Rasanch \ A Quarterly Journal of Media Studies and Research
http//qjmn.farhang.gov.ir DOI: 10.22034/bmsp.2023.350931.1755
Research paper Received: 08/07/2022
Vol. 35, No. 2, Summer 2024, Issue 4 Accepted: 13/06/2023

Analysis of Coexistence and Substitution of Written and Pictorial Signs in Persian Logos of Children's Program

Hossein Abeddoost: Associate Professor, Visual Communication Department, Faculty of Art and Architecture, Guilan University (corresponding author), Rasht, Iran. **email:** habeddoost@guilan.ac.ir

Ziba Kazempoor: PhD in Art Research, Faculty of Art and Architecture, Faculty of Art and Architecture, Guilan University, Rasht, Iran. **email:** zkazempoor@yahoo.com

The film logo is a sign that, in addition to conveying written concepts, also has visual and aesthetic aspects. The current research seeks to answer the question of what is the relationship between visual and written signs in the integrated logotypes of the children's program and what role do these relationships play in the meaning transfer process. The aim of the research is to analyze the relationships of coexistence and substitution of visual and written signs in these logotypes and to describe their referential function with the content of the film. The research method is descriptive and analytical. The method of collecting the materials is a combination of the library method through taking samples and reading pictures and field observations through providing an open questionnaire and interviewing children. The analysis of the findings is qualitative. The findings of the research show that the relationship of coexistence and substitution of written and pictorial signs in logotypes of children's programs can be identified in a special way. The coexistence of these signs strengthens its unfamiliarity and uniqueness, and the result is creating visual appeal and differentiation compared to other logotypes. In some cases, these relationships affect the readability of the logo. Substitution relationship occurs when some signs of the movie or its content replace the letters of the logo, and the simultaneous reading of the text and its visual understanding is done for the child audience according to the content of the movie.

Keywords: Cohabitation Relationship, Substitution Relationship, Pictorial Signs, Written Signs, Persian Logotype, Children's Program.

How to cite this paper: Abeddoost, H., & Kazempoor, Z. (2024). Analysis of Coexistence and Substitution of Written and Pictorial Signs in Persian Logos of Children's Program. *Rasaneh*, 35(2), 133-156. **[In persian]**

رسانه / فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی
Rasanch
نوع مقاله: پژوهشی
DOI: 10.22034/bmsp.2023.350931.1755
http//qjmn.farhang.gov.ir
Vol. 35, No. 2, Summer 2024

تحلیل هم‌نشینی و جانشینی نشانه‌های نوشتاری و تصویری در لوگوهای فارسی برنامهٔ کودک

نوشتهٔ
حسین عابددوست*
زیبا کاظم‌پور**

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۷
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۲۳

چکیده

لوگوی فیلم یک نشـــانه اســـت که علاوه بر انتقال مفاهیم نوشـــتاری از جنبه‌های بصری و زیبایی‌شـــناختی نیز برخوردار اســـت. تحقیق حاضر در پی پاسخ به این پرسش اســـت که رابطهٔ نشانه‌های تصویری و نوشتاری در لوگوتایپ (نشانه‌نوشته)های تلفیقی برنامهٔ کودک چگونه است و این روابط در فرایند انتقال معنا چه نقشی دارند. هدف تحقیق، تحلیل روابط هم‌نشینی و جانشینی نشانه‌های تصویری و نوشتاری در این لوگوتایپ‌ها و توصیف کارکرد ارجاعی آن‌ها با محتوای فیلم است. روش تحقیق توصیفی تحلیلی است. روش گردآوری مطالب ترکیبی از روش کتابخانه‌ای از طریق فیش‌برداری و تصویرخوانی و مشـــاهده‌های میدانی از طریق ارائهٔ پرسش‌نامهٔ باز و مصاحبه با کودکان اســـت. تجزیه‌تحلیل یافته‌ها کیفی است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد رابطهٔ هم‌نشینی و جانشـــینی نشانه‌های نوشتاری و تصویری در لوگوتایپ‌های برنامهٔ کودک به‌شکل ویژه‌ای قابل شناسایی است. هم‌نشینی این نشانه‌ها وجه آشـــنایی‌زدایی و منحصربه‌فرد بودن آن را تقویت می‌کند و نتیجهٔ آن ایجاد جذابیت بصری و تمایز نسبت به سایر لوگوتایپ‌هاست. در مواردی این روابط، خوانایی لوگو را تحت تأثیر قرار می‌دهد. رابطهٔ جانشینی زمانی رخ می‌دهد که نشانه‌هایی از فیلم یا محتوای آن، جایگزین حروف لوگو می‌شود و خوانش هم‌زمان نوشتار و درک تصویری آن با توجه به محتوای فیلم برای مخاطب کودک صورت می‌گیرد.

کلیدواژه: رابطهٔ هم‌نشـــینی، رابطهٔ جانشـــینی، نشـــانه‌های تصویری، نشـــانه‌های نوشـــتاری، لوگوتایپ (نشانه‌نوشته) فارسی، برنامهٔ کودک.

* دانشیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان (نویسنده مسئول)، رشت، ایران
habeddoost@guilan.ac.ir

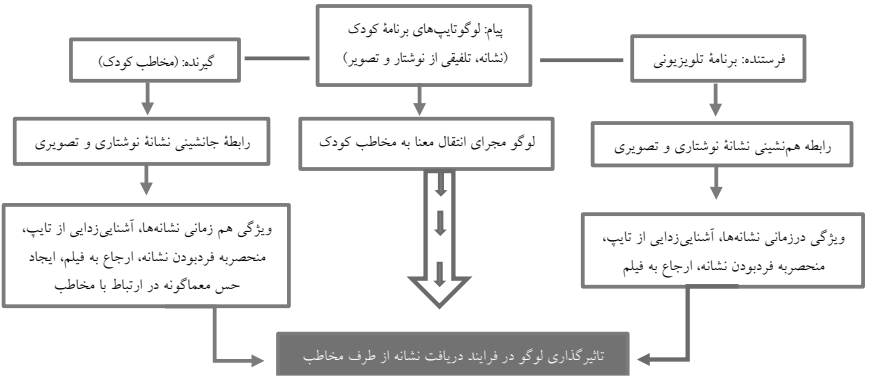
** دکتری پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران
zkazempoor@yahoo.com

نحوهٔ اســـتناد به این مقاله: عابددوست، حسین و کاظم پور، زیبا (۱۴۰۳). تحلیل هم‌نشینی و جانشینی نشانه‌های نوشتاری و تصویری در لوگوهای فارسی برنامه کودک. رسانه، ۳۵(۲)، ۱۳۳ ـ ۱۵۶ .

مقدمه

استفاده ترکیبی از سیستم‌های نشانه‌ای مختلف از لحاظ زبانی ـ تصویری، منجر به ایجاد پیام‌هایی با پیچیدگی نشانه‌شناختی خاص می‌شود. امروزه فناوری‌های نوین ارتباطی، تأثیرات متمایزی بر کودکان دارد و غلبهٔ اطلاعات بصری بر سایر پیام‌ها افزایش یافته و ترجیح نمادهای گرافیکی و نفوذ آن در بیان هنری کودکان اثبات شده است (سوپساکوا[1]، ۲۰۱۷: ۶). تجزیه‌وتحلیل پیام‌های نشانه‌های تصویری و نوشتاری، امکان درک عمیق‌تری از قدرت اغواکنندهٔ ویژهٔ زبانی (نوشتاری) / تصویری را نشان می‌دهد و همچنین میزان بهره‌گیری‌های مختلف از منابع نشانه‌ای در فرایند انتقال پیام‌ها را فراهم می‌کند (اسکات[2]، ۱۹۹۳: ۱۰۷). پژوهش حاضر متمرکز بر تحلیل لوگوتایپ‌های فیلم‌های کودکانه است تا نظام نشانه‌ای نوشتار و تصویر در این آثار را مورد بررسی قرار دهد و ساختار غالب چیدمان تصویر و نوشتار را در منتخبی از لوگوهای برنامه کودک بیان کند. لوگوتایپ‌ها (آرم‌های نوشتاری)، نشانه‌هایی هستند که از عناصر زبانی در طراحی آن‌ها استفاده شده است (پهلوان، ۱۳۸۱: ۳۳). این یک تمهید بصری است که آرم‌های نوشتاری با عناصر تجسمی مانند بافت و رنگ به شکل هدفمند درآمیزد و علاوه بر ویژگی تمایز و پرهیز از تکرار، تأثیرگذاری آرم بر اساس وجه شمایلی که یافته بیشتر شود. گاهی لوگو با یکپارچه‌سازی نشانه‌های تصویری و نوشتاری، شکلی فریبنده را در برابر قوای بصری مخاطب می‌گشاید و از یک نشانه صرف، توسعه‌یافته و به نشانهٔ انحصاری تبدیل می‌شود (سوشر[3]، ۱۹۲۲: ۳۶). نشانه‌ای که در خلال تکرار برای مخاطب، تبدیل به تصویری می‌شود که نیازی به خواندن آن نیست. گاهی طراحان، اساس طراحی نام برنامه‌های کودک را نشانه‌های نوشتاری قرارداده‌اند که حروف به شکلی خطی و همنشین یا به‌صورت جانشین، با نشانه‌های تصویری همراه شود که در این صورت هویت مستقل نوشتار و تصویری، سویه‌ای اشتراکی یافته و نشانه‌ای را خلق می‌کند که نه فقط نوشتاری و نه فقط تصویری است. در این پژوهش این تمهید و روابط حاصل از حضور نشانه‌های زبانی و تصویری در لوگوتایپ‌های[4] برنامه‌های کودک بررسی می‌شود. پرسش اصلی تحقیق حاضر این است که نشانه‌های زبانی (نوشتاری) و تصویری در آرم‌های برنامهٔ کودک فرایند انتقال معنا را از طریق چه روابطی هدایت می‌کنند و چه تمهیدهای بصری در خلق این نشانه‌های منحصر به‌فرد به‌کار رفته است.

1. Supsakova
2. Scott
3. Saussure
4. Logotype



نمودار ۱. رابطهٔ هم‌نشینی و جانشینی نشانه‌های نوشتاری و تصویری در لوگوهای فارسی برنامهٔ کودک

پیشینهٔ پژوهش

با توجه به بدیع‌بودن موضوع این مقاله در حوزه‌های مختلف می‌توان پیشینه‌های مرتبط را مورد توجه قرار داد. آنسورث[1] (۲۰۱۴) در مقالهٔ "تحلیل ظرفیت‌های نشانه‌شناختی تایپوگرافی کتب مصور انگلیسی و ترجمهٔ آن" بر این نکته تأکید دارد که انتخاب فونت با ارزیابی شخصیت‌های مختلف در متن و تصویر کتب مصور ارتباط دارد. گلدن و گربر[2] (۱۹۹۰) در مقالهٔ "منظر نشانه‌شناسی در متن" به کاوش در ماهیت کتاب داستان مصور از منظر نشانه‌شناسی پرداخته‌اند و ابعاد متن، منشأ کلامی، تصویری و نشانه‌هایی اجرایی را در فهم کودک از متن تأثیرگذار دانسته‌اند. استخریان و همکاران (۱۳۹۸) در مقالهٔ "تقابل روابط محورهای هم‌نشینی و جانشینی و دگرگونی آن در نسبت با نقش رسانه‌ای شاهنامه‌نگاری مکتب نگارگری شیراز" به این نتیجه رسیده‌اند که عناصر هم‌نشینی در نگاره‌ها از بعد زمانی برخوردارند. بری گونتر و جیل مک آلر[3] (۱۳۸۰). در کتاب کودک و تلویزیون با تحلیل محتوایی آثار تلویزیونی، شیوه‌های یادگیری کودکان از تلویزیون را هوشیارانه و متأثر از سطح آگاهی بینندگان درگیر شناخته‌اند. مایرمسنجر[4] (۱۳۹۴) در کتاب کودکان، رسانه‌ها و فرهنگ به تأثیر رسانه و کودک و ایجاد فرهنگ در ساختار ذهنی کودکان از طریق ساخت برنامه‌های تلویزیونی پرداخته است. عابددوست (۱۳۹۹) در مقالهٔ "تجزیه‌وتحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان با تأکید بر نشانه‌های ارجاعی و شکل‌گردانی" مواجههٔ کودک با نشانه‌های شکل‌گردانی و ارجاعی را در آرم‌های مربوط به

1. Unsworth
2. Golden & Gerber
3. Gunter & Mcaleer
4. Máire Messenger

کودکان تحلیل کرده است. با توجه به بررسی‌های انجام‌شده هیچ یک از پژوهش‌های پیشین به بررسی رابطهٔ هم‌نشینی و جانشینی نشانه‌های نوشتاری و تصویری در لوگوهای تلفیقی فارسی برنامهٔ کودک نپرداخته‌اند.

مفاهیم نظری تحقیق

لوگوی تلفیقی. لوگو یا آرم، معرف محصول یا خدمات است و از لحاظ اندیشه و ایدئولوژی مهر محصول است (صراحی و مولایی، ۱۳۹۸: ۱۰). لوگوهای تلفیقی یا لوگومیکس از تلفیق عناصر شمایلی و نوشتاری ساخته شده‌اند (پهلوان، ۱۳۸۱: ۳۲). تلفیق نشانهٔ تصویری با نوشتاری یا قرارگیری آن‌ها در کنار هم یا به‌جای یکدیگر، هیئت کلی لوگو را تشکیل می‌دهد. در این صورت این امکان وجود دارد که هنگام خواندن متن، توجه بیشتری به ویژگی‌های شکلی نوشتار شود و نوشتار ارتباطات را تسهیل کند (ولاسکو، هایندمن و اسپنس[1]، ۲۰۱۶: ۶). در این فرایند، زبان نوشتاری، نه‌تنها به‌عنوان مجرای روایت کلامی، بلکه به‌عنوان عنصر بصری و منبع نشانه‌شناختی مورد توجه است (سرافینی و کلاوزن[2]، ۲۰۱۲: ۱). لوگوتایپ باید دو جنبه نوشتاری و تصویری را همزمان و در یک نظر منتقل کند و آن‌هم به‌گونه‌ای که این دو به تقویت متقابل یکدیگر کمک کنند(دالوند، ۱۳۸۶: ۱۲۷). در مواردی می‌توان شکلی از مفهوم‌گرایی را در طرحی حروف مطرح کرد (گاسلینگ[3]، ۲۰۲۰: ۱۱). نوشتار با ادغام تصویری انعطاف‌پذیری خود را نشان می‌دهد (وایت، ۱۳۹۳: ۲۱) و علاوه بر القای مفاهیم مرجع آن، امکان منحصربه‌فرد شدن و آشنایی‌زدایی برای آن فراهم می‌شود. تمهید آشنایی‌زدایی در طراحی لوگو یکی از نکته‌های مورد توجه در تحلیل آرم‌های برنامهٔ کودک است. بر این مبنا که خوانایی اثر، بیشتر تحت‌تأثیر مبارزه با چیزهایی است که مخاطب به دیدن آن عادت کرده و مانوس شده است (وایت[4]، ۱۳۹۳: ۱۲۱). در نتیجه وقتی طراحان و هنرمندان، حروف را از شکل‌های معمول تغییر می‌دهند، فرم‌های انتزاعی نوشتار خلق می‌شود و به شکل تایپوگرافی (نوشته‌نگاری) به ابزاری تأثیرگذار تبدیل می‌شود (سلنتیس[5]، ۱۳۹۲: ۱۸۴). این امکان وجود دارد که حروف در فرایند طراحی با زمینهٔ فرهنگی و یا مرجع آن مطابقت پیدا کند و از طرفی تأثیرگذاری آن و قابلیت به یادسپاری آن را تحت‌تأثیر قرار دهد (مارتین[6]، ۲۰۰۲: ۱۲). ویژگی‌های نوشتار می‌تواند تثبیت‌کنندهٔ معنای پیام آن باشند. بنابراین فرم لوگوی طراحی‌شده ارتباط نزدیکی با ویژگی‌های محتوایی و حسیِ فیلم دارد.

1. Velasco, Hyndman & Spence,
2. Serafini & Clausen,
3. Gosling
4. White
5. Selentis
6. Martin

رابطـهٔ هم‌نشـینی[1] و جانشـینی[2]. یکـی از تقابل‌هـای دوگانه کـه در نظریهٔ زبان‌شناسـی سـاخت‌گرای سوسوری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار اسـت تقابل دو نوع رابطه، یعنی روابط هم‌نشـینی و روابط متداعی[3] در زبان اسـت. به‌نظر سوسور، از یک‌سو واژه‌ها در گفتار، به دلیل توالـی، روابطی را میان خود برقرار می‌کنند که بر بنیاد ویژگی خطی و یک بعدی زبان اسـتوار است و از سوی دیگر در خارج از چارچوب گفتار واژه‌هایی که وجه مشترک دارند، در حافظه بـا یکدیگر ارتباط می‌یابند؛ این نوع روابط را متداعی می‌نامند. رابطهٔ متداعی، عناصر غیابی را در یک زنجیرهٔ بالقوهٔ ذهنی به‌هم می‌پیوندد (سـجودی، ۱۳۸۷: ۵۴ ـ ۵۶). سوسور عرصهٔ روابط هم‌نشین را حضور مادیت و تحقق عینی و بالفعل زبان می‌داند. در الگوی هم‌نشینی هر یک از نشـانه‌ها در ارتباط با نشانه‌های قبل و بعد خود دریافت می‌شوند. در الگوی جانشینی نشانه‌ها در حافظهٔ انسـان با یکدیگر ترکیب می‌شـوند (هوارث[4]، ۱۳۸۶: ۱۹۲). در تحلیل جانشینی هر آنچه غایب اسـت و در ذهن تداعی می‌شـود و یا می‌تواند جانشین وضعیت فعلی شود، مورد تحلیل قرار می‌گیرد (یزدانی، ۱۳۹۶: ۱۰۲). روابط مذکور که بیشـتر در حوزهٔ زبان‌شناسی مورد تحلیـل قرار می‌گیرد در این پژوهش در زمینهٔ ارتباط نشـانه نوشـتاری و تصویری در لوگوی فیلم‌های کودکانه مطرح شده است.

در این پژوهش، لوگوهای تلفیقی برنامه‌های کودک که حضور نشانه‌های تصویری و زبانی (نوشـتاری) را بازنمایی می‌کند، مورد تحلیل نشانه‌شناسی قرار گرفته و رابطهٔ درزمانی و خطیِ هم‌نشینی نشانهٔ تصویری و نوشتاری و نیز رابطهٔ جانشینی و غیابی آن مورد نظر قرار می‌گیرد. وجود ویژگی‌های ارجاعی نشانهٔ تصویری به شخصیت‌های تلویزیونی در راستای ارتباط بهتر مخاطب نشانه تلفیقی نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد. کارکرد ارجاعی نشانه‌ها، نظامی مشتمل بر مدلول‌های آشـنا هسـتند. هدف از کارکرد ارجاعی نشانه، انتقال اطلاعات اسـت (چندلر[5]، ۱۳۸۷: ۲۶۰). در این کارکرد، جهت‌گیری پیام به‌سوی موضوع پیام است.

روش تحقیـق. روش تحقیق توصیفی تحلیلی اسـت. روش گـردآوری داده‌ها کتابخانه‌ای از طریق فیش‌برداری و تصویرخوانی اسـت. روش تجزیه تحلیل داده‌ها کیفی است. برخی از داده‌ها به شـیوه کیفی و اسـتدلال منطقی مورد بررسـی قرار گرفته و با شواهد توصیفی مقایسه می‌شـود. نظریه‌های تئوری درک تصویر به شکل عمیق برای لوگوهای کودک مورد مطالعه قرار گرفت. تصاویر از طریق عکاسی از عناوین فیلم‌های پخش‌شده از شبکهٔ پویا و نهال گردآوری شـده اسـت. از میان ۵۰ نمونه آرم تلفیقی برنامهٔ کودک، ۱۳ نمونه به شکل انتخابی با محوریت

1. Syntagmatic relations
2. Paradigmatic relations
3. Diachronique
4. Howarth
5. Chandler

حضور نشانه‌های تصویری و نوشتاری که در آن‌ها رابطهٔ جانشینی و هم‌نشینی به‌کار رفته است، انتخاب شـده‌اند و دسته‌بندی آن‌ها بر اساس وجود رابطهٔ هم‌نشینی و جانشینی میان نشانه‌های نوشـتاری و تصویری صورت گرفته اسـت. نمونه‌های مذکور تصاویری با ویژگی ارجاعی به زمینهٔ فیلم داشته‌اند.

تحلیل رابطهٔ هم‌نشینی و جانشینی در لوگوهای تلفیقی برنامه کودک

در تحلیل‌های پیش رو سـعی بر این اسـت که رابطهٔ هم‌نشینی و جانشینی نشانه‌های تصویری و نوشـتاری در این لوگوهای تلفیقی بررسی شود. از طرفی اهمیت ارجاع نشانه‌های تصویری به فیلم نیز بیان شود.

هم‌نشینی نشانه‌های نوشتاری و تصویری مستقل با ارجاع به فیلم

روابط هم‌نشینی نشانهٔ نوشتاری و نشانهٔ شمایلی در آرم‌های برنامه کودک آشکار است. از این حیث یک متن نوشـتاری ـ تصویری یا لوگوتایپ تلفیقی این برنامه‌ها را می‌توان برخوردار از اجزای متعددی تلقی کرد که در راسـتای وابسـتگی به روابط متفاوت به‌نحوی ساختارمند در کنار یکدیگر قرار رفته و یک کل منسـجم و واحد را شـکل می‌دهند. بنابراین محور هم‌نشینی راهکاری اسـت که امکان مطالعهٔ روابط سـاختاری متن نوشـتاری یک لوگو را، در وابستگی بـه اجزا ممکن می‌کند. روابط همنشـینی و جانشـینی، اصطلاحی اسـت کـه در تحلیل‌های زبان‌شـناختی به‌کار می‌رود. در زبان‌شناسی سوسـور، رابطهٔ هم‌نشینی یا زنجیره‌ای، حضوری اسـت. عرصهٔ روابط هم‌نشـین، حضور، مادیت و تحقق عینی اسـت. روابط هم‌نشینی اغلب روابطی زنجیره‌ای و دارای توالی زمانی اسـت اما می‌توان از روابط هم‌نشین مکانی نیز سخن گفت. سوسور معتقد است نشانه‌های دیداری می‌توانند هم‌زمان از بیش از یک بعد بهره گیرند. چندلر می‌نویسد «روابط همنشین مکانی را می‌توان در نظام‌های نشانه‌ای طرح، نقاشی و عکس مشـاهده کرد» (سـجودی، ۱۳۸۷: ۵۶ ـ ۵۷). در طراحی لوگوهای تلفیقی برنامه‌های فارسـی کودک این روابط به‌سـادگی قابل شناسایی است.

تصویـر ۱ لوگوی برنامه تلویزیونی "نیک و نیکو" را نشان می‌دهد. در اینجا نشانهٔ نوشتاری با نشانهٔ تصویری هم‌نشـین شده اسـت و این چیدمان به شکلی است که هر دو دسته نشانه، هویت مستقل خود را حفظ کرده‌است. خوانش متن از راست به چپ و طی زنجیـره‌ای متوالی صورت می‌گیرد و نشانه تصویری با قرارگیری بر انتهای کلمه "نیکو"

تصویر ۱. رابطهٔ هم‌نشینی نشانهٔ تصویری و نوشتار در لوگو تلفیقی برنامهٔ نیک‌ونیکو

نوعی هم‌نشینی مکانی با نوشتار را تداعی می‌کند (تصویر ۱). این تمهید زمینه تأثیرگذاری لوگو بر مخاطب را فراهم می‌کند. روابط درزمانی و خطی ویژگی بارز اثر است، در واقع هم‌نشینی نشانهٔ تصویری و نوشتاری و وحدت میان اجزاء آن از طریق روابط رنگی و نیز ارجاع به مفهوم فیلم، تمهیدهای طراح، جهت ایجاد ارتباط نوشتار با مخاطب است. باید توجه داشت روش‌هایی در طراحی نوشتار به‌کار می‌رود که در آن شکل متون نوشتاری حسی متمایز را به‌وجود می‌آورد (سالن[1]، ۲۰۰۱: ۱۳۲). نوشتار از طراحی حروف ساده متفاوت شده است و حضور نشانه تصویری، ویژگی انحصاری به اثر بخشیده است که از آن می‌توان به‌عنوان آشنایی‌زدایی یاد کرد. این یک اصل است که رنگ یک منبع نشانه‌شناختی نوشتار است (ون لیوون[2]، ۲۰۱۱: ۱۱). وزن و افزایش سطح نوشتار بر تأثیرگذاری بصری آن می‌افزاید (ماچین[3]، ۲۰۰۷). رنگ با عطرها، سلیقه‌ها، صداها و درجه حرارت‌های خاص همراه است (لگر[4]، ۱۹۴۳: ۴۰). در این تصویر رنگ قرمز می‌تواند طعم شیرینی را به تایپ ببخشد. رنگ زرد ویژگی ارجاعی به گرمای رنگ عسل دارد و شکل‌های گرد حروف نیز طعم شیرینی را در نوشتار تقویت می‌کند. تمامی طیف‌های بین زرد و قرمز و نارنجی رنگ‌های گرمی هستند که در این تصویر منجر به ایجاد حس گرما در نوشتار می‌شوند. رنگ زرد از روشن‌ترین رنگ‌هاست و تأثیر آن به‌صورت شادمانی آشکار است (لوشر[5]، ۱۳۷۶: ۸۷) و هماهنگی تأثیرات حسی آن با شادمانی زنبور "نیکو" قابل توجه است. بنابراین تمامی کیفیت‌های بصری نوشتار ویژگی نشانه‌شناختی دارد. باید توجه داشت نشانه‌های نوشتاری پیام‌های زبانی و احساسات بصری را به مخاطب منتقل می‌کنند و تفسیر نشانه در ذهن مخاطب از منظر نشان‌شناسی ریشه در ذات انسان دارد (چندلر، ۲۰۰۲: ۲۱). چندلر معتقد است قرارگیری نشانه در جهت بالا مفهوم خوب بودن، شادی و عقلانیت را می‌تواند تداعی کند (چندلر، ۱۳۸۷: ۱۳۴). در این تصویر چهرهٔ شادمان نیکو با هم‌نشینی مکانی آن در بالای نوشتار مفاهیم ضمنی را تداعی می‌کند. بر مبنای نظر چندلر، روابط مکانی نشانه‌ها از نظر معناشناختی خنثی نیستند و حاوی دلالت‌های ضمنی‌اند (چندلر، ۱۳۸۷: ۱۲۶). روابط هم‌نشینی مکانی به موضوعاتی چون، بالا/پایین، جلو/عقب، نزدیک/دور، چپ/راست، شمال/

تصویر ۲. رابطهٔ هم‌نشینی نشانه‌ها در لوگوی تلفیقی برنامهٔ پینگو

1. Salen
2. VanLeeuwen
3. Machin
4. Léger
5. Luscher

تصویر۳. رابطهٔ هم‌نشینی نشانه‌ها در لوگو تلفیقی برنامهٔ پاشوپاشو کوچولو

جنوب، شـــرق/غرب، و درون/بیـــرون (یا مرکز و پیرامون) مربوط می‌شوند که در این نمونهٔ تصویری رابطـــه هم‌نشـــینی مکانی بالاوپاییـــن در طراحی نوشتار و تصویر به‌چشم می‌خورد (چندلر،۱۳۸۷: ۱۳۸). مطالعهٔ روابط هم‌نشـــینی نشان می‌دهد که قراردادها یـــا قواعد ترکیـــب، تحت‌تأثیر تولید و تفســـیر محتوای فیلم قرار دارنـــد. بنابراین محور هم‌نشـــینی، بر هم‌نشـــین‌کردن عنصـــری با عنصر دیگر تکیه داشـــته است (اســـکولز[1]، ۱۳۸۳: ۳۸). در اینجا شـــخصیت‌پردازی اصلی برنامه متمرکز بر "نیکو"، یک زنبور، است. زنبور همواره در حالِ پرواز است، بنابراین قرارگیری آن در بالای نوشـــتار منطقی اســـت. در این مورد نوشـــتار به‌لحاظ رنگ و طراحی نیز مفهوم فیلم را تداعی می‌کند و کیفیتی بیانگر می‌یابد. رنگ بدن نیکو و رنگ نوشتار هر دو زرد است و اشاره به رنگ عســـل دارد. نوشتار با خطوط نرم و روان و دوار طراحی‌شده و سعی شده با کاربرد رنگ قرمز، گرما و کیفیت بصری مطلوب‌تری یابد (تصویر ۱).

در طراحـــی لوگوی تلفیقـــی برنامهٔ "پینگو" نیز ایـــن تمهیدها به‌کار رفته‌اســـت (تصویر۲). شـــخصیت اصلی فیلم یک پنگوئن اســـت. فیلم ســـرزمینی مملو از یخ و سرمای حاکم بر آن را نشـــان می‌دهد. بر این مبنا لوگوی پینگو به رنگ ســـفید و بر زمینه‌ای از رنگ‌های ســـرد آبی و ســـبزآبی مصور شده تا ارجاع ضمنی به محتوای فیلم داشته باشد. رنگ آبی، رنگ بی‌تحرکی و آرامش اســـت. درک حســـی آن به‌نرمی صورت می‌گیرد (ولان[2]، ۱۳۸۲: ۲۱). سفید در مجاورت آبی، سردتر می‌شود. رابطهٔ هم‌نشینی نشانهٔ تصویری سر پینگو با نوشتار نیز بارز است. رابطه‌ای خطی و درزمانی که با فواصل زمانی بالاوپایین و چپ‌وراســـت قابل درک است. سر پنگوئن به شکلی طراحی‌شده که تداعی‌گر خروج آن از زیر قالبی یخ باشد که نشانهٔ پینگو بر آن نوشته شده است. بر این مبنا می‌توان گفت تمهیدِ هم‌نشینی نشانه‌های تصویری مستقل به شکل زنجیره‌ای با نوشـــتار و اســـتفاده از کیفیت‌های روانی و بصری رنگ، تمایز بصری لوگوهای تلفیقی برنامه کودک را نســـبت به تایپ‌های معمول، فراهم می‌کند و آشـــنایی‌زدایی از طراحی ســـادهٔ حروف صورت گرفته اســـت. منحصربه‌فردشـــدن نتیجه این تمایز اســـت. در نهایت، تفسیر نشانه‌ها با کیفیت‌هـــای ارجاعی که به متن فیلم دارند، ممکن می‌شـــود. این عناصر اجزای تشـــکیل‌دهندهٔ لوگوها هســـتند که با توجه به اهمیت نشانه‌شـــناختی آن‌ها، کلیت لوگو را تشکیل می‌دهند. باید

1. Scholes
2. Whelan

توجه داشــت در روابط هم‌نشــینی کل وابسته به اجزا اســت و اجزا وابسته به کل است (سوسور[1]، ۱۳۷۸: ۲۶). روابط هم‌نشین، اهمیت روابط جزء به کل را برجســته می‌کنند (سجودی، ۱۳۸۷: ۵۷). در صورتی‌که نشــانهٔ تصویری ضعیف یا کوچک باشــد کارکــرد آن در تأثیرگــذاری بــر مخاطب تحت‌تأثیــر قرار خواهد گرفــت. در مورد لوگوی پینگو، این نکته حائز اهمیت است.

تصویر ۴. رابطهٔ هم‌نشینی نشانه‌ها در لوگوی برنامهٔ "عروسک‌های دوست‌داشتنی"

روابطــی این چنیــن را در لوگــوی تلفیقی برنامهٔ "پاشوپاشــو کوچولو" و "عروســک‌های دوست‌داشتنی" نیز می‌توان مشاهده کرد (تصویر ۳ و ۴). در این نمونه‌ها یک نشانهٔ تصویری بر فراز یا درون نشانه‌های نوشتاری قرار گرفته‌اند و دارای روابط مکانی‌اند. روابط مکانی فاصلهٔ زمانی خوانش لوگو را به همراه دارد و کیفیتی درزمانی به خوانش می‌بخشــد. در لوگوی برنامه پاشــو پاشــو کوچولو در میان حرف "و" سر دو کودک پســر و دختر تصویرگری شده و کاربرد رنگ‌های ســرد و گرم کودکانه در کنار شــکل دوار و نرم نوشــتار، حس کودکانه آن را تقویت کرده است. تصویر ستاره نیز پایین نوشتار قرار گرفته است (تصویر۳). بنابراین ضرباهنگ‌های خوانش درزمانی و رنگین بودن حروف، هویت ســازمانی ویژه‌ای به حروف می‌بخشد و آن را از نشانهٔ نوشتاری صرف، متمایز و منحصربه‌فرد می‌سازد.

لوگوی عروســک‌های دوست‌داشــتنی نیز، بالاپریدن کودکانه و حس بازی را با قرارگیری تصویر عروســک بر روی نوشتار نشان می‌دهد. شخصیت‌ها ارجاع به متن فیلم دارند. بنابراین ارتبــاط قوی‌تــری با مخاطب فیلم برقــرار می‌کنند. این قاعدهٔ کلی وجــود دارد که در همهٔ این نمونه‌ها طراحان سعی داشته‌اند با آشنایی‌زدایی از شکل‌های طراحی حروف و هماهنگی آن با موضوع و درون‌مایه فیلم، حس انحصاری به نوشتار ببخشند. این نحوه از ایجاد رابطه، ذهن را به‌سوی روابط درون‌متنی هدایت می‌کند. درون متنیت به روابط درونی که در داخل متن وجود دارند، می‌پردازد. در این نمونه‌ها حرکت بصری از طریق ایجاد روابط بالا، پایین، چپ، راست و نیز شیوهٔ طراحی فونت بارز است. به شکلی که حس کودکانه نوشتار را تقویت می‌کند. حرکت در طراحی نوشتار از اهمیت بسزایی برخوردار است.(ون لیوون،۲۰۰۶: ۱۴۱ و جانسن[2]،۲۰۱۳). این حس بازی در لوگوی عروسک‌های دوست‌داشتنی بیشتر به‌چشم می‌خورد.

1. Saussure
2. van Leeuwen & Johnson

رابطهٔ جانشینی نشانه‌های نوشتاری و تصویری مستقل

روابط جانشـینی زمانـی رخ می‌دهد کـه امتداد خطی یـا زمانـی میان عناصـر دیده نمی‌شـود. جانشینی رابطه‌ای غیابی است و عناصر غیابی در یک زنجیرهٔ بالقـوهٔ ذهنی به‌هم می‌پیوندند. رابطهٔ جانشـینی یا متداعی را رابطـه‌ای هم‌زمان تعبیر کرده‌اند (سـجودی، ۱۳۸۷: ۵۷). محور جانشینی یعنی جسـت‌وجوی مجموعه‌ای از دال‌ها که در متن یا اثر غایب اسـت. تحلیل جانشـینی شامل مقایسـهٔ هر کـدام از دال‌های حاضـر در متن با دال‌های غایبی است که در موقعیتی مشابه امکان انتخاب آن‌ها به‌جای دال حاضر وجود داشته اسـت. در این صورت در محور جانشینی با مجموعه‌های متعددی ارتباط برقرار می‌شود که از هر کدام فقط یک گزینه به داخل متن یا اثر راه یافته است (یزدانی، ۱۳۹۶: ۱۰۲). جانشین‌شدن دالـی به‌جـای دال دیگر، منجر به غیاب دال اولیه‌ای می‌شـود که گرچه قابل رؤیت نیسـت اما به‌واسـطهٔ دال ثانویه، وجه بیانگری آن قابل درک و دریافت اسـت. یکی از مشخصات آنچه که اکنون روابط جانشـینی می‌نامیم این اسـت که در تقابل با روابط هم‌نشـینی، چنین روابطی در غیاب برقرارند، دال‌هایی که همگی عضو یک مجموعه جانشـینی هسـتند و فقط یکی از آن‌ها در متن حضور دارند. با این تفاسـیر، محور جانشـینی نیز مبتنی بر جانشـین‌کردن یک تصویر به جای وضعیت قبلی اسـت (اسـکولز، ۱۳۸۳: ۳۸). در طراحی لوگـوی برنامه‌های کودک نیز جایگزینی یک تصویر به‌جای نوشتار به‌کار رفته است و آن زمانی است که خواننده در خوانش متوالی حروف، ناگهان به نشـانه تصویری برمی‌خورد که به‌جای نوشـتار قرار گرفته اسـت. در برخی موارد هویت این نشانهٔ تصویری، مستقل از نوشتار و تداعی‌کننده شکل غیابی آن است. لوگوی برنامهٔ "کارگاه گجت" یک نمونهٔ بارز است (تصویر۵). در این لوگو تصویر گجت به‌جای حرف "ا" قرار گرفته است. به‌جای طراحی دو نقطه حرف "ت" کلمه گجت و جهت تداعی مفهوم تیزبینی یک کاراگاه، دو چشم به‌جای دو نقطه ترسیم شده است و به‌جای نوشتار "ه" تصویر یک ذره‌بین قرارگرفته اسـت. طراحی حروف به رنگ زرد و با اندام باریک انجام شـده که با کیفیت اندام کشـیده و لاغر شـخصیت‌های کارتونی فیلم هماهنگ اسـت. این ویژگی‌ها کیفیت‌های بصری و ارجاعی نوشـتار به متن فیلم را نشان می‌دهد. کارکرد ارجاعی نشانه‌ها نظامی مشتمل بر مدلول‌های آشـنا برگرفته از فیلم مرجع هسـتند. هدف از کارکرد ارجاعی نشـانه‌ها، انتقال اطلاعات اسـت (چندلر، ۱۳۸۷). در طراحی این لوگوها، دال‌ها و مدلول‌های آشنا، نشانه‌های تصویری است که ارتباط مستقیم با فیلم دارند. در طراحی لوگوی برنامه "با هم بازی" (تصویر ۶).

تصویر۵. رابطه جانشینی نشانه‌ها در لوگوی برنامهٔ "کارآگاه گجت"

تصویر۶. رابطهٔ جانشینی نشانه‌ها در لوگوی برنامهٔ "با هم بازی"

حروف به‌هم چسبیده‌اند تا تداعی مفهوم "با هم بودن" را بیشتر نشان دهند. رنگ و فرم حروف، شبیه اسباب‌بازی‌های کودکانه طراحی شده و به‌جای حرف "ه" کلید اسباب‌بازی کوکی، قرار گرفته است و حرکت دوار کلید به‌جای حرف "ه" کلمهٔ "هم"، تداعی‌گر کوک‌شدن اسباب‌بازی است و در عین‌حال، بخشی ازکلمهٔ "هم" را بازنمایی می‌کند. انتهای حرف " الف" نیز به‌شکل سر پرنده‌ای درآمده که جهت دید مخاطب را به‌سوی کلید متمرکز می‌کند. بنابراین در اینجا با دو متن سروکار داریم، یک متن که نشانه نوشتاری و تصویری را در برمی‌گیرد و متن دیگر که مرجع لوگو است و محتوای فیلم است. گاهی رویکردی مفهومی به نوشتار بخشیده می‌شود (سلنتیس، ۱۳۹۲: ۲۰۲). دراینجا دگرگونی میان دو نوع نشانه و تفسیر آن در راستای متن دوم، محتوای فیلم قرار گرفته است. تصویر سر پرنده به‌جای "الف" و تصویر کلید به‌جای حرف "ه" قرار گرفته است و هویتی جایگزین میان نشانهٔ زبانی و تصویر را تداعی می‌کند. همان‌طور که رابطه بر محور جانشینی، رابطه‌ای از نوع جابه‌جایی میان هر یک از الفاظ یک زنجیرهٔ کلامی با الفاظی است که می‌توانند جایگزین آن‌ها شوند (کریستال[1]،۱۹۹۲: ۲۸۶). روابط جانشینی بر روابط میان‌متنی یا بینامتنی استوار است. در این رابطه گویی متن‌ها همواره با هم در حال تعامل‌اند. مراد از شیوهٔ میان‌متنی روشی است که خوانش یک متن، در پرتو متن یا نوشته دیگری صورت می‌گیرد (ضیمران، ۱۳۸۳: ۱۷۲). در اینجا هم‌زمانی دید نشانه نوشتاری و تصویری آشنایی‌زدایی از حروف، ایجاد حس معماگونه در طراحی حروف "با هم بازی" به‌چشم می‌خورد. در طراحی لوگوی "بندبندی‌ها" که یک برنامهٔ تلویزیونی است، طراح هوشمندانه نوشتار را برگرفته از همان کارکترهای برنامه انتخاب کرده است (تصویر۷). حروف "ب، ن، "بسیار شبیه همان شخصیت‌های اصلی فیلم است که البته دو بعدی طراحی شده و به‌جای واژهٔ "بن" به‌کار رفته است و خوانش آن دشوار است. حروف" د، ی، ها "بر اساس شخصیت‌های فیلم، بازطراحی شده‌اند و از نظر بافت، رنگ و حرکت بصری با شخصیت‌های فیلم هماهنگ شده‌اند. در ابتدای امر، خوانش لوگو با تأخیر صورت می‌گیرد و شاید ناخوانا باشد و آن به‌دلیل دگرگونی نشانه‌های نوشتاری به تصویر است. کیفیت‌های رنگی و بافت بندبند نوشتار به‌طورکامل ارجاع به متن دوم را که فیلم است آشکار می‌کند. همان‌گونه که در محور

تصویر۷. رابطهٔ جانشینی نشانه‌ها در لوگوی برنامهٔ "بندبندی‌ها"

1. crystal

جانشینی در عرصهٔ زبان نیز، تحلیل سازوکارهای ساختاری روابط میان آن، وابسته به دو جنبهٔ دگرگونی است. در سطح جابه‌جایی نیز، عنصری به‌طور کامل جایگزین عنصر قبل نمی‌شود. بلکه جابه‌جایی در بخش‌هایی از اجزای عنصر اولیه صورت می‌پذیرد (کریستال، ۱۹۹۲: ۲۸۶)

در لوگوی برنامهٔ "کارتونی‌ها" رابطهٔ جانشینی نشان تصویری و نوشتاری بارز است. کیفیت ارجاعی نشانه‌های تصویری نیز شخصیت‌های کارتونی فیلم را تداعی می‌کند. تصویر ۸ لوگوی کارتونی‌ها را نشان می‌دهد. حرف "ک" شبیه حروف "K" لاتین تشکیل شده و در عین‌حال اجزای تمام حروف، کارتون‌هایی است که برهم چیده شده‌اند. برخی با روبان بسته شده‌اند و برخی دربازند. این ویژگی‌های بصری به طور کامل برگرفتگی از شخصیت‌پردازی فیلم را نشان می‌دهد و این نشانه‌ها رابطهٔ بینامتنی لوگو و محتوای فیلم را آشکار می‌کند. در طراحی لوگو اشکال کارتونی جایگزین حروف شده‌اند و دید هم‌زمان شکل کارتن و حروف، در لوگو، جایگزین نشانه‌های نوشتاری و تصویری صورت می‌گیرد. حسی متفاوت و معماگونه در طراحی حروف دیده می‌شود و نوعی انحصار و هویت سازمانی به‌چشم می‌خورد. این تمهیدها می‌تواند طراحی لوگو را منحصربه‌فرد و متمایز کند. در اینجا آشنایی‌زدایی با فردی‌سازی همراه شده است. این قانون شناخته شده است که در عرصهٔ طراحی نوشتار با طراحی‌های متمایز، تأکید بر تنوع، فردی‌سازی، برندسازی، هویت، آشنایی‌زدایی، سبک و نشانه‌گذاری اجتماعی دارند (رامپتون[1]، ۲۰۰۹: ۶۹۸).

تصویر۸. رابطهٔ جانشینی نشانه‌ها در لوگوی "برنامه کارتونی‌ها"

رابطهٔ هم‌نشینی و جانشینی در طراحی لوگوی تلفیقی برنامهٔ کودک

برخی لوگوهای تلفیقی برنامه‌های فارسی به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که رابطهٔ هم‌نشینی و جانشینی نشانه‌های تصویری و نوشتاری هم‌زمان در طراحی لوگو به‌کار رفته است و آن زمانی است که نشانه‌های تصویری به شکل مستقل بر فراز نوشته‌ها یا در سمت چپ‌وراست آن‌ها قرار گرفته‌اند که به شکلی رابطهٔ متوالی و زنجیره‌ای در آن به‌چشم می‌خورد. در این موارد هویت حروف، مستقل از تصویر است اما در طراحی حروف، کیفیت‌های بصری و شکلی

1. Rampton

شـخصیت‌های کارتونی نیز مرجع طراحی نوشـتار شـده‌اند. در این موارد، لوگو هم به‌لحاظ روابط هم‌نشـینی حروف و تصویـر، کیفیتی ارجاعی به متن فیلـم دارد و هم به‌لحاظ خوانش حروف به‌شـکل هم‌زمان و در خلال روابط جانشـینی در خلال شـکل‌پردازی حروف همانند تصویرحیـوان، یادآور فیلم هسـتند. نمونـه‌ای از آن لوگوی برنامهٔ "حیوانات کاغذی" اسـت. خوانش لوگو از راست به چپ صورت می‌گیرد. نشانه‌های تصویری که حیوانات کاغذی هستند در چپ و راسـت و بالای حروف قرار دارند و همچون زنجیره‌ای مسـتقل و خطی، واحدهای بصری را در سـطح افقی لوگو تشـکیل می‌دهند. خطی‌بودن رابطه بین اعضای تشـکیل‌دهنده، بدین معنی اسـت که اعضا را هم‌زمان نمی‌توان در نظر داشـت (سوسـور، و همکاران، ۱۳۷۸: ۱۵۵). توالـی در اثـر، ویژگی مانـدگاری تصویر در ذهـن را تقویت می‌کند و مـواردی که در ابتدا و انتها ارائه می‌شـوند، نسـبت به موارد میانی شانس بیشـتری برای به خاطر سپرده‌شدن دارند(لیدول، هولدن و باتلر[1]، ۱۳۹۲: ۲۱۲). به‌واسطهٔ روابط توالی، ارتباط بین نوشتار و تصویر مطلوب‌تـر خواهد بود و نتیجه حاصل این اسـت که نه‌تنها هـر عنصر بصری، خوانش عناصر تصویری پس از خود را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد، بلکه خوانش لوگو برای مخاطب با جذابیت و شگفتی بیشتری همراه خواهد بود. این تمهیدها نوشتار را به‌سوی تصویری‌شدن سوق می‌دهد و ایـن یک اصل اسـت که برخی از تمهیدهـای خلاقانه طراحان، تایـپ را به‌عنوان جزئی از تصویر به خدمت می‌گیرد (وایت،۱۳۹۳: ۱۵۳). در لوگوی "حیوانات کاغذی" حروف از جنس کاغذهای تاخورده که فرمی حیوانی گرفته‌اند شکل یافته‌اند (تصویر ۹). برای مثال حرف "الف" با سـر یک حیوان به شـکل اوریگامی طراحی‌شـده و گاهی به‌جای نقطه‌ها، سر یک حیوان به شکل اوریگامی قرار گرفته است. این رابطه، دگرگونی میان نشانهٔ تصویری و نوشتاری، تداعی هم‌زمان دو نوع نشانه را به‌همراه دارد. دید اول در حال خوانش نوشتار است که به‌شکل همزمان با سـرهای حیوانی بر روی تایپ همراه می‌شـود و دید دوم خوانش شکل حیوانی است که با حروف همراه شده است. بنابراین رابطهٔ جانشینی و هم‌نشینی در این لوگوی تلفیقی، ساختار اثر را تحت‌تأثیر قرارداده و زمینهٔ ارجاعِ صریحِ نشانه‌ها، نسبت به متن اصلی فیلم و محتوای آن را فراهم می‌کند. از این‌رو که تمامی شخصیت‌ها و عناصر فیلم به شیوهٔ اوریگامی طراحی شده‌اند و طـراح لوگو نیز از همین شـخصیت‌پردازی در طراحی نوشتار در جهت ایجاد هویت انحصاری سازمانی استفاده کرده‌اسـت. نتیجه این تمهیدها تمایز بصری و منحصربه‌فردبودن حروف اسـت. در ایـن موارد طراح بـا تمهیدهای بـه‌کار رفته، مخاطب خود را در خوانش اثر در مسیر مشخصی

تصویر ۹. رابطهٔ جانشینی و هم‌نشینی نشانه‌ها در لوگوی برنامهٔ "حیوانات کاغذی"

1. Lidwell, Holden & Butler

هدایت می‌کند. یعنی خوانش روایت‌وار که دارای نوعی توالی بـا یکدیگرنـد و در اغلب موارد از نقطه‌ای شروع‌شده و در نقطه‌ای به پایان می‌رسد. چنیـن رابطه‌ای در یک اثر با تقـدم و تأخری که در ترتیـب قرائـت عناصر موجـود در آن وجود دارد، زنجیره‌ای متوالی و ساختار خطی را فراهم مـی‌آورد و امکان بیان گذر زمـان را در خوانش متـن فراهم می‌کند (یزدانـی، ۱۳۹۶: ۸۶). بر این مبنا، روابط هم‌نشـینی در لوگوتایـپ را می‌توان زنجیره‌ای پیوسـته از اجزای منفرد (نشـانه‌های تصویری و نوشـتاری طراحی‌شده به شیوهٔ اوریگامی) تلقی کرد که همواره وابسته به‌کل هستند و تحت‌تأثیر زمینهٔ فیلم و محتوای آن سـاختار کلی نظام‌یافته با کیفیت ارجاعی یافته‌اند. کلیت لوگـو تحت‌تأثیر اجزای آن‌اسـت و جزئیات آن نیز تحت‌تأثیـر کیفیت‌های ارجاعی و زمینه‌ای لوگو به فیلم طراحی شـده است. در واقع در این آثار، هم‌نشینی پدیده‌ای است که سبب انتقال معنایی واحدهای هم‌نشین با یکدیگر می‌شود (صفوی، ۱۳۸۰ :۲۴۶ ـ ۲۴۸).

تصویر ۱۰. رابطهٔ جانشینی و هم‌نشینی نشانه‌ها در لوگوی برنامهٔ "جزیره دانش"

در طراحـی لوگوتایپ "جزیـره دانش" نشـانه‌های تصویری و نوشـتاری از طریق رابطهٔ هم‌نشـینی و جانشینی ارجاع عمیقی به مفهوم فیلم دارد. نشانه‌های تصویری موج آب، فانوس دریایی و خورشـید، فرم کلی لوگو را سـویه‌ای تصویری بخشـیده تا تداعی‌کنندهٔ جزیره باشد. رابطهٔ هم‌نشـینی مکانی در قرارگیری نشـان امواج آب و خورشـید آشکار است. آب در پایین و سـمت راسـت و خورشید در بالا و سمت چپ به‌چشـم می‌خورد. اما کلمهٔ دانش به شکلی طراحی‌شده که در آن دید هم‌زمان و رابطهٔ جانشینی حرف "الف" و فانوس‌دریایی کامل مشهود اسـت. خواننده انتظار روبه‌رویی با حرف "الف" را دارد اما به‌جای آن نشانه فانوس‌دریایی را می‌بیند. تضاد بصری در اینجا مشهود است. فانوس از نظر اندازه و فرم با نوشتار متمایز است. این نکته قابل توجه است که با ایجاد تضاد در اندازه حروف و فرم آن، اغلب تأکید کلامی تبدیل به تأکید بصری می‌شود (وایت، ۱۳۹۳: ۱۱۷). بنابراین در اینجا فانوس که واسطهٔ میان نشانهٔ آب و خورشید است و حرکت چشم را از پایین به سمت بالا هدایت می‌کند، نوعی تأکید بصری در لوگو ایجاد کرده است که وظیفهٔ تقویت تمرکز مخاطب بر لوگو را به‌عهده دارد. این نشانه‌ها هر یک دال‌های تصویری هسـتند که مدلول‌هایی مرتبط با محتوای فیلم را دربر می‌گیرند. رنگ نیز مؤلفه‌ای قابل‌توجه اسـت. آبی آسـمان و امواج دریا و نور خورشید در یک جزیره، الهام‌بخش گزینش رنگی اسـت که در کنار رنگ سـفید نوشـتار، حس پاکی، زیبایی و سـلامت را تداعی می‌کند. باید متذکر شـد که روابط هم‌نشـینی را می‌توان در دو سـطح دال و مدلول برخوردار

از روابـط مکانی (نحوهٔ چیدمان) و روابط متوالی و روابط مفهومی(شیوه‌های بیانگری یا استدلال) برشـمرد. روابـط متوالی در محور هم‌نشـینی را می‌توان عبارت از پیوندهای حاضر و مشـخص بیـن عناصر تصویری تلقی کـرد که جزئی از یک زنجیرهٔ یکپارچه هسـتند (سوسـور و همکاران، ۱۳۷۸: ۱۵۵). روابـط مکانی بـا نحوهٔ چیدمان و بالا یا پایین، چپ یا راست بودن عناصر تصویری و حروف مرتبط اسـت و روابـط مفهومی نیز در ارتباط با ارجاع نشانه‌ها به زمینهٔ آن درک می‌شود کـه در طراحی لوگوی دانش هر سـه رابطـهٔ متوالی، مفهومی و مکانی دیده می‌شـود. بر مبنای توصیفات صورت‌گرفته می‌توان به این اصل توجه داشـت که نوشـتار با توجه به نوع رنگ و شیوه طراحی می‌تواند تأثیرات حسی داشته باشد(دویل و باتملی[1]، ۲۰۰۹: ۳۹۶).

تصویر ۱۱. رابطه جانشینی و هم‌نشینی نشانه‌ها در لوگوی برنامهٔ "سارا و اردک"

نمونهٔ هوشـمندانه‌ای از کاربرد رابطهٔ هم‌نشینی و جانشینی نشانه‌های تصویری و نوشتاری در طراحی لوگوی برنامهٔ "سارا و اردک" به‌چشم می‌خورد. در طراحی این لوگو، سارا و اردک، دو نشـانهٔ مستقل تصویری و شـخصیت‌های برگرفته از فیلم هستند که هم‌نشینی مکانی آن در سـمت راست‌وچپ، دو سوی نشانه‌های نوشتاری بارز اسـت اما دگرگونی به سبک جانشینی در طراحی حروف این لوگو به‌چشـم می‌خورد. حرف "الف" کلمهٔ "سـارا" کلاه این شخصیت را به سـر دارد و حرف "ک"، کلمه اردک به شکل اردک، طراحی شده است. این دگرگونی میان حرف و تصویر، ارجاع به فیلم و محتوای آن دارد و کل روابط هم‌نشـینی و جانشـینی در ایجاد حس تمایز بصری و تصویری، آشـنایی‌زدایی از حروف معمول، منحصربه‌فرد نشان‌دادن لوگو، تأثیرگذار اسـت. در طراحی لوگو رنگ‌های ملایم و کودکانه بـه‌کار رفته‌اند و آن به‌دلیل وجود شـخصیت سارا و اردک در فیلم اسـت. نشانهٔ نوشتاری "سـارا" با لباس تصویر سارا به‌لحاظ رنگ هماهنگ اسـت و نشـانهٔ نوشتاری اردک با رنگ کلاه سارا و سـر اردک هماهنگ است. این تمهیدات باعث حرکت و چرخش چشـم در خوانش لوگو می‌شـود. نوشته‌نگاری در این اثر از یک تایپ صرف، فاصله می‌گیرد به‌گونه‌ای که نوشـتار، سویه‌ای تصویری می‌یابد. مطابق بـا این اصل که هدف طراحی نوشـتار (تایپوگرافی) پردازش زبان بصری برای تقویت وضوح و قدرت نوشته‌هاسـت (وایت، ۲۰۰۵: ۱۱). در طراحی این اثر، رنگ ویژگی مطلوبی به نوشتار بخشیده است.

1. Doyle & Bottomley

جانشینی نشانه‌های تصویری و نوشتاری در طراحی لوگوتایپ به‌شکل ترکیبی

تصویر ۱۲. رابطهٔ جانشینی نشانه‌های غیرمستقل در لوگوی برنامهٔ "کارآگاه نجار"

در طراحی لوگوتایپ‌هـای تلفیقی برنامه کودک، گاهی رابطهٔ جانشـینی به‌شـکل متمایـزی به‌کار می‌رود در این موارد هویت نشـانه نوشـتاری از هویت نشانه تصویری مستقل نیست. بلکه وجود یکـی در آمیخته با وجود دیگری اسـت. خوانش نوشتار به شـکل ساده‌تری ممکن می‌شود و تنوع بصری در شکل‌گیری نوشتار از طریق تغییر بافت و رنگ صورت می‌گیرد. برخی تمهیدهای طراحان، آشـنایی‌زدایی از نوشتار را پایه و اساس طراحی نوشـتار قرار می‌دهند و ایجاد کیفیت ارجاعی نوشـتار به مرجع و همچنین زمینهٔ اصلی لوگو را مبنـای ایجاد تغییر در بافت نوشـتار قرار می‌دهند و پیکـره‌ای تصویری بر اندام حروف ایجاد می‌کنند. این حقیقت باید مورد توجه قرار گیرد که هر اثر وابسته به نظام هنری ویژه‌ای است اما آنچه امتیاز یا منش برترش را می‌سازد، انحراف‌ها و تمایزهایش از نظام‌های شناخته‌شده است (جاکوبسـن[1]، ۱۹۷۳: ۱۵۱). در این صورت نشـانه‌های طراحی شده پیامی تحلیل‌پذیر را در بر دارند (ریکور[2]، ۱۹۶۸: ۱۳۷)، و معنایی گسترده‌تر از خط دارند(دریدا[3]، ۱۹۶۷). دید اول، نوشتار را خوانش می‌کند اما به‌شـکل هم‌زمان نشانه‌های تصویری را می‌بیند که به درک مفهوم نوشتار کمـک می‌کند. نمونـه‌ای از آن را می‌توان در لوگوی "کاراگاه نجار" نشـان داد. موضوع اصلی فیلم، پدر و پسـری اسـت که با کاربرد چوب و ابزار، اشکال مختلفی را می‌سازند. مفهوم لوگو، کیفیت‌های نجاری را به یاد می‌آورد و بافت و جنسـیت لوگو، از نمایش هم‌زمان متن نوشتاری و نشـانه‌های تصویری میخ و چوب، حکایت دارد. رنگ و فرم لوگو، ارجاع به زمینهٔ فیلم دارد اما نشـانه‌های تصویری و نوشـتاری هویت مسـتقل از هم ندارند. همین روابط را می‌توان در لوگوی "بامزه‌های کوچولو" نیز مشـاهده کرد. در این لوگو بافت بدن خزندگان بر روی نوشـتار قرار گرفته تا هویت پیوسـته و زنجیرواری میان نوشـتار و نشانه‌های تصویری برگرفته از متن فیلم وجود داشـته باشـد. متن فیلم دربارهٔ حیوانات منحصربه‌فردی اسـت که کمتر مورد توجه قـرار گرفته‌اند و اغلب از دسـته خزندگان‌اند. قرارگیری طوطـی بر روی نقطهٔ حرف "ز" رابطهٔ هم‌نشـینی تصویر و نوشـتار را تداعی می‌کند اما به‌دلیل اجزای کوچک، میزان تأثیرگزاری آن بر دید مخاطب کمتر از رابطهٔ جانشـینی حروف است. در این مورد تمهیدهای بصری، توانایی

1. Jakobson
2. Ricoeur
3. Derrida

درک محتـــوای لوگو را در مخاطب تقویت می‌کند و اثربخشـــی پیام نوشتار را بیشتر می‌سازد. نوعی نوشـــته‌نگاری در مطابقت با ویژگی‌های مرجع یا ســـازمان رخ می‌دهد که در اینجا فیلم است. باید توجه داشت که نقش نوشـــته‌نگاری نه‌تنها انتقال موفق پیام اســـت بلکه یکپارچه‌سازی و ارائهٔ یک طراحی کامل و اثربخش است (برگر[1]، ۲۰۱۴: ۱۴).

تصویر ۱۳. رابطهٔ جانشینی نشانه‌های غیرمستقل و هم‌نشینی نشانه‌های مستقل در لوگوی برنامهٔ "بامزه‌های کوچولو"

در اینجـــا، حروف لوگوی "بامزه‌های کوچولو"، همگی با بافت‌هایی از موجودات خزنده تزیین شده است. فرم حروف نیز ویژگی‌های یکپارچه‌ای را شامل می‌شود که موجب انسجام بصری در طـــرح لوگو شده‌اســـت. نوعی هم‌خانواده‌ســـازی فرم و بافت تصویری در طراحی نوشـــتار آشکار است که در عین تمایز بصری، ویژگی‌های مشترکی نیز دارند. گردبودن، کلفت و نرم‌بودن و اغـــراق در برخـــی اندازه‌ها در کنار بافت بصری، ویژگی‌های مشـــترک حروف این نوشـــتار اســـت. باید توجه داشت، انسجام هر طرح هنگامی ایجاد می‌شود که همهٔ عناصر آن با یکدیگر هماهنگ باشـــند. انســـجام مســـتلزم این اســـت که کل طرح مهم‌تر از هر یک از جزئیات فردی باشـــد. انسجام در عناصری است که از شباهت بصری برخوردارند. بدون انسجام، طرح ایجاد شـــده، بی‌نظم و غیرقابل‌فهم می‌شود (وایت، ۱۳۹۳: ۶۵). در طراحی این لوگوها کیفیت متمایز و یکپارچه نشـــانه‌های تصویری و نوشـــتاری با ویژگی ارجاعی به فیلم، زمینهٔ انسجام بصری و انتقال اطلاعات به مخاطب را فراهم کرده است. بنابراین رابطهٔ هم‌نشینی و جانشینی نشانه‌های تصویری و نوشـــتاری در طراحی این لوگوها، بازی معماگونه و جذابی را برای مخاطب فراهم می‌کنـــد و نوشـــتار را فراتر از خود، همچـــون یک تصویر به خواننده عرضـــه می‌دارد. این‌گونه رابطهٔ از پیش طراحی‌شـــده، جزئی از تمهیدهای خلاقانهٔ طراحان اســـت که نوشتار را به‌عنوان جزئی از تصویر به‌خدمت می‌گیرد (وایت، ۱۳۹۳: ۱۵۳). نتیجه این تمهیدها آن است که معنای صریح نوشتار از طریق مناسبت‌های زبانی در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد و معنای ضمنی آن از طریق عناصر بصری و تصویری انتقال می‌یابد (عابددوست، ۱۴۰۰: ۲۳). با توجه به تحلیل‌های صورت‌گرفته پیشـــنهاد می‌شود روابط هم‌نشینی و جانشینی نشانه‌های تصویری و نوشتاری در طراحی لوگوی فیلم مورد توجه قرار گیرد تا به کمک این روابط تصور تجسمی لوگوتایپ برای کودک با قدرت بیشتری محقق شود و کنش ارتباطی نام فیلم با مخاطب سهل‌تر شود.

1. Berger

جدول ۱. روابط نشانه‌ای لوگوهای فیلم و کیفیت‌های ارجاعی نشانه‌ها

نوع رابطه	لوگوی تلفیقی فارسی برنامهٔ کودک	ارجاع نشانه به فیلم
هم‌نشینی نشانه‌های نوشتاری و تصویری مستقل، ویژگی خطی، زنجیره‌ای، درزمانی.		ارجاع نشانه به شخصیت اصلی فیلم و مفهوم آن
جانشینی نشانه‌های نوشتاری و تصویری مستقل، رابطهٔ همزمانی، غیابی و ذهنی. دگرگونی نوشتار به تصویر، جابه‌جایی تصویر به‌جای نوشتار		ارجاع نشانه‌ها به شخصیت‌های اصلی فیلم و مفهوم فیلم
جانشینی و هم‌نشینی نشانه‌های تصویری و نوشتاری مستقل، به‌کارگیری خوانش درزمانی و هم‌زمانی، هم‌نشینی مکانی و دگرگونی نوشتار به تصویر		ارجاع نشانه‌ها به شخصیت‌های اصلی فیلم و مفهوم فیلم
جانشینی نشانه‌های نوشتاری و تصویری غیرمستقل، ویژگی هم‌زمانی و دگرگونی نوشتار و تصویر		ارجاع نشانه‌ها به شخصیت‌های اصلی فیلم و مفهوم فیلم

نتیجه‌گیری

بر اســاس تحلیل‌های صورت‌گرفته رابطهٔ هم‌نشینی و جانشینی نشانه‌های نوشتاری و تصویری یکی از روابط حاکم بر برخی از لوگوهای برنامه‌های فارســی کودک در ایران است. در صورتی که ویژگی خوانایی در نوشــتار لوگو وجود داشــته باشد، رابطهٔ هم‌نشــینی علاوه بر ایجاد حس جذابیت بصری از طریق تعامل تصویر با نوشــتار به شــکل خطی و زنجیره‌ای، خوانش طرح را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد و در عین‌حال نشــانه‌های نوشــتاری و تصویری هویت مســتقلی دارند.

تعداد عناصر تشـکیل‌دهندهٔ این زنجیره محدود بوده و رابطهٔ بین آن‌ها خطی اسـت. خطی‌بودن رابطه بین اعضای تشـکیل‌دهند بدین معنی اسـت که اعضا را هم‌زمان نمی‌توان در نظر داشت و خوانش نوشـتار و تصویر از راسـت به چپ به ترتیب زمانی صورت می‌گیرد. حضور تصویر در لوگـو و توالی در یک اثر، فرایند به ذهن‌سـپاری عناصر را نیز منجر می‌شـود. در این فرایند پویـا نه‌تنها هر عنصر بصری نوشـتار، خوانش عناصر تصویری پـس از خود را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد، بلکه مخاطب نیز تصاویر و روایت حاصل از آن را بهتر به‌خاطر می‌سپارد. روابط مکانی نوشـتار و تصویر و نیز روابط مفهومی این نشـانه‌ها در فرایند شکل‌گیری روابط هم‌نشینی قابل توجه اسـت و به شـرط خوانایی، روابط مکانی تصویر در لوگو، تسـریع انتقال معنا به مخاطب را با تقویت فرم تصویری نوشـتار به‌عهده دارد. دسـته‌ای از لوگوها روابط جانشینی نشانه‌های تصویری و نوشتاری مستقل را شامل می‌شوند. همانند زمانی که به‌جای حروف یا نقاط نشانه‌ای تصویری برگرفته از فیلم قرار می‌گیرد. در این موارد دگرگونی از نوشتار به تصویر صورت گرفته و رابطهٔ جانشینی که رابطه‌ای هم‌زمان و غیابی است فرایند ادراک ذهنی را هدایت می‌کند و آن به شکلی است که توجه به هر سویه‌ای از نشانه، درک سویهٔ دیگر آن را به‌همراه دارد. حروف و نقاط خوانده می‌شوند و هم‌زمان تصویر شمایلی از فیلم به‌جای نوشتارجایگزین و درک می‌شود. برخی طراحان به شکل هم‌زمان هم از روابط جانشینی و هم از رابطهٔ هم‌نشینی نشانه‌های خطی و تصویری در طراحی لوگو استفاده کرده‌اند. در این موارد سطح تصویری نوشتار بیشتر از موارد پیشـین است؛ به این دلیل که تصاویر مستقل برگرفته از فیلم زنجیروار در سمت چپ‌وراست و یا بالاوپایین حروف قرار گرفته‌اند و نوعی رابطهٔ هم‌نشینی مکانی و توالی زنجیره‌ای و درزمانی نشانه‌ها را دربر می‌گیرند. علاوه بر آن از طریق طراحی حروف با کیفیت‌های فرمی بافت، رنگ و شکل برگرفته از شخصیت‌های فیلم، حروف شخصیت مستقل نوشتار را از دست داده و سویه‌ای تصویری می‌گیرند. این رابطهٔ جانشـینی در مورد نقاط هم قابل بررسـی اسـت. در اینجا رابطهٔ جانشـینی در تعامل با رابطهٔ هم‌نشینی فرایند انتقال معنا را با ارجاع‌های پیاپی به شخصیت‌های فیلم به همراه دارد. در برخی موارد نیز نوشتار به‌سادگی قابل خوانش است اما تغییر رنگ، بافت و فرم آن به‌شیوه‌ای جانشینی ارجاع به مفهوم فیلم را در ذهن مخاطب هدایت می‌کند و نشانه‌های تصویری و نوشـتاری هویت مسـتقل از یکدیگر ندارند. بنابراین نوشتار در لوگو می‌تواند مزه، سـردی، گرمی، سختی، نرمی، حرکت یا احسـاس‌های بصری دیگر را به‌واسطهٔ تأثیرپذیری از نشانه‌های تصویری انتقال دهد. همهٔ این تمهیدها در راستای تغییر شیوهٔ معمول خواندن نوشتار و هدایت آگاهانه آن به سمت درک فیلم صورت می‌گیرد تا احساس مستقیم و بی‌واسطهٔ خوانش نوشـتار، تبدیل به گونه‌ای نامأنوس شـود. در اینجا تکنیک هنری عبارت‌است از آشنایی‌زدایی از نوشـتار، دشوارکردن قالب‌ها، افزایش مدت زمان ادراک حسی که زمینهٔ ماندگاری لوگو را در ذهن مخاطـب افزایش می‌دهد. بنابراین لوگوتایپ‌های تلفیقی برنامهٔ کودک با کاربسـت انواع

روابط هم‌نشینی و جانشینی، هم دارای شخصیت منحصربه‌فرد و جذاب می‌شوند و هم قادرند فرایند انتقال معنا به‌مخاطب را با ایجاد جذابیت تصویری، تمایز بصری و ویژگی‌های انحصاری و ارجاع به فیلم قوت بخشند. ارجاع به فیلم به‌واسطهٔ نشانهٔ تصویری مورد علاقهٔ کودکان بوده و لوگوهای طراحی‌شـــده با ویژگی منحصربه‌فرد نشانه‌ای (آشنایی‌زدایی) را از نوشتار معمول بهتر و دارای کنش ارتباطی مطلوب بیان کرده‌اند.

منابع

اســتخریان حقیقی، امیر رضا و احسنت، ستاره (۱۳۹۸). تقابل روابط محورهای هم‌نشینی و جانشینی و دگرگونی آن در نسبت با نقش رسانه‌ای شاهنامه‌نگاری مکتب نگارگری شیراز، کیمیای هنر، ۸(۳۳)، ۷ ـ ۲۰.
URL :http://kimiahonar.ir/article-1-1733-fa.html

اسکولز، رابرت (۱۳۸۳). درآمدی بر ساختارگرایی در ادبیات. ترجمهٔ فرزانه طاهری. تهران: آگاه.

پهلوان، فهیمه (۱۳۸۱). درآمدی بر تحلیل عناصر تصویری در آرم. تهران: دانشگاه هنر.

چندلر، دانیل (۱۳۸۷). مبانی نشانه‌شناسی. ترجمهٔ مهدی پارسا. تهران: سوره مهر.

دالوند، احمدرضا (۱۳۸۶). درآمدی بر زبان تصویردر رســانه، خواندن صفحه بدون قرائت متن. رســانه، (۱۸)۴، ۱۱۹ ـ ۱۲۷. URL: 20.1001.1.10227180.1386.18.4.5.4

سلنتیس،جیســون (۱۳۹۲). تایــپ، فرم و عملکــرد، راهنمایی بر اصول تایپوگرافی. ترجمــهٔ نازیلا محمدقلیزاده. تهران: فرهنگسرای میردشتی.

سجودی، فرزان (۱۳۸۷). نشانه‌شناسی نظریه و عمل. مجموعه مقالات. تهران: علم.

سوســور، فردیدناندو؛ ریدلینگر، آلبر، ســشــئه، آلبر و بائی، شــاردل (۱۳۷۸). درس‌هایی از زبان‌شناســی همگانی. ترجمهٔ نازیلا خلخالی. تهران: نشر و پژوهش فروزان روز.

صراحــی، محمدامین و مولایــی، مریم (۱۳۹۸). تحلیل گفتمان متون چند وجهی، بررســی مــوردی بیلبوردهای تبلیغاتی بانکداری. رسانه، ۳۰(۴)، ۵ ـ ۲۷.

صفوی، کورش (۱۳۸۰). درآمدی برمعناشناسی. تهران: سورهٔ مهر.

ضیمران، محمد (۱۳۸۳). درآمدی بر نشانه‌شناسی هنر. تهران: نشر قصه.

عابددوســت، حسین (۱۳۹۹). تجزیه‌وتحلیل فرم و رنگ آرم‌های مربوط به کودکان با تأکید بر نشانه‌های ارجاعی و شکل‌گردانی. تفکر و کودک، ۱۱(۱)، ۱۱۷ ـ ۱۴۸.

عابددوست، حسین (۱۴۰۰). معنای حسی نوشتار در فضای شهری (نمونهٔ موردی شهر رشت). دانش شهرسازی، (۱) ۵، ۲۳ ـ ۴۵.

گونتر، بری و مک آلر، جیل (۱۳۸۰). کودک و تلویزیون. ترجمهٔ نصرت فتی. تهران: سروش.

لوشر، ماکس (۱۳۷۶). روان‌شناسی رنگ‌ها. ترجمه ویدا ابی‌زاده، تهران: انتشارات درسا.

لیــدول، ویلیــام ؛ هولــدن، کریتینا و باتلر، جیــل (۱۳۹۲). قواعد فراگیــر طراحی، ترجمهٔ راضیــه مهدویه، نازیلا محمدقلی‌زاده، مهسا حق‌پناه و راییکا خورشیدیان. تهران: فرهنگسرای میردشتی.

مایرمســنجر، دیویس (۱۳۹۴). کودکان، رســانه‌ها و فرهنگ. ترجمهٔ ناصر اسدی. تهران: مرکز پژوهش و سنجش افکار صدا و سیما.

وایت، الکس (۲۰۰۵). ایدئولوژی کاربردی در تایپوگرافی، تاملی در طراحی حروف. ترجمهٔ عاطفه متقی(۱۳۹۳). تهران: انتشارات هنر نو.

وایت، الکس (۱۳۹۳). عناصر طراحی گرافیک. ترجمهٔ الهه بور. تهران: کتاب آبان.
ولان، براید ام (۱۳۸۲). هم‌نشینی رنگ‌ها (۲). ترجمهٔ فریال دهدشتی شاهرخ. تهران: نشر کارنگ.
هوارث، دیوید (۱۳۸۶). سوسور، ساختارگرایی و نظام‌های نمادین. ترجمهٔ نظام بهرامی‌کمیل. رسانه، (۴) ۱۸، ۱۸۷ ـ ۲۰۳.
یزدانی، علیرضا (۱۳۹۶). درآمدی بر نشانه‌شناسی گرافیک معاصر ایران. تهران: مؤسسهٔ فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر.

- Ricoeur, P. (1968). Du Texte a Laction, Paris: Points

Abeddoost ,H. (2021). Sensory Meaning of Type in Urban Space (Case Study of Rasht City), *urban planning knowledge*,5(1), 23-45. **[In persian]** doi: 10.22124/upk.2021.17729.1573

Abeddoost, H. (2019). Form and Color in Kids' Logo Design with an Emphasis on Referential Signs and Symbolism, *Tafakkor va kudak*, 11(1), 117-148. **[In persian]** doi: 10.30465/fabak.2020.5524

Berger, C. (2014). *Typography, Place making and Signs, The History of Typography and Place*.Singage Foundation, INC.

Chandler, D. (2002). *Semiotics: The basics*. London: Routledge.

Chandler, D. (2008). *Fundamentals of Semiotics*, translated by Mehdi Parsa, Tehran: Surah Mehr Publishing. **[In persian]**

Crystal, D. (1992). .*An Encyclopedia Dictionary of language And languages*,oxford,Blackwell.

Dalvand, A. (2007). An Introduction to Visual Language in the Media Reading the Page without Reading the Text, *Rasaneh*, 18(4), 119-127. .**[In persian]** 20.1001.1.10227180.1386.18.4.5.4

Derrida. J. (1967). *De La Grammatologie*, Paris:les Édioions de Minuit

Doyle, J. R., & Bottomley, P. A. (2009). The massage in the medium: Transfer of connotative meaning from typeface to names and products. *Applied Cognitive Psychology*, 23(3), 396-409.

Estakhrian Haghighi. A .R., & Ahsant, S.(2020). Correspondence of Syntagmatic and Paradigmatic Axes Relations, and Their Transformation in Relation to the Communicative Role of Shahnameh Illu. stration in Shiraz School of Miniature, *Kimiya-ye-Honar*, 8(33) 7-20. .**[In persian]** URL: http://kimiahonar.ir/article-1-1733-fa.html

Gosling, E. (2020). A look at the relationship between typography and fine art, from slogan subversions to lettering as dance. *A Journal dedicated to typography & Graphic Design*, Published by Fontsmith Jason Smith.11-21

Gunter, Barrie, Mcaleer, &Jill, L. (1994). *Children and television* , translated by Nosrat Fati, soroush. **[In persian]**

Howarth, D. (2016). Saussure, Structuralism and Symbolic Systems, translated by Nizam Bahrami Komil, Rasaneh, 18(4): 187-203. In persian]

Jakobson. R. (1973). *Questions de Poetique*, Paris: Édioions du Seuil.

Johnson, D. (2013). Polyphonic/Pseudo-synchronic: Animated Writing in the Comment Feed of Nicovideo. *Japanese Studies*, 33(3) , 297-313.

Léger, F. (1943). *On Monumentality and Color*. In Giedion, S. (Ed.), Architecture, you, and me: The diary of a development (40-47). Cambridge, MA: Harvard University Press.

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J.(2003). *Universal principles of design*, translated by Razia Mahdavieh, Nazila Mohammad Qolizadeh, Mehsa Haqpanah and Rayika Soharyan, Tehran: Farhangsarai Mir Dashti. **[In persian]**

Luscher, Max.(1970). *Psychologie der farben* . *The luscher colour test*, Vida Abizadeh.Tehran: Markaz Pajoohesh & Sanjesh Afkare Seda & Sima(Center for Research and Evaluation of Opinions of Seda & Sima). **[In persian]**

Machin, D. (2007). *Introduction to multimodal analysis*. London: Hodder Arnold.

Máire Messenger, Davies.(2010). *Children, media and culture*. Naser Asady,Tehran: Markaz Pajoohesh & Sanjesh Afkare Seda & Sima. **[In persian]**

Martin, J.C (.2002). *Le guide de la communication* (French) Mass Market Paperback, Publisher: Marabout.

Pahlavan, F. (2001). *An Introduction to Analysis of the Visual Elements of Logo*, Tehran: University of the Arts. **[In persian]**
Rampton, B. (2009). *Speech Community and Beyond*. In The New Sociolinguistics Reader,edited by Nikolas Coupland and Adam Jaworski, 694–713. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
Safavi, K. (2001). *An Introduction to Semantics*, Tehran: Surah Mehr. **[In persian]**
Salen, K. (2001). Surrogate Multiplicities: Typography in the Age of Invisibility.Visible Language, 35(2), 132–153.
Saussure, F ., Sechehaye, A., Bally, Ch., & Riedlinger, A. (1913) .*Cours de linguistique generale, translated by Nazila Khalkhali*, Tehran: Farzan Rooz publishing and research. **[In persian]**
Scott, D. (1993). Air France's Hippocampe and BOAC's Speedbird: the semiotic status of logos. *French Cultural Studies*, 4(11), 107-127.
Selentis, J .(2011). *Typing, form and function, guidance on the principles of typography*, translated by Nazila Mohammad Gholizadeh (2013). Tehran: Mirdashti Cultural Center.
Serafini, f., & Clausen, J. (2012). Typography as Semiotic Resource. *Visual Literacy*, 31(2). Teachers College ,Arizona State University:1-16.
Souchier , E . (1992). La Publicite comme Detournement Politique, *Communications et Language*. 93(1), 36-51.
Supsakova, B. (2017). New Sigs and Symbols in The Childern's Artisttic Expression in The Post-Industrial Age, Ijaedu-International E-Journal of Advances in Educational,3(7), 6-16.
Sojudi,. (2008). *Applied Semiotics*, Tehran: Ealm Publications.
Scholes, R.E. (2004). *Structuralism in literature*, translated by Farzaneh Taheri, Tehran: Aghah. **[In persian]**
Sorahi, M., & Mowlaei, M.(2020). Analysis of multi-dimensional discourse: case study of banking billboards. *Rasaneh*, 30(4) , 5-27. **[In persian]**
Unsworth, L . (2014). Analyzing the Semiotic Potential of Typographic Resources in Picture Books in English and in Translation. *International Research in Children s Literature* , 7 (2),117-135.
Golden, J. M., & Gerber ,A. (1990). A Semotic Perspective of text: The Picture Story Book Eveent . *Journal of Reading behavior*, Volume XXII, Issue 3 .203-219.
Van Leeuwen, Th. (2006). Towards a Semiotics of Typography. *Information Design Journal*, 14 2), 139–155.
Van Leeuwen, Th. (2011). *The language of color: An introduction*. London: Routledge.
Velasco, C., Hyndman, S., & Spence, Ch. (2016). *The role of typeface on taste expectations and perception*. Department of Marketing, BI Norwegian Business School, Submitted to food quality and Preference.
See discussions, stats, and author profiles for this publication at: https://www.researchgate.net/publication/316596646
White, A. (2005). *Applied Ideology in Typography, Reflections on Letter Design*, translated by Mottaghi Atefeh (2014). Tehran: New Art Publications. **[In persian]**
Yazdani, A. (2017). *An Introduction to the Graphic Semiotics of Contemporary Iran*, Tehran: Nazar Cultural Research Institute. **[In persian]**
Whelan, B. M. (2012). *A guide to creativity in color combination*, (2), translated by Faryal Dehdashti Shahrokh, Tehran: Karang Publishing House. **[In persian]**
Zimaran, M. (2013). *An introduction to the semiotics of art*, Tehran: Qesseh.

© Authors, Published by Bureau of Media Studies and Planning. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).