مقاله ترویجی

طراحیِ پیام‌های بصری زیست‌محیطی در بسته‌بندی کالاهای مصرفی در پرتو اصول گرافولوژی فرهنگی

فرناز معصوم‌زاده جوزدانی[1×]

تاریخ دریافت مقاله: شهریور ماه ۱۳۹۷

تاریخ پذیرش مقاله:خرداد ماه ۱۳۹۸

چکیده

طراحی بسته‌بندی تدبیر نهایی تولیدکنندگان کالاهای مصرفی است تا به یاری طراحان گرافیک بتوانند پیام برتری و بشردوستانهٔ کالای خود را بر کالاهای رقیب به مصرف‌کنندگان نشان دهند و تا حد امکان بر انتخاب و فرهنگ آنان تأثیر بگذارند. موشکافانه‌تر باید گفت که طراحی نشانه‌نوشته بخش مهمی از این تأثیرگذاری را در بر می‌گیرد، به‌ویژه در دنیای امروزین که نگاهِ ریشه افکن گفتار و کارِ واسازانهٔ نوشتار، تمرکز معنایابی از محوریت کلام را بیرون می‌راند و هر تصویر را معناساز نشان می‌دهد. در این مقاله تلاش می‌شود تا با هدف ترویج فرهنگ زیست‌محیطی، در یک چهارچوب نظری از گرافولوژی فرهنگی به تحلیل ویژگی‌های تصویرِ نوشتار و به‌ویژه طراحی نشانه‌نوشته و در نهایت طراحی بسته‌بندی کالاهای مصرفی پرداخته شود. با توجّه به اینکه این چهارچوب نظری پیش‌تر برای تحلیل ظروف گلابه‌ای دورهٔ سامانی بر اساس دو نظریهٔ گرافولوژی فرهنگی ژاک دریدا و مفهوم تمثیل در آثار والتر بنیامین بنیان نهاده شد، پرسش نخست این است که بر اساس گرافولوژی فرهنگی دریدا، از چه راه‌هایی در طراحی نشانه‌نوشتهٔ بسته‌بندی کالاهای مصرفی می‌توان یک پیام بصری زیست‌محیطی را به تصویر کشید؟ پرسش دیگر اینکه چگونه بر اساس خوانش تمثیلی بنیامین، پیام بصری زیست‌محیطی طراحی‌شده در نشانه‌نوشته را در طراحی بسته‌بندی گسترش باید داد؟ به طور خلاصه، اگر بر اساس گرافولوژی فرهنگی هر حرف و گاهی حروفِ مرکب را نشانه‌ای از اجزاء و بدن انسان در نظر بگیریم، در حروف هر نشانه‌نوشته زبان بصری نهفته است که راه‌هایی برای رساندن پیام‌ها و البته پیام زیست‌محیطی پیش رو می‌نهد. پاسخ پرسش دوم اینکه، اگر پیام زیست‌محیطی را هماهنگ با کالای مصرفی و همچنین متناسب با نشانه‌های حروف و کلمهٔ نشانه‌نوشته در قالب یک مجموعه از تمثیل‌های فارسی گسترش دهیم، زبان بصری نوشتار (پیام زیست‌محیطی) در سرتاسر طراحی بسته‌بندی جریان خواهد داشت.

واژه‌های کلیدی

طراحی نشانه‌نوشته، طراحی بسته‌بندی، طراحی بصری پیام‌های زیست‌محیطی، خوانش تمثیلی، گرافولوژی[2] فرهنگی

۱- استادیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنرهای تجسمی، دانشگاه هنر اصفهان

(× نویسنده مسئول:f.masoumzadeh@aui.ac.ir)

2- Graphology

۱- مقدمه

در این مقالـه یـک چـارچوب روانشـناختی از دو نظریـهٔ گرافولوژی فرهنگی دریدا[1] و تمثیل بنیامین بنیان نهادیم تا دو پرسش را دربارهٔ ادراک و رمزگـذاری پیـام‌هـای نوشـتاری و دیـداری پاسـخ دهـیم. نخسـت اینکـه، بـر اسـاس نظریـهٔ گرافولوژی فرهنگی، چگونه پیام‌های توسـعه را مـی‌تـوان در نشانه‌نوشته رمزگـذاری یـا رمزگشـایی کـرد؟ دوم اینگـه بـر اساس نظریهٔ تمثیل، چه راه‌هایی برای تحلیل یـا طـرح‌ریـزی پیام‌های توسعهٔ در طراحی گرافیک بسته‌بندی پـیش رو قـرار خواهد گرفت؟ در پاسخ به این پرسش‌ها، نخست در بخـش «روش خوانش و طراحی پیام بصـری» چـارچوب نظـری را شرح می‌دهیم و فرضیه‌ای برای پاسخ به دو پرسش پـژوهش پیش می‌نهیم. سپس در بخش «نتایج و بحث»، فرضیه‌هایی را که در بخش دوم در پاسخ به پرسش‌ها مطرح شد، با تحلیـل چند نمونه لوگوتایپ[2] و طراحی‌بسـته‌بنـدی مـی‌آزمـاییم. در نهایت نتیجه می‌گیریم که با استفاده از گرافولـوژی فرهنگـی، حروف و کلمات نشانه‌نوشته ارزشی بیش از نمادهای آوایـی دارند و امکان طراحی پیام بصری در قالب اعداد، روایت‌ها و جناس یا حروف و کلمـات هـم‌آوا و چنـدمعنا / چندصـدا و چندمعنا در نشانه‌نوشته وجود دارد.

بر اساس نظریهٔ تمثیل، در طرح‌ریزی کلی نخسـت از راه ابعاد پیام بصری نشانه‌نوشته و یـا از راه یـک طوفـان فکـری مجموعهٔ مناسبی از اشیاء و پدیـده‌هـای رشـد توسـعه را بـه دست آورده، سپس با اندیشیدن دربارهٔ یک پیوند میان دو بـه دوی آن‌ها نقشهٔ یک پیام بصری سرشار از اندیشه را همچون صورت فلکی می‌کشـیم کـه در آن اشـیاء و پدیـده‌هـا ماننـد نقطه‌ها و اندیشه‌ها همچون خط پیونددهندهٔ نقطه‌ها نمایانـده می‌شود.

