Creative Design as Research the Application of Practice Base Research in Designing the Logo of Didar Gallery of Isfahan

Abstract

One of the ways to achieve creative design is to use the practice base method. In the practice base method, the designer is a researcher who consciously and freely identifies design issues from within the subject of his order and chooses and combines diverse methods appropriate to the subject to create a creative work. The artistic product resulting from this type of research is innovative and has a theoretical framework, and due to the fact that all the data, ideas and stages of its creation are documented, the work and knowledge resulting from it can be understood, thought and expressed and can be evaluated, criticized and discussed for the target community. Creating a research and creative work with this method can increase experience, awareness and knowledge in the field of design and help promote culture, develop visual literacy and social awareness of the value of the place and role of art in society. This article, with the aim of "visualizing the components of contemporary art" and "developing creative graphic flows" in the sign design, deals with the combined methodology and design process of the Isfahan "Didar Gallery" logo and it seeks to answer the question of how to design a creative sign based on the "components of contemporary art" and the "name" and "leading activities" of Didar Gallery. In this research design, the author has used four cognitive fields: "Graphics and Sign Design", "Process Design and Triz's Theory of Creativity" (The four basic pillars of Triz: “Contrast”, “Ideality”, “Function” and “Resources”; The eight principles of Triz: “Consolidation”, “Nesting”, “Prior Action”, “Periodic Action”, “Mediator”, “Replacement of Mechanical Systems”, “Homogeneity” & “Phase Transition”), "Contemporary Art and Galleries" (Applying seven features of Contemporary Art: “innovation and experimentation” in the unconventional design process, “using Multimedia as a new tool” in logo design, “conceptual-critical and questioning approach” which has deconstructive features, “process oriented design”, “Multiplicity of meaning”, “Multidisciplinary approach in sound engineering and image engineering” and “Social action and interactivity” through collaboration with different people for sign design) and "Structuralist & Post-Structuralist Philosophy" (Concepts such as “the metaphysics of presence”, “the priority of speech (parole) over writing (language)”, “endless chain of significations” ,“the trace of meaning”, “the Play of presence and absence”, “deferral of meaning”, “difference”). In designing the final logo of Didar Gallery, the designer paid attention to the histogram of the recorded sound of saying the word Didar, instead of a purely written or visual approach, taking into account selected theoretical principles in the four cognitive fields and while visualizing the sound, he redesigned the letters with deformation in its geometry. As a result, in the final design, the designer has increased the creative and thoughtful aspect of the logo by making changes in the design tools and design approach, and by deepening the design -by finding ideas from philosophical propositions (especially Derrida's deconstruction)- to the extent that the gallery logo, in addition to the status of its functionality can be considered as an artwork.

Keywords

Practice Base Method, Sign Design, Logo, Creativity, Triz, Post-Structuralism

Received: 23 Jan 2024
Received in revised form: 3 May 2024
Accepted: 1 Sep 2024

Rasool Kamali Dolat Abadi iD
Assistant Professor, Department of Visual Communication, Faculty of Visual Arts, Isfahan University of Art, Isfahan, Iran.
E-mail: r.kamali@aui.ac.ir

Doi: https://doi.org/10.22059/jfava.2024.371519.667238

Citation: Kamali Dolat Abadi Rasool (2024). Creative design as research the application of practice base research in designing the logo of didar gallery of isfahan, *Journal of Fine Arts: Visual Arts*, 29(4), 75-89. (*in Persian*)

© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press

نشریه هنرهای زیبا: هنرهای تجسمی ● دوره ۲۹ ● شماره ۴ ● زمستان ۱۴۰۳

طراحی خلاق به‌مثابهٔ پژوهش
کاربست پژوهش کنش‌محور در طراحی نشانهٔ گالری دیدار اصفهان

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۱/۰۳
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۲/۱۴
تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۰۶/۱۱
رسول کمالی دولت‌آبادی: استادیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده، هنرهای تجسمی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران. E-mail: r.kamali@aui.ac.ir
Doi: https://doi.org/10.22059/jfava.2024.371519.667238

چکیده

یکی از شیوه‌های طراحی خلاق، به‌کارگیری روش کنش‌محور -متکی‌بر فرایند پژوهشی- است. در روش کنش‌محور، طراح در مقام پژوهشگری است که آگاهانه و آزادانه مسائل طراحی را از درون موضوع سفارش خود شناسایی می‌کند و روش‌های متنوع و متناسب با موضوع را برای خلق یک اثر خلاق انتخاب و ترکیب می‌نماید. این مقاله، با هدف «تجسم مؤلفه‌های هنر معاصر» و «توسعهٔ جریان‌های گرافیک خلاق» در فرایند طراحی نشانه، به روند طراحیِ پژوهشی نشانهٔ «گالری دیدار» اصفهان می‌پردازد و در پی پاسخ به این مسئله است که چگونه می‌توان نشانه‌ای خلاق مبتنی بر «مؤلفه‌های هنر معاصر» و «نام» و «فعالیت‌های پیشروِ» گالری دیدار طراحی کرد. روش تحقیق از نظر نوع کیفی، از نظر هدف توسعه‌ای-کاربردی و از لحاظ ماهیت، توصیفی و تحلیلی است. نگارنده به‌روش کنش‌محور از چهار حوزهٔ شناختی «گرافیک و رسامی نشانه»، «طراحی فرایندگرا و روش خلاقیت تریز»، «هنر و گالری‌های معاصر» و «فلسفهٔ ساختارگرا و پساساختارگرا» بهره گرفته و با انتخاب و مستندسازی اطلاعات کارآمد در چهار حوزهٔ مذکور و تحلیل و ارزیابی این اطلاعات و ترکیب یافته‌های حاصل از آن، پاسخی خلاقانه-انتقادی به مسئلهٔ طراحی نشانهٔ گالری دیدار می‌دهد. جمع‌آوری اطلاعات به‌شیوهٔ اسنادی با مطالعات کتابخانه‌ای و گزینش هفده لوگو از وب‌سایت‌های موزه‌های هنرهای معاصر جهان میسر شد. نتیجتاً در طراحی نهایی، طراح با ایجاد تغییر در ابزار رسامی و رویکرد طراحانه و نیز، با تعمیق اثر -به‌واسطهٔ ایده‌یابی از گزاره‌های فلسفی (به‌ویژه شالوده‌شکنی دریدایی)- وجه خلاقانه و اندیشمندانهٔ لوگو را افزایش داده است تا حدی که نشانهٔ گالری ضمن ماهیت کارکردی خود، یک اثر پژوهشی و هنری تلقی شود.

واژه‌های کلیدی
روش کنش‌محور، طراحی نشانه، لوگو، خلاقیت، تریز، پساساختارگرایی

استناد: کمالی دولت‌آبادی، رسول (۱۴۰۳)، طراحی خلاق به‌مثابهٔ پژوهش؛ کاربست پژوهش کنش‌محور در طراحی نشانهٔ گالری دیدار اصفهان، نشریه *هنرهای زیبا: هنرهای تجسمی*، ۲۹(۴)، ۷۵-۸۹.

© نگارنده(گان)
ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

مقدمه

در فرایند هر طراحی (از ایده‌پردازی تا اجرا)، پژوهش و جست‌وجو -پیرامون موضوع سفارش و مسائل آن- امری گریزناپذیر است ولی چنانچه طراح در پی خلقی نوآورانه باشد، ساز و کار پژوهش اهمیت بیشتری پیدا می‌کند تا جایی که گاهی مرز میان طراحی و پژوهش کمرنگ و اثر طراحی به‌مثابهٔ برون‌دادِ فعالیتی پژوهشی تلقی می‌شود: «طراحیِ پژوهشی».

ابداع روش کنش‌محور یا مبتنی‌برعمل[1] در پنجاه سال اخیر، به‌جهت صورت‌بندیِ علمیِ چنین فعالیت‌های پژوهشی در فرایند تولید آثار هنری خلاق و به تعریف دیگر، انجام طراحی‌های پژوهشی است. روش کنش‌محور چارچوبی مفهومی است که به هنرمند اجازه می‌دهد تا عملکرد، روش‌ها و محصول خلاقانهٔ خویش را در قالب یک تحقیق ارائه دهد.

در روش کنش‌محور، طراح در مقام پژوهشگری است که آگاهانه و آزادانه مسائل قابل پژوهش را از درون موضوع طراحی شناسایی می‌کند و روش‌های متنوع و البته متناسب با موضوع پژوهشی خود را در جهت خلق یک اثر خلاق انتخاب و ترکیب می‌نماید و با به‌کارگیری روشی ابداعی- التقاطی به محصول طراحانه‌ای نائل می‌آید که در راستای آن، بتواند به مسائل خود در حوزهٔ طراحی پاسخ دهد. محصول هنری برآمده از این نوع پژوهش نوآورانه و دارای چارچوب نظری است و به‌سبب این‌که تمامی داده‌ها، ایده‌ها و مراحل خلق آن مستندنگاری شده است، اثر و دانش برآمده از آن برای مخاطبین قابل فهم، تفکر، بیان، ارزیابی، نقد و گفت‌وگو است (محمدزاده میانجی، ۱۴۰۰، ۹۲-۹۳ و ۱۰۲). نتایج حاصل از این روش (خلق اثری پژوهشی و خلاق) می‌تواند به تجربه و دانش در حوزهٔ هنر و طراحی، بیفزاید و به ارتقاء فرهنگ، توسعهٔ سواد بصری و آگاهی اجتماعی از ارزش جایگاه و نقش هنر در جامعه یاری رساند (محمدزاده‌میانجی، شفیعی‌سرارودی و سرپولکی، ۱۳۹۶، ۱۷ و ۱۹).

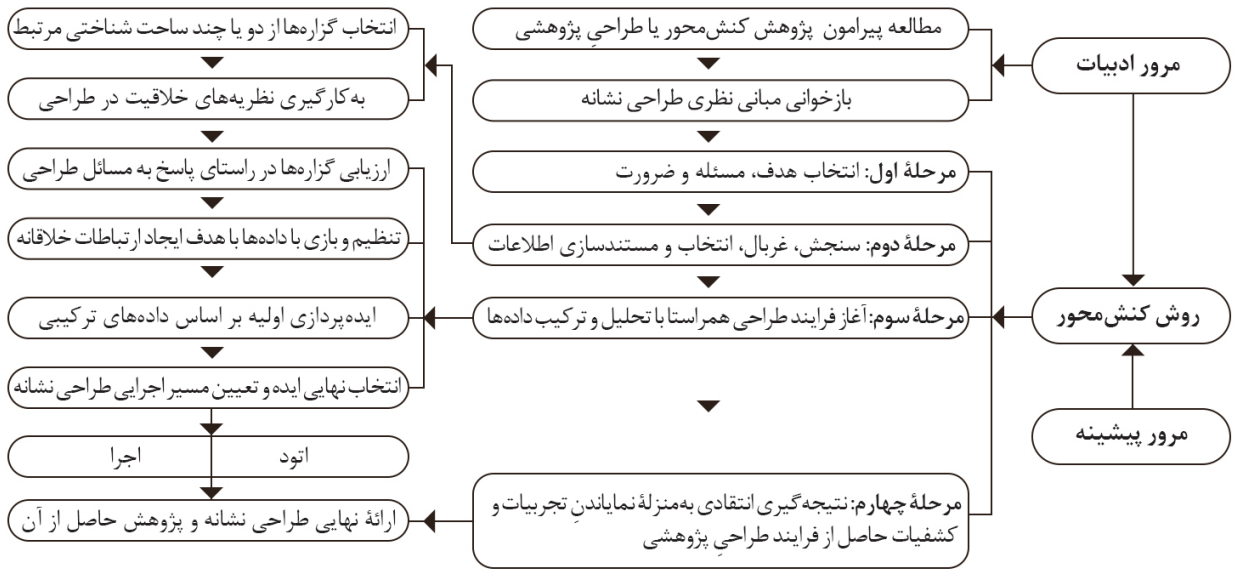
این مقاله ضمن تبیین اصول و مراحل عملی روش پژوهشی کنش‌محور برای حرفهٔ گرافیک، به کاربست عملی آن در طراحی لوگوی «گالری دیدار» می‌پردازد. «گالری دیدار»، یک نگارخانهٔ نوپا با رویکردی معاصر و پژوهش‌گرانه در شهر اصفهان است که با هدف حمایت و نمایش پروژه‌های تجربی پیشرو در هنرهای تجسمی (اجرا، چیدمان، ویدئوآرت وغیره) در سال ۱۳۹۶ تأسیس شد.

