

کاربرد تصویر در تبلیغات ورزشی از دیدگاه نشانه‌شناسی: مطالعه موردی فدراسیون کشتی جمهوری اسلامی ایران

علی کریمی فیروزجایی*^۱، هانیه یارمند^۲

۱. استادیار زبان‌شناسی همگانی دانشگاه پیام نور.

۲. دکترای زبان‌شناسی همگانی.

تاریخ دریافت: (۹۶/۱۰/۳۰) تاریخ پذیرش: (۹۷/۰۲/۳۱)

The Use of Image in Sport Advertisement from View Point of Semiotics: Case Study on Wrestling Federation of Islamic Republic of Iran

A. Karimi Firozjaei*¹, H. Yarmand²

1. Assistant Professor in Linguistics, Payame Noor University.

2. Ph.D. in Linguistics.

Received: (07/April/2018)

Accepted: (20/Janu/2018)

Abstract

Present study is a semiotics analysis of the advertisements in wrestling federation and an examination of the use of image in such advertisements. The aim of this research is to analyze the processes of creating meaning under semiotics theories and to enunciate how images play role in making meaning and decide whether these images have stopped in iconic level or have entered in discourse level. The study is qualitative and content analytic based, and 8 cases were selected via targeted sampling among 522 topics and news texts and related images and notifications. The findings show that sport advertisements suffer from a lack of the new, exquisite and innovative ideas, though some good ideas may spark too. The signs applied in wrestling federation are mostly direct, while the audience reach to its concept considering the explicit meaning of signs and implicit meanings of signs that are not understandable. Entrance in discourse area, live and dynamic presence of semios and creating ambiguity and manipulating the signs that are main features of a successful advertisement can be seen rarely in advertisements of this federation.

Keywords

Semiotics, Signification, Sport Advertisement, Wrestling federation.

چکیده

در این تحقیق به تحلیل نشانه‌شناختی تبلیغات فدراسیون کشتی و کاربرد تصاویر در تبلیغات پرداخته شده است. هدف این پژوهش، تحلیل فرآیندهای معناسازی و روشن ساختن این نکته است که چگونه تصاویر تبلیغی ورزش در فرآیند تولید معنا ایفای نقش نموده‌اند و مشخص نمودن این که آیا این تصاویر در سطح یک نمایه باقی مانده‌اند یا به سطح گفتمانی نیز می‌رسند. روش تحقیق به صورت کیفی و از نوع تحلیل محتوا است و از مجموع ۵۲۲ تیترو متن خبری، اطلاعیه و تصاویر مربوط به عنوان جامعه آماری پژوهش، ۸ مورد به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که تبلیغات ورزشی از کمبود ایده‌های تازه، بدیع و ابتکاری رنج می‌برند؛ هر چند جرقه‌هایی از ایده‌های خوب مشاهده می‌شود. نشانه‌های به کار رفته در تبلیغات فدراسیون کشتی غالباً به صورت مستقیم می‌باشد؛ به طوری که مخاطب با در نظر گرفتن معانی صریح نشانه‌ها، به مفهوم آنها دست می‌یابد و معانی ضمنی و چندپهلوی از نشانه‌ها قابل دریافت نیست. ورود به فضای گفتمانی، حضور زنده و پویای نشانه‌معناها و ابهام‌آفرینی و بازی با نشانه‌ها که از خصوصیات بارز یک تبلیغ موفق می‌باشد، در تبلیغات این فدراسیون کمتر مشاهده می‌شود.

کلید واژه‌ها

نشانه‌شناسی، دلالت، تبلیغات ورزشی، فدراسیون کشتی.

مقدمه

ایران در ورزش کشتی دارای سابقه طولانی، موفقیت‌های چشمگیر و جایگاه بالا در سطح جهان است که تثبیت و ارتقای این موقعیت و نیز حفظ جمعیت فعال و هوادار فعلی، گسترش نفوذ و جذب مخاطبین این ورزش مستلزم دارا بودن سیاست‌ها و راهبردهای تبلیغی و اطلاع‌رسانی به روز و کارآمد است. یکی از شیوه‌های تبلیغاتی و ارتباط با مخاطبان در ورزش، استفاده از بنرها، پوسترها، تصاویر و اطلاعیه‌ها است و در کشتی به دلیل فراوانی و تنوع ذائقه مخاطبین، این نوع تبلیغات از اهمیت بیشتری نسبت به سایر رشته‌های ورزشی برخوردار است.

با توجه به تحول در ساختار اجتماعی در جامعه ایرانی تبلیغات اعم از آگهی‌ها، تصاویر و بنرها به بخش گریزناپذیری از زندگی روزانه بدل شده‌اند. مسئله اطلاع‌رسانی و جذب مخاطب در فدراسیون‌ها و هیأت‌های ورزشی، از اهمیت بالایی برخوردار است. برای تحقق این امر، تبلیغات آنها باید در کمترین زمان ممکن و با حداقل تصاویر و گفتار، بیشترین اثر را در بیننده بگذارند.

در پژوهشی با عنوان «نشانه‌شناسی و تبلیغات» از معین (۱۳۸۵)، چند گفتمان تبلیغاتی از دیدگاه آلژیرداس ژولین گرمس^۱ با بهره‌گیری از نظریه «سیر زایش معنا» نقد نشانه‌شناسی شده و به این نتیجه رسید که آگهی‌های تبلیغاتی، فضای گفتمانی مناسبی برای تجزیه و تحلیل‌های نشانه‌شناسی به حساب می‌آیند.

شهبایی (۱۳۸۶) در تحقیقی با عنوان «هنر و تبلیغات» معتقد است تبلیغ استفاده از وسایل ارتباطی برای ایجاد و تأثیر مطلوب در جهت هدف‌هایی مشخص با استفاده از روش و علوم جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و بازرگانی است.

کامران (۱۳۸۶) نمونه‌هایی از بیلبوردهای سطح شهر تهران به عنوان کلان‌شهر ایران به منظور دستیابی و شناسایی نشانه‌ها و اسطوره‌های حاکم بر تبلیغات محیطی شهر تهران و نظام نشانه‌شناسانه آن را مورد بررسی قرار داد. چارچوب نظری این تحقیق برگرفته از دیدگاه نشانه‌شناسی فردینان سوسور^۲ به عنوان مرجع و استفاده از نظریه‌های رولان بارت^۳ پیرامون تحلیل اسطوره‌زدایی از متون تبلیغاتی است. یافته‌های پژوهش معرف نظام اسطوره‌ساز در تبلیغات ایران است که بخشی از این اسطوره‌ها مختص فرهنگ و جامعه ایرانی است و ویژگی‌های مربوط به این بافت را دارا است و بخشی دیگر متأثر از اسطوره‌های فراملی و منطقه‌ای است و به نوعی جهان‌شمول

محسوب می‌شوند.

شعبیری (۱۳۸۹) در کتابی با عنوان «تجزیه و تحلیل نشانه‌شناسی معناشناسی^۴ گفتمان» به طرح چارچوبه کلی نشانه‌شناسی معناشناسی پرداخته و نظام‌های اصلی گفتمانی و فرآیندهای معنا ساز را بیان نموده است.

شکرانی (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان «گفته‌پردازی و گفته در گفتمان‌های تبلیغاتی» بیان می‌کند: در جامعه امروز تبلیغات در گوشه و کنار ما حضوری فعال دارند. بنابراین می‌توان گفت از آنجایی که تبلیغات یکی از رسانه‌های ارتباط جمعی محسوب می‌شوند و همچنین به منظور برقراری ارتباط ایجاد می‌شوند، می‌توانند خود را در قالب‌های متنوعی همچون روزنامه، مجلات، اینترنت، تلویزیون، تبلیغات محیطی و ... به ظهور برسانند.

زنبوری صیقلانی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان نشانه‌شناسی تصاویر ورزشی «آگهی‌های تجاری و تصاویر شخصیت‌های ورزشی» و با هدف بررسی چگونگی کاربرد نظریه نشانه‌شناسی در تحلیل پیام‌های تبلیغاتی به بررسی وجود دو ویژگی زیبایی و قدرت در بدن ورزشکاران پرداخته است. نتیجه تحقیق نشان داد که تصویر قدرت در ذهن مخاطب به معنای زورمندی می‌باشد ولی قدرت در مورد هر ورزشکار با توجه به تکنیک برجسته وی در رشته ورزشی اش تعریف می‌شود.

سرابی و البرزی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «نشانه‌شناسی ستاره‌های ورزشی در آگهی‌های بازرگانی» با استفاده از شیوه نشانه‌شناسی ویلیامسون^۵ کارکردهای مختلف این آگهی‌ها از قبیل تمایزگذاری، هم‌پیوندی عینی، تابعیت واقعیت از کالا، موجد احساس بودن کالا و جایگزینی احساس با کالا را بررسی نمودند.

