صفحات ۸۵ - ۹۲

نشریه هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی دوره ۲۰، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴

مطالعه نقش استعاره در محصولات صنعتی در دوره‌ی پست‌مدرن*

راضیه مهدیه[**1]، امیلیا نرسیسیانس[2]، نسرین مقدم[3]**

[1]کارشناس ارشد طراحی صنعتی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
[2]عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
[3]عضو هیئت علمی دانشکده طراحی صنعتی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

(تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۶/۱۰، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۳/۱۰/۱۴)

چکیده

زبان، درک ما را از واقعیت شـــکل می‌دهد و اســـتعاره، ابزاری است برای توســـعه‌ی زبان. پس استعاره ابزاری است برای توسعه‌ی ادراک ما از واقعیت. درگذار از دوره‌ی مدرن به پست‌مدرن، هنرمندان از استعاره و تمثیل به عنوان ابزاری برای شکل دادن به این تصویر متفاوت از واقعیت استفاده کردند. هدف از این مقاله، تشریح جزئیات این امر از منظر ساختارگرایی است. از این منظر، استعاره، جانشینی اجزایی از بافت معنایی ناهمسان در نمودار همنشینی است. این مقاله، محصول را به مثابه متن بررسی می‌کند و با در نظر گرفتن سال‌های شکل گیری و به اوج رسیدن رویکرد پست مدرن و به شیوه‌ی تحلیل ساختاری متن، به مطالعه‌ی محصولاتی می‌پردازد که با هدف پشت‌سرگذاشـــتن پارادایم‌های غالب مدرنیته، طراحی شدند. نمونه‌هایی که برای این تحلیل انتخاب شـــدند، آثار ســـه دسته از طراحان بودند که در غالب سه سبک طراحی شده‌اند؛ رادیکال‌دیزاین و ممفیس در ایتالیا، دروخ در هلند و سبک پانک در آثار طراح انگلیسی، رون آراد. یکی از نکات مشترک میان این محصولات استفاده از استعاره برای غلبه بر وضعیت تک صدایی هنر مدرن است. نتیجه‌ی این پژوهش دست یافتن به دیدگاهی است که در نهایت امکانات بسیاری در جهت خلق محصولات جدید و خلاقانه در اختیار طراحان قرار می‌دهد.

واژه‌های کلیدی

استعاره، محور همنشینی و جانشینی، تحلیل ساختاری متن، طراحی پست مدرن، محصولات صنعتی.

*این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد نگارنده اول تحت عنوان: "طراحی وسیله نورپردازی برای فضای شخصی مبتنی بر رویکرد استعاری" می‌باشد.

**نویسنده مسئول: تلفن: ۰۹۱۳۱۳۱۰۲۰۷، نمابر: ۶۶۴۲۵۸۶۷-۰۲۱، E-mail: razie.mahdie@yahoo.com.

مقدمه

یکی از وجوه تمایز هنر پست مدرن و مدرن، استفاده از آرایه‌های زبانی چون استعاره و مجاز در هنر پست مدرن است(Adamson & Pavitt, 2011,7). زمزمه های پست مدرن از اواخر قرن ۱۹ آغاز شد و این لغت برای اولین بار در ۱۹۱۷ توسط رودلف پانویتز[۱] در کنفرانسی برای اشاره به فردریش نیچه به کار رفت اما در عرصه‌ی معماری، چارلز جنکز[۲] در ۱۹۷۵ آن را مطرح کـرد (Erlhoff& Marshal, 2008, 301). طراحان و معماران برجسـته‌ای چون روبرت ونتوری[۳]، اتوره سوتساس[۴]، الساندرو مندینی[۵]، میشل دلوچی[۶] و ماتئو تان[۷] (طراحان رادیکال) معتقد بودند که وعده‌های مدرنیسم محقق نشده و وضعیت محیط زندگی بشر نسبت به دوران قبل از مدرن چندان بهتر نشده است. واکنش طرافداران پست مدرنیسم در برابر وضعیت تک‌صدایی، سرد و غیرشخصی مدرن، نگاهی دوباره به مسئله‌ی حقیقت و ارزش و استفاده از کنایه[۸] بود(Ibid, 302). در حقیقت استفاده از استعاره در کنار آرایه‌های دیگری چون کنایه و طنز، با درهم ریختن نظم حاکم بر اشـیا، به بیانی در آثار هنری انجامید که به تدریج به شکل‌گیری تفکر پسـت مدرن منجر شـد(Adamson & Pavitt, 2011, 7). اوئنز[۹]، پست مدرن را بازگشت تمثیل و استعاره می‌داند و بر آن است که تمثیل، یک روایت یا ایماژ بصری مسـتتر اسـت. به بیان دیگر، یک اسـتعاره می‌تواند به ساختار روایی گسترش یابد؛ او با وام‌گیری از اندیشه‌های والتر بنیامین، نظریه‌پرداز مارکسیست آلمانی، بر آن است که بازگشـت تمثیل در هنر امروز یکی از نشانه‌های آشکار و بی چون و چرای پسـت مدرنیسم اسـت و هنری پدید می‌آورد که دیگر تعالی را تبلیغ نمی‌کند، بلکه روایت‌گر احتمال نابسندگی‌ها و عدم تعالی خویش اسـت(Owenz,1980, 72). این مقاله با در نظر گرفتن محصول به مثابه متن، با رویکردی تاریخی و به شیوه‌ی تحلیل ساختاری متن به جسـتجوی استعاره در محصولاتی می‌پردازد که در سال‌های ۱۹۷۰ به بعد شـکل گرفتند. در این دوران، پارادایمی که فرم را تابع عملکرد می‌دانسـت به تدریج جای خود را به خیال پردازی‌های بدیع تری در زمینـه‌ی طراحی محصول می‌دهد. این تغییرات در ایتالیا تحت عنوان طراحـی رادیکال[۱۰] به رهبری اتوره سوتسـاس ، در آلمان با نام آنتی مدرن[۱۱] و نیودیزاین[۱۲]، در انگلیس بـا آثار طراح پانک[۱۳] رون آراد[۱۴] و در هلند با رویکرد مولف محور در گروه دروخ[۱۵] ایجاد شـده و به تدریج در سـال‌های بعد، به فرهنگی بیانی در طراحی تبدیل شـدند. با دنبال کـردن این روند می‌توان به دیدگاهی در زمینه‌ی طراحی محصول دسـت یافت که امکانات بی‌نهایتی را برای خلق ایده‌های جدید در اختیار طراحان قرار می‌دهد.

