

تأثیر تغییرات اجتماعی بر یکصد سال گرافیک معاصر ایران (بر اساس نظریه تغییر اجتماعی گی روشه)

مقاله پژوهشی (صفحه ۹۸-۱۱۱)

منصور کلاه کج^۱

۱- استادیار، دانشکده هنر، دانشگاه شهید چمران اهواز (نویسنده مسئول)

DOI: 10.22077/NIA.2021.4333.1464

چکیده

در سراسر دوره زیست اجتماعی بشر، تأثیر تغییرات اجتماعی همواره دیده شده است و جامعه‌شناسان نامدار جهان بدان پرداخته و معیارهایی چون فراگیری، اثرگذاری، بروز در محدوده زمانی خاص و استمرار داشتن را، برای آن متصور شده‌اند. یکی از این جامعه‌شناسان، گی روشه^۱ است که فرایند سه‌گانه‌ای؛ چون عوامل، شرایط و کارگزاران تغییر را برای شکل‌گیری تغییر اجتماعی برشمرده است. گرافیک هم به‌عنوان جریان زنده هنری، در جایگاه بازنمایی پدیده‌های پیرامونی، از تأثیر تغییرات اجتماعی مبرا نبوده است. این پژوهش که با هدف شناخت تغییرات اجتماعی تأثیرگذار بر یکصد سال گرافیک معاصر و با توجه به نظریه تغییر اجتماعی گی روشه انجام شده، مهم‌ترین رخدادهای متأثر از تغییرات اجتماعی گرافیک معاصر ایران را کاوش کرده است. بر این اساس مسئله این پژوهش، چیستی مهم‌ترین عوامل تغییر اجتماعی تأثیرگذار بر یکصد سال گرافیک معاصر ایران و نیز منشأ این تغییرات و چگونگی این تأثیرگذاری است؟ پژوهش حاضر با رویکردی کیفی به بررسی پدیده‌ها، وقایع و تغییرات مهم گرافیک ایران در منابع مختلف کتابخانه‌ای و پایگاه‌های اطلاعاتی پرداخته و به شیوه شبه‌آماری، نتایج خود را توصیف و تحلیل کرده است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، سه عامل عمده تغییر اجتماعی تأثیرگذار بر یکصد سال گرافیک معاصر ایران؛ تجدد و نوسازی دوره پهلوی اول، وقوع انقلاب اسلامی و ورود فناوری‌های دیجیتال مبتنی بر وب است. احتمالاً منشأ اولین عامل، ارتباطات خارجی و تجدد حاصل از آن، عامل دوم، عمدتاً مسائل داخلی و عامل سوم بیشتر تابع شرایط جهانی و تحت تأثیر فناوری‌های مبتنی بر وب و دیجیتال بوده است. شرایط تغییر یافته تحت تأثیر این سه عامل به ترتیب، تغییر آرام سلیقه بصری از سنتی به مدرن، ارجاع بیشتر به فرهنگ بصری ایرانی - اسلامی و نیز شکل‌گیری گرافیک بدون کاغذ در این اواخر است.

واژه‌های کلیدی: گرافیک، معاصر، تغییرات اجتماعی، روشه، رسانه.

1- Email: Mansor.kolahkaJ@gmail.com

مقدمه

مانند بیشتر پدیده‌ها، گرافیک هم متأثر از متغیرهای گوناگونی است که تغییرات اجتماعی، یکی از آنهاست. تاریخ‌نگار مطرح گرافیک، مگز^۲ می‌گوید: طراحی گرافیک همچون بسیاری از دیگر فعالیت‌های انسانی متأثر از تغییرات عمیق است. وی در این زمینه، رویارویی طراحان عصر حاضر را با تحولات عصر الکترونیک مثال زده‌است و می‌گوید، همچون گذشته با پیشرفت بی‌وقفه فناوری و تغییر ابزار کار و همچنین تغییرات اجتماعی، سیاسی، تجهیزاتی و ارتباطی عصر حاضر؛ ماهیت گرافیک که نظم‌بخشیدن به اطلاعات، شکل‌دادن به ایده‌ها و بیان احساسات نسبت به مصنوعات بشری است، تغییری نکرده‌است (۱۳۸۶: ۵۴۷). مصداق این عدم تغییر ماهیت، کم‌رنگ شدن برخی از حوزه‌های کار گرافیک، همچون برخی از عرصه‌های مبتنی بر انتشار کاغذی و توسعه و گسترش گرافیک متحرک^۳، با توجه به فناوری و نرم‌افزارهای جدید است. رخدادهایی از این دست در حوزه گرافیک، نمونه‌ای از تغییر اجتماعی است که تحت تأثیر پدیده‌های فناورانه بروز کرده‌است. محور اصلی این پژوهش شناخت تأثیر تغییرات اجتماعی بر گرافیک یکصدساله ایران است؛ از این رو همسان با تغییرات مهم اجتماعی یکصد سال معاصر جامعه ایرانی، تغییرات حوزه گرافیک نیز بررسی و در انتها به این پرسش‌ها پاسخ داده می‌شود: مهم‌ترین عوامل تغییر گرافیک یکصد سال اخیر چه بوده‌است؟ این عوامل موجب چگونه تغییری شده و منشأ عمده این عوامل چه بوده‌است؟

پیشینه پژوهش

منابع متعددی در حوزه بالادست این پژوهش وجود دارد که اغلب وام‌گرفته از دو یا سه منبع اصلی مرتبط با این موضوع هستند. به همین دلیل، از بیان پژوهش‌های کم‌اهمیت‌تر، صرف‌نظر و به برخی از مرتبط‌ترین آن‌ها پرداخته شده‌است. حسین چنعانی (۱۳۸۰) در مقدمه کتاب گرافیک ایران ۱ که به نظر می‌رسد اولین نمونه تاریخ‌نگاری از این دست برای گرافیک ایران است، براساس دیدگاه خود، به صورت فهرست‌گونه، وقایع مهم گرافیک ایران را تا ابتدای دهه هشتاد خورشیدی برشمرده‌است. پرویز تناولی (۱۳۹۳) در کتاب مقدمه‌ای بر تاریخ گرافیک ایران، آثار مصور کتب چاپ سنگی

و نیز اعلان‌ها و آگهی‌های چاپ‌شده دهه بیست و سی در ایران را به‌عنوان بخشی از آثار گرافیک ایران معرفی کرده‌است. کامران افشارمه‌اجر (۱۳۹۸) در کتاب تاریخ طراحی گرافیک ایران، ضمن بررسی مفصل گرافیک ایران، مبدأ آن را آغاز چاپ در ایران بیان کرده و تحولات و رویدادهای مهم گرافیک ایران را تا به امروز در این کتاب برشمرده‌است (۱۳). از نظر وی، شکل‌گیری گرافیک ایران، مرهون ورود صنعت چاپ و هجوم مدرنیسم و فرهنگ غربی، به‌ویژه از اواخر دوره قاجار به بعد است. البته تأسیس دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران و دانشکده هنرهای تزئینی و پس از آن گسترش آموزش عالی رشته گرافیک هم در این خصوص مؤثر بوده‌است که تا به امروز این تأثیر ادامه دارد (همان: ۱۲). شعیب حسینی (۱۳۹۱) در مقاله «گرافیک ایران قبل از انقلاب: مقطع زمانی ۱۳۳۵ تا ۱۳۵۷»، به شکل‌گیری گرافیک ایران در مقطع زمانی یادشده پرداخته و اشاره کرده‌است که ریشه گرافیک ایران را باید در نقاشی ایرانی جست؛ اما نقش چاپ در رشد و تحول آن عمده است. ابراهیم حقیقی (۱۳۹۰) در کتاب حرف‌های تکراری ایران را بر مبنای تکثیر تزئینی روزنامه‌های چاپ‌سنگی دوره قاجار، حدود صدوپنجاه سال و بر مبنای اولین آگهی‌ها، حدود صد سال در نظر گرفته‌است (۱۰۶). مهدی سیفی (۱۳۹۲) در مقاله «نگاهی به تاریخ گرافیک معاصر ایران»، طراحی گرافیک را براساس بنیادی‌ترین اصل آن؛ یعنی «دیزاین»، مورد بررسی قرار داده‌است و به برخی از گرایش‌ها در طراحی گرافیک ایران؛ از جمله گرایش به نوشتار و تایپ در دهه ۷۰ خورشیدی پرداخته‌است. سعید باباوند (۱۳۸۸) در مقاله «سخنی در باب چیستی هنر و پیدایی خردورزی و گرافیک»، درباره چرایی عدم شکل‌گیری گرافیک ملی در ایران و فقدان زمینه‌های آن، سخن به میان آورده و سیر شکل‌گیری گرافیک ایران را بررسی کرده‌است.

