

جلوه‌های نمادین-بصری نگارگری ایرانی-اسلامی به عنوان عامل هویت‌بخش در گرافیک متحرک ایرانی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۲۶

کد مقاله: ۹۸۵۲۱

رحیمه علوی‌یگانه^{۱*}، منصور مهرنگار^۲، امیرحسین ندایی^۳،
پژمان دادخواه^۴

چکیده

در عصر تکنولوژی با متحرک کردن تصاویر، عناصر و یا المان‌ها می‌توان انتقال مفاهیم را تسریع و آن‌را به راحتی قابل درک کرد. در کنار شیوه‌های اثرگذار تبلیغی، گرافیک متحرک می‌تواند زمینه‌ساز رجعتی به مبانی و مفاهیم هنر سنتی داشته باشد. سنت به عنوان شاخصه‌ای ارزشمند، نقشی اثرگذار در بهره‌گیری از آن در ساخت‌های تکنولوژیک امروزی دارد، از این-روی یکی از هنرهایی که در گذشته به عنوان "سنت تصویری" شناخته شده و امروزه به عنوان "مظروف بصری - نمادین" در شیوه‌های مدرن امروزی در عرصه گرافیک متحرک می‌توان استفاده نمود، هنر نگارگری ایرانی-اسلامی است که به-عنوان "عامل هویت‌بخش" شناخته می‌شود. پژوهش مذکور با هدف شناسایی و بهره‌گیری از قابلیت هنر نگارگری به-منظور استفاده در شیوه‌های نوین تبلیغات مانند گرافیک متحرک با روش توصیفی-تحلیلی و شیوه گردآوری کتابخانه‌ای انجام و در پی پاسخگویی به سوال ذیل است: جلوه‌های بصری-نمادین نگارگری به عنوان عامل هویت‌بخش در گرافیک متحرک چیست؟ نتایج پژوهش نشان می‌دهد گرافیک متحرک که از مهم‌ترین تکنیک ساخت آگهی‌های تلویزیونی با توجه به پیشرفت تکنولوژی و نیاز آگاهی مردم نسبت به تکنولوژی‌های روز می‌باشد، با بهره‌گیری از مؤلفه‌های بصری-نمادین نگارگری ایرانی-اسلامی می‌تواند در کنار بازگشت به سنت تصویری گذشته، به‌روز و کارآمد نمودن آن، هویت و سنت تصویری ایرانی را بازنمود و به عنوان یک شاخصه به همگان معرفی نماید.

واژگان کلیدی: گرافیک متحرک، هویت‌بخشی، نگارگری ایرانی اسلامی، نماد، تبلیغات.

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، موسسه آموزش عالی ناصرخسرو، ساوه، ایران. (نویسنده مسئول)

Alavi.r@hnhk.ac.ir

۲- استادیار و عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی ناصرخسرو، ساوه، ایران.

۳- دکترای پژوهش هنر، استادیار دانشکده هنر، دانشکده تربیت مدرس، تهران، ایران.

۴- مدرس گروه هنر، موسسه آموزش عالی ناصرخسرو، ساوه، ایران.

۱- مقدمه

نگارگری ایرانی ریشه در اعماق تاریخ تمدن و فرهنگ ایرانی دارد. روح زیبایی‌شناسی و ذوق هنری انسان ایرانی همیشه طالب صورت‌های هنری و همیشه در پی ایجاد خلق تصاویر بوده تا بتواند پیرامون خویش را بیاراید و تعبیری شایسته از نوع زیست خود در عالم هستی بیابد (ابراهیمی ناغانی، ۱۳۸۴: ۹). نگارگری ایرانی- اسلامی از جمله هنرهایی است که با توجه به سابقه و قدمت درخشان و شناخته شدن آن در عرصه جهانی، می‌تواند به عنوان مؤلفه‌ای ارزشمند در خلق تصاویر به عنوان "عنصر هویت‌ساز" نقش ارزنده‌ای را در ترافیک و بمباران بصری دنیای امروز ایفا کند.

ما در عصر دیجیتال که به لطف تکنولوژی جدید ایجاد شده، زندگی می‌کنیم؛ عصری که از تصاویر متحرک در رسانه‌های مختلفی استفاده می‌شود و گرافیک متحرک^۱ یک شکل از رسانه‌ی مدرن در عصر امروز می‌باشد. گرافیک متحرک موضوع را چنان بیان می‌کند که یک تصویر ثابت هرگز قدرت آن را ندارد. در این رسانه از افکت‌های بصری و تکنیک‌های مختلف برای خلق آثار خود استفاده می‌کنند. در واقع همان‌طور که از اسم‌شان مشخص است گرافیک را به حرکت درمی‌آورند. بنابراین گرافیک متحرک به‌خاطر امتیازی که دارد، می‌تواند در ارتقاءبخشی تبلیغات کمک به‌سزایی داشته باشد. امروزه در کنار بهره‌گیری از شیوه‌های تبلیغی مختلف به‌جهت جذب مخاطب، سعی بر آن است تا با عنایت به بحث هویت‌سازی یا تجدید هویت، بتوان از سنت‌های تصویری و بصری گذشته در تبلیغات و کارآمدی آن استفاده نمود.

۲- نگارگری

هنر تصویرگری ظریف و معمولاً ریز نقش و واجد کیفیت تزئینی که از دیرباز به شیوه‌های مختلف در خاور زمین متداول بوده است (پاکباز، ۱۳۹۵: ۱۵۲۶). در نگارگری نیز زمان و مکان و کمیت‌های فیزیکی نمود مجسم ندارند و کوه، درخت، آدم و پرنده بیشتر صور نوعی‌اند، چراکه فضای نگارگری، فضایی که اصل و ریشه صور طبیعت و اشجار و گل‌ها و پرندگان فضای عالم مثال است و نیز پدیده‌هایی که در درون روح انسان متجلی می‌شود از آن‌جا سرچشمه می‌گیرد (عبداله و شایسته‌فر، ۱۳۹۲: ۴۶). تصاویری که در حوزه فرهنگ اسلامی - به‌خصوص در سده‌های نهم و دهم قمری - به‌دست نگارگران ایرانی آفریده شده‌اند، به‌سبب خصوصیات معنایی، صوری و فنی، از سایر آثار تصویری مربوط به فرهنگ‌های دیگر کاملاً متمایزند. نگارگری ایرانی تفاوتی اساسی و ذاتی با نقاشی طبیعت‌گرایانه اروپایی دارد، و نیز در اصول فلسفی و معیارها و قواعد زیبایی‌شناختی با هنر تصویری خاور دور و هند متفاوت است. هم‌چنین، با آن‌که به غلط بر آن نام مینیاتور نهاده‌اند، جز در مورد کوچکی اندازه و برخی ظرافت‌های فنی، با مینیاتور اروپایی قرون‌وسطا وجه تشابهی ندارد (پاکباز، ۱۳۹۵: ۱۵۲۶). عمده‌ترین ویژگی‌های نگارگری ایرانی را می‌توان ویژگی بینشی، ویژگی مضمونی، ویژگی ساختاری و ویژگی فنی نام برد.

۳- رسانه

گرافیک متحرک به عنوان یک رسانه و شیوه رسانه‌ای و با توجه به قابلیت‌هایش، می‌تواند نقش اساسی در اشاعه و گسترش فرهنگ تصویری ایرانی به عنوان عامل هویت‌بخش داشته باشد. ارائه پیام در حوزه‌ی تبلیغات رسانه‌ای، انتقال پیام به صورتی که باعث جلب اعتماد مخاطب شده و او را ترغیب به استفاده از آن محصول یا کالا کرده به طوری که در ذهن مخاطب ماندگار شود، می‌باشد که هدف خاص تبلیغات محسوب می‌گردد. «در عصر حاضر با اصالت معنا و مفهوم در هنر، انتقال معنا به مخاطب نسبت به فرم هنری اهمیت بیشتری یافته است. از این‌رو این قالب‌شکنی و هم‌آمیزی رسانه‌های مختلف هنری با یکدیگر به اوج خود رسیده است. این هم‌آمیزی و تلفیق به‌منظور انتقال معنا به مخاطب، شیوه‌های بیانی خاصی را پیش روی هنرمند قرار می‌دهد که قابل تأمل و بررسی است» (ندایی، ۱۳۹۶: ۴۸).

نقش رسانه‌ها در سده معاصر، هر روز پیش از پیش برجسته شده است. رسانه‌ها امروز به‌واسطه کشف و به‌کارگیری تکنولوژی‌های جدید ارتباطی تا عمق جوامع نفوذ کرده و تأثیر به‌سزا و تعیین‌کننده‌ای در جهت‌دهی افکار عمومی برخوردار گشته‌اند (امین‌پور، ۱۳۹۷: ۲۳). ظهور رسانه‌های جدید، ارتباطات بین مردم در سراسر جهان را افزایش و اجازه داده است مردم خود را از طریق وبلاگ‌ها، وبسایت‌ها، تصاویر، و سایر رسانه‌ها نزدیک‌تر نماید. صاحب‌نظران غربی، بر این باورند که رسانه‌های جدید بسترساز تحقق شتابان و بی‌وقفه پروسه تغییر اجتماعی در کشورها هستند. پیشرفت روزافزون و حیرت‌آور وسایل ارتباط جمعی در جهان و امکان دست‌یابی به تازه‌ترین خبرها و گزارش‌های نوشتاری و شنیداری و تصویری از دورترین نقاط جهان و استفاده بهینه از رسانه‌ها با ظهور رسانه‌های جدید در قالب شبکه‌های اجتماعی به‌وجود آمده است. فناوری نوین ارتباطی در جهان، ایده موسوم به دهکده جمعی را

1. Motion Graphics.

تحقق عینی بخشید و امروزه مخاطبان کنونی در جهانی زندگی می کنند که در دیده تیزبین یکدیگر قرار دارند (کاظمی زکریا، ۱۳۹۹: ۱۸).

