

تقابل ادراک مخاطبان اثر هنری از کشف و دگرگونی در نسبت با اصل تداعی و ساختار نشانه

امیررضا استخریان حقیقی^۱، ستاره احسنت^۲

^۱ استادیار گروه فناوری اطلاعات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

^۲ استادیار گروه ارتباط تصویری، مؤسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران

(تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۱۰/۱۹، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۸/۱۱/۲۶)

چکیده

ادراک نسبت میان نشانه و مفهوم عامل بسیار مهمی است که در فرآیند گذر از شناخت به بازشناخت مخاطبان، تقابل قابل توجهی را عیان ساخته و گویی دو نقش متفاوت از آن قابل استنباط است؛ آن چنان که در خلق یک اثر هنری، طراح به عنوان مخاطب اولیه موضوع مورد نظر، پس از گذار از شناخت ابعاد آن می‌کوشد که بیننده را به عنوان مخاطب ثانویه، در مرحله مشاهده به سوی تجربه بازشناختی هدایت سازد. بازشناخت، فرصتی است که نشانه در یک موقعیت بازنمایی شده و در مفاهیم جدید برای بیننده اثر تداعی می‌گردد. تداعی، فرآیندی تجسمی است که در آن شخص، به درک متفاوت مفاهیمی دست می‌یابد که یکدیگر را به فراخوان مشترک می‌طلبند. پژوهش حاضر با هدف معرفی انواع بازشناخت در نسبت با اصل تداعی که در راستای دگرگونی‌های دو سطح نشانه و مفهوم ایجاد می‌گردد، پرسش از چگونگی تقابل ادراک مخاطبان اثر گرافیکی از کشف و دگرگونی در نسبت با اصل تداعی و ساختار نشانه دارد؟ لذا به روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از منابع مکتوب و اسناد تصویری به شیوه کیفی، نشان می‌دهد که طراح، در راستای شناخت موضوع به دگرگون‌سازی ساختار نشانه‌ها پرداخته و قوانین تداعی نیز بیننده را به کشف و بازشناخت پیام هدایت می‌سازد.

واژه‌های کلیدی

مخاطب، کشف و دگرگونی، قوانین تداعی، نشانه و مفهوم، گرافیک.

* نویسنده مسئول: تلفن: ۰۹۱۲۰۵۳۹۴۲۰، نمابر: ۰۷۱-۳۶۲۷۵۷۲۹-۰۰۷۱، E-mail: amirestakhrian@iaushiraz.ac.ir

مقدمه

در مواجهه هنری وجود دارد: مرحله شناخت^۱ و مرحله بازشناخت^۲. این رخداد هنگامی تحقق می‌یابد که طراح پس از مواجهه با موضوع اولیه به شناخت کاملی از آن رسیده و سپس از طریق ایجاد دگرگونی نظام نشانه مبتنی بر تغییر شکل، موقعیت، کلیت نشانه و یا کارویژه آن، وجه متفاوتی از نشانه و مفهوم را در ذهن بیننده بازنمایی می‌نماید. بیننده نیز با تکیه بر قوانین تداعی مبتنی بر شباهت، یادآوری و قیاس عناصر، قدم در مرحله بازشناخت نشانه و مفهوم می‌گذارد. اهمیت این مسأله نیز از آنجا حاصل می‌شود که در راستای دریافت پیام، از موضوع اولیه گرفته تا انتقال آن به واسطه راهکارهای هنری، پیوسته مسیر و اهداف شناخت به واسطه دگرگونی‌های خلاقانه متغیر بوده و لذا می‌توان حقیقتی متفاوت را در هماهنگی یکپارچه و در مسیر تفکری خلاق تداعی نمود. با این تفاسیر، علیرغم آنکه تا به حال، موضوع مخاطب و نسبت آن با فرآیند ادراک نشانه و مفهوم از دیدگاه‌های متمایزی بررسی شده است، رهیافت پژوهش حاضر بر محوریت جایگاه مخاطبان و فرآیند ادراک ایشان در دو سویی نقش طراح و بیننده اثر استوار است. همچنین به دلیل ضرورت نقش متمایز هر دو نوع مخاطب در نسبت میان کشف و دگرگونی^۳ با اصل تداعی^۴ و نظام نشانه، فرآیند شناخت و بازشناخت ایشان را خاصاً در زمینه گرافیک مورد بررسی قرار داده است. بدین منظور تصاویر مورد نظر، از میان جامعه آماری اسناد تصویری پوسترهای گرافیکی به گونه‌ای گزینش شده‌اند که به نحو مطلوب‌تری امکان تحلیل مطالب را فراهم آورده و اهداف برخاستی حاصل از پژوهش را دقیق‌تر و ملموس‌تر آشکار ساخته و لذا این خود، حکایت از بدیع بودن پژوهش حاضر در مقایسه با تحقیقات پیشین دارد.

اگر فرآیند شناخت را از وجهی دریافت دانش و فهم از طریق تفکر، تجربه و حواس دریابیم، بازشناخت نیز مرحله‌ای است که در شناخت دوباره و یا به عبارتی بازشناسی از یک موضوع واحد، دریافتی نو از آن حاصل گردیده و همواره توأم با دگرگونی است؛ چراکه به واسطه رخداد تحولات و دگرگونی‌های مشخص، وجهی دیگر از حقیقت پنهان یک موضوع آشکار می‌گردد. منظور از حقیقت، مفاهیم ضمنی موجود در پس نشانه‌های عینی واجد معنایی است که در وابستگی به سیر فرآیند ادراک دریافت شده و وجهی متفاوت از یک نشانه معین را نمایان می‌سازد. اما آنچه مسلم است، بسیاری از عرصه‌های هنری از جمله بسترهای گرافیکی چون طراحی پوستر، از چنین ویژگی‌هایی برخوردار بوده و فرآیند شناخت و بازشناخت در هماهنگی توأم با ادراکات انسانی، در فرآیند خلق آن رخ می‌دهد. مواجهه هنری نیز، مجموعه تعاملاتی است که از بدو پیدایش اثر و ارائه آن به مخاطب را شامل می‌گردد. این پژوهش بر طرح این مسأله استوار است که فرآیند شناخت طراح از موضوع، در نسبت با دگرگون‌سازی نظام نشانه و بازشناخت بیننده اثر را نیز، در نسبت با قوانین اصل تداعی تبیین نماید؛ اصل تداعی، تجربه‌ای است که به موجب آن، فرد هنگام مشاهده یا تأمل یک نشانه، نشانه‌ها و یا مفاهیم مشترک با آن را که به ذهن می‌رسد متصور شده و در زبانی بدیع و تازه ادراک می‌نماید. بنابراین فرض بر این است که همواره می‌توان نسبتی برقرار نمود میان عناصر کشف و دگرگونی در نسبت با اصل تداعی و نظام نشانه. این درحالی است که فرآیند ادراک طراح و بیننده اثر در این مواجهه نیز، از تقابلی برخوردار است که در مسیر شناخت به بازشناخت تبیین‌پذیر است. به عبارت دیگر، می‌توان گفت که در سیر آفرینش اثر، همواره دو نوع برخورد مخاطب‌محور

۱- مخاطب اول: مرحله شناخت

دریابد. یک طراح گرافیک موظف است پیام خود را به گونه‌ای بیان کند که به‌طور حتم مخاطب منظور او را دریافت و درک کند. در گرافیک فرآیند خلاقیت رخ می‌دهد، اما مهارت در رمزگذاری به گونه‌ای است که مخاطب قادر به رمزگشایی پیام خواهد بود (داوودی‌آب‌کنار، ۱۳۹۱، ۱۰). اما از آنجا که در تعامل سه‌گانه اثر، طراح و بیننده، فرآیند ادراک صرفاً در وابستگی به هستی انسانی است که رخ می‌دهد، لذا توجه به ذات، رسالت، نقش و جایگاه طراح دارای اهمیت بسیاری است که گویی پرداختن بدان‌ها از وجهی مورد غفلت واقع شده است؛ آنچنان که همواره، طراح را صرفاً، خالق اثر دانسته‌اند و مخاطب را نیز صرفاً بیننده اثر پنداشته‌اند؛ در حالی که در خلق بسیاری از آثار گرافیکی، موضوعی مشخص، بستر و هدف اولیه خلق یک اثر را ایجاد می‌نماید و لذا می‌توان گفت در این میان، نمی‌توان مخاطب را صرفاً بیننده اثر هنری نهایی تلقی نمود؛ بلکه، پیش از آن که اثری خلق شده و به نمایش گذاشته شود، طراح در مواجهه با موضوع اولیه، نقش مخاطب اول آن را ایفا می‌نماید. به عبارت دیگر، طراح به منظور خلق اثر خویش، به یک موقعیت (موضوع) نزدیک می‌شود، خود را با آن آشنا کرده، دستورالعمل‌ها را به کار می‌گیرد و از فهم کامل آنها اطمینان حاصل می‌کند، امکانات را می‌سنجد، به نتایجی می‌رسد، پیشنهاداتش را ارائه می‌کند و نتیجه را ارائه می‌دهد؛ نتیجه کار، چیزی نو در جهان است (پاتر، ۱۳۹۴، ۳۰). در حقیقت زمانی که گفته می‌شود موضوع و مخاطب

به‌طور کلی مواجهه هنری در راستای تعاملاتی صورت می‌گیرد، که هر یک در مقام خود دارای ارزشمندی بسیاری بوده و همواره آن را بر محوریت سه‌گانه ارتباط میان طراح، اثر و بیننده تلقی نموده‌اند. به عبارت دیگر، به ضرورت وجود طراح است که، اثری خلق خواهد شد و از سوی دیگر، اثر همواره نیازمند مخاطبی است، مشاهده‌گر. هنرمند سرآغاز کار است و کار سرآغاز هنرمند. هستی هر یک بسته است به آن دیگر... همچنان که هیچ‌کاری، بی مبدع بودن وجود نمی‌تواند داشت، همچنان که کار بالذات نیازمند مبدع است، همانطور، کار مبدع تا نگاه‌داران نباشند، موجود نتوان شد (هیدگر، ۱۳۸۵، ۱-۴۸). بنابراین عدم وجود هر یک از این عوامل، مانعی بر رخداد یک فرآیند هنری با هدف انتقال پیام و ایجاد ارتباط می‌باشد. پیام وجهی است که بن‌مایه اصلی اثر را تشکیل می‌دهد و ارتباط نیز به رفتارها، کنش‌ها و ساخت و سازهایی توجه دارد که هدف اصلی آنها تحت تأثیر قراردادن مخاطب و نفوذ در فکر، احساس و رفتار اوست (سپهر، ۱۳۹۵، ۱۵). در میان انواع هنری، گرافیک در رسالت رسانه‌ای خویش و از طریق ارتباط تصویری، هنری مخاطب‌محور تلقی می‌گردد و طراحان گرافیک، مخاطب را فرودگاه معانی قلمداد می‌کنند و هرگونه مقدمه و تمهید را به کار می‌گیرند تا او با سرعت، صراحت پیام را