اهمیت و ضرورت پژوهش

این پژوهش از آن جهت که تغییرات اجتماعی گرافیک ایران را در دوره‌ای مشخص، با روش‌های علمی و برپایه کتب و گاه‌نگاری‌های موجود تاریخ گرافیک ایران، تحلیل می‌کند،

ضروری است. همچنین از این جنبه که مکمل شکاف دانشی در حوزه تاریخ تحلیلی گرافیک ایران با توجه به بافت زمانی و مکانی آن و همسو با تاریخ‌نگاری‌های تحلیلی آتی گرافیک ایران است، اهمیت دارد. جنبه‌های نوآورانه پژوهش حاضر، بررسی تغییرات اجتماعی با توجه به نظریه ریشه است که متمرکز بر شناخت سه مؤلفه تغییر اجتماعی؛ چون عوامل تغییر، شرایط تغییر کرده و کارگزاران این تغییر است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از دسته مطالعات فرهنگی رویکرد کیفی است. گونه تحلیل این پژوهش، تفسیری تاریخی است. در این مقاله پدیده‌ها، وقایع و تغییرات مهم گرافیک ایران که برآمده از کتاب‌ها، مقالات، نوشتار، گفتارها و مصاحبه‌های مختلف است؛ دهه‌به‌دهه، تحت عنوان یک جزء، تحلیل شده‌است و براساس آنچه در روش‌های پژوهش، از آن به نام "استقراء" یاد شده، اجزای گفته‌شده، تجمیع و سپس تحلیل شده‌است. تحلیل‌های این پژوهش برآمده از وقایع و رویدادهای گرافیک ایران، تحت تأثیر تغییرات اجتماعی است. به‌علت گستردگی این وقایع، برای دستیابی به نتیجه بهتر و تحلیلی دقیق‌تر، مهم‌ترین وقایع و رویدادهایی که در تاریخ حدوداً صدساله گرافیک ایران (محدوده کاری این پژوهش) اتفاق افتاد و از نظر پژوهش‌گر مهم^۴ بود، انتخاب شده‌است. در این فرایند، مؤلفه‌هایی که بیشترین تأثیر را در نتیجه این پژوهش داشتند، با استفاده از کدگذاری شبه‌آماری تحلیل شدند.

مبانی نظری تغییر اجتماعی

یکی از نظریه‌پردازان تغییر اجتماعی، گی ریشه است. وی استاد جامعه‌شناسی مونرال کانادا است که در نظریه خود، تغییر اجتماعی، ضمن به‌بحث کشیدن نظریه‌های اسلاف خود؛ چون داراندرف^۵، تورن^۶، مک‌کله‌لند^۷ و میلز^۸، در هر مورد، تحلیل خود را به آن نظریه‌ها افزوده‌است. از نظر ریشه، تغییر اجتماعی عبارت است از پدیده‌های قابل رؤیت در طول مدت‌زمانی کوتاه؛ به‌صورتی که هر شخص در طول زندگی یا دوره کوتاهی از آن بتواند، این تغییر را لمس کند و نتیجه قطعی یا موقتی آن را دریابد. از دیدگاه وی، تغییر اجتماعی در یک محدوده یا چهارچوب جغرافیایی و اجتماعی، معدود

و مشخص صورت می‌پذیرد؛ به‌عبارت دیگر، تغییر اجتماعی، تغییری مشخص و ملموس در طول زمان است که گذرا و کم‌دوام نباشد و بر ساخت و وظایف سازمان اجتماعی یک جامعه اثر بگذارد و جریان تاریخی آن را دگرگون کند (روشه، ۱۹۸۷: ۳۰-۲۶). گی ریشه ضمن تفاوت قائل شدن میان تغییر و تحول اجتماعی، مشخصات تحول اجتماعی را این‌گونه بیان می‌کند: تحول اجتماعی، معمولاً مجموعه‌ای از تغییراتی است که در طول یک دوره طولانی و در بازه زمانی طول عمر یک یا شاید چند نسل، رخ دهد؛ به‌عبارتی تحول اجتماعی، مجموعه فرایندی است که در یک مدت‌زمان کوتاه، نتیجه آن قابل ملاحظه نیست و مانند منطری واحد، از انبوه جزئیاتی است که تنها از ارتفاع زیاد قابل رؤیت است (همان: ۲۶). روشه به نقل از پارسونز^۹ می‌گوید: تغییر اجتماعی به دو دسته؛ تغییر متعادل و تغییر ساختی تقسیم می‌شود. از نظر وی در حالت تغییر تعادلی، بدون اینکه سیستم دگرگون شود یک تعادل، جای تعادل دیگر را می‌گیرد و سیستم به‌صورت یک مجموعه باقی می‌ماند و این مسئله پدیده‌ای عادی و دائمی در حیات اجتماعی است؛ اما تغییر ساختی تغییری است که باعث دگرگونی عمیق در کل سیستم می‌شود و این تغییر، نشأت‌گرفته از نیروهای بسیار قوی فشار از خارج است (همان: ۲۷). خصوصیات تغییر اجتماعی و چگونگی آن از نظر روشه بدین شرح است: ۱. باید در بخش مهمی از یک جامعه، فراگیر باشد. ۲. باید تغییر ساختی باشد و در کل سازمان اجتماعی و بعضی از قسمت‌های تشکیل‌دهنده آن حاصل شود. ۳. تغییر اجتماعی در طول زمان، قابل شناسایی است؛ به‌عبارت دیگر، باید در محدوده زمانی مشخص، تغییر حاصل شود و یا نتیجه آن ملموس باشد. ۴. تغییر اجتماعی برای آنکه یک تغییر ساختی باشد باید مداوم و استوار باشد و به‌عبارت دیگر سطحی و زودگذر نباشد (همان: ۲۹). این نکته را باید اضافه کرد که روشه، میان کنش تاریخی و تغییر اجتماعی، تمایز قائل شده و اشاره کرده‌است که کنش تاریخی، مجموعه فعالیت‌های افراد یک جامعه برای به‌حرکت درآوردن، تشدید یا کندکردن و یا مانع‌شدن تغییرات اجتماعی است. روشه در کتاب خود، تغییر اجتماعی، پس از بیان چپستی تغییر اجتماعی، به سه مؤلفه؛ عوامل تغییر، شرایط تغییر کرده و

آثار گرافیک چاپی را معیار قرار داده و آغاز گرافیک معاصر را تأسیس اولین چاپخانه در دوره قاجار در نظر گرفته است (۱۳۹۲: ۳). افشار مهاجر هم در کتاب تاریخ گرافیک ایران، بحث کتاب خود را با نگاهی به نخستین چاپخانه‌های ایران در سال ۱۰۱۶ هجری شمسی شروع کرده است (۱۳۹۸: ۱۳). با توجه به آنچه گذشت، در این پژوهش، فارغ از پژوهش‌های پیشین، مبدأ تحلیل، یکصد سال اخیر گرافیک ایران، یعنی سال ۱۳۰۰ خورشیدی تعیین شده است. این زمان، ضمن اینکه یک دوره صدساله را در خود جای داده، در حد واسط دو دوره سنتی و مدرن گرافیک ایران و تا حدودی مقارن با رواج گرفتن نام "گرافیک" (در سال ۱۹۲۲ به وسیله ادیسون دیگینز امریکایی) در جهان است. این، دوره تقریباً یکصدساله، زمان مناسبی برای بررسی تأثیر تغییرات اجتماعی بر گرافیک ایران است. باید اشاره کرد که اطلاعات این دوره با توجه به طول آن، بسیار گسترده است که از آن میان، مهم‌ترین آن‌ها برای بحث و تحلیل انتخاب شده است.

خلاصه تغییرات اجتماعی یکصد سال اخیر ایران

همان‌گونه که در بخش مبانی نظری، ویژگی‌های چهارگانه تغییر اجتماعی از نگاه روش توضیح داده شد، در ادامه تغییرات اجتماعی یکصد سال اخیر ایران با توجه به مشخصه‌های گفته شده، به صورت خلاصه بیان می‌شود.

بنا به نوشته بیشتر منابع تاریخی، حوالی سال ۱۳۰۰ خورشیدی، موضوع تغییر حکومت از قاجار به پهلوی به اوج خود رسید و در نهایت در سوم اسفند ۱۳۰۳ این کشاکش به نفع حکومت پهلوی پایان یافت. با به دست گرفتن زمام امور به وسیله رضاشاه، نهایت کوشش وی از ابتدا تا انتهای زمام‌داری، شکل‌گیری دولت مدرن بر مبنای هویت‌سازی در لایه‌های مختلف جامعه بود. به گفته کلانتری و دیگران، تغییرات دوره پهلوی اول در تهران به عنوان پایتخت و نماد تغییر در ایران، عبارت بود از: الف. تغییرات فرهنگی و اجتماعی، ب. اقتصادی و زیرساختی و ج. سیاسی. تغییرات فرهنگی شامل: بهبود وضع آموزش و پرورش، تأسیس دانشگاه تهران، کشف حجاب، بهبود حقوق زنان و اقلیت‌های مذهبی، احیای زبان فارسی، رشد جمعیت شهری، افزایش کارکنان دولت و فاصله‌گیری

کارگزاران تغییر که غالباً در تغییر اجتماعی، مورد توجه قرار دارند، اشاره کرده است. از نظر روشه، عامل تغییر، عنصری است که به علت عمل یا موجودیتش، موجب تغییر وضعیتی مشخص می‌شود. وی در این باره، می‌گوید: ورود یک تکنیک جدید به یک کارخانه که موجب تغییر شیوه کار در آن کارخانه می‌شود؛ یا مثلاً احداث یک کارخانه در یک محیط روستایی، موجب تحرک اجتماعی جمعیت و دگرگونی‌های مختلف می‌شود. وی شرایط اجتماعی را عناصر مناسب یا نامناسبی می‌داند که اثر یک یا چند عامل تغییر را کندتر یا تندتر می‌کند؛ برای مثال با ورود تکنولوژی جدید به کارخانه اشاره شده، ممکن است انجمن‌های کارگری در این خصوص کند یا ضعیف عمل کنند یا برعکس، تسهیل‌کننده باشند. از نظر روشه کارگزاران تغییر نیز اشخاص گروه‌ها و انجمن‌ها هستند که از آن تغییر استقبال یا با آن مخالفت می‌کنند (همان: ۳۳) در این پژوهش با در نظر گرفتن این سه مؤلفه، به موضوع تغییر اجتماعی در گرافیک یکصد سال اخیر ایران پرداخته می‌شود.