استعاره و اهمیت آن

واژه‌ی اسـتعاره[۱۶] از واژه‌ی یونانی متافورا[۱۷] گرفته شده که خود مشـتق اسـت از متا[۱۸] به معنای "فرا" و فرین[۱۹] به معنای "بردن". مقصود از این واژه، دسته خاصی از فرایندهای زبانی است که در آنها جنبه هایی از یک شـئ به شئ دیگر "فرابرده" یا منتقل می شوند، به نحوی که از شئ دوم به گونه‌ای سخن می‌رود که گویی شئ اول اسـت. استعاره انواع گوناگون دارد و تعداد "اشیاء" دخیل در آن نیز می‌تواند تغییر کند، اما روال کلی "انتقال" بلاتغییر می ماند.

برخیز! که صبح درانداخت در کاسه شب
سـنگی که سـتاره ها را برماند (ادوارد فیتز جرالد، رباعیات عمرخیام) (هاوکس، ۱۳۹۰، ۱۱).

در مثال ذکر شـده، شب کاسه‌ی آبی است که ستاره‌ها آب درون آن‌اند و خورشـید سـنگی اسـت که آب را از درون کاسه به بیرون می‌ریزد. به عنوان نمونه دو جمله‌ی "کبوتر یک پرنده است." و "انسان یک ماشین است." را با هم مقایسه کنید. در جمله‌ی دوم، با وجود آن که ساخت جمله با جمله‌ی قبلی فرقی ندارد، با خصوصیت جدیدی رو به رو می‌شـویم؛ چون در واقع انسـان یک ماشین نیست. بدین ترتیب باید از سطح معنای لغوی عبور کنیم و حتی در صورت لزوم، در آن سطح بازداری کنیم تا متوجه پیام گوینده شویم. آن‌گاه متوجه خواهیم شـد که صفاتی از ماشین انتزاع شده و به انسان نسبت داده شده است: خصوصیت‌هایی مانند خودکار بودن، تحرک، نیاز به سوخت و ساز داشـتن، مکانیکی بودن، هماهنگی بین اجزا و فرسوده شدن (قاسـم‌زاده، ۱۳۷۸، ۱۰). استعاره، یکی از طرق و احتمالاً مهم‌ترین طریق "گسترش دادن" زبان است. آنچه در استعاره رخ می‌دهد این است که از سـطح "حقیقی" یا "لغت‌نامه‌ای" که معمولاً کلمات در آن عمل می‌کنند، منظماً اجتناب یا حتی عدول می‌شـود. استعاره رابطه بین دو چیز را با اسـتفاده از کلمه یا کلماتی به گونه مجازی و نـه حقیقی القا می‌کند؛ یعنی به مفهومی متفاوت با مفهومی که در زمینه‌های ذکر شده در لغت‌نامه‌ها ارائه شده است (هاوکس،۱۳۹۰، ۱۰۷). لکاف و جانسون، استعاره را یکی از ابتدایی‌ترین مکانیزم‌ها برای درک تجربه می‌دانند، نه تنها در دوران باستان یا جوامع سنتی کوچک یا پیش از روشنگری، بلکه در دنیای امروز. حتی در بافت معنایی کاملاً منطقی‌ای چون علم، ایده‌ها به صورت اسـتعاره شکل می‌گیرند، به عنوان مثال استفاده از ایده‌ی "موج" برای توصیف نور یا ایده قلب به عنـوان یک "پمپ - تلمبه"(Lackoff & Johnson, 1980, 211 به نقـل از Leeuwen, 2005, 31). هاوکس به نقل از ریچاردز می‌گوید که "کاربرد اصلی استعاره، توسعه‌ی زبان است"(Richards,1939 به نقل از هاوکس، 1390، 95) و ادامه می‌دهد: "چون زبان واقعیت است، استعاره گسترش واقعیت است. معقول است اگر بگوییم که استعاره، با کنار هم آوردن عناصری که کنش و واکنش شان، بُعد جدیدی به هر دو می‌بخشـد، واقعیت جدیدی خلق می‌کند، و آن واقعیت را در

