

جستاری در هویت‌نمایی ملی، ۵۰ سال گرافیک معاصر ایران (مقطع زمانی ۱۳۴۰ تا ۱۳۹۰)

منصور کلاه‌کج*

E-mail: Mansor.Kolahkaj@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۳/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۲/۱۸

چکیده

یکی کارکردهای اصلی گرافیک هویت‌نمایی است، این هویت‌نمایی اغلب متمرکز بر هویت سازمان‌ها، شرکت‌ها و اشخاص است و غالباً با اهداف حقوقی یا تجاری صورت می‌گیرد. با توجه به ابعاد مختلف هویت، بعد دیگر آن در گرافیک، بازنمایی هویت ملی یا به عبارتی، هویت بصری ایرانی است که با ارجاع به عناصر بصری ملی یا بازنمایی سبک ویژه در گرافیک ملی تجلی می‌یابد. پرسش بنیادین پژوهش حاضر این است که در دوره مورد بررسی این پژوهش، چه تغییری در بازنمایی هویت ملی در گرافیک ایران حاصل شده و عناصر این هویت‌نمایی غالباً برآمده از کدام منبع بصری ایرانی بوده است؟ هدف این پژوهش آگاهی طراحان گرافیک ایرانی از فرآیند چند دهه بازنمایی هویت ملی ایرانی در آثار گرافیک به‌منظور جست‌وجوی ابعاد نامکشوف عناصر بصری ایرانی است. روش این پژوهش توصیفی است که به تحلیل محتوی آثار گرافیک معاصر ایران می‌پردازد. داده‌های این مقاله برآمده از منابع کتابخانه‌ای، پایگاه‌های اطلاعات علمی و نیز تحلیل محتوی آثار تصویری است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که طراحان ایرانی برای هویت‌نمایی در گرافیک ابتدا با بهره‌گیری مستقیم از نقوش دوگانه فرهنگ خود هویت‌نمایی می‌کردند؛ اما امروزه با توجه به جزئیات و بهره‌گیری از عناصر متنوع و در قالب‌های جدیدتری در این راستا اقدام می‌کنند. عناصر غالب و ویژه هویت‌نمایی در گرافیک ایران، عناصر تصویری، خوشنویسی ایرانی، رنگ‌های خاص ایرانی، عناصر معماری، قالی و گلیم ایرانی و نیز عناصر خاطرات جمعی است.

کلید واژه‌ها: هویت‌نمایی، ملی، گرافیک، معاصر، ایران.

مقدمه و طرح مسأله

طراحان گرافیک معاصر ایرانی به پشتوانه‌ی غنی فرهنگ بصری خود، به تناسب موضوع سفارش و نیز سلیقه‌ی سفارش دهنده، بعضاً عناصر بصری ایرانی را منبع الهام خود، قرار داده یا به بیان دیگر با عناصر بصری ایرانی هویت‌نمایی می‌کنند. در این مقاله، چگونگی کاربرد عناصر بصری این فرهنگ در آثار گرافیک معاصر ایران تحلیل می‌شود. این‌که تغییرات خاص بازنمایی هویت‌ملی در دوره‌ی پنجاه ساله گرافیک ایران چگونه بوده و عناصر غالب و ویژه این هویت‌نمایی چیست، سؤالاتی است که در این پژوهش به آنها پاسخ داده می‌شود. مسائلی چون اصالت عناصر بصری به کار برده شده در فرآیند بازنمایی هویت ملی و هم‌چنین تأثیر آن در کیفیت اثر گرافیک و مانند آن در حوزه بررسی این مقاله نیست.

تعریف مفاهیم

۱- بازنمایی هویت ملی یا هویت‌نمایی ملی

هویت در هر رشته‌ای براساس ویژگی‌های آن رشته مورد توجه قرار می‌گیرد. به گفته‌ی «مجتهدزاده»، عناصر هویت در برخی از رشته‌ها و حوزه‌ها بدین شرح است: برای برخی از اندیشمندان سنتی علوم اجتماعی، علوم سیاسی و جغرافیا عنصر ویژه‌ی هویت، هویت ملی است، درحالی‌که در حوزه‌ی جغرافیا این عنصر سرزمین مشترک و در علوم سیاسی تکیه بر ساختار سیاسی مشترک یا ملیت و جامعه مدنی بومی است. در علوم اجتماعی هم عنصر اصیل هویت، زبان، دین آداب و سنن مشترک است (مجتهدزاده، ۱۳۷۸: ۱۴۵). عنصر هویت در هنرهای تجسمی نمادها، عناصر و رمزگان مشترک بصری است. در این پژوهش، هویت‌نمایی ملی یا بازنمایی هویت ملی در گرافیک، مترادف با بازنمایی عناصر بصری ایرانی (۱) در آثار گرافیک ایران، به‌گونه‌ای است که تعلق اثر گرافیک، به ایران، محسوس باشد. هویت‌نمایی در اثر گرافیک، جغرافیای زیست آن اثر را نشان می‌دهد.

۲- گرافیک معاصر ایران

درباره‌ی منشأ تاریخ گرافیک ایران، نظرات متفاوتی وجود دارد، آیدین آغداشلو می‌گوید: اگر تصویرسازی را منشأ گرافیک ایران بدانیم سابقه‌ی گرافیک ایران طولانی است. اما اگر آثار تکثیر شونده مبنای این تاریخ قرار بگیرد، سابقه‌ی آن در حدود ۲۰۰ سال است. از نظر آغداشلو، آغازگر موج جدید و معاصر گرافیک ایران مرتضی ممیز

است که از سال ۱۳۴۰ خورشیدی به بعد با الهام از مینیاتورها و صفحات کتاب‌های خطی و حکاکی‌های دوره قاجار چون عیدی‌سازی‌ها و نقاشی‌های چاپ سنگی اقدام به بازآفرینی فرهنگ بصری ایرانی در گرافیک ایران کرد (آغداشلو، ۱۳۸۲: ۱۰-۸). مبنای این پژوهش، برای آغاز گرافیک معاصر ایران سال ۱۳۴۰ تا دهه ۱۳۹۰ خورشیدی است که یک دوره‌ی زمانی تقریباً ۵۰ ساله را دربرمی‌گیرد.

مبانی نظری

برای بیان نقش گرافیک به‌عنوان یک رسانه ارتباطی در توسعه فرهنگ و زبان ملی از نظریه «رسانه‌های توسعه‌بخش» بهره گرفته می‌شود. به گفته «مهدی‌زاده» این نظریه که در کشورهای در حال توسعه شکل گرفته واکنشی به نابرابری عدم تعادل اطلاعات در دهه‌ی ۷۰ بود. مدافعان این نظریه معتقدند، چون کشورهای در حال توسعه نیازها و اقتضائات خاص خود را دارند، رسانه‌ها باید در راستای گسترش اهدافی چون هویت ملی، ثبات وحدت فرهنگی کمک کنند. «مک‌کوایل» (نقل شده از مهدی‌زاده) اصول اساسی این نظریه را بیان کرده است، و مهم‌ترین اصل آن که منطبق با موضوع این پژوهش است، به شرح پیش‌روست: رسانه‌ها باید در محتوای خود برای فرهنگ و زبان ملی اولویت قائل شوند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲: ۹۹). با توجه به این اصل، نقش گرافیک به‌عنوان یک رسانه در توجه به هویت ملی بیشتر معلوم می‌شود.