بهنام و طوسی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «تحلیل رابطه بین لذت، انگیزندگی، نگرش به تبلیغ و قصد آینده مصرف‌کننده در خدمات ورزشی» به بررسی طراحی مدل پاسخ‌های مصرف‌کنندگان خدمات ورزشی به تبلیغات عاطفی پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که برای ایجاد رفتارهای خرید مثبت در مصرف‌کنندگان خدمات ورزشی، فهم انگیزندگی، لذت و نگرش مصرف‌کننده به تبلیغ توسط بازاریابان و مدیران ضروری است. یوسفی صادق‌قلو و صالح بلوردی (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «نظائر زبان - بدن و ارزش‌گذاری فرهنگی - زبانی در گفتمان‌های ورزشی حاکم بر جامعه بانوان» سعی کردند از منظر نشانه‌شناختی کنش، کنشگران، نقش‌ها و کارکردها و همچنین

می‌کند (احمدخانی، ۱۳۹۲: ۱۵۷). همچنین بارت در تعریف فرازبان می‌گوید: «در نشانه‌شناسی تضمینی، دال‌های مربوط به نظام دوم به وسیله نظام اول ایجاد می‌شوند، این امر در فرازبان معکوس است: در آنجا مدل‌های مربوط به نظام دوم توسط نشانه‌های نظام اول ایجاد می‌شوند» (بارت، ۱۳۸۰: ۱۲۳).

از کارهای مهم در زمینه روش نشانه‌شناختی بارت در تحلیل‌های تبلیغاتی، مطالعه خود بارت در مد (۱۹۶۷) بوده است. مطالعه معنایی نظام‌های ایدئولوژیکی در تبلیغات توسط ویلیامسن نیز انجام شده است. ویلیامسن در تحلیل‌های متنی، از مدل نشانه‌ای سوسور استفاده کرده است ولی برای مفهوم ایدئولوژی تعبیر جداگانه‌ای اضافه کرده است. وی معتقد است در آگهی‌ها و تبلیغات دال و مدلول در ترکیب با هم کلیتی به نام نشانه را به وجود می‌آورند. (ویلیامسن، ۲۰۰۲: ۹۳)

نشانه‌شناسی تبلیغات، چشم‌انداز میان‌رشته‌ای در مطالعات تغییر نشانه و تحقیق در تبادل کالا را در اختیار می‌گذارد. در این حوزه میان‌رشته‌ای، نشانه‌شناسی به تحقیقات تبلیغات با توجه به روش‌شناسی و هدف تحقیق کمک می‌کند. نشانه‌شناسی ابزار نظریه‌پردازی در تحلیل نشانه‌ها و فرآیند ارتباطات در تبلیغات را ارائه می‌کند و نیز افق تحلیلی از پیام‌های کلامی در معنی دقیق آن تا تعدد مرزهایی را گسترش می‌دهد که در ارتباطات ترغیب‌کننده به کار می‌رود. (نوٹ، ۱۹۹۰)

نشانه‌شناسی یک چارچوب نظری جهت تجزیه و تحلیل سطوح معنایی زبان، متون و عکس یا نقاشی به مثابه متون تصویری به مدد دلالت‌ها، مفاهیم نظری و فلسفی ارائه می‌کند. هر عنصری در تصویر، همانند واژه در نوشتار، ابتدا دارای معنای صریح و در مرتبه بعد ضمنی، غیرمستقیم و استنباطی است. (کامران: ۱۳۹۲) از نظر بارت، دلالت ضمنی تصویر فرآیندی است که طی آن یک پیام دوم به پیام اصلی عکس تحمیل می‌شود. از دیدگاه وی، باید سه فرآیند نخستین یعنی جلوه‌های ویژه، ژست‌ها و اشیاء و سه فرآیند پسین یعنی زیانمایی، هنرنمایی و هم‌سازی در ایجاد این دلالت نقش دارند. در این میان سه فرآیند نخست معنای ضمنی با تغییردادن معنای صریح و یا انتخاب معنای صریح مناسب حال خود شکل می‌گیرد. به بیان دیگر این فرآیندها در جریان تولید عکس مداخله می‌کنند. (بارت، ۱۳۹۴: ۱۸)

اما در رویکرد جدید نشانه‌شناسی، دلالت بر گونه رخدادی از حضور نشانه معناها دارد و چگونگی کارکرد، تولید و

خصوصیات ابژه ارزشی یا همانا ورزش را بهتر بازشناسند. از نظر آنها، آن چه بیش از همه اهمیت دارد، ایجاد انگیزش حسی و ارزشی است که بی‌توجهی به آن می‌تواند در فضای عمومی با مخاطراتی همراه شده و به ایجاد صحنه تئاترگونه و بی‌هدفی در ورزش بانوان منجر شود. از این رو لایه قدرت و لزوم پشتیبانی قانونی و رسانه‌ها را در امر ورزش متذکر شده‌اند.

لی^۶ (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «نشانه‌شناسی و تحقیقات ارتباطات ورزشی: ملاحظات نظری و روش شناختی» با ارائه یک مدل روش‌شناختی به کاربرد نشانه‌شناسی در مطالعات ارتباطات ورزشی پرداخته و نتیجه‌گیری نموده است که نشانه‌شناسی می‌تواند بدون هرگونه محدودیتی به عنوان یک ابزار پژوهشی در تحلیل فرآیندهای تولید معنا در ارتباطات ورزشی و کشف مبانی ایدئولوژیک نهفته در ورزش به عنوان یک متن فرهنگی استفاده شود.

بالچی و اوگزن^۷ (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان «تبلیغات ورزشی به ما چه می‌گویند؟ تحلیل نشانه‌شناختی» به بررسی نشانه‌شناسی تبلیغات بازرگانی در تلویزیون و چگونگی اقناع مخاطبان با استفاده از تصاویر ورزشی پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که استفاده از تصاویر ورزشی منافع دوجانبه برای مدیران ورزشی و فعالان بازار در جهت تقویت ورزش و افزایش فروش کالا در جامعه دارد.

رولان بارت، نخستین کسی بود که به مطالعه رسانه‌ها بر اساس چگونگی تولید معنا پرداخت. از دیدگاه وی، موضوع نشانه‌شناسی بررسی شیوه‌های تولید نظام نشانه‌های معنابخش است. (بشیریه، ۱۳۷۹: ۷۷) بارت برای دلالت، مراتب دوگانه قائل است. نخستین مرتبه دلالت، دال و مدلول را در درون نشانه و نیز رابطه نشانه با مصداق خود را در واقعیت بیرونی توصیف می‌کند. دومین مرتبه دلالت از نظر بارت، معنای ضمنی است. دلالت ضمنی به معنای پنهان و ضمنی نشانه‌ها، دلالت می‌کند. (فیسک، ۱۳۸۸: ۱۲۸) اگرچه بارت اشاره صریحی به سومین سطح دلالت ندارد، ولی نظریه‌پردازی چون فیسک، از اسطوره به عنوان سومین سطح دلالت بارت، یاد می‌کنند. (اباذری، ۱۳۸۰: ۱۳۹)

بارت که مفهوم دلالت ضمنی و مراتب دلالت را از یلمزلف^۸ وام گرفته است، بر این باور است که در هر زبان، نشانه‌ها سازنده زبانی دوم هستند؛ یعنی یک نشانه که از دال و مدلول تشکیل شده است، خود سازنده دالی تازه است که دلالت ضمنی را ایجاد

9 . Noth

6. Lee

7. Balci and Özgen

8. Hjelmslev

فدراسیون است و همین‌طور پاسخ دادن به این سؤالات که دلالت‌های نشانه‌شناختی و نقاط قوت و ضعف تبلیغات فدراسیون کشتی کدامند؟ کدام تصاویر در سطح یک نمایه باقی ماندند و کدام تصاویر به سطح گفتمانی راه پیدا نموده‌اند؟

روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق به صورت کیفی و از نوع تحلیل محتوا است و از مجموع ۵۲۲ عنوان و متن خبری، اطلاعیه و تصاویر مربوط، به عنوان جامعه آماری، ۸ مورد به شیوه نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. یعنی انتخاب نمونه‌ها بستگی به اهداف آن پروژه تحقیقاتی دارد. به همین علت، اخبار و تصاویر مربوط به فدراسیون کشتی، طبق نظر محققان و بر اساس میزان اهمیت و میزان فراوانی آنها در بین تبلیغات فدراسیون بر اساس نشانه‌شناسی انتخاب شده و به‌همراه آرم فدراسیون بر اساس نشانه‌شناسی بارت و نشانه‌معناشناسی گفتمانی مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش به تحلیل و نقد نشانه‌شناختی تصاویر و پوسترهای انتخابی از سایت فدراسیون کشتی و بررسی میزان استفاده از مؤلفه‌های نشانه‌شناختی همانند معانی ضمنی چندپهلوی از نشانه‌ها، ابهام‌آفرینی و بازی با نشانه‌ها که از خصوصیات بارز یک تبلیغ موفق هستند و تناسب آن با متن‌های زبانی اخبار مربوط و ابعاد نشانه‌معناشناختی گفتمانی این تصاویر پرداخته می‌شود.

نمونه ۱- ظهر امروز و با حضور در منزل شهید حججی صورت گرفت
ادای احترام جامعه کشتی به شهید گرانقدر مدافع حرم



تصویر ۱.

در ۲۴ مرداد ماه سال ۱۳۹۶، نمایندگان جامعه کشتی کشور با حضور در منزل شهید محسن حججی با خانواده معظم این شهید گرانقدر دیدار کردند. به گزارش روابط عمومی فدراسیون کشتی، حمید بنی‌تمیم

دریافت معنا را در نظام‌های گفتمانی بررسی می‌کند. در این دیدگاه، نظام فرآیندی که بر رابطه بین سطوح زبانی (سطح صورت و محتوا) متکی است، جانشین رابطه دالی و مدلولی شده و تولید معنا در قالب فرآیندها و در ابعاد مختلف کنشی، تنشی، شوشی، شناختی، و زیبایی‌شناختی و... مطرح می‌شود. در برخی از تبلیغات و تصاویر تبلیغی جنبه گفتمانی پررنگ می‌شود که برخی از نظام‌های گفتمانی به قرار زیر است:

نظام کنشی: در نظام کنشی آنچه که کنش‌گران را به حرکت وامی‌دارد، تصاحب ابژه ارزشی است که یا از طریق فرآیند تجویزی و یا مجایب تحقق می‌یابد.