سابقه گرافیک در ایران و بازخوانی یکصد سالگی آن

درباره مبدأ یا آغاز گرافیک ایران نظرات متفاوتی وجود دارد؛ برای مثال، مرتضی ممیز در سال ۱۳۵۵ خورشیدی نوشته است که اگر فن تکثیر را مبنا قرار دهید که چندان مبنای دقیقی نیست، باز سابقه گرافیک ما یک قرن می‌شود (۱۳۸۲: ۲۱۷). از نظر آغداشلو، آغازگر موج جدید و معاصر گرافیک ایران، مرتضی ممیز است که از سال ۱۳۴۰ به بعد، با الهام از مینیاتورها، کتب خطی و حکاکی‌های دوره قاجار؛ چون عیدی‌سازی‌ها و نقاشی‌های چاپ‌سنگی، آثار خود را توسعه داد (۱۳۸۲: ۸-۱۰). برخی دیگر، چون چنعانی در سال‌شمار گرافیک ایران، معتقدند تاریخ گرافیک ایران، با سال چاپ اولین اسکناس ایرانی یعنی سال ۶۷۳ خورشیدی آغاز شد (۱۳۸۰: شش). پرویز تناولی هم در مقدمه‌ای بر تاریخ گرافیک ایران، ضمن به چالش کشیدن شروع گرافیک معاصر ایران از دهه ۴۰، مانند چنعانی، تاریخ گرافیک ایران را با چاپ اولین اسکناس‌ها در ایران پیوند داده است (۱۳۹۳: ۹). مهدی سیفی در مقاله «گرافیک معاصر ایران»، ورود صنعت چاپ و

جامعه شهری از روستایی بود. همچنین تغییرات اقتصادی و زیرساختی دربرگیرنده توسعه شهر تهران، اجرای قانون بلدیة، ساخت راه آهن و فرودگاه و اجرای طرح های عمرانی بود. دیوان سالاری جدید، تحکیم قدرت حکومت مرکزی، تشکیل ارتش مدرن، تمرکز امور مملکتی، خاتمه دادن به شورش های ایلات و عشایر، تمامیت ارضی و ارتباط با غرب نیز در شمار تغییرات سیاسی قلمداد شد (کلانتری و بخشی زاده، ۱۳۹۹: ۴۱۵-۴۱۴). آنچه در این دو دهه ابتدایی، مشهود است، تغییراتی است که به گفته کلانتری و همکاران از سوی حاکمیت وقت، به صورت آمرانه اجرا شده است و در همه آن ها گونه ای از تجددخواهی و گذر از جامعه سنتی دیده می شود (همان). در میانه این بحث، باید به دو جریان مهم روشنفکری مؤثر در ایران اشاره کرد. جریان نخست در اواخر حکومت قاجار و دوره مشروطه در میانه چالش بین سنت و مدرنیته، به دنبال کسب جایگاه برای خود بود و جریان دوم هم که در انتهای دهه چهل و پنجاه شکل گرفت، با ایده بازگشت به خود، بر مدرنیته می تاخت (صادقی و راد، ۱۳۹۵: ۵۰-۳۵). آغاز سال ۱۳۲۰ با درگیر شدن ایران در جنگ جهانی و نیز حضور قدرت های بزرگ جهانی، در ایران همراه بوده است. درگیر شدن ناخواسته ایران در جنگ و تغییر زمامداری به پهلوی دوم، مانع تداوم مدرنیته و تجدد ایرانی نشد و این فرایند، همچنان تداوم یافت. مهم ترین رویداد اجتماعی دهه ۳۰ ملی شدن نفت پس از کشوقوس های فراوان در سال ۱۳۳۲ بود. این موضوع خود منشأ تغییرات اجتماعی دیگری؛ از جمله رونق تبلیغات به دلیل رشد مصرف و تأسیس مراکز فرهنگی و دانشگاهی شد. در دهه ۴۰ بالارفتن قیمت نفت، موجب تغییرات چندگانه ای در عرصه های مختلف جامعه بود؛ روند شتابان اقتصادی شدن و توسعه دانشگاه ها و مراکز فرهنگی، برنامه اصلاحات ارضی و خیزش محرومان در سال ۴۲، رشد جمعیت شهری و مهاجرت بی زمین های پس از اصلاحات ارضی به حاشیه شهرهای بزرگ، بخشی از این تغییرات بود. دهه ۵۰ خورشیدی که نیمه اول آن ادامه راه دهه قبل بود، در نیمه دوم و خصوصاً سال ۵۷ با اوج گیری تظاهرات ضد رژیم پهلوی و در نهایت سقوط آن پایان یافت. فروپاشی نظام قبلی و شکل گیری نهادهای انقلابی با تاسی از اندیشه های اسلامی، از مهم ترین

تغییرات اجتماعی این مقطع زمانی بود. شروع انقلاب، شروع گفتمان بازگشت به خویشی بود که از دهه چهل به وسیله برخی از روشنفکران ایرانی شکل گرفته بود. دهه ۶۰ خورشیدی ایران، تحت تأثیر تغییرات و رویدادهای اجتماعی چون، انقلاب، جنگ، تحریم و مسلط شدن و تداوم گفتمان بازگشت به خویش در بافت زمانی متأثر از جنگ، انقلاب و خاتمه جنگ و در انتها دولت سازندگی و ورود فناوری های جدید، چون کامپیوتر و مانند آن بود. تا میانه دهه ۷۰ خورشیدی فضای دولت سازندگی و سپس دولت اصلاحات بود. در این زمان، ورود فناوری های مختلف، از جمله فناوری های مبتنی بر رایانه موبایل و در انتها اینترنت و استفاده از آن ها، در کشور شدت یافت. دهه ۸۰ خورشیدی نیز در ادامه دهه قبل، به شدت تحت تأثیر ورود فناوری های نوین بر پایه رایانه و سپس اینترنت و رواج ارتباطات آسان تر بر پایه رایانه و گسترش اینترنت و فراگیری بیشتر آن بود. شکل گیری دولت نهم و دهم و نیز آغاز تحریم های مرحله اول اتمی در انتهای این دهه بود. دهه ۹۰ خورشیدی نیز با تأثیر تحریم های گفته شده، آغاز شد. به جز دو سال ابتدایی، هشت سال دیگر این دهه را دولت یازدهم و دوازدهم، مسئول اداره کشور بود. نفوذ بیشتر اینترنت به بیشتر نقاط کشور، تحریم های مرحله دوم اتمی که از سال ۹۷ شروع شد و شکل گیری شبکه های اجتماعی و ارتباطی مبتنی بر تلفن های هوشمند و ارتباطات صوتی و تصویری جمعی و شبکه ای هم زمان و در انتهای این برهه زمانی، بیماری "کرونا" عمده ترین رویدادهای اجتماعی دهه اخیر ایران بودند که تأثیر محسوس فرهنگی و تغییر اجتماعی حاصل از آن ها را با گذشت زمان، بهتر می توان به قضاوت نشست.

بحث و تحلیل

با توجه به طول دوره زمانی تحقیق و رویدادهای متعدد آن، در این بخش به طور خلاصه، رویدادهای مهم گرافیک ایران که از نظر نگارنده اهمیت بیشتری دارد، مورد بحث و تحلیل قرار می گیرد. اقدامات اجرایی مدرنیزه کردن ایران که از دوره قاجار شروع شد، با روی کار آمدن دوره پهلوی و قدرت گرفتن رضا شاه، شدت یافت. تأسیس چاپخانه اوراق بهادار، به کارگیری نقاشان آموزش دیده مدرسه صنایع مستظرفه برای طراحی و چاپ تمبر با تصویر رضاشاه و سپس طرح های عمرانی از این

داشته است. در این میان ۷۶ درصد آگهی‌ها ایرانی و بقیه خارجی بوده‌است (۱۳۸۷: ۸۹-۸۴). برخی از آثار چاپی این مقطع زمانی؛ از جمله سرلوحه مجلات نشان می‌دهد، که این آثار، تداوم سنت بصری قبلی ایران است. افشار مهاجر در این باره گفته است: در سال‌های ۱۳۰۰ تا ۱۳۲۰ تصاویر مطبوعات ایران متکی بر خطوطی با ضخامت‌های مختلف و سطوح مثبت و منفی بود که غالباً با "قلم فلزی" یا "قلم هاشور" اجرا می‌شد. در این دوره، مهم‌ترین حرکتی که بر اساس شیوه‌های جدید در ایران شکل گرفته، طراحی سردر سینماها در سال ۱۳۰۹ است؛ چیزی که به نظر می‌رسد تا پیش از آن در ایران سابقه نداشته‌است (۱۳۸۷: ۴۷-۴۰). جدول‌های ۱ تا ۱۰ براساس مبانی نظری، عامل تغییر اجتماعی در گرافیک ایران، شرایط تغییر یافته و کارگزاران تغییر را براساس رویدادهای مهم آن زمان، به‌طور خلاصه شرح می‌دهند.

