

## بازنمایی هویت ملی ایران در طراحی گرافیک با تأکید بر عصر جهانی شدن<sup>۱</sup>

\* سپیده ملکی

E-mail: sm.pazhooheshonar@gmail.com

\*\* مصطفی اسداللهی

E-mail: mo\_asad@rogers.com

\*\*\* فاطمه شاهرودی

E-mail: pajoooheshonar@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۱/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۴/۲۹

### چکیده

ارتباطات روزافزون و در هم تنیدگی رو به رشد جوامع، بر عدم انزوای آن‌ها و تعامل با یکدیگر در بستر جهانی صحنه گذاشته و منجر به اثرپذیری جوامع و ملل جهان از فرآیند جهانی شدن شده است. اثرپذیری دوگانه‌ی تقابلی یا تعاملی از فرایند جهانی شدن، با توجه به رویکرد بازتاب در جامعه‌شناسی هنر، در متون هنری نیز بازنمایی می‌شود. طراحی گرافیک که به واسطه‌ی ماهیت کاربردی خود در تعامل و ارتباط با زندگی روزمره‌ی انسان‌هاست، بخش عظیمی از فرهنگ دیداری را شکل می‌دهد توجه به قابلیت تغییر فرهنگ عمومی به واسطه‌ی تغییر فرهنگ دیداری در دراز مدت، بر اهمیت پرداختن به واکاوی جهت‌گیری این عرصه در چالش موجود میان هویت ملی و فرهنگ جهانی صحنه می‌گذارد. در این راستا، پژوهش حاضر که کوششی به منظور آشکار ساختن سوی توجه طراحی گرافیک ایران در چالش میان بازنمایی هویت ملی و یا فرهنگ همگون جهانی است، به مهم‌ترین رویداد این عرصه - دوسالانه‌های گرافیک - نظر داشته است و جامعه‌ی آماری خود را آثار بخش پوستر دوسالانه‌های دهه‌ی اخیر انتخاب کرده است و با روش تحلیل کیفی متن و به کمک تکنیک نشانه‌شناسی لایه‌ای به تحلیل متون (شامل ۳۱۶ اثر) پرداخته و به این نتیجه نائل آمده که طراحی گرافیک ایران بر بازنمایی مؤلفه‌های هویت ملی در مقابل آنچه تنها دالالتگر فرهنگ جهانی است، تفوق یافته است.

**کلید واژه‌ها:** هویت ملی، دوسالانه‌های گرافیک ایران، پوستر، نشانه‌شناسی لایه‌ای.

۱. مقاله‌ی حاضر برگرفته از پایان‌نامه‌ی کارشناسی‌ارشد نویسنده‌ی اول با عنوان «بررسی بازتاب هویت ملی ایرانی در پوسترهای دوسالانه‌های گرافیک ایران» در دانشکده‌ی هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، در سال ۱۳۹۳ است.

\* کارشناسی‌ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، نویسنده مسئول

\*\* دکتری هنر، استادیار پردیس هنرهای زیبای دانشگاه تهران

\*\*\* دکتری پژوهش هنر، استادیار دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی



## مقدمه و طرح مسأله

جامعه‌ی ما - همچون دیگر جوامع جهان - به‌طور فزاینده با واقعیتی برجسته که غیرقابل انکار بوده، مواجه است: پدیده‌ی جهانی‌شدن. ارتباطات روزافزون و در هم تنیدگی رو به رشد جوامع با گسترش ایده‌ها و محصولات فرهنگی که تنها یکی از پیامدهای بی‌شمار آن به شمار می‌آید، بر عدم انزوای جوامع و تعامل آنها با یکدیگر در بستری جهانی صحنه گذاشته و اثرپذیری جوامع و ملل جهان را از فرآیند جهانی‌شدن غیرقابل انکار ساخته است.

جهانی‌شدن که عبارت از فرآیند فشردگی فضا و زمان، کوچک‌شدن پدیدارشناسانه‌ی جهان و شکل‌گیری جامعه‌ای جهانی (۱) است، در عین حال که اقتصادی جهانی و جامعه‌ای فراملی پدید می‌آورد، فرهنگی جهانی را نیز شکل می‌دهد (گل‌محمدی، ۱۳۹۱: ۹۸). به بیان دیگر، پدیده‌ی جهانی‌شدن با گستره‌ی فراگیر خود بر عرصه‌های اصلی زندگی اجتماعی یعنی اقتصاد، سیاست و فرهنگ و به تبع آن بر تمامی ابعاد زندگی در دنیای معاصر، سایه افکنده و در نتیجه موجی از همگونی فرهنگی را در جهان پدید آورده که هویت‌های ملی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

در رابطه با تأثیرپذیری هویت‌های ملی از فرآیند جهانی‌شدن، گروهی از صاحب‌نظران بر این باورند که روند جهانی‌شدن باعث تزلزل پایه‌های هویت ملی شده است، آنان از انعطاف ملل در تقابل با این روند، سخن گفته‌اند. لکن برخی دیگر معتقدند که جهانی‌شدن باعث می‌شود، مللی که خواهان حفظ هویت ملی خود هستند، واکنش نشان داده و درصد تحکیم پایه‌های هویت ملی خود برآیند.

در ارتباط با پژوهش حاضر، مسأله، چگونگی واکنش طراحی گرافیک ایران در رابطه با نحوه‌ی بازنمایی هویت ملی ایرانی در آثار و در مواجهه‌ی با فرآیند جهانی‌شدن است؛ زیرا نحوه‌ی تأثیرپذیری و جهت‌گیری گرافیک ایران از آنچه تحت عنوان جهانی‌شدن و فرهنگ جهانی از آن یاد شده به دلیل فقدان پرداخت پژوهشی در عرصه‌ی طراحی گرافیک، قابل قضاوت مستند نیست پژوهش حاضر در صدد آشکار ساختن مسأله‌ی فوق است.

