

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

Amir Hossein Zanjanbar* 

Master of Children’s and Young Adults’ Literature, Department of Children’s and Young Adults’ Literature, Faculty of Literature and Human Sciences, South Branch, Payame Noor University, Tehran, Iran.

(Received: 1 Oct 2023; Received in revised form: 17 Jan 2024; Accepted: 28 Jan 2024)

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, 2015), 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 interac-

tion 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

Citation: Zanjanbar, Amir Hossein (2024). The three-dimensional interaction of “title” in the cover design of three children’s picture books, *Journal of Fine Arts: Visual Arts*, 29(1), 49-60. (in Persian) DOI: <https://doi.org/10.22059/jfava.2024.366008.667187>



برهم کنش سه وجهی «عنوان» در طرح روی جلد سه کتاب تصویری کودک

امیرحسین زنجانبر*

کارشناس ارشد ادبیات کودک و نوجوان، گروه ادبیات کودک و نوجوان، دانشکده ادبیات و زبان خارجی، دانشگاه پیام نور، تهران واحد جنوب تهران، تهران، ایران.
(تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۰۹، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۰/۲۷، تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۱۱/۰۸)

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 به‌منصه ظهور برسانند. افزون بر این، برهم‌کنش عنوان کتاب و تصویر روی جلد نیز عامل مهمی در مفهوم‌سازی طرح روی جلد است. 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 گردآوری داده، اسنادی و مطالعات کتابخانه‌ای و به‌لحاظ روش، توصیفی تحلیلی 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* (بهاری سعدی، ۱۳۹۶) محدود شده است. علت انتخاب کتب 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 دو‌بعدی قائل است؛ از همین رو، برهم‌کنش عنوان با تصویر را در قالب رابطه‌ای سه‌وجهی واکاوی می‌کند.

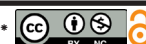
واژه‌های کلیدی

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

استناد: زنجانبر، امیرحسین (۱۴۰۳)، برهم‌کنش سه‌وجهی «عنوان» در طرح روی جلد سه کتاب تصویری کودک، نشریه هنرهای زیبا: هنرهای تجسمی، ۲۹(۱).

DOI: <https://doi.org/10.22059/jfava.2024.366008.667187> .۶۰-۴۹

* تلفن: ۰۹۱۲-۲۵۴۴۴۷۳ • E-mail: mosafer_e_barfi@yahoo.com



مقدمه

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 هرروزه تایپ‌فیس‌های^۲ فارسی و ایده‌گیری تایپوگرافی‌های^۱ 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.

رویکردهای گوناگونی در خصوص تعریف و کارکردهای عنوان^۱ وجود دارد. در رویکردهایی مانند ساختگرایی، عنوان به‌مثابه متنی الحاقی و در رویکردهایی مانند پسامدرن، بخش لاینفک متن اصلی به شمار می‌آید. عنوان، تایپوگرافی^۲ 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

روش پژوهش

پژوهش حاضر به‌لحاظ هدف، کاربردی و به‌لحاظ گردآوری داده، اسنادی و مطالعات کتابخانه‌ای و به‌لحاظ روش، توصیفی تحلیلی است. جامعه هدف، کتاب‌های تصویری گروه سنی «الف» و «ب» است؛ اما نمونه مورد مطالعه به سه کتاب سؤال بزرگ^۳ (ارلبروش، ۱۳۸۸)، شیرۀ دانایی^۴ (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 به‌کاررفته است.

پیشینه پژوهش

لیو هونک^۵ نخستین کسی بود که از عنوان متن ادبی سخن راند. او در مقاله «برای نشانه‌شناسی عنوان»^۶ (۱۹۷۳) به تعریف و کارکردهای عنوان پرداخت. در سال (۱۹۸۷)، ژنت^۷ کتاب آستانه‌ها^۸ را درباره پیرامتن‌های^۹ کتاب (عنوان، مقدمه، نام‌نویسنده، سخن‌ناشر، مصاحبه‌های نویسنده) منتشر کرد و فصول چهارم و یازدهم را به موضوع عنوان اختصاص داد. کتاب مذکور با نام پیرامتن‌ها، آستانه‌های تفسیر^{۱۰} (۱۹۹۷) به زبان انگلیسی ترجمه شده است. فرانکلین^{۱۱} و همکارانش در مقاله «تأثیر عنوان‌ها بر چگونگی دریافت بصری نقاشی‌ها» (۱۹۹۳) نشان می‌دهند 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. لیدرا^{۱۲} و همکارانش در مقاله «هنر عنوان‌گذاری: تأثیر اطلاعات عنوان بر فهم و درک نقاشی‌ها» (۲۰۰۶) با رویکردی روان‌شناختی و به شیوه‌ای تجربی عناوین را به دو گروه «دلالتگر» و «توصیفی» دسته‌بندی می‌کنند (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 الزاماً 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، ۴۵۶-۴۵۷).