روش پژوهش

روش تحقیق از نظر نوع کیفی، از نظر هدف توسعه‌ای-کاربردی و از لحاظ ماهیت، توصیفی و تحلیلی است. در طراحی نشان گالری دیدار، نگارنده در مقام طراح نشانه، سعی داشته است تا با اتکا بر روش‌شناسی ترکیبی -با محوریت «روشِ پژوهشی مبتنی‌برکنش» و رویکرد «ایده-فرایندمحور»- مسیر طراحی را پیش برد و بیش از آن‌که به نتیجهٔ نهایی و تناسبات زیبایی‌شناسانهٔ موضوع سفارش بیندیشد، روند و جریان خلاقانهٔ طراحی را -هماهنگ با موضوع سفارش- مورد توجه و تأکید قرار دهد؛ لذا -مطابق با روش کنش‌محور (نمودار ۱) و بر اساس اهداف، ضرورت‌ها و مسائل موجود در سفارش- مطالعات موضوعی (در چهار حوزهٔ شناختی «گرافیک و رسامی نشانه»، «طراحی فرایندگرا و روش خلاقیت تریز»، «هنر و گالری‌های معاصر» و «فلسفهٔ ساختارگرا و پساساختارگرا») توسط نگارنده انجام گرفت و پس از سنجش، غربال، انتخاب و مستندسازی اطلاعات کارآمد (استخراج‌شده از چهار حوزهٔ شناختی مذکور)، فرایند ایده‌پردازی و طراحی همراستا با تحلیل و ترکیب یافته‌های حاصل از این اطلاعات آغاز گردید و پس از اتودها و اجراهای متنوع، ایده و محصول نهایی (نشانهٔ گالری) -ذیل استنتاجِ انتقادی‌ای از فرایندِ طراحی- در مقام اثری دارای ارزش‌های پژوهشی و هنری ارائه شد. جمع‌آوری اطلاعات (برای ایده‌پردازی و طراحی نشانه) به‌شیوهٔ اسنادی-کتابخانه‌ای و مشاهده و گزینش هدفمند هفده لوگو از وب‌سایت‌های موزه‌ها و گالری‌های مطرح هنرهای معاصر جهان میسر گردید.

پیشینه‌پژوهش

برای نخستین‌بار، مهناز محمدزاده‌میانجی، مهرنوش شفیعی‌سرارودی و حسین سرپولکی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای باعنوان «پژوهش کنش‌محور در قلمرو هنر، جنبشی نوین در روش‌شناسی پژوهشی»، این روشِ پژوهشی



نمودار ۱. مراحل طراحیِ پژوهشی لوگوی گالری دیدار.

را به‌همراه معرفی برخی از رساله‌های دکترا و کارشناسی ارشد کنش‌محور در حوزهٔ هنر (مجسمه‌سازی، سرامیک و لعاب، هنرهای تجسمی) تبیین کردند. در این مقاله، دانشکده‌های هنر انگلستان به‌عنوان آغازگر پژوهش‌های مبتنی‌برعمل و رسالهٔ دکترای اندرو استونیر (۱۹۸۷) با موضوع «ساخت مجسمه‌های متحرک با انرژی خورشیدی» به‌عنوان اولین پژوهش کنش‌محور معرفی شده است. مهناز محمدزاده‌میانجی (۱۴۰۰) در مقاله‌ای دیگر باعنوان «معرفی روش پژوهشی مبتنی‌برکنش هنری در دورهٔ تحصیلات تکمیلی با تأکید بر هنرهای صناعی»، به تحلیل رسالهٔ دکترای فهدالکندری (۲۰۱۱) -با موضوع تزئینات و فرآیند سرامیک اسلامی: پیشنهاد یک واژه‌نامهٔ زیباشناختی جدید برای تزئینات وابسته به معماری کشور کویت از دانشکده هنر «دانشگاه مرکزی لنکشایر انگلستان- و مطالعهٔ بیشتر این روش پرداخته است. با این حال، به‌نظر می‌رسد که در زمینهٔ طراحی گرافیک، هیچ پژوهش کنش‌محوری برای انجام یک پروژهٔ گرافیکی در ایران نشر نیافته و پژوهش حاضر اولین تجربه در این زمینه است.

مبانی نظری پژوهش

پژوهش کنش‌محور

نکات مهم در «روش کنش‌محور» ذیل چند بند خلاصه و بیان می‌شود:

الف) پژوهش هم‌راستا و هم‌زمان با فرایند طراحی است. کیفیات هر طرح برپایهٔ قصد و جهت‌گیری‌های طراح در فرایند رسامی شکل می‌گیرد. فرایند طراحی از یک‌سو، تجربه‌ها و منطق فردی-درونی طراح و از سویی دیگر، منطق و اندیشه‌های قابل‌انتقال جهان بیرونی را در خود حفظ می‌کند. پژوهش کنش‌محور در فضای مابین مرزهای پر چالشِ شرایط مختلف «درونی» (تجربیات خلاقهٔ ذهن) و «بیرونی» (عینیات خارج از موضوع طراحی) شکل می‌گیرد؛ فضایی اکتشافی و دیگرگون (در تعامل دو عرصهٔ نظر و عمل) که برآمده از تجربهٔ هنری -و رویکردی شخصی، شهودی، خودانگیخته و خودکارگونه- است (Wild, 1998, 93; Dallow, 1998, 42-43)؛

ب) طراحی به خودی خود حوزه‌ای پیچیده و متکی بر دانش و محتوای میان‌رشته‌ای است. لذا، طراح با وجود بهره‌گرفتن از روش‌ها و رویکردهای پژوهشی شناخته‌شده و معمول، یک مدل پژوهشی جدید و سازگار با قالب طراحی را ابداع می‌کند (Douglas, 1998, 45). در پژوهش کنش‌محور، روش‌شناسی در اثنای فرایند طراحی شکل می‌گیرد و طراح معمولاً پیش‌فرضی از روش‌هایی که اتخاذ خواهد کرد ندارد: روش پژوهش از درون فرایند طراحی و منطق حاکم بر ویژگی‌های فعالیت خلاقهٔ طراح استخراج و صورت‌بندی می‌شود (Strand, 1998, 42)، به‌نحوی که تحلیل و ارزیابی داده‌ها در چارچوب نظام‌مندتری انجام گیرد؛

ج) مستندنگاری پژوهش باید به بیان و ثبت رویدادهای تحقیق، ویژگی‌های موقعیتی خلق اثر و روابط پیچیدهٔ اجزای ایده و فرایند طراحی با محتوای استخراجی خارج از این حوزه (اطلاعات میان‌رشته‌ای) بپردازد؛

د) محصول نهایی طراحیِ پژوهشی می‌تواند به هر شکل و در هر قالبی ارائه شود: نمایشگاه آثار هنری، پرفورمنس، رسانه‌های دیجیتال، مجسمه، طراحی گرافیک و غیره. البته ارائهٔ نهایی اثر پس از خودارزیابی و خوداصلاحی پیوستهٔ هنرمند از طریق مطالعه، تحقیق و روشمندی انجام می‌شود (Mckernan, 1998, 46). معمولاً محتوای پژوهش در چنین روشی می‌تواند تکرار ناپذیر باشد و روش هنرمند پژوهشگر برای تمامی آثار (حتی مشابه) تعمیم‌پذیر نباشد؛ با این حال، پژوهش با دریچه‌های جدیدی که به روی موضوع یا حوزهٔ طراحی می‌گشاید، دانش‌افزایی می‌کند (محمدزاده‌میانجی، شفیعی‌سرارودی و سرپولکی، ۱۳۹۶، ۱۹)؛

ه) در پژوهش کنش‌محور چهار مرحلهٔ کلی هم‌زمان با فرایند طراحی انجام می‌گیرد: اول، انتخاب «هدف»، «ضرورت» و «مسئله» پژوهش؛ دوم، شناسایی، جست‌وجو، جمع‌آوری و مستندسازی اطلاعات (موضوع، پیشینه و ادبیات تحقیق و روش‌های منتخب) و تأمل، سنجش، غربال و انتخاب مناسب‌ترین داده‌ها و شواهد برای اثبات مسئلهٔ پژوهشی؛ سوم، تحلیل و ارزیابی اطلاعات و پاسخ به مسئله (به‌منزلهٔ تفسیر یافته‌ها) از طریق ترکیب، تنظیم و بازی با داده‌ها و تجسم احتمالات به‌قصد ایجاد ارتباطات نوآورانه در یافته‌های پژوهش و چهارم، نتیجه‌گیری انتقادی به‌منزلهٔ نمایاندن ارزش و اهمیت تمامی تجربه و کشفیات حاصل از فرایند طراحیِ پژوهشی (همان، ۲۳ و ۲۵-۲۶).

ماهیت لوگو و طراحی آن

لوگو از واژه‌ای یونانی لوگوس[۲] به‌معنای «زبان و گفتار» و «عقل و خِرد» مشتق شده و به‌عنوان یک نماد یا علامت، معرف و نمایانگر یک سازمان، نهاد، حرفه، محصول و حتی یک همایش یا رویدادی خاص است. نشانه یا لوگو با حجم زیادی از اطلاعات در یک بیان بصری واحد متراکم، تجسمی از یک سازمان و مروّج هویت بصری آن است (گشایش، ۱۳۸۰، ۹-۱۰).

در طراحی یک نشانه، معمولاً هیچ الگو یا نظام منسجم و قراردادی و از پیش تعیین‌شده‌ای به‌کار گرفته نمی‌شود (سپهر، ۱۳۹۳، ۲۷)؛ اما، اصلی‌ترین ویژگی‌های یک لوگو عبارت است از: وضوح و سادگی (ایجاز)، تمایز و منحصربه‌فردبودن، مناسبت و ارتباط‌پذیری با موضوع، انسجام در فرم و ساختار، ماندگاری در ذهن، آینده‌نگری در طراحی (به‌قصد کهنه‌نشدن نشانه)، انعطاف‌پذیری در ارائه (در هر ابعاد و هر رسانه)، فرهنگ‌آشنایی برای جامعهٔ مخاطب (همان، ۱۰۴-۱۱۱؛ سپهر، ۱۳۹۶، ۲۱-۲۹).

به‌طورکلی چهار منبع الهام یا موقعیت انتخاب در طراحی نشانه وجود دارد: اول، کلمات و نام موضوع سفارش؛ دوم، سرواژه یا حروف اختصاری نام؛ سوم، تصویری که به موضوع سفارش -مستقیم یا غیرمستقیم- قابل ارجاع است؛ چهارم، ترکیب یکی از دو منبع اول با منبع سوم. لوگوهای خلق‌شده از هر منبع به ترتیب: الف) لوگوتایپ[۳]، ب) مونوتایپ[۴]، ج) پیکتوریال[۵] یا آیکوتایپ[۶] و د) کامبینیشن[۷] یا لوگو میکست[۸] نام دارند (پهلوان، ۱۳۹۰، ۳۲).

بحث و بررسی: پژوهش برای ایده‌پردازی و طراحی لوگوی «گالری دیدار»

مطابق با آنچه در روش پژوهش ذکر شد، مراحل پژوهش کنش‌محور طراحی نشانهٔ گالری دیدار به شرح ذیل انجام گرفت؛

انتخاب هدف، ضرورت و مسئلهٔ طراحی

چنانچه اشاره شد، تدوین «هدف»، «ضرورت» و «مسئله» گام ابتدایی پژوهش کنش محور است. طراح اهداف این طراحیِ پژوهشی را: الف) «تجسم مؤلفه‌های هنر معاصر» و «لحاظ نام و فعالیت‌های گالری

دیدار» در طراحی لوگوی آن، ب) «توسعهٔ جریان‌های گرافیک خلاق» و «ارتقاء کیفیات شناختی و نوآورانه در فرایند و محصول طراحی نشانه» و ج) «گسترش مرزهای طراحی نشانه در مواد، فرم، ابزار و فرایند» تعیین کرد. بر اساس این اهداف، پرسش‌های پژوهشی ذیل مطرح شد:

الف) چگونه می‌توان نشانه‌ای خلاق مبتنی بر «مؤلفه‌های هنر معاصر» و «نام» و «فعالیت‌های پیشروِ» گالری دیدار طراحی کرد؟

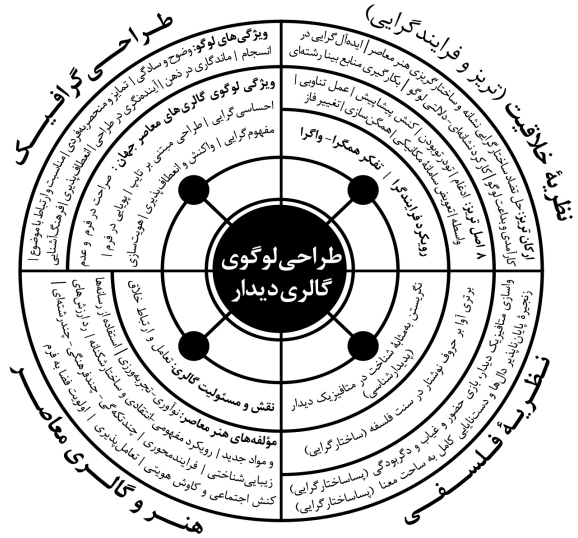
ب) چگونه می‌توان یک سفارش گرافیکی (مثلاً نشانه) را به اثری خلاق و اندیشمندانه تبدیل کرد و به آن ارزشی مضاعف بخشید؟

ج) چگونه می‌توان با شیوه‌ای متفاوت، مرزهای طراحی نشانه را در مواد، فرم، ابزار، فرایند و شناخت گسترش داد؟

ضرورت تحقیق و خلق خلاق در این پروژه نیز به‌صورت کلان «ایجاد تجربه‌ای جدید در مخاطب و افزایش فرهنگ بصری جامعهٔ هدف» (هنرمندان و هنردوستان) و به خواست سفارش‌دهنده «تعامل بیشتر مخاطبین با نشانهٔ گالری» در نظر گرفته شد.