روش تحقیق

روش این تحقیق توصیفی و تحلیلی است و یافته‌های آن برآمده از منابع کتابخانه‌ای، پایگاه‌های اطلاعاتی و نیز تحلیل آثار گرافیک معاصر ایران است. در این فرآیند آثاری از گرافیک که بازنمای هویت ایرانی بوده، انتخاب و سپس عناصر هویت‌نمای آنها بررسی و به علت تعداد زیاد تصاویر به اختصار تحلیل شد. آثار تحلیل شده از مجموعه آثار شخصی، کتاب‌های سالانه یا دوسالانه گرافیک ایران، طراحان شناخته و نیز آثاری است که پس از گزینش یا داوری به کتاب‌های مختلف دوسالانه‌ی گرافیک ایران راه یافته‌اند. در واقع دو معیار اصلی انتخاب آثار، سرشناس بودن طراح یا گزینش آثار آنها در دوسالانه‌ها یا کتاب‌های منتشر شده رسمی (کتاب‌های منتشره از سوی انجمن‌های صنفی تخصصی و حامیان آنها) بوده است. درخصوص اعتبار نتایج این تحقیق، یا تعمیم آنها به کل گرافیک ایران، باید گفت همان‌گونه که در پژوهش‌های پیمایشی نتایج

به دست آمده از جمع محدودی به‌عنوان نمونه، به کل یک جامعه آماری تعمیم داده می‌شود؛ در این پژوهش هم نمونه‌ای از آثار گرافیک ایران که طراحان آن معمولاً شناخته شده‌اند، بررسی قرار گرفته‌اند، بنابراین انتخاب این آثار از جامعه محدودی از آثار گرافیک و بیان نتایج آن بر روی بودن این پژوهش (انتخاب درست جامعه مورد مطالعه) صحه می‌گذارد. اما به دلیل ادراک بصری متفاوت مخاطبان که نشأت گرفته از شناخت متفاوت آنهاست و محقق محور بودن این پژوهش که از دسته‌ی پژوهش‌های (در پژوهش‌های کیفی، دیدگاه محقق بر نتیجه اثرگذار است) کیفی است. تحلیل این پژوهش عمدتاً برآمده از برخی از پوسترها، نشانه‌ها و طرح جلد‌های طراحان گرافیک ایرانی است. به علت محدودیت ارائه‌ی تصویر در این پژوهش، امکان ارائه مستندات بصری و توضیحات بیشتر میسر نبود.

پیشینه‌ی موضوع

بحث هویت در حوزه گرافیک حدود سه دهه است که با عناوین مختلف و مشابه پررنگ‌تر شده است. با وجود دیدگاه‌های متفاوت پیرامون این بحث، به دلیل ماهیت رسانه‌ای گرافیک، بازنمایی هویت در گرافیک ایران به دلایلی چون ارتباط با موضوع، همواره وجود داشته و مقالات و گفتارهای هم در این باب منتشر شده که به آنها اشاره می‌شود. پیشینه‌ی این بحث از دو جنبه قابل بررسی است: الف) از جنبه‌ی نگاه طراحان گرافیک به موضوع هویت. ب) از جنبه پژوهش‌های انجام گرفته پیرامون هویت‌نمایی (۲) ملی در گرافیک ایران.

الف) بعضی از طراحان گرافیک شناخته شده ایرانی و کارشناسان این رشته، اظهار نظرهای متفاوتی پیرامون هویت بیان کرده‌اند که به‌طور خلاصه به برخی از آنها پرداخته می‌شود. طراحانی چون مرتضی ممیز (۳)، قباد شیوا (۴)، آیدین آغداشلو (۵)، فرشید مثقالی (۶) ابراهیم حقیقی (۷)، در این زمینه بیشتر از دیگران، سخن گفته‌اند. تمرکز عمده‌ی این بحث‌ها هم به‌طور عمده بر چگونگی موضوع هویت در گرافیک یا ممکن و ناممکن بودن آن بوده است. (۸) برخی هویت در گرافیک را با توجه به ذات مدرن آن و دخالت سفارش دهنده، نا ممکن می‌دانند و برخی دیگر چون ممیز معتقد بودند که هویت مثل هوا سیال و یک جریان نوشونده است (ممیز، ۱۳۷۷: ۱۹۶-۱۹۵ نقل شده از حقیقی، ۱۳۹۰)؛ درحالی که برخی چون آغداشلو اعتقاد دارند که تبلور آن در گرافیک ایران سطحی و فاقد خلاقیت و تهی از معنا‌های هزارساله فرهنگ ایرانی است (آغداشلو، ۱۳۹۱: ۵).

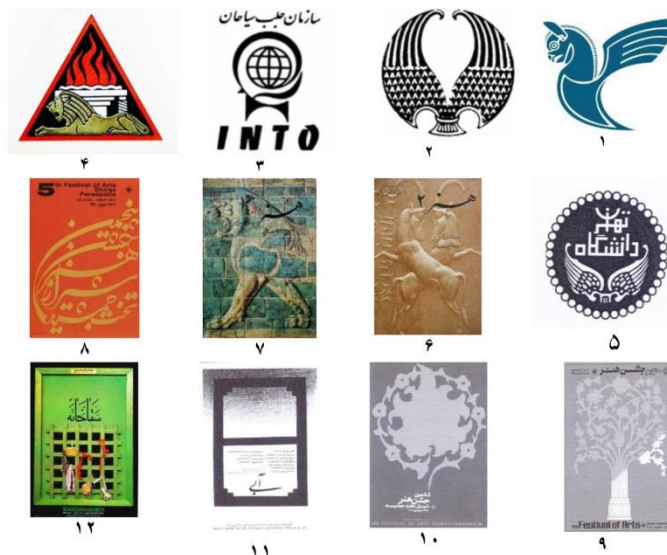
ب) ملکی و دیگران (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به نام «بازنمایی هویت ملی ایران در طراحی گرافیک در عصر جهانی شدن» گفته‌اند: از میان ۳۱۶ پوستر دوسالانه‌های گرافیک ایران (از سال ۸۰ تا ۱۳۸۸) تنها ۶/۸ درصد آنها فاقد بازنمایی هویت ملی ایران بوده‌اند که بازنمایی هویت ملی در این پوسترها غالباً رویکردی فرهنگی داشته است. نویسندگان مقاله نتیجه گرفته‌اند که تعداد پوسترها با بازنمایی ابعاد هویت ملی شانس بیشتری برای راهیابی به رویدادهای مهم گرافیکی ایران دارند. مقاله‌ای به نام «بازنمایی آثار چاپ سنگی در گرافیک ایران» در مجله‌ی علمی پژوهشی نامه هنر مرتبط با این موضوع به چاپ رسیده است. کلاه‌کج و دیگران (۱۳۸۹) براساس مستندات از گرافیک ایران گفته‌اند که برخی از آثار گرافیک معاصر ایران بازنمایی شده از آثار چاپ سنگی ایرانی هستند. لایلا مرنندی و دیگران (۱۳۹۴) در مقاله‌ی به «نام بررسی تکوین هویت ایرانی در گرافیک معاصر ایران» با رویکرد تحلیل گفتمان گفته‌اند که مفصل‌بندی عناصر بصری هنر ایران باستان در پوسترهای های فرهنگی دهه چهل و پنجاه شمسی ایران، امری گفتمانی بوده که و محتوای آن گفتمان ملی‌گرایی یا گفتمان ایرانیت بوده است. جوانی و دیگران (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به نام «چیستی هویت بصری ایرانی از منظر گرافیک» به مباحث هویت بصری به صورت عام پرداخته و سپس چیستی هویت بصری ایرانی را از منظر گرافیک تبیین کرده‌اند. محمد خزائی (۱۳۸۷) در مقاله‌ای به نام «نقش‌های دیروز، نشانه‌های امروز»، به بررسی تأثیرپذیری برخی از نشانه‌های معاصر جهان از نقش‌های قدیمی‌تر با ذکر نمونه پرداخته است. صالحی و احمدپناه (۱۳۹۶) در مقاله‌ای به نام «بررسی تأثیرگذاری نقوش اسلامی بر نشانه‌های مصطفی اوجی» به هویت‌نمایی ملی این طراح، با بهره‌گیری و الهام از نقش‌های مناطق مختلف ایران پرداخته‌اند.