جدول ۱: سه‌گانه‌های تغییر اجتماعی گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۱۰ تا ۱۳۱۹ براساس مبانی نظری روشه. (منبع: نگارنده)

عوامل تغییر	شرایط تغییر یافته	کارگزاران تغییر
حوزه سیاسی با پی‌گیری نوسازی و تجددخواهی، گفتمان روشنفکری صدر مشروطیت در پی ارتباط جهانی به‌واسطه عملیات باستان‌شناسی و نفت	تغییر آرام فضای بصری ایرانی در آثار گرافیک وقت؛ برای نمونه خارج شدن خط سیاق از محاسبات دیوان‌سالاری دولتی در سال ۱۳۰۶	طراحان خارجی؛ به‌عنوان اولین نشانه‌ها

و محسن مقدم از شاگردان کمال‌الملک بودند و مابقی از دانش‌آموختگان همان دانشکده هنرهای زیبا پاریس بودند. درباره شیوه‌های درسی دانشکده، نقل قول‌های متعددی وجود دارد؛ اما آنچه واضح است آموزش‌های این دانشکده و برآیند کاری دانشجویان آن، در میان سبک کمال‌الملک و سبک‌های غربی اواخر قرن ۱۹ در نوسان بوده‌است. فضای روشن فکری دوره رضاشاه و ادامه تحصیل برخی از فارغ‌التحصیلان این دانشکده، چون ضیاپور در فرانسه و مطالعه آثار غربی، موجب حذف زاویه و فاصله نسل‌های قبلی هنرمندان ایرانی با فرهنگ غربی و پذیرش مفاهیم جدید به‌وسیله جریان‌های متقاطع شد (کشیمرشن، ۱۳۹۴: ۵۷-۵۶).

جدول ۲: سه‌گانه‌های تغییر اجتماعی گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۱۰ تا ۱۳۱۹ براساس مبانی نظری روشه. (منبع: نگارنده)

عوامل تغییر	شرایط تغییر یافته	کارگزاران تغییر
حوزه سیاسی با پی‌گیری نوسازی و تجددخواهی	تغییر آرام فضای بصری ایرانی در آثار گرافیک، تداوم این موضوع با آموزش روش‌های نوین دانشگاهی در دانشگاه تهران	حوزه بالادستی فرهنگ کشور، طراحان و نقاشان، هنرمندان و مدرسان مدرسه کمال‌الملک و جامعه دانشگاهی وقت

دسته‌اند. انتشار نخستین کتاب رنگی کودکان در سال ۱۳۰۲ نیز از دیگر رویدادهای این دوره است (افشارمهاجر، ۱۳۹۸: ۶۷-۶۵). ورود و شروع به کار طراحان مهاجر ارمنی روسی، در سال ۱۳۰۷ و سپس تالبرگ سوئدی، نخستین نشانه‌های این نوگرایی بود. حاصل این نوگرایی، عبور از سنت‌های گذشته و گرایش مردم به رفتارهای جدید بود (قنبری، ۱: ۱۳۹۹). محمدرضا فرزاد درباره مقطع زمانی ۱۳۰۰ تا ۱۳۰۹ و مشخصاً ۱۳۰۴ به بعد که مصادف با حکومت رضاشاه است می‌نویسد: درحالی‌که رضاشاه مشغول نوسازی و مدرنیزاسیون فرمایشی خود است، کارگران به تعریض خیابان‌ها مشغولند. دولت به مردم می‌آموزد که به روزگار پرشکوه باستانی خود اقتدا کنند و وطن‌پرست باشند. براساس نوشته‌های فرزاد، خلاصه تحلیل محتوای برخی از آگهی‌های این دوره نشان می‌دهد که حدود ۹ درصد آن‌ها به معرفی کالا و ۳۶ درصد به خدمات اختصاص

برخی از رویدادهای مرتبط با موضوع این پژوهش، از سال‌های ۱۳۱۰ تا ۱۳۱۹ خورشیدی، عبارت‌اند از: تأسیس "کانون آگهی زیبا"، انتشار پوسترهای چاپ سنگی تئاتر تبریز با کادری غربی و ترکیب‌بندی متقارن، افزایش تحصیل‌کردگان غربی آشنا با علوم جدید آن برهه (افشارمهاجر، ۱۳۹۸: ۷۳-۶۷). تشکیل دانشگاه تهران در ۱۳۱۳ و شکل‌گیری هنرکده هنرهای زیبا در سال ۱۳۱۹ که (دانشکده هنرهای زیبای فعلی) از نتایج آن است نیز از دیگر رویدادهای مهم این دوره است. دانشکده‌ای که طرح درس‌ها و حتی ساختمان آن، برگرفته از دانشکده هنرهای زیبای پاریس بود. برخی از مدرسان دانشکده هنرهای زیبا، چون علی‌محمد حیدریان

دوره است (همان، ۱۳۹۸: ۷۴). درباره فضای کلی حاکم بر هنر این مقطع زمانی، کشمیرشکن گفته است: در دهه‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۰، اصطلاح "هنر ملی" و "مکتب ملی هنر" به‌طور مکرر هم توسط هنرمندان نوگرا و هم توسط کارگزاران فرهنگی استفاده می‌شد و هنرمندان برای تولید آنچه "هنر ملی" به‌حساب می‌آمد، تلاش‌های متنوعی کردند (۱۳۹۴: ۱۰۱). از سوی دیگر تغییرات اجتماعی؛ از جمله گرایش به مصرف و نیازهای زمانه؛ از جمله تأسیس برخی از کارخانه‌ها، رونق تولید داخلی و تبلیغات آن‌ها در داخل، تأثیر روشنفکری و چاپ کتب و مانند آن، بازار کار جدیدی پیش روی هنرمندان "طراح تجاری"^{۱۱۲} ایرانی قرار داد. این طراحان در فرایند کاری، از پیشینه بصری خود که مبتنی بر آموزش استاد شاگردی و به‌طور عمده متمرکز بر تصویرسازی، خوشنویسی و مانند آن بود، رفته‌رفته فاصله گرفته و در حال پیوستن به فضای بصری جدید بودند.

در میانه سال‌های دهه ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۰ خورشیدی ایران، هم‌زمان با آغاز موج ملی‌شدن نفت، تولید آگهی‌های تحت تأثیر ملی‌شدن نفت رونق گرفت. در محتوای برخی از آگهی‌ها، ادبیاتی با حمایت از تولید داخلی دیده شد. اولین آگهی‌های کالاوارگی و عریان‌نمایی زنان را در همین دوره می‌توان دید (فرزاد، ۱۳۸۷: ۷۸).

درباره تأثیر آموزش دانشگاهی و دانشکده هنرهای زیبا بر تصویرسازی ایران، افشار مهاجر گفته است، فارغ‌التحصیلان این دانشکده در دهه ۳۰ که برخی از آن‌ها در فرانسه ادامه تحصیل دادند و به ایران برگشتند، هر کدام در جایی مشغول تصویرسازی بودند (۱۳۸۷: ۴۵-۴۴).

