



نقد نشانه‌شناسانه آثار فیلیپ استارک از دیدگاه بارت

حسن علی پورمند* سارا ابراهیمی**

چکیده

به واسطه نقد متون، می‌توان به شناخت و آگاهی بیش‌تر نسبت به موضوع مورد بررسی، دست یافت. به این ترتیب از میان انواع نقد، نقد نشانه‌شناسانه و از میان نظریات نشانه‌شناسان مختلف، نظریات بارت انتخاب شده است. بارت ادامه دیدگاه سوسور را در نشانه‌شناسی پیش گرفت و دیدگاه یک‌معنایی سوسور را ارتقا داد. او سه سطح معنایی دلالت صریح، دلالت ضمنی و استعاره در محصولات توسط طراحان گوناگون، بعضی از طراحان در این میان به شهرت بیش‌تری نسبت به سایرین دست‌یافته و آثار آنان بیش‌تر مورد توجه قرار گرفت. از میان این طراحان فیلیپ استارک به عنوان طراح شاخص انتخاب شده است. سؤالی که در این پژوهش مورد کاوش قرار گرفته این است که چه ویژگی نشانه‌شناسانه‌ای در آثار فیلیپ استارک، طراح فرانسوی، باعث ایجاد تمایز میان آنها با سایر محصولات شده و آنها را در دنیای طراحی شاخص کرده است؟ به این ترتیب، این مقاله کوششی است برای نقد، بررسی و تحلیل بخشی از آثار استارک، بر اساس این نظر که به روش توصیفی، تحلیلی و تطبیقی انجام گرفته و جمع‌آوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و اسنادی بوده است. بخشی از آثار این طراح انتخاب و از دیدگاه نشانه‌شناسی بارت مورد تحلیل قرار گرفتند؛ با توجه به بررسی‌های صورت گرفته مشاهده شد که آثار استارک تلاشی هستند برای خلق موقعیت جدید برای کاربر و فعال‌سازی ذهن او برای خلاقیت و تجربیات جدید که برای نیل به این هدف، او از جابه‌جا کردن سطوح معنایی مدنظر بارت در نشانه‌شناسی بهره گرفته است.

کلیدواژه‌ها: نشانه‌شناسی، بارت، فیلیپ استارک، طراحی محصول

* دانشیار، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

** دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران. (نویسنده مسئول) sara.ebrahimi@modares.ac.ir

مقدمه

نقد، یک روش تحلیلی برای بررسی و سنجش متن است که به توسعه علمی یاری می‌رساند (درودی، ۱۳۹۳: ۲۳۲). هم‌چنین، کوششی مؤثر و سازمان‌یافته برای افزایش شناخت مناسب و سودمند اطلاعات است (همان: ۲۲۲). رویکرد معناشناسی نشانه‌شناسانه در حوزه‌های کاربردی پای به حوزه‌های دیگر علوم انسانی همچون نقد ادبی و هنری نیز گذاشته است (زابلی‌نژاد، ۱۳۸۹: ۱۰۳).

محصول صنعتی نیز صاحب فرم و سبک و معناست، به همین جهت می‌توان آن را به مثابه متن، مورد نقد، بررسی و تحلیل قرار داد. نقد محصول، ویژگی‌های پنهان آن را برای ما آشکار خواهد کرد. استفاده طراحان پست‌مدرن از استعاره و کنایه (مهدیه و همکاران، ۱۳۹۴: ۸۶) در طراحی محصولات شاید در ابتدا با هدف به چالش کشیدن طراحی و ایجاد فضایی جدید در آن بوده، اما بعدها با روی کار آمدن طراحی احساس‌گرا، این دیدگاه تغییراتی نظیر تلاش برای ایجاد حس خوشایند در کاربر داشته است. فیلیپ استارک^۱ به عنوان یکی از طراحان مینیمال احساس‌گرا (مجیدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۵) آثاری در این حیطه خلق کرده که نقد و بررسی آنها به درک چگونگی خلق فضای جدید توسط طراح کمک خواهد کرد. سؤالی که در این پژوهش مورد بررسی قرار خواهد گرفت این است که چه ویژگی نشانه‌شناسانه‌ای در آثار فیلیپ استارک باعث ایجاد تمایز میان آنها با سایر محصولات شده و آنها را در دنیای طراحی شاخص کرده است؟