در ایران بحث عنوان را نخستین بار بهمن نامورمطلق در بخشی از

مقاله «پیرامتنیت یا متن‌های ماهواره‌ای» (۱۳۸۵) مطرح کرد و سپس نظریات عنوان‌شناسان مختلف و تعاریفی از عنوان را به اجمال در مقاله «عنوان‌شناسی آثار هنری و ادبی ایرانی: مطالعه نشانه‌شناختی عنوان هنری از قرن چهارم تا قرن دوازدهم» (۱۳۸۸) بیان کرد. نویسنده پایان‌نامه کارشناسی ارشد «بررسی به‌کارگیری حروف، متن و عنوان به شیوه تصویرسازی در آثار گرافیکی ایران از سال ۱۳۶۰ تا ۱۳۸۷» (بهادرخان، ۱۳۹۰) رابطه تصاویر و نوشتار را در هر یک از آثار مجموعه تصاویر کتاب سال تصویرگران ۱۳۸۶ بررسی کرده است و افزون بر تحلیل نمونه‌بخشی از پایان‌نامه‌اش را نیز به مصاحبه‌های تصویرگران و هنرمندان خارجی (در مجلاتی مثل مجله تندیس) اختصاص داده؛ 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) کاملاً گزارش کرده است. در پایان‌نامه کارشناسی ارشد «بررسی نقش عنوان در کارکردهای بیانی عکس» (عبدالله‌آبادی، ۱۳۹۱) رابطه عنوان با عکاسی مورد توجه قرار گرفته است. در دو پایان‌نامه کارشناسی ارشد، یکی با عنوان «تحلیل ساختار بصری نوشتار در طراحی جلد کتاب‌های ادبی دهه هشتاد بر مبنای گونه‌شناسی» (منصوری، ۱۳۹۴) و دیگری با عنوان «مطالعه تایپوگرافی به‌مثابه تصویر در طراحی جلد کتاب‌های دهه هشتاد شمسی» (شهری، ۱۳۹۷) تایپوگرافی جلد کتاب‌های دهه هشتاد موضوع تفحص قرار گرفته است. «درآمدی بر رابطه تایپ و تصویر (ترکیب‌بندی نوشتار) در طراحی جلد کتاب با تأکید بر آثار جلد کتاب دهه پنجاه» (ابادپور، ۱۳۹۷) نام پایان‌نامه کارشناسی ارشد دیگری است که به نقش ترکیب‌بندی تایپوگرافی در طراحی جلد کتاب‌ها توجه کرده است. عنوان پایان‌نامه «نقش تایپوگرافی در طراحی جلد کتاب کودکان گروه سنی ب» (رضوی، ۱۳۹۷) ادعای بررسی تایپوگرافی در طراحی جلد کتاب کودک را دارد، اما عملاً تحلیل‌های آن، هم به لحاظ کمی (تعداد صفحات) و هم به لحاظ کیفی ادعای مذکور را پشتیبانی نمی‌کند. «ویژگی‌های بصری طراحی گرافیک کتاب‌های کودک گروه سنی ج با مضمون حماسی در ایران» (علی‌اکبری، ۱۳۹۹)، به گرافیک کتاب‌های حماسی کودک و به‌ویژه طراحی جلدشان توجه داشته است. «تحلیل آثار هنرمندان تصویرگر کتب کودکان دهه ۴۰ در ایران بر اساس قوانین و اصول ادراک دیداری» (مطلمعی، ۱۴۰۰) عنوان پایان‌نامه کارشناسی ارشدی است که شگردهای بصری آثار تصویرگران حوزه کودک را به‌لحاظ اصول ادراکی مورد توجه قرار داده است.

قرانت واحد ندادن» (اشهبون، ۲۰۱۱، ۴۳) است و به قول واسینی الاعراج «عنوان یک علامت متنی است که بر بیش از یک مدلول دلالت دارد.» عنوان‌ها را می‌توان با رویکردهای مختلف به انحای مختلف دسته‌بندی کرد. مثلاً با نگاه فرمالیستی عنوان را می‌توان به عنوان اصلی، زیرعنوان^{۲۰}، 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 لی‌آوت^{۲۱} محدود نمی‌شود. ایجاد تغییر در شکل حروف، روابط آن‌ها، ترکیب کلمات و سایر شگردهای بصری‌سازی نوشتار شگردهایی تایپوگرافیک محسوب می‌شوند. در واقع، تایپوگراف 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 تایپوگرافیک آن). همان‌گونه که یک پانتومیم‌باز می‌کوشد محتوای یک کلمه را از طریق نمایش بصری بدن به مخاطب خود منتقل کند، یک تایپوگراف 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 گفت‌وگو 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