سنجش، غربال، انتخاب و مستندسازی اطلاعات کارآمد

در مرحلهٔ دوم، برای طراحیِ پژوهشی لوگوی گالری دیدار، چهار حوزهٔ نظری به‌کار گرفته شد: «مبانی طراحی نشانه»، «نظریه‌های خلاقیت»، «ماهیت هنر معاصر» و «آراء فلسفی». نگارنده ضمن لحاظ ویژگی‌های طراحی نشانه (که پیشتر در مبانی نظری مقاله توضیح داده شد) برای دستیابی به ایده، فرایند و محصولی خلاق، از میان نظریه‌های متعدد خلاقیت، رویکرد «طراحی فرایندگرا» و روش‌های خلاقهٔ «تریز» را انتخاب و مستندسازی کرد و به‌جهت هماهنگی نشانه با حوزهٔ فعالیت آن (بازنمایی رویکرد گالری)، اطلاعاتی تحلیلی-استنتاجی را پیرامون «مؤلفه‌ها و ویژگی‌های هنر معاصر»، «نقش و مسئولیت گالری‌ها در دوران معاصر» و «نحوهٔ بازنمود رویکرد معاصر هنر در نشانه‌های مهم‌ترین گالری‌های جهان» به‌دست آورد. هم‌چنین، برای تأمل‌برانگیزترشدن نشانه و تعامل بیشتر مخاطب با نام، هویت بصری و رویکرد معاصر گالری، چند «گزارهٔ فلسفی پدیدارشناسانه، ساختارگرا و پساساختارگرا که مرتبط با نام و هویت گالری و ماهیت هنر معاصر است» انتخاب و به‌کار گرفته شد (نمودار ۲). در ادامه به ترتیب، به هر یک از موارد مذکور پرداخته می‌شود:



نمودار ۲. وام‌گیری از چهار «حوزهٔ شناختی» در طراحیِ پژوهشی لوگوی گالری دیدار.

طراحی فرایندگرا در مقابل طراحی افزارمندانه یا محصول‌گرا

به نقل از برایان لاوسون[۹]، طراحی را می‌توان در دو صورت کلی «محصول‌گرا» (بومی) و «فرایندگرا» (متأخر) تبیین کرد. در صورت بومی، طراح تنها به محصول نهایی توجه دارد و عموماً مسیرهایی را برای طراحی و تولید در پیش می‌گیرد که نسل‌ها و سازندگان گذشته از آن برای ساخت همان محصول استفاده کرده‌اند. این صورت طراحی عموماً فاقد خلاقیت (چرا که مسئله و موضوع را با همان شیوهٔ گذشته پاسخ می‌دهد) و بیشتر با تجربهٔ آزمون و خطا در ساخت و تولید محصول درگیر است. در این نوع طراحی، تحکم قواعد و اصول گذشته جایی برای تفکر و خلق راه‌حل‌های متنوع و مناسب برای موقعیت‌های متفاوت باقی نمی‌گذارد و طراحی پیوند نزدیکی با ساخت دارد؛ ولی در صورت متأخر، تمرکز طراح به فرایند طراحی -به جای فرآورده و تولید آن- معطوف می‌شود و طراح فارغ از مقولهٔ ساخت، نقشه یا طرحی را ارائه می‌دهد که بر ایدهٔ فردی، آزادی عمل، تبهر و خلاقیت خود استوار است (لاوسون، ۱۳۹۵، ۲۲-۳۴). محصول نهایی حاصل از شیوهٔ طراحی فرایندگرا، نمایانگر روند اندیشیدن پژوهشی-انتقادی طراح، مجموعهٔ جست‌وجوها و مطالعات وی و سلسله فرایندهای طراحی حرفه‌ای، آگاهانه و کنترل‌شده است.

طراحی فرایندگرا عموماً در پاسخ به مسائل و موضوعاتی استفاده می‌شود که از تحول سریع و ناگهانی اجتماعی سربرمی‌آورند و از نظر فرهنگی یا فن‌آورانه برگشت‌ناپذیر هستند. طراحی فرایندگرا به طراح این امکان را می‌دهد که در روند طراحی خود تغییرات بنیادین و نوآورانه ایجاد کند؛ تغییراتی که توانایی پاسخ به مسائل ناشی از ضریب فزایندهٔ تحول در فن‌آوری و فرهنگ یک جامعه را در طرح نهایی به وجود آورد. در واقع، مؤلفهٔ تغییراتِ فن‌آورانه-فرهنگی در موضوع سفارش، عامل فعال‌شدن تخیل خلاق در طراحی فرایندگرا است (همان، ۳۵-۳۷).

روش خلاقیت تریز در طراحی گرافیک

طراحان می‌توانند برای «ایده‌پردازی خلاقانه و ارائهٔ راه‌حل‌های ابداعی، انتزاعی و غیرمنتظره» و «ایجاد تصویری که مبیّن مؤلفه‌های هنر باشد» و نیز، به قصد «بهره‌گرفتن از ترسیمات دیگر ابزارها یا رسانه‌های نامتعارف برای مدل‌سازی و حل مسئله» از اصول کاربردی تریز[۱۰] استفاده کنند. تریز نه به‌عنوان تنها روشِ این مقاله بلکه به‌عنوان یکی از حوزه‌های شناختی (اصول و تکنیک‌های خلاقه) در طراحی نشانهٔ گالری دیدار به‌کارگرفته شد.

نوآوری در تریز از دو مسیر تفکر واگرا[۱۱] و همگرا[۱۲] به دست می‌آید.[۱۳] هم‌آوردی این دو نوع تفکر در کنار هم یکی از امتیازات این روش خلاقیت است: از یک سو، تفکر واگرا محدودیت‌های طراحی در انتخاب تکنیک، ابزار و گسترهٔ منابع (ساحات متنوع علوم و فنون) برای ایده‌پردازی را رفع می‌کند و از سویی دیگر، تفکر همگرا اجازهٔ بازبینی و کنترل ایده‌های بلندپروازانه در این روش را فراهم می‌آورد.

ارکان چهارگانهٔ تریز عبارت‌اند از: الف) یافتن و رفع «تضادهای فنی یا فیزیکی» در اجزای یک سیستم برای حل مسئله؛ ب) «ایدئال‌بودن» راه‌حل مسئله و نتیجهٔ نهایی از تمامی جوانب (از فنی-اقتصادی تا فرهنگی-هنری)؛ ج) توجه به «کارکرد» اصلی سیستم به‌عنوان ماهیت و چیستی محصول به‌جای ساختار فیزیکی و فنی آن؛ د) توجه به «منابع» متنوع و ایجاد تعامل میان حوزه‌های مختلف دانش و فنون برای پاسخ

به مسئله (Altshuller, 1984, 225-230؛ ترنینکو، زوسمن و زلاتین، ۱۳۸۸، ۳۹-۴۵ و ۱۲۹-۱۳۰؛ شولیاک، ۱۳۸۵، ۳۲-۳۳).

در روش خلاقیت تریز، ابزارهایی که برای غلبه بر تضادها و پیشنهادهایی که برای یک اقدام خاص درون یک سیستم مورد استفاده قرار می‌گیرند «اصول» نام دارند (همان، ۳۶). آلتشولر ۴۰ اصل کاربردی را به‌عنوان راه‌حل‌های خلاقهٔ مسائل پیشنهاد می‌دهد که ۸ اصل از آن برای طراحی نشانهٔ دیدار می‌تواند مورد استفاده و بازتعریف قرار بگیرد. این ۸ اصل عبارت‌اند از:

● ادغام[۱۴]: ترکیب موضوعات، مفاهیم، مسائل یا فرایندهایی که مشابه همند و یا عملکردی پیاپی و متناوب دارند با یکدیگر.

● آشیانه‌دادن یا تودرتوبودن[۱۵]: تداخل عینی یا فنی عناصر و اجزا در یکدیگر.

● کنش مقدماتی[۱۶]: تدارک عملیاتی کلی یا جزئی قبل از فرایند اصلی حل مسئله.

● عمل تناوبی-دوره‌ای[۱۷]: به‌کارگیری تناوب، مکث یا ضربه در یک فرایند برای تأمین کنش‌های بیشتر.

● واسطه یا میانجی[۱۸]: استفاده از یک واسطه در انجام یک عملکرد.

● تعویض یک سامانهٔ مکانیکی[۱۹]: به‌کارگیری یک سیستم نوری، مغناطیسی، صوتی، بویایی و غیره به‌جای سامانهٔ مکانیکی.

● همجنس و همگن‌سازی[۲۰]: ایجاد تشابه و تجانس میان شیء یا عملکرد اولیه با اشیاء یا عملکردهای دیگر.

● تغییر فاز[۲۱]: بهره‌گرفتن از تغییر فرایند، فرم، ویژگی یا عملکرد در زمان (ترنینکو، زوسمن و زلاتین، ۱۳۸۸، ۲۷۳-۲۸۶).

هنر معاصر و مؤلفه‌ها و ویژگی‌های آن

به‌زعم کاترین میه[۲۲] منتقد هنری فرانسوی، جریان‌های هنری معاصر[۲۳] در سال‌های ۱۹۶۰ تا ۱۹۶۹ به شکل جنبش‌های گوناگون سربرآوردند (میه، ۱۳۹۰، ۳۵). جریان‌هایی که در کل ایجازگرا و کمیت‌گرا بودند و در آخر به مفهوم‌گرایی منتهی شدند (وود، ۱۳۸۳، ۴۰؛ لوسی‌اسمیت، ۱۳۸۷، ۲۰۷-۲۰۸). با نظر به مکتوبات محققین (میه، ۱۳۹۰؛ لوسی‌اسمیت، ۱۳۸۷؛ آرچر، ۱۳۸۸؛ وود، ۱۳۸۳) می‌توان مهم‌ترین ویژگی‌ها و مؤلفه‌های هنر معاصر را در ۸ بخش خلاصه کرد:

الف) نوآوری و تجربه‌ورزی: ارزش هر اثر معاصر به میزان خلاقیت و نوآوری آن و تجربهٔ منحصر به فردی است که هنرمند به دست آورده و بازنمایی کرده است. آثاری که فارغ از قالب یا رسانهٔ خود، ایده، مفهوم یا تجربه‌ای تازه را در پیش روی مخاطب قرار می‌دهند و با تمرکز بر انتزاع، از بازنمایی صرف موضوعات و مضامین بیرونی صرف‌نظر می‌کنند؛

ب) رد ارزش‌های زیبایی‌شناختی کلاسیک: هنرمندان معاصر از ارزش‌های زیبایی‌شناسانه به‌معنای کلاسیک آن (هارمونی، ریتم، تعادل، تناسب و غیره) و مطبوعیت و لذت حاصل از آن گذر کرده‌اند و بیشتر به وجه تأثیرگذاری اثر بر مخاطب و نحوهٔ تعامل با وی توجه دارند؛

ج) استفاده از رسانه‌ها و مواد جدید: آثار معاصر غالباً از طریق رسانه‌های جدید (نظیر عکاسی، ساندآرت، چیدمان، لندآرت، پرفورمنس و...) یا رسانه‌های ترکیبی و تکنولوژی مولتی‌مدیا (مانند ویدئوآرت، جنرال‌آرت، کُدآرت و دیجیتال‌آرت) ارائه می‌شوند. هم‌چنین، هنرمندان معاصر با بهره‌جستن از طیف گسترده‌ای از مواد و اشیای غیرمرسوم در هنر آثار متفاوتی را خلق کرده و مرزهای متعارف هنر پیش از خود را جابه‌جا کرده‌اند؛

د) رویکرد مفهومی-انتقادی، پرسشگری یا چالش‌برانگیزی، عدم قطعیت و چندلایگی معنا از طریق تجسدزدایی، کمینه‌گرایی و ساختارشکنی: هنرمندان معاصر فارغ از شورمندی و احساسی‌گرایی، با تجسدزدایی (کاستن وجه فیزیکی اثر)، کمینه‌گرایی (استفادهٔ حداقلی از فرم) و ساختارشکنی[۲۴] (آشکارنمودن ساحات چندگانهٔ معنای متن یا اثر از طریق واسازی «اجزا» و «روابط و دلالت‌های معنایی» آن) و با تأکید و تمرکز هرچه بیشتر بر ایده و بیان اثر هنری و لایه‌های معنایی متعدد آن، مسائلِ شناختی یا موضوعات هستی را به پرسش و قراردادها، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی را به چالش یا انتقاد می‌گیرند. این رویکرد انتقادی و چالش‌برانگیز عدم قطعیت در معنا را پیش می‌آورد؛

هـ) اولویت رویکرد فرایندگرا در مقابل فرآورده‌گرا: در آثار معاصر، بیشتر بر فرآیند ساخت اثر تأکید می‌شود و ایدهٔ اصلی هنرمند می‌تواند تنها مبتنی بر انتخاب مسیری خلاقانه در مراحل ساخت اثر باشد. در این رویکرد، روند خلق هنری و تعامل هنرمند با محیط و موادِ ساخت بیشتر از محصول نهایی اهمیت دارد. این رویکرد واکنشی انتقادی و پرسشگرانه به جریان محصول‌محور در هنر است که در آن، تنها به نتیجهٔ نهایی و ارزش تجاری یا ظاهر زیباشناختی اثر هنری ارج گذاشته می‌شود؛

و) چندتکه‌گی، چندفرهنگی و رویکردهای چندرشته‌ای: هنر معاصر طیف وسیعی از رویکردها، روش‌ها، قالب‌ها، موقعیت‌ها، فرهنگ‌ها، علوم، فنون، مواد، منابع و رسانه‌ها را به‌کار می‌گیرد و به اختیار خود، اجزایی را انتخاب و ترکیب می‌کند؛ هنرمندان معاصر به‌مانند دوران کلاسیک یا مدرنیسم تابع محدودیت‌ها و قراردادهای سبکی یا فنی در زمانهٔ خود نیستند بلکه، با اتکا بر فردیت خود و عملکردی آزادانه و رها از هر قاعده و چارچوب و با نگرش و رویکردی جهان‌شمولانه، در پی خلق سیالیتی التقاطی از فضا، عناصر، رسانه‌ها، کیفیات و مفاهیم در هر حوزه و ساحت شناختی یا فرهنگی هستند؛

ز) کنش اجتماعی و کاوش هویتی: بسیاری از هنرمندان معاصر پیرامون مضامین و موضوعات اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، تاریخی، فرهنگی و هویتی کاوش می‌کنند و در مقام یک کنش‌گرِ اجتماعیِ متعهد به ترقی‌گرایی، نگرش خود یا نهاد خویش را در آثارشان تجسم می‌بخشند.

