



Semnan University



Analysis of Some Traits of Postmodernism in Iranian Contemporary Graphics

Hessam Hassanzadeh ¹ (Corresponding Author)

¹ Assistant Professor of Graphic Design Department, Faculty of Literature and Humanities, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

(Received: 17.01.2024, Revised: 28.08.2024, Accepted: 12.01.2025)

<https://doi.org/10.22075/aaj.2025.33019.1199>

Abstract:

Postmodernism is an ambiguous and challenging term in various intellectual and cultural fields that has been widely used since the second half of the 20th century. This term is such a complex concept that there is no agreement among theorists in its definition, principles and components; while some have considered it a continuation of modernism and its complement, some believe postmodernism is a reaction against it. The manifestations of postmodernism in cultural and artistic fields like itself have been different and even contradictory. The present study tries to study some manifestations of this thought in contemporary graphics of Iran and to answer this question that with which mechanisms postmodernism has appeared in different branches of Iranian contemporary graphics. In order to answer this question, data was collected via library sources and then analyzed by descriptive-analytical method. In the sense that, firstly, the examples of Iranian contemporary graphics were selected, and secondly, among the works of contemporary Iranian graphic design, examples were selected that had more prominent elements of postmodernism in them. The purpose of this article is to describe and explain some of the components of postmodernism and their reflection in Iranian contemporary graphics. The results indicate that five components of postmodernism can be traced in Iranian contemporary graphics and these components are more visible than others. These five components are:

- Presence of the author
- Eclecticism
- Hyperreality
- Popular taste
- Decline of grand narratives

These components are more visible in contemporary Iranian graphics, especially since the 40s, compared to other components of postmodernism and graphic designers, knowingly or unknowingly, have used these components more than other components in design. These components can be seen in branches of contemporary Iranian graphics such as poster design, advertisement design and logo design.

Keywords: Modernism, Postmodernism, Graphic Design, Iranian Contemporary Graphics, Postmodern Graphics.

1- Email: Hesam_Hassanzadeh@yahoo.com

How to cite: Hassanzadeh, H. (2024). Analysis of some traits of Postmodernism In Iranian Contemporary Graphics, Journal of Applied Arts, 4(4), 25-37.

Doi: 10.22075/aaj.2025.33019.1199

واکوی مؤلفه‌هایی از پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایران

حسام حسن‌زاده (نویسنده مسئول)^۱

^۱ استادیار، گروه ارتباط تصویری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۲۷، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۶/۰۷، تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۱۰/۲۳)

<https://doi.org/10.22075/aaj.2025.33019.1199>

مقاله علمی-پژوهشی

چکیده

پسامدرنیسم اصطلاحی مبهم و چالشی است که از نیمه‌ی دوم قرن بیستم در حوزه‌های مختلف فکری-فرهنگی گسترش یافت. این اصطلاح چنان مفهوم پیچیده‌ای است که در تعریف، تاریخ شروع، اصول و مؤلفه‌های آن توافقی بین نظریه‌پردازان وجود ندارد؛ در حالی که عده‌ای پسامدرنیسم را ادامه مدرنیسم و مکمل آن می‌دانند، برخی آن را واکنشی علیه مدرنیسم و در تقابل با آن در نظر می‌گیرند. نمودهای پسامدرنیسم نیز مثل خودش در حوزه‌های فرهنگی-هنری متفاوت و حتی متناقض است. در پژوهش حاضر تلاش شد برخی از نمودهای پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایران واکوی و به این پرسش پرداخته شود که پسامدرنیسم با چه سازوکارهایی در شاخه‌های مختلف گرافیک معاصر ایرانی نمایان شده‌است؟ به منظور پاسخ به این پرسش داده‌هایی با استفاده از منابع اسنادی گردآوری و سپس با روش توصیفی-تحلیلی بررسی شد. جامعه آماری پژوهش حاضر پوسترها، لوگوها و تبلیغات گرافیکی معاصر ایران است که از بین آن‌ها حجم نمونه به روش هدفمند انتخاب شده‌است؛ به این مفهوم که اولاً نمونه‌ها از گرافیک معاصر ایرانی انتخاب شد و ثانیاً از بین آثار طراحی گرافیک معاصر ایران، نمونه‌هایی انتخاب شد که مؤلفه‌هایی از پسامدرنیسم نمود بارزتری در آن‌ها داشتند. حجم نمونه به تعدادی انتخاب شد که اشباع نظری حاصل شود و مخاطب با تکیه بر آن‌ها مولفه‌های پست‌مدرنیسم را در گرافیک معاصر ایران را پیگیری کند. هدف از مقاله‌ی حاضر تشریح و تبیین برخی از مؤلفه‌های پسامدرنیسم و بازتاب آن‌ها در گرافیک معاصر ایران است. نتایج حاکی از آن است که در گرافیک معاصر ایران برخی از مؤلفه‌های پسامدرنیسم از جمله حضور مؤلف، التقاط‌گرایی، فوق‌واقعیت، سلیقه‌ی عامه و افول کلان‌روایت‌ها قابل پیگیری است و این مؤلفه‌ها بیشتر از سایر مؤلفه‌های پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایرانی نمایان است.

واژه‌های کلیدی: مدرنیسم، پست‌مدرنیسم، طراحی گرافیک، گرافیک معاصر ایران، گرافیک پست‌مدرن.

1- Email: Hesam_Hasanzadeh@yahoo.com

شیوه ارجاع به این مقاله: حسن‌زاده، حسام. (۱۴۰۳). واکوی مؤلفه‌هایی از پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایران،

