

تحلیل نشانه‌شناختی طراحی پسامدرن

بابک امرایی*

Semiotic Analysis of Postmodern Design

Babak Amraei*

Abstract

Since the late 1960s, a pioneering design approach gradually emerged that is referred to now as the postmodern approach. Design, architecture and in general terms, post-modern art (similar to other cultural forms of post-modernism) have so many complexities that it is actually quite difficult to define a set criteria for recognition, classification and differentiation of post-modern from modern art.

This paper, using semiotic theories as analytical tools, attempts to define various concepts and indicators which it then uses to study famous works designed by well-known designers and architects with a post-modern approach. The findings suggest that the signs in post-modern works have gone through major changes compared to their modern counterparts. The best example is the re-employment of iconic signs in post-modern designs. Post-modern works have enormous connotations and their process of semiosis and signification are endless. Moreover, the post-modern designer employs syntagmatic and paradigmatic approaches, allowing viewers to interact with the artwork. Finally, post-modern designs address sensual perceptions. In fact, the greatest function of post-modern designs in terms of communication is their ability to relate emotionally with viewers.

Keywords

Industrial design, Post-modern, Semiology.

چکیده

از اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی، طراحی پیشتاز به سمتی رفته است که آن را پست‌مدرن می‌نامیم. طراحی، معماری و به طور کلی هنر پست‌مدرن (همانند سایر شاخه‌های فرهنگی پست‌مدرن) دارای آنچنان پیچیدگی‌هایی است که تا به امروز ملاک‌های صحیحی برای شناسایی، تفکیک و طبقه‌بندی آثار پست‌مدرن از آثار مدرن وجود ندارد. در این مقاله با تبیین مبانی نظری نشانه‌شناسی به عنوان ابزار نقد، برخی مفاهیم و مؤلفه‌ها استخراج شده، سپس توسط این مؤلفه‌ها، برخی آثار شاخص که توسط طراحان و معماران بنام و داعیه‌دار پست‌مدرنیسم طراحی شده‌اند، مورد بررسی قرار گرفته است.

بر اساس نتایج این پژوهش، نشانه‌های آثار پست‌مدرن نسبت به هم‌تایان مدرن خود تغییراتی بنیادی یافته‌اند که از شاخص‌ترین آنها می‌توان اشاره کرد به اینکه در طرح‌های پست‌مدرن مجدداً از نشانه‌های شمایی به وفور استفاده می‌شود. آثار پست‌مدرن دلالت‌های ضمنی فراوان دارند و فرایند نشانه‌پردازی و دلالت آنها نامحدود است. به علاوه این طراحی از منش همشینی و جانشینی استفاده می‌نماید و برای مخاطب - به عنوان حلقه اصلی فرایند دلالت - امکان تعامل با اثر را فراهم می‌نماید و بالاخره اینکه طرح‌های پست‌مدرن، ادراک احساسی مخاطب را مورد توجه قرار می‌دهد و کارکرد برتر فرایند ارتباطی آثار پست‌مدرن، کارکرد عاطفی است.

واژگان کلیدی

طراحی صنعتی، پست مدرن، نشانه‌شناسی.

*کارشناس ارشد طراحی صنعتی. عضو هیئت علمی دانشگاه هنر اسلامی تبریز.

نویسنده مسئول ۰۹۱۴۸۰۵۰۳۱۰ babakamraee@yahoo.com

*M.A in Industrial Design, scientific board member of the Tabriz Islamic Art University. Tabriz. Iran.

مقدمه

با وجود بی‌شمار کتاب و مقاله‌ای که در زمینه «پست‌مدرن»، «پست‌مدرنیته» و «پست‌مدرنیسم»^۱، نگارش یافته‌اند، یک تعریف جامع و متفق از این اصطلاح وجود ندارد [Hassan, 1992: 196-198]. شاید مهم‌ترین ویژگی پست‌مدرن که اجماع عمومی بر آن وجود دارد، مرزهای نامشخص، فضای مبهم و ابهام موجود در آن است [هاوثورن، ۱۳۸۰: ۱۳۲]. یکی از اولین دلایل چنین ابهامی این است که در پست‌مدرنیته، دیگر، ابرمردانی نداریم که منبع صدور فراروایت^۲ و ایدئولوژی باشند، بلکه شارحانی داریم که به تفسیر وضعیت موجود می‌پردازند. یکی از متنفذترین شارحان وضعیت پست‌مدرن «ژان فرانسوا لیوتار»^۳ می‌باشد. لیوتار، مهم‌ترین ویژگی وضعیت پست‌مدرن را «پایان فراروایت‌ها» یا «نفی روایت‌های کلان»^۴ می‌داند [لیوتار، ۱۳۸۰: ۵۴]. در وضعیت پست‌مدرن به طور عملی ترها و ایدئولوژی‌های تمامیت‌خواه مدرن از حیث انتفاع ساقط شده‌اند. نفی و بی‌اعتباری روایت‌های کلان به معنی امکان حضور سایر روایت‌های به حاشیه رانده‌شده، در متن جامعه است. این امر باعث ایجاد فضای متکثر در جامعه می‌شود.

پس کثرت‌گرایی^۵، ویژگی دیگری است که همراه با رشد ویژگی اول، تبلور می‌یابد. بسیاری کثرت‌گرایی را مهم‌ترین ویژگی دوران پست‌مدرن دانسته و برخی آن را تنها «ایسم» رایج در این دوران می‌دانند [نوذری، ۱۳۷۹: ۳۲۱].

این دو ویژگی در کنار بسیاری دیگر از پدیده‌های اجتماعی و اقتصادی، مانند سیاست‌های نئولیبرال^۶ و جهانی‌سازی^۷، باعث شکل‌گیری پارادایم فرهنگی جدیدی گردیده است که در همه عرصه‌های فرهنگی از جمله - و به ویژه - در معماری و طراحی صنعتی تجلی یافته است. بیان ابهام‌آمیز و جهانی - بومی رایج در این عرصه‌ها باعث شده است که ما تحلیل صحیحی از طراحی پسامدرن نداشته باشیم. نبود محک مناسب برای سنجش و شناسایی آثار پست‌مدرن منجر به این شده است که قضاوت‌ها در این زمینه، احساسی و همراه با حب و بغض باشند. هدف این پژوهش دستیابی به معیارهایی برای ارزیابی و شناخت آثار پست‌مدرن می‌باشد. برای دستیابی به این هدف از دانش نشانه‌شناسی به عنوان ابزار و ملاک سنجش استفاده شده است.

۱. مبانی نظری؛ نشانه‌شناسی^۸

نشانه‌شناسی، دانشی است با پیشینه‌ای بسیار کهن و در تقریراتی که در تاریخ این علم وجود دارد، می‌توان رد قلم بسیاری از چهره‌های شاخص تاریخ فلسفه و اندیشه، از افلاطون و ارسطو گرفته تا سن آگوستین^۹ و ویلیام اوکام^{۱۰} را یافت [کابلی و یانتس، ۱۳۸۰: ۶]. در واقع می‌توان نشانه‌ها را در طول تاریخ و در میان ملت‌های مختلف و با رویکردهای نظری گوناگون موضوعی برای تأمل دید. ولی با این وجود، این دانش در ابتدای قرن بیستم با تحولی بنیادی روبرو شد، به نحوی که می‌توان آن را دانشی کاملاً نوین قلمداد نمود؛ زیرا هم به لحاظ رویکردها و هم به لحاظ حجم دستاوردها، نشانگر بانی مستقل در اندیشه است. این تحول، مدیون اندیشه‌ی نافذ دو اندیشمند به نام‌های «فردیناند دو سوسور»^{۱۱} و «چارلز سندرس پیرس»^{۱۲} است.

این دو اندیشمند، رویکردهای مشابهی به زبان، نشانه و دلالت دارند و ماهیت و هویت زبان را - به طور کلی - در آن واحد بررسی می‌کنند، نه تغییرات در زمانی یک زبان خاص را [دینه سن، ۱۳۸۰: ۴۲]. تقریباً در هر کتابی که پیرامون نشانه‌شناسی نوشته شده این قسمت از کتاب دوره «زبان‌شناسی عمومی» آمده است که: «زبان، دستگاهی است از نشانه‌ها که بیانگر افکارند و از این رو با خط، القابی کر و لال‌ها، آیین‌های نمادین، شیوه‌های ادای ادب و احترام، علایم نظامی و غیره سنجش‌پذیر است. هرچند فقط زبان مهم‌ترین این دستگاه‌هاست به این ترتیب می‌توان دانشی را در نظر گرفت که به بررسی نقش نشانه‌ها در زندگی جامعه می‌پردازد» [سوسور، ۱۳۷۸: ۲۳ و ۲۴].

وی در ادامه همین مطلب آورده است که: «زبان‌شناسی تنها بخشی از این دانش عمومی است. قوانینی را که نشانه‌شناسی کشف خواهد کرد می‌توان در زبان‌شناسی به کار برد». تقریباً در همین زمان در ایالات متحده رویکردی مستقل ولی مشابه، به نشانه‌شناسی، توسط چارلز سندرس پیرس در جریان بود.