به‌رغم آن‌که به وفور از ارتقاء سطح سواد بصری جامعه به‌عنوان یکی از کاربردهای هنر گرافیک در کنار دیگر اهداف مهم آن، سخن گفته شده، لکن آنچه که حائز اهمیت وافر است، یعنی آشنا ساختن، ثبات و تداوم بازنمایی هویت ملی ایرانی در نگاه مخاطبانی که از هر سمت و سویی مورد هجوم فرهنگ جهانی قرار گرفته‌اند، به

ورطه‌ی فراموشی سپرده شده است. از آنجا که در بسیاری از محصولات گرافیکی انتقال سریع مفاهیم در یک بازه‌ی محدود زمانی و هم‌چنین گویایی و برقراری هر چه سریع‌تر ارتباط با مخاطب مطلوب است، بیم آن می‌رود جایی برای تأملات عمیق و اندیشمندانه درباره‌ی بازتاب هویت ملی ایرانی باقی نمانده و این مهم در جایگاه پایین‌تری از اهمیت برخوردار شود. از این‌رو، پژوهشی در این زمینه می‌تواند در فراهم ساختن شناختی بهتر از نحوه‌ی برخورد گرافیک ایران با مسأله‌ی جهانی شدن راهگشا باشد.

### پرسش‌های تحقیق

- ۱- موضع و گرایش هنرمندان طراح گرافیک ایران، در عصر جهانی شدن و در رابطه با بازنمایی هویت ملی در آثارشان چگونه است؟
- ۲- تأکید طراحان پوستر در آثارشان بر بازنمایی کدامیک از عناصر به‌عنوان مؤلفه‌های اصلی هویت ملی ایرانی است؟

### روش تحقیق

روش تحقیق در پژوهش حاضر، تحلیل متن با استفاده از تکنیک نشانه‌شناسی لایه‌ای است. آنچه ضرورت استفاده از تکنیک نشانه‌شناسی لایه‌ای را در پژوهش حاضر آشکار می‌سازد، تأکید بر روابط هم‌نشینی و بررسی نشانه، نه در انزوا و جدا از رمزگانی که آن را ممکن کرده، بلکه در متنی است که نشانه در آن تحقق عینی یافته و به لایه‌ای از آن تبدیل شده است. هم‌چنین توجه و مدنظر قراردادن برآیند نظام‌ها و لایه‌های مختلف نشانه‌ها در تحلیل یک متن در نشانه‌شناسی لایه‌ای. متن یک پوستر می‌تواند شامل لایه‌های متعدد نوشتاری و تصویری باشد که ضرورتاً باید در هم‌نشینی با یکدیگر دلالت هر لایه را تبیین کرد. محاسبه و مقایسه‌ی فراوانی دلالت‌های مستخرج از تحلیل متن، با روش آماری ساده‌ی توصیفی، روش‌نگر مسأله‌ی پژوهش حاضر خواهد بود.

### روش گردآوری اطلاعات

در پژوهش حاضر جمع‌آوری اطلاعات به روش کتابخانه‌ای و هم‌چنین مشاهده‌ی تصاویر پوسترهای دوسالانه‌های گرافیک ایران است.



### جامعه‌ی آماری و حجم نمونه

در گزینش جامعه‌ی آماری، نگارندگان به تنها رویداد مهم و مستمر در عرصه‌ی گرافیک ایران یعنی دوسالانه‌های برگزار شده، نظر داشته‌اند. دوره‌ی زمانی منتخب، دهه‌ی هشتاد شمسی است که در آن چهار دوره‌ی هفتم تا دهم به ترتیب در سال‌های ۱۳۸۰، ۱۳۸۲، ۱۳۸۶ و ۱۳۸۸ برگزار شد. از بین بخش‌های مختلف دوسالانه‌های گرافیک ایران، بخش پوستر به دلیل تداوم حضور در تمامی دوره‌های برگزاری دوسالانه‌ها و دارا بودن توانایی بالقوه‌ی بازنمایی مؤلفه‌های هویت ملی - در صورت تمایل طراح - بی‌آن‌که نقصانی در انتقال موضوع اثر به مخاطب وارد شود، به‌عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شده که شامل ۳۱۶ اثر است. حجم بالای نمونه، موجب افزایش اعتبار داده‌ها و نتایج پژوهش خواهد بود.

### پیشینه‌ی تحقیق

درخصوص بازنمایی هویت ملی در متون مختلف از جمله حقوقی، آموزشی، ادبی و هنری پژوهش‌هایی صورت گرفته که در ادامه به‌طور مختصر به آن اشاره می‌شود. رضایی و جوکار (۱۳۸۸)، به بازشناسی تأکید یا رد محتوا و عناصر هویت ملی، در متن قانون اساسی پرداخته‌اند. زاویه و عزیزی (۱۳۹۲) میزان توجه به مؤلفه‌های هویتی دینی و ملی را در ۸۷۵ صفحه‌ی تصویری کتاب‌های درسی پایه‌ی اول و دوم ابتدایی مورد واکاوی قرار داده و نقش بسیار کم‌رنگ تصاویر کتب درسی را در انتقال مفاهیم هویتی، نتیجه گرفته‌اند. برخی پژوهش‌ها به شناسایی مؤلفه‌های هویت ملی در متون ادبی کهن (علم و جودکی، ۱۳۸۸: ۱۶۰؛ باقری‌خلیلی، ۱۳۸۹: ۷) و معاصر (روحانی و عنایتی قادیکلایی، ۱۳۸۹: ۱۰۶؛ رشیدی و امینی، ۱۳۸۱: ۱۱۴) توجه داشتند. تلقی خط و خوشنویسی ایرانی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی هویت ایرانی نتیجه‌ی پژوهش الهیاری و عابدین‌پور (۱۳۸۹) است. افروغ و نوروزی‌طلب (۱۳۸۹) در تحقیق خود به تحلیل محتوای آثار فلزکاری عصر صفوی پرداخته و وجود اشعار فارسی و خط نستعلیق را مصداق هویت ملی دانسته‌اند. پژوهش افروغ و براتی (۱۳۹۲) نیز به بررسی و تحلیل هویت اسلامی و عناصر وابسته به آن در قالی ایرانی اختصاص دارد. مرشدی‌زاده، کشاورزشکری و زمانی (۱۳۹۱) در پژوهش خود، حضور قطعی مؤلفه‌های هویت دینی را در سینمای پس از انقلاب ایران نتیجه گرفتند. محمودی، طاووسی و فرهنگی (۱۳۸۸) براساس یافته‌های پژوهش خود، از اسطوره و حماسه به‌عنوان دو بنیاد هویت ایرانی از دیدگاه هنر ایران اشاره کرده و از نقش خلق آثار هنری در تکوین هویت ایرانی سخن گفته‌اند.