نشریه هنرهای کاربردی، ۴(۴)، ۳۷-۲۵. Doi: 10.22075/aaj.2025.33019.1199

پس از ورود مدرنیسم و زمانی که هنوز این جریان فکری جایگاه خود را به صورت کامل در جامعه‌ی ایرانی پیدا نکرده بود، ظهور جریان فکری دیگری با عنوان پسامدرنیسم اتفاق افتاد. این اصطلاح چنان مفهوم چندبعدی، چالشی و مبهم است که با گذشت قریب به ۶۰ سال سیطره بر کلیه‌ی فعالیت‌های فکری-فرهنگی، هنوز هم در مورد تعریف، ماهیت و کارکرد آن اتفاق نظری وجود ندارد. حتی زمان شروع پسامدرنیسم نیز همچون مؤلفه‌ها و ویژگی‌هایش چالشی است؛ در حالی که برخی شروع آن را قرن هجدهم و حتی پیش‌تر می‌دانند، برخی همچون چارلز جنکس^۱ معتقد است پسامدرنیسم دقیقاً در ساعت سه و سی‌ودو دقیقه روز ۱۵ جولای ۱۹۷۲ آغاز شد؛ زمانی که مجتمع مسکونی پروئیت-ایگو^۲ در شهر سنت لوئیس ایالت میسوری آمریکا تخریب شد که نمادی از معماری مدرن بود. پسامدرنیسم همه‌ی حوزه‌های فکری-فرهنگی را دگرگون کرد و باعث شد مؤلفه‌هایی متفاوت از مدرنیسم در عرصه‌های مختلف شکل گیرد. معماری یکی از اولین حوزه‌های متأثر از پسامدرنیسم بود، اما بعدها این جنبش فکری همه حوزه‌های هنری از قبیل نقاشی، عکاسی، گرافیک، مجسمه‌سازی، هنرهای مفهومی و سایر شاخه‌های تجسمی را نیز متأثر ساخت. هنرمندان شاخه‌های مختلف هنری که متأثر از این جریان شدند، مؤلفه‌هایی را در آثار خود به کار بستند که آشکارا متفاوت از مؤلفه‌های دوره‌ی پیش بود. با این حال درک و دریافت جوامع و حتی هنرمندان از پسامدرنیسم یکسان و واحد نبود؛ از این-رو بازتاب این جنبش فکری در جوامع و حوزه‌های مختلف نیز متفاوت بود.

در ایران نیز این جریان فکری علاوه بر فرهنگ و سیاست در حوزه‌های مختلف هنری از قبیل معماری، ادبیات و شاخه‌های هنرهای تجسمی نمایان شد، اما ماهیت مبهم و چندبعدی آن باعث شد مؤلفه‌هایش نیز جلوه‌های متفاوتی داشته باشد؛ برای نمونه بازتاب این جریان فکری در دو حوزه ادبیات و هنرهای تجسمی -به‌رغم شباهت‌ها- تفاوت‌های آشکاری نیز

داشت. گرافیک و شاخه‌های متفاوت آن یکی از حوزه‌های متأثر از پسامدرنیسم بود. هنرمندان این حوزه آگاهانه یا ناآگاهانه شیوه‌ها و سازوکارهایی را در تولید و طراحی آثار گرافیکی به‌کار بستند که پیش‌تر یا سابقه نداشت و یا نمونه‌های معدودی را می‌توان پیدا کرد. پژوهش حاضر در پی پاسخ به این پرسش است که کدام مؤلفه‌های پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایرانی قابل‌پیگیری است؟ به منظور تدقیق در شیوه‌ها و سازوکارهای بازتاب پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایران در مقاله‌ی پیش‌رو تلاش می‌شود پس از تبیین برخی از مفاهیم پایه‌ی این جریان فکری، وجوهی از آن تشریح شود که بازتاب بارزتری در گرافیک معاصر ایرانی داشته‌اند. به این منظور آثاری از طراحان گرافیک معاصر ایرانی در زیرشاخه‌های گرافیک مانند پوستر، لوگو و آگهی‌های تبلیغاتی به روشی هدفمند انتخاب می‌شود.

پیشینه پژوهش

بازتاب پسامدرنیسم در عرصه‌های مختلف فرهنگی-هنری موضوع پژوهش‌های زیادی در سال‌های اخیر بوده‌است. مستعلی پارسا و اسدیان در مقاله‌ای با عنوان «مؤلفه‌های ادبیات داستانی در آثار نادر ابراهیمی» (۱۳۸۷)، به مؤلفه‌های پسامدرنی نادر ابراهیمی پرداخته، با ارائه‌ی خوانشی جدید از آثار این نویسنده نشان داده‌اند که سبک نوشتاری ابراهیمی متأثر از مکتب ادبی پسامدرن بوده و بسیاری از مؤلفه‌های ادبیات پسامدرن را می‌توان در آثار وی ردیابی و جستجو کرد. لاج و دیگران در کتاب «نظریه‌های رمان از رئالیسم تا پسامدرنیسم» (۱۳۹۴)، به این پرسش پرداخته‌اند که رمان پسامدرن از چه زمانی شکل گرفت و چه ویژگی‌هایی دارد. علاوه بر حوزه‌های کلامی و نوشتاری، در سال‌های اخیر پژوهش‌هایی زیادی نیز در حوزه تجسمی با رویکرد پسامدرن انجام شده‌است. صفاری‌احمدآباد و دیگران در مقاله «تحلیل رویداد پسامدرنیسم در هنرهای تجسمی از نگاه داگلاس کریمپ» (۱۳۹۶)، چاپ شده در نشریه باغ نظر، به این نتیجه رسیده‌اند که اعتقاد کریمپ بر این اصل مهم پی‌ریزی شده که پسامدرنیسم هنری

گسست اساسی با مدرنیسم هنری و عصر استیلای نقاشی دارد. بانکی‌زاده و دیگران در مقاله‌ای با عنوان «پست‌مدرنیسم و تأثیر آن در هنردرمانی» (۱۴۰۰)، در نشریه هنرهای زیبا: هنرهای تجسمی، مؤلفه‌های پسامدرن در هنردرمانی را کاویده، به این نتیجه رسیده‌اند که ساختارشکنی سازه‌های اجتماعی، اهمیت واقعیت‌های چندگانه، اهمیت وجهه اجتماعی هنر، فعالیت گروهی و مبتنی بر گفت‌وگو، کثرت‌گرایی، اهمیت تأویل مخاطب، استفاده از استعاره، ایهام و کاربرد رسانه‌های مختلف در خلق آثار هنری از مهم‌ترین ویژگی‌هایی است که در هنردرمانی پست‌مدرن مطرح و به کار گرفته شدند. طاهری و دیگران نیز در مقاله‌ای با عنوان «بازتعریف عدالت اجتماعی در هنر پست‌مدرن با رویکرد انتقادی مطالعات فرهنگی؛ مطالعات موردی: چیدمان شیبولث و پرفرنس تنش درونی» (۱۴۰۱)، در نشریه هنرهای زیبا: هنرهای تجسمی، متمرکز بر عدالت اجتماعی در هنر دوران پسامدرن شده، نتیجه گرفته‌اند طیفی از مداخلات و انتقادات در بطن هنر پست‌مدرن، آرمان جمعی عدالت‌خواهی را دنبال می‌کند که بازنگری در پارادوکس‌های اجتماعی مدرنیته بوده که بر طرد هویت‌های جنسی و اقلیت‌های قومیتی و غیره متمرکز است و دوگانه فرادست و فرودست در خوانش مطالعات فرهنگی را به نمایش می‌گذارد. تفاوت جستار حاضر با پژوهش‌های یادشده در این است که این پژوهش منحصرأ متمرکز بر آن دسته از مؤلفه‌ها و ویژگی‌های پسامدرنیسم است که نمود بارزتری در آثار گرافیک معاصر ایران داشته‌اند.

