

برهم‌کنش سه‌وجهی «عنوان» در طرح روی جلد سه کتاب تصویری کودک

امیرحسین زنجانی^۱

چکیده

در کتاب‌های کودک کارکرد عنوان به اسم‌گذاری محدود نمی‌شود. اسم‌گذاری، کارکرد زبان‌شناختی عنوان به‌شمار می‌آید. عنوان می‌تواند فضای نسبی محتوای کتاب را پیش از خواندن بازنمایی کند. عناوین پیش از اینکه خوانده شوند، دیده می‌شوند. از همین رو، عناوین می‌توانند با استفاده از شگردهای تایپوگرافیک کارکرد زیبایی‌شناختی خود را نیز به‌منصه‌ی ظهور برسانند. علاوه بر این، برهم‌کنش عنوان کتاب و تصویر روی جلد نیز عامل مهمی در مفهوم‌سازی طرح روی جلد است. در همین راستا، پژوهش حاضر در پی پاسخ‌گویی به چگونگی برهم‌کنش مثلث «عنوان» (بعد زبان‌شناختی عنوان)، «تایپوگرافی» (بعد زیبایی‌شناختی عنوان) و «تصویر روی جلد» در ساختار مفهومی طرح روی جلد است. این پژوهش به‌لحاظ هدف، کاربردی و به‌لحاظ گردآوری داده، کتابخانه‌ای و به‌لحاظ روش، تحلیلی‌توصیفی است. جامعه هدف، کتاب‌های تصویری گروه سنی «الف» و «ب» است؛ نمونه مورد مطالعه به سه کتاب *سؤال بزرگ* (ارلبروش، ۱۳۸۸)، *شیره دانایی* (پیومینی، ۱۳۹۶) و *کارآگاه آفتابی* (بهارای سعدی، ۱۳۹۶) محدود شده است. علت انتخاب سه کتاب مذکور، سبک‌های متفاوت در شیوه عنوان‌دهی و تایپوگرافی کلماتی است که در عنوان کتاب به کار رفته است. پژوهش‌های پیشین بین عنوان و تصویر روی جلد دنبال رابطه‌ای تک‌وجهی بوده‌اند؛ پژوهش حاضر برای عنوان، هویتی دویعدی قائل است و از همین رو، برهم‌کنش عنوان با تصویر را در قالب رابطه‌ای سه‌وجهی واکاوی می‌کند.

کلیدواژگان: ادبیات کودک، کتاب‌های تصویری، گرافیک، طرح روی جلد، عنوان پژوهی، تایپوگرافی.

مقدمه

رویکردهای گوناگونی درخصوص تعریف و کارکردهای عنوان وجود دارد. برخی رویکردها مانند ساختگرایان عنوان را متنی الحاقی و برخی نیز مانند پسامدرن‌ها، آنرا نه متنی الحاقی بلکه بخش لاینفک متن اصلی می‌دانند. عنوان، تایپوگرافی آن و تصویر روی جلد سه موضوعی است که در این پژوهش مورد توجه قرار می‌گیرد و در همین راستا، این مقاله در پی پاسخ به چهار پرسش درباره طراحی جلد کتاب‌های تصویری کودک است: ۱- تایپوگرافی عنوان و معنای زبانی کلماتی که در عنوان به‌کاررفته است چگونه وارد برهم‌کنش می‌شوند؟ ۲- همسایگی تصویر روی جلد و تایپوگرافی عنوان چگونه در معنادگی همدیگر ایفای نقش می‌کنند؟ ۳- مفهوم زبانی عنوان کتاب و تصاویر روی جلد چگونه بر یکدیگر لنگر می‌اندازند؟ ۴- سه برهم‌کنش مذکور چگونه طرح روی جلد را مفهوم‌سازی می‌کنند؟

با افزایش و تکثر هر روزه تایپ‌فیس‌های فارسی و ایده‌گیری تایپوگراف‌های ایرانی از کتاب‌های کودک خارجی، ضرورت پژوهش در این خصوص انکارناپذیر است. پژوهش‌هایی که در این خصوص انجام شده است، به‌لحاظ کمی بسیار ناچیز است.

روش پژوهش

^۱ کارشناسی‌ارشد، گروه ادبیات کودک و نوجوان، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

این پژوهش به‌لحاظ هدف، کاربردی و به‌لحاظ گردآوری داده، کتابخانه‌ای و به‌لحاظ روش، تحلیلی‌توصیفی است. جامعه هدف، کتاب‌های تصویری گروه سنی «الف» و «ب» است؛ اما نمونه مورد مطالعه به سه کتاب سؤال بزرگ (آر/آربروش، ۱۳۸۸)، شیرۀ دانایی^۵ (پیومینی، ۱۳۹۶) و کارآگاه آفتابی (بهاری سعدی، ۱۳۹۶) محدود شده است. علت انتخاب سه کتاب مذکور، سبک‌های بسیار متفاوت در شیوه عنوان‌دهی و تایپوگرافی کلماتی است که در عنوان کتاب به کار رفته است.

پیشینه پژوهش

لیو هوئک^۶ نخستین کسی بود که از عنوان متن ادبی سخن راند. او در مقاله «برای نشانه‌شناسی عنوان» (۱۹۷۳) به تعریف و کارکردهای عنوان پرداخت. در ۱۹۸۷، ژنت^۷ کتاب آستانه‌ها^۸ را درباره پیرامتن‌های کتاب (عنوان، مقدمه، نام‌نویسنده، سخن ناشر، مصاحبه‌های نویسنده) منتشر کرد و فصول چهارم و یازدهم را به موضوع عنوان اختصاص داد. کتاب مذکور با نام پیرامتن‌ها، آستانه‌های تفسیر^۹ (۱۹۹۷) به زبان انگلیسی ترجمه شده است. مقاله «تأثیر عنوان‌ها بر چگونگی دریافت بصری نقاشی‌ها» (Franklin et al., 1993) نشان می‌دهد عنوان‌گذاری‌های مختلف یک اثر هنری باعث خوانش‌ها و دریافت‌های متفاوت می‌شود و بیننده یک اثر هنری همواره در پی ایجاد تناسب معنا بین عنوان و اثر است. «هنر عنوان‌گذاری: تأثیر اطلاعات عنوان بر فهم و درک نقاشی‌ها» (Ledera et al., 2006)، پژوهشی روان‌شناختی و به شیوه‌ای تجربی است که بر اساس آن، عناوین به «دلالتگر» و «توصیفی» دسته‌بندی می‌شوند (البته دسته‌بندی‌هایی شبیه به دلالتگر و توصیفی در عنوان‌پژوهی‌های گذشته نیز مسبوق به سابقه بوده است). پژوهش ایشان مدعی همبستگی مثبت بین زمان رؤیت اثر هنری و دریافت معنای آن است. در ایران نیز زهره قائینی در پژوهشی (۱۳۷۵) همبستگی زمان و دریافت معنا را در بستر کتاب‌های تصویری کودک (البته نه الزاما در بستر رابطه عنوان با تصویر) مورد توجه قرار داد و نشان داد که واکنش اولیه کودکان نشانگر میل آنها به کتاب‌هایی با تصاویر و شخصیت‌های سطحی (با رنگ تخت و شفاف و فرم‌های مشخص و شخصیت‌های عروسکی) است ولی در زمانی طولانی‌تر که فرصت تأمل و دقت در کتاب‌ها فراهم می‌شود، میل به تصاویری عمیق‌تر (اکسپرسیو، رنگ‌های پخته و فرم‌های آزادتر) بیشتر می‌شود (قائینی، ۱۳۹۰: ۴۵۷-۴۵۶).

در ایران بحث عنوان را نخستین بار بهمن نامورمطلق در بخشی از مقاله «پیرامنتیت یا متن‌های ماهواره‌ای» (۱۳۸۵) مطرح کرد و سپس نظریات عنوان‌شناسان مختلف و تعاریفی از عنوان را به اجمال در مقاله‌ای (۱۳۸۸) بیان کرد. پایان‌نامه بهادرخان (۱۳۹۰) رابطه تصاویر و نوشتار را در هر یک از آثار مجموعه تصاویر کتاب سال تصویرگران ۱۳۸۶ بررسی کرده است. ایشان علاوه بر تحلیل نمونه‌ها بخشی از پایان‌نامه‌اش را به مصاحبه‌های تصویرگران و هنرمندان خارجی در مجلاتی مثل «مجله تدیس» پرداخته است و ایضا چهل و سومین نشست نقد ادبی را (که با موضوع «بررسی نشانه‌های تصویری و کلامی در ادبیات کودک» با حضور حلقه نشانه‌شناسان ایران در تیرماه ۱۳۸۴ برگزار شده بود) کاملا گزارش داده است. پایان‌نامه عبدالله‌آبادی (۱۳۹۱) رابطه عنوان با عکاسی را، منصوری (۱۳۹۴) ساختار بصری عناوین روی جلد کتاب‌های ادبی دهه هشتاد را، شهری (۱۳۹۷) تایپوگرافی جلد کتاب‌های دهه هشتاد را و اباذریور (۱۳۹۷) ترکیب‌بندی تایپوگرافی روی جلد کتاب‌های دهه پنجاه را مطالعه کرده‌اند. عنوان پایان‌نامه رضوی (۱۳۹۷) ادعای بررسی تایپوگرافی در طراحی جلد کتاب کودک را دارد اما عملا تحلیل‌های ایشان، هم به لحاظ کمی (تعداد صفحات) و هم به لحاظ کیفی ادعای مذکور را پشتیبانی نمی‌کند. پایان‌نامه علی‌اکبری (۱۳۹۹) به گرافیک کتاب‌های حماسی در گروه سنی «ج» و به‌ویژه گرافیک جلدشان توجه داشته است. مطلمعی (۱۴۰۰) شگردهای بصری آثار تصویرگران دهه چهل در حوزه کودک را به‌لحاظ اصول ادراکی مورد توجه قرار داده است.