آفرینش هنری، پیوسته مسیر شناخت را به منظور نمایش ابعاد متفاوتی از ارزش‌های واقعی مورد نظر به واسطه ایجاد دگرگونی و تغییر در دو سطح نشانه و مفهوم طی می‌نماید. با این تفاسیر، رسالت طراح از یک سو بیان چیهستی یک چیز است و بازنمایی آن در نسبت میان سطح نشانه و مفهوم. سپس اطلاع‌رسانی و مشخص‌کننده رابطه عوامل مختلف با یکدیگر و همچنین نمایش و ترویج است که نگاه مخاطب را به پیام خویش جلب کند. منظور از بازنمایی، به نمایش درآوردن برخی از ویژگی‌های خاص شیء مورد نظر است (آرنهایم، ۱۳۸۸، ۱۹۴-۲۴۴). در این راستا، شناخت طراح در دو سطح نشانه و مفهوم قابل بررسی است.

۱-۱. شناخت سطح نشانه

سطح نشانه در یک اثر هنری دارای وجهی عینی است و لذا از این حیث، زبانی است که همواره نسبتی برقرار می‌سازد بین طراح، (آنچه گفته می‌شود) و بیننده، (آنکه به او گفته می‌شود) نشانه و به عبارتی، عین خارجی، یعنی محصول هنر، حلقه اتصال میان هنرمند و مخاطب است. حتی زمانی که هنرمند در تنهایی کار می‌کند، همه این طرف‌های سه‌گانه حضور دارند. در این هنگام، اثر در حال شکل‌گیری است و هنرمند باید نیابتاً مخاطبی شود که اثر را دریافت می‌کند. هنرمند تنها زمانی می‌تواند سخن بگوید که اثرش به او در مقام کسی که به واسطه آنچه ادراک می‌کند، مخاطب قرار گرفته است، متوسل می‌شود. او مشاهده می‌کند و می‌فهمد به همان صورتی که شخص سومی ممکن است توجه و تفسیر کند (دیویی، ۱۳۹۱، ۱۶۲). در این مرحله از شناخت، طراح نوع نشانه و مفهوم وابسته بدان را در به تصویرکشیدن موضوع اولیه در نظر دارد. موضوع، وجهی است که نشانه بدان، ارجاع داده می‌شود... و چیزی است که امکان اندیشیدن و تأمل درباره آن وجود دارد (Bergman & Paavola, 2003, 46). پس از مواجهه با موضوع، دریافت اطلاعات و تجربه صوری و مفهومی آن از طریق ایجاد دگرگونی نشانه آغاز می‌گردد. نشانه‌شناسان اجتماعی همواره در صدد توجه به این موضوع برمی‌آیند که بازنمایی‌ها به کلی برابر با اصل نیستند... هیچ نظام نشانه‌ای که خنثی باشد وجود ندارد و عملکرد نشانه‌ها، علاوه بر ارجاع، اقتناع‌کردن نیز هست... بازنمایی‌ها از طریق تکرار کاربرد آنها، برای ما آشنا می‌شوند و از این حیث است که آنها را طبیعی تلقی می‌کنیم (چندلر، ۱۳۸۷، ۳۱۳-۳۴۰). بنابراین در این سیر، از یک سو، شناخت به واسطه مشاهده و دریافت نشانه‌های عینی موضوع صورت پذیرفته و از سوی دیگر مرحله آغازین و اساسی در خلق نشانه‌های بدیع و مفاهیم وابسته بدان به‌شمار می‌آید. اثر هنری طی فرایند مبتنی بر نشانه‌ها به وجود می‌آید (Everaert - Desmedt, 2006, 24). این درحالی است که در فرآیند شناخت طراح، چگونگی نمایش نشانه در موقعیتی بدیع و متفاوت و همچنین در وابستگی به تغییر ساختار نشانه‌ای نیز از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. در (تصویر ۱)، واژگونی چوب

در تعامل با یکدیگر (کنش - واکنش) قرار دارند... (عابدی، ۱۳۹۱، ۲۵)، مخاطب را خاصاً بیننده اثر در نظر داشته‌اند و لذا گویی توجه به نقش طراح اثر به‌عنوان مخاطب اول، در چگونگی نحوه فرآیند ادراک هنری و شناخت وی از موضوع و سپس چگونگی خلق نشانه و مفهوم در نسبت با آن نادیده گرفته شده است. بنابراین برای طراح، طراحی خوب، پاسخی مناسب و اندیشمندانه به همه ابعاد یک فرصت در مقابل یک موضوع و حاصل رابطه نزدیک و حقیقی بین فرم و معنا است. طراحان و هنرمندان به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه در چیزی که بازنمایی می‌کنند، تفکر خود را درباره اشیاء آشکار می‌نمایند (هرست‌هاوس، ۱۳۸۴، ۸۶). این امر بیننده را قادر می‌سازد تا به گونه‌ای متفاوت بیندیشد و درکی نواز تفسیر و ادراک حسی خود داشته باشد. به‌طور مثال، طراح در طراحی یک پوستر گرافیکی، به تحلیل و تشخیص ویژگی‌های مفهومی موضوع اولیه پرداخته و سپس در راستای دریافت‌های استدلالی و منطقی حاصل از آن، صورت‌های ذهنی خلاقانه متناسب با آن را متصور شده و به صورت یک نشانه عینی بدیع، بازنمایی کرده و ارائه می‌دهد. منظور از بازنمایی آن است که نشانه‌ای نشانگر چیز دیگری باشد... و یا به عبارت گسترده‌تر، هر چیزی می‌تواند نشانه یا نشان‌دهنده چیز دیگری باشد، بدون آنکه شباهتی میان آنها باشد (کارول، ۱۳۹۲، ۴۳).

در (تصویر ۱)، طراح ابتدا سعی داشته است که پس از ادراک موضوع مورد نظر، با تکیه بر دگرگونی و واژگون‌سازی نشانه‌ها، نه‌تنها در جهت انتقال مفهوم، بلکه تقویت عنصر توجه، در اثر نهایی را منجر شده و باعث شود که در این راستا و جوه جدیدی از فرم خودنمایی کند. بنابراین از یک‌سو، دگرگونی‌های نشانه‌ای می‌تواند در قالب بزرگ یا کوچک شدن، حذف و یا اضافه‌نمودن، جابه‌جاسازی و وارونگی و غیره نمایش داده شوند. آنچنان‌که تغییر نشانه‌هایی چون تنیس، عینک، چرخ‌دستی خرید و یا چتر در تناسب با موضوع و مفهوم مورد نظر طراح، به منظور ایجاد تداعی مفهومی بدیع و آشنایی‌زا، به شکل‌گیری نشانه‌هایی شگفت‌آور منجر شده و دگرگونی در نشانه‌های اولیه، خود، از جمله بهترین راهکار است برای یافتن نشانه متداعی یا دوم. در خلق یک اثر، طراح ویژگی‌های شاخص موضوع چون روابط بین شکل، تقارن، تزئین و همچنین نشانه‌های نمادین گزینش شده را که جزء ویژگی‌های آن محسوب می‌شوند، تحلیل و بررسی کرده و سرانجام به نظم آنها که طرح‌های کلی‌تر را ساماندهی می‌کند توجه می‌نماید (بواس، ۱۳۹۱، ۳۳). در این میان تحقق موفقیت در مسیر طراحی و خلق نشانه و استفاده مناسب آن جهت برقراری ارتباط با بیننده، مستلزم شناخت و ادراک مناسب طراح از موضوع اولیه می‌باشد. هر محصول طراحی دو عامل غائب دارد که به ایده‌های مجرد، مفهومی مادی می‌دهد: ادراک و استفاده (پاتر، ۱۳۹۴، ۳۰). بنابراین می‌توان گفت که طراح یک اثر، در سیر ادراک خویش از زمان مواجهه با موضوع هنر تا



تصویر ۱- نمایش دگرگونی و تغییر قرارگیری نشانه‌ها. مأخذ: (نیرومند، ۱۳۹۶، ۱۹)

تنیس و حذف بخشی از آن به نماد مشهور کدام شهر جهان شباهت دارد؟ همچنین وارونه‌سازی و واژگونی تصویر چرخ‌دستی و عینک و چتر نیز تداعی‌کننده چیست؟ برخی از این نشانه‌ها، علائم تخصصی برای بیان واقعیت‌ها هستند و بقیه قسمتی از دامنه گسترده‌تر و کلی‌تر ابزار بیان معانی؛ ابزاری که می‌تواند معانی را به اشتباه یا به درستی، با قطعیت یا با عدم قطعیت و با اعتبار یا بی‌اعتبار جلوه دهد (کرس و لیوون، ۱۳۹۳، ۲۱۱).