### چارچوب نظری تعریف مفاهیم و متغیرها

**هویت:** مجموعه‌ای از شاخص‌ها و علائم در حوزه‌ی مؤلفه‌های مادی، زیستی، فرهنگی و روانی است که موجب شناسایی فرد از فرد، گروه از گروه یا اهلیتی از اهلیت دیگر و فرهنگی از فرهنگ دیگر می‌شود (ابوالحسنی، ۱۳۸۶: ۲). بنابراین دو مفهوم متضاد همسانی و تفاوت، توأمان در آن وجود خواهد داشت. به بیان دیگر هویت، متمایز بودن از افراد یا گروه‌های دیگر، احساس تداوم و ثبات در طول زمان و احساس تعلق داشتن به جمع است (گل محمدی، ۱۳۹۱: ۲۳۱). مؤلفه‌های هویت را می‌توان به حوزه‌های شناختی (ذهنی) و روان‌شناختی (روانی) تقسیم کرد. حوزه‌های شناختی شامل ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها، نمادها، آگاهی‌ها، طرز تلقی‌ها یا رویکردها بوده و حوزه‌ی روان‌شناختی شامل احساسات، نیازها و تمایلات است (ابوالحسنی، ۱۳۸۶: ۳).

**هویت ملی:** در حوزه‌ی هویت جمعی قرار دارد. هویت جمعی، هویتی گروهی است که یک جمع (گروه) را از دیگر جمع‌ها (گروه‌ها) جدا می‌سازد (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۴). هویت جمعی، شیوه‌ی مشترک در نحوه‌ی تفکر (ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها، نمادها، رویکردها)، احساسات و تمایلات یک گروه است که نوعی احساس تعهد و تکلیف نسبت به آن گروه را برمی‌انگیزد (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۲). به بیان دیگر، هویت ملی نوعی هویت جمعی در سطح گروهی اجتماعی به نام ملت است.

**ابعاد هویت ملی:** در بحث از هویت ملی مهم‌ترین مسأله، تعیین رکن یا ارکانی است که در تشکیل ملت واحد نقش اساسی و کلیدی داشته و آن را از ملت‌های دیگر متمایز می‌کند. بی‌گمان دین، زبان، گذشته‌ی تاریخی، فرهنگ، آداب و سنن، آرمان‌ها و ارزش‌های مشترک و سرزمینی با مرزهای طبیعی یا سیاسی واحد هر کدام در شکل‌گیری مفهوم ملت نقش مؤثر و غیرقابل انکاری دارند. اما سخن از عناصر سازنده‌ی هویت ملی ایران طی ادوار گذشته و در مباحث و مکتوبات پیرامون این موضوع، اغلب با نگرشی کاهش‌گرایانه همراه بوده است، به بیان دیگر در دوره‌های مختلف، تنها به بخشی از مؤلفه‌های شکل‌دهنده‌ی هویت ملی توجه شده و آگاهانه یا ناآگاهانه بخش‌های دیگر نادیده انگاشته شده است (احمدی‌پور، حیدری موصولو و لشگری، ۱۳۸۹: ۸۹). از مطالعه‌ی آثار مزبور، تأکید مستمر بر سه عنصر زبان، تاریخ و دین به‌عنوان ارکان اساسی هویت ملی ایران قابل دریافت است، لکن بررسی بازنمایی این سه رکن در پژوهش حاضر به منظور پی بردن به گرایش گرافیک ایران در چالش



بازنمایی هویت ملی و یا فرهنگ همگون جهانی کافی نخواهد بود. بنابراین اگر بخواهیم با نگاهی کل‌نگرانه و جامع در باب ارکان هویت ملی ایران سخن بگوییم، بی‌تردید باید تمامی پنج بعدی که سازنده‌ی هویت یک جامعه است، یعنی ابعاد اجتماعی، تاریخی، جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی و ۴۷ مؤلفه‌ای که در مجموع برای این ابعاد توسط دکتر سید رحیم ابوالحسنی (۱۳۸۷) تعریف شده و در ادامه شرح داده می‌شود، را در نظر بگیریم.

**بعد اجتماعی:** هویت ملی در ارتباط با کیفیت روابط اجتماعی فرد با نظام کلان اجتماعی است (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۴). برخی از مؤلفه‌های بعد اجتماعی هویت ملی ایران عبارتند از اعتقاد نسبت به وجود جامعه‌ی ملی - ایرانی، ضرورت وجود جامعه‌ی ملی - ایرانی، احساس عضویت در جامعه‌ی ملی - ایرانی، احساس تعلق به جامعه‌ی ملی - ایرانی، تعهد به حفظ جامعه‌ی ملی - ایرانی (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۹).

**بعد تاریخی:** عبارت از آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته‌ی تاریخی و اعتقاد و احساس تعلق خاطر و دلبستگی به آن است (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۵). مؤلفه‌های بعد تاریخی هویت ملی ایران عبارتند از تعریف و تعیین دوره‌ی تاریخی ملت ایران، احساس تعلق به دوره‌های تاریخی، احساس افتخار و نفرت نسبت به تعلق و سابقه‌ی تاریخی (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۹).

**بعد جغرافیایی:** هویت ملی در درجه‌ی نخست زائیده‌ی محیط جغرافیایی یک ملت است. برای شکل‌گیری هویت واحد ملی، تعیین محدوده و قلمرو یک سرزمین مشخص ضرورت تام دارد. تصور محدوده‌ی جغرافیایی ملت ایران، نگرش (مثبت یا منفی) نسبت به آب و خاک، نگرش مناسب یا نامناسب بودن سرزمین برای زندگی و سعادت، دلبستگی و تعلق به سرزمین ایران، آمادگی برای دفاع از آب و خاک در زمان خطر و تعرض به آن، علاقه‌مندی به یکپارچگی سرزمین در آینده برخی از مؤلفه‌های بعد جغرافیایی هویت ملی ایران است (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۶).