نظریه تأثیر قدرتمند رسانه‌هایی که به دلیل دگرگونی‌های جهان اجتماعی در دوره‌های متفاوت بوده از اوایل قرن بیستم آغاز و تا سال ۱۹۳۰ ادامه یافته است. «در این دوران، رسانه‌ها که به نحو قابل ملاحظه‌ای گسترش یافته بودند، به دلیل قدرت خارق‌العاده در شکل دادن به عقاید و تغییر رفتار اجتماعی، اعتبار فراوانی کسب کرده بودند. براساس این نظریه، رسانه‌ها بر همه‌ی مخاطبانی که در معرض آن‌ها قرار می‌گیرند، اثرات قوی و کم‌وبیش یکسان دارند» (حبیب‌زاده ملکی و قاسمی، ۱۳۸۸: ۱۰۲). ایجاد کنش متقابل بین رسانه‌ها و مردم و ارائه نظام ارتباط از بین افراد جامعه به‌طور خلاصه پیوند میان رسانه‌های نو و نظام سنتی است. طبیعی است که تأثیر رسانه‌ها در رشد فرهنگی تابعی از درجه استحکام بنیادها، نهادها و ارزش‌های فرهنگی موجود است و از این دیدگاه کار علم ارتباطات نیز پرداختن به مسائل ناشی از اثرات متقابل تکنولوژی و فرهنگ در زمینه گسترش میان ارتباطات اجتماعی است تکنولوژی‌هایی که از نظر تهرانیان بر پایه "رسانه‌ها" و "رایانه" استوار هستند (خانیک، ۱۳۹۴: ۱۲).

محصول رسانه‌ای وابسته به زمان و مکان است. برخی از نظریه‌پردازان ارتباطات معتقدند امروز جهان در دست کسی است که رسانه‌ها را در اختیار دارد. نقش عمده رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی موجب شده اهمیت رسانه‌ها تا این حد مورد توجه قرار گیرد. در نظر صاحب‌نظران غربی، در اختیار داشتن وسایل ارتباط جمعی و فناوری‌های جدید ارتباطی، مساوی با در اختیار داشتن استیلای فرهنگی است بنابراین در این شرایط توجه به فضای جهانی رسانه از یک سو و ظرفیت‌های روز جامعه از سوی دیگر می‌تواند به ارتقای بیشتر محصولات و در نتیجه استیلای بیشتر در موزه‌ی فرهنگی بیانجامد. این نگرش در زمان اخذ تصمیم باید مورد توجه قرار گیرد و شاخص‌های معنایی و محتوایی را در هریک از راه‌حل‌های پیشنهادی برای کیفیت از این منظر مورد استفاده قرار دهد (علی‌محمدی و مهدی‌زاده، ۱۳۹۴: ۱۷۸).

از آنجایی که هر رسانه ابزار خاص خود را برای انتقال پیام لازم دارد، شاید بتوان گفت گرافیک متحرک قدرتمندترین ابزار برای رسانه‌های زمان‌محور است. گرافیک متحرک ابزاری است که از طریق ترکیب تصویر، نوشتار، صدا و حرکت، پیام را از طریق رسانه به مخاطب می‌رساند. به عبارت دیگر، گرافیک متحرک را می‌توان ابزاری برای زندگی بخشیدن به طراحی گرافیک خواند. نکته مهم آن‌که، در گرافیک متحرک حرکت به محتوا اضافه شده و تأثیرگذاری آن را نیز بیشتر می‌کند. حروف ثابت، فرم‌های ساده گرافیکی، تصویرسازی‌های دوبعدی و سه‌بعدی و عکس‌ها از لحظه‌ای که با یک هدف مشخص متحرک می‌شوند قدم در دنیای گرافیک متحرک می‌گذارند (عیسی‌پور، ۱۳۹۸).

۳-۱- گرافیک متحرک

طراحی متحرک^۱ مخفف طراحی گرافیکی متحرک^۲ هنری است برای زندگی بخشیدن به طراحی گرافیک ثابت از طریق انیمیشن، حروف ثابت و همچنین فرم‌های ساده گرافیکی از لحظه‌ای که متحرک می‌شوند وارد دنیای طراحی متحرک می‌شوند (حسینقلی، ۱۳۹۱: ۹۳). گرافیک متحرک به عنوان یک فرم هنری، توانسته است با ترکیب نمودن دوربین پویا و المان‌های سه بعدی به رشد خود ادامه دهد. از نرم‌افزارهایی نظیر "سینما فوردی"، "تری‌دی مکس"، "اتودسک مدیا"، "بلندر" و "افترافکت" جهت ساخت گرافیک متحرک استفاده می‌گردد. امروزه می‌توان به‌جرات گفت گرافیک متحرک از مهم‌ترین تکنیک ساخت آگهی‌های تلویزیونی است. که با توجه به پیشرفت تکنولوژی در تمام عرصه‌ها و نیاز آگاهی مردم نسبت به تکنولوژی‌های روز، از گرافیک متحرک می‌توان به‌عنوان جدیدترین شیوه که هر روز بالغ‌تر می‌شود؛ استفاده کرد. کاربرد گرافیک متحرک امروزه جزء مهم‌ترین تکنیک‌های ساخت آگهی بازرگانی است. اگر گرافیک حرکتی به‌خوبی طراحی شده و منطقی باشد، می‌تواند تجربه حسی مخاطب را افزایش دهد (Krasner, 2008: 75).

طراحی گرافیک متحرک هنری است که براساس رسانه‌های جدید پایه‌ریزی شده است، و می‌خواهد طراحی گرافیک متحرک را از سیطره چندین ساله چاپ‌رهای بخشد. درواقع طراحی گرافیک متحرک پلی میان طراحی گرافیک، سینما، گرافیک و تبلیغات تلویزیونی، رسانه‌های تعاملی، معماری و... است (حسینی، ۱۳۹۶: ۱۸). از نظر طراحی سطحی، به غیر از رنگ، حرکت نیز یک ویژگی مهم اشیاء است که می‌تواند بیش‌ترین توجه بصری را منحرف کند (Norcio, Noiwan, 2006: 103).

برای خلق یک اثر هنری در هر رشته‌ای به سه ویژگی "موضوع"، "ایده" و "اجرا" نیازمند است تا بتوان اثرگذار و مخاطب پسندی را به‌وجود آورد. برای بهره‌گیری از ویژگی‌های نگارگری در آثار گرافیک متحرک، این سه به‌عنوان مسیر و هدف نیز مورد نظر است.

1. Motion Design.
2. Motion Graphics Design.

موضوع:

موضوع هر علمی عبارت است از: آن چیزی که در آن علم از احوال و عوارض او گفت‌وگو می‌شود و قضایای مربوط به او حل می‌شود (شهید مطهری، ۱۳۹۰، ۲۱). در انتخاب موضوع هدف و مفاهیمی که قرار است در قالب یک اثر گرافیک متحرک به مخاطب منتقل شود مورد مطالعه قرار گرفته و ویژگی‌های آن توصیف می‌شود. در این خصوص می‌توان موضوعات را به سه دسته‌ی "طبیعت‌پردازانه"، "انتزاعی" و "تجربیدی" تقسیم‌بندی نمود.

الف- طبیعت‌پردازی: طبیعت طراحی زبردست و مهندسی چیره‌دست است که در انتخاب فرم و شکل‌های یک جسم (تناسب با نیاز آن) بهترین‌ها را انتخاب می‌کند (شهیدی، ۱۳۸۸: ۷۴). هم‌چنین با الهام از طبیعت می‌توان در مقیاس چندبعدی نمایش کلمات را از طریق زبان طبیعی یاد گرفت و به‌صورت مؤثر و کاربردی در آثار خود از آن بهره برد (Bhatia, Stewart, 2018: 73). یکی از وجوه موضوع‌یابی در گرافیک متحرک، پردازش اثر به صورت طبیعت‌پردازانه است که در میان عوام از استقبال گسترده‌ای برخوردار است.

