



بخشی از اعلان جمال آفتاب،
نمونه اعلان متعلق به دوره دوم،
طراح: سید حمید شریفی، مأخذ:
آرشیو حوزه هنری سازمان
تبلیغات اسلامی



بررسی نشانه شناختی اعلان از ظهور انقلاب اسلامی ایران تا ۱۳۸۰*

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

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۱۱/۱۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۱۲/۲۴

چکیده

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

واژگان کلیدی

نشانه شناسی، فرهنگ، اعلان، انقلاب اسلامی ایران.

*این مقاله مستخرج از رساله دکتری با عنوان «نشانه شناسی فرهنگی اعلان از ظهور انقلاب اسلامی ایران تا ۱۳۸۰» می باشد.

** دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، شهر تهران، استان تهران

Email: N_Emamifar@yahoo.com

*** دانشیار دانشکده هنر، دانشگاه تربیت مدرس، شهر تهران، استان تهران Email: mohammad.khazai@gmail.com

**** دانشیار دانشکده سینماتئاتر، دانشگاه هنر، شهر تهران، استان تهران Email: FSVjoodi@yahoo.com

مقدمه:

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

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

روش تحقیق، توصیفی (تحلیلی) است یعنی ابتدا داده های تصویری از میان سه دوره اعلان های شاخص گروه نمونه (۱۵۰ اعلان تولید شده پس از انقلاب اسلامی در ایران بین سال های ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۰ هجری شمسی) به صورت تصادفی، اخذ و سپس بر اساس آموزه های دانش نشانه شناسی بر روی ۵۰ نمونه شاخص تحلیل شده است. داده های پژوهشی از اعلان های والای نخبه گرا (آثار فاخر فرهنگی چاپ یا عرضه شده توسط هنرمندان شاخص در نمایشگاه های معتبر) می باشند. گردآوری اطلاعات به صورت ترکیبی و روش خوانش اعلان ها تحلیلی و بر اساس نشانه شناسی فرهنگی است.

در این روش ترکیبی که با تلفیق و تکیه بر سه نظریه، نشانه شناسی تصویری به تحلیل گورن سونسون^۱ (۱۹۹۳)، تحلیل تصویر به روش کرس و ون لیون^۲ (۱۹۷۹، ۲۰۰۵) و نشانه شناسی لایه ای و کاربرد آن در تحلیل متون هنری، فرزاد سجودی (سجودی، ۱۳۸۷) است، ابتدا اعلان ها در دو سطح روایی و مفهومی بررسی، سپس از لحاظ الگوهای شمایی طبقه بندی شده و نقش ها بر اساس باز نمودی، تعاملی و ترکیبی بررسی می گردد. به این ترتیب تصویر با توجه به لایه های درون متن و روابط بین این لایه ها توصیف می شود. در این مرحله دو رمزگان زبان و تصویر در هر متن بررسی و رابطه انسجامی بین این دو لایه متنی تحلیل می شود، سپس در هر لایه (اعم از زبان و تصویر) بررسی های بینامتنی انجام می شود. در این سطح، محقق با توجه به روابط بینامتنی میان متن مورد نظر و متون دیگر انباشت شده فرهنگ و تاریخ، به تحلیل ژرف گرانه معانی پنهان، ضمنی و اسطوره ای و احتمالا کارکرد ایدئولوژیکی نظام نشانه های دخیل در متن می پردازد. شیوه تجزیه و

- 1-Sonesson
- 2-Kress Van Leeuwen
- 3- Semiotic
- 4- Sign



تصویر ۱- کشت پائیزه، طراح: جورج داوود زاده، ماخذ: آرشیو موزه هنرهای معاصر تهران



تصویر ۲- قسمتی از تصویر ۱



تصویر ۳- قسمتی از تصویر ۱



تصویر ۴- قسمتی از تصویر ۱

تحلیل اطلاعات به روش های مقایسه ای و کیفی است. نشانه شناسی

نشانه شناسی^۳، علمی است که به بررسی انواع نشانه ها، عوامل حاضر در فرایند تولید و مبادله و تعبیر آن ها و نیز قواعد حاکم بر نشانه ها می پردازد و سرشت و چگونگی ارتباط و معنا را در پدیده ها و نظام های نشانه ای گوناگون مطالعه می کند. (مهاجر، ۱۳۸۰، ۲۵۲)

نشانه

نشانه^۴ چیزی است که از دید کسی، از جهتی یا ظرفیتی به جای چیز دیگری می نشیند. نشانه کسی را خطاب می کند،



تصویر ۶- رفراندم، طراح: ناشناس، نمونه اعلان متعلق به دوره اول، ماخذ: گرافیک انقلاب ۱۳۹۰، ۱۰۶



تصویر ۵- پانزده خرداد، نمونه اعلان متعلق به دوره اول، طراح: جورج داوودزاده، ماخذ: ده سال با طراحان انقلاب اسلامی ۱۳۶۷، ۱۸۲

نشانه نمایه ای^۶، نشانه ای است که از ارجاعش به موضوع و پیوندی که با آن ممکن است برقرار کند، شناخته می شود. طبق تعریف پیرس نمایه، نشانه ای است که از موضوع خود تاثیر گرفته باشد. یعنی به نشانه بر جای مانده از گونه ای موضوع، نمایه می گوئیم. مانند: رنگ پریدگی چهره به نشانه خستگی، دود به نشانه آتش یا ابر به نشانه باران. (سجودی، ۱۳۸۷، ۲۰۸)

نظام های نشانه ای

دنیای اجتماعی و فرهنگی به صورت مجموعه ای از نظام های نشانه ای است. نظام های نشانه ای، نظام هایی هستند که متشکل از قراردادهای معنی دار در یک فرهنگ هستند و از طریق رمزگان این امکان را به ما می دهند که به جای فکر راجع به اشیا به نظام آن ها و روابط آن ها اندیشید و بهره برداری کرد. رمزگان زیربنای نظام های نشانه ای هستند که اعتبار خود را در ارتباط با تقابل به دست می آورند، کشف نظام های نشانه ای، کشف قوانین و قراردادهاست. (کالر، ۱۳۸۸، ۹۳)

فرهنگ

فرهنگ^۷، یک دستگاه پیچیده نشانه ای است، یک نظام پیچیده دلالت که از طریق رمزگان های اصلی و ثانوی درونه شده اش گستره های معنایی را می افزایند و امکان مبادله معنا را فراهم می کند و در واقع در برگیرنده کل رفتار های معنادار انسان و رمزگان هایی است که به آن

یعنی در ذهن آن شخص نشانه ای برابر یا شاید نشانه ای بسط یافته تر خلق می کند، نشانه ای که به این ترتیب آفریده می شود را من تفسیر نشانه نخست می نامم. (سجودی، ۱۳۸۷، ۲۸)

