معرفی و تحلیل کتاب ارتباط تصویری از چشم انداز نشانه‌شناسی

نوشته‌ی خانم فهیمه پهلوان

دکتر مهرداد صدقی
استادیار گروه گرافیک دانشگاه نیشابور

چکیده

این مقاله که با هدف نقد و بررسی کتاب «ارتباط تصویری از چشم انداز نشانه‌شناسی» نوشته شده ، طرح کلی کتاب و منطق درونی مطالب را مورد توجه قرار داده و سعی نگارنده بیشتر توجه به محاسن و معایبی است که در شیوه‌ی استدلال کتاب می‌توان پیدا کرد.

این مقاله در سه بخش تدوین شده که به معرفی اجمالی کتاب ، تشریح ارزش و اهمیت کتاب در حوزه‌ی گرافیک و در نهایت نقاط ضعف کتاب می‌پردازد. مطالعه بین رشته‌ای که به مباحث ارتباطات و نشانه‌شناسی ، روش تحلیل مفاهیم ضمنی آثار گرافیکی و تحلیل‌های پیمایشی توجه دارد از نکات مثبت این کتاب و عبور گذرا از مفاهیم و مصداق‌ها ، عدم رعایت پیوستگی مطالب و عدم اتخاذ زاویه‌ی دید واحد به تحلیل مصداق‌ها از نکات منفی آن است.

مقدمه

رویکرد این مقاله بیشتر تحلیل طرح کلی کتاب و منطق درونی مطالب است و سعی نگارنده بیشتر توجه به محاسن و معایبی است که در شیوه‌ی استدلال می‌توان پیداکرد. سابقه‌ی آشنایی اینجانب با کتاب به هنگام نگارش رساله‌ی دکتری اینجانب در سال ۱۳۸۷ برمی‌گردد ؛ اما انگیزه‌ی اصلی‌ام در نگارش این مقاله ، استفاده از کتاب ارتباط تصویری از چشم‌انداز نشانه‌شناسی به عنوان منبع اصلی واحد درسی "تجزیه‌ی تحلیل و نقد آثار ارتباط تصویری" در سه نیمسال تحصیلی از سال ۱۳۸۹ تاکنون در مقطع کارشناسی بوده است. همچنین بازخوردهای دانشجویان نسبت به مباحث کتاب موجب شد که نظرات مخاطبان اصلی این کتاب هم در سطح محدودی (محدوده‌ی کلاس) برایم روشن شود. در گفتگوهایی که راجع به مباحث کتاب مطرح می‌شد ، دانشجویان به نکته‌های ظریف و جالبی اشاره می‌کردند که در نگارش این مقاله از آن استفاده‌ی فراوانی کردم. در ابتدای مقاله به توصیف اجمالی کتاب پرداخته‌ام و بعد نکات مثبت کتاب و در بخش آخر موارد ضعف کتاب را بررسی کرده‌ام. با توجه به این که کتاب حاضر چکیده‌ای از چند کتاب است ، از تنوع و گستره‌ی وسیعی از موضوعات مطرح ، برخوردار است. این نکته موجب شده ، کتاب پاسخگوی نیازهای متنوع دانشجویان و علاقه‌مندان به ارتباط بصری باشد اما از طرف دیگر مطالب از عمق لازم برخوردار نباشد و در حد فهرستی از تیترهای مختلف اطلاعات را به مخاطب بدهد. شاید اگر همچون کتاب «مقدمه‌ای بر طراحی دو بعدی» نوشته‌ی جان باورز و ترجمه مشترک سودابه‌ی صالحی و مرجان زاهدی به صورت عمدی و آشکارا مفاهیم و اصطلاحات مطرح و تأثیرگذار در حوزه‌ی طراحی گرافیک به‌صورت فشرده و تیتروار تشریح می‌کرد ، انتظار خواننده را به نحو مناسبی پاسخ می‌داد اما چون شیوه‌ی نگارش کتاب ارتباط تصویری از چشم‌انداز نشانه‌شناسی ، دغدغه‌های توضیح و تشریح نظریه‌ها را دارد خلاصه‌بودن مطالب خواننده را راضی نمی‌کند.