ح) تعامل‌پذیری اثر و اولویت فضا به‌نسبت فرم: یکی از ویژگی‌های مهم هنر معاصر، توجه بیشتر هنرمند به فضا است؛ فضایی که مخاطبین خود را در بر گیرد و تمایل آن‌ها به تعامل با هم و تعامل با اثر را افزایش دهد. در این راستا، هنرمند در پی خلق فرمی ناب نیست که مخاطب تنها ناظر آن باشد بلکه، به دنبال سازماندهی، تأثیرگذاری و معنامندکردن فضا از طریق هماهنگی اثر با بستر و محیطی است که در آن قرار می‌گیرد.

این ویژگی‌ها منعکس‌کنندهٔ ماهیت پویا و متنوع هنر معاصر است؛ ماهیتی که دائماً در حال تحول است و با مسائل پیچیده‌ای که «جهانِ به سرعت در حال تغییر» را شکل می‌دهد، هم‌سویی دارد.

نقش و مسئولیت گالری‌ها در هنر دوران معاصر

گالری‌های هنر معاصر با ایجاد محیطی غنی از فعالیت‌های هنری و ارتباطی-فکری، به حفظ و ترویج هنر معاصر و گسترش ایده‌های نوآورانه می‌پردازند. وظایف و نقش گالری‌های هنر معاصر متنوع و گسترده

هستند. اصلی‌ترین مسئولیت‌های یک گالری هنر معاصر را می‌توان در ۱۳ بند خلاصه کرد:

- برپایی رویدادها و نمایشگاه‌های فردی یا گروهی از آثار معاصر.
- جمع‌آوری و حفظ آثار هنری و مستندسازیِ دقیق و قابلِ‌دسترسِ آن برای محققان.
- حمایت از هنرمندان و رویکردهای معاصر (از طریق خریدوفروش آثار، سفارش اختصاصی به هنرمند و ارائهٔ فرصت‌های نمایشگاهی یا رزیدنسی).
- آموزش و فرهنگ‌سازی به‌منظور ارتقای فهم عمومی از هنر معاصر (از طریق ارائهٔ برنامه‌های آموزشی، ورک‌شاپ‌ها، سمینارها، جلسات بحث و گفت‌وگو یا نقد و بررسی، نشست‌های هم‌اندیشی هنری، جشنواره‌ها و مسابقات).
- ترویج تحقیقات در زمینهٔ هنر معاصر به‌قصد کشف افق‌های جدید در آن و توسعهٔ مرزهای هنر و انتشار نتایج این پروژه‌های تحقیقاتی-تجربی.
- کشف و معرفی هنرمندان مستعد و نوظهور از طریق نمایشگاه و رسانه‌های جمعی.
- گسترش دایرهٔ مخاطبین و افزایش دسترسی به هنر.
- شبکه‌سازی و اتصال هنرمندان، مجموعه‌داران، منتقدین و مخاطبین هنر.
- ارائهٔ مشاوره به مجموعه‌داران و مشارکت در توسعه و مدیریت مجموعه‌های خصوصی و عمومی.
- همکاری با دیگر موزه‌ها و گالری‌ها برای تبادل نمایشگاه‌ها، آثار هنری و پروژه‌های تحقیقاتی.
- جذب حامیان مالی و اسپانسرها برای تأمین بودجهٔ برنامه‌های هنری.
- ارتباط با جوامع محلی و مواجههٔ فرهنگی-هنری با موضوعاتی که برای اجتماع محلی دغدغه‌آور یا مشکل‌آفرین است.
- پاسخ‌گویی و ارائه‌ی گزارش‌های دوره‌ای و تفصیلی به مخاطبین درباره‌ی عملکرد گالری.

لوگوهای گالری‌های معاصر جهان

لوگوهای گالری‌های هنر معاصر منعکس‌کنندهٔ بخشی از ویژگی‌ها، ارزش‌ها و رویکردهای نوآورانهٔ هنر در دوران کنونی هستند. هم‌چنین، در طراحی بسیاری از این لوگوها، نام، شخصیت، اهداف و فعالیت گالری به‌نحوی مستقیم یا غیرمستقیم در نشانه بازتاب یافته است. با مطالعهٔ بصری لوگوهای مهم‌ترین نهادهای فعال در هنر معاصر (موزه و گالری‌هایی که به‌سبب داشتن کلکسیون‌های بزرگ از آثار متأخر و میزبانی رویدادهای نوآورانه مشهورند) می‌توان به مؤلفه‌های مشترکی دست یافت که در ادامه، به توضیح آن پرداخته می‌شود:

الف) سادگی و صراحت در فرم و بیان و عدم احساسی‌گرایی: هنر معاصر همچنان بر رویکرد کمینه‌گرا، درون‌ارجاع (غیرنمادین و مبتنی بر بیان درونی فرم)، ضدِشورمندی (ضد رومانتیک و احساسی‌گرایی)، خلاق و متفاوت تأکید دارد. تقریباً عموم لوگوهای گالری‌های معاصر با خطوط، سطوح و فضای صریح و شفاف رسامی شده‌اند و از پیچیدگی‌های فرمی، نمادهای فرهنگی یا عناصر تزئینی عاری هستند. استفاده از فرم‌های ساده، حداقلی، انتزاعی، هندسی، قدرتمند و غیرنمادین می‌تواند هم‌راستای صراحت بیان و ارتباط حداکثری هنر معاصر با جوامع انسانی و جامعهٔ جهانی باشد (تصاویر ۱-۳)؛

تصویر ۱. استفاده از فرم هندسی مربع در معماری موزهٔ جدید هنر معاصر نیویورک (New Museum of Contemporary Art) و کاربست همین الگو در لوگوی آن. مأخذ: (URL1)

تصویر ۲. استفاده از فرم‌ها و خطوط مستقیم و اریب در ساختمان مرکز جورج پمپیدوی پاریس (Centre Georges Pompidou) و الگوبرداری از آن در طراحی لوگوی مرکز. مأخذ: (URL2)

تصویر ۳. به‌کارگیری فونتی در قالب هندسی مربع و خطوط شبه‌سینوسی استالایزشده در لوگوی موزهٔ هنر موری توکیو (Mori Art Museum). شکل خط (با تداعی نوارهای تپش قلب و گراف نوسان صدا) در کنار رنگ قرمز می‌تواند به جریان زنده و پویا و تعامل‌گرای هنر معاصر اشاره داشته باشد. مأخذ: (URL3)

ب) طراحی مبتنی بر تایپ (لوگوتایپ): در اکثر لوگوهای گالری‌ها یا موزه‌های هنر معاصر، از نوشتار نام کامل یا سرواژهٔ نام گالری استفاده شده است. استفاده از فونت‌های تک‌ضخامته[۲۵]، هندسی و بدون زوائد تزئینی[۲۶] یکی از شاخص‌ترین ویژگی‌های لوگوتایپ‌های گالری‌های معاصر است. هرچند که این فونت‌ها محصول صراحت، کارکردگرایی، نوآوری و کمینه‌گرایی دوران مدرنیسم (نیمهٔ اول قرن بیستم) هستند ولی

در زمان خود، کم‌تر مورد اقبال عمومی قرار گرفتند و امروزه استفاده از آن‌ها فراگیرتر و مرسوم‌تر شده است (تصاویر ۴-۶)؛

تصویر ۴. لوگوی موزهٔ گوگنهایم بیلبائوی اسپانیا (Guggenheim Museum Bilbao). مأخذ: (URL4)

تصویر۵. لوگوی موزهٔ هنر معاصر لس‌آنجلس (LACMA). مأخذ: (URL5)

تصویر ۶. لوگوی موزهٔ هنر معاصر هامبورگ (Deichtorhallen Hamburg). مأخذ: (URL6)

ج) به‌کارگیری تمهیدات بصری پویا در فرم حروف: با وجود سادگی و صراحت در فرم و به‌کارگیری حروف بدون سریف، معمولاً در طراحی لوگوهای گالری‌ها یا موزه‌های هنر معاصر از تمهیدات بصری خاصی نظیر ریتم، تکرار، انتشار، حرکت، جابه‌جایی، جایگزینی، تغییر فرم، برش، حذف و... استفاده می‌شود تا ضمن منحصربه‌فردشدن نشانه، پویایی و تحرک شناختی-کنشی هنر معاصر و وجه چالش‌برانگیزی و پرسشگری آن به تصویر کشیده شود. استفاده از خطوط شیب‌دار، زوایای تند و فرم‌های هندسیِ برش‌خورده در نوشتار نیز می‌تواند نمایانگر ماهیت پوینده و پر انرژی هنر معاصر باشد (تصاویر ۷-۹)؛

تصویر ۷. مونوتایپ موزهٔ هنر معاصر کانز (Kunsthaus Zürich) در زوریخ (سوئیس) مبتنی بر سرواژهٔ کانز (حرف K). تغییر شکل محل اتصالِ خطوطِ اریب و عمودِ حرف K به یک خط کوتاه افقی، می‌تواند به‌صورت ضمنی به وجه ساختارشکنانهٔ هنر معاصر اشاره داشته باشد. مأخذ: (URL7)

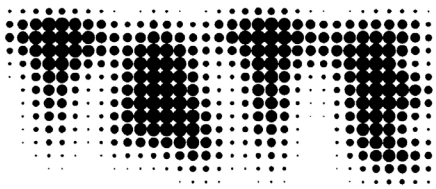
تصویر ۸. القای حرکت (یادآور پویایی هنر معاصر)، سیالیت (یادآور سیالیت فضا و چالش‌برانگیزی هنر معاصر) و سَبُکی (یادآور تجسدزدایی آثار معاصر) به‌واسطهٔ جابه‌جایی حروف در مونوتایپ موزهٔ هنر معاصر سان‌فرانسیسکو آمریکا (SFMOMA). مأخذ: (URL8)

تصویر ۹. برش، حذف و تغییر ضخامت صریح حروف در لوگوی گالری هنر مدرن کوئینز لند (GOMA) در بریزبن (استرالیا). این تمهیدات بصری می‌تواند به وجه کمینه‌گرا، غیرتزئینی، پرسشگرانه و چالش‌برانگیزی آثار متأخر اشاره داشته باشد. مأخذ: (URL9)

د) مفهوم‌گرایی و دلالت‌های ضمنی: در برخی موارد، لوگوهای گالری‌های معاصر فرای فرم ساده و انتزاعی خود -به‌صورت ضمنی- به مفاهیم، مؤلفه‌ها و نظریه‌های هنر معاصر یا عملکرد و اهداف گالری معاصر اشاره دارند. هم‌چنین، در طراحی برخی از این لوگوها، از عناصر و فرم‌هایی استفاده می‌شود که در هنر معاصر به‌دلیل کاربرد مکرر، الگو یا کلیشه شده‌اند؛ عناصری نظیر خطوط معکوس، فرم‌های غیرمعمولِ تودرتو یا آبژه‌های هنریِ معاصرِ مشهور: عناصر و فرم‌هایی که ساحت دلالتی-معنایی نشانه را عمیق‌تر کرده و به‌سوی تفسیر و در نتیجه، بحث و تبادل نظر اجتماعی می‌کشانند و لوگو را همچون آثار هنر معاصر بیش از پیش تعاملی می‌کنند (تصاویر ۳ و ۷-۱۴)؛