در میانه سال ۱۳۲۰، ایران به‌وسیله نیروهای متفقین اشغال شد. درباره فضای هنری این مقطع زمانی ایران، کشمیر شکن به کشاکش دو سبک نوگرا به نمایندگی مؤسسان گالری آپادانا و سبک سنت‌گرا که پیروان کمال‌الملک و نگارگران سنتی بودند، اشاره می‌کند. درنهایت این کنش‌گری به نفع اندیشه هنر مدرن خاتمه یافت و در اواخر این دهه، اندیشه‌های مدرنیسم مورد پذیرش قرار گرفت (۱۳۹۴: ۵۷). از این زمان تا سال ۱۳۳۲ به‌علت افزایش آزادی‌های سیاسی و فکری در ایران، مطبوعات رشد قابل توجهی کرد (افشار مهاجر، ۱۳۹۸: ۷۳). تأسیس چند کانون آگهی و تبلیغات؛ از جمله "مترو"، "خورشید" و "زیبا" و نیز تأسیس نخستین مؤسسه نشر کتاب، مهم‌ترین اتفاقات این دوره بود (فرزاد، ۱۳۸۷: ۸۷). آتلیه "آرک" که از نخستین آتلیه‌های گرافیک و تصویرسازی ایران بود، در سال ۱۳۲۵ با مدیریت محمد بهرامی، تأسیس شد (افشار مهاجر، ۱۳۸۷: ۴۳). زیباترشدن نشریات و عدم تغییر در تصویرسازی مجلات و صفحه‌آرایی آن‌ها، از ویژگی آثار این

جدول ۳: سه‌گانه‌های تغییر اجتماعی گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۲۹ براساس مبانی نظری روشه. (منبع: نگارنده)

عوامل تغییر	شرایط تغییر یافته	کارگزاران تغییر
فشار قدرت‌های استعماری، ادامه تجددخواهی و آزادی‌های سیاسی	تغییر آرام فضای بصری ایرانی در آثار گرافیک که نمود آن در برخی از نشریات دیده شد و شکل‌گیری جدی‌تر آژانس‌های تبلیغاتی	برخی از طراحان ایرانی و روشنفکران مطبوعاتی، همچنین کنش‌گری برخی دیگر از هنرمندان ایرانی به‌عنوان مخالف

همچنین مرتضی ممیز که در شمار اولین طراحان گرافیک نوین ایران به‌شمار می‌روند نیز در این دهه بود (افشارمهاجر، ۱۳۹۸: ۹۰-۸۵). ساخت نخستین عنوان‌بندی متحرک سینمای ایران، تأسیس هنرستان هنرهای زیبا و انتشارات فرانکلین و تأسیس واحد گرافیک وزارت فرهنگ و هنر و ساخت فیلم انیمیشن اسفندیار احمدیه، برپایی نخستین بینال هنرهای تجسمی تهران در سال ۱۳۳۷، تأسیس دانشکده هنرهای تزئینی و تأسیس چاپخانه افست در سال ۱۳۳۵، از رویدادهای مرتبط با گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۳۰ تا ۱۳۳۹ خورشیدی گرافیک ایران است.

رویدادهای سال ۱۳۳۰ و مهم‌ترین آن‌ها، ملی‌شدن نفت در سال ۱۳۳۲ و تبعات نشأت‌گرفته از آن، بر عرصه هنری تجسمی تأثیر قابل توجهی گذاشت. سال‌های آغازین این دهه، با آزادی‌های اجتماعی دوران مصدق و افزایش تیراژ مطبوعات همراه بود. عرصه تجسمی با تمام وجود در حال تجربه‌اندوزی در زمینه هنر مدرن بود. رشد تبلیغات مدرن، شکل‌گیری تفکرات نوگرای هنری، انتشار مجلات مخصوص کودکان، و رونق نهضت ترجمه، برخی دیگر از رویدادهای هنری مرتبط با موضوع بوده‌اند. ورود به عرصه طراحی گرافیک کسانی چون محمود جوادپور و هوشنگ کاظمی و

جدول ۴: سه‌گانه‌های تغییر اجتماعی گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۳۰ تا ۱۳۳۹ براساس مبانی نظری روشه. (منبع: نگارنده)

عوامل تغییر	شرایط تغییر یافته	کارگزاران تغییر
آزادی‌های اجتماعی، ادامه روند نوسازی، تأثیر تکنولوژی روز	رشد تولید آگهی، استفاده از تصاویر زن در آگهی‌ها، تخصصی‌تر شدن گرافیک با حضور طراحی تخصصی آموزش دیده، حمایت دولت از هنر	عناصر بالادستی حوزه فرهنگ، تولیدکنندگان تجاری هنرمندان و طراحان گرافیک نوین ایران

"قندریز"، برپایی چند نمایشگاه گرافیک، تجربه‌های نقاشی خط محمد احصایی، فعالیت طراحان گرافیک ایران، مطرح شدن آن‌ها در جشنواره‌های بین‌المللی دیگر کشورها، دریافت جوایز از آن جشنواره‌ها و تأسیس رشته گرافیک در دانشکده هنرهای زیبا و همچنین چاپ آثار برخی از طراحان ایرانی در کتب تخصصی خارجی، مهم‌ترین رویدادهای مرتبط با گرافیک در سال‌های ۱۳۴۰ تا ۱۳۴۹ خورشیدی است. برپایی جشن هنر شیراز در سال ۱۳۴۶ خورشیدی، که به‌گونه‌ای جان‌شین نمایشگاه سالانه (بینال) تهران بود، یکی از اتفاقات مهم این برهه زمانی است. به گفته کشمیرشکن «صحنه هنر ایران از میانه دهه ۱۳۴۰، شاهد حمایت فزاینده و همچنین افزایش شمار فعالیت‌ها و رویدادهای هنری مانند جشنواره‌ها و دوسالانه‌های هنری سازمان‌های دولتی، نظیر رادیو-تلویزیون ملی ایران و انتشار روزنامه‌ها و مجلاتی بود که بخش قابل توجهی از محتوای خود را به اخبار هنر و گاه نقد آن اختصاص می‌دادند. این تحولی بود که بی‌شک در بستر فرهنگ و هنر ایران آن زمان، بی‌سابقه به حساب می‌آید» (۱۳۹۴: ۱۶۵). با وجود رویدادهای بسیاری که برای توسعه گرافیک در دهه چهل به وقوع پیوست، تناولی نظر متفاوتی دارد. وی می‌گوید: آغاز ۱۳۴۰ شمسی و تأسیس دانشکده‌های هنری با هنرمندانی تحصیل کرده در خارج از کشور و شیفتگی آن‌ها به جهان غرب، موجب انقطاع در تاریخ گرافیک ایران شد. این انقطاع از پیشینه گرافیک ایران، باعث شد بسیاری از تجربه‌های اساتید سنتی، نامکشوف و سربره‌مهر باقی بماند و آن تجربه غنی به نسل جدید منتقل نشود و نسل حاضر از آن تجربه سرشار بی‌نصیب بماند (۱۳۹۳: ۹).

منابع متعددی، از جمله ممیز (۱۳۸۲: ۸۵) و افشارمه‌هاجر (۱۳۹۸: ۱۱۴) بالارفتن قیمت نفت در دهه چهل را مهم‌ترین عامل تغییر اوضاع سیاسی اجتماعی این دوره برمی‌شمرند. برداشتن موانع صنعتی شدن، رشد اقتصادی مبتنی بر فناوری‌های نوین وقت، حمایت دولت از هنر در ابعاد مختلف، ماحصل اوضاع مناسب اقتصادی آن زمان بود. حمایت مالی دولت و پشتیبانی بنیادهای خارجی خصوصی، سبب توسعه هنر کشور در دهه ۱۳۴۰ بود. در این زمان بخش‌های فرهنگی دولت، کارگردانان اصلی فعالیت‌های هنری بودند. آن‌ها با حمایت هنرمندان و جریان‌های هنری، به‌دنبال پی‌ریزی نوعی هنر رسمی بودند که زمینه‌ساز ایجاد گونه‌ای از مکتب هنری بود. این دیدگاه در سال ۱۳۴۰ به شکل گسترده‌ای به‌وسیله دولت ترویج شد. شرایط انتخاب آثار، اعطای جوایز و انتشار بیانیه‌های نمایشگاه، به‌آسانی این روند را نشان می‌داد (کشمیرشکن، ۱۳۹۴: ۱۴۱). در اواخر سال‌های دهه سی و چهل خورشیدی، نهال‌های کاشته شده دانشگاهی ثمر داد و با تأسیس رشته گرافیک که به گفته ممیز (۱۳۸۲: ۸۵) در سال ۱۳۳۸ خورشیدی در دانشکده هنرهای تزئینی آغاز شده بود، ۸ سال بعد با شروع به کار رسمی این رشته در دانشگاه تهران، به ثمر نشست. با تأسیس رشته گرافیک در دانشکده هنرهای تزئینی و سپس دانشکده هنرهای زیبا، رشته گرافیک هویتی مستقل یافت و از این پس تغییرات و سوگیرهای این رشته به وسیله طراحان گرافیک پی‌ریزی شد. با راه‌اندازی این رشته، نسل جدیدی از فارغ‌التحصیلان با آموزش اصولی دانشگاهی روز، در این رشته دانش‌آموخته شده‌اند و بدین‌سان گرافیک ایران به‌لحاظ شکلی با گرافیک معاصر جهان همسو شد. افتتاح تالار

جدول ۵: سه‌گانه‌های تغییر اجتماعی گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۴۰ تا ۱۳۴۹ براساس مبانی نظری روشه. (منبع: نگارنده)

عوامل تغییر	شرایط تغییر یافته	کارگزاران تغییر
بالارفتن قیمت نفت، رفع موانع صنعتی شدن، رشد اقتصادی و فرهنگی	حمایت دولت از هنر، تخصصی شدن آموزش گرافیک و نقش‌آفرین شدن طراحان گرافیک در عرصه آموزش این رشته، آغاز شکل‌گیری گرافیک هم‌شکل گرافیک جهانی و جداسدن حدوداً کامل گرافیک ایران از پیشینه بصری خود	عوامل بالادستی حوزه فرهنگ، اساتید دانشگاهی، هنرمندان و طراحان تخصصی گرافیک

آغاز شد (کشمیرشکن، ۱۳۹۴: ۱۶۵). با شروع ناآرامی‌های سیاسی و اعتراضات مردم و رواج گرافیک خیابانی با "مضامین انقلابی" و پس از آن پیروزی انقلاب و تغییرات مهم اجتماعی ایران در این مقطع زمانی و استقبال انقلابیون از هنر پوستر به عنوان هنر انقلاب، از مهم‌ترین رویدادهای گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۵۹ خورشیدی بود (ممیز، ۱۳۸۲: ۸۶). پیروزی انقلاب ایران در سال ۱۳۵۷ و پس از آن، جنگ ایران و عراق در سال ۱۳۵۹ خورشیدی موجب توجه ویژه به هنر پوستر شد. به گفته حقیقی، تنها دوره‌ای که گرافیک سیاسی در ایران به اوج رسید و سپس در حجاب رفت، سال‌های منتهی به ۱۳۵۷ است (۱۳۹۰: ۱۴۰). جالب توجه‌ترین تحول هنری پس از انقلاب معطوف به تولید گونه‌ای خاص از "هنر مردمی" بود. اصطلاح هنر مردمی به تعبیر انقلابی بر هنر "رئالیستی" و "اکسپرسیونیستی" دلالت داشت که به‌طور عمده درگیر موضوعات سیاسی و انقلابی بود و طبقه پایین و مردم عادی نقش اصلی را در آن ایفا می‌کردند (کشمیرشکن، ۱۳۹۴: ۲۱۰).