**بعد فرهنگی:** منظور از فرهنگ در بعد فرهنگی، مجموعه‌ی ذهنی و روانی مشترکی است که در گذشته تاریخی شکل گرفته و طی فرآیند جامعه‌پذیری به نسل‌های بعدی منتقل شده و نسل‌های نوین آن را به‌عنوان میراث گذشته به ارث برده‌اند. فرهنگ علاوه بر بخش ذهنی دارای بخش عینی نیز بوده که برخی از آن به‌عنوان تمدن نام می‌برند و به‌صورت میراث فرهنگی که تمام ابعاد فرهنگی هر نظام اجتماعی را دربرمی‌گیرد، در اختیار یک جامعه هستند (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۶). مؤلفه‌های بعد فرهنگی هویت ملی ایران،

شامل ارزش‌گذاری و قضاوت نسبت به میراث گذشته، اعتقاد نسبت به حفظ و تقویت میراث فرهنگی، اعتقاد و ارزش‌گذاری نسبت به زبان فارسی است (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۲۰).

**بعد سیاسی:** هویت ملی در بعد سیاسی به آن معناست که افرادی که از لحاظ فیزیکی و قانونی عضو یک نظام یا ساختار سیاسی بوده و داخل مرزهای ملی یک کشور زندگی می‌کنند و موضوع یا مخاطب قوانین آن کشور هستند، از لحاظ روانی هم خود را اعضای سیستم دانسته، به باورهای سیاسی و مبانی ارزشی آن معتقد باشند (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۱۶). برخی از مؤلفه‌های بعد سیاسی هویت ملی ایران عبارتند از ارزش‌گذاری به ساختارهای سیاسی گذشته، دفاع از یکپارچگی و همبستگی سیاسی، نگاه و نگرش نسبت به جایگاه و نقش حکام در جامعه، نگرش نسبت به حکام گذشته در نظام‌های سیاسی گذشته و حمایت از سایت‌های کلان کشور (ابوالحسنی، ۱۳۸۷: ۲۰).

عنصر مشترک و محوری مؤلفه‌های ابعاد هویت ملی، احساس تعلق و وجود نگرشی خاص نسبت به موضوع است. محتوای مجموع نگرش‌ها بر مفاهیمی مانند تعلق خاطر، درگیر بودن، دوست داشتن، علاقمندی، عشق‌ورزی، فداکاری، رضایت‌مندی، موافقت و هماهنگی، ترجیح دادن، مسوول و متعهد بودن، امیدواری، آمادگی برای ایثار، فداکاری و حمایت، احساس خوشحالی از برخورد با موضوع، پیروی و تبعیت، مطابقت با انتظارات فرد و واقعی بودن دلالت دارد (حاجیان، ۱۳۷۹: ۲۰).

### تئوری‌های تبیین‌کننده

**رویکرد بازتاب:** بر این اندیشه متکی است که هنر حاوی اطلاعاتی در مورد جامعه است و چیزی از جامعه را به ما نشان می‌دهد. فصل مشترک تمامی تحقیقات متنوع و گسترده با رویکرد بازتاب، بر این مفهوم تأکید دارد که هنر آینه‌ی جامعه و متأثر از آن است (الکساندر، ۱۳۹۰: ۵۵). البته نقش هنرمند نادیده انگاشته نشده، بلکه گفته می‌شود مسائل، مشکلات، تحولات و رویدادهای اجتماعی با گذر از صافی ذهن و شخصیت هنرمند در آثار او نمود خواهد یافت. اگرچه هنرمند به واسطه‌ی آثار هنری بر جامعه تأثیر می‌گذارد، اما جامعه و عناصر اجتماعی به نوبه‌ی خود در هدایت فرد به سمت تولید هنری، سبک و مضمون آثار او نقش دارند (راوودراد، ۱۳۸۸: ۹۸). بنابراین اثرپذیری تقابلی یا تعاملی جامعه از فرآیند جهانی شدن و توجه بیشتر به مقوله‌ی هویت ملی یا بالعکس، در اثر فرآیند جهانی شدن و به تعبیر نظریه‌پردازان این عرصه، خاص‌گرایی و یا عام‌گرایی فرهنگی، در متون هنری نیز بازتاب یافته و بازنمایی می‌شود. بنابراین



بازنمایی آنچه که از مؤلفه‌های ابعاد هویت ملی، در آثار به آن‌ها پرداخته شده، در پژوهش حاضر تنها به واسطه‌ی رویکرد بازتاب امکان‌پذیر است.

**نشانه‌شناسی:** آغاز تحلیل نشانه‌شناختی نوین با کار زبان‌شناس سوئیسی، فردینان دو سوسور و فیلسوف امریکایی، چارلز ساندرز پیرس بوده است (راودراد، ۱۳۸۸: ۶). ایشان تعریف‌های متفاوت از نشانه به‌عنوان بنیادی‌ترین مفهوم در علم نشانه‌شناسی مطرح کردند. سوسور با تمرکز بر نشانه‌های زبانی، الگویی دو وجهی از نشانه ارائه می‌دهد و آن را متشکل از دو وجه دال (شکلی که نشانه به خود می‌گیرد) و مدلول (مفهومی که نشانه به آن ارجاع دارد) می‌داند (چندلر، ۱۳۸۷: ۴۲). تقریباً در همان زمان، پیرس با طرح الگویی سه‌وجهی، سه قسمت بازنمون (صورت نشانه)، تفسیر (معنایی که از نشانه حاصل می‌شود) و موضوع (که نشانه به آن ارجاع می‌دهد) را برای نشانه بیان کرده و در طبقه‌بندی انواع آن، از سه نوع نشانه - نماد، شمایل و نمایه - سخن گفت (سجودی، ۱۳۹۰ الف: ۲۱). قدرت و اهمیت کار پیرس در این است که او نشانه را با تصاویر مطرح کرد و نه با کارکردهای زبانی؛ به همین دلیل او توانست تقسیم‌بندی دقیقی از تصاویر و از این رهگذر از نشانه ارائه کند (احمدی، ۱۳۹۱: ۴۵).