انواع نشانه

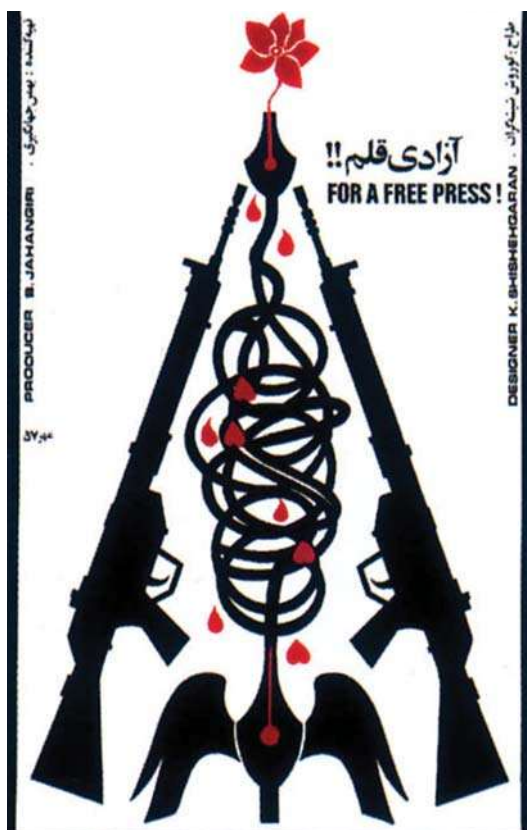
بر اساس طبقه بندی که پیرس ارائه کرده نشانه ها به سه دسته تقسیم می شوند: شمایل^۱، نماد^۲ و نمایه^۳. نشانه شمایلی^۴، نشانه ای است که موضوع خود را بر اساس مشابهت، تصویر می کند و از این رهگذر بر امری دلالت می کند. طرح یک پیکره، یک عکس، یک تصویر ساده شده که نمایان گر یک درخت یا یک خانه باشد، در صورتی که به درخت یا خانه شبیه باشد شمایل محسوب می شود. (چندلر، ۱۳۸۶، ۹۵)

نشانه نمادین^۵، نشانه هایی که به موضوع از راه قرارداد یا قاعده ای محکم و از طریق همبستگی با ایده های کلی مرتبطند (نشانه ای است که بر اساس قرارداد و نه صرفاً مشابهت، اختیار شده است). نمادهای کلاسیک مانند پرچم ها، کبوتر صلح، نشانه های زبانی (گفتاری و نوشتاری)، علائم راهنمایی، نت های موسیقی و الفبای مورس همچون نظامی از نشانه های قراردادی در نظر گرفته شده و در این طبقه بندی قرار دارند. نشانه های نمادین بیش از دیگر نشانه ها کاربرد اجتماعی دارند. (سجودی، ۱۳۸۷، ۲۰۷)

«از خون جوانان وطن لاله دمیده»



تصویر ۸- از خون جوانان وطن ... نمونه اعلان متعلق به دوره اول، طراح: مرتضی ممین، ماخذ: همان، ۹۸



تصویر ۷- نمونه اعلان متعلق به دوره اول، آزادی قلم، کورش شبیشه گران، ماخذ: همان، ۱۰۱

اما دلالت های ضمنی به آن دسته از ارزش های و ویژگی های ذهنی اشاره دارند که به واسطه صورت و نقشی که نشانه ایفا می کند به آن منسوب شده اند. دلالت مفهومی در یک تصویر (متن) سطح پیچیده ای از دریافت نشانه ها است که نیاز به ارجاعات تاریخی، اجتماعی و دانش پیشین دارد. برای نمونه یک یونیفورم از یک سو دلالتی صریح به درجه و کار یک شخص، و از سوی دیگر دلالتی ضمنی بر اعتبار و اقتدار همراه با آن دارد و به طور مثال، اطلاع از نظام پوشاک، رفتار و غذای یک کشور، حوادث تاریخی و اجتماعی و ارجاعات استنادی یک تمدن. (سجودی، ۱۳۸۳، ۸۹)

استعاره

دامنه کلمه استعاره بسیار وسیع تر از چیزی است که اغلب به عنوان پوشاننده کلمه ای دیگر (پوشاننده خود یک استعاره است) مورد استفاده قرار می گیرد. در استعاره به گونه ای بنیادین به گزینش و جانشینی موارد مشابه وابسته است و در بیان استعاری بر اساس گونه ای شباهت، واژه ای را به جای واژه ای دیگر به کار می گیریم، به عنوان مثال می گوئیم برگ گل و مقصودمان لطافت است. آن کس که شباهت برگ گل و مفهوم لطافت را درک نکند، قادر به گزینش برگ گل به جای لطافت نیست. (چندلر، ۱۳۶۸، ۱۹۲)

رفتارها ارزش می بخشد و آن ها را قابل درک می کند. (سجودی، ۱۳۸۸، ۱۲۹)

بینا متنی

بینامتنی^۱ در اصطلاح، وجود متن های دیگر، در یک تبلیغ است. بینامتنی در واقع، تبلیغ را به شبکه های معنا در فرهنگ ارتباط می دهد. این به آن معنی است که یک متن اصلی فقط می تواند از لحاظ معنا در متن به خصوص فرهنگی رمز گشایی شود. به عبارت دیگر، رمز گشایی معنای متن اصلی، نه تنها در ارتباط با سلايق تحليل گران، متنوع می شود بلکه آن فرهنگ به ویژه که رمز گشایی در آن انجام می گیرد، هم موثر است. (ساسانی، ۱۳۸۳، ۳۶)

دلالت صریح و دلالت ضمنی

در دلالت صریح با مدلولی رو به رو هستیم که به صورت عینی و چنان که هست به تصور در آمده است، یعنی مدلول خود شیء یا پدیده با مشخصات ظاهری آن است. به طور مثال رنگ ها در یک متن تبلیغاتی دارای معانی گوناگونی می باشند که با بررسی معانی ضمنی رنگ های مختلف در یک متن تبلیغاتی بر روی سطوح ناخودآگاه ما تاثیر می گذارند. به طور مثال سفید را با پاکی، بی گناهی، پارسایی، نجابت، خوبی، بزرگواری و غیره هم تران می دانند.



تصویر ۱۰- سقوط شاه، نمونه اعلان متعلق به دوره اول، طراح: ناشناس، ماخذ: گرافیک انقلاب ۱۳۹۰، ۱۱۰



تصویر ۹- هفده شهریور، نمونه اعلان متعلق به دوره اول، طراح: مسعود قندی، ماخذ: ده سال با طراحان انقلاب اسلامی، ۱۳۶۷، ۱۹۴

اعلان

دفاع مقدس از سال ۱۳۵۹ تا ۱۳۶۸ شمسی (دوره دوم).
ج- تحولات اجتماعی ایران در سال‌های بعد از جنگ
و دوران سـازندگی از سال ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۰ شمسی (دوره سوم).

الف- تحلیل اعلان‌های دوره اول (اعلان‌های شاخص دوره پس از پیروزی انقلاب اسلامی از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۵۹ شمسی)

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

نکته مهم در تحلیل اعلان‌های این دوره (دوره اول) و دوره دوم، نظارت گفتمان‌های مسلط اجتماعی و عادت‌های فرهنگی است که باعث تولید این گونه اعلان‌ها می‌شوند. یکی دیگر از بینامتن‌ها، محدودیت انتشار و تکثیر تراکت‌ها، اعلامیه‌ها و اعلان‌های اجتماعی در روزهای اول انقلاب بود. محدودیت‌های فنی لیتوگرافی و ماشین‌های چاپ دوره اول و تا حدودی از دوره دوم، شیوه‌ای از طراحی

اعلان^۱، گونه‌ای از شاخه‌های گرافیک است که به منظور تبلیغات و فراخوان چاپ شده و در معرض دید عموم گذاشته می‌شود که این نوع از گرافیک را می‌توان در فارسی «اعلان دیواری» نامید که پوستر، آفیش، پلاکات، نام‌های انگلیسی، فرانسه و آلمانی آن هستند. اعلان یکی از پر قدرت‌ترین و مؤثرترین پدیده‌ها در زندگی امروزه ماست که پیام‌های تجاری، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، توسط اعلان و به کمک قوه تصور و استعداد‌های هنری هنرمندان گرافیک به مردم منتقل می‌شوند. (ممیز، ۱۳۸۶، ۲۸)