تحلیل و بحث

سبک خاص تصاویر آثار چاپ سنگی، تزئینات معماری، نقش‌ها و نگاره‌های قالی، نگاره‌های کتاب‌آرایی، خط منحصر به فرد نستعلیق، رنگ‌های شاخص ایرانی، فضاها، حالات و ترکیب‌بندی‌های خاص ایرانی و تصاویر خاطرات جمعی، بخشی از عناصر مورد استفاده طراحان ایرانی برای بازنمایی هویت ملی هستند که در ادامه به تحلیل آنها پرداخته می‌شود.

به نظر می‌رسد از ابتدای دوره‌ی آغاز گرافیک معاصر ایرانی (دهه چهل خورشیدی) در میان طراحان ایرانی، گرایش به هویت‌نمایی ملی همواره وجود داشته است. در

همین باره ابراهیم حقیقی گفته است: گرافیک ایران در دوران نه چندان دراز خود اگر چشمی به خاستگاه آن که جهان غرب است داشته، ولی هیچ‌گاه از پرداختن به هویت ملی و... کوتاهی نکرده است (حقیقی، ۱۳۹۰: ۱۰۶). این هویت‌نمایی در حوزه‌ی نشانه (آرم) به علت ماندگاری و تداوم که خاصیت ویژه نشانه است، الگوی مناسبی برای طراحان نسل‌های بعدی ایرانی شد. عکس (۱)، نشانه هوایمایی ملی ایران است که شکل گرافیکی یک سر ستون پرنده مانند و ترکیبی از سه عنصر حیوانی، یال اسب، گوش گاو و سر عقاب است. کاربرد این نقش هویت‌نما به تناسب موضوع بوده است. عکس (۲)، نشانه‌ی سابق وزارت فرهنگ هنر ایران است که دو بال آن با موضوع اثر که فرهنگ و هنر است مرتبط است و فرهنگ و هنر معاصر ایران را با گذشته درخشان آن در ساختاری نشانه‌ای پیوند زده است. عکس (۳)، نشانه‌ی سابق سازمان گردشگری ایران است که برگرفته از تصاویر سفال‌های دوره‌ی پیش از اسلام ایران (تمدن عیلامی) است. عکس (۴)، نیز نشانه‌ی سابق شرکت ملی نفت ایران است که مانند چند نشانه‌ی قبلی عنصر اصلی این نشانه، از عناصر بصری دوره پیش از اسلام است. این نشانه‌ها از مهم‌ترین آثار هستند که طراحان معاصر ایرانی با تلخیص و ساده‌سازی به‌عنوان نشانه‌ی سازمانی طراحی کرده‌اند. عکس (۵)، نشانه‌ی دانشگاه تهران است که با الهام از یک نقش ساسانی مربوط به دوره‌ی پیش از اسلام طراحی شده است. عنوان این نشانه که جزئی از آن است که با خط بنایی تکمیل شده است. نشانه‌های رؤیت شده تا بدینجا معلوم می‌کند که در هویت‌نمایی‌های اولیه‌ی گرافیک ایران، خصوصاً نشانه‌ها، وفاداری به اصل عناصری که از آن الهام گرفته شده بیشتر بوده است. دلیل آن شاید ناشناخته بودن این عناصر در میان مردم و یا جذابیت این عناصر در آن زمان برای طراحان بوده است. نماد بال در نشانه‌های فرهنگی عکس‌های (۱ و ۲) و گردش نمادین شاخ بز به دور تصویر کره‌ی زمین در عکس (۳) هم‌چنین تصویر شعله آتش در عکس (۴)، که نمایه‌ای از سوختی است که منشأ آن نفت است از مصادیق بارز بازنمایی مفهومی‌اند. گمان می‌شود نشانه‌های گفته‌ی شده بیان‌گر این موضوع است که طراحان قدیمی‌تر گرافیک ایران ضمن این که به بازنمایی مفهومی در نشانه توجه داشتند، اما اولویت نخست کارشان در این آثار هویت‌نمایی ملی بوده است. برجستگی عناصر هویت‌نما در نشانه و درجه دو بودن ارتباط مفهومی در چند تصویر گفته شده شاهده‌ی بر این موضوع است. تصاویر گفته شده این گمان را تقویت می‌کند که هدف عمده طراحان این آثار، هویت‌نمایی (ملی) بوده است. عکس‌های (۶ و ۷) تصاویر روی جلد کتاب



- عکس ۱ نشانه هوایمایی ایران، هما طراح: ادوارد زهرانیان. منبع: (www.aftabir.com). سال ۱۳۴۰.
- عکس ۲ نشانه وزارت فرهنگ هنر سابق ایران طراح: جلیل ضیاپور. منبع: (مولایی‌نیا، ۱۳۸۷، ص. ۵۲). سال دقیق طراحی اثر مشخص نیست.
- عکس ۳ نشانه سابق سازمان گردشگری ایران. طراح: هوشنگ کاظمی. منبع: (مولایی‌نیا، ۱۳۸۷، ص. ۵۲). سال دقیق طراحی اثر مشخص نیست.
- عکس ۴ نشانه سابق شرکت ملی نفت ایران. طراح: محمود جوادی‌پور. بدون تاریخ. منبع: <http://mahmoudiavadipour.com/biography.php> دسترسی ۹۳/۱۱/۱۸
- عکس ۵ نشانه دانشگاه تهران طراح: محسن مقدم. منبع: (مولایی‌نیا، ۱۳۸۷، ص. ۵۲). سال دقیق طراحی اثر مشخص نیست.
- عکس ۶ روی جلد کتاب هنر مدارس. طراح: محمود جوادی‌پور. بدون تاریخ. منبع: در عکس ۴
- عکس ۷ روی جلد کتاب هنر مدارس. طراح: محمود جوادی‌پور. بدون تاریخ. منبع: در عکس ۴
- عکس ۸ پوستر جشن هنر شیراز ۱۳۵۰ طراح: قباد شیوا. منبع: (شیوا، ۱۳۸۳، ص. ۹۴).
- عکس ۹ پوستر جشن هنر شیراز ۱۳۵۱. طراح: قباد شیوا. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۸۰، ص. ۲۳ مقدمه).
- عکس ۱۰ پوستر جشن هنر شیراز ۱۳۵۴. طراح: مرتضی ممیز. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۸۰، ص. ۲۵ مقدمه).
- عکس ۱۱ پوستر نمایشگاه آبی ۱۳۵۳. طراح: مرتضی ممیز. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۸۰، ص. ۲۵ مقدمه).
- عکس ۱۲ پوستر نمایشگاه آثار مکتب سقاخانه ۱۳۵۶ طراح: قباد شیوا. منبع: (شیوا، ۱۳۸۳، ص. ۸۴).