رویدادهای مرتبط با گرافیک در سال‌های نخست دهه ۱۳۵۰ خورشیدی، تداوم برنامه "جشن هنر شیراز" و طراحی پوسترهای آن به‌وسیله هنرمندان شناخته‌شده آن زمان، چون مرتضی ممیز و قباد شیواسست. دریافت چندین جایزه بین‌المللی به‌وسیله طراحان ایرانی، که چنانچه به آن‌ها اشاره کرده و چاپ آثار برخی از طراحان گرافیک ایران در مجلات معتبر دنیا، برگزاری چند نمایشگاه گرافیک بین‌المللی داخلی و خارجی، چاپ چند کتاب تخصصی در زمینه گرافیک و تبلیغات، عضویت ایران در انجمن بین‌المللی گرافیک، برخی دیگر از رویدادهای سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۵۷ خورشیدی است (۱۳۸۰: شش تا چهل). تشکیل سندیکای گرافیک، چاپ مجلات پیام شادی، ساخت انیمیشن و افزایش شمار طراحان که ممیز و افشارمه‌اجر از برخی از آن‌ها نام برده‌اند، برگی دیگر از تاریخ گرافیک ایران در این مقطع زمانی است. ممیز (۱۳۸۲: ۲۱۹-۲۱۳) و افشارمه‌اجر (۱۳۹۸: ۱۶۸). بهره‌برداری از دو مکان فرهنگی موزه هنرهای معاصر و فرهنگ‌سرای نیاوران در این دهه و مشخصاً در سال ۱۳۵۵

جدول ۶: سه‌گانه‌های تغییر اجتماعی گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۵۹ براساس مبانی نظری روشه. (منبع: نگارنده)

عوامل تغییر	شرایط تغییر یافته	کارگزاران تغییر
ادامه روند توسعه و نوگرایی و سپس انقلاب و جنگ	اخذ جوایز از جشنواره‌های خارجی توسط هنرمندان ایرانی، شکل‌گیری ارتباطات بین‌المللی طراحان، هم‌شکل‌شدن گرافیک ایران با جهان، شکل‌گیری گرافیک خیابانی و استفاده از پوستر به عنوان هنر مردمی	نهادهای بالادستی فرهنگی، هنرمندان و جامعه دانشگاهی، نخبگان، نیروهای انقلابی، هنرمندان و مردم وابسته به گروه‌های مختلف

گرافیک ایران، چاپ مجموعه آثار آلبومی طراحان گرافیک ایران، تأسیس نخستین شرکت‌های تبلیغاتی پس از انقلاب و شروع به فعالیت تبلیغات اتوبوسی، از مهم‌ترین رویدادهای این دهه است (چنعانی، ۱۳۸۰: سی تا سی‌وپنج). راه‌اندازی نخستین دوره کارشناسی‌ارشد گرافیک در دانشگاه‌های داخل و حضور پُررنگ زنان در عرصه گرافیک، در این مقطع زمانی بوده است. اگر در دوران پهلوی تقریباً هیچ نامی از طراحان زن دیده نمی‌شود، حال زنان به‌گونه‌ای گسترده در همه بخش‌های مرتبط با گرافیک، به‌شکل حرفه‌ای مشغول به کار هستند (سیفی، ۱۳۹۲: ۲۰). شکل‌گیری تبلیغات زنان با پوشش، در دهه شصت آغاز شد (افشارمه‌اجر، ۱۳۹۸: ۲۳۷). در اواخر این دهه اولین مجله گرافیک ایران منتشر شد که پس از چند سال، از انتشار بازماند.

در مقطع زمانی ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۹ به‌دلیل رویداد انقلاب و شکل‌گیری هنر مردمی که قبلاً به آن اشاره شد و نیز جنگ و تهاجم نظامی عراق به ایران، نوعی از آثار گرافیک با مرکزیت حوزه هنری سازمان تبلیغات و سایر نهادهای انقلابی، با مضامین ایدئولوژیک شکل گرفت که به‌گونه‌ای بر بعضی از شاخه‌های گرافیک بعد از خود تأثیر گذاشت. شکل‌گیری نمادهای جدید در بافت مضامین معنوی، از ویژگی‌های این آثار بود. انتشار چند مجله تخصصی از جمله مجلات "رشد" و "سوره"، انتشار مجموعه آثار طراحان گرافیک ایرانی از جمله ممیز در چند کتاب مختلف، چاپ چند کتاب تخصصی در زمینه گرافیک، چاپ اولین جلد کتاب هنر گرافیک انقلاب اسلامی و کتاب مجموعه آثار گرافیک رشد، تأسیس رشته گرافیک در دانشگاه الزهرا و دانشگاه آزاد مرکز، برگزاری اولین و دومین دوسالانه

جدول ۷: سه‌گانه‌های تغییر اجتماعی گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۹ براساس مبانی نظری روشه. (منبع: نگارنده)

عوامل تغییر	شرایط تغییر یافته	کارگزاران تغییر
انقلاب، جنگ و در انتهای این دهه حضور دولت‌سازندگی و تأثیرات تکنولوژی‌های جدید چون کامپیوتر	راه‌اندازی رشته‌های جدید، به‌خصوص در مقطع ارشد، محدودیت‌های تبلیغات، شکل‌گیری تبلیغات با پوشش حجاب اسلامی، انتشار کتب آثار گرافیک طراحان گرافیک، شکل‌گیری دوسالانه‌ها، رونق گرافیک با مفاهیم ایدئولوژیک، شکل‌گیری گفتمان‌های هویت‌گرا، کاربرد کامپیوتر در عرصه طراحی گرافیک در ایران و حضور طراحان گرافیک زن در عرصه گرافیک ایران	نهادهای بالادستی فرهنگی، نهادهای انقلابی، هنرمندان، طراحان، نهادهای دانشگاهی، سرمایه‌گذاران عرصه چاپ و نشر و تبلیغات

گرافیک از سوی آموزش و پرورش و برخی دیگر از سازمان‌ها، از رویدادهای مهم سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۹ گرافیک ایران است. دهه هفتاد خورشیدی به‌دلیل نشر روزنامه‌های تمام‌رنگی و تنوع چاپ پوسترها با کیفیت چاپی مناسب، نقطه عطفی در تاریخ گرافیک ایران است. رشد کمی هنرجویان رشته گرافیک، خصوصاً هنرجویان دختر و توجه به بسته‌بندی، از مهم‌ترین تغییرات حوزه گرافیک این مقطع زمانی است (افشار مهاجر، ۱۳۹۸: ۲۴۲).

جدول ۸: سه‌گانه‌های تغییر اجتماعی گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۹ براساس مبانی نظری روشه. (منبع: نگارنده)

عوامل تغییر	شرایط تغییر یافته	کارگزاران تغییر
فضای‌سازندگی و سپس توسعه سیاسی، تجهیزات فناورانه چاپ و لیتوگرافی و کامپیوتر	گسترش رشته گرافیک در شهرستان‌ها، بالا رفتن کیفیت چاپ و سرمایه‌گذاری گسترده در بخش چاپ، رشد چاپ کتب علمی - آموزشی گرافیک	سرمایه‌گذاران بخش چاپ، عوامل تبلیغات و طراحان گرافیک و نهادهای دانشگاهی و تشکلهای صنفی

علوم در شهرستان‌ها گسترش وسیع‌تری یافت؛ به‌گونه‌ای که در حال حاضر رشته گرافیک و تصویرسازی حدوداً در ۲۰ دانشگاه کشور، وجود دارد. همچنین اساتید دانشگاهی رشته گرافیک که تا قبل از آن اغلب مربی بوده‌اند، ارتقای درجه علمی یافته‌اند. در میان این محل‌ها، ۱۵ رشته گرافیک و تصویرسازی در مقطع کارشناسی و ۱۱ رشته در مقطع کارشناسی‌ارشد، در دانشگاه‌های دولتی وابسته به وزارت علوم تأسیس شده‌است. این آمار، جدای از آمار دانشگاه‌های وابسته به آموزش و پرورش، آزاد، پیام‌نور، علمی کاربردی، آموزشکده‌ها و هنرستان‌هاست. متحول‌شدن تصویرگری، استفاده از تصویر ورزشکاران و هنرمندان در تبلیغات و جایگزین‌شدن طرح سی‌دی به جای کاست، از دیگر مواردی است که افشارمهاجر به آن‌ها اشاره کرده‌است (۱۳۹۸: ۲۸۴-۲۶۵). برپایی منظم دوسالانه‌ها، ازجمله دوسالانه پوستر تهران و دوسالانه‌های جهانی و انتشار کتب آن‌ها و همچنین توجه به هویت بصری، از دیگر رویدادهای این مقطع زمانی است.