۱-۲. شناخت سطح مفهوم

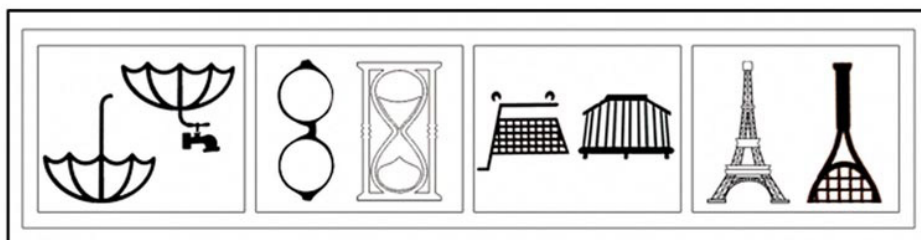
اثر هنری که از میان معانی بدون توقف عبور می‌کند، یک شیء نیست، بلکه دربردارنده مجموعه‌ای از نشانه‌هاست که همواره، معنی خود را بر ما آشکار کرده و پنهان می‌کند (پاز، ۱۳۷۶، ۶۵). این مرحله از شناخت در وابستگی به مرحله پیشین و در راستای تجزیه و تحلیل نشانه رخ می‌دهد. طراح باید به شدت نسبت به موضوع آگاه باشد؛ بخش زیادی از کار او تجزیه و تحلیل مسأله است... برای توانایی در طبقه‌بندی، مرتب‌سازی و گزارش اطلاعات، او باید در عین قدرت قضاوت و تشخیص، از تخیلی سرزنده نیز برخوردار باشد (پاتر، ۱۳۹۴، ۱۷). به عبارت دیگر، مفهومی دریافت نمی‌شود، مگر آن که به واسطه تصویر و نشانه‌ای. این مفاهیم نیز در وابستگی به نوع نشانه متغیر بوده و لذا حقیقت متفاوتی را تبیین می‌کنند. این درحالی است که این دریافت، استوار بر درک اهداف موضوع، در وابستگی به ویژگی‌های ساختاری است که شناخت آن مبتنی بر استدلال و تفکر صورت می‌پذیرد. ادراک، کشف و دریافت معنای پنهان در پس مشهودات است که مخاطب تنها از طریق رمزگشایی قادر به درک آن می‌باشد (جانچی، ۱۳۸۸، ۳۶). در این مرحله، قواعد و اصول بصری و محتوای حاکم بر موضوع مورد نظر، توسط طراح مورد تجزیه و تحلیل مفهومی قرار گرفته و سپس بازنمایی می‌شود. بازنمایی یعنی کاربرد و استفاده از زبان، برای بیان و نمایاندن امور معنادار درباره جهان به دیگران. بازنمایی قسمتی از فرآیندی است که به واسطه آن، معنای تولید شده، در میان اعضای یک فرهنگ عرضه می‌شود (هال، ۱۳۹۱، ۳۱). در این مرحله از شناخت، طراح سعی می‌نماید که با استفاده از تغییر نشانه، مفاهیم دیگری را نیز تداعی نماید. هنر استعداد ذهنی تجلی‌گر در پردازش‌های آگاهانه‌ای است که به دست خود هنرمند ارائه می‌شود، به نوعی که آن پردازش‌ها بتوانند احساسات ما را به غلیان بیندازند... در این تعریف هنرهای گرافیک و تجسمی به معنی دقیق آن، حاصل استعدادی است که پردازش‌های آگاهانه مواد پایدار را به نمایش می‌گذارند (Verworn, 1920, 8).

در (تصویر ۲)، واژگونی تنیس و حذف بخشی از آن؛ تداعی‌کننده برج ایفل، چرخ‌دستی واژگون شده؛ تداعی‌کننده قفس، عینک ایستاده؛ تداعی

ساعت‌شنی و چتر واژگون نیز بر اهمیت ذخیره آب اشاره دارند. در این تصاویر، مشاهده می‌گردد که توانمندی طراح، حاصل ترکیبی از مهارت، دانش، خلاقیت و تجربه است... طراح باید در ابتدا در عمق امور جستجو کرده و پیش از نتیجه‌گرفتن، روشن‌نمودن مفاهیم برای وی، دارای ارزش و اهمیت افزون باشد (پاتر، ۱۳۹۴، ۲۱-۲۶). در این تصاویر مشاهده می‌گردد که نگاه طراح از نظر دقت با دیگران متفاوت است. این دقت در نگاه سبب می‌شود هنرمند آنچه را دیگران نمی‌بینند، ببیند و آنچه را دیگران می‌بینند، زودتر ببیند (عابدی، ۱۳۹۱، ۳۴). در ادامه به این مسأله پرداخته می‌شود که اهمیت شناخت متفاوت طراح از نسبت میان نشانه و مفهوم، منجر به ایجاد بازشناخت بیننده در ادراک موضوع اولیه می‌گردد.

۲- مخاطب دوم: مرحله بازشناخت

در یافتیم که در راستای خلق یک اثر، طراح به‌عنوان مخاطب اول در مواجهه با موضوع، به شناخت و درک متمایزی از ابعاد و زوایای صوری و مفهومی آن مبادرت ورزیده و سپس با ایجاد بازنمایی، آن را به مخاطب دوم که همانا بیننده اثر می‌باشد، شناسانده و وی را در بازشناخت نشانه‌های تصویری و دریافت مفهوم جدید هدایت می‌سازد. بازشناخت، انتقال است از ناشناخت به شناخت (زرین کوب، ۱۳۸۲، ۱۳۱). در مواجهه با اثر هنری، بازشناخت لحظه بسیار مهمی است که در بیننده اثر رخ می‌دهد که همواره به‌عنوان جزء جدایی‌ناپذیر از یک اثر مطرح می‌باشد (شیرازیان، ۱۳۹۲، ۳۵). هیدگر در اهمیت نقش بیننده، وی را نگاه‌داشت اثر معرفی می‌نماید. به عقیده وی، کار تا نگاه‌داران نباشند، موجود نتواند شد... نگاه‌داشت کار هنری، یعنی در ایستادن در گشودگی در کار به تحقق رسنده موجود (هیدگر، ۱۳۸۵، ۴۸). بر این اساس، اهمیت بیننده و واکنش او در مقابل ارزش نوآوری در ذات اثر هنری از اهمیت بسیاری برخوردار است. در طراحی گرافیک نیز، هدف نهایی جذب بیننده و برقراری ارتباط با وی می‌باشد که همواره با ارائه ادبیات تصویری متفاوت و گاه ساختارشکن و آشنایی‌زا، منجر به بازشناخت وی در دو سطح نشانه و مفهوم می‌گردد. ضرورت درک هنر، مستلزم دریافت مؤلفه‌های نشانه‌ای و مفهومی مناسبی از سوی آن است که کل فرآیند هنر و به نوعی کارکرد آن را تشکیل می‌دهد. شکلوفسکی کارکرد اصلی هنر در واپس‌زدگی عادت‌های یکنواخت روزمره را، آشنایی‌زدایی تلقی می‌نماید. وی معتقد است، همانا کارکرد هنر آشنایی‌زدایی است؛ چرا که در مواجهه با ابعاد زندگی روزمره، ادراک ما از آنچه که بدان عادت کرده‌ایم، بی‌اعتماد می‌شود و برداشت‌ها و صورت‌های ذهنی ما جانشین واقعیت‌هایی می‌گردد که از سویی آنها را دیده و از سوی دیگر دیده نمی‌شوند (Shklovsky, 1998, 22). بر این اساس، فرآیند ادراک بیننده در بازشناخت وی از موضوع اولیه در یک تقسیم کلی، خود به انواع بازشناخت عینی در نسبت با نشانه و بازشناخت



تصویر ۲- نمایش نحوه تداعی تصاویر. مأخذ: (نیرومند، ۱۳۹۶، ۲۰-۵۷)

آن توجه نمود، یعنی آن چه که به واسطه مخاطبان فهمیده و دریافت شود (هاسپرز و اسکراتن، ۱۳۷۹، ۱۲۰). در این میان، بیننده دریافت خویش را در نسبت با نوع موضوع اولیه و هدف آن به صورت استدلال‌های منطقی تحلیل می‌نماید. بیننده سعی در ادراک قطعی و نهایی پیام اثر دارد که در راستای تفسیر و معنا بخشی به صورت‌های ذهنی خویش می‌باشد. ادراک اثر، به منزله درک و دریافت تفکر و اندیشه طراح و خالق آن است (Ambrose & Panie, 2000, 3). این مرحله نیز با توجه به خصوصیات برشمرده شده، بازشناختی ذهنی است؛ چراکه درک نشانه در راستای تحلیل‌های مفهومی و ذهنی است که در عین حال معرف واقعیت خارجی موضوع اولیه می‌باشد؛ با این تفاوت که خود حقیقی آن نیست و در صورت و معنای جدید بازنمایی شده است. بر این اساس دریافتیم در یک مواجهه هنری، طراح ابتدا به تأمل در واقعیت یک موضوع می‌اندیشد، سپس به واسطه خلاقیت خویش، این واقعیت آشنا را دگرگون ساخته و در ابعادی جدید به مخاطب ثانویه می‌شناساند. بیننده نیز به علت مواجهه با یک امر نامأنوس به تفکر واداشته شده و به منظور گذر از ناشناخت به شناخت، متکی بر ذهنیات خویش پیام را دریافت می‌دارد. بنابراین شناخت لحظه‌ای است که هنرمند مفهوم جدیدی از یک نشانه عینی را دریافته و انواع بازشناخت آن است که با دگرگونی همراه باشد. این گونه بازشناخت سبب برانگیختن احساس می‌شود (زرین کوب، ۱۳۸۲، ۱۳۱).