مقاله «بررسی عملکرد عنوان در انتقال و دگرگونی مفهوم در آثار تجسمی هنر مفهومی» (سپیلی اصفهانی و مرانی، ۱۳۹۶) با روش کمی-کیفی (ترکیبی) به رابطه عنوان و دریافت مخاطب در هنرهای تجسمی پرداخته است. مقاله «تحلیل حروف‌نگاری عنوان سریال‌های نمایش خانگی معاصر ایران با تأکید بر نشانه‌های ارجاعی و شکل‌گردان» (پرمهر یابنده و همکارانش، ۱۴۰۱) تایپوگرافی عنوان‌های سریال‌ها را مورد توجه قرار داده است. «مقایسه برگردان‌های فارسی داستان کودکانه درخت بخشنده، از منظر پیراثرجمه» (زنجانبر و همکاران، ۱۴۰۱) به بررسی پیرامتن‌های چهارده ترجمه فارسی از کتاب درخت بخشنده اثر سیلورستاین^{۱۵} (۲۰۱۱)، 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 پژوهش

۱. عنوان

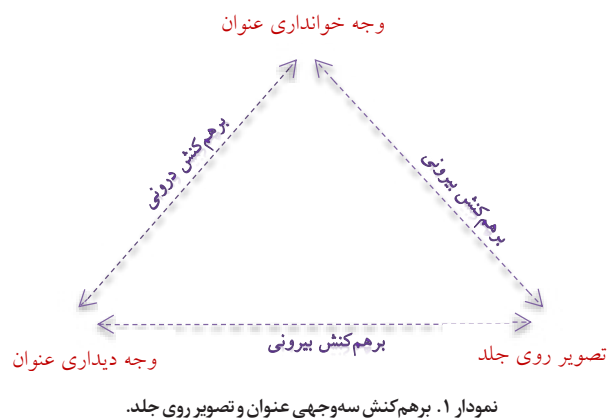
عنوان یک ساختار زبانی رمزی است؛ چراکه «از یک سو در چارچوب نشانه‌شناسانه دلالت‌مند قرار می‌گیرد و از سویی دیگر یکی از سازوکارهای رسانگی تولیدکننده و خلاق است» (اشهبون، ۲۰۱۱، ۸). در واقع، «عنوان» نشانه‌ای است که متشکل از حروف است و «حروف نشانه‌هایی هستند که هم به‌نظام نشانه‌ای زبان‌شناسی و هم به‌نظام نشانه‌ای تصویری مرتبط هستند» (دمیرچلیو و سجودی، ۱۳۹۰، ۹۰). نظریه‌پردازان عنوان‌گذاری درباره تعریف عنوان اختلاف دارند و فقط در اسم و کلمه بودن عنوان اتفاق دارند. ژرار ژنت^{۱۶} (۱۹۹۷، ۵۵)، ضمن اشاره به تعریف عنوان‌شناسان، عنوان را تعریف‌ناپذیرترین و پیچیده‌ترین پیرامتن کتاب می‌داند. لیو هوئک 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^{۱۷} 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). ویرژیل آلدریخ^{۱۸} می‌گوید: «شگفت‌آور است که چگونه تغییر عنوان یک ساختار، محتوای ادراک‌شدنی آن را تغییر می‌دهد» (Petersen, 2006, 37). چارلز گریول^{۱۹} کارکرد عنوان را در سه محور می‌بیند: معرفی اثر، تعیین موضوع اثر، و مهم جلوه دادن اثر. به‌طور مشابه نامورمطلق 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 بازنمایاننده متن بزرگتر خود نیست. دیگر به تشویق و ترغیب خواننده نیز بسنده نمی‌کند؛ بلکه خود به متنی بدل گشته که از ویژگی‌های متنی برخوردار است» (خلف، ۱۳۹۶، ۸۹). یکی از این ویژگی‌ها «تکثر دلالت‌ها و تن به



تصویر ۱. طرح روی جلد سؤال بزرگ. مأخذ: (ارلبروش، ۱۳۸۸)

(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 (تصویر ۱). 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 بچه‌ای که بزرگی سؤال فلسفی اش را با دست

با تصویر روی جلد، گزین‌گویی‌ها و مطلع‌های کتاب دارد (خلف، ۱۳۹۶، ۵۲). «تصاویر، خصلتی چندمعنایی دارند. آن‌ها در پس دال‌هایشان 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^{۲۲} 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 خوانداری اش و هم می‌تواند از جنبه دیداری اش (تایپوگرافی اش) 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)، شیره دانایی (پیومینی، ۱۳۹۶) و کارآگاه آفتابی (بهاری سعدی، ۱۳۹۶) بر اساس کارکرد سه‌وجهی عنوان تجزیه و تحلیل می‌گردد.