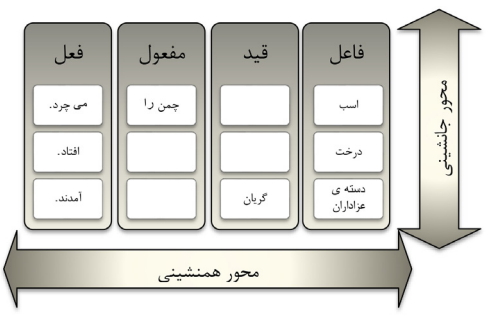
قالب زبان حفظ می‌کند، زیرا آن را به این ترتیب در دســـترس همه کسانی قرار می‌دهد که بدان زبان سخن می‌گویند" (همان). او در ادامه می‌افزاید: "شـــاعر با استفاده‌ی آگاهانه از استعاره، به گونه‌ای فعال به فرایند "گسترش دادن" مشغول است و به مدد آن، عرصه‌های تازه‌ای از واقعیت را پیوسته در زبان محصور می‌کند، ابعاد تازه‌ای از تجربه را ثبت می‌کند، و آنها را در محدوده آن زبان دســـترس پذیر می‌سازد" (هاوکس، ۱۳۹۰، ۹۵-۹). جولیان جینز حتی ادعا می‌کند که "جهان انتزاعی بر پله‌های اســـتعاره‌ها خلق شده است" (جینز، ۱۳۸۶، ۶۵). مهرگان می‌گوید: نظام استعاره که نظام بنیادین و پولادین شعر است، یک نظام مبتنی بر تناقض است، رفع تناقض در این نظام نه تنها ممکن نیست، بلکه رفع آن برابر با نفی آن است. انعقاد استعاره جز با در کنار هم قرار گرفتن دو حد متفاوت ممکن نیست و همین روح تناقض را در آن حلول می دهد(مهرگان، ۱۳۷۷، ۱۱۳) و شمیسا معتقد است که شاعران مدام با استعاره به دایره‌ی واژگان می‌افزایند و جهان و اجزای آن را هرروز و هرساعت نامی دیگر می‌نهند(شمیسا، ۱۳۵۶، ۷۶).

تحلیل ساختاری متن- محورهای همنشینی و جانشینی

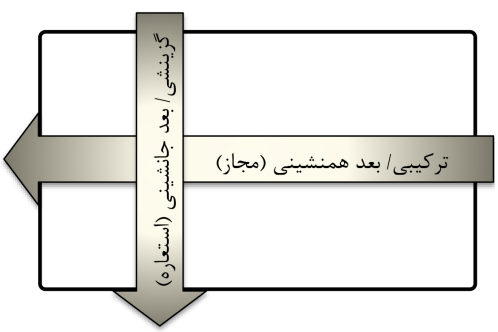
زبان برای ایجاد معنای منسجم، دو بُعد دراختیار دارد. یکی خطی بودن ترتیب کلمات به هنگام کاربردشان در سیر زمان است و دیگری گزینش است یعنی انتخاب کردن یک کلمه از گنجینه‌ی معانی ممکن، در هـــر نقطه‌ای. جمله ی "آیا گربه خفاش می‌خورد؟" با "آیا خفاش گربه می‌خورد؟" از نظر معنایی متفاوت‌اند چرا که ترتیب به کارگیری کلمات در آنها متفاوت اســـت. این تفاوت، نمونه‌ای از جابه جایی در روابط همنشینی را نشان می‌دهد. از سوی دیگر جمله‌ی "گربه خفاش می خورد." بـــا جمله‌ی "گربه موش می‌خورد." معنای متفاوتی دارد چرا که در محور عمودی یعنی نمودار جانشـــینی جابه جایی صورت گرفته است. در واقع موش به جای خفاش انتخاب شده است (ایستوپ، ۱۳۹۲، ۶۳). سوســـور تاکید داشت که معنا از تمایزهای میان دال‌ها ناشی می‌شود؛ این تمایزها خود بر دو نوع‌اند: همنشینی[۲۰] (چگونگی قرار گرفتن عناصر کنار هم) و جانشینی[۲۱] (چگونگی جایگزینی عناصر به جای هم) (سوسور، ۱۹۸۳، ۱۲۱به نقل از چندلر،۱۳۸۷، ۱۰۸). از نظر سوسور، قواعد همنشینی و جانشینی به روابط بنیادین اندیشه مربوط می‌شـــوند و یا به قول خود او "دو صورت از فعالیت ذهن ما" هستند(دینه سن، ۱۳۸۰، ۳۴). مجموعه‌ی عناصر جانشین یا پارادایم، مجموعـــه‌ای از دال‌ها یا مدلول‌های مرتبط به هم اســـت که اعضای آن همگـــی عضوی از یک مقوله‌ی معین می‌باشـــند اما با این وجود هرکدام مشـــخصاً متفاوت از دیگری هستند. در زبان‌های طبیعی، از افعال و اسم‌ها می‌توان به عنوان مجموعه‌های عناصر دستوری نام برد (چندلر،۱۳۸۷، ۱۲۹). به عنوان مثال "برد، پرورد و خورد" هر ســـه فعل هستند. افعالی که با یکدیگر متفاوت و بنابراین از یکدیگر قابل تشـــخیص‌اند. اما همه‌ی اینها در گروه افعال متعدی قرار می‌گیرند و می‌توانند در ســـاختار جمله به جای هم به کار گرفته شوند. در یک بافت مشخص، هر عضو از مجموعه‌ی عناصر جانشین به طور ساختاری با دیگری قابل تعویض است اما انتخاب هرکدام مانع انتخاب دیگری می‌شود (همان).