مقاله مشترک حسینی اصفهانی و مراثی (۱۳۹۶) با روش کمی-کیفی (ترکیبی) به بررسی رابطه عنوان و دریافت مخاطب در هنرهای تجسمی پرداخته است. مقاله پرمهر یابنده و همکارانش (۱۴۰۱) به تایپوگرافی عنوان‌های چند سریال از شبکه نمایش خانگی را بررسی کرده است. مقاله زنجانبر و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی پیرامتن‌های چهارده ترجمه فارسی از کتاب درخت بخشنده (silverstein, 2011) و به‌ویژه به تحلیل رابطه عنوان و طرح روی جلد آنها پرداخته است. نوآوری مقاله پیش‌رو در این است که پژوهش‌های پیشین بین عنوان و تصویر روی جلد (یا در حالتی کلی‌تر، بین نوشتار و تصویر)

دنبال رابطه‌ای تک‌وجهی بوده‌اند؛ پژوهش حاضر برای عنوان، هویتی دوبعدی قائل است و از همین رو، برهم‌کنش عنوان با تصویر را در قالب رابطه‌ای سه‌وجهی واکاوی می‌کند.

مبانی نظری

۱. عنوان

عنوان یک ساختار زبانی رمزی است؛ چراکه «از یک سو در چارچوب نشانه‌شناسانه دلالت‌مند قرار می‌گیرد و از سویی دیگر یکی از سازکارهای رسانگی تولیدکننده و خلاق است» (اشهبون، ۲۰۱۱: ۸). درواقع، «عنوان» نشانه‌ای است که متشکل از حروف است و «حروف نشانه‌هایی هستند که هم به نظام نشانه‌های زبان‌شناسی و هم به نظام نشانه‌های تصویری مرتبط هستند» (دمیرچلیو و سجودی، ۱۳۹۰: ۹۰). نظریه‌پردازان عنوان‌گذاری درباره‌ی تعریف عنوان اختلاف دارند و فقط در اسم و کلمه بودن عنوان اتفاق دارند. ژرار ژنت، ضمن اشاره به تعاریف عنوان‌شناسان، عنوان را تعریف‌ناپذیرترین و پیچیده‌ترین پیرامتن کتاب می‌داند (Genette, 1997: 55). لیو هونک می‌گوید: «عنوان گروهی از نشانه‌های زبانی است که در رأس متن قرار می‌گیرد. این نشانه‌ها متن را معین می‌کنند؛ به محتوای کلی آن اشاره می‌کنند و عموم خوانندگان را جذب و [به خواندن] وسوسه می‌کنند» (Genette, 1997: 76). لوینسون^۲ عنوان را حتی به فرض نامربوط بودن آن، جزئی از اثر هنری می‌شمارد و ارزش‌گذاری اثر با نادیده‌انگاری عنوان را خلاف اصول اخلاقی نقد می‌داند (Petersen, 2006: 33). «ویژگی‌های آلد ریخ^۳ می‌گوید: شگفت‌آور است که چگونه تغییر عنوان یک ساختار، محتوای ادراک‌شدنی آنرا تغییر می‌دهد» (Petersen, 2006: 37). چارلز گریول^۴ کارکرد عنوان را در سه محور می‌بیند: معرفی اثر، تعیین موضوع اثر، و مهم جلوه دادن اثر. به‌طور مشابه نامورمطلق^۵ نیز سه کارکرد برای عنوان قائل است: شناسایی اثر، ارتباطی-تبلیغاتی و آستانگی. کارکرد شناسایی امکان معرفی اثر را فراهم می‌کند و تمایز اثر با آثار مشابه را میسر می‌کند. کارکرد ارتباطی-تبلیغاتی در پی جذب مخاطب است و کارکرد آستانگی، پلی بین مخاطب و متن ایجاد می‌کند (نامورمطلق، ۱۳۸۸: ۸۳-۸۷). «عنوان دیگر تنها بازنمایاننده‌ی متن بزرگتر خود نیست. دیگر به تشویق و ترغیب خواننده نیز بسنده نمی‌کند؛ بلکه خود به متنی بدل گشته که از ویژگی‌های متن برخوردار است» (خلف، ۱۳۹۶: ۸۹). یکی از این ویژگی‌ها «تکثر دلالت‌ها و تن به قرائت واحد ندادن» (اشهبون، ۲۰۱۱: ۴۳) است و به قول واسینی^۶ الاعراج «عنوان یک علامت متنی است که بر بیش از یک مدلول دلالت دارد». عنوان‌ها را می‌توان با رویکردهای مختلف به انتحای مختلف دسته‌بندی کرد. مثلاً با نگاه فرمالیستی عنوان را می‌توان به عنوان اصلی، زیرعنوان^۷، عنوان‌های داخلی و غیره تقسیم کرد. عنوان داخلی «عنوان‌هایی است که برای بخش‌هایی از کتاب برگزیده می‌شود» (اشهبون، ۲۰۱۱: ۷۹). مخاطبان عنوان اصلی که روی کتاب می‌آید، عموم مردم هستند ولی مخاطبان عنوان داخلی، خوانندگان خاص همان کتاب‌اند.

۲. تایپوگرافی

در دانشنامه آکسفورد تایپوگرافی به طراحی هنرمندانه، خلاق و حساس نسبت به حروف و کلمات در هر زبانی اطلاق می‌شود. تایپوگرافی از دو واژه typo به معنای تایپ و graphy به معنای طراحی تشکیل شده است و تحت‌اللفظی به معنای طراحی نوشتار است (وایت، ۱۳۸۹: ۱۷). تایپوگرافی وجه دیداری کلمات را نسبت به وجه خوانداری آن برجسته‌تر می‌کند. منظور ما از تایپوگرافی عنوان کتاب چیزی جز سامان‌بخشی حروف تایپی به منظور ایجاد لحن مورد نیاز در فونت‌ها نیست. تایپوگرافی امروزه فقط به چینش و لی‌اوت محدود نمی‌شود. ایجاد تغییر در شکل حروف، روابط آنها، ترکیب کلمات و سایر شگردهای بصری‌سازی نوشتار شگردهایی تایپوگرافیک محسوب می‌شوند. درواقع، تایپوگرافر با استفاده از تغییر در شکل نوشتاری عنوان کتاب مثل تغییر در اندازه، فاصله حروف، شکل حروف، نوع فونت و مواردی از این دست، زبان بصری برای تایپ به وجود می‌آورد.

۳. کارکرد سه‌وجهی عنوان

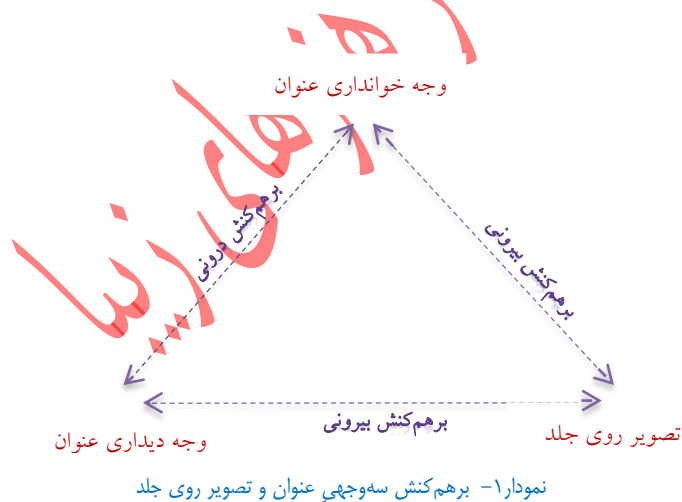
کارکرد سه‌وجهی عنوان شامل دو برهم‌کنش است: یکی برهم‌کنش بیرونی و دیگری برهم‌کنش درونی.