بررسی اجمالی موضوعات کتاب

کتاب ارتباط تصویری از چشم‌انداز نشانه‌شناسی ، کتابی آموزشی است که با نمونه‌های تصویری زیادی از آثار گرافیک ، عکاسی و چند اثر نقاشی در ۱۶۷ صفحه با کیفیت خوبی زیر نظر معاونت پژوهشی دانشگاه هنر به چاپ رسیده است. ساختار کتاب به پنج فصل تقسیم شده است: که نویسنده در فصل اول آن ، به عناصر سازنده‌ی اثر تجسمی ، کیفیت‌های تجسمی و توجه به موقعیت فرضی بیننده در تصویر پرداخته و همچنین کارکردهای اثر هنری ، نحوه‌ی توصیف اثر تجسمی و مقدمات تحلیل اثری تجسمی را معرفی کرده است. در انتهای این فصل دو مبحث دیگر با عنوان پیام‌های شمایلی و پیام‌های زبانی هم مطرح شده است. فصل دوم مقاله‌ای است که روش به کار بردن عواملی که در فصل اول به آن اشاره شده را به‌طور واضحی در تحلیل دو اثر برای خواننده بازگو کرده است. یکی از تحلیل‌ها مربوط به یک آگاهی تجاری در رابطه با پوشاک مردانه است که توسط مارتین ژولی نویسنده کتاب «درآمدی بر تحلیل تصویر» انجام شده و روش تحلیل آن به‌عنوان الگو برای تحلیل پوستری دیگری ، که خانم پهلوان در حدود سال‌های ۱۳۷۳ طراحی کرده ، مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج این تحلیل در جدول‌هایی تنظیم شده است و در واقع خلاصه‌ای از توضیحات این فصل را به اطلاع خواننده می‌رساند.

فصل سوم ، مقاله‌ی دیگری است که از دیدگاه نشانه‌شناسی به تحلیل آثار (به‌ویژه آرم) پرداخته و به محدوده‌ی کوچکی از آثار گرافیک توجه شده است. در این فصل با معرفی کارکردهایی که یاکوبسن برای زبان و همچنین عناصر سازنده‌ی ارتباط مطرح کرده تقسیم‌بندی‌هایی در نظر گرفته می‌شود که نویسنده از آن‌ها در تفکیک کارکردهای آرم استفاده می‌کند. این مقاله در ادامه به دو گونه از آرم اشاره می‌کند که به‌صورت کلی می‌تواند درباره‌ی اغلب آرم‌ها مصداق داشته باشد. مشروع بودن و کسب مشروعیت دو استراتژی است که فرستنده پیام در آرم‌ها از یکی از آن‌ها استفاده می‌کند. مثال تصویری این بخش به دو آرم «فرهنگ لاروس» و «قطار شهری پاریس و حومه» اختصاص پیداکرده است.

فصل چهارم ، به تعریف مفاهیم متعدد نشانه‌شناسی از جمله انواع نشانه‌ها (شمایل ، نماد ، نمایه) ، مفهوم بازنمایی در آرم ، هویت ، استعاره و مجاز اشاره می‌کند و سپس هشت آرم ایرانی با سابقه‌ی بیش از ۳۰ سال ، بررسی و تحلیل شده است. نتایج تحقیق هم به صورت توصیفی و هم به‌صورت جدول‌های ماتریسی برای خواننده ارائه شده است.

فصل پنجم هم به پیوست‌ها و اطلاعات جانبی کتاب می‌پردازد.