شروع به کار تبلیغات محیطی در ایران، طراحی چند مجموعه فونت فارسی، انتشار چند کتاب تخصصی در زمینه گرافیک، تداوم برگزاری برخی از دوسالانه‌ها و انتشار کتاب‌های مجموعه آثار این دوسالانه‌ها، تشکیل انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران و عضو شدن آن در انجمن بین‌المللی گرافیک، تأسیس رشته گرافیک در هنرستان‌ها و آموزشکده‌ها و دانشگاه‌های شهرستان‌ها، شکل‌گیری جشنواره‌های استانی و شهرستانی

عضو شدن سه تن از طراحان گرافیک ایران در انجمن بین‌المللی طراحان گرافیک، شکل‌گیری نخستین انتشارات تخصصی در رشته گرافیک همچون "نشر مشکی" و تولد مجله تخصصی نشان و چند مجله دیگر که از ادامه فعالیت بازماندند، از رویدادهای دهه هشتاد گرافیک ایران است. انتشار کتاب گرافیک (۱) انجمن گرافیک ایران که در چهل صفحه نخست آن، سال‌شمار گرافیک ایران به قلم حسین چنعانی آمده‌است، گامی مهم در جهت تدوین تاریخ گرافیک ایران بود. چاپ چند جلد از مجموعه کتاب‌های تخصصی انتشارات فاطمی و نفوذ بیشتر رشته گرافیک در شهرستان‌ها و نیز توجه به مسائل نظری گرافیک در مجلات دانشگاهی با رویکرد علمی و پژوهشی، برخی دیگر از مهم‌ترین رویدادهای سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹ خورشیدی است. در این میان نمی‌توان از نقش مجله حرفه هنرمند در پرداختن به مسائل گرافیک که از دهه ۸۰ شروع به انتشار کرد، غافل شد. در این دهه آموزش عالی هنر، خصوصاً دانشگاه‌های تحت پوشش وزارت

جدول ۹: سه‌گانه‌های تغییر اجتماعی گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹ براساس مبانی نظری روشه. (منبع: نگارنده)

عوامل تغییر	شرایط تغییر یافته	کارگزاران تغییر
فناوری و فضای وب مبتنی بر رایانه و تسهیل شدن ارتباطات جهانی و تعامل آسان با جهان	ناشران تخصصی گرافیک، افزایش مراکز آموزش عالی و رشد گرافیک و انتشارات تخصصی آن، رشد کیفیت چاپ، ارتقای علمی اساتید گرافیک در دانشگاه، چاپ و انتشار مقالات پژوهشی گرافیک	طراحان، تشکل‌های صنفی، هنرمندان، جامعه دانشگاهی، سرمایه‌گذاران عرصه چاپ و سفارش‌دهندگان اثر گرافیک

تضعیف پروژه‌های عمرانی و کم‌رنگ شدن سفارش‌های دولتی گرافیک و اثر آن بر سفارش‌های مقطعی بخش خصوصی، بخش دیگری از رویدادهایی است که از عرصه سیاست به بدنه اجتماع و سپس گرافیک رسیده‌است. جمله‌نهایی اینکه گرافیک ایران در این دوره به‌طور عمده تحت تأثیر شبکه‌های مجازی و همه‌گیر شدن و شکل‌گیری گرافیک غیرچاپی و کنش‌گری سریع است که به‌وسیله طراحان کنش‌گر اجتماعی به‌طور عمده منتشر می‌شود. همچنین رشد گرافیک متحرک و دیجیتال مارکتینگ، تحولی است که در این دهه شدت گرفت. کسی چه می‌داند، شاید این آغاز وداع نسبی گرافیک با انیس دیرینه‌اش کاغذ باشد.

مهم‌ترین رویدادهای ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ خورشیدی نیز تأسیس تشکل‌های تخصصی، برگزاری نمایشگاه تخصصی و بزرگداشت هفته گرافیک در شهرهای بزرگ کشور است. انتشار دو کتاب تاریخ گرافیک ایران از تناولی و افشارمهاجر که دغدغه نسل اولی‌های گرافیک ایران بود نیز در این دهه تحقق یافت. یکی از رویدادهای مرتبط با گرافیک، افتتاح موزه گرافیک ایران در سال ۱۳۹۳ است که بخشی از آن به تمبر پستی اختصاص دارد (همان: ۲۸۴). رویدادهای سیاسی تحریم‌های جهانی و سپس آمریکایی در دو مقطع زمانی دهه نود و تأثیر اجتماعی آن بر تبلیغات خارجی و خروج برندهای بین‌المللی و تأثیر آن بر گرافیک تبلیغاتی، همچنین

جدول ۱۰: سه‌گانه‌های تغییر اجتماعی گرافیک ایران در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ براساس مبانی نظری روشه. (منبع: نگارنده)

عوامل تغییر	شرایط تغییر یافته	کارگزاران تغییر
نفوذ بیشتر اینترنت و رونق شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن‌های هوشمند	شکل‌گیری گرافیک سریع بدون سفارش مبتنی بر کنش‌گری اجتماعی، نفوذ تشکل‌های گرافیک در شهرهای بزرگ ایران، گسترش گرافیک دیجیتال و بدون کاغذ	گردانندگان شبکه‌های اجتماعی، طراحان گرافیک، تشکل‌های صنفی، سفارش‌دهندگان اثر گرافیک

نتیجه‌گیری

تجدد و نوسازی دوره پهلوی اول از سال ۱۳۰۰ به بعد است؛ عامل دوم، وقوع انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ و عامل سوم، شکل‌گیری فناوری‌های دیجیتال مبتنی بر وب و مانند آن از سال ۱۳۸۰ به بعد در ایران است. قبل از سال‌های ۱۳۰۰ خورشیدی، به‌دلیل شتاب‌گیری ارتباط ایران با جهان غرب که عمدتاً به‌واسطه منافع غرب، کشفیات باستان‌شناسی و سپس کالای نفت بود، حکام ایرانی با پیشرفت‌ها، تجدد و نوسازی جهان غرب آشنا شده بودند. به‌موجب این آشنایی که روشنفکران هم از صدر مشروطه گوشه چشمی به آن داشتند، توجه به تجدد و نوسازی در ایران شدت گرفت. مظاهر و برون‌داد این تجدد با فراز و فرودهای فراوان، تا میانه سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۵۷ خورشیدی تداوم یافت. تأثیر مهم و خاص این عامل، جداسدن از سنت بصری ایرانی و

گرافیک ایران به‌عنوان یک بستر اطلاع‌رسانی در یک‌صدساله معاصر، تحت تأثیر تغییرات اجتماعی کوچک و بزرگ کشور بوده‌است که در متن به آن‌ها اشاره شده و براساس مبانی نظری و عناصر آن چون، عوامل تغییر، شرایط تغییر یافته و کارگزاران تغییر، تحلیل شد. برای مثال افزایش فروش نفت و به تبع آن، تأسیس شرکت‌های تولیدی، موجب افزایش جمعیت شهرنشین در دهه ۳۰ شد و افزایش قیمت آن در دهه ۴۰ موجب تسهیل ارتباط طبقه متوسط با خارج از کشور و رشد مصرف و سرمایه‌گذاری صنعتی و فرهنگی و ارتقاء هنر و آموزش آن شد. هرکدام از این‌ها به‌گونه‌ای بر گرافیک ایران تأثیر گذاشتند؛ اما به‌نظر می‌رسد در یک‌صدسال اخیر، سه عامل تغییر اجتماعی تأثیرگذار بر گرافیک ایران مهم‌تر از بقیه بودند: نخستین عامل،

- در سال‌های منتهی به ۱۳۷۰ این موضوع فاقد اهمیت بوده است.
- ۵- Ralf Gustav Dahrendorf جامعه‌شناس، فیلسوف و دانشمند علوم سیاسی و سیاستمدار لیبرال آلمانی انگلیسی متولد ۱۹۲۹، در شهر هامبورگ و در سال ۲۰۰۹ درگذشت (ویکی پدیا فارسی).
- ۶- Alain Touraine، جامعه‌شناس، متولد ۱۹۲۵ (ویکی پدیا فارسی).
- ۷- David Clarence McClelland، نظریه‌پرداز روان‌شناسی آمریکایی، متولد ۱۹۱۷ (ویکی پدیا فارسی).
- ۸- Charls Wight Mills، استاد جامعه‌شناسی دانشگاه کلمبیای آمریکا، متولد ۱۹۱۶ در نگزاس، درگذشت ۱۹۶۲ (ویکی پدیا فارسی).
- ۹- Talcott Parsons جامعه‌شناس آمریکایی دانشگاه هاروارد، متولد ۱۹۰۲، درگذشت ۱۹۷۹ (ویکی پدیا فارسی).
- ۱۰- این مطلب به نام "پنجاه سال گرافیک ایران" در مقدمه کتاب نمایشگاه آن زمان منتشر شده و در سال ۱۳۸۲ به‌وسیله حسین چنعانی گردآوری و بازنشر شده است.
- ۱۱- به گفته ممیز، در آن زمان به هنرمندانی که در عرصه تبلیغات بودند، نقاش تجاری می‌گفتند و دیدگاه مثبتی در این خصوص وجود نداشت (ممیز ۱۳۹۰: ۱۰۵).