تحلیل ساختاری استعاره

رومن یاکوبسن همنشینی و جانشینی را دو "محور" می‌داند که همنشینی، محور افقی و جانشینی، محور عمودی هستند (نمودار ۱). عملکرد همنشـــینی به صورت ترکیب "فلان عنصر و فلان عنصر" اســـت (مثلاً در جمله‌ی آن مرد گریست) اما عملکرد جانشینی به صورت انتخـــاب از میان "فلان عنصر یا فلان عنصـــر یا ..." (مثلاً اگـــر کلمه‌ی انتهایی در جمله‌ی مذکور با "رفت" یا "خواند" عوض شود.) روابط همنشینی امکاناتی برای ترکیب‌اند اما روابط جانشینی شامل مقایسه‌ی میان عناصر و قائل شدن به تمایز بین آنها می‌باشند. همنشینی به روابط درون متنی و جانشینی به روابط بینامتنی، به دال‌هایی ارجاع پیدا می‌کند که در متن غایب هســـتند (سوســـور، ۱۹۸۳، ۱۲۱ به نقل از چندلر، ۱۳۸۷، ۱۲۸). ارزش یک نشانه توسط هـــر دوی این روابط تعیین می‌شـــود(چندلر، ۱۳۸۷، ۱۲۸). بنا به تعریف یاکوبسن، پیام‌ها از برهم کنش یک حرکت "افقی" که کلمات را با هم ترکیب می‌کنند، با یک حرکت "عمودی" که کلماتی خاص را از مجموعه موجود زبان برمی‌گزینند، ساخته می‌شوند (یاکوبسن، ۱۹۵۶، ۷۵ بـــه نقل از هاوکـــس، ۱۳۹۰، ۱۱۴). فرایند ترکیبی (یا همنشـــینی) در مجاورت تجلی می‌کند (یـــک کلمه کنار کلمه‌ی دیگر قرار می‌گیرد) و ابزار آن مجاز مرسل است. فرایند گزینشی (یا جانشینی) در مشابهت تجلی می‌کند (یک کلمه یا مفهوم "شبیه" دیگری است) و ابزار آن استعاره است(نمودار ۲).



نمودار۱- نمودار همنشینی و جانشینی برای زبان گفتاری.
ماخذ:(چندلر، ۱۳۸۷، ۱۲۸)



نمودار۲ - تحلیل ساختاری استعاره و مجاز از نظر یاکوبسن.
ماخذ:(هاوکس، ۱۳۹۰، ۱۱۴)

جدول۱ - نمودار همنشینی و جانشینی در محصولات.

توضیحات	نمونه	محور
مجموعه‌ای از ظروف غذاخوری که از همنشینی اجزای مختلف در کنار یکدیگر تشکیل شده است.		همنشینی
هریک از این اتومبیل‌ها را می‌توان به جای دیگری به کار برد، بنابراین آنها را می‌توان در محور جانشینی کنار هم نشاند. در عین حال با تغییر هریک از اجزای آنها می‌توان به محصول جدیدی دست یافت (جانشینی نشانه ها به جای یکدیگر).		جانشینی

ماخذ: (Hjelm,2002,13,14)

جدول ۲ - نمودار همنشینی و جانشینی درون محصولی و برون محصولی.

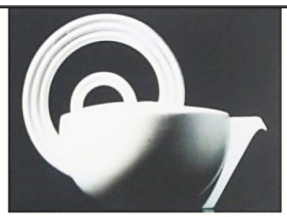
وجه همنشینی - جانشینی	همنشینی	جانشینی
برون محصولی/بین محصولی در مورد ست ظروف غذاخوری	بشقاب کاسه لیوان قوری	استکان لیوان فنجان
درون محصولی در مورد اتومبیل	بدنه در سقف چراغ‌ها صندلی	سقف بازشو سقف بسته بدون سقف

شئ به مثابه متن

رولان بارت در ۱۹۶۷، عناصر همنشینی و جانشینی را در "نظام پوشاک" مورد بررسی قرار داد. عناصر جانشین، در اینجا لباس‌هایی هســـتند که نمی‌توان آنها را هم زمان در یک قسمت از بدن پوشید (مثل کلاه‌های مختلف). بعد همنشینی، کنار هم قرار گرفتن عناصر مختلف به طور همزمان است مانند یک ترکیب کامل لباس از کلاه تا کفش(چندلر، ۱۳۸۷، ۱۳۱). به همین ترتیب می‌توان این مسئله را در محصولات صنعتی بررســـی کرد. دو تصویری که در جدول ۱

جدول۳ - سه مدل مختلف قوری – مقایسه‌ی محور همنشینی و جانشینی.