ب- انتزاعی: انتزاع عبارت است از ساختن یک‌سری مفاهیم کلی ذهنی است که از جوهر و عصاره‌ی چیزی که در واقعیت دیده شده و از آن الهام گرفته شده است و به‌صورت خلاصه و ساده ارائه نمود که تأکید آن بر ترکیب‌بندی است. در هنر انتزاعی کمتر نشانه‌ای از واقعیت به چشم می‌خورد، به صورتی که «فقط از رنگ و فرم‌های تمثیلی و غیرطبیعی برای بیان مفاهیم خود بهره می‌گیرند». هم‌چنین استفاده از خصوصیات کلی اشیاء و موجودات و نادیده گرفتن جزئیات خاص هر کدام از آن‌هاست (زمانی باب‌گهری، ۱۳۹۳: ۵۵-۶۱). در دنیای معاصر، موضوعات انتزاعی و تجربیدی با توجه به شاخصه‌های زندگی پست‌مدرنیستی نیز دارای اهمیت می‌باشند. ب- تجربیدی: تجربید به هنری گفته می‌شود که طبیعت و یا واقعیات را به صورت عینی به نمایش نمی‌گذارد و به‌دور از هرگونه شباهت، ساده‌سازی و حتی خلاصه‌ای از واقعیات و عینیات می‌باشد. هنر تجربیدی به دنبال کشف حقیقت است که در پس ظواهر عادی و طبیعی پنهان است و این حقیقت به واسطه‌ی صورت‌های خیالی با اشتراکات مفهومی انجام می‌پذیرد (رهبرنیا و مهریزی ثانی، ۱۳۸۷: ۸۷-۸۸).

ایده:

وقتی از ایده صحبت می‌کنیم منظور نوعی پیشنهاد است که هنوز طرح و اجرا نشده است پس ما از چیزی صحبت می‌کنیم که بالقوه ظرفیت به طرح تبدیل شدن و اجرا شدن را دارد. بی‌شک اصلی‌ترین مرحله تفکر خلاق بحث ایده‌سازی است (نیرومند، ۱۳۹۰: ۱۷). در فرهنگ‌های لغت، ایده به معانی متفاوتی مثل فکر، نظر، عقیده و خیال آمده است. ایده یا فکر، نخستین سبک بنای خلق هر پدیده‌ی جدید است و عموماً از یک "نیاز" سرچشمه می‌گیرد. "نیاز" همواره و در تمام زمینه‌ها وجود داشته و از حرکت انسان برای رفع این نیاز پدیده‌های جدید خلق یا کشف شده است (جلالی‌پور و فیض‌الاسلام، ۱۳۹۹: ۱۲۶). ایده را می‌توان به‌عنوان بخشی از فرآیند طراحی خلاق دانست که در آن طراحان برای حل یک مسئله‌ی خاص به دنبال راه‌حلی برای تولید و اجرا هستند که ساده‌ترین راه‌حل یک مسئله می‌باشد که فکر تصویری و قابل اجراست و می‌تواند مفهوم مورد نظر را در گرافیک متحرک به فشرده‌ترین شکل بیان کند.

میرصالحی در مقاله "روشی برای ایده‌یابی و پرورش خلاقیت خوانندگان" که برگرفته از کتاب "دستورالعمل‌های فیل آبی برای ایده‌یابی" نوشته‌ی محمدحسین نیرومند می‌باشد، برای ایده‌یابی چهار گزینه را بیان کرده است که می‌تواند در فرایند خلق اثر گرافیک متحرک، مورد نظر و توجه باشد.

الف- از طریق مضمون یا همان درونمایه کار را آغاز کنید. در این صورت شما از یک مفهوم کلی به ایده می‌رسید. درونمایه همان چیزی است که از کلام و عبارت فهم می‌شود. مانند: شجاعت، عدالت، حسد و...

ب- با یک پیام که ممکن است مجموع خواسته‌های یک سفارش‌دهنده باشد، کار را شروع کنید. مانند، جشنواره فیلم فجر. ب- با یک اسم ذات ایده‌پردازی را شروع کنید. به این ترتیب شما از یک مفهوم جزئی به ایده می‌رسید. مانند: آقای انیشتین، تهران، فیل، سیب و ...

ت- با اقتباس از آثار موجود، کار را پیگیری کنید. با تغییر در ایده‌های موجود به ایده‌های جدید دست خواهید یافت (میرصالحی، ۱۳۹۱: ۴۷).

اجرا:

زبان بصری پایه آفرینش در دیزاین است؛ طراح، جدا از جنبه کاربردی طرح، باید اصول، قوانین و مفاهیم مربوط به سازماندهی بصری طرح را نیز در نظر بگیرد. عناصر بصری یکی از مهم‌ترین قسمت‌های هر طرح است. علاوه بر عناصر بصری، عناصر ذهنی نیز در میزان تأثیرگذاری طرح در ذهن مخاطب و احساس او نسبت به طرح اهمیت دارد که باعث القای حس زیبایی‌باوری می‌شود. گاهی

احساس می‌کنیم در گوشه شکلی نقطه‌ای وجود دارد، خطی دور شیئی را مشخص می‌کند یا سطوحی، حجمی را احاطه، و آن حجم فضایی را اشغال کرده است. عناصر ارتباطی موقعیت شکل‌ها را در طرح و ارتباط آن‌ها را با یکدیگر مشخص می‌سازد (طیبی و فردپور، ۱۳۹۱: ۶۴). برای خلق اثر هنری، هنرمند به وجود دریافت‌های ذهنی و استفاده از دستاوش نیاز دارد تا با استفاده از ترکیب این دریافت‌ها از جمله: فرم، رنگ، فضای سه‌بعدی، بافت و ریتم ایده‌ی خود را به اجرا برساند. علاوه بر آن‌ها توان حس کردن و اشتیاق به آفریدن در فرد لازم است. «حضور تکنولوژی در عرصه هنر تجسمی نه تنها در نقاشی بلکه در شکل‌گیری، گسترش و پیش‌برد آثار گرافیکی نیز بسیار خشمگین است. از ویژگی‌های اصلی هنر گرافیک جنبه‌ی تولیدی و تکثیری آن است. در سال‌های اخیر، آثار هنری فراوانی در عرصه هنرهای تصویری و به‌خصوص هنر گرافیک مشاهده می‌شود که با تکنیک‌های رایانه‌ای به‌وجود آمده‌اند و طراحان گرافیک جسورترین هنرمندانی هستند که شیفته‌ی قدرت جادویی رایانه‌ها شده‌اند. به‌خصوص افرادی که قدرت طراحی دستی کمتری داشتند به‌سرعت با این شیوه، هماهنگ و هم‌پا شدند» (عبدالحسینی، ۱۳۸۴: ۴۹).

با وجود تکنولوژی‌های مدرن، برخی هنرمندان برای خلق آثار خود از عکاسی دیجیتال یا اسکن طرح‌های دستی استفاده می‌کنند و یا این‌که به‌صورت مستقیم طرح‌های خود را در محیط نرم‌افزارهای دوبعدی و سه‌بعدی با فضای بسیار گسترده از رنگ‌ها و تکنیک‌های متنوع ترسیم می‌کنند؛ که ابزاری است در دست هنرمند تا ایده‌های وی را به مرحله‌ی ظهور برسانند. استفاده از برنامه‌ها^۱ و ابزارهای گرافیکی موجود در نرم‌افزارهای دوبعدی و سه‌بعدی عموماً برای خلق یا استفاده از بازی‌های رایانه‌ای، پویانمایی، ترکیب ویدئو و رایانه، ویرایش آثار سینمایی و تلویزیونی، ویرایش تصاویر عکاسی یا اسکن شده، تولید مدل‌های صنعتی، ساختمانی و در صنایع به جهت ساخت یا کنترل ابزارهای تولید مورد استفاده است. از جمله برخی برنامه‌های گرافیکی در حاضر می‌توان به این موارد اشاره کرد.

۴- جلوه‌های نمادین-بصری نگارگری، عامل هویت ساز در گرافیک متحرک

حضور نمادها بر بستر نگارگری، بیانگر صورت مثالی این هنر در طول اعصار می‌باشد و هنرمندان سعی بر آن داشته‌اند تا با خلق جلوه‌های مثالی و نمادپردازانه، جلوه ناسوتی (فیزیکی) این هنر را به ساحت لاهوتی (متافیزیکی) سوق دهند. عناصر و جلوه‌های نمادین در نگارگری در مجموع شامل "عناصر هندسی"، "تلفیقی" و "طبیعی" هستند که عناصر طبیعی در چهار گروه "انسانی"، "حیوانی"، "گیاهی" و "عناصر بنیادین طبیعت" می‌باشند. واژه هویت^۲ به لحاظ معنوی از واژه Identitas مشتق شده و در دو معنای ظاهراً متناقض به کار می‌رود: ۱- همسانی و یک-نواختی مطلق؛ ۲- تمایز. اگرچه دو معنای ذکر شده متناقض و متضاد به نظر می‌آیند ولی در اصل به دو جنبه‌ی اصلی و مکمل هویت معطوف هستند (محمدی، خالق‌پناه و محمدی، ۱۳۸۹: ۸۱). هویت، معنایی ذاتی ندارد بلکه هویت، فرآیندی بر ساختنی است و فرد و جامعه در ساختن آن مشارکت فعالی دارند (توسلی و اصل زعیم، ۱۳۹۰: ۷۹).