الف) برهم‌کنش درونی

عنوان کتاب هم وجه خوانداری (مفهومی زبان‌شناختی) دارد و هم وجهی دیداری (مفهومی زیبایی‌شناختی). برهم‌کنش درونی عبارت است از تعامل وجه خوانداری عنوان با وجه دیداری آن (وجه تایپوگرافی آن). همان گونه که یک پانتومیم‌باز سعی می‌کند محتوای یک کلمه را از طریق نمایش بصری بدن به مخاطب خود منتقل کند، یک تایپوگرافر نیز سعی می‌کند محتوای خوانداری کلمه را از طریق نمایش بصری حروف به مخاطب منتقل کند. فونت‌هایی که در زبان مقالات و کتاب‌های پژوهشی استفاده می‌شوند میل به نامرئی بودن دارند. «حروف چاپی به‌جا استفاده‌شده در مقام حروف قابل دیدن نیستند. درست مانند صدای گفتگو وسیله‌ای بی‌جلب توجه برای انتقال کلمات و ایده‌ها است» (آرمسترانگ، ۱۳۹۱: ۶۵). از همین رو بدون اینکه رسانه نوشتار جلب توجه کند، مخاطب در محتوای مطلب غرق می‌شود. این در نقطه مقابل نحوه به‌کارگیری فونت‌هایی است که در کتاب‌های کودک و یا آگهی‌های تجاری دیده می‌شود. یکی از کارکردهای عنوان کتاب‌ها و آگهی‌ها جلب توجه مخاطب است.

ب) برهم‌کنش بیرونی

برهم‌کنش بیرونی عبارت است از تعامل عنوان کتاب با همسایگان خود. مراد از پیوند عنوان با همسایگان، روابطی است که عنوان اصلی با تصویر روی جلد، گزین‌گویی‌ها و مطلع‌های کتاب دارد (خلف، ۱۳۹۶: ۵۲). «تصاویر، خصلتی چندمعنایی دارند. آن‌ها در پس‌دال‌هایشان به‌طور ضمنی زنجیره شناوری از مدلول‌ها را به ما منتقل می‌کنند» (بارت، ۱۳۹۸: ۱۸۹). بارت معتقد است توضیح نوشتاری که به تصویر پیوست می‌شود، به‌مثابه لنگری برای تثبیت معنای آن عمل می‌کند. از آنجا که عنوان کتاب، در جایگاه یک توضیح نوشتاری، هم تحت نظام نشانه‌ای خوانداری است و هم تحت نظام نشانه‌ای دیداری؛ لذا هم می‌تواند از جنبه خوانداری‌اش و هم می‌تواند از جنبه دیداری‌اش (تایپوگرافی‌اش) با تصویر روی جلد وارد برهم‌کنش شود. از همین رو تصویر روی جلد و عنوان به دو طریق می‌توانند برهم‌کنش داشته باشند و با ایجاد لنگر معنایی، شکاف‌های همدیگر را پر کنند: یکی برهم‌کنش تصویر روی جلد با وجه خوانداری عنوان و دیگری برهم‌کنش تصویر روی جلد با وجه دیداری عنوان (نمودار ۱).



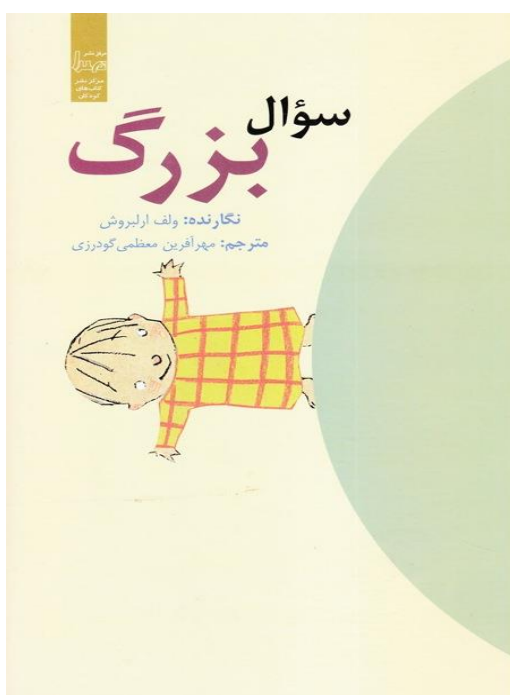
بحث و تحلیل

در این بخش طرح روی جلد کتاب‌های سؤال بزرگ (ارلبروش، ۱۳۸۸)، شییره دانایی (پیومینی، ۱۳۹۶) و کارآگاه آفتابی (بهاری سدی، ۱۳۹۶) بر اساس کارکرد سه‌وجهی عنوان مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

۱. کارکرد سه‌وجهی عنوان در سؤال بزرگ (ارلبروش، ۱۳۸۸)

الف) برهم‌کنش تصویر روی جلد و وجه خوانداری عنوان

جلد کتاب‌های کودک علاوه بر تصویر شامل نوشتارهایی مانند عنوان کتاب و نام نویسنده است. صرف‌نظر از تصویر روی جلد، عنوان کتاب ماهیتاً متشکل از دو وجه است: یکی وجه دیداری و دیگری وجه خوانداری. از برهم‌کنش تصویر روی جلد و زبان خوانداری عنوان کتاب معنای طرح روی جلد شکل می‌گیرد. در *سؤال بزرگ* (ارلبروش، ۱۳۸۸)، تصویر روی جلد، کودکی را نشان می‌دهد که دستش را از یکدیگر گشوده است؛ خواننده با توجه به اینکه نام کتاب متصف به صفت «بزرگ» است؛ متوجه می‌شود که این کودک بغل برای کسی نگشوده است؛ بلکه با زبان بدن می‌خواهد بزرگ را به شکلی کودکانه نشان دهد. تصویر بدون لنگر نوشتار، ابهام دارد. چراکه هم می‌تواند بر آغوش گشودن دلالت داشته باشد و هم بر نمایش اندازه‌های بزرگ؛ لیکن لنگر معنای خوانداری کلمه «بزرگ» شکاف تصویر روی جلد را پر و ابهام آنرا رفع می‌کند.



تصویر ۱- طرح روی جلد *سؤال بزرگ* (ارلبروش، ۱۳۸۸)

معنای خوانداری عنوان روی جلد ابتدا بر شکل اصلی روی جلد لنگر می‌اندازد، سپس مقوم روابط ساختاری بین سایر اجزای تصویر (خرده‌تصویرها و پس‌زمینه) نیز می‌شود. در همین راستا، ابتدا لنگر نوشتاری صفت «بزرگ» باعث تفسیر خرده‌تصویر «گشودگی دستان کودک» می‌شود (یعنی مخاطب متوجه می‌شود که کودک دارد با دست، بزرگی چیزی را نشان می‌دهد)؛ سپس این تفسیر باعث کشف ارتباط سایر اجزای تصویر روی جلد می‌شود. یعنی ارتباط تصویر کودک (که با دست، بزرگی یک چیزی را نشان می‌دهد) با کره‌ای که روی آن ایستاده نیز رمزگشایی می‌شود. بزرگی سؤال کودکی که شخصیت اصلی داستان است به دنیای بزرگی که روی آن ایستاده چه ربطی دارد؟ فهم طرح روی جلد، چیزی جز کشف برهم‌کنش اجزای تصویر و نوشتار روی جلد نیست. وظیفه طرح روی جلد هر کتابی، بازنمایی نسبی فضای موضوعی کتاب است. یک طرح جلد هنری، فضای نسبی داستان را نشان می‌دهد اما بازگشایی کدهای تفسیری آن را به پس از خواندن کتاب احاله می‌دهد. طرح روی جلد کتاب مذکور قبل از خوانش داستان، خبر می‌دهد از درونمایه فلسفی یک سؤال درباره رابطه انسان با کره هستی. بر اساس داستانی که در کتاب آمده است، شخصیت اصلی داستان مدام از این و آن می‌پرسد که چرا به این

دنیای بزرگ پا گذاشته‌ایم؟ بنابراین پس از خواندن کتاب، علت تضاد بین کره بزرگ زیر پای کودک و کوچکی بچه‌های که بزرگی سؤال فلسفی‌اش را با دست نشان می‌دهد بیشتر رمزگشایی می‌شود. این سؤال فلسفی نسبت به سن کودک بزرگ به حساب می‌آید و این عدم تناسب سؤال با سن کودک در لباس بزرگ و گشاد او نیز دیده می‌شود.