تفاوت بین سوسور و پیرس از نگرش دوگانی سوسور و سه‌گانی پیرس آغاز می‌شود. دو رکن نشانه از دیدگاه سوسور عبارت است از: دال^{۱۳} و مدلول^{۱۴}. در دیدگاه سوسور هم دال و هم مدلول جنبه روانشناختی دارند و هیچ یک جنبه مادی ندارند. دال به زعم

سوسور یک تصویر صوتی است و مدلول عبارت است از مفهومی که دال به آن دلالت می‌کند و در آن ارجاع به مصداقی مادی مطرح نیست، بلکه ارجاع به مفهومی ذهنی است [سوسور، ۱۳۷۸: ۹۶].

چارلز سندرس پیرس یک الگوی سه‌گانه برای روابط درونی نشانه ارائه داد. ارکان سه‌گانه‌ای که وی برای نشانه مطرح می‌کند عبارت است از: ۱- نمود (یا خود نشانه)^{۱۵} ۲- تعبیر (تفسیر)^{۱۶} و ۳- مصداق (یا مرجع دلالت، یا موضوع)^{۱۷}. نمود، عبارت است از "صورتی که نشانه به خود می‌گیرد" [سجودی، ۱۳۸۳: ۳۰].

تعبیر، عبارت است از معنا و مفهومی که می‌توان از نشانه دریافت و در واقع حاصل واقعی دلالت است. هر تعبیر می‌تواند خود به عنوان یک نشانه/ بازنمون دیگر عمل کند، نشانه‌ای که یک تعبیر دیگر را به وجود خواهد آورد. آن تعبیر نیز نشانه‌ی دیگری خواهد شد و این روند همین طور تا بی‌نهایت ادامه پیدا خواهد کرد. لذا پیرس، معتقد است که "معنای بازنمود هیچ نیست مگر بازنمودی دیگر". «امبرتواکو»، همین مفهوم تعبیرهای متوالی (بالقوه) نامحدود را «نشانه‌ی نامحدود» نامیده است [همان: ۳۱] که در ادامه بیشتر پیرامون آن صحبت خواهد شد.

سومین بخش از ارکان نشانه پیرس، موضوع یا شیء - مصداق - می‌باشد که به بیانی ساده می‌توان گفت که شیء آن چیزی است که بازنمون به جای آن قرار گرفته است و به عبارتی تفسیر بازنمون با آن برابر فرض می‌شود. در این دیدگاه، هر بازنمونی یک مصداق در عالم واقع دارد که بازنمون خود را بجای آن و برابر با آن قرار داده است.

در ادامه، جهت استخراج مؤلفه‌ها و معیارهای سنجش آثار پست‌مدرن، نشانه و فرآیند دلالت را از چند زاویه بررسی کرده و انواع حاصله را مورد تحقیق قرار می‌دهیم.

۱.۱. تمایز سیگنال و نشانه

در بررسی یک نشانه، اولین گام - که معمولاً نادیده انگاشته می‌شود - بررسی این مسئله است که آیا واقعاً موضوع ما یک نشانه است یا خیر. پس باید ببینیم که نشانه چیست و با چه چیزهایی ممکن است اشتباه گرفته شود؟ در تعریف می‌توان گفت که "نشانه محرک یا جوهر محسوسی است که تصویر ذهنی آن، در ذهن ما با تصویر ذهنی محرکی دیگر تداعی می‌شود. کارکرد محرک نخست برانگیختن محرک دوم با هدف برقراری ارتباط است" [گیرو، ۱۳۸۳: ۳۹].

با این وجود هر نوع ارتباطی یک فرآیند دلالت محسوب نمی‌شود، یک شرط اساسی برای نشانه ایجاد فرآیند دلالت به معنی ایجاد واکنشی تفسیری در مخاطب می‌باشد. به این ترتیب، هر محرکی را نمی‌توان نشانه قلمداد کرد. زیرا ممکن است که محرک مورد نظر در یک زنجیره ارتباطی منحصراً برانگیزنده^{۱۸} باشد و هیچ دلالتی را در پی نداشته باشد. امبرتواکو در کتاب «یک نظریه نشانه‌شناسی»^{۱۹} این نوع محرک‌ها را «سیگنال» نام نهاده است. وی میان دو مقوله ارتباط و دلالت تفاوت قایل شده است. در فرآیند ارتباط یک سیگنال از یک منبع، به وسیله یک رسانه به یک گیرنده انتقال می‌یابد. در این فرآیند ما هیچ نوع دلالت و معنادهی نداریم، بلکه تنها انتقال مقداری اطلاعات داریم، درحالی‌که فرآیند دلالت یک واکنش تفسیری و معنادهی در مخاطب به وجود می‌آورد [Eco, 1979: 8]. لذا اکو، سیگنال را در خدمت فرآیند ارتباط و نشانه را عامل دلالت دانسته و بین این دو تفاوت قایل است. وی در عین حال به این مطلب اشاره می‌کند که به دلیل فرایندهای پیچیده فرهنگی، عملاً تفکیک فرایندهای ارتباطی از فرایندهای دلالتی بسیار دشوار است، لیکن وی به طور کلی محصولات و بناهای معماری را در فرآیند ارتباطی قرار می‌دهد [Ibid: 12]. البته این درست است؛ زیرا در این موضوعات بیشتر با فرایندهای ارتباطی و انتقال سیگنال مواجه هستیم ولی وجود نشانه و دلالت را نیز نمی‌توانیم نادیده بگیریم. از آنجا که درک تفاوت‌های سیگنال و نشانه به طور ویژه در درک یک شیء و یا یک تصویر اهمیت دارد، لذا در ادامه مختصراً به برخی از مهم‌ترین تفاوت‌های سیگنال و نشانه، اشاره می‌کنیم:

۱. یک شرط اساسی برای نشانه، ایجاد فرآیند دلالت به معنی ایجاد واکنش تفسیری در مخاطب است.

۲. نشانه‌ها در ذهن مخاطب باعث ایجاد فرایند «نشانه‌پردازی» نامحدود می‌شوند، در حالی که سیگنال‌ها نه از طریق نشانگی نامحدود (دلالت‌های متوالی) و نه از طریق دلالت‌های ضمنی (همبستگی هم‌زمان با چند مدلول)، قادر به ایجاد این فرایند نیستند.

۳. تفاوت دیگر سیگنال و نشانه وجود «رمزگان» می‌باشد. رمزگان یا «لانگ»، مجموعه قراردادهایی است که بین اعضای یک جامعه شناخته شده هستند. هر نوع دلالتی بر اساس یک قرارداد فرهنگی صورت می‌گیرد درحالی‌که در فرایند ارتباطی قراردادی در کار نیست و سیگنال، محرکی است که هیچ معنایی ندارد و تنها سبب یا برانگیزنده چیزی است، ولی نشانه همیشه عنصری است از سطح بیان که با یک (یا چند) عنصر از سطح محتوا همبسته است و به جای آنها می‌نشیند [Eco, 1979: 8&32].

۲.۱. انواع نشانه از نگاه پیرس

در میان طبقه‌بندی‌های گوناگون انواع نشانه، یکی از طبقه‌بندی‌هایی که حتی امروزه نیز مورد توجه و اقبال دنیای نشانه‌شناسی است، طبقه‌بندی سه‌گانه پیرس می‌باشد. پیرس نشانه‌ها را به طور کلی (چه زبانی و چه غیر زبانی) به سه گروه عمده شمایی، نمایه‌ای و نمادین تقسیم نموده است. «این روش بیشتر از آنکه به عنوان روشی برای ایجاد تمایز میان «انواع نشانه» مفید باشد، «روش‌های ارتباط» میان حامل‌های نشانه و موارد ارجاعی را نشان می‌دهد» [چندلر، ۱۳۸۷: ۶۶]؛ یعنی پیرس در این تقسیم‌بندی به نوع رابطه نمود و مصداق توجه نموده است.

نمایه^{۲۰}: نمایه، نشانه‌ای است که میان صورت و معنی‌اش رابطه علی وجود داشته باشد. چیزی شبیه به آنچه در سنت طبیعی می‌نامند مثل «دود» که نشانه «آتش» است، یا «حرارت» بالای بدن به نشانه «تب» به عبارتی رابطه بین نشانه و شیء از طریق واقعی و علی است نوعی نسبت درونی و وجودی دارد و صرفاً وابسته به ذهن تفسیرگر نیست [احمدی، ۱۳۸۳: ۴۳؛ صفوی، ۱۳۸۳: ۳۵].