هویت‌ها معمولاً با ماهیت‌های جامعه معرفی می‌شوند. ماهیت یعنی ذات و چیستی یک شیء. در توضیح این جمله می‌توان این‌چنین بیان کرد که تمام اجسام و اشیاء موجود در جهان چیزی هستند و مشخصاتی دارند که به همین چیستی آن‌ها، ماهیت می‌گوییم. هر موجود یا شیء دارای ویژگی‌ها و مشخصاتی است و آن مشخصات و ویژگی‌ها چیستی آن شیء را تشکیل می‌دهند ما به مجموع این ویژگی‌ها، روی هم رفته نامی می‌دهیم که همان نام شیء و ماهیت شیء است. درواقع تمام نام‌هایی که با آن‌ها اشیاء یا اجسام را می‌نامیم، همان ماهیت آن‌هاست.

یکی از ابزار ارائه یا عنصر ماهیتی، نگارگری می‌باشد که رنگ و شکل آن به عنوان عنصر ماهیت‌گر، معرف هویت آن است. متأسفانه با وجود ظرفیت‌های بسیار اثرگذار نگارگری ایرانی-اسلامی به عنوان یک عنصر هویت‌ساز و هویت‌بخش، آن چنان که در شأن این هنر است، ردپایی جدی در آثار گرافیک متحرک دیده نمی‌شود.

۴-۱- نمادهای هندسی

نمادهای هندسی در نگارگری ایرانی-اسلامی شامل "جدول کشی"، "قاب بندی" و "طراحی فضای درون و برون" است و به-عنوان فضاهایی کاملاً متضاد با ساختار کلی نگارگری (خطوط و طراحی‌های سیال و روان)، جذابیت مضاعفی به اثر می‌بخشد. «مجموعه‌ای از اشکال هندسی منظم همانند دایره، مربع، مثلث یا ترکیب‌هایی هم‌چون سطوح شطرنجی، ستاره‌های شش‌پر، اشکال ماندلا، چلیپا و... نمادهای هندسی ایران محسوب می‌شوند. در نگارگری ایران استفاده از اشکال هندسی، به صورت ترکیبی و ابداع نقش مایه‌های

1. Adobe In Design. Photoshop. Freehand. Corel trace. Corel DRAW. Photo Paint. Corel shope aint Maya. 3D Max.

"Adobe After Effect, Cinema 4D, Adobe Animate, TV Paint Animation."

2. Identity.

خاص هندی رواج داشته و همواره ضمن حفظ ارزش‌های نمادین، برای آراستن فضاها مورد استفاده قرار گرفته‌اند» (کفشچیان مقدم و یاحقی، ۱۳۹۰: ۶۸ و ۶۹).

۴-۱-۱- جدول کشی

یکی از هنرهای کتاب‌آرایی جدول کشی نام دارد. جدول در لغت به معنای جوی آب است و در اصطلاح کتاب‌آرایی سستی به خط‌هایی گفته‌اند که بر چهار طرف صفحه کشیده می‌شده‌اند. به آن گونه که انجامه‌های این خط‌ها باهم تلاقی داشته و عموماً حدفصل متن و حاشیه‌ی صفحه بوده‌اند. جدول‌ها خط‌های موازی هستند که به دور کار بسته می‌شوند و تنوع آن‌ها بیشتر در نقش‌هایی است که بین این خطوط انجام می‌شده‌اند نه در رنگ‌ها، استفاده از کادر برای تعیین و ایجاد فضایی برای تصویر است. این کار رابطه‌ی بین بیننده و تصویر را نیز تغییر می‌دهد. نظر به این که در نقاشی‌های بدون کادر، چشم در مسیرهایی که حدفصل بین نقاشی و فای حاشیه‌ای اطرافش را محو می‌کند سرگردان می‌شود، کادربندی دور کار چشم بیننده را به متن کار هدایت می‌کند (رجبی، ۱۳۹۳: ۶۳).

۴-۱-۲- قاب‌بندی

قاب پلکانی، ستون‌هایی با عرض مساوی و ارتفاع متفاوت که در ترکیب‌بندی، اجزای تصویر را با آن تنظیم می‌کردند که این نوع قاب‌بندی در شکل‌گیری نگاره‌های دوران سلجوقی، ایلخانی و مکتب شیراز دوره‌ی آل‌اینجو نقش اساسی را ایفا می‌کرد. این قاب هم به صورت متقارن و هم به صورت نامتقارن ترسیم می‌شد.

۴-۱-۳- فضای درون و بیرون

در مکتب شیراز «جهت نمایش فضای درون و بیرون، از یک عنصر ساده مانند پرده چادر و تک درخت همراه با اندکی سبزه پیچ خورده و برای نمایش کوه از چند مثلث ساده و کوچک استفاده می‌کند» (هاشمی و شیرازی، ۱۳۹۲: ۱۱).

۴-۲- نمادهای تلفیقی

بشر با توجه به ویژگی‌های خاص در ساختار نماد طبیعی و هندسی در تلاش برای بزرگ‌نمایی و ویژگی خاص آن‌ها برای رسیدن به یک صورت مفهومی و نمادین جدید بوده است. براین اساس، تناسب درک و جوه معنایی در هر عنصر و ساختارهای متفاوت هر کدام برای هنرمند حائز اهمیت است؛ به‌طوری که تلفیق آن‌ها برای بیان مفاهیم مجرد ضروری به نظر می‌رسد. تقسیم‌بندی نمادهای تلفیقی شامل "صخره‌های جاندار"، "فرشته"، "دیو"، "آژدها"، "سیمرغ"، "براق" می‌باشد. نکته حائز اهمیت، صورت‌های انتزاعی و مجرد نمادهای مذکور است که یا به‌صورت کاملاً اقتباسی و یا دوباره خلق شده (ریدیزاین)، در جریان طراحی اثر گرافیک متحرک است که هنر نگارگری ایرانی-اسلامی منبع غنی از الهام و اقتباس می‌تواند باشد.

۴-۲-۱- صخره‌ی جاندار

صورت‌های سنگی آدم‌نما یا جانورنما، در مکتب بغداد دوره‌ی جلایریان به‌وجود آمدند و در دوره‌ی تیموری رونق یافتند. این صخره‌ها که اغلب با صورت‌های انسانی و حیوانی ترکیب می‌شدند با اضافه شدن رنگ‌های متنوع و موج، جانی تازه می‌گرفتند که گویی روح و زندگی در این سنگ‌ها جاری است. در گذشته‌های دور و دوران بدوی سنگ‌های تراش نخورده را نمادی از جایگاه ارواح یا خدایان می‌دانستند. «بنابراین شاید نقش‌های انسانی و جانوری موجود در شکل صخره‌ها، نمادی از روان زنده و پویای سنگ‌ها باشد که به‌صورت مستقیم قابل ارائه نیستند و برای انتقال مفهوم زندگی‌شان از تلفیق و ترکیب آنچه زنده و جاری است با آنچه سخت و غیرقابل انعطاف است، مدد جست‌اند» (کفشچیان مقدم، یاحقی، ۱۳۹۰: ۶۹).

۴-۲-۲- فرشته

فرشته به‌صورت انسان بالدار؛ فرشتگان را پیام‌آورانی که میان خدا و انسان ارتباط برقرار می‌کنند، می‌دانند. در دوره‌ی اسلامی، تحت‌تأثیر اعتقادات مذهبی، فرشتگان را واسطه‌ی میان بارگاه الهی و انسان می‌دانستند که پیام‌های خداوند و کلام او را به انسان‌های برگزیده‌ی او نازل می‌کردند. با توجه به تأثیری که فرهنگ ایران، ادبیات، مذهب و اسطوره، بر نگارگری داشته که تلفیقی از عناصر نمادین چون بال‌های بزرگ و پیکره‌ی انسان یا حیواناتی هم‌چون گرگ و یوزپلنگ استفاده می‌شد؛ از دیرباز و دوره‌های مختلف و تأثیراتی که جامعه به مرور زمان بر نقش فرشته گذاشته آن‌را به نقش درخشان نمادینی در نگارگری ایران تبدیل کرده است.

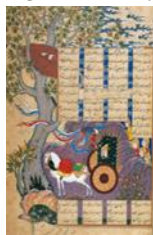
نگارگران تمامی مکاتب ذهنیتی کامل و فعال درباره نبرد کیهانی میان آفرینش اهریمنی و آفرینش ایزدی داشتند. در این میان دیو که نماد اهریمن و دشمن است با چهره‌های حیوانی با شاخ، دم و عریان، با سلاح‌های بدوی و دیگر موارد نشان داده شده است. نگارگران با نمایش این ویژگی‌ها به نوعی به برتری آفرینش ایزدی در مقابل آفرینش اهریمنی اشاره کرده‌اند (مهرپویا، سلیمی پور و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۵).

در اساطیر ایرانی اژدها نماد شر، بدکاری و تیرگی تجسم می‌شده. در نگارگری اژدهای ایرانی دارای ویژگی‌های متفاوتی با اژدهای نگاره‌ی سرزمین‌های دیگر دارد. اول این که در پای عقب زائده‌ای دارد. دوم، یک شاخ وسط پیشانی دارد که معمولاً دو بخش شده است. سوم، دم اژدهای ایرانی نسبت به سرزمین‌های دیگر ویژگی خاصی ندارد. چهارم، اغلب در حال دمیدن آتش دیده می‌شود. پنجم، اغلب فاقد بال می‌باشند که زمینی به نظر می‌رسند و اشتیاقی به پرواز ندارند.