۳- گرافیک در نسبت با اصل دگرگونی و قوانین تداعی

دریافتیم که فرآیندهای شناخت و بازشناخت در طراحی گرافیک، فرآیندی پیوسته از فهم و دانش مخاطب اول (طراح) و مخاطب دوم (بیننده) است که همواره از مسیر تجربه، تفکر و تخیل به دست می‌آید. طراح گرافیک کسی است که همواره به ماده خود که همانا نشانه‌های بصری است معنا می‌بخشد و آن را از طریق فرم‌ها و رمزگان‌ها، تبیین می‌سازد (نیوآرک، ۱۳۹۳، ۲۴). به عبارت دیگر، در گرافیک طراح به واسطه مواجهه با یک موضوع و ادراک حسی مبتنی بر مشاهده، ابتدا شناختی اولیه از زوایای مختلف موضوع، نسبت آن با محتوا و کاربردهای آن با تکیه بر ادراک عقلی خویش به دست آورده و سپس با تکیه بر ادراک

ذهنی در نسبت با مفهوم قابل طبقه‌بندی است:

۱-۲. بازشناخت عینی^۵

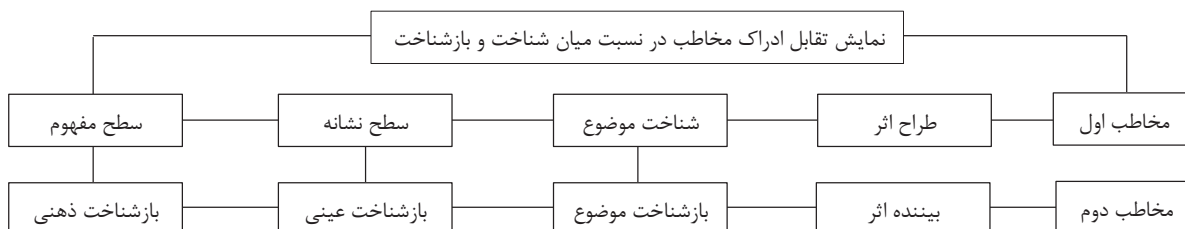
این مرحله از بازشناخت، درک و دریافت نشانه‌ای است که در واقع عینیت بازنمایی شده از موضوع اولیه بوده و استوار بر ادراک حسی بیننده و حاصل از مشاهده اثر، بازشناختی عینی است. ادراک حسی عبارت است از: درک و دریافت انعکاس واقعیت‌های خارجی (ارشد ریاحی و واسعی، ۱۳۹۰، ۱۳). در این مرحله بیننده با تحلیل عناصر و نشانه‌های بصری رؤیت شده با اثر ارتباط برقرار کرده و هدف، شناختی دوباره و متمایز از هستی و واقعیت عینی موضوع اولیه است. شناخت مناسب از هستی هنر، در گروهی دریافت اطلاعات و آگاهی از خصوصیات بیرونی و درونی آن است. هر نوع آگاهی از چیزی، رشد هستی آن را در پی دارد (اعظم کثیری و وفالبدری، ۱۳۹۶، ۳۱). در این راستا، بیننده اثر مجال می‌یابد تا در برخورد با زبان بصری متفاوت به درک هستی و چیستی موضوع مورد نظر طراح نائل آمده و درک تازه‌ای از آن داشته باشد. ادراک تازه‌ای از هر موضوع، به واسطه تصاویر و صورت‌های جدید است و نه در تکرار معانی پیشین (احمدی، ۱۳۷۰، ۴۹). این درحالی است که بازشناخت عینی حاصل از دریافت اطلاعات، امکان ادراک متمایزی از کارکردهای هنری را نیز فراهم می‌آورد؛ آنچنان که در (تصویر ۳)، بازشناخت بیننده در سطح نشانه، کارکردی متفاوت را از تنیس، چرخ‌دستی خرید، عینک و چتر را دریافت خواهد کرد. به عبارت دیگر، از لحاظ نشانه‌شناختی، تنیس همان تنیس و چرخ‌خرید، همان چرخ‌خرید است، اما گویی در مرحله بازشناخت، کارکردی متفاوت از آن دریافت می‌شود. بیننده اثر، برای درک تجلیات هنری، باید آن را با کارکردی متصل کند که طبیعت کیفیت خاص هنری اثر را تشریح کند. وقتی که چنین کارکردی پیدا شد، فعالیت‌های متجلی از احساسات را باور خواهد کرد (Hirn, 1900, 29).

۲-۲. بازشناخت ذهنی^۶

این مرحله از بازشناخت، متکی بر ادراک مفاهیم نهفته در نشانه‌های عینی است. در هنر بحث از ادراک زمانی به میان می‌آید که باید به محتوای



تصویر ۳- نمایش دگرگونی نشانه و ایجاد بازشناخت در بیننده. مأخذ: (نیرومند، ۱۳۹۶، ۲۰-۵۷)



نمودار ۱- نمایش نحوه تقابل ادراک مخاطبان.

تغییر شکل نشانه، تغییر موقعیت نشانه، تغییر کارویژه و تغییر کلیت آن که هر یک، خود در تغییر معنا و مفهوم نشانه نیز اثرگذار خواهند بود. گویی دیگر نشانه، وابسته به معنای ثابت خود نیست و معنا همواره به معانی دیگر تبدیل می‌شود.

۳-۱-۱. دگرگونی نظام (شکل) نشانه

چارلز سندرس پیرس^۷ نشانه‌ها را به سه‌نوع، تقسیم کرده است: نگاره (شمایلی)، نشانه‌ای است که شباهت به مرجع خود دارد. مانند عکس و تصویر افراد که چهره واقعی آنها را نشان می‌دهد. نمایه، نشانه‌ای است که دلالت به چیزی مرتبط با چیز دیگری داشته و آن را یادآوری می‌سازد. نمایه‌ها به مرجعشان شباهت ندارند و تنها می‌توان از طریق آنها مرجع را شناخت. نماد نیز نشانه‌ای است که بر چیزی مبتنی بر قرارداد دلالت دارد (دانسی، ۱۳۸۸، ۷۵-۷۶). بر این اساس نشانه‌ها ابزار ارتباطی قدرتمندی هستند که برای انتقال پیام مورد استفاده قرار گرفته و از طریق فرآیندهای نشانه‌شناسی دلالت‌های صریح و ضمنی را متبادر می‌سازند. دلالت صریح به معنای اصلی و عین به عین یک تصویر یا گرافیک اشاره دارد و به معنای آن است که هر چیزی دقیقاً همان است که دیده می‌شود (امروز و هریس، ۱۳۹۳، ۸۸). بنابراین دلالت صریح به واسطه نشانه یا تصاویر شمایلی است که ایجاد می‌شود. اما از سوی دیگر، کاربرد برخی نظام‌های نشانه‌ای منجر به ایجاد دلالت‌های ضمنی می‌گردد. دلالت‌های ضمنی^۸، ارزش‌های مفهومی وابسته به نشانه را به لحاظ شکل و نوع عملکرد آن بیان می‌کنند (دانسگر، ۱۳۹۵، ۱۲۰). بر این اساس می‌توان گفت که دلالت‌های ضمنی معمولاً در وابستگی به نشانه‌های شمایلی، نمایه‌ای، نمادین و یا انتزاعی است که قابل دریافت است؛ چراکه اینگونه دلالت‌ها، در ساختارهای متفاوتی از نشانه، مدلول‌های متفاوتی ایجاد می‌کنند و همواره دریافت آنها نیاز به تحلیل و تفسیر دارد.

در مثال نسبت میان دگرگونی و شکل نشانه‌ای در یک اثر گرافیکی، می‌توان به پوستره‌های ارائه شده در (تصویر ۴) اشاره نمود. تمامی پوسترها مبتنی بر یک موضوع واحد که در ارتباط با فیلمی است تحت عنوان «راننده تاکسی»^۹ طراحی شده‌اند.

عناصر نشانه‌شناختی در این فیلم، بر محوریت شخصیت اسلحه، تاکسی و تاکسیران می‌باشد. طراح در طراحی نمونه‌های مختلف از نظام نشانه‌ای متفاوت سود جسته است که دگرگونی آن کاملاً قابل توجه می‌باشد. در پوستر اول، انطباقی از نشانه‌های شمایلی (واقع‌گرایانه) از تاکسی و اسلحه ارائه شده است. نشانه‌های شمایلی، نشانه‌های تصویری هستند که با موضوع اولیه از خصوصیات ساده مشترکی برخوردارند... اشیائی که ما بر حسب عادت ایماژ می‌خوانیم، از قبیل نقاشی‌های چهره، شامل ویژگی‌هایی هستند که مشترک بین موضوع و نشانه‌اند... (یوهانسون و اریکلارسن، ۱۳۸۸، ۷۶). در پوستر دوم، ارائه وجهی نمایه‌ای از اسلحه و ماشین است که، بدان‌ها اشاره می‌نماید. بیننده در ابتدا ماشین را مشاهده می‌نماید و سپس پی به واژگونی اسلحه می‌برد؛ آنچنان که ماشه اسلحه در نگاه اول، تداعی‌کننده صندلی ماشین است. نمایه، طبقه‌ای از نشانه‌های دیداری و شنیداری است که به وسیله جنبه‌های تقلیدی آشکار و از طریق شباهت‌ها یا ویژگی‌های مشترک در رابطه‌ای مستقیماً محسوس با موضوع بازنمون شده قرار دارد (Bussmann, 2006, 530). پوستر سوم، نمایشی

خیالی خویش، سعی در ایجاد زبانی متفاوت، به آشنایی‌زدایی از آن اقدام نموده و جنبه‌های متفاوت و بدیع را در تناسب با فرآیند نشانگی به بیننده نمایش خواهد داد. در گستره زبان تصویری، ساختارهای آشنایی‌زدایی و فرآیند نشانگی، در ایجاد دگرگونی فرآیند ادراک، راهکارهای اثرگذار، در جریان‌های هنری هستند که به موازات وجود ریشه‌های مشترک میان آنها در نشانه و مفهوم، بر عامل ادراک انسانی در دو سوی مسیر درک و دریافت طراح و بیننده اثر نیز استوارند. طراح در راستای ایجاد آشنایی‌زدایی، به منظور ارائه هستی هنر، تبیین هدف آن و نمایش شگردهای هنری به ترتیب سعی در احساس کردن اشیاء، افشای حس و ناآشنا ساختن آن، در یک مواجهه هنری دارد. فرآیند نشانگی نیز، برخوردار از سه سطح متعلق نشانه‌شناختی، تفسیر و نمود است که با توجه به ساختار درونی و برونی آنها، به ترتیب نوع دریافت مخاطب را از موضوع، مفهوم و نشانه در وابستگی به فرآیند ادراک وی متغیر و متفاوت می‌سازد (احسنت، اردلانی، صافیان و ذاکر حقیقی، ۱۳۸۹، ۵۸-۵۹). با این تفاسیر، طراح اثر می‌تواند در راستای خلق زبان بصری بدیع و آشنایی‌زدا، بیننده را به یک تجربه بازشناختی دعوت نموده و زمینه‌های ایجاد کشف و دگرگونی فرآیند شناخت وی را در سطح نشانه و مفهوم فراهم آورد؛ مفاهیم کشف و دگرگونی، نخستین بار در کتاب فن شعر ارسطو مطرح شده است؛ کشف، فرآیند آگاهی فرد بر امور و حقایقی است که پیش از آن، نسبت بدان غافل و بی‌اطلاع بوده است. بنابراین، هنگامی که شخص، از چیزی که تاکنون خبر نداشته، آگاه شود، کشف، صورت می‌پذیرد. دگرگونی نیز کیفیتی است که تغییر موقعیت و وضعیت، از یک حالت به حالت دیگر است (داد، ۱۳۷۵، ۲۴۱). در سیر فرآیند گرافیکی، کشف، لحظه رویارویی و ادراک بیننده هنگام مواجهه وی با اثر است. این در حالی است که دگرگونی، به منظور انتقال پیامی متفاوت به بیننده، خاصاً از سوی طراح و در ابعاد نشانه‌ای انجام می‌پذیرد. کشف و دگرگونی موقعیتی خاص و متفاوت برای انتقال پیام است که در آن همواره قوه تعقل و تفکر مخاطب را جهت آگاه‌ساختن او از امور پیرامون خود درگیر می‌سازد (مهروند و عطاری‌خامنه، ۱۳۹۳، ۱۷۷). با این تفاسیر، می‌توان گفت که کشف و دگرگونی در فرآیند خلق اثر گرافیکی و مواجهه با آن وجود داشته و به ترتیب در وابستگی به دو اصل ساختار نشانه‌ای و اصل تداعی تبیین‌پذیر است؛ آنچنان که ایجاد دگرگونی از سوی طراح گرافیک حاصل تغییر و دگرگونی ساختار نشانه‌ای بوده و لذا تحولی بیرونی است و کشف نیز در راستای درک و دریافت تغییرات درونی رخ می‌دهد که تداعی مفهومی متفاوت و متمایز از پیش بوده و حاصل آن نیز انتقال از ناآگاهی به آگاهی بیننده است.