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

الف) برهم‌کنش تصویر روی جلد و وجه خوانداری عنوان

جلد کتاب‌های کودک افزون 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 اندازه‌ای بزرگ؛ لیکن لنگر معنای خوانداری کلمه «بزرگ» شکاف تصویر روی جلد را پر و ابهام آن را رفع می‌کند (تصویر ۱). معنای خوانداری عنوان روی جلد ابتدا بر شکل اصلی روی جلد لنگر می‌اندازد، سپس مقوم روابط ساختاری بین سایر اجزای تصویر

یک سو، باعث برجستگی کلمه «بزرگ» و نیز تصویر کودک شده است و از سویی دیگر کوچکی کودک را در برابر پرسش بزرگش و تنهایی او را در یافتن پاسخش برجسته می‌سازد.

ج) برهم‌کنش وجه خوانداری و وجه دیداری عنوان

در دو برهم‌کنش قبلی، یک پای رابطه را تصویر روی جلد تشکیل می‌داد و یک پای دیگر آن را، عنوان نوشتاری کتاب؛ اما در برهم‌کنش 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 (جدول ۱). یک عبارت تایپوگرافیک مستقل از اینکه هیچ تصویر خارجی‌ای (مثل تصویر روی جلد) به آن پیوست شده باشد یا خیر، می‌تواند یک برهم‌کنش درونی بین وجه خوانداری و وجه دیداری خود ایجاد نماید. مثلاً استفاده از قلم کامپیوتری 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» مفهومی 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 (تصویر ۱). 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).

۲. کارکرد سه‌وجهی عنوان در شیرۀ دانایی (پیومینی، ۱۳۹۶)

الف) برهم‌کنش وجه خوانداری و وجه دیداری عنوان

در تایپوگرافی عنوان شیرۀ دانایی (پیومینی، ۱۳۹۶)، به جای حرف «ه» در واژه «شیره» از شمایل یک قطره نارنجی‌رنگ (متماثل به قهوه‌ای) استفاده شده است. اگر مفهوم واژگانی «شیره» بر روی تصویر قطره نارنجی‌رنگ 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 سویی دیگر، اگر این قطره داخل املای کلمه «شیره» قرار نمی‌گرفت، حرف «ه» قریب

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) برهم‌کنش 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 قلمی با سایز بزرگ (فونت بزرگ) استفاده شده است. مفهوم «بزرگی» بصری که از تغییر اندازه قلم کامپیوتری 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 برهم‌کنش معنایی شود؛ بزرگی قلم (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 (تصویر ۱). یعنی کودک (به‌ویژه راستای گشودگی دست‌ها) عمود بر عنوان کتاب (که افقی نوشته شده است) قرار گرفته است 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 خواننده 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 گفت‌وگوی بینامتنی تحقق می‌یابد که بر دو گفتمان زبانی و نقاشی استوار است» (حسین، ۲۰۰۷، ۳۸۱). در تصویر روی جلد مذکور فضای منفی (فضای خالی) بر فضای مثبت غلبه دارد. غلبه فضای منفی از

جدول ۱. تحلیل برهم‌کنش سه‌وجهی عنوان و تصویر روی جلد سؤال بزرگ. مأخذ: (ارلبروش، ۱۳۸۸)

وجه خوانداری عنوان	سؤال بزرگ
برجسته‌سازی دیداری عنوان	۱- کنتراست فونت. ۲- کنتراست رنگ.
عناصر اصلی تصویر	کودکی با دستهای گشوده.
عناصر فرعی تصویر	کره زمین، لباس کودک.
محور لی‌آوت	دو محور متعامد (عمود بر هم): عنوان (در محور افقی) و تصویر (در محور عمودی).
برهم‌کنش درونی عنوان	تغییر اندازه قلم کامپیوتری برای نمایش وجه خوانداری صفت «بزرگ».
برهم‌کنش بیرونی عنوان	۱. برهم‌کنش کلمه «بزرگ» در عنوان با سه خرده‌تصویر کره زمین، دست‌های گشوده و لباس بزرگ؛ ۲. برهم‌کنش محور افقی کرسی عنوان با محور عمودی لی‌آوت 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.

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 برهم‌کنش وجه خوانداری عنوان و وجه دیداری آن می‌توان دریافت که قطره نارنجی‌رنگی که لای حروف عنوان کتاب جاگیر شده است، یک قطره از شیر است؛ سپس از مشابهت این قطره با لکه‌هایی که در سرتاسر پس‌زمینه تصویر روی جلد دیده می‌شود، می‌توان پی برد که آن‌ها نیز قطره‌های شیر هستند (تصویر ۲).

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 شباهت قطره‌ای که در تایپوگرافی عنوان به کار رفته است، این لکه‌های نارنجی قابل رمزگشایی نیستند.