۲- روش خوانش و طراحی پیام بصری

۲-۱- روش گرافولوژی فرهنگی

روش گرافولوژی فرهنگی دریدا، چهار ویژگی از نوشتار را برجسته می‌سازد که در طراحی پیام بصری ره می‌نماید. این چهار ویژگی عبارت است از:

۱. اهمیت یافتن نوشتار

۲. متکی بودن بر اطّلاعات نوشتار

۳. غیرخطی بودن نوشتار

۴. چندبعدی بودن نوشتار.

دریدا در کتاب گراماتولوژی[3] [(۱۹۶۷)۱۹۹۷] در رویکردی بن‌فکنانه به زبان، نوشتار را در برابر گفتار قرار می‌دهد تا بین خطوط آوانگار و اندیشه‌نگار، هجایی و الفبایی و همچنین بین تصویر و نماد حروف فرق بگذارد. او معتقد است که در بیشتر مواقع رقابت بین تاریخ نوشتار و علم زبان بر اساس کینه و نه همکاری صورت گرفته است. او برای انتقام از زبان‌شناسان، نخست، زبان ویژهٔ ریاضیات را پیش می‌نهد که بدون هیچ پیوندی با زبان، نوعی زبان بین‌المللی به شمار می‌آید و سپس زبان را برای استقرار اندیشه‌های جدید کاملاً ناشایست می‌داند.

در نهایت، نوشتار را که تا آن زمان در خدمت زبان بود، جایگزین مناسبی برای آن در عصر حاضر می‌داند. در نگاهی به آینده، گسترش گراماتولوژی را در توقّف راهنمایی گرفتن از علوم دیگر و همچنین از سنت‌های متافیزیکی خواهیم دید. به نظر می‌رسد، گراماتولوژی از ثروت و تازگی اطّلاعات بهره خواهد برد، حتی اگر در این کارهای پیشرو، مفهوم‌سازی از اعتماد چشمگیر و با اطمینان فرو افتاد. دریدا تاریخ دانش «گرام»[4] را با سرگذشت وحدت و تعادل میان ژست و گفتار، بدن و زبان و ابزار و تفکّر در ارتباط می‌پندارد و می‌خواهد بر تهدید هموارهٔ خطی بودن نماد [نوشتار آوایی] چیره شود(شکل ۱).

1- Derrida
2- Logotype
3- Grammatology
4- Grammè

شکل ۱- انواع نوشتار روی بسته‌بندی

او به چندبعدی بودن «میتوگرام[1]» [اسطوره‌نگاشت] اشاره می‌کند که نه تنها تاریخ را از بین نمی‌برد بلکه با سطح دیگری از تجربهٔ تاریخی یعنی فن (به‌ویژه فن گرافیک)، هنر، دین و اقتصاد هماهنگ است؛ در حالی که نوشتار خطی در فرآیند مال‌اندوزی، سرمایه‌داری، یکجانشینی، سلسله مراتب‌سازی و تشکیل ایدئولوژی‌سازی، طبقه‌ای که می‌نویسد و یا بر نوشتار فرمان می‌راند، پدید می‌آید.

دریدا برای دستیابی به وجوه گوناگون نوشتار، گرافولوژی (روان- خط‌شناسی) را مطرح می‌کند. یک نوع گرافولوژی که با جامعه‌شناسی، تاریخ، مردم‌شناسی و روان‌تحلیل‌گری جدید شده باشد[۵] .

این گرافولوژی جدید یا به گفتهٔ دریدا «گرافولوژی فرهنگی» را (پیش‌تر در مقاله‌ای توضیح دادیم[2]) که در نتیجه آن سه بعدِ تصویرنگار، اندیشه‌نگار و آوانگار نوشتار ایرانی را به‌ترتیب از ویژگی‌های عددنگاشتی، روان‌خط‌نگاشتی و آوانگاشتی حروف و کلمات می‌توان برداشت کرد. این نشانه‌ها را در ویژگی‌های عددی ساختار حروف و کلمات، و یا در ویژگی‌های حرکتی مسیر فرضی قلم و یا در ویژگی‌های همانندی حروف و کلمات با چندمعناهم‌آوای آن‌ها، یا چندآوا چندمعنای آن‌ها، و یا هم‌هجای آن‌ها می‌توان سراغ گرفت[۶] .

پس در پاسخ به پرسش نخست چنین فرض می‌شود که بر اساس گرافولوژی فرهنگی با طراحی عددنگارانه، روان‌خط‌نگارانه و آوانگارانهٔ عناصر نشانه‌نوشته می‌توان ابعاد پیام بصری را به نمایش گذاشت.

۲-۲- روش نگرش تمثیلی والتر بنیامین[3]

از نظریهٔ تمثیل بنیامین چهار راه و روش می‌توان برداشت کرد که برای طراحی اطّلاعات و ارتباطات بسته‌بندی به کار می‌آید. این چهار راه عبارت است از:

۱. نگرش تمثیلی

۲. توسل به شیوهٔ داستانی ابژه‌های حقیقی[4]

۳. خودبازنمایی

۴. انقسام مفهوم به شیء و اندیشه.

در بیشتر تحلیل‌های بنیامین، تمثیل نوعی تجربه است که آن را افزون بر درکِ گذرایی از جهان، نوعی تجربهٔ درونی و شهود تفسیر کرده‌اند که به صورت تکه‌پاره و معمایی در فرم نمایان می‌شود. در این فرم، عملکرد (روش) و موضوع (محتوا) تمثیل است که جهان و اشیاء را به نشانه‌ها دگرگون می‌کند و باز دریافت آن را فراهم می‌آورد.