۳-۱. مرحله شناخت در نسبت با دگرگونی ساختار نشانه

در فرآیند خلق اثر گرافیکی، دگرگونی ساختار نشانه‌ای از سوی طراح گرافیک صورت می‌پذیرد. در اینجا دگرگونی همان تغییر است و وقتی از تغییر سخن می‌گوییم، منظور همه تغییراتی است که یک نشانه ممکن است به خود ببیند (نیرومند، ۱۳۹۶، ۱۹). براساس این ساختار، طراح به واسطه مواجهه با موضوع اولیه و شناخت آن، سعی در ارائه نمایش متفاوتی از آن داشته و مخاطب را به مشاهده و تأمل بدان دعوت نموده تا به گشودن و رمزگشایی مفاهیم آن بپردازد. از این منظر، می‌توان نسبت میان دگرگونی و ساختار نشانه‌ای را به چهار دسته متمایز تقسیم نمود:

نمود: در تصویر اول، دو نشانه شماییلی اسلحه و نشانه نمادین کبوتر در کنار هم دیده می‌شوند که اگر چه دو نشانه متناقض‌نما به مفهوم جنگ و صلح را نمایش می‌دهند، اما هم‌راستایی آنها به سمت بالا و اوج گرفتن، می‌تواند بر اهمیت مفهوم صلح بیفزاید. در تصویر دوم، طراح با نمایش تقابل اسلحه‌ها با کبوتر و به واسطه قرارگیری نشانه‌ها در جهت معکوس و در مقابل هم، مفهوم تهدید و زور را تداعی می‌کند. در تصویر سوم، نمایش سایه‌ای روشن و محو از کبوتر و خارج شدن آن از دهانه اسلحه، گویی مفهومی از رستگاری و آزادی را نمایش داده و تصویر چهارم نیز، نه تنها یک اثر ضد جنگ نیست، بلکه به مبارزه مسلحانه آزادی بخش اشاره دارد.

۳-۱-۳. دگرگونی کلیت نشانه

هر نشانه دارای کلیتی تجزیه‌پذیر است. هر گاه جزئی از آن تصور شود، کل آن جزء یا سایر اجزای آن کل در ذهن تداعی می‌شود. منظور از جزء آن بخش از کل است که دیدن آن به سهولت یادآوری‌کننده کل آن باشد (نیرومند، ۱۳۹۶، ۲۸). در این حالت، تجزیه کل نشانه به منظور تبدیل آن به یک جزء، به واسطه دگرگونی‌های متعددی چون، تغییراندازه، حذف یک‌بخش و یا افزایش آن، تقسیم و تکثیر، وارونه‌سازی، بزرگنمایی و غیره صورت می‌پذیرد. در این حالت، دگرگونی هر نشانه، به منظور ایجاد یک تداعی است.

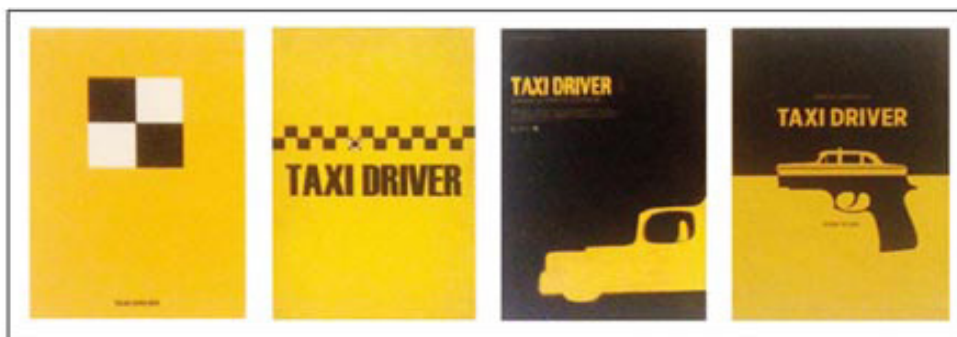
همانطور که در (تصویر ۶) مشاهده می‌شود، به ترتیب، تصویر اول، نحوه قرارگیری و تکثیر لیوان‌های شیر، تداعی‌کننده نمایی از چینش دندان است، به منظور اهمیت و تأثیر آن در سلامتی دندان. در تصویر دوم، وارونه‌سازی نشانه‌های تصویری در قالب دست و نحوه قرارگیری آنها، تداعی‌کننده ممانعت از مبارزه است. در تصویر سوم، بزرگنمایی آره در نسبت با ابعاد انسانی و در تصویر چهارم نیز، تقسیم و تکثیر نشانه‌های تصویری، نحوه‌های متفاوتی از دگرگونی کلیت نشانه را به منظور ارائه و

نمادین از نقش برجسته روی تاکسی است که اثر گلوله در میان سطح شطرنجی مشخص بوده و نشانه‌ای است در راستای اثبات شلیک گلوله. نماد یک عنصر تصویری است که بر اشیاء، مفاهیم و یا موقعیت‌ها دلالت دارد (پریکن، ۱۳۹۲، ۹۱). در پوستر چهارم نیز، مربع‌های سفید و سیاه، تصویری مینیمال و انتزاع را نمودار می‌سازند که درک و دریافت مفهوم آنها نیز مستلزم تفسیر است. هنر انتزاعی هنری است که هیچ صورت یا شکل طبیعی در جهان در آن قابل تشخیص و تطبیق نیست و فقط از رنگ یا فرم‌های غیر طبیعی و یا نامتعارف برای بیان مفاهیم خود بهره می‌گیرد (لینتن، ۱۳۸۲، ۸۳). نشانه‌های انتزاعی نیز از جمله اقسام نشانه هستند که دریافت معنای آنها مستلزم تحلیل و تفسیر است. انتزاع فرآیند یا نتیجه تعمیم بخشیدن یا کاهش محتوای اطلاعاتی یک مفهوم یا یک پدیده قابل مشاهده، جهت حفظ و ثبات اطلاعات برای مقاصد خاص می‌باشد (پاکباز، ۱۳۷۳، ۱۲۱).

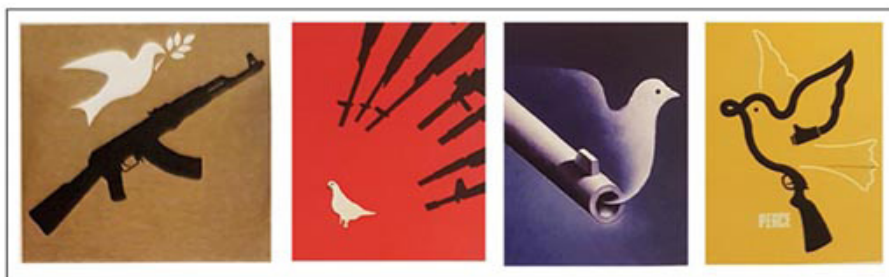
۳-۱-۲. دگرگونی موقعیت نشانه

در وجه دیگری از دگرگونی، برای طراح این امکان فراهم است که با حفظ نشانه‌های مشخص، صرفاً با تغییر موقعیت آنها، معناهای متفاوتی را برای بیننده تداعی سازد. لذا در این حالت از دگرگونی، بازشناخت بیننده از نشانه مشهود، اگر چه استوار بر معنای خود نشانه است، اما در تناسب با موقعیت قرارگیری نشانه، معنا را نیز متغیر و دگرگون می‌سازد. معنی موجود در یک تصویر بیش از حد مبهم و گنگ است و به عبارتی همچون زنجیره‌های شناور از مدلول‌ها یا معانی متعدد است. به عقیده بارت، در هر جامعه‌ای تکنیک‌هایی با نیت ثبت کردن این زنجیره شناور طراحی می‌شوند تا با خطر ظهور نشانه‌های مبهم مقابله کنند (Barthes, 1977, 39).

در مثال دگرگون‌سازی موقعیت نشانه می‌توان به (تصویر ۵) اشاره



تصویر ۴- پوسترهای Taxi Driver. مأخذ: (نیرومند، ۱۳۹۶، ۳۵)



تصویر ۵- دگرگونی موقعیت نشانه‌های تصویری. مأخذ: (نیرومند، ۱۳۹۶، ۲۳)

تداعی مفهومی مشخص نمایش می‌دهند.