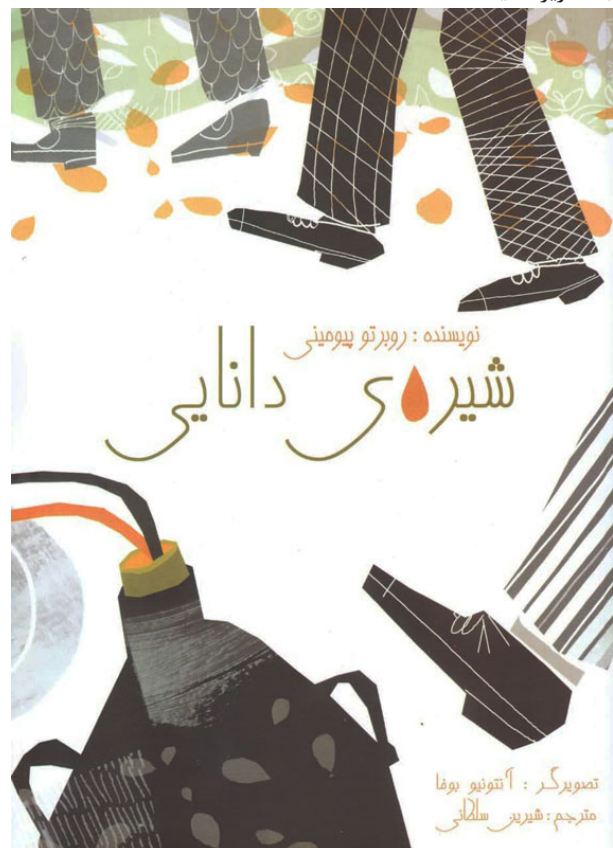
ج) برهم‌کنش تصویر روی جلد و وجه خوانداری عنوان

پس از اینکه از برهم‌کنش تایپوگرافی و تصویر مسجل شد که لکه‌های

به ذهن نمی‌شد و این واژه به‌جای «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 به‌عهده حرف «O» گذاشته شده است (تصویر ۲). واژه «شیره» معادل واژه ایتالیایی *succo* است. *succo* به‌معنای «آبمیوه» است و داستان درباره آب یک نوع نارنجی است که خاصیت آگاهی‌بخشی و عقل‌افزایی دارد. از همین رو، در محور جانمایی، به‌جای حرف «O» (دال خوانداری) از قطره‌ای نارنجی‌رنگ (دالی دیداری) استفاده شده است و این قطره وقتی در محور همنشینی با سایر حروفی که در عنوان کتاب به‌کار رفته قرار می‌گیرد، بر حرف «O» دلالت می‌کند. یعنی ساختار زبان باعث می‌شود که نشانه‌ای دیداری کارکرد خوانداری بیابد.

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

با وجود اینکه طراح می‌توانست به‌جای «شیره‌ی» («ی» مضاف‌البهی) از صورت نوشتاری «شیره» (همزه‌ی مضاف‌البهی) استفاده کند، اما به‌دو دلیل این کار را نکرده است: یکی اینکه از شمایل قطره به‌جای حرف «ه» استفاده شده است و شمایل قطره اگر منزه از تعلقات زبانی (بدون 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. افزون 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).



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 شیرۀ نارنگی است و این شیرۀ 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 حملی برای دربار برمی‌دارند. کوزه را رها می‌کنند. مردی روستایی آن را می‌بیند و از آن کمی می‌نوشد و بقیه‌اش را می‌فروشد. در پایان پای حسابداری شهر (شبهه به پای که در تصویر روی جلد در حال نزدیک شدن به کوزه است) در تاریکی به آن گیر می‌کند و کوزه می‌افتد. شیرۀ‌های 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 شیرۀ 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 بگری 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 غلبۀ فضای منفی تنهایی و کوچکی کودک را بازنمایی می‌کند؛ در شیرۀ 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).

نارنجی در پس‌زمینه تصویر قطره‌های شیرۀ (شیرۀ نارنگی) هستند، پرسش پیش می‌آید که چرا تصویرگر به جای 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، شیرۀ‌های معمولی نیستند؛ شیرۀ‌های دانایی هستند. «شیرۀ دانایی» به لحاظ مفهوم زبان‌شناختی بر عصارۀ خالص و چکیده دانایی دلالت می‌کند و از همین‌رو بار مثبت ارزشمندبودن 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 (تصویر ۲). 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 تنها به پیش‌رو (به آینده) است و هیچ‌به‌زیر پا و این سو و آن سوی خود چشم نمی‌اندازد. حاصل این نگاه متکبرانۀ (که به زیر پای خودش نظر نمی‌اندازد)، چیزی جز از دست دادن شیرۀ دانایی نیست. تضاد لکه‌های نارنجی‌رنگ در زمینه‌ای سیاه‌وسفید بیانگر تضاد مفهوم زیبایی دانایی با جامعه یکنواخت و رنگ‌باخته انسان مدرن است. انسان رنگ‌باخته در کمال کورنگی از روی زیبایی رنگ‌های نارنجی (قطره‌های شیرۀ دانایی) می‌گذرد.

