

برهم‌کنش درون‌نوشتاریِ لوگوتایپِ عنوان در طرح جلد رمان‌های نوجوان بر اساس

نظریه‌ی اسکات-نیکولایوا

امیرحسین زنجانی^۱

کارشناسی ارشد، ادبیات کودک و نوجوان، پیام‌نور، تهران، ایران

رحیم رحیمی^۲

کارشناسی ارشد، ادبیات کودک و نوجوان، پیام‌نور، تهران، ایران

چکیده

«لوگوتایپ» نشانه‌ای نوشتاری است که هم وجه خوانداری (مفهومی زبان‌شناختی) دارد و هم دیداری (مفهومی زیبایی‌شناختی). عناوین کتاب‌های کودک و نوجوان به‌خاطر تایپوگرافی‌های خاص و خلاقانه‌شان از مصادیق لوگوتایپ به‌شمار می‌آیند. لوگوتایپِ عنوان از طریق برهم‌کنش‌های برون‌نوشتاری و درون‌نوشتاری در مفهوم‌سازی طرح روی جلد مشارکت می‌کند. برهم‌کنش درون‌نوشتاری عبارت است از تعامل وجه خوانداری با وجه دیداری عنوان (وجه تایپوگرافیک آن). برهم‌کنش برون‌نوشتاری عبارت است از تعامل عنوان اصلی با تصویر و سایر نوشته‌های روی جلد. هدف این پژوهش بررسی چگونگی تعامل درون‌نوشتاری صورت‌تایپوگرافیک با مفهوم زبان‌شناختی عنوان است. پژوهش پیش‌رو به این پرسش پاسخ می‌دهد که برهم‌کنش وجه خوانداری و دیداری عنوان چگونه طرح روی جلد را مفهوم‌سازی می‌کند؟ داده‌ها به روش هدفمند انتخاب شده‌اند و نمونه‌ی آماری این پژوهش شامل بیست و هشت عنوان از رمان‌های نوجوان است که اولاً لوگوتایپِ عنوانشان فارسی است، ثانیاً در بازه‌ی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۴۰۲ انتشار یا بازنشر یافته‌اند. روش تحقیق تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار است و رهیافت پژوهش مبتنی بر نظریه‌ی برهم‌کنش متن-تصویر اسکات و نیکولایوا. نوآوری پژوهش حاضر در این است که نظریه‌پردازان فوق‌الذکر تعامل نوشتار با ابژه‌ی فرانوشتاری تصویر را مطمح نظر قرار داده‌اند، لیکن پژوهش حاضر با تسری روش دسته‌بندی ایشان، تعامل درون‌نوشتاری را مورد توجه قرار می‌دهد. نتیجه‌ی پژوهش نشان می‌دهد که یکی از

^۱ . رایانامه نویسنده مسئول

mosafer_e_barfi@yahoo.com

 <https://orcid.org/0000-0002-3517-9798>

^۲ رایانامه نویسنده دوم rahim.rahimy96@gmail.com

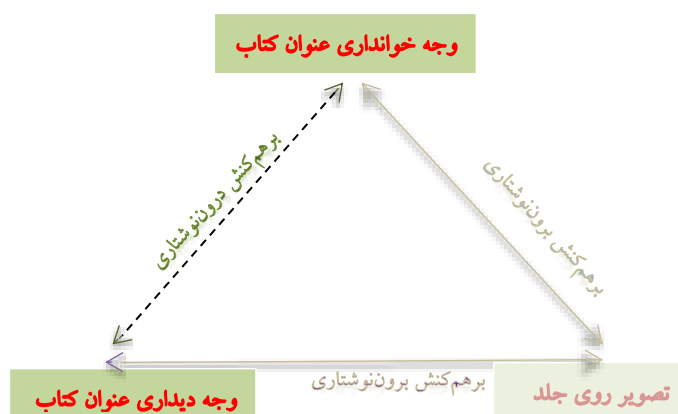
برهم‌کنش درون‌نوشتاریِ عناوین تایپوگرافیک در طرح جلد رمان‌های نوجوان بر اساس نظریه‌ی اسکات-نیکولایوا-۲/

مهمترین عوامل نقش‌آفرین در نحوه‌ی ارتباط خواننده‌ی نوجوان با عنوان کتاب، نوع تعاملی است که بین دو وجه تایپوگرافیک و زبان‌شناختی عنوان حاکم است.

کلیدواژگان: رمان نوجوان، طراحی جلد، تایپوگرافی، لوگوتایپ، نیکولایوا.

مقدمه

طرح جلد محصول برهم‌کنش مثلثِ تصویر روی جلد، وجه خواننداری عنوان و نیز وجه دیداری عنوان است. این مقاله از میان سه برهم‌کنش فوق‌الذکر فقط به رابطه‌ی تعاملی دو وجه خواننداری و دیداری عنوان می‌پردازد و کاری به برهم‌کنش تصویر روی جلد با هر یک از آن دو وجه دیگر ندارد (نمودار ۱). منظور از وجه خواننداری، معنای زبانی عنوان (فارغ از صورت گرافیکی‌اش) است و منظور از وجه دیداری، صورت تایپوگرافیک آن. برخلاف تصاویر روی جلد که به عنوان پیوست می‌شوند، وجه دیداری عنوان چیزی الحاقی و بیرون از آن نیست. در واقع رابطه‌ی تصویر با عنوان رابطه‌ای برون‌نوشتاری است. چراکه عنوان سازه‌ای از مقوله‌ی نوشتار است و تصویر، سازه‌ای، غیرنوشتاری. بنابراین، رابطه‌ی عنوان با تصویر روی جلد، رابطه‌ی نوشتار با ابژه‌ای بیرونی است. این در حالی است که رابطه‌ی وجه دیداری و وجه خواننداری لوگوتایپ^۱ عنوان رابطه‌ای درون‌نوشتاری است.