هنر مدارس است که بازنمایی تصاویر و نمادهای دوره‌ی پیش از اسلام است. این دو تصویر کارکرد د و گانه ارتباط با موضوع و هویت‌نمایی دارند. میان سه پوستر مربوط به جشن هنر شیراز که در خلال سه سال مختلف، طراحی شده‌اند، هویت‌نمایی متفاوتی به چشم می‌خورد. عنصر اصلی و برجسته عکس (۸)، خط شکسته نستعلیق است که اصالت ایرانی آن شناخته شده است. این عنصر در پوستر مذکور ضمن این‌که مرتبط با موضوع پوستر (هنر ایران) است کارکردی هویت‌نمایی نیز دارد. عکس (۹) ترکیبی از نقش ستون تخت‌جمشید، مربوط به دوره‌ی پیش از اسلام و نگاره‌های دوره‌ی اسلامی است. بازنمایی تصویری و مفهومی، هنر هر دو دوره تاریخی ایران از ویژگی این

پوستر است. عکس (۱۰)، تصویری گرافیکی از نگاره‌های دوره‌ی اسلامی است. عناصر غالب سه پوستر اشاره شده ضمن هویت‌نمایی، مرتبط با موضوع پوستر، ویژگی‌های بازنمایی مفهومی را نیز در خود نهفته دارند. به گمان نگارنده، هویت‌نمایی و ارتباط با موضوع در این سه پوستر شرایطی یکسان دارند؛ به عبارتی یکی بر دیگری رجحان ندارد. کنگره‌های پلکانی و شکسته، در گوشه‌ی عکس (۱۱) گونه‌ای اقتباس غیرمستقیم از فرهنگ بصری ایرانی است. این نقش که در سفالینه‌های دوره‌ی پیش از اسلام سیلک کاشان و نگارگری دوره‌ی اسلامی نمونه‌های آن وجود دارد، مشترک میان دوره‌ی پیش از اسلام و دوره‌ی اسلامی است. خط نستعلیق این اثر نیز هویت‌نمایی آن را تقویت کرده است. عکس (۱۲)، بازنمایی مستقیم یک نماد مذهبی است که از عنصر اصلی پوستر به منظور ارتباط با موضوع، بهره گرفته شده است. عکس (۱۳)، پوستر بزرگداشت یکی از شاعران ایرانی است در این پوستر چند عنصر بصری هویت‌نما وجود دارد که به نظر، کاربرد غالب این عناصر به جهت ارتباط با موضوع این پوستر است. خط نستعلیق تیترو کتابت، رنگ نخودی، نقش اسلیمی و فضای نگارگری ایرانی، عناصر مختلف این پوستر هستند. عکس (۱۴)، پوستر فیلم است که از طرح سر صفحه یک اثر چاپ سنگی در بالای پوستر به صورت مستقیم بهره گرفته شده است. عکس (۱۵ و ۱۶)، مربوط به دوره‌ی خاصی از گرافیک ایران، یعنی جنگ هشت‌ساله ایران و عراق است، عناصر به کار گرفته شده در این آثار، عناصر نمادین مرتبط با آموزه‌های دینی، چون بهشت، رستگاری اخروی و مانند آن است. این پوسترها با بهره‌گیری از عناصر بصری مرتبط با دوره‌ی اسلامی هنر ایران چون ابرهای میناتور، نقوش اسلیمی و تلفیق آن با موضوع اصلی طراحی شده‌اند. کاربرد عناصر گفته شده در آثار مذکور به منظور ارتباط با موضوع تصویرسازی بوده است.

عکس (۱۷) که پوستری برای مخاطب عمدتاً خارجی است، الهام گرفته از گلیم، آجرکاری ایرانی و خط شکسته نستعلیق است. به نظر می‌رسد عناصر بصری ایرانی در این پوستر دارای کارکرد دوگانه‌ی ارتباط با موضوع و هویت‌نمایی است. هویت‌نمایی، عکس (۱۸) که ترکیبی از نقوش هندسی اسلامی است مرتبط با موضوع پوستر است. یادآور می‌شود که برخی از نقش‌های هندسی اسلامی شبیه این نقش، مشترک با کشورهای اسلامی است و اغلب کشورهای گفته شده از این گونه نقوش، بهره‌گیری می‌کنند. نشانه (آرم) برخی از شبکه‌های تلویزیونی کشورهای عربی از جمله کویت، ترکیبی از نقش‌های مشابه است. عکس (۱۹)، که به‌عنوان عنصر هویت‌نما یک منطقه‌ی

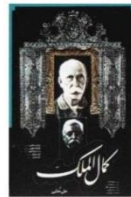
جغرافیایی در پوستر به کار گرفته شده است. عکس (۲۰) پوستری است که برای هویت‌نمایی آن از سفالی منقوش به عناصر بصری نگارگری ایران استفاده شده است.



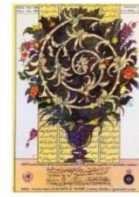
۱۶



۱۵



۱۴



۱۳



۲۰



۱۹



۱۸



۱۷



۲۴



۲۳



۲۲



۲۱

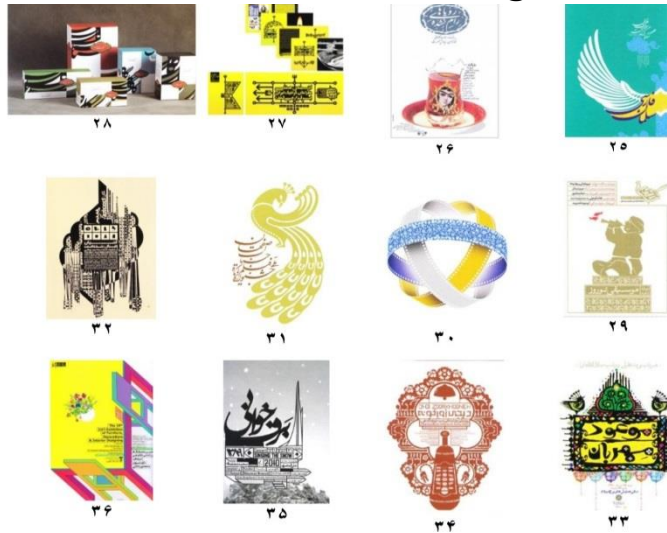
- عکس ۱۳ پوستر بزرگداشت سعدی ۱۳۶۳ طراحی: قباد شیوا. منبع: (شیوا، ۱۳۸۳، ص. ۹۶).
- عکس ۱۴ پوستر فیلم کمال الملک. ۱۳۶۳. طراحی: مرتضی ممیز. منبع: (ممیز، ۱۳۸۶، ص. ۲۶).
- عکس ۱۵ پوستر برای دفاع مقدس. ۶۷-۱۳۶۰. نام پوستر آب حیات. طراحی: مصطفی گودرزی. منبع: (حوزه هنری، ۱۳۶۷، ص. ۱۴۵).
- عکس ۱۶ پوستر برای دفاع مقدس. ۶۷-۱۳۶۰. نام پوستر یا فتح یا شهادت. طراحی: علی وزیریان. منبع: (حوزه هنری، ۱۳۶۷، ص. ۱۵۳).
- عکس ۱۷ پوستر نمایشگاه فرهنگی ایران. ۱۳۷۱. طراحی: مصطفی اسدالهی. منبع: (اسدالهی، ۱۳۸۳، ص. ۶۳).
- عکس ۱۸ پوستر کتاب و محراب. ۱۳۷۲. طراحی: مصطفی اسدالهی. منبع: (اسدالهی، ۱۳۸۳، ص. ۵۵).
- عکس ۱۹ پوستر با موضوع مشکلات گردشگری کردستان. ۱۳۷۴. طراحی: حمید رضا زری. منبع: (موزه هنرهای معاصر، ۱۳۷۵، ص. ۱۴۸).
- عکس ۲۰ پوستر نمایشگاه کتاب کودک بولونیا. ۱۳۷۶. طراحی: کبری ابراهیمی. منبع: (موزه هنرهای معاصر، ۱۳۷۷، ص. ۱۱۲).
- عکس ۲۱ نشانه دانشگاه زابل. طراحی: محمد خزانی. منبع: (خزانی، ۱۳۸۴، ص. ۲۵).
- عکس ۲۲ پوستر شهر بیم ۱۳۸۲. طراحی: مجید عباسی. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۸۶، ص. ۱۲۰).
- عکس ۲۳ پوستر جشنواره تئاتر بومی ۱۳۸۴. طراحی: رضا عدیلی پور. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۸۶، ص. ۲۹۴).
- عکس ۲۴ پوستر همایش ادبیات دینی و مسابقه داستان کوتاه ۱۳۸۵. طراحی: محمد رحیم پور. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۸۶، ص. ۱۲۳).