کشفچیان مقدم و یاحقی براساس گفته‌ی منطق الطیر عطار در مقاله‌ی خود در مورد سیمرغ این‌گونه نوشته‌اند که: «نماد سی پرند است که در پی یافتن پاسخ برای سؤالات عرفانی خود در مسیر شناخت حق، تن به سفیری دورودراز می‌دهند.» و هم‌چنین در مورد توصیف ظاهری این پرندة اسطوره‌ای که نگارگر ایرانی مصور می‌کرده این‌چنین بیان شده است: «پرندة‌ای بسیار بزرگ با پنجه‌ها و منقار قوی گاهی شبیه پنجه و منقار عقاب، با تیزی بی‌یک پرندة شکاری، تاج، بال، پر و دم رنگین وام گرفته از پرندگانی زیبای مختلف که ترکیبی قدرتمند و درعین‌حال زیبا و باشکوه را تشکیل می‌دهد» (کشفچیان مقدم و یاحقی، ۱۳۹۰: ۷۰). شکل (۱،۲).



شکل ۲- موزیک ویدئو آرایش، به کارگردانی علیرضا لطیفیان، سیمرغ در حال پرواز بر فراز آسمان، درخت و صخره‌ها. (مأخذ: نگارنده)



شکل ۱- صحنه از هفت‌خوان اسفندیار، برگی از شاهنامه شاه- اسماعیل دوم، منسوب به سیاوش، قزوین، حدود ۱۵۶۷ میلادی، موزه آقاخان. (مأخذ: www.flickr.com)

براق را نخستین مرکب پیامبر اسلام از مکه تا بیت‌المقدس می‌دانند که به دلیل حرکت تند و سریع او از کلمه‌ی «برق» برگرفته شده است. وکیلی و لعل‌شاطری در مقاله‌ی خود به نقل از پیامبر براق را این‌گونه توصیف کرده‌اند: روی او چون آدمی، گوش‌های او چون گوش فیل، بش او چون بش اسب، دست‌وپای او چون دست‌وپای شتر، دنبال او چون دنبال گاو و بزرگ‌تر از خر و کوچک‌تر از استر. سرش از یاقوت سرخ و سینه‌اش از گوهری سپید. نیز فرموده‌اند: و براق گوش می‌جنبانید و دو پر داشت که بدان سعی می‌کرد و خداها چون خدا اسب و بش او از مروارید مرصع به مرجان و موهای پیچیده از یاقوت سرخ و گوش‌ها از زمرد سبز و دو چشمش چون زهره و مریخ و نسبت‌ها چون نسب گاو از زمرد مرصع به یاقوت و مرجان. شکمش چون نقره و سینه‌اش چو زَر و دست‌وپایش در وقت گام زدن از وادی‌ای به وادی‌ای بود. رنگش چون برق درخشنده بود. گامش چنان بود که چشمش بنگریستی. لگامی از گوهر مرصع به جواهر سبز به زنجیر زین بسته. بروی جامه دیا تعبیت کرده نشست را. در روایات ذکر شده است که بر پیشانی بُراق عبارت «لااله الا الله وحده لا شریک له، محمد رسول الله» نقش بسته است (وکیلی و لعل شاطری، ۱۳۹۴: ۵۳ و ۶۱).

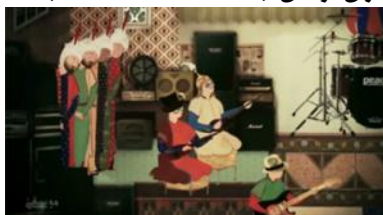
همواره طبیعت و عناصر متشکله‌ی آن، الگو و منبع الهام هنرمندان بوده و چگونگی ارتباط عمیق و گسترده‌ی انسان با طبیعت و نتایج حاصل از آن، نوع نگرش و جهان‌بینی او را رقم زده است. در طبقه‌بندی، عناصری هم‌چون انسان، گیاه، جانور و نیز نیروهایی

چون آتش، باد، آب به عنوان عناصر نمادین واقع‌گرا در این گروه مورد بررسی قرار می‌گیرند (کفشچیان مقدم و یاحقی، ۱۳۹۰: ۷۰). با توجه به بررسی‌های انجام گرفته، نمادها و عناصر طبیعی شامل "انسان"، "حیوان"، "گیاهی" و "عناصر بنیادین طبیعت" می‌باشند.

۴-۳-۱- انسان



شکل ۳- رفتن همای با بهزاد بطلب همایون، هنرمند ناشناس، هرات، ایران، در حدود ۱۴۳۰ ترسایی، آبرنگ، طلا و مرکب بر روی کاغذ. عکس: موزه هنرهای تزئینی، پاریس، ژان تولنس. (مأخذ: www.flickr.com)



شکل ۴- موزیک ویدئو آرایش، به کارگردانی علیرضا لطیفیان، نواختن موسیقی و همخوانی گروهی، در این کار کارکنهای سنتی با سازها و وسایل مدرن چون: عینک و کلاه تلفیق شده و درحال اجرای کنسرت هستند. (مأخذ: نگارنده)



شکل ۵- کار شخصی (تبلیغ فرش)، شخصی درحال نواختن موسیقی و اطرافیان درحال رقص و آواز و شادمانی هستند. (مأخذ: نگارنده)

در مکتب شیراز پیکره‌های انسانی را با اندازه‌های بزرگ و تناسبات ویژه ترسیم می‌کردند. سرها به نسبت بدن بزرگ تصور می‌شد. در برخی از نگاره‌های این دوره نوعی کشیدگی در پیکره‌ها احساس می‌شد و دلیل آن کمتر بودن نسبت عرض بدن به طول آن در تناسبات پیکره‌های ایستاده بود. از دیگر مواردی که می‌توان به آن اشاره کرد کوچک بودن اندازه‌ی دست و پاها از مچ تا سر انگشتان است. دورگیری پیکره‌ها در عین این- که سطوح را از هم جدا می‌کند، به عنوان یک عنصر تزئینی به‌کار رفته است و نقاشی را از حالت یک دستی و سکون خارج کرده و روحی تازه به حالت پیکره‌ها و نمای کلی نقاشی بخشیده است (هاشمی و شیرازی، ۱۳۹۲: ۱۱). (شکل ۳)

چهره‌ی مردان که اغلب با ریش و موی بلند نگاهشته می‌شد؛ در چهره‌های بدون ریش، چانه را با خط مورب نرمی شکل ترسیم می‌کردند. نگارگر ایرانی با به تصویر کشیدن انسان با اصول ثابت، بدون توجه به شخصیت‌پردازی یا انعکاس حالت عاطفی در چهره‌ها، درواقع به نوعی نمود کلی از انسان دست یافت که در برخی موارد حتی تشخیص زن و مرد در آن تنها با توجه به نوع سربند یا لباس مشخص می‌شود. این نمود در عین الهام گرفتن از طبیعت، با دخل و تصرفی خلاقانه به نقش قراردادی و نمادین از انسان تبدیل شده که چندان فردیت او مهم نیست؛ بلکه انسانیت او در قالب و صورتی قراردادی و همواره در جایگاه خاص به تصویر کشیده شده است. این جلوه‌های قراردادی به باور هنرمند و انسان هر دوره اشاره می‌کند و به این شکل نقشی تفکر-برانگیز و نمادین پیدا می‌کند. در نقاشی ایرانی همان‌گونه که فرشتگان سایه ندارند، انسان‌ها نیز سایه ندارند. همه‌چیز نور است، نقش انسان واقعیتی مجرد و آسمانی بدون پایه و آزاد از سنگینی و حجم واقعیت روزمره است (کفشچیان مقدم و یاحقی، ۱۳۹۰: ۷۰). شکل (۴۵)

۴-۳-۲- حیوان

- اسب: در مکتب شیراز، اسب‌ها با دست‌وپایی باز در حالت دویدن ترسیم شده‌اند که شباهت‌هایی با سنن تصویری بیش از اسلام در آن‌ها مشاهده می‌شود (هاشمی و شیرازی، ۱۳۹۲: ۸). (شکل ۷)

- شیر: در نگارگری ایرانی نماد شیر «با اصل آتشین خود، نمادی از گرمای خورشید، نیروی شمس و نور محسوب می‌شود.

- گاو: نماد زمین و نیروی مرطوب طبیعت، تداعی گرما و ابرهای باران‌زا است» (کفشچیان مقدم و یاحقی، ۱۳۹۰: ۷۱). شکل (۶)



شکل ۶- کشته شدن شانزبا توسط شیر. نسخه‌ی کلیله و دمنه بایسنغری کتابت شمس بایسنغری به سال ۸۳۳ قمری، محل نگهداری: کتابخانه توپکاپو استانبول. (مأخذ: <https://iranantiqu.com>)



شکل ۷- کار شخصی (تبلیغ فرش)، حمل تعدادی فرش توسط اربابه‌ای متصل به اسب و سواری بر روی آن. (مأخذ: نگارنده)

۴-۳-۳- گیاهی

- درخت:

زندگی و سفیدی در مقاله خود به نقل از مونیک دوبوکور محقق و پژوهشگر فرانسوی نماد درخت را در اساطیر چنین توصیف کرده‌اند: «درخت کیهانی غول‌پیکری که رمز کیهان و آفرینش کیهان است. درخت کیهان که ستون و رکن کیهان است و زمین را به آسمان می‌پیوندد. وسیله‌ی دست یافتن به طاق آسمان و دیدار خدایان و گفتگو با آن است. درخت، صورت مثالی زندگی و نماد قطور و نو شدگی است. رشد مدام نباتات، نشانه‌ی تجدید حیات ادواری و یادآور اسطوره‌ی بازگشت جاودانه به اصل واحد است. درخت هم-چنین با مفاهیمی چون ولادت، رشد، بالندگی و تکامل پیوسته خانواده، جامعه، قوم و ملت پیوستگی دارد» (زندگی و سفیری، ۱۳۹۵: ۸۹).