کتاب حاضر با هدف تولید منابع نظری برای رشته‌ی ارتباط تصویری در دانشگاه‌های

کشور تألیف شده و همانطوری که نویسنده در مقدمه کتاب یادآوری کرده ، انگیزه‌ی وی از نوشتن چنین کتابی ، نزدیک شدن به مباحث نظری در طراحی تصویر و دانش‌های مرتبط در حوزه ارتباطات که در طول هفده سال تدریس در دانشگاه ، نیاز انتقال آن به دانشجویان احساس شده است. نکته‌ی دیگری که در مقدمه ، رویکرد ذهنی نویسنده را بیشتر برای خوانندگان معرفی می‌کند ، این است که طراحی گرافیک صرفاً جنبه‌ی هنری ندارد و در ماهیت آن باید به نقش ارتباطی آن هم اشاره کرد ، بنابراین نوعی آمیختگی با دانش‌های گوناگون غیرهنری دارد. در واقع رویکرد نویسنده کاملاً هنری نیست و سعی دارد با توجه به دیدگاه‌های مختلفی که در حوزه‌های مطالعات نشانه‌شناسی ، ارتباطات میان فردی و رسانه‌ای که در تحلیل پیام‌های بصری دخالت دارند ، نوعی ارزیابی منطقی را در حوزه‌ی مباحث نظری گرافیک اشاعه دهد. دو منبع مهمی که اساس نظریات خانم پهلوان بر آن‌ها استوار است ، بنا به توضیح خود نویسنده ؛ دو کتاب به زبان فرانسوی مربوط به سال ۲۰۰۱ میلادی ، نوشته‌ی بنوا هایل برون در مورد لوگو و سال ۱۹۹۹ تألیف مارتین ژولی با عنوان «درآمدی بر تحلیل تصویر» است. در فصل اول هم کتاب «تجزیه و تحلیل آثار هنرهای تجسمی» تألیف چارلز جنسن (۱۳۸۴) و کتاب دیگری از نویسنده با نام «درآمدی بر تحلیل عناصر تصویری در آرم» (۱۳۸۵) هم از منابعی است که در کتاب از آن استفاده شده است.

ارزش و اهمیت مباحث نظری کتاب در حوزه‌ی ارتباط تصویری

در وضعیت کنونی که منابع اندکی برای واحدهای درسی رشته‌ی گرافیک وجود دارد ، نگارش و چاپ چنین کتابی بسیار ارزشمند است و نشان از دقت نظر نویسنده در رفع کمبود منابع درسی و اهتمام ایشان در ارتقای وضعیت کتاب‌های نظری در رشته‌ی ارتباط بصری دارد. به‌ویژه چون کتاب به قلم یکی از اعضاء هیئت علمی گروه گرافیک دانشگاه هنر نوشته شده است خیلی واقع بینانه‌تر به کمبودهای موجود در فضای ارتباط بصری پرداخته است. استفاده‌ی آگاهانه از نمودارها و جداول باعث ساده‌سازی مفاهیم مورد نظر نویسنده‌ی کتاب می‌شود. به کار بردن جمله‌های ساده و روان باعث درک آسان مطالب و پرهیز از خستگی خواننده می‌شود ؛ هر چند که در بعضی از مباحث ، خلاصه توضیحات باعث غیر قابل فهم شدن و گنگی مطالب شده است.

در فصل اول شاید برای اولین بار در کتاب‌های گرافیک به تحلیل یکی از جنبه‌های تصویر پرداخته شده است چرا که تا قبل از آن در بسیاری از کتاب‌های مبانی گرافیک مورد بی توجهی قرار گرفته‌بود. در نظر گرفتن زاویه‌ی دید و موقعیت فرضی بیننده تا موضوع تصویر از نکته‌های اساسی در تحلیل آثار تصویری است. توضیح درباره‌ی انواع ترکیب‌بندی در آگهی‌های تبلیغاتی از وضوح خوبی برخوردار است و بر اساس نظریه‌ی مارتین‌ژولی چهار ترکیب‌بندی کلی و کاربردهای آن معرفی شده است. همچنین توضیح درباره‌ی شیوه‌های ایجاد معنا به کمک پیام‌های شمایلی و توجه به طرز قرار گرفتن مدل و جهت نگاه ، از آن دست مطالبی است که در کتاب‌های تحلیل هنر کمتر به آن پرداخته شده و بیشتر این نکته‌ها را دانشجویان هنر می‌بایست در کتاب‌های ارتباطات انسانی و رفتارشناسی پیدا کنند. پیام‌های زبانی و رابطه‌ی آن با تصویر هم نیز از نکته‌های مفید این فصل می‌باشد که البته جای توضیحات بیشتر و باز شدن نکته‌های ظریف ، خالی است.