به تدریج و با گذر زمان، مفاهیم تازه‌ای در حوزه‌ی نشانه‌شناسی شکل گرفت و دامنه‌ی آن از صرف مطالعات زبانی به گستره‌ی مطالعات هنر نیز بسط داده شد.

**نشانه‌شناسی لایه‌ای:** نشانه‌شناسی لایه‌ای که مبانی نظری آن را دکتر سجودی معرفی کرده است، در تداوم مباحث موجود و به واسطه‌ی نقد برخی مفاهیم آن شکل گرفت (سجودی، ۱۳۹۰ ب: ۲۰۸). در نشانه‌شناسی لایه‌ای بر این نکته تأکید شده است که علاوه بر نظامی که نشانه در آن و در تقابل با نشانه‌های دیگر ارزش نشانه‌ای یافته، عناصر دیگری نیز از نظام‌های دیگر، به‌طور هم‌نشین، در مجاورت نشانه‌ای که در عمل و با هدف عملی و عینی دلالت و ایجاد ارتباط به کار رفته است، حضور دارند و امکان تفکیک آنها از فرایند دلالت نشانه وجود ندارد. نشانه فقط به مثابه ابزاری مطالعاتی، پس از متن و در جریان تحلیل متنی به کار می‌آید (سجودی، ۱۳۹۰ الف: ۱۹۵).

محور اصلی بازتعریف مفهوم متن نیز در نشانه‌شناسی لایه‌ای آن است که متن، نه حاصل هم‌نشینی بین رمزگان‌ها، بلکه حاصل هم‌نشینی بین لایه‌هایی است که هر یک براساس انتخاب از آن رمزگان‌ها در کنش ارتباطی تحقق عینی یافته‌اند (سجودی، ۱۳۹۰ الف: ۱۹۸). به عبارت دیگر متن از لایه‌های متعددی تشکیل شده که هر یک خود نمود عینی و متنی یک نظام رمزگانی بوده که در تعامل با یکدیگر و در تأثیر متقابلی که از



هم می‌پذیرند، به مثابه متن و به مثابه عینیت ناشی از یک نظام دلالتگر تحقق یافته و تفسیر می‌شوند (سجودی، ۱۳۹۰ الف: ۲۰۰).

رسانه، مجرایی است که متن از طریق آن تحقق عینی پیدا کرده و از طریق حواس ما قابل درک می‌شود. چگونگی بهره‌گیری از امکانات رسانه، به مثابه یک رمزگان در نشانه‌شناسی لایه‌ای، منجر به تولید نشانه‌هایی می‌شود که دلالتگر بوده، همراه متن دریافت و تفسیر شده و نقشی تعیین‌کننده در گسترش امکانات دلالتی متن دارد (سجودی، ۱۳۹۰ الف: ۲۲۱).

متون معاصر برای عینیت یافتن، اغلب از رسانه‌های دیداری و شنیداری استفاده می‌کنند. آنچه در ارتباط با پژوهش حاضر، حائز اهمیت خواهد بود، رسانه‌های دیداری است که خود شامل دو گروه نوشتار و تصویر است. ویژگی‌های صوری نوشتار، شکل و کاربرد رنگ، خود نظامی دلالتگر است که تأثیرات ویژه‌ی خود را بر دلالت‌های کل متن می‌گذارد (سجودی، ۱۳۹۰ الف: ۲۳۱).

ابزار، دیگر مفهومی است که در نشانه‌شناسی لایه‌ای به آن پرداخته شده است. ابزار رمزگانی را به وجود می‌آورد که در چگونگی خوانش متن دخالت دارد (سجودی، ۱۳۹۰ الف: ۲۳۹). در ارتباط با پژوهش حاضر، ابزار پوستر به واسطه‌ی ماهیت کاربردی خود، به‌عنوان لایه‌ای دلالتگر نقش ایفا کرده و از جمله دلالت بر گستره‌ی مخاطبان داشته، در نتیجه روشنگر لزوم یا عدم لزوم بهره‌گیری از رمزگان زبانی علاوه بر رمزگان زبان فارسی در متن اثر است.

در چارچوب نشانه‌شناسی لایه‌ای، متن از لایه‌های متعددی تشکیل شده است و معنا حاصل برهم‌کنش بین لایه‌های متنی، دانش پیشین، رمزگان‌ها، رمزگان‌های فرعی و غیره است. لذا هر نشانه‌ای - زبانی یا غیرزبانی - در یک کنش ارتباطی، درون نظام پیچیده‌ای از عوامل متعامل معنا خواهد یافت (سجودی، ۱۳۹۰ الف: ۲۵۰). نکته‌ی کلیدی در استنباط دلالت بر مؤلفه‌های هویت ملی در پژوهش حاضر، کاربرد برهم‌کنش عوامل متعامل در متن پوستر و استخراج دلالت‌ها از هم‌نشینی لایه‌های مختلف اثر خواهد بود.

### تحلیل آثار

از ۲۸۹ پوستر چهار دوره دوسالانه‌ی برگزار شده در دهه‌ی هشتاد که در آنها دلالت بر مؤلفه‌های ابعاد هویت ملی بازنمایی شده و ۲۷ پوستری که فاقد هرگونه دلالت بر بازنمایی مؤلفه‌های ابعاد هویت ملی است، دو نمونه به‌صورت تصادفی گزیده و در

ادامه تحلیل خواهند شد. تحلیل ۳۱۶ پوستر حجم نمونه به همین شیوه صورت گرفته که امکان ارائه‌ی تحلیل تمامی آثار در مقاله‌ی حاضر وجود نخواهد داشت.