و از آن‌جاکه در هنر و فرهنگ ایران درخت و سرسبزی همیشه مورد احترام بوده و برخی از این گیاهان و درختان براساس ویژگی‌هایی چون زیبایی، سرسبزی، ثمردهی یا بی‌ثمری با برخی از مفاهیم خاص درآمیخته و در فرهنگی ایرانی تبدیل به نماد و نقش‌مایه شد، که هنرمند ایرانی برحسب ضرورت و نیاز در شکل طبیعی آن‌ها تغییراتی انجام داده است. در فرهنگ و هنر ایرانی، نقش اسطوره‌ای، آئینی و نمادین درختان سرو و چنار بیش‌تر مورد توجه و استفاده قرار گرفته است.

الف- سرو: سرو نماد جاودانگی، و تداعی‌کننده‌ی حیات پس از مرگ است. که در نقاشی ایرانی در اغلب نگاره‌ها به چشم می‌خورد و در حاشیه‌ی کادر مصور می‌شده که شاید تداعی‌گر مفهوم بلند بالایی سرو در ذهن مخاطب باشد. نقش سرو به‌عنوان عنصری در طبیعت در هر دوره‌ای به‌منظوری نگاشته می‌شد. در تخت جمشید علاوه بر کارکرد زیبایی؛ نماد آزادی و آزادگی هم-چنین عنصری مقدس به‌شمار می‌رفت. در دوره‌ی اسلامی نماد سرسبزی و طراوت‌بخش فضا که مفهوم بهشت را تداعی می‌کرد. در دوره‌ی هرات و تبریز دوم سرو را در نگاره‌ها هم‌چون راوی که روایتی را نقل می‌کند، جان می‌دادند. نقش سرو در نگاره‌های پس از مکتب هرات تبریز، به خصوص در مکتب قاجار مفهوم و معنایی جز عنصر زیبایی نداشت و چون دیگر عناصر نگاره‌ها برای طراوت‌بخشی فضا از آن بهره می‌بردند.

ب- چنار: چنار در فرهنگ ایرانی نماد شکوه و تعلیم محسوب می‌شود که از عظیم‌ترین و پرمعرت‌ترین درختان ایران شمرده می‌شود. در نگاره‌هایی ایرانی، جشن‌های باشکوه و آیین‌های سرور در سایه چنار برقرار است. شکل (۸۹).



شکل ۸- کلیله و دمنه، باب بوف و زاغ، منسوب به صادقی بیگ، قزوین، ۳۰/۳ در ۲۰/۶ سانتیمتر، ۱۵۹۳ ترسای. موزه آقاخان. مأخذ: (www.flickr.com)



شکل ۹- کار شخصی (تبلیغ فرش)، درختا سرو در پشت دیوار و درختان کوچکی که بر روی صخره‌ها خودنمایی می‌کنند.
(مأخذ: نگارنده)

- گل:

گل نیز مظهر زیبایی است و گل سرخ در قلمرو گل‌های ایران دارای سلطه و تفوق است و گل در فارسی هم به معنای گل سرخ است و هم به معنای مطلق گل (انصاری و نامی، ۱۳۹۶: ۸۲).

۴-۳-۴- عناصر بنیادین طبیعت

- آب:

زندگی بخشی آب، پیوند آن با خرد و دانش مواردی هستند که باعث نمادین شدن این بخش از طبیعت مهم در زندگی انسان شده‌اند. آب را نمادی از عالم ملکوت می‌دانند و عنصری که باعث به وجود آمدن رابطه‌ی انسان با طبیعت شده است. در نگاره‌های ایرانی آب را با رنگ نقره‌ای ترسیم می‌کردند و هدف از انتخاب این رنگ ایجاد روشنایی، انعکاس نور و ایجاد پرتوهایی که با روح بیننده وارد تبادل معنوی خاص شوند و همین‌طور به دلیل اعتقادی متفاوت با خصلت‌های دنیای مادی که از عینیت فراتر رفته است. «آب در فرهنگ ایران از جمله چهار عنصر اصلی تشکیل‌دهنده‌ی این جهان است. در اسلام نیز به عنوان مایه‌ی آفرینش مطرح است. در فرهنگ‌های اساطیری ایران هم آب مایه‌ی جاودانگی یا روئین تن تنی آدمی می‌شود. در سده‌های نهم هجری یک نهر یا جوی آب به شکل ماریچ صحنه را طی می‌کند و رنگ نقره‌ای نیز برای آن انتخاب می‌شود» (خسروی، ۱۳۷۸: ۱۱۳-۱۱۵).

- آتش:

آتش مظهر روشنایی، حرارت، گرما، پاکی و سمبل مهر و زندگی است. در نگارگری ایران، آتش نمادی از قداست و پاکی شخصیت می‌شود به همین دلیل در نقوش انسانی کم‌کم هاله‌ی مقدس به صورت شعله‌های آتشین مصور می‌شد که جزو نمادگرایی آتش در نگارگری ایرانی محسوب می‌شود.

- خورشید:

از دیرباز خورشید در ایران از جایگاه خاصی برخوردار بوده است؛ نور نشانه‌ی دانش و خورشید به نشانه‌ی دانش شهودی و بی‌فاصله معرفی شده که با ذات مرتبط است. در این صورت اگر شعاع‌های خورشید، آگاهی در تفکر باشد، خودش هوش کیهان خواهد بود. در اوستا برای خورشید نمادهای مختلفی بیان شده است به‌طوری که خورشید را نماد بارز روشنی بی‌پایان یا اهورامزدا در جهان مادی می‌دانستند و هم‌چنین نماد مهر و نور که اهورامزدا به انسان‌ها، به‌ویژه ایرانیان عطا می‌نمود. یکی از وظایف اصلی خورشید، تطهیر و پاک شدن از پلیدی‌ها بیان می‌شد.

در نگارگری، جلوه‌مندی عنصر بنیادین خورشید در طبیعت، نور می‌باشد که از ارزش و اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و دارای مفاهیم نمادین ارزشمندی است.

الف- نور: نور در نگارگری ایران نقش مهمی را ایفا می‌کند. نور، تمثیلی از تجلی و حضور الهی به شمار می‌آید. نور ذات روشنایی است و روشنی‌بخش همه اشیاء. در ادیان مختلف نور نماد زندگی، سعادت، تنعم و در مفهوم کلی‌تر، کمال است. نور در مقام نماد زندگی ممکن است نماد جاودانگی هم باشد. جلوه‌های تجسمی نور در نگارگری به صورت‌های متنوعی شکل گرفته؛ هاله‌های نورانی گرد سر اشخاص، شعله‌های آتش و کاربرد گسترده رنگ طلایی، و کاربرد معنوی نورهای رنگی و مباحث مرتبط با آن از جمله این جلوه‌گری‌هاست. «نور جهان نقش کیمیایی در هنر ایران داشته است. ایرانیان از هرچه که تاریک و ظلمانی و تیره است هموار نغرتی طبیعی داشته‌ند. از دیرباز پیروزی نور بر تاریکی اهریمنی یکی از خصایص الهی دین قدیم ایران بوده است» (جلال کمالی، ۱۳۸۶: ۲۵ و ۲۴). در به‌تصویر کشیدن نور از رنگ طلایی استفاده می‌کردند به این دلیل که کاربرد طلا در ایران،

تصویری نمادین از تجلی نور است. نگارگران ایرانی در برخی از آثار خود آسمان را به رنگ طلایی ترسیم می‌کردند و آن را به- عنوان حضور نور ایزدی در جهان هستی قلمداد می‌کردند. شکل (۱۱).

ب- هاله‌ی مقدس: نوری است الهی و نیروی ترکیبی از آتش و طلای شمس‌ی یا انرژی الهی؛ که شاید با توجه به تأثیری که اندیشه‌های اسلامی در افکار عموم گذاشته بود، این هاله را بر سر تمام انسان‌ها و حیوانات به نشانه‌ی مقدس بودن تمام موجودات زنده نزد خداوند ترسیم می‌کردند. رفته‌رفته این نماد درخشش نور الهی تنها سر شخصیت‌های مقدس به نمایش گذاشته می‌شد. شکل ترسیمی این هاله در ابتدا فرم دیسک‌مانند داشت و سپس به هاله‌ای وسیع با زبانه‌های آتشین و طلایی که به سوی آسمان کشیده شده، تبدیل شد که می‌تواند نشان‌دهنده‌ی نماد نَسَب پاک، آسمانی و الهی آن شخصیت باشد. شکل (۱۰).