بررسی عناصر بصری و مضامین عکس‌های (۶ تا ۲۱) نشان می‌دهد که اغلب آثار

اشاره شده دارای رویکرد دوگانه‌ی ارتباط با موضوع اثر و هویت‌نمایی است. اثر دیگر نشانه‌ی یک دانشگاه در منطقه‌ی سیستان است که از نقوش شهر سوخته سیستان (محل جغرافیایی استقرار همان دانشگاه) بهره گرفته است. عکس (۲۱)، بازنمایی هویت در این اثر مفهومی است (مربوط به جغرافیای استقرار دانشگاه است)؛ از طرفی بخشی از عنصر این نشانه به شکل کتاب است که بازنمایی تصویری مرتبط با موضوع است. رنگ نیز همسان دیگر عناصر بصری در برخی از آثار گرافیک ایرانی نقش عمده‌ای در هویت‌نمایی یک اثر ایفا می‌کند. عکس‌های (۲۲ و ۲۳)، از جمله این آثار به‌شمار می‌روند. در عکس (۲۲) خشت نخودی رنگ به‌عنوان یکی از مصالح قدیمی و بومی ایران به‌عنوان نمادی از یک شهر استفاده شده است. در اثر دیگر با بهره‌گیری از عناصر دیگر و هم‌چنین اضافه کردن رنگ لاک‌ی که یادآور قالی گلیم و گبه ایرانی است، هویت‌نمایی شده است (عکس ۲۳).

تصویر گل و مرغ در قلمدان‌های ایرانی و برخی دیگر از ابزارآلات سنتی، نیز عنصری دیگر است که در عکس (۲۴)، به‌عنوان عناصر هویت‌نما استفاده شده است. خط فارسی نستعلیق و قابلیت‌های آن در ترکیب با رنگ‌های ایرانی، در عکس (۲۵) نیز گونه‌ای دیگر از هویت‌نمایی مرتبط با موضوع است. گاهی هویت‌نمایی با بازنمایی یک خاطره‌ی مشترک یا معناهای مرتبط با آن بروز می‌کند. «آنتونی اسمیت» در این باره گفته است، درون‌مایه هویت خاطرات جمعی است (اسمیت، ۱۹۹۵: ۲۴). برخی از آثار پیش‌رو از نمادهایی بهره گرفته‌اند که بیان‌گر خاطرات جمعی هستند. عکس (۲۶) که پوستر تئاتر است، با عنصری متفاوت هویت‌نمایی شده است. هویت‌نمایی این اثر، ترکیبی از نقش و نگاره‌های ظروف خاطره‌انگیز قدیمی چون ظرف چای به اضافه نقش مهرهای سنتی و عنوان پوستر با خط نستعلیق است. به نظر می‌رسد، عناصر بصری این پوستر به‌طور عمده (در راستای بیان بهتر موضوع) مرتبط با پیام پوستر است. آثاری این‌گونه نشان‌گر گستردگی و تنوع عناصر هویتی و کاربرد آنها به شیوه‌های مختلف به وسیله طراحان گرافیک ایرانی است. استفاده از عناصر گوناگون بصری هویت‌نما بیان‌گر این موضوع است که منابع بصری هویت‌نما در گرافیک به نقش و نگارها محدود نمی‌شود و برای هر موضوعی عناصری خاص مورد نیاز است، در چنین مواقعی، گاهی یک خاطره‌ی مشترک، چون ظرف قدیمی چای خوری، تبدیل به عنصری هویت‌نما می‌شود. عکس‌های (۱۶، ۲۲، ۲۶ و ۲۳) ضمن این‌که تصاویر آنها بازنمایی برخی از عناصر معاصر است، هویت‌نمایی آنها با استفاده از عناصر بصری منطقه‌ای خاص یا نمودی از یک خاطره جمعی مشترک است.

فرآیند هویت‌نمایی گرافیک ایران در سال‌های اخیر از نشانه، پوستر، کتاب‌آرایی و... در حوزه‌های جدید گرافیک چون برنامه‌های هویت‌سازمانی و برندها نیز تسری یافته است. عکس (۲۷) که تداعی‌گر آثار چاپ سنگی و کتاب‌آرایی ایرانی است، نمونه‌ای از طراحی برای هویت بصری سازمانی است. به نظر می‌رسد، کاربرد تزئینی لوگوی خط نستعلیق در بسته‌بندی، به صورت سیاه‌مشق، با رویکردی هویت‌نمایانه طراحی شده و لوگوی تولید کننده با خط نستعلیق ضمن بیان هویت تولید کننده هویت جغرافیای زیست تولید کننده را نیز نشان می‌دهد. ضمن این‌که عنصر سیاه‌مشق بسته‌بندی کارکرد تزئینی هم دارد. عکس (۲۸) بهره‌گیری از ساز، لباس و عناصر موسیقی با ترکیب عناصر بصری چاپ سنگی گونه‌ای دیگر هویت‌نمایی است که در عکس (۲۹) که جلد یک مجله است، رخ نموده است.



عکس ۲۵ پوستر بزرگداشت سلمان فارسی ۱۳۸۸. طراح: رضا عدیلی پور. منبع: (موزه هنرهای معاصر، ۱۳۸۸، ص. ۸۸).

عکس ۲۶ پوستر تاتار. طراح: مرتضی اتابکی ۱۳۸۸. منبع: (موزه هنرهای معاصر، ۱۳۸۸، ص. ۹۳).

عکس ۲۷ پروژه هویت بصری انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران ۱۳۸۹. طراح آریا کسای. منبع: (انجمن صنفی طراحان گرافیک، ۱۳۸۹، ص. ۲۷۹).

عکس ۲۸ بسته بندی جای گلستان ۱۳۸۹. طراح نیلوفر ابریشم کار. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۸۹، ص. ۱۶۹).

عکس ۲۹ جلد گزارش موسیقی ۱۳۸۹. طراح: محمد جهانی مقدم. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۸۹، ص. ۹۴).

عکس ۳۰ نشانه تهیه‌کنندگان سینمای ایران ۱۳۹۰. طراح: ابراهیم حقیقی. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۹۰، ص. ۶۴).

عکس ۳۱ نشانه جشنواره فیلم ۱۳۹۰ طراح: علی سجادیه. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۹۰، ص. ۶۸).

عکس ۳۲ پوستر استودیو کارگاه ۱۳۹۰. طراح: آریا کسای. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۹۰، ص. ۱۳۷).

عکس ۳۳ پوستر جشن منتظران ۱۳۹۰. طراح: حسین نوروزی منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۹۰، ص. ۱۴۴).

عکس ۳۴ پوستر دیجی زورخانه ۱۳۹۰. طراح: مهدی فاتحی. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۹۰، ص. ۱۴۴).

عکس ۳۵ پوستر برف خوانی ۱۳۹۰. طراح: فرهاد فزونی. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۹۰، ص. ۱۳۶).

عکس ۳۶ پوستر نمایشگاه میلمان ۱۳۹۰. طراح: داود مرگان. منبع: (انجمن صنفی طراحان، ۱۳۹۰، ص. ۱۴۰).

طراحی‌نشانه با الهام از نقش و نگاره‌های دوره‌ی اسلامی پس از انقلاب سال ۱۳۵۷ خورشیدی ایران رونق قابل توجهی یافته است. عکس‌های (۳۰ و ۳۱) از این نمونه‌اند. عکس‌های (۳۲ تا ۳۶) که زمان انتشار آنها سال ۱۳۹۰ خورشیدی به بعد است، دیگر تلاش‌های طراحان ایرانی را در راستای هویت‌نمایی نشان می‌دهد.