اعلان‌های اجتماعی و فرهنگی ایران پس از ظهور انقلاب اسلامی ایران

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

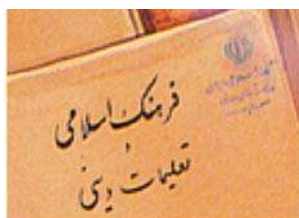
الف- تحولات اجتماعی ایران، پس از پیروزی انقلاب اسلامی از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۵۹ شمسی (دوره اول).
ب- تحولات اجتماعی ایران در سال‌های جنگ تحمیلی و



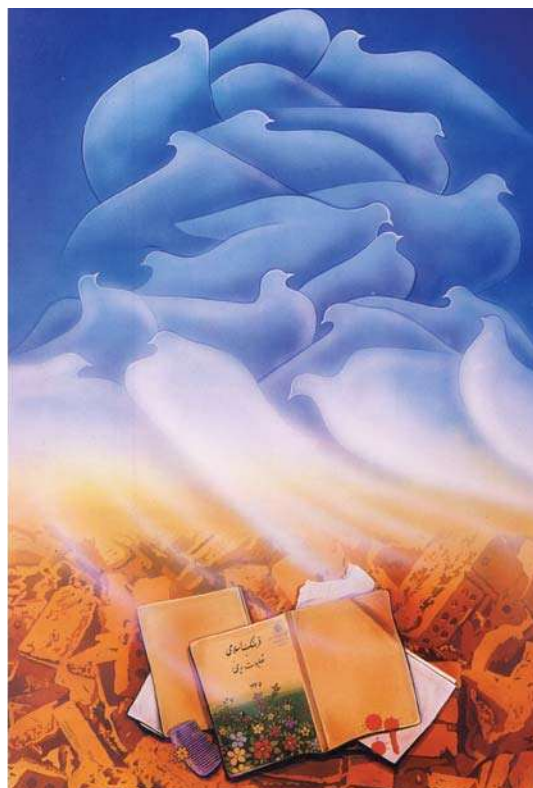
تصویر ۱۲ - قسمتی از تصویر ۱۱



تصویر ۱۳ - قسمتی از اعلان تصویر ۱۱



تصویر ۱۴ - قسمتی از تصویر ۱۱



تصویر ۱۱ - پروان، طراح: محمد خزایی، ماخذ: همان، ۱۳۲



تصویر ۱۵ - قسمتی از تصویر ۱۱



تصویر ۱۶ - قسمتی از تصویر ۱۱

و اجرای گرافیکی را برگزیدند تا تحمیل نمود که خود نوعی از فن و هنر گرافیکی را به همراه داشت. در این شیوه از طراحی، هنرمند گرافیک سعی می‌کند با شناخت فنی ماشین‌ها و ابزار تکثیر، طراحی خود را منطبق ساخته و با توجه به این ابزار (اعلان) پیام مورد نظر را به بهترین شیوه به مخاطب انتقال دهد. فضای نمایشی در این تصاویر واقعی، ملموس و انسان‌ها و عناصر درگیر تعامل اجتماعی مشخصی هستند و از الگوهای روایی پیروی می‌کنند.

تحلیل اعلان شماره یک

اعلان شماره یک، (تصویر ۱) از آثار چاپ شده دوره اول می‌باشد که توسط انجمن اسلامی ترکمن صحرا به طراح سفارش داده شده است. این انجمن بیش تر در زمینه امور تبلیغات و سامان دادن کسب و کار و خدمت به روستاییان در جهت رونق اقتصادی کشور فعالیت داشت. دلالت های صریح این اعلان عبارتند از: مرد و زنی با پوشش روستایی و دهانی گشوده، داس هایی که بر لبه آن ها شعارهایی بر روی پارچه نوشته شده و شخم زدن با گاو آهن بر روی زمین. در پایین تصویر هم شعاری با عنوان: کشت پائیزه، ضامن استقلال سال آینده، به چشم می خورد. دلالت ضمنی این تصویر با توجه به شعار نوشته زیر، بر سازندگی انقلابی در زمینه خدمات رسانی به روستاها و قشر مستضعف که یکی از اهداف انقلاب اسلامی



تصویر ۱۷- جمال آفتاب، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: سید حمید شریفی آل هاشم، ماخذ: آرشیو حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی

خود) کشت پائیزه که نیاز به آبیاری مکانیزه ندارد) اقدام کنند (لازم به ذکر است که کشت پاییزه با توجه به نزولات آسمانی و به صورت دیم انجام می شود) تا نتیجه آن تلاش، تضمین شود. (تصویر ۳)

انتخاب شعار نوشته به عنوان تیتراژ، کارکرد ارجاعی به تصویر دارد. برای توصیف نقش تعاملی این تصویر، مرد وزن به جایی در دوردست می کنند، نگاه آن ها واقعی و در افق دید خودشان است (دید واقع گرایی)، فاصله مـا (بیننده) با آن ها، فاصله ای است طبیعی (نه خیلی نزدیک و نه خیلی دور)، زاویه دید ما با آن ها و آن ها با ما، زاویه ای در راستای افق دید و طبیعی (واقعی) است. (تصویر ۴)

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

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

نمونه هایی از اعلان های اجرا شده در دوره اول (تصاویر ۵ و ۱۰)

تحلیل نشانه شناسانه اعلان های گروه نمونه نشان داد

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

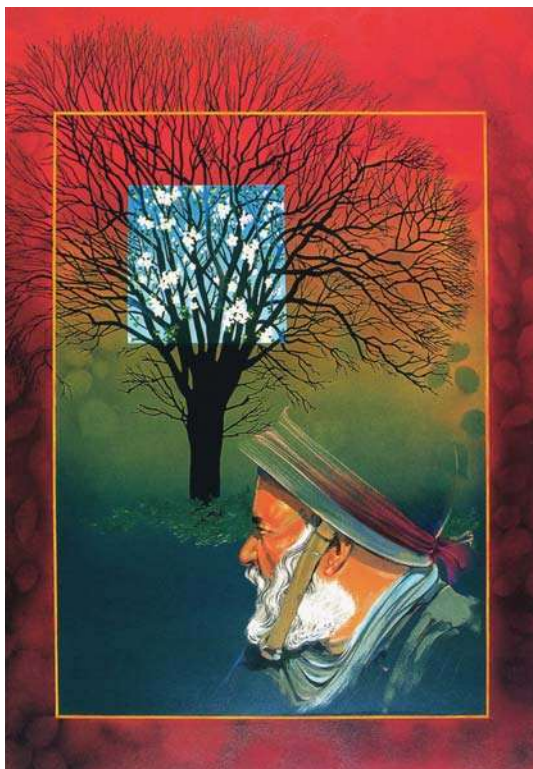
دیگر سطح مورد توجه، لایه نوشتاری در این تصویر است که ارجاع به متن داده به صورتی که شعار نوشته لاله الله و الله اکبر (در متن تصویر) با صوت شنیداری از دهان گشوده مرد وزن خارج می شوند. (تصویر ۲)

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

لایه نوشتاری پایین تصویر، کشت پائیزه، ضامن استقلال سال آینده، در ارتباط مستقیم با عمل کشت گـران درون متن است و این مطلب را القا می کند که اگر کشاورزان و مردم دوراندیش و به فکر زمستان و تهی دستی باشند، باید به مانند کشت غلات کشاورزی در فصل



تصویر ۱۹- هدیه، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: احمد آقاقلی زاده، ماخذ: همان



تصویر ۱۸- میلاد، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: مصطفی گودرزی، ماخذ: همان

در حوزه هنر های تجسمی و اشاعه آن در سطح جامعه، پیشرفت صنعت چاپ و انتشارات با ورود ماشین های جدید، نام برد.