به اعتقاد بنیامین، تمثیل، برجسته‌ترین شکل تجربه، نقطهٔ کانونی برای نگاه کردن به اشیاء است و بدین‌ترتیب «شیوهٔ تمثیلی نگاه‌کردن»، یا «نگرش تمثیلی» و یا «شهود تمثیلی» را پیش می‌کشد. او تأکید می‌کند که تمثیل روش شرح‌دهنده نیست، بلکه «فرم بیانی » است. ذهن تجربه‌ای را که در قالب نشانه‌ها آشکار می‌شود، همچون نوعی نوشتار می‌انگارد که از پیش در حال نوشته‌شدن است.

ژاک دریدا[5] در این صحنهٔ نوشتار، تمثیل با توسل به شیوهٔ داستانی ابژه‌های حقیقی را پنهان می‌کند و بر این باور استوار است که حقیقت در جای دیگری ساکن است و نمی‌توان آن را در ارتباطات میان نشانه و مدلول یافت. در نظر بنیامین، حقیقت را نمی‌توان نمایش داد، ولی وجود حقیقت/ و به رسمیت شناختنِ غیبتِ حقیقت به ترتیب نخستین/ و دومین پیش‌شرط برای تمثیل به شمار می‌آید. البته او شیوهٔ مناسب برای دریافت حقیقت را فعالیت بازنمایی و نه محصول نهایی آن می‌داند به گونه‌ای که تجسّم بیرونی حقیقت را در رقص اندیشه‌های

1- Mythogram

۲- ر.ک. منابع، شماره ۵

3- Walter Benjamin

۴- ابژه‌های حقیقی را به آنچه مشاهده می‌شود، می‌گویند. در این مقاله منظور تصاویری است که روی بسته‌بندی دیده می‌شود. افزون بر این، فرم کلی بسته در موقعیت‌های گوناگون را نیز شامل می‌شود.

۵- ژاک‌دریدا (Jacques Derrida) در گراماتولوژی اصطلاح Archi-ecriture را برای آن مطرح می‌کند که ترکیب ساختگی‌ای از دو واژه به ترتیب یونانی و فرانسوی Archi (نخستین) و Ecriture (نوشتن) است.

بازنمایی‌شده می‌بیند. در نهایت همان‌طور که تجربه را برشی از صفحهٔ نوشتار از پیش در حال نوشتن می‌انگارد، حقیقت را در قاب فرم‌هایی از پیش در حال بازنمایی تصور می‌کند. خود- بازنمایی فرم قابل‌رؤیت و ناپیوسته که در یک رسالهٔ نوشتاری به یک «موضوع» و نه به «اثبات» می‌پردازد به گونه‌ای که برای تأمل در نشانه‌های این فرم خود- بازنما، به‌طور دائم آغازهای نو باید ایجاد کرد.

در این روش انحراف از موضوع که بنیامین پیش می‌نهد، هر شیء «وحدت کاذبی» دارد که باید از راه انقسام، پراکندگی یا انقیاد از شیء سلب کرد تا به «وحدت اصیل حقیقت» آن دست یافت. آنچه امکان سلب‌کردن پدیدارها را از وحدت کاذب‌شان فراهم می‌آورد «مفهوم» است که به‌طور همزمان خود- بازنمایی آن پدیدارها را برای آشکار ساختن وحدت اصیل حقیقت فراهم می‌آورد[۷].

بنیامین در تمثیلی نشان می‌دهد که «مفهوم» چطور با «اشیاء» و «پدیده»ها ارتباط دارد. چنانکه «اشیاء» را مانند ستارگانی در یک نقشهٔ صور فلکی مثال می‌زند که خطوط پیونددهنده در آن، «اندیشه»هاست. «اندیشه»هایی که نه محتوا، نه قاعده اشیاء، نه معیاری برای وجود اشیاء، و نه دانش آن اشیاء یا پدیده‌هاست. در حالی که «پدیده»ها سپهر و محتوای «مفاهیم» را می‌سازد و آن «مفاهیم» را به وسیلهٔ وجود، اشتراکات، تفاوت‌های خود محصور می‌کند، ارتباط آن‌ها با «اندیشه»ها در نقطهٔ مقابل یکدیگر است تا جایی که «اندیشه» (تفسیر عینی [ابژکتیو[1]] پدیده‌ها)- و یا عناصر «اندیشه»- ارتباط با یکدیگر را معلوم می‌کنند.

«اندیشه»ها یک صورت‌فلکی بی‌زمان هستند و به کمک وجود عناصری که در این صورت‌فلکی به شکل نقطه‌ها هستند، «پدیده»ها چند تکّه شده و در همان حال ارزشمند می‌شود؛ از این رو آن عناصری که عملکرد «مفهوم» را از «پدیده» بیرون می‌کشید، با بیشترین وضوح در این کثرت آشکار می‌شود.

بهترین توضیحی که برای «اندیشه» مطرح شده، بازنمایی محتوا است. محتوایی که وحدت و کثرت را در کنار یکدیگر دربرگرفته است. «مفهوم» از این کثرت سرچشمه می‌گیرد مانند دایرهٔ قدرت مادری است که در صورت نزدیکی فرزندش به او حاصل می‌شود، «اندیشه»ها نیز زمانی به وجود می‌آید که اکثریت دور آن‌ها گرد آیند. این عملکرد «مفاهیم» است که «پدیده»ها را دور هم گرد می‌آورد و به کمک قدرت برجسته تفکر آن‌ها را تقسیم می‌کند و مهم‌تر از آن دو شیء را با یک خط (اندیشه) پیوند می‌دهد به گونه‌ای که پدیده‌ها از بین می‌رود و «اندیشه»ها بازنمایانی می‌شود[۸].

در پاسخ به پرسش دوم چنین می‌توان فرض کرد که با طراحی اشیاء و پدیده‌های متناسب با محصول بسته‌بندی و همچنین محیط‌زیست، دو به دوی آن‌ها را بر اساس اندیشه‌هایی مناسب می‌توان به هم پیوند داد تا در نهایت پیام بصری را با یادآوری یک تمثیل در ذهن مخاطب ماندگار سازد.