به نظر می‌رسد طراحان ایرانی در هویت‌نمایی (بازنمایی هویت بصری ایرانی) با بهره‌گیری از عناصر بصری چاپ سنگی و نگارگری ایرانی، عملکرد قابل قبولی داشته‌اند. نگاه اجمالی به آثار متأخر طراحان ایرانی گواه این مدعا است. این‌گونه تصور می‌شود که پس از طی یک دوره‌ی ۵۰ ساله، در حال حاضر در آثار غیر نشانه‌ای گرافیک ایران، هویت‌نمایی با عناصر جزئی و کمتر شناخته شده دنبال می‌شود. حس بصری، فضا و شکل خاص آرایش کلمات (لی‌اوت) در این پوسترها که در میان فرم‌های مستطیل‌گونه ارائه شده، با حس عناصر چاپ سنگی و نگارگری مشترک است. بهره‌گیری از چاپ سنگی و کتاب‌آرایی ایران که آغازگر آن «مرتضی ممیز»، «نورالدین زرین کلک» (۱۰)، «قباد شیوا» و «فرشید مثقالی» بوده‌اند، امروز در قالبی تازه، توسط نسل جدیدی از طراحان ایرانی در حال کمال است. بررسی هویت‌نمایی آثار گرافیک ایران نشان می‌دهد که عناصر دوره‌ی پیش از اسلام با دخل تصرف کمتری، غالباً در نشانه مورد استفاده قرار گرفته‌اند و کاربردشان به صورت خلاصه و برای مواردی خاص از جمله نشانه‌های فرهنگی و ملی بوده است. شاید دلیل آن عدم تنوع آنها برای تزئین باشد. هویت‌نمایی با عناصر بصری دوره اسلامی به لحاظ روش ارائه گسترده، متنوع و با کارکردی تزئینی بوده، که شاید دلیل آن توجه بیشتر به این عناصر پس از انقلاب اسلامی یا آشنایی و انس بیشتر طراحان یا سفارش دهندگان با آنها باشد.

عناصر اصلی هویت‌نمای گرافیک ایران

با توجه به آنچه در بررسی آثار گرافیک دیده شد، عناصر اصلی هویت‌نمای گرافیک ایران در این پژوهش به پنج گروه به شرح زیر تقسیم می‌شوند:

۱- هویت‌نمایی با عناصر تصویرسازی و کتاب‌آرایی

پیشینه‌ی تصویرگری در ایران طولانی است. حسن‌پور تصویرگری ایران دوره اسلامی، را به مکاتبی چون، «بغداد»، «سلجوقی»، «تبریز»، «تیموری»، «شیراز»، «هرات»، «صفوی»، «زند» و «قاجار»، تقسیم‌بندی کرده است (ن.ک به: حسن‌پور، ۱۳۸۸: ۴۵-۷). درباره‌ی جریان مستمر تصویرسازی ایران، مثقالی می‌گوید: تصویرسازی قدیم ایران تا چاپ

سنگی از نظر ساختار متکی بر مینیاتور و ادامه‌ی آن است (مثنی، ۱۳۸۶: ۱۰). از نظر آغداشلو تصویرسازی ایران به علت سابقه طولانی و در دسترس عموم بودن الگو شده و به همین دلیل است که تصویرسازی بخش عمده‌ی گرافیک ایران است (آغداشلو، ۱۳۸۲: ۵-۸) در مجموع می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که برخی از گونه‌های کتاب‌آرایی و تصویرسازی ایران به علت سابقه‌ی طولانی خود نشانی از هویت بصری ایرانی‌اند (۱۱). عکس‌های (۱۵ و ۳۳) از نمونه‌های‌های بازنمایی تصویرسازی ایرانی‌اند.

۲- هویت‌نمایی با عناصر تزئینی ایرانی

عناصر تزئینی ایرانی اقلام متعددی را دربرمی‌گیرد، از میان این عناصر، عناصر قالی و دست بافته‌های ایرانی و نیز نقش‌هایی تزئینی معماری و قالی ایرانی با قاب‌بندی‌های خاص درحاشیه و گردش مسحورکننده در متن، همواره یکی از عناصر مورد علاقه طراحان گرافیک برای هویت‌نمایی بوده است. عکس (۱۷) نمونه‌ای از این مثال است. این عناصر در تمام مناطق کشور پراکنده‌اند و در مواردی در شمار عناصر بومی و منطقه‌ای نیز قلمداد می‌شوند. مصطفی اوجی در طراحی یک سری نشانه‌هایی که در برای دانشگاه‌های مناطق مختلف کشور طراحی کرده از عناصر منطقه‌ای برای طراحی نشانه‌های خود در چندین نشانه الهام گرفته است که به علت کثرت تصاویر این پژوهش، امکان نمایه کردن آن تصاویر موجود نیست.

۳- هویت‌نمایی با خطوط نستعلیق ایرانی

اگرچه خوشنویسی ایرانی از عناصر مهم تمایز گرافیک ایران از سایر کشورهاست، اما تشابه الفبای فارسی و عربی (۱۲) ممکن است این تمایز را برای برخی‌ها از جمله مخاطب غربی مشکل کند، در این میان اما، خط نستعلیق و شکسته و فضای خاص سیاه‌مشق ایرانی از مهم‌ترین عناصر نوشتاری فرهنگ بصری ایرانی‌اند. عکس‌های (۸ و ۳۵) دو نمونه بهره‌گیری از این خط در آثار گرافیک ایران با هدف هویت‌نمایی است. عدم وجود اعراب در الفبای فارسی نیز از دیگر مزیت‌های خطوط ایرانی در راستای هویت‌نمایی در گرافیک ایران است. در این باره حسین چنغانی (۱۳۸۰) در بخش «سال‌شمار، کتاب گرافیک ۱» می‌نویسد، اولین پوستری که از آن به‌طورکامل از خط خوشنویسی به‌عنوان تصویر و نوشتار استفاده شد. پوستر جشن شیراز قباد شیوا، عکس (۸) بوده است (ص. بیست و دو).

۴- هویت‌نمایی با رنگ‌های ایرانی

سه رنگ نخودی، لاک‌ی و فیروزه‌ای رنگ‌های شاخص ایرانی‌اند. شاخص بودن برخی از این رنگ‌ها در دیگر کشورها را انکار نمی‌شود. منشأ رنگ نخودی، خاک ایران است که در نخستین سفال‌های منقوش ایرانی، مهرهای گلی، آجرها و در مجموع معماری ایرانی جلوه‌های آن پدیدار و متمایز است. منشأ رنگ لاک‌ی هم به نظر قالی‌ها و برخی صنایع دستی ایرانی است، رنگ فیروزه‌ای که نمونه‌ی سفال آن در آثار تمدن عیلامی وجود داشت، امروزه به وفور در گنبدها و کاشی‌های ایرانی دیده می‌شود. عکس‌های (۱۲، ۱۸، ۲۳ و ۲۴) از این نمونه هستند.

۵- هویت‌نمایی با عناصر خاطرات جمعی

همان‌گونه که قبلاً هم به نقل از «اسمیت» گفتیم، یکی از ویژگی‌های هویت، شکل‌گیری آن در طول زمان است. خاطرات جمعی که در طول زمان شکل گرفته و تداوم یابد، باگذشت زمان تبدیل به هویت می‌شوند.