۳-۴. دگرگونی کارویژه نشانه

هر نشانه کارویژه خاص خود را داشته و متناسب با آن ارائه می‌شود. منظور از دگرگونی کارویژه، کاربرد یک نشانه، متفاوت از کارایی طبیعی آن است. تغییر در کارویژه نشانه‌ها باعث می‌شود تا وجوه جدیدی از آنها آشکار شود (نیرومند، ۱۳۹۶، ۱۱۶). آنچنان که در (تصویر ۷)، تانک به جای تراکتور، کالسکه به جای گاری، صلیب به جای چکش و کارد و چنگال در کارویژه‌های متفاوت به کار برده شده‌اند. بنابر موارد شرح داده شده، می‌توان گفت که در نمایش و تبیین نسبت میان دگرگونی با ساختار نشانه‌ای همواره دو عامل مشارکتی وجود دارد: عامل اول طراح است که نشانه‌ها را می‌سازد و عامل دوم، نشانه‌هایی است که به تصویر کشیده شده‌اند. همواره دو نوع عامل مشارکتی در هر فعالیت نشانه‌شناختی وجود دارد: این دو عامل مشارکتی شرکت‌کنندگان تعاملی^{۱۰} و شرکت‌کنندگان بازنمود^{۱۱} شده هستند. گروه اول آنهایی هستند که در برقراری ارتباط سهم دارند؛ یعنی کسانی که صحبت می‌کنند، گوش می‌دهند، می‌نویسند، می‌خوانند، تصاویر را می‌سازند یا آنها را نگاه می‌کنند. در حالی که گروه دوم اعضای هستند که موضوع ارتباط را شکل می‌دهند؛ افراد، مکان‌ها، مباحث انتزاعی یا اشیائی که در گفتار و نوشتار و تصویر بازنمود می‌شوند، به عبارت دیگر آنهایی که درباره‌شان سخن می‌گوییم، می‌نویسیم و به تصویرشان می‌کشیم در این گروه قرار می‌گیرند (کرس و لیوون، ۱۳۹۳، ۷۲).

۳-۲. مرحله بازشناخت در نسبت با قوانین تداعی

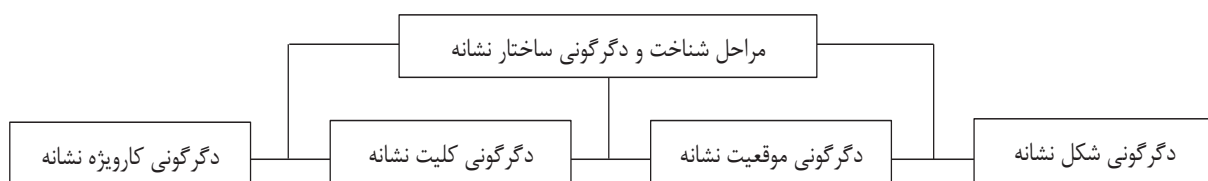
دریافتیم که دگرگونی‌های حاصل از تغییر ساختار نشانه‌ای موضوع اولیه از سوی طراح، منجر به ایجاد بازشناخت عینی و ذهنی بیننده در مواجهه با آن می‌گردد؛ بازشناخت عینی است، چراکه موضوع اولیه را در قالب نظام نشانه‌ای متفاوت از نشانه متعارف آن درک می‌نماید و بازشناختی ذهنی، از آن حیث که تغییر ساختار نشانه‌ای، مفهوم جدیدی از خود را در ذهن بیننده متداعی می‌سازد. بنابراین می‌توان گفت که مرحله کشف یا بازشناخت، در برقراری نسبت با قوانین اصل تداعی است که در بیننده صورت می‌پذیرد. Discovery به برابرهایی فارسی کشف حقیقت (شمیسا، ۱۳۷۳، ۱۴۳) و بازشناخت (زرین‌کوب، ۱۳۸۲، ۱۳۱) برگردانده شده است. بازشناخت، فرصتی است که نشانه در یک موقعیت بازنمایی شده و در مفاهیم جدید برای مخاطب تداعی می‌گردد. تداعی فرآیندی روانی است که در آن شخص کلمات و مفاهیمی که قابلیت فراخوان یکدیگر را دارند به هم مربوط می‌سازد... نخستین بار یونانیان به اهمیت تداعی در مسیر تفکر خلاق پی بردند و امروزه برخی از اندیشمندان از آن به‌عنوان موتور محرک خلاقیت یاد می‌کنند. تفکر خلاق عبارت است از شکل دادن به تداعی‌ها به صورت ترکیبات تازه و مفید که پاسخگوی الزامات خاصی باشد... هر چه عناصر ترکیب جدید غیرمشابه‌تر باشد، فرآیند حل کردن خلاق تر خواهد بود (نیرومند، ۱۳۹۶، ۲۷-۲۶). به‌طور کلی تداعی یک امر، گاهی مبتنی بر ویژگی‌های منطقی صورت می‌گیرد و گاهی در وابستگی به خلاقیت، فارغ از چارچوب‌های مشخص بوده و کاملاً



تصویر ۶- دگرگونی کلیت نشانه (تقسیم و تکثیر، وارونه‌سازی، بزرگنمایی و غیره). مأخذ: (نیرومند، ۱۳۹۶، ۵۵-۵۹-۶۰-۱۱۰)



تصویر ۷- دگرگونی کارویژه نشانه. مأخذ: (نیرومند، ۱۳۹۶، ۱۱۶)



نمودار ۲- نمایش مراحل شناخت در نسبت با دگرگونی ساختار نشانه.

آزاد و بی قید و شرط است. به عبارت دیگر، در ایجاد تداعی به واسطه تفکر خلاق، می توان مفاهیم به ظاهر غیر مرتبط چه از حیث نشانه و چه معنا را با یکدیگر هماهنگ و همراه کرد. با این تفاسیر تداعی اموری که مبتنی بر تفکر خلاق صورت پذیرفته باشد، دارای ویژگی های پویایی، انعطاف پذیری و سیالی است. اهمیت تداعی آزاد از آن روست که هر یک از ما مجموعه بزرگی از اخبار، اطلاعات، خاطرات و تجربیات را در اختیار داریم که به طور معمول در حافظه ما بایگانی شده اند. برای بازخوانی، بازشناسی و یادآوری آنها نیازمند محرک های خاص هستیم. قدرت تداعی در بازخوانی امور و عناصر به ما کمک می کند تا همواره با مشاهده هر پدیده عناصر مرتبط با آن را در ذهن بازخوانی یا به نوعی احیاء کنیم و قوه تصور خود را به قوه حافظه مرتبط سازیم (نیرومند، ۱۳۹۶، ۱۸). اما از جمله راهکارهای ایجاد تداعی، وابستگی آن به قوانین مشابهت، مجاورت، تباین و تداعی آزاد است. رخداد کشف یا بازشناخت نیز، در فرآیندی حاصل از یادآوری، شباهت، قیاس و خلاقیت هنرمند تعبیر شده است. زرین کوب بازشناخت را چنانکه ارسطو تصویر کرده است بر چهار قسم تبیین کرده است: نوعی که عبارت است از بازشناخت به وسیله نشانه های مرئی. در به کار بردن این نشانه ها ممکن است درجات مهارت و تسلط، متفاوت باشد، بازشناختی که به ذوق شاعران ابداع شده باشد. بازشناختی که با یادآوری حاصل شود. یعنی دیدن چیزی، احساس سابق را به خاطر آورد. بازشناختی که براساس قیاس حاصل آید (زرین کوب، ۱۳۸۲، ۱۴۲-۱۴۱). با این تفاسیر می توان گفت که طراح هنگامی که دو نشانه را به منظور تداعی یک مفهوم، در مجاورت با یکدیگر به کار می برد، به ایجاد کشف یا بازشناخت حاصل از یادآوری به بیننده یاری می رساند. همانند (تصویر ۸)، که همجواری خلاقانه و آزاد دو عنصر بصری در مجاورت یکدیگر، تداعی کننده بستنی و مبل چرمی مبتنی بر شناخت پیشین بیننده است، لکن از سوی دیگر، منجر به بازشناختی از تصویر و مفهوم می شود که به نحوی یادآوری کننده کیفیت کالا نیز می باشد. بنابراین همواره نسبتی است میان عناصر ایجاد (کشف) بازشناخت و قوانین اصل تداعی.

۳-۲-۲. بازشناخت حاصل از نشانه های مرئی در نسبت با قانون مشابهت^{۱۳}

منظور نحوه ای از کشف و بازشناخت است که به واسطه نشانه های قابل رؤیت و مشابه صورت می پذیرد. بازشناختی است به وسیله نشانه های مرئی (زرین کوب، ۱۳۸۲، ۱۴۱). اصل شباهت ادعا می کند که عناصر شبیه به هم متعلق به یک گروه به نظر می رسند و بیشتر از عناصری که شبیه یکدیگر نیستند مربوط به هم درک می شوند (لیدول، هولدن و باتلر، ۱۳۹۳، ۲۱۸). بنابراین می توان نشانه های وابسته به شباهت را نشانه های مرتبط نیز نامید. به گونه ای که عناصر مربوط به هم، شبیه به یکدیگر باشند و عناصری که به هم ربط ندارند، با استفاده از اختلاف رنگ، اندازه و شکل نشان داده شوند. در این حالت گویی، رویدادهایی بیشتر با هم تداعی می شوند که با هم شباهت دارند. شباهت به لحاظ شکل، رنگ، ساختار و غیره. در (تصویر ۸) شباهت نشانه ایدز در میان تصویر قفس خود گواهی بر این امر است.

۳-۲-۳. بازشناخت حاصل از قیاس در نسبت با قانون تباین^{۱۴}

زبان قیاسی متعلق است به نیمکره راست مغز و یا به بیان بهتر، به سیستم عصبی... زبان قیاسی زبان روابطی است، شامل حرکات بیانگر، ایما و اشارات (دولوز، ۱۳۹۳، ۱۷۲). در یک اثر گرافیکی، گاهی نشانه ها و مفاهیمی بیشتر مبتنی بر مغایرت میان آنها، تداعی کننده مفهومی می شوند. تباین با روابط مبتنی بر تضادها شکل می گیرد. قیاس روشی برای به تصویر کشیدن ارتباطات و الگوها در رفتارهای یک سیستم از طریق به نمایش گذاشتن متغیرهای دو یا چند سیستم به طریقی کنترل شده... یکی از قدرتمندترین شیوه های شناخت و درک این ارتباطات نمایش اطلاعات به صورتی است که مقایسه میان آنها میسر شود (لیدول، هولدن و باتلر، ۱۳۹۳، ۴۶). در (تصویر ۸)، همزمانی نمایش نشانه سیگار در کنار جنین، بازشناختی حاصل از قیاس در نسبت با قانون تباین به تصویر می کشد.