۳- نتایج و بحث دربارهٔ طراحی پیام بصری

برای تأیید و تحقق فرضیه‌ها، نخست طراحی پیام بصری زیست‌محیطی، در سه نشانه‌نوشته و دوم، طراحی دو بسته‌بندی تحلیل می‌شود.

۳-۱- تحلیل طراحی پیام بصری زیست‌محیطی در طراحی نشانه‌نوشتهٔ محصولات مصرفی دوستدار محیط‌زیست در پرتو اصول گرافولوژی فرهنگی

نمونهٔ نخستی که به تحلیل آن پرداخته می‌شود، نشانه نوشتهٔ یک شرکت تولیدی است که با ۵۰ سال سابقهٔ تولید دستمال کاغذی پاک با استفاده از سوخت تجدیدپذیر، افزون بر تأمین امنیت بیشتر برای انسان و زمین، قیمت محصول را پایین می‌آورد و بر کیفیت آن می‌افزاید. این شرکت همواره پیامی را انتشار می‌دهد که می‌گوید خرید «[محصولات] سبز» باید گرانبها باشد[۹].

1- Objective

اگر به نشانهٔ نوشتهٔ این شرکت در (ستون الف جدول۱) نگاه کنید، می‌بینید که بعد عددنگارانهٔ این نشانه‌نوشته در ساختار حروف آن به چشم می‌خورد، چنانکه حرف «E» با داشتن ساختار توازی سه خط بر عدد سه، حرف «C» با ساختار متقارن و نیم‌دایره بر عدد دو و حرف «O» با ساختار متحد یک دایرهٔ کامل و همچنین با احاطه‌کردن یک شکل قطره‌ای بر عدد یک اشاره دارد. در مجموع از بعد عددنگاشتی می‌توان یک شمارش معکوس را برای اقدام در برابر تغییر اقلیم از این نشانه‌نوشته برداشت کرد (نک: خانهٔ ۲- الف در جدول ۱). در انتهای این شمارش معکوس، آنجا که حفرهٔ حرف «O» در یک نقطه باز به نظر می‌رسد، نشانه‌ای روان‌خط‌نگاشتی است. این نقطه برای بیننده چون نقطهٔ آغاز و پایان نوشتن این حرف تصور می‌شود. البته پایان آن با حرکت قطره‌ای به درون ادامه یافته که ویژگی شخصیتی درونگرا، محتاط و مقتصد را نشان می‌دهد. گفتنی است در گرافولوژی حروف روزنه‌دار همچون چشم، قلب و دهان به نظر می‌آیند و همان‌طور که فرد مقتصد، و محتاط کمتر حرف می‌زند، حروف روزنه‌دار را بسته می‌نویسد. بدین‌ترتیب، کلمات هم‌جنس نشانه‌نوشته از جمله کلمهٔ اقتصاد[1] و محیط‌زیست[2] که بدون‌شک در انتخاب نام شرکت مؤثر بوده، بعد آوانگاشتی آن را برجسته می‌نماید.

نشانه نوشتهٔ دیگر به دستمال کاغذی[3] اختصاص دارد (نک: ستون ب در جدول ۱). شایان توجّه است که این محصولات را با ترکیبی از نی خیزران زود رشد و تجدیدپذیر و نیشکر می‌سازند تا از بریدن درختان برای تولید آن بپرهیزند[۱۰].

این مواد اولیه در انتخاب نام محصولات نیز مؤثر بوده است، چنانکه بخش اول عنوان را از بخش آخر کلمهٔ[4] (نیشکر) و بخش دوم آن را از بخش پایانی کلمهٔ[5] (نی خیزران) ساخته‌اند. در طراحی نشانه‌نوشته، حرف «C» در کنار چهار حرف روزنه‌دار دیگر به آن‌ها شباهت پیدا کرده و پنج عدد صفر را به نمایش می‌گذارد. چنین می‌نماید که طراح برای اینکه بر هدف زیست‌محیطی این محصولات یعنی «تولید کاغذ بدون قطع درخت» تأکید کند، از

جدول ۱- تحلیل طراحی پیام بصری در نشانه‌نوشتهٔ سه محصول مصرفی دوستدار محیط‌زیست (منبع: نگارنده)

	الف	ب	ج
۱	ECOS	caboo	treezero
۲	ECOS	caboo	treezero
۳	ECOS	caboo	treezero
۴	ECOS	caboo	freezero

1- Economics
2- Ecology
3- Caboo
4- Sugarcane
5- Bamboo

عددنگاری بهره گرفته است. اگر به خانهٔ (۳- ج در جدول ۱) نگاه کنید، نشانهٔ روان‌خط‌نگاشتی این نشانه‌نوشته را در حرف میانی این نشانه‌نوشته می‌بینید. جایی که عنصر عمودی حرف «b» را به ساقهٔ نی خیزران تبدیل کرده‌اند، مسیر نوشتن این حرف تغییر یافته است. چنانکه نقطهٔ پایانی نوشتار روی نقطهٔ آغازین قرار گرفته و یک چرخهٔ تولید و مصرف را نمایش می‌دهد. افزون بر این، همان‌طور که از نظر گرافولوژی نمادین، منطقهٔ بالایی نوشتار، تمایلات معنوی را می‌رساند[۱۲] ، نی خیزران در این نشانه‌نوشتهٔ، برتری محصول را باز می‌نمایاند. پنج حرف نشانه‌نوشته که در بالا از آن نشانهٔ عددنگاشتی پنج صفر را برداشتیم، به مصرف انبوه دستمال‌های لوله‌ای نیز شباهت دارد که به تندی قطار سریع‌السیری در روز مصرف می‌شود. اینجا کلمهٔ[1](اتاق راننده) معنی پیدا می‌کند (نک: خانهٔ ۴- ج در جدول ۱) که از توجّه طراح به بعد آوانگاشتی نشانه‌نوشته خبر می‌دهد تا بدین وسیله پیام تولیدکننده را دربارهٔ مدیریت تولید و مصرف معرفی کند.