وظیفۀ 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

جدول ۲. تحلیل برهم‌کنش سه‌وجهی عنوان و تصویر روی جلد شیرۀ دانایی. مأخذ: پیومینی، ۱۳۹۶؛ Piumini, 2015؛ (Il Succo della Sapienza)

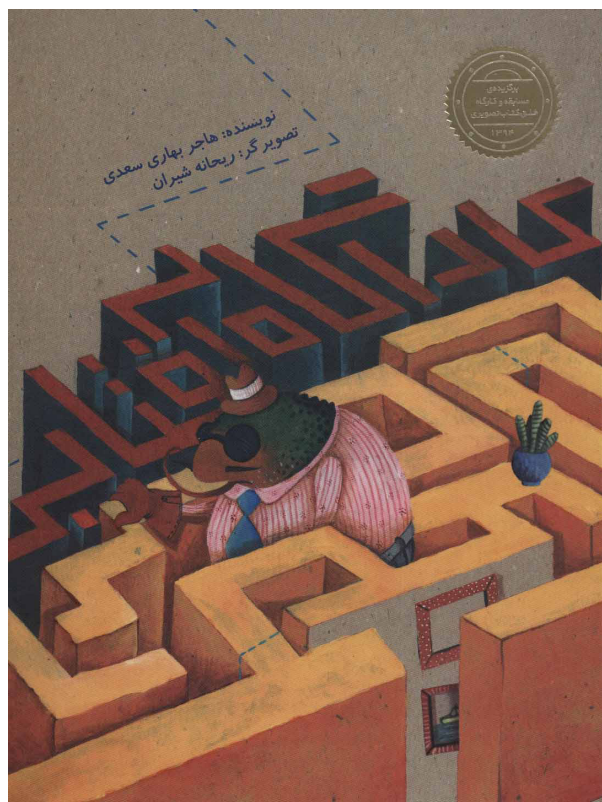
وجه خوانداری عنوان	شیرۀ دانایی
برجسته‌سازی دیداری عنوان	۱- حضور سازه پیکتوگرافیک قطره در محور جانشینی با حرف «ه». ۲- تضاد (کنتراست) رنگ قطره‌ای که در بین حروف عنوان جاگیر شده است، نسبت به بافت و نسبت به سایر قطره‌های تصویر شده. ۳- در مرکز صفحه قرار گرفتن عنوان و قطره دانایی جاگیر شده در عنوان.
عناصر اصلی تصویر	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 فرعی تصویر	۱- لکه‌های نارنجی زیر پای رهگذران. ۲- تکثر 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.
محور لی‌اوت	محور افقی
برهم‌کنش درونی عنوان	۱- شباهت قطره نارنجی (در ترکیب املائی عنوان) به مفهوم زبان‌شناختی «شیرۀ» (شیرۀ نارنگی). ۲- شباهت قطره به حرف «ه» در زبان فارسی و به حرف O در واژه ایتالیایی SUCCO.
برهم‌کنش بیرونی عنوان	۱- هارمونی لی‌اوت افقی تصویر و عنوان (همخوان راستای افقی عنوان با جهت حرکت پاها که به‌سوی لبه طولی کتاب از راست به چپ است). ۲- تسری مفهوم‌سازی لکه نارنجی به‌مثابه قطره‌ای از شیرۀ (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 شیرۀ دانایی را که در عنوان به آن اشاره شده است بازنمایی می‌کند.

ب) برهم‌کنش وجه خوانداری و وجه دیداری عنوان
 از برهم‌کنش وجه دیداری عنوان کتاب (بخش تیره‌رنگ و تودرتوی ماز) و وجه خوانداری آن (معنای کلمه «کارآگاه») فضای معماگون و پریچ و خم داستانی کارآگاهی بازنمایی می‌شود. فضای مثبت بر فضای منفی چیره است و این چیرگی، گم‌گشتگی کارآگاه در پیچیدگی فضای ماز را بازنمایی می‌کند. 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» (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 می‌کرد؛ اما گرافیکست ترجیح داده است که عبارت «کارآگاه آفتابی» را در تیره‌ترین وضعیت به تصویر بکشد. بنابراین وجه دیداری عنوان (تایپوگرافی عنوان)، ادعای آفتابی بودن (ادعای وجه خوانداری عنوان) را به چالش می‌کشد. فلسفه تناقض برهم‌کنش دو وجه خوانداری و دیداری عنوان چیست؟ بنا به وجه دیداری عنوان، ماز تاریک است اما وجه خوانداری عبارت «کارآگاه آفتابی» امید می‌دهد که جناب کارآگاه آفتابی به زودی ماز تاریک و پریچ و خم را (وجه دیداری عنوان را) روشن خواهد کرد. در ادامه می‌بینیم که این تفسیر توسط تصویر روی جلد نیز تقویت می‌شود (تصویر ۳).