منظور آن گونه بازشناختی است که با یادآوری حاصل می شود؛ یعنی دیدن چیزی یک احساس سابق را به خاطر آورد (زرین کوب، ۱۳۸۲، ۱۴۱-۱۴۲). یادآوری منجر می شود که اطلاعات از نو سامان دهی شوند و به گونه ای ساده تر و یا معنادارتر به نظر برسند. عامل یادآوری به عنوان یکی از اقسام بازشناخت و کشف، دارای خصیصه تداعی است. به خاطر آوردن مبتنی بر تداعی هاست و هر تداعی عبارت است از پیوند ساده

۳-۲-۱. بازشناخت حاصل از یادآوری در نسبت با قانون مجاورت^{۱۵}

منظور آن گونه بازشناختی است که با یادآوری حاصل می شود؛ یعنی دیدن چیزی یک احساس سابق را به خاطر آورد (زرین کوب، ۱۳۸۲، ۱۴۱-۱۴۲). یادآوری منجر می شود که اطلاعات از نو سامان دهی شوند و به گونه ای ساده تر و یا معنادارتر به نظر برسند. عامل یادآوری به عنوان یکی از اقسام بازشناخت و کشف، دارای خصیصه تداعی است. به خاطر آوردن مبتنی بر تداعی هاست و هر تداعی عبارت است از پیوند ساده

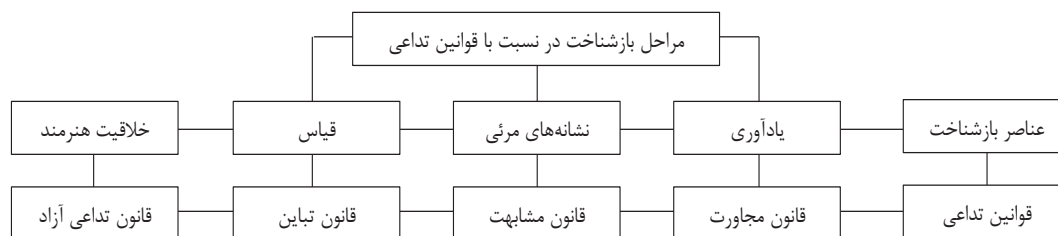


تصویر ۸- بازشناخت تصویر و مفهوم در نسبت با قوانین تداعی. مأخذ: (نیرومند، ۱۳۹۶، ۳۲-۵۹-۷۱؛ ورامینی، ۱۳۹۰، ۱۲۶)

۳-۲-۴. بازشناخت حاصل از خلاقیت در نسبت با قانون تداعی آزاد^{۱۵}

غیرطبیعی به نظر می‌رسد، اما در راستای گذار از کشف و بازشناخت، به درک مفهوم مورد نظر ناائل خواهد آمد. گاهی ایده‌ها ممکن است که ناهماهنگ، بی‌هدف و بدون کاربرد به نظر برسند و این در حالی است که می‌توان حتی به بیان آنها پرداخت. اما آنچه که مهم است، این است که هر ایده‌ای هدفی دارد و راه‌هایی برای بیان آن که وابسته به تفکرات خلاق یک طراح گرافیکست می‌باشد و این فرآیند و نوآوری وابسته به خلاقیت و ارتباط بصری است (کارو، ۱۳۸۳، ۶). در (تصویر ۸)، تلفیق نمادین عناصر بصری، با هم‌راستا کردن دو عنصر بصری کاملاً غیر مرتبط با یکدیگر، مخاطب را جذب خویش می‌نماید. در این پوستر شعار فروشگاه، مبلمان برای آدم‌هایی با انواع ذائقه‌ها، به استثنای وانیلی دلیل شکل‌گیری این تصویر خلاق شده است. صندلی شیک چرمی با انتقال حس بستنی شکلاتی اشتهابرانگیز، با قرار گرفتن در رأس، به گونه‌ای تداعی‌کننده کیفیت کالا است که روح شعار اصلی را نیز به نمایش درآورده است (ورامینی، ۱۳۹۰، ۱۲۶).

در این مرحله، منظور از تداعی‌آزاد این است که بیننده به واسطه خلاقیت خویش و فارغ از هر گونه قواعد و قوانین از پیش تعیین شده و در راستای نقشه‌برداری آزاد از ذهن خویش، به ایجاد بازشناخت اثر اهتمام می‌ورزد. نقشه‌برداری از ذهن که تفکر شعاعی نیز نامیده می‌شود، صورتی از تفکر و تحقیق ذهنی است که به مخاطب اجازه می‌دهد تا قلمرو مسأله، موضوع و یا عنوانی را جستجو و کشف نماید (لاپتن، ۱۳۹۴، ۲۴). این مرحله به مخاطب یاری می‌رساند تا تفکر مفهومی و منطقی را که در پی یافتن نظم است، دور بریزد و به جهان رؤیاهای اندیشه‌های بی‌هدف، اتفاقات، احساس‌ها و تصاویر ذخیره شده در حافظه دست یابد (نیرومند، ۱۳۹۶، ۲۰). در این حالت ابتدا موضوع برای بیننده در مواجهه با اثر و در نسبت میان نشانه و مفهوم امری ناشناخته و یا در بعضی مواقع نمودار ۳- نمایش مراحل بازشناخت در نسبت با قوانین تداعی.



نتیجه

و بازشناخت در نسبت با اصل تداعی و ساختار نشانه، دریافتیم که در سیر آفرینش اثر گرافیکی، طراح از طریق ایجاد دگرگونی ساختار نشانه مبتنی بر تغییر شکل، تغییر موقعیت نشانه، تغییر کلیت آن و یا کارویژه، وجه متفاوتی از نشانه و مفهوم را در ذهن بیننده بازنمایی می‌نماید. تغییر شکل در انواع نظام‌هایی چون شمایی، نمایی، نمادین و انتزاعی صورت می‌پذیرد. تغییر موقعیت نشانه نیز، بر وضعیت و موقعیت مکانی و محل قرارگیری عناصر تکیه دارد و تغییر کلیت نشانه، بر چگونگی نمایش نشانه مبتنی است که در انواع وارونه‌سازی، تکثیر و یا کاهش، بزرگ‌نمایی و غیره نمود می‌یابد. این در حالی است که در تغییر کارویژه، نشانه‌ها در کاربردی متفاوت از کاربرد واقعی و معمول خود ایفای نقش نموده و ارائه می‌شوند. از سوی دیگر، مسیر بازشناخت یک اثر هنری نیز در نسبت با قوانین تداعی مورد بررسی قرار گرفت. آنچنان که عوامل و عناصر وابسته به بازشناخت اعم از یادآوری، نشانه‌های مرئی، قیاس و خلاقیت هنرمند به ترتیب در نسبت با قوانین وابسته به اصل تداعی، چون مجاورت، شباهت، تباین و تداعی آزاد در نمونه‌های ارائه شده، تبیین گردید.

نتایج حاصل از پژوهش، حاکی از آن است که در یک مواجهه هنری، همواره دو نوع برخورد مخاطب‌محور در ادراک نسبت میان نشانه و مفهوم وجود دارد؛ آنچنان که از یک‌سو، مخاطب اول، طراح اثر است در مواجهه با موضوع اولیه و از سوی دیگر، مخاطب دوم، بیننده می‌باشد در رویارویی با اثر نهایی. بنابراین در این سیر، فرآیند ادراک طراح و بیننده، به ترتیب، در گذار از شناخت به بازشناخت نشانه و مفهوم، از تقابل قابل توجهی برخوردار است. منظور از شناخت وجهی است که بر تفکر، تجربه و حواس استوار است و بازشناخت نیز مرحله‌ای است که در شناخت دوباره و یا به عبارتی بازشناسی از یک موضوع واحد، دریافتی نو از آن حاصل گردیده و همواره توأم با دگرگونی است. در این میان، گرافیک از جمله بسترهایی است که بر این خصوصیت استوار است؛ چراکه در سیر خلق یک اثر گرافیکی، طراح ابتدا به دگرگونی و تغییر ابعاد نشانه‌شناختی وابسته به موضوع مورد نظر اولیه پرداخته و بیننده زمینه‌های کشف و بازشناخت آن را مبتنی بر اصول تداعی تجربه می‌نماید. تداعی، فرآیندی تجسمی است که در آن بیننده، نشانه‌ها و مفاهیمی که قابلیت فراخوان یکدیگر را دارند به هم مربوط می‌سازد. بنابراین با هدف تبیین دگرگونی شناخت