تصویر ۱۰. لوگوی گالری هنر معاصر دیا: (Dia:) در نیویورک. با اینکه نام مؤسسه از کلمهٔ یونانی «دیا» به‌معنای «از طریق، به‌واسطهٔ» گرفته شده است تا نقش حمایتی خود را در انجام پروژه‌های بزرگ و زمان‌بر نشان دهد، ولی با قرارگرفتن دو نقطه در کنار Dia ، لوگوتایپ می‌تواند مخفف کلمهٔ Dialogue (گفت‌وگو) یا Dialectic (گفتمان) تلقی شود و در مرحلهٔ تفسیر، وجه زبانی-تعاملی رویکرد گالری (نمایش آثار مفهومی و غیرمتعارف) را آشکار کند. مأخذ: (URL10)

تصویر ۱۱. لوگوی موزهٔ هنر معاصر تورنتو کانادا (Moca). چیدمان سازمان‌یافته و حرکت عمودی سرواژه‌های نام موزه از نازک به ضخیم در مونوتایپ این نهاد می‌تواند قابل تفسیر به مفاهیم ذیل باشد: تجسدزدایی آثار معاصر، ایده‌های بلندپروازانهٔ هنرمندان یا تکامل و گسترش پروژه‌های ایده‌محور، فرآیندگرایی هنر معاصر و پرورش یک تجربهٔ پویا و در حال تحول، تعامل‌گرایی آثار و مشارکت و گفت‌وگو و تبادل نظر فعال طیف‌های اجتماعی پیرامون آن، توسعهٔ ارتباطات بین‌رشته‌ای در هنر معاصر، چندتکگی و ایجاد آثار التقاطی (در ترکیب نظریه‌ها، رویکردها، فرهنگ‌ها و...)؛ مفاهیمی که از اهداف این مؤسسه هستند. مأخذ: (URL11)



تصویر ۱۲. لوگوی موزهٔ تیت مدرن لندن (Tate Modern). فرآیند طراحی این نشانه نه از طریق رایانه، بلکه طی یک فرآیند هنری عکاسانه ایجاد شده است: هر روز یک واژهٔ تیت طراحی و از آن عکس‌برداری شده و با قرارگیری تمامی عکس‌ها بر هم قالب کلی این نشانه -بدون ترام- خلق و ارائه گشته است؛ مراحل ترام‌کردن لوگو چندسال پس از ارائه و استفاده انجام گرفت: ابتدا با ترام‌های ریزتر تا طرح فعلی آن با حداقل ترام (URL12). فرایند طراحی لوگوی Tate و ترام‌شدن آن (با دوایر کوچک و بزرگ) می‌تواند قابل تفسیر به مفاهیم ذیل باشد: انتقال مؤلفهٔ تغییر و تحول متناوت و چالش دائمی در خلق اثر هنری، تفاوت در نگریستن و تأکید بر کنکاش فکری و چالش‌برانگیزی هنر که در شعار گالری بازتاب یافته است: «باز نگاه کن، دوباره فکر کن»، تعهد اجتماعی و تلاش برای جذب طیف‌های جامعه و گستردگی مخاطبین هنر، تنوع، تجمیع و انطباق موضوعات و مفاهیم، کلکسیون‌سازی آثار از سراسر جهان، درک عمومی بیان هنری و افزایش تعامل و ارتباطات، تقویت شبکه‌ای روابط هنرمندان و مخاطبین جهانی، انعطاف‌پذیری، یکپارچگی و همپوشانی در رویکردهای مختلف فرهنگی-هنری، اتحاد چهار شعبهٔ گالری. مأخذ: (URL13)

تصویر ۱۳. لوگوی موزه هنر معاصر مومو (MoMo) در توکیو که با شکل کشیدهٔ حرف M و شکل فشردهٔ حرف O (در محور افقی)، ایجاد برش و حذف قسمتی از حرف M و نیز، با حذف بخش تکرارشوندهٔ نام موزه (Mo) و جانشینی یک علامت اضافه (+)، سعی در القاء فرمی پویا و چالش‌برانگیز داشته است. فرمی که به برخی از مفاهیم هنر معاصر قابل ارجاع است: ایجاد چالش و پرسشگری در فضای فرهنگی و خلق فضایی برای کاوش، کنکاش و کشف ذهنی (مأموریت موزهٔ مومو)، جذب حداکثری مخاطب، بحث‌برانگیزی ایده‌های هنری و تعامل‌گرایی هرچه بیشتر با آن. مأخذ: (URL14)

تصویر ۱۴. لوگوی موزهٔ هنر معاصر شیکاگو (MCA). نشانه‌ای با ساختار منسجم و حروف بدون سریف از نام اختصاری گالری که از تکرار و تجمیع پاره‌خط‌های مستقیم و برابر به‌دست آمده است و می‌تواند به مفاهیم ذیل قابل تفسیر باشد: ساخت‌شکنی و فرایندمحوری هنر معاصر، تجربه‌ورزی هنرمند در آزمودن کارماده‌های جدید، ایده‌مندی و بیانگری آثار معاصر، تکثر ایده، کارماده، فرایند، رسانه و مخاطب در هنر معاصر، جمع‌آوری و حفظ آثار، تعامل و گفت‌وگو و مشارکت اجتماعی (به‌سبب تجمیع و ارتباط ساختاری خطوط)، یادگیری (به‌سبب ساخت واژه و ایجاد مفهوم از طریق تجمیع و سازماندهی خطوط) و رشد (به‌سبب روی هم قرارگیری خطوط و حروف)، استحکام و پایداری در عرصهٔ هنری. مؤلفه‌هایی که همگی بخشی از مأموریت و اهداف این موزه هستند. مأخذ: (URL15)

ه) واکنش یا انعطاف‌پذیری: چنانچه ذکر شد، از جمله ویژگی‌های هنر معاصر توجه به فضا و بستری است که اثر در آن ارائه می‌شود. این ویژگی در طراحی نشانه نیز قابل رهگیری است. به‌صورت عمومی، لوگو باید به‌گونه‌ای طراحی شود که در هر ابعاد و هر رسانه، هویت و ماهیت خود را حفظ کند؛ ویژگی مذکور در برخی از لوگوهای گالری‌های هنر معاصر، به شکلی افراطی و ساختارشکنانه دنبال شده است. این دسته از نشانه‌ها در هر رسانه، محیط یا بافتار ارائه (مثلاً فضای شهری یا چندرسانه‌ای) بدون تغییر ماهیت و تشخص خود، تا حدی تغییر شکل و ساختار می‌دهند و به شیوه‌های متنوع بازتولید می‌شوند (تصاویر ۱۵-۱۶).

تصویر ۱۵. سه شکل مختلف از لوگوی موزهٔ هنر معاصر مونیخ (Haus der Kunst). فواصل حروف نشانه در هر مکان و بستر ارائه (پیشانی ساختمان موزه و رسانه‌های چاپی یا دیجیتال) مرتباً در حال تغییر است؛ تغییری که -با ایجاد چالش در ساختار و فرم نشانه- پویایی و سیالیت فضا و مشارکت و تعامل اجتماعی-فرهنگی در هنر معاصر را القاء می‌کند. مأخذ: (URL16)

تصویر ۱۶. لوگوتایپ گالری پاله دو توکیو (Palais de Tokyo) در پاریس. ایدهٔ تبدیل دو حرفO به دوایری با بافت و سطح متغیر (گاهی توپر و گاهی با خطوط زیگزاک و متحدالمرکز) در طراحی این لوگو برگرفته از دو پنجرهٔ دوّار سقف گالری است: پنجره‌ای که هر لحظه شکلی متفاوت از فضای بیرونی را نشان می‌دهد. تغییر شکل دو دایرهٔ لوگو در هر بستر و زمینهٔ ارائه علاوه بر ایدهٔ بازتاب پنجره، می‌تواند پویایی، فرآیندمحوری، بسترگرایی، سیالیت فضا، نوآوری، کاوش‌گری و تجربه‌آزمایی هنر معاصر را تداعی کند. تغییر شکل حروف دیگر لوگو در برخی از پروژه‌ها تأکیدی دوباره بر مفاهیم مذکور و یا بازتاب ویژگی‌های خاصی از آن پروژه است. مأخذ: (URL17)

و) هویت‌سازی و بیانگری رنگ: بهره‌گیری از پالت رنگی محدود و عموماً استفاده از رنگ‌های جسورانه و پرکنتراست در اغلب لوگوهای گالری‌های معاصر به چشم می‌خورد. رنگ‌هایی شفاف و غیراشباع‌شده که ضمن تأثیر بصری قوی خود، می‌توانند به بیان فرمی نشانه نیز کمک کنند (تصویر ۱۷)؛

تصویر ۱۷. لوگوتایپ موزهٔ هنر معاصر لس‌آنجلس (MOCA). در مونوتایپ نام این موزه، سه شکل اصلی هندسه (مربع، دایره و مثلث) به‌ترتیب جایگزین حروف M، O و A شده و با انطباق تصویر و حرف، نشانه منعکس‌کنندهٔ وجه نوآورانه، پرسشگرانه و چالش‌برانگیزی هنر معاصر گشته است؛ و اما، رنگ‌های قرمز، سبز و آبی بی‌آنکه در فرم هماهنگ خود جای گیرند (مثلاً قرمز در مربع یا آبی در دایره)، از یک‌سو، اشاره به پرسشگری و ساخت‌شکنی هنر معاصر و از سویی دیگر، دلالت بر رسانه‌های دیجیتال یا چندرسانه‌ای (مدیای نوظهور هنر معاصر) دارند؛ چرا که این سه رنگ، رنگ‌های اصلی نور و در رسانه‌های دیجیتال قابل طرح هستند. مأخذ: (URL18)

گزاره‌های فلسفی

واژهٔ «دیدار» (نام گالری) با معانی متعددی نظیر «ملاقات»، «مواجهه»، «بازدید»، «نظر» و «نگرش» و با درون‌داشتِ دو مفهوم کلی «حضور» و «دیدن»، ایدهٔ طراحی را با نظریهٔ پدیدارشناسانهٔ «متافیزیک حضور» در نزد هیدگر پیوند زد. از آنجا که گذار از مدرنیسم به پست‌مدرنیسم در هنر هم‌تراز با گذار از ساختارگرایی[۲۷] به پساساختارگرایی[۲۸] در فلسفه است و نیز از آنجا که برآیندِ دیدار، «ارتباط» است و ارتباط در حوزهٔ «زبان» شکل می‌گیرد، چند گزارهٔ فلسفی (در حوزهٔ زبان، به‌ویژه گفتار و نوشتار) از نظریات دو جریان ساختارگرایی (نشانه‌شناسی سوسوری) و ساختارشکنی (شالوده‌افکنی دریدایی) برای ایده‌پردازی بهتر در طراحی نشانه انتخاب شد. به این سبب که رویکرد انتقادی-پرسشگرانهٔ هنر معاصر می‌تواند با نظریات ساختارشکنانهٔ دریدا هم‌سو باشد، ایدهٔ طراحی این نشانه بیشتر از نظریات این فیلسوف تأثیر پذیرفت. نگارنده به‌صورت خلاصه در ۵ بخش، به مرور خلاصهٔ گزاره‌ها می‌پردازد:

الف) «دیدار» به‌مثابهٔ یک پدیدهٔ «شناختی»: در یک رهیافت دیداری، دوگانگی میان بیننده (سوژه) و موضوع دیدنی (ابژه) زمینهٔ شناخت را مهیا می‌کند. اهمیت شناختیِ «دیدن» تا حدی است که به‌زعم هَیدگر، حقیقت از اندیشهٔ یونان باستان تا فلسفهٔ متأخر غرب با دیدار[۲۹] و تصویر[۳۰]

پیوند خورده است و فلسفه وجهی از «دیدن» تلقی می‌شود (Heidegger, 1998, 171-180). در این مرتبهٔ فکری، بنیان یک «دیدار» (به‌منزلهٔ فهم یک موضوع و شناخت معنای آن) مستلزم حضور فرد در ساحتی مشخص است که به آن «متافیزیک دیدار» یا «متافیزیک حضور»[۳۱] می‌گویند؛ دیدار به‌تعبیر هیدگر، متضمن حداقل دو عنصر اساسی است: یکی بیننده (سوژه) و دیگری آنچه دیده می‌شود (ابژه) (Heidegger, 1996, 22-23)؛

