

علمی - پژوهشی

تفسیر فرایند ارتباط استاد و دانشجو در دوره آموزش طراحی بسته‌بندی بر اساس نظریه یاکوبسن

محمد زریابی^۱، حسین عابد دوست^{۲*}

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

۲- استادیار گروه گرافیک، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

(دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۲۱، پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۱۹)

چکیده

«طراحی بسته‌بندی» یکی از دروس اصلی تصویب‌شده وزارت عتف در برنامه درسی کارشناسی پیوسته رشته ارتباط تصویری است. هدف از این پژوهش، تحلیل فرایند ارتباط دوره طراحی بسته‌بندی بر اساس نظریه ارتباطی یاکوبسن و تبیین راهکارهایی برای ارتقای مقوله ارتباط و به تبع آن اثرگذاری مطلوب‌تر این دوره است. پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که به‌منظور بهبود کارکردهای شش‌گانه نظریه حاضر و به‌طور کلی فرایند ارتباط در کلاس‌های دوره طراحی بسته‌بندی در آموزش عالی ایران، چه تدابیری را می‌توان اتخاذ نمود. روش پژوهش توصیفی تحلیلی است. روش گردآوری اطلاعات و مطالب ترکیبی از روش کتابخانه‌ای از طریق فیش‌برداری و مصاحبه‌های میدانی با جامعه مخاطب به شیوه پرسش‌نامه باز است. تجزیه و تحلیل داده‌ها کیفی است. گزینش مصاحبه‌شوندگان به شکل هدفمند و روش گلوله برف (ارجاع زنجیره‌ای) صورت پذیرفته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد در راستای رشد و اعتلای هر کدام از کارکردهای شش‌گانه نظریه یاکوبسن و به‌طور کلی پاسخگویی با اعم نیازهای دوره، تدابیری را می‌توان به کار بست که بدین شرح است: (۱) پیاده‌سازی محیط بین‌رشته‌ای در کلاس و شبیه‌سازی همکاری‌های واقعی که در صنعت رایج است، (۲) اتخاذ سبک‌های آموزشی، ارائه‌ها و منابع آموزشی متنوع برای نیل به اهداف دوره، (۳) تدقیق در چهار اصل و قاعده عمومی طوفان فکری جمعی، درگیر کردن صنعت به‌عنوان حامی برنامه آموزشی، هدایت دانشجویان برای شرکت در مسابقات طراحی در پایان دوره و همچنین برجسته نمودن شیوه‌های گوناگون ارتباط دانشجو با اساتید، (۴) توجه به اصول و دسته‌های تئوری بار شناختی، (۵) عنایت به اقتضات فرهنگی و بهره‌گیری از الگوهای هنر عامیانه، و (۶) لحاظ یادگیری ترکیبی (فیزیکی/فناوری (برخط) به‌عنوان استراتژی قدرتمند امر آموزش.

کلیدواژه‌ها: فرایند ارتباط، آموزش طراحی بسته‌بندی، نظریه یاکوبسن، رشته ارتباط تصویری

۱- مقدمه

سازه محصول دانست که اولی به گرافیک و هویت بصری برند پیوند داشته و دومی با ساختار ظرف و عملکرد محصول (ذیل دانش طراحی صنعتی) ارتباط دارد. آنچه روشن است، در هر دو دانش طراحی گرافیک و طراحی سازه، سطح بالایی از خلاقیت و مهارت‌های حرفه‌ای در جامعه در حال تغییر امروزی از طراحان انتظار می‌رود [۴]. حال، نظام‌های درسی آموزش عالی، یکی از مهم‌ترین راهبردهای ترویج دانش و تفکر طراحی خلاقانه در هر کشور و اصلی‌ترین عامل برای توسعه پایدار جوامع محسوب می‌شوند [۵]. در حقیقت ایجاد دوره‌های طراحی و به‌طور اخص طراحی بسته‌بندی در دانشگاه‌ها نیز به‌منظور جستجوی راه‌حل‌های نوآورانه برای پاسخگویی به نیازهای روزافزون هر جامعه است [۶]. اگر پذیرفته شود که فرایند یاددهی - یادگیری در دوره طراحی بسته‌بندی فعالیت هدفمندی است و به‌صورت متقابل مابین استاد و دانشجو انجام می‌شود و هدف آن یادگیری است؛ پس باید در چنین

بسته‌بندی امروزه علاوه بر وظیفه حفاظت و نگهداری از کالا، در رقابت بازار، گردش کالا و ارتباطات فرهنگی نیز تأثیرگذار است. در حقیقت، بسته‌بندی مستقیم‌ترین نمایش برند است. مصرف‌کنندگان از طریق سازه بسته‌بندی، طرح‌بندی و صفحه‌آرایی متن، طراحی گرافیکی، رنگ و غیره به درک ویژگی‌های برند تجاری و محصول و همچنین تمایز زبان بصری بسته‌بندی از سایر محصولات مشابه، نائل می‌آیند [۱ و ۲]. از این‌رو بسته‌بندی به یکی از هیجان‌انگیزترین و چالش‌برانگیزترین حوزه‌های دنیای طراحی تبدیل شده است [۳]. طراحی بسته‌بندی را می‌توان تلفیقی از طراحی بصری و طراحی

مقاله حاضر مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر، با عنوان "تحلیل کارکرد نوشتار در فرایند ارتباط با مخاطب (مطالعه موردی: بسته‌بندی‌های برگزیده رویدادهای سرو نقره‌ای و بسته‌ها)"، با راهنمایی دکتر حسین عابد دوست، در دانشکده هنر و معماری دانشگاه گیلان است.

* نویسنده مسئول: habeddost@guilan.ac.ir

استقرایی است. در حقیقت، پژوهش‌هایی که با گردآوری داده‌ها بر کاوش یک پدیده آغاز گردد و نظریه را تولید یا توسعه دهد، بدان رویکرد استقرایی اطلاق می‌گردد [۱۲]. راهبرد پژوهش حاضر، نظریه داده‌بنیاد (Grounded theory) است. این نظریه یکی از راهبردهای پژوهشی نظام‌مند بوده که نظریه‌ها بر مبنای مفاهیم برخاسته از داده‌ها شکل می‌گیرند [۱۳]. در واقع روند شکل‌گیری این نظریه از جزء به کل است. این پژوهش از نظر افق زمانی به صورت تک مقطعی صورت پذیرفته است. ابزار گردآوری داده‌های کیفی در مطالعه حاضر، ارائه پرسش‌نامه‌های باز و مصاحبه عمیق بوده که این مهم بدین جهت صورت پذیرفت تا روشن شود اساتید و دانشجویان دوره طراحی بسته‌بندی (مصوب وزارت عتف در برنامه درسی کارشناسی پیوسته رشته ارتباط تصویری) درباره فرایند ارتباطی دوره، چگونه فکر نموده و نیز مواجه و درک آنان از ابعاد مختلف ارتباطی این دوره چیست. با کاربرد این روش سعی بر استنتاج آماری نیست؛ بلکه تلاش بر این است، فرایند ارتباطی دوره حاضر به شکل عمیق مورد مطالعه قرار گیرد. در این روش، تعداد اندکی پرسش‌نامه برای دریافت نتایج مطلوب کفایت می‌کند [۱۴]. نمونه مورد پژوهش، دوره طراحی بسته‌بندی (مصوب وزارت عتف در برنامه درسی کارشناسی پیوسته رشته ارتباط تصویری) است. در این راستا چگونگی فرایند ارتباطی این دوره، مورد مصاحبه عمیق و باز ۱۵ نفر (اعم از ۵ استاد و ۱۰ دانشجوی کارشناسی ارتباط تصویری) که به شکل هدفمند و روش گلوله برف (ارجاع زنجیره‌ای) انتخاب شده‌اند، قرار گرفت. با استفاده از مصاحبه عمیق به مصاحبه‌شوندگان فرصت داده شد تا نظرات خود را به شیوه‌ای غیررسمی و آزاد در خصوص فرایند ارتباط در این دوره بیان نمایند. پس از رسیدن به مرحله اشباع نظری مصاحبه به پایان رسید. نوع تحقیق پژوهشی اکتشافی است.

۳- پیشینه تحقیق

مواردی را به‌عنوان پیشینه پژوهش حاضر می‌توان ذکر نمود. یانگ^۱ (۲۰۱۸) در مقاله «بهره‌گیری از تفکر طراحی به‌عنوان روشی برای آموزش طراحی بسته‌بندی» نتیجه می‌گیرد که: ۱. تفکر طراحی، تجربه عملی را افزایش می‌دهد؛ ۲. سازمان‌دهی مجدد موضوعات آموزشی، انگیزه یادگیری را بیشتر می‌کند؛ ۳. از طریق کار گروهی عزت‌نفس دانشجویان ارتقا می‌یابد؛ ۴. باید طراحی بصری با در نظر گرفتن دیدگاه‌های مصرف‌کنندگان

فعالیت مهمی از اصول و قواعدی بهره جست تا بهتر و سریع‌تر هدف دوره برآورده شود [۷]. در همین راستا، هدف از پژوهش حاضر تحلیل فرایند ارتباطی دوره طراحی بسته‌بندی (مصوب وزارت علوم تحقیقات و فناوری ج.ا. ایران در برنامه درسی کارشناسی پیوسته رشته ارتباط تصویری) با دانشجویان این دوره بر اساس نظریه ارتباطی یاکوبسن است. پرسشی که در این پژوهش مطرح می‌شود نیز این است که در جهت رشد و اعتلای هر کدام از کارکردهای شش‌گانه نظریه حاضر و به‌طور کلی پاسخگویی با اعم نیازهای دوره، چه تدابیری را می‌توان اتخاذ نمود. ضرورت دارد در نظام آموزش عالی ایران نگاه ویژه‌ای به دوره‌های عملی و کارگاهی چون دوره طراحی بسته‌بندی و چگونگی برقراری ارتباط هرچه بهتر و مطلوب‌تر آن بر اساس ارزیابی مسائل از دیدگاه‌های متعدد، تجزیه و تحلیل روش‌ها برای حل چالش‌ها و ارائه راه‌حل‌ها از طرق مختلف، صورت پذیرد.

۲- روش تحقیق

پژوهش یا تحقیق به معنای حقیقت‌یابی بوده که لازمه آن جستجوگری است. این فرایند برای رفع یک ابهام، یا فهم یک پدیده، یا پی بردن به چگونگی یا علت وقوع یک حادثه، یا درک وجود چیزی، یا حل یک مسئله و... بوده [۸ و ۹] و بر اساس شیوه‌های مختلفی که تحت عنوان روش‌شناسی پژوهش از آن یاد می‌شود، صورت می‌پذیرد [۱۰]. روش پژوهش مناسب، بر اساس ماهیت موضوع پژوهش، سؤالات و اهداف آن و درجات آزادی در مداخله و کنترل عوامل مؤثر بر پدیده، مشخص و تعیین می‌گردد [۱۱]. بر اساس مسئله پیش‌روی پژوهش حاضر ابعاد گوناگون آن بر پایه یکی از جامع‌ترین روش‌ها و تقسیم‌بندی‌های پژوهش، به نام پیاز پژوهش (Onion Research) ارائه شده است [۱۲]. در این پژوهش، رویکرد نشانه‌شناختی مبتنی بر نظریه ارتباطی رومن یاکوبسن^۱، متعلق به پارادایم تفسیری به‌عنوان ابزار نظری و روشی، مورد استفاده قرار گرفته است. بر پایه لایه لایه گزینه‌های پژوهش، مطالعه حاضر از لحاظ گردآوری مبنای نظری و پیشینه‌های تجربی، مطالعه‌ای کتابخانه‌ای به روش فیش‌برداری و تصویرخوانی است و از نظر گردآوری داده‌های کیفی، پژوهشی میدانی محسوب می‌شود. برخی از داده‌های کمی در این پژوهش نیز به شیوه کیفی و استدلال منطقی بررسی و تحلیل گشته است و با شواهد توصیفی مقایسه می‌گردد. رویکرد این پژوهش،

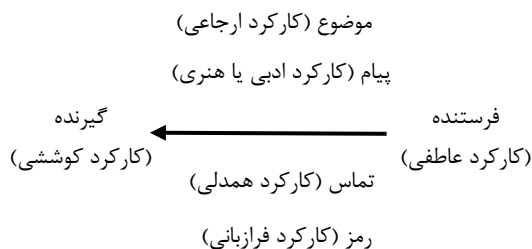
زبان‌شناس روسی و نظریه‌پرداز ادبی
^۱ Roman Jakobson: (متولد ۱۱ اکتبر ۱۸۹۶ - درگذشته ۱۸ ژوئیه ۱۹۸۲)

^۲ Chao-Ming Yang

دوره‌های بسته‌بندی را مطرح می‌نماید [۲۰]. با توجه به مطالعه پیشینه، پژوهش مستقلی در خصوص تفسیر فرایند ارتباط در دوره آموزش طراحی بسته‌بندی بر اساس نظریه یاکوبسن، انجام پذیرفته و نگارنده پژوهشی در این حوزه مشاهده نکرده است.

۴- مبانی نظری تحقیق

نظریه پردازان گوناگونی مدل‌های ارتباطی متفاوتی را محض تبیین فرایند ارتباط ارائه کرده‌اند. در این میان، الگوی ارتباطی ارائه شده توسط رومن یاکوبسن، زبان‌شناس و نظریه‌پرداز ادبی با شش جنبه یا شش عنصر اصلی، یکی از کامل‌ترین طرح‌واره‌ها محسوب می‌گردد که در مقاله معروف زبان‌شناسی و شعرشناسی^{۱۱} مطرح شده است. گرچه این مدل در سال ۱۹۶۰ با تمرکز بر ارتباط گفتاری بینافردی ارائه شد؛ ولیکن این تحلیل با اندکی جرح و تعدیل در مورد تمامی اشکال ارتباط، معتبر است [۲۱ و ۲۲]. یاکوبسن پیشنهاد کرد مطابق با نمودار (۱) هر کدام از شش عامل تشکیل‌دهنده ارتباط (فرستنده، گیرنده، موضوع، پیام، تماس و رمز) تعیین‌کننده یکی از کارکردهای فرایند ارتباط باشند.



نمودار (۱). مدل مفهومی پژوهش: شش عنصر تشکیل‌دهنده الگوی ارتباطی یاکوبسن و کارکردهایشان [۲۳]

مدل ارائه‌شده رومن یاکوبسن را می‌توان در پژوهش حاضر نیز برای بررسی و تحلیل فرایند ارتباط میان اساتید و مؤسسات آموزش عالی - دانشجویان در دوره طراحی بسته‌بندی (مصوب وزارت عتف در برنامه درسی کارشناسی پیوسته رشته ارتباط تصویری) به کار بست و ذیل هر کدام از کارکردهای این طرح‌واره، راهکارهایی را جهت ارتقای جنبه طرح‌شده تبیین نمود. در شرح فرستنده و گیرنده در فرایند ارتباطی دوره حاضر بین دو قطب مؤسسه آموزش عالی و اساتید - دانشجویان، لازم است اشاره شود که این رابطه‌ای دوطرفه است و هر دو قطب این رابطه نیز گاه در نقش فرستنده و گاهی نقش گیرنده (مخاطب) را ایفا

تنظیم گردد [۴]. دلافونته^۱، کارنوبل^۲ و لاپورته^۳ (۲۰۱۹) در مقاله «تفکر طراحی به‌عنوان چارچوبی برای آموزش فناوری بسته‌بندی» نشان می‌دهند که چهارچوبی به‌مانند یادگیری مبتنی بر «پروژه»، تفکر طراحی، خلاقیت و کیفیت کلی کار طراحی دانشجویان را افزایش می‌دهد [۱۵]. عاطف^۴ و مدحت^۵ (۲۰۱۵) در مقاله «امکانات یادگیری ترکیبی در ارتقای آموزش در کشورهای درحال توسعه (مطالعه موردی: دوره‌های طراحی گرافیک)» نتیجه حاصل می‌کنند که طراحی دوره ترکیبی طراحی گرافیک، دانشجویان را درگیر فعالیت‌های یادگیری مبتنی بر چالش‌های طراحی دنیای واقعی می‌کند. همچنین دوره با استفاده از یک فضای کاری مشترک برخط، به‌طور مؤثرتر و کارآمدتری مدیریت گشته است که امکان شفافیت بیشتر در ارزیابی کار گروهی و همچنین ارائه یک آرشو را فراهم می‌کند [۱۶]. کومار^۶ (۲۰۱۱) در مقاله «یادگیری ترکیبی در آموزش عالی» نتیجه می‌گیرد که رویکرد یادگیری ترکیبی، کارآمدترین و مؤثرترین روش آموزش فرایند یادگیری را در عرصه رقابت جهانی آموزش عالی ارائه می‌دهد [۱۷]. ابراهیم^۷ و عبدالعزیز^۸ (۲۰۱۲) در مقاله «تئوری طراحی آموزشی در ارائه تدریس و ارزیابی آنلاین برای دوره‌های طراحی گرافیک» نتیجه حاصل می‌کنند که یادگیری آنلاین به‌عنوان یک رسانه برای ارائه دوره‌های طراحی گرافیک می‌تواند به شکل مناسبی مثرتر عمل نماید [۱۸]. نینگ^۹ (۲۰۱۴) در مقاله «کاوش در هنرهای عامیانه استان هونان در دوره طراحی بسته‌بندی محلی» نتیجه می‌گیرد که اساتید جدا از آموزش فنون طراحی بسته‌بندی به دانشجویان، باید مفاهیم فرهنگی دانشجویان را بهبود بخشند و به آموزش هنرهای محلی و ارزش‌های هنرهای عامیانه در طراحی‌ها، توجه کنند. این سبک تفکر و کاوش و تلفیق هنرهای عامیانه سنتی با طراحی بسته‌بندی، ترکیب بهتری از هنر و مهارت در دوره‌های بسته‌بندی را ارائه خواهد نمود [۱۹]. یانگ^{۱۰} (۲۰۱۹) در مقاله «پژوهش در مورد روش تدریس درس طراحی بسته‌بندی بر اساس سبک چینی»، کاربرد و ویژگی‌های طراحی بسته‌بندی سبک چینی و مشکلات بسته‌بندی سنتی را مورد بحث قرار می‌دهد و نحوه به‌کارگیری بهتر عناصر چینی در طراحی و ساخت بسته‌ها در

¹ Javier de la Fuente

² Irene Carbonell

³ Mary LaPorte

⁴ Hanan Atef

⁵ Mervat Medhat

⁶ Anil Kumar

⁷ Zainuddin Ibrahim

⁸ Azlan AbdulAziz

⁹ Lu Ning

¹⁰ Shuting Yang

۵- نتایج و بحث

یکی از موارد حائز اهمیت ویژه در آرای یاکوبسن که در مقاله «زبان‌شناسی و شعر» مطرح می‌شود آن است که ساخت پیام اساساً به تفوق یک نقش بر نقش‌های دیگر وابسته است؛ یعنی در یک پیام واحد، همه کارکردها می‌توانند به‌طور آمیخته و با نسبت‌های گوناگون عمل کنند که بسته به نوع ارتباط، یکی از آن‌ها نقشی مسلط در پیام را داراست [۲۱]. در حقیقت اگرچه هدف اصلی بسیاری از پیام‌ها ارجاع به مصداق، یعنی جهت‌گیری به سمت موضوع است و خلاصه اینکه اگرچه بسیاری از پیام‌ها از کارکرد به‌اصطلاح ارجاعی «صریح» یا «شناختی» برخوردارند ولی یاکوبسن یک زبان‌شناس هُشیار را آن کس خطاب می‌کند که به عملکرد سایر کارکردها نیز توجه نماید. حال، در ادامه کارکردهای شش‌گانه نظریه ارتباطی یاکوبسن به‌طور خلاصه تشریح و ذیل هر کدام از این کارکردها در جهت رشد و اعتلای آن نقش و به‌طور کلی پاسخگویی با اعم نیازهای دوره، تدابیری در جهت کارآمدتر و اثرگذارتر شدن دوره طراحی بسته‌بندی ذکر خواهد شد.

۵-۱- کارکرد عاطفی (بیانگر)

در این کارکرد، جهت‌گیری پیام به‌سوی فرستنده است [۲۸]. هدف کارکرد عاطفی، بیان احساسات، ایده‌ها یا حالات درونی است [۲۹]. به تعبیری، به‌طور خاص پیام‌هایی که به شکلی ارائه می‌شوند که چشم‌انداز ذهنی، ارزش‌ها، اندیشه‌ها و اهداف فرستنده پیام را برجسته می‌کنند، از عملکرد عاطفی (بیانگر) بهره می‌گیرند [۲۳ و ۲۴]. این نقش، تأثیری از احساس و نگرش خاص فرستنده را به وجود می‌آورد؛ خواه فرستنده حقیقتاً این احساس را دارا باشد و خواه وانمود نماید که چنین احساسی را داراست [۳۰]. در پژوهش حاضر هر دو قطب استاد و مؤسسه آموزش عالی - دانشجو می‌توانند به‌عنوان فرستنده پیام ایفای نقش نمایند و باورها، عواطف، اهداف و اندیشه‌های خویش را بیان کنند و باعث درجه‌ای از واکنش عاطفی در گیرنده پیام شوند [۳۱]. اولین چیزی که استاد را در حرفه‌اش موفق می‌کند، ارتباط عاطفی‌اش با دانشجویان است. اساس یادگیری، وجود جوّی عاطفی است [۳۲]. استاد در نقش یک تسهیلگر لازم است فضایی را فراهم آورد تا دانشجویان در مورد محتوایی که می‌خواهند یاد بگیرند، فکر کنند و در طول آموزش تعامل و ارتباطی مثبت میان دانشجویان و اساتید برقرار شود [۴]. این مهم مستلزم آن است که اساتید اطلاعات مربوط به اثربخشی تدریس خود را بررسی کنند. بسته‌بندی به‌عنوان دانشی بین‌رشته‌ای [۳۳ و ۳۴] نیازمند اعضای هیئت‌علمی علاقه‌مند و توانمند در تدریس هر یک از

می‌نمایند. در حقیقت هر دو سوی فرایند ارتباط می‌توانند به‌عنوان سوژه‌ای اندیشمند، پیامی با معنا و قابل‌تحلیل را برای گیرنده یا گیرندگانی (فردی مشخص یا توده‌ای عظیم از مردم) ارسال کنند [۲۴] و متقابلاً پیامی دریافت نمایند. در مواردی به‌مانند هنگام تدریس مباحث، استاد نقش فرستنده را ایفا می‌نماید و در مواردی چون ارائه طرح بسته‌بندی، دانشجو این نقش را ایفا می‌کند. شایان توجه است، از آنجاکه اساتید از سوی مؤسسه آموزش عالی معینی در این جایگاه قرار دارند و همچنین کیفیت تدریس آن‌ها نیز مورد ارزیابی و تأیید قرار می‌گیرد، می‌توان مجموع مؤسسه آموزش عالی و اساتید را به‌عنوان یک قطب واحد، گاه در نقش فرستنده و گاه در نقش گیرنده، در نظر گرفت. عنصر سوم مدل ارتباطی یاکوبسن، پیام است. پیام، وجه معنایی و نهایی ارتباط بوده که توسط فرستنده تولید شده و خطاب به گیرنده (یا گیرندگان) است. پیام، متعلق به تمامی نظام‌های نشانه‌شناسی و در خدمت ارتباط است و یک یا چند رمزگان را به کار می‌گیرد [۲۴، ۲۵ و ۲۶]. عنصر دیگر مهم فرایند ارتباط، زمینه (موضوع/بافت) است. برای آنکه پیامی دارای مفهوم باشد، باید به بافتی (موضوعی) ارجاع نماید که هم فرستنده پیام و نیز گیرنده (مخاطب) پیام، بر آن احاطه دارند و آن را درک می‌کنند [۲۶]. بافت می‌تواند صریح، ضمنی یا موقعیتی باشد [۲۷]. رمزگان، پنجمین عنصر این طرح‌واره است. یاکوبسن معتقد است که خلق یک پیام و تفسیر آن، بدون بهره‌گیری از رمزگان و یا قراردادهایی برای ایجاد ارتباط امکان‌پذیر نخواهد بود؛ به این دلیل که معنای نشانه‌ها متکی بر رمزی است که در آن‌ها نهفته شده است [۲۸]. در حقیقت بانی ایجاد ارتباط مابین استاد و دانشجو، فارغ از جذابیت‌های دیداری و شنیداری، نوعی جاذبه ذهنی و فکری ناشی از گشوده شدن رمز نهفته در متن است. این رمزگشایی، زمانی توسط دانشجو ممکن می‌شود که محتوای آموزشی ارائه‌شده استاد و دانشجو دارای نظام رمزگانی تقریباً مشترکی باشند. آخرین عنصر نظریه ارتباطی یاکوبسن، تماس (مجرا/کانال) است که به شکل‌های گوناگون (وسیله ارتباطی، مجرای فیزیکی، شیمیایی، مجرای نوری، صوتی، الکتریکی و غیره) دریافت پیام را امکان‌پذیر می‌نماید [۲۵]. از نظر یاکوبسن، هر کدام از این شش عنصر، کارکرد متفاوتی دارند (عاطفی، ارجاعی، ترغیبی، ادبی، فرازبانی و همدلی). با توجه به آنچه ذکر آن آمد، در پژوهش حاضر به تحلیل فرایند ارتباط در دوره آموزش طراحی بسته‌بندی، بر اساس نظریه ارتباطی رومن یاکوبسن پرداخت خواهد شد.

می‌دهند. پس از دریافت پیشنهادهای و نظرات، هر دانشجو به‌طور جداگانه بازخورد را تحلیل می‌کند و پس از آن نظرات خود را در بحث‌های گروهی بیان می‌کند [۳۳]. بدین ترتیب با هدایت تیم‌ها از طریق یک‌سری مراحل مناسب طراحی شده با نقاط عطف واضح، عمل بد ترک کار نیز برای همیشه ریشه‌کن می‌شود [۱۵]. بایسته توجه است، اساتید با اشراف بدین موضوع که مشکل اصلی در فرایند تمرین آموزشی، دانشجویانی هستند که پایه ضعیفی دارند و بسیاری از دانش‌هایی که آموخته‌اند مانند طراحی فونت یا طراحی لوگو را در دوره طراحی بسته‌بندی به فراموشی سپرده‌اند، ۱ تا ۲ جلسه کلاسی ترتیب داده شود تا ایده‌ها و روش‌های طراحی به‌طور خلاصه مرور شود و به دانشجویان در یادآوری مباحث کمک کند [۳۵]. به‌طور کلی افزون بر آنکه دانشجویان با طراحی ساختار بسته‌بندی و طراحی بصری بسته‌بندی در طول جلسات مهارت‌های خود را بهبود می‌بخشند و از «انجام دادن»، «یاد می‌گیرند» [۳۷]. در هر مرحله از تمرین لازم است توسط اساتید راهنمایی شوند تا ارتباط و مطابقت با استانداردهای صنعتی کار را هم افزایش دهند [۴].

۳. مرحله پس از طراحی: در این مرحله، اساتید دوره (به همراه کارشناسان صنعت، نمایندگان جامعه، مشتریان و سایر دانشجویان) گرد هم می‌آیند تا آثار را نقد نمایند. جمع‌آوری نظرات و ایجاد تغییرات در پروژه نهایی به دانشجویان اجازه می‌دهد تا بدانند چه چیزی را یاد گرفته‌اند و بر اساس استانداردها چه جایگاهی دارند [۳۳]. البته بهتر آن است که اساتید برای مرحله ارزشیابی تا پایان دوره منتظر نمانند و بازخوردهایی را از دانشجویان برای بهبود مستمر، در برهه‌هایی مشخص از دوره، جمع‌آوری نمایند [۱۶ و ۳۸]. در طی مراحل انجام پروژه، استاد لازم است از کسانی که شجاعانه آزمون و خطا می‌کنند، حمایت کند و اجازه دهد دانشجویان اشتباه کنند تا دریابند که خطا لازمه منطقی هر تجربه است [۳۲]. متأسفانه یکی از مهم‌ترین موارد آسیب‌زا در فرایند ارتباطی دوره بسته‌بندی با دانشجویان این است که در فرایند آموزش، برخی از اساتید فقط بیش‌از‌حد، عملکرد و ماهیت محصول را در نظر می‌گیرند و صرفاً مهارت‌های طراحی آن را دنبال می‌کنند. در نتیجه، دانشجویان نمی‌توانند الهام‌های نوآورانه‌ای بیابند که بتواند تأثیر بصری در طراحی بسته‌بندی را به ارمغان بیاورد و بسته‌بندی‌های طراحی شده نیز نمی‌توانند مصرف‌کننده را تحریک به خرید نمایند [۲۰]. در فرایند آموزش، اساتید به‌عنوان سازمان‌دهندگان یادگیری، دانشجویان را راهنمایی می‌کنند تا جرئت کنند مفاهیم طراحی قبلی را بشکنند [۱]. به‌راستی، استاد دوره طراحی بسته‌بندی لازم است برای آموزش مهارت‌ها، خود

زمینه‌های تخصصی آن است [۱۵]. واقعیت این است که توسعه کمی و کیفی مدرّس طراحی ارتباطات بصری اگر تنها بر اساس دانش و تجربه شخصی باشد، کافی نیست. طراحی بسته‌بندی لازم است مستقیماً بر اساس بازار پیاده‌سازی شود [۳]. آموزش حرفه‌ای بسته‌بندی برای پرورش استعدادها طراحی ضرورت دارد متضمن روش‌های آموزش کاربردی‌تری باشد که بتواند دانشجویان را به کشف مشکلات عملی و جست‌وجوی راه‌حل‌های مناسب راهنمایی کند [۱ و ۴]. به‌واقع، نیاز به حضور بیشتر صنعت بسته‌بندی در دانشگاه و تدابیری برای درگیر کردن نخبان علاقه‌مند در دانشگاه احساس می‌شود [۳۴]. بر این اساس، آموزش عالی هنر با هدف پرورش استعدادها نوآورانه طراحی هنری در اصلاح آموزش و پژوهش طراحی بسته‌بندی و بهبود کارکرد عاطفی (بیانگر) در ارتباط دوره با مخاطب لازم است بر اساس ترکیب تئوری و عمل و ترکیب هنر و فناوری در سه مرحله بدین شرح صورت پذیرد:

۱. مرحله پیش از طراحی: تحقیقات طراحی و موقعیت‌یابی، سنگ بنای طراحی بسته‌بندی است [۳۵]. از دیدگاه طراحی کاربردی، جذاب بودن از نظر زیبایی‌شناختی تنها چیزی نیست که اهمیت دارد. در یک طراحی خوب باید فاکتورهای دیگری چون: ۱. پژوهش در خصوص نام برند؛ ۲. مفهوم اصلی برند؛ ۳. رقابت‌پذیری برند؛ ۴. نام، قیمت، منطقه فروش و استفاده محصول؛ ۵. ساختار، مواد، فناوری و ویژگی‌های بصری محصول؛ ۶. تجزیه و تحلیل مخاطبان برند؛ ۷. تجزیه و تحلیل مشکل بسته‌بندی مشابه؛ ۸. بزرگ‌ترین نقطه روشن مورد انتظار در بسته‌بندی و تعیین آنکه برآورده‌کننده چه الزامات عملکردی‌ای است را باید در نظر گرفت. این فرایند شامل تصمیمات افراد برای یافتن مناسب‌ترین راه‌حل است [۱، ۳، ۳۳، ۳۵ و ۳۶].

۲. مرحله طراحی: بر اساس ذوق، علاقه و توانمندی‌ها، دانشجویان در زمینه‌های تبلیغات و بازاریابی، طراحی برند و طراحی گرافیک دعوت می‌شوند تا تیم طراحی خویش را تشکیل دهند. این تیم به دانشجویان کمک می‌کند تا مشکلات طراحی بسته‌بندی را کشف کرده و ایده‌های نوآورانه تولید کنند [۴ و ۳۲]. تحت راهنمایی استاد، با توجه به تعداد اعضای گروه، طول دوره تمرین و محتوای پروژه، انواع مختلفی از موضوعات توسط استاد برای انتخاب دانشجویان ارائه می‌شود [۳۷]. هر یک تیم، برای یافتن راه‌حل‌ها از طریق بحث‌های تعاملی کار می‌کنند و به تدریج طرح‌های پیشنهادی را ایجاد می‌نمایند. پس از بحث‌های گروهی، طرح‌های پیشنهادی دانشجویان در کلاس به‌طور هفتگی در جلساتی به مدت ۲۰ الی ۳۰ دقیقه بسته به فاز پروژه ارائه می‌شود. سپس اساتید راهنمایی‌های خود را به دانشجویان ارائه

درگیر کار شود و از مجموعه ظرفیت‌هایی چون خلاقیت، تخیل، ماجراجویی معقول، نبوغ و غیره بهره برد تا ضمن بیان چشم‌انداز ذهنی، ارزش‌ها، اندیشه‌ها و اهداف خویش، به بهترین شکل کلاس را اداره و هدایت نماید [۳۳].

۵-۲- کارکرد ارجاعی (مصدیقی)

کارکرد ارجاعی شالوده‌ه‌گونه ارتباطی است [۲۱]. در این نقش، جهت‌گیری پیام به‌سوی موضوع پیام بوده [۳۰] و هدف از این کارکرد، انتقال اطلاعات است [۲۹]. کارکرد ارجاعی را به‌نوعی کارکردی عینی و شناختی اطلاق می‌کنند؛ درحالی‌که از کارکرد عاطفی (بیانگر) به‌عنوان کارکردی ذهنی یاد می‌شود [۲۶، ۳۹ و ۴۰]. در حقیقت، کارکرد ارجاعی و عاطفی هم‌زمان شالوده‌های مکمل و رقیب امر ارتباط هستند، به‌طوری‌که اغلب از کارکردهای دوگانه‌زبان سخن می‌رود [۲۱]. در فرایند ارتباط در دوره آموزش طراحی بسته‌بندی، نمود عینی احساسات، ارزش‌ها و اهداف دو قطب استاد و مؤسسه آموزش عالی - دانشجو را می‌توان در چگونگی ارائه مواد و منابع آموزشی، ارائه تدریس و در مقابل، سیر انجام اثر نهایی دانشجویان در گذار از تحقیقات و ایده‌پردازی به ثمره نهایی پروژه، به‌عنوان اطلاعات قابل مشاهده و اثبات پذیر، کنکاش نمود [۳۱]. یک دوره آموزش طراحی مناسب باید به تغییرات اقتصادی، فرهنگی و فناوری پاسخ دهد [۴۱]. از طریق یادگیری با روش‌های یادگیری سازنده که به‌طور خلاصه در ۱۰ مورد در ادامه ذکر می‌شود، دانشجویان می‌توانند دانشی را کسب کنند که دائمی‌تر و معنادارتر باشد [۴۲]:

۱. **سخنرانی:** در سخنرانی، مطالب به‌صورت مستقیم و منطقی ارائه می‌شود و برای گروه‌های بزرگ مفید است؛ همچنین
۲. **سخنرانی همراه با بحث** که مخاطب را حداقل پس از سخنرانی به شکل مناسبی درگیر می‌کند و او می‌تواند سؤالات خود را مطرح نماید می‌تواند برای گروه‌های کوچک‌تر مخاطب، به شکل مناسبی قابل اجرا باشد. موضوعات سخنرانی و فعالیت‌ها با تمرکز بر روی فناوری، ملاحظات طراحی و ابزارها، لازم است منطبق با هر مرحله از دوره، هماهنگ شود.
۳. **ارائه نظرات توسط هیئت کارشناسان:** این مهم می‌تواند بحثی مؤثرتر از سخنرانی یک‌نفره را برانگیزد. دعوت از کارشناسان صنعت، نمایندگان جامعه، مشتریان و حتی درگیر کردن هم‌تایان (دیگر دانشجویان) در ارائه نظرات و ارزیابی طراحی، باعث می‌شود دانشجویان درباره ویژگی‌های عملی طراحی

بسته‌بندی بیشتر بیاموزند [۴۳]. در راستای مبحث «تعامل در جمع»، ۴. **طوفان فکری جمعی** نیز به‌عنوان کاری آمیخته با ارائه‌ای الهام‌بخش و فی‌البداهه، باعث تشویق مشارکت، ایجاد روحیه صمیمیت میان افراد و به‌طور کلی استفاده از تجربه گروه می‌گردد [۴۴]. ۵. **ویدئو و سایر اسناد آرشیوی دوره:** در دسترس بودن نسخه‌های دیجیتالی از نمونه‌های بسته‌بندی، ارائه‌های مختلف، کتاب‌های الکترونیکی و آموزش‌های دیگر، به غلبه بر کمبود منابع آموزشی مربوط به دوره بسته‌بندی کمک نموده و در بهبود فرایند تدریس و درک بهتر درس می‌تواند کارا واقع شود [۱۶ و ۴۵]. به‌واقع در فرایند یاددهی - یادگیری دوره، باید توجه داشت ماهیت طراحی بسته‌بندی، ترکیبی از هنر و تکنولوژی است. در این راستا نیاز است از ابزارهای علمی و فناوری مدرن برای بهبود کیفیت دوره استفاده شود [۱]. حال، برخی مهارت‌ها را نمی‌توان مستقیماً از طریق مواد و ابزار آموزشی یا توضیحات نظری صرف، آموزش داد؛ بلکه این کار لازم است از طریق هم‌تایان دانشجویان طی ارتباط و همکاری بین اعضای گروه طی بحث گروهی صورت پذیرد؛ در ۶. **بحث گروهی** دانشجویان لازم است ذهن بازی داشته باشند و یاد بگیرند به نظرات دیگران گوش دهند و به تصمیماتی که گروه گرفته، احترام بگذارند. آن‌ها همچنین باید از روش‌ها و ابزارهای مؤثر برای بحث و گفتگوی گروهی و ارتباط استفاده کنند و راه‌حلی را برای طراحی نهایی، پیشنهاد دهند. پرواضح است، توانایی دانشجویان برای برقراری ارتباط مؤثر با دیگران برای موفقیت پروژه بسیار مهم است [۳۴]. در همین راستا، ۷. **بحث گروهی کوچک** می‌تواند امکان مشارکت همه را فراهم کند و از آن‌جهت که مردم اغلب در گروه‌های کوچک راحت‌تر هستند، می‌تواند مؤثر عمل کند. ثابت گشته است، در فعالیت‌های گروهی طراحی، اگر تعداد بین دو تا پنج نفر باشد، نتیجه بهتری به دست می‌آید [۳۲]. یکی دیگر از روش‌های یادگیری سازنده در دوره طراحی بسته‌بندی، ۸. **مطالعات موردی** است که امکان کاوش در راه‌حل‌های مسائل پیچیده را فراهم می‌کند و مهارت‌های تحلیلی و حل مسئله را توسعه می‌دهد. لازم به توجه است که هدف اصلی آموزش آماده‌سازی دانشجویان برای برنامه‌ریزی، تجزیه و تحلیل، ایجاد و ارزیابی راه‌حل‌های بصری برای چالش‌های بصری، است [۴۶]. در این مورد می‌توان از یادگیرندگان خواست که در ضمن مشاهده و مطالعه

زمانی به صورت خلاق‌ترین افراد جلوه می‌کنند که در اصل از طریق علاقه، لذت، رضایت و مبارزه طلبی موجود در آن کار برانگیخته شده باشند و راه‌حل‌های خویش را برای رفع مسائل، طراحی و به کار گیرند [۳۲ و ۴۸]. حال، یکی از روش‌ها و راهبردهای برانگیختن انگیزه یادگیری و خلاقیت دانشجویان طراحی آموزش با «طوفان فکری جمعی» است که می‌تواند خلاقیت دانشجویان را با هدایت آن‌ها به حل مسائل از طریق تفکر انتقادی تقویت کند [۴۹]. مبدع این روش خلاقانه حل مسئله، الکس آیزورن^۲ در سال ۱۹۳۹ م. است [۵۰ و ۵۱]. آیزورن چهار اصل و قاعده عمومی را برای اثربخشی ایده‌آل طوفان فکری، ضروری برشمرد که عبارت‌اند از: ۱. **تمرکز بر روی کمیت**: طوفان فکری از طریق حداکثر کمیت باعث ایجاد کیفیت می‌شود. فرض بر این است که هرچه تعداد ایده‌های تولیدشده بیشتر باشد، شانس تولید یک راه‌حل مؤثر بیشتر است؛ ۲. **تعلیق قضاوت و انتقاد**: در طوفان فکری، انتقاد از ایده‌های تولیدشده باید در حالت تعلیق قرار گیرد. با تعلیق قضاوت، شرکت‌کنندگان در ایجاد و بیان هر نوع ایده‌ای احساس آزادی خواهند کرد؛ ۳. **استقبال از ایده‌های غیرمعمول**: ممکن است ایده‌هایی که غیرمعمول و حتی پوچ به نظر می‌رسند، رویکردهای جدیدی را برای حل مسئله باز کنند و نیز منجر به راه‌حل‌های بهتری نسبت به ایده‌های معمولی شوند؛ ۴. **ترکیب و بهبود ایده‌ها**: ایده‌های خوب ممکن است ترکیب شوند و با ادغامشان یک ایده کامل‌تر و عالی را شکل دهند [۴، ۶، ۴۹، ۵۰ و ۵۱]. جدای از بُعد معنایی، تغییر مثبت در رفتار فراگیران مهم‌ترین جنبه تکنیک طوفان فکری برای اساتید است [۴۹]. به‌واقع، دانش در فعالیت گروه وجود دارد و فراگیران با شرکت در فعالیت‌های عملی چون این فعالیت تأثیرگذار، به تدریج تجربه نموده و اطلاعات و طرح‌ها را شکل می‌دهند [۶]. افزون بر این مهم، دانشجویان ضرورت دارد به‌طور فعال بینش‌ها و ابزارها را در موارد حقیقی از یک شرکت بسته‌بندی به کار گیرند [۳۷ و ۵۲]. موضوع حاضر، دانشجویان را از شکاف مابین طراحی تجربی و دانشجویی خویش و مواد چاپی نهایی مطلع می‌سازد که این یک مهارت اساسی برای دانشجویان در جهت قدم گذاشتن در جامعه و طراحی و تولید بسته‌بندی محصول است [۶]. درگیر کردن صنعت با تبدیل شدن به حامی برنامه آموزش

نمونه‌های بسته‌بندی، منطق و اصول پشت هر مرحله‌ای را برای خود بیابند. روش دیگری که باید بدان اشاره شود، ۹. **گزارش بازگشت به کلاس** است. این روش از آن جهت معرفی می‌شود که دوره‌های طراحی گرافیک از نظر تجاری بسیار برجسته است و مطالب و نمونه‌های سنتی در کلاس به مراتب از نیازهای واقعی عقب مانده است، در نتیجه باعث می‌شود دانشجویان شکاف زیادی در یادگیری کلاس داشته باشند [۴۷]. روش حاضر به افراد فرصتی می‌دهد تا در مورد تجربه به دست آمده از بازدید کارخانه‌های بسته‌بندی و سایر موارد مرتبط - بازدید تعریف شده در برنامه مصوب وزارت عتف در مقطع کارشناسی رشته ارتباط تصویری - تفکر نمایند و جلوه‌های گوناگون آموخته‌های خویش را در هر مرحله از پروژه، بر اساس نیازهای واقعی، به کار بندند؛ آخرین روش نیز ۱۰. **سخنران میهمان** است. سخنران میهمان از صنعت، تجربیات خود را به کلاس‌های درس آورده [۱۵] و در مورد طراحی بسته‌بندی، اطلاعات خود را به اشتراک می‌گذارد و دانشجویان را قادر می‌سازد تا فرایند طراحی بسته‌بندی را کشف و درک نموده و از موارد عملی الهام بگیرند [۴].

۵-۳- کارکرد ترغیبی (تأثیرگذار)

این کارکرد روابط میان پیام و مخاطب (یا گیرنده) را مشخص می‌نماید؛ زیرا هدف هرگونه ارتباطی ایجاد واکنش نزد گیرنده و تأثیرگذاری بر رفتار وی است [۲۱، ۲۶ و ۲۹]. به‌نوعی، کارکرد ترغیبی قصد دارد که گیرنده پیام را با خود شریک سازد [۲۴ و ۳۹]. در دوره طراحی بسته‌بندی، ایجاد انگیزه و تحریک دانشجویان تنها با نقل قول و روایت استاد دشوار است. اساتید در این دوره بهتر است با اتخاذ روش‌های آموزشی، دانشجویان را به شکل‌گیری و برانگیختن انگیزه یادگیری، تشویق نمایند [۶]. در حقیقت در آموزش مدرن فرد لازم است از موقعیت گیرنده غیرفعال که صرفاً اطلاعات را از استاد دریافت می‌کند، به گیرنده‌ای که جستجو می‌کند، بررسی می‌کند، به اطلاعات دسترسی پیدا می‌کند و این اطلاعات را معنا می‌کند، تبدیل شود [۵]. در این راستا فروید^۱ می‌نگارد: اطلاعات و آگاهی‌ها زمانی برای یادگیرنده، معنادار می‌شود که بتواند آن‌ها را به خود و زندگی خود ارتباط دهد و شیوه بهره‌گیری از آن‌ها را دریابد [۳۲]. دانشجویان این دوره نیز

^۲ Alex Faickney Osborn

عصب‌شناس برجسته اتریشی و بنیان‌گذار دانش روانکاوی (۶ مه ۱۸۵۶ - ۲۳ سپتامبر ۱۹۳۹)

نقش، شیوه بیان پیام به جای محتوای پیام قرار می‌گیرد و پیام به حدی جذابیت دارد که توجه بدان جلب می‌شود [۲۶ و ۲۷]. ذکر این نکته حائز اهمیت است که بسیاری اوقات بین کارکرد عاطفی و کارکرد ادبی (هنری/زیبایی‌شناختی) تنش به وجود می‌آید [۲۴]. حال، برای پیشبرد و برجسته کردن ویژگی‌های متنی و هنری دوره طراحی بسته‌بندی، از آنجاکه فعالیت طراحی مستلزم استفاده از اکثر ابعاد شناختی (یعنی به خاطر سپردن، درک، به‌کارگیری، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و خلق) است [۱۵]، موضوعی به نام تئوری بارشناختی^۱ لازم است به جد مورد توجه قرار گیرد. این نظریه نمونه‌ای از تلاش‌ها و در واقع یکی از مهم‌ترین نظریه‌ها در طراحی آموزشی محسوب می‌شود [۵۴] که به پیش‌بینی پیامدهای یادگیری با توجه به قابلیت‌ها و محدودیت‌های ساختار شناختی انسان می‌پردازد [۵۵]. نظریه بارشناختی یک چارچوب استثنایی برای توضیح اثربخشی در جذب و درک مفاهیم پیچیده ارائه می‌دهد. این تئوری توضیح می‌دهد که چگونه کاربران برای کسب، پردازش و درک اطلاعات، زمانی که پیچیدگی کار افزایش می‌یابد و یا هنگامی که کاربران مبتدی هستند، به بارشناختی بیشتری نیاز دارند. این نظریه همچنین استدلال می‌کند که کاهش پیچیدگی کار، نحوه ارائه اطلاعات و راهنماهای ارائه شده برای حل تکلیف، بارشناختی دانشجویان را کاهش می‌دهد و یادگیری و درک موضوع پیچیده را آسان می‌کند [۵۶] و [۵۷]. به‌واقع، در صورت توجه به اصول بارشناختی در طراحی و تولید محتوای آموزشی، یادگیری مؤثر می‌شود [۵۵]. بارشناختی به سه دسته^۱ درونی^۲؛ ^۲ بیرونی^۳ و ^۳ وابسته^۴ تقسیم می‌شود [۵۸]. در ادامه، در جدول (۱) به سه دسته بار شناختی، به‌طور خلاصه پرداخته شده است.

بر این مبنای، در دوره طراحی بسته‌بندی به سبب برجسته نمودن ویژگی‌های متنی و جذابیت پیام با اهتمام به نظریه بارشناختی می‌توان شرایطی را پدید آورد که موجب عمیق‌تر شدن توجه، درگیر شدن در بحث، غنا و توانگری، ایجاد سؤال خلاق، ساختن ارتباط و... در دانشجویان گردد [۶۱ و ۶۲] و زمینه را برای آفرینش‌گری بهتر در پروژه‌های نهایی نیز فراهم آورد [۶۳ و ۶۴].

از آن جهت اهمیت دارد که اجرای مستقیم طرح‌های کلاسی در دنیای واقعی می‌تواند موجب ترغیب، انگیزش و اثرگذاری بر دانشجویان شده و افزون بر این [۳] شرکت‌ها نیز می‌توانند موفقیت بزرگی را با ایده‌ها، منابع و طرح‌هایی ارزان و جدید از جانب دانشجویان به دست آورند [۴۷]. در پایان دوره نیز، اساتید می‌توانند دانشجویان را برای شرکت در یکسری مسابقات طراحی سازمان‌دهی و هدایت کنند [۳۷]. این رویدادهای طراحی می‌تواند یکی از راه‌های سنجش تأثیر کیفیت کار دوره باشد که در کنار آن به نوآوری و خلاقیت طراحی هم پاداش می‌دهد [۱۵]. جوایز بخش خلاقیت‌های تجربی (دانشجویی) دوسالانه آثار طراحان بسته‌بندی ایران در سطح ملی و جوایز دانشجویی Pro Carton و Young Package در سطح بین‌المللی، نمونه‌هایی از این جوایز معتبر است که ایده‌ها و تفکرات نوآورانه را تشویق می‌کنند. موضوع دیگری که برای ارتقای کارکرد ترغیبی (تأثیرگذار) فرایند یاددهی - یادگیری دوره بسته‌بندی باید مورد توجه قرار گیرد، برجسته نمودن شیوه‌های مختلف ارتباط دانشجو و استاد است. برای نمونه ارتباط آموزشی دانشجو با استاد با دسترسی به شماره تماس، پست الکترونیکی، صفحات تعبیه‌شده در سامانه‌های آموزشی دانشگاه و شبکه‌های اجتماعی راه‌های دیگری را برای ارتباط در خارج از ساعات کلاس درس، با استاد ایجاد می‌نماید که می‌تواند متضمن تأثیرگذاری بر دانشجو و بهبود دوره باشد [۵۳]. به‌طور کلی در کارکرد ترغیبی که هدف، تأثیرگذاری در گیرنده است، به‌تناسب نقش‌ها مابین استاد و دانشجو جریان دارد. استاد با بروز اهداف و سیاست‌های یادگیری‌ای که اتخاذ نموده و نظراتی که بیان می‌نماید و قصد دارد مخاطب پیام یعنی دانشجو را با خود همراه سازد و در مقابل دانشجو با احساسات، خلاقیت و شور و شوق خویش و در آخر آثاری که خلق می‌کند و قصد ایجاد واکنش و تأثیرگذاری بر استاد خویش را دارد، به‌تناسب در حال تأثیرگذاری با پیامشان و تأثیرپذیری از پیام طرف مقابل هستند.

۵-۴- کارکرد ادبی (هنری / زیبایی‌شناختی)

در این نقش، جهت‌گیری پیام به‌سوی خود پیام بوده [۳۰] و هدف از این کارکرد، برجسته نمودن ویژگی‌های متنی است [۲۹]. نمونه برجسته کارکرد زیبایی‌شناختی را می‌توان در آثار هنری مشاهده کرد، جایی که مرجع پیام خود پیام است و این پیام دیگر ابزار ارتباط نیست، بلکه موضوع آن است [۲۱]. به‌عبارت‌دیگر، با استفاده از این

^۱ Cognitive Load Theory

^۲ Intrinsic

^۳ Extraneous

^۴ Germane

جدول (۱). نکات برجسته و راهکارهای نیل به دوره آموزش مطلوب در دسته‌های مختلف بار شناختی (نگارنده، ۱۴۰۱)

دسته بار شناختی	نکات برجسته	راهکارهای نیل به دوره آموزش مطلوب
بارشناختی درونی	ناشی از پیچیدگی ذاتی محتوای آموزشی دوره است [۵۶]. عنوان می‌شود تمامی آموزش‌ها با این دشواری ذاتی همراه هستند [۵۵]. هرچند میزان این پیچیدگی، از میزان تعامل‌پذیری عناصر یک محتوا مشخص می‌گردد.	به‌طور خلاصه لازم است بارشناختی درونی را مدیریت نمود. این مهم با تقسیم محتوای آموزشی مشکل به بخش‌های کوچک‌تر، ارائه و یادآوری اطلاعات پیش‌نیاز قبل از ارائه محتوای آموزش اصلی، ارائه محتوا از آسان به سخت، ارائه صورت تصویری محتوای آموزشی برای دانشجو و فهرست نمودن تمامی بخش‌های محتوا در ابتدای دوره بسته‌بندی تا حدودی قابل مدیریت است [۵۹]. در خصوص مورد آخر باید اشاره شود که از آغاز دوره، نیاز است یک دیدگاه آینده‌نگر و کلی در طراحی برنامه درسی واحد بسته‌بندی وجود داشته باشد که هم تدریس تئوری و هم تدریس عملی را در نظر بگیرد و به شکل توأمان این دو را به هم پیوند دهد [۳۷].
بارشناختی بیرونی	ناشی از نحوه ارائه محتوا به یادگیرنده است. بارشناختی بیرونی بر ارائه اطلاعات متمرکز است و بسته به نحوه ارائه اطلاعات، بر ظرفیت یک فرد برای درک و تفسیر آن تأثیر می‌گذارد [۵۶].	به‌طور خلاصه این بار را می‌توان با ارائه اطلاعات به روش‌هایی که درک و تفسیر آن برای کاربر آسان‌تر باشد، کاهش داد [۵۶]. در حقیقت، امروزه رویکرد آموزشی در کشورهای پیشرو، تلاش برای کاهش حجم معلومات و در عوض تمرین بسیار بر روی آن‌هاست. آموزش یک مطلب به کمک ده‌ها نمونه و تمرین، سبب به خاطر سپردن آن مطلب تا آخر عمر می‌گردد و این به‌مراتب بهتر از انباشت مطالب بدون استدلال و سپس فراموش کردن آن‌هاست [۳۲]. بدیهی است که ترکیب یادگیری مبتنی بر فناوری با بحث‌های کلاسی [۶۰] و راه‌اندازی دوره طراحی بسته‌بندی بر اساس یک مدل یادگیری مبتنی بر پروژه می‌تواند دانش نظری را از طریق پی بردن به چالش‌ها و مشکلات طراحی بسته‌بندی در دنیای واقعی به دانشجویان بیاموزاند [۵۲].
بارشناختی مطلوب	ناشی از تلاش ذهنی یادگیرنده برای یادگیری و ایجاد طرح‌واره‌های ذهنی خودکار است [۵۹]. به‌عبارت‌دیگر، این ناحیه از ساختار شناختی برای کسب دانش و اطلاعات، طراحی شده است. در اینجا داده‌ها، پردازش، ساخته و در طرح‌هایی از حافظه قرار می‌گیرند [۵۶].	به‌طور خلاصه، آزاد کردن فضا در حافظه کاری برای بهبود کارایی و جذب اطلاعات پیشنهاد می‌شود. با بهبود ارائه اطلاعات می‌توان فضایی را در حافظه کاری، آزاد نمود و این منطقه اضافی را می‌توان برای جذب کارآمدتر اطلاعات استفاده کرد و منجر به افزایش بارشناختی مطلوب گشت [۵۶]. مواردی چون تنوع تمرینات و مسائل ارائه شده به یادگیرندگان، بهره‌گیری از مثال‌های گوناگون در هنگام تدریس و طرح سؤال‌هایی در ارتباط با محتوای تدریس از یادگیرنده می‌تواند منجر به ارتقای تسلط یادگیرنده بر محتوا و نیل به افزایش بارشناختی مطلوب گردد [۵۹].

۵-۵- کارکرد فرازبانی

کارکرد فرازبانی، نشانه را به رمزگانی ارجاع می‌دهد که این نشانه معنی‌اش را از آن گرفته است [۲۱ و ۲۹]. یاکوبسن معتقد است، هرگاه فرستنده یا گیرنده (مخاطب) یا هر دو آن‌ها احساس کنند لازم است از مشترک بودن رمزی که استفاده می‌کنند مطمئن شوند، جهت‌گیری پیام به‌سوی رمز خواهد بود و این کارکرد را فرازبانی اطلاق می‌کند [۲۳ و ۳۰]. در حقیقت، هر رمزگان در اصل، بدنه‌ای از دانش است و کیفیت معرفت‌شناختی دارد. اکتسابی است و کسب آن در بستر زندگی اجتماعی انسان ممکن می‌شود. فرهنگ، شبکه پیچیده رمزگان‌ها و نظام جامع این دانش‌ها است. هر رمزگان، نظامی از دانش است که امکان تولید و دریافت و تفسیر متون را ممکن می‌کند [۶۵]. اساساً وقتی تدریس صورت می‌پذیرد، استاد در حال آموزش فرهنگ است.

دانش، مهارت و نگارش همه مظاهر فرهنگ هستند. علاوه بر این هنگام تدریس، استاد نه‌تنها آنچه را می‌داند، بلکه چگونگی شناخت آن و همچنین مبنای پذیرش آن به‌عنوان دانش مفید و ارزش‌هایی که نمایان می‌سازد، مرور می‌کند. آموزش و یادگیری نه‌تنها در فرهنگ نهفته است، بلکه انتقال فرهنگ در عمل است [۶۶]. بدیهی است آموزش دوره طراحی بسته‌بندی هر جامعه نیز نیاز است منطبق و سازگار با شرایط خاص اجتماعی و فرهنگی آن باشد و نمی‌توان تصور داشت که هر آنچه برای مخاطبان غربی طراحی می‌شود، به‌طور خودکار برای همگان مفید است. به‌واقع، توجه به اقتضات فرهنگی به‌عنوان هدف غایی دوره آموزشی طراحی بسته‌بندی باید موردتوجه قرار گیرد [۳۵]. در مواردی از دوره‌های طراحی بسته‌بندی، محور طراحی بر اساس نام‌های تجاری و محصولات انگلیسی انتخاب می‌گردد و همچنین توجهی به اقتضات هنر و فرهنگ منطقه در طراحی عناصر گرافیکی

چند روش (سنتی و بهره‌گیری از فناوری) متمایز آموزش، در یک دوره خاص صورت می‌پذیرد [۱۶ و ۳۸]. در حقیقت یادگیری ترکیبی، انعطاف‌پذیری را برای ترکیب نیازها، اهداف و اولویت‌های آموزشی و سازمانی فراهم می‌کند [۱۷] که این مهم باعث صرفه‌جویی در زمان و هزینه برای مؤسسات آموزش عالی، ایجاد آموزش جذاب‌تر و راحت‌تر برای دانشجویان و ارائه فرصتی برای نوآوری به اساتید و متخصصان یادگیری ارائه می‌دهد [۱۶]. آنچه روشن است، در فرایند یاددهی - یادگیری برای برخی از سرفصل‌ها فضای فیزیکی و حقیقی آموزش و برای برخی دیگر بهره‌گیری از فناوری و ابزار الکترونیکی ارجحیت دارد [۳۲] که توجه به هر کدام ضروری است. در ادامه به هر یک از این موارد پرداخت خواهد شد. دوره‌های طراحی بسته‌بندی می‌تواند بر سه نوع منبع فیزیکی متکی باشد:

۱. فضای جلسات کلاسی: شامل کارگاه طراحی بسته‌بندی و

کارگاه کامپیوتر که بر روی همه سیستم‌ها لازم است نرم‌افزارهایی چون Artios CAD (نرم‌افزار طراحی ساختار بسته‌بندی) و نرم‌افزارهای طراحی گرافیک و تصویرسازی‌ای چون Adobe Photoshop و Adobe Illustrator نصب باشد.

۲. پشتیبانی از نمونه‌سازی بسته‌بندی‌ها: مواردی چون پلاتر

جوهرافشان، چاپگر سه‌بعدی، میز برش و... همچنین ابزارهایی مانند مقوا و تخته فیبر برای دانشجویان در محیط آموزشی دوره.

۳. خدمات دیگر: همچون عکاس حرفه‌ای و دستگاه‌های چاپ

دیگر برای پروژه‌هایی که به منابع فراتر از توان محیط آموزشی نیاز دارند [۱۵].

البته مؤسسات آموزش عالی می‌توانند، کاستی‌ها در زمینه منابع را با همکاری شرکت‌های حوزه بسته‌بندی جبران نمایند. در واقع دانشگاه محل کارآموزی را فراهم می‌کند و شرکت علاقه‌مند حوزه بسته‌بندی، بر روی تجهیزات و تکنسین‌های حرفه‌ای سرمایه‌گذاری می‌کند تا یک استودیوی طراحی حرفه‌ای را برپا کند. در این شیوه، محصولات منطبق با پروژه‌های واقعی توسعه و طراحی می‌شوند تا دانشجویان بتوانند این مهم را در دانشگاه تجربه کنند و پایه و اساس خوبی را برای آینده شغلی خود ایجاد نمایند [۳۷]. همچنین به‌عنوان مکمل منابع فیزیکی دوره، بهره‌گیری از فناوری اینترنت و آموزش برخط (آنلاین) شایان توجه است. در این راستا اثبات گردیده است آموزش برخط، یادگیری دانشجویان را افزایش داده و آن‌ها را ماهرتر، نوآورتر و مسئولیت‌پذیرتر می‌نماید [۱۸] و همچنین برای اساتید و

صورت نمی‌پذیرد که این موضوع باعث ترویج بیگانه‌پرستی و غرбزدگی می‌گردد [۶]. در این رابطه لیانگ می‌نگارد: اگر قوانین سفت و سختی در مورد انتخاب موضوع ایجاد نشود یا جهت انتخاب موضوع هدایت نگردد، برخی از دانشجویان به‌طور مستقل برندهای غربی را انتخاب می‌کنند [۳۵]. مأموریت آموزشی دوره طراحی بسته‌بندی لازم است به شکلی طراحی شود که با بافت فرهنگی، ملی و نهادی خود سازگار باشد. برای موفقیت دوره، نمی‌توان صرفاً مدل‌های مورد استفاده در سایر مؤسسات را تکرار نمود. مسائل مهم جوامع مثل جغرافیا، تاریخ، آداب و ارزش‌ها، همگی ضرورت دارد بخشی از شیوه سازمان‌دهی فرایند یادگیری باشند. در ارتباط با این مهم در آموزش عالی، بسیاری از اساتید به‌صراحت اذعان می‌دارند که مهم‌ترین هدف این است که به جوانان مهارت‌هایی در ارتباط با تفکر عمیق در ساختارهای جامعه خود و ارزش‌های مناسبی که باید در زندگی شخصی و حرفه‌ای آن‌ها حاکم باشد، بدهند [۳]. بهره‌گیری از الگوی هنرهای عامیانه نه تنها زیبا است؛ بلکه فرهنگ منحصربه‌فرد منطقه را نیز نشان می‌دهد [۱۹]. به‌وضوح استفاده از مفاهیم برگرفته از ریشه‌های تاریخی، مفاهیم معنوی، محیط جغرافیایی و همچنین آداب و رسوم در دوره طراحی بسته‌بندی، دوره را غنی و جذابیت آن را افزایش خواهد داد [۳۵]. در این دوره، برای نمونه، ادغام برخی مواد با رنگ‌ها با ویژگی‌های فرهنگی منطقه، می‌تواند بسته‌بندی محصول را با اطلاعات فرهنگی غنی‌تر ارائه دهد و مستقیماً باعث تغییرات و واکنش‌های احساسی در مصرف‌کننده شود [۱۹ و ۲۰]. حتی می‌توان در پایان این دوره، اساتید ترکیب فرهنگ با عناصر محلی و تبدیل موفقیت‌آمیز آن‌ها به یک طرح مفهومی را، به‌عنوان معیاری برای ارزیابی شایستگی‌های اصلی دانشجویان قرار دهند [۳۳].

۵-۶- کارکرد همدلی

در این نقش جهت‌گیری پیام به‌سوی مجرای ارتباطی بوده [۳۰] و هدف از این کارکرد، ایجاد یا حفظ ارتباطات اجتماعی است [۲۹]. یاکوبسن معتقد است فرستنده به کمک این نقش از ایجاد و ادامه ارتباط اطمینان حاصل می‌کند [۲۶]. محتوای پیام، به‌تبع اشکال گوناگون تماس (مجرای ارتباطی)، حالت ویژه‌ای را برای گیرنده، رقم می‌زند. به‌عنوان مثال، تماشای تدریس استاد در کلاس‌های حضوری در فضای دانشگاه و یا دیدن همان تدریس بر صفحه‌نمایش رایانه، تبلت یا ابزارهای دیگر، گونه‌های مختلف تماس گیرنده با پیام است. برای ایجاد و حفظ ارتباط در حوزه یادگیری و آموزش، امروزه «یادگیری ترکیبی» به‌عنوان یک استراتژی قدرتمند [۱۶] که متضمن تأمین نوعی انعطاف‌پذیری است، باید مورد توجه قرار گیرد [۶۷، ۶۸ و ۶۹]. یادگیری ترکیبی روشی نسبتاً جدید و در حال تکامل است که با استفاده از دو یا

برای این که امکانات موجب گسترش آموزش گردد، لازم است از به‌کارگیری صرف آن فراتر رفت [۳۲]. به‌واقع، آموزش و یادگیری ترکیبی پیچیدگی‌های خاص خود را داراست و فناوری آموزشی نیز به‌طور مداوم با توسعه نرم‌افزار، سخت‌افزار و رویکردهای آموزشی در حال پیشرفت است. اساتید و مؤسسات آموزش عالی با ارزیابی پیاپی و تأمل انتقادی در مورد برنامه‌های فعلی و روش‌های استاندارد، باید استراتژی‌های اساسی برای پیشرفت مجرای ارتباطی حاضر و کارکرد همدلی را در دوره آموزشی طراحی بسته‌بندی تبیین می‌نمایند.

مؤسسات نیز توجه به این نوع آموزش، موجب تسهیل مدیریت دوره و منابع برای پشتیبانی از یادگیرنده می‌گردد [۱۶]. در این راستا برای تحقق اهداف تدریس ترکیبی، اساتید بهتر است علاوه بر مواد آموزش سنتی، از منابع غنی‌تر و پیشرفته‌تر به‌صورت آنلاین مانند کتاب‌های الکترونیکی طراحی بسته‌بندی، وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی طراحی و همچنین عناصر چندرسانه‌ای سمعی و بصری (اسلاید، فیلم و...) در ارتباط با سرفصل مربوطه، بهره‌برند [۴۱]. البته نباید فراموش کرد که استفاده از فناوری، تضمینی برای پرورش تفکر هنرمندانه نیست و

جدول (۲). مهم‌ترین چالش‌های دوره طراحی بسته‌بندی و تمهیدات لازم برای برطرف نمودن آن‌ها

نوع کارکرد	چالش‌ها	تمهیدات لازم
عاطفی	تمامی اساتید (۵ استاد) یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در تدریس خویش را عدم یادگیری صحیح و اصولی مهارت‌هایی چون صفحه‌آرایی، کار با حروف و تایپوگرافی و طراحی لوگو توسط دانشجویان خود از دروس پیش‌نیاز این واحد دانستند.	اساتید بهتر است به شکل مروری ۱ الی ۲ جلسه را به مباحث پایه‌ای که دانشجویان احتمال دارد به فراموشی سپرده باشند اختصاص دهد.
	۳ نفر از اساتید چالشی دیگر را در ژوژمان‌ها و ارائه برخی از کارهای گزیده‌برداری شده و کپی از نمونه‌های دیگر توسط دانشجویانشان معرفی کرده‌اند.	در طول ترم کار لازم است به بخش‌های کوچک‌تر تفکیک گردد و نمره نباید معطوف به پایان ترم باشد. برای مثال اختصاص حداقل ۲ نمره برای حضور فعال کلاسی و ۲ نمره ارائه تمرینات هفتگی می‌تواند بسیار مثر عمل نماید. با ارائه اتودهای هفتگی و سیر انجام پروژه در قالب تمرینات هفتگی، احتمال وجود کارهای کپی به‌شدت کاهش می‌یابد.
	با توضیح اهمیت کار گروهی در این دوره، از اساتید در خصوص انجام و پیگیری این دست از راهبردهای پیشبرد پروژه‌های دانشجویان پرسش به عمل آمد. اساتید مسائل و مشکلاتی را در این زمینه طرح نمودند. یکی از این موارد انجام پروژه توسط یک الی دو نفر به اسم کارگروهی بود که در این شرایط سایر اعضای گروه کاری را انجام نمی‌دادند. چالش دیگر، عدم توافق و کشمکش بین اعضای گروه بود. همچنین دانشجویان ذکر کردند که گروه‌ها رغبتی برای هم‌گروهشان با کسانی که پایه ضعیفی داشتند، نشان ندادند و این خود مشکل دیگری در انجام کارگروهی در این دوره است. موارد مذکور توسط دانشجویان تأیید گشت.	اساتید می‌توانند برحسب ذوق، علاقه و توانمندی دانشجویان در زمینه‌های گوناگون طراحی بسته‌بندی، آنان را در گروه‌های مختلف تقسیم نمایند. سپس به طور هفتگی بسته به فاز پروژه به مدت ۲۰ الی ۳۰ دقیقه، کار ارائه شده هر گروه را بررسی کنند و دانشجویان راهنمایی‌های لازم را دریافت نمایند. با انجام این مهم با توجه به اینکه نقش هر کدام از اعضای گروه مشخص است و هر کدام از دانشجویان بر بخشی از پروژه متمرکز هستند، شخصی که از کار سر باز می‌زند، هر هفته مشخص می‌گردد و این نقصان به پایان ترم موقوف نمی‌گردد. همچنین استاد می‌تواند با شناخت و اشراف بر دانشجویان در ازای پیشرفت هم‌تایانی که پایه ضعیفی دارند و در برخی از گروه‌ها قرار گرفته‌اند، نمره مثبتی را برای اعضای گروه قائل شود.
	۵ تن از دانشجویان بزرگ‌ترین چالش اساتید در این دوره‌ها را پیشینه تخصصی نه‌چندان غنی آنان در زمینه تخصصی بسته‌بندی اطلاق نمودند.	از آنجاکه طراحی گرافیک از زمینه‌های بسیار گوناگونی تشکیل می‌شود و متأسفانه در برخی از گروه‌های دانشگاهی اساتیدی با زمینه تخصصی بسته‌بندی وجود ندارد بهتر است این موارد صورت پذیرد. در وهله اول این واحد اصلی رشته ارتباط تصویری نیازمند اعضای هیئت علمی علاقه‌مند و توانمند در تدریس است که لازم است توسط مؤسسات آموزش عالی مورد توجه قرار گیرد و تدابیری برای حضور نخبگان علاقه‌مند فراهم گردد. در کنار اهتمام به این مهم، اساتید با تجربه کمتر در تدریس این واحد نیز ضرورت دارد در رشته‌های کاربردی‌ای چون طراحی بسته‌بندی افزون بر وجه نظری، به ابعاد گوناگون کاربردی و عملی علوم و فنون بسته‌بندی توجه داشته و از طریق دوره‌های آموزشی و درگیر شدن در صنعت، اطلاعات خود را به‌روز و غنی سازند. همچنین اساتید می‌توانند در برخی از سرفصل‌ها از اساتید و کارشناسان میهمان از صنعت دعوت نمایند تا خلأهای دوره تا حد امکان مرتفع گردد.

جدول (۲). مهم‌ترین چالش‌های دوره طراحی بسته‌بندی و تمهیدات لازم برای برطرف نمودن آن‌ها

نوع کارکرد	چالش‌ها	تمهیدات لازم
ارجاعی	۴ نفر از اساتید و ۶ نفر از دانشجویان از هر دو قطب اساتید و دانشجویان اذعان داشتند که مهم‌ترین چالش در این دوره به‌طور کلی، شکاف مابین یادگیری و کاربرد محتوای یادگیری شده، در صنعت است.	در خصوص این مهم باید تا جای ممکن تلاش گردد تا کارها حقیقی و بر اساس آنچه در صنعت روی می‌دهد، پیاده‌سازی شود. مواردی چون بازدید از کارخانه‌ها و مراکز مرتبط با بسته‌بندی نیز می‌تواند دانشجویان را با جلوه‌هایی از آنچه به‌واقع در صنعت رخ می‌دهد، روبرو سازد. حضور میهمان از صنعت برای اشتراک‌گذاری اطلاعات خویش و هیئت کارشناسان برای ارائه نظرات و ارزیابی پروژه‌های دانشجویان هم شایان توجه است. در حقیقت، اساتید با انعطاف‌پذیر ساختن دوره، با اعمال سبک‌های آموزشی متنوع لازم است در جهت ارائه مهارت‌های باکیفیت و منطبق با صنعت گام بردارند.
ترغیبی	۳ نفر از اساتید، عدم وجود تنوع و یکنواختی مابین اکثر آثار دانشجویان و حضور اندک نوآوری و طرح‌های خلاقانه دانشجویان را به‌عنوان یکی از مسائل مهم برشمردند.	می‌توان با روش‌هایی چون طوفان فکری جمعی موجبات تقویت انگیزه یادگیری و خلاقیت دانشجویان را در کلاس درس فراهم نمود. همچنین برای ترغیب دانشجویان به کوشش و پشتکار بیشتر در جهت تولید آثار نوآورانه و خلاقانه، رویدادها و جشنواره‌های بسته‌بندی می‌تواند گزینه مناسبی باشد.
هنری	۴ تن از دانشجویان عدم دسترسی آسان به اساتید در خارج از ساعات کلاس و موقوف شدن سؤال یا ارائه کار به جلسه بعدی کلاس حضوری را به‌عنوان یکی از چالش‌ها برشمردند.	با بهره‌گیری مطلوب از صفحات تعبیه‌شده در سامانه‌های آموزشی دانشگاه که بیشترین اقبال را در میان اساتید صاحب‌شونده نشان داد می‌توان این چالش را تا حدود زیادی پوشش داد. همچنین بسته به اجازه اساتید دوره، دانشجویان می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی، ایمیل دانشگاهی و شماره تماس با اساتیدشان در تماس باشند. شایان توجه است، اعم اساتید مورد مصاحبه به دلیل مسائل مرتبط با حریم شخصی، مخالف داده شدن شماره تلفن به دانشجویان بودند.
فرازبانی	۲ نفر از اساتید، عدم توجه عمیق برخی از دانشجویان و درگیر نشدن آنان در بحث و به‌تبع آن عدم خلق مناسب آثار را و همچنین برخی دانشجویان پیچیدگی بخش‌هایی از پروژه و عدم جذب و درک آن در کلاس درس را به‌عنوان چالش‌هایی در این دوره معرفی نمودند.	توجه و تدقیق در نظریه بارشناختی و راهکارهای نیل به دوره آموزش مطلوب در دسته‌های مختلف این نظریه که به طور سازمان‌دهی شده در جدول (۱) آمده است، می‌تواند باعث مدیریت بارشناختی درونی، کاهش بارشناختی بیرونی و افزایش بارشناختی مطلوب و در مجموع برجسته نمودن ویژگی‌های متنوع و جذابیت دوره برای دانشجویان و به‌تبع آن کاوش و ژرف‌نگری گردد.
همدلی	۵ تن از اساتید یکی دیگر از مشکلات دوره را علاقه دانشجویان به طراحی به شیوه غربی و بهره‌گیری از عناصری چون حروف‌نگاری لاتین و عدم توجه به خط فارسی در پروژه‌های طراحی‌شان معرفی نمودند.	پرواضح است که اساتید پرورش‌دهنده دانشجویانی هستند که در آینده بسته‌بندی محصولات مختلف کشور را طراحی می‌کنند. تمایل به طراحی به شیوه غربی یکی از چالش‌های بسیار هویدا در برگزاری دوره‌های بسته‌بندی است و اساتید بهتر است با برخورد مناسب از انتخاب برنده‌های غربی توسط دانشجویان جلوگیری کند. افزون بر این، اساتید لازم است در حد امکان الگوها و طرح‌های هنر عامیانه سرزمین را که نشان‌دهنده بافت فرهنگی ملی کشور است، به دانشجویان معرفی کنند تا دانشجویان طرح خود را غنی‌تر و برای جامعه خویش عرضه نمایند.
	تمامی مصاحبه‌شوندگان هر دو قطب اساتید و دانشجویان (۵ استاد و ۱۰ دانشجو) به ضعف‌های شدید در هر دو مجرای فیزیکی و برخط در حوزه کلاس‌های طراحی بسته‌بندی اشاره داشتند. در حوزه کلاس‌های حضوری، به کمبود امکانات لازم برای نمونه‌سازی بسته‌بندی مانند چاپگر سه‌بعدی، میز برش، پلاتر و ... در محیط آموزشی توجه شد. در حوزه آموزش برخط نیز ضعف شبکه‌های ارتباطی، قطع شدن‌های پیاپی اینترنت و ترافیک شبکه به‌عنوان چالش‌های اصلی معرفی شدند.	هرچند برخی از مشکلات مجرای ارتباطی برخط، چالش‌هایی زیرساختی است و صرفاً به آموزش مجازی این دوره مربوط نیست؛ ولیکن برخی دیگر از مسائل این مجرا و مجرای حقیقی لازم است توسط مؤسسات آموزش عالی و مسئولان ذی‌ربط رسیدگی و تدبیری برای آن اتخاذ گردد. برای نمونه عنایت ویژه‌ای بر تقویت سامانه‌های آموزشی دانشگاه‌ها و افزایش کارایی و امکانات آن در مجرای برخط و همچنین توجه به امکانات پایه‌ای واحد طراحی بسته‌بندی در فضای حقیقی برای پیشرفت دوره حاضر، ضروری است.

احساسات، ایده‌ها و چشم‌اندازهای ذهنی طرفین؛ ۲. چگونگی ارائه مواد و منابع آموزشی و ارائه تدریس و همچنین سیر اجرای پروژه؛ ۳. ایجاد انگیزه، تحریک و تأثیرگذاری یک قطب بر قطب دیگر در فرایند ارتباطی دوره؛ ۴. برجسته نمودن ویژگی‌های متنی و هنری پیام و پیشبرد فرایند ارتباطی دوره با توجه به قابلیت‌ها و محدودیت‌های ساختار شناختی طرف؛ ۵. انطباق و سازگاری محتوای دوره با شرایط خاص اجتماعی و فرهنگی ایران؛ ۶. تدقیق در اشکال مختلف ارتباطی دوره حاضر، مورد مصاحبه اساتید و دانشجویان رشته کارشناسی ارتباط تصویری و ارزیابی قرار گرفت (جدول و نمودار ۲).

۶- تجزیه و تحلیل فرایند ارتباط دو قطب (اساتید و دانشجویان) در دوره آموزشی «طراحی بسته‌بندی» کارشناسی پیوسته ارتباط تصویری

به جهت دستیابی به نتایج جزئی‌تر در زمینه چگونگی ارتباط دو قطب (اساتید و دانشجویان) درگیر در دوره آموزشی طراحی بسته‌بندی، فرایند ارتباطی با توجه به کارکردهای شش‌گانه ارتباطی با ابزار نظری و روشی نشانه‌شناختی، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. تأثیرات فرایند ارتباطی دوره با توجه به ۱. بیان



نمودار (۲). تدابیر لازم در جهت رشد و اعتلای هر کدام از کارکردهای شش‌گانه نظریه یاکوبسن و به‌طور کلی پاسخگویی با اعم نیازهای دوره طراحی بسته‌بندی (نگارنده، ۱۴۰۱)

بنای طراحی. ب) مرحله طراحی: دعوت به پروژه‌های گروهی و تعاملی در قالب تیم‌های طراحی و مازاد بر آن ۱ الی ۲ جلسه برای مرور مباحثی که احتمال می‌رود دانشجویان در این دوره به فراموشی سپرده باشند. ج). ارزشیابی دانشجویان در برهه‌های زمانی مشخص در طی دوره برای بهبود مستمر آنان و نیز حمایت استاد از آزمون و خطا و ایده‌های شجاعانه و خلاقانه دانشجویان؛ ۲. **کارکرد ارجاعی**: ارائه سبک‌های آموزشی متنوع به دانشجویان تا آن‌ها خود را با انجام‌پذیرترین روش یادگیری انطباق دهند و به اهداف دوره نائل آیند؛ ۳. **کارکرد ترغیبی**: اجرای روش‌های برانگیزاننده‌ای چون طوفان فکری جمعی، همچنین شرکت آثار نوآورانه و خلاق دانشجویی در مسابقات طراحی و نیز درگیر کردن صنعت به‌عنوان حامی آموزش و در آخر برجسته نمودن شیوه‌های مختلف ارتباطی میان دانشجویان و اساتید؛ ۴. **کارکرد**

۷- نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر فرایند ارتباط در دوره طراحی بسته‌بندی که یکی از دروس اصلی تصویب‌شده وزارت عتف در برنامه درسی کارشناسی پیوسته ارتباط تصویری است مورد تحلیل قرار گرفت. در این راستا از نظریه ارتباطی یاکوبسن بهره گرفته شد. به‌منظور بهبود و ارتقای مقوله ارتباط و به‌تبع آن اثرگذاری مطلوب‌تر این دوره و پاسخگویی به اعم نیازهای دوره پیشنهاد می‌شود بدین موارد توجه شایانی صورت پذیرد: ۱. **کارکرد عاطفی**: با هدف پرورش استعدادها و نوآورانه و خلاقه در اصلاح آموزش و پژوهش طراحی بسته‌بندی در ارتباط دوره با مخاطب ضرورت دارد بر اساس ترکیب تئوری و عمل و ترکیب هنر و فناوری در سه مرحله بدین شرح صورت پذیرد: الف) مرحله پیش از طراحی: موقعیت‌یابی و تحقیقات در خصوص بسته‌بندی‌ها، به‌عنوان سنگ

- media studies,” Tehran: University of Tehran Press, 2013. (In Persian)
- [11] H. Danaee Fard, M. Bagheri Kani, and A. Khani, “Understanding Strategic Priorities of Transformation of Education System from Viewpoint of Imam Khamenei,” *Scientific Journal of Islamic Management*, vol. 23(1), pp. 105-135, 2017. (In Persian)
- [12] M. Saunders, P. Lewis, and A. Thornhill, “Research Methods for Business Students,” Eighth Editions, New York: Pearson, 2019.
- [13] H. Danaee Fard, S. M. Emami, “Understanding Strategic Priorities of Transformation of Education System from Viewpoint of Imam Khamenei,” *Strategic Management Thought*, vol. 1 (2), pp. 69- 97, 2007. (In Persian)
- [14] C. Dawson, “Practical Research Methods: A User-friendly Guide to Mastering Research Techniques and Projects,” (M. R. Davari; J. Emami, and M. Ghazizadeh, Trans.). Tehran: Siahroud Publications, 2011. (In Persian)
- [15] J. De la Fuente, I. Carbonell, and M. LaPorte, “Design Thinking as a Framework for Teaching Packaging Innovation,” *Journal of Applied Packaging Research*, vol. 11 (1), pp. 39 – 69, 2019.
- [16] H. Atef, M. Medhat, “Blended Learning Possibilities in Enhancing Education, Training and Development in Developing Countries: A Case Study in Graphic Design Courses,” *TEM Journal*, vol. 4(4), pp. 358 – 365, 2015.
- [17] A. Kumar, “Blended Learning in Higher Education: A Comprehensive Study,” *International Conference on Business Management & Information Systems*, pp. 1 – 6, 2012.
- [18] Z. Ibrahim, A. Abdul Aziz, “Instructional Design Theory on Teaching Delivery and Evaluation Online for Graphic Design Courses,” *The 3rd International Conference on e-Learning, ICEL 2011*, 23-24 November 2011, Bandung, Indonesia, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 67, pp. 606 – 610, 2012.
- [19] L. Ning, “Exploration on Hunan Province’s folk arts in package designing course of local university,” *2nd International Conference on Advances in Social Science, Humanities, and Management*, pp. 246- 249, 2014.
- [20] S. Yang, “Research on Teaching Method of Packaging Design Course Based on Chinese Style,” *Review of Educational Theory*, vol. 2 (4), pp. 8 – 12, 2019.
- [21] P. P. Guiraud, “semiology,” (M. Nabavi, Trans.). Tehran: Agah Publishing house, 2020. (In Persian)
- [22] M. Zaryabi, H. Abeddoust, “The Analysis of the Expressive and Impressive Functions of Type in The Packaging of Iranian Foodstuff (The Case Study: The Selected Packages of the Annual and Biennial Iranian Packaging Designers),” *Journal*

هنری: توجه به اصول تئوری بارشناختی در فرایند آموزش طراحی بسته‌بندی؛ ۵. کارکرد فرازبانی: توجه به اقتضات فرهنگی و ریشه‌های تاریخی، مفاهیم معنوی، جغرافیا و آداب و رسوم جامعه؛ ۶. کارکرد همدلی: فراهم آوردن انعطاف لازم برای ترکیب نیازها، اهداف و اولویت‌های آموزشی با استراتژی قدرتمند یادگیری ترکیبی (فیزیکی/ فناوری (برخط)). فرایند ارتباطی دوره‌های طراحی بسته‌بندی با لحاظ موارد فوق می‌تواند کارآمدتر و اثرگذارتر عمل نموده و در نهایت می‌توان از دانشجویان طرح‌های بسته‌بندی‌ای با تأثیر بصری بیشتر که مصرف‌کننده را تحریک به خرید می‌نماید و به‌نوعی افزون بر بعد زیبایی‌شناسانه، کارا واقع می‌شود انتظار داشت.

۸- مراجع

- [1] X. He, B. Liu, and S. Li, “Reflections on the Teaching of Packaging Design Based on Brand Strategy,” *International Conference on Education, Economics and Management Research*, pp. 40- 43, 2017.
- [2] M. Givee, “Investigating the Role of Art Design and Packaging Graphics on Marketing and Sales,” *Journal of Packaging Science and Techniques*, vol. 9(33), pp. 50-63, 2020. (In Persian)
- [3] L. Natadjaja, “Process of Service Learning Implementation in Packaging Design Course at Visual Communication Design of Petra Christian University Indonesia and The Impact to Micro Business,” *Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain – Universitas Kristen Petra*, vol. 8(1), pp. 21-28, 2006.
- [4] C. Yang, “Applying Design Thinking as a Method for Teaching Packaging Design,” *Journal of Education and Learning*, vol. 7(5), 52-61, 2018.
- [5] B. Gulay Tasci, “Project Based Learning from Elementary School to College, Tool: Architecture,” *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 186, pp. 770-775, 2015.
- [6] L. Yu, “The Improved Teaching Mode of Packaging Design with Specialized Themes on Regional Culture,” *3rd International Conference on Social Science, Management and Economics*, pp. 775-779, 2017.
- [7] M. R. Keramati, “Successful teaching Teaching experiences in higher education,” Tehran: Sedaye Moaaser Publications, 2011. (In Persian)
- [8] A. Razi, “Research methods and skills in literature and reference science,” Tehran: Fatemi Publications, 2018. (In Persian)
- [9] A. Gorji, S. Barkhordari, “Fundamentals of research methods in social sciences,” Tehran: Saless Publications, 2009. (In Persian)
- [10] S. R. Ameli, “Research methods in cultural and

- Based Teaching in Packaging Design Course,” 2nd Eurasian Conference on Educational Innovation, pp. 189 – 192, 2019.
- [38] M. Medhat Ali, H. Atef Kamal El-Din, “Perspectives of Blended course design approach in Graphic Design (a case study in UAE),” International Journal of Development Research, vol. 9 (1), pp. 1 – 21, 2018.
- [39] M. Wang, “Linguistic Semiotics,” Singapore: Peking University & Springer Nature Singapore Pte Ltd, 2020.
- [40] F. Pahlavan, “Visual Communication from Perspective of Semiotics,” Tehran: Tehran University of Art Pub, 2011. (In Persian)
- [41] T. Metz, R. Tursky, and L. Deeg, “Re-Design Teaching Design,” Architecture_MPS, vol. 18 (1), pp. 1 – 4, 2020.
- [42] P. McCarthy, “Common Teaching Methods,” 2009 Armenia Workshop Teaching Methodology, pp. 1- 5, 2009.
- [43] L. Shi, “Design of Packaging Design Evaluation Architecture Based on Deep Learning,” Hindawi Scientific Programming, Vol. 2022, pp. 1-8, 2022.
- [44] E. Lupton, “Graphic Design Tinking Beyond Brainstorming,” (N. Mohammadgholizadeh, Trans.). Tehran: Farhangsara Mirdashti, 2015. (In Persian)
- [45] N. Abdallah, R. Darwish, “Packaging design course teaching improvement: a case study in the faculty of applied arts, Egypt,” Indian Journal of Science and Technology, vol. 3 (10), pp.1108 – 1112, 2010.
- [46] M. Medhat Ali, H. Atef Kamal El-Din, “Promoting Active Learning Through The Use of Case Studies: Experiment in Active Teaching in Graphic Design Courses,” INTED2015 9th international Technology, Education and development conference. Madrid, Spain., pp. 6574- 6583, 2015.
- [47] X. Wang, “Exploration and Practice in Graphic Design Course Teaching Based on CDIO,” World Journal of Educational Research, pp. 265-268, 2018.
- [48] M. A. Yurtsever, E. Tuzun, “Teaching Design Patterns Using Interactive Methods,” 55th Hawaii International Conference on System Sciences, pp. 941- 949, 2022.
- [49] Y. Doğan, V. Batdı, “Revisiting Brainstorming Within an Educational Context:A Meta-Thematic Analysis,” Journal of Learning for Development., vol. 8 (3), pp. 541- 556, 2021.
- [50] F. Halabiya, “The Effect of The Brainstorming Strategy on Developing The Problem-Solving Method of AL-QUDS University Students,” Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation, vol. 32 (3), pp. 17276- 17266, 2022.
- [51] S. C. Sekhar, K. Lidiya, “Brainstorming,” Management, vol. 2 (4), pp. 113- 117, 2012.
- of Packaging Science and Techniques, vol. 12(47), pp. 43-56, 2021. (In Persian)
- [23] M. Limon, “Packing in Meaning: Applying Jakobson’s Model of Communication to Packaging Design,” The American Journal of Semiotics, vol. 34, pp. 371-398, 2018.
- [24] F. Pahlavan, “An Introduction to Analysis of the Visual Elements of Logo,” Tehran: Tehran University of Art Pub, 2011. (In Persian)
- [25] E. Dadvar, “Vocabulary of semantics,” Tehran: morvarid Pub, 2008. (In Persian)
- [26] F. Azimifard, “Descriptive Culture of Semiotics,” Tehran: Elmi Publications, 2013. (In Persian)
- [27] B. Martin, F. Ringham, “Dictionary of Semiotics,” (M. Montazer ghaem, & Z. Asadi, Trans.). Tehran: Logos Publications, 2020. (In Persian)
- [28] M. Dehghan Harati, “A study of the pathology of Yazd theater audience focusing on Jacobsen’s theory,” Namayesh magazine, vol. 65, pp. 85-92, 2013. (In Persian)
- [29] D. Chandler, The Basics Semiotics,” (M. Parsa, Trans.). Tehran: Soore Mehr, 2018. (In Persian)
- [30] K. Safavi, “From Linguistics to Literature; First volume: Poetry,” Tehran: Soore Mehr, 2015. (In Persian)
- [31] M. Zaryabi, H. Abeddoust, “Interpreting the Process of Communication in Workshop and Practical Virtual Classes of Visual Arts based on Jakobson’s Theory and Explaining the Strategies to Promote the Effectiveness of its Functions,” The National Conference of Workshop and Practical Classes in Arts; Challenges and Solutions, pp. 1-10, 2021. (In Persian)
- [32] H. Dalvandi, “Teaching Art in Primary School,” Tehran: Samt, 2019. (In Persian)
- [33] C. Lin, H. Tu, “Problem-Based Learning and Capstone Course Teaching Strategies for University Social Responsibility: The Case of a Packaging Design Course,” International Journal of Learning, Teaching and Educational Research, vol. 20 (5), pp. 249 – 270, 2021.
- [34] G. Jönson, “Challenges to Packaging in a Global World,” Marcus Wallenberg Prize Symposium September 30, 2005, pp. 1 – 12, 2005.
- [35] L. Liang, “Research on Ideological and Political Teaching Reform of Packaging Design Course Based on Cultural Confidence,” International Conference on Education, Humanity and Language, Art, pp. 207 – 212, 2021.
- [36] L. Xiong, “A Probe Into the Integrated Online Teaching of “Packaging Design” Course in Product Design Specialty,” 4th International Conference on Culture, Education and Economic Development of Modern Society, pp. 1200-1203, 2020.
- [37] L. GuangAn, “Practical Research on Project

- [60] A. A. Okaz, "Integrating Blended Learning in Higher Education," *Social and Behavioral Sciences*, vol. 186, pp. 600- 603, 2015.
- [61] H. Sharafi, "A study on the possibility of integrating art production and natural science concepts in art curriculum and education," *Educational Innovations*, vol. 10(3), pp. 119-150, 2011. (In Persian)
- [62] E. Kazempour, "The Effect of integration of art with mathematics on the student's learning and creativity," *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, vol. 6 (1), pp. 73-90, 2016. (In Persian)
- [63] M. Hegde, "An overview of Integrating Art in Education," available on https://www.researchgate.net/publication/348648707_An_overview_of_Integrating_Art_in_Education (4 May 2022)
- [64] M. H. Halimi, "The need for new educational experiences," *Honar-ha-ye Ziba*, vol. 3 (1), pp. 29-33, 1998. (In Persian)
- [65] F. Sujudi, "Applied semiotics," Tehran: Elm Pub, 2017. (In Persian)
- [66] P. Parrish, J. Linder-VanBerschoot, "Cultural dimensions of learning: Addressing the challenges of multicultural instruction," *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, vol. 11(2), pp. 1- 19, 2010.
- [67] F. Su, "Blended Learning Pedagogy in Higher Education," *Encyclopedia of Educational Innovation*, pp. 1- 6, 2019.
- [68] F. M. Aldhafeeri, "Blended Learning in Higher Education," *International Handbook of E-Learning, Volume 2: Implementation and Case Studies*, Edited by Mohamed Ally & Badrul Khan, pp. 93- 104, 2014.
- [69] M. Stewart, "Teaching art at a distance," *Elearnmag*. December 2006, available on <https://elearnmag.acm.org/archive.cfm?aid=1190072> (4 May 2022)
- [52] M. Mulder-Nijkamp, B. De Koeijer, and R. Torn, "Implementing Sustainability Considerations in Packaging Design Curricula," 21st IAPRI World Conference on Packaging, pp. 1- 8, 2018.
- [53] M. Kian, "Challenges of Virtual Education: A Report of What Are Not Learned," *The Interdisciplinary Journal of Virtual Learning in Medical Sciences*, vol. 5 (3), pp. 11-23, 2014. (In Persian)
- [54] V. Salehi, H. Moradi Mokhles, and H. Gharabaghi, "Cognitive Load Theory in Multimedia Learning: A Review of the Historical Evolution and a Critique on the Theoretical Framework," *Foundations of Education*, vol. 9 (2), pp. 22-49, 2020. (In Persian)
- [55] K. Hussein Baglou biqlu, M. Piri, J. Yari, and A. Rezaei, "Designing a Multimedia Instruction based on Sweller's Cognitive Load Theory And Determining Its Effect on the Engagement and Transfer of Math Learning Among Third Grade Primary School Learners," *Research in School and Virtual Learning*, vol. 6 (4), pp. 31-44, 2019. (In Persian)
- [56] A. M. Garvey, J. A. Gonzalo-Angulo, and L. Parte, "Cognitive Load Theory: Limiting the Gap between Academics and Students in Accounting and Auditing," *Review of Business and Legal Sciences*, vol. 28 (1), pp. 5-28, 2017.
- [57] I. Akin, M. Murrell Jones, "Closing the Gap in Academic Writing Using the Cognitive Load Theory," *Literacy Information and Computer Education Journal (LICEJ)*, vol. 9 (1), pp. 2833-2841, 2018.
- [58] C. M. Mierlo, H. Jarodzka, F. Kirschner, and P. A. Kirschner, "Chapter 97: Cognitive Load Theory in E-Learning," *Encyclopedia of Cyber Behavior*, pp. 1178- 1211, 2012.
- [59] H. Zanganeh, E. Velayati, and E. Abolghasemi, "Determining the characteristics of electronic instruction content (curriculum) in view of cognitive load theory deductive qualitative content analysis method," *Qualitative Research in Curriculum*, vol. 3(7), pp. 122-143, 2017. (In Persian)

Interpreting the Communication Process Between Teachers & Students in the Packaging Design Courses Based on Jacobson's Theory

Mohammad Zaryabi, Hossein Abeddoust*

* Assistant Professor, Graphic group, Faculty of Art and Architecture, University of Guilan, Rasht, Iran

(Received: 11/05/2022; Accepted: 11/10/2022)

Abstract

"Packaging design" is one of the main courses in the Iranian MSRT-authorized curriculum for the BFA major in visual communication. The present study aims to analyze the communication process of the packaging design course based on Jacobson's theory of communication and elaborate on some strategies to enhance communications and subsequently, increase effectiveness of the course. In the present study, the key research question is as follows: what actions can be taken to improve the current theory's six functions, and in general, to enhance the communication process in Iranian higher education's packaging design courses? The descriptive-analytical research method is applied, and the data collection is conducted through a combination of library research methods by note-taking and open-ended survey field interviews with the target population. The qualitative data analysis is used. The interviewees were selected in a targeted way, and the snowball (chain referral) method is applied. The results indicate that the actions to be taken in order to develop each of the six functions in Jacobson's theory and to meet the general needs of the course are as follows: (1) Implementing an interdisciplinary environment in the class and imitating real-world common collaborations in the industry; (2) Adopting diverse educational styles, presentations, and sources to achieve the course goals; (3) Careful consideration of four general rules, namely, collective brainstorming, engaging the industry as the course sponsor, directing students to attend end-of-semester design competitions, and highlighting various methods of communication between students and instructors; (4) Considering the principles and categories of the cognitive load theory; (5) Observing cultural requirements and using folk art models; (6) Applying hybrid physical/technological (online) learning as a robust educational strategy.

Keywords: Communication Process, Packaging Design Training, Jacobson's Theory, Visual Communication Major