نظام تنشی: در نظام گفتمانی با ویژگی تنشی همه چیز متفاوت است. در فضای تنشی نیروها با یکدیگر در چالش قرار می‌گیرند تا دستیابی به تعادل گفتمانی میسر گردد. (شعیری، ۱۳۸۹: ۱۳۵)

نظام شوشی: این نظام به احساسات و عواطف مربوط است و «شوش» با توجه به بحث سیالیت گونه‌های شی در فضای تنشی خود نتیجه سیالیت همه «کنون‌ها» و همه «اینجاها» است. (همان: ۱۰۰)

نظام تطبیقی: در این نظام گفتمانی، زیبایی‌شناسی حضور مطرح می‌گردد و زیبایی و زشتی در قالب یک تقابل شکل می‌گیرد و تا زمانی که برجستگی خاصی به یک جریان وارد نشود، پیوسته قلمداد می‌شود. (گرمس و کورتز، ۱۹۹۳: ۱۰۱)

نظام اخلاقی: فضای گفتمانی اخلاقی اشاره به رابطه «من» و «دیگری» دارد. روابطی که در متن یا تصویر مطرح شده‌اند، چگونه مخاطب را به کسی نزدیک و یا از کسی دور می‌کند. آیا «من» پررنگ است و «دیگری» کم‌رنگ؟ یا «من» و «دیگری» به هم نزدیک شده و به سمت «مایه مشترک» پیش رفته‌اند؟

نظام شناختی: شناخت جریانی فعال است که موجب بروز راهکارها یا شگردهای زبانی می‌گردد. این شگردها دائماً در حال تولید، تکثیر، جابجایی، دگرگونی، حذف، جایگزینی یا زایش گونه‌های شناختی هستند. (شعیری، ۱۳۸۹: ۵۱)

در این تحقیق به تحلیل نشانه‌معناشناسی پوسترها و تصاویر فدراسیون کشتی و بررسی میزان استفاده از مؤلفه‌های نشانه‌شناختی همانند معانی ضمنی چندپهلوی از نشانه‌ها، ابهام‌آفرینی و بازی با نشانه‌ها که از خصوصیات بارز یک تبلیغ موفق هستند، پرداخته می‌شود.

هدف تحقیق حاضر تحلیل پوسترها و تصاویر فدراسیون کشتی از دیدگاه نشانه‌معناشناسی و بررسی چگونگی ایفای نقش تصاویر ورزشی در فرآیند تولید معنا در تبلیغات این

اول خبرگزاری‌های دنیا شده بود. تصویر ۱ به عنوان عکس اصلی خبر نیم رخ از شهید حججی مابین دو رنگ قرمز و سبز را نشان می‌دهد و تصویر ۲ قاب عکسی که در آن دو مدال قهرمانی و تصویر شهید حججی متضمن این نوشته:

«تقدیم به خانواده معظم شهید حججی»

قاسم رضایی کمیل قاسمی از طرف جامعه کشتی کشور»

در این خبر دیده می‌شوند و علاوه بر آن تصویر ۳ عکس دیدار ورزشکاران با خانواده شهید و در منزل شهید نیز مورد استفاده قرار گرفته است. برخی از جنبه‌های نشانه‌شناختی این خبر و تصاویر مربوط به قرار زیر است:

- اصل این دیدار و ملاقات با خانواده شهیدی که حماسه‌ای را در تاریخ خلق نموده است یک اقدام نمادین و نشان‌دهنده احترام جامعه ورزش کشتی به اقدام قهرمانانه این شهید است. تناسب سبکه جوانمردی و پهلوانی ورزش کشتی با فداکاری و ایثارگری شهیدا به این دلالت‌سازی کمک می‌نماید.

- انتخاب عکسی از شهید با چهره خندان و باوقار که حس آرامش را به مخاطب منتقل می‌کند.

- چفیه دور گردن شهید که نماد ایستادگی و مبارزه با ظلم و کفر است.

- دو مدال اهدایی که از طرف دو قهرمان المپیک جهان به خانواده شهید تقدیم شده است، جلوه گر پیوند بین قهرمانی در ورزش و قهرمانی در ایثارگری و حق‌طلبی است.

- تقدیم دو مدال از نظر نشانه‌شناختی تأکید بر اهمیت و منزلت مضاعف اقدام شهید حججی است.

- رنگ قرمز در تابلوی عکس شهید که دلالت‌کننده رنگ خون و نماد شهادت است و هم‌نشینی آن با رنگ سبز در سمت راست و رنگ سفید در وسط تداعی‌کننده پرچم جمهوری اسلامی ایران است.

- عکس شماره ۳ که در فضای ساده و صمیمی و در منزل شهید گرفته شده است و تمثال امام و رهبری و پرچم جمهوری اسلامی ایران در تصویر کارکردهای دلالتی خاص این خبر را در بردارند.

- تصاویر مورد استفاده در این خبر جنبه گفتمانی مشخصی ندارند و عمدتاً در سطح آیکونیک باقی مانده‌اند.

نمونه ۲- در پی زلزله اخیر در غرب کشور

فدراسیون کشتی آمریکا با مردم کرمانشاه ابراز همدردی کرد.

نایب رئیس فدراسیون کشتی به همراه قاسم رضایی و کمیل قاسمی از قهرمانان المپیک و جهان در کشتی‌فرنگی و آزاد، ظهر امروز با حضور در منزل شهید مدافع حرم محسن حججی با خانواده این شهید والا مقام دیدار کردند.

در این دیدار نمایندگان جامعه کشتی کشور ضمن اهدای مدال‌های افتخار به خانواده معزز این شهید، به مقام والای شهیدای مدافع حرم ادای احترام کردند.

در این دیدار رییس هیأت کشتی اصفهان و جمعی از پیشکسوتان این استان نیز حضور داشتند.



تصویر ۲.



تصویر ۳.

تحلیل نشانه‌شناختی

این خبر و سه تصویر استفاده شده در آن به دیدار تعدادی از قهرمانان کشتی با خانواده شهید حججی که در مبارزه با داعش و دفاع از حرم حضرت زینب (س) به شهادت رسیده است مربوط است. نحوه اسارت و شهادت مظلومانه شهید حججی و صلابت و اقتدار وی در برخورد با عنصر داعشی از این شهید یک قهرمان ملی ساخته است و خبر شهادت او در سال ۹۶ تیتیر

برای دور کردن ورزش از موضوعات سیاسی تلقی می‌گردد. دلالت‌های نشانه‌شناختی این خبر و تصویر استفاده شده در آن به قرار زیر است:

- صدور چنین پیامی از جانب فدراسیون کشتی آمریکا یک اقدام سمبلیک و معنادار است که در شرایط خاص روابط سیاسی بین دو کشور و اعمال تحریم‌های دولت آمریکا علیه ایران پیام و دلالتی خاص دارد. در حالی که در شهریورماه سال ۹۶ که در پی طوفانی شدید در ایالت تگزاس آمریکا ده‌ها کشته و زخمی برجای مانده بود، چنین پیامی از جانب فدراسیون کشتی ایران صادر نشد.
- انتخاب برخی کلمات دارای بار عاطفی و احساسی هستند همانند جمله «این یک حادثه دردناک است و قلب ما در این زمان که غم و اندوه دارید، با شماست» و یا اشاره به میزبانی جام جهانی در کرمانشاه و تمجید از مهمان‌نوازی کرمانشاهی‌ها راهبردهای کلامی به شمار می‌روند که دلالت‌های نشانه‌شناسی را دربردارند.
- تصویر ۴ که پرچم دو کشور ایران و آمریکا را نشان می‌دهد تلفیقی از نمادهای نوشتاری و تصویری بوده و از رژه ورزشکاران دو کشور انتخاب شده است به گونه‌ای که عکس ورزشکار نوجوان ایرانی در وسط دو پرچم دیده می‌شود اما از ورزشکار آمریکایی فقط دستانش دیده می‌شود.
- هر دو پرچم دارای نوشته‌هایی در بالا و پایین هستند که به فارسی و لاتین بر اسامی دو کشور دلالت دارند. پرچم هر کشور نماد استقلال و هویت ملت آن کشور است. انتخاب تصویر پرچم در این تبلیغ، دال نشانه‌شناختی است که به‌طور صریح به مدلول مردم اشاره دارد. پرچم‌ها همواره متضمن نمادها و نشانه‌ها هستند. اسم ایران به زبان فارسی به‌طور کامل (جمهوری اسلامی ایران) درج شده است و به‌طور عادی انتظار می‌رفت که اسم آمریکا هم به‌طور کامل (ایالات متحده آمریکا) درج می‌گردید که اینطور نیست. این عمل نوعی جهت‌گیری محسوب شده و نشان‌دهنده نوعی تحقیر و کم‌اهمیت جلوه دادن رقیب است.
- پوشش ورزشکار ایرانی که لباس مخصوص کشتی را به تن دارد، بر اراده طراح این خبر و تصویر برای جلب توجه مخاطب به حوزه ورزش کشتی دلالت دارد.
- علی‌رغم جهت‌گیری‌های نشانه‌شناختی فوق، استفاده از پرچم دو کشور در اندازه و ارتفاع برابر، توجه مخاطب را جلب می‌نماید.