فصل دوم کتاب به منظور تفهیم بهتر مطالب فصل اول و به‌عنوان دستورالعملی برای تحلیل آثار گرافیکی تدوین شده است. به‌علاوه این نکته را آشکار می‌کند که مفاهیم صریح و ضمنی در هر اثر گرافیکی ناشی از درهم تنیدگی پیام‌های تجسمی با پیام‌های شمایلی و زبانی است که نادیده گرفتن تأثیرات هر کدام از این پیام‌ها در کل اثر موجب تحلیل‌های اشتباه و ناقص از موضوع خواهد شد. در توضیح مطالب این فصل استفاده مناسب از جدول‌ها برای دسته‌بندی معناهای مختلف تصویر و طبقه‌بندی معناهای صریح و ضمنی درک مطالب را برای خواننده بسیار ساده کرده است. تحلیلی که از مارتین‌ژولی درباره‌ی پوشاک مردانه‌ی مارلبرو آورده شده ، نشان می‌دهد چگونه نوع ترکیب‌بندی و ویژگی‌های بصری احساسی از بزرگی ، قدرت ، ایجاد عامل تعلیق در مبهم بودن چهره ، قدمت و کمی زمختی را در بیننده برمی‌انگیزد ؛ و پیوند این احساس با پیام‌های شمایلی حاکی از مقاومت و محافظت ، صلابت و تعادل ، کنش مردانه و قدرت جنسی ، غرب دور و کابوی ، معنای ضمنی: گیرایی ، جذابیت ، قدرت و نیرویی اسرارآمیز را به این محصول می‌افزاید. البته این درهم تنیدگی معنایی در پوستر دوم که از کارهای قدیمی‌تر نویسنده است آن‌چنان مقبول نمی‌افتد و خواننده به سختی مفاهیم ضمنی را در تحلیل قبول می‌کند. در بعضی از توضیحات نویسنده درباره‌ی پوستر خودش به نظر می‌رسد که توجیهات ، در جهت پربار کردن معنای ضمنی باشد. مثلاً در بخشی از پوستر شاخه‌ای از درخت انگور به شیوه‌ی تصویرسازی و با رنگ‌های کم‌فروغ و تا حدی پاییزی طراحی شده است که بنا به نظر خانم پهلوان در صفحه‌ی ۷۹ دلالت ضمنی بر رشد ، شکوفایی و امید دارد در صورتی که حالت پژمرده‌ی برگ‌ها ، برانگیزنده‌ی مفهومی وارونه در ذهن بیننده است. در آخر این فصل نتیجه‌گیری ژولی قابل تأمل است: «ما اغلب بر این باوریم که چنانچه تعداد خاصی از نقش‌مایه‌های تصویر را تشخیص داده و پیام زبانی اثر را درک کنیم ، یک تصویر را دریافت کرده‌ایم ، در حالی که این شیوه‌ی تحلیل نشان داد که اکثر ایده‌های بنیادین ، بیش از آنکه مدلول نشانه‌های شمایلی باشند ، مدلول نشانه‌های تجسمی‌اند».

فصل سوم ، با الهام از مدل ارتباطی و طبقه‌بندی کارکردهای زبان رومن یاکوبسن ، آغاز شده است. هایلبرون برای طبقه‌بندی انواع آرم ، این طبقه‌بندی را با اندک تفاوتی دوباره مطرح کرده و خانم پهلوان هم بر اساس توضیحات هایل برون تصاویر شاهد را به متن ضمیمه کرده است. به‌علاوه جدول صفحه‌ی ۱۰۶ به‌صورت فشرده ویژگی‌های این کارکردها را بازگو کرده‌است. نکته‌ی مثبت این جدول توجه به اهداف فرستنده‌ی پیام بصری و گیرنده‌ی آن است که با تفاوت‌هایی آن را از یکدیگر تفکیک شده است مثلاً در کارکرد سخن‌گشا اهداف فرستنده «برقراری

ارتباط و تماس» است در مقابل اهدافی که برای گیرنده متصور شده با عبارت‌های «پدیداری ، متمایز ساختن ، قابلیت گیرایی و دلبستگی» مشخص شده است. در ادامه با تأکید بر روی دو کاربرد بیانگر و کاربرد تأثیرگذار ، تفاوت‌های دو گونه راهبرد متفاوت در انتقال پیام آرم را بررسی کرده و دو آرم لاروس با شرکت «حمل و نقل پاریس و حومه» از این دیدگاه مقایسه کرده است.