شمایل^{۲۱}: شمایل، نشانه‌ای است که میان نشانه و مصداق نوعی شباهت صوری وجود داشته باشد. در سنت این نوع نشانه را نشانه تصویری می‌نامند. مثل عکس یا نقاشی یک صورت که به صاحب آن صورت دلالت دارد [احمدی، ۱۳۸۳: ۴۳؛ صفوی، ۱۳۸۳: ۳۵]. شناخت نشانه‌های شمایی ظرافت‌های خاصی را طلب می‌کند، یکی از موضوعاتی که باید به آن دقت شود این است که واژه شمایی، تداعی‌گر تصویری بودن است در حالی که نمی‌توان نشانه‌های شمایی را به حوزه تصاویر محدود کرد. بلکه در همه انواع رمزگان و در واقع رسانه‌ها می‌توان با چنین نشانه‌هایی روبرو شد. به عنوان مثال، کلماتی مانند «جیرجیر»، و یا «تق تق» با مرجع خود ارتباط شمایی دارند. موضوع دیگری که باید به آن دقت شود این است که همه نشانه‌های بصری شمایی نیستند، به عنوان مثال همین حروف الفبایی که با مرجع خود هیچ‌گونه شباهت صوری ندارند. با وجود توضیح داده شده باید به یاد داشته باشیم که در نشانه شمایی رابطه عنصر سطح بیان و عنصر سطح محتوا، در عین وجود شباهت، از نوع علت و معلولی نیست و قرارداد در آن نقش بسزایی دارد.

نماد^{۲۲}: نشانه‌ای است که میان صورت و معنی‌اش رابطه کاملاً قراردادی (قرارداد نشانه‌شناسیک) وجود داشته باشد مانند «چراغ قرمز» به معنی ایست [صفوی، ۱۳۸۳: ۳۵]. پس می‌توان گفت: در نمادها، دال مشابه مدلول نیست و هیچ نوع رابطه علی با آن ندارد و این دو بر اساسی کاملاً اختیاری با یکدیگر همبسته شده‌اند و رابطه آنها براساس قراردادی می‌باشد که اعضای جامعه کاربر، آن را یاد می‌گیرند.

اگر در نشانه‌شناسی از طیف وسیع دانش‌هایی که نشانه‌های نمایه‌ای را مورد بررسی قرار می‌دهند، چشم‌پوشی کنیم، خواهیم دید که قسمت اعظم نشانه‌ها از این نوع (نماد) هستند، خود زبان به عنوان بزرگ‌ترین نظام نشانه‌ای منشی کاملاً نمادین دارد [احمدی، ۱۳۸۳: ۴۴]. در نشانه‌های زبان و سایر نظام‌های نشانه‌ای اغلب، عناصر سطح بیان (دال‌ها/ بازنمون‌ها) به واسطه قراردادی کاملاً دلخواهی به عناصر سطح محتوا (مدلول/ تعبیر) پیوند خورده‌اند و در این پیوند هیچ نوع رابطه علی و یا صوری، دال را به مدلول وابسته نمی‌کند.

میزان قراردادی بودن نمایه، شمایل و نماد به ترتیب افزایش می‌یابد. سطح قرارداد در همه موارد قابل رؤیت است، و تعیین اینکه یک نشانه به طور مطلق در کدام دسته قرار می‌گیرد، غیر ممکن است، "خطوط قاطع جداکننده‌ای بین این سه شکل نشانه وجود ندارد" [چندلر، ۱۳۸۷: ۷۵]؛ زیرا نشانه در اینجا نیز منشی نسبی و متأثر از بافت دارد. همانطور که یک نشانه در بافت موجودیت خود را به دست می‌آورد، به همان ترتیب نیز، جنسیت خود را از بافت می‌گیرد. در عین حال، هر نشانه‌ای همواره هر سه سطح یادشده را در خود دارد.

۳.۱. سطوح دلالت

از دیگر مباحث نشانه‌شناسی که به تحلیل ما کمک خواهد نمود، بحث «سطوح دلالت» می‌باشد. "به لحاظ نظری، یک ارتباط هنگامی ارتباط مؤثری قلمداد می‌شود که در آن یک مدلول با یک و فقط یک دال مربوط باشد و یک دال هم فقط یک مدلول را بیان کند" [گیرو، ۱۳۸۳: ۴۶]. وقتی یک دال فقط با یک مدلول همبسته باشد، دلالت صریح است و واضح، و وقتی یک دال با دو یا چند مدلول همبسته باشد، به سایر دلالت‌ها دلالت ضمنی می‌گوییم. در دلالت‌های ضمنی، معنی مبهم و وابسته به ذهن مخاطب است. در نتیجه هم در مکتب سوسور و هم در مکتب پیرس، رابطه ایجابی دال و مدلول پذیرفته نیست. اشاره کردیم که پیرس در فرایندی نامحدود، تعبیر را باز نمودی برای تعبیری دیگر می‌دانسته است. سوسور نیز معنای نشانه را وابسته به نظامی اثباتی و ایجابی نمی‌داند، بلکه آن را وابسته به فرایندی سلبی می‌داند که بر اساس بافت تعیین می‌یابد. به عبارت بهتر، سوسور معنای فرایند ارتباطی زبان را ناشی از کارکرد دیالکتیکی بین یک فرایند ایجابی و یک فرایند سلبی می‌داند، به این معنی که نشانه از یک سو دلالت خود را از طریق سلب نشانه‌های دیگر و در روندی افتراقی متمایز می‌کند، و از سوی دیگر در درون دامنه‌ای که به گونه‌ای سلبی ایجاد شده است به دلالتی ایجابی می‌رسد [سجودی، ۱۳۸۳: ۲۸]. به این ترتیب، یک دال می‌تواند با دو یا چند مفهوم همبسته باشد و یا برعکس. نشانه‌شناسانی همچون لویی یلمسلف^{۳۳} و رولان بارت^{۳۴} با بحث درباره مفهوم دلالت ضمنی نشان دادند که تفکیک دلالت‌های صریح و ضمنی از یکدیگر غیرممکن است و فرایند دلالت، فرایندی نامحدود است [بارت، ۱۳۷۰: ۵۷؛ مکاریک، ۱۳۸۴: ۱۲۸]. تعیین نهایی معنی، تنها در ذهن مخاطب و بر اساس بافت صورت می‌گیرد.

دلالت‌های ضمنی در ذهن مخاطب از طریق دو فرایند کلی شکل می‌گیرند، یکی فرایند پیوستگی یک دال با چند مدلول و بر عکس می‌باشد، و دیگری فرایند «نشانه‌پردازی نامحدود» است که پیرس منشأ آن را ناشی از نوعی پویایی درونی در فرایند دلالت می‌داند و معتقد است که تعبیر خود در مقام باز نمونی دیگر عمل نموده و باعث تداعی مفهومی ثانویه در ذهن می‌گردد.

۴.۱. منش همنشینی و جانشینی

دو مفهوم جانشینی و همنشینی، وابسته به دو مفهوم کلان سوسوری «لانگ»^{۲۵} یا زبان و «پارول»^{۲۶} یا گفتار هستند که در نشانه‌شناسی مکتب سوسور جایگاه بسیار ویژه‌ای دارند. سوسور برای نشانه به خودی خود ارزشی قایل نیست و ارزش نشانه را وابسته به ارتباط آن با سایر نشانه‌ها و «تفاوت» با آنها می‌داند. از این رو، وی ارتباط نشانه‌ها با یکدیگر را در دو بعد طبقه‌بندی می‌نماید؛ لانگ و پارول.

بعد لانگ یا زبان که برای سهولت تعمیم به سایر نظام‌ها از آن به نام «مرزگان» نیز یاد می‌شود، شامل نظامی از تفاوت میان نشانه‌ها می‌باشد که کاملاً انتزاعی و اجتماعی بوده، و به صورت بالقوه در آن واحد وجود دارد [سجودی، ۱۳۸۳: ۲۴]. کسی که به یک زبان تکلم می‌کند، در آن واحد به مجموعه نظام‌مندی از نشانه‌های آن زبان احاطه دارد و این نشانه‌ها در ذهن فرد ارتباط نظام‌مندی با یکدیگر دارند. بعد دوم رابطه نشانه‌ها با هم، از همنشینی آنها در کنار یکدیگر و در نظام پارول و یا گفتار صورت می‌گیرد. بعد پارول یا گفتار، ساحت عینیت و تحقق است و در آن عناصر بر اساس توالی زمانی (و یا مکانی) در کنار یکدیگر قرار گرفته و در ارتباط متقابل با یکدیگر معنی یافته و منجر به انتقال پیام می‌شوند [گیرو، ۱۳۸۳: ۵۱]. در بحث جانشینی توجه معطوف به نشانه‌هایی است که می‌توانستند جانشین نشانه موجود شوند، و در بحث همنشینی توجه معطوف به رابطه نشانه‌های مجاور یکدیگر است.

۵.۱. کارکردهای پیام

«رومن یاکوبسن»^{۲۷} نشانه‌شناس و زبان‌شناس شهیر روسی و عضو مؤسس «حلقه زبان‌شناسی پراگ»^{۲۸} شش کارکرد را برای زبان طرح کرد که تقریباً قابل تعمیم به سایر اشکال ارتباط می‌باشد. این شش کارکرد در هر پیامی می‌توانند بطور همزمان وجود داشته باشند، ولی با توجه به اینکه کدام‌یک از آنها بر پیام مسلط باشد، کارکرد پیام تعیین می‌شود. برای درک بهتر نظر وی باید بدانیم که وی برای برقراری ارتباط، وجود شش رکن را ضروری می‌داند: ۱- موضوع یا مرجع. ۲- نشانه‌ها. ۳- رمزگان. ۴- وسیله انتقال. ۵- فرستنده. ۶- و در نهایت گیرنده. هریک از کارکردهای پیام با تمرکز بر یکی از این ارکان شکل می‌گیرد [گیرو، ۱۳۸۳: ۱۹].