تصویر ۴.

فدراسیون کشتی آمریکا با ارسال نامه‌ای به فدراسیون کشتی ایران، با زلزله‌زدگان کرمانشاه ابراز همدردی کردند. به گزارش روابط عمومی فدراسیون کشتی، در بخشی از این نامه آمده است:

فدراسیون کشتی آمریکا تسلیت صمیمانه خود را به مردم ایران که در زلزله اخیر متحمل رنج شدند، اعلام می‌کند. این یک حادثه دردناک است و قلب ما در این زمان که غم و اندوه دارید، با شماست.

ما در جام جهانی کشتی آزاد سال ۲۰۱۷ در کرمانشاه شرکت کردیم و مردم آن منطقه از کشور شما برخورد بسیار دوستانه و با احترام زیاد با تیم ملی کشتی آزاد ما داشتند.

مهمان‌دوستی مردم کرمانشاه در کنار نظم عالی میزبان این مسابقات برای کشتی‌گیران، مربیان و تیم سرپرستی ما خاطره بسیار زیبایی به جا گذاشت که ما به همین دلیل از شما سپاسگزاریم.

لطفاً تسلیت و نگرانی‌های ما را به مردم کرمانشاه و حادثه دیدگان اعلام کنید و اجازه دهید در این زمان که آنها نیاز دارند ما خود را در کنار آنها حس کنیم.

فدراسیون‌های کشتی ایران و آمریکا همکاری و رابطه ارزشمند و همراه با حسن نیت با یکدیگر دارند و آماده هرگونه کمکی در این زمینه هستیم.

تحلیل نشانه‌شناختی

تصویر ۴ و خبر آن بازگوکننده پیام فدراسیون کشتی آمریکا مبنی بر ابراز همدردی با زلزله‌زدگان کرمانشاه است. زلزله کرمانشاه به شدت ۷٫۳ ریشتر در سال ۹۶ یکی از بلایای طبیعی بود که خسارت‌های جانی و مالی زیادی در پی داشت. از طرف دیگر تعاملات ورزشی ایران و آمریکا متأثر از روابط دیپلماتیک بین دو کشور دستخوش فراز و فرودهایی بوده است و با توجه به جایگاه این دو کشور در رتبه‌بندی ورزش کشتی، مسابقات بین کشتی‌گیران و تیم‌های ایران و آمریکا در کانون توجه مراکز خبری دنیا قرار دارند. پیام فدراسیون کشتی آمریکا نوعی تلاش



تصویر ۵.

با تأیید اتحادیه جهانی کشتی، مسابقات جهانی کشتی کلاسیک بانوان در سال ۲۰۱۸ برگزار می‌شود.

به گزارش روابط عمومی فدراسیون کشتی، اتحادیه جهانی کشتی اعلام کرد، دفتر رشته‌های کشتی‌های سنتی در نامه‌ای اعلام نموده که قوانین مربوط به رشته کشتی کلاسیک بانوان در سایت اتحادیه جهانی کشتی در بخش رشته‌های سنتی قرار گرفته است.

همچنین تاریخ مسابقات جهانی این رشته نیز در تقویم سال ۲۰۱۸ رشته‌های غیرالمپیک اتحادیه جهانی کشتی گنجانده شده است. بر اساس تقویم اعلامی زمان برگزاری اولین دوره رقابت‌های جهانی این رشته روزهای ۲۱ و ۲۲ تیرماه سال ۹۷ اعلام شده است.

تحلیل نشانه‌شناختی

تصویر ۵ و خبر مربوط به آن از برگزاری یک رویداد ورزشی در سال ۹۷ در ایران حکایت دارد. کشتی کلاسیک بانوان در سال ۹۶ رسماً به جمع رشته‌های مسابقات ورزشی زنان ایران اضافه شد. فدراسیون کشتی جمهوری اسلامی ایران، با این هدف که بانوان کشتی‌گیر ایرانی و البته زنان کشتی‌گیر محجبه و مسلمان سایر کشورهای دنیا، بتوانند حضور پررنگ‌تری در میدان‌های بین‌المللی داشته باشند، شیوه جدیدی از کشتی را با پوشش متفاوت تحت عنوان کشتی کلاسیک که شباهت زیادی به کشتی آزاد دارد، به اتحادیه جهانی ارائه کرد. ارائه این طرح به اتحادیه جهانی کشتی، در حالی به سرعت با موافقت سران جهانی این رشته همراه شد که به ایران اجازه داده شد به عنوان مبدع کشتی کلاسیک بانوان، اولین دوره مسابقات آن را در سال ۹۷ حتی با دعوت از تیم‌های خارجی برگزار کند. این خبر و تصویر استفاده شده در آن دارای دلالت‌های نشانه‌شناختی زیر هستند:

• ورزش بانوان در ایران به دلیل برخی مباحث فرهنگی و بومی، با حساسیت‌ها و ملاحظات همراه است. اصلی‌ترین

- فضای گفتمانی عاطفی-شوشی (یعنی دلالت‌هایی که بر حالات خاص و عواطف اشاره می‌کنند) در این تصویر با استفاده از پسر بچه، فضای عاطفی رشد پیدا کرده است.
- پسر بچه در اینجا حائل فرهنگی بین پرچم ایران و آمریکا است؛ یعنی سبک مذاکره دو کشور عوض شده است؛ در سطح فرهنگی نماد پرچم و وجود پسر بچه بین این دو کشور ارتباط برقرار کرده است. ولی این بدان معنی نیست که در سطح مدیریتی و سیاسی هم بتوانیم این ارتباط را داشته باشیم.
- در این تصویر دلالت دست‌غایب، ارجاعی به رابطه قطع‌شده این دو کشور در سال‌های اخیر است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت این تصویر گفتمانی است که یک پایش به سمت مذاکره و یک پای دیگرش به سمت عدم مذاکره می‌رود.
- از بعد فضای گفتمانی اخلاقی در این تصویر نیز «من» پررنگ شده است، به طور کامل مشخص است، عکس پرچم ایران بر سینه ورزشکار ایرانی و در واقع دو بار استفاده از پرچم ایران در تصویر ۴ نیز حاوی یک جهت‌گیری نشانه‌ای است. در واقع پرچم ایران دو بار (یکبار خود پرچم و یکی در روی لباس) بازنمایی شده است؛
- فضای گفتمانی تنشی که در آن بخشی از تصویر کوتاه و بخشی بلند می‌شود، نیز در این تصویر وجود دارد؛ همانند قطع کردن عکس در تصویر که از آسیب‌های یک تبلیغ محسوب می‌گردد.
- فضای گفتمانی شناختی که از طریق تبلیغات انجام می‌شود و شامل شناخت کوتاه (بیان وضعیت فعلی یعنی قرار گرفتن دو پرچم در کنار هم)؛ و شناخت طولانی مدت (اطلاعاتی که ریشه در تاریخ و فرهنگ دارند) می‌شود. در تحلیل فضای گفتمانی شناختی باید به جایگاه پرچم اشاره کرد که از ابتدا تا انتهای تمام مسابقات و در شروع، پایان و در لحظه اعلام برنده شدن، ایفای نقش دلالتی دارد.

نمونه ۳- اتحادیه جهانی کشتی اعلام کرد:

قوانین کشتی کلاسیک بانوان در سایت این اتحادیه قرار گرفت

برگزاری اولین دوره مسابقات جهانی در سال ۲۰۱۸

فضای کشتی را به ما القا نکرده است؛ بلکه فقط از طریق نوشتار اطلاع‌رسانی کرده است و از ویژگی‌ها و کارکردهای ورزش کشتی که متقاعدکننده باشد؛ جز رنگ لباس (تقابل آبی و قرمز) چیز دیگری ندارد. فضای گفتمانی تنشی و شوشی در این عکس وجود ندارد. عکس بیشتر در یک فضای عاطفی قرار گرفته است و در واقع تصویر آتلیه‌ای است تا رخدادی.

نمونه ۴- رقابت‌های کشتی فرنگی جوانان قهرمانی

جهان - فنلاند

قهرمانی تیم ایران با ۳ مدال طلا، یک نقره و یک برنز رده‌بندی تیمی و انفرادی مشخص شد.



تصویر ۶.

تیم کشتی فرنگی ایران با ۳ مدال طلا، یک نقره و یک برنز و کسب ۵۸ امتیاز برای نخستین بار به عنوان قهرمانی جهان دست یافت.

به گزارش روابط عمومی فدراسیون کشتی، رقابت‌های کشتی فرنگی جوانان قهرمانی جهان روزهای ۱۴ و ۱۵ مردادماه در شهر تامپره کشور فنلاند برگزار شد و تیم ایران با ۳ مدال طلای پویا دادمرز، کرامت عبدولی و امین کاویانی نژاد در اوزان ۵۰، ۶۰ و ۶۶ کیلوگرم، یک مدال نقره آرمان عزیززاده عبدولی در وزن ۸۴ کیلوگرم و یک مدال برنز امین میرزازاده در وزن ۱۲۰ کیلوگرم و با کسب ۵۸ امتیاز برای نخستین بار عنوان قهرمانی جهان را از آن خود کرد.