ب) برهم کنش تصویر روی جلد و وجه دیداری عنوان (تایپوگرافی)

تایپوگرافی یک از شاخه‌های هنرهای تجسمی است که موضوع آن، وجه دیداری و چگونه نوشتن است. دیدیم که وجه خوانداری کلمه «بزرگ» مستقل از اینکه با چه فونت، سایز یا رنگی نوشته شود، به مفهوم «بزرگ بودن» ارجاع می‌دهد و کسی که می‌خواهد به دلالت معنایی آن پی ببرد باید حتماً سواد خواندن داشته باشد. این در حالی است که در عنوان سؤال بزرگ (ارلبروش، ۱۳۸۸)، برای تایپوگرافی واژه «بزرگ» از فونتی با سایز بزرگ استفاده شده است. مفهوم «بزرگی» بصری که از تغییر فونت حاصل شده است، نیازی به سواد خوانداری ندارد؛ چراکه مربوط به وجه دیداری کلمه است. با توجه به اینکه علاوه بر وجه خوانداری، وجه دیداری کلمه نیز می‌تواند با تصویر وارد برهم کنش معنایی شود؛ بزرگی فونت (در تایپوگرافی عنوان) و بزرگی گشودگی دست‌های پسرک (در تصویر روی جلد) روی یکدیگر لنگر می‌اندازند و شکاف‌های همدیگر را پوشش می‌دهند. کرسی یا خط زمینه عنوان روی جلد محور افقی است ولی چینش تصویر بر محور عمودی قرار گرفته است. یعنی کودک (به‌ویژه راستای گشودگی دست‌ها) عمود بر عنوان کتاب (که افقی نوشته شده است) قرار گرفته و ارتباط این دو محور را لباس چهارخانه کودک (که از تقاطع خطوط عمودی و افقی تشکیل شده است) تسهیل می‌کند. از آنجا که از یک طرف، زاویه دید خواننده با محور افقی عنوان ترازتر است تا محور عمودی تصویر و از طرفی دیگر اندازه فونت کلمه «بزرگ» باعث برجسته‌سازی عنوان شده است؛ لذا خواننده در نگاه اول، عنوان را می‌بیند و سپس تصویر را. از همین رو، عنوانی که زودتر خوانده شده است بر تفسیر تصویر لنگر می‌اندازد. این نحوه لی‌آوت (چینش عنوان و تصویر روی جلد) و ایستادن کودک بر فضای دوار کره علاوه بر اینکه بیانگر چرخش و حرکت زمین است؛ بیانگر حرکت، چرخش و پویایی ذهن کودکی است که از محوری خلاف جهت نگاه خواننده (خلاف راستای افقی که مقابل خواننده قرار دارد) به دنیا می‌نگرد. «بدون شک رابطه بین عنوان و گرافیک همراه آن بر یک گفتگوی بینامتنی تحقق می‌یابد که بر دو گفتمان زبانی و نقاشی استوار است» (حسین، ۲۰۰۷: ۳۸۱). در تصویر روی جلد فضای منفی (فضای خالی) بر فضای مثبت غلبه دارد. غلبه فضای منفی از یک سو، باعث برجستگی کلمه «بزرگ» و نیز تصویر کودک شده است و از سوی دیگر کوچکی کودک را در قبال سوال بزرگش و تنهایی او را در یافتن پاسخش برجسته می‌سازد.

ج) برهم کنش وجه خوانداری و وجه دیداری عنوان

در دو برهم کنش قبلی، یک پای رابطه را تصویر روی جلد تشکیل می‌داد و یک پای دیگر آنرا، عنوان نوشتاری کتاب؛ اما در برهم کنش وجه خوانداری و وجه دیداری عنوان، پای تصویری الحاقی در میان نیست؛ بلکه صحبت از یک رابطه درونی بین دو وجه از یک عبارت تایپوگرافیک (وجه خوانداری و دیداری عنوان) است. یک عبارت تایپوگرافیک مستقل از اینکه هیچ تصویر خارجی‌ای (مثل تصویر روی جلد) به آن پیوست شده باشد یا خیر، می‌تواند یک برهم کنش درونی بین وجه خوانداری و وجه دیداری خود ایجاد نماید. مثلاً استفاده از فونتی با اندازه بزرگ یک مؤلفه از وجه بصری تایپوگرافی است و این مؤلفه باعث تصویری شدن مفهوم خوانداری عنوان کتاب شده. دریافت ارتباط این دو وجه، مستلزم دریافت تصویر کودکی که دست‌هایش را گشوده نیست. در همین راستا، با تغییر فونت کلمه «بزرگ» مفهوم توصیفی صفت «بزرگ» (که وابسته به معنای زبان‌شناختی کلمه است) تبدیل به صفتی عینی (که وابسته به ظاهر بزرگ تایپ آن است) برای عنوان کتاب شده است. دیالکتیک دو وجه عنوان فوق‌الذکر انتظارات خواننده را نسبت به آن کتاب شکل می‌دهد. چراکه «عنوان، چکیده‌ای است موجز از شرح مسئله‌ای که در کتاب به آن پرداخته شده است» (موسوی‌زاده، ۱۳۸۶: ۴۰).

وجه خوانداری عنوان	سؤال بزرگ.
--------------------	------------

۱- کنتراست فونت ۲- کنتراست رنگ.	برجسته‌سازی دیداری عنوان
کودکی با دستهای گشوده.	عناصر اصلی تصویر
کره زمین، لباس کودک.	عناصر فرعی تصویر
دو محور متعامد (عمود بر هم): عنوان (در محور افقی) و تصویر (در محور عمودی).	محور لی آوت
تغییر اندازه فونت برای نمایش وجه خوانداری صفت «بزرگ».	برهم کنش درونی عنوان
۱- برهم کنش کلمه «بزرگ» در عنوان با سه خرده تصویر کره زمین، دستهای گشوده و لباس بزرگ. ۲- برهم کنش محور افقی کرسی عنوان با محور عمودی لی آوت تصویر. ۳- تجمیع دو محور متعامد در لباس چهارخانه کودک. ۴- غلبه فضای منفی، کوچکی کودک را بازنمایی می‌کند و تنهایی او را در یافتن پاسخ سؤال بزرگی که در عنوان به آن اشاره شده است.	برهم کنش بیرونی عنوان

۲. کارکرد سه وجهی عنوان در شیره دانایی (پیومینی، ۱۳۹۶)

الف) برهم کنش وجه خوانداری و وجه دیداری عنوان

در تایپوگرافی عنوان شیره دانایی (پیومینی، ۱۳۹۶)، به جای حرف «ه» در واژه «شیره» از شمایل یک قطره نارنجی رنگ (متماثل به قهوه‌ای) استفاده شده است. اگر مفهوم واژگانی «شیره» بر روی تصویر قطره نارنجی رنگ لنگر نمی‌انداخت، مدلول نشانه تصویری قطره نارنجی مبهم بود. چراکه این قطره نارنجی متمایل به قهوه‌ای می‌توانست علاوه بر شیره، بر مدلول‌های متکثر دیگری مانند قطره‌ای از یک قوطی رنگ نارنجی یا چیزهای دیگری از این دست نیز دلالت کند. از طرفی اگر این قطره داخل املای کلمه «شیره» قرار نمی‌گرفت، حرف «ه» قریب به ذهن نمی‌شد و این واژه به جای «شیره» بر «شیر» دلالت می‌کرد. از همین رو، صورت دیداری عنوان کتاب، ابهام خوانداری آنرا رفع می‌کند و متقابلاً خوانش واژگانی بر درک سازه‌های بصری عنوان لنگر می‌اندازد. در نسخه زبان اصلی کتاب، همین کارکرد به عهده حرف «O» گذاشته شده است. واژه «شیره» معادل واژه ایتالیایی SUCCO است. SUCCO به معنای «آب‌میوه» است و داستان درباره آب یک نوع نارنگی است که خاصیت آگاهی بخشی و عقل افزایی دارد. از همین رو، در محور جانشینی، به جای حرف «O» (دال خوانداری) از قطره‌ای نارنجی رنگ (دالی دیداری) استفاده شده است و این قطره وقتی در محور همنشینی با سایر حروفی که در عنوان کتاب به کار رفته قرار می‌گیرد، بر حرف «O» دلالت می‌کند. یعنی ساختار زبان باعث می‌شود که نشانه‌ای دیداری کارکرد خوانداری بیابد.



تصویر ۲- شیره دانایی (پیومینی، ۱۳۹۶) و *Il Succo della Sapienza* (Piumini, 2017)

ب) برهم کنش وجه دیداری عنوان (تایپوگرافی) و تصویر روی جلد

علیرغم اینکه طراح می‌توانست به‌جای «شیره‌ی» («ی» مضاف‌الیهی) از صورت نوشتاری «شیره» (همزه‌ی مضاف‌الیهی) استفاده کند، اما به دو دلیل این کار را نکرده است: یکی اینکه از شمایل قطره به‌جای حرف «ه» استفاده شده است و شمایل قطره اگر منزّه از تعلقات زبانی (منزّه از علامت همزه) باشد، مقبول‌تر و بدون تکلف‌تر است. دوم اینکه همسانی زاویه دو حرف «ی» در پایان کلمات «شیره‌ی» و «دانایی» می‌تواند هارمونی درونی تایپوگرافی عنوان را در پی داشته باشد. علاوه بر این، زاویه و شیب دایره حرف «ی» (در انتهای دو واژه «شیره‌ی» و «دانایی») همخوان است با زاویه پای شلوار راه‌راه گورخری (که در مجاورت عنوان و در نمایی نزدیک به تصویر کشیده شده است).

تایپوگرافی عنوان کتاب، به‌صورت غیرمستقیم بر درک تصویر روی جلد لنگر می‌اندازد. تنوع در یک ترکیب (کمپوزیسیون) بصری شبیه به تنوع در موسیقی است، اگرچه تنوع سازه‌های بصری و تم‌های مختلف وجود دارد اما همگی تحت‌الشعاع یک تم اصلی قرار دارد (داندیس، ۱۳۶۸: ۸۹). هسته اصلی طرح جلد کتاب مذکور قطره نارنجی‌رنگی است که در ترکیب تایپوگرافی عنوان کتاب قرار گرفته است. این قطره در مرکز تصویر و با رنگی متمایز و بسیار پررنگ‌تر از بقیه قطره‌های نارنجی پس‌زمینه و در بافتی غیرتصویری (در بافتی زبانشناختی، یعنی در جایگاه حرف «ه» در عنوان کتاب) ظاهر شده است. از همین رو، رمزگشایی سایر سازه‌های بصری و تصویر روی جلد، تحت‌الشعاع این تایپوگرافی قرار دارد. «زمانی که ما معنی اشکال مرکزی را می‌دانیم، می‌توانیم اشکال فرعی وابسته به آنها را تفسیر کنیم» (Franklin, 1988: 159). در اولین نگاه، از برهم کنش وجه خوانداری عنوان و وجه دیداری آن می‌توان دریافت که قطره نارنجی‌رنگی که لای حروف عنوان کتاب جاگیر شده است، یک قطره از شیره است؛ سپس از مشابهت این قطره با لکه‌هایی که در سرتاسر پس‌زمینه تصویر روی جلد دیده می‌شود، می‌توان پی برد که آنها نیز قطره‌های شیره هستند. تصویر بدون لنگر تایپوگرافی ابهام دارد؛ چراکه لکه‌های نارنجی زیر پای رهگذران به برگ‌های پاییزی یا هر چیز نارنجی دیگری نیز می‌تواند دلالت داشته باشد و بدون توجه به شابهت قطره‌ای که در تایپوگرافی عنوان به کار رفته است، این لکه‌های نارنجی قابل رمزگشایی نیستند.

ج) برهم کنش تصویر روی جلد و وجه خوانداری عنوان

پس از اینکه از برهم‌کنش تایپوگرافی و تصویر مسجل شد که لکه‌های نارنجی در پس‌زمینه تصویر قطره‌های شیره (شیره نارنگی) هستند، پرسش پیش می‌آید که چرا تصویرگر به‌جای نمایش آدم‌ها، فقط پا و تردد آنها را به نمایش گذاشته است؟ وجه خوانداری عنوان مشکل تفسیر تصویر را می‌تواند حل کند. عنوان کتاب مضاف به مضاف‌الیه «دانایی» است. یعنی این قطره‌های نارنجی، شیره‌های معمولی نیستند؛ شیره‌های دانایی هستند. «شیره دانایی» به‌لحاظ مفهوم زبان‌شناختی بر عصاره خالص و چکیده دانایی دلالت می‌کند و از همین رو بار مثبت ارزشمند بودن را در مفهوم خود دارد. انسان مدرن با بی‌توجهی و شتاب از روی این قطره ارزشمند عبور می‌کند. این قطره‌های ارزشمند دانایی مانند برگ‌های پاییز زیر پای رهگذران ریخته است و آنها توجهی ندارند. پوشش آدم‌های توی تصویر (شلوار و کفش آنها) و تعداد قابل‌ملاحظه آنها و تعجیل‌شان، فضای شهری را بازنمایی می‌کند. درواقع طرح روی جلد، با نگاهی انتقادی نشان می‌دهد که انسان معاصر توهم پیشرفت، دانایی و عقل را دارد ولی واقعیت این است که او دانایی را زیر پای خود لگدمال می‌کند و خودش هم از این لگدمالی ناآگاه است. نگاه تک‌بعدی انسان امروز فقط به پیش‌رو (به آینده) است و هیچ به زیر پا و این طرف و آن طرف چشم نمی‌اندازد. حاصل این نگاه متکبرانه (که به زیر پای خودش نظر نمی‌اندازد)، چیزی جز از دست دادن شیره دانایی نیست. تضاد لکه‌های نارنجی‌رنگ در زمینه‌ای سیاه و سفید بیانگر تضاد مفهوم زیبای دانایی با جامعه یکنواخت و رنگ‌باخته انسان مدرن است. انسان رنگ‌باخته در کمال کوررنگی از روی زیبایی رنگ‌های نارنجی (قطره‌های شیره دانایی) می‌گذرد. وظیفه طرح روی جلد هر کتابی، بازنمایی نسبی فضای موضوعی کتاب است. یک طرح جلد هنری، فضای نسبی داستان را نشان می‌دهد اما بازگشایی کدهای تفسیری آن را به پس از خواندن کتاب احاله می‌دهد. طرح روی جلد کتاب مذکور بیانگر درونمایه‌ای انتقادی نسبت به جامعه مدرن و توهم عقلگرایی انسان پیشرفته معاصر است. پای یکی از رهگذران برجسته‌تر از سایرین و در نمای نزدیک (کلوزآپ) به تصویر کشیده شده است. در همین نما، کوزه‌ای نیز در امتداد حرکت پای او قرار دارد. کوزه دانایی سرش به خطر است. رهگذر هر لحظه ممکن است با کوزه برخورد کند و محتویاتش به زمین بریزد. کوزه با وجود رنگ سیاهی که دارد قطرات دانایی داخلش پیدا است. این کوزه کمی شبیه نارنجک (بمب با دو فتیله در بالای آن) تصویرگری شده است؛ علت شباهت آن به بمب در چیست؟ بازگشایی رمز شباهت آنها پس از خواندن داستان میسر می‌شود. داستان خبر از کوزه‌ای می‌دهد که پر از شیره نارنگی است و این شیره دارای خاصیت دانایی‌بخشی است. سه نفر مأمورند که این کوزه را از شرق جهان (چین) به دربار سوئیس (در غرب) برسانند. به روسیه که می‌رسند تشنه می‌شوند و از آن چند قطره می‌نوشند و دانا می‌شوند و دست از حمالی برای دربار برمی‌دارند. کوزه را رها می‌کنند. مردی روستایی آنرا می‌بیند و از آن کمی می‌نوشد و بقیه‌اش را می‌فروشد. در پایان پای حسابدار شهر (شبیبه به پای که در تصویر روی جلد درحال نزدیک شدن به کوزه است) در تاریکی به آن گیر می‌کند و کوزه می‌افتد. شیره‌های دانایی تبخیر می‌شود و آسمان روسیه را ابرهای دانایی فرامی‌گیرد اما سران روسیه بی‌توجه به ابرهای دانایی بمبی می‌سازند تا ببینند صدایش چقدر است. نتیجه این بمب، رخت بر بستن دانایی از آسمان آنجا است. داستان در پایان اذعان می‌کند که دیگر در چین امروز، خبری از شیره دانایی نیست و شهروند آنجا دچار بیماری‌های روانی و بن‌بست شده است: «امروز در چین دیگر نارنگی‌های دانایی‌بخش وجود ندارد. حالا در آنجا همه می‌دانند که برای دانا شدن باید سر را بین دو دست بگذارند و آهسته فشار دهند تا فکر بکری از آن خارج شود» (پیومینی، ۱۳۹۶: ۲۹). بنابراین جایگزینی کوزه دانایی با بمب، در روی جلد در قالب کوزه سیاه بمب‌مانند به تصویر کشیده شده است.

برخلاف سؤال بزرگ (ارلبروش، ۱۳۸۸)، که با غلبه فضای منفی تنهایی و کوچکی کودک را بازنمایی می‌کند؛ در شیره دانایی (پیومینی، ۱۳۹۶)، فضای مثبت غلبه دارد و این غلبه، شلوغی دنیای مدرن و فضای شهری را بازنمایی می‌کند و نشان می‌دهد که قطره‌ها در این شلوغی گم هستند.

جدول ۲- تحلیل برهم‌کنش سه‌وجهی عنوان و تصویر روی جلد شیره دانایی (پیومینی، ۱۳۹۶) و (Piumini, 2017) II

Succo della Sapienza

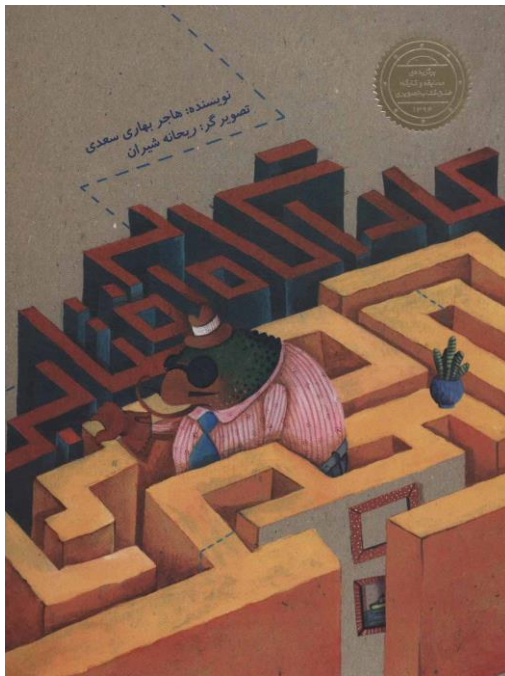
وجه خوانداری عنوان	شیره دانایی
برجسته‌سازی دیداری عنوان	۱- حضور سازه فیگوراتیو قطره در محور جانشینی با حرف «ه».
	۲- تضاد (کنتراست) رنگ قطره‌ای که در بین حروف عنوان جاگیر شده است، نسبت به

یافت و نسبت به سایر قطره‌های تصویر شده. ۳- در مرکز صفحه قرار گرفتن عنوان و قطره دانایی جاگیر شده در عنوان.	
۱- حضور قطره در مرکز صفحه و در درون یک ساختار زبانی. ۲- حضور یک پا در مجاورت یک کوزه سیاه (در نمای نزدیک).	عناصر اصلی تصویر
۱- لکه‌های نارنجی زیر پای رهگذران. ۲- تکتور و تعدد پاها در پیرامون عنوان (در بالا و پایین صفحه) ۳- مدل مدرن شلوارها و کفش‌ها. ۴- تضاد رنگ سیاه و سفید آدمها با رنگ نارنجی لکه‌ها.	عناصر فرعی تصویر
محور افقی	محور لی‌اوت
۱- شباهت قطره نارنجی (در ترکیب املائی عنوان) به مفهوم زبان شناختی «شیره» (شیره نارنجی). ۲- شباهت قطره به حرف «ه» در زبان فارسی و به حرف O در واژه ایتالیایی SUCCO.	برهم کنش درونی عنوان
۱- هارمونی لی‌اوت افقی تصویر و عنوان (همخوان راستای افقی عنوان با جهت حرکت پاها که به سوی لبه طولی کتاب از راست به چپ است). ۲- تسری مفهوم‌سازی لکه نارنجی به‌مثابه قطره‌ای از شیره (تعمیم مفهوم لکه نارنجی از عنوان به تمام لکه‌های نارنجی درون تصویر روی جلد). ۳- چیرگی فضای مثبت، شلوغی و فشار روانی جامعه شهری و ناپیدایی شیره دانایی را که در عنوان به آن اشاره شده است بازنمایی می‌کند.	برهم کنش بیرونی عنوان

۳. کارکرد سه‌وجهی عنوان در کارآگاه آفتابی (بهاری سعدی، ۱۳۹۶)

الف) برهم‌کنش وجه دیداری عنوان (تایپوگرافی) و تصویر روی جلد

تصویر روی جلد کارآگاه آفتابی (بهاری سعدی، ۱۳۹۶)، یک مازِ دوپاره را نشان می‌دهد که قسمت بالایی آن به رنگ عنابی و قسمت پایینی آن به رنگ طلایی است. مازِ دوپاره مبتنی بر تضاد دو رنگمایه تیره و روشن است. با کمی مذاقه می‌توان متوجه شد تصویر روی جلد و وجه دیداری عنوان درهم تنیده شده‌اند. یعنی پاره بالایی ماز چیزی جز عنوان کتاب نیست که در شمایل دیوارهای ماز (با فشردگی و چیرگی فضاهای مثبت حروف بر فضاهای منفی) به رنگ تیره (ترکیبی از دو رنگ عنابی و سبز آواکادوی تیره) طراحی شده است. چینش سازه‌های نوشتاری و تصویری روی جلد (لی‌اوت) به‌صورت مؤرب است و این مؤرب بودن باعث عدم چیرگی نگاه مخاطب بر درهم‌تنیدگی نام کتاب با تصویر می‌شود. برخلاف طرح روی جلد شیره دانایی (پیومینی، ۱۳۹۶) که همه عناصر تصویر تحت‌الشعاع تایپوگرافی عنوان (قطره نارنجی‌رنگ وسط حروف عنوان) قرار داشت، در کارآگاه آفتابی (بهاری سعدی، ۱۳۹۶)، تایپوگرافی عنوان تحت‌الشعاع تصویر مازی است که بر روی جلد قرار گرفته است و چشم ابتدا ماز را می‌بیند و سپس تحت‌الشعاع لنگر تصویر، وجه دیداری عنوان دریافت و تفسیر می‌شود. عنوان به شکل سه‌بعدی (دارای عمق، طول و ارتفاع) و با قلم گرافیکی (کوفی ایزومتریک) تایپوگرافی و با تصویر روی جلد ادغام شده است. انتهای دایره حرف «ی» در واژه «آفتابی» بسته نشده است و در امتداد مسیر ماز (رو به لبه طولی برش کتاب)، رها شده است تا نشان داده شود که ماز پایان نیافته و فقط بخشی از آن در تصویر روی جلد به معرض دید گذاشته شده است.



تصویر ۳- طرح روی جلد کارآگاه آفتابی (بهاری سعدی، ۱۳۹۶)

ب) برهم کنش وجه خوانداری و وجه دیداری عنوان

از برهم کنش وجه دیداری عنوان کتاب (تصویر تیره رنگ و تودرتوی ماز) و وجه خوانداری آن (معنای کلمه «کارآگاه» فضای معماگون و پریپیچ و خم داستانی کارآگاهی بازنمایی می شود. فضای مثبت بر فضای منفی چیره است و این چیرگی، گم گشتگی کارآگاه در پیچیدگی فضای ماز را بازنمایی می کند. تضاد رنگمایه پاره بالایی ماز که تیره و تاریک است (وجه دیداری عنوان)، با رنگمایه پاره پایینی ماز (تصویر روی جلد) که طلایی و روشن است، باعث ایجاد پارادوکس بین وجه خوانداری و وجه دیداری عنوان کتاب شده است. چراکه تیرگی وجه دیداری عنوان کتاب (تایپوگرافی «کارآگاه آفتابی») با انتظار خواننده از صفت «آفتابی» (با وجه خوانداری عنوان) در تناقض است. انتظار بر این است که گرافیکست از رنگهای روشن و طلایی (رنگی نزدیک به اشعه آفتاب) برای نگارش واژه «آفتابی» استفاده می کرد؛ اما گرافیکست ترجیح داده است که عبارت «کارآگاه آفتابی» را در تیره ترین وضعیت به تصویر بکشد. بنابراین وجه دیداری عنوان (تایپوگرافی عنوان)، ادعای آفتابی بودن (ادعای وجه خوانداری عنوان) را به چالش می کشد. فلسفه تناقض برهم کنش دو وجه خوانداری و دیداری عنوان چیست؟ بنا به وجه دیداری عنوان، ماز تاریک است اما وجه خوانداری عبارت «کارآگاه آفتابی» امید می دهد که جناب کارآگاه آفتابی به زودی ماز تاریک و پریپیچ و خم را (وجه دیداری عنوان را) روشن خواهد کرد. در ادامه می بینیم که این تفسیر توسط تصویر روی جلد نیز تقویت می شود.

ج) برهم کنش وجه خوانداری عنوان و تصویر روی جلد

تصویر، آفتاب پرستی را نشان می دهد که عینک دودی زده و دستکش به دست کرده است و در فضای باریک ماز در حال حرکت است. از برهم کنش وجه خوانداری عنوان کتاب و تصویر مذکور می توان این آفتاب پرست را همان کارآگاه آفتابی ای دانست که در عنوان به او اشاره شده است. کارآگاه آفتابی می تواند روشنایی آفتاب گون خود را بر تاریکی فضای ماز (بر وجه دیداری عنوان) که در قالب بخش تاریک و تیره ماز تایپوگرافی شده است) بیفشاند. ویژگی روشنگری و آفتاب گونی کارآگاه

(که از وجه خواننداری عنوان استنباط می‌شود) به کمک بخش روشن تصویر ماز تقویت می‌شود. زیرا بنا به تصویر روی جلد، جایی از ماز روشن است که کارآگاه آفتابی در آن حضور دارد و بخشی از ماز که مقارن با غیاب کارآگاه آفتابی است، با رنگی تیره و تار نمایش داده شده است. تفسیر فوق‌الذکر از طرح جلد مستلزم این پیش‌فرض است که صفت «آفتابی» به معنای «آفتاب‌گون» تعبیر شود. یعنی وجه خواننداری عنوان در صدد شباهت کارآگاه با آفتاب (منبع نور) بوده باشد. این در حالی است که اگر صفت «آفتابی» نه به معنای آفتاب‌گون بلکه به معنای آفتاب‌دوست تعبیر شود؛ طبیعی است که کارآگاهی مانند آفتاب‌پرست باید در جایی از ماز حرکت کند که روشنی و نور آفتاب بیشتری وجود دارد؛ نه در جایی که تاریک‌تر است. بخش بالایی ماز (وجه دیداری عنوان)، با رنگمایه‌های تیره و فاقد روشنی تصویرگری شده است؛ بنابراین آفتاب‌پرست به همین دلیل آنجا را رها کرده است و در قسمت روشن ماز دنبال سرنخ می‌گردد. برخلاف تفسیر نخست، که آفتاب‌پرست را کارآگاهی باریک‌بین، نورافشان و امیدبخش بازنمایی می‌کرد؛ در تفسیر دوم، آفتاب‌پرست بر همه پیچیدگی‌های ماز چیره نیست و به دلیل ویژگی آفتاب‌پرستی‌اش نقاط تاریک از چشمش پنهان می‌ماند. اگرچه تضاد هیکل بزرگ کارآگاه آفتابی و راهروی باریک ماز، بیانگر سختی مسیر جستجو و پیش‌روی اوست؛ اما با توجه به این که ایشان بخش طولی از مسیر را پشت سر گذاشته است، پس می‌تواند بقیه مسیر باریک و پر پیچ و خم ماز را نیز ببیماید. یک گرافیکست کاربلد، از طریق طرح جلد فضای داستان را به نمایش می‌گذارد؛ اما کدهایی را نیز می‌گذارد که فقط بعد از خوانش کتاب قابل رمزگشایی هستند. بعد از خواندن کتاب و وفق پیرنگ داستان مذکور، کارآگاه آفتابی دنبال دزد مدادها می‌گردد. در انتهای داستان مشخص می‌شود که دزد مدادها دو موش کوچک هستند. در همین راستا، در روی جلد مسیر جستجوی کارآگاه آفتابی (و عنوانی که بخشی از ساختار ماز است) بر اساس مازوارگی لانه موش طراحی شده است. از همین رو، بر روی دیواره ماز جای دو قاب عکس و یک گلدان کاکتوس دیده می‌شود. این دو نشانه تصویری به مسکونی بودن ماز اشاره دارد. رنگ‌بندی و پرسپکتیو تصویر و عنوان روی جلد ممکن است که برای کودکان آسان‌گیر خوش نیاید؛ اما برای کودکانی که کتاب‌خوان هستند مطلوب خواهد بود. زهره قائینی در پژوهشی (۱۳۷۵) نشان داد که واکنش اولیه کودکان نشانگر میل آنها به کتاب‌هایی با رنگ تخت و شفاف و فرم‌های مشخص و شخصیت‌های عروسکی است ولی پس از گذشت زمانی طولانی‌تر که فرصت تأمل و دقت در کتاب‌ها فراهم می‌شود، میل به تصاویر اکسپرسیو، رنگ‌های پخته و فرم‌های آزادتر بیشتر می‌شود (قائینی، ۱۳۹۰: ۴۵۶-۴۵۷).

جدول ۳- تحلیل برهم کنش سه وجهی عنوان و تصویر روی جلد کارآگاه آفتابی (بهراری سعدی، ۱۳۹۶)

وجه خواننداری عنوان	کارآگاه آفتابی ۱- آفتابی = آفتاب‌گون ۲- آفتابی = آفتاب‌دوست و آفتاب‌پرست
برجسته‌سازی دیداری عنوان	۱- حجم‌دهی با استفاده از سلول‌های فضایی (مکعب‌ها) ۲- کنتراست رنگ همراه با تنوع تونالیته (سایه‌روشن)
عناصر اصلی تصویر	ساختار مازگونه
عناصر فرعی تصویر	۱- آفتاب‌پرستی با عینک دودی و دستکش ۲- دو قاب روی دیوار ماز و یک گلدان کاکتوس بالای آن.
محور لی‌اوت	مؤرب با زاویه ۴۵ درجه
برهم کنش درونی عنوان	۱- تضاد رنگ تیره با صفت «آفتابی» ۲- ارتباط کارآگاه و ساختار مازگونه تایپوگرافی عنوان (معمادگونی پیچ‌درپیچی مسیر هر دو)
برهم کنش بیرونی عنوان	۱- درهم‌تنیدگی عنوان با تصویر ماز. ۲- تضاد رنگ تیره عنوان با رنگ طلایی بخش زیرین ماز. ۳- حضور کارآگاه آفتابی در بخش طلایی‌رنگ ماز، بیانگر این است که هر جا کارآگاه

<p>آفتابی باشد، نور هست و با حضور کارآگاه آفتابی امید به روشن شدن نقاط تاریک عنوان نیز وجود دارد.</p> <p>۴- حرف «ی» در عنوان (در واژه «آفتابی») پایانی باز دارد و مانع از بسته شدن مسیر مازمانند تصویر روی جلد است.</p> <p>۵- چیرگی فضای مثبت، سرگشتگی کارآگاه در پیچیدگی ماز را و به پیروی از آن، همبستگی مفهوم سرگشتگی را با مفهوم «کارآگاه» (که در وجه خوانداری عنوان وجود دارد) بازنمایی می‌کند.</p>	
--	--

نتیجه

عنوان کتاب مانند هر نشانه نوشتاری دیگر، دو شاخصه دیداری و خوانداری دارد. در این پژوهش نشان داده شد که علاوه بر اینکه هر یک از این دو وجه به طور جداگانه وارد برهم‌کنش با تصویر روی جلد می‌شوند؛ می‌توانند خودشان نیز با یکدیگر برهم‌کنشی درونی داشته باشند. یعنی اندازه حروف، رنگ، ضخامت و نوع فونت (وجه دیداری) که کارکردی تایپوگرافیک دارند، می‌توانند با معنای زبانی عبارت (وجه خوانداری) وارد برهم‌کنش شوند. بنابراین طرح روی جلد حاصل رابطه مثلثی وجه خوانداری عنوان، وجه دیداری یا تایپوگرافیک عنوان و تصویر روی جلد است. در تفسیر طرح روی جلد کتاب‌هایی که در این مقاله بررسی شد، دیده می‌شود که: رابطه مثلثی مذکور ابتدا با برهم‌کنشی دوتایی آغاز می‌شود، مثلاً ممکن است که ابتدا رمزگشایی بر اساس برهم‌کنش درونی عنوان (برهم‌کنش وجه خوانداری و دیداری عنوان) آغاز و سپس نتیجه آن رمزگشایی، مقدمه‌ای شود برای رمزگشایی کدهای تصویر روی جلد. با توجه به اینکه تنوع سازه‌های بصری و تم‌های مختلف هر اثر هنری همچنان تحت‌الشعاع یک تم اصلی قرار دارند، در هر برهم‌کنش ابتدا سازه‌های بصری اصلی با یکدیگر وارد تعامل معنایی و تفسیری می‌شوند و سپس در یک بستر تعامل زنجیره‌ای، سایر خرده‌سازه‌های بصری وارد برهم‌کنش می‌شوند. از همین رو دریافت طرح روی جلد با برهم‌کنش هسته اصلی تصویر (آنچه در تصویر به‌لحاظ گشتالت، «شکل» به‌شمار می‌آید و بقیه تصاویر را به‌مثابه «زمینه» پس می‌راند) و هسته اصلی معنای خوانداری عنوان (رایج‌ترین و پیش‌نمونه‌ای‌ترین معنایی که از عنوان استنباط می‌شود) و هسته اصلی وجه دیداری عنوان (برجسته‌ترین سازه گرافیکی در تایپوگرافی عنوان) آغاز می‌شود و سپس با برهم‌کنش‌های ثانوی خرده‌سازه‌های بصری در سه‌گانه عنوان، تایپوگرافی، تصویر روی جلد بسط می‌یابد.

¹ title

² typography

³ typogrpher

⁴ *The big question* (by Wolf Erlbruch, trans. from the French by Michael Reynolds) Fr: *La Grande Question*.

⁵ *Il Succo della Sapienza*. [Italian] (by Roberto Piumini; Illus. by Boffa, A.). En: *The Juice of Wisdom*.

⁶ Leo Hoek

⁷ *Pour une sémiotique du titre*

⁸ Gerard Genette

⁹ *Seuil*

¹ paratexts 0

¹ *Paratexts: Thresholds of Interpretation* 1

¹ Jerrold Levinson 2

¹ virgil Aldrich 3

¹ Charles Grivel 4

¹ subtitle 5

1 Lay out	6
1 anchor	7
1 Close up	8

منابع

- آرمسترانگ، هلن (۱۳۹۱). *از نشانه‌های تصویری تا متن*. چ ششم. تهران: مرکز. ابادرپور، آرش (۱۳۹۷). «*درآمدی بر رابطه تاییپ و تصویر (ترکیب‌بندی نوشتار) در طراحی جلد کتاب با تأکید بر آثار جلد کتاب دهه پنجاه*». پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد. رشته ارتباط تصویری. مؤسسه آموزش عالی هنر شیراز.
- ارلبروش، ولف (۱۳۸۸). *سؤال بزرگ*. ترجمه مهرآفرین معظمی گودرزی. تهران: صدا. اشهیون، عبدالملک (۲۰۱۱). *العنوان فی رویة العربیة*. دمشق: النایا فی النشر - محاکات فی الدراسات و النشر و التوزیع. بهادرخان، ساسان (۱۳۹۰). *بررسی به‌کارگیری حروف، متن و عنوان به شیوه تصویرسازی در آثار گرافیکی ایران از سال ۱۳۶۰ تا ۱۳۸۷*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته تصویرسازی. دانشگاه شاهد.
- بهاری سعدی، هاجر (۱۳۹۶). *کارگاه آفتابی*. با تصویرگری ریحانه شیران. تهران: علمی و فرهنگی. پرمهر یابنده، امیرحسین؛ عابد دوست، حسین و کاظم‌پور، زیبا (۱۴۰۱). «*تحلیل حروف‌نگاری (تایپوگرافی) عنوان سریال‌های نمایش خانگی معاصر ایران با تأکید بر نشانه‌های ارجاعی و شکل‌گردان. رسانه‌های دیداری و شنیداری*». ۱۶(۴). صص ۲۸-۵.
- پیومینی، روبرتو (۱۳۹۶). *سیره دانایی*. با تصویرگری آنتونیو بویا. ترجمه شیرین سلطانی. تهران: مرغابی. حسین، خالد (۲۰۰۷). *فی نظریة العنوا ن : مغامرة فی شعون العتبه النصیة*. دمشق: دارالتکونین. داندیس، دونیس ا. (۱۳۶۸). *مبادی سواد بصری*. تهران: سروش.
- رضوی، سیده‌طاهره (۱۳۹۷). «*نقش تایپوگرافی در طراحی جلد کتاب کودکان گروه سنی ب*». پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد رشته گرافیک. دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد.
- زنجانی، امیرحسین؛ مرادی، ایوب و عامری فلیجی، نعیمه (۱۴۰۱). *مقایسه برگردان‌های فارسی داستان کودکانه درخت بخشنده، از منظر پیرا ترجمه. پژوهش‌های زبان‌شناختی در زبانهای خارجی*. ۱۲(۳). صص ۳۰۸-۳۲۷. DOI: 10.22059/JFLR.2022.339362.938
- سپهر، مسعود (۱۳۸۶). *سرمقاله. نشان*. ش ۱۴. تابستان و پاییز. صص ۲-۴.
- سهیلی اصفهانی، بهروز و مرانی، محسن (۱۳۹۶). «*بررسی عملکرد عنوان در انتقال و دگرگونی مفهوم در آثار تجسمی هنر مفهومی*». *هنرهای زیبا - هنرهای تجسمی*. ۲۲(۳). صص ۱۰۸-۹۵. DOI: 10.22059/JFAVA.2017.63172
- شهری، شراره (۱۳۹۷). *مطالعه تایپوگرافی به‌مثابه تصویر در طراحی جلد کتاب‌های دهه هشتاد شمسی*. پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد، رشته ارتباط تصویری. دانشگاه هنر.
- عبدالله‌آبادی، الهه (۱۳۹۱). *بررسی نقش عنوان در کارکردهای بیانی عکس*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. رشته عکاسی. دانشکده هنرهای تجسمی دانشگاه هنر.
- عمل‌حسن، قادر (۱۳۸۸). *نخستین گام‌های مدیریت نوشتار*. تهران: علم.

قائینی، زهره (۱۳۸۸). «تاریخ تصویرسازی کتاب کودک در ایران از فرانکلین تا شباویز». *حرفه هنرمند*. ش ۳۰. پاییز. صص ۱۳۶-۱۵۶.

قائینی، زهره (۱۳۹۰). *تصویرگری کتاب‌های کودک*. تهران: مؤسسه پژوهشی تاریخ ادبیات کودک. مطعمی، لیا (۱۴۰۰). *تحلیل آثار هنرمندان تصویرگر کتب کودکان دهه ۴۰ در ایران بر اساس قوانین و اصول ادراک دیداری*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. رشته پژوهش هنر. دانشگاه هنر اسلامی تبریز.

منصوری، نیلوفر (۱۳۹۴). «*تحلیل ساختار بصری نوشتار در طراحی جلد کتاب‌های ادبی دهه هشتاد بر مبنای گونه‌شناسی*». مقطع کارشناسی ارشد رشته ارتباط تصویری. دانشگاه علوم و فرهنگ. دانشکده هنر و معماری.

موسوی‌زاده، محسن (۱۳۸۶). «عنوان‌نویسی جلد کتاب». *نشریه سگال*. ش ۱۰. بهار. صص ۴۰-۵۲. خلف، عماد (۱۳۹۶). *نظریه عنوان در رمان معاصر عربی و فارسی*. رساله دکترا. رشته زبان و ادبیات فارسی. دانشگاه تهران.

نامورمطلق، بهمن (۱۳۸۵). «پیرامنتیت یا متن‌های ماهواره‌ای». در *مجموعه مقالات دومین هم‌اندیشی نشانه‌شناسی هنر*. به اهتمام حمیدرضا شعیری. تهران: فرهنگستان هنر.

نامورمطلق، بهمن (۱۳۸۸). «عنوان‌شناسی آثار هنری و ادبی ایرانی (مطالعه نشانه‌شناختی عنوان هنری از قرن چهارم تا قرن دوازدهم)». در *مجموعه مقالات چهارمین هم‌اندیشی نشانه‌شناسی هنر به انضمام مقالات هم‌اندیشی سینما*. به کوشش منیژه کنگرانی. تهران: مؤسسه تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری «متن».

وایت، الکس (۱۳۸۹). *تأملی در طراحی حروف، ایدئولوژی کاربردی در تایپوگرافی*. ترجمه عاطفه متقی. تهران: هنر نو.

- Franklin, Margery B., Becklen, Robert C. and Doyle, Charlotte L. (1993). The Influence of Titles on How Paintings Are Seen, *Leonardo*, The MIT Press, 26, 2, 103-108.
- Genette, G. (1997). *Paratexts: Thresholds of Interpretation*. (Lewin, Jane E.; Trans). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ledera, H. Carbona, C. and Ripsasb, A. (2006). Entitling Art: Influence of Title Information on Understanding and Appreciation of Paintings, *Acta Psychologica*, 121, 2, 176-198.
- Petersen, G. (2006). Titles, Labels, and Names: A House of Mirrors, *Journal of Aesthetic Education*, Vol. 40, No. 2, pp. 29-44.
- Piumini, R. (2017). *Il Succo della Sapienza*. (Boffa, A.; Illus). (Soltani, Sh.; Trans). Tehran: Morghabi. [in Persian].
- Pormehr yabandeh, A. H.; Abeddoust, H. & Kazempour, Z. (2023). "Typographic Analysis of the Titles of Iranian Contemporary Home Video Series with Emphasis on Referential and Non-Referential Signs (Case Study of The Monster, Dracula, Frog, Rhino, Yaghi, Mortal Wound)". *Audio-Visual Media*. 16(44). Pp5-28. [in Persian].
- Silverstein, Sh. (2011). *The giving tree*. London & UK: Penguin Books Ltd.

The Three-Dimensional Interaction of “Title” in the Cover Design of Three Children’s Picture Books

Amir Hossein Zanjanbar

Children’s and Young Adults’ Literature, Payame Noor University, Tehran, Iran. (Corresponding Author).

mosafer_e_barfi@yahoo.com

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

Abstract

In children’s literature, the title functions beyond mere labeling for identification purposes. Rather, the titling itself serves a linguocognitive role. Titles are viewed before the book is opened, thereby able to convey aesthetic significance by employing strategic typographic techniques that visually preview a book’s tonal direction. The intentional typographic design choice in formatting the title graphically depicts the relative conceptual space the book will inhabit. Additionally, the interaction between the formatted typographic title presentation on the front cover and the illustrative cover imagery contributes an essential role in coalescing the intended holistic cover design impression.

This research aims to closely investigate the three-way interaction occurring between “title” (defined here as the linguistic facet encompassing the verbal meaning of the printed title text), “typography” (defined here as the aesthetic facet encompassing the graphical formatting and styling of the printed title text) and “cover image” (defined as the illustrative artwork encompassing the pictorial depiction on the front book cover) within the conceptual structure underlying the unified cover design presentation. The research methodology enacted is applied in nature, based fundamentally in library data collection, and analytical-descriptive in its systematic approach. The target domain under examination focuses exclusively on children’s picture storybooks classified for age groups “A” and “B,” while concentrating deliberate analysis specifically on three recently published titles selected expressly for their diversity exhibited in typographic title formatting and styling choices implemented: *The Big Question* (Erlbruch, 2009), *Wise Honey* (Piumini, 2017), and *Sun Detective* (Bahari, 2017).

Unlike former studies pursuing a one-dimensional correlation between title and cover image, this research proposes a two-dimensional identity operating within the functional book title itself. It explores the complex three-way interaction by closely examining how the linguistic reading aspect, aesthetic/graphical typographic aspect, and illustrative cover image aspect relationally interconnect across all three domains through a conceptual triangular dialogue.

The book title, like any other written sign, has both a visual and a reader-oriented aspect. This research demonstrates that these two aspects not only individually interact with the cover image but also have internal interactions with each other. Factors such as font size, color, thickness, and font type (visual aspect) can internally interact with the

linguistic meaning of the title (reader-oriented aspect). Thus, the cover design results from the triangular relationship of the "reader-oriented aspect of the title," the "visual or typographic aspect of the title," and the "cover image."

This triangular relationship initiates with a dual interaction, such as decoding based on the internal interaction of the title (reader-oriented and visual interactions) and subsequently using the decoded information as an introduction for deciphering the codes of the cover image. The diversity in visual structures and themes of each artistic work continues to revolve around a central theme. In each interaction, the main visual structures engage in semantic and interpretative interaction, followed by the sequential interaction of other visual elements in the triad of "title," "typography," and "cover image."

The increasing prevalence and diversification of daily Persian typographic interfaces make the necessity of research in this regard undeniable.

Keywords: Children's Literature, Picture Books, Graphics, Cover Design, Title Study, typography.

ماده انتشار هنرهای زیبا