روش پژوهش

مقاله پیش‌رو از نظر هدف، بنیادی و به لحاظ روش، پژوهشی توصیفی-تحلیلی است که داده‌های آن با مراجعه به منابع اسنادی گردآوری شد. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات در این مقاله کیفی است. به‌منظور مطالعه و شناسایی مؤلفه‌های پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایران، ابتدا برخی از آن‌ها تشریح و در مرحله بعد نمونه‌هایی با هدف پاسخ‌گویی به سؤال‌های پژوهش انتخاب شد. روش انتخاب نمونه‌ها هدمند

است؛ به این مفهوم که اولاً نمونه‌ها از گرافیک معاصر ایرانی انتخاب شد و ثانیاً از بین آثار طراحی گرافیک معاصر ایران، نمونه‌هایی انتخاب شد که مؤلفه‌های پسامدرنیسم نمود بارزتری در آن‌ها داشتند. حجم نمونه به تعدادی انتخاب شد که اشباع نظری حاصل شود.

مبانی نظری

– گرافیک معاصر ایران

به اعتقاد برخی با اولین علامتی که بشر برای ارتباط با دیگری به وجود آورد، گرافیک به معنای سنتی شکل گرفت. به طریق اولی می‌توان مدعی شد با اولین نشانه‌هایی که در حوزه‌ی جغرافیایی ایران با هدف ارتباط با دیگری ایجاد شده، گرافیک ایرانی شکل گرفته‌است. بر این مبنا می‌توان از نقوشی که بر روی سفالینه‌های دوره‌های مختلف تاریخی ایران از جمله سفالینه‌های نیشابور نقش بسته‌اند، به عنوان اولین نمونه‌های آثار گرافیک ایرانی یاد کرد. این آثار هنری در واقع ریشه‌های گرافیک معاصر است و می‌توان با عنوان گرافیک سنتی از آن یاد کرد. اما آنچه مدنظر نوشتار حاضر است، متفاوت از این نوع آثار است. در جستار حاضر مشخصاً آن نوع آثار گرافیکی مدنظر است که پس از انقلاب صنعتی شکل گرفته و متفاوت از گرافیک سنتی است؛ «زمینه شکل‌گیری گرافیک به معنی امروزی آن پس از انقلاب صنعتی با نیاز به تبلیغات و بازاریابی و عرضه مناسب تولیدات جهت مصرف بیشتر آن‌ها ایجاد شد و طراحی گرافیک از آغاز قرن بیستم بر اثر جنبش‌های هنر مدرن و نیازهای ارتباطی در دوران دو جنگ جهانی متحول شد» (افشارمهاجر، ۱۳۹۳: ۸). این نوع آثار گرافیکی که در جستار حاضر با عنوان «گرافیک معاصر» از آن یاد می‌شود، از نظر ماهیت و کارکرد متفاوت از آثار گرافیکی است که صرفاً به‌منظور ارتباط با دیگری خلق می‌شد. در دهه‌های اخیر و با ظهور فضای مجازی، گرافیک نیز چالش‌های جدیدی پیش‌رو داشته، تا جایی که حیطة، تعریف و کارکرد آن کلاً تغییر یافته‌است. بنابر آنچه گفته شد، می‌توان گفت منظور از

گرافیک در این نوشتار آثاری است که در صدسال اخیر طراحی شده‌اند.

۲- پسامدرنیسم

پسامدرنیسم «ظاهراً اولین بار در سال ۱۹۱۷ م به وسیله فیلسوف آلمانی رودولف پانویتس^۳ برای توصیف نیست‌انگاری^۴ فرهنگ غربی قرن بیستم که مضمونی وام‌گرفته از آراء نیچه بود، به‌کار رفته‌است» (Pannwitz, 1917: 64). از آن‌جایی که این نظریه

محدود به حوزه خاصی نبوده و در عرصه‌های مختلفی از فلسفه گرفته تا سیاست، هنر، ادبیات و معماری نمود پیدا کرد، بین نظریه‌پردازان توافقی در مورد آن وجود ندارد و نمی‌توان از پسامدرنی واحد صحبت کرد، بلکه سخن از انواع پسامدرن‌هاست؛ «پسامدرنیسم ادبی، انتقادی و اجتماعی-اقتصادی جان کارلوس رو، پسامدرنیسم ایجابی و پسامدرنیسم شک‌اندیشانه پالین روز ناو، پسامدرنیسم سازنده یا بازنگرانه و پسامدرنیسم واسازنده یا بر اندازنده گریفین، پسامدرنیسم تاریخی، روش‌شناختی و مثبت لارنس کوهن، پسامدرنیسم متن‌انگارانه دریدایی و پسامدرنیته قدرت دانش‌محور فوکویی، پسامدرنیسم بوالهوسانه یا بازیگوشانه لیوتاری-بودریایی و پسامدرنیسم مخالفت‌آمیز بست و کلتر، پسامدرنیسم خوش‌بین و پسامدرنیسم بدبین گیبنز و بوریمر و تمایلات گوناگون فمینیستی، آنارشیمی، جهان سوم‌گرا، صلح سبز و ... که ذیل مفهوم پسامدرنیسم قرار می‌گیرند» (احمدیان و نوری، ۱۳۸۹: ۱۱۴). علاوه بر انواع پسامدرنیسم، در مورد ماهیت آن نیز نمی‌توان به تعریف واحدی دست یافت؛ «پسامدرن برای برخی فقط «لحظه» بود، در حالی که از نظر دیگران «وضعیت» عمومی‌تری به شمار می‌آمد. برخی آن را به حد «سبک» فرو کاستند، در حالی که دیگران آن را تا مقام «دوره‌ی» تاریخی بالا بردند» (ملیس و ویک، ۱۳۹۴: ۱۹۳).

اعتقاد بر این است که پسامدرنیسم ابتدا در حوزه‌ی معماری شکل گرفت، اما بعدها در هنرهای دیگری نیز

نمود یافت؛ به اعتقاد استیون کانور^۵ «علائم بروز پسامدرنیسم را تقریباً می‌توان در همه‌ی اشکال هنری و عرصه‌های عمل فرهنگی بازجست، اما در بحث از ظهور واکنشی پسامدرنیستی به یک حرکت مدرنیستی پیشین معمولاً این واکنش روشن‌ترین و توانمندترین نمود خود را در عرصه‌هایی (برای مثال معماری، هنرهای تجسمی و ادبیات) می‌یابد که مدرنیسم پیش‌تر در آن عرصه‌ها روشن‌ترین و نمایان‌ترین سلطه را داشته‌است» (پین، ۱۳۹۴: ۱۸۹). به‌رغم گستردگی و تنوع مفاهیم و اصول در این حوزه فکری، آنچه مسلم است این که می‌توان پسامدرنیسم را بر اساس برخی مؤلفه‌ها و ویژگی‌ها در هر یک از شاخه‌های هنری بازشناخت. از این منظر محدود کردن آن به دوره یا رشته‌ای خاص نوعی تقلیل‌گرایی است که منجر به شناخت ناقص آن می‌شود. به منظور شناخت ابعاد و مؤلفه‌های مختلف پسامدرنیسم در شاخه‌ای خاص از فرهنگ و هنر کشف مؤلفه‌های اصلی آن ضروری است. بر این اساس و با توجه به موضوع نوشتار حاضر به مؤلفه‌هایی از پسامدرنیسم پرداخته می‌شود که نمود بارزتری در گرافیک معاصر ایران داشته‌است.