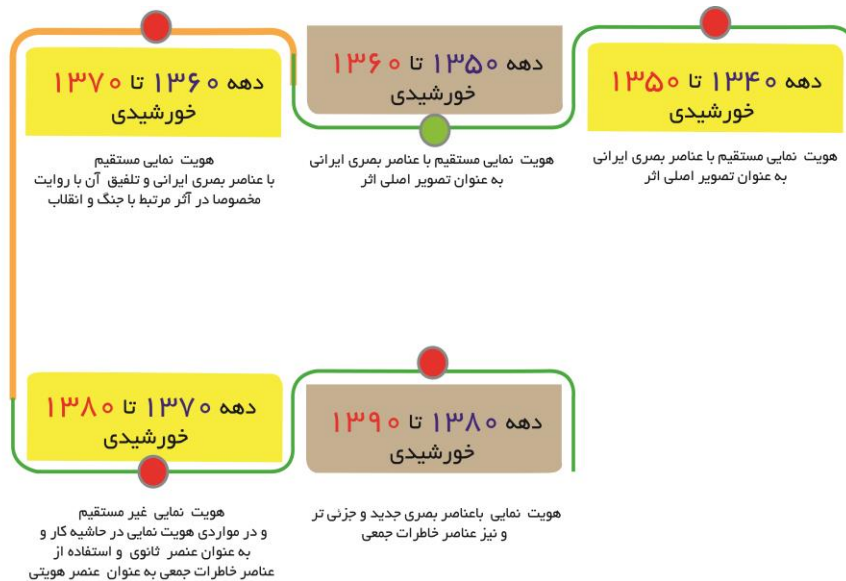
قیاس با پیشینه

گرافیک ایران، همواره از فرهنگ بصری خود به تناسب موضوع بهره برده و بحث عمده‌ی برخی از طراحان و کارشناسان همواره متمرکز بر پذیرش و یا عدم پذیرش این هویت‌نمایی بوده است. اما پژوهش‌هایی وجود دارد که این الهام و بازنمایی هویت‌ملی در گرافیک را فارغ از چند و چون آن تأیید می‌کند و چهار مقاله که در پیشینه معرفی شد، بر این موضوع صحنه گذاشته‌اند، با این حال آنچه که مشخصاً این پژوهش را نسبت به مباحث پیشینه متمایز می‌کند، رصد این هویت‌نمایی ملی یا به عبارتی سیر تغییر آن در یک دوره ۵۰ ساله با توضیح عناصر و ریشه‌ی آنها براساس تعاریف کلاسیک و بنیادین کلمه هویت است و نمونه آن توجه به خاطرات جمعی به‌عنوان عنصری است که با گذشت زمان تبدیل به هویت می‌شوند.

فرآیند هویت‌یابی گرافیک ایران

آنچه مُسَلَّم است، مراتبی از هویت‌نمایی در میان همه شاخه‌های گرافیک ایران وجود دارد. از عناصر هویت‌نما در گرافیک ایران به دو منظور ارتباط با موضوع اثر (بازنمایی مفهومی) و هویت‌نمایی محض (بازنمایی تصویری) استفاده شده است. در برخی از

آثار گرافیک ایران از ابتدا (سال‌های ۱۳۴۰) تاکنون (ابتدی سال ۱۳۹۰) تفاوت‌های آشکاری وجود دارد. به جز تفاوت‌های تکنیکی تفاوت در نوع نگاه و برداشت از عناصر بصری ایرانی نیز آشکار است.



شکل ۱: فرآیند غالب هویت‌نمایی گرافیک ایران و تغییرات آن در طول دوره‌ی مورد بررسی این مقاله، ترسیم نگارنده

برای مثال هویت‌نمایی اولیه گرافیک معاصر ایران معمولاً برداشت مستقیم از عناصر بصری ایرانی بود، این مورد در طراحی نشانه‌ها مصداق بیشتری دارد؛ درحالی‌که اکنون این هویت‌نمایی غیرمستقیم و جزئی‌تر شده و با گذشت زمان، به تدریج عناصر هویت‌نمایی در گرافیک ایران پدیدار شدند. در آثار طراحان کنونی ایرانی، هویت‌نمایی با عناصری غالباً برگرفته از نگارگری، چاپ سنگی، کتاب آرایی، خط نستعلیق و رنگ به چشم می‌خورد که با آثار طراحان قدیمی‌تر متفاوت است. کاربرد عناصر دوره‌ی پیش از اسلام تاریخ ایران، خصوصاً در ابتدای عصر معاصر گرافیک ایران (دهه چهل به بعد) عمدتاً هویت‌نمایانه با دخل و تصرف حداقلی بوده است؛ درحالی‌که هویت‌نمایی با عناصر بصری دوره‌ی اسلامی به لحاظ روش ارائه‌ی گسترده، متنوع، جزئی، تزئینی و در دوره‌ای خاص، خصوصاً زمان جنگ با عراق، کاربرد آن توأم

با بیان مفاهیم ایدئولوژی اسلامی بوده است. شکل (۱) فرآیند هویت‌نمایی گرافیک ایران را در طول دوره پنجاه ساله خود نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری

طراحان ایرانی از عناصر بصری خود همواره بهره برده‌اند. توجه به عناصر خودی در دهه‌ی نخست (۴۰ دهه خورشیدی) کمتر اما در دهه‌های بعدی خصوصاً یک دهه‌ی اخیر (دهه‌ی ۷۰ و ۸۰ خورشیدی) تحت تأثیر عوامل مختلف شتاب بیشتری داشته است. به نظر می‌رسد هویت‌نمایی ملی در گرافیک ایران، خصوصاً در یک دهه اخیر در مسیر کمال و شکوفایی است. در پاسخ به سؤال نخست تحقیق که تغییرات خاص بازنمایی هویت ملی در این دوره پنجاه ساله چگونه بوده، باید گفت، کارهای متأخر گرافیک ایران که بهره‌گیری از چهار عنصر اصلی چاپ سنگی، نگارگری، خط نستعلیق، تایپوگرافی و رنگ خاص ایرانی در آن نمایان است، نشان‌گر این فرآیند است. طراحان ایرانی برای هویت‌نمایی ملی در گرافیک در ابتدا با بهره‌گیری مستقیم از نقوش دوگانه‌ی دوره‌ی پیش از اسلام و اسلامی، فرهنگ خود هویت‌نمایی می‌کردند، اما امروزه با توجه به جزئیات و بهره‌گیری از عناصر متنوع در این راستا اقدام می‌کنند. در راستای هویت‌نمایی در آثار گرافیک ایران، تفاوت‌های آشکاری در نوع نگاه، برداشت از عناصر بصری ایرانی و تکنیک اثر وجود دارد. برای مثال طراحان قدیمی‌تر گرافیک ایران معمولاً با برداشت مستقیم از عناصر بصری ایرانی هویت‌نمایی کرده‌اند، که شاید دلیل آن ناشناخته بودن، یا جذابیت آن نقوش در زمان خود بوده است؛ در حالی که اکنون این هویت‌نمایی غیرمستقیم و جزئی‌تر شده است و با گذشت زمان عناصر هویت‌نمای بیشتری در آثار گرافیک ایران پدیدار شدند، که احتمال می‌رود دلیل آن یافتن جنبه‌های بصری تازه از فرهنگ بصری ایرانی باشد. در پاسخ به سؤال دوم این تحقیق، عناصر غالب و ویژه‌ی هویت‌نمایی طراحان ایرانی، برای بازنمایی هویت ملی، عناصر تصویرسازی و کتاب‌آرایی ایرانی چون نگارگری چاپ‌سنگی، عناصر تزئینی، چون نقش‌های معماری، قالی، گلیم و دست‌بافته‌ها، خط نستعلیق ایرانی، رنگ‌های خاص ایرانی و نیز عناصر خاطرات جمعی است. نتیجه‌ی نهایی این‌که، در غالب آثار بررسی شده در این تحقیق هویت‌نمایی مرتبط و متناسب با موضوع اثر بوده است.