۱- کارکرد ارجاعی: "شالوده هرگونه ارتباطی است. این کارکرد روابط میان پیام و موضوعی که پیام به آن ارجاع می‌دهد را مشخص می‌کند. در اینجا مسئله اساسی همانا فرمول‌بندی اطلاعات حقیقی، عینی، قابل مشاهده و اثبات‌پذیر در باب مرجع پیام است" [همان: ۲۰].

۲- کارکرد عاطفی: "به اعتقاد یاکوبسن در نقش عاطفی زبان، جهت‌گیری پیام به سمت گوینده است پیام‌هایی از این دست احساس گوینده را به امری می‌نمایند، خواه این احساس حقیقی باشد و خواه گوینده وانمود کند که چنین احساسی دارد" [صفوی، ۱۳۸۲: ۲۳]. "کارکرد ارجاعی و کارکرد عاطفی به طور هم زمان شالوده‌های مکمل و رقیب در امر ارتباط هستند، به طوری که غالباً از «کارکرد دوگانه زبان» سخن می‌رود: یکی کارکردی شناختی، عینی، و دیگری کارکردی احساسی و ذهنی" [گیرو، ۱۳۸۳: ۲۱]. کارکرد ارجاعی را می‌توان منطقی، صریح و علمی دانست و کارکرد عاطفی را احساسی، ضمنی و هنری دانست.

۳- کارکرد حکمی (کنایی یا ترغیبی): "در نقش (کارکرد) ترغیبی زبان، جهت‌گیری پیام به سمت شنونده است. گوینده پیامی را به شنونده منتقل می‌کند که به واکنش شنونده منجر می‌شود" [صفوی، ۱۳۸۳: ۲۳]. حکم می‌تواند پیامی منطقی باشد یعنی پیامی که توسط منطقی فرد و تعقل وی دریافت شود و در عین حال می‌تواند پیامی احساسی باشد یعنی عواطف و احساسات مخاطب را تحریک کند. بنابراین در کارکرد حکمی ما حتماً شاهد واکنشی از گیرنده خواهیم بود که می‌تواند منطقی یا احساسی باشد؛ درست مثل تمایزی که در کارکرد ارجاعی و کارکرد عاطفی به چشم می‌خورد.

۴- کارکرد هنری: یک پیام زمانی دارای این کارکرد می‌شود که تأکیدش بر خودش باشد یعنی مرجع پیام خود پیام باشد: "این پیام دیگر ابزار ارتباط نیست بلکه موضوع آن است" [گیرو، ۱۳۸۳: ۲۲].

۵- کارکرد همدلی: هنگامی که تأکید یک پیام بر خود ارتباط باشد کارکرد همدلی بر آن مسلط گردیده است "رومن یاکوبسن نشانه‌هایی را تحت این عنوان متمایز می‌کند که نقش‌شان اساساً «برقراری» ادامه یا قطع ارتباط، جلب توجه مخاطب یا حصول اطمینان از هشیاری اوست" [همان: ۲۲].

۶- کارکرد فرازبانی: در این کارکرد، تأکید پیام بر رمزگان است و در آن سعی می‌شود که معنای برخی نشانه‌های دور از ذهن را برای گیرنده بیان کرد. از این جنبه شاید شبیه کارکرد ارجاعی باشد؛ زیرا رمزگان موضوع است.

از آنجا که الگوی ارتباط شناختی یاکوبسن، الگویی منعطف و فراگیر است، برای ما در تحلیل انواع لایه‌های ارتباطی و انواع کارکردهای ارتباط بسیار کارآمد است.

۲. تحلیل آثار طراحی پست‌مدرن

در ادامه بر اساس مبانی نظری یادشده به تحلیل برخی آثار شاخص طراحی پست‌مدرن، به ویژه سرویس‌های چای‌خوری پروژه پیاپای شرکت السی می‌پردازیم.^{۲۹} این آثار، توسط طراحان و معماران بنام و داعیه‌دار پست‌مدرن طراحی شده‌اند و به اتفاق عموم به عنوان آثار پست‌مدرن شناخته می‌شوند. این تحلیل در چهار بخش صورت گرفته است.

۱.۲. نوع نشانه: اول از دیدگاه نوع نشانه‌های بکار رفته به تحلیل موضوعات می‌پردازیم. یعنی از دیدگاه انواع سه‌گانه پیرس.

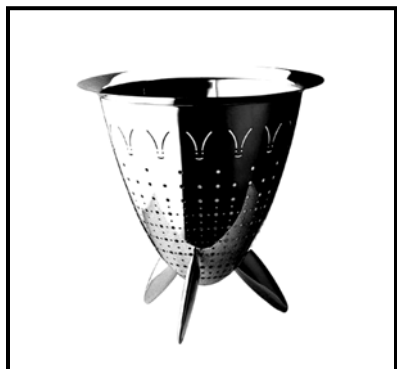
۱.۱.۲. نمایه‌ای

در بررسی نشانه‌های نمایه‌ای در آثار مدرن و پست‌مدرن، اولین سؤالی که ممکن است پیش بیاید این است که آیا اصلاً در یک محصول می‌توان نشانه‌ای نمایه‌ای یافت؟ یعنی نشانه‌ای که رابطه میان دال و مدلول در آن برحسب رابطه علت و معلولی باشد؟ پاسخ مثبت است. دیدن فرم‌های موجود در پیکره یک هواپیمای جنگنده برای اغلب پرسش شونده‌گان مفهوم سرعت را تداعی می‌کند. به این ترتیب می‌توان گفت که فرم‌های یادشده دلالت بر سرعت و تندی کرده‌اند، اگر به تعبیر نشانه‌شناسانه برگردیم، خواهیم دید که فرم‌ها نقش دال را دارند و مفهوم سرعت مدلول آن می‌باشد. در اینجا پیوند بین دال و مدلول - نسبتاً - طبیعی و از نوع رابطه کارکردگرا می‌باشد. زمانی که می‌گوییم که هر فرم با یک احساس (مفهوم) همبسته است در واقع به این رابطه طبیعی تجربی عاطفی اشاره کرده‌ایم. در دوره مدرنیسم سرشت طبیعی فرم‌ها بسیار مورد توجه بود و دستاوردهای علمی به این شیفتگی دامن می‌زد. مثال بارز آن شیفتگی به فرم‌های آیرودینامیک^{۲۰} بود که سبک طراحی و فرم‌پردازی «استریم لاینینگ»^{۲۱} را به راه انداخت. توجه مدرنیسم به اینگونه نشانه‌ها همراه با افراط است، مثال معروف آن مدادترش رومیزی آیرودینامیک «ریموند لویی»^{۲۲} (تصویر ۱) می‌باشد که برای فرم ایرودینامیک آن هیچ استدلالی وجود ندارد. تأکید مدرنیست‌ها بر خلوص فرم‌ها و کارکردی بودن آنها، در واقع تأکید بر همین رابطه طبیعی بین فرم و مفهوم و به عبارتی دال و مدلول می‌باشد، بررسی آثار پست‌مدرن نشان می‌دهد که پست‌مدرنیسم خود را از انحصار آن خارج نموده است.



تصویر ۱. مدادترش آیرودینامیک؛ اثر ریموند لویی. مأخذ: byars, 1999:81

هرچند آثار پست‌مدرن را نباید با آثار مکتب «دکانستراکشن» یکی گرفت، ولی دکانستراکشن به عنوان یکی از مکاتب پس از مدرن و موازی با پست‌مدرن، این دیدگاه را در حداکثر ممکن خود به نمایش می‌گذارد. در دکانستراکشن شاهدیم که تمام روابط طبیعی بین اجزا و مفاهیم‌شان که در معماری تثبیت شده‌اند، نادیده گرفته می‌شود. "معماری بنا به طبیعتش با رابطه تثبیت شده و مشخصی بین دال و مدلول روبروست. ساختارهای عمودی (مانند دیوارها) جداسازی و تحکیم را منتقل می‌کنند، سقف، مدلول پناه را به دنبال دارد، و کف مفهوم ثبات را منتقل می‌کند. در یک کلام، معماری دیکانستراکشن سعی می‌کند این ارتباط‌های محکم متافیزیکی را فرو بپاشد" [نجومیان، ۱۳۸۳: ۴۷] می‌توانیم بجای تعبیر «متافیزیکی» در مورد نوع رابطه تثبیت‌شده دال و مدلول، از واژه «نمایه‌ای» استفاده کنیم. در نمونه‌های مورد بررسی دیده می‌شود که طراحان پست‌مدرن این الزام به نشانه‌های نمایه‌ای را کنار گذاشته‌اند. به این لحاظ، در محصولی مثل کتری هات برتا اثر «فیلیپ استارک»^{۲۳} (تصویر ۲) می‌بینیم که طراح، نشانه‌های نمایه‌ای رایج را برهم زده و به قراردادهای نوینی دست یافته است. باید به یاد داشت که نشانه‌های نمایه‌ای هم به نوعی قراردادی‌اند؛ قرارداد از این روست که در بین علامت‌های مشابه گزینش شده و بکار رفته‌اند. زمانی که برای یک مفهوم از بین دال‌های موجود، دالی طبیعی انتخاب می‌کنیم در واقع یک قرارداد را در لانتگ (رمزگان) مربوطه به ثبت رسانده‌ایم.