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

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

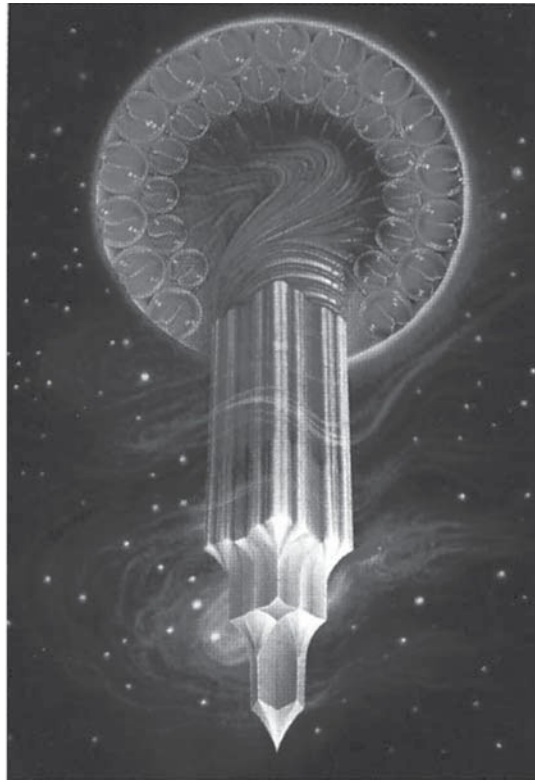
تحلیل اعلان شماره دو

دلالت های صریح در اعلان شماره دو (تصویر ۱۱)، عبارتند از: آوار ساختمانی که در اثر تخریب به وجود آمده است. کتاب و دفترهایی که میان آوار قرار دارند و روی آن ها

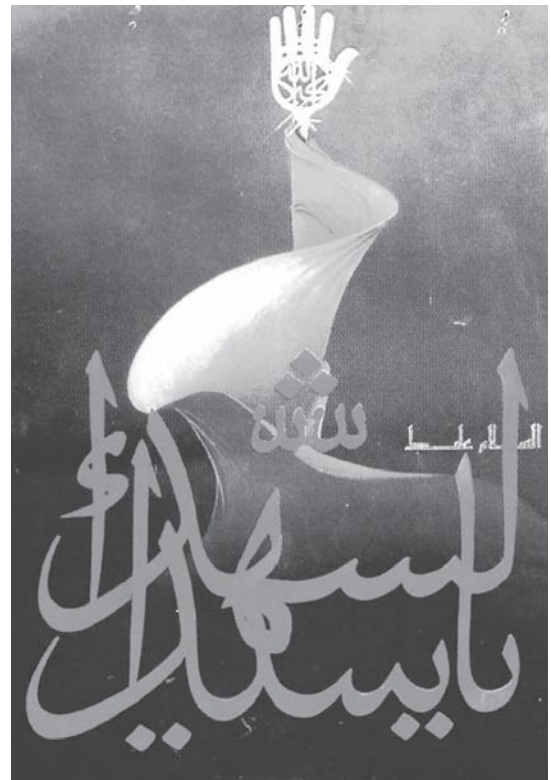
که در اعلان های دوره اول، هنر ساخت اعلان بیش تر بر اساس درخواست و تقاضای سفارش دهنده صورت پذیرفته است. بنابراین عناصر بصری یا نشانه های استفاده شده در آن ها، اغلب کلیشه ای و عاری از هر نوع پیچیدگی های هنری هستند. برای نمونه می توان به عناصر زیر اشاره کرد:

- ۱- تصویر بنیانگذار انقلاب (ره). (تصویر ۵)
 - ۲- مردم به صورت یک گروه انبوه و عاری از هویت انفرادی. (تصویر ۶)
 - ۳- پرنده، گل، مشت گره کرده و اسلحه، به عنوان نمادهای تعالی، شهادت و مبارزه. (تصاویر ۷ و ۸)
 - ۴- پرچم (متعلق به کشور آمریکا به عنوان دشمن اصلی) یا متعلق به ایران به عنوان مهد انقلاب. (تصویر ۹)
 - ۵- نمادهای صریحی مثل مجسمه ی در حال سقوط شاه یا ابزار جنگ شهری. (تصویر ۱۰)
- ب- تحلیل اعلان های دوره دوم (اعلان های شاخص دوره جنگ تحمیلی و دفاع مقدس از سال ۱۳۵۹ تا ۱۳۶۸ شمسی)

فضای ملتهب و حوادث و جریان های سیاسی بعد از انقلاب اسلامی با شروع جنگ تحمیلی و دفاع مقدس، وارد گفتمان های اجتماعی و عادت های فرهنگی جدیدی در حوزه تصویر شد که می توان از بینامتن های حاکم همانند نهادهای سفارش دهنده غالب، حرکت های آکادمیک



تصویر ۲۱- بیست و دوم بهمن، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: علیرضا عمومی، ماخذ: آرشیو حوزه هنری و سازمان تبلیغات اسلامی ۱۳۶۳



تصویر ۲۰- عاشورا، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح: محمد رضا قادری، ماخذ: گرافیک انقلاب ۱۳۹۰، ۱۵۵

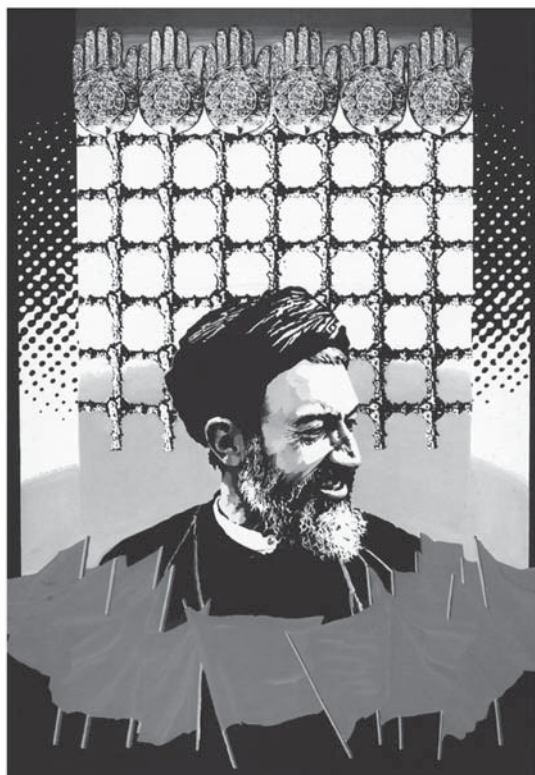
زخمی شدند)، قطره های چکیده قرمز رنگ، نمایه ای است از قطره های چکیده شده خون کشته شدگان. رنگ قرمز قطره های خون نمادی از کشته شدن (خون دادن) و رنگ سفید کاغذ، نمادی از پاکی و مظلومیت است.