قوری مدالیون ۱۷۷۸


قوری سرامیکی، ۱۹۸۷

قوری مازوخیستی

ماخذ: (مقدم، ۱۳۹۰، ۱۵۴)

	شکل	جنس	بافت	محل قرار گیری دسته	محل قرارگیری لوله	وضعیت در
قوری مدالیون	ظرف مخروطی	جنس شیشه ای	...	...	لوله کوتاه کمی بالاتر	بدون در
قوری مازوخیستی	ظرف استوانه ای	جنس فلزی	بافت براق	دسته کنار قوری	لوله برروی دسته	در بالای قوری
قوری سرامیکی	...	جنس سرامیکی	بافت مات	دسته بالای قوری	...	...

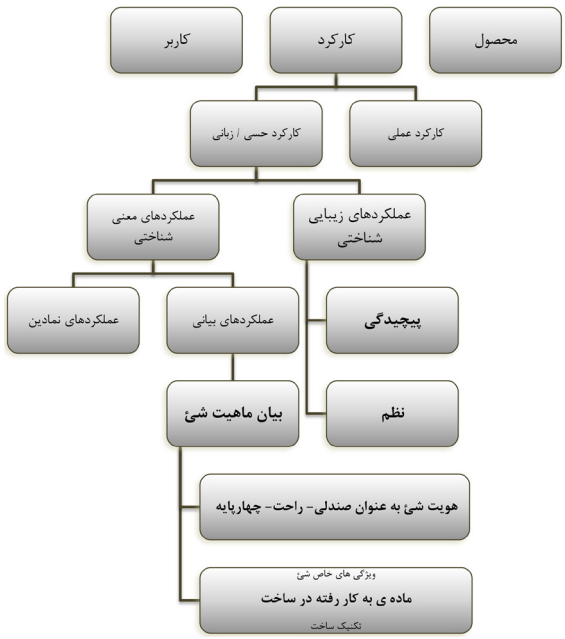
نمودار۳- نمایش تنوع ممکن در عناصر و ساخت پیام (محصول) در ترکیب با محورهای همنشینی و جانشینی.
ماخذ: (مقدم، ۱۳۹۰، ۱۵۵)

آمده‌اند، تفاوت این دو را به خوبی نشـــان می‌دهند. در مجموعه‌ی ظروف سرامیکی همنشـــینی اجزای مختلف را شاهدیم. هر یک از اینها در فرایند ســـرو غذا جایگاه خـــود را دارند و هیچ یک به جای دیگـــری به کار نمی‌رود. بلکه همه‌ی آنها در کنار هم مراســـم غذا خوردن را شکل می‌دهند. در تصویر دوم چهار اتومبیل را می‌بینیم که در حقیقت هر یک مجموعه‌ای از عناصر هســـتند که در نمودار همنشـــینی کنار هم قرار گرفته‌اند. در نمودار جانشینی از یک سو می‌تـــوان گفت این اتومبیل‌ها را می‌توان به جای هم به کار برد که در این صورت نظام همنشـــینی مـــا مجموعه‌ی کلی اتومبیل‌هایی اســـت که برای منظورهای مختلف به کار می‌روند (سواری شهری، اسپرت، مجلل). این وجه همنشینی - جانشینی برون محصولی یا بین محصولی نامیده می‌شود و از سوی دیگر می‌توان با جانشینی هر یک از اجزای اتومبیل‌ها با هم، به مدل جدیدی از این وسیله دست یافت. به این وجه همنشـــینی – جانشینی درون محصولی گفته می‌شود. این دو محور را می‌توان در جدول ۱ مشاهده کرد. در جدول ۲ این مسئله به شکل مشروح‌تری در مورد روابط درون محصولی و بین محصولی بررسی شده است.

مُقدم، این مســـئله را در مورد ســـه قوری بررسی کرده آن را در جدولی به این صورت نمایش می دهد (جدول ۳ ، نمودار ۳) (مقدم، ۱۳۹۰، ۱۵۴).

شکل‌گیری اســـتعاره در محصولات بر اســـاس الگوی جابه‌جایی در محصولات صنعتی با توجه به مدل افنباخ[۲۲]

برای بررســـی مسئله‌ی جانشینی، باید نموداری از همنشینی داشـــته باشیم تا بتوانیم جانشـــینی اجزا را در آن بررسی کنیم.