پس از تیم ایران تیم روسیه با ۵۳ امتیاز در جایگاه دوم ایستاد و ترکیه با ۳۸ امتیاز سوم شد. (به دلیل طولانی بودن خبر، بخشی از متن اصلی حذف شده است.)

رده‌بندی تیمی: ۱- ایران ۵۸ امتیاز ۲- روسیه ۵۳ امتیاز ۳- ترکیه ۳۸ امتیاز ۴- آمریکا ۲۹ امتیاز ۵- قرقیزستان ۲۸ امتیاز ۶- فنلاند ۲۸ امتیاز ۷- اوکراین ۲۳ امتیاز ۸- آذربایجان ۲۰

چالش ورزش بانوان، حجاب و رعایت پوشش متناسب با آموزه‌های مذهبی و فرهنگی است و این امر موجب بالا رفتن ریسک ورود فدراسیون‌ها و مجامع ورزشی ایران در حوزه ورزش بانوان گردیده است. از این نظر انتخاب تیترو برگزاری کشتی بانوان در ایران آن هم در سطح جهانی، پیام نمادینی را به مخاطبان منتقل می‌کند.

- در سطح دلالت ضمنی این خبر، خروج ایران از انفعال در ورزش بانوان و ورود فعالانه و مبتکرانه در ابداع و ثبت یک رشته ورزشی جدید برای بانوان با پوششی متفاوت و حفظ حجاب نهفته است که سرآغاز ورود بانوان ایرانی که نصف جمعیت ایران هستند، به میدان‌های ورزشی ملی و جهانی محسوب می‌شود.

- تصویر ۵ یک تبلیغی است که در آن از نمادهای تلفیقی تصویر و نوشتار استفاده شده است. جنبه اصلی و مهم نشانه‌شناختی این تصویر ارائه یک مدل و الگوی جدید پوشش کامل ورزشی با لحاظ وجه فرهنگی آن است.

- استفاده از دو رنگ قرمز و آبی که در ادبیات ورزشی متأثر از رقابت‌های فوتبال در ایران و رویارویی تیم‌های پرسپولیس و استقلال، از جدال و صف‌آرایی جدی حکایت دارد بر جدیت و حساسیت این رشته ورزشی دلالت می‌نماید.

- استفاده از محافظ سر و گوش که در ورزش کشتی مرسوم نیست اما در تصویر به صورت واضح دیده می‌شود، حکایت از توجه به ایمنی و سلامت ورزشکاران در طراحی و برنامه‌ریزی این ورزش جدید دارد.

- در سطح نمادهای نوشتاری استفاده از نوشته لاتین بر روی لباس «wrestling»، دو دلالت ضمنی نشانه‌معنایی دارد اول تأکید بر وجه بین‌المللی این ورزش که به جای خط فارسی از خط لاتین استفاده شده است و دوم این که برای جلوگیری از اشتباه احتمالی مخاطب در تشخیص این رشته ورزشی با سایر ورزش‌های انفرادی عنوان کشتی در لباس نوشته برجسته شده است.

- این تصویر مخاطب را وارد فضای گفتمانی کنشی کرده است زیرا در حال نشان دادن یک کنش است. اما این کنش حقیقی نیست زیرا از یک طرف، فضای پشت سر را نداریم و اطلاعات پیرامونی همانند فضای تشک، فضای پشت سر و ... حذف شده است. ضمن این که فضای جدی کنشی را نشان نمی‌دهد و بیشتر به فضای شوخی شبیه است؛ زیرا صورت یک کشتی‌گیر مشخص نیست و کشتی‌گیر دیگر در حال لیخند زدن است. کارکرد مجابی ندارد یعنی بیننده مجاب و قانع نمی‌شود. بنابراین تصویر

امتیاز ۹- ازبکستان ۱۹ امتیاز ۱۰- ارمنستان ۱۸ امتیاز

| Rank | Team | 50 kg | 55 kg | 60 kg | 66 kg | 74 kg | 84 kg | 96 kg | 120 kg | TOTAL |
|------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 1 | IRAN | 10 | 4 | 10 | 10 | 4 | 9 | 3 | 5 | 56 |
| 2 | RUSSIA | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 10 | 9 | 6 | 59 |
| 3 | TURKEY | | 10 | | 5 | 5 | 5 | 2 | | 37 |
| 4 | UNITED STATES | 5 | | | | 10 | | | | 25 |
| 5 | KYRGYZSTAN | | 5 | 1 | | | | | | 11 |
| 6 | FINLAND | | | | | 5 | 5 | 2 | | 12 |
| 7 | UKRAINE | | | 5 | 3 | 1 | | 10 | | 23 |
| 8 | AZERBAIJAN | 2 | | | 5 | | | | 1 | 20 |
| 9 | OSSETIA | | 5 | | | | | | | 10 |
| 10 | ARMENIA | | 5 | | | | | | | 10 |
| 11 | GEORGIA | 2 | | | | | 4 | | 10 | 17 |
| 12 | INDIA | | 5 | | | 5 | 2 | | | 12 |
| 13 | JAPAN | 5 | | 3 | | | | | | 11 |
| 14 | CHINA | 5 | 1 | | | | | | | 11 |
| 15 | BELARUS | | | | | | 2 | 2 | | 10 |
| 16 | GERMANY | | | | | 2 | 5 | | | 10 |
| 17 | ROMANIA | | | | | | 5 | 4 | | 10 |
| 18 | EGYPT | | | 5 | | | | | | 5 |
| 19 | POLAND | | | | | | | 5 | | 5 |
| 20 | MOLDOVA | | | | | | 1 | | | 1 |

تصویر ۷.

تحلیل نشانه‌شناختی

تصاویر ۶ و ۷ و خبر مربوط به آنها، تبلیغ و اطلاع‌رسانی یک موفقیت برای ایران در کشتی‌فرنگی را شامل می‌شود. کسب جایگاه نخست جهانی برای اولین بار در کشتی‌فرنگی توسط کشتی‌گیران جوان ایرانی به ارزش خبری این تصاویر افزوده است. برخی از جنبه‌های نشانه‌ای این خبر و تصاویر مربوط به قرار زیر است:

- تأکید بر قهرمانی ایران در مسابقات جهانی در تیتراژ این خبر یک راهبرد کلامی برای جذب مخاطب و ترغیب به ادامه خواندن این خبر است و اشاره به کسب سه مدال طلا و سایر مدال‌ها در تیتراژ بر اهمیت این رویداد و نتیجه حاصله دارد که نوعی دلالت صریح محسوب می‌گردد.
- در تصویر ۶ تلفیقی از نمادهای نوشتاری و تصویری است، طراح با استفاده از رنگ‌های مختلف سعی در برجسته‌سازی عنوان قهرمانی و کسب جایگاه نخست توسط تیم ایرانی دارد. استفاده از رنگ زرد در زمینه عکس که رنگ لباس تیم ایران و هم‌رنگ با مدال حاصله یعنی طلا است، نیز تلاشی در جهت افزایش جذابیت دیداری برای مخاطب به حساب می‌آید.
- نماد نوشتاری «برای نخستین بار در تاریخ کشتی» و انتخاب فونت به دو رنگ زرد که هم‌رنگ لباس تیم و مدال طلا است و رنگ آبی که هم‌رنگ با بخشی از لباس ورزشکاران در بالاتنه و شورت ورزشی و نیز هم‌رنگ با آرم فدراسیون در سمت راست بالای تصویر است، هدفمند بوده و از جمله دلالت‌های ضمنی این پوستر قلمداد می‌شوند.
- رنگ زرد و طلایی اطراف عکس ورزشکاران تداعی‌کننده طلوع آفتاب و نورافشانی آن است که با تیتراژ و محتوای خبر

که کسب جایگاه نخست برای اولین بار توسط ایران است، تناسب دارد.

- استفاده از آرم فدراسیون کشتی در تصویر ۶ که تلفیقی از نمادهای تصویری و نوشتاری است نیز دارای نوعی دلالت نشانه‌ای است که در تحلیل آرم فدراسیون مورد اشاره قرار خواهد گرفت.
- تصویر ۷ که رتبه‌بندی کشورها را به همراه پرچم هر کشور نشان می‌دهد و درج اسم و پرچم ایران در بالای این جدول، تداعی‌کننده به احتزاز درآمدن پرچم کشورها در میادین ورزشی است و قرار گرفتن پرچم ایران با کسب جایگاه اولی در قله، از جنبه‌های دلالت‌ضمنی این تصویر محسوب می‌گردد.
- انتخاب زبان لاتین برای جدول موجود در تصویر ۷ نیز تأکید بر جنبه بین‌المللی بودن این رویداد دارد.

نمونه ۵- بیانیه جامعه کشتی در پی حوادث

تروریستی در تهران

حرکت مذبحخانه تروریست‌های تکفیری قلب و روحمان را جریحه‌دار کرد

مقام شامخ شهدا را ارج می‌نهمیم



تصویر ۸.

جامعه کشتی در بیانیه‌ای حوادث تروریستی در تهران را محکوم کرد. به گزارش روابط عمومی فدراسیون کشتی، متن پیام جامعه کشتی به شرح زیر است:

مردم عزیز ایران ... حرکت مذبحخانه تروریست‌های تکفیری که در صبح چهارشنبه هفدهم خرداد ۹۶، قلب و روحمان را جریحه‌دار کرد و

- در نماد نوشتاری فارسی «متحد با هم در برابر تروریست‌ها»، نوعی راه حل برای مبارزه با تروریسم پیشنهاد شده است که همان اتحاد و یکپارچگی مردم است.
- استفاده از رنگ قرمز در طراحی پوستر که دلالت نشانه‌ای آن خون و خونریزی و کشتار مردم به وسیله عوامل تروریستی است.
- این تصویر تناسب نشانه‌ای با حوزه ورزش و کشتی ندارد و قاعدتاً از یک منبعی غیر از ورزش استخراج شده است.
- ضمن این که در سال‌های اخیر به جای میدان آزادی از برج میلاد به عنوان نماد تهران استفاده می‌شود.