فصل چهارم با تحلیلی پیمایشی به پایان رسیده و استفاده از جدول‌های ماتریسی راهنمای مناسبی برای درک اطلاعات است. وجود تحلیل‌های پیمایشی در حوزه‌ی مطالعات به زبان فارسی بسیار باارزش و مغتنم است. در واقع نتیجه‌گیری از شواهد محدود و عینی یکی از کارهای پژوهشی است که متأسفانه کمتر در تحقیقات هنری به آن توجه می‌شود.

بررسی نقاط ضعف کتاب

اگر به عبارت «ارتباط تصویری» در عنوان کتاب دقت کنیم ، متوجه می‌شویم که هر چند ظاهراً ، معادل فارسی واژه‌ی گرافیک است اما تفاوت‌های زیادی در معنای کلی دارد. «ارتباط تصویری» ترجمه‌ی عبارت انگلیسی visual communication می‌باشد که به مباحث بین رشته‌ای ارتباطات و ادراک بصری می‌پردازد اما عبارت انگلیسی graphic design بیشتر به مباحث تخصصی روش‌های ساخت و انتشار تصاویر در جهت اطلاع‌رسانی و تسهیل پیام‌های بصری توجه دارد. شاید بتوان به‌صورت کلی گفت «ارتباط بصری» بیشتر جنبه‌های نظری را در خود لحاظ کرده اما «طراحی گرافیک» به جنبه‌های عملی و اجرایی تولید تصاویر می‌پردازد. این تفاوت بنیادین باعث می‌شود که کتاب حاضر بیشتر در چارچوب «ارتباط تصویری» قرار بگیرد (همان طور که به‌صورت درستی عنوان کتاب هم همین است) اما لازم بود خانم پهلوان توضیح مختصری درباره‌ی مفهوم «ارتباط تصویری» داشته باشد تا این شائبه برطرف شود و خواننده‌ی کتاب با درک و آگاهی ، این واژه را پذیرفته و مورد استفاده قرار دهد.

اتکا به دو منبع اصلی به زبان فرانسه ، با دو موضوع متفاوت باعث شده سیستم استدلالی ناهمگونی در کتاب خانم پهلوان ایجاد شود. به عبارت دیگر ، توضیحات فصل‌ها و بخش‌های مختلف کتاب هنوز به صورت جداگانه در کنار هم قرار گرفته‌اند و به نظر می‌رسد نویسنده‌ی هنوز فرصت ادغام مطالب را نداشته تا به یک دیدگاه واحد در نگارش متن خود رسیده باشد. در واقع زاویه‌ی دید نگارنده در فصل‌هایی روی مبحث کلی ارتباط تصویری قرار دارد و به جنبه‌های تجسمی‌تر پرداخته که موضوع کتاب ژولی می‌باشد اما در بررسی‌های هایل‌برون دیدگاه‌های نشانه‌شناسانه حاکمیت بیشتر دارد و زاویه‌ی دید متفاوتی را در تحلیل نمونه‌ها استفاده کرده است. برای همین ارتباط فصل دوم و سوم تقریباً از بین رفته است.

یکی از موارد این است که اطلاعات از منابع گوناگون اقتباس شده‌اند و با آن که شباهت مفهومی دارند اما نویسنده‌ی نتوانسته آن‌ها را یکپارچه و یکدست ارائه دهد ، بنابراین مفاهیم و دسته‌بندی‌های متعدد که در بنیان با هم مشابه هستند ، وجود دارند. مثلاً دسته‌بندی پنجگانه‌ای از کاربردهای اثر هنری به نقل از جنسن در صفحه‌ی ۱۵ و مقایسه‌ی آن با تقسیم‌بندی ششگانه‌ی کاربردهای اثر گرافیکی در صفحه‌های ۹۴ تا ۱۰۶ تشابه‌هایی را بین آن دو مشخص می‌کند که در صورت ترکیب دو تقسیم‌بندی خواننده را کمتر دچار زحمت می‌کرد. تعدد واژه‌های تخصصی ناشی از این تقسیم بندی‌ها برای بسیاری از خوانندگان گیج‌کننده است و به خاطر سپردن همه‌ی آن‌ها کاری مشکل است. مطابق با متن کتاب می‌توان کارکردهای اثر هنری و کارکردهای پیام بصری را در جدول زیر به صورت مشابه در نظر گرفت.