نشانه‌نوشتهٔ تریزرو [2] نمونهٔ دیگری است که پیام بصری زیست‌محیطی را دربردارد (نک: ستون ج در جدول ۱). این عنوان را برای محصولات کاغذی انتخاب کرده‌اند که افزون بر بازیافت کامل با امکانات امروز، در ساخت آن به‌جای چوب درخت، از نیشکر استفاده می‌شود[۱۱] .

در طراحی این نشانه‌نوشته دو حرف «O» و «T» را به ترتیب با علامت‌های پیکان و منها نشان گذاشته‌اند. همان‌طور که پیشتر گفته شد، حرف «O» به عدد صفر شباهت دارد که در کنار علامت منها بعد عددنگاشتی این نشانه‌نوشته را برای رساندن پیام محیط‌زیست‌دوستی به صفر رساندن قطع درختان و به منفی رساندن درختان قطع‌شده نشان می‌دهد. کلمهٔ تری[3] (سه) نیز هم‌آوای بخش آغازین این نشانه‌نوشته است که در مجموع سه صفر یا منهای سه و صفر را دربردارد (نک: خانهٔ ۲-ج در جدول ۱). اعداد صفر و منفی، نشانهٔ آوانگاشتی «فریزر» [4] (یخچال) را نیز برجسته می‌نماید که با واژگون کردن فرم حرف «t» نیز به دست می‌آید (نک خانهٔ ۴-ج در جدول ۱). از جناس این دو واژه چنین بر می‌آید که همچون یخچال که موادغذایی را در دمای صفر و زیر آن نگه می‌دارد، این شرکت نیز قطع درختان را به نقطهٔ صفر و حتی منفی (با جبران درختان قطع‌شده) می‌رساند. از نظر گرافولوژی، خط تیره حرف «t» یک نشانهٔ روان‌خط‌شناسی دربردارد. اگر این خط مانند آنچه در این نشانه‌نوشته طراحی شود، ضخیم و با قوت نوشته شود، قاطعیت داشتن و مصمم بودن را بیان می‌دارد[۱۳].

بنابراین، مصرف‌کنندگان این محصول همواره پیام اعتماد و اطمینان را در نگهداری محیط‌زیست از این نشانه‌نوشته دریافت می‌کنند. همچنین طراح با تبدیل دایرهٔ آخرین حرف از این نشانه‌نوشته به یک پیکان مدوّر، مفهوم بازیافت و برگشت به چرخهٔ تولید، توزیع، مصرف و بازیافت را طرح‌ریزی کرده است. حرکت هم‌جهت این پیکان مدوّر با مسیر نوشتن این حرف تأکید روان‌خط‌شناختی دیگری بر راست‌گویی است[۱۲] .

۳-۲- تحلیل طراحی پیام بصری زیست‌محیطی در طراحی بسته‌بندی محصولات مصرفی در پرتو مفهوم تمثیل

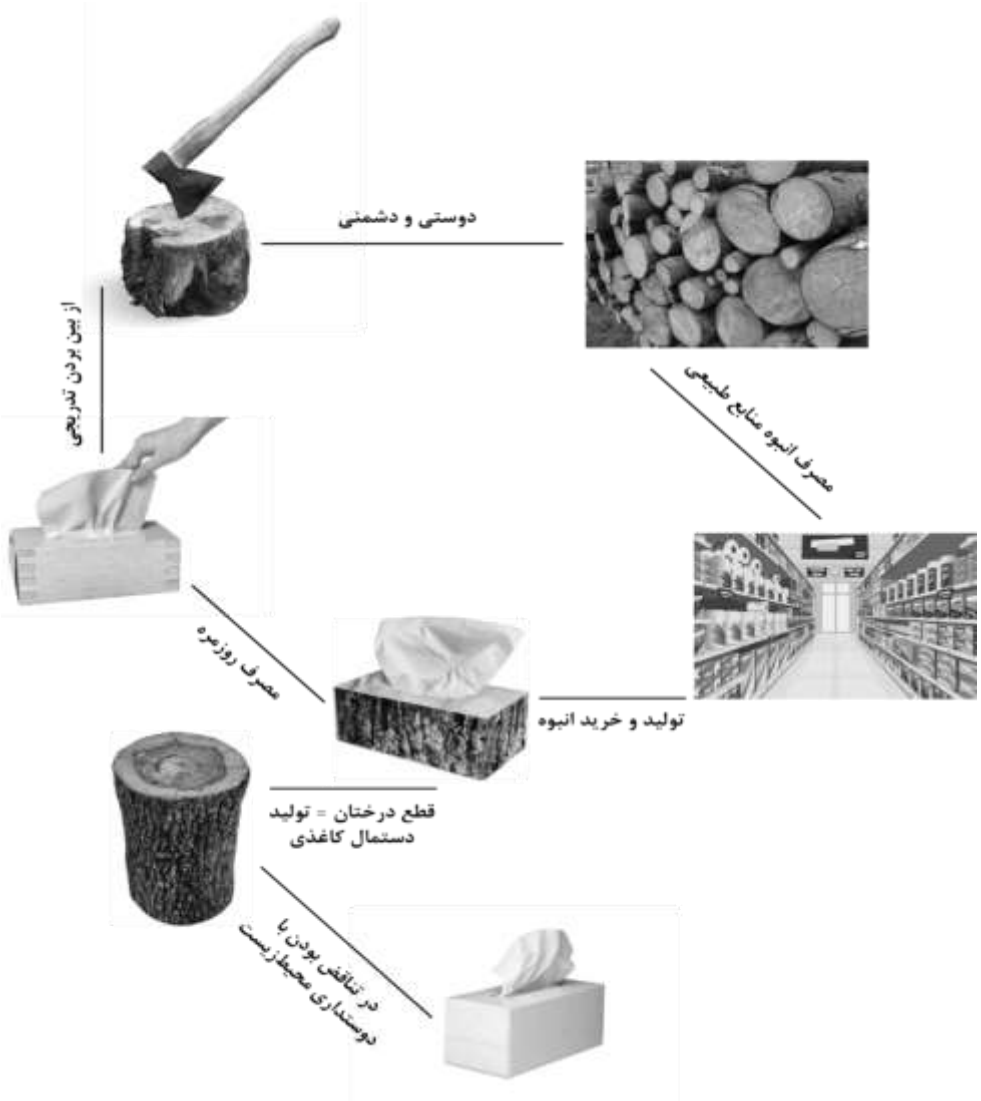
گرامی‌داشتن زمین و منابع طبیعی یکی از موضوعاتی است که هستهٔ مرکزی شمار فراوانی از داستان‌ها، افسانه‌ها و اسطوره‌های جهان را شکل می‌دهد. برخی از این داستان‌ها، افسانه‌ها و اسطوره‌ها را امروزه به‌طور تمثیلی برای رساندن مفهومی بیشتر اخلاقی به‌کار می‌برند. به نظر بنیامین، این ادراک از خوانش خطوط تصویرنگار و اندیشه‌نگار برآمده است و در طراحی و خوانش فرم‌های هنری به کار می‌آید. در ادامه با تحلیلِ پیامِ بصری طراحی بسته‌بندی دو جعبهٔ دستمال کاغذی چگونگی این طراحی و خوانش بیان می‌شود.