تاکنون به طرق گوناگونی تحلیل نشانه‌شناسانه در زمینه محصولات مختلف صورت پذیرفته است (سامانیان و همکاران، ۱۳۸۷؛ مجیدی و همکاران، ۱۳۹۰؛ Lloyd et al, 2003) و غیره؛ اما دیدگاه بارت می‌تواند به نشانه‌ها و رمزگان نهفته در محصولات به گونه‌ای عمیق‌تر نظر کند. هدف از نگارش این مقاله نقد و بررسی برخی از آثار فیلیپ استارک طراح فرانسوی از دیدگاه نشانه‌شناسی بارت به منظور دستیابی به راهکاری برای تطبیق سطوح معنایی و طراحی محصول است.

پیشینه تحقیق

رولان بارت^۲ در سال ۱۹۶۴ در مقاله‌ای تحت عنوان «فن بیان تصویر^۳»، به تحلیل نشانه‌شناختی پوستر تبلیغاتی پاستا پاززانی پرداخت و لایه‌های معنایی مختلف را برای آن مورد بررسی قرار داد. رضایی مهوار در سال ۱۳۸۷ مطالعه‌ای در رابطه با کارکرد نشانه‌شناسی فرهنگ و هنر از دیدگاه بارت انجام داد. عبداللهیان و حسنی در ۱۳۸۸ این دیدگاه را برای

بررسی آگهی‌های تجاری تلویزیونی ایران به کار گرفتند. گل‌احمر و شهبازی در ۱۳۹۰ مطالعه‌ای مبنی بر بررسی تأثیر نشانه‌شناسی فرهنگی رولان بارت بر مطالعات فرهنگی انجام دادند. کامران در ۱۳۹۲ این دیدگاه را در تحلیل عکس مورد بررسی قرار داد. Bouzida در ۲۰۱۴ این تحلیل را بر مطالعات رسانه‌ای انجام داد. اینانلو و الهاشم در سال ۲۰۱۶ انیمیشن را بر این اساس بررسی کردند.

در مورد بررسی آثار استارک، پیش‌ازین لوید^۴ و اسلندر^۵ در سال ۲۰۰۳ به بررسی چگونگی شکل‌گیری جوسی سلیف فیلیپ استارک و به اینکه او برای خلق این اثر به چه می‌اندیشیده است پرداخته‌اند. هم‌چنین مجیدی و فرج‌عصری در سال ۱۳۹۰ اشاره‌ای به همین اثر داشته و توضیحاتی در باب ویژگی‌های نشانه‌شناسی این محصول مطرح کردند: «... محصول در وجه نشانه‌شناسی خود، نشانه‌ای شمالی است. زیرا که فرم بیونیک و برگرفته از بدن جانداري چون عنکبوت و یا ماهی مرکب دارد. دو کارکرد زیبایی‌شناسی و عملکردی در این محصول با وجود استقلال، دارای هم‌زیستی هستند. به وسیله آشنایی‌زدایی از عادات بصری مخاطب از نمونه‌های قبلی، توجه را به خود جلب کرده و موجب برجسته‌شدن نقش زیباآفرینی یا هنری می‌شود» (مجیدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۵).

علاوه بر مطالب مذکور، مقالاتی هم به بررسی رابطه نشانه‌شناسی و طراحی محصول پرداخته‌اند (سامانیان و همکاران، ۱۳۸۹؛ مجیدی و همکاران، ۱۳۹۰؛ Ilstedt, 2002) که هر یک از آنها محصول، یا محصولاتی را از حیث نشانه‌شناسی تحلیل کرده‌اند؛ اما در هیچ‌یک از این موارد مجموعه آثار یک طراح مورد بررسی قرار نگرفته است و عموماً یا چند طرح از طراحان مختلف مطالعه شده‌اند (مجیدی و همکاران، ۱۳۹۰) و یا به تحلیل تک‌محصول پرداخته شده است (سامانیان و همکاران، ۱۳۸۹). البته در منابع موجود، نمونه‌ای که مستقیماً محصول یا محصولاتی را از دیدگاه نشانه‌شناسی بارت مورد مطالعه قرار داده باشد یافت نشد.

روش تحقیق

این تحقیق به روش توصیفی، تحلیلی و تطبیقی انجام شده و جمع‌آوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و اسنادی صورت پذیرفته است. بعد از توضیحات کلی در رابطه با چارچوب نظری تحقیق که بر مبنای دیدگاه نشانه‌شناختی بارت در نظر گرفته شده است آثار فیلیپ استارک، طراح فرانسوی مورد نقد و بررسی قرار گرفته و عناصر نشانه‌شناختی بارت در این آثار مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. تطبیق این

در هر حال با متن روبرو می‌شود و سپس برای تحلیل متن ممکن است به ابزاری به نام نشانه و چگونگی هم‌نشینی آن با نشانه‌های دیگر در نظام‌های نشانه‌ای دیگر متوسل شود (سجودی، ۱۳۸۳: ۱۵۵).

سوسور^۶ نشانه‌ها را به‌عنوان بخشی از زندگی اجتماعی مورد مطالعه قرار داد (سوسور، ۱۳۸۷). نظام نشانه‌های او محدود به نظام‌های قراردادی ارتباط بود (احمدی، ۱۳۷۱: ۸). او نشانه را متشکل از دو گانه تفکیک‌ناپذیر نشان‌گر (دال)^۷ و نشان‌شده (مدلول)^۸ دانست. نشان‌گر، جلوه مادی نشانه و نشان‌شده، مفهوم نشانه است. طبق نظر سوسور، این دو به‌مثابه دو رویه کاغذ، جدانشدنی هستند. بدون وجود نشان‌گر و نشان‌شده با هم، نه نشانه‌ای وجود خواهد داشت و نه معنایی. گاهی تمایز میان نشان‌گر و نشان‌شده را با دوگانگی آشنای میان فرم و محتوا همانند می‌کنند (چندلر، ۱۳۸۷: ۸۹). او آنها را با یک خط از هم جدا می‌کند، به‌گونه‌ای که نشان‌شده بالای این خط قرار می‌گیرد و نشان‌گر زیر آن (Ilstedt, 2002: 3). از دید سوسور نشانه با توجه به تفاوتش با دیگر نشانه‌هاست که مشخص می‌شود (ضمیران، ۱۳۸۳: ۴۳).

در تقابل با «زوج خودگردان سوسور» چارلز ساندروز پرس^۹ نوعی تثلیث را ارائه کرد (سجودی، ۱۳۸۳: ۳۰). نمود^{۱۰}: فرمی که نشانه به خود می‌گیرد (و لزوماً مادی نیست)؛ شیء یا موضوع^{۱۱}: موضوع حقیقتی است که نشانه به آن اشاره دارد؛ تفسیر^{۱۲}: مفهومی است که در ذهن شکل می‌گیرد. پیرس معتقد بود که دامنه نشانه‌شناسی بسیار گسترده است و هر چیز که دلالت بر چیزی دیگر کند در قلمرو آن جای خواهد داشت (احمدی، ۱۳۷۱: ۷). هم‌چنین او نشانه را به نشانه‌های نمادین، شمایی و نمایه‌ای تقسیم کرد (همان: ۴۳).

از دهه ۱۹۵۰ به این‌سو نشانه‌شناسی همچون روش پژوهش به‌ویژه در دو قلمرو شناخت دلالت‌ها و ادراک سازوکار ارتباط‌ها به کار رفته است. همپای گسترش روش بررسی ساختاری در بسیاری از علوم و شاخه‌های فلسفه، به نشانه‌شناسی توجه شد و آثار اندیشمندانی چون لوی‌استروس^{۱۳} (مردم‌شناس)، میشل فوکو^{۱۴}، ژاک لاکان^{۱۵} (روان‌کاو) و رولان بارت (نظریه‌پرداز ادبی زیبایی‌شناسی) تأثیر انکارناپذیری بر اندیشه فلسفی و علمی معاصر نهاد. تمام این اندیش‌گران به مباحث زیبایی‌شناسی و نظریه هنر توجه کرده‌اند؛ اما نقش رولان بارت در این میان اهمیت خاصی دارد (همان: ۶). تصویر می‌تواند از دیدگاه ساختاری به دو شکل متفاوت وجود داشته باشد: (۱) تصویری که فقط از یک واحد تشکیل شده است، مثل چراغ‌قرمز در کدهای رانندگی که دیدن آن به معنای ضرورت توقف است، (۲) تصویری که

عناصر و چند اثر مورد بررسی، نگارندگان را به جمع‌بندی در رابطه با استفاده از این دیدگاه در طراحی محصول رهنمون ساخته است.

برای انتخاب محصولات، بعد از مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی که صورت گرفت، از میان آثار مختلف فیلیپ استارک، مشاهده شد که بعضی ویژگی‌ها در برخی آثار مشترک‌اند و به نظر می‌رسید که این آثار می‌توانند با توجه به ویژگی‌های مشترک ظاهری در یک دسته‌بندی قرار گیرند. در میان این دسته آثار، آن‌هایی که از نظر نشانه‌شناسی قبلاً مورد تحلیل قرار نگرفته و توسط خود طراح در یک خانواده محصول قرار نمی‌گرفتند، هم‌چنین ویژگی فرمی قابل‌بررسی و خاص‌تری داشتند، انتخاب شدند که در بخش تحلیل آثار استارک به توضیح هر بخش پرداخته شده است.

چارچوب نظری

کلیات نشانه‌شناسی

نشانه‌شناسی، علم مطالعه نظام‌های نشانه‌ای و فرایندهای تأویلی و ابزاری پژوهشی برای فهم حقیقت پنهان در پس علائم، رموز و نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی است (تاجیک، ۱۳۸۹: ۷) و به ما می‌آموزد که در جهانی از نشانه زندگی می‌کنیم و هیچ راهی برای فهم چیزها جز از طریق نشانه‌ها و رمزگانی که این چیزها در آن سامان یافته‌اند، نداریم (سامانیان و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۸). نظریه‌پردازان این علم، انسان را حیوان نشانه‌ساز یا مفسر نشانه می‌دانند (آسابرگر، ۱۳۷۱: ۸۴). پیرس می‌گوید: «جهان از نشانه‌ها پر شده است، البته اگر صرفاً از نشانه‌ها تشکیل نشده باشد» (چندلر، ۱۳۸۷: ۱۳۸). هم‌چنین تنها در پرتو نشانه است که می‌توان اندیشید. نشانه‌ها ممکن است منش کلامی، تصویری، آوایی و یا بساوی به خود بگیرند اما آنچه بدیهی است این است که این امور به‌تنهایی دارای معنا نیستند و معنا چیزی است که ما به آنها می‌افزاییم (ضمیران، ۱۳۸۳: ۴۰). به گفته امبرتو اکو، نشانه تمامی آن چیزهایی است که بر پایه قراردادی اجتماعی و از پیش‌نهاد چیزی را به‌جای چیز دیگری معرفی می‌کند. نشانه‌شناسی نظریه‌ای است در باره دروغ (احمدی، ۱۳۷۱: ۳۲). نشانه، بیان‌گر چیزی غیر از خود است، می‌تواند طبیعی باشد یا قراردادی (همان: ۳۴).

از جمله وظایف پیش‌روی نشانه‌شناسی آن است که نشانه‌های مختلف را از هم متمایز کرده و شیوه‌های متفاوت مطالعه آنها را تدوین نماید (سامانیان و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۸). نشانه به‌طور کلی مفهومی تحلیلی است و تحلیل‌گر ابتدا

مجموعه‌ای است از واحدهای نشانه‌ای، همچون پرده نقاشی (همان: ۲۰). بارت به نشانه از دیدگاه دوم نگاه کرد.

بارت

با وجود دوره‌های گوناگون حرفه بارت به‌عنوان یک منتقد ادبی، بیش‌ترین شهرت او به خاطر دیدگاه‌های ساختارگرایانه و نشانه‌شناسانه‌اش است. دو اصطلاحی که در آثار او تقریباً معادل هستند (میرخندان، ۱۳۹۳: ۱۰۵). بارت با تکیه بر دستاوردهای زبان‌شناختی سوسور، مهم‌ترین نظریه در حوزه نشانه‌ها را تدوین نمود. به نظر او نشانه آن‌طور که سوسور در درس‌گفتارهای خود تشریح نمود، به‌طور عمده عبارت است از شکلی از دلالت و معنای صریح (ضیمران، ۱۳۸۲: ۱۵). رولان بارت در مقاله «سومین معنا» سه درجه از معنا را در چند فریم از پاره نخست فیلم ایوان مخوف سرگی آیزنشتاین^{۱۶} بررسی کرده است. به نظر او نخستین درجه معنا، ارائه اطلاعات است، یعنی ارائه معنایی که نشانه‌شناسی بررسی آن را وظیفه خود می‌داند. دومین درجه معنایی نمادین می‌آفریند، در حد دلالت‌گری است که با علوم نشانه‌شناسی یعنی روانکاوی، اقتصاد و نمایش‌شناسی دانسته می‌شود، در سومین درجه یا سومین معنا که بارت آن را معنای بی‌حس یا گند نامیده است، با افزونه‌ای از معانی رویارو می‌شویم که در حد دو درجه پیش نمی‌گنجد. این درجه فزونی معنا را دشوار می‌توان تعریف کرد (احمدی، ۱۳۷۱: ۶۱).

بارت مفهوم مراتب دلالت را از یلمزلف^{۱۷} وام گرفته است (سجودی، ۱۳۸۲: ۱۰۸). او پیشنهاد داد که سطوح معنایی صریح و ضمنی در تحلیل نشانه‌های بصری هم مورد استفاده قرار گیرند (Jensen, 2002). او مدعی است که زبان‌شناسی سوسور بیش از هر چیز بر جنبه‌های مستقیم و غیر ضمنی دلالت، سروکار دارد و لذا مرتبه دلالت‌ها و معانی ضمنی و تلویحی را نادیده انگاشت. به گفته بارت می‌توان رمزگان را در مرتبه‌ای فراسوی دلالت‌های صریح کشف نمود (ضیمران، ۱۳۸۲: ۱۶).

سطوح معنایی بارت

دلالت صریح^{۱۸}

بارت ایده مراتب مختلف معنایی را معرفی و مطرح می‌کند. مرتبه اول معنا که دلالت صریح نامیده می‌شود، نشانه است متشکل از نشان‌شده و نشان‌گر یا مدلول و دال (Ilstedt, 2002: 6). دلالت صریح، به‌عنوان سطح اول معنایی، معنای تحت‌اللفظی یا ظاهری نشانه را توصیف می‌کند، به‌این‌ترتیب دلالت صریح تصاویر بصری برمی‌گردد به آنچه که مردم بدون

در نظر گرفتن فرهنگ، ایدئولوژی و جامعه‌شان می‌بینند. رولان بارت بیان می‌کند که پیام دریافت شده حامل ویژگی‌های آنالوگ است و نسبت به دلالت ضمنی در فرایند معناشناسی مقدم است (Bouzida, 2014: 1005). البته چندلر در مورد معنای صریح و ضمنی می‌نویسد معنای صریح نشانه، معنایی است که تعداد بیش‌تری از اعضای یک جامعه دارای فرهنگ مشترک، حول آن توافق دارند، درحالی‌که هیچ‌کس را نمی‌شود به خاطر غلط بودن معنای ضمنی‌اش سرزنش کرد (سجودی، ۱۳۸۲: ۱۰۳ و ۱۰۴). در این سطح معنایی ما با نشانه به‌عنوان معنای پایه سر و کار داریم که مستقل از زمینه و تعبیرهای ذهنی نظیر دلالت ضمنی است (Bouzida, 2014: 1005). محصول چیست؟ به‌عنوان مثال یک تلفن، یک کتاب و غیره. برای دلالت صریح، کاربرد ظاهری محصول هم می‌تواند اضافه شود: چگونه از آن استفاده می‌شود؟ بر روی صندلی می‌نشینند، از تلفن برای برقراری ارتباطات تلفنی استفاده می‌شود و غیره (Ilstedt, 2002: 5).

دلالت ضمنی^{۱۹} و چندگانگی معنا

دلالت ضمنی مرتبه دوم معنایی است که از نشانه دلالت صریح به‌عنوان نشان‌گر (دال) ضمنی استفاده می‌کند و آن را به یک نشان‌شده دیگر اضافه می‌کند (تصویر ۱) (Ibid: 6). به نظر رولان بارت نشانه خود می‌تواند به دلالت‌کننده تازه‌ای برای نشانه دیگر تبدیل شود. او این دلالت را نشانه مرتبه دوم می‌نامد. چنین نشانه‌ای خود به ارزش فرهنگی تازه