بازتاب مؤلفه‌های پسامدرنیسم در گرافیک

معاصر ایران

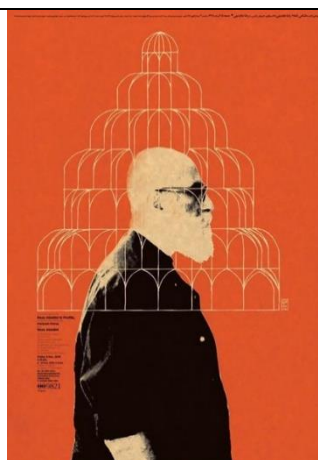
پس از ظهور جلوه‌هایی از پسامدرنیسم در معماری، هنرمندان شاخه‌های مختلف هنرهای تجسمی [آگاهانه یا ناآگاهانه- مؤلفه‌هایی از آن را در خلق آثار هنری به‌کار بستند، اما با توجه به سازوکارهای متفاوت این رسانه‌ها، جلوه‌های پسامدرن نیز در هر یک از این حوزه‌ها متفاوت بود. در این بخش از مقاله به بازتاب و ظهور مؤلفه‌های پسامدرنیسم در طراحی گرافیک معاصر ایران پرداخته می‌شود. با این توضیح که برخی از این مؤلفه‌ها سال‌ها پیش‌تر از ظهور رسمی پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایرانی وجود داشته است که متعاقباً به آن‌ها پرداخته می‌شود.

ـ **حضور مؤلف:** یکی از حوزه‌های متأثر از پسامدرن داستان‌نویسی است. داستان‌نویسان پسامدرن به طرق مختلف تلاش می‌کنند داستان‌بودگی نوشته را برجسته کرده، مخاطب را از تصنعی بودن آن آگاه سازند. به این منظور شگردهای مختلفی را به‌کار می‌گیرند که حضور مؤلف در داستان یکی از آنهاست. این نوع روایت که به آن فراداستان^۶ گفته می‌شود «شکلی خودآگاهانه از داستان‌نویسی است که هر چند نمونه‌هایش را در دوره‌های پیشامدرن (حتی قرن هجدهم) می‌توان یافت، اما در ادبیات پسامدرن به عنوان یکی از شکل‌های اصلی داستان‌نویسی نظریه‌پردازی و تجویز شده‌است» (پاینده، ۱۳۹۷: ۱۸۵). در فراداستان نویسنده گاهی یکی از شخصیت‌های اصلی داستان است تا از این طریق داستان‌بودگی روایت را متذکر می‌شود؛ بنابراین «فراداستان آگاهانه بر ساختگی بودن آنچه روایت می‌کند، تأکید می‌ورزد» (Waugh, 2001: 2). برای نمونه نادر ابراهیمی، نویسنده‌ی ایرانی داستان‌های پسامدرن در داستان «قهرمان من، قهرمان ذلیل من» خود در داستان حضور دارد و با قهرمان قصه‌اش حرف می‌زند. این شگرد پسامدرنیستی منجر به ایجاد زیرشاخه‌ای در طراحی پوستر شده‌است که با عنوان سلف_پوستر^۷

شناخته می‌شود. در سال‌های اخیر برخی از طراحان گرافیک پوسترهایی از خود طراحی کرده‌اند که موضوع آن‌ها خود طراح است. این نوع پوسترها سفارش دهنده‌ای ندارد، بلکه طراح به روایتی تصویری از خویش می‌پردازد. رضا عابدینی از جمله این طراحان است که اغلب با ترکیب تصویری از خود و عناصر تصویری دیگر و نیز نوشته‌هایی به روایت‌هایی از خویش می‌پردازد. تاریخ طراحی پوستر در ایران نشان می‌دهد این نوع از پوسترها سابقه‌ای ندارد و پدیده‌ای نوظهور در طراحی گرافیک معاصر ایران است. در این پوسترها تصویر خود طراح نقش اصلی را دارد و سایر عناصر در خدمت روایتی است که طراح بیان کرده‌است. همان‌طور که حضور مؤلف در داستان‌های پسامدرن جنبه‌ای آگاهانه و البته تصنعی به داستان می‌دهد، طراح در این روایت‌های تصویری حکایتی **آگاهانه** از خویش را بیان می‌کند. به تبعیت از اصطلاح «فراداستان» در ادبیات داستانی پسامدرن می‌توان اصطلاح «فرگرافیک» را برای این نوع از آثار گرافیکی به‌کار برد. تصاویر (۱) و (۲) دو نمونه از پوسترهای رضا عابدینی است که در آن‌ها طراح نقش اصلی روایت تصویری را دارد.



تصویر ۲ - طراح: رضا عابدینی. منبع: (افشارمهاجر، ۱۳۹۸: ۲۷۳)



تصویر ۱ - طراح: رضا عابدینی. منبع: (URL: 1)

را همین ارتباط با گذشته می‌دانند؛ «هنر مدرن و همچنین هنر پست‌مدرن توسط روابطشان با آثار گذشته مشخص و تعریف می‌شوند. اولی بر پایه میل به گذار و گسست حتی انکار آثار گذشته استوار شده است. برعکس، دومی بر پایه گذشته و تلاش برای برقراری رابطه میان حال و آن چیزی می‌تواند عامل و یا مانع بازتولید آن شود، استوار می‌گردد» (Benghozi, 2010: 38؛ نامور مطلق، ۱۳۹۵: ۲۶۶).

از طرف دیگر روابط بینامتنی خود نشانی از جریان فکری پسامدرن است؛ «بینامتنی یکی از عناصر فروپاشی مدرنیسم و زمینه‌ساز دوره تازه پسامدرنیسم است» (همان: ۲۷۰).

اقتباس و استفاده از شیوه‌های مختلف بینامتنی در هنرهای گرافیک در ایران سابقه‌ای دیرینه دارد و بسیاری از طراحان گرافیک با وام‌گیری از آثار پیشین به خلق‌های جدید دست می‌زنند. از این منظر می‌توان پسامدرنیسم در گرافیک ایرانی را بسیار قدیمی‌تر از زمان ظهور رسمی آن در نظر گرفت. تصاویر (۳) و (۴) نمونه‌هایی از این نوع آثار است که در آن طراح با استفاده از عناصر معماری دوره هخامنشی و ساسانی پوستر و لوگوی را طراحی کرده که آشکارا روابط بینامتنی با عناصر معماری دوره‌های پیشین دارد.

۲- **التقاط‌گرایی:** یکی از انتقادهای اساسی به معماری مدرن طرد کلیه عناصر پیشامدرن در آن بود؛ به گونه‌ای که اثر مدرن دیگر نشانه‌ای از هنر پیش از خود نداشت. در این نوع آثار هنرمند اغلب بی‌توجه به پیشینه هنری آثاری خلق می‌کند که پیوندی با آثار پیشین ندارد. این نوع گسست در هنر مدرن مورد توجه اندیشمندانی چون آدورنو قرار گرفته‌است. وی معتقد است «هنر باید از زمینه اسطوره‌ای، آیینی، مناسکی که در آن پرورده شده، جدا شود و مسیر تکامل درونی خود را بیابد» (احمدی، ۱۳۸۵: ۲۲۶)؛ دیدگاهی که بعدها اندیشمندانی چون دریدا بر آن ایراد گرفتند؛ «هنر فقط با توجه به نسبت آن با دنیای خارج از اثر هنری شناخته می‌شود و این نسبت قطع شده‌است» (همان: ۲۲۹).

طرفداران پسامدرنیسم چنین دیدگاهی را برنمی‌تابند و معتقد به گفتگوی اثر هنری با آثار پیشین هستند. در معماری التقاط‌گرایی عبارت است از «در هم آمیختن عناصری از سبک‌های معماری پیشامدرن با عناصر سبک پسامدرن» (پاینده، ۱۳۹۷: ۱۷۷). این نوع روابط بینامتنی به اندازه‌ای مهم است که برخی نظریه‌پردازان یکی از وجوه ممیزه‌ی مدرن و پسامدرن



تصویر ۴- لگوی دانشگاه تهران، طراح: محسن مقدم، بازسازی: مرتضی ممیز. منبع: (افشارمهاجر، ۱۳۹۸: ۱۵۴)



تصویر ۳- پوستر جشن هنر شیراز، طراح: قباد شیوا. منبع: (افشارمهاجر، ۱۳۹۸: ۱۸۱)

چنین رویکردی به آثار هنری - که از مؤلفه‌های اساسی پسامدرنیسم در معماری است - سال‌ها پیش‌تر از ظهور رسمی پسامدرنیسم، در گرافیک ایرانی مرسوم بوده‌است. بر این اساس می‌توان مدعی شد پسامدرنیسم منحصر به دوره‌ای خاص نیست؛ همان‌طور که سایمن ملپس^۹ بر آن تأکید دارد؛ «مجازیم بی - هیچ تردیدی قاطعانه بگوییم که متون و آثار هنری دوره‌های پیشین را - چنانچه مجموعه تمهیدهای صوری مربوط به پسامدرنیسم در آن‌ها به کار رفته باشند - می‌توان آثاری پسامدرن محسوب کرد» (پاینده، ۱۳۹۷: ۱۶۴). بنابر آنچه گفته شد، می‌توان استدلال کرد هرچند روابط بینامتنی و استفاده از عناصر تصویری هنر دوره‌های پیشین در گرافیک معاصر ایرانی سابقه‌ای بیش از ظهور رسمی پسامدرن دارد، اما مصداقی از مؤلفه التقاط‌گرایی پسامدرنیستی این شاخه از هنرهای تجسمی است.

- **فوق‌واقعیت**^{۱۰}: ژان بودریار^{۱۱}، فیلسوف فرانسوی، از نظریه‌پردازان اصلی پسامدرنیسم است که نظریات وی در مورد این جنبش فکری اصالت ویژه‌ای دارد. فوق - واقعیت یکی از مفاهیمی است که بودریار آن را ویژگی بارز پسامدرنیسم می‌داند. وی «جامعه‌ای را پسامدرن می‌داند که شبیه‌سازی‌های تصویری از اشیاء و رویدادها دائماً در آن منتشر می‌شوند و جریان دارند و به همین سبب اهمیتی به مراتب بیشتر از خود آن اشیاء و رویدادها پیدا کرده‌اند. بودریار این شبیه‌سازی - ها را اصطلاحاً «وانموده»^{۱۲} می‌نامد و برای توصیف وضعیتی که وانموده‌ها مهم‌تر از خود واقعیت شده‌اند، اصطلاح فوق‌واقعیت را به کار می‌برد» (پاینده، ۱۳۹۷:

۱۸۸). امروزه وانموده‌های بودریار در جوامع پسامدرن چنان گسترش یافته‌اند که تمییز آن‌ها از خود واقعیت کاری دشوار است؛ «در شرایط وانمودگی مرز میان امر واقعی و غیرواقعی شکسته می‌شود، به گونه‌ای که در آن تشخیص درستی و نادرستی غیرممکن می‌شود» (بودریار، ۱۳۹۲: ۸۹). گسترش رسانه‌های ارتباطی مختلف، توسعه فضاهای مجازی، ظهور دوربین‌های عکاسی پیشرفته و نیز نقاشی به شیوه هایپررئالیسم راه را برای توسعه آنچه بودریار وانموده می‌نامد، هموار کرده‌است. امروزه می‌توان تبلیغات زیادی را در فضاهای مجازی و واقعی دید که با شیوه‌های مختلف خلق شده‌اند. این نوع تبلیغات نه تنها جهان واقعی، بلکه جهانی آرمانی را به نمایش می‌گذارند که به قول بودریار اهمیتی به مراتب بیشتر از خود اشیاء و رویدادها پیدا کرده‌اند. بازتاب این مؤلفه از پسامدرنیسم را می‌توان در آگهی‌های تبلیغاتی دید که در سال‌های اخیر به‌وفور طراحی می‌شوند. تصاویر (۵) و (۶) نمونه‌هایی از تبلیغاتی است که در آن‌ها از شیوه‌ی عکاسی استفاده شده و واقعیتی فراتر از واقعیت به نمایش گذاشته شده‌است. در این آگهی‌های تبلیغاتی نوشیدنی‌های عالیس در موقعیتی جدید قرار گرفته‌است. در تصویر (۵) طراح بطری «دوغ عالیس» را با چیدمانی متفاوت در لابه‌لای انبوهی از گیاهان قرار داده تا ضمن اشاره به تازگی محصول، جهانی جدید یا به قول بودریار فوق‌واقعیتی را خلق کند که ممکن است در جهان واقعی مصداقی نداشته باشد. تصویر (۶) نیز آگهی تبلیغاتی دیگری از نوشیدنی عالیس است که چیدمان، ترکیب‌بندی و عناصر آن مخاطب را به جهانی فراواقعی دعوت می‌کند.



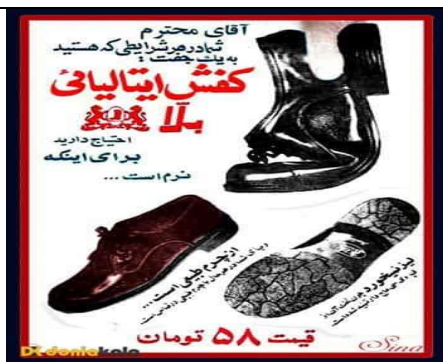
تصویر ۶ - تبلیغات دوغ عالیس. منبع: (URL: 3)



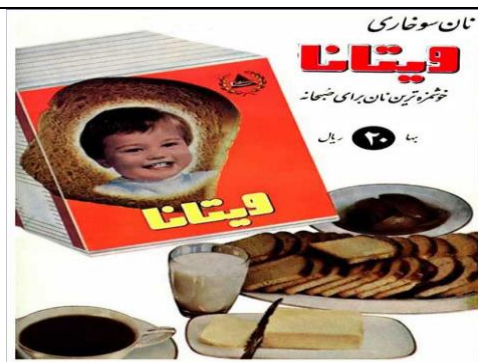
تصویر ۵ - تبلیغات دوغ عالیس. منبع: (URL: 2)

این مؤلفه از پسامدرنیسم در طراحی گرافیک معاصر ایران قابل پیگیری است. گرافیک معاصر ایرانی در بدو پیدایش اغلب به منظور طراحی مجلات، روزنامه‌ها و کتاب‌ها به کار می‌رفت، اما با شکل‌گیری جامعه صنعتی ایران در اختیار سلیقه عامه نیز قرار گرفت. آثار گرافیکی به‌ویژه آگهی‌های تبلیغاتی طراح تلاش می‌کرد با در نظر گرفتن سلیقه عامه پیام خود را به مردم عادی برساند. تصاویر (۷) و (۸) دو نمونه از تبلیغات دهه‌ی ۴۰ شمسی در ایران است که به بیانی ساده و عاری از هر نوع تکلفی مخاطبی عام را در نظر دارد. در تصویر (۷) «نان سوخاری ویتانا» به‌عنوان نانی خوشمزه برای صبحانه معرفی شده و مخاطب عام به راحتی می‌تواند با دیدن آن، پیام آگهی را دریافت کند. عناصر تصویری مانند کره، چای و شیر در این تصویر نشانه‌هایی مستقیم و به قول بارت^{۱۳} صریح^{۱۴} برای وعده صبحانه است و طراح سعی کرده فارغ از پیچیدگی‌های بیانی و با در نظر گرفتن سلیقه عامه پیامی را به مخاطب ارائه دهد. تصویر (۸) نیز سه ویژگی نرمی، لیز نخوردن و استفاده از چرم طبیعی در تولید «کفش بلا» را با سه تصویر به مخاطب ارائه کرده‌است. چنانکه ملاحظه می‌شود این نوع تبلیغات بیانی صریح و عاری از تکلف دارند و به نظر می‌رسد در طراحی آن‌ها سلیقه عامه مدنظر طراح بوده‌است. چنین رویکردی به آثار گرافیکی را می‌توان مصداقی از اعمال سلیقه‌ی عامه در طراحی گرافیک در نظر گرفت که از مؤلفه‌های اصلی پسامدرنیسم است.

سلیقه‌ی عامه: مدرنیسم داعیه‌ی نخبه‌گرایی داشت و متون آن به اصطلاح در پی مخاطبانی خاص بود؛ «به نظر بسیاری از هنرمندان و نویسندگان مدرنیست، ارزش هنر صرفاً بر اساس تعابیر خاص خود هنر تعریف می‌شد. توجیه این برخورد مدرنیستی، به‌ویژه در نقادی هنرهای تجسمی، توجیهی بود که ایمانوئل کانت در «نقد قوه‌ی حکم» (۱۷۹۰) ارائه کرده بود، مبتنی بر این‌که احساسات زیبایی‌شناسانه کلاً بی-طرفانه، یعنی مستقل از امیال، علایق، و تعارضات زندگی روزمره بوده یا باید باشد» (پین، ۱۳۹۴: ۱۹۰). هنرمند در دوره مدرن پیوندهای خود را با گذشته قطع کرده؛ «به طور کلی، مدرنیسم در هنرها و ادبیات، به معنای گسستن خودآگاهانه از گذشته و جست‌وجوی قالب‌های جدید برای بیان است» (افشارمهاجر، ۱۳۹۱: ۱۶). در تقابل با این اندیشه، پسامدرنیست‌ها به سلیقه‌ی عامه اهمیت دادند و سعی کردند نمودهای آن را در آثار هنری خود بازتاب دهند؛ «پسامدرنیسم هنری را می‌توان به منزله‌ی انکار این انکار - نفی آرمان استقلال هنر و جدابودگی‌اش از جهان - در نظر گرفت» (پین، ۱۳۹۴: ۱۹۰)؛ همان‌طور که ملپس نیز بر این نکته تأکید دارد و اصرار مدرنیست‌ها بر تمایز هنر متعالی و فرهنگ مصرفی را یکی از عوامل گسست مدرنیسم از پسامدرنیسم می‌داند؛ «پسامدرن آزادانه از سه انگاره بسیار مدرنیستی گسست یافت؛ تمرکز بر فرم، باور به خودمختاری اثر هنری و در نتیجه قائل شدن جدایشی خودخواسته میان هنر و جهان اجتماعی و تاریخی، و پافشاری بر تفاوت مبرم میان هنر متعالی و فرهنگ مصرفی یا توده» (ملپس و ویک، ۱۳۹۴: ۱۹۹).



تصویر ۸- تبلیغات کفش بلا، دهه‌ی ۴۰. منبع: (افشارمهاجر، ۱۳۹۸: ۱۳۵)



تصویر ۷- تبلیغات ویتانا، دهه‌ی ۴۰. منبع: (افشارمهاجر، ۱۳۹۸: ۱۳۶)

ـ افول کلان‌روایت‌ها و ظهور پاره‌روایت‌ها: لیوتار از شارحان اصلی پسامدرنیسم «مدرنیته را عصری به پایان رسیده، ادعاهای مدرنیته را منسوخ و معتقد به شروع عصر جدید به نام پست‌مدرنیته است» (تاجیک و پورپاشاکاسین، ۱۳۸۸: ۲۶). وی پسامدرنیسم را با ویژگی‌هایی مشخص می‌کند که افول کلان‌روایت‌ها و متقابلاً ظهور پاره‌روایت‌ها یکی از آن‌هاست؛ لیوتار «در تعریف مشهور خود پست‌مدرنیسم را به منزله بی‌اعتقادی و عدم ایمان به فراروایت‌ها توصیف می‌کند و معتقد است که این بی‌اعتقادی و بی‌ایمانی بدون شک محصول پیشرفت در علوم است» (لیوتار، ۱۳۸۴: ۵۴). با افول کلان‌روایت‌ها شاهد ظهور پاره‌روایت‌ها یا روایت‌های خرد هستیم. در پسامدرنیسم دیگر کلان‌روایتی نداریم و آنچه هست، همانا پاره‌روایت‌ها یا روایت‌های خردی است که هر یک از افراد جامعه، فارغ از مکان و زمان می‌توانند در ساختن آن‌ها نقش داشته باشند. دیگر لزومی ندارد سال‌های طولانی طی شود تا کلان‌روایتی شکل گیرد، بلکه هرروز در گوشه و کنار جهان هر فردی می‌تواند پاره‌روایت‌هایی را خلق کند و به این طریق در شکل‌گیری جهانی جدید با ویژگی‌های پسامدرنیستی سهیم باشد. نمونه بارز چنین پاره‌روایت‌هایی را می‌توان هر روز در فضاهای مجازی دید. امروزه هر کسی می‌تواند با ایجاد یک صفحه مجازی روایت‌هایی خرد خلق کرده و در فضای مجازی منتشر کند.

این وضعیت در همه‌ی شاخه‌های فرهنگی_هنری، از جمله طراحی گرافیک نیز مصداق دارد. در سال‌های اخیر طراحی در فضای مجازی ظهور کرده‌اند که پیش‌تر بستری برای به نمایش گذاشتن آثار خود نداشتند. پیش از این گرافیک ایرانی کلان‌روایتی بود که منحصر به تعداد معدودی از طراحان گرافیک پیشکسوت و برجسته بود؛ طراحی که پایه‌گذاران این رشته در دانشگاه‌های هنری بودند. اما پاره‌روایت‌های عصر پسامدرن وضعیت را تغییر داد. امروزه با یک جست‌وجو در فضای مجازی می‌توان آژانس‌های تبلیغاتی و طراحان مستقلی را یافت و نمونه کارهایشان را مشاهده کرد. این نسل از طراحان با دسترسی به رسانه‌های جدید ارتباطی از جمله تلگرام و اینستاگرام توانستند بر کلان‌روایت گرافیک ایرانی غلبه کرده، پاره‌روایت‌های جدیدی خلق کنند. با ظهور این پاره‌روایت‌ها گرافیک ایرانی نه تنها تجربه‌های جدیدتری کرد، بلکه توانست مرزهای جغرافیایی را درنوردد و وجهه‌ای فرامرزی پیدا کند. امروزه بسیاری از طراحان گرافیک جوان با سراسر جهان ارتباط دارند و پروژه‌های گرافیکی را انجام می‌دهند؛ امری که پیش‌تر میسر نبود. به این ترتیب می‌توان استدلال کرد که مؤلفه افول کلان‌روایت‌ها و بروز پاره‌روایت‌ها بستری برای ظهور طراحان گرافیک در این پارادایم جدید ایجاد کرد. جدول (۱) بازتاب برخی از مؤلفه‌های پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایرانی را نشان می‌دهد:

جدول ۱- بازتاب مؤلفه‌های پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایرانی. منبع: (نگارنده)

بازتاب مؤلفه‌های پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایرانی			
سازوکار بازتاب مؤلفه در اثر گرافیکی		پیکره‌ی مطالعاتی	
مؤلفه ۱	حضور مؤلف	پوستر	تصویر مؤلف به عنوان عنصر اصلی پوستر
مؤلفه ۲	التقاط‌گرایی	پوستر/ لوگو	استفاده از عناصر دوره‌های پیشین در روایت تصویری
مؤلفه ۳	فوق‌واقعیت	آگهی تبلیغاتی	استفاده از تصاویر فوق‌واقعی
مؤلفه ۴	سلیقه‌ی عامه	آگهی تبلیغاتی	تأکید بر معنای صریح و پرهیز از معنای ضمنی
مؤلفه ۵	افول کلان‌روایت‌ها و ظهور پاره‌روایت‌ها	-	ظهور طراحان گرافیک جوان در فضای مجازی

علی‌رغم همه‌ی نظریات متفاوت و حتی گاهی متناقض در مورد پسامدرنیسم، این تفکر جریان فکری- فرهنگی پویایی است که در سال‌های اخیر بر کلیه شئون زندگی انسان معاصر سیطره داشته و بشر امروز خواه‌ناخواه متأثر از آن شده‌است. جلوه‌های متفاوت این تفکر را می‌توان در حوزه‌های مختلف هنر، ادبیات، سیاست و فرهنگ جوامع دید. گرافیک معاصر ایران نیز مثل همه حوزه‌های فرهنگی متأثر از این جریان فکری- فرهنگی بود که در نوشتار حاضر تلاش شد جلوه‌هایی از آن با نمونه‌هایی از طراحان گرافیک معاصر ایران نشان داده شود. به‌رغم مؤلفه‌های متفاوت این جریان فکری، در نوشتار حاضر پنج مؤلفه حضور مؤلف در اثر، التقاط‌گرایی، فوق‌واقعیت، سلیقه عامه و افول کلان‌روایت‌ها مورد بررسی قرار گرفت؛ با این حال نمی‌توان مدعی شد که نموده‌های پسامدرن در گرافیک معاصر ایران منحصر به همین موارد است، اما می‌توان گفت موارد یاد شده نسبت به دیگر مؤلفه‌های پسامدرنیسم نمود بیشتری در گرافیک معاصر ایرانی داشته‌اند، از طرف دیگر این مدعا دلیلی بر پسامدرنیسم تلقی کردن صرف گرافیک معاصر ایران نیست؛ بلکه پژوهش حاضر صرفاً بر معرفی جلوه‌هایی از بازتاب پسامدرنیسم در گرافیک معاصر ایران تاکید داشت. بازتاب مؤلفه‌های پسامدرن در گرافیک معاصر

ایران مبین این واقعیت است که گرافیک، از یک طرف پیوندی ناگسستنی با دیگر جریان‌های فکری- فرهنگی دارد و از آن‌ها تأثیر پذیرفته، بر آن‌ها تأثیر می‌گذارد و از طرف دیگر جریان پویای گرافیک معاصر ایرانی می‌تواند در شکل‌گیری برخی پارادایم‌های زمانی مؤثر واقع شود؛ برای نمونه مؤلفه التقاط‌گرایی پسامدرن که پیش‌تر از ظهور رسمی پسامدرنیسم، در گرافیک معاصر ایرانی تجربه شده بود. از طرف دیگر، با وجود انتقادهایی که بر پسامدرنیسم وارد است، می‌توان برخی مؤلفه‌های آن از جمله افول کلان‌روایت‌ها را در حوزه گرافیک به فال نیک گرفت و آن را فرصتی مغتنم برای طراحان نوظهوری دانست که فارغ از محدودیت‌های پیشین بازار گرافیک ایران، می‌توانند علاوه بر بازار داخلی، در بازارهای جهانی نیز به فعالیت بپردازند. گردش مالی برخی آژانس‌های تبلیغاتی که فعالیت‌های بین‌المللی دارند، همچنین طراحان مستقلی که با شرکت‌های بین‌المللی فعالیت می‌کنند، مؤید این ادعاست که خود می‌تواند موضوع پژوهش مستقلی باشد. از طرف دیگر فعالیت طراحان گرافیک ایرانی در عرصه‌های بین‌المللی می‌تواند حداقل دو نتیجه برای طراحان گرافیک و گرافیک ایرانی داشته باشد: اول اینکه زمینه و بستری برای اشتغال فارغ- التحصیلان این رشته فراهم می‌آورد و دوم اینکه می‌تواند گرافیک ایرانی را در بازارهای بین‌المللی بشناساند.

پی‌نوشت

1. Charles Jeanks
2. Pruitt-Igoe
3. Rudolf Pannwitz
4. Nihilism
5. Steven Kevin Connor
6. Metafiction
7. Self-poster
8. Simon Malpas
9. Hyperreality
10. Jean Baudrillard
11. Simulacrum

12. Roland Barthes

۱۳. «بارت برای بیان سازوکار فرهنگی و سیاسی اسطوره‌های مدرن، از دو اصطلاح معنای صریح و معنای ضمنی استفاده می‌کند [...] معنای صریح عبارت است از معنای عرفی و شناخته شده یک کلمه آن‌طور که در فرهنگ لغت ثبت شده‌است، اما معنای ضمنی سایه‌روشن‌های معنایی یا دلالت‌های ثانوی و فرهنگی واژه‌ها می‌شود که به طور معمول در فرهنگ‌های لغت به چشم نمی‌خورند» (پاینده، ۱۳۹۷: ۲۸۲).

منابع

- _ احمدی، بابک (۱۳۸۵)، *حقیقت و زیبایی: درس‌های فلسفه‌ی هنر*، تهران: نشر مرکز.
- _ احمدیان، قدرت؛ نوری، مختار (۱۳۸۹)، *مدرنیته محل تضارب آراء، فصلنامه مطالعات سیاسی*، ۳(۹)، ۹۹-۱۲۷.
- _ افشارمهاجر، کامران (۱۳۹۸)، *تاریخ طراحی گرافیک/ایران*، تهران: انتشارات فاطمی.
- _ افشارمهاجر، کامران (۱۳۹۱)، *هنرمند/ایرانی و مدرنیسم*، تهران: انتشارات دانشگاه هنر.
- _ افشارمهاجر، کامران (۱۳۹۳)، *گرافیک در صنعت نشر*، تهران: سمت.
- _ بانکی‌زاده، زهرا؛ حسامی‌کرمانی، منصور، زاده‌محمدی، علی (۱۴۰۰)، *پست‌مدرنیسم و تأثیر آن در هنردرمانی، نشریه هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی*، ۲۶(۲)، ۱۰۵-۱۱۴.
- _ بودریار، ژان (۱۳۹۲)، *وانموده‌ها، سرگشتگی نشانه‌ها*، ترجمه مانی حقیقی، تهران: نشر مرکز.
- _ پاینده، حسین (۱۳۹۷)، *نظریه و نقد ادبی: درسنامه‌ای میان‌رشته‌ای*، جلد اول و دوم، تهران: سمت.
- _ پین، مایکل (۱۳۹۴)، *فرهنگ اندیشه‌ی انتقادی: از روشنگری تا پست‌مدرنیته*، ترجمه پیام یزدانجو، تهران: نشر مرکز.
- _ تاجیک، محمدرضا، پورپاشاکاسین، علی (۱۳۸۸)، *مبانی نظری دموکراسی متکثرگرای لیوتار، فصلنامه سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی*، ۳۹(۴)، ۲۵-۴۵.
- _ صفاری‌احمدآباد، سمیه؛ صفاری، سارا؛ زراوندیان، سیدمصطفی (۱۳۹۶)، *تحلیل رویداد پست‌مدرنیسم در هنرهای تجسمی از نگاه داگلاس کریمپ، باغ نظر*، ۱۵(۵۸)، ۶۵-۷۶.
- _ طاهری، محبوبه؛ افضل‌طوسی، عفت‌السادات؛ نوذری، حسینعلی (۱۴۰۱)، *بازتعریف عدالت اجتماعی در هنر پست‌مدرن با رویکرد انتقادی مطالعات فرهنگی؛ مطالعات موردی: چیدمان شیپولث و پرفرنس تنش درونی، نشریه هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی*، ۲۷(۱)، ۱۷-۲۸.
- _ لاج، دیوید؛ دیچز، دیوید؛ وات، ایان (۱۳۹۴)، *نظریه‌های رمان از رئالیسم تا پست‌مدرنیسم*، ترجمه حسین پاینده، تهران: انتشارات نیلوفر.
- _ لیوتار، ژان فرانسوا (۱۳۸۴)، *وضعیت پست‌مدرن*، ترجمه حسینعلی نوذری، تهران: انتشارات گام نو.
- _ مستعلی‌پارسا، غلامرضا؛ اسدیان، مریم (۱۳۸۷)، *مؤلفه‌های ادبیات داستانی در آثار نادر ابراهیمی، فصلنامه زبان و ادب*، ۳۷، ۱۶۴-۱۳۴.

-
- _ ملیس، سایمن؛ ویک، پاول (۱۳۹۴)، *درآمدی بر نظریه انتقادی*، ترجمه گلناز سرکارفرشی، تهران: سمت.
- _ نامورمطلق، بهمن (۱۳۹۵)، *بینامتنیت از ساختارگرایی تا پسامدرنیسم*، تهران: انتشارات سخن.

References

- _ Pannwitz, R (1917), *Die Krisis der Europaeischen, Kultur*, Nuernberg: Hans Carl.
- _ Waugh, Patricia (2001), *Metafiction*, London & New York: Routledge.
- URL1: <https://posteriran.ir> Accessed at 12-7-2022
- URL2: <https://alis.ir/category/drink/page/49> Accessed at 12-7-2022
- URL3: <https://tablighatnews.ir> Accessed at 18-7-2022