¹ Logotype

نمودار ۱. مثلث برهم‌کنش‌های بیرونی و درونی عنوان کتاب (منبع: نگارنده)

کارکرد وجه بصری لوگوتایپِ عنوان با کارکرد تصویر قابل قیاس است. از همین رو، رویکردهایی که برهم‌کنش متن و تصویر را موضوع مطالعه قرار می‌دهند؛ به برهم‌کنش وجه گرافیکی (به‌مثابه تصویر) و وجه زبانی عنوان نیز قابل تسری هستند. در همین راستا در این مقاله، از نظریه‌ی مشترک اسکات^۱ و نیکولایوا^۲ که یکی از کارآمدترین رویکردهای بررسی رابطه‌ی متن-تصویر در کتاب‌های کودک و نوجوان است، برای بررسی تعاملِ درون‌نوشتاریِ عنوان استفاده می‌شود. ضرورت و اهمیت این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که انسان معاصر همواره در معرض بمب‌باران جلوه‌های مختلف تایپ در آگهی‌ها و تبلیغات است و به ناچار، رفته‌رفته نادیده‌انگاری صورت‌ها و جلوه‌های ظاهری نوشتار را در خود درونی کرده است. به قول بایر^۳ (۱۳۹۹: ۶۸): «هرچه بیشتر بخوانیم، کمتر خواهیم دید. قرارگیری مداوم در معرض مواد بصری قوه‌ی دید ما را ضعیف کرده است». از طرفی دیگر، پژوهشگران هنر نیز به جایگاه گرافیکِ نوشتار در ادبیات نوجوان توجهی بسنده نداشته‌اند. بنابراین خلأ پژوهش در این حوزه همچنان مشهود است. سؤال‌های اصلی مقاله عبارت است از: ۱- در لوگوتایپِ عناوین کتاب‌های رمان نوجوان، برهم‌کنش در سطح درون‌نوشتاری یعنی تعامل وجه بصری با وجه کلامی آن چگونه است؟ ۲- چگونه می‌توان روش دسته‌بندی اسکات-نیکولایوا را از برهم‌کنش برون‌نوشتاری به برهم‌کنشی درون‌نوشتاری تعمیم داد؟ نوآوری و تفاوت پژوهش در این است که اسکات و نیکولایوا تعامل نوشتار و ابژه‌ی برون‌نوشتاریِ تصویر را مطمح نظر قرار داده‌اند، لیکن پژوهش حاضر تعامل درون‌نوشتاری را مورد توجه قرار می‌دهد. نتیجه‌ی پژوهش پیش‌رو دسته‌بندی برهم‌کنش برون‌نوشتاریِ اسکات-نیکولایوا را به برهم‌کنش درون‌نوشتاریِ تایپوگرافی‌ها تسری می‌دهد. در

¹ C. Scott

² M. Nikolajeva

³ Herbert Bayer

همین راستا، نشان داده می‌شود که شکاف‌های درون‌نوشتاریِ عناوین کتاب‌ها، محصول پنج نوع برهم‌کنش بین وجوه خوانداری و دیداری آنهاست.

روش پژوهش

این پژوهش به‌لحاظ هدف تحلیلی و به‌لحاظ روش، تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار است. نمونه‌ها با استناد به منابع کتابخانه‌ای به‌صورت هدفمند انتخاب شده‌اند. جامعه‌ی هدف شامل رمان‌های نوجوانی است که فارغ از ماهیت ترجمه یا تألیفشان، لوگوتایپِ عنوانشان فارسی و تاریخ نشر یا بازنشرشان در بازه‌ی سالهای ۱۳۸۷ تا ۱۴۰۲ بوده است. از میان یکصد عنوان رمان نوجوان در بازار نشر ایران، تایپوگرافی (یا لترینگ^۱) بیست و هشت عنوان دارای کارکرد تصویری بوده است. جملگی این بیست و هشت نمونه وفقِ رهیافتِ برهم‌کنش متن-تصویر اسکات-نیکولایوا بررسی شده‌اند. در ادامه، شانزده عنوان از آنها به‌صورت مبسوط تحلیل می‌شود. علاوه‌بر شانزده لوگوتایپِ فارسی مذکور، در حاشیه‌ی بررسی‌ها و تحلیل‌ها، تایپوگرافیِ دو عنوان از کتاب‌های ترجمه با نسخه‌ی زبان اصلی‌شان مقایسه شده است. گاهی در نوبت‌های چاپ مختلف یک کتاب و گاهی به‌خاطر تفاوت و تکرر ناشران یک کتاب، لوگوتایپِ عناوین کتاب‌ها و حتی طرح‌جلدهایشان دست‌خوش تغییر می‌شود؛ بنابراین لازم به ذکر است که نوبت چاپ و ناشری که در فهرست منابع آمده؛ بخش مهمی از اطلاعات کتاب‌هایی است که به‌عنوان نمونه مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

پیشینه پژوهش

اگرچه کتاب‌هایی مانند تایپوگرافی سبک‌ها و اصطلاحات به قلم حسنی (۱۳۹۴)، تایپوگرافی به قلم مثقالی (۱۳۹۶) و خلاقیت در تایپوگرافی به قلم چارثی (۱۳۹۸) در حوزه‌ی گرافیک حروف تألیف شده‌اند؛ اما در این حوزه کمتر کتابی به‌صورت مستقل در ایران نگارش یافته است؛ غالباً فقط فصلی از کتاب‌های گرافیک مانند کتاب تحلیل

¹ lettering