نمونه ۶- بیانیه فدراسیون کشتی در حمایت از

علی‌رضا کریمی

این دومین باریست که در مظلومیت تمام از مظلومیت مردم فلسطین دفاع می‌کنی
مظلومیت تو، برای خانواده بزرگ کشتی ایران
فراموش نشدنی است



تصویر ۹.

فدراسیون کشتی در حمایت از علی‌رضا کریمی آزادکار شایسته وزن ۸۶ کیلوگرم کشورمان در رقابت‌های جهانی بیانیه صادر کرد.
به گزارش روابط عمومی فدراسیون کشتی، متن این بیانیه به شرح زیر است:
به پهلوان علیرضا کریمی عزیز
این دومین باریست که تو با گذشتن از حق خودت، در مظلومیت تمام، از مظلومیت مردم فلسطین دفاع می‌کنی.
مردمی که شاید هیچ‌گاه در جریان این فداکاری تو نباشند.
بار اول در مسابقات جهانی جوانان در کشور بلغارستان در سال ۲۰۱۳، با از خود گذشتگی تو، تیم کشتی ایران از سکوی دوم به سکوی سوم افتاد و این بار در مسابقات جهانی امید در کشور لهستان، از سکوی سوم به جایگاه هشتم سقوط کرد.
هیچ‌کس، حتی یادآور این نشد، که تو و کشتی ایران، برای

منجر به شهادت عده‌ای از هموطنان عزیزمان گردید، عمق کینه‌توزی و نهایت عداوت دشمنان این مرزوبوم پرگهر را بار دیگر متجلی ساخت.

جامعه بزرگ کشتی ایران، ضمن محکوم کردن حادثه تروریستی اخیر که به شهادت مظلومانه جمعی از هموطنان مظلوم و بی‌گناه انجامیده است بر خود وظیفه می‌داند مقام شامخ شهدای ترور را ارج نهاده، برایشان علو درجات را از درگاه ایزد منان مسئلت داشته، برای بازماندگان این عزیزان صبر جمیل آرزو نموده و شفای عاجل مجروحین این حادثه دلخراش را از خداوند حکیم خواستار است.
ما همه در کنار همیم....

تحلیل نشانه‌شناختی

تصویر ۸ و خبر مربوط به آن نشان‌دهنده همراهی و همدلی جامعه کشتی با ملت ایران در حادثه تروریستی عوامل داعش و اقدام خرابکارانه آنان در تهران است. این خبر و تصویر استفاده شده در آن حاوی دلالت‌های صریح و ضمنی زیر هستند:

- صدور این بیانیه و درج آن در سایت فدراسیون کشتی دلالت بر تعلق خاطر جامعه ورزش به ویژه کشتی به منافع ملی و اصول و آرمان‌های ایران است.
- استفاده از راهبردهای زبان‌شناختی در انتخاب تیتیر خبر و کاربرد کلماتی با بار معنایی منفی همانند «مذبوحانه»، «تروریستی» و «تکفیری» از یک طرف و کلماتی با بار معنایی مثبت همانند «قلب»، «روح»، «جریحه‌دار» و «شامخ» از طرف دیگر، که دارای دلالت‌های ایدئولوژیک و فرهنگی هستند، به منظور اثربخشی بر مخاطبان انجام شده است.
- در این خبر و برخی دیگر از اطلاعیه‌ها و اخبار فدراسیون، استفاده از عنوان «جامعه کشتی» به جای مرجع اصلی صدور بیانیه که فدراسیون کشتی است نوعی راهبرد زبان‌شناختی مشروعیت‌بخشی و بسط معنایی به حساب می‌آید که به منظور گسترش حوزه فعالیت و افزایش اثربخشی بر مخاطبان صورت گرفته است.
- در تصویر ۸ که تلفیقی از نمادهای تصویری و نوشتاری (فارسی و انگلیسی) است، از میدان آزادی که به زعم طراح پوستر، نماد تهران است، استفاده گردید.
- نماد نوشتاری انگلیسی «PRAY FOR TEHRAN» در این تصویر، نشان‌دهنده تلاش طراح برای القای عمق فاجعه بر جامعه است و از مخاطبان می‌خواهد برای بازگشت آرامش و امنیت به تهران دعا کنند.

مشروعیت بخشی همانند تکرار کلمات مظلوم، عزیز و پهلوان برای علی‌رضا کریمی و حمایت از مردم فلسطین و نیز انتقاد از برخی مسئولان به دلیل عدم حمایت و همراهی لازم این دلالت معنایی ایجاد شده است.

- تصویر انتخاب‌شده برای این خبر از حیث ژست ورزشکار، مخاطب را وارد گفتمان عاطفی می‌کند و دارای دلالت‌های صریح و ضمنی نشانه‌ای است. صلابت و بغض فروخته‌ای در چهره کریمی مشاهده می‌شود که با شکل دست و مشت گره شده وی کامل می‌شود و نگاه به جلوی او که خوف و رجا را جلوه‌گر است.
- در تصویر ۹ گوش شکسته علی‌رضا کریمی که به نمادی برای ورزش کشتی تبدیل شده است و پیراهن مخصوص ورزش کشتی که بر تن ورزشکار مشاهده می‌گردد نیز از جمله دلالت‌های نشانه‌شناختی هستند.

نمونه ۷- به صورت لحظه به لحظه

اخبار رقابت‌های کشتی آزاد جام باشگاه‌های جهان را از کانال تلگرام فدراسیون دنبال کنید



تصویر ۱۰.

علاقمندان می‌توانند به صورت لحظه به لحظه و از طریق کانال تلگرام و اینستاگرام فدراسیون در جریان آخرین اخبار ورزش ملی کشور قرار گیرند.

به گزارش روابط عمومی فدراسیون کشتی، علاقمندان به ورزش ملی کشور می‌توانند اخبار و تصاویر چهارمین دوره رقابت‌های کشتی آزاد جهان را به صورت لحظه به لحظه از طریق ورود به لینک‌های زیر دریافت نمایند.

مخاطبان می‌توانند با ورود به نشانی <https://telegram.me/iranwrestlingfederation> به

کانال فدراسیون کشتی بپیوندند.

احترام به مردم فلسطین، با گذشتن از جایگاه واقعی خود، نتیجه زحمات خود را از دست دادید.

آنهایی که ورزش قهرمانی را می‌شناسند، می‌دانند برای یک قهرمان و برای تیم ملی هر کشوری، کسب نتیجه در مسابقات اصلی یعنی همه چیز. یعنی همه عمری که گذاشته‌ای، یعنی همه گذشته‌ات و حتی همه آنچه که در آینده می‌خواهی به آن برسی.

علی‌رضا عزیز، شاید امروز کسانی که به عنوان مسئول، می‌باید بیش از همه سپاسگزار ایثار و پهلوانی تو باشی، در کنارت نیستند،

اما مردمی که باید تو را ببینند و فداکاریت را درک کنند و قدردان صبر و گذشت تو باشند، تو را می‌بینند و در کنار تو هستند.

پهلوان علی‌رضا کریمی

مظلومیت تو، برای خانواده بزرگ کشتی ایران فراموش نشدنی است.

تحلیل نشانه‌شناختی

تصویر ۸ و خبر مربوط به آن دربردارنده بیانیه فدراسیون کشتی جمهوری اسلامی ایران در خصوص امتناع علی‌رضا کریمی از رویارویی با کشتی‌گیر رژیم صهیونیستی است. عدم رویارویی با ورزشکاران رژیم صهیونیستی در همه رشته‌های ورزشی از جمله رویه‌های ثابت جمهوری اسلامی ایران در سال‌های اخیر بوده است. دلیل آن به ماهیت این رژیم برمی‌گردد که یک نظام سیاسی غاصب، غیرقانونی و نامشروع بوده و ایران چنین کشوری را به رسمیت نمی‌شناسد. دلالت‌های نشانه‌شناختی صریح و ضمنی این خبر عبارتند از:

- انتخاب تیتیر هدفمند «این دومین باریست که در مظلومیت تمام از مظلومیت مردم فلسطین دفاع می‌کنی --- مظلومیت تو، برای خانواده بزرگ کشتی ایران فراموش نشدنی است.» و استفاده از کلمات دارای بار معنایی خاص از جمله سه بار تکرار واژه «مظلومیت» که بیانگر فداکاری یک قهرمان ایرانی برای دفاع از حقانیت و مظلومیت ملت فلسطین است، یک راهبرد زبان‌شناختی محسوب شده و دلالت نشانه‌ای دارد.
- راهبرد زبان‌شناختی اسنادی‌سازی در عبارت آغازین این تیتیر یعنی «این دومین باریست که»، نوعی اهمیت بخشی به این خبر به حساب می‌آید.
- متن بیانیه فدراسیون نیز دارای جهت‌گیری‌های نشانه‌معنایی است که با استفاده از واژگان مثبت و راهبرد

نیز آدرس اینستاگرام رسمی فدراسیون کشتی [iranwrestling](https://www.instagram.com/iranwrestling) می‌باشد.