ب) «متافیزیک دیدار»، رجحان صدا (گفتار) بر حروف (نوشتار) در سنتِ شناختی: توجه به متافیزیک دیدار (حضور) در سنت فلسفی غرب، به‌جهت شناخت صریح و ارجاع بی‌واسطه به ساحت معنا رخ داده است و این متافیزیک باعث شده که گفتار -و در پی آن آوامحوری و توجه به صدا- بر نوشتار اهمیت و برتری یابد. در سنت فلسفی غرب -از افلاطون به بعد- «گفتار»، روح و «نوشتار»، کالبد و صورت خارجی گفتار محسوب می‌شود (Derrida, 2002, 276-279؛ دریدا، ۱۳۹۶، ۲۴-۳۳). ساختارگرایانی همچون «سوسور» نوشتار را طُفیلی و امر فرعی بر گفتار باز می‌شناسند و نوشتار را به‌منزلهٔ نشانه و دالی تلقی می‌کنند که معنای ناب و مدلولِ مرجع آن در قلمرو گفتار قابل جست‌وجو است (سوسور، ۱۳۸۲، ۳۶، ۴۵ و ۴۷). زبان‌شناسی سوسوری برای مقابله با نوشتار، به گفتار اهمیت می‌دهد. آوا تبدیل به استعاره‌ای از حقیقت می‌شود و اعتبار مضاعف می‌یابد. از این منظر، گفتار، جریانی زنده و خود، نمود معنا است و متضاد با نوشتارِ فرودست و بی‌روح تلقی می‌گردد (همان، ۲۱۹)؛

ج) واسازی یا شالوده‌شکنی «متافیزیک دیدار» به‌واسطهٔ مفهوم «غیاب» در اندیشهٔ معاصر: توجه به متافیزیک دیدار و اولویت گفتار (آوا و صدا) بر نوشتار (حروف) در فلسفهٔ معاصر با اندیشهٔ پساساختارگرایی به چالش و پرسش کشیده شد. زبان مبنای حرکت در پساساختارگرایی دوران معاصر است. دریدا، فیلسوف فرانسوی، می‌کوشد انگارهٔ تقدم گفتار بر نوشتار (که در سنت فلسفهٔ غرب به‌صورت عام و در اندیشهٔ ساختارگرایانهٔ سوسور به‌صورت خاص وجود داشت) را واژگون سازد و به انتقاد از آن در رویکرد و سنت فلسفی گذشته بپردازد. از نظر دریدا، وجودِ پیش‌فرضِ حضور و فرابودگی دیدار، عامل تقدم و اولویت گفتار بر نوشتار بوده است. چرا که تصور می‌شده که در گفتار ما قادریم آنچه را که می‌گوییم درک کنیم و معنای آن را دریابیم؛ بنابراین در گفتار می‌توانیم به آستانهٔ حضور میان دال و مدلول گام نهیم و برعکس در نوشتار، هیچ‌گونه حضوری میان نویسنده و نوشتار وجود ندارد. از این روست که ما در گفتار حضورِ متعلق پیدا می‌کنیم، اما در نوشتار، غیاب[۳۲] در مناسبت میان نویسنده و نوشتار حاکمیت می‌یابد. هدف دریدا از تبیین مفهوم «غیاب» تقابل با متافیزیک حضور و به چالش کشیدن و واسازی آن در تفکر سنتی غرب بود؛ او معتقد است که وجود یا معنا به‌صورت مطلق و یکپارچه در دسترس نیست و پیوسته با «غیاب» و بی‌سرانجامی مواجه است. غیاب به‌عنوان یک ویژگی اجتناب‌ناپذیر در درک و تفسیر واقعیت، تأکید بر تفاوت‌ها و ناپایداری معنا در زبان و متون دارد (دریدا، ۱۳۹۶، ۲۳-۳۳ و ۵۲-۵۳).

از منظر دریدا، نوشتار با نهایت استقلال می‌تواند در غیاب فرد مؤلف با بیننده (خواننده) دیداری بی‌واسطه داشته باشد و این امکان را فراهم کند تا خواننده با قرائت جدید مقاصد و اهداف مد نظر مؤلف را نادیده بگیرد، متن پیش روی را به‌وسیلهٔ معیارهای خود رد کند و متکلم غایب را به چالش بکشد. چنین دیدارِ مبتنی بر غیابی، رابطهٔ سنتی مؤلف و اثر را در هم می‌ریزد و تکیه بر متن (نوشتار یا تصویر ثبت‌شده) را پیشنهاد می‌کند. از نظر دریدا، نوشتار، خودکفاترین شکل زبان است که به‌صورت مادی بدون نیاز به پدیدآورنده استوار و ماندگار بوده و بدون توجه به معنایی که مؤلف در نظر داشته، دارای کنشی مستقل است (همان، ۶۲ و ۷۵).

در نزد دریدا، هر شکل نوشتاری یا تصویری دارای وجهی از بازیِ[۳۳] حضور و غیاب است. خودآگاهی با مفهوم حضور و ناخودآگاه با مفهوم غیاب مرتبط است (ضیمران، ۱۳۸۶، ۸۶). بازیِ تصویر یا متن در پی رمزگشایی و کشف معنا شکل می‌گیرد. در یک اثر، نمی‌توان معنایی معین و قطعی را کشف کرد، بلکه تنها می‌توان درون آن بازی کرد چرا که دائماً امکان ساختن و فهم معنایی دیگر وجود دارد (Derrida, 2002, 309)؛

د) دگربودگی و دست‌نایابی به ساحت کامل وصریح معنا در زنجیرهٔ نشانه‌ها به‌منزلهٔ قدرت خلاقهٔ زبان: سوسور گفتار[۳۴] رامتکی بر فرد و «زبان»[۳۵] را -با قواعد و قالب عمومی خود- دارای ماهیتی اجتماعی می‌داند؛ وی معتقد است که زبان به هیچ‌وجه کار ویژهٔ گوینده نیست؛ یعنی وجود زبان به فرد تکیه ندارد. اما وجود گفتار وابسته به گویندهٔ آن است. از نظر سوسور، گفتار به نیت سخنگو متصل است و ازین‌رو، نشانه‌های گفتاری بیشتر از نشانه‌های نوشتاری به معنا و مدلول اصلی نزدیک هستند (سوسور، ۱۳۸۲، ۱۵-۲۳).

حال آن‌که دریدا معتقد است که نشانه‌ها نمی‌توانند به چیزهایی کاملاً متمایز از خودشان ارجاع دهند و مدلولی که از دال مستقل باشد وجود ندارد. ما قادر به رهایی از چنبرهٔ نظام دال‌ها نیستیم. در نظام فکری دریدا، پیوند خطی میان دال و مدلول سوسوری هر لحظه گسسته می‌گردد و دال و مدلول‌های تازه‌ای در ترکیب و آرایش جدید به‌وجود می‌آیند. در واقع، تمایزِ پایداری میان دال و مدلول وجود ندارد و دال‌ها و مدلول‌ها در حال گسست و پیوست در چرخه‌ای بی‌پایان هستند و به‌طور متناوب و مجزا، ترکیب‌های دوباره می‌یابند؛ بدین جهت از نظر دریدا، هیچ‌کس نمی‌تواند همواره ابزار (نشانه) و هدفی (معنی) که باهم کاملاً منطبق باشند خلق کند؛ نشانه همواره به نشانه ارجاع می‌دهد و هریک به‌ترتیب در چهرهٔ دال و مدلول جانشین دیگری می‌شوند و معنا هیچ‌گاه به‌صورت کامل تحقق نمی‌یابد و همیشه به «تعویق»[۳۶] می‌افتد و مخاطبِ خود را به بازی می‌گیرد. این‌گونه زبان نوعی انرژی و خلاقیتی دارد که از انرژی و خلاقیت ذهنی نویسندگان و یا خوانندگان متمایز است (دریدا، ۱۳۹۶، ۶۲-۷۵).

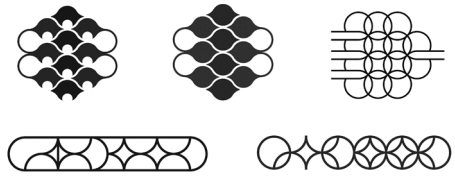
لذا می‌توان گفت برای دریدا «معنای مدنظر مؤلف» در خوانش تصویر یا نوشتار در اولویت نیست، بلکه «معنای سرگردان و ناپایدار درونی» آن اهمیت دارد (Derrida, 2002, 369-370)؛ معنایی که متکی بر اصطلاح «دگربودگی»[۳۷] است. اصطلاحی که بی‌ثباتی معنایی تصویر یا نوشتار را بازتاب می‌دهد. به‌زعم دریدا، ساختار نشانه‌ای هر متن یا تصویر ردّی[۳۸] از معنای به ظاهر مطلق و پایدار را در خود دارد؛ ردّی که می‌تواند «غیابِ یک حضور» یعنی بدلی دروغین از حضورِ معنای کامل و مد نظر مؤلف تلقی شود. بنابراین، دریدا با نقد و طرد متافیزیک حضور، به نفی معنای ثابت و واحد در هر اثر پرداخت و -علاوه بر مفهوم غیاب- با تبیین دو اصطلاح «دگربودگی» و «ردّ معنا» نیز مفهوم حضور را به چالش کشید: دگربودگی همواره خوانش مضاعف (بازخوانی متن و کشف‌های جدید در آن) و تعویق معنا را به‌همراه دارد (Derrida, 1987, 369).

تحلیل و ارزیابی اطلاعات و پاسخ به مسئله از طریق ترکیب یافته‌ها در طراحی

پس از مستندسازی داده‌های غربال‌شده و کارآمد و تأمل در آن، فرآیند طراحی هم‌گام با تحلیل، ارزیابی و ترکیب مستندات و نیز، تنظیم و بازی با داده‌های آن و تجسم احتمالات (با هدف ایجاد ارتباطات خلاقانه) انجام گرفت. از آنجا که در روش کنش‌محور، گامِ اصلی طراحی (انتخاب نهایی ایده از میان ایده‌ها و تعیین مسیر اجرایی آن) در این مرحله از پژوهش شکل می‌گیرد، نگارنده (در مقام طراح) خود را مجاز می‌داند به جهت تبیین و درک بهتر مطالب، ابتدا فرایند طراحی نشانهٔ نهایی و مورد پذیرش گالری دیدار را توصیف کند و سپس به گزاره‌های تحلیلی و ترکیبی به‌کارگرفته در این طراحیِ پژوهشی (به‌عنوان ادله و شواهد طراحی) بپردازد.

روند طراحی لوگوی نهایی و مورد تأیید دیدار

در روند طراحی لوگوی دیدار، ایده‌ها و پیش‌طرح‌های متعددی بر اساس روش کنش‌محور و حوزه‌های شناختی گوناگون به‌دست آمد که یا در ارزیابی‌های بی‌طرفانهٔ طراح، اجرای آن منتفی شد و یا مورد اصلاح و ارائه قرار گرفت ولی، از سوی گالری تأیید نگردید. به دلیل محدودیت کمّی واژگان، از شرح ایده‌ها و فرایند تحلیلی این پیش‌طرح‌ها صرف‌نظر و تنها به تصویر آن بسنده می‌شود (تصویر ۱۸).

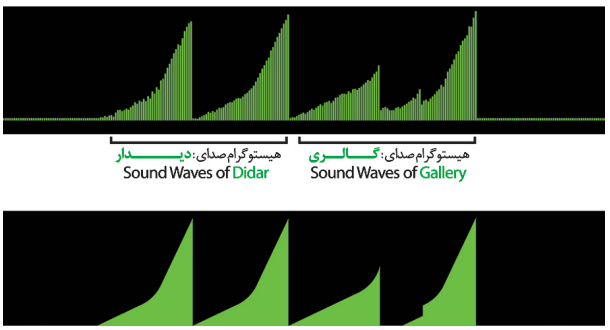


تصویر ۱۸. پیش‌طرح‌های اولیه برای لوگوی گالری دیدار.

و اما در طراحی لوگوی نهایی، طراح مطابق با اصول نظری منتخب در چهار حوزهٔ شناختیِ «طراحی نشانه»، «خلاقیت»، «هویت هنر معاصر» و «فلسفه» بر آن شد تا توجه خویش را به «مرکز موضوع سفارش» (یعنی رویکرد نوشتاری صِرف یا تصویری صِرف در طراحی نشانهٔ گالری دیدار) معطوف نکند و با توجه به «حاشیه‌های موضوع سفارش»، به‌صورتِ شمایلیِ آوای ضبط‌شدهٔ آن توجه نماید و گزاره‌های چهار حوزهٔ شناختی پیشِ رو را به مطالعه و پرسش گیرد و ضمن تجسم صدا، حروف را با دفورماسیون در هندسه (به‌نحوی که ارزش تصویری پیدا کند) و مهندسی معکوس، بازطراحی نماید.

طراح با ایدهٔ به‌کارگیری موج صدای رکوردشده از دو واژهٔ «گالری» و «دیدار» به طراحی نشانه پرداخت. وی برای دستیابی به فرمی هماهنگ و مناسب که بتواند در فضای مثبت آن واژهٔ «دیدار» را طراحی کند، با لحن‌های مختلف و صداهای افراد متفاوت گراف‌های متعددی از آوای این دو واژه را تهیه کرده (تصویر ۱۹) و در ادامه، یکی از هیستوگرام‌های صداهای ضبط‌شدهٔ خود را برگزیده است: گُزیدن گراف صدایی که در آن «گالری دیدار» به‌گونه‌ای خاص و نامرسوم ادا شد؛ به‌شکلی که نحوهٔ گفتار هیچ احساس متعارف و نزدیک به معنای ناب یا قصد مشخصی را در خود نداشت و طراح در ادای این دو واژه، بیشتر تابع تجربهٔ هماهنگی فرم در ریخت هیستوگرامِ صدای آن بود: در ادای واژهٔ «گالری»، دو حرف «گا» با صدای محکم و کشیده؛ «لِـ» با صدای آرام و زمزمه‌گونه؛ «ـری» با صدایی بلند و محکم و موکّد و در ادای واژهٔ «دیدار»، «دیـ» با تأکید بر صدای «د» و «ار» با تأکید بر حرف «ر» بیان شد (تصویر ۲۰). در آخرین مرحله فرایند طراحی، واژهٔ «دیدار» در فضای بالایی هیستوگرام کشف و نمود یافت (تصاویر ۲۱-۲۲).