ج) برهم‌کنش وجه خوانداری عنوان و تصویر روی جلد
 تصویر، آفتاب‌پرستی را نشان می‌دهد که عینک دودی زده و دستکش به دست کرده است و در فضای باریک ماز در حال حرکت است. از برهم‌کنش وجه خوانداری عنوان کتاب و تصویر مذکور می‌توان این آفتاب‌پرست را همان کارآگاه آفتابی‌ای دانست که در عنوان به او اشاره شده است. کارآگاه آفتابی می‌تواند روشنی آفتاب‌گون 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 آفتاب‌گونی کارآگاه (که از وجه خوانداری 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 تاریک نمایش داده شده است (تصویر ۳). تفسیر فوق‌الذکر از طرح جلد مستلزم این پیش‌فرض است که صفت «آفتابی» به معنای «آفتاب‌گون» تعبیر شود؛ یعنی وجه خوانداری 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. بنابراین برخلاف تفسیر نخست، که کارآگاه آفتابی را باریک‌بین، نورافشان و امیدبخش بازنمایی می‌کرد؛ در تفسیر دوم، کارآگاه آفتابی بر همه پیچیدگی‌های ماز چیره نیست و

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 ماز دوپاره را نشان می‌دهد که قسمت بالایی آن به رنگ عنابی و قسمت پایین آن به رنگ طلایی است (تصویر ۳). ماز 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) به صورت 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 تحت الشعاع تایپوگرافی عنوان (قطره نارنجی‌رنگ وسط حروف عنوان) قرار داشت، در کارآگاه آفتابی (بهاری سعدی، ۱۳۹۶)، تایپوگرافی عنوان تحت الشعاع تصویر مازی است که بر روی جلد قرار گرفته است و چشم ابتدا ماز را می‌بیند و سپس تحت الشعاع لنگر تصویر، وجه دیداری عنوان دریافت و تفسیر می‌شود. عنوان به شکل سه‌بعدی (دارای عمق، طول و ارتفاع) و با قلم‌گرافیکی (کوفی ایزومتریک) تایپوگرافی شده است و با تصویر روی جلد، ادغام. انتهای دایره حرف «ی» در واژه «آفتابی» بسته نشده است و در امتداد مسیر ماز (رو به لبه طولی بُرش 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. مأخذ: (بهاری سعدی، ۱۳۹۶)

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 (جدول ۳). 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).

به دلیل ویژگی آفتاب‌پرستی اش نقاط تاریک از چشمش پنهان می‌ماند. اگرچه تضاد هیکل بزرگ کارآگاه آفتابی و راهروی باریک ماز، بیانگر سختی مسیر جست‌وجوی اوست؛ اما با توجه به این که ایشان بخش طولیلی از مسیر را پشت سر گذاشته است، پس می‌تواند بقیه مسیر باریک و پر پیچ و خم ماز را نیز ببیماید. یک گرافیکست کاربرد، 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 جست‌وجوی کارآگاه آفتابی (و عنوانی که بخشی از ساختار ماز است) بر اساس مازوارگی لانه موش

جدول ۳. تحلیل برهم‌کنش سه‌وجهی عنوان و تصویر روی جلد کارآگاه آفتابی. مأخذ: (بهری سعیدی، ۱۳۹۶)

وجه خوانداری 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
برهم‌کنش درونی عنوان	۱- تضاد رنگ تیره با صفت «آفتابی» ۲- ارتباط کارآگاه و ساختار مازگونه تاپیوگرافی عنوان (معماگونی پیچ‌درپیچی مسیر هر دو)
برهم‌کنش 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 آفتابی باشد، نور هست و با حضور کارآگاه آفتابی امید به روشن شدن نقاط تاریک عنوان نیز وجود دارد. ۴- حرف «ی» در عنوان (در واژه «آفتابی») پایانی باز دارد و مانع از بسته شدن مسیر مازمانند تصویر روی جلد است. 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.

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 تحت الشعاع 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 به لحاظ 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 تاپیوگرافی عنوان) آغاز می‌شود و سپس با برهم‌کنش‌های ثانوی خرده‌سازه‌های بصری در سه‌گانه عنوان، تاپیوگرافی، تصویر روی جلد بسط می‌یابد.

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 تاپیوگرافیک دارند، می‌توانند با معنای زبانی عبارت (وجه خوانداری) وارد برهم‌کنش شوند. بنابراین طرح روی جلد حاصل رابطه مثالی وجه خوانداری عنوان، وجه دیداری یا تاپیوگرافیک عنوان و تصویر روی جلد است. در تفسیر طرح روی جلد کتاب‌هایی که در این مقاله بررسی شد، دیده می‌شود که: رابطه مثالی 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

سپهر، مسعود (۱۳۸۶)، سرمقاله، نشان، شماره ۴، ۲-۴.
 سهیلی اصفهانی، بهروز؛ مراشی، محسن (۱۳۹۶)، بررسی عملکرد عنوان در انتقال و دگرگونی مفهوم در آثار تجسمی هنر مفهومی، هنرهای زیبا: هنرهای تجسمی، ۲۲(۳)، ۹۵-۱۰۸. DOI: 10.22059/JFAVA.2017.63172
 شهری، شراره (۱۳۹۷)، مطالعه تاپیوگرافی به‌مثابه تصویر در طراحی جلد کتاب‌های دهه هشتاد شمسی، پایان‌نامه 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.