تصویر ۳. ماکس ل چینو؛ اثر فیلیپ استارک،
مأخذ: Sweet, 1998:37



تصویر ۲. کتری هات برتا؛ طراحی شده توسط فیلیپ
استارک. مأخذ: Sweet, 1998:36

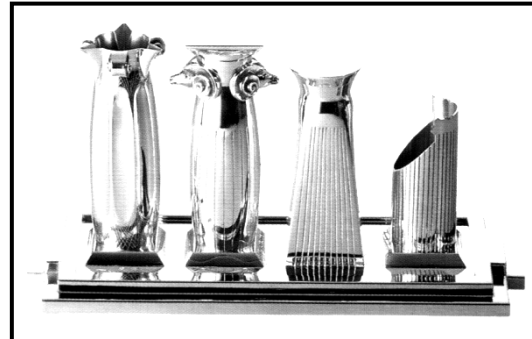
۲.۱.۲. شمایل

شاید از دید نشانه‌شناسی، واضح‌ترین تمایز میان آثار مدرن و پست‌مدرن همین بحث نشانه‌های شمایی باشد و این تنها منحصر به معماری و طراحی نیست و در سایر حوزه‌ها هم به خوبی قابل رؤیت است. در مدرنیسم هرگونه بازنمایی^{۳۴} - اعم از بازنمایی طبیعت، عالم واقع، تاریخگرایی و... - بسیار ناپسند و مردود است [احمدی، ۱۳۸۳: ۵۲]. این موضوع در محصولات و در بناها به شکل حذف کامل هر نوع بازنمون و پرهیز از هرگونه نشان شمایی تبلور یافت، و بکارگیری عناصر و نشانه‌های شمایی از جنس تزئین و عملی کریمه قلمداد می‌شد. فرم‌پردازی‌ها حتماً باید به نحوی صورت می‌گرفتند که شبیه چیزی نباشند، به عبارت نشانه‌شناسانه، فرم‌ها باید طوری طراحی می‌شدند که بازنمون چیز دیگری، بخصوص چیزی از جنس گذشته و یا طبیعت نباشند [hauffe, 1996:70] و این به معنی حذف هر گونه دلالت از طریق شباهت بین دال و مدلول می‌باشد، یعنی حذف نشانه‌های شمایی. به این ترتیب، طراحی‌هایی همچون «آرت دکو»^{۳۵} و حتی استریم لاینینگ، که به این گونه نشانه‌ها تمایل داشتند به عنوان طراحی‌های استالیست، از بدنه اصلی طراحی مدرن (که از دهه ۱۹۵۰ آنرا به نام طراحی خوب^{۳۶} می‌شناسیم) طرد شدند [Julier, 1993:94]. در حالی که پست‌مدرنیسم نشانه‌های شمایی را که از محبوبیت عامی برخوردارند، دوباره به عرصه بازگردانده است. این بازگشت دوباره بسیاری را مجاب می‌کند که با اصطلاحاتی همچون «تاریخ‌گرا»^{۳۷} و «گزینش‌گرا»^{۳۸} و «سقوط ارزش‌های زیباشناختی»، پست‌مدرنیته را رجعتی به گذشته بدانند [نک: کوال، ۱۳۸۰: ۶۸؛ اندرسون، ۱۳۸۰: ۹۲؛ جنکس، ۱۳۷۵: ۱۵].

در این پژوهش، صحت و سقم این مسئله مورد بررسی قرار گرفت. نمونه‌های مورد بررسی نشان می‌دهد که رویکرد پست‌مدرن به نشانه‌های شمایی، تاریخی، طبیعی و غیره به هیچ‌وجه با روش سبک‌ها و شیوه‌هایی چون منریسم، اکلیکتیسم، و یا ناتورالیسم یکسان نیست. طراحی پست‌مدرن با دست‌مایه قرارداد نشانه‌های آشنا، به خلق قراردادها و معانی جدید می‌پردازد تا نشانه‌هایی کاملاً بدیع و ناب خلق کند. در طراحی پست‌مدرن برخلاف شیوه‌های منریست یا گزینش‌گرا، هیچ‌هاله تقدسی گرد نشانه‌های انتخاب‌شده وجود ندارد و دقیقاً برای اجتناب از این مسئله از طنز استفاده شده است. به علاوه شمایل‌های پست‌مدرن رمزپرداخته بوده و در آنها وابستگی به مرجع و مصداق وجود ندارد (به عنوان مثال شمایل کارتونی یک حشره در تصویر ۳). به همین دلیل است که برخی آثار شاخص طراحی پست‌مدرن را «فانتزی دیزاین» نامیده‌اند. اکثراً در طرح‌های فانتزی از نشانه‌های شمایی بسیار گرافیکی و رمزپرداخته و به اصطلاح انتزاعی، استفاده می‌شود.

در سرویس قوری و کتری که «چارلز جنکس»^{۳۹} طراحی کرده است (تصویر ۴) با برخی عناصر روبرویم که کاملاً شمایی هستند. شکل سرستون‌های یونیک، فرم سر قوچ، فرم یک ستون شیاردار و فرم پلکانی سینی همه نشانه‌هایی شمایی هستند که طراح به

بازنمودی‌ترین شکل ممکن آنها را بکار گرفته است. در سرویس دیگری که توسط «استنلی تایگر من»^{۴۰} طراحی شده است (تصویر ۵) نیز با فرم لب در دهنه کتری، فرم گیسو در دسته کتری‌ها و فرم انگشتان در دسته سینی روبرو هستیم.



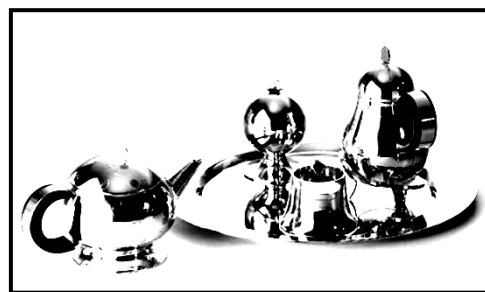
تصویر ۴. سرویس چایخوری اثر چارلز جنکس. مأخذ: Alessi, 2001: 51 تصویر ۵. سرویس چایخوری اثر استنلی تایگر من. مأخذ: Alessi, 2001: 54

سال‌ها بود که عناصری تا این حد شمالی، حتی در عوامانه‌ترین محصولات هم دیده نشده بود، ولی اگر از این دید به موضوع نگاه کنیم که لایه‌های معنایی آنچه می‌تواند باشد؟ قطعاً اولین چیزی که به ذهن می‌رسد اعلام قاطعانه نفی فراروایت‌های مدرنیستی است. فراروایت‌هایی از قبیل «ساده زیباست»^{۴۱} و «فرم تابع عملکرد است»^{۴۲} در این محصولات نفی شده‌اند. به علاوه در نمونه‌های مورد بررسی ولج استفاده از فرم‌های شمالی محرز می‌باشد.

۷۳

اگر همین دو سرویس یادشده را با هم مقایسه کنیم، خواهیم دید که سرویس دوم (اثر استنلی تایگرمن) دارای دلالت‌ها و مفاهیمی مضاعف است. شاید مهم‌ترین آنها طنز باشد که در تشبیه دهنه قوری و کتری به لب و دسته‌های آن به گیسویی بافته شده و همچنین دست‌هایی که سینی را گرفته‌اند، خودنمایی می‌کند؛ و نیز می‌توان از گرافیکی بودن (انتزاعی بودن) و غیر واقع‌نما بودن - نسبت به اثر چارلز جنکس - یاد کرد که باعث می‌شود اثر دلالت‌های ضمنی بیشتری داشته باشد، و به عبارتی از ایهام و بیان دو پهلو حداکثر بهره را ببرد. در حالی که در اثر چارلز جنکس بازنمایی - نشانه‌های تاریخی یونیک و نشانه‌های آرت‌دکو در فرم پلکانی سینی - بر رمزپردازی گرافیکی فرم غلبه کرده و باعث شده است تا بزرگترین نظریه‌پرداز معماری پست‌مدرن در عرصه عمل، نتایجی بسیار ضعیف کسب کند.

حال رویکرد شمالی همین دو سرویس را مقایسه کنید با شمال گل روی بافت سرویسی که توسط «رابرت ونتوری»^{۴۳} طراحی شده است (تصویر ۶)، و در نهایت آنها را مقایسه کنید با قهوه‌جوش معروف «آلدورسی»^{۴۴} که شمال یک ساختمان با گنبد مخروطی دارد (تصویر ۷). در پست‌مدرنیسم ما با نشانه‌های شمالی از هر نوعی روبرو هستیم از سر قوچ چارلز جنکس گرفته تا شمال مستتر و در عین حال واضح خانه در کار برجسته آلدورسی و یا رتیل در آبمیوه‌گیر فیلیپ استارک (تصویر ۸).