استعاره، چکیده شدن قطره های خون، روی سطح سفید (کاغذ سفید) استعاره ای است از مظلومیت که به عنوان بیان تصویری از آن استفاده شده است. (تصویر ۱۲)

گل نصب شده روی شانه سر، نماد و استعاره، دیگری است از ارتباط تصویری بین گل های تصویر سازی شده روی جلد کتاب و دلالت ضمنی بر صاحب شانه (دختری که در این بمباران، مظلومانه شهید شده) دارد که تشبیه به گلی شده که از گلستان (مزرعه و گلستان طراحی شده روی جلد کتاب)، جدا شده است. (تصویر ۱۳) گلستان تصویر سازی شده روی جلد، دیگر لایه بینامتنی است که از مطالعه عنوان کتاب (فرهنگ اسلامی، تعلیمات دینی) و ارجاع به دیگر بینامتن ها، ایجاد می شود و دلالت معنایی دارد بر نوع تعلیمات فرهنگی داده شده به کشته شدگان این حادثه. انتخاب کتاب درسی دینی به جای کتابی دیگر (ادبیات، ریاضی و غیره) در ارجاع غیر مستقیم (ناگذرا) به مفهوم کلی اعلان است که دلالت بر نشان دارکردن اعتقادی

قطره های قرمز رنگ به چشم می خورد. روی جلد کتاب با عبارتی در عنوان، ترکیب کلمات فرهنگ اسلامی و زیر عنوان، تعلیمات دینی و عدد ۱۳۶۵ در بالا و در قسمت پایین کتاب، مزرعه ای با گل های رنگین دیده می شود. شانه ای (تل سر) به رنگ بنفش در کنار کتاب قرار دارد. بخارهای سفیدی از میان آوار و کتاب ها بیرون آمده است و به پرنده گانی سفید تبدیل شده اند. تجمع پرنده گان در جهت های مختلف با حرکت و تلاطم، همراه است.

دلالت های ضمنی این اعلان با توجه به بافت اجتماعی دوران جنگ و استفاده از نشانه های نمادین و نمایه ای، به صورت زیر قابل دریافت و بررسی است: نشانه های شمایی، آوار ساختمانی و قرار گرفتن کتاب های درسی، بین آن ها دلالت بر تخریب ساختمانی با کاربرد آموزشی دارد (مدرسه) البته این نشانه ها می تواند به منازل مسکونی هم ارجاع داده شود. (تصویر ۱۲) نشانه نمادین، شانه (تل سر) بنفش رنگ و کتاب فرهنگ اسلامی و دلالت بر حضور دخترانی در مقطع درسی ابتدایی دارد، نشانه های موجود حکایت از استعاری بودن و تصویرسازی حادثه (بمباران مدرسه دخترانه) است که در سال ۱۳۶۵ در مدرسه ای دخترانه در شهر بروجرد به وقوع پیوست (در این حادثه، تعداد زیادی از دختران و گروه آموزشی مدرسه، کشته و



تصویر ۲۳- شهید بهشتی، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح : ناهید فراست، ماخذ: آرشیو حوزه هنری و سازمان تبلیغات اسلامی ۱۳۶۴



تصویر ۲۲- قدس، نمونه اعلان متعلق به دوره دوم، طراح : مصطفی گودرزی، ماخذ: گرافیک انقلاب ۱۳۹۰، ۱۳۹۰

اطلاعاتی این تصویر از پایین به بالا (دید آرمانی) در جهت ساخت مفهومی است و برجستگی آن، استفاده از استعاره و به کارگیری عناصر بی جان و نشانه ها در جهت بیان موضوعی می باشد. مفهومی کلی این اعلان، آرمانی و با بیان اسطوره ای است، عناصر تشکیل دهنده، درگیر عمل اجتماعی مشخصی نیستند و در فضای خیالی، دست نیافتی و متعلق به دنیایی دیگر هستند.

نمونه هایی از اعلان های اجرا شده در دوره دوم (تصاویر ۱۷ تا ۲۳)

دوره دوم با آغاز جنگ تحمیلی از سال ۱۳۵۹ آغاز شد. در این دوره، جنگ هنرمندان فعال در عرصه ارتباط تصویری را صرف نظر از هر اندیشه و باور با مردم، ارتش، نیروهای بسیجی و سپاه همراه ساخت زیرا حفظ مرزهای کشور و تمامیت ملی واجب تر از تمایزات ایدئولوژیک بود. در این دوره اعلان ها به طور کلی شامل نشانه های زیر بود:

۱- استفاده از پیکره سرباز و جوان بسیجی. (تصاویر ۱۷ و ۱۸)

۲- به کارگیری عناصر مرتبط با ارتش نظیر تجهیزات و ماشین آلات جنگی یا اثرات آن ها، در کنار نشانه های نمادین شناخته شده مانند پلاک هویت، سربند و کلاه خود. (تصاویر ۱۸ و ۱۹)

می کند. (تصویر ۱۴)

وجود هاله های سفید که از میان آوار و کتاب ها، برخاسته و در فاصله ای به پرنده هایی شبیح گونه، تبدیل شده اند، لایه مفهومی دیگری است که از نمادهای پرنده سفید (کبوتر سفید) به عنوان نشانه ای از صلح و در مقابل جنگ، تجمع پرندگان به عنوان سیمرغ (پرنده افسانه ای ایرانی که از سی روح، مرغ تشکیل شد که از آن می توان به عنوان استعاره، نام برد) از آن جمله هستند. (تصویر ۱۵)

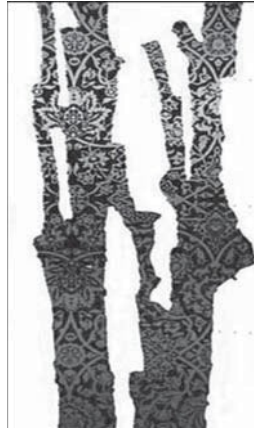
سطح تجسمی این اعلان از باز نمود روایی برخوردار است. وجود بردارهای کنشی، حرکت پرندگان از میان آوار و کتاب ها، به بالا همچنین حرکت پرندگان از سوئی به سوی دیگر، تلاطمی در فضا ایجاد می کند که به تصویر، ساختاری روایتی می بخشد.

سطح نوشتاری در ارتباط مستقیم و بازنمایی تصویر است. به صورتی که درج سال انتشار کتاب (۱۳۶۵) روی جلد، دلالت مستقیم به سال بروز حادثه ای در آن سال می کند. (تصویر ۱۶)

بر اساس نقش تعاملی، فاصله مخاطب با عناصر زمینی (کتاب، شانه سر و غیره) نزدیک و عناصر آسمانی (پرندگان) دور است. زاویه دید بیننده نسبت به تصویر، از پایین به بالا است که این وضعیت تاکید بر اسطوره ای شدن عناصر درون تصویر دارد. نقش ترکیبی و ارزش



تصویر ۲۵ - قسمتی از تصویر ۲۴



تصویر ۲۶ - قسمتی از تصویر ۲۴



تصویر ۲۷ - قسمتی از تصویر ۲۴



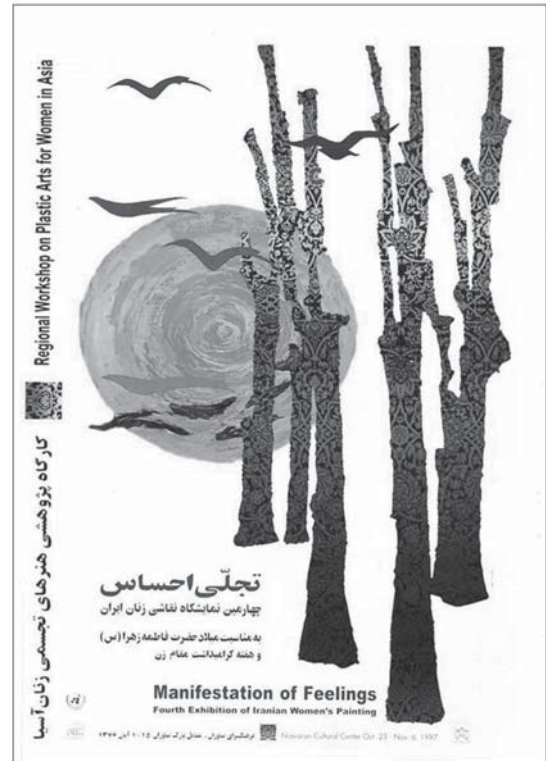
تصویر ۲۸ - قسمتی از تصویر ۲۴



تصویر ۲۹ - قسمتی از تصویر ۲۴



تصویر ۳۰ - قسمتی از تصویر ۲۴



تصویر ۲۴ - تجلی احساس، فهیمه پهلوان، ماخذ: گرافیک معاصر ایران ۱۳۷۸، ۴۰

۳- استفاده از نقش مایه های هنر سنتی ایران از جمله درخت، هاله نور و آفتاب و نظایر آن ها، (تصاویر ۱۷، ۱۸ و ۲۱)