پی‌نوشت‌ها

5. Objective Recognition.
6. Mental Recognition.
7. Charles Sanders Peirce (1839-1914).
8. Connotation.

1. Cognition.
2. Recognition.
3. Anagnorisis.
4. Association.

- شیریان، رضا (۱۳۹۲)، *جنابیت در بناها و محوطه‌های تاریخی*، انتشارات داستان، تهران.
- عابدی، علی (۱۳۹۱)، *گرافیک: تجزیه. تحلیل. نقد*، کتاب آمه، تهران.
- کارول، نوئل (۱۳۹۲)، *درآمدی بر فلسفه هنر*، انتشارات متن، تهران.
- کارو، جرسی (۱۳۸۳)، *طراحی گرافیک*، ترجمه مهگان فرهنگ پور، انتشارات عفاف، تهران.
- کرس، گوئتر و لیوون، تنوون (۱۳۹۳)، *خوانش تصاویر: دستور طراحی بصری*، ترجمه سجاد کبگانی، فرهنگسرای میردشتی، تهران.
- لاپتن، آلن (۱۳۹۴)، *تفکر طراحی گرافیک: آن سوی طوفان مغزی*، ترجمه نازیلا محمدقلی‌زاده، فرهنگسرای میردشتی، تهران.
- لیدول، ویلیام و هولدن، کریستینا و باتلر، جیل (۱۳۹۳)، *قواعد فراگیر طراحی*، ترجمه راضیه مهدیه، نازیلا محمدقلی‌زاده، مهسا حقی‌پناه و رائیکا خورشیدیان، فرهنگسرای میردشتی، تهران.
- لینتن، نوربرت (۱۳۸۲)، *تاریخ هنر مدرن*، ترجمه علی رامین، نشر نی، تهران.
- مهروند، احد و عطاری‌خامنه، امیر (۱۳۹۳)، *بررسی سه شعر از پروین اعتصامی بر اساس دو عنصر ارسطویی کشف و دگرگونی*، پژوهش ادبیات معاصر جهان، دوره ۱۹، شماره ۱، صص ۱۶۳-۱۸۰.
- نیوآرک، کونستین (۱۳۹۳)، *طراحی گرافیک چیست*، ترجمه مرجان زاهدی، نشر مشکی، تهران.
- نیرومند، محمدحسین (۱۳۹۶)، *دستورالعمل‌های فیل آبی برای ایده‌یابی*، فرهنگسرای میردشتی، تهران.
- ورامینی، نیما (۱۳۹۰)، *تفکر خلاق در گرافیک*، فرهنگسرای میردشتی، تهران.
- هاسپر، جان و اسکرانتن، راجر (۱۳۷۹)، *فلسفه هنر و زیبایی‌شناسی*، ترجمه یعقوب آژند، مؤسسات انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- هال، استوارت (۱۳۹۱)، *معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی*، ترجمه احمد گل‌محمدی، نشر نی، تهران.
- هرست‌هاوس، رزالین (۱۳۸۴)، *بازنمایی و صدق*، فرهنگستان هنر، تهران.
- هیدگر، مارتین (۱۳۸۵)، *سرآغاز کار هنری*، ترجمه ضیاء شهابی، هرمس، تهران.
- یوهانسون، یورگن و اریکلارسن، سوند (۱۳۸۸)، *نشانه‌شناسی چیست*، ترجمه علی میرعمادی، انتشارات ورجاوند، تهران.
- Ambrose, Timothy & Panie, Crispin. (2000), *Museum Basics*, Icom, Italy.
- Clark, K. (2000), *from regulation to participation: cultural heritage, sustainable development and citizenship in forward planning: The function of cultural heritage in changing Europe*, City & Time, (4)3, pp 103- 110.
- Barthes, R (1977), *Image-Music-Text*, London, Fontana.
- Bergman, Mats; Paavola, Sami (2003), *the commens dictionary of Peirce's terms - Peirce's terminology in his own words*.
<http://www.helsinki.fi/science/commens/dictionary.html>
 page consulted on the 27 of May 2010.
- Bussmann, Hadumod. (2006), *Routledge Dictionary of Language and Linguistics*. Translated and edited by Gregory Trauth and Kerstin Kazzazi. London and New York: Routledge.
- Everaert-Desmedt, Nicole. (2006). *L'esthétique d'après Peirce*, in Louis Hébert (dir.), Signo [en ligne], Rimouski.
- Hirn, Yrjo. (1900), *the Origins of Art*, London.
- Shklovsky, Viktor. (1998), *Art as Technique, Literary Theory: An Anthology*, Julie Rivkin & Michael Ryan (eds.), Malden: Blackwell.
- Verworm, Max. (1920), *Die Anfänge der Kunst*, Jena.

9. Taxi Driver.
10. Interactive Participants.
11. Represented Participants.
12. Contiguity.
13. Similarity.
14. Contrast.
15. Free Association.

فهرست منابع

- احسنت، ستاره و اردلانی، حسین و صافیان، محمدجواد و ذاکر حقیقی، کیانوش (۱۳۹۸)، *دگرگونی فرآیند ادراک اثر هنری در نسبت میان نشانه و مفهوم*، فصلنامه هنرهای زیبا - هنرهای تجسمی، دوره ۲۴، شماره ۴، صص ۵۱-۶۰.
- احمدی، بابک (۱۳۷۰)، *ساختار و تأویل متن*، نشر مرکز، تهران.
- ارشدریاحی، علی و واسعی، صفیه (۱۳۹۰)، *ارتباط مراتب وجود با مراتب ادراک از نظر ملاصدرا*، فصلنامه مطالعات اسلامی، شماره ۸۶، صص ۹-۴۵.
- اعظم‌کنیری، آتوسا و وفالبدری، نبراس (۱۳۹۶)، *پدیدارشناسی تصویر هنری در نقاشی معاصر (شناخت نقاشی معاصر بر مبنای نظریه تصویر شعری گاستون باشلار)*، فصلنامه هنرهای زیبا - هنرهای تجسمی، شماره ۳، صص ۲۹-۳۶.
- امروز، گوین و هریس، پل (۱۳۹۳)، *اندیشه طراحانه*، ترجمه حسین شهرابی، چاپ و نشر نظر، تهران.
- آرنه‌ایم، رودلف (۱۳۸۸)، *هنر و ادراک بصری*، ترجمه مجید اخگر، سمت، تهران.
- بوآس، فرانتس (۱۳۹۱)، *مردم‌شناسی هنر (هنر/ابتدایی)*، ترجمه جلال‌الدین رفیع‌فر، نشر گل‌آذین، تهران.
- برجر، جان (۱۳۸۸)، *شیوه‌های نگریستن*، ترجمه غلامحسین فتح‌اله نوری، ویژه‌نگار، تهران.
- پاتر، نورمن (۱۳۹۴)، *طراح کیست: اشیاء، مکان‌ها، پیام‌ها*، ترجمه شیوانوروزی، چاپ نظر، تهران.
- پاز، اکتاویو (۱۳۷۶)، *هنر و تاریخ: مقالاتی در زمینه زیبایی‌شناسی*، توس، تهران.
- پاکباز، روئین (۱۳۷۳)، *دایره‌المعارف هنر*، فرهنگ معاصر، تهران.
- پریکن، ماریو (۱۳۹۲)، *مبانی خلاقیت در تبلیغات*، ترجمه کامیار شیروانی مقدم، سبته، تهران.
- جانچی، رکا (۱۳۸۸)، *ارتباط زیباشناختی از نظرگاه هنری*، ترجمه نریمان افشار، فرهنگستان هنر، تهران.
- چندلر، دانیال (۱۳۸۷)، *مبانی نشانه‌شناسی*، ترجمه مهدی پارسا، انتشارات سوره‌مهتر، تهران.
- داد، سیما (۱۳۷۵)، *فرهنگ اصطلاحات ادبی: واژه‌نامه مفاهیم و اصطلاحات ادبی فارسی و اروپایی*، مروارید، تهران.
- دانس، مارس (۱۳۸۸)، *نشانه‌شناسی رسانه‌ها*، ترجمه گودرز میرانی، نشر آینه‌نما و چاپار، تهران.
- دانشگر، فهیمه (۱۳۹۵)، *نمادشناسی پوستر: با رویکرد نشانه‌شناسی در بیان مفاهیم ذهنی*، مرکب سپید، تهران.
- داوودی آب‌کنار، آرمان (۱۳۹۱)، *زیبایی‌شناسی و کاربرد طراحی گرافیک*، نوردان، تهران.
- دولوز، ژیل (۱۳۹۳)، *فرانسویس بیکن: منطق احساس*، ترجمه بابک سلیمی‌زاده، انتشارات روزبهان، تهران.
- دیویی، جان (۱۳۹۱)، *هنر به منزله تجربه*، ترجمه مسعود علیا، نشر ققنوس، تهران.
- زین کوب، ابوالحسین (۱۳۸۲)، *ارسطو و فن شعر*، امیر کبیر، تهران.
- سپهر، مسعود (۱۳۹۵)، *تجزیه و تحلیل آثار گرافیک*، انتشارات فاطمی، تهران.
- شمیسا، سیروس (۱۳۷۳)، *انواع ادبی*، فردوس، تهران.

Contrast of Artwork Audiences' Perception from Discovery and Transformation in Relation to Association Principle and Sign Structure

Amir Reza Estakhrian Haghighi^{*1}, Setareh Ahsant²

¹ Assistant Professor, Department of Information Technology, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

² Assistant Professor, Department of Visual Communication, Apadana Institute of Higher Education, Shiraz, Iran

(Received 9 Jan 2020, Accepted 15 Feb 2020)

Understanding the relation between sign and concept is an important factor in an artistic encounter, that always revealed a significant contrast in the process of transition from cognition to recognition and two different roles can be understood. As in creating a graphic work, Designer as the primary target audience, after the transition, it tries to understand its dimensions and the creation of the work, who view the viewer as a secondary audience, to guide the cognitive experience in the observation stage. Recognition is an opportunity for the token to be represented in a position and it evokes new concepts for the audience. In other words, the designer has transformed the subjective semiotic dimensions and viewer of discovery fields and recognizes it based on the principles of associative experience. Here, by association, is a visual process in which the person, Relate words and concepts that can recall each other. The importance of this issue also comes from that, In order to receive the message, from the initial theme to its transmission through artistic solutions the path and goals of cognition have been constantly changing through creative transformations. So we can associate a different truth in harmony and in the path of creative thinking. The purpose of this study is to introduce different types of recognition in relation to the associative principle in order to transform the two levels of sign and concept. So how is it possible to contrast the audience's perception of artwork with discovery and transformation in relation to the association principle and the structure of the sign? This descriptive-analytical study using qualitative written sources and visual documents shows that the designer, In order to understand the subject, he has transformed the system of signs in terms of their shape, position and function, and The laws of association based on similarity, proximity and contrast also guide the viewer to discover and recognize the message. The answer to this question will come true when the designer has come to a complete knowledge of the subject after encountering the original, and then, through the transformation of the sign system based on deformation, position, or function, it rep-

resents a different aspect of sign and concept in the viewer's mind. The viewer has also stepped into the stage of recognizing sign and concept, relying on the rules of association based on similarity, recall and analogy of elements. With these interpretations, though, until now, the subject of the audience and its relation to the process of sign and concept perception have been examined from distinct perspectives, The approach of the present study is based on the centrality of the audience and its perception process in both the role of the designer and the viewer of the work. Also, due to the importance of the distinct role of both types of audiences in the relation between discovery and transformation with the association principle and the sign system, they have studied their cognitive and cognitive processes, especially in the field of graphic design.

Keywords

Audience, Discovery, Transformation, Associative Law, Sign and Concept, Graphics.

*Corresponding Author: Tel: (+98-912) 0539420, Fax: (+98-71) 36275729, E-mail: amirestakhrian@iaushiraz.ac.ir