تصویر ۱: دستگاه تکلم حنجره گویا

تصویر ۲: انسان معاصر و محیط زیست



**تحلیل تصویر ۱ (طراح: فرزاد ادیبی؛ دوسالانه‌ی هفتم):** متن از همنشینی لایه‌هایی که هر یک با دریافت از رمزگان‌های زبانی و غیرزبانی در کنش ارتباطی تحقق عینی یافته‌اند، تشکیل شده است. لایه‌ی نوشتار از رمزگان زبان فارسی در سطح دلالت‌های زبانی، پیرا زبانی و غیر زبانی (۲) و رمزگان زبان انگلیسی بهره برده است. ایجاد متنیت معنادار با دلالت در سطح زبانی و برجسته‌سازی به واسطه‌ی دلالت در سطح پیرا زبانی است. چینه‌ی لایه‌ی نوشتاری توضیحات به صورت عمود و همنشینی‌اش با لایه‌ی تصویر - که سبب‌ساز دلالت آن بر شاخه‌ی گل گشته - امکان دلالت غیرزبانی را فراهم ساخته است و در مجموع - به‌طور ضمنی - بر مؤلفه‌ی ارزش‌گذاری نسبت به زبان فارسی از بعد فرهنگی هویت ملی دلالت خواهد داشت. تکیه بر دانش پیشین و آگاهی از رمزگان هنر ایرانی از دلالت لایه‌ی تصویر بر نقوش گل و مرغ نگاره‌های سده‌های یازده - زیرلاکی - و دوازده هجری - گل و بلبل - سخن می‌گوید (۳). لایه‌ی تصویر و لایه‌ی نوشتاری عنوان در حمایت از یکدیگر بر دلالت اثر بر موضوع بیان شده، نقش ایفا می‌کنند. آگاهی از رمزگان شعر فارسی، رابطه‌ی بینامتنی لایه‌ی عنوان با بخشی از تاریخ شعر ایران - غزلیات حافظ - را آشکار می‌سازد. همنشینی لایه‌های متن بر مؤلفه‌های احساس عضویت و تعلق به جامعه‌ی ملی - ایرانی از بعد اجتماعی هویت ملی، مؤلفه‌ی تعیین دوره‌ی تاریخی ملت ایران و احساس تعلق به دوره‌های تاریخی از بعد تاریخی و مؤلفه‌ی ارزش‌گذاری نسبت به میراث گذشته از بعد فرهنگی هویت ملی دلالت می‌کند.

تحلیل تصویر ۲ (طراح: سیدعلی میرحسینی؛ بخش موضوعی دوسالانه‌ی دهم): از هم‌نشینی لایه‌های تصویری و نوشتاری که در تعامل با یکدیگر ساختار متن را شکل داده‌اند، دلالت بر هیچ‌یک از مؤلفه‌های ابعاد پنج‌گانه‌ی هویت ملی ایران قابل دریافت نیست.

### یافته‌های تحقیق

نخستین دوسالانه‌ی برگزار شده در دهه‌ی هشتاد (هفتمین دوره‌ی برگزاری دوسالانه‌ی گرافیک در ایران) در سال ۱۳۸۰ و با نمایش ۷۴ اثر در بخش پوستر برگزار شد. تحلیل متن آثار بخش پوستر، مطابق با جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که بعد فرهنگی و مؤلفه‌ی ارزش‌گذاری نسبت به زبان فارسی از بعد فرهنگی هویت ملی، دارای بیشترین فراوانی در بین مؤلفه‌های بازنمایی شده در دوسالانه‌ی هفتم است. هم‌چنین تحلیل متن ۵۸ پوستر به نمایش درآمده در هشتمین دوره‌ی برگزاری دوسالانه‌های گرافیک ایران، ۹۸ اثر بخش پوستر دوسالانه‌ی نهم، ۵۸ اثر دهمین دوسالانه‌ی جهانی پوستر و ۲۸ اثر بخش جانبی دوره‌ی دهم برگزاری نیز بر بازنمایی بعد فرهنگی از ابعاد هویت ملی ایران و مؤلفه‌ی ارزش‌گذاری نسبت به زبان فارسی از بعد فرهنگی هویت ملی، با بیشترین فراوانی همراه بوده است.

جدول شماره ۱: فراوانی و درصد فراوانی ابعاد هویت ملی بازنمایی شده در پوسترهای دوسالانه‌های گرافیک ایران

سال و دوره‌ی برگزاری دوسالانه	تعداد آثار	بعد اجتماعی		بعد تاریخی		بعد جغرافیایی		بعد فرهنگی		بعد سیاسی	
		فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی
۷-۱۳۸۰	۷۴	۵۵	۷۴/۳	۱۳	۱۷/۶	۲۲	۲۹/۷	۶۱	۸۲/۴	۰	۰
۸-۱۳۸۲	۵۸	۴۵	۷۷/۶	۱۱	۱۸/۹	۶	۱۰/۳	۵۱	۸۷/۹	۲	۳/۴
۹-۱۳۸۶	۹۸	۲۳	۲۳/۷	۱۴	۱۴/۴	۵	۵/۱	۹۴	۹۵/۹	۱	۱/۰
۱۰-۱۳۸۸	۵۸	۴۷	۸۷	۱۰	۱۸/۵	۱۷	۳۱/۵	۵۲	۹۶/۳	۳	۵/۵
۱۳۸۸ - بخش جنبی ۱۰	۲۸	۰	۰	۰	۰	۵	۱۷/۹	۲۳	۸۲/۱	۰	۰



جدول شماره ۲: فراوانی و درصد فراوانی آثار فاقد مؤلفه‌های ابعاد هویت ملی ایران

سال و دوره‌ی برگزاری	تعداد آثار	فراوانی آثار فاقد بازنمایی ابعاد هویت ملی	درصد فراوانی آثار فاقد بازنمایی ابعاد هویت ملی
۷-۱۳۸۰	۷۴	۱۲	۱۶/۲
۸-۱۳۸۲	۵۸	۷	۱۲/۱
۹-۱۳۸۶	۹۸	۱	۱/۰
۱۰-۱۳۸۸	۵۸	۲	۳/۷
۱۳۸۸- بخش جنبی ۱۰	۲۸	۵	۱۷/۸
مجموع آثار: ۳۱۶		۲۷	۸/۵

مطابق با جدول شماره ۲، از تعداد ۳۱۶ اثری که در پژوهش حاضر مورد تحلیل واقع شده، در مجموع، تعداد ۲۷ اثر فاقد هرگونه بازنمایی مؤلفه‌های ابعاد هویت ملی ایران است. توجه به آثار فاقد بازنمایی مؤلفه‌های ابعاد هویت ملی به این دلیل حائز اهمیت است که از نفوذ آنچه بازنمایانگر هویت ملی ایران نیست، به طراحی گرافیک کشور خبر داده و راهیابی آثار مزبور به مهم‌ترین رویداد عرصه‌ی هنر گرافیک ایران، خبر از پذیرش آن.

### نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف آشکار ساختن سوی تمرکز گرافیک ایران در چالش میان بازنمایی هویت ملی و فرهنگ همگون جهانی در عصر جهانی شدن، به مهم‌ترین رویداد این عرصه - دوسالانه‌های گرافیک ایران - نظر داشته و به تحلیل آثار در دوره‌ی زمانی‌ای که به دلیل گسترش روزافزون ارتباطات، مسأله‌ی چالش میان هویت ملی و فرهنگ جهانی پررنگ‌تر شده - دهه‌ی هشتاد - پرداخته است؛ چرا که ارتباطات روزافزون و درهم تنیدگی رو به رشد جوامع، بر عدم انزوای جوامع و تعامل آنها با یکدیگر در بستری جهانی صحنه گذاشته و اثرپذیری جوامع و ملل جهان را از فرآیند جهانی شدن، غیرقابل انکار ساخته است. شاخه‌ی طراحی پوستر در حوزه‌ی هنر گرافیک، گزینشی هدفمند به منظور واکاوی مسأله‌ی پژوهش حاضر بوده است؛ چرا که بیش از سایر شاخه‌های طراحی گرافیک، امکان بالقوه‌ی بازتاب آنچه بازنمایانگر هویت ملی و یا فرهنگ جهانی است را خواهد داشت، بی‌آنکه اخلاقی در انتقال پیام اثر به مخاطب ایجاد کند.

از تحلیل ۳۱۶ پوستر که طی چهار دوره برگزاری دوسالانه‌ی گرافیک در سال‌های دهه‌ی هشتاد به نمایش درآمد، تنها ۸/۶ درصد آثار، فاقد بازنمایی ابعاد هویت ملی

ایران بوده‌اند. توجه به آثار فاقد بازنمایی مولفه‌های ابعاد هویت ملی به این دلیل حائز اهمیت است که از نفوذ آنچه بازنمایانگر هویت ملی ایران نیست، به طراحی گرافیک کشور خبر داده و راهیابی آثار مزبور به مهم‌ترین رویداد عرصه‌ی هنر گرافیک ایران، خبر از پذیرش آن. لکن با توجه به فراوانی این گروه آثار (۲۷ پوستر)، می‌توان گرایش به بازتاب مؤلفه‌های ابعاد هویت ملی ایران و به بیان دیگر خاص‌گرایی فرهنگی - در مقابل بازنمایی غیرآن - را نتیجه گرفت.

در تمامی دوسالانه‌ها، طراحان از میان ابعاد پنج‌گانه‌ی هویت ملی ایران، به بعد فرهنگی بیشترین توجه را نشان داده و از میان مؤلفه‌های بعد فرهنگی، مؤلفه‌ی ارزش‌گذاری نسبت به زبان فارسی دارای بیشترین فراوانی بوده است. بنابراین می‌توان گرایش طراحی گرافیک ایران را به بازنمایی هویت ملی و تأکید طراحان گرافیک را در بازنمایی، بر مؤلفه‌ی ارزش‌گذاری نسبت به زبان فارسی از بعد فرهنگی هویت ملی ایران دانست.

### یادداشت‌ها

- ۱- مارتین آلبرو جهانی‌شدن را شکل‌گیری یک جامعه‌ی جهانی در عصر جهانی بشمار می‌آورد (گل‌محمدی، ۱۳۹۱: ۲۱).
- ۲- نوشتار در سه سطح زبانی، پیرا زبانی و غیرزبانی عمل می‌کند. در سطح زبانی، نوشتار نظامی نشانه‌ای است که امکان تولید و دریافت متن و به بیانی دیگر متنتیت معنادار را براساس رمزگان زبان به وجود می‌آورد. سطح دلالت پیرا زبانی خود در دو گروه عمل می‌کند. نشانه‌های سجاوندی و ترفندهایی که برای برجسته‌سازی و تأکید عمل کرده، وابسته به جنبه‌های دیداری هستند. تولید و دیافت معنا در سطح سوم دلالت وابسته به دسترسی به رمزگان‌هایی غیر از و علاوه بر رمزگان زبان خواهد بود. دلالت در سطح غیرزبانی، کاملاً وابسته به بهره‌برداری از امکانات تصویری نوشتار است (سجودی، ۱۳۹۰ ب: ۲۹۷-۳۰۰).
- ۳- زیرلاکی: نوعی نقاشی آبرنگ بر روی اشیاء مقوایی که رویه‌ی آن با ماده‌ی جلادهنده‌ی لاک پوشیده می‌شود. این نوع نقاشی از میانه‌ی سده‌ی یازدهم هجری متداول شد. در ابتدا نقوش گل و بلبل، تک‌چهره‌ی زنان و یا چند پیکر با منظره‌ای در پس‌زمینه، از موضوعات رایج بودند، لکن بعدها قطعات تذهیب و خوشنویسی نیز به ترکیب‌بندی‌های تصویری افزوده شدند (پاکباز، ۱۳۸۷: ۱۴۹-۱۵۰). نوع دیگری از طبیعت‌سازی در دوره‌ی قاجار رایج بود که گل و بلبل نامیده می‌شد. این قسم ترکیب‌بندی‌ها برای مزین کردن دیوان‌ها، جلد‌ها، آینه‌ها و قلمدان‌های لاک‌ی به کار می‌رفت (کن‌بای، ۱۳۹۱: ۱۲۳ و ۱۲۵).