علی‌اکبری، سارا (۱۳۹۹)، ویژگی‌های بصری طراحی گرافیک کتاب‌های کودک گروه سنی ج با مضمون حماسی در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته ارتباط تصویری، دانشکده هنر، دانشگاه نیشابور.

عمل حسن، قادر (۱۳۸۸)، نخستین گام‌های مدیریت نوشتار، تهران: علم. قائینی، زهره (۱۳۸۸)، تاریخ تصویرسازی کتاب کودک در ایران از فرانکلین تا شباویز، حرفه هنرمند. شماره ۳۰، ۱۳۶-۱۵۶.

قائینی، زهره (۱۳۹۰)، تصویرگری کتاب‌های کودک، تهران: مؤسسه پژوهشی تاریخ ادبیات کودک.

مطلمعی، لعیبا (۱۴۰۰)، تحلیل آثار هنرمندان تصویرگر کتب کودکان دهه ۴۰ در ایران بر اساس قوانین و اصول ادراک دیداری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه هنر اسلامی تبریز.

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

موسوی‌زاده، محسن (۱۳۸۶)، عنوان‌نویسی جلد کتاب، نشریه سگال، شماره ۱۰، ۴۰-۵۲.

خلف، عماد (۱۳۹۶)، نظریه عنوان در رمان معاصر عربی و فارسی، رساله دکترا زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه تهران.

نامورمطلق، بهمن (۱۳۸۵)، پیرامتنیت 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 تاپیوگرافی، ترجمه عاطفه متقی، تهران: هنر نو.

Franklin, Margery B., Becklen, Robert C., & 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.

پی‌نوشت‌ها

- Title.
- Typography.
- Typeface.
- Typographer.
- The Big Question (by Wolf Erlbruch, Trans. from the French by Michael Reynolds) Fr: La Grande Question.
- Il Succo Della Sapienza.[Italian] (by Roberto Piumini; Illus. By Boffa, A.). En: The Juice of Wisdom.
- Leo Hoek.
- Pour une Sémiotique du Titre.
- Gerard Genette.
- Seuil.
- Paratexts.
- Paratexts: Thresholds of Interpretation.
- M. B. Franklin.
- H. Ledera.
- Sh. Silverstein.
- G. Genette.
- Jerrold Levinson.
- Virgil Aldrich.
- Charles Grivel.
- Subtitle.
- Lay out.
- Anchor.
- Close up.

فهرست منابع

آرمسترانگ، هلن (۱۳۹۱)، *از نشانه‌های تصویری تا متن*، چاپ ششم، تهران: مرکز.

اباذریور، آرش (۱۳۹۷)، درآمدی بر رابطه تایپ و تصویر (ترکیب‌بندی نوشتار) در طراحی جلد کتاب با تأکید بر آثار جلد کتاب دهه پنجاه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، مؤسسه آموزش عالی هنر شیراز.

ارلبروش، ولف (۱۳۸۸)، *سؤال بزرگ*، ترجمه مهرآفرین معظمی گودرزوی. تهران: صدا.

اشهبون، 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 تصویرسازی، دانشگاه شاهد.

بهاری سعدی، هاجر (۱۳۹۶)، *کارگاه آفتابی*، با تصویرگری ریحانه شیران. تهران: علمی و فرهنگی.

پرمره یابنده، امیرحسین؛ عابد دوست، حسین و کاظم‌پور، زیبا (۱۴۰۱)، تحلیل حروف‌نگاری (تاپیوگرافی) عنوان سریال‌های نمایش خانگی معاصر ایران با تأکید بر نشانه‌های ارجاعی و شکل‌گردان، *رسانه‌های دیداری و شنیداری*، ۱۶(۴۴)، ۲۸-۵. <https://doi.org/10.22085/javm.2023.364975.1984>

پیومینی، روبرتو (۱۳۹۶)، *شیره دانایی*، با تصویرگری آنتونیو بوفلا، 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 تاپیوگرافی در طراحی جلد کتاب کودکان گروه سنی ب، پایان‌نامه کارشناسی ارشد گرافیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد.

زنجانبر، امیرحسین؛ مرادی، ایوب و عامری فلیجی، نعیمه (۱۴۰۱)، مقایسه برگردان‌های فارسی داستان کودکانه درخت بخشنده، از منظر پیرانترجمه، پژوهش‌های زبان‌شناختی در زبان‌های خارجی، ۱۲(۳)، ۳۰۸-۳۲۷.

DOI: 10.22059/JFLR.2022.339362.938

Silverstein, Sh. (2011), *The giving tree*, London & UK: Penguin Books Ltd.

Piumini, R. (2015), *Il Succo della Sapienza*, (Boffa, A.; Illus), Milan: Valentina Edizioni.