تحلیل نشانه‌شناختی

تصویر ۱۰ متضمن اطلاعاتی از طرف فدراسیون کشتی برای اطلاع‌رسانی به علاقمندان به منظور دریافت اخبار و تصاویر رقابت‌های کشتی آزاد جهان است. برخی از دلالت‌های نشانه‌شناختی کلامی و تصویری این پوستر به شرح زیر است:

- در تیتراژ انتخابی خبر مربوط، از فعل دوم شخص جمع برای مخاطب قرار دادن بینندگان و خوانندگان استفاده شده است که از نظر روان‌شناسی اثرگذاری بیشتری روی مخاطب و ترغیب و تشویق به همراهی با فدراسیون و تماشای تصاویر و استفاده از اخبار این رویداد بین‌المللی دارد.
- ظرفیت‌سازی جذب مخاطبان و هواداران جدید این ورزش با استفاده از دو شبکه اجتماعی پرمخاطب یعنی تلگرام و اینستاگرام یک اقدام نوآورانه محسوب می‌شود و نشان از اهمیت و نقش فضای مجازی در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی دارد.

- تصویر ۱۰ با استفاده از آرم دو شبکه اجتماعی اینستاگرام و تلگرام در وسط پوستر توجه مخاطب را در اولین نگاه متوجه تم اصلی تصویر که همان استفاده از ظرفیت فضای مجازی است، جلب می‌نماید.

- نمادهای نوشتاری به کاررفته در این طرح به دو زبان فارسی و انگلیسی، ضمن دلالت بر جنبه بین‌المللی این رویداد، از نظر فونت‌ها و رنگ‌های انتخابی و نیز محل قرارگیری نوشته‌ها در پوستر واجد ویژگی‌های نشانه‌معنایی هستند.

- استفاده از پرچم دوازده کشور شرکت‌کننده در این مسابقات ضمن تأکید مجدد بر سطح بین‌المللی این مسابقات، و همین‌طور محل قرارگیری پرچم ایران در ردیف اول نوعی نظام‌گفتمان شناختی است. پرچم‌ها از نظر نشانه‌شناسی نماد و سمبل یک کشور و بلکه نماد یک فرهنگ و تمدن هستند و این امر به‌طور خاص در ورزش به‌عنوان یک علامت اصلی تبلیغاتی و نشانه‌ای پذیرفته شده است.

- استفاده از «مسکات» یکی از تکنیک‌های جدید هویت‌سازی و ارتباط با مخاطب است. مسکات یک شخص، حیوان یا شیئی است که به‌صورت نمادین برای نشان دادن یک گروه یا یک رویداد با هویت مشترک استفاده می‌شود. مسکات‌های ورزشی نمادهایی هستند که برای تیم‌های ورزشی یا مسابقات ورزشی بزرگ مانند المپیک‌ها، مسابقات جهانی، قاره‌ای و ملی طراحی می‌شوند و در این مسابقات مسکات‌ها نقش پررنگی ایفا می‌کنند.

مسکات مورد استفاده در وسط این پوستر که به همین رویداد خاص دلالت دارد، تعدادی از انواع نشانه را در خود جای داده است: شمایل یا آیکون دو کشتی‌گیر در روی میدان فرضی کشتی و روی نیمکره‌ای که نقشه ایران را در خود جای داده است و همه اینها روی نماد نوشتاری IRAN قرار گرفته‌اند، مخاطب را وارد گفتمان کشتی می‌نماید که دو کشتی‌گیر فرضی در حال مبارزه هستند.

- در دو طرف پایین پوستر آرم دو نهاد برگزارکننده یعنی فدراسیون جهانی کشتی و فدراسیون کشتی جمهوری اسلامی ایران و همین‌طور آرم دو اسپانسر این رویداد یعنی بانک پاسارگاد و بیمه رازی به چشم می‌خورد که هر چهار مورد از عناصر نشانه‌ای بوده و پیام‌ها و معانی خاص را به مخاطب القا می‌کنند.
- تعدد و تنوع عکس‌ها و نمادها در این پوستر موجب سردرگمی و آشفتگی ذهنی در مخاطب می‌گردد. در طراحی این پوستر یک سوژه کانونی و محوری که بتواند توجه مخاطب را جلب نماید، استفاده نشده است.

نمونه ۸- تحلیل و نقد نشانه‌شناختی آرم فدراسیون



تصویر ۱۱

تابلوی شماره ۱۱ تلفیقی از نمادهای نوشتاری و تصویری است که به‌عنوان آرم فدراسیون کشتی ثبت شده است. نوشتار مورد استفاده به دو زبان فارسی و انگلیسی است که به نام فدراسیون دلالت دارند و نوشته حرف بزرگ انگلیسی کلمه ایران به‌صورت IRAN در زیر پای نمایه دو کشتی‌گیر در وسط آرم مشاهده می‌گردد.

هرچند آرم‌ها معمولاً تلفیقی از علامت‌های نوشتاری و تصویری هستند اما تصویر در آرم می‌تواند از ساحت زبانی نوشتار جدا شده و ارتباط تجسمی مستقل ایجاد نماید و حتی در اکثر مواقع، خارج از جامعه و خاستگاه فرهنگی خود، پیام مستتر در آن را منتقل نماید؛ به همین دلیل تصاویر و نقوش در نزد طراحان آرم از اهمیت بالایی برخوردار هستند. استفاده از تصاویر در آرم مطابق اصول و قواعد علم ارتباطات از منظر متغیرهای رنگ

است که استفاده از سایر رنگ‌ها در طراحی آرم فدراسیون، می‌تواند این نقیصه را برطرف نماید. البته در طراحی سایت فدراسیون (تصویر ۱۳) سعی شده است با استفاده از پرچم رنگین جمهوری اسلامی این نقصان نشانه‌شناختی جبران شود.



فدراسیون کشتی جمهوری اسلامی ایران
ISLAMIC REPUBLIC OF IRAN WRESTLING FEDERATION

تصویر ۱۳.

- استفاده از نمایه گل لاله به صورت دو نیم‌دایره در طرفین آرم جمهوری اسلامی نیز پیام مشخص و دقیقی را به مخاطب منتقل نمی‌کند. هرچند این گل در ادبیات انقلاب اسلامی نماد شهید و شهادت قلمداد می‌گردد و شباهت آن به آرم جمهوری اسلامی نیز معنا ساز است، اما در وسط آرم فدراسیون کشتی چنین قابلیت‌های نشانه‌معناسازی را ندارد.
- استفاده از نماد نوشتاری IRAN در زیر پای نمایه دو کشتی‌گیر نیز دلالت جدی ندارد. با توجه به این که در عنوان لاتین فدراسیون کلمه ایران به کار رفته است و از طرف دیگر وجود آرم جمهوری اسلامی نقش دلالت‌سازی هویت ملی فدراسیون را ایفا می‌کند.

نتیجه‌گیری

تبلیغات مورد استفاده در فدراسیون کشتی که به عنوان اطلاع‌رسانی و تبلیغات رویدادها قبل از برگزاری و یا به عنوان پوشش تبلیغی و خبری رویدادها بعد از برگزاری آنها انجام گرفته‌اند، علاوه بر این که در یک مقطع زمانی خاص نزدیک این رویدادها در قالب بنر، پوستر و تبلیغ مطبوعاتی، تعدادی مخاطب بالفعل داشتند، بعد از گذشت سال‌ها به دلیل ذخیره شدن در آرشیو سایت فدراسیون مخاطبان بالقوه بی‌شماری در فضای مجازی خواهند داشت. این تبلیغات به مثابه پل ارتباطی این ورزش با جامعه هواداران و مخاطبان بالقوه و بالفعل است و طبیعی است که بخشی از تصور عمومی جامعه از این ورزش در

غالب، شکل هندسی، حجم به کار رفته، نوع بافت، نوع ریتم، تعداد و نوع اشکال، شفافیت، خوانایی، سهولت ادراک، نوع ترکیب عناصر، جاذبه، جهت‌گیری و ... است. بنابراین آرم هر سازمانی باید هویت‌ساز باشد، یعنی این که علامت، نشان، نماد یا چیزی به وسیله طراح یا طراحان آرم انتخاب یا طراحی می‌شود، تا نشانه چیزی یا کسی یا سازمانی شود. این اصول و قواعد در طراحی آرم بیشتر فدراسیون‌های ورزشی جمهوری اسلامی ایران رعایت گردیده است و در آرم فدراسیون کشتی نیز نمایه دو کشتی‌گیر در حال اجرای فن هویت ورزشی این فدراسیون را به مخاطب منتقل می‌نماید؛ نمایه دو کشتی‌گیر در آرم مخاطب را وارد فضای گفتمان کشتی می‌کند که کنش واقعی رقابت کشتی را تداعی می‌کند. آرم جمهوری اسلامی ایران (II) در وسط آرم فدراسیون و در دو طرف پایین آن دو نیم‌دایره از نمایه گل لاله که البته بی‌شبهت به آرم جمهوری اسلامی ایران نیستند، وجود دارد که مبین هویت و تابعیت ملی فدراسیون است. برخی ملاحظات و نقدهای نشانه‌شناختی پیرامون آرم فدراسیون کشتی به قرار زیر است:

- آرم فدراسیون کشتی به صورت سیاه و سفید است و بنابراین در انتقال مفاهیم نشانه‌ای به این دو رنگ محدود شده است. در آرم فدراسیون جهانی کشتی و همین‌طور آرم تعدادی از فدراسیون‌های ورزشی ایران که در تصویر ۱۲ نشان داده شده‌اند، استفاده از رنگ‌های مختلف علاوه بر ایجاد جذابیت دیداری، هر رنگی انتقال‌دهنده یک یا چند دلالت نشانه‌ای به مخاطب است.