تصویر ۱۹. نمونه گراف‌های ضبط‌شده از موج صدای عبارت «گالری دیدار» که توسط افراد مختلف تولید شده است.



تصویر ۲۰. بالا: گراف ضبط‌شده از موج صدای عبارت «گالری دیدار» که به شکلی نامتعارف و خاص توسط طراح بیان شده است؛ پایین: تبدیل گراف صدا به سطوح استالایزشده.

تصویر ۲۱. طراحی واژهٔ دیدار در فضای منفی هیستوگرام صدا.

ارتباط و سازگاری «لوگوی نهایی گالری» با «داده‌های منتخب در حوزه‌های شناختی مذکور» در ادامه شرح داده می‌شود.

تصویر ۲۲. لوگوی نهایی گالری دیدار.

فرایندگرایی و کاربرد روش خلاقیت تریز در طراحی لوگوی دیدار

از آنجا که هنر معاصر با تحولات سریع فن‌آورانه و جریان‌های پویای فرهنگی-اجتماعی همواره همراه است و به این سبب که در هنر معاصر معمولاً، راهبردهای فرایندمحور بر فرآورده‌محور اولویت دارند، نگارنده بر مبنای رویکرد طراحی فرایندگرا، درپی اتخاذ مسیری برآمد که مطابق با اهداف، ضرورت‌ها و مسائل سفارش اولاً، در حوزهٔ طراحی نشانه نامرسوم و چالش‌برانگیز باشد، ثانیاً، با نام دیدار و گزاره‌های فلسفیِ مرتبط با آن هماهنگ تلقی شود و ثالثاً، با رویکرد گالری و مؤلفه‌های معاصریت هم‌سویی داشته باشد. فرایند طراحی متأثر از شیوه‌ها و ابزارهای رسامی است؛ لذا، طراح پس از ارزیابی شیوه‌ها و ابزارهای متعدد تولید تصویر، «ضبط صدا و تصویربرداری از گراف آن» را به‌عنوان فرایند طراحی نشانه انتخاب کرد.

هم‌چنین، طراح چهار رکن تریز در طراحی نشانهٔ گالری دیدار را به شرح ذیل در نظر گرفت:

الف) «تضاد». کلی در طراحی لوگوی دیدار، عدم وفاق ساختارگرایی فرمی نشانه با مؤلفهٔ ساختارگریزی یا شالوده‌شکنی هنر معاصر است که طراح باید در پی رفع آن باشد؛

ب) «ایدئال‌گرایی» در طراحی نشانه، کارآمدی مطلوب لوگو (انسجام و سادگی طرح، تمایز و منحصربه‌فردبودن، آینده‌نگری در طراحی به‌قصدکهنه‌نشدن نشانه، محدودیت در ابعاد، پیچیدگی و جزئیات، انعطاف‌پذیری و قابل‌ارائه‌بودن در هر رسانه، فرهنگ‌آشنایی و پذیرفته‌شدن توسط مخاطبین، ماندگاری در ذهن، هماهنگی با حوزهٔ فعالیت، اهداف و ارزش‌های گالری) در کنار بدیع‌بودن آن است؛

ج) «کارکرد». محوری لوگو، دلالت اصلی یا عینی بر گالری دیدار، گام اولیه در معرفی آن به‌عنوان یک نهاد هنری و ایجاد هویت بصری برای آن است؛

د) «منابع». لازم برای طراحی نشانه، حوزهٔ هنر، طراحی گرافیک، نظریه‌های خلاقیت و نظریه‌های هنری و فلسفی دربارهٔ جریان‌های هنر معاصر است.

علاوه بر این، ۸ اصل از اصول چهل‌گانهٔ تریز در رسامی لوگوی دیدار به‌کار گرفته شد: طراح با تکیه بر دو اصل «ادغام» و «تودرتو بودن»، به ترکیب صدا (گفتار) و نوشتار و به‌تعریفی دیگر، جای‌دادن فرم نوشتار و صدا درون یکدیگر پرداخت و با لحاظ سه اصل «کنش مقدماتی»، «واسط یا میانجی» و «تعویض سامانهٔ مکانیکی»، به‌صورت «مقدماتی» برای پیش‌طرح اولیه از ابزار ضبط صدا به‌جای ابزار رسامی (مثلا مداد) بهره گرفت؛ یعنی نرم‌افزار ثبت تصویری صدا «واسط». طراحی شد و اتودهای لوگوی دیدار به‌جای «سامانهٔ مکانیکی» (طراحی دستی با مداد و کاغذ) با «سیستم صوتی» (نرم‌افزار ضبط صدا و هیستوگرام صدا) طراحی شدند.

به‌سبب طراحی منسجم‌تر و نزدیک به فرمِ نوشتارِ خطوطِ هیستوگرام (به‌نحوی که نام دیدار را تداعی کند) و هم‌چنین، درجهت خلق تصویری پرنواخت و پویا که یادآور «تونالیتهٔ صدا (ردیف منظم و نامنظم صداهای یک گام موسیقی) و مفهوم تعامل»، «چندلایگی معنا» و «پویایی هنر معاصر و گالری‌های آن» باشد، دو اصل «تغییر فاز» (به‌واسطهٔ تغییر زمانمند لحن و فرم گفتار) و «عمل تناوبی» (از طریق مکث، ضربه و کشیدگی صدای در حال ضبط) در رسامی این نشانه به‌کار گرفته شد؛ و در آخر، با استفاده از اصل «همجنس یا همگن‌سازی» خطوط فشرده و عمودی هیستوگرام صدا با فرم مسطح، هندسی، منتظم و سیلوئت یک لوگو هماهنگ گردید، تا در طراحی نشانه از یک سو، دو رکن «تضاد» (یعنی رفع ساختارگریزی در ریخت نشانه) و «ایده‌آل‌گرایی». تریز (یعنی ویژگی‌های مطلوب لوگو که پیشتر ذکر شد) محقق شود و از سویی دیگر، هم‌آوردی تفکر هم‌گرا- واگرا (یعنی آزادی در انتخاب گزینه‌های طراحی و پیشبینی و کنترل هم‌زمان آن) در این روش عینی‌تر گردد.

هماهنگی فرایند طراحی نشانه با هویت هنر معاصر و گالری دیدار

الف) تمامی وظایف سیزده‌گانهٔ گالری‌های هنر معاصر را می‌توان درحوزهٔ «تعامل و ارتباطاتِ خلاق» خلاصه و تعریف کرد؛ علاوه بر این، معنای نام گالری (دیدار) نیز به‌صورت خاص ارتباط تنگاتنگی با همین حوزه دارد؛ لذا، فرایند طراحی نشانهٔ گالری به‌وسیلهٔ گفتار و صدا (که خود ابزار تعامل است) می‌تواند مناسب‌ترین انتخاب باشد؛

ب) در فرایند طراحی نشانه، هفت مورد از ویژگی‌های هنر معاصر مد نظر قرار گرفته است: «نوآوری و تجربه‌ورزی» در روند نامتعارف طراحی، «استفاده از رسانهٔ صوتی به‌عنوان ابزاری جدید» در طراحی، «رویکرد مفهومی-انتقادی و پرسشگرانه» که ویژگی‌های ساختارشکنانه دارد، «اولویت رویکرد فرایندمحوری»، «چندتکه‌گی» (ترکیب فرمی و تداخل مفهومی صوت با تصویر و گفتار با نوشتار)، «رویکرد چندرشته‌ای» (مهندسی صدا و مهندسی تصویر) و «کنش اجتماعی و تعامل‌پذیری» از طریق به‌کارگیری اشخاص متفاوت در خواندن واژهٔ دیدار برای ضبط و مصورسازی صدا؛

ج) مهم‌ترین خصوصیت‌های نشانه‌های گالری‌های معاصر جهان در طراحی لوگوی نهایی گالری دیدار لحاظ گردید: «سادگی و صراحت در فرم و عدم احساسی‌گرایی» (به‌دلیل ساختار منتظم، هندسی و خطوط صریح و مستقیم یا شکسته و نیز، ادای غیراحساسی عبارت در حین ضبط صدا)، «طراحی مبتنی بر تایپ»، «پویایی در فرمِ پرنواخت نشانه»، «مفهوم‌گرایی» (قابل‌تفسیربودن بر اساس گزاره‌های فلسفی) و «هویت‌سازی» (به‌دلیل منحصربه‌فردبودن فرم و بیان لوگو و هماهنگی با عنوان و حوزهٔ فعالیت گالری).

موارد مذکور در سه بندِ این بخش، رکنِ «کارکرد»ِ تریز در طراحی نشانه (دلالت بر گالری و هنر معاصر) را محقق نمود.

سازگاری لوگو با گزاره‌های منتخب فلسفی

چهارگزارهٔ فلسفیِ پیشتر ذکرشده، هم در فرایند و هم در محصول نهاییِ نشانهٔ گالری دیدار قابل پیگیری هستند: در طراحی لوگوی دیدار، بصری‌سازی فرمی از طریق «صدا» و نه «حروف و نوشتار» انجام گرفته و این امر وجه دیداری نشانه را به‌نسبت خوانایی آن بیشتر کرده است؛ این تمهید با گزارهٔ «نگریستن به‌مثابهٔ شناخت و امردیدنی (تصویر) به‌منزلهٔ موضوعِ قابل درک» در «متافیزیک دیدار» هم‌سویی دارد. هم‌چنین، به‌کارگیری ابزار ضبط صدا برای رسامی و «ردّ بصری آوا و گفتار به‌جای خطوط طراحی یا نگارشی» (برتری صدا و گفتار بر نوشتار) در طراحی این نشانه یادآور این گزاره است: «حضور شخص و آوا و گفتار وی» مرجح بر «غیاب او و نوشتاری از او» است.

در تقابل با دو گزارهٔ اول، تمهیدی که برای «تنیده‌شدن تصویر، نوشتار و گفتار(صدا) در یکدیگر» به‌کارگرفته شده است با دو گزارهٔ آخر یعنی «واسازی متافیزیک دیدار در پساساختارگرایی معاصر» و «زنجیرهٔ پایان‌ناپذیر دال‌ها و دست‌نایابی کامل به ساحت معنا» (که از ویژگی‌های بنیادین هنرهای معاصر است) ارتباط دارد. این ارتباط، نتیجهٔ انتقادی و پرسشگرانهٔ محصول نهاییِ طراحی پژوهشی را پیش می‌آورد که در بخش بعدی به آن پرداخته می‌شود.

استنتاجِ انتقادی طراحی

در طراحی نشانهٔ گالری، نوشتار ثقیل و سنگین واژهٔ «دیدار» به همان اندازه‌ای ناخوانا یا ناپیداست که گراف آوای آن قابل خوانش و یا شنیدن نیست؛ این ناپیدایی، ناخوانایی و ناشنیدگی در تصویر، نوشتار و صدا اولاً، با «رویکرد پرسشگرانه و انتقادی هنر معاصر» و ثانیاً، با مفاهیم «بازی حضور و غیاب»، «دگربودگی»، «زنجیرهٔ بی‌پایان نشانه‌ها»، «ردّ معنا» و «تعویق و تسخیرناپذیری ساحت معنا» در فلسفهٔ پساساختارگرایی دریدا هم‌سویی دارد: در لوگو، ردّی از صدا و نوشتارِ واژهٔ دیدار وجود دارد؛ ردّی که بازی حضور و غیاب معنا را برای مخاطب ایجاد می‌کند. «دگربودگی»ِ طراحی نتیجهٔ نامشخص‌بودن شکل انتزاعی لوگو، ناشنیدنی‌بودن هیستوگرام صدا و ناخوانابودن شکل نوشتاری واژهٔ دیدار است. هم‌چنین، شکل انتزاعی نشانه، بدون حضور مؤلف و توضیح ایده و فرآیند طراحی آن، زنجیرهٔ بی‌پایان نشانه‌ها را در تعبیر و تفسیر برای هر مخاطب ایجاد می‌کند و دستیابی به معنای لوگو را برای وی به تعویق می‌اندازد. با این‌حال، طراح سعی داشته تا نشانه و فرایند تولید آن، یک کنش هنری معاصر تلقی شود و ویژگی چالش و پرسشگری را بیشتر در خود داشته باشد:

چالش اول: در طراحی نشانه، اولویت و ترجیح «گفتار بر نوشتار» در نزد ساختارگرایانی همچون سوسور به پرسش و چالش کشیده شده است؛ چرا که هیچ‌یک از عناصر نوشتاری یا گفتاری در آن بر دیگری رجحان پیدا نکرده‌اند. طراح نشانه هم‌سو با پساساختارگرایی دریدا به عدم ارجحیت گفتار و نوشتار بر دیگری تأکید دارد و برای هر کدام خصیصهٔ خاص خود را قائل است.