1- Cab
2- Treezero
3- Three
4- Freezer

در (شکل ۲) طراحی یک پیام بصری زیست‌محیطی را برای یک جعبه دستمال کاغذی تحلیل کرده و همچون نقشهٔ یک صورت فلکی نشان داده شده است. این جعبه مکعب مستطیلی را به‌گونه‌ای طراحی کرده‌اند که دیواره‌ها و روی جعبه به ترتیب با عکس‌های از پوستِ تنه و برش عرضی درخت پوشیده است.

آنچه این جعبه دستمال کاغذی را با تصویر تنهٔ قطع‌شدهٔ درخت به هم می‌پیوندد، این اندیشه است که تولید دستمال کاغذی را نمی‌توان با محیط‌زیست‌دوستی هماهنگ دانست، چرا که برای ساخت دستمال کاغذی باید درختان را قطع کرد. از منظری دیگر، در طراحی این بسته‌بندی چنان اندیشیده‌اند که هنگام خرید و برداشت محصول از قفسه، مصرف‌کننده فکر می‌کند که بخشی از درخت را می‌کند. همچنین در هنگام مصرف روزمره و بیرون کشیدن دستمال از این جعبه، احساس ضربه‌زدن تدریجی به درخت در مصرف‌کننده ایجاد می‌شود.

این اندیشه که مادهٔ اولیهٔ دستمال، درخت است و مصرف تدریجی آن، از بین رفتن درخت را در پی خواهد داشت یادآور تمثیل درخت و تبر است. داستان دربارهٔ مردی است که تیغهٔ تبری ساخته و از درختان می‌خواهد که محکم‌ترین چوب را برای ساختن دستهٔ تبر به او دهند. همهٔ درختان چوب زیتون وحشی را پیش نهادند. مرد



شکل ۲- طراحی بسته‌بندی دستمال کاغذی یادآور تمثیل درخت و تبر (منبع نگارنده)

دسته را برداشت و تیغه را محکم کرد، سپس، بدون تردید، شروع به قطع کردن و خرد کردن شاخه و تنهٔ درختان کرد. پس از آن، درخت بلوط به درخت زبان‌گنجشک گفت: «خدمت درستی به ما کرد، چرا که به دشمن‌مان دسته‌ای را که خواست دادیم!»[١٤] .

بنابر آنچه بنیامین نیز اشاره می‌کند که عناصر این نقشهٔ صورت فلکی بدون تقدم و تأخر به هم می‌پیوندد[۵] ، ممکن است طراح بدون در نظر داشتن به این تمثیل و به گونه‌ای دیگر، برای نمونه طوفان فکری، به این عناصر دست یافته باشد، اما این مفهوم تمثیلی درک ژرف‌تری را از پیام بصری طراحی فراهم می‌آورد.