تصویر ۷. قهوه‌جوش لاکونیکا اثر آلدو رسی. مأخذ: Sweet, 1998: 28

تصویر ۶. سرویس چایخوری اثر رابرت ونتوری. مأخذ: Sweet, 1998: 26

۳.۱.۲. نماد

نماد در یک محصول می‌تواند آرم شرکت تولیدی و یا حروف و نوشته‌ها و حتی فرم‌ها و رنگ‌های قراردادی برند مربوطه را شامل شود. حوزه نمادها تنها محدود به علائم مستقیم نیست بلکه هر چیزی که در پیکره وجود دارد، از جنس رنگ گرفته تا کیفیت‌های بصری، همگی می‌توانند از مرز سیگنال عبور کرده و به نشانه تبدیل شوند، نشانه‌هایی که جنبه‌های قراردادی و اکتسابی دارند و در فرهنگ‌های مختلف تفاوت می‌کنند.

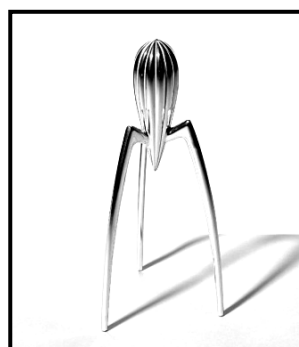
نشانه‌های نمادین در فرم با نشانه‌های نمادین در زبان چند تفاوت دارند. اول اینکه - همانطور که در بحث سیگنال و نشانه آمد - مرز بین سیگنال و نشانه در فرم بسیار نامحسوس و به شدت وابسته به مخاطب است. یک نماد در یک فرم می‌تواند برای مخاطب دیگری چیزی جز یک سیگنال نباشد (مثلاً رنگ نمادین یک برند برای کسی که آن را نمی‌شناسد تنها یک سیگنال است). دوم اینکه قراردادهای فرم، همیشه به صورت اختیاری (و در نتیجه آگاهانه) نیستند، بلکه بر حسب عادت هم بدست آمده‌اند. تداعی‌ها و عادت‌هایی که از محیط و جغرافیا نیز تأثیرپذیر است.

در طراحی مدرن، هدف از برقراری ارتباط، انتقال تنها یک پیام است. طرح خوب مدرن می‌کوشد که تنها یک پیام صریح داشته باشد و سایر پیام‌های ضمنی را حذف نماید. پیام صریح محصول - به لحاظ نظری - عملکرد آن است، لذا طراح مدرن درصدد انتقال پیام عملکردی محصول و حذف سایر دلالت‌های آن است. بدین منظور، طراحی مدرن با هدف کاهش دلالت‌ها، سیگنال‌ها را به نشانه‌ها ترجیح می‌دهد، زیرا سیگنال فرایند تفسیری ندارد [Eco, 1979: 8]. درحالی‌که طراح پست‌مدرن به دلالت‌های ضمنی گرایش دارد. نشانه‌های نمادین با دلالت ضمنی ارتباط بسیار بیشتری دارد؛ زیرا هرچند در این نشانه‌ها حدود دلالت نشانه‌شناسیک قابل شناخت است، ولی حدود تأویل، قابل شناخت و اندازه‌گیری نیست [احمدی، ۱۳۸۳: ۴۴]. لذا، طراح پست‌مدرن نه تنها - به جای سیگنال - به نشانه و نماد گرایش دارد، بلکه دال نمادها را نیز به نحوی انتخاب می‌کند که با لایه‌های معنایی بیشتری ارتباط برقرار کند. این لایه‌های معنایی از کیفیتی زایشی برخوردارند و به مخاطب، این امکان را می‌دهند که در فرآیند نشانه‌پردازی نامحدود به لایه‌های بیشتر و بالاتری از معنا دست یابند. زیرا طراحان و تولیدکنندگان درصددند تا برای مصرف‌کننده چیزهایی بیشتر از عملکرد صرف فراهم نمایند [Sweet, 1998: 38]. بسیاری از موارد مطالعه‌شده در این پژوهش - از جمله سرویس‌های چای‌خوری پروژه پیاپی شرکت آلسی - برای جامعه آماری پرسش‌شونده دارای نمادهایی بودند که اغلب یک و یا چند معنای ضمنی از آن استنباط می‌کردند.^{۴۵}

نمونه‌های مورد بررسی نشان می‌دهد که طراحان پست‌مدرن علاوه بر استفاده فراوان از نشانه‌های شمایی از نشانه‌های نمادین نیز به وفور استفاده می‌کنند. در محصولات پست‌مدرن، نه تنها نشانه‌های نمادین به کار می‌رود، بلکه اغلب خود محصولات نیز به نماد تبدیل می‌شوند، نمادهایی که استفاده از آنها به مصرف‌کننده در شکل‌دهی شخصیت و سبک زندگی کمک می‌کنند. به این ترتیب خود کالاها در بافت فرهنگی معاصر همانند نشانه عمل می‌نمایند [امری، ۱۳۸۹: ۲۴۳]. به عنوان مثال در کتری طراحی شده توسط «اتوره سوتساس»^{۴۶} (تصویر ۹) با هیچ نشانه شمایی یا نوستالژیک مرسوم در پست‌مدرن مواجه نیستیم، بلکه تنها با پیکره‌ای ساده روبرویم که در عین حال به واسطه خطوط فراوان و فرمی ساختار شکنانه از پیچیدگی خاصی بهره گرفته است.



تصویر ۹. کتری اثر اتوره سوتساس.
مأخذ: Fiell, 2001: 161



تصویر ۸. آبمیوه‌گیر جویسی سلیف، اثر فیلیپ استارک.
مأخذ: Alessi, 2001: 84

ساختارشکنی از روابط نمایه‌ای در فرم و پیچیدگی این محصول باعث می‌شود که کل آن به یک نماد تبدیل شود. این امر در سایر نمونه‌ها نیز قابل رؤیت است. مثلاً در کتری هات برتا (تصویر ۲) نیز همین قراردادهای نوین بصری و ساختارشکنی از قراردادهای شناخته‌شده، دیده می‌شود. اکثر شاغلان و دانشجویان طراحی صنعتی و معماری پرسش شوند در این پژوهش، دلالت این نمادها را با جملات نه چندان صریح ولی مشابه بیان کردند. این محصول برای اغلب آنان دلالت بر رد دستورالعمل‌های زیبایی‌شناسانه مدرنیته و شکستن قراردادهای موجود دارد. لذا می‌توان گفت که طراحی پست‌مدرن به استفاده از نشانه‌های نمادین گرایش بیشتری دارد.

منش همنشینی و جانشینی

گفتیم که همنشینی اجزا در کنار یکدیگر پارول یا گفتار را به وجود می‌آورد. در طرح یک بنایا یک محصول هم به همین نحو پیکره به وجود می‌آید. در بررسی نحوه همنشینی و جانشینی نشانه‌ها در آثار پست‌مدرن به کلیت سبکی و شیوه فرم‌پردازی آن خواهیم رسید. یکی از اولین نکاتی که در مقایسه مدرن و پست‌مدرن ایجاد تفاوت می‌کند، تعداد زیاد نشانه‌ها و عناصر موجود در پیکره پست‌مدرن نسبت به مدرن می‌باشد. اصل ساده‌گرایی مدرن می‌کوشید تا عناصر و اجزاء را به حداقل ممکن برساند. درحالی‌که پیکره پست‌مدرن در کمیت عناصر - و حتی مضامین - هیچ محدودیتی برای خود قایل نیست. خود به خود همین کثرت عناصر باعث افزایش دلالت‌ها و معانی خواهد شد. نکته دیگر، این است که مدرنیسم به همنشینی، توجهی خاص داشت. اساتید مدرنیسم به طرز بسیار ماهرانه‌ای پیکره را سازمان می‌داند به نحوی که هر نشانه تنها می‌توانست پیامی را انتقال دهد که از وی انتظار می‌رفت این کار به معنی کاهش امکان جانشینی بود. مدرنیسم به وسیله همنشینی‌های دقیق امکان جانشینی را به حداقل ممکن می‌رساند.

مدرنیست‌ها از یک‌سو با کاهش دال‌ها و نشانه‌ها دلالت را کاهش می‌دادند زیرا می‌دانستند که "هرچه دلالت معنایی افزون شود، دلالت‌های ضمنی بیشتری امکان ظهور می‌یابد" [احمدی، ۱۳۸۳: ۵۷] و از دیگر سو با توجه دقیق به همنشینی، امکان جانشینی نشانه‌ها و در نتیجه تغییر معانی و یا ایجاد معانی جدید را به حداقل می‌رساندند.