چالش دوم: به باور سوسور، «گفتار و صدا» بر خلاف «نوشتار و زبان»، استقلال نشانه‌شناختی دارد، ولی دریدا معتقد بود که گفتار نیز به‌مانند زبان و نوشتار خالی از استقلال فردی است؛ چرا که گفتار اعتبار خود را از معنای لغت‌نامه‌ای و دستور زبانی نوشتار و زبان می‌گیرد. با این‌حال، لوگوی دیدار به‌نحوی طراحی‌شده که نوشتار و گفتار در آن هر کدام اعتبار خود را از دیگری گرفته‌اند و در عین حال استقلال ماهوی خود را حفظ کرده‌اند.

نتیجه

مطابق با آنچه ذکر شد، روش‌شناسی پژوهش کنش‌محور در روند فعالیت عملی و متناسب با ویژگی‌های خاص و خلاقانهٔ پروژه مشخص می‌شود و به‌سبب پیچیدگی حوزهٔ طراحی، با شیوه‌ای میان‌رشته‌ای مفصلبندی می‌گردد؛ طراح در جایگاه یک پژوهشگر تمامی مراحل را ارزیابی و بازبینی می‌کند و اثر نهایی وی نتیجهٔ ترکیب «فعالیت منطقی پژوهشی» و «تخیل و تجربیات شهودی» اوست. در پایان، پرسش‌های پژوهشی مطرح‌شده در فرایند طراحی به‌ترتیب پاسخ داده می‌شود:

الف) طراح با تکیه بر هفت مؤلفه از هنر معاصر، شش ویژگی از خصوصیات مشترک لوگوهای گالری‌های معاصر جهان، چهار گزارهٔ فلسفی (به‌ویژه دو گزارهٔ پساساختارگرایانهٔ دریدایی) و مفهوم «تعامل و ارتباط خلاق» (برگرفته از نقش و مسئولیت گالری‌های معاصر) در جهت طراحی‌ای نوآورانه و هماهنگ با موضوع سفارش برای نشانهٔ گالری دیدار حرکت کرد؛

ب) در طراحی یک نشانه، با تغییر ابزار طراحی (مثلاً صوت)، تغییر رویکرد طراحانه (از محصول‌گرا به فرایندگرا)، به‌خدمت‌گرفتن حوزه‌های راهبردی خلاقیت (مثلاً به‌کارگیری چند رکن یا چند اصل از تریز) و روش کنش‌محور و نیز، با تعمیق اثر به‌واسطهٔ ایده‌یابی از گزاره‌های شناختی در ساحات مختلف دانش (مثلاً نظریات فلسفی) می‌توان وجه خلاقانه و اندیشمندانه محصول نهایی را افزایش داد و به آن ارزشی مضاعف بخشید: تا حدی که یک نشانه افزون بر ماهیت کارکردی خود بتواند محصولی پژوهشی و اثری هنری تلقی شود؛

ج) با بهره‌گرفتن از مواردی که در بند پیشین گفته شد طراحان گزینه‌های بیشتری در حیطهٔ طراحی و اجزای آن (ایده‌پردازی، مواد، ابزار، فرایند، فرم) پیدا می‌کنند. طبیعی است که با استمرار تولید آثار از این طریق، مرزهای قلمروی طراحی گرافیک گسترش می‌یابد و به‌تبعِ آن، فرهنگ بصری جامعه -با دریافت تجربه‌های جدید- رشد می‌کند.

پی‌نوشت‌ها

۱۰. «تریز» (Triz) سرواژهٔ عبارتی روسی به‌معنای «نظریهٔ حل مسائل نوآورانهٔ نظام‌یافته» (Teoriya Resheniya Izobretatelskikh Zadach) است. نظریه‌ای که توسط گنریش آلتشولر (Genrich Altshuller) در اواسط قرن بیستم (۱۹۴۸) و بر مبنای مطالعهٔ اختراعات و کشف الگوهای تکرارشونده در آن‌ها شکل گرفت؛ جایگاه این روش خلاقیت تا پایان قرن بیستم در مجامع علمی، فنی و هنری جهان رشد و توسعه یافت (Cascini, Jantschgi, Kho-

1. Practice Led /Practice Base.
2. Logos.
3. Logotype.
4. Mogotype.
5. Pictorial.
6. Icotype.
7. Combination.
8. Logo mixte.
9. Bryan Lawson.

menko, Murashkovska, Sokol & Tomasi, 2008).

11. Divergent Thinking. 12. Convergent Thinking.

۱۳. منظور از تفکر همگرا، فرایند ذهنی-انتقادیِ غالب اجتماع و مبتنی بر تحلیل روابط منطقی میان عناصر است که منجر به پاسخی معمول، بی‌اشکال و از قبل معلوم برای حل یک مسئله می‌شود و اما تفکر واگرا، تفکری شهودی-درونی-ناخودآگاهانه با تداعی‌های آزاد است که میان امور و عناصر نامرتبط، ارتباطی فرامنطقی برقرار می‌کند و سعی می‌کند، با ایده‌ها و گزینه‌های نامعمول، جدید و عموماً خارج از حوزهٔ علمی-فنیِ مسئله به حل موضوع بپردازد (DeBono,1971, 1999).

14. Consolidation. 15. Nesting.
16. Prior Action. 17. Periodic Action.
18. Mediator.
19. Replacement of Mechanical Systems.
20. Homogeneity. 21. Phase Transition.
22. Catherine Meier. 23. Contemporary Art.
24. Deconstruction. 25. Mono Line.
26. Sans-Serif.

۲۷. جنبش ساختارگرایی از نیمهٔ دوم قرن بیستم با تکیه بر تحلیل نظام‌های زبانی-متنی و نظام‌های اجتماعی-فرهنگی و بر مبنای تقابل‌های دوگانه، در دو مکتب فرانسوی (ساختارهای زبانی) و آمریکایی (ساختارهای اجتماعی) ظهور کرد. این جریان مسائل زبانی-فرهنگی را در شبکه‌های پیچیدهٔ ارتباطات ساختاری مورد مطالعه قرار می‌دهد و در سیستم ساختارها، برای زبان و فرهنگ نقشی مرکزی قائل است (حقیقت، ۱۳۸۶، ۹۲-۹۵).

۲۸. این جنبش فلسفی از نیمهٔ دوم قرن بیستم و با نقد ساختارگرایی در فرانسه شکل گرفت. پساساختارگرایان با این که توجه ویژه‌ای به متن و گفتمان دارند ولی، ساختار را به‌عنوان امری زیربنایی تلقی نمی‌کنند؛ چرا که تمامی ساختارها -از جمله زبان- ناپایدار، ناکامل و غیرشفاف هستند و همچون پدیده‌های اجتماعی-سیاسی همواره در حال تغییر و تحول‌اند (همان، ۱۰۶-۱۰۸).

29. Visit. 30. Image.
31. metaphysics of presence.
32. Absence. 33. Play.
34. parole. 35. langue.
36. Deferral. 37. Différance.
38. Trace.

فهرست منابع

آرچر، مایکل (۱۳۸۸). *هنر بعد از ۱۹۶۰*. ترجمه کتایون یوسفی. تهران: حرفه هنرمند.

پهلوان، فهیمه (۱۳۹۰). *درآمدی بر تحلیل عناصر تصویری در آرم*. تهران: دانشگاه هنر.

ترنینکو، جان؛ زوسمن، آلا و بوریس، زلاتین (۱۳۸۸). *Triz نوآوری نظام یافته*. ترجمه مصطفی جعفری و دیگران. تهران: رسا.

حقیقت، صادق (۱۳۸۶). از ساختارگرایی تا پساساختارگرایی. فصلنامهٔ *روش‌شناسی علوم انسانی*، ۵۱ (۱۳)، ۹۱-۱۱۰.
https://www.sid.ir/paper/88307/fa

دریدا، ژاک (۱۳۹۶). *دربارهٔ گراماتولوژی*. ترجمه مهدی پارسا. تهران: نشر شوند.

سپهر، مسعود (۱۳۹۳). *شرحی بر نشانه‌ها*. تهران: هرمس.

سپهر، مسعود (۱۳۹۶). *طراحی نشانه*. تهران: فاطمی.

سوسور، فردینان دو (۱۳۸۲). *دورهٔ زبانشناسی عمومی*. ترجمه کورش صفوی، تهران: هرمس.

شولیاک، لف (۱۳۸۵). *۴۰ اصل شاه‌کلیدهای Triz برای نوآوری*. ترجمه محمود کریمی و نونا میرخانی. تهران: رسا.

ضیمران، محمد (۱۳۸۶). *ژاک دریدا و متافیزیک حضور*. تهران: هرمس.

گشایش، فرهاد (۱۳۸۰). *طراحی نشانه*. تهران: لوتوس.

لاوسون، برایان (۱۳۹۵). *طراحان چگونه می‌اندیشند*. ترجمه حمید ندیمی. تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.

لوسی‌اسمیت، ادوارد (۱۳۸۷). *آخرین جنبش‌های هنری*. ترجمه علیرضا سمیع‌آذر. تهران: نظر.

محمدزاده‌میانجی، مهناز (۱۴۰۰). معرفی روش پژوهشی مبتنی‌برکنش هنری در دورهٔ تحصیلات تکمیلی با تأکید بر هنرهای صناعی. فصلنامهٔ *رهپویهٔ هنرهای صناعی*، ۱(۱)، ۸۹-۱۰۲. Doi: 10.22059/JFAVA.2017.63164

محمدزاده‌میانجی، مهناز؛ شفیعی‌سرارودی، مهرنوش و سرپولکی، حسین (۱۳۹۶). پژوهش کنش‌محور در قلمرو هنر، جنبشی نوین در روش‌شناسی پژوهشی. نشریهٔ *هنرهای زیبا: هنرهای تجسمی*، (۲۲)۳، ۱۷-۲۸.
Doi: 10.22059/JFAVA.2017.63164

میه، کاترین (۱۳۹۰). *هنر معاصر: تاریخ و جغرافیا*. ترجمه مهشید نونهالی. تهران: نظر.

وود، پال (۱۳۸۳)، *هنر مفهومی*. ترجمه مدیا فرزین. تهران: نشر هنر ایران.

Altshuller, Genrikh Saulovich (1984). *Creativity as an exact science*, NY: Gordon & Breach.

Cascini, G., Jantschgi, J., Khomenko, N., Murashkovska, I., Sokol, A. & Tomasi, F. (2008). *TETRIS*: *Teaching TRIZ at School-Meeting the educational requirements of heterogeneous curricula*, Paper presented at the Proceedings of the 8th ETRIA TRIZ Future, November Conference, Netherlands: Twente University.

Dallow, P. (1998). *Media Arts, Research and the University, Practice*: A Journal of Visual, Performing and Media Arts, 1(3), 36-45.

DeBono, Edward (1999). *New thinking for the new millennium*, NY: Viking Adult.

DeBono, E. (1971). *The Use of lateral thinking*, Harmondsworth: Penguin Books.

Derrida, J. (1987). *The Truth In Painting*, G. Benington & I. McLoad (Trans.), Chicago Press.

Derrida, J. (2002). *Writing and Difference*, A. Bass (Trans.), London: Routledge.

Douglas, A. (1998). *The Creative Process as Material for Research Degrees*, Matrix 2: A Conference on Postgraduate Research Degrees in Design and the Visual Arts, London Institute: Central Saint Martin College of Art.

Heidegger, Martin (1996). *Being and Time*, Joan Stambaugh (Trans.), NY: State university press.

Heidegger, Martin (1998). *"Plato's Doctrine of Truth"* in William McNeill (ed.), Martin Heidegger Pathmarks, Thomas Sheehan (Trans.), NY: Cambridge university press, 155–182.

McKernan, J. (1998). *Curriculum Action Research: A Handbook of Methods and Resources for the Reflective Practitioner*, chapter 1, London: Kogan Page.

Steier, F. (1992). *Research and* Reflexivity, California: Sage.

Strand, D. (1998). *Research in the Creative Arts*, Canberra: Department of Employment, Education, Training and Youth Affairs.

Wild, L. (1998). *That was then: Corrections and amplifications*, The education of a graphic designer, NY: Allworth Press,

39–52.
URL1: http:// newmuseum.org
URL2: http://centrepompidou.fr
URL3: http://mori.art.museum
URL4: http://guggenheim-bilbao.eus
URL5: http://lacma.org
URL6: http://deichtorhallen.de
URL7: http://kunsthaus.ch
URL8: http://sfmoma.org
URL9: http://qagoma.qld.gov.au
URL10: http://diaart.org
URL11: http://moca.ca
URL12: http://creativereview.co.uk/the-tate-logo
URL13: http://tate.org.uk
URL14: http://mot-art-museum.jp
URL15: http://mcachicago.org
URL16: http://hausderkunst.de
URL17: http://palaisdetokyo.com
URL18: http://moca.org