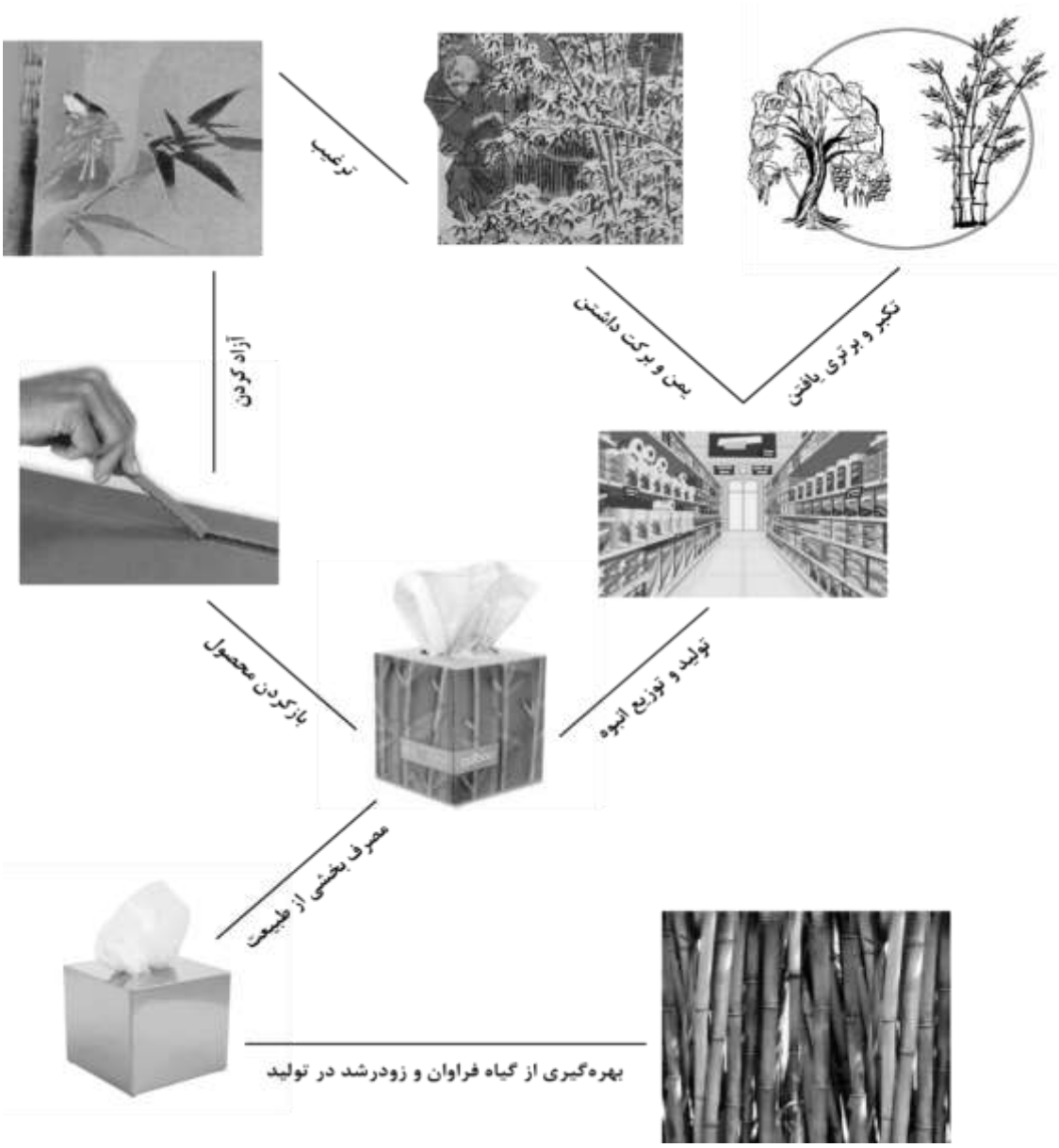
جعبهٔ دستمال کاغذی کابو که پیش‌تر نشانه‌نوشتهٔ آن تحلیل شد، پیام بصری دیگری دربارهٔ گرامی‌داشت محیط‌زیست است. اگر بخواهیم این بار از تمثیل آغاز کنیم، نخست باید به افسانهٔ های تاریخی نظر افکند، سپس در تحلیل جزییات، داستان درخت بید و بامبو نیز به میان می‌آید. داستان بامبوشکن(خیزران‌چین) به زمان‌های دور برمی‌گردد .

چیدمان جعبه‌ها بر روی هم در قفسه با تمثیل درخت بامبو و درخت بید مفهوم دیگری را بازمی‌نمایاند(شکل۳).

چنانکه در این تمثیل بامبو با ساقه‌های بلند و شاهانه هنگام بهار و رویش گیاهان تازه‌وارد دچار تکبّر می‌شود و می‌کوشد با ارتفاع گرفتن از آن گیاهان دوری جوید؛ اما درخت پیر بید با برگ‌های خود به گیاهان جوان دلگرمی می‌دهد. یک روز درخت تاک جوانی از بامبو می‌خواهد که تکیه‌گاه او شود، اما بامبو با غرور تکانی به خود می‌دهد و شاخهٔ جوان را از خود دور می‌سازد تا اینکه درخت بید به میان می‌آید و به درخت تاک می‌گوید به من تکیه بده و نترس. پس از مدّتی، دیگر به نظر نمی‌رسد که بید، تاک را نگه می‌دارد، بلکه این تاک است که بید را پناه می‌دهد.

آن‌ها چنان یگانه شده بودند که وقتی درخت تاک جوانه زد، منظرهٔ دلنشینی پدید آورد. این‌بار بامبو می‌گوید شاید این جوانه‌ها بیماری‌زا باشد و کل این روستا را گرفتار کند. بید پاسخی نمی‌دهد و آهسته به تاک می‌گوید به دل نگیرد. بامبو که از این مشاجره نتیجه نگرفته، بالاتر می‌رود و اوج می‌گیرد. صبح روز بعد عطر و جلوهٔ شکوفه‌های تاک چنان درخت بید را با شکوه می‌کند که صاحب باغ دوستانش را برای تماشای آن زیبایی فرا می‌خواند تا اینکه با هم تصمیم گرفتند برای لذّت‌بردن از این منظرهٔ زیبا، ساقه‌های بامبو را از میان بردارند [۱۵] .

این تمثیل، لایه‌های ژرف‌تری از پیام این جعبه دستمال کاغذی را دربردارد. چنانکه با روی هم قرار دادن جعبه‌های دستمال کاغذی، اوج گرفتن و بالا رفتن نی خیزران تداعی می‌شود. همچنین هنگامی که این جعبه از قفسه برداشته می‌شود، لحظهٔ تمثیلی شکستن غرور این ساقه را در داستان به یاد می‌آورد و پیام اخطار و احتیاطی به مصرف‌کنندگان می‌دهد که روی رشد و برتری ساقه‌های بامبو حساب باز نکنند و بر آن برتری غرور نورزند تا به اندازه مصرف کنند و جلوی نابودی آن را بگیرند.



شکل۳- طراحی بسته‌بندی دستمال کاغذی یادآور تمثیل بامبوشکن و همچنین تمثیل درخت بید و درخت بامبو (منبع: نگارنده)

٤- نتیجه گیری

یکی از مواردی که در فرایند مدیریت بسته‌بندی اهمیت دارد، طراحی اطّلاعات و ارتباطات است. آنچه این مورد را از سایر موارد مدیریت، برای نمونه طراحی جعبه‌های اولیه، ثانویه و ثالثیه، دگرگون می‌سازد، این است که برای ارزیابی و دستیابی به آن باید ارزش‌های کیفی این طراحی را در چارچوب یک نگرش تحلیل کرد. در این پژوهش در چارچوب دو نظریهٔ نوشتار، دو روشِ گرافولوژی فرهنگی و خوانش تمثیلی، برای ارزیابی پیام بصری به‌ترتیب در نشانه‌نوشته و طراحی بسته‌بندی مطرح شد. در روش گرافولوژی فرهنگی، ارزیابی و دستیابی به ابعاد نوشتار از راه طراحی و تحلیل سه بعد از نوشتار امکان‌پذیر است:

۱. عددنگاری

۲. روان‌خط‌نگاری

۳. آوانگاری.

برای نمونه در تحلیل پیام بصری سه نشانه‌نوشته از محصولات مصرفی، بعد عددنگارانهٔ پیام را به صورت تأکید بر عدد صفر و یا شمارش معکوس سه، دو، یک دریافتیم. و در تحلیل روان‌خط‌نگاشتی آن نشانه‌نوشته‌ها بعد اخلاقی پیام مشخص شد که مفاهیم مقتصد بودن، استفاده از منابع تجدیدپذیر و ثابت‌قدمی برای مدیریت بسته‌بندی در بردارد. در تحلیل آوانگاشتی این نشانه‌نوشته با توجّه به اینکه نشانه نوشته‌ها انگلیسی بود عنوان نشانه نوشته گاهی با کلمات اکولوژی و اکونومی، گاهی با نام درختانی که با جنس محصول در ارتباط بود، و همچنین از واژگانی که بر مدیریت بسته‌بندی تکیه داشت، به‌طور متجانس انتخاب شده بود. این ابعاد را نه فقط در تحلیل بلکه در طراحی پیام بصری اگر به کار ببریم، ویژگی‌های بصری چندگانه‌ای را در طراحی نشانه‌نوشته می‌توان گنجاند.

در روش تمثیلی، با مقطع کردن پیام بصری به «پدیده‌ها/ اشیاء» و «اندیشه‌ها» و پیوند آن‌ها به ویژه در قالب تمثیل‌های همخوان با آن‌ها، «مفاهیم» ژرف‌تری از پیام بصری به دست آمد، چنانکه از تحلیل دو نمونه طراحی بسته‌بندی دوستدارِ محیط‌زیست، پدیدهٔ مصرف (مانند بیرون کشیدن جعبه از دستمال) و پدیدهٔ خرید محصول (مانند برداشتن محصول از قفسه) به‌ترتیب با اندیشه‌های اخلاقی صرفه‌جویی برای جلوگیری از آسیب به محیط‌زیست/ کوشش در یافتن منابع جدید تجدیدپذیر و دوراندیشی در منابع تجدیدپذیر و هشدار در برابر نابودی منابع طبیعی به هم پیوند می‌خورد تا اینکه در نهایت تمثیل درخت و تبر، تمثیل بامبوشکن و تمثیل درخت بامبو و درخت بید را بازمی‌نمایاند. بدین‌شکل مفهوم پیام بصری از به‌هم پیوستن عناصر بصری، پدیده‌ها و اندیشه‌های اخلاقی در قالب یک تمثیل شکل می‌گیرد و یکپارچه می‌شود.

۵- پیشنهادها

بر اساس نگرش و روش گرافولوژی فرهنگی و روش تمثیلی اگر به ابعاد نوشتار و همچنین ویژگی تمثیلی اندیشه‌ها و پدیده‌های چند پیام زیست محیطی بیندیشیم، جداولی از ابعاد سه‌گانهٔ نوشتار و همین‌طور نقشه‌های صورت‌فلکی مانندی از تمثیلِ مفهوم پیام بصری ارائه می‌توان داد تا نقشهٔ راه تازه‌ای برای طراحان گرافیک در طراحی پیام بصری محیط‌زیستی باشد.

٦- منابع

1. Allahdadi, M., (July 2017). **“Consumers’ Understanding of the Food Packaging with an Environmentally Sustainable Development Approac”.** journal of packaging sciences skills scientific and promotional, Vol.8, No .30. 28-41.
2. 2030 Agenda for Sustainable Development (2015), Retrieved 21 September 2018 from < https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>.
3. Daniel Hellström, Annika Olsson and Fredrick Nilsson (2017) **“Managing Packaging Design for Sustainable Development, Oxford: Wiley.”** 216 p.
4. Jedicka, Wendy (2010), **“Sustainable Graphic Design (tools, systems, and strategies for Innovative Print Design).”** New Jersey: Wiley. 506 p.
5. Derrida, Jacques (1997 [1967]), **“Of Grammatology, Translated by Gayatri Chakravorty Spivak,”** Baltimore: John Hopkins University Press. 360 p.
6. Masoumzadeh, Farnaz, Hassanali Pourmand & khazaei, Mohammad (2016), **“Visual Language of Samanid Writing (10th century A. D.) in Light of Graphology**

Principles," Negareh, No. 36, Pp. 38-59.
7. Cowan, Bainard (1981), **"Walter Benjamin's Theory of Allegory,"** New German Critique, No. 22, Special Issue on Modernism, pp. 109-122. Translated by Muhammadreza Mahdavifar retrieved 21 September 2018 .
8. Benjamin, w., (2003). **"The Origin of German Tragic Drama, Translated by John Osborne,"** Verso Publication, London/New York. 256 p.
9. ECOS Co., retrieved 28 September (2018) .
10. Caboo Co., (retrieved 28 September 2018).
11. Teezero Co., (retrieved 28 September 2018) .
12. Pulver, Max (1994), The Symbolism of Handwriting, London: Scriptor books.
13. Torbidoni L. & Livio Zanin (2011), **"Graphology (Theory and practice),"** London: Scriptor books.
14. Aesop's Fables (2002), Translated with an introduction and Notes by Gibbs, Laura, New York: Oxford University Press.
15. Skinner Charles M. (1911), **"Myths and Legends of Flowers, Trees, Fruits and Plants In All Ages and In All Climes."** Philadelphia & London: J. B. Lippincott Company.302 p.

آدرس نویسنده

اصفهان- خیابان خاقانی- کوچه چهارسوقی‌ها- کوچه خواجه عابد- مدرسه فرانسوی‌ها- دانشکده هنرهای تجسمی- دانشگاه هنر اصفهان