معماران مدرن همراه با طراحی یک بنا اغلب طراحی اثاثیه و مبلمان آن را نیز به عهده می‌گرفتند و کسی مانند «فرانک لوید رایت»^{۴۷} حتی محل دقیق اشیایی مثل صندلی را نیز تعیین می‌کرد و با این کار امکان دلالت‌هایی دیگر که از طریق جانشینی بدست می‌آمدند را از آن می‌گرفت. در محصولات هم رویکردهای مشابهی وجود داشت. خود خنثی‌بودن و بی‌احساس بودن رنگ‌ها و فرم‌های مدرنیسم دلیلی بر همین تمایل به کاهش دلالت‌ها می‌باشد.

در حالی که مدرنیسم هرگونه امکان تغییر و تحول در طرح را ناپسند می‌دانست، پست‌مدرنیسم آغوش خود را به روی این تغییرات گشوده است. یکی از دلایل این امر آگاهی نسبت به نقش گیرنده و مخاطب در چرخه ارتباطی و در نتیجه پذیرش حق کاربر به عنوان مخاطب در چرخه استفاده از محصول می‌باشد. اینک در پست‌مدرن با مفاهیمی مثل کاربرمحور، کاربرد دوست، مشتری‌مدار و... مواجهیم و محصولاتی می‌بینیم که توسط کاربر مونتاژ می‌شوند. این رویکرد منجر به ایجاد محصولات مدولار شده است که برخی شرکت‌های اتومبیل‌سازی برای خریدار فراهم می‌کنند تا بتواند قطعاتی مثل سپر، صندلی‌ها، چراغ‌ها، داشبورد و اجزایی از این قبیل را از بین چند مدل انتخاب کند، همین موضوع را در گوشی‌های موبایل، سرویس‌های غذاخوری و بسیاری وسایل دیگر می‌توان دید که در واقع چیزی نیست جز امکان جانشینی و همنشینی در پیکره. پس امکان استفاده از جانشینی و همنشینی را می‌توان یکی از خصوصیات پیکره پست‌مدرن دانست خصوصیتی که کثرت‌گرایی را برای طراح مقدر می‌نماید [پیربایی و امرایی، ۱۳۸۸: ۶۹-۷۶].

۲.۲. سطوح دلالت

در مبانی نظری به دو فرایند شکل‌گیری دلالت‌های ضمنی اشاره شد که عبارت بودند از پیوستگی یک دال با چند مدلول و بر عکس، و دیگری فرایند «نشانه‌پردازی نامحدود» که در آن هر مدلول، خود تبدیل به دال یک دلالت دیگر می‌شود.

در مدرنیسم براساس فراروایت کارکردگرایی (Functionalism) و تأکید ویژه‌ای که بر عقلانیت وجود دارد، معیار یک طراحی خوب این است که فرم تنها تابع و بیانگر عملکرد باشد و از هر چیز مازادی اجتناب نماید. هدف از طراحی، برقراری ارتباطی صریح و بدون زواید است، لذا سعی بر آن است که عناصر و نشانه‌ها به نحوی انتخاب شوند و در کنار یکدیگر قرار بگیرند که با ایجاد محدودیت‌های روشن و صریح در راه تفاسیر مخاطب، امکان هرگونه خوانش گشوده را از بین ببرد و یک متن بسته^{۴۸} ایجاد کند که تنها حاوی پیام منطقی و عملکردی باشد [مکاریک، ۱۳۸۴: ۲۷۵]. درحالی‌که طراحی پست‌مدرن - با رد فراروایت‌های طراحی مدرن - تسلط یک دلالت صریح مبتنی بر حقیقت بر سایر دلالت‌ها را نمی‌پذیرد و با انتخاب گزینشی نشانه‌ها و نحوه همنشینی آنها، امکانات لازم برای هر دو فرایند دلالت ضمنی را فراهم می‌نماید. به این ترتیب آثار پست‌مدرن متون گشوده‌ای^{۴۹} هستند که مملو از پیام‌ها و معانی آشکار و پنهان نیت‌مند یا بدون نیت می‌باشند [Klotz, 1992: 235] که از طریق همین دلالت‌های ضمنی به دست آمده‌اند. این دلالت‌های ضمنی موجود در آثار پست‌مدرن، همان چیزی است که از آن به زبان دو پهلو و ایهام در آثار پست‌مدرن، به وفور یاد می‌کنند.

اگر به قهوه‌جوش آلدو رسی (تصویر ۷) توجه کنیم، می‌بینیم که این فرم علاوه بر دلالت بر عملکرد، یک کلبه یا خیمه را نیز در ذهن متداعی می‌نماید. در کتری هات برتا (تصویر ۲) دلالت صریح محصول کتری بودن است و در عین حال ناکتری بودن را نیز دارد. در محصول ماکس لچینو (تصویر ۳) نیز نشانه شمایل‌ی به کار رفته دلالت‌های ضمنی دیگری همچون طنز (Fun) و زنانه‌بودن را انتقال می‌دهد. در سرویس چایخوری، اثر چارلز جنکس، علاوه بر دلالت بر سرویس چایخوری، دلالت به نشانه‌های هنر یونان باستان نیز به چشم می‌خورد و حتی می‌توان گفت که دلالت بر عملکرد (چایخوری) مبهم و کمرنگ‌تر از سایر دلالت‌ها - از جمله بر هنر یونان، پست‌مدرن و ... - است. در سرویس چایخوری استنلی تایگرمن (تصویر ۵) نیز می‌توان علاوه بر عملکرد، دلالت‌هایی همچون طنز و نیز رابطه خانوادگی بین ظروف را ملاحظه نمود. همین محصولاتی که اشاره شد برای طراحان صنعتی تداعی‌گر «شرکت السی» نیز بوده‌اند. به عبارات نشانه‌شناسی می‌توانیم بگوییم که برای طراحان و کسانی که با این برند آشنا هستند، السی بودن نیز یک دلالت ضمنی است.

از رایج‌ترین محتواهایی که به طور ضمنی در آثار پست‌مدرن به چشم می‌خورد می‌توان به طنز، نوستالژی و بومیت اشاره نمود.

۳.۲. کارکردهای پیام و نحوه ادراک

این دو تقسیم‌بندی کاملاً متمایز از یکدیگرند ولی به لحاظ ارتباطی که در ادامه گفته خواهد همزمان مورد بررسی قرار می‌گیرد. گفته شد که از دید یاکوبسن یک پیام، شش نوع کارکرد می‌تواند داشته باشد: ارجاعی، عاطفی، حکمی، همدلی، هنری، و فرازبانی، و نیز اشاره کردیم که دو کارکرد عمده یعنی ارجاعی و عاطفی به دو مقوله شناخت و ادراک منطقی و حسی قابل تقسیم می‌باشند و کارکرد حکمی هم بر اساس این دو مقوله قابل تقسیم است. حال به بررسی این موضوع در نمونه آثار مورد بررسی پست‌مدرن می‌پردازیم.

در مدرنیسم تأکید شدیداً بر ادراک منطقی می‌باشد و از همین رو کارکرد مسلط پیام آثار مدرن، کارکرد ارجاعی می‌باشد که در آن تأکید بر موضوع می‌باشد. این موضوع در پیام یک شیء مدرن چیزی نیست جز اطلاعات عملکردی محصول. یک ابزار مدرن با تکیه بر ادراک منطقی، پیامی ارجاعی پیرامون چیستی خود و نحوه عملکردش با خود دارد. شیء مدرن به خاطر عملکردش موجود است یعنی هستی آن به واسطه عملکردش می‌باشد. در آثار مدرن تکیه پیام بر خود پیام نیست بلکه اثر مدرن تنها درصدد ادراک توسط منطق مخاطب نه احساس وی است. این همان کلیت خردگرایی می‌باشد که به عنوان صفت عمده مدرنیسم از آن یاد می‌شود.

در این زمینه، پست‌مدرن به جای توجه به ادراک منطقی به ادراک حسی و عاطفی توجه دارد، و پیام محصول از جنس احساسات طراح آن می‌باشد. ارتباط در طرح‌های پست‌مدرن کارکرد عاطفی داشته و کنش ترغیبی آن به سمت عواطف و احساسات مخاطب می‌باشد. به همین دلیل است که در توصیف طراحی پست‌مدرن یکی از صفاتی که به وفور به کار می‌رود، صفت «طراحی احساس‌گرا» - یا عاطفه‌گرا - می‌باشد.

تحلیل بالا براساس کارکردهای دوگانه ارتباطی می‌باشد که در مبانی نظری توضیح داده شد، در میان سایر کارکردهای پیام در آثار پست‌مدرن می‌توان به کارکرد هنری نیز اشاره نمود. در آثار پست‌مدرن توجه و تمرکز بر پیام بسیار بیشتر از آثار مدرن است و همین مسئله باعث می‌شود که جامعه آماری این پژوهش، طراحی‌های پسامدرن را «هنری» بدانند. در طرح‌های مورد بررسی از جمله در آثار فیلیپ استارک، چارلز جنکس، و اتوره سوتساس می‌توان به خوبی نقش کارکرد هنری را ملاحظه نمود.