تقسیم بندی کارکردها از دیدگاه جنسن	تقسیم بندی کارکردها از دیدگاه هایل‌برون
ثبت‌واقعیت	ارجاعی
متقاعد کردن و تبلیغ	بیانگر، تأثیرگذار
زیباسازی، ارائه‌ی تعریفی نو از واقعیت	هنری،سخن‌گشا
تصویرسازی	-------
-------	فرازبانی

با توجه به مشابه بودن تعریف‌های مطرح شده بین دو طبقه‌بندی ،نویسنده می‌توانست از ترکیب آن‌ها به یک دسته‌بندی واحد برسد و با توضیحات کاملتر امکان درک کاربردهای مختلف آثار بصری را ساده‌تر نماید. این‌گونه می‌توانست مثال‌های تصویری مناسب‌تری را در حوزه‌ی ارتباط تصویری پیدا کند تا خواننده هم با اعتماد بیشتری نسبت به کاربرد این فاکتورها در تجزیه و تحلیل ، کتاب را مطالعه کند. توضیح انواع و اقسام تعادل و ریتم از اشکالات در متون تخصصی فارسی شایع است ، زیرا از منابع مختلفی استفاده می‌شود که در تحلیل خود ، سیستم‌های متفاوتی دارند و ارائه‌ی همزمان مطالب کنار هم باعث تشتت واژگانی و تشتت منطق تحلیل خواهد شد.

اشکال دیگر فصل اول ، گزینش نوعی از دسته‌بندی است که عموماً در کتابهای نقاشی برای ترکیب‌بندی از آن استفاده می‌شود ، در صورتی که کتاب‌های تخصصی در حوزه‌ی ارتباط بصری به دسته‌بندی انواع ترکیب و صفحه‌آرایی پرداخته‌اند و بسیار کاربردی‌تر با موضوع برخورد کرده‌اند. مثلاً خانم پهلوان اصول ترکیب‌بندی را سه اصل (وحدت ، هماهنگی ، تنوع) در نظر گرفته‌اند در صورتی که دونیس داندیس نویسنده‌ی کتاب «مبادی سواد بصری» آن را در دو اصل (هماهنگی ، کنتراست) خلاصه کرده است (داندیس ، ۱۳۸۰ ، ۳۹). به نظر می‌رسد اصل وحدت زیر مجموعه‌ی اصل هماهنگی است که دیگر لزومی به تکرار آن در طبقه‌بندی انواع ترکیب‌بندی وجود ندارد (همان ، ۳۹). همانطور که وحدت یکی از شیوه‌های معمول ایجاد یکپارچگی در اثر هنری است در واقع در جهت رسیدن به هماهنگی ، در کار اعمال می‌شود و بنا به نظر خانم داندیس زیر مجموعه‌ای از عوامل سازنده‌ی هماهنگی است.

همچنین استفاده‌ی نمونه‌های تصویری از آثار نقاشی مانند نقاشی‌های ون گوگ و داوینچی در مباحث ترکیب‌بندی این احساس را در بیننده ایجاد می‌کند که مباحث آنچنان که از عنوان کتاب برمی‌آید کاملاً منطبق با موضوع ارتباط تصویری نیست ؛ درحالیکه نویسنده

WWW.CHIDEMANMAG.COM

در آثار تجسمی نه تنها به تحلیل موضوعات کمک نمی‌کند (چون در نمونه‌های مورد بحث همین کتاب هم از آن‌ها استفاده نشده است) بلکه فقط تعدادی واژه را به ذهن خواننده تحمیل می‌کند که در بسیاری موارد تفاوت‌ها و شباهت‌های آنها را هم نمی‌تواند تشخیص دهد و در به‌کاربردن آن همچنان با مشکل مواجه خواهدشد.