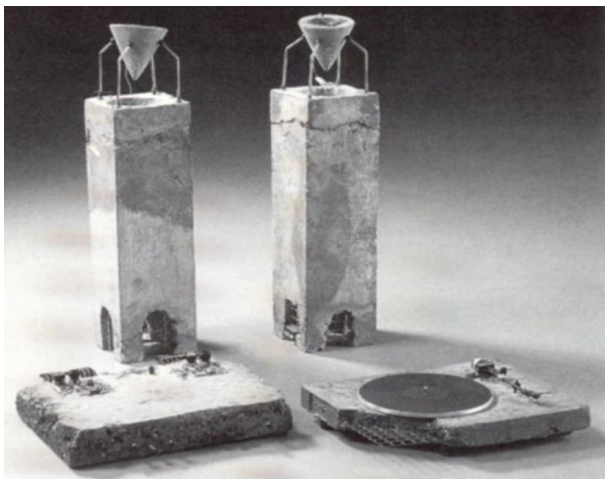


نمودار ۴ مدل مفهومی نظریه اوفنباخ از زبان محصول.
ماخذ: (Gros, 1976,8)

نموداری که بر اساس آن استعاره در محصولات بررسی شده‌اند، نموداری است که بر اساس نظریه‌ی افنباخ از زبان محصولات رسم شده است(نمودار۴). این نمودار، نشـــان‌دهنده‌ی مجموعه‌ای از عملکردهایی است که ارتباط میان محصول و کاربر را برقرار می‌کنند.

این بحث را می‌توان در دسته‌بندی اجینک دنبال کرد. او پس از بررسی ۶۰۰ محصول به این نتیجه رسید که در سال‌های ۱۹۷۰-۱۹۹۰، پنج تغییر اساسی در ساختار محصولات صنعتی روی داد که منجر به در هم شکستن قواعد رایج در این حیطه شد (Eggink, 2011). با بررســـی این تغییرات در نمودار همنشینی و جانشینی، می‌توان به این نتیجه رســـید که اســـتعاره بـــه معنای بکارگیری نشانه‌ای از بافت معنایی ناهمگن در یک محور همنشینی همگن، یکی از مهم‌ترین عوامل در ایجاد این تحول بوده است و در حرکت از مدرن به پست مدرن در این دوران نقش داشته است.

یکی از مواردی که اجینک به آن اشاره کرده، استفاده از مواد نامعمول در ســـاخت محصولات است. نمونه‌ای که او ذکر کرده، سیســـتم استریویی است که رون آراد طراحی نموده، بدنه‌ی این سیســـتم از بتون ساخته شده است (تصویر ۱) (Ibid). این مسئله در فنجانی از جنس پشم نیز به چشم می‌خورد(تصویر۲ فنجان- خزپوش - مرت اپنهایم[۲۳]) (مقدم، ۱۳۹۰، ۱۵۵).



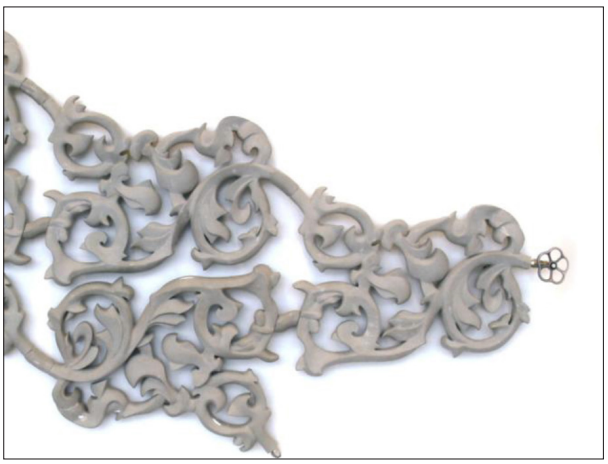
تصویر۱- استفاده از بتون برای ساخت سیستم صوتی.
ماخذ: (Eggink, 2011,8)

تصویر۲ -استفاده از متریال نا آشنا - خز جانشین مادهی آشنای سرامیک شده است.
ماخذ: (مقدم، ۱۳۹۰، ۱۵۵)

مورد دیگری که در دسته بندی اجینک به چشم می‌خورد، استفاده از ترکیب‌بندی‌های پیچیده به جای نمونه‌های ساده‌ای است که در دوره‌ی مدرن رواج داشتند. در حقیقت نشستن پیچیدگی به جای سادگی در نمودار افنباخ، تغییری است که در بسیاری از محصولات و آثار هنری این دوره مشاهده می‌شود (تصاویر ۳و ۴) (Eggink,2011,6).

مسئله دیگری که به آن بر می‌خوریم، جانشینی بیان به جای عملکرد است. با شکل‌گیری رویکردهایی چون طراحی رادیکال، طراحی انتقادی[۲۴] و طراحی مفهومی[۲۵] در سال‌های اخیر، بیان مسائل اجتماعی، فرهنگی اقتصادی، سیاسی و زیست محیطی در قالب طراحی محصول به گرایشی غالب بدل شده است(Erlhoff& Marshal, 2008, 302). به طوری که محصولاتی که به این ترتیب طراحی می شوند، تنها برای به نمایش گذاشته شدن در موزه‌ها و یا نمایشگاه‌ها مناسب‌اند و اگر از سوی عموم خریداری شوند، به عنوان اثری هنری مورد استفاده قرار می‌گیرند(تصویر۵ - صندلی قالیچه، تجو رمی[۲۶]، گروه دروخ).