تصویر ۱۲.

در پنج آرم انتخابی به ترتیب در آرم فدراسیون جهانی کشتی رنگ نارنجی که نماد میدان کشتی، در آرم فدراسیون والیبالیست‌ها رنگ آبی و فیروزه‌ای نماد توپ والیبالیست‌ها، در آرم فدراسیون‌های شطرنج، فوتبال و شمشیربازی استفاده از دو رنگ قرمز و سبز نماد پرچم جمهوری اسلامی هستند. منطقی

مسکات یک شخص، حیوان یا شیئی است که به صورت نمادین برای نشان دادن یک گروه یا یک رویداد با هویت مشترک استفاده می‌شود. مسکات‌های ورزشی نمادهایی هستند که برای تیم‌های ورزشی یا مسابقات ورزشی بزرگ مانند المپیک‌ها، مسابقات جهانی، قاره‌ای و ملی طراحی می‌شوند و در این مسابقات مسکات‌ها نقش پررنگی ایفا می‌کنند. اما در تبلیغات مربوط به رویدادهای کشتی از این قابلیت تبلیغی و هویت‌سازی استفاده جدی نشده است.

۳- در طراحی پوسترها و گزینش عکس‌ها یک سوژه کانونی و محوری که بتواند توجه مخاطب را جلب نماید، ضروری است. در برخی از تصاویر انتخابی در تبلیغات فدراسیون کشتی، تعدد و تنوع عکس‌ها و نمادها موجب سردرگمی و آشفتگی ذهنی در مخاطب می‌گردد.

۴- در طراحی آرم هر سازمان و مجموعه‌ای، استفاده از تصاویر باید مطابق اصول علم ارتباطات و علم نشانه‌شناسی باشد تا با لحاظ معیارهایی همانند رنگ، شکل هندسی، حجم به کار رفته و نوع بافت بتواند در ذهن مخاطب شفافیت، خوانایی، سهولت ادراک و جاذبه را برانگیزاند. تنوع رنگ و قابلیت دلالت‌سازی رنگ‌ها در این ورزش از جمله فرصت‌هایی است که در طراحی آرم مغفول مانده است. در مقایسه آرم فدراسیون کشتی با آرم فدراسیون جهانی و آرم برخی فدراسیون‌های ورزشی این نقیصه مشهود است.

۵- تعداد کمی از تصاویر مورد استفاده در تبلیغات فدراسیون کشتی از سطح نمایگی گذشته و به حوزه گفتمان راه پیدا نموده‌اند که این امر یکی از ایرادات جدی تبلیغ است؛ مخاطب باید بتواند به صورت دینامیک و پویا با تصویر ارتباط برقرار کند و اکثریت تصاویر ورزشی به کار رفته فاقد چنین ویژگی هستند.

نتیجه همین تبلیغات شکل می‌گیرد. تحلیل نشانه‌شناختی تبلیغات صورت گرفته حاکی از توجه به برخی دلالت‌های نشانه‌شناختی و بی‌توجهی به برخی دیگر است. برخی مؤلفه‌های نشانه‌ای که جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی همسو با موازین و آموزه‌های فرهنگی کشور داشته و موجب اثرگذاری بر مخاطب می‌شوند همانند توجه به ارزش‌های انقلابی و مناسبت‌ها و موضوعات مذهبی و ملی، پیوند این ورزش با جامعه، ترویج و تقویت روحیه نوع دوستی و خیرخواهی و پهلوانی در ورزش و تقویت هویت ملی با استفاده از پرچم ملی کشور در انتخاب عکس‌ها. در انتخاب تیترو گزینش تصاویر برگزاری رویدادهای ورزش کشتی و طراحی تابلوها و پوستره‌های تبلیغاتی مربوط، به بخشی از این مؤلفه‌های نشانه‌شناختی توجه شده است و این پژوهش تعدادی از این دلالت‌های معنایی و نشانه‌ای را شناسایی نموده و همراه با نقد نشانه‌ای ارائه نموده است.

تحلیل‌های انجام شده در تیترو متن اخبار انتخابی و ۱۰ تابلوی انتخاب شده و نقد نشانه‌شناختی آرم فدراسیون که می‌تواند از نظر کاربردی مورد بهره‌برداری جامعه رسانه ورزشی از جمله صدا و سیما و مطبوعات ورزشی قرار گیرد، برخی نقاط ضعف و کمبودهایی را به شرح زیر نشان می‌دهد که می‌تواند از نظر کاربردی مورد بهره‌برداری جامعه رسانه ورزشی اعم از صدا و سیما و مطبوعات ورزشی قرار گیرد.

۱- از آنجا که تیترو نقش مهمی در جلب توجه مخاطب و اقناع و ایجاد انگیزه برای مطالعه ادامه خبر و مشاهده تصاویر دارد، در انتخاب تیترو اخبار فدراسیون به میزان کمی از راهبردهای زبان‌شناختی همانند استعاره، اسم‌سازی، اسنادی‌سازی، ترادف و تقابل معنایی و ... استفاده شده است.

۲- یکی از راهبردهای ارتباط با مخاطبان ورزشی و هویت‌سازی برای رشته‌های ورزشی، استفاده از «مسکات» است.

REFERENCES

- Abazari, Y. (2001). "Roland Barthes, Myth and cultural studies". *Arghanoon*. Vol. 18. 137- 157. [In Persian].
- Ahmadvani, M. R. (2013). *Semiotics: Language and Art*. Tehran: Goman. [In Persian].
- Balci, v. & Özgen, C. (2017). "What Sports Advertising Tell to Us? Semiotic Analysis". *Journal of Education and Training Studies*. Vol: 5, No: 6. Pp: 24- 32.
- Barthes, R. (1964). *Elements of semiology*. New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (1990). *The Fashion System*. Translation: Matthew Ward & Richard Howard. University of California Press.
- Barthes, R. (2001). *Structuralism, Post-structuralism and Literary Studies*. Translation: Farzan Sojoudi. Tehran, Research Center for Islamic Culture and Art.
- Barthes, R. (2015). *Rhetoric of the Image*. Translation: Raz Golestani Fard. Tehran: Nashr Markaz. [In Persian].
- Bashirieh, H. (2000). *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics*. Tehran: Ney Publication. [In Persian].

- Behnam, M; Tousi, T. (2014). "An Analysis of Relationship between Arousal, Pleasure, Attitude toward Advertisements, Consumers' Future Intention in Sport Service (University of Tehrans' students case study)". *Applied Research of Sport Management*. Vol.2, No.3.Pp: 47-60. [In Persian].
- Fiske, J. (2001). "Television Culture. Translation: Mojgan Brooman". *Arqhanoon*. Vol: 19. [In Persian].
- Greimas, A. J.& COURTÉS, J. (1993). *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris: Hachette.
- Kamran, A. (2007). "Semiotics of Urban Advertisement in Iran (Insisting in Tehran billboards)". *Quarterly Journal of Iranian Association for Cultural and Communication Studies*. Vol: 3. No. 8, Pp79-113. [In Persian].
- Kamran, A. (2013). "Signs of Barthes: Applying Barthes semiotic approach in picture Analysis". *Andishe Soore*. Vol: 68-69. Pp:234-238. [In Persian].
- Lee, J. W. (2015). "Semiotics and Sport Communication Research: Theoretical and Methodological Considerations". *Communication & Sport*. Vol: 5, Pp: 374-395.
- Moein, M. B. (2006). "Semiotics and Advertisement". *Bulletin of Art Academy*. Vol: 1. Pp: 92-103. [In Persian].
- Noth. W. (1990). "Advertising, poetry, and art: Semiotic reflections on aesthetics and the language of commerce". *Kodikas/Code*. Vol: 10, Pp: 53- 81.
- Pierce, J. R. (1962). *Symboles, Signals And Noise*. London: Hutchinson.
- Sarabi, S; Alborzi, H. (2013). "Semiotics of Sport Stars in Commercials". *Journal of Information Science*. No. 6. Pp: 27-46. [In Persian].
- Saussure, F. d. (2008). *Course in General Linguistics*. "Translation: Safavi. Korouush. Tehran: Hermes Publication". [In Persian].
- Shahabi, S. (2007). "Art and Advertisement". *Ketabmah Monthly*. Vol: 110. [In Persian].
- Shairi, H.R. (2010). *Semiotique Analysis of Discourse*. Tehran: Samt. [In Persian].
- Shokarani, Sh. (2010). Saying and utterance in advertising discourses. *Master's Thesis of Isfahan Pardis University*. [In Persian].
- Williamson, J. (2002). *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyars.
- youssefi sadeghloo, M; saleh bolourdi, A. (2015). "Body-language expression and cultural-language valuation in sports discourses of women's society". *Journal of Lingual Inquests*. Online Publication at 2018.Jan.12. [In Persian].
- Zambouri Seighalani, E. (2012). "Sport Images Semiotics "Commercials and Sport Character pictures". *Master's Thesis. Islamic Azad University, Tehran Central Branch, College of Arts and Architecture*. [In Persian].