شکل ۱۰ - برگی از فالنامه امام جعفر صادق (ع)، تعظیم کردن فرشتگان بر آدم و حوا در بهشت، ۱۵۵۰ میلادی، قزوین. (مأخذ: www.flickr.com)



شکل ۱۱ - موزیک ویدئو آرایش، به کارگردانی علیرضا لطیفیان، درون نورانی کاراکتر موجود در کار که آن را با نیمه‌ی نورانی و نیمه‌ی ظاهری، به نمایش گذاشته‌اند. (مأخذ: نگارنده)

- زمین:

به گفته‌ی خسروی در سده‌های نهم «زمین همیشه دارای یک پوشش گیاهی است و بیابان با بوته‌های کوچک خار، دشت و مرغزاری با رنگ‌های منظم به‌دقت از روی طبیعت ترسیم می‌شود. در برخی از آثار نگارگری ایرانی در مکتب هرات، با توجه به اصل تقارن و تضاد در پس‌زمینه درختان تنومند و درختان شکوفه‌دار را متقارن می‌ساختند، در اصل تضاد یک درخت پرشکوفه ناپایدار را در کنار سرو همیشه سربلند قرار می‌دانند. یا تنه‌ی خشک درخت را در کنار درخت کاج یا درختان با برگ‌های انبوه را در کنار درختان تبریزی با برگ‌های پراکنده نشان می‌دهند» (خسروی، ۱۳۷۸: ۱۱۵).

- آسمان:

آسمان در نگارگری دوره‌های مختلف تغییراتی را متحمل می‌شده است. اما نکته‌ی مهم این است که جایگاه ویژه‌ای در باورهای کهن و دینی ایرانیان داشته که نشان دهنده‌ی قداست و پاکی بوده است که در اکثر نگاره‌ها به رنگ آبی لاجوردی و طلایی مصور می‌کردند. اگر بخواهیم به طور خلاصه به بررسی نمایش آسمان در دوره‌های مختلف نگارگری بپردازیم این‌گونه است که در قدیمی‌ترین نسخه‌های مصور شاهنامه (۷۳۳ هـ.ق) که مربوط به سبک نگارگری در کارگاه‌های شیراز است عملاً آسمان وجود ندارد. در نقاشی‌های عهد ایلخانی مربوط به مکتب تبریز، اگرچه شخصیت‌ها همچنان در جلوترین بخش فضای تصویری جای گرفته‌اند؛ ولی افق دید با وجود آسمان آبی یا طلایی باز شده است.

در نقاشی عهد ایلخانی مربوط به دوره‌ی جلایریان (بغداد)، اصول فراخ نمودن فضای تصویری کامل‌تر شده است، به‌طوری‌که آسمان بخش وسیع‌تری را به خود اختصاص می‌دهد و پرندگان در آسمان پرواز درآمده‌اند.

در عهد مظفریان دستاورد فضاسازی فراخ از تبریز و بغداد به شیراز می‌رسد به‌طوری‌که در ربع سوم سده‌ی هشتم سلیقه‌ی تازه‌ای در کارگاه‌های سلطنتی شیراز ایجاد می‌شود که در مکتب شیراز دوره تیموری نیز ادامه دارد؛ از مشخصه‌های آن می‌توان به

صخره‌های اسفنجی در حاشیه‌ی افق رفیع، آسمان آبی یا طلایی درخشان و یا لاجوردی پرستاره و ابرهای بیجان و دنباله‌دار، اشاره کرد.

در مکتب شیراز به تصویر انسان و حیوانات اهمیت بیشتری داده شده است و با خط افقی که در بالای تصویر طراحی شده مکان اندکی برای نمایش آسمان باقی گذاشته است؛ این درحالی است که در مکتب جلایری به ریزه‌کاری‌ها و عناصر طبیعت اهمیت بیشتری داده می‌شود و عواملی همچون آسمان بخش وسیعی از تصویر را اشغال می‌نماید (ضرغام و حیدری، ۱۳۹۳: ۲۸ و ۲۹).

– ابر:

ابر با حالتی پیچان و موج ترسیم می‌شد که به جهت حرکتی که داشتند باعث القای حرکت در بخش بالای تصویر می‌شد و از این جهت دارای اهمیت بودند. نگاره‌ی ابر در هر دوره به شکلی متفاوت ترسیم شد به‌طوری که در دوره‌های ابتدایی طبق قواعد و قوانین خاصی بود؛ به مرور زمان از این قاعده مستثنی شده و با لطافت، انعطاف و هماهنگی بیشتری با دیگر نگاره‌ها به تصویر درمی‌آمد. شکل (۱۲، ۱۳).

در مکتب شیراز مربوط به آل‌اینجو به ندرت در آسمان ابری دیده می‌شود که هم خام‌دستانه و با خطوطی ساده کشیده شده است. در نگاره‌های مربوط به خاوران‌نامه (مکتب شیراز) ابرها با شکل خاص، حجیم و اغلب به‌رنگ سفید، صورتی و طلایی با دورگیری‌های مشخص کشیده شده‌اند. این خشکی در کشیدن ابرها در دیگر نگاره‌های این دوره نیز مشاهده می‌شود. هرچه پیش‌تر می‌رویم ابرها با لطافت بیشتر و در رنگ‌های متنوع‌تری دیده می‌شوند که البته سلیقه هنرمند نیز در ایجاد این تنوع بی‌تأثیر نبوده است. ابرها گاه بسته به خلاقیت هنرمند و هماهنگی با موضوع داستان جلوه‌ای ویژه به خود می‌گیرند و گاه به‌شکلی خاص و متفاوت دیده می‌شوند. در مواردی نیز به کمک فهم معنا و مفهوم داستان می‌آیند. در نگاره‌های متأخر ابرها اغلب به‌صورت حلقه‌هایی درهم‌پیچیده که دنباله‌هایی شبیه به آتش دارند دیده می‌شود (ضرغام و حیدری، ۱۳۹۳: ۳۵ و ۳۶).



شکل ۱۲- داستان بیژن و منیژه، برگه‌ای از یک نسخه دست‌نویس شاهنامه فردوسی، قزوین، ۱۵۸۰ ترسایی، آبرنگ، گواش و طلا بر روی کاغذ، مزایده بونامز. (مأخذ: www.flickr.com)



شکل ۱۳- موزیک ویدئو آرایش، به کارگردانی علیرضا لطیفیان، ابرهای جدا از هم و در نزدیکی برجی بلندمرتبه در حال حرکت هستند. (مأخذ: نگارنده)

۵- نتیجه‌گیری

ما در عصر دیداری- شنیداری زندگی می‌کنیم که در این عصر می‌توان با به کارگیری محتوای مد نظر در قالب انیمشین میزان مشارکت مخاطبان و اثربخشی پیام‌های تبلیغاتی را افزایش داد. کمپانی‌های تبلیغاتی نیز به این موضوع واقف هستند و به همین دلیل است که پیوسته در حال سرمایه‌گذاری در زمینه گرافیک متحرک و انیمیشن هستند. تبلیغات شکلی از پیام ارتباطی است که هدف آن ایجاد نگرش مثبت در مخاطبان و مصرف‌کنندگان، در پی انتقال پیام در یک رسانه‌ی خاص می‌باشد که در نهایت منجر به خرید کالا و خدمات مورد نظر می‌شود. در عصر حاضر که تکنولوژی به سرعت درحال پیشرفت است با متحرک کردن تصاویر، عناصر و یا المان‌ها می‌توان انتقال مفاهیم را تسریع بخشید و آن را به راحتی قابل درک و فهم کرد. اما آنچه که در این زمینه

موجب تمایز، تاثیرگذاری و غنای محتوای تولیدشده می‌شود، پرداختن به عناصر سنتی و بومی هویت‌بخش است که موجب ماندگاری و تمایز تبلیغات از یکدیگر می‌شود. نگارگری ایرانی-اسلامی به واسطه ارتباط با دیدگاه‌های فکری، عرفانی، دینی، ادبی و ... از غنای زیادی برخوردار بوده و نمادهای به کار رفته در هر کدام از نگاره‌ها دارای پشتوانه غنی فرهنگی بوده و سرشار از مفهوم و معنا است. به همین جهت با بهره‌گیری از مؤلفه‌های نمادین و بصری نگارگری ایرانی - اسلامی می‌توان در کنار بازگشت به سنت تصویری گذشته و به‌روز و کارآمد نمودن آن، هویت و سنت تصویری ایرانی را بازنمود کرده و به‌عنوان یک شاخصه به همگان معرفی کرد.