نتیجه‌گیری

براساس تحلیل نشانه‌شناختی صورت گرفته می‌توانیم بگوییم که طرح‌های پست‌مدرن دارای ویژگی‌های متمایز آشکاری می‌باشند. مهم‌ترین ویژگی طرح‌های پست‌مدرن نسبت به مدرن از لحاظ نوع نشانه‌های به کاررفته، استفاده مجدد از نشانه‌های شمایی است. به علاوه آثار پست‌مدرن و به طور کلی پسامدرن، روابط علی نشانه‌های نمایه‌ای را به بازی گرفته و دلالت‌های نوینی خلق می‌کنند. در آثار پست‌مدرن نشانه‌های نمادین به نحوی انتخاب می‌شوند که به لایه‌های معنایی بیشتری دست یابند.

از لحاظ منش همنشینی و جانشینی طراحان پست‌مدرن به تأثیر زمینه بر متن اهمیت می‌دهند، لذا در طراحی خود با کثرت نشانه‌ها و ایجاد امکانات مدولار از منش جانشینی و همنشینی نشانه‌ها بایکدیگر استفاده نموده و برای مخاطب - به عنوان حلقه اصلی فرایند دلالت - امکان تعامل با اثر را فراهم می‌نماید.

از لحاظ سطوح دلالت، طراحان پست‌مدرن به متن بسته اعتقادی ندارند و تأکید بر دلالت صریح و معنای نهایی را رد کرده و در طرح‌های خود دلالت‌های ضمنی ایجاد می‌کنند. بدین‌منظور، دال‌ها با مدلول‌های متکثر همبسته می‌شوند که از آن به ایهام و بیان دو پهلو یاد می‌شود. این ایهام و بیان چندپهلو نه تنها مانعی برای شناخت آثار پست‌مدرن نیست، بلکه خود یک ملاک شناخت است. به علاوه آثار پست‌مدرن به مخاطب امکان تفسیرها و دلالت‌های متوالی و نشانگی نامحدود می‌دهند.

و بالاخره اینکه در طراحی پست‌مدرن، ادراک احساسی بر ادراک منطقی برتری دارد. کارکرد ارتباطی غالب آثار پست‌مدرن کارکرد عاطفی است و کنش ترغیبی آن به سمت عواطف و احساسات کاربر می‌باشد. ویژگی اصلی که در همه آثار نقش پیش شرط دارد، نفی فراروایت‌های مدرن طراحی، توسط طراحان پست‌مدرن است.

پی‌نوشت‌ها

۱. Post modernism / Meta narration / Jean-Francois Lyotard / End of grand narrations / Pluralism / Neo-liberalism
۲. Globalization / Semiology / Ferdinand de Saussure / William Ockham or William of Ockham / st. Augustine
۳. Significant / Charles Sanders Peirce / Stimulus / Object / Interpretant / Representamen / Signifie
۴. A Theory of semiotics / Index / Icon / Symbol / Louis Hjelmslev / Roland Barthes / Language / زبان یا رمزگان / Parole گفتار / Roman Jakobson / prague linguistic circle
۵. شرکت السی در ابتدای دهه ۱۹۸۰ از ده معمار مطرح (به علاوه الکساندرو مندینی) که اغلب در سبک پست‌مدرن صاحب نام هستند، تقاضای طراحی محصول با موضوع چای و قهوه نمود. این آثار معروف‌ترین شاخص‌های طراحی پست‌مدرن هستند. برای اطلاعات بیشتر مراجعه شود به: [sweet, 1998:24].
۶. Streamlining / Airodynamic / Raymond Loewy / Philippe Starck / Representation / good design / Art Deco / Stanley tigerman / Charles Jankes / Eclecticism / Historicism
۷. ترجمه رایج برای جمله "Less is more" / "Form follows function" / Aldo Rossi / Robert Venturi
۸. این در حالی است که جامعه آماری این پژوهش عموماً ایرانی بوده‌اند و قطعاً با جامعه هدف این محصولات تفاوت رمزگانی دارند و دریافت‌های معنایی کمتری نسبت به آنان دارند.
۹. Open text / Closed text / Frank Lloyd Wright / Ettore Sottsass

فهرست منابع

- احمدی، بابک. ۱۳۸۳. از نشانه تصویری تا متن: به سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری. تهران: نشر مرکز.
- امرایی، بابک. ۱۳۸۹. اقتصاد پسامدرن: مطالعه تطبیقی تحولات اقتصادی مدرن و پست‌مدرن. ماهنامه اطلاعات سیاسی اقتصادی (۲۳۲-۲۴۶) شماره ۲۷۹-۲۸۰، آذر و دی ۱۳۸۹، مؤسسه اطلاعات.
- اندرسون، والترتوت. ۱۳۸۰. اینجا چه خبره. در: پست‌مدرنیته و پست‌مدرنیسم (مجموعه مقالات) (۷۳-۹۵) ت: حسینعلی نودری. تهران: انتشارات نقش جهان.
- بارت، رولان. ۱۳۷۰. عناصر نشانه‌شناسی، ت: مجید محمدی، تهران: انتشارات بین‌المللی الهدی.
- پیربابایی، محمد تقی و امرایی، بابک. ۱۳۸۸. مبانی طراحی محصولات مدولار. مجله هنرهای زیبا (۶۹-۷۶) بهار ۱۳۸۸، انتشارات دانشگاه تهران.
- جنکس، چارلز. ۱۳۷۵. پست‌مدرنیسم چیست؟ ت: فرهاد گشایش، تهران: نشر مرن‌دیز.
- چندلر، دانیل. ۱۳۸۷. مبانی نشانه‌شناسی. ت: مهدی پارسا، تهران: انتشارات سوره مهر.
- دینه‌سن، آنه ماری. ۱۳۸۰. درآمدی بر نشانه‌شناسی. ت: مظفر قهرمان، آبادان: نشر پرسش.
- سجودی، فرزانه. ۱۳۸۳. نشانه‌شناسی کاربردی. تهران: نشر قصبه.
- سوسور، فردیناند. ۱۳۷۸. دوره زبان‌شناسی عمومی. ت: کورش صفوی، تهران: نشر هرمس.
- صفوی، کوروش. ۱۳۸۳. درآمدی بر معناشناسی کاربردی. تهران: سوره مهر.
- صفوی، کوروش. ۱۳۸۲. معناشناسی کاربردی. تهران: انتشارات همشهری.
- کابلی، پل و یانتس، لیتزا. ۱۳۸۰. نشانه‌شناسی. ت: محمد نبوی، تهران: نشر و پژوهش شیرازه.
- کوال، استینار. ۱۳۸۰. مضامین پست‌مدرنیته. در: پست‌مدرنیته و پست‌مدرنیسم (مجموعه مقالات) (۵۹-۷۳) ت: حسینعلی نودری، تهران: انتشارات نقش جهان.
- گیرو، پیر. ۱۳۸۳. نشانه‌شناسی. ت: محمد نبوی، تهران: نشر آگاه.
- لیوتار، ژان فرانسوا. ۱۳۸۰. وضعیت پست‌مدرن: گزارشی درباره وضعیت دانش. ت: حسینعلی نودری، تهران: گام نو.
- مکاریک، ایرنا ریما. ۱۳۸۴. دانش‌نامه نظریه‌های ادبی معاصر. ت: مهران مهاجر. محمد نبوی، تهران: انتشارات آگاه.
- نجومیان، امیرعلی. ۱۳۸۳. نشانه‌شناسی پساساختگرا: اساسی (دیکانستراکشن) در معماری پیتر آیزنمن، در: سجودی، فرزانه: مجموعه مقالات نخستین همایش هم‌اندیشی نشانه‌شناسی هنر (۴۱-۵۹) تهران: فرهنگستان هنر.
- نودری، حسینعلی. ۱۳۷۹. صورت‌بندی مدرنیته و پست‌مدرنیته: بسترهای تکوین تاریخی و تکامل اجتماعی. تهران: انتشارات نقش جهان.
- هاوثورن، جرمی. ۱۳۸۰. مدرنیسم و پست‌مدرنیسم: زمان و نظریه ادبی. در: پست‌مدرنیته و پست‌مدرنیسم (مجموعه مقالات) (۱۲۹-۱۵۱) ت: حسینعلی نودری. تهران: انتشارات نقش جهان.

Referencas

- Aleesi, A. (2001). *The dream factory*. Milan: Electa.
- Byars, M and barre-despond. (1999). *100 designs/ 100 years*. Singapore: RotoVision.
- Eco, U. (1979). *A theory of semiotics*. Milan: Bloomington.
- Fiell, C. and P. (2003). *Industrial Design: A-Z*, Koln: Taschen
- Julier, G. (1993). *Encyclopedia of 20TH Century Design*. London: Thames & Hudson.
- Hassan, I. (1992). *PLURALISM IN POSTMODERN PERSPECTIVE*. In: Janckes, Charls. *The Post Modern Reader (196-207)* newyork: academy editions.
- Hauffe, T. (1996). *Design*. New York: Barron's publication.
- Klotz, H. (1992). *POST MODERN ARCHITTECTURE*. In: Janckes, Charls, *The Post Modern Reader (234-248)* newyork: academy editions.
- Sweet, F. (1998). *Alessi*. London: Thames and HUD.