پی‌نوشت

- ۱- نگارنده به اتفاق دیگران در مقاله‌ای به نام «چیستی هویت بصری ایرانی از منظر گرافیک» که در مرداد ۱۳۹۵ در شماره ۴۰ مجله باغ نظر به چاپ رسیده است؛ هویت، هویت‌نمایی در گرافیک ایران و اسامی متعدد، مشابه و موازی با آن را در هنرهای مختلف ایرانی، تحت عنوان «هویت بصری ایرانی» تعریف کرده است.
- ۲- موضوع هویت‌نمایی با عناوین دیگری چون هویت در گرافیک، هویت ملی در گرافیک و عناوین مشابه دیگر چون هویت بصری ایرانی در گرافیک هم مورد بحث قرار گرفته است.
- ۳- مرتضی ممیز، طراحی گرافیک مشهور ایرانی، متولد ۱۳۱۵ تهران درگذشت ۱۳۸۳.
- ۴- طراح گرافیک ایرانی متولد ۱۳۱۹ همدان.
- ۵- طراح، نقاش و کارشناس هنری ایرانی، متولد ۱۳۱۹ رشت.
- ۶- گرافیست و تصویرساز ایرانی متولد ۱۳۲۲ اصفهان.
- ۷- گرافیست ایرانی متولد ۱۳۲۸ تهران.
- ۸- نگاه شود به مجله نشان شماره ۱ و ۱۳ و ۲۹/ هم‌چنین نگاه شود به کتاب *روبرو* که در منابع موجود است/ نگاه شود به کتاب *هفت استاد*، نشر رسم ۱۳۹۰/ این منابع به زبان فارسی است.
- ۹- بازنمایی مفهومی یعنی ارتباط غیرمستقیم یک تصویر با یک مفهوم، مانند دود که نشانه سوختن است. بازنمایی مفهومی در نشانه‌شناسی برابر با نشانه‌های نمایه‌ای است. بازنمایی تصویری، یعنی کاربرد مستقیم تصویر یک چیز، مانند تصویر آب برای کارخانه تولید آب آشامیدنی. بازنمایی تصویری هم در حیطه‌ی نشانه‌های شمایی قرار می‌گیرد.
- ۱۰- گرافیست، انیماتور و تصویر ساز ایرانی متولد ۱۳۱۶ مشهد.
- ۱۱- نگاه شود به کتاب تصویرسازی، محسن حسن‌پور انتشارات فاطمی، این کتب به فارسی نوشته شده است و در منابع این مقاله مشخصات آن ذکر شده است.
- ۱۲- الفبای عربی نسبت به فارسی ۴ حرف کمتر دارد.

منابع

- آغداشلو، آیدین (۱۳۸۲)؛ «هویت مسئله این است»، گفت‌وگو با آیدین آغداشلو، *مجله نشان*، س اول، ش ۱، صص ۱۰-۴.
- ----- (۱۳۹۱)؛ «مقدمه‌ای بر کتاب آرای ایران»، *مجله نشان*، س ۱۰، ش ۲۹، صص ۵-۴.
- اسدالهی، مصطفی (۱۳۸۳)؛ *طراحان گرافیک ایران ۲*، تهران: یساولی.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران (۱۳۸۰)؛ *گرافیک ایران ۱*، اولین کتاب آثار برگزیده طراحان گرافیک ایران، حسین چنغانی (بخش سال‌شمار)، ص شش تا چهل هشت، تهران: داروگ نو.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران (۱۳۸۶)؛ *نهمین دوسالانه‌ی پوستر ایران*، تهران.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران (۱۳۸۸)؛ *اولین کتاب آثار برگزیده طراحان گرافیک ایران*، تهران: انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران (۱۳۸۹)؛ *سرو نقره‌ای ۸۹*، مجموعه آثار طراحان گرافیک ایران، تهران: نشر نظر.

- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران (۱۳۹۰): *سرو تفره‌ای ۹۰، مجموعه آثار طراحان گرافیک ایران*، تهران: نشر آبان.
- انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران (۱۳۸۸): *هشتمین دوسالانه‌ی پوستر ایران*، تهران.
- جوانی، اصغر؛ خزائی، محمد؛ کلاه‌کج، منصور (۱۳۹۵): «چستی هویت بصری ایرانی از منظر گرافیک»، *مجله باغ نظر*، س ۱۳، ش ۴۰، صص ۳۵-۴۴.
- حسن‌پور، محسن (۱۳۸۸): *تصویرسازی*، تهران: فاطمی.
- حقیقی، ابراهیم (۱۳۹۰): «صفحه‌آرایی در نشریات»، در مجموعه مقالات کتاب *روبه‌رو* (گفت‌وگوی ابراهیم حقیقی با مرتضی ممیز)، تهران: خجسته، صص ۲۰۱-۱۸۲.
- ----- (۱۳۹۰): *حرف‌های تکراری*، نوشته‌های از سال ۱۳۴۹ تا ۱۳۸۹، تهران: دید.
- حوزه‌ی هنری سازمان تبلیغات اسلامی (۱۳۷۶): *ده سال با طراحان گرافیک انقلاب اسلامی*، تهران: حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی.
- خزائی، محمد (۱۳۸۴): «نشانه‌های امروز، نقش‌های دیروز»، *فصلنامه مطالعات هنر اسلامی*، س اول، ش ۲، صص ۱۷-۲۸.
- شیوا، قباد (۱۳۸۳): *مجموعه آثار گرافیک*، تهران: نشر نظر.
- صالحی، سحر؛ احمدپناه، ابوتراب (۱۳۹۶): «بررسی تأثیرگذاری نقوش اسلامی بر نشانه‌های مصطفی اوجی»، *مجله پیکره*، ش ۱۲ و ۱۱، صص ۱۰۹-۱۲۳.
- کلاه‌کج، منصور؛ ناجی، ماهان (۱۳۸۹): «چگونگی بازنمایی آثار چاپ سنگی دوره قاجار در گرافیک معاصر ایران»، *نامه هنرهای تجسمی*، س ۳، ش ۶، صص ۵۷-۷۸.
- مثقالی، فرشید (۱۳۸۶): «کاشف کودکی‌ها»، *مجله نشان*، س ۵، ش ۱۳، صص ۲۴-۱۰.
- مجتهدزاده، پیروز (۱۳۷۸): *دموکراسی و هویت ایرانی*، تهران: نشر کویر.
- مرندی، لیلی؛ معنوی‌راد، میترا؛ ساسانی، فرهاد (۱۳۹۴): «تکوین هویت ایرانی در گرافیک معاصر ایران با رویکرد تحلیل گفتمان»، *دو فصلنامه علمی پژوهشی نامه هنرهای تجسمی و کاربردی*، س ۸، ش ۱۶، صص ۹۱-۱۱۱.
- ملکی، سپیده؛ اسداللهی، مصطفی؛ شاهرودی، فاطمه (۱۳۹۴): «بازنمایی هویت ملی ایران در طراحی گرافیک با تأکید بر عصر جهانی شدن»، *فصلنامه مطالعات ملی*، س ۱۷، ش ۳، صص ۸۲-۶۹.
- ممیزی، مرتضی (۱۳۸۶): *مجموعه آثار گرافیک*، تهران: نظر.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۲): *نظریه‌های رسانه*، نشر همشهری، تهران.
- موزه هنرهای معاصر تهران (۱۳۷۷): *ششمین کتاب دوسالانه پوستر ایران*، موزه هنرهای معاصر ایران، تهران.
- موزه هنرهای معاصر تهران (۱۳۸۸): *دهمین دو سالانه جهانی پوستر*، موزه هنرهای معاصر تهران.
- <http://mahmoudjavadipour.com/biography.php>
- <http://www.adibi.net/Poster/Poster.htm>
- <https://www.aftabir.com>
- <https://www.roozrang.com>
- Smith, Antoni (1991); *National Identity*, Reno: University of Nevada press.