تصویر۳- پیچیدگی در طراحی صحنه جایگزین سادگی پیش از آن شده است.
ماخذ: (Eggink, 2011,6)



تصویر۴- جانشینی پیچیدگی به جای سادگی در فرم رادیاتور.
ماخذ: (Eggink, 2011,6)

یکی دیگر از اجزایی که در نمودار افنباخ دیده می‌شود و در دوره‌ی پست مدرن شاهد تغییر در آن هستیم، هویت شئ به عنوان کلیتی است که با آن روبه رو می شویم. در این دوره، گاه اشیای حاضر – آماده (تصویر ۶ صندلی روور – رون آراد[۲۷]) و گاه عناصر هنر پاپ (تصویر ۷)، به جای کلیتی که پیش از آن از شئ انتظار می‌رفت می‌نشینند؛ در برخی موارد نیز مانند نمونه‌هایی که در

تصویر۵- صندلی قالیچه، تجو رمی، گروه دروخ.
ماخذ: (Escallon، 2010, 41)

تصویر۶ -استفاده از اشیای حاضر آماده به جای بدنه‌ی شئ _ صندلی روور _ رون آراد.
ماخذ: (Eggink, 2011,3)

تصویر۷- بدنه‌ی دریل به شکل اسلحه ای در فیلم جنگ ستارگان _ جایگزینی عناصر پاپ به جای بدنه ی کلی شئ.
ماخذ: (Eggink, 2011,6)

تصویر ۸ دیده می‌شوند، کلیت پیکره‌ی صندلی حفظ شده و همین کلیت آشناست که آشنایی‌زدایی حاصل از بکارگیری استعاره را بر ما می‌نمایاند. در این اشیا در حقیقت عناصرِ خام برگرفته از طبیعت، جانشین اجزایی از صندلی شده‌اند و این جانشینیِ عنصری ناآشنا به جای عنصر آشناست که استعاره را خلق کرده است.

به همین ترتیب می توان نمونه هایی از این امر را در مورد اجزای دیگر نمودار افنباخ نیز در میان آثاری که در دوره‌ی پســـت مدرن خلق شدند به وفور یافت. در این مجال مسئله‌ی جانشینی در مورد چهار جزء از اجزای این نمودار بررســـی شد. تحلیل این آثار نشان می دهد که با در نظر گرفتن گونه‌ای نمودار همنشـــینی برای یک محصول، چگونه می‌توان عناصر آن را از هم بازشـــناخت و کنار هم قرار گرفتن این عناصر در نمودار همنشینی را روشن کرد. این تحلیل منطقی از یک اتفاق شهودی، راه را بر تکرار چنین اتفاقی باز می‌کند. به این ترتیب می‌توان به صورت معکوس از این روش استفاده کرد به این معنی که در طراحی یک محصول جدید با بررسی عناصر آن در قالب چنینِ نموداری و جانشینی عناصر ناآشنا با عناصر معمول و مرسوم تعمداً و گاه به منظور رساندن پیام یا القای معنایی جدید به خلق استعاره و آشنایی زدایی از یک محصول دست زد.

تصویر ۸ –جانشینی عناصر طبیعی به جای اجزای صندلی. _ در این جاست که شکل آشنای پشتی صندلی ها یا فرم نشیمن گاه به ما می فهماند نمودار همنشینی ای که رو به روی ماست یک صندلی است و به این ترتیب است که به کمک عناصر آشنا عناصر نا آشنا را تفسیر می کنیم و استعاره را می فهمیم.
ماخذ: (Eggink, 2011,3)

نتیجه

یکی از تغییراتی که با ظهور پست‌مدرنیسم شاهدش بود، استفاده از آرایه‌های کلامی به ویژه اســـتعاره در آثار هنری است. استعاره، از ریشـــه‌ی عاریت گرفتن به معنای استفاده از واژه‌ای به جای واژه‌ی دیگر به واســـطه‌ی مشـــابهت میان آن دو و ابزاری بیانی است که چارچوب‌های تازه‌ای برای نـــگاه به دنیای پیرامون در اختیار ذهن قرار می‌دهد و به سبب وظیفه‌ای که هنرمند در این راستا بر عهده دارد، ابزاری بســـیار کارآمد برای خلق آثار بدیع برای اوســـت. این آرایه‌ی کلامی به واسطه‌ی نسبت دادن مفهومی ناآشنا به امر آشنا، جنبه‌های جدیدی از آن را برای مخاطب آشکار و یا صفات خاصی از آن را پررنگ می‌کند و به واســـطه‌ی قدرتی که در حیطه‌ی زبان دارد، حتی می‌تواند منجر به شکل‌گیری سبک شود. در این مقاله، استعاره از منظر ســـاختارگرایانه و در قالب محورهای همنشینی و جانشینی تحلیل شد. محور همنشینی کنار هم قرار گرفتن اجزای زبان در زمان را تعریف می‌کند و محور جانشینی، امکان جایگزینی این اجزا با یکدیگر را. از این منظر جانشینی عناصر ناآشنا در نمودار همنشینی اســـت که منجر به خلق استعاره می‌شود. با انطباق این رویکرد بر محصولات صنعتی و در نظر گرفتن این دســـته از اشـــیا بـــه مثابه متن، نمودار افنباخ به عنوان محور همنشـــینی برای آنها تعریف شـــد. این نمودار جنبه‌های مختلف ارتباط محصول با کاربر را نشان می‌دهد. هر یک از اجزای نمودار افنباخ می‌توانند به عنوان اجزایی در نظر گرفته شوند که در همنشینی با یکدیگر کلیت شئ را می‌سازند و این قابلیت را دارند که در محور جانشینی جای خود را به عناصر ناآشنا دهند. برمبنای این نگرش می‌توان هر محصولی را تحلیل نمود و با تغییر اجزا در محور جانشـــینی، آن را به شیئی اســـتعاری تبدیل کرد. در این پژوهش نمونه‌هایی از این جانشینی درآثار طراحان برجســـته بررسی شدند. چنین رویکردی چارچوبی متفاوت برای تحلیل و واکاوی و در نتیجه طراحی و ایده‌پردازی در زمینه‌ی محصولات صنعتی ایجاد می‌کند.