۴- کاربرد نوشتار مرتبط با اهداف حماسی، (تصویر ۲۰)
 ۵- نگرش به موضوعات سیاسی، نظامی و مذهبی دیگر کشورهای مسلمان و هم جوار، (تصویر ۲۲)

۶- تصویرسازی از چهره های شاخص در جریان انقلاب اسلامی ایران، (تصویر ۲۳)

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

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



تصویر ۳۳- جام جهانی فوتبال فرانسه، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، طراحان: مرتضی ممیز، مسعود سپهر و مصطفی اسداللهی، ماخذ: همان، ۱۴۰

زمینی سفید که دلالت بر فضای جنگل دارد، پرنده‌گانی تیره در حال پرواز، سطح دایره وار نارنجی که می تواند نشانه شمالی از خورشید باشد. لایه نوشتاری افقی و عمودی، که ما را در خوانش تصویر کمک می کند، نشان های سیاه و سفید رنگی (در پایین و کنار صفحه) که دلالت بر آرام نمایشگاه و سفارش دهنده آن دارد.

دلالت های ضمنی اعلان، هم عبارت است از: درختانی بدون شاخه و برگ بر روی سطح سفید نشانه شمالی از وجود برف در جنگل و دلالت بر فصل زمستان دارد. (تصویر ۲۵) وجود نقوش و تزیینات رنگی روی تنه درخت دلالت بر نقوش چاپ پارچه و رنگ آمیزی آن دارد که از دست ساخته های زنانه (ساخته های هنری و صنایع منسوب به زنان که در جنبش های جدید هنری از آن نام برده می شود) به شمار می رود. فضای رنگی ایجاد شده روی تنه درخت (از پایین به بالا، رنگ ها روشن تر و گرم تر می شوند) به نوعی از فضاهای تزیینی، متأثر شده که به تصویر، بیان تزیینی می بخشد. (تصویر ۲۶) سطح رنگی (نارنجی) دایره ای، نشانه ای از خورشید و استعاره ای از گرما، نور و امید است که در سرما، نویدی از تغییر فصل می دهد (خورشید به نوعی نشانه نمایه ای، نیز محسوب می شود. (تصویر ۲۷) حضور پرندهگان تیره و درحال پرواز نشانه ای استعاری دیگری است بر حامل پیام زندگی. تیرگی و سایه گون بودن رنگ های استفاده شده در پرندهگان دلالت



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

تصویر ۳۱- قسمتی از تصویر ۲۴ تصویر ۳۲- قسمتی از تصویر ۲۴

Manifestation of Feelings Fourth Exhibition of Iranian Women's Painting

تصویر ۳۳- قسمتی از تصویر ۲۴

تجلی احساس

چهارمین نمایشگاه نقاشی زنان ایران

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

تصویر ۳۴- قسمتی از تصویر ۲۴

Regional Workshop on Plastic Arts for Women in Asia

تصویر ۳۵- قسمتی از تصویر ۲۴

کارگاه پژوهشی هنرهای تجسمی زنان آسیا

تصویر ۳۵- قسمتی از تصویر ۲۴

ماندگی از آن سلحشوران و شهیدان، با هنر نقش و نشانه در اعلان سعی می کند نقشی ولو کم رنگ در این دوره ایفا کند.

ج- تحلیل اعلان های دوره سوم (اعلان های شاخص دوره بعد از جنگ و دوران سازندگی از سال ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۰ شمسی) ورود به فضاهای جدید و مسائل روز جهانی و گذر از دوران جنگ تحمیلی، نوعی از رنگ باختگی عمل اجتماعی را در آثار تولید شده این دوره به وجود آورد که حاصل آن، تبدیل شدن نشانه های آرمانی و اسطوره ای به صورت های انتزاعی بود. هنرمندان توانستند با بهره گیری از ابزار و امکانات جدید (طراحی و ماشین های چاپ و تکثیر) ویژگی های فردی شان را در آثار تصویری، به نمایش بگذارند.

وجود نمایشگاه های هنری، سفارش دهندگان جدید، موضوعات متفاوت، نوعی از بیان تصویری را با مفاهیم و رمزگان انتزاعی به همراه آورد که فاقد عناصر ملموس و دست یافتنی و عمل اجتماعی دوره اول، آرمان خواهی و اسطوره پردازی، دوره دوم بود. کاربرد موثر خط و اهمیت دادن به لایه های نوشتاری و ارجاعی به تصویر، در این دوره مورد توجه ویژه قرار گرفت.

تحلیل اعلان شماره سه

دلالت های صریح اعلان شماره سه (تصویر ۲۴) عبارتند از: درختانی با پوشش تزیینی و بدون شاخه و برگ بر روی



تصویر ۳۶- نمایشگاه بین المللی، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، طراح: علی خورشیدیور، ماخذ: گرافیک معاصر ایران ۱۳۷۳، ۱۰۸، ۱۰۸



تصویر ۳۵- نخستین دو سالانه بین المللی نقاشی جهان اسلام، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، طراح: احمد آقاقلی زاده، ماخذ: گرافیک معاصر ایران ۱۳۸۰، ۲۳، ۱۳۸۰

پنج تنه درخت به عنوان شمایل نموداری با زیرنویس جمله، چهارمین نمایشگاه ... نقیضه ای بر متن تصویری اعلان، وارد می کند. (تصاویر ۲۹ و ۳۰)

جمله (خط اول) به مناسبت میلاد حضرت فاطمه زهرا (س)، (خط دوم) و هفتم گرامیداشت مقام زن دارای ساختار استعاری است به صورت بیان رنگی (فیروزه ای) به یکی از پرندگان در حال پرواز ارجاع می دهد (تصاویر ۳۱ و ۳۲) جمله لاتین Manifestation of Feelings Fourth Exhibition of Iranian Women's Painting ترجمه نوشتار عنوان و زیرنویس آن است ولی مناسبت جمله، ترجمه نشده است. بینامتن این لایه نوشتاری، رفتار اجتماعی سفارش دهنده را در برگزاری چنین نمایشگاه های مناسبی، نشان می دهد به صورتی که در ترجمه عنوان، به مناسبت میلاد ...، تعدیل صورت می گیرد. (تصویر ۳۳)

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

بر شوم بودن خبر دارد که می تواند نقیضه ای بر سطح بیان و دریافت ارجاع به موضوع باشد. (تصویر ۲۸)

سطح تجسمی این اعلان، اقتباسی است از شیوه اجرای، نقاشی های انتزاعی و مدرن است. ترفندها و روش های مورد استفاده در این تصویرسازی، بهره گیری از رنگ های جرمی، ترکیب (کلاژ) تصویری دستی و نرم افزارهای گرافیکی است. سطح نوشتاری این تصویر، مجموعه اطلاعاتی است که علاوه بر ارتباط رسانی و ماهیت برگزاری، با استفاده از ترکیبات ادبی (عنوان) سعی در ارجاع مفهومی به تصویر دارد.