### منابع

- ابوالحسنی، سیدرحیم (۱۳۸۷): «مؤلفه‌های هویت ملی با رویکردی پژوهشی»، *فصلنامه سیاست*، دوره ۳۸، ش ۴، صص ۱-۲۲.
- ----- (۱۳۸۸): «سازگاری هویت‌ها در فرهنگ ایرانی (مطالعه موردی: شهروندان تهرانی)»، *فصلنامه سیاست*، دوره ۳۹، ش ۲، صص ۲۳-۴۹.
- احمدی، بابک (۱۳۹۱): *از نشانه‌های تصویری تا متن (به سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری)*، تهران: مرکز.

- احمدی‌پور، زهرا؛ حیدری موصلو، طهمورث؛ لشگری، احسان (۱۳۸۹)؛ «جهانی شدن و هویت ایرانی»، *نشریه تحقیقات کاربردی علوم اجتماعی*، ش ۱۸، صص ۸۵-۱۰۵.
- افروغ، محمد؛ براتی، بهاره (۱۳۹۲)؛ «عناصر و نمادهای هویت اسلامی در قالی ایرانی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۵۳، س ۱۴، ش ۱، صص ۱۲۲-۱۴۲.
- افروغ، محمد؛ نوروزی طلب، علیرضا (۱۳۸۹)؛ «هویت ایرانی اسلامی در فلزکاری عصر صفوی با تأکید بر کتیبه‌های موجود بر روی آثار فلزی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۴۴، س ۱۱، ش ۴، صص ۷۴-۱۰۰.
- اللهیاری، فریدون؛ عابدین‌پور، وحید (۱۳۸۹)؛ «علل تحول خوشنویسی و پیوند آن با هویت ایرانی در دوره تیموری»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۴۳، س ۱۱، ش ۳، صص ۱۶۰-۱۸۴.
- الکساندر، ویکتوریا (۱۳۹۰)؛ *جامعه‌شناسی هنرها (شرحی بر اشکال زیبا و مردم‌پسند)*، اعظم راودراد، تهران: فرهنگستان هنر.
- باقری خلیلی، علی اکبر (۱۳۸۹)؛ «هویت فرهنگی در غزلیات حافظ شیرازی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۴۳، س ۱۱، ش ۳، صص ۵۰-۷۱.
- پاکباز، رویین (۱۳۸۷)؛ *نقاشی ایرانی (از دیرباز تا امروز)*، تهران: زرین و سیمین.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۷۹)؛ «تحلیل جامعه‌شناختی هویت ملی در ایران و طرح چند فرضیه»، *فصلنامه مطالعات ملی*، دوره ۲، ش ۵، صص ۱-۴۳.
- راودراد، اعظم (۱۳۸۸)؛ «نگاهی جامعه‌شناسانه به فیلم‌های ابراهیم حاتمی‌کیا»، *فصلنامه جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، دوره ۱، ش ۱، صص ۹۷-۱۲۶.
- رشیدی، حسن؛ امینی، شهلا (۱۳۹۱)؛ «هویت ایرانی در شعر کردی با تأکید بر اشعار شاعران معاصر: هزار و هیم»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۵۱، س ۱۳، ش ۳، صص ۱۱۴-۱۳۲.
- رضایی، سیدمحمد؛ جوکار، محمدصادق (۱۳۸۸)؛ «بازشناسی هویت ملی در قانون اساسی جمهوری اسلامی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۴۰، س ۱۰، ش ۴، صص ۵۳-۸۸.
- روحانی، مسعود؛ عنایتی قادیکلایی، محمد (۱۳۸۹)؛ «مؤلفه‌های هویت ملی در شعر معاصر (مطالعه‌ی موردی شعر محمدرضا شفیعی کدکنی)»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۴۲، س ۱۱، ش ۲، صص ۱۰۶-۱۲۶.
- زاویه، سعید؛ عزیززی، سیده مهدیه (۱۳۹۲)؛ «تصاویر کتاب‌های درسی و رابطه‌ی آن‌ها با هویت ملی و دینی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۵۶، س ۱۴، ش ۴، صص ۱۴۰-۱۲۲.
- سجودی، فرزانه (۱۳۹۰ الف)؛ *نشانه‌شناسی کاربردی (ویرایش دوم)*، تهران: علم.
- ----- (۱۳۹۰ ب)؛ *نشانه‌شناسی: نظریه و عمل*، تهران: علم.
- شریعتی مزینانی، سارا؛ مدرس صادقی، مریم (۱۳۹۰)؛ «بازنمایی زن در آثار زنان نقاش معاصر ایران (با تأکید بر نگاه جنسی بر زن)»، *فصلنامه جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، دوره ۳، ش ۲، صص ۳۵-۵۴.
- علم، محمدرضا؛ جودکی، محمدعلی (۱۳۸۸)؛ «مؤلفه‌های هویت ملی در دیوان عارف قزوینی»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۳۹، س ۱۰، ش ۳، صص ۱۶۰-۱۷۷.
- کن‌بای، شیلا (۱۳۹۱)؛ *نقاشی ایرانی*، مهدی حسینی، تهران: دانشگاه هنر.
- گل محمدی، احمد (۱۳۹۱)؛ *جهانی شدن، فرهنگ، هویت*، تهران: نی.
- محمدی، جمال (۱۳۹۰)؛ «تحلیل جامعه‌شناختی تعامل قهرمان و زندگی روزمره در سینمای مسعود کیمیایی»، *فصلنامه جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، دوره ۳، ش ۲، صص ۹۹-۱۲۳.
- محمودی، فتنه؛ طاووسی، محمود؛ فرهنگی، علی اکبر (۱۳۸۸)؛ «تجلی هویت ملی در هنر ایران با رویکرد به مضامین نقشمایه‌های تزئینی در سقائفارها در مازندران»، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۳۷، ش ۱، صص ۷۶-۹۷.
- مرشدی‌زاده، علی؛ کشاورز شکر، عباس؛ زمانی، صالح (۱۳۹۱)؛ «بازنمایی هویت دینی در سینمای پس از انقلاب اسلامی»، *فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، دوره ۱۳، ش ۱۸، صص ۵۹-۸۱.