

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 به منظور 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.