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

عنوان تجلی احساس یکی از لایه های متنی به معنی، آشکار شدن احساس می باشد که برای این اعلان انتخاب شده است. این ترکیب در ارتباط مفهومی، ارجاع غیرمستقیم به تصویر می دهد. (تصویر ۲۹)

دومین لایه نوشتاری، جمله زیر نویس، چهارمین نمایشگاه نقاشی زنان ایران، است که به صورت نمادین باید به تعداد و جنسیت تولیدکنندگان آثار نقاشی پردازد. (تصویر ۲۹) ولی نشانه هایی از قبیل، پنج پرند در حال پرواز و



تصویر ۳۸- گفت وگویی تمدن ها، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، طراح: حسین خسروجردی، ماخذ: گرافیک معاصر ایران ۱۳۸۰، ۳۱

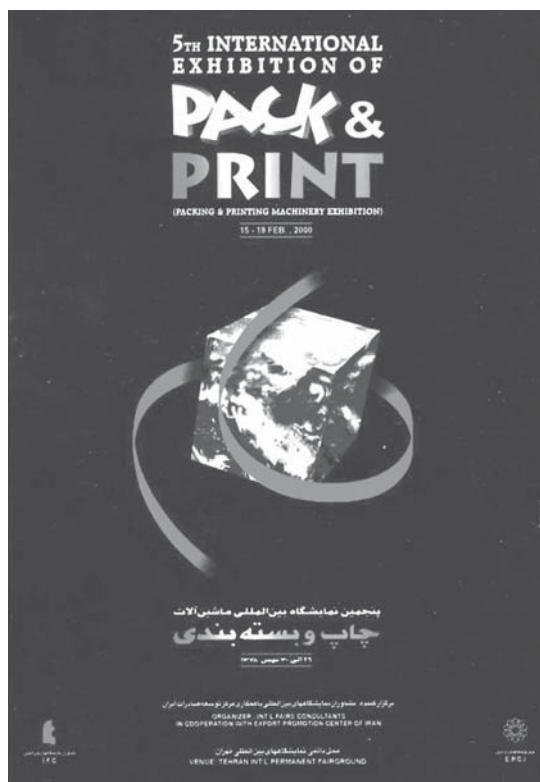


تصویر ۳۷- شانزدهمین جشنواره فیلم فجر، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، طراح: سیامک فیلی زاده، ماخذ: گرافیک معاصر ایران ۱۳۷۸، ۲۲

(تصاویر ۳۳ و ۳۴)

متن نوشتاری عمودی، کارگاه پژوهشی هنرهای تجسمی زنان آسیا و ترجمه (خلاف جهت) آن، در سمت راست و حاشیه، لایه تصویری دیگری است مبنی بر تشکیل کارگاهی پژوهشی، در کنار نمایشگاه نقاشی. (تصویر ۳۵) متن نوشتاری لاتین «Workshop on Plastic Arts» «For Women in Asia Regional» که با توجه به عنوان فارسی «کارگاه پژوهشی هنرهای تجسمی زنان آسیا» به اشتباه ترجمه شده است، با آوردن کلمه For «به معنی برای»، مفهوم جمله را چنان می‌رساند که این کارگاه برای زنان آسیایی تشکیل شده و در آن محصولاتی عرضه می‌شود که به گونه‌ای در ارتباط موضوعی با زنان است، بدون توجه به جنسیت به وجود آورندگان آثار، حال آن که با توجه به مفهوم جمله فارسی (کارگاه پژوهشی هنرهای تجسمی زنان آسیا)، این کارگاه عرضه محصولات هنرهای تجسمی است که توسط زنان آسیایی تولید شده‌اند. (تصویر ۳۵)

ویژگی این اعلان، استفاده از نمادهایی است که به بیان تصویری زن می‌پردازد (جانمایی نشانه ای) و به نوعی سعی بر بازنمایی نشانه ای از آن دارد ولی نشانه ای که دلالت به زن ایرانی و آسیایی، نمی‌دهد و مفهوم را پیچیده تر و به نمادگرایی می‌پردازد. نمونه هایی از اعلان های اجرا شده در دوره سوم (تصاویر ۳۴ و ۳۹)



تصویر ۳۹- پنجمین نمایشگاه ماشین آلات چاپ، طراح: فتح الله مرزبان، نمونه اعلان متعلق به دوره سوم، ماخذ: همان، ۵۵

جدول دلالت ها و ارجاعات نشانه شناختی اعلان‌ها از ظهور انقلاب اسلامی ایران تا سال ۱۳۸۰

موضوع	دوره اول	دوره دوم	دوره سوم
نشانه‌ها	شمایلی و اجتماعی	نمادین و اسطوره‌ای	مفهومی و نمایه‌ای
ارجاعات	تاریخی و سیاسی	اسطوره‌ای و دینی	سستی
ساختار	روایتی	مفهومی	انتزاعی

- دوره سوم با عنوان دوران سازندگی پس از جنگ ۵- پیرنگ شدن نقش تبلیغی رسانه‌ای اعلان.
- ۶- کاربرد چشمگیر ابزارهای مدرن در بخش حروف نگاری، چینش یا چاپ (رایانه و مانند آن). (تصویر ۲۲)
- ۷- استفاده بسیار از عناصر بصری مانند نمادهای ایرانی محض، لایه‌های نوشتاری چند زبانه و سرانجام چهره زنان که در اعلان‌های دو دوره قبل یا نبود یا بسیار اندک بود. (تصاویر ۱۷، ۲۱ و ۲۰)
- دوره سوم با عنوان دوران سازندگی پس از جنگ معرفی می‌شود بیش‌ترین اعلان‌ها از نظر کمیت در آن آفریده شده‌اند، موارد زیر آشکارا پیداست:
- ۱- کثرت مضامین اعلان‌ها.
- ۲- تنوع شکل‌ها و نشانه‌ها در آثار. (تصویر ۱۹)
- ۳- ورود هنرمندان نسل نو به عرصه گرافیک.
- ۴- بین‌المللی شدن سفارش‌ها و انگیزه‌های ساخت اعلان. (تصویر ۱۸)

نتیجه

گفته شد که نشانه‌شناسان نشانه‌ها را در انزوا مطالعه نمی‌کنند، بلکه توجه خود را معطوف به مطالعه شکل‌گیری هر چه که نشانه تلقی می‌شود، می‌کنند. نشانه‌شناسان تصویری، آثار هنرهای تجسمی شامل نقاشی‌ها، نگاره‌ها یا اعلان‌ها را بر اساس نمادها، متون و نشانه‌های آن‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهند. در این راستا نمونه‌های منتخب بیش از ۱۵۰ اعلان که از آغاز دوران انقلاب اسلامی در کشور طراحی و منتشر شده است مورد بررسی قرار گرفت. این نمونه‌ها مشتمل بر ۵۰ اعلان بود که در دوره‌های سه‌گانه زیر تولید شده‌اند:

- الف- اعلان‌های سال‌های پیروزی انقلاب اسلامی از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۵۹ شمسی. (دوره اول)
- ب- اعلان‌های تولید شده در سال‌های جنگ تحمیلی و دفاع مقدس از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۵۹ شمسی. (دوره دوم)
- ج- اعلان‌های دوران پس از جنگ (دوران سازندگی) از سال ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۰ شمسی. (دوره سوم)
- الف - همه اعلان‌های این دوره (دوره اول) به جز تعداد انگشت‌شماری با خام دستی همراه است. بر اساس آن چه گفته شد، می‌توان نتیجه گرفت حرکت، شور و خیزش هنرمندان گرافیکست و سازنده اعلان هم‌سو با جنبش مردم در سال‌های نخستین انقلاب، امکان هر گونه تأمل هنری را از آن‌ها سلب کرده است. به بیان دیگر هنرمند سازنده اعلان در چنان روزها و ماه‌هایی در پی خلق یک اثر هنری تمام‌عیار نبوده و به جای اندیشیدن به ماندگاری اثر خود به فکر اثرگذاری سریع آن بوده است.
- ب- مهم‌ترین نتیجه تحلیل اعلان‌های این دوره (دوره دوم)، حفظ مام وطن از گزند حمله بیگانه، هنرمند آفرینشگر اعلان را بر خلاف دوره نخست، مبارزه به کمک قلم و رنگ سوق نداده بلکه از او مورخی اجتماعی ساخته است که می‌خواهد حماسه‌های شگفت و شگرف دوران دفاع مقدس را در قالب بهترین نمونه‌های تصویری ثبت کند.

ج- تحلیل اعلان‌های این دوره (دوره سوم) اجازه می‌دهد نتیجه بگیریم هنگامی که مردم یک کشور از جنگ‌های داخلی و خارجی مصون باشند، بیش از همه هنرمندان آن جامعه فرصت می‌یابند که

توان هنری خود را در خدمت دغدغه های فردی خود قرار دهند. همچنین نگاهی به آثار این دوره نشان می دهد که آرامش پس از جنگ، قبل از آن که مثل دوره های قبل، اعلان سازی را رسانه ای پیوسته با مردم و نیازهای جدی آن ها قرار دهد، از آن هنری ساخته که رو به خود آورده است. اگرچه می توان در مجموعه اعلان های این دوره آثار معدودی پیدا کرد که هنوز در پی اخذ مضمون های خود از نیازهای جامعه هستند، ولی اندکی کاوش آشکار می سازد که این تعداد کم، اغلب منابع سفارش دولتی یا نیمه دولتی دارند. در این دوره است که اعلان سعی می کند به تعریف غربی خود برسد، به این معنا که وسیله ای باشد برای انتقال پیام های تجاری برای کالاهای مصرفی، انتقال پیام های ارتباطی برای تلویزیون، مجلات، فیلم، نمایش، جشنواره ها و یا حتی برجسبی برای اعلام و معرفی آثار هنری دیگری مانند آلبوم های موسیقی.

از بررسی نشانه شناسی انجام گرفته بر روی سه دوره از اعلان های شاخص اجرا شده پس از دوران انقلاب اسلامی در ایران تا پایان دهه ۱۳۸۰ هجری شمسی نتایج زیر به دست آمد:

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

ب - طراحان با استفاده از ترفند ها و نشانه های حاکم تصویری اما با ساختاری متفاوت در سه دوره (۱۳۵۷ تا ۱۳۸۰ شمسی) به انتقال پیام پرداخته اند: از نشانه های شمایی و بیان روایتی در دوره اول، نشانه های نمادین و بیان استعاری در دوره دوم و نشانه های نمایی ای و بیان مفهومی در دوره سوم، به ایجاد ارتباط و انتقال پیام به مخاطب، پرداخته اند.

ج - تمامی اعلان های سه دوره از ارجاعات بینامتنی، شامل ارجاعات تاریخی، اقتصادی، سیاسی و سنتی استفاده کرده اند ولی در دوره سوم ارجاعات پیرامنتی بیش تر از دوره های اول و دوم بوده است. همچنین ارجاعات تاریخی و سیاسی در دوره اول، ارجاعات اسطوره ای و دینی در دوره دوم و ارجاعات سنتی در دوره سوم، بیش ترین کاربری را در طراحی و ساخت اعلان بر عهده دارد. با مشاهده تحلیلی و توصیفی اعلان های اجرا شده در ایران (۱۳۵۷ تا ۱۳۸۰ هجری شمسی) اثبات می شود هرچه از دوره اول به طرف دوره سوم، حرکت می کنیم، الگوهای روایتی (واقعی) کم تر و الگوهای مفهومی (انتزاعی) بیش ترین کاربرد را پیدا می کنند. در کل از توجه به نشانه شناختی اعلان های هر سه دوره درمی یابیم اعلان سازی در فاصله سال های ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۰ (۲۳ سال) یک دوره خاص را در ایران اسلامی طی کرده، دوره ای که سیر حرکت در آن نه تکاملی، بلکه تحولی بوده است.

منابع و ماخذ

چندلر، دانیل، مبانی نشانه شناسی، مهدی پارسا (مترجم)، زیر نظر فرزانه سجودی، انتشارات سوره مهر، تهران، ۱۳۶۸.

ده سال با طراحان انقلاب اسلامی، (۱۳۶۷-۱۳۵۷ ه ش) به اهتمام ابولفضل عالی، انتشارات حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی، تهران، ۱۳۶۷.

ساسانی، فرهاد، بینامتنیت، پیشینه و پسینه نقد بینامتنی، انتشارات بیناب، تهران، ۱۳۸۳.



- سجودی، فرزانه، نشانه شناسی، نظریه و عمل، نشر علم، تهران، ۱۳۸۸.
- سجودی، فرزانه، نشانه شناسی کاربردی، ویرایش دوم، نشر علم، تهران، ۱۳۸۷.
- سجودی، فرزانه، نشانه شناسی کاربردی، چاپ اول، نشر قصه، تهران، ۱۳۸۳.
- کالر، جاناتان، در جست و جوی نشانه ها، مترجمان لیلا صادقی، تینا امرالهی، ویرایش فرزانه سجودی، چاپ اول، نشر علم، تهران، ۱۳۸۸.
- گرافیک معاصر ایران، چهارمین نمایشگاه دو سالانه آثار طراحان ایران، ناشر انجمن هنرهای تجسمی ایران، تهران، ۱۳۷۳.
- گرافیک معاصر ایران، ششمین نمایشگاه دو سالانه آثار طراحان ایران، ناشر انجمن هنرهای تجسمی ایران، تهران، ۱۳۷۸.
- گرافیک معاصر ایران، هفتمین نمایشگاه دو سالانه آثار طراحان ایران، ناشر انجمن هنرهای تجسمی ایران، تهران، ۱۳۸۰.
- گودرزی دیباج، مرتضی، گرافیک انقلاب، فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران، تهران، ۱۳۹۰.
- ممیز، مرتضی، طراحی اعلان، انتشارات هنری ویلهلم، تهران، ۱۳۸۶.
- مهاجرمهران، نبوی، محمد، درگاه اینترنتی سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران، دایرةالمعارف کتابداری و اطلاع رسانی، مدخل نشانه شناسی، تهران، ۱۳۸۰.
- نامور مطلق، بهمن، بارت و بینامتنیت، مجموعه مقالات هم اندیشی، ش ۷، انتشارات فرهنگی هنر، تهران، ۱۳۸۶.

Kress, G, and Hodge, Language as Ideology, London, Routledge, 1979.

Sonesson, Goran, Pictorial semiotics, The state of the art at the beginning of the nineties, 1993.

Van Leeuwen, Theo, Introducing Social semiotics, London, Routledge, 2005.