منابع

۱. ابراهیمی ناغانی، حسین (۱۳۸۴)، «جایگاه ترکیب‌بندی در نگارگری ایران»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات هنر اسلامی، بهار - تابستان، شماره ۲، صص ۷-۱۶.
۲. امین‌پور، سیاوش (۱۳۹۷)، «استفاده و تأثیر انیمیشن بر گروه مخاطب در تبلیغات رسانه‌ای»، مجله مدیریت رسانه، آبان، شماره ۴۳، صص ۳۲-۳۳.
۳. انصاری مجتبی و نامی مهشاد (۱۳۹۶)، «بررسی تطبیقی نگارگری مکتب شیراز و عناصر باغ ایرانی در دوره‌ی تیموری و صفوی»، فصلنامه علمی - پژوهشی نگره، پاییز، شماره ۴۲، صص ۸۷-۷۴.
۴. پاکباز، روین (۱۳۹۵)، «دایرةالمعارف هنر»، چاپ اول، تهران، انتشارات فرهنگ معاصر، جلد دوم.
۵. توسلی غلام‌عباس و اصل زعیم مهدی (۱۳۹۰)، «هویت‌های قومی و معمای هویت ملی»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، بهار، شماره ۲، صص ۷۵-۹۶.
۶. جلال کمالی، فتنه (۱۳۸۶)، «پژوهشی پیرامون پیشینه‌ی جلوه‌های بصری نور در نگارگری»، فصلنامه علمی - پژوهشی باغ نظر، پاییز و زمستان، شماره ۸، صص ۳۴-۲۳.
۷. جلالی‌پور بهرام و فیض شیخ‌الاسلام فائزه (۱۳۹۹)، «خلافت در هنر»، چاپ دوم، تهران، انتشارات دانشگاه جامع علمی کاربردی مرکز نشر دانشگاهی.
۸. حبیب‌زاده ملکی اصحاب و قاسمی محمد (۱۳۸۸)، «رابطه بین استفاده از رسانه‌های صوتی - تصویری و بزهکاری نوجوانان»، فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش‌های ارتباطی. تابستان، شماره ۵۸، صص ۱۲۱-۹۶.
۹. حسینقلی، فاطمه (۱۳۹۱)، «گرافیک متحرک در فضاهای شهری»، فصلنامه علمی - پژوهشی هنرهای تجسمی نقش مایه، زمستان، شماره ۱۳، صص ۱۰۲-۹۳.
۱۰. خانیکی، هادی (۱۳۹۴)، «بازخوانی ارتباطات در ایران؛ از مفهوم «وسایل ارتباط جمعی» و «رسانه‌ها» تا «مطالعات رسانه‌های نوین»»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات رسانه‌های نوین. بهار، شماره ۱، صص ۱۳-۱.
۱۱. خسروی، محمداقبر (۱۳۷۸)، «آب در فرهنگ، هنر و معماری ایرانی»، فصلنامه هنر، زمستان، شماره ۴۲، صص ۱۱۲-۱۲۰.
۱۲. خسروی، محمداقبر (۱۳۷۸)، «آب در فرهنگ، هنر و معماری ایرانی»، فصلنامه هنر، زمستان، شماره ۴۲، صص ۱۱۲-۱۲۰.
۱۳. رجبی، عصمت (۱۳۹۳)، «جدول‌کشی در هنر کتاب آرای»، فصلنامه رشد آموزش هنر، زمستان، شماره ۴۰، صص ۲۲-۲۵.
۱۴. رهبرنیا زهرا و مهریزی ثانی سمیه (۱۳۸۷)، «تبیین مرزهای بین عکاسی واقع‌گرایانه، انتزاعی و تجربیدی»، مجله هنرهای زیبا. بهار، شماره ۳۳، صص ۸۵-۹۴.
۱۵. زمانی باب‌گهری، فاطمه (۱۳۹۳)، «بررسی سبک آبستره (انتزاعی) در تصویرسازی کتاب کودک»، مجله پیکره. پاییز و زمستان، شماره ۶، صص ۵۵-۶۲.
۱۶. زندی نیلوفر و سفیری فاطمه (۱۳۹۵)، «مطالعه تطبیقی تجلی نمادین سرو در ادبیات و نگارگری ایرانی»، فصلنامه علمی - پژوهشی نگره، زمستان، شماره ۴۰، صص ۸۷-۱۰۰.
۱۷. شهیدی، محمدشرف (۱۳۸۸)، «طبیعت، منبع الهام سازه‌های معماری»، مجله منظر، بهمن، شماره ۴، صص ۷۴-۷۵.
۱۸. ضرغام ادهم و حیدری الهام (۱۳۹۳)، «بررسی آسمان در نگارگری از آغاز تا سده‌ی دهم هجری»، فصلنامه دانشکده هنر، دانشگاه شهید چمران اهواز، پاییز و زمستان، شماره ۶، صص ۴۰-۲۵.
۱۹. طیبی فرزانه و فردپور سارا (۱۳۹۱)، «فرم، معنا، زیبایی در هنرهای کاربردی»، مجله نقش مایه، تابستان، شماره

- ۱۱، صص ۵۹-۶۸.
۲۰. عبدالحسینی، امیر (۱۳۸۴)، «تکنولوژی و هنر تصویری»، مجله مطالعات هنرهای تجسمی، اردیبهشت، شماره ۲۲، صص ۴۸-۵۱.
۲۱. عبدالله زهرا و شایسته‌فر مهناز (۱۳۹۲)، «نقش و نماد اژدها در نگارگری ایرانی»، فصلنامه دانشکده هنر شوستر؛ دانشگاه شهید چمران اهواز پیکره، پاییز و زمستان، شماره ۴، صص ۴۳-۵۸.
۲۲. علی‌محمدی محبوبه و مهدی‌زاده سید محمد (۱۳۹۴)، «سیاست‌گذاری کیفیت در رسانه‌های صوتی - تصویری: نمونه موردی صدا و سیما»، فصلنامه علمی - پژوهشی رادیو تلویزیون، تابستان، شماره ۲۷، صص ۱۴۹-۱۸۵.
۲۳. عیسی‌پور، عمار (۱۳۹۸)، «گرافیک متحرک در دنیای رسانه‌های جدید»، (edu.irna.ir) (۱۳۹۹/۱۰/۴).
۲۴. کاظمی زکریا، میرداود (۱۳۹۹)، «رسانه‌ها (تصویری، صوتی، مجازی و مکتوب) در ارتقاء فرهنگ»، فصلنامه رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت، تابستان، شماره ۱۷، صص ۱۱-۲۴.
۲۵. کفشچیان مقدم اصغر و یاحقی مریم (۱۳۹۰)، «بررسی عناصر نمادین در نگارگری ایران»، فصلنامه علمی - پژوهشی باغ نظر مرکز پژوهشی هنر معماری و شهرسازی نظر، زمستان، شماره ۱۹، صص ۶۵-۷۶.
۲۶. محمدی جمال؛ خالق‌پناه کمال و محمدی فردین (۱۳۸۹)، «جدال سنت و مدرنیته در راستای ساختن و برساختن هویت جمعی جوانان در جوامع شبه مدرن (تبیین جامعه‌شناختی رابطه سرمایه فرهنگی و ابعاد هویت جمعی تحت-تأثیر قومیت)»، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی، پاییز، شماره ۸، صص ۷۷-۹۱.
۲۷. مطهری، مرتضی (۱۳۹۰)، «اصول فلسفه و روش رئالیسم جلد سوم»، تهران، انتشارات صدرا.
۲۸. مهرپویا حسین؛ سلیمی‌پور بنفشه؛ شاکرمی طیبیه و شریفی‌نیا اکبر (۱۳۹۵)، «بررسی تطبیقی نگاره دیو در مکاتب نگارگری دوران ایلخانی و تیموری»، فصلنامه علمی - ترویجی نگارینه هنر اسلامی. پاییز، شماره ۱۰، صص ۶۲-۷۵.
۲۹. میرصالحی، سیده زهرا (۱۳۹۱)، «روشی برای ایده‌یابی و پرورش خلاقیت خوانندگان»، مجله هنر، اردیبهشت، شماره ۱۶۴، صص ۴۶-۵۳.
۳۰. ندایی، امیرحسین (۱۳۹۲)، «نگاه ویژه: مولتی‌مدیا»، ماهنامه نمایش، دی و بهمن، شماره ۱۷۳ و ۱۷۲، صص ۴۷-۵۲.
۳۱. نیرومند، محمدحسین (۱۳۹۰)، «ایده‌یابی را آغاز کنید»، مجله کیهان کاریکاتور، خرداد و تیر، شماره ۲۳۱ و ۲۳۲، صص ۱۶-۱۹.
۳۲. وکیلی هادی و لعل شاطری مصطفی (۱۳۹۴)، «بررسی میزان انطباق تصویر براق در معراج نگاری‌های عصر قاجار با روایات اسلامی»، فصلنامه علمی - پژوهشی تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی، پاییز، شماره ۲۰، صص ۴۹-۷۰.
۳۳. هاشمی غلامرضا و شیرازی علی‌اصغر (۱۳۹۲)، «تأثیر سنت‌های تصویری ساسانی بر نگارگری مکتب شیراز در عهد آل‌اینجو»، فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات تطبیقی، بهار و تابستان، شماره ۵، صص ۱-۱۷.
34. Jon, Krasner. (2008). Motion Graphic Design Applied History and Aesthetics. Published by Elsevier Inc.
35. Noiwan, Jantawan – Norcio, Anthony F. (2006). Cultural differences on attention and perceived usability: Investigating color combinations of animated graphics. Int. J. Human - Computer Studies (64). 103-122.
36. Sudeep, Bhatiaa., Neil, Stewart. (2018). Naturalistic multiattribute choice. Cognition (179) 71-88.