پی‌نوشت‌ها

1 Rodulf Pannwitz.
2 Charles Jankes.
3 Robert Venture.
4 Ettore Sottsass.
5 Alessandro Mendini.
6 Michele de Lucchi.

7 Matteo Thun.
8 Irony.
9 Owenz.
10 Radical design.
11 Anti-Modern.
12 New Design.
13 Punk.
14 Ron Arad.
15 Droog.
16 Metaphor.
17 Metaphora.
18 Meta.
19 Pherein.
20 Syntagmatic.
21 Paradigmatic.
22 Ophenbach.
23 Merete Oppenheim.
24 Critical design.

۲۵ Conceptual design رویکـــردی در طراحی که بر اســـاس آن بیش از این که به عملکرد محصول توجه شود، مسئله ای روانی، اجتماعی، اقتصادی و یا سیاســـی در قالب یک شئ مصرفی به تصویر کشیده می شود. بر این اساس اشیایی که طراحی می شوند برای نمایشگاه ها یا موزه ها مناسب اند.(Erlhoff& Marshal, 2008).

26 Rug Chair by Tejo Remy.
27 Rover Chair by Ron Arad.

فهرست منابع

ایســـتوپ، آنتونی (۱۳۹۲)، *ناخودآگاه*، چاپ چهارم، ترجمه شیوا رویگریان، نشر مرکز، تهران.
جینز، جولیان (۱۳۸۶)، *خاســـتگاه آگاهی در فروپاشـــی ذهن دوجایگاهی*، ترجمه‌ی خسرو پارسا و دیگران، نشر آگه، تهران.
چندلر، دانیل (۱۳۸۷)، *مبانی نشـــانه شناســـی*، مترجم: مهدی پارسا، سوره مهر، تهران.
دینه ســـن، آنه ماری (۱۳۸۰)، *درآمدی بر نشـــانه شناســـی*، ترجمه مظفر قهرمان، پرسش، آبادان.
شمیسا، سیروس (۱۳۷۸)، *بیان*، چاپ هفتم، نشر فردوس، تهران.
قاسم زاده، حبیب الله (۱۳۷۸)، *استعاره و شناخت*، فرهنگان، تهران.
قره باغی، علی اصغر(۱۳۸۱)، *تبارشناسی پست مدرنیسم*، دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران.
مقدم، نسرین(۱۳۹۰)، *نشانه‌شناسی و معناشناسی محصول*، پایان نامه برای دریافت درجه ی دکترای پژوهش هنر، دانشگاه الزهرا (س)، تهران.
مهرگان ، آروین، (۱۳۷۷)، *دیالکتیک نمادها*، پژوهشـــی در ساخت غریزی ذهن، نشرفردا، اصفهان.
هاوکس، ترنس(۱۳۹۰)، *اســـتعاره*، چاپ چهارم، ترجمه فرزانه طاهری، نشر مرکز، تهران .

Adamson, Glenn; Pavitt, Jane (2011), *Postmodernism: Style and Subversion*, V&A Publishing, London.
Eggink, Wouter (2011), *the Rules of Unruly Product Design*, IASDR, 4th World Conference on Design Research, Delft, Netherland.
Erlhoff, Michael; Tim Marshall (2008), *Design Dictionary*, BirkhäuserVerlag AG, Basel.
Escallon, Camila (2010), *Droog Design: Sense and Experience*, Thesis to the Graduate in the Degree of Master of Arts, University of Notre Dame, Indiana
Gros, Jochen (1976), Sinn-liche Funktionenim Design, in: form, *ZeitschriftfürGestaltung*,1stseriesNo.74,2ndseriesNo.75,pp6-90.
Jakobson, Roman; Morris, Halle (1956), *Fundamentals of Language*, TheHague, Mouton.
Lakoff, George; Johnson, M. (1980), *Metaphors We Live by*, Chicago University Press, Chicago.
Owens, Craig, (1980), The Allegarical Impulse: Toward a Theory of Pastmodernism, *October*, vol.12, pp. 67-86.
Richards, I. A. (1939), *The Philosophy of Rhetoric*, Oxford, Oxford.
Saussure, Ferdinand de (1983), *Course in General Linguistics*, (trans. Roy Harris) Duckworth, London.
Steffen,Dagmar (1989), *Design Semantics of Innovation*, Product Language as a Reflection on Technical Innovation and Socio-Cultural Change,Department of Art and Design History, Bergische Universität Wuppertal, Germany
Van Leeuwen, Theo (2005), *Introducing Social Semiotics*, Routledge, London & New York.
www.Droog.com