مبحث فرم‌ها شیوه‌های پرداخت در صفحه‌ی ۴۳ هم بسیار گنگ مطرح شده و استفاده از دو عکس به‌عنوان مثال، بر این ابهام مفهومی افزوده است. در صورتی که استفاده از آثار گرافیکی که در بازنمایی و لی‌آوت از گزینش‌های غیرعکاسانه (مثلاً تصویرسازی) استفاده کرده بود بحث فرم و شیوه‌ی پرداخت خیلی واضح‌تر قابل تشخیص و بیان بود.[۱] از اشکالات کلی کتاب در مورد استفاده از تصویر این است که توضیحات درست و کاملی در متن وجود ندارد که خواننده کاملاً منظور نویسنده را از آوردن تصویر برای موضوع مورد نظرش درک کند. معمولاً کتاب‌هایی که جنبه‌های نظری را مورد توجه قرار می‌دهند، بیشتر از کتاب مورد بحث روی هر تصویر، شرح و توضیح می‌دهند و کاملاً مطالب کتاب را با عکس، به صورت شفافی تطبیق می‌دهند در صورتی که تقریباً در کتاب حاضر توضیح تصاویر وجود ندارد.

در فصل دوم که عملاً مباحث کتاب در تحلیل دو اثر قرار گرفته، بر روی کار خود نویسنده که پوستری برای سمینار «جمعیت و توسعه» است، توضیحاتی داده شده‌است که به نظر می‌رسد در خود اثر، نمود تصویری درستی ندارد و بیشتر حالتی از توجیه برای نشان دادن معناهای ضمنی عمیق دارد. انتخاب مخاطبان این پوستر از طرف نویسنده نشان از بلاتکلیفی در محدود کردن مخاطبان آن داشته که اشکال مهمی در تصمیم‌گیری برای انتخاب لحن بصری مناسب برای پوستر است.[۲] در صفحه‌ی ۶۱، مخاطبان این پوستر به طور خاص مدیران و برنامه‌ریزان کلان کشور و به شکل عام خانواده‌های ایرانی هستند، که آوردن مخاطبان عام در کنار مخاطبان خاص کاری غیرحرفه‌ای محسوب می‌شود و موجب مبهم شدن لحن تصویر خواهد شد چرا که سطح سلیقه‌ی این دو گروه با هم متفاوت و طبیعتاً زبان بصری متفاوتی را باید برای هر یک از گروه‌ها در نظر گرفت.

استفاده از عناصر تصویری در پوستر که ترکیب ناهمگونی از عکس چهره‌ی دختربچه، تصویرسازی برگ‌ها و برگی از دفتر مشق شب به شکلی غیر واقعی نوعی اغتشاش بصری ایجاد کرده‌است و برخلاف توضیحات نویسنده‌ی کتاب، ما را به مفهوم مشخص و دقیق راهنمایی نمی‌کند و حسی از ابهام را در معنای ضمنی دارد.

در فصل سوم توجه و تأکید نویسنده بر مبحث لوگو که زیرمجموعه‌ای از حوزه‌ی وسیع گرافیک است با هدف کلی کتاب کمی ناسازگار است و خواننده انتظار تخصصی شدن مباحث در مبحث لوگو را ندارد بلکه انتظار می‌رود کلیاتی از حوزه‌های مختلف گرافیک برای خواننده مطرح شود تا آمادگی اولیه‌ای را برای رویارویی با ارزیابی و نقد آثار مختلف ارتباط تصویری پیدا کند.

فصل آخر کتاب از فصل‌های دیگر ضعیف‌تر است، مباحث ناهمگونی کنار هم چیده شده‌است که ربط منطقی مطالب را مشکل می‌کند و پیوستگی مطالب تقریباً از بین رفته است. مفهوم هویت که در این فصل توضیح داده شده می‌توانست به‌عنوان پاورقی مطرح شود چرا که یکسره بدون کاربرد و عقیم است و عملاً استفاده‌ای در تحلیل‌های کتاب ندارد و فقط ذهن خواننده را از موضوع اصلی منحرف می‌سازد. بررسی و تبیین کلید واژه‌هایی همچون بازنمایی، استعاره و مجاز در نیم صفحه نه تنها راهگشای فهم مطالب نیست بلکه ذهن را دچار آشفتگی کرده و درکی از موضوعات بسیار عمیق این کلید واژه‌ها که در کتاب‌های فلسفی و نظری هنری در تعداد صفحات زیاد مورد بحث قرار گرفته‌است را برای خواننده‌ی کتاب مذکور ایجاد نمی‌کند.

در آخر همین فصل هم که هشت نمونه از آرم‌های ایرانی مورد بررسی قرار گرفته به قدری توضیحات ناقص است که منظور نویسنده در پرده‌ای از ابهام باقی می‌ماند و عملاً کارایی خود را به‌عنوان یک تحقیق پیمایشی از دست داده‌است. به نظر می‌رسد فصل آخر هنوز در مرحله‌ی پیش‌نویس قرار دارد و نیاز به ویرایش و بازنگری جدی نویسنده در چاپ‌های بعدی دارد. به‌عنوان مثال توضیحاتی که در مورد آرم کفش ملی در صفحه‌ی ۱۴۲ مطرح شده است خواننده را متوجه نمی‌کند چگونه در اثر استمرار و فراوانی کاربرد آرم در سردر فروشگاه، روی جعبه‌های کفش، آگهی‌های تلویزیونی، آرم دارای وجه نمایه‌ای شده‌است!

نتیجه‌گیری

انتشار کتاب به‌عنوان منبع درسی دوره‌ی کارشناسی گرافیک برای مدرسان و دانشجویان مغتنم است و می‌تواند زمینه‌ی اشتراک نظر را در عرصه‌ی تجزیه و تحلیل و نقد آثار گرافیک فراهم آورد. وجود چنین کتابی باعث قاعده‌مندشدن مباحث نظری می‌شود که برای گفتگو بین صاحبنظران و علاقندان عرصه‌ی گرافیک رویدادی مثبت به شمار می‌آید. تأکید بر روی ویژگی‌های ارتباطی گرافیک، فضایی را در عرصه‌ی مطالعات این رشته فراهم می‌کند که علمی‌تر و فارغ از اظهار نظرات شخصی خواهد بود و نویسنده‌ی کتاب گام ارزشمندی در این عرصه برداشته‌است.

اما به نظر می‌رسد این کتاب نیازمند بازنگری مجدد در پیوستگی مطالب و درنظر گرفتن دیدگاهی مشخص‌تر در نقد مسائل گرافیک است که اگر در چاپ‌های بعدی این تغییرات اعمال گردد این اثر را به عنوان منبعی مهم برای درس «تجزیه و تحلیل و نقد آثار ارتباط تصویری» در حوزه‌ی کتاب‌های دانشگاهی تبدیل خواهدکرد. همچنین افزایش توضیحات در بخش‌های مختلف کتاب به درک آسان‌تر مباحث می‌انجامد که توضیحات تصاویر نیز شامل حال آن خواهد شد■

---

۱ - شاید اگر از کتاب سبک‌های گرافیک نوشته سیمور چواست و استیون هلر (۱۳۸۳) ایده‌هایی را برای توضیح سبک‌وفرم‌آثارگرافیکی‌انتخاب‌می‌کردندنمونه‌های‌مناسب تری‌رامی‌توانستنددرمتن‌کتاب‌قراردهند.

۲-مفهوم هدفمند ساختن پیام‌های تبلیغاتی برای اقلیت مخاطبان، استدلالی ترین ایده در کلیه تبلیغات به حساب می‌آید. برخی از افراد تصور می‌کنند که این شیوه، به منزلهٔ کاهش تعداد مخاطبانی بوده که در داد و ستدهای روزمره با آن‌ها سر و کار دارند و این را نوعی نقص به حساب می‌آورند؛ اما نباید فراموش کرد که این نقص مربوط به نوع عملکرد نمی‌باشد. شاید این ترفند قدیمی بازرگانی را شنیده باشید که اغلب تجار، ۸۰٪ دستاوردهای تجاری خود را از ۲۰٪ مخاطبان به دست می‌آورند (دنیسن، ۱۳۸۶، ۱۸).

WWW.CHIDEMANMAG.COM