منابع

- آغداشلو، آیدین. (۱۳۸۲). «هویت: مسئله این است». گفتگو با آیدین آغداشلو، نشان، شماره ۱ (۴)، ۱۰-۴.
- افشارمهجر، کامران. (۱۳۸۷). «تصویرسازی در مطبوعات ایران». حرفه هنرمند، شماره ۳۰، ۴۷-۴۰.
- _____ . (۱۳۹۸). *مبانی مباحث کارشناسی طراحی گرافیک در ارتباط تصویری تاریخ طراحی گرافیک ایران*. تهران: فاطمی.
- باباوند، سعید. (۱۳۸۸). «سخنی در باب چیستی هنر و پیدایی خردورزی و گرافیک و آن‌گاه نگاهی به وضعیت آن در ایران». در کتاب *اردیبهشت ۱*. گردآورنده: انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران، تهران: یساولی، ۳۹-۱۹.
- تناولی، پرویز. (۱۳۹۳). *مقدمه‌ای بر تاریخ گرافیک ایران*. تهران: نظر.
- چنعانی، حسین. (۱۳۸۰). «سال‌شمار گرافیک ایران». در

همگام‌شدن آرام با گرافیک جهانی بود. به‌گمان نگارنده منشأ عمده این عامل، تسریع‌شدن ارتباطات جهانی و هم‌زمان با آن، تغییرات درونی بود.

عامل عمده دوم تغییر اجتماعی جامعه ایرانی، وقوع انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ بود. در پرتو این تغییر اجتماعی عمده که برخلاف عامل قبلی منشأ داخلی داشت، عناصری متفاوت از گذشته در گرافیک ایران شکل گرفت. بر این اساس، مفاهیم معنوی در گرافیک فرهنگی تقویت و در بخش گرافیک تبلیغاتی ضوابط و محدودیت‌های مبتنی بر ضوابط شرع و دین ایجاد شد. در این مقطع، مراکز آموزش عالی گرافیک، در پی رشد جمعیت و افزایش تقاضا، گسترش ویژه‌ای پیدا کرد و زنان نیز در این عرصه فعال شدند. ناگفته نماند که در این سال‌ها فناوری‌های چاپ که از ابتدای این سده در حال پیشرفت بود، مدرن و به‌روزتر شد.

فناوری مبتنی بر وب و دیجیتال که تحت تأثیر بلامنازع فناوری وارداتی است و از ابتدای دهه هشتاد در ایران برپایه رایانه گسترش پیدا کرد و سپس با تلفن‌های هوشمند و شبکه‌های اجتماعی تداوم یافت، از دیگر تأثیرات تغییر اجتماعی بر گرافیک ایران است. به‌گمان نگارنده منشأ این عامل، جهانی بوده و گرافیک ایران به مانند گرافیک تمام دنیا از آن تأثیر پذیرفته است. دستاورد این عامل ارتباطات سریع، بدون مرز و در لحظه است که با برنامه‌های قابل نصب ارتباط جمعی صوتی و تصویری و با ابزارهای در دسترس، چون تلفن‌های همراه و مانند آن میسر شده است. تأثیر عمده و مهم این عامل، شکل‌گیری گرافیک بدون کاغذ یا دیجیتال و انتشار آن بر بستر مجازی است.

پی‌نوشت:

- ۱- Guy Rocher. استاد جامعه‌شناسی دانشگاه مونرال کانادا، متولد ۱۹۲۴
- 2- Meggs
- 3- Motion graphic
- ۴- انتخاب رویداد گرافیکی در این تحقیق، با توجه به دوره زمان وقوع آن رویداد بوده است؛ برای مثال در سال‌های ۱۳۱۰ و مانند آن، تأسیس شرکت تبلیغاتی اهمیت داشته؛ درحالی‌که

روزنامه همشهری، ویژه‌نامه سنگ و الماس، شماره ۶۳، بیست و هفتم مهرماه.

- کشمیرشکن، حمید. (۱۳۹۴). هنر معاصر/ ایران. تهران: نظر.

- کلاتری، عبدالحسن؛ بخشی‌زاده، حسن. (۱۳۹۸). «تغییرات اجتماعی شهر تهران در دوره پهلوی اول. توسعه محلی (روستایی- شهری)، دوره یازدهم، شماره ۲۲، ۴۳۶-۴۰۹.

- مگز، فیلیپ بی. (۱۳۸۶). تاریخ طراحی گرافیک. مترجم: ناهید اعظم‌فراست و غلامحسین فتح‌الله نوری، تهران: سمت.

- ممیز، مرتضی. (۱۳۸۲). حرف‌های تجربه (مجموعه مقالات و گفتارهای مرتضی ممیز). گردآورنده: حسین چنغانی، تهران: دید.

- _____ . (۱۳۹۰). کتاب روبه‌رو (مجموعه گفتگوهای ابراهیم حقیقی با مرتضی ممیز). تهران: خجسته.

گرافیک ایران ۱: اولین کتاب آثار برگزیده طراحان گرافیک ایران، مجری طرح علی رشیدی، تهران: داروگ نو.

- حسینی، شعیب. (۱۳۹۱). «گرافیک ایران قبل از انقلاب (۱۳۳۵ تا ۱۳۵۷)». کتاب ماه هنر، شماره ۱۶۹، ۶۵-۵۸.

- حقیقی، ابراهیم. (۱۳۹۰). حرف‌های تکراری: مجموعه نوشته‌های از سال ۱۳۴۹ تا ۱۳۸۹/ ابراهیم حقیقی، تهران: دید.

- روشه، گی. (۱۳۹۹). تغییرات اجتماعی. مترجم: منصور وثوقی، چاپ بیست‌وهشتم، تهران: نی.

- سیفی، مهدی. (۱۳۹۲). «گرافیک معاصر ایران». حرفه هنرمند، شماره ۴۶، ۲۵-۲.

- صادقی، علی؛ راد، فیروز. (۱۳۹۵). «تحلیل جامعه‌شناختی روند شکل‌گیری و تحول جریان موج نو سینمای ایران (۱۳۵۷-۱۳۴۸)». مطالعات جامعه‌شناسی، سال ششم، شماره بیست‌وچهارم، ۵۰-۳۵.

- فرزاد، محمدرضا. (۱۳۸۷). «سیری اجمالی در تاریخ تبلیغات تجاری ایران از آغاز تا سال ۱۳۵۷». حرفه هنرمند، شماره ۲۶، ۸-۸۴.

- قنبری، معراج. (۱۳۹۹). «سال تحول در گرافیک ایران: ۱۳۴۰».

The Impact of Social Change on One Hundred Years of Contemporary Iranian Graphics Based on Guy Rocher's Theory of Social Change

Mansour Kolahkaj¹

1- Assistant Professor, Department of Graphic Design, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran

(Corresponding author)

DOI: 10.22077/NIA.2021.4333.1464

Abstract

The author in this study aims to identify the social changes affecting one hundred years of contemporary Iranian graphics. The basic theory to analyze and explore the evolution of contemporary Iranian graphics was adapted according to Guy Roche's theory of social change. Considering the three elements of "Roche" theory of social change, the main query of this research is what are the social factors affecting on the contemporary Iranian graphics during recent 100 years. Moreover, the author seeks to identify the changed conditions which are affected by the social factors, and explore the agents of this change? The purpose of this study is to identify the interfering factors on changing the graphic approach of Iran from traditional to modern based on analytical history viewpoint. The present study is a qualitative and cultural study that is analyzed and presented by quasi-statistical methods and examining the phenomena, events and important changes in Iranian graphics. The materials of research were gathered from various sources. Based on the findings of this study, the influential social factors of Iranian graphic design are divided into two categories: discourse, modern and technological. The discourse factors affecting Iran's graphics in the recent one hundred years are the modernization of the 1300s and the solar revolution of 1978. In addition, technological changes, including publishing equipment and, and more recently, social networks affected the Iranian graphics in term of modernization.

Key words: Graphic, Contemporary, Iran, Changes, Social, One Hundred Years, Roche, Media.

1 - Email: Mansor.kolahkaJ@gmail.com