فصلنامه علمی دانشگاه الزهرا(س) زمینهٔ انتشار: هنر
سال ۱۵، شماره ۳، پاییـــــز ۱۴۰۲
مقاله پژوهشی، ۵۷-۴۰
http://jjhjor.alzahra.ac.ir

بررسی استفاده از ایموجی در هنر معاصر بر مبنای آرای لیندا هاچن درباره پارودی[1]

سارا خندابی[2]
عفت‌السادات افضل طوسی[3]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۴
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۸

چکیده

ایموجی‌ها تصویر-واژه‌های استاندارد شده‌ای هستند که به منظور تاکید بر لحن پیام، کارکردهای احساسی، گفتگوگشایی و انتقال وضعیت ذهنی پیام دهنده مورد استفاده قرار می‌گیرند. علاوه بر نقش گسترده ارتباطی ایموجی‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجازی امروزه شاهد ورود تصاویر ایموجی به سایر زمینه‌های فرهنگی، تجاری و حتی هنرهای تجسمی هستیم. انتقال این تصاویر از متن فرهنگی به متن هنری و تقلید از آن‌ها چگونه می‌تواند پارودی ایجاد نماید؟ هدف نوشتار حاضر این است که، با در نظر گرفتنِ «نظریه پارودی لیندا هاچن»، استفاده از ایموجی‌ها در هنر معاصر و چگونگی ایجاد پارودی توسط آن‌ها را تحلیل و بررسی نماید. این پژوهش به لحاظ هدف پژوهشی بنیادین و بر اساس روشِ پژوهشی توصیفی-تحلیلی است. نوع داده و تجزیه و تحلیل آن کیفی است و در گردآوری داده‌ها از منابع کتابخانه‌ای استفاده شده است. این نوشتار به کمک نظریه پارودی لیندا هاچن به بررسی هشت نمونه از آثاری (هنر تجسمی) پرداخته است که از تصاویر ایموجی استفاده کرده‌اند. بر مبنای آرای هاچن، وجود موقعیت آیرونیک در تقلید شرطی مهم در ایجاد پارودی است. او هم‌چنین، برای رابطه پارودی با متن اولیه و رمزگذاری و رمزگشایی آن اهمیت قایل است. نتایج بررسی نشان می‌دهند، انتقال تصاویر ایموجی از متن فرهنگی به متن هنری موقعیت آیرونیک ایجاد کرده است. این آثار رابطه‌ای شوخ‌طبعانه، بازی‌وار یا خنثی با متن اولیه خود دارند. هنرمند در رمزگذاری این آثار از کدهای متفاوت زیبایی‌شناسانه، فرهنگی، اجتماعی، روان‌شناسانه و... استفاده کرده است که مخاطب بنا بر پیشینه فرهنگی و اجتماعی خود قادر به رمزگشایی از آن‌ها خواهد بود.

واژه‌های کلیدی: لیندا هاچن، پارودی، آیرونی، ایموجی، هنر معاصر.

1-DOI: 10.22051/JJH.2023.42808.1927

۲-کارشناسی‌ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا، تهران، ایران. sarakhandabii@gmail.com
۳-استادگروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا، تهران، ایران، نویسنده مسئول. afzaltousi@alzahra.ac.ir

مقدمه

لیندا هاچن[1] از برجسته‌ترین پژوهشگران و نظریه‌پردازان پست‌مدرن محسوب می‌شود. پست‌مدرنیسم هاچن پیوند عمیقی با بینامتنیت[2] و پارودی[3] دارد. پارودی از روابط بینامتنی بهره می‌برد و عبارت است از به‌کارگرفتن (آگاهانه) و آیرونیک[4] یک الگوی (معمولاً و نه لزوماً) هنری دیگر. هاچن (۲۰۰۰)، در کتاب «نظریه پارودی: آموزه‌هایی از شکل‌های هنری سده بیستم» به تعریف پارودی، کارکردِ آن، تفاوت و شباهت آن با سایر ژانرها (ادبی و هنری)، هم‌چنین، رمزگذاری و رمزگشایی و اهمیت رمزهای نهاده شده در متن و تفسیر آن از سوی مخاطب می‌پردازد. ایموجی‌ها تصویر-واژه‌های استاندارد شده‌ای هستند که به منظور تاکید بر لحن پیام، محقق کردن کارکردهای مختلف احساسی و گفتگوگشایی و انتقالِ وضعیت ذهنی پیام‌دهنده مورد استفاده قرار می‌گیرند. می‌توان آن‌ها را نوع جدیدی از «کد نوشتاری مصنوعی» در نظر گرفت که در سطح جهانی قابل استفاده است. علاوه بر نقش ارتباطی ایموجی‌ها در شبکه‌های اجتماعی و استقبال عمومی و جهانی از آن‌ها در ارتباطات مجازی، شاهد ورود تصاویر ایموجی[5] به سایر حوزه‌های فرهنگی، تجاری و حتی هنرهای تجسمی نیز هستیم. ایموجی‌ها چگونه در آثار هنری به‌کار گرفته می‌شوند؟ انتقال و تغییر این تصاویر از شبکه‌های اجتماعی (متن فرهنگی) به متن‌های هنری و تکرار و تقلید آن‌ها چگونه اثری آیرونیک و در نتیجه، پارودی ایجاد می کند؟ نوشتار حاضر در نظر دارد با توجه به «نظریه پارودی لیندا هاچن» استفاده از ایموجی‌ها در هنر معاصر را تحلیل و بررسی نماید. در ابتدا، نکات اساسی نظریه هاچن درباره پارودی بیان می‌گردد. سپس، با استفاده از این نکات نمونه‌های متنوع از هنرهای تجسمی که از ایموجی استفاده نموده‌اند مورد مطالعه قرار خواهد گرفت و شرط‌های اصلی ایجاد پارودی در مورد هر یک از آثار بررسی خواهد شد.

روش پژوهش

این پژوهش، به لحاظ هدف پژوهشی بنیادین و بر اساس روش پژوهشی توصیفی ـ تحلیلی است. نوع داده و تجزیه و تحلیل آن از نوع کیفی است و درگردآوری داده‌ها از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی استفاده گردیده است. جامعه آماری این پژوهش آثار هنری است که به نحوی از ایموجی‌ها بهره گرفته‌اند و نمونه‌های انتخاب شده هشت اثر هنری از هفت هنرمند معاصر است. در تحلیل آثار از «نظریه پارودی لیندا هاچن» استفاده شده است.

پیشینه پژوهش

در خصوص تعاریف پارودی، ارتباط آن با بینامتنیت (پارودی از روابط بینامتنی بهره می‌برد) و نظریات لیندا هاچن در خصوص پارودی پژوهش‌هایی انجام شده است که اکثر آن‌ها به حوزه نظری و ادبی تعلق دارند. هم‌چنین، پژوهش‌هایی در زمینه کاربرد این نظریات در تحلیل آثار هنری انجام گرفته است. نامور مطلق (۱۳۹۵)، در کتاب «بینامتنیت (از ساختارگرایی تا پسامدرنیسم)» به نظریات لیندا هاچن درباره پارودی پرداخته است. لیندا هاچن (۱۳۹۷)، در مقاله «بینامتنیت، هجو (پارودی) و گفتمان‌های تاریخ»[6] نظریات خود را در خصوص بینامتنیت و پارودی پسامدرن مطرح نموده است که ترجمه فارسی آن در کتاب «ادبیات پسامدرن- گزارش، نگرش، نقادی» آمده است. مباحث این کتاب‌ها کاملاً نظری بوده و به حوزه ادبی تعلق دارند که به‌عنوان منبع نظری پژوهش حاضر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. سبزیان (۱۳۸۸)، در مقاله «نقد و معرفی کتاب نظریه نقیضه: آموزه‌هایی از شکل‌های هنری قرن بیست» به معرفی کتاب نظریه پارودی هاچن پرداخته و درباره فصل‌های مختلف این کتاب توضیحاتی ارایه کرده است. صدریان (۱۳۸۸)، در مقاله «تعریف پارودی در دوران پسامدرن» تعاریف پارودی از زمان ظهور تاکنون را ارزیابی نموده و سعی داشته تعریف جامعی از پارودی ارایه نماید. سلطان کاشفی (۱۳۹۶)، در مقاله «بررسی ساختار بصری آثار موسوم به شام واپسین و تاثیرپذیری آن از پارودی» به بررسی و مقایسه ساختار بصری آثاری

با موضوع «شام واپسین» پرداخته و پارودی‌هایی را معرفی می‌نماید که از این موضوع و آثار، تقلیدهای طنزآمیز ارایه داده‌اند. طاهری و افضل‌طوسی (۱۳۹۶)، در مقاله «بازتولید نقیضه‌ای مونالیزا با شیوه آشنایی‌زدایی در گفتمان ساختارشکن هنر پسامدرن» با طرح این پرسش که، چگونه بازتولید نقیضه‌ای اثر هنری در عصر پسامدرن با مفاهیم آشنایی‌زدایی و ساخت‌شکنی منطبق است، به نمونه‌هایی از بازتولید تابلوی مونالیزا پرداخته‌اند. هم‌چنین، در مورد ایموجی و کارکردهای آن چند مقاله فارسی موجود است. مازندرانی (۱۳۹۷)، در مقاله «ایموجی‌ها، زبان مکمل» به موضوع استفاده ایموجی در شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان مکمل زبان پرداخته است. امامی (۱۴۰۰)، در ترجمه مقاله «آن تصاویر پارودیک: نگاه اجمالی به هنر معاصر چین» نوشته شیایوپینگ‌لین، تحولات اخیر هنر آوانگارد چین را با نظریات پیرامون پست‌مدرنیسم و بینامتنیت مورد بررسی قرار داده است. تات و روحانی (۱۴۰۰)، در مقاله «خرده‌فرهنگ‌های دهه شصت و چگونگی بازنمایی پارودیک آن در سینمای دهه نود ایران (موردکاوی: نهنگ عنبر، مصادره، هزارپا)» از نظرات لیندا هاچن در تحلیلِ آثار سینمایی بهره برده است. پژوهش‌های غیر فارسی: لیندا هاچن (۲۰۰۰)، کتابِ «نظریه پارودی: آموزه‌هایی از شکل‌های هنری سده بیستم» را به موضوع پارودی اختصاص داده است. هم‌چنین، هاچن (۱۹۸۸)، در فصل هشتم از کتاب «بوطیقای پست‌مدرنیسم» به موضوع پارودی می‌پردازد. از این کتاب‌ها در بخش نظری پژوهش حاضر، استفاده شده است. وجه تمایز پژوهش پیشِ‌رو با پژوهش‌های بخش پیشینه در این است که، هیچ‌یک از این پژوهش‌ها از نظریه پارودی لیندا هاچن و نکات اساسی آن برای تحلیل «آثار تجسمی» استفاده ننموده‌اند. هم‌چنین، پژوهشی در زمینه استفاده از ایموجی‌ها در هنر معاصر و تحلیل این آثار با نظریه پارودی لیندا هاچن انجام نگرفته است. این مقاله در صدد است، وجه پارودیک این آثار را با استفاده از نکات اساسی نظریه پارودی هاچن بررسی نماید.

پست‌مدرنیسم، بینامتنیت، پارودی

پست‌مدرنیسم پیکره پیچیده و درهم تنیده متنوعی از اندیشه‌ها، آرا و نظریاتی است که در اواخر دهه ۱۹۶۰ سربرآورد (برمن، ۱۳۹۲: ۳۶-۳۸). پست‌مدرنیست‌ها رویکرد شاخصی نسبت به هر آن‌چه ملاحظه می‌کنند ـ اعم از فیزیکی، اجتماعی، روان‌شناختی، نشانه‌شناختی (مربوط به نشانه‌ها)، یا معرفت‌شناختی ـ دارند؛ یعنی، معتقدند هر اُبژه‌ای به طرز علاج‌ناپذیر و پویا پیچیده است. پیچیدگی پدیده تمام‌شدنی نیست، بلکه زاینده است و هر شاکله مفهومی، هر تمایز بنیادین، هر قانون یا قاعده، قابل نقض است. (کِهون، ۱۳۹۸: ۳۳-۳۴). در نظر بسیاری از نظریه‌پردازان و منتقدان، عصر پسامدرن عصری است که در آن بازتولید بر تولیدِ اصل تفوق می‌یابد (آلن، ۱۳۹۲: ۲۵۸). بینامتنیت به معنای شکل‌گیری معناهای متن‌ها به وسیله متن‌های دیگر است؛ نوعی خوانش یک متن در مقابل متن‌های دیگر که تاثیرات متنی و ایدیولوژیکی آن‌ها، و اصولاً همه متن‌ها را در بافتی از روابط نشان می‌دهد. در بینامتنیت یک متن نه واحدی خودمختار و مستقل از ایدئولوژی، سیاست، زندگی افراد و تاریخ، بلکه در پیوند فشرده با این منابع است (رشیدیان، ۱۳۹۴: ۱۴۰). نظریه‌های پست‌مدرن بیش از نظریه‌های ساختارگرا به بینامتنیت توجه داشته‌اند و بیش از آن‌ها نیز از بینامتنیت بهره برده‌اند. بینامتنیت، به‌عنوان یکی از ویژگی‌های اصلی ادبیات، هنر و اندیشه پسامدرن محسوب می‌شود (نامور مطلق، ۱۳۹۵: ۳۱۲). بینامتنیت به طور هم‌زمان، اصالت یک پارچه، خلاقیت مطلق، مالکیت قطعی و آگاهی کامل نسبت به متن را نفی می‌کند. پارودی از قدیمی‌ترین گونه‌ها یا زیرگونه‌های هنری به حساب می‌آید که از روابط بینامتنی بهره می‌برد. نظریه پست‌مدرن توجه‌ای ویژه به پارودی دارد. پارودی در معنای خاص و دقیق آن، عبارت است از به‌کارگرفتنِ آگاهانه و آیرونیک یک الگوی هنری دیگر (مکاریک، ۱۳۸۵: ۴۳۷).

تعریف پارودی از نظر لیندا هاچن

لیندا هاچن یکی از برجسته‌ترین پژوهشگران و نظریه‌پردازان پست‌مدرن محسوب می‌شود.

پست‌مدرنیسمِ هاچن پیوند عمیقی با بینامتنیت دارد. در نظر او پارودی (هجو) و بینامتنیت در دوره پسامدرن با هم پیوندی تنگاتنگ و تودرتو دارند. از دیدِ منتقدانی چون هاچن ادبیات پسامدرن گستره وسیعی از اشکال معاصر و تاریخی را به‌کار می‌گیرد، و این کار را در راستای ثبت وابستگیِ خود به اشکالِ بازنمایی مقرر (هم‌سازه‌ها)، صورت می‌دهد. اما در عین ثبت این واقعیت، با هم‌نشین ساختن سبک‌ها و رمزگان‌ها، هم‌نشین ساختنِ اشکال بازنمایی متفاوت وگاه، ظاهراً متباین، در جهتِ به پرسش کشیدن، برهم‌زن، و حتی از بین بردن سلطه آن اشکالِ مستقر عمل می‌کند (آلن، ۱۳۹۲: ۲۶۹). پارودی در اصطلاحاتِ نشانه‌شناختی، به‌عنوان بازنمایی معمولاً طنزآمیز از متنی ادبی یا هنری تعریف می‌شود؛ یعنی بازنمایی یک «واقعیت مدل‌سازی‌شده»، که خود از قبل بازنمایی خاصی از یک «واقعیت اصلی» است (Hutcheon, 2000: 49). فرض پارودی به‌عنوان گشایش تکثر متنی، و نه فروبستِ آن، فرضی حایز اهمیت است. از جمله بسیاری موارد دیگر، که بینامتنیت پسامدرن آن‌ها را به چالش می‌کشد، بستار و معنای محوری واحد است. گذرا بودن خودخواسته و عامدانه این بینامتنیت اساساً متکی بر پذیرش رسوخ متنی و ناگزیرِ رویه‌های گفتمانیِ پیشین است. بینامتنیتِ نوعاً متناقض هنر پسامدرن، هم زمینه را مهیا کرده و هم به متزلزل ساختنِ آن منجر می‌شود. دلالت‌های متناقض و ایدئولوژیک پارودی، آن را به شکل شیوه مناسب نقادی پسامدرنیسم درمی‌آورد؛ پارودی با استقرار محافظه‌کارانه قراردادها و سپس، مخالفت اساسی با آن‌ها، وجهه‌ای ناسازه‌وارانه از خود به نمایش می‌گذارد (هاچن، ۱۳۹۷: ۲۸۱-۲۸۵).

لیندا هاچن (۲۰۰۰) در کتاب «نظریه پارودی: آموزه‌هایی از شکل‌های هنری سده بیستم» به تعریف پارودی، کارکرد آن و تفاوت و شباهت آن با سایر ژانرها، هم‌چنین، رمزگذاری و رمزگشایی و اهمیت تشخیص رمزهای نهاده شده در متن و تفسیر آن‌ها (توسط مخاطب) می‌پردازد. او در ابتدا، به ریشه کلمه پارودی اشاره می‌کند: «از نظر بیش‌تر نظریه‌پردازانِ پارودی، ریشه این واژه به کلمه یونانی پارودیا [۷] به معنای «ضدآهنگ» برمی‌گردد. با این حال، پیشوند پارا [۸] دارای دو معنی است که، معمولاً، فقط یکی از آن‌ها ذکر می‌شود: «ضد» یا «مقابل». بنابراین، پارودی به تقابل یا تضاد بین متون تبدیل می‌شود: یک متن در مقابل متن دیگر با هدف تمسخر یا مضحک ساختن آن. با این حال، «پارا» در یونانی می‌تواند به معنای «کنار» نیز باشد و بنابراین، به جای تضاد، توافق یا صمیمیت را پیشنهاد می‌دهد» (نامور مطلق، ۱۳۹۵: ۳۰۶). تعریفِ لیندا هاچن وجه مشترک همه نظریه‌های پارودی برای همه اعصار را بیان می‌کند. با این تعریف، پارودی تکرار است؛ اما تکراری که شامل تفاوت است؛ آن تقلیدی با فاصله آیرونیک انتقادی [۹] است که آیرونیِ آن می‌تواند شمشیری دو لبه باشد و طیف خصیصه‌های پراگماتیک [۱۰] (عمل‌گرایانه) آن از تمسخر تحقیرآمیز تا ادای احترام فروتنانه است. لذت آیرونیِ پارودی [۱۱] نه از طنز، بلکه از میزان درگیری خواننده در جهش بینامتنی بین همراهی و فاصله ناشی می‌شود (Hutcheon, 2000: 32). هاچن معتقد است، جداکردن استراتژی‌های عمل‌گرایانه از ساختارهای فرمی هنگام صحبت از آیرونی یا پارودی بسیار دشوار است: یکی متضمن دیگری است. به عبارت دیگر، تحلیل کاملاً فرمی از پارودی به‌عنوان روابط متنی، پیچیدگی این پدیده‌ها را رعایت نمی‌کند. و هرمنوتیکِ (علم تاویل و تفسیر) صرف نیز در افراطی‌ترین شکل خود، پارودی را آن‌گونه که «خوانندگان و منتقدان و نه خود متون ادبی» خلق کرده‌اند، می‌بینند؛ در حالی که، عمل [۱۲] و فرم پارودی شبیه به ادغام است؛ کارکرد آن جداسازی و تضاد است. پارودی مستلزم چیزی بیش از مقایسه متنی است. کل بافت بیانی در تولید و دریافت نوعی پارودی درگیر است که از آیرونی، به‌عنوان ابزار اصلی برجسته کردن و حتی ایجاد تضاد پارودی استفاده می‌کند. آیرونی و پارودی هر دو در دو سطح عمل می‌کنند: یک سطح اولیه، سطحی یا پیش‌زمینه و یک ثانویه، ضمنی یا پس‌زمینه. اما دومی (پارودی)، در هر دو مورد، معنای خود را از بافتی که در آن است، می‌گیرد. معنای نهایی آیرونی یا پارودی مبتنی بر تشخیص تلفیق این سطوح است. این دوگانگی هم در فرم و هم اثر یا خصیصه‌های [۱۳] عمل‌گرایانه است که پارودی را به سبکی مهم از خود-

بازاندیشی مدرن در ادبیات، موسیقی، معماری، فیلم و هنرهای تجسمی تبدیل می‌کند (Hutcheon, 2000: 34-36). نامور مطلق به نقل از بنقوزی [۱۴] می‌نویسد: برای هاچن پارودی کامل‌ترین فرم پست‌مدرن محسوب می‌شود. او پارودی را به مثابه یک تکرار در نظر می‌گیرد که نتیجه آن برانگیختن آیرونی در فضای شباهت است (نامور مطلق، ۱۳۹۵: ۳۱۰). از نظر هاچن، پارودی مبتنی است بر شباهت‌های آشکار میانِ متون که با تفاوت‌های آیرونیکِ مهمی همراه است. تفاوت‌هایی که بر فاصله ذهنی و هنری میان نسخه اصل و بدل دلالت دارند. او تاکید می‌کند که وارونه‌سازیِ آیرونیک ویژگی مشخص همه انواع پارودی است (مکاریک، ۱۳۸۵: ۴۳۹-۴۴۰). از نظر او، پارودی به معنای ویران کردن گذشته نیست. در واقع، پارودی هم ستایش گذشته و هم زیر سوال بردن آن است (Hutcheon,1988: 126).

پارودی از آیرونی به‌عنوان یک راهبرد بلاغی استفاده می‌کند. آیرونی هم یک ویژگی معنایی و هم یک ویژگی کاربردی دارد. رویکرد عمل‌گرایانه‌ای که بر تاثیرات عملی نشانه‌ها تمرکز می‌کند. کارکرد عمل‌گرایانه آیرونی، یکی از ارزیابی‌های سیگنالینگ [۱۵] (علامت‌دهنده) است که اغلب ماهیت تحقیرآمیز دارد. هر دوی این کارکردها -وارونگی معنایی و ارزیابی عمل‌گرایانه- در ریشه یونانی آیرونیا [۱۶] دلالت دارند که حاکی از شبیه سازی و بازجویی است: هم تقابل معانی وجود دارد، و هم یک قضاوت. اجازه دهید حالا به دو کارکرد آیرونی بازگردیم: «معنایی و متضاد»، «عمل‌گرایانه و ارزیابی کننده». کارکرد در سطح معنایی، آیرونی را می‌توان به‌عنوان نشانه‌ای از تفاوت در معنا یا به سادگی، به‌عنوان ضد عبارت تعریف کرد. به این ترتیب، به طور متناقض، از نظر ساختاری با روی هم قرار دادن (برهم‌گذاری) [۱۷] زمینه‌های معنایی (آنچه بیان شده/آنچه مورد نظر است) ایجاد می‌شود. کارکرد دوم، ارزیابی عمل‌گرایانه آیرونی به ندرت، مورد بحث قرار گرفته است ولی اکثر نظریه‌پردازان موافقند که درجه تاثیر آیرونیک در یک متن با تعداد سیگنال‌های آشکار مورد نیاز برای دست‌یابی به آن اثر، نسبت معکوس دارد. اما سیگنال‌ها باید در داخل متن وجود داشته باشند، تا به رمزگشا اجازه دهند تا هدف ارزیابی رمزگذار را استنباط کند (Hutcheon, 2000: 53-55). بنابراین، هاچن در توضیح کارکرد پارودی به مفهوم آیرونی و کارکرد عمل‌گرایانه آن توجه دارد. وی پارودی را جریانی کاربردشناختی و هرمنوتیکی می‌داند و مخاطب را در تاویل متن فعال و موثر تلقی می‌کند (طاهری و افضل طوسی، ۱۳۹۶: ۱۱).

دامنه عملکرد پارودی از نظر هاچن

هاچن استدلال می‌کند برای فهمیدن این‌که پارودی چیست، باید کل عمل بیان، تولید و دریافت متنیِ متون را در نظر بگیریم. بنابراین، ما باید از آن مدل‌های متن/ خواننده بینامتنی فراتر برویم، تا نیت و شایستگی نشانه‌های رمزگذاری شده و سپس، استنتاج شده را در برگیرد. در همین راستا، ما هم‌چنین، باید سعی کنیم دیدگاه گیرنده محور تعامل ارتباطی پارودی را گسترش دهیم. او از اصطلاح اِتوس [۱۸] (خصیصه) استفاده کرده است؛ اما با تاکید بیش‌تر بر فرآیند رمزگذاری. منظور او از خصیصه، پاسخ مورد نظر حاکم است که توسط یک متن ادبی (یا هنری) به دست می‌آید. هدف، توسط رمزگشا از خود متن استنتاج می‌شود. بنابراین، از برخی جهات، خصیصه، هم‌پوشانی بین اثر رمزگذاری شده (به دلخواه و مورد نظر سازنده متن) و اثر رمزگشایی (که توسط رمزگشا به دست می‌آید) است. بنابراین، منظور هاچن از اصطلاح خصیصه، احساسی است که رمزگذار می‌خواهد به رمزگشا اعطا کند (Hutcheon, 2000: 55).

هاچن برای درک بیش‌تر خصیصه پارودیک، خصیصه آیرونی را نیَز مقایسه و معرفی می‌نماید:

۱. **خصیصه آیرونیک**: آیرونی کلامی و نه موقعیتی، یک استعاره است. اما آن نیز یک خصیصه دارد. خصیصه عموماً، پذیرفته شده آیرونی، رفتاری طنزآمیز است. بدون این خصیصه، آیرونی وجود نخواهد داشت، زیرا زمینه عمل‌گرایانه (رمزگذاری شده و رمزگشایی شده) چیزی است که درک فاصله یا تضاد بین زمینه‌های معنایی را تعیین

می‌کنـد. با این حـال، این خصیصـه در درون خود طیفـی از درجات را شـامل می‌شـود، از پوزخندی سـبک‌دل گرفته تا تلخـی آیرونیک و خنده اسـتهزا آمیز.

خصیصه پارودیک: بـه طور سـنتی، پـارودی نیز به داشـتن یک خصیصـه منفـی در نظر گرفته شـده است: تمسـخر. اما بسـیاری از پارودی‌های امروزی متون پس‌زمینه را به سُـخره نمی‌گیرند؛ بلکه از آن‌ها به‌عنـوان معیارهایی اسـتفاده می‌کنند که بر اسـاس آن متن معاصـر را زیر نظر قرار می‌دهنـد. با این حال، مهم است که در نظر داشته باشـیم که این نوع پارودیِ احترام‌آمیز از یک جهت مهم ماننـد نوع تحقیرآمیزتر اسـت: «به تفاوت بین متون اشـاره می‌کنـد»؛ علاوه بـر ایـن رفتـار احترام‌آمیـز از پـارودی، حداقل یک نشـانه ممکن دیگر وجود دارد: یک نشـانه خنثی‌تر یا بازیگوش، نزدیک بـه صفر درجه تهاجمی نسـبت به متن پس‌زمینه یا پیش‌زمینه. در این جا، خفیف‌ترین تمسـخرهایی که آیرونی قـادر به انجام آن اسـت، در سیگنال پارودیِ تفاوت دخیل است (Hutcheon,2000: 57-61). بنابرایـن، همان‌طـور کـه دیدیـم خصیصـه پارودی از رفتار احترام‌آمیز، رفتار بازیگوشانه و خنثی تا رفتار تمسخرآمیز متغیر است.

رمزگذاری و رمزگشایی پارودی

یکی از مهم‌تریـن مسـایل در تحلیل پـارودی از نظر هاچن رمزگذاری و رمزگشایی پارودی است. رمزهایی که هـم رمزگذار (نویسـنده یا هنرمنـد) و هم مخاطب پارودی باید از آن آگاه باشـند (تات و روحانی، ۱۴۰۰: ۲۹). او مخاطب را در تاویل متن فعال و موثر مي‌داند. در الگـوي هرمنوتيكي، كاربردشـناختي و تاثيرگراي هاچن ارتباطي دوسـويه ميان نويسـنده (هنرمند) و مخاطب هست كه در آن، بر اين عوامل تاكيد مي‌شود: قصد نويسـنده (هنرمنـد)، تاثير بر مخاطـب، توان و آگاهي نويسـنده (هنرمند) در رمزگـذاري و در مقابل توان مخاطب در رمزگشـايي پـارودی، عناصر بافتي موثر در درك پـارودی. در این خوانـشِ هرمنوتیکی، هاچـن پـارودی را جریانـی می‌بینـد کـه مسـتلزمِ خطاب‌گـر، دریافت‌گر، زمـان و مـکان و گفتمان‌های متقدم و متاخر است (سبزیان، ۱۳۸۸: ۱۶۶-۱۶۷).

هر موقعیت پـارودی و اصولاً هر موقعیت اسـتدلالی، یـک عنصـر بیان‌کننـده و رمزگـذار و نیـز یـک دریافت‌کننـده را شـامل می‌گـردد. پـس نویسـنده (هنرمند) را تنها به صورت جایگاهی در نظر می‌گیریم که در درون متن پر می‌شود، به عبارت دیگر جایگاهی که ما به‌عنوان خواننـده آن را اسـتنباط می‌کنیم. در ایـن صـورت اسـتفاده از عنوان‌های «تولیدکننده» و «دریافت‌کننـده» متن به معنای صحبت کـردن از فرد فاعل نیسـت، بلکه می‌تـوان آن‌ها را «جایـگاه فاعل» نامید که فرامتنی هم نیسـتند؛ بلکـه در عوض عناصر ضروری تشـکیل‌دهنده متن و به ویـژه، متن پارودی هستند. رمزگذارِ پارودی کم‌تر به فرایند اصلی نوشتن (خلق) و بیش‌تر به بازنویسـی فکر می‌کنـد. متن (اثر هنری) اصلی بـه متن موازی (جدیـد) تغییر می‌یابد. جایـگاه فاعلـی تولیدکننده پـارودی ماننـد جایگاه یک عامل کنترل‌کننده اسـت که کنش‌هایش شـواهد متنـی را شـکل می‌دهـد (Hutcheon, 2000: 87). اگـر مخاطب کنایـه پـارودی را دریافت نکنـد، آن متن را صرفاً، مثل هـر متن دیگری می‌خوانـد و یا زنجیره‌ای از انعکاس‌هـای بینامتنی برگرفتـه از خواندن خود را جای‌گزیـن آن می‌کنـد. بنابراین، هاچن بـه اهمیت تشـخیص رمزهاي نهاده‌شـده در متن و تفسیر آن‌ها مي‌پـردازد؛ رمزهایـي کـه هـم پارودی‌پـرداز و هم خواننـده یـا مخاطب پـارودی بایـد از آن‌هـا آگاهي داشـته باشـند. مهم‌ترین اقتضاي این رمزگشـایي، بـه تعبیر هاچـن، همـان ماهیت پـارودی بـودن اثر اسـت؛ به عبارتي، باید خواننده بداند که يك اثر خاص پارودی اسـت. اگر خواننده تشـخیص ندهد که اثري به پارودی‌پردازي از اثر یا آثار پیـش از خود پرداخته، يك وجه مهم پارودی را از آن گرفته اسـت: دوسـويي آن. این دوسـويي همـان وجه تقلیـدي و تفاوت‌آمیز اثر پارودی با آثار قبلي اسـت (سبزیان، ۱۳۸۸: ۱۶۹). اگر مخاطب تشـخیص ندهد که با یـک متن پارودیک مواجه است، نمی‌توان وارد یک رابطه دوسویه با متن شده و رمزگان را تجزیه و تحلیل نماید (تات و روحانی، ۱۴۰۰: ۲۹).

هاچن سـه صلاحیت را برای درک پارودی و آیرونی از سوی مخاطب لازم می‌داند:

۱) صلاحیت زبان‌شناختی: تشـخیص آن‌چه به طور

ضمنی به آن اشـاره شـده و نیز آن‌چه که در اصل بیان شده است؛

۲) صلاحیـت بلاغـی یـا عـام: آگاهـی مخاطـب از هنجارهای بلاغـی و ادبی (هنری) و امکان تشـخیص انحراف از این هنجارها؛

۳) صلاحیـت ایدئولوژیک: سـومین نـوع صلاحیت از همـه پیچیده‌تـر اسـت و در معنای وسـیع‌تر کلام می‌توان آن را ایدئولوژیکی نامیـد. بنابراین، می‌توان گفت پارودی، ماننـد آیرونی، به مجموعه مشـخصی از ارزش‌هـای نهادینه‌شـده -هـم زیبایی‌شـناختی (عـام) و هـم اجتماعـی (ایدئولوژیکـی)- نیـاز دارد، تـا بتواند درک شـود یا حتی وجود داشـته باشـد. در رمزگذاری یک متـن به صورت پـارودی، تولیدکننده باید «مجموعه‌ای از کدهای فرهنگی و زبان‌شـناختی مشترک» و نیز «آشنایی مخاطب با متن پارودی‌شده» (متن اولیه) را در نظر بگیـرد. مخاطب اهمیت لفظی (غیرارجاعی یـا غیرپارودیـک) آن‌چه را که نشـان‌گر ارجاع نامیده می‌شـود، درک می‌کند؛ سپس، آن را به صورت انعکاسـی از یک منبع قبلی (چـه درون‌متنی چه بینامتنی) تشـخیص می‌دهد، متوجه می‌شود که «دگرتعبیری» نیاز اسـت؛ پـس، بنابرایـن، ابعادی از «منظور» متن منبع را به خاطر می‌آورد که می‌توان آن را به منظور کامل کردنِ معنای نشان‌گر، به متن کنایی یا پارودی ارتباط داد (Hutcheon, 2000: 94-97).

ایموجی

ایموجی نوعی پیکتوگرام [۱۹] لوگوگـرام [۲۰] و ایدیوگرام [۲۱] است که در متن قرار می‌گیرد و در پیام‌های الکترونیک و صفحات وب اسـتفاده می‌شـود. ایموجی‌هـا انواع گوناگونـی دارنـد؛ از جملـه حـالات چهره، اشـیای معمولـی، مکان‌هـا و انـواع آب‌وهـوا و حیوانـات. ایموجی‌ها شباهت بسـیاری با اموتیکون‌ها [۲۲] دارند. با این تفاوت که آن‌ها تصویر هسـتند، نـه معادل‌های تایپی؛ کلمـه ایموجی از زبـان ژاپنی وارد انگلیسـی شـده اسـت. «e» در ایموجـی بـه معنـای «تصویر» و «moji» مخفـف «حـرف، کاراکتـر» اسـت. بنابراین، «تصویر-واژه» تعریـف سـاده‌ای از ایموجی و توصیف نسبتا دقیقی از آن اسـت. اولین نمادهای ایموجی در حدود سـال ۱۹۹۸ توسـط یک کارگر مخابراتی ژاپنی به اسم شـیگتاکا کوریتا [۲۳] طراحی شـدند. کوریتا که خواننده پروپاقـرص کتاب‌های مصور ژاپنـی (مانگا) بود، با اقتباس از سـبک تصویری جذاب مانگا، حالت گرافیکی‌تری را جای‌گزین اموتیکون نمود.

سده بیسـت و یکم شـاهد توسـعه عظیمی در بخش فناوری اطلاعـات بود. بـه همین دلیل، رسـانه‌های اجتماعی به‌عنوان محیطـی جدید و موثر برای «بیان» ظهور یافتند. رسـانه‌های جدید سـبک‌های زندگی، ایدئولوژی‌ها و حتی ابزارهای ارتبـاط را تغییر دادند. ارتبـاط در رسـانه‌های اجتماعـی شـبیه مکالمـات متداول یا رو در رو نیست؛ بلکه از نوع مجازی است. به دلیل ماهیت مجازی آن، در برخی موارد درک معنای واقعی یک پیـام متنـی چالش‌برانگیـز و گمراه‌کننده می‌شـود. ایموجی‌ها، تا حدی این موقعیت دشوار را خنثی می‌نمایند و بار عاطفی پیغام را انتقال می‌دهند (Jyoti Talukdar, 2021: 212).

ایموجی‌هـا، تصویر-واژه‌هـای استانداردشـده‌ای هسـتند که هم کارکـرد تصویرنگاشـتی و هـم کارکرد واژه‌نگاشـتی (جای‌گزینـی کلمـه) را دارا هسـتند. و عموماً، در پیام‌های غیررسمی و به منظور اضافه‌کردن تفاوت‌هـای معناییِ ظریـف، تاکید بر لحـن و محقق کردن کارکردهای مختلف احساسی و گفتگوگشایی [۲۴] مـورد اسـتفاده قـرار می‌گیرنـد؛ گفتمـان کارکـرد گفتگوگشایی به استفاده از زبان برای مقاصد اجتماعی و روانی-عاطفی اشـاره دارد. صحبت گفتگوگشـا بُعد بسـیار مهمی از آیین پیوند و ابزاری اسـت برای ارایه «وجهه اجتماعی مثبت» در تعامل ارتباطی. سه مورد از متداول‌ترین کارکردهای گفتگوگشـای ایموجی‌ها، عبارتند از: ۱) گشـودن گفتار؛ ۲) پایان دادن به گفتار؛ ۳) اجتناب از سکوت. هم‌چنین، کارکرد گفتمانی اولیه برخی ایموجی‌هـا یا حتـی بیش‌تر آن‌هـا اصطلاحاً، «کنتـرل عواطـف» و «انتقـال وضعیـت ذهنـی فـرد (عقیده، قضاوت، نگرش، دیدگاه، احساسـات و ...)» است (Danesi, 2017: 18-23).

ایموجی‌ها به خودی خود به نشانه‌های ارتباطی [۲۵] تبدیل نمی‌شـوند؛ بلکـه مـا از طریـق نمادگرایی و با اهـداف ارتباطی به آن‌هـا معنا می‌بخشـیم (Ibid: 41-61). زمانی آیکن به نمـاد تبدیل می‌گردد که ردی از آن در فرهنگی نمایان شـود. یعنی، فرهنگ آن نشـانه را بازسـازی می‌نماید و آن را در موقعیتـی متفاوت قرار

می‌دهـد کـه خوانش‌های متفاوتـی را هـم می‌پذیرد (شـعیری، 1397: 208؛ Albert, 2020: 70). کاراکترهـای ایموجـی از همـان ابتـدا، به‌عنـوان نمـاد [۲۶] بـه‌کار می‌رفتند (Albert, 2020: 75).

ایموجی در هنر معاصر

علاوه بـر نقـش ارتباطـیِ ایموجی‌ها در شـبکه‌های اجتماعـی و اسـتقبال عمومـی و جهانـی از آن‌ها در ارتباطـات مجـازی، شـاهدِ ورود تصاویـر ایموجـی بـه حوزه‌هـای دیگـر (فرهنگـی، تجـاری و ....) نیز هسـتیم. امـروزه، از تصاویـر ایموجـی در تبلیغـات تجاری، کالاهـای مصرفـی روزمـره، مُـد، تولیدات فرهنگـی، بازی‌هـای رایانـه‌ای، انیمیشـن و ... نیز اسـتفاده می‌شـود. به این ترتیب، دامنه اسـتفاده از آن بسـیار گسـترده‌تر از شـبکه‌های اجتماعی است. پس اگر واژه‌نامـه ایموجی [۲۷] شـبکه‌های اجتماعی را متنـی «فرهنگی-تصویـری» در نظر بگیریـم، کاربرد ایموجی در سـایر حوزه‌ها به نوعی تقلید (مسـتقیم یا غیر مستقیم) از این واژه‌نامه خواهد بود. ایموجی‌ها، چگونـه در آثار هنـری بـه‌کار گرفتـه می‌شـوند؟ آیا انتقال ایـن تصاویـر از شـبکه‌های اجتماعـی (متن فرهنگی) به متن‌های هنری و تقلیـد از آن‌ها می‌تواند موقعیتی کنایه‌آمیـز و آیرونیک ایجاد کنـد و پارودی تولیـد کنـد؟ چگونـه می‌توان بـا توجـه بـه «نظریه پارودی لیندا هاچن»، اسـتفاده از ایموجی‌ها در هنر معاصـر را بررسـی و تحلیل نمـود؟ ورود ایـن تصاویر به حـوزه هنرهای تجسـمی را نیـز می‌توان بـا توجه به جهت‌گیری‌هـای هنر معاصـر در دهه‌هـای اخیر و اسـتفاده از کلیشـه‌ها در هنر -به ویژه، نزد هنرمندان پاپ [۲۸] و نئوپـاپ [۲۹]- توجیه نمود. حـال، برای تحلیل آثار به نکات اساسـی کـه در نظریه پـارودی هاچن به آن اشـاره شـد، توجه می‌کنیـم. همان‌طور کـه گفته شـد، از نظر هاچن پارودی تکرار اسـت، امـا تکراری که شـامل تفـاوت اسـت. تقلیـدی اسـت بـا فاصله آیرونیـک انتقـادی. در واقـع، پـارودی از آیرونـی به‌عنوان ابـزار اصلیِ برجسـته کـردن و حتـی ایجاد تضـاد اسـتفاده می‌کنـد. بنابراین، بررسـی احتمال وجـود موقعیـت آیرونیـک در تقلید شـرطی مهم در تشخیص پارودی از نظر هاچن اسـت. از طرف دیگر، همان‌طور که هاچن اشـاره می‌کند، خصیصه پارودی از رفتاری احترام‌آمیز، خنثی، بازی‌گوشانه تا رفتاری تمسـخرآمیز و اسـتهزاآمیز متغیـر اسـت. بنابراین، درجه پارودی بودن یک متن (هنری) با توجه به درجه (شـدت) وجه آیرونیک آن متنـوع اسـت. بنابراین، در تحلیل آثار این نوشـتار می‌توان درجـه پارودی را نیز بررسـی کرد و به این ترتیب، مشـخص نمود که هر اثر چه رفتاری بـا متن فرهنگـی اولیـه (ایموجی‌ها) دارد. مسـاله سـومی که در نظریه هاچن حایز اهمیت اسـت، رمزگذاري و رمزگشـایي پارودی است. هاچن بـه اهمیت تشـخیص رمزهای نهـاده شـده در متن و تفسـیر آن‌ها می‌پـردازد. در رمزگذاری یـک متن به صـورت پـارودی، تولیدکننـده (رمزگـذار/هنرمند) باید مجموعـه‌ای از کدهای فرهنگی و زبان‌شـناختی مشـترک و نیز آشـنایی مخاطب با متن پارودی‌شـده (اولیه) را در نظر بگیرد. پارودی به مجموعه مشخصی از ارزش‌های نهادینه‌شـده زیباشـناختی و اجتماعی (ایدئولوژیکی) نیاز دارد، تا بتواند درک شود. بنابراین، در بررسـی آثار باید به رمزگذاری هنرمنـد و رمزهایی که در اثر می‌گذارد و هم‌چنین، رمزگشـایی مخاطب با توجه به پیشینه فرهنگی و هنری و زمینه آشنایی او با رمزهای نهاده شده، توجه شود.

حال به این پرسـش مهم می‌پردازیـم: انتقال تصاویر ایموجـی از شـبکه‌های اجتماعـی (متـن فرهنگی) به متن‌هـای هنری و تقلیـد از آن‌ها چگونـه می‌تواند موقعیتی کنایه‌آمیز و آیرونیـک ایجاد نموده و پارودی تولید کند؟ هاچن در کتابِ نظریه‌ای در باب اقتباس [۳۰] درباره مفهوم کلی اقتباس (نـه لزوماً تقلید آیرونیک و پارودی) می‌نویسـد: «نه محصول و نه فرآیندِ اقتباس در خلا قرار ندارند. همگی آن‌ها دارایِ بافت هسـتند و به زمـان، مکان، جامعـه و فرهنگی مشـخص تعلق دارند. هنگامی که متن مـوردِ اقتباس از بافت آفرینش خود عزیمـت می‌کند و به بافـت دریافت اثر رهسـپار می‌شـود، وقوع تغییر در آن، حتی بـدونِ به‌روزکردن آگاهانـه و یا تغییـر فضا امـری اجتناب‌ناپذیر اسـت» (هاچـن، ۱۴۰۰: ۸). جابه‌جایـیِ اثـر از رسـانه‌ای به رسـانه دیگر همیشـه به معنای صورت‌بنـدی مجدد اسـت. یعنی، جابه‌جایی از یک نظام نشانه‌ای به نظام نشـانه‌ای دیگر (همان: ۳۵). بنابراین، انتقالِ تصاویر

ایموجی از متن فرهنگی «واژه‌نامه ایموجی» به متن هنری و تغییر رسانه و نظام نشانه‌ای خود می‌تواند موقعیت آیرونیک ایجاد نماید. زیرا ایموجی‌ها در قلمرو فضای مجازی به‌عنوان عناصر گفتگوگشا، انتقال‌دهنده لحن پیام، انتقال‌دهنده احساسات و ... عمل می‌کنند. اگرچه در عملکردشان (بهبود ارتباطات) شوخ‌طبعانه و بازی‌گوشانه جلوه می‌کنند، ولی جنبه آیرونیک، کنایه‌آمیز و نقادانه ندارند و در آن‌چه می‌نمایانند (احساسات، لحن و ...)، صادق هستند. بنابراین، با عزیمت به رسانه دیگر، کارکرد ارتباطی‌شان را از دست می‌دهند (می‌توانند به معانی‌شان ارجاع داشته باشند، ولی دیگر همان کارکرد قبلی را ندارند)؛ و در فضای هنری هم متن فرهنگی نخستین را تایید می‌کنند و هم با آن فاصله نقادانه دارند. موارد مطرح شده برای تمام آثار مورد بررسی صدق می‌کند و تمامی آن‌ها به سبب این انتقال از رسانه‌ای به رسانه دیگر، جنبه آیرونیک دارند.

حال تعدادی از آثار هنری را که از ایموجی استفاده کرده‌اند، با توجه به موارد یاد شده در نظریه پارودی هاچن بررسی می‌نماییم:

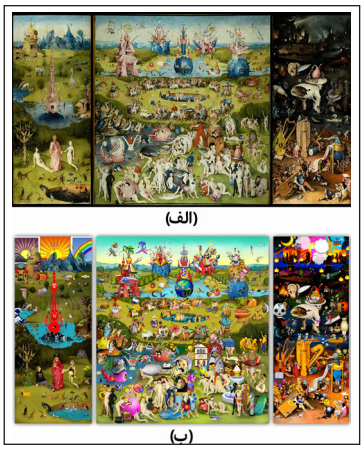
تجزیه و تحلیل آثار بر مبنای نظریه پارودی لیندا هاچن

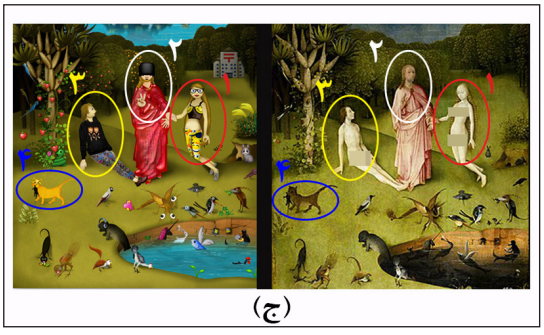
۱. کارلاگانیس[۳۱] در اثر باغ لذت‌های ایموجی[۳۲] به تقلید آیرونیک از تابلوی سه‌لتیِ باغ لذت‌های زمینی[۳۳] هیرونیموس بوش[۳۴] پرداخته است[۳۵].

وجه آیرونیک: تابلوی بوش چند داستان مربوط به کتاب مقدس را به تصویر می‌کشد: وضعیت اولیه و بی‌گناهی انسان (آدم و حوا) در باغ عدن (سمتِ چپ)، از دست رفتنِ معصومیت اولیه و روی آوردن انسان به لذت‌های دنیوی (وسط) و سرانجام مجازات انسان در جهنم (سمت راست) به تصویر کشیده شده است (تصویر ۱-الف). بازنمایی بهشت، جهنم و لذت‌های دنیوی در تابلوی بوش جنبه طنزآمیز دارد (طنز تلخ و انتقادی). کارلاگانیس با تقلیدِ آیرونیک از تابلوی بوش و جای‌گزین کردن عناصر تصویری با ایموجی‌ها، هم تابلوی بوش و هم «متن فرهنگی- تصویری» ایموجی را پارودی می‌کند؛ و این ارتباط دوسویه است و هر دو متن بر وجه آیرونیک یک‌دیگر می‌افزایند و در یک قاب قرار می‌گیرند (تصویر ۱-ب).

درجه پارودی: متن اولیه (تابلوی بوش)، اگر چه دارای وجه طنزآمیز (طنز تلخ و انتقادی) است، ولی وقتی با جای‌گزینیِ ایموجی‌ها در تابلو پارودی می‌شود، جنبه شوخ‌طبعانه و بازی‌گوشانه به خود می‌گیرد.

رمزگذاری و رمزگشایی: هنرمند از یکی از مشهورترین تابلوهای تاریخ هنر استفاده کرده است. مخاطبی که تابلوی بوش را می‌شناسد به آسانی وجه آیرونیک اثرِ گانیس را دریافت می‌کند. کثرت عناصر تصویر در متن اولیه، به هنرمند اجازه می‌دهد که ایموجی‌ها را به صورت گسترده و متنوع در آن به‌کار برد. در واقع، ایموجی‌ها تک‌تک کدهای به‌کار رفته در موردِ هر عنصر در تابلوی بوش را دگرگون کرده و کدهای جدیدی به‌وجود آورده‌اند. این کدها با زندگی امروز متناسب بوده و توسط مخاطب معاصر قابل رمزگشایی است. برای مثال، آدم و حوا به دو جوان امروزی با سرهای ایموجی تبدیل گشته‌اند و جنبه مذهبی تصویر کاملاً از بین رفته است (تصویر ۱-ج).





تصویر ۱-الف) باغ لذت‌های زمینی، ۱۵۰۵، هیرونیموس بوش (URL7)؛
ب) باغ لذت‌های ایموجی، ۲۰۱۴، کارلاگانیس (URL12)؛
ج) مقایسه جزییات تصویرهای الف و ب.

۲. در مجموعه اِسکالپتموجیز [۳۶] هنرمند و طراح سه‌بعدی بن فِرنلی [۳۷] با ترکیب مجسمه‌های سنتی و ایموجی‌ها، آثار هنری جدی را پارودی می‌کند. در این جا، با دو متن مواجه‌ایم: متن هنری «شاهکار هنر هلنیستی-نیکه ساموتراس» [۳۸] و ایموجی «چهره متبسم با هاله آبی» (که نشان‌دهنده فرشته و رفتار فرشته‌وار است) (تصویر ۲).

وجه آیرونیک: کنار هم قرار دادن دو متن متضاد، تندیس فاخر و جدی (متن هنری) -که اوج هنر هلنیستی محسوب می‌گردد- درکنار ایموجی ساده (متن فرهنگی) و آشنا برای همگان در دوره معاصر، وجه آیرونیک اثر را تضمین می‌کند. هنرمند در واقع، به شوخی با هنر جدی و رسمی پرداخته است. ایموجی فرشته با هاله دور سر به‌عنوان سر این تندیس بی‌سر انتخاب شده که با بال‌های الهه هماهنگی دارد؛ ولی در عین‌حال، باعث ایجاد فاصله آیرونیک با اثر اولیه می‌شود. عنوان «اِسکالپتموجیز» نیز از ترکیب اسکالپتچر [۳۹] به معنای مجسمه و «ایموجی» به‌وجود آمده است. که بر جنبه آیرونیک اثر می‌افزاید.

درجه پارودی: استفاده از ایموجی «فرشته» و ترکیب آن با «تندیس الهه» درکنار تضادی که ایجاد می‌کند، تاییدی نیز به همراه دارد (با تداعی یک فرشته کودکانه). بنابراین، پارودی حاصل، بازی‌گوشانه و سرگرم‌کننده به‌نظر می‌رسد.

رمزگذاری و رمزگشایی: هنرمند از دو متن کاملاً شناخته شده استفاده کرده است و مجموعه‌ای از کدهای فرهنگی و اجتماعی مشترک و نیز آشنایی مخاطب با متن‌های اولیه (مجسمه و ایموجی) را در نظر گرفته است. بنابراین، رمزگشایی مخاطب را آسان نموده است. تشخیص آیرونیک و کنایه‌آمیز بودن اثر برای مخاطبی که تا حدودی با تاریخ هنر و فضای مجازی آشنا باشد، آسان است. و پارودی بودن متن را تشخیص خواهد داد.

مجسمه مود [۴۰] تونی تاسِت [۴۱] ستونی متشکل از پنج کره به شکل ایموجی‌هایی با چهره‌های متفاوت از متبسم تا غمگین در پنج رنگ متفاوت زرد، نارنجی، قرمز، بنفش و آبی است که به ترتیب روی یک‌دیگر قرارگرفته‌اند (تصویر ۳).

(الف) (ب)

تصویر ۲-الف) نیکه ساموتراس، ۲۰۰ق.م. (URL8)؛ ب) مجموعه اِسکالپتموجیز (یکی از آثار مجموعه)، ۲۰۱۸، بن فِرنلی (URL9).

وجه آیرونیک: علاوه بر انتقال از متنِ فرهنگی- تصویری «واژه‌نامه ایموجی»، به متن هنری -که خود می‌تواند موقعیت آیرونیک ایجاد کند- قرار گرفتنِ ایموجی‌ها و رنگ آن‌ها اشاره به گفتمان‌های پیرامون شادی [۴۲] و مثبت‌اندیشی دارد. در این جا، چهره متبسم و شاد با رنگ زرد درخشان در بالاترین قسمتِ ستون قرار دارد و سبکی و شادی و درخشندگی را تداعی می‌کند. در حالی‌که چهره اخمو و غمگینِ آبی تیره در پایین‌ترین قسمت ستون قرار گرفته است. و بقیه حالت‌ها و رنگ‌ها بین این دو قرار دارند. در دهه‌های اخیر شاهد اهمیت یافتن مقوله «شادی» هستیم. روان‌شناسی مثبت‌گرا درواقع، مطالعه علمی عملکرد بهینه انسان است و هدف آن تشدید بی‌پایان و کلی وضعیت فراگیر شادی است (binkley, 2014: 1-2). مجسمه فوق به‌عنوان مجسمه محیطی با نشان دادنِ چهره خندان زرد در بالاترین مرتبه و چهره آبی غمگین در پایین‌ترین مرتبه، به نوعی این گفتمان را یادآوری کرده و در عین‌حال آن را نقد می‌کند و موقعیت آیرونیک ایجاد می‌نماید.

درجه پارودی: متنِ حاضر (مود) هم مجموعه ایموجی‌ها را تایید می‌کند و هم با آن فاصله آیرونیک دارد.

رمزگذاری و رمزگشایی: هنرمند از رنگ‌ها (جنبه روان‌شناسانه آن‌ها)، حالات چهره ایموجی‌ها و سلسله‌مراتب‌شان در ستون کدهایی می‌سازد و

بـه این ترتیب، هم متـن فرهنگی تصویـری مجموعه ایموجی‌هـا را پـارودی می‌کنـد و هـم گفتمـان مثبت‌اندیشـی را. مخاطـب بـرای درک پـارودی به آگاهی از ارزش‌های اجتماعـی و فرهنگی نیاز دارد. به طور مثال، آگاهی مخاطب از روان‌شناسـی مثبت‌گرا و روان‌شناسـی رنگ‌ها و هم‌چنین، معنای استاندارد هر ایموجی برای رمزگشایی اثر مهم است. قرارگرفتن مجسـمه در محیط باز نیز امکان تعامل با اثـر را برای مخاطب زیاد می‌کند؛ همچون مواجهه روزانه مخاطب با پیام‌های مثبت‌اندیشانه و کنایه‌ای نیز به آن دارد.

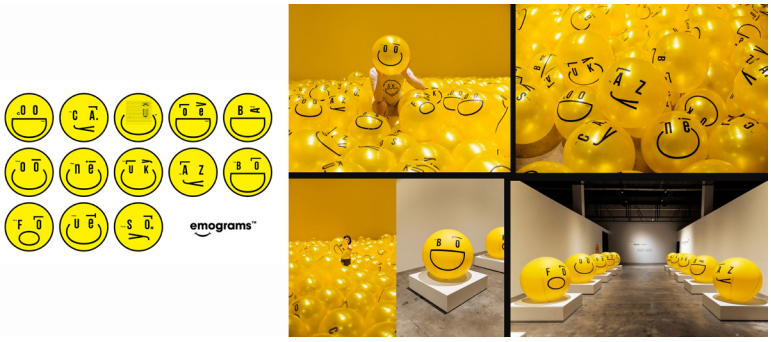
تصویر ۳- مود، ۲۰۱۷، تونی تاسِت (URL3).

۴. کیس میکلـــوس [۴۳] طـراح و هنرمند تجسـمی مجارسـتانی اسـت کـه در زمینه‌های زیـادی از جمله طراحی داخلـی، هنرهای زیبـا، طراحی گرافیـک و طراحـی سـبک حـروف کار می‌کند. در آثـار هنـری و چیدمان‌هـای او اغلـب، هنـر زیبـا، تایپوگرافی و طراحی داخلـی با هم ترکیب می‌شوند. چیدمانِ سـالن رقص- سلام اموگرام [۴۴] در سـال ۲۰۱۹ در غرفه اصلی دوسـالانه طراحی گوانگجو [۴۵] کره جنوبی، به نمایش درآمد. در این چیدمـان، از توپ‌های بادکنکی زردی اسـتفاده شده که شبیه ایموجی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی هسـتند. با این تفـاوت کـه، هنرمند به جای اسـتفاده از طرح ایموجی‌های استاندارد از عبارات کوتاه انگلیسی، که به شکلِ اجزای صورت طراحی شده‌اند، اسـتفاده کرده است؛ که شامل ۱۳ عبارت سـاده مختلـف درباره «احساسـات» هسـتند. عباراتـی ماننـد: «مـن بسـیار بامزه هستم»، «من خوش‌شانس هسـتم»، «متاسفم» و... (تصویر ۴).

وجه آیرونیـــک: می‌توان به ایـن موارد اشـاره کرد: جای‌گزینی عبارات سـاده احساسـی به جـای حالت چهـره ایموجی‌ها وجـه آیرونیـک دارد. نحـوه ارایه آثـار و این‌که توپ‌هـای بادکنکـی بر روی سـکوها در دو صـف قرارگرفته‌انـد (تغییـر جایگاه از شـبکه‌های اجتماعـی به جایـگاه هنـری)؛ هم‌چنین، شـباهت اتاق پر از توپ‌هـای بادکنکی (ایموجـی) به اتاق‌های تـوپ شـهربازی‌ها و احاطه شـدن مخاطب توسـط ایموجی‌ها، که کنایه‌ای اسـت به فضای مجازی، همه بر جنبـه طنزآمیز و کنایـی اثر می‌افزاینـد. بنابراین، پارودی حاصل می‌گردد.

درجه پـــارودی: به نظـر می‌رسـد در این جـا، متن فرهنگی «واژه‌نامه ایموجی» مورد شوخی قرار گرفته و در عین حال تایید می‌گردد.

رمزگذاری و رمزگشـــایی: هنرمند از چـه کدهایی اسـتفاده کرده اسـت؟ هنرمنـد از عبارات احساسـی کوتاه، که به شـکل اجـزای صورت طراحی شـده‌اند، استفاده کرده اسـت. در حالی‌که، ممکن است حالتی که این حروف در صورتک ایجاد می‌کند با مفهوم جمله هم‌خوانی کامل نداشته باشد و برداشت اولیه مخاطب با برداشـت او پس از رمزگشـایی از نوشـته (روی توپ بادکنکی) متفاوت باشـند. بنابرایـن، مخاطب درگیر بازی (دریافت معنا) می‌شود.



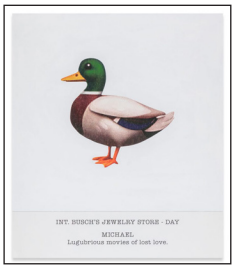
تصویر ۴- چیدمـان سـالن رقـص- سـلام اموگرام، ۲۰۱۹، دوسـالانه طراحی گوانگجو- کـره جنوبـی (URL5).

۵. جان آنتونی بالدســـاری [۴۶] هنرمنـد مفهومی آمریکایـی، از اواسـط دهـه ۱۹۶۰ شـروع بـه گنجاندن متـن و تصویر در بوم‌های نقاشـی خود کرد. او چندین اثـر خلق کرد که پتانسـیل روایی تصویـر و قدرت مشـارکت زبان در محـدوده آثار هنری را نشان می‌دهند. در آثار پیش‌رو، هنرمند تصاویر ایموجـی را در ابعادی بـزرگ چاپ کرده و در زیر هـر تصویر متنی آمده اسـت. هنرمند در این آثار، توجه مخاطب را به تفکیک بین تصویر، کلمات و معانی و کاربردهای مرسـوم آن‌ها جلب می‌کند. هنگامی‌که یـک ایموجی و یـک متن با عنوان «از هم گسـیخته» (اغلـب دیالوگ‌هایی از فیلم‌نامه‌هـا و...) کنار یک‌دیگر قـرار می‌گیرند، در حالی‌کـه بیننده تـلاش می‌کند معنا بسـازد، تفاسیر و ابهامات زیادی در ارتباط ایجاد می‌شود (URL6) (تصاویـر ۵ و ۶). دو مجموعـه از تصاویر ایموجی توسط هنرمند ارایه گشته یکی مجموعه حیوانـات و دیگـری میوه‌ها. هنرمنـد از حالات چهره ایموجی و بیانگری آن استفاده نکرده است درعوض از تصاویـر حیوانات و میوه‌ها اسـتفاده کرده که اثر را خنثی و آرام می‌کند و امکان برخورد احساسی با آن از بین می‌رود.

وجه آیرونیک: وجه آیرونیـک این تصاویـر از ارایه آن‌ها در ابعـاد بزرگ در گالری، و تناقـض بین تصویر و متن حاصل می‌شود. چاپ تصویر در ابعاد بزرگ باعث می‌گردد ایموجی‌هـا با دقت بیش‌تری دیده شـوند. و جنبه طراحی اولیه آن‌ها -که اغلب فراموش می‌شـود- به نمایش گذاشته شود.

درجه پـــارودی: رابطه متن جدید بـــا متن اولیه، رابطه‌ای خنثی با فاصله آیرونیک است.

رمزگذاری و رمزگشـــایی: هنرمند از طریق تقابل و بازی بین کلمات و تصاویر آشـنا، رونـد دریافت معنی توسـط مخاطـب را به یـک بـازی تبدیـل می‌کند. و دریافت معنا را به تعویق می‌اندازد.



تصویـر۵- «جواهرفروشـی بین‌المللی بـوش- روز - میشـل- فیلم‌هـای غم‌انگیـز عشـق گمشـده» ۲۰۱۸، جان بالدسـاری ۳/۸ * ۱۳۷/۲ * ۱۵۸/۸ سـانتی‌متر، چـاپ روی بـوم (URL10).

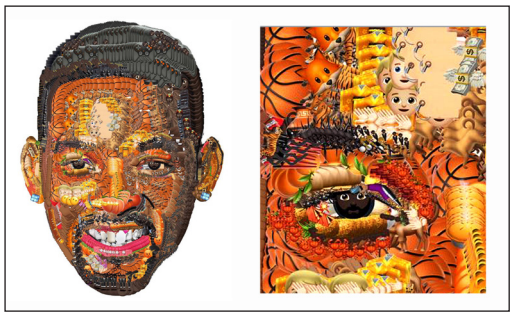
تصویـر۶- «آدم در آن نبـود (آدم بـه آن علاقـه نداشـت)» جـان بالدسـاری، ۷۱/۱* ۸۳/۸ سـانتی‌متر، چـاپ روی بـوم (URL2).

یونگ جیک [۴۷] هنرمند تجسـمی و خواننده رپ است که در حیطـه هنر دیجیتال کار می‌کنـد. او پرتره‌هایی هایپررئالیستی [۴۸] از بازیگران و افراد مشهور، با تکنیک نقطه‌گذاری خلق می‌کند که تماماً از ایموجی سـاخته شده است (تصویر ۷).

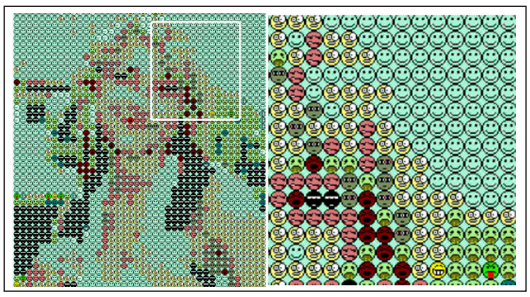
وجه آیرونیک: هنرمند از ایموجی‌هـا به جای نقاط رنگی مختلف و سـایه روشـن‌ها در کل پرتره استفاده کرده اسـت. در این جا، بـا تایید و هم‌چنیـن، فاصله آیرونیک با «واژه‌نامه ایموجـی» و «عکس اصلی چهره بازیگـر» مواجه هسـتیم. پارودی حاصـل، پرتره‌ای -معمولاً از افراد مشـهور- اسـت که به سـبب قرارگیری ایموجی‌ها به جای رنگ، هم خود ایموجی‌ها و کاربرد ارتباطی‌شـان و هم وجهه و شـهرت فرد مشـهور را به بازی می‌گیرد.

درجه پارودی: رابطـه متن جدید بـا متن‌های اولیه رابطه‌ای شوخ‌طبعانه، سرگرم‌کننده و بازی‌وار است.

رمزگذاری و رمزگشـــایی: هنرمنـد از چهـره افراد مشهور و شناخته‌شـده اسـتفاده کرده است. چینش پـازل‌وار و تصادفـی ایموجی‌ها کنـار هـم، و ترکیب آن‌ها (ترکیب عناصر آشـنا برای مخاطب) برای ایجاد این چهره، کدهـای لازم را برای تشـخیص پارودی و رمزگشـایی در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. در واقع، تصویری کـه هنرمنـد ارایه می‌کند، شـبیه هـزاران تصویری اسـت که در فضای مجازی بـا آن مواجه‌ایم. با این تفـاوت که ایـن تصویر توسـط مجموعـه‌ای از ایموجی‌ها مربوط به خود فضای مجازی سـاخته شده است. یعنی «تصاویر، تصویر را ساخته‌اند» که می‌تواند کنایه‌ای باشـد به شـهرت و وجهه افراد و وابستگی آن به شـبکه‌های اجتماعـی و فضای مجـازی. مخاطب برای درک پارودی به آگاهـی از ارزش‌های اجتماعی و ایدیولوژیکی نیز نیاز دارد.



تصویر۷- پرتره ویل اسمیت، یونگ جیک، هنر دیجیتال (URL1).



تصویر۸- خروجی برنامه یاتا (ماتریس آیکن‌های متحرک)، امیلیو گوماریز-کیم آسندورف (URL11).

۷. مدونا[۴۹] متشکل است از دو هنرمند به نام‌های امیلیو گوماریز[۵۰] و کیم آسندورف[۵۱] که مسئول برنامه یاتا[۵۲] هستند. برنامه‌ای که می‌تواند یک نسخه ایموجی از هر فایل تصویری ایجاد کند. مخاطب می‌تواند تصویری از دسکتاپ کامپیوتر خود درگ کند تا به ماتریسی از آیکن‌های متحرک تبدیل گردد. آن‌ها به دنبال ترکیب زیبایی‌شناسی و فناوری، برای ایجاد تجربه‌های جدید و ایجاد پل‌های بیش‌تر بین هنر دیجیتال و هنر سنتی هستند (URL11) (تصویر ۸).

وجه آیرونیک: در این جا، با یک تعامل یا بازی مواجه هستیم. خروجی برنامه تصویری است که با تقلید آیرونیک از تصویر اولیه و با فاصله آیرونیک با آن (به سبب جای‌گزینی اجزای تصویر با آیکن‌های متحرک) به وجود می‌آید. هم‌چنین، برنامه هم‌چون برنامه‌های دیگر در فضای مجازی ارایه می‌گردد و مرز هنر و غیر هنر را برهم می‌زند؛ و می‌توان وضعیت کنایه‌آمیز و طنزآمیز ایجاد کند.

درجه پارودی: رابطه متن جدید با متن اولیه (تصویر مورد نظر مخاطب)، رابطه‌ای شوخ‌طبعانه، سرگرم‌کننده و بازی‌وار است.

رمزگذاری و رمزگشایی: مخاطب از طریق برنامه با اثر هنری در تعامل است و تصویر اولیه را خودش انتخاب می‌کند. بنابراین، با اثری مواجه‌ایم که حاصلِ مشارکت برنامه‌ای طراحی‌شده و مخاطب است و مخاطب خود می‌تواند در قسمتی از رمزگذاری مشارکت نماید و خروجی آن می‌تواند بسیار گوناگون باشد.

جدول ۱. تجزیه و تحلیل آثار بر مبنای نظریه پارودی لیندا هاچن (نگارندگان).

اثر هنری	متن‌های مورد استفاده هنرمند	چگونگی استفاده از متن‌ها برای ایجاد وجه آیرونیک پارودی	کدهای زیباشناسانه، فرهنگی و اجتماعی به‌کار رفته جهت رمزگذاری و رمزگشایی پارودی	رابطه متن جدید با متن اولیه (درجه پارودی)
تصویر ۱	استفاده از دو متن: متن تابلوی «باغ لذت‌های زمینی» بوش و متن «مجموعه ایموجی‌ها»	تلفیق دو متن و ایجاد تناقض از طریق هم‌نشینی آن‌ها.	تابلوی «باغ لذت‌های زمینی» بوش برای مخاطب آشنا به تاریخ هنر قابل شناسایی خواهد بود (کدهای زیبایی‌شناسانه)؛ استفاده از مجموعه ایموجی‌ها برای کاربران فضای مجازی آشناست (کدهای فرهنگی).	شوخ‌طبعانه - با فاصله آیرونیک
تصویر ۲	استفاده از دو متن: متن مجسمه «نیکه ساموتراس» و متن «مجموعه ایموجی‌ها»	تلفیق دو متن و ایجاد تناقض از طریق هم‌نشینی آن‌ها.	مجسمه «نیکه ساموتراس» برای مخاطب آشنا به تاریخ هنر قابل شناسایی است (کدهای زیبایی‌شناسانه)؛ استفاده از ایموجی با معنای شناخته‌شده (کدهای فرهنگی).	شوخ‌طبعانه- با فاصله آیرونیک
تصویر ۳	استفاده از سه متن: متن گفتمان «شادی» و «روان‌شناسی مثبت‌گرا»، متن «مجموعه ایموجی‌ها» و روان‌شناسی رنگ‌ها	استفاده هم‌ارز از معنای ایموجی‌ها و روان‌شناسی رنگ‌ها و تلفیق آن‌ها؛ ایجاد پیامی مثبت‌اندیشانه (در ظاهر) و ایجاد موقعیت آیرونیک (در واقع).	گفتمان مثبت‌اندیشی آشنا برای مخاطب امروز (کدهای فرهنگی- اجتماعی- روان‌شناسی)؛ مطالب مربوط به روان‌شناسی رنگ‌ها (کدهای فرهنگی- روان‌شناسی)؛ استفاده از ایموجی‌ها با معنای شناخته شده (کدهای فرهنگی).	خنثی -با فاصله آیرونیک
تصویر ۴	استفاده از دو متن: متن «عبارات ساده و حروف به شکل اجزای صورت» و متن «مجموعه ایموجی‌ها»	تلفیق دو متن و جانشینی اجزای صورت ایموجی با عبارات ساده (حالات ایجاد شده در چهره توسط بازی با حروف لزوماً با معنای عبارت هم‌خوانی ندارد).	از عبارت‌های ساده و جملات کوتاه روزمره که از صفت‌های مختلف خوب، بد، بامزه، خونسرد، تنبل و... استفاده می‌کنند (کدهای فرهنگی - اجتماعی)؛ استفاده از ایموجی‌ها (کدهای فرهنگی)؛ قرارگیری در جایگاه اثر هنری (کدهای زیبایی‌شناسانه)؛ قرارگیری در جایگاه مشابه محوطه توپ شهربازی‌ها (کدهای فرهنگی-اجتماعی).	شوخ‌طبعانه و بازی‌وار- با فاصله آیرونیک
تصاویر ۵ و ۶	استفاده از دو متن: متن «نوشته‌های گسسته و بی‌معنا» و متن «مجموعه ایموجی‌ها»	هم‌نشینی دو متن تصویری و نوشتاری بی‌ارتباط به هم و ایجاد تناقض.	استفاده از جملات اتفاقی و بی‌ارتباط (کدهای فرهنگی)؛ قرارگیری در جایگاه اثر هنری (کد زیبایی‌شناسانه)؛ استفاده از ایموجی‌ها (کدهای فرهنگی).	خنثی -با فاصله آیرونیک
تصویر ۷	استفاده از دو متن: «تصاویر افراد مشهور» و متن «مجموعه ایموجی‌ها»	چینش پازل‌وار ایموجی‌ها در متن تصویر افراد مشهور - کنایه به شهرت آن‌ها.	استفاده از تصاویر افراد مشهور (بازیگر، خواننده و...) (کدهای فرهنگی -اجتماعی)؛ استفاده از متن «مجموعه ایموجی‌ها» (کدهای فرهنگی).	سرگرم‌کننده و بازی‌وار - با فاصله آیرونیک

تصویر ۸	استفاده‌از دو متن:متن«تصویر آپلودشده‌توسط مخاطب»و متن«مجموعه ایموجی‌ها»	خروجی برنامه تصویری است که با تقلید آیرونیک از تصویر اولیه و با فاصله آیرونیک با آن (به سبب جایگزینی اجزای تصویر با آیکن‌های متحرک) به‌وجودمی‌آید.	استفاده از برنامه کامپیوتری تعاملی (کد فرهنگی-علمی)؛ استفاده از مجموعه ایموجی‌ها (کد فرهنگی).	سرگرم‌کننده و بازی‌وار- با فاصله‌آیرونیک

نتیجه‌گیری

لیندا هاچن از برجسته‌ترین پژوهشگران در زمینه پست‌مدرنیسم و پارودی است. او در پژوهش‌های خود به بازتعریف پارودی و ارتباط آن با آیرونی و کارکردِ و درجات آن و هم‌چنین، روش‌های رمزگذاری و رمزگشایی پارودی در آثار ادبی و هنری پرداخته است. هدفِ نوشتار حاضر این بود که، با بهره‌گیری از نظرات هاچن، استفاده از ایموجی‌ها در هنر معاصر و چگونگی ایجادِ پارودی توسط آن‌ها را تحلیل و بررسی نماید. ازاین‌رو، با در نظرگرفتنِ شرط‌های اساسی ایجاد پارودی (از نظر هاچن) هشت نمونه از آثار (هنر تجسمی) که به روش‌های متنوعی از ایموجی‌ها استفاده کرده‌اند، موردِ بررسی قرار گرفت. در ابتدا، به وجه آیرونیک آثار پرداخته شد؛ زیرا وجودِ موقعیت آیرونیک در تقلید، شرطی مهم در تشخیص پارودی است. همان‌طور که مشاهده شد، انتقال تصاویر ایموجی از متن فرهنگی «واژه‌نامه ایموجی» به متن هنری و تغییر رسانه و نظام نشانه‌ای خود می‌تواند فاصله آیرونیک ایجاد نماید. افزون بر این در هر یک از آثار معرفی شده روشِ خاصی برای ایجادِ موقعیت آیرونیک به‌کار رفته است (جدول ۱). نکته دوم که در نظریه هاچن حایز اهمیت است، عملکرد، خصیصه و درجه پارودی است که ارتباطی مستقیم با وجه آیرونیک آن دارد و از رفتاری احترام‌آمیز، خنثی، بازی‌گوشانه تا رفتاری استهزاآمیز متغیر است. در خصوصِ آثار مورد بررسی این نوشتار، پارودی حاصل رابطه‌ای دوپهلو با متنِ اصلی است. همان‌طور که در جدول ۱، دیده می‌شود، این رابطه شوخ‌طبعانه، سرگرم‌کننده، خنثی یا بازی‌وار است. ولی به هیچ عنوان استهزاآمیز و تخریب‌کننده نیست. با این حال، پارودی فاصله آیرونیکِ خود را با متن اولیه حفظ می‌کند. پارودیِ معاصر از شدت وجه انتقادی خود کاسته و رابطه‌ای دوپهلو با متن اصلی در پیش گرفته است، که هم تاییدی ضمنی و هم به نوعی نقد آن است (نقدی شوخ‌طبعانه). در انتها نیز رمزگذاری و رمزگشایی هر یک از آثار مورد بررسی قرار گرفت. از نظر هاچن، اولین شرط در این‌باره، آشنایی مخاطب با متن اولیه است. او معتقد است رمزگذار (هنرمند)، مجموعه‌ای از کدهای زیبایی‌شناسانه، فرهنگی، اجتماعی، ایدئولوژیکی و... را در اثر خود به‌کار می‌برد که رمزگشا تنها با شناسایی آن‌ها قادر به درک پارودی خواهد بود. آثارِ مورد نظر این نوشتار از کدهای مختلفی جهت رمزگذاری بهره برده‌اند که بنا بر جدول ۱، عبارتند از: کدهای زیبایی‌شناسانه، فرهنگی، اجتماعی، روان‌شناسی و علمی... و مخاطب بنا بر پیشینه فرهنگی، اجتماعی و... قادر به رمزگشایی خواهد بود. پس سه شرطِ اصلی مورد نظر هاچن در مورد این آثار صادق بوده و هنرمندان از روش‌های متنوعی برای ایجاد پارودی استفاده کرده‌اند.

پی‌نوشت

۱. Linda Hutcheon.

۲. Intertextuality.

۳. Parody.

۴. آیرونیک (Ironic). آیرونی به معنای نوعی سخن است که در آن معنای مورد نظر خلاف آن چیزی است که در واژه‌ها به کار رفته است؛ و اغلب ماهیتی طنزآمیز دارد (بنا بر نظر هاچن آیرونی طیفی از درجات را شامل می‌شود، از پوزخندی سبک گرفته تا خنده استهزاآمیز) (رشیدیان، ۱۳۹۴: ۴۱۸).

۵. Emoji.

۶. Intertextuality, Parody and Discourses of History (1988).

۷. Parodia.

۸. Para.

۹. Critical ironic distance.

۱۰. Pragmatic.

۱۱. Parody's irony.

۱۲. Act.

۱۳. Ethos.

۱۴. Pierre-Jean Benghozi.

۱۵. Signaling.

۱۶. Eironeia.

۱۷. Superimposition.

۱۸. اِتوس (Ethos)، روح مشخصه یک فرهنگ، عصر یا جامعه که در باورها و آرزوهای آن متجلی می‌شود.

۱۹. پیکتوگرام (Pictogram) یا پیکتوگراف یک نمادگرافیکی است که معنای خود را از طریق شباهت تصویری به یک شی فیزیکی انتقال می‌دهد.

۲۰. لوگوگرام (Logogram) یا لوگوگراف، در زبان نوشتاری، یک کاراکتر نوشتاری است که یک کلمه یا تکواژ را نشان می‌دهد.

۲۱. ایدیوگرام (Ideogram) یک نمادگرافیکی است که مستقل از هر زبان، کلمه یا عبارت خاصی، یک ایده یا مفهوم را نشان می‌دهد.

۲۲. اموتیکون‌ها (Emotion icon)، اموتیکون (Emoticon) کوتاه‌شده نمایش تصویری حالت چهره با استفاده از کاراکترهاست.

۲۳. Shigetaka Kurita.

۲۴. Phatic functions.

۲۵. Communicative signs.

۲۶. Symbol.

۲۷. Emoji lexicon.

۲۸. Pop art.

۲۹. Neo-pop art.

۳۰. A theory of Adaptation.

۳۱. Carla Gannis.

۳۲. The Garden of Emoji Delights.

۳۳. The Garden of Earthly Delights.

۳۴. Hieronymus Bosch.

۳۵. او در این پروژه از چاپ دوبُعدی، تصویر متحرک، چاپ سه‌بُعدی و تجربه واقعیت افزوده استفاده کرده است.

۳۶. Sculptmojis.

۳۷. Ben Fearnley.

۳۸. Nike of Samothrace.

۳۹. Sculpture.

۴۰. Mood.

۴۱. Tony Tasset.

۴۲. Happiness.

۴۳. Kissmiklos.

۴۴. Ball.Room. Hello emograms.

۴۵. South korea's gwangju design biennale.

۴۶. John Baldessari.

۴۷. Yung Jake.

۴۸. Hyper realistic.

۴۹. Maadonna.

۵۰. Emilio Gomariz.

۵۱. Kim Asendorf.

۵۲. YATTA

منابع

آلن، گراهام (۱۳۹۲). ***بینامتنیت***، ترجمه پیام یزدانجو، چ. چهارم، تهران: مرکز.

امامی، مونا (۱۴۰۰). آن تصاویر پارودیک: نگاهی اجمالی به هنر معاصر چین، نوشته شیائوپینگ لین، ***مطالعات هنرهای زیبا***، دوره ۲، شماره ۶، ۴۵-۵۶.

برمن، مارشال (۱۳۹۲). ***پست‌مدرنیته و پست‌مدرنیسم (تعاریف، نظریه‌ها و کاربست‌ها)***، ترجمه حسینعلی نوذری، چ. چهارم، تهران: نقش جهان.

تات، جعفر و روحانی، سیدعلی (۱۴۰۰). خرده‌فرهنگ‌های دهه شصت و چگونگی بازنمایی پارودیک آن در سینمای دهه نود ایران (موردکاوی: نهنگ عنبر، مصادره، هزارپا)، ***رهپویه هنرهای نمایشی***، دوره ۱، شماره ۱، ۲۷-۳۷.

رشیدیان، عبدالکریم (۱۳۹۴). ***فرهنگ پسامدرن***، چ. دوم، تهران: نی.

سبزیان، سعید (۱۳۸۸). نقد و معرفی کتاب: نظریه نقیضه: آموزه‌هایی از شکل‌های هنری قرن بیست، ***نقدادبی***، دوره

۲، شماره ۷، ۱۶۳-۱۷۱.
سلطان‌کاشفی، جلال‌الدین (۱۳۸۸). بررسی ساختار بصری آثار موسوم به شام واپسین و تاثیرپذیری آن از پارودی، ***مبانی نظری هنرهای تجسمی***، شماره ۳۳۴-۵۲.
شعیری، حمیدرضا (۱۳۹۷). ***نشانه معناشناسی دیداری (نظریه و تحلیل گفتمان هنری)***، چ. دوم، تهران: سخن.
صدریان، محمدرضا (۱۳۸۸). تعریف پارودی در دوران پسامدرن، ***اندیشه‌های ادبی***، دوره ۱، شماره ۱، ۴۵-۶۹.
طاهری، محبوبه و افضل طوسی، عفت‌السادات (۱۳۹۶). بازتولید نقیضه‌ای مونالیزا با شیوه آشنایی‌زایی در گفتمان ساختارشکن هنر پسامدرن، ***نامه هنرهای تجسمی و کاربردی***، شماره ۲۰، ۵-۲۶.
کهون، لارنس. یی (۱۳۹۸). ***متن‌های برگزیده از مدرنیسم تا پست‌مدرنسیم***، ترجمه عبدالکریم رشیدیان، چ. سیزدهم، تهران: نی.
مازندرانی، حبیب‌الله (۱۳۹۷). ایموجی‌ها، زبان مکمل، ***مدیریت رسانه***، دوره ۶، شماره ۴۰، ۷۷-۸۶.
مکاریک، ایرناریما (۱۳۸۵). ***دانش‌نامه نظریه‌های ادبی معاصر***، ترجمه مهران مهاجر، محمد نبوی، چ. دوم، تهران: آگاه.
نامورمطلق، بهمن (۱۳۹۵). ***بینامتنیت (از ساختارگرایی تا پسامدرنیسم)***، تهران: سخن.
هاچن، لیندا (۱۳۹۷). ***ادبیات پسامدرن-گزارش، نگرش، نقادی (بینامتنیت، هجو (پارودی) و گفتمان‌های تاریخ)***، ترجمه پیام یزدانجو، چ. ششم، تهران: مرکز.
هاچن، لیندا (۱۴۰۰). ***نظریه‌ای در باب اقتباس***، ترجمه مهسا خداکرمی، چ. دوم، تهران: مرکز.

References

Albert, G. (2020). ***"Beyond the binary: Emoji as a challenge to the image-word distinction" in "Visualizing digital discourse: interactional, institutional and ideological perspectives"***. Edited by: Thurlow, Crispin; Dürscheid, Christa; Diémoz, Federica (2020). Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. DOI: https://doi.org/10.1515/9781501510113

Allen, G. (2013). ***Intertextuality,*** 4th ed, Tehran: Markaz. (Text in Persian).

Berman, M. (2013). ***"Postmodernism" in "Postmodernism: definitions, theories and applications"***, Translated by Hossein Ali Nouzari, 4th ed, Tehran: Naghshe Jahan. (Text in Persian).

Binkley, S. (2014). ***Happiness as Enterprise (An Essay on Neoliberal Life.*** New York: SUNY Press.

Cahoone, L.E. (2019). ***From modernism to postmodernism: an anthology,*** Translated by Abdolkarim Rashidian,13th ed, Tehran: Ney. (Text in Persian).

Danesi, M. (2017). ***The Semiotics of Emoji.*** Bloomsbury Academic An imprint of Bloomsbury Publishing Plc. ISBN: HB: 978-1-4742-8199-7 https://www.bloomsbury.com/us/semiotics-of-emoji-9781474282000/

Emami, M. (2022). Those Parodic Images: A Glimpse of Contemporary Chinese Art. ***Fine Arts Studies,*** 2(6), 45-56. (Text in Persian).

Hutcheon, L. (1988). ***A Poetics of Postmodernism.*** Routledge. New york and London. ISBN 9780415007061.

Hutcheon, L. (2000). ***A Theory of Parody: The Teachings of Twentieth-Century Art Forms.*** University of Illinois Press. Dd. Urbana and Chicago 2nd. https://www.press.uillinois.edu/books/?id=p069383

Hutcheon, L. (2018). ***"Intertextuality, parody, and the discourses of history" in "Postmodern literature: report, attitude, criticism",*** Translated by Payam Yazdanjoo, 6th ed, Tehran: Markaz. (Text in Persian).

Hutcheon, L. (2021). ***A theory of adaptation***, 2nd ed, Translated by Mahsa Khodakarami, Tehran: Markaz. (Text in Persian).

Jyoti Talukdar, A. (2021). ***Analysing Emoji used in Social Media as Signs on the basis of Peirce theory of Semiotics.*** Journal of Xi'an University of Architecture & Technology. Volume XIII, Issue I. 212-227. ISSN No:1006-7930.

Makaryk, I.R., (2006). ***Encyclopedia of contemporary literary theory: approaches, scholars, terms,*** Translated by Mehran Mohajer and Mohammad Nabavi, 2nd ed, Tehran: Agah. (Text in Persian).

Mazandarani, H. (2018). Emojis, complementary language. ***Media Management,*** 6(40), 77-86. (Text in Persian).

Namvar Motlagh, B., (2016). ***Intertextuality: from structuralism to postmodernism,*** 1st ed, Tehran: Sokhan. (Text in Persian).

Rashidian ,A., (2015). ***Postmodern culture,*** 2nd ed, Tehran: Ney. (Text in Persian).

Sabzian, S., (2009). Criticism and Introduction of the Book: A Theory of Parody: The Teachings of Twentieth-Century Art Forms, ***Literary Criticism.*** 2(7), 163- 171. (Text in Persian).

Sadrian, M.R., (2009). Definition of parody in the postmodern era***. Literary thoughts.*** 1(1), 45 – 69. (Text in Persian).

Shairi, H.R., (2019). ***Visual semiotics, theory and application,*** 2nd ed, Tehran: Sokhan. (Text in Persian).

Soltan Kashefi, D. (2018). Visual Analysis of 'The Last Supper' Artworks & Parody's Effect on Them. ***Theoretical Principles of Visual Arts,*** 2(2), 33-52. doi: 10.22051/jtpva.2018.3984

Taheri, M., Afzal tusi, E. (2018). "Mona Lisa's Controversial Reproduction with the Understanding Method in Postmodern Art Deconstruction Discourse". ***Journal of Visual and Applied Arts***, 10(20), 5-26. doi: 10.30480/vaa.2018.611. (Text in Persian).

Tat, J., Rouhani, S. (2021). "The subcultures of the 1990s and how they are parodically represented in the iranian cinema of the 2020s (Case study: Sperm Whale1, confiscation, millipede)". ***Rahpooye Honar/Performing Arts,*** 1(1), 27-37. doi: 10.22034/rpa.2021.249197. (Text in Persian).

URLs

URL1. https://www.artsupplies.co.uk/blog/3-artists-giving-a-different-perspective-on-celebrity-portraits/ date access: 10/1/2023

URL2. https://www.artsy.net/artwork/john-baldessari-adam-wasnt-into-it-4/ date access: 10/1/2023

URL3. https://www.artsy.net/artwork/tony-tasset-mood-sculpture-7/ date access: 10/1/2023

URL4. https://avantgallery.com/lina-condes// date access: 10/1/2023

URL5. https://www.designboom.com/art/kissmiklos-ball-room-emograms-gwangju-design-biennale-south-korea-09-11-2019/ date access: 10/1/2023

URL6. https://en.wikipedia.org/wiki/John_Baldessari/ date access: 10/1/2023

URL7. https://en.wikipedia.org/wiki/The_Garden_of_Earthly_Delights#/media/File:The_Garden_of_earthly_delights.jpg/ date access: 10/1/2023

URL8. https://en.wikipedia.org/wiki/Winged_Victory_of_Samothrace#/media/File:Victoire_de_Samothrace_-_Musee_du_Louvre_-_20190812.jpg/ date access: 10/1/2023

URL9. https://www.itsliquid.com/sculptmojis-ben-fearnley.html/ date access: 10/1/2023

URL10. https://news.artnet.com/art-world/john-baldessari-emoji-1161443/ date access: 10/1/2023

URL11. https://rhizome.org/editorial/2012/ /nov/06/prosthetic-knowledge-picks-web-toys date access: 10/1/2023

URL12. https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/80/Garden_of_Emoji_Delights_-_Carla_Gannis.jpg/ date access: 10/1/2023

Glory of Art (Jelve-y-honar)
Alzahra Scientific Quarterly Journal
Vol. 15, No. 3, Fall 2023 ,Serial No. 40
Research Paper
http://jjhjor.alzahra.ac.ir/

A Study on Emoji Usage in Contemporary Art with an Approach to Linda Hutcheon's Opinions on Parody [1]

Sara Khandabi [2]
Effatolsadat Afzaltousi [3]

Received: 2023-02-03
Accepted: 2023-05-08

Abctract

Introduction: The term "emoji" is an anglicized adaptation of the Japanese words "e" (meaning "picture") and "moji" (meaning "letter" or "character"). So, the definition of emoji is, simply, a "picture-word" accurately encapsulating its essence.. The primary function of an emoji is to fill in emotional cues otherwise missing from typed conversation. Emoji exist in various genres, including facial expressions, common objects, places, types of weather, and animals. Emojis are standardized pictographs used to emphasize the emotional tone of the message, indicate emotions, open conversations, and convey the mental state of the message sender While emojis are a cornerstone of social network interactions, their influence extends to other domains, such as culture and commerce.. Nowadays, emojis are used in commercial ads, consumer goods, cultural productions, computer games, animations, etc. Therefore, they have a much broader application scope besides social networks. The global obsession with these images, their recurrent use in everyday life, and their positive role in communication have turned these symbols into common and familiar tools for everyone. Emojis have also been applied to contemporary art. The incorporation of these images in visual arts might be explained by recent inclinations of contemporary art and the use of clichés in works of art (especially in pop and neo-pop art). Thus, if we take the "emoji lexicon" on social networks as a "cultural-visual" text, then the use of emojis in other areas might be considered a form of (direct or indirect) imitation from this lexicon.

This study seeks to investigate the incorporation of emojis in contemporary art and explore the possibility of creating parodies using Linda Hutcheon's framework on parody. Specifically, it aims to address the following questions:

How are emojis integrated into contemporary art?

1.DOI: 10.22051/JJH.2023.42808.1927

2- MA., Department of Art Research, Faculty of Arts, Alzahra University, Tehran, Iran.
Email: sarakhandabii@gmail.com
3- Professor, Department of Art Research, Faculty of Arts, Alzahra University, Tehran, Iran, Corresponding Author.
Email: afzaltousi@alzahra.ac.ir

How do artists imitate emojis within the realm of visual arts?

Can the adaptation of emojis from their cultural context into the realm of art, along with their imitation, give rise to an ironic situation or parody?The objective of the present study is to analyze the application of emojis to contemporary art to create parodies using Linda Hutcheon's "A Theory of Parody". The present study was done with the objective of fundamental research using the descriptive-analytic method. Qualitative data analysis was used in conducting the research. Data were collected using library and digital resources. The research population consisted of works of art that used emojis. Eight out of ten works of art were selected as samples. Linda Hutcheon's "A Theory of Parody" was used to analyze the works of art.

Linda Hutcheon is known as one of the most prominent postmodern researchers and theoreticians. The postmodernism of Hutcheon is deeply linked with intertextuality and parody. Parody is considered one of the oldest forms or sub-forms of art which entails intertextuality. Postmodernism pays special attention to parody. Parody is defined as making (conscious) or ironic use of another (often, not necessarily) art pattern. In semiotics, parody is defined as a humorous representation of a literary text or a work of art. In other words, it is the representation of a "modelled reality" that is itself a representation of an "original" reality. In her book "A Theory of Parody: The Teachings of the Twentieth Century Art Forms", Hutcheon defines parody and its function, its similarity to other (literary and art) genres, coding and decoding, the importance of the codes embedded in the text and their interpretation by the reader.

According to Hutcheon, parody is repetition, but repetition with a difference, imitation with critical ironic distance. Parody uses irony as the main tool to signify or even create contrast. Therefore, exploring whether imitation contains an ironic situation or not is an important marker in identifying parody (from Hutcheon's point of view). Thus, the first element to analyze in a work of art is its ironic edge. As mentioned before, it is the ironic edge of a parody that helps create distance from the original text and imitation alone does not create a difference. Hutcheon also argues that to understand what a parody is. we should consider the entire act of enunciation, production, and context of reception about a text. She uses the word "ethos" to explain this concept. According to Hutcheon, ethos is a feeling conveyed to the decoder by the encoder. The ethos of a parody might range from respectful, neutral, or playful to mocking and ridiculing. Therefore, the degree to which an (artistic) text is parodic might depend on the extension (intensity) of its ironic edge. According to Hutcheon, parody is not just a humorous imitation, but a broad range of ethos. Thus, the intensity of the parody is another element to analyze in a work of art to recognize how each work alters the original cultural text (emojis). The third element to consider in Hutcheon's theory is the importance of encoding and decoding a parody. Hutcheon refers to the importance of encoding the signs embedded in the text and interpreting them. In encoding a text as a parody, the author (encoder/artist) should consider a group of shared cultural and linguistic codes and the reader's familiarity with the parodied original text. Just like irony, parody demands embedding a certain group of aesthetic and social (ideological) values in the text to enable comprehension. Thus, to analyze a work of art, one must pay attention to the author's encoding and the codes they place in the work (in a text with a familiar culture, codes might be embedded in social and cultural discourses and even emojis) and also the reader's decoding based on their cultural and artistic background and familiarity with the codes embedded in the text.

Regarding the objective of the present study and essential elements used in creating a parody from Hutcheon's point of view, eight visual works of art that applied emojis were analyzed. The results of the study showed that conveying emojis from the cultural context of the "emoji lexicon" into the work of art and altering its sign system and

medium could itself create an ironic edge since emojis are used to open conversations and convey the sender's message tone, feelings, and mental state. Although emojis are humorous and playful, they lack an ironic or critical edge and often refer to what they signify. Therefore, they lose their communicational function by moving to another medium, they can refer to what they signify but they lose their previous function. In the artistic setting, they both legitimize the original cultural text and include critical distancing. In addition to this, each work uses a special method to create an ironic situation. The second point in Hutcheon's theory is the function, ethos, and intensity of the parody which is directly linked to the ironic edge and ranges from respectful, neutral, and playful ethos to a ridiculing one. The parody created from the analyzed works of art has a double relationship with the original text. This relationship is humorous, amusing, neutral, or playful, but not ridiculing or destructive at all. However, the parody keeps its ironic distance from the original text. Finally, the encoding and decoding of each work of art were analyzed. From Hutcheon's point of view, the first condition is the reader's familiarity with the original text. She believes the encoder (artist) embeds a group of aesthetic, cultural, social, and ideological codes in his/her work and the decoder can only understand the parody by identifying them. The three main elements in Hutcheon's theory apply to these works and the artists have used different methods to create parody. The results showed that the artworks had ironic elements,a prerequisite to parody in Linda Hutcheon's views, and the resulting parodies have a double-edged relationship. They have an affirmative tone while maintaining an ironic distance. Also, it would seem that due to the diverse encoding methods applied to the artworks, most of them have recognizable pictures and socio-cultural elements that the common people can easily understand which makes the decoding process much easier.

Keywords: Linda Hutcheon, Parody, Irony, Emoji, Contemporary Art.