مجرای فیزیکی^{۱۱} و ارتباط روان‌شناختی بین گوینده و مخاطب است که هر دوی آن‌ها را قادر به ورود و ادامه ارتباط می‌سازد» (یاکوبسن، ۱۹۶۰: ۳۵۳). تمام این اجزا که در ارتباط کلامی وجود دارد در شکل ۱ قابل مشاهده است.

موضوع

گوینده پیام مخاطب

مجرای فیزیکی

رمز

شکل ۱. اجزا در ارتباط کلامی (Jakobson, Roman, ۱۹۶۰: ۳۵۳).

مقاله‌ای با عنوان «نقش آرم در فرایند ارتباط» به موضوع ارتباط در گرافیک بر اساس نظریه یاکوبسن، پرداخته و درباره‌ی گونه‌های کاربردی آرم و انواع کارکردهای ارتباطی در حوزه‌ی نظام نشانه‌شناسی به تفصیل سخن گفته و انواعی از نشانه‌ها را بر اساس نظریه یاکوبسن تحلیل کرده است. همان‌گونه که از نظر گذشت، اگرچه در پژوهش‌های متعددی نظریه ارتباطی رومن یاکوبسن شرح و تفسیر شده اما در این پژوهش منحصراً عناصر ایرانی از دریچه نظریه ارتباطی یاکوبسن بررسی شده است.

پوستره‌های فرهنگی

پوستره‌های فرهنگی ایران به پوسترهایی گفته می‌شود که محور پیام آنها موضوع‌های مرتبط با فرهنگ از جمله چهره‌ها یا رخداد‌های فرهنگی است. این دسته از آثار به منظور ارتقاء و ترویج ارزش‌ها، مفاهیم و میراث فرهنگی یک جامعه طراحی و معمولاً به منظور افزایش آگاهی و توجه به مسائل فرهنگی، هنری، تاریخی، مذهبی و سایر موارد مرتبط با فرهنگ و هویت ملی یا جهانی استفاده می‌شوند. این پوسترها اغلب به منظور ترویج فرهنگ و هویت ملی، افزایش ارتباطات بین فرهنگی و تشویق به حفظ و حراست از میراث فرهنگی یا اطلاع‌رسانی فرهنگی به کار گرفته شوند.

گرافیک معاصر ایران

دوره معاصر گرافیک ایران از نظر این پژوهش مقطع زمانی ۱۳۴۰ به بعد و مقارن با تدریس دانشگاهی گرافیک در دانشگاه‌های ایران است. در این مقطع زمانی طراحی گرافیک ایران با رشد و توسعه جنبش‌های هنری مدرن و معاصر دنیا همگام شده و هنرمندان و طراحان ایرانی با تأثیر گرفتن از جریان‌ها و مکتب‌های هنری بین‌المللی، آثاری خلق کرده و ظهور گرافیک معاصر ایران و طراحی‌های نوین در صنعت چاپ، تبلیغات، هنرهای تجسمی و دیگر زمینه‌های هنری ایران در این مقطع تاریخی بوده است.

رومن یاکوبسن

رومن یاکوبسن^۱ زبان‌شناس و نظریه‌پرداز ادبی اهل روسیه و یکی از بنیان‌گذاران مکتب زبان‌شناسی پراگ است. «در آثار و دستاوردهای یاکوبسن، صراحتاً به چیزی با نام نشانه‌شناسی برخورد نمی‌کنیم اما اثری که از وی در نخستین کنگره‌ی IASS در ژوئن سال ۱۹۷۴ در یک سخنرانی با عنوان «نگاهی به رشد و بالندگی نشانه‌شناسی» ارائه شده و همچنین در دو مقاله که پیش

ترتیب مراحل عناصر نظریه‌ی ارتباطی یاکوبسن در شکل ۳ قابل ترسیم است:



شکل ۳. عناصر نظریه‌ی ارتباطی یاکوبسن (نگارندگان).

نسبت پیام در گرافیک دیزاین به نظریه‌ی یاکوبسن

«هنگامی که در تحلیل نشانه‌شناختی آثار گرافیکی از طراحی صحبت می‌کنیم، در واقع منظورمان این است که طراح گرافیک با استفاده از مجموعه‌ی عناصر بصری، پیامی را تجسم می‌بخشد یا به عبارت دیگر، معنایی را رمزگذاری می‌کند. سپس مخاطب آن را رمزگشایی و تفسیر می‌کند. آثار گرافیکی حاصل فرآیند رمزگذاری و رمزگشایی به‌عنوان پیام‌های معنادار هستند و از درون آن بیرون می‌آیند و با رمزگان و زمینه‌های اجتماعی درگیر می‌شوند. اگر پیام در یک زمینه یا بافت مشخص قرار نگیرد و هیچ رمز مشترکی بین فرستنده و گیرنده وجود نداشته باشد، پیامی مؤثر منتقل نمی‌شود» (یزدانی، ۱۳۹۶: ۷۳). احمدی با استناد به نظریه‌ی یاکوبسن، «شش جنبه یا عنصر اصلی را در کنش ارتباط کلامی یاکوبسن، بیان کرده است» (احمدی، ۱۳۹۶: ۱۳۶). که در زیر به آن‌ها اشاره شده است.

• گوینده (فرستنده پیام): «مقصود از فرستنده‌ی پیام، همان طراح گرافیک است که در قالب آثار گرافیکی مانند پوستر، طرح جلد، نشانه (آرم)، طرح بسته‌بندی، طراحی وبسایت و ...، پیام‌های معنادار و هدفمند را به مخاطب معینی منتقل می‌کند» (یزدانی، ۱۳۹۶: ۶۸).

• پیام: احمدی پیام را در مقوله‌ی ارتباط، «یک‌سویی معنانشناسی و نهایی از وجه ارتباط می‌داند و معتقد است در هر کنش ارتباطی این سویه وجود داشته و امکان شناخته شدن در حقیقت پیام، وجه معنایی و نهایی ارتباط است» (احمدی، ۱۳۹۶: ۱۳۶). مهدی‌زاده

به گفته یزدانی، «در طراحی گرافیک، وقتی سخن از ارتباط می‌شود، منظور فقط ارسال پیام نیست. بلکه جنبه‌های ترغیب، اقناع، تأثیرگذاری و هم‌سو کردن مخاطبان با فرستنده‌ی پیام نیز از اهداف اصلی ارتباط محسوب می‌شود. در نظریه ارتباطی رومن یاکوبسن، شش ویژگی کلیدی را برای «ارتباط» می‌توان شناسایی کرد: ۱) فرستنده‌ی پیام؛ ۲) پیام؛ ۳) گیرندگان پیام؛ ۴) زمینه؛ ۵) رمزگان؛ ۶) تماس. یزدانی هم به‌مانند احمدی گفته است «از نظریه‌ی ارتباطی رومن یاکوبسن می‌توان در نظام نشانه‌شناختی طراحی گرافیک نیز بهره برد» (یزدانی، ۱۳۹۶: ۶۸). پیرامون مدل ارتباطی رومن یاکوبسن پهلوان، گفته است «ارائه تعریف کلی از نقش‌های ارتباطی، مستلزم بررسی مختصر اجزای سازنده‌ی هر گفتار، یعنی هر کنش ارتباط کلامی است. فرستنده پیام را برای گیرنده ارسال می‌کند. به‌منظور مؤثر بودن این پیام، باید به موضوع و مسئله‌ای اشاره شود. موضوع باید توسط گیرنده درک شود و به صورت کلامی و شفاهی بیان شود یا فقط بتواند به صورت کلامی بیان شود. در این بین، رمزها (رمزگان) باید توسط فرستنده و گیرنده، یا به‌عبارت‌دیگر، رمزگذار و رمزگشای پیام - به طور کامل یا حداقل تا حدی - شناخته شوند؛ و در نهایت وجود یک کانال ارتباطی یا مجرای ارتباطی ضرورت دارد. این یک کانال فیزیکی و یک ارتباط روانی بین فرستنده و گیرنده پیام است که هم امکان برقراری ارتباط کلامی با یکدیگر و هم ادامه آن را فراهم می‌کند.» مجموعه‌ای از این عوامل که حضور آن‌ها در ارتباط کلامی اهمیت دارد (پهلوان، ۱۳۹۰: ۸۸-۸۹)، در مدل ارتباطی و شکل ۲ قابل مشاهده است:

موضوع پیام

فرستنده ----- گیرنده

مجرای ارتباطی رمزگان

شکل ۲. عوامل با اهمیت در ارتباط کلامی (پهلوان، ۱۳۹۰: ۸۹).

داده است، با اسامی نو و جدیدی نام‌گذاری کرد) احمدی، (۱۳۷۱: ۱۳۹، نقل شده از یاکوبسن).

بحث و تحلیل

از نظر یاکوبسن جهت‌گیری و تأکید بر روی هر کدام از عناصر این الگوی ارتباطی، موجب بروز کارکردهای خاصی در هر فرآیند ارتباط کلامی می‌شود. این کارکردها عبارت‌اند از کارکرد ارجاعی (مصدیقی) جهت‌گیری به سوی موضوع، کارکرد عاطفی (بیانگر) جهت‌گیری به سمت فرستنده، کارکرد ترغیبی (تأثیرگذار) جهت‌گیری به سوی گیرنده، کارکرد هنری، جهت‌گیری و تأکید بر روی پیام، همدلی، جهت‌گیری به سمت تماس یا مجرای ارتباطی، کارکرد فرازبانی، جهت‌گیری به سوی رمز است (مهدی‌زاده، ۱۳۹۵: ۵۲) با توجه به همین نگاه در ادامه به بحث و تحلیل آثار پرداخته می‌شود.

کارکرد ارجاعی (مصدیقی)^{۱۲}

«کارکرد ارجاعی به رابطه بین پیام و موضوعی که پیام به آن اشاره دارد گفته می‌شود (تصویر ۱ و ۲)، این کارکرد اطلاعات واقعی، عینی، قابل مشاهده و قابل اثبات در مورد مرجع پیام را تعیین می‌کند» (گیرو، ۱۹۷۳: ۲۰). «اگر پیام ساده، واضح و قابل درک باشد، در این صورت موضوع را همراه با اطلاعات عینی و گزاره‌های خبری انتقال می‌دهد. تدوین اطلاعات حقیقی و تمثیلی در قالب تصاویر با کارکردهای شناختی تصویر را ثبت و قابل استناد می‌کند» (سجودی، ۱۳۷۷: ۲۲۴). در تصویر ۱ که موضوع آن نمایشگاه، نگارگری ایرانی اسلامی است، ارجاع به موضوع از طریق کاربرد مستقیم یکی از عناصر اصلی نگارگری اسلامی به عنوان تصویر اصلی صورت گرفته است. این تصویر به طور خاص، به مینیاتور ایرانی اشاره دارد و برای مخاطب آشنا با نگاره‌های ایرانی شناخته شده است. این تصویر نمادی عینی و مصدیقی از نگارگری ایرانی بوده و دلالتی صریح بر نگارگری ایرانی دارد. برخی از رنگ‌های استفاده شده در پوستر مصدیقی از رنگ‌های سنتی ایرانی است که دلالتی عمدتاً ضمنی است و سطح پلکانی زمینه، ارجاع غیر صریح به متون کتاب آرایبی ایرانی دارد. در پژوهشی که رنگ‌های مرتبط با ایران در آثار طراحان گرافیک ایرانی بررسی شده، «کلاه‌کج» گفته است: رنگ‌هایی مرتبط با ایران، طیف‌هایی از رنگ قرمز

به نقل از مارشال مک لوهان، «نظام‌های ارتباطی و انواع رسانه‌ها در انتقال پیام را عامل اصلی توسعه و تحولات تاریخی و اجتماعی می‌داند. به گفته وی عامل اول یعنی نظام ارتباطی، عامل دوم یعنی محتوای پیام را تعیین می‌کند. او مبانی و اصول اساسی نظریه‌ی خود را در یک جمله بیان می‌کند: رسانه پیام است» (مهدی‌زاده، ۱۳۹۹: ۲۵).

• گیرندگان پیام: به گفته‌ی پهلوان «گیرنده یا مخاطب پیام، گاهی یک فرد مشخص و شناخته شده یا ممکن است انبوهی از مردم عادی باشند» (پهلوان، ۱۳۸۴: ۵۰). به گفته یزدانی «گیرندگان یک پیام گرافیکی را، مخاطبانی می‌داند که در جایگاه صحیح ارتباطی و مناسب برای تفسیر و انتقال اثر گرافیکی قرار می‌گیرند» (یزدانی، ۱۳۹۶: ۶۸).

• زمینه: هر نوع پیام، خبر از زمینه‌ای می‌دهد. به گفته احمدی «چهارمین عنصر در نظریه‌ی ارتباطی یاکوبسن، زمینه یا بافت است. در واقع پیام در مرحله‌ی اول در یک زمینه یا بافت ویژه فرستاده می‌شود. زمینه‌ای که برای ارائه‌ی پیام، یعنی قرارگیری در موقعیت‌های نشانه‌شناسی، تاریخی-اجتماعی، روانشناسی، فلسفی، اخلاقی و درنهایت به دلالت‌های فرهنگی ویژه‌ای متکی است» (احمدی، ۱۳۹۶: ۱۳۷).

• رمزگان: چندلر به نقل از یاکوبسن می‌نویسد «برای ارسال هر پیام، به یک رمزگان نیاز است که میان فرستنده و گیرنده یا به عبارت دیگر بین رمزگذار و رمزگشای پیام، مشترک باشد» (چندلر، ۱۳۹۴: ۵۹ نقل شده از یاکوبسن).

• تماس: «از نظر یاکوبسن درنهایت پس از گذراندن مراحل قبلی، نیاز به تماس وجود دارد، یعنی یک مجرای فیزیکی و اتصال روانی میان فرستنده و گیرنده باعث می‌شود هر دو در یک کنش ارتباطی باقی بمانند» (یاکوبسن، ۱۹۶۰: ۳۵۳).

انواع کارکردهای ارتباطی در گرافیک و تفسیر شش عنصر ارتباطی یاکوبسن و نمونه‌های مصدیقی آن در گرافیک دیزاین پیرامون نظریه‌ی ارتباط کلامی احمدی به نقل از یاکوبسن گفته است، «این کارکردها در پیام‌های کلامی کشف و نام‌گذاری شده اما امکان تعمیم آن به سایر اشکال ارتباطی نیز رد نشده، به همین دلیل، در بحث ارتباط دیداری، کارکردهای شش‌گانه‌ی عناصر ارتباطی را می‌توان، به جای نام‌هایی که یاکوبسن

لاکی، زرد روشن و آجری و نیز آبی فیروزه‌های مانند فیروزه‌های (کلاه کج، ۱۴۰۱: ۴۸).



مجموعه تصاویر ۲. مجموعه چهار قابی پوستر نمایشگاه پوسترهای معاصر فرهنگ ایرانی طراح: رضا عابدینی (۲ URL).

کارکرد عاطفی (بیانگر) ۱۳

«در تعریف ارتباط عاطفی یا بیانگر می‌توان این‌گونه گفت که در این نوع ارتباط، فرستنده پیام با برجسته کردن ارزش‌ها، ایده‌ها و افکار خود به پیام، کارکرد و عملکرد واضحی از پیام را ارائه می‌دهد. این پیام‌ها بیش از اینکه مربوط به محتوا باشد، افکار و احساسات شخصی که پیام را ارسال کرده است را بیان و منعکس می‌کند. به همین دلیل این نوع ارتباط جنبه‌ی روان‌شناختی، ذهنی و بیان حالات درونی دارد» (یزدانی، ۱۳۹۶: ۷۵)، در حقیقت این کارکرد یک رابطه بین پیام و فرستنده ایجاد می‌کند. به عقیده‌ی «گیرو»، «زمانی که ما با استفاده از زبان یا سایر شیوه‌های دلالتی ارتباط برقرار می‌کنیم، افکاری را درباره ماهیت منبع پیام بیان می‌کنیم» (گیرو، ۱۹۷۳: ۲۰). برای مثال می‌توان گفت که نمایش ارزش‌ها، ایده‌ها و اهداف یک سازمان کارکردی بیانگر دارد. از طرفی نمایش کلی مفهوم این پوستر با زبان نوشتاری است که به گفته حکیم (۱۴۰۲) در هنر معاصر کاربرد زبان نوشتار در بافت آن نقش مهمی در روایت‌گری دارد (حکیم، ۱۴۰۲: ۶۶).



تصویر ۱. پوستر نمایشگاه دو سالانه نگارگری ایرانی اسلامی، طراح: مصطفی اسداللهی (مشکی، ۱۳۸۳: ۵۱).

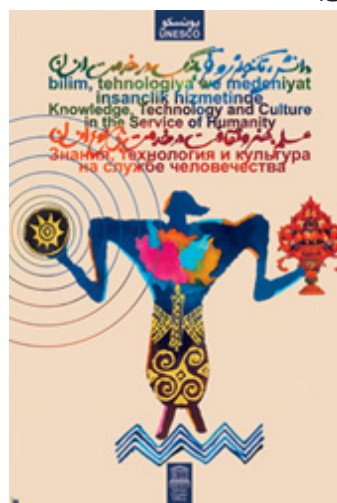
در مجموعه تصاویر ۲ که موضوع آن نمایشگاه پوسترهای فرهنگی ایران است، از عنصر خط نستعلیق به عنوان خط منحصراً ایرانی بهره گرفته شده است. در این اثر جهت‌گیری به موضوع با دلالتی غیر صریح است. نحوه کاربرد خط مشابه سیاه‌مشق‌های ایرانی است. سیاه‌مشق‌هایی که خود در میان اصحاب هنر به عنوان عنصر ویژه فرهنگ بصری ایرانی شناخته شده و در این اثر از خط نستعلیق به عنوان یکی از خطوط ایرانی بهره گرفته شده است. از آنجا که فرهنگ مفهومی انتزاعی است، کمتر می‌توان، عنصر ویژه و خاص یا مصداقی صریح برای آن متصور شد از این رو طراح در این اثر از عناصری با دلالت ضمنی برای ارجاع به فرهنگ ایران استفاده کرده یا به عبارتی مصداقی از فرهنگ بصری ایرانی را به تصویر کشیده و با عناصر دیگر چون رنگ منتسب به فرهنگ ایران، به سامان رسیده است.

تصویر ۴، با عنوان سقاخانه، برای افتتاحیه‌ی موزه‌ی هنرهای معاصر تهران طراحی شده، طراح با تأکید بر عنصر سقاخانه که دست کم برای مخاطب ایرانی شیعه شناخته شده است، سعی در درگیر کردن مخاطب (گیرنده) و تحت تأثیر قرار دادن او به منظور دریافت پیام اثر دارد. نمایش خاطرات جمعی مذهبی شیعی با حسی توأم با معنویت سویی‌ی خاصی از درگیری مخاطب را به باورهای مذهبی به نمایش گذاشته و تصویر سقاخانه نمادی معنوی در فرهنگ ایرانی اسلامی است.

کارکرد تأثیرگذار (ترغیبی)^{۱۴}

«در تعریف ارتباط مؤثر می‌توان این‌گونه بیان کرد که در این شکل از ارتباط، طراح اساس کار خود را تأثیرگذاری بر مخاطب قرار می‌دهد. او سعی در برانگیختن کنش‌های ذهنی و رفتاری قابل پیش‌بینی در مخاطب دارد. مخاطب احساس می‌کند که جهت پیام به سمت او هدایت می‌شود و احساس قربت و نزدیکی به آن می‌کند. آثار خبری، آموزشی، تبلیغاتی و سیاسی با هدف افزایش آگاهی در مورد یک موضوع خاص طراحی می‌شوند، کارکرد اصلی آن‌ها ارجاعی، تأثیرگذاری، محرک و برانگیختن واکنش مخاطبان است» (یزدانی، ۱۳۹۶: ۷۶). «به عبارتی کارکرد تأثیرگذار یا ترغیبی، رابطه میان پیام و گیرنده را تعیین می‌کند. از آنجا که اکثر ارتباطات به‌منظور برانگیختن واکنش گیرنده است، لذا می‌تواند بر عقل یا احساسات گیرنده تأثیر بگذارد. در نتیجه تمایزهای عینی-ذهنی و شناختی-احساسی نیز در این سطح یافت شده و قابل نظارت است» (پهلوان، ۱۳۹۰: ۱۰۰). «در کارکرد تأثیرگذار، رمزگان نمادین و برنامه‌های اجرایی بر اساس تمایز عینی-شناختی ساخته می‌شوند که هدف آن نظام گسترده‌تر کنش و فعالیت است و از سوی دیگر رمزگان‌های اجتماعی و زیبایی‌شناختی هستند که بر اساس تمایز ماهیت ذهنی-احساسی، با هدف جلب مشارکت گیرنده طراحی شده‌اند. این کارکرد نقش بسیار مهمی در تبلیغات دارد» (گیرو، ۱۹۷۳: ۲۱). البته باید افزود هر پیامی هدف نخست آن تأثیرگذاری است.

در تصویر ۳، که موضوع آن دانش فرهنگ و تکنولوژی در خدمت انسان است، به گمان کارکرد عاطفی و بیانگر غالب بر سایر کارکردها است. در این پوستر، با استفاده از رنگ‌های شاد و گرم، تصاویر نمادین و فضای کلی پوستر، حسی از امید، شادمانی و پیشرفت به مخاطب القا شده است. استفاده از تصاویر نمادین مانند دست، چرخ دنده، کتاب و گل، در پیوند با فرهنگ ایرانی که به قدمت ایران باستان نیز اشاره دارد به این معنی غنا بخشیده‌اند. در این پوستر، از عنصر تکرار به‌طور موثری بهره گرفته شده است. تکرار تصاویر نمادین، به انسجام و هماهنگی بصری پوستر کمک کرده است و استفاده از خط دست‌نویس بر پایه‌ی نستعلیق به عنوان یکی از نمادهای هویت ایرانی، به زیبایی و اصالت پوستر افزوده است.



تصویر ۳. پوستر دانش تکنولوژی فرهنگ در خدمت انسان، طراح: قباد شیوا (URL^۵).



تصویر ۴. پوستر، به مناسبت افتتاح موزه‌ی هنرهای معاصر تهران، ۱۳۵۶، طراح: قباد شیوا منبع تصویر: ترنم تقوی، ۱۴۰۱ (URL^۱).

برای مخاطب، شمع و شمعدان، نقش‌های برگرفته از گل‌ومرغ‌های ایرانی و نقوش سنتی، فضای تاثیرگذاری برای ارتباط با مخاطب را به نمایش بگذارد. استفاده از رنگ‌های تند و متضاد، خطوط پویا و ترکیب‌بندی نامتعارف، حسی از ترغیب و تاثیر را در اثر ایجاد کرده است. علاوه بر این، استفاده از عناصر ایرانی مانند خط نستعلیق و طرح‌های اسلیمی، پوستر را برای مخاطب ایرانی جذاب‌تر کرده است. در این اثر با طرح‌واره‌های نقاشی‌گونه میان حافظ و نگارگری ایرانی پل ارتباطی ایجاد شده و به طور موثری مخاطب را به تأمل وامی‌دارد.

کارکرد هنری (زیبایی‌شناختی)^{۱۵}

«یاکوبسن در تعریف کارکرد هنری، آن را رابطه‌ای بین یک پیام و خودش تعریف می‌کند. نمونه شاخص کارکرد زیبایی‌شناختی را می‌توان در آثار هنری یافت. آنجا که مرجع پیام، خود پیام است و این پیام دیگر ابزار ارتباط نیست بلکه موضوع آن است» (گیرو، ۱۹۷۳: ۲۲). در این نوع کارکرد «جهت‌گیری پیام به سمت خود پیام است. منظور یاکوبسن از پیام، محتوای جمله یا عبارت نیست، بلکه بخشی از خود گفتار و شکل زبانی آن است. نقش زیبایی‌آفرینی در صورت کلام هویدا می‌شود، نه در معنا یا محتوای کلماتی که آن را تشکیل می‌دهند» (سجودی، ۱۳۷۷: ۲۲۶-۲۲۵). در این نوع، صورت‌گرایی (فرمالیسم)^{۱۱} و بُعد زیبایی‌شناسی نمایان‌تر می‌گردد. در طراحی اعلان‌هایی که شامل تایپوگرافی هستند، کارکرد هنری و صورت‌گرایی در تکنیک‌هایی که شامل اجرای دستی، فرم‌های تزئینی یا در بعضی موارد، رنگ‌بندی‌هایی که ارتباطی با عنوان اثر ندارند، مشاهده می‌شود به طوری که منحصر، هارمونی رنگ مدنظر است. در اینجا «پیام، دیگر یک ابزار ارتباط نیست بلکه یک موضوع مهم است» (گیرو، ۱۳۸۷: ۲۲). در کارکرد زیبانشناسی گاهی رویکرد طراحان به از آن خودسازی که به گفته «پاکزاد» و دیگران از خصلت‌های هنر مدرن است در آثار طراحان معمولاً وجود دارد (پاکزاد و دهنوی، ۱۴۰۲: ۱۶). پوستر «نمایشگاه فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» تصویر ۷، نمونه‌ای از کارکرد زیبانشناسی است که با ترکیبی برگرفته از فرش ایرانی وحدت یافته است. نقوش استفاده شده در پوستر و ترکیب‌بندی آن تشابه زیادی به نقوش رایج در فرش و گلیم ایرانی اسلامی دارند، ترکیب‌بندی شامل تقارن، تکرار و نظم است. همچنین رنگ‌های استفاده شده در پوستر نیز، با رنگ‌های رایج در فرش



تصویر ۵. پوستر هفتمین نمایشگاه دو سالانه طراحان گرافیک ایران، طراح: قباد شیوا (کلاه کج، ۱۴۰۱: ۵۳).



تصویر ۶. پوستر بین‌المللی بزرگداشت حافظ، طراح: قباد شیوا (۴ URL).

همسانی آن با متن با محوریت تصویر قلم که نمادی از طراحی و نوشتن است، طراحی شده است. فرشته در فرهنگ ایرانی نماد خیر و نیکی است. استفاده از این تصویر در پوستر مفهومی از معنویت و پاکی را به مخاطب القا می‌کند. به نظر می‌رسد، عناصر ترغیب این اثر نشأت گرفته از انرژی بصری عناصر چندگانه پوستر با سیالی و رهایی رنگ (آبرنگ مانند) در کل عناصر است و رنگ غالب زرشکی اثر ناخودآگاه ذهن را معطوف به رنگ لاک‌پوستی برآمده از هنر ایرانی می‌کند و وجه تاثیرگذار یا ترغیبی اثر از طریق طیف‌های رنگ‌های گرم و بازی آن در سطوح نقطه مانند کلمه تشدید شده است. در تصویر ۶، طراح کوشیده است با استفاده از عناصری آشنا مانند مقبره‌ی حافظ

تصویر ۸ که اثری برای بزرگداشت سعدی شیرازی است از نظر زیباشناسی و کارکرد هنری، قابل تأمل است. ترکیب محکم این اثر و بهره‌گیری مناسب از کل فضا علیرغم تمرکز نقوش اسپیرال مرکز آن و ترکیب عناصر ایرانی با عناصر کتاب‌آرایی ایرانی و تلفیق شایسته آن و نیز جای‌گذاری مناسب خط، از سویه‌های زیباشناسی این پوستر است که در نهایت با حس و فضای ایرانی و تلفیق مناسب رنگ‌ها اثر مذکور قوام یافته است. در این اثر چند عنصر باکیفیت از فرهنگ بصری ایرانی در ترکیب با یکدیگر و همگرا باهم خودنمایی می‌کنند و با استفاده از عناصر بصری و متنی به طور موثری موضوع خود را به مخاطب منتقل می‌کنند. خط نستعلیق در میانه‌ی پوستر، نشانی از هویت و اصالت ایرانی است و تلفیق با ظرافت نقوش سنتی ایرانی مانند اسلیمی و ختایی به جذابیت بصری پوستر افزوده است. تصویر اشعار سعدی در چهار ستون، تداعی‌کننده‌ی کتاب‌آرایی نسخ خطی است که در مرکز و در زمینه پوستر تأثیر خود را برجای گذاشته است.

کارکرد سخن‌گشا (همدلی) ۱۶

به گفته پهلوان «هدف از این کارکرد برقراری ارتباط، حفظ یا توقف آن است. لذا اولین کارکردی که ارتباط را تضمین می‌کند، کارکرد سخن‌گشا است (پهلوان، ۱۳۹۰: ۹۵-۹۴). به گفته یزدانی این نوع ارتباط با تأکید بر عامل تماس با مخاطب و برجسته کردن آن و حفظ ارتباط اجتماعی است، فرستنده می‌کوشد فضای همدلی و هماهنگی بین خود و مخاطب ایجاد کند و تداوم ارتباط را ممکن سازد» (یزدانی، ۱۳۹۶: ۷۸). این کارکرد به گونه‌ای تضمین‌کننده ارتباط فرستنده و گیرنده است. تصویر ۹، که موضوع آن پایداری است با ترکیبی از درخت سرو که در فرهنگ ایرانی نمادی از ایستادگی و آزادگی است و شعر مشهور «چو ایران نباشد تن من مباد»، به سامان رسیده است. شکل کلی درخت اعم از تنه و حجم کلی و بافت نقطه‌ای مانند برگرفته از خط نستعلیق پایین آن است. شعر چو ایران نباشد با خطی شکسته به مثابه ریشه درخت است که مخاطب ایرانی با دیدن آن، همنوا با پوستر میشود. بدینسان است که شعر می‌تواند نقشی سخن‌گشا برای همدلی و هم‌آوایی با پوستر داشته باشد. خط نستعلیق در همنشینی با عناصر تصویری پیامی واحد ایجاد کرده و رنگ سبز این پوستر با مفهوم پایداری که در ادبیات دینی مکرر است، همخوانی دارد.

و گلیم ایرانی اسلامی همانندی بسیاری دارند، این رنگ‌ها شامل قرمز، آبی، سبز، زرد و نارنجی هستند. رنگ‌های استفاده شده در پوستر، مانند سبز، سفید و قرمز، رنگ‌های پرچم ایران هستند و ارجاع به رنگ ملی پرچم ایران دارد. کلمه ایران در مرکز اثر به عنوان محور اصلی پوستر و نقش و حاشیه‌های رنگی در ترکیب با رنگ‌های مختلف پرچم ایران و تنوع رنگی اثر که حاکی از تنوع فرهنگی ایران است، جلوه‌ای دیگر از عملکرد زیباشناسانه این اثر است. ضمن اینکه شعر بالای پوستر «یاد یار مهربان آید همی» گونه‌ای از کارکرد همدلانه (که در ادامه درباره آن نیز بحث می‌شود) را در گستره فرهنگی ایران قدیم یادآور می‌شود.



تصویر ۷. پوستر نمایشگاه فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در قزاقستان، طراح: مصطفی اسداله‌ی (مشکی، ۱۳۸۳: ۸۳)



تصویر ۸. پوستر کنگره بزرگداشت سعدی، طراح: قباد شیوا (وزیریان، ۱۳۹۷: ۱۱)

رفته در آن حس هویت و همدلی را در اثر تقویت کرده است.

کارکرد فرازبانی (فرا تصویری) ۱۷

به گفته پهلوان «کارکرد فرازبانی به رابطه بین پیام و رمز اشاره دارد. هدف از این کارکرد آشکار کردن معنای پنهان در پیام است. کارکرد فرازبانی به رمزی که از طریق آن پیام منتقل و بیان می‌شود، بازمی‌گردد. فرازبانی، تبیین معنای نشانه‌هایی است که گیرنده پیام قادر به درک آن‌ها نیست» (پهلوان، ۱۳۹۰: ۱۰۴). آن‌گونه که احمدی به نقل از یاکوبسن می‌گوید: «فرازبانی پیام کلامی است که در آن با رمزگان و نماد ایجاد ارتباط می‌شود به پیروی از این کارکرد در حوزه زبان می‌توان کارکرد پیام یا تصویری را که به رمزگان تصویری مرتبط می‌شود، فراتصویری نیز نامید» (احمدی، ۱۳۷۱: ۱۴۱). یکی دیگر از کارکردهای فرازبانی در گرافیک دیزاین مربوط به نقش آن در طراحی پوستر است. به عنوان نمونه می‌توان به تصویر ۱۱، اشاره کرد. در این پوستر حروفی که متعلق به انواع فونت‌ها است، به صورت منظم نوشته شده است، اما در میانه‌ی پوستر حروف با فونت ترافیک به عنصر تصویری تبدیل شده و در اقدامی غیرقابل باور و خلاقانه مفهوم ترافیک و فشردگی آن مشابه سیاه مشق ایرانی، اما با فونت ترافیک به نمایش گذاشته است. در این اثر معنای پنهان پیام از نوشتار فشرده حروف ترافیک آشکار شده و با استفاده از فونت بصری شده توجه بیننده به پیام جلب شده است. عناصر متنی مانند استفاده از جملات کوتاه و تأثیرگذار و بازی با کلمات، بیننده را به تفکر در مورد پیام پوستر تشویق می‌کند که بخشی از برون‌دادهای ارتباطی فرازبانی است. در ارتباط فرازبانی یا فراتصویری، رمزگانی که پیام توسط آن بیان گردیده، برجسته می‌شود و پیام کارکردی فراتر از معنای آشکار پیدا می‌کند. در این نوع ارتباط، نه شکل ظاهری بلکه این رمزگان هستند که ماهیت و معنای تصویر را مشخص می‌کنند. در این اثر، تراکم و فشردگی حروف ترافیک، مفهوم ترافیک را در بافتی کاملاً غیر قابل باور به یکباره منتقل کرده است.



تصویر ۹. جشنواره پوستر پایداری، طراح: کوروش پارسانژاد (تندیس، ۱۳۹۱: ۱۸).



تصویر ۱۰. پوستر کارگاه آواز ایرانی، طراح: فرزاد ادیبی (کلاه کج، ۱۴۰۱: ۶۱).

تصویر ۱۰، پوستر کارگاه آواز ایرانی است که به گمان، سوبه‌های کارکرد سخن‌گشا یا همدلی نظریه یاکوبسن به طور موثری در آن دیده شده است. این اثر با استفاده از عناصر بصری و متنی به طور فزاینده‌ای موضوع خود را به مخاطب منتقل کرده است و به گمان شور و اشتیاق به موسیقی و آواز ایرانی را در مخاطب تقویت می‌کند. تصویر مرغ برگرفته از عناصر گل و مرغ ایرانی و سرکش حرف «آ» که از نوک مرغ نغمه‌خوان خارج شده، نمایانگر آواز ایرانی است و مد بخشی از حرف «آ» نیز است که با زمینه رنگ سنتی ایرانی در مرکز پوستر قرار گرفته است. استفاده از تصویر پرنده برای موضوع آواز که در مشاهدات روزمره اشخاص و ادبیات ایران واژه‌ای پر بسامد است، نوعی همنوایی، همدلی و به گونه‌ای همسو کردن مخاطب طرفدار موسیقی این اثر است. متن «کارگاه آواز ایرانی» که به خط شکسته نستعلیق نوشته شده به مثابه تحریرهای آوازهای ایرانی درهم تنیده و رهاست. رنگ‌های استفاده شده در پوستر، مانند قرمز لاک‌ی، زرد و نخودی و استفاده از عناصر ایرانی مانند مرغ، نقوش حاشیه پوستر و خطوط بکار

متافیزیکی همچون پلی واسط انتقال مفاهیم و معناها بوده است (پشتوتنی زاده، ۱۴۰۲: ۱۹). در پوستر مورد اشاره، نقوش نمادین در حاشیه و جهی از این رازوارگی را نشان می‌دهد. نوشتار اصلی پوستر در نقشی شبیه ترنج در وسط آن به مثابه آنچه که قالی‌های دارای نقش مرکزی بافته شده‌اند، جای گرفته است. در این پوستر با به تصویر کشیده شدن عناصر و نمادهای مرتبط با خطوط شکسته و هماهنگ با نقش تاروپود قالی، پوستر با تناسبی هم‌اندازه از فضای مثبت و منفی به تصویر کشیده شده و نمایشی فراتر از زبان معمول را از تاریخ و هویت این مرز و بوم به مخاطب نشان داده است. ضمن اینکه نوع آنالیز این نمادها، به گلیم بافی، فرش، نقاشی‌های درون غارهای ایران و نقاشی‌های روی سفالینه‌ها نیز ارجاع دارد و استفاده از غالب رنگ‌های سنتی ایرانی نیز در بیان اصالت موضوع، نقش داشته است.

نتیجه‌گیری

تحلیل آثار موضوع بحث نشان داد که از میان سویه‌های ارتباطی یا کوبسن در پوسترهای فرهنگی ایران، کارکرد ارجاعی و مصداقی در یک اثر با دلالتی صریح و در اثر دیگری با دلالت غیر صریح صورت گرفته که تصویری از نگارگری ایرانی برای نمایشگاه نگارگران ایران معاصر نمونه‌ای از ارجاع صریح و نمونه ارجاع غیر صریح آن به فرهنگ بصری ایرانی استفاده از فونت نستعلیق برای نمایشگاه پوسترهای فرهنگی ایران بوده است. همچنین در کارکرد عاطفی و بیانگر از ارزش‌ها و مفاهیم سفارش دهنده و طراح یا حاصل جمع تفکرات این دو، در قالب نمادها و عناصر فرهنگی دوران باستان و اسلامی ایران با ترکیب دیگر عناصر نمادین بهره گرفته شده است. ضمن اینکه رنگ‌های مرتبط با فرهنگ بصری ایرانی نیز در این راستا هم افزای موضوع بوده است. بازنمایی کارکرد تأثیرگذار در آثار بررسی شده در یک اثر ترکیبی از اشیاء کاربردی به منظور جلب توجه و پیوند آن با عناصر کتاب‌آرایی ایرانی بوده و در اثر دیگری از طرح‌واره‌های نقاشانه و ارتباط آن با موضوع با دلالتی صریح و همسانی با کتاب‌آرایی ایرانی در قالبی نوین به سامان رسیده است که البته در این میان خط فارسی و رنگ نخودی به عنوان رنگ سنتی ایرانی در انتقال معنای نمادین اثر با دلالتی غیر صریح نقش داشته‌اند. کارکرد زیباشناختی (هنری) با ترکیب‌بندی و استحکام ساختاری در دو اثر تحلیل شده و بهره‌گیری از دو بن‌مایه فرهنگی ایران، یعنی فرش و کتاب‌آرایی و خط و رنگ شبیه رنگ‌های سنتی



تصویر ۱۱. پوستر ترافیک، طراح: مجید کاشانی (۳ URL).



تصویر ۱۲. پوستر ۲۵ سال تئاتر ایران، طراح پیمان پورحسن (انجمن طراحان گرافیک ایران، ۱۳۸۹: ۶۷).

تصویر ۱۲، پوستر «۲۵ سال پوستر تئاتر ایران» است که در سطح قابل قبولی کارکرد فرازبانی یا فرا تصویری نظریه یا کوبسن، در آن نمایان است. در این پوستر با استفاده از عناصر بصری و متنی، رمزگان مورد نظر به طور موثری به مخاطب منتقل شده است. شکل فرش مانند پوستر، زمینه نقوش فرهنگی ایرانی که از معماری گرفته تا فرش و گلیم در آن مستتر است و همچنین نمادها و شخصیت انسانی و حیوانی عناصر زمینه که به مانند سلول‌های درون پوستر با فضایی به مثابه فضای منفی خط کوفی منقوش شده‌اند، این رمزگان و رازوارگی آن را به نمایش گذاشته‌اند. در نگاه اول، پوستر به مثابه فرش ایرانی است که خود سرشار از نقش، معنی و راز و رمز است. در باره نمونه‌ای از رمز و راز موجود در فرش «پشتوتنی‌زاده» گفته است، در اندیشه طراحان فرش، نیروهای

مکنونات فرستنده) و سپس ارجاعی (جهت گیری به سمت موضوع) بوده است.

پی‌نوشت

۱. (زاده ۱۱ اکتبر ۱۸۹۶ - درگذشته ۱۸ ژوئیه ۱۹۸۲)
2. relation de renvoi
3. sending-back
4. aliquid stat pro aliquo
5. style in language
6. Adresser
7. Message
8. Adresse
9. Content
10. Code
11. Contect
12. Fonction Referentielle
13. Fonction Expressive
14. Fonction Impressive
15. Fonction Poetique
16. Fonction Phatique
17. Fonction Metalinguistique

منابع

- احمدی، بابک. (۱۳۷۱). *از نشانه‌های تصویری تا متن*. چاپ اول. تهران: نشر مرکز.
- اشباح، آخیم، ترابانت، یورگن. (۱۴۰۰). *متفکران بزرگ نشانه‌شناسی*. ترجمه مجتبی پُردل. مشهد: انتشارات ترانه.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران (۱۳۸۹). *سرو نقره‌ای ۸۹*. تهران: نشر نظر، ص ۶۷.
- تنهایی، آرش. (۱۳۹۱). *طراحان گرافیک ایران (کوروش پارسائزاد)*. تندیس. شماره ۱۹-۱۸-۲۲۱.
- پاکزاد، زهرا، فروغی دهنوی، مینا. (۱۴۰۲). «از آن خودسازی» در پرتوهای گلن براون. *پژوهش نامه گرافیک نقاشی*. ۱۶(۱۰): ۱۰۶-۱۲۸. doi: 10.22051/10.22051.pgr/10.22051.2023.42123.1196
- پشتوتنی‌زاده، آزاده. (۱۴۰۲). نمادهای پیشاسلامی در فرش‌های تصویری پادشاهان ایران. *پیکره*. ۱۹-۳۶-۱۲ (۳۴): ۱۰۲۲۰۵۵. doi: 10.22051/10.22051.pgr/10.22051.2023.118565
- پهلوان، فهیمه. (۱۳۸۴). *درآمدی بر تحلیل عناصر تصویری در آرم*. تهران: دانشگاه هنر.
- پهلوان، فهیمه. (۱۳۹۰). *ارتباط تصویری از چشم‌انداز نشانه‌شناسی*. چاپ دوم. تهران: دانشگاه هنر.
- چندلر، دانیل. (۱۳۹۴). *مبانی نشانه‌شناسی*. ترجمه مهدی پارسا. تهران: سوره مهر.
- حکیم، اعظم. (۱۴۰۲). مفصل‌بندی وجه روایی زبان نوشتاری در گفتمان چندوجهی نقاشی معاصر ایران. *پژوهش نامه گرافیک نقاشی*. doi: 10.22051/10.22051.pgr/10.22051.2023.41492.1162. ۶۰-۶۶. ۸۱-۱۰ (۱۰).
- رضوانی‌زاده، نفیسه. (۱۳۹۴). *کاربرد نشانه‌شناسی در روند شکل‌گیری نشانه‌های تصویری*. پایان نامه کارشناسی ارشد گرافیک. استاد راهنما عفت اسادات افضل طوسی. استاد مشاور

ایرانی، تحقق یافته است. همچنین کارکرد سخن‌گشا و همدلی در دو اثر موضوع مطالعه علاوه بر فرم و رنگ‌های ایرانی با شعر و ادبیات فارسی در قالب خط نستعلیق بروز یافته که به نظر ادبیات و خط ایرانی ابزار مناسبی برای برقراری ارتباط همدلانه با مخاطب حتی در حوزه تصویر است. کارکرد فرازبانی در یک اثر با حروف فارسی در قالب ایدئوگرام با معنای نهفته و پنهان صورت گرفته است. تکرار حروف ترفیق برای بیان مفهوم ترفیق برگرفته از سیاه مشق ایرانی است. در اثری دیگر بیان فرازبانی با رجوع به مفاهیم و عناصر فرهنگ بصری ایرانی حاصل شده که علاوه بر استفاده چندگانه از عناصر نمادین ایرانی رنگ نیز در این میان کارکرد نمادین خود را رخنمون ساخته است. بدینسان آشکار شد که در پوسته‌های فرهنگی ایرانی در جایگاه پیام‌رسان تصویری، سوییهای ارتباطی زبان‌شناسیک یا کوبسن دیده شده که در این میان عناصر مختلفی از جمله رنگ‌ها و عناصر نمادین و متن همگرا با هم و با تلفیق هنرمندانه، برای ارتباط با مخاطب پوستر وساطت داشتند و از این راه، پیام‌های فرهنگی به مخاطبان منتقل شده است. براین اساس می‌توان گفت که طراحان ایرانی با انواع شیوه‌های ارتباطی با توجه به بافت، بستر و زمینه با مخاطب خود ارتباط برقرار کرده و با رسانه گرافیک به‌سان سایر نقاط جهان علاوه بر هویت خود (طراح) و هویت بومی و منطقه‌ای، موضوع را نیز به لحاظ ماهوی بازنمایی کرده و چارچوب شش‌گانه ارتباطی یا کوبسن، نیز در آثارشان قابل شرح و بسط است. نتیجه نهایی آن که در ارتباطات انسانی عناصر زبانی، اعم از زبان نوشتار و زبان تصویر در فرهنگ‌های مختلف با توجه به بافت همان فرهنگ قابلیت رمزگذاری و رمزگشایی دارد و در پوسته‌های فرهنگی ایران هم کارکردهای ارتباطی یا کوبسن با رمزگانی از فرهنگ بصری ایرانی به ترتیب بیشترین کاربرد، عناصری از خط‌فارسی، کتاب‌آرایی ایرانی، فرش ایرانی، معماری ایرانی و اساطیر ایرانی به تناسب موضوع با دلالت‌های صریح و ضمنی بازنمایی شده‌اند و چنین تلقی می‌شود در میان همین نمونه‌های محدود بررسی شده از عناصر شش‌گانه یا کوبسن، بیشترین اقبال به کارکرد هنری (تاکید بر روی پیام)، همدلی (تسهیل ارتباط)، ترغیبی (اقناعی)، فرازبانی (رمزنگاری)، عاطفی (بیان

pgr.2023.41492.1162, (Text in Persian).

- JHEILBRUNN B. (2001), *Le Logo*. Paris: PUF.
- Iranian Graphic Designers Association, (2010). *Collection of works of Silver Cypress book*, (89nd ed), Tehran: Nazar Publication, p: 67, (Text in Persian).
- Jakobson, Roman. (1960). *“linguistics and poetics”*. In “style in language”, Edited by Thomas A. Sebeok, 350-375. New York: Willey Publisher.
- Kolahkaj, M. (2022). Frequency analysis of Iranian color in graphic posters with the theme of Iran. *Paykareh Research in Art and History*, 11(27), 48-65, (Text in Persian).
- Mahdizadeh, A. (2016). *examining the various functions of social documentary photos based on the functions of language* (Jacobsen's communication theory), *Kimiya-ye-Honar Magazine* 18, 51-67, (Text in Persian).
- Mahdizadeh, M., (2021). *Media theories: popular ideas and critical perspectives*, Tehran: Hamshahri Publications, (Text in Persian).
- Meshki, S., (2013). *Graphic Designers of Iran 2, Mostafa Assadollahi*, Tehran: Yassavoli Publication, (Text in Persian).
- Pahlevan, F., (2004), *An introduction to analysis of the visual elements of logo*, (2nd ed), Tehran: University of Art Publication, (Text in Persian).
- Pahlevan, F., (2018), *Visual Communication from Perspective of Semiotics*, (2nd ed), Tehran: University of Arts Publication, (Text in Persian).
- Pakzad, Z., & Foroughi Dehnavi, M. (2023). “Appropriation” in Glenn Brown's Portraits. *Painting Graphic Research*, 6(10), 16-28. doi: 10.22051/pgr.2023.42123.1196, (Text in Persian).
- Pashotanzade, A. (2023). Pre-Islamic Symbols in Pictorial Carpets of Iranian Kings. *Paykareh*, 12(34), 19-36. doi: 10.22055/pyk.2023.18565, (Text in Persian).
- Rezvanizadeh, N., (2014), *The use of semiotics in the process of formation of pictorial signs*, Tehran: University of Alzahra Arts Publication, (Text in Persian).
- Sojodi, F. (1998). “An Introduction to Semiotics”, *Farabi Magazine*, (Critical Theories).
- Tanhai, A. (2021), “Graphic Designers of Iran (Kourosh Parsanejad)”. *Tandis*, 221, 18-19, (Text in Persian).
- Vazirian, A., (2017). *The first religious graphics book of the year*, Tehran: Surah Mehr Publications, p. 11, (Text in Persian).
- Yazdani, A., (2016). *Semiotics of Contemporary Iranian Graphics*, Tehran: Nazar Publications, URLs

محبوبه مداری محدث. تهران. دانشگاه الزهرا (س).

- سجودی، فرزنان. (۱۳۷۷). *درآمدی بر نشانه‌شناسی*. مجله فارابی. (نظریه‌های انتقادی). شماره ۳۰.
- عسگری، فاطمه. (۱۳۹۹)، واگوی کارکردهای ارتباطی در تایپوگرافی (اعلان‌های اسماء‌الحسنی در ایران) با رویکرد نظریه یاکوبسن. *فصلنامه علمی کیمیای هنر*. سال نهم. شماره ۳۵. ۳۸-۲۱.
- عسگری، فاطمه. (۱۴۰۰)، تبیین نقش پرنده در اعلان‌های عاشورایی ایران (دهه ۸۰ و ۹۰ ش). با رویکرد نظریه یاکوبسن. *فصلنامه علمی نگره*. شماره ۵۷. ۱۴۹-۱۳۱.
- کلاه‌کج، منصور. (۱۴۰۱). تحلیل بسامدی رنگ ایران در پوسته‌های گرافیک با موضوع ایران. *پیکره*. ۱۱ (۲۷). ۶۵-۴۸.
- گیرو، پی‌یر. (۱۹۷۳). *نشانه‌شناسی*. ترجمه محمد نبوی (۱۳۸۰). چاپ اول. تهران. انتشارات آگاه.
- مشکی، ساعد. (۱۳۸۳). *طراحان گرافیک ایران ۲*. مصطفی اسدالهی. تهران. یساولی.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۴۰۰). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران. همشهری.
- مهدی‌زاده، علیرضا. (۱۳۹۵). بررسی کارکردهای گوناگون عکس‌های مستند اجتماعی بر اساس کارکردهای زبان (نظریه ارتباطی یاکوبسن). *مجله کیمیای هنر*. شماره ۱۸. ۶۷-۵۱.
- وزیریان، علی. (۱۳۹۷). *اولین کتاب سال گرافیک مذهبی*. تهران. انتشارات سوره مهر.
- یزدانی، علیرضا. (۱۳۹۶). *درآمدی بر نشانه‌شناسی گرافیک معاصر ایران*. تهران. مؤسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر

References

- HEILBRUNN B. (2001), *Le Logo*. Paris: PUF.
- Jakobson, Roman. (1960). *“linguistics and poetics”*. In “style in language”, Edited by Thomas A. Sebeok, 350-375. New York: Willey Publisher.
- Ahmadi, B., (1992). *From visual signs to text*, (1nd ed), Tehran: Markaz Publication, (Text in Persian).
- Asgari, F, Pourmand, H. (2020). “Analyzing the Communicative Functions in Typography (the Posters of Asma’ol Hosna in Iran) Using Jakobson’s Approach”. *Kimiya-ye-Honar*, 9(35), 21-38. (Text in Persian).
- Chandler, Daniel, (2014), *Basics of Semiotics*, translated by: Mehdi Parsa, (5nd ed), Tehran: Surah Mehr Publication, (Text in Persian).
- Eschbach, Acbim, Trabant, Jürgen, (2021), *History of semiotics*, translated by: Mojtabi Purdel, (1nd ed), Mashhad: Taraneh Publication, (Text in Persian).
- Giraud, Pierre, (1973), *Semiotics* translated by: Mohammad Nabavi, (1nd ed), Tehran: Agah Publications, (Text in Persian).
- Hakim Salmani, A. (2023). Articulating the Textual Narrative Mode in the Multimodal Discourse of Contemporary Iranian Painting. *Painting Graphic Research*, 6(10), 66-81. doi: 10.22051/



- URL1. fa/magazine/note-ghobad-shiva-posters/959. 16.8.2023
- URL2. <https://geotypografika.com>. 12.9.2023
- URL3. <http://www.momayez.ir>. 14.8.2023
- URL4. <http://posteriran.ir/> . 12.9.2023
- URL5. <https://www.pinterest.com/pin/304978206015672623> . 16.8.2023

An Evaluation of the Components of Jakobson's Communication Theory That Are Reflected in Today's Iranian Cultural Posters.

Abstract:

Visual communication, is one of the most powerful communication tools of the day, whereby one can send messages of all sorts using images, symbols, colours, information, and emotions. This is one of the old forms of communication that man started doing when he began depiction. With the development of modern digital technology and tools, it became the primary method of communication. Visual communication is a high-power tool that can be applied in both advertising and marketing, as well as in the domains of education and organizational communication. Therefore, the topic of human communication has always been open to different discussions. On the other hand, the various definitions of graphic design show that media and communication and facilitation of communication have always been a priority in this media and it has a decisive role in the main functions of graphic design such as information, identity and advertising. Since the transfer of meaning also occurs in the process of this communication, the problem of the transfer of meaning in this context becomes relevant. Among the platforms of meaning transfer, we can mention the subject of semiotics. This concept, which has been developed under the discussion of linguistics, has also expanded in the field of visual arts and different theorists have presented their opinions in this field. In this regard, Roman Jakobson, one of the theorists in the sphere of communication, has specified the six aspects of communicative acts in this field. The present research, which aims to identify the aspects of Jakobson's communication theory in contemporary cultural posters of Iran, seeks to answer the question: How have designers from Iran used Iranian components per Jakobson's six principles to transmit and created meaning among the audience?

Mansour Kolahkaj, Associate Professor, Department of Graphics, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran, Corresponding Author.
mansor.kolahkaj@gmail.com

Fahimeh Tahan, MA Student of Art Research, Faculty of Art, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran.
tahan.fahimeh@gmail.com

Date Received: 2024-01-10

Date Accepted: 2024-05-11

1- DOI: 10.22051/PGR.2024.46144.1238

Research Method:

This qualitative study comprises two methods of visual content analysis based on semiotics according to Jakobson's theoretical approach to communicative functions. It is showcased through a descriptive-analytical method. This theory includes six communicative functions: referential, emotive, conative, poetic, phatic, and multilingual. In this research, these six functions are used to analyse 12 posters from the Iranian culture, chosen carefully to have two posters for each function. Research for data was conducted via the library, documentation, and references from source materials that include books, credible articles, theses, journals, and periodicals. It should be noted that the limited number of works does not give a comprehensive and flawless judgment of the approach of Iranian graphic designers with their audience in the form of Jakobson's opinions, also among the initial efforts of every professional graphic designer is the impact of his work and preserving its artistic indicators. These two are summarised in the form of two functions of Jacobsen's six functions, i.e. effective and artistic (aesthetic) functions. In other words, it is expected that every graphic work should have at least two effective and artistic functions. On the other hand, in some of the reviewed works, two or more of Jakobson's six components are seen to be related, but in the discussion section, they are discussed according to the case. This research seems necessary because it has categorised and analysed the Iranian elements of Iran's cultural posters based on Jakobson's theory.

Research Background:

The most relevant research in this area is written by "Fatemeh Asgari" (2022) in the article entitled "Ashura Announcements (2000s and 2010s) in Iran: Explanation of Birds Role with Jakobson's Theory". She has studied and thought over different examples of the posters involved in the theory through the six perspectives of Jakobson's theory. Concerning the fact that Jakobson's communication theory has been studied and interpreted by many scholars, this paper, however, holds a particular

viewpoint in that, it looks at Iranian elements through the lens of Jakobson's communication theory. Also, Nafiseh Rezvanizadeh (2014) in her thesis entitled "Application of semiotics in the process of formation of visual signs" under the guidance of Dr. Afzal Tousi at Alzahra University, with the discussion that how semiotic theories can help to design a sign and provide a standard for it has listed the standard scientific factors of sign design. He discussed the opinions of semioticians and its comparison with visual signs, one of these theorists being Roman Jakobson. Alireza Yazdani (2016) in the book "Introduction to Contemporary Graphic Semiotics of Iran" discusses communication and communication actions through graphics and while explaining it through graphic elements such as posters, signs, notices, etc., by combining knowledge of semiotics, patterns has examined the relevance of Roman Jakobson's theory.

Conclusion:

The examination of the works under consideration highlighted that among the communicative aspects in the Iranian cultural posters, the referential function was depicted in one work by explicit denotation and in another by implicit denotation. The image of Iranian miniature paintings for the exhibition of contemporary miniaturists illustrates explicit reference. At the same time, the font of Nastaliq symbolizes an implicit reference to Iranian visual culture for the poster of Iranian culture. Moreover, as for the emotional function of the logo design, I used the clients and my values and ideas, represented through the symbols and cultural elements taken from the ancient and Islamic Iranian eras and other symbolic elements. Besides that, in Iranian visual culture, colours were also the primary source of the content. The conative function in the analysed works was shown through the use of different objects of everyday life to draw attention and link it with the Iranian book decoration elements

in one work and, in another work, the use of painterly layout and its connection with the subject in an explicit and similar denotation to the Iranian book decoration in a modern framework. However, the Persian script and the khaki colour, a traditional Iranian colour, provide a symbolic meaning for the work using implicitness. The poetic function was achieved through compositional and structural integrity in the two analysed works, utilising two Iranian cultural themes: Carpets and books as decoration elements and writings and colours that are the same as traditional Iranian ones. Furthermore, phatic function is also presented in the two studies alongside Iranian forms and colours, Persian literature and poetry in the form of Nastaliq script, which implies that literature and calligraphy from Iran are appropriate means of building an empathetic relation with the viewers, even in the field of visual art. The work about Persian letters was created as an ideogram with a hidden and implicit meaning in one of the works. The word 'traffic' was repeated in Iranian calligraphy exercise books. In the other work, the multilingual expression was done by mentioning the concepts and elements of Iranian visual culture, where, in addition to the multifarious use of Iranian symbolic elements, colour also had symbolic functions. As a result, it was clear that the Iranian cultural posters with a visual medium serve as Jakobson's linguistic communicative aspects. Thus, elements like colours, symbols, and text were converging and artistically combining to communicate with the poster's audience, and as a result, cultural messages were being conveyed. Consequently, it could be concluded that Iranian designers have created a dialogue with their audience by using different communicative strategies, including the context and background, and they have depicted the theme through the graphic medium, like other parts of the world, and represented their identity (as designers), local and regional identity. Based on this, Jakobson's six-fold communication framework, can be outlined and explained through the examples in their works. Therefore, the outcome.

is that the language of humans, which is articulated through the use of both written and visual symbols, is culturally specific in each culture and can both encode and decode depending on the context of that culture. In Iranian cultural posters, Jakobson's communication function has been represented by the codes of Iranian visual culture through the most frequent use of Persian calligraphy, Iranian book decoration, Iranian carpets, Iranian architecture, and Iranian mythology according to the subject, implicit and explicit denotations. It appears that among the limited cases taken into consideration of Jakobson's six elements, the most critical function for the audience is the poetic (the message is emphasized), phatic (the communication is facilitated), conative (the message is persuasive), multilingual (the encoding process), emotive (the sender's inner thoughts are expressed), and then referential (the process involves the subject) functions

Keywords: Iranian Graphic Design, Poster, Semiotics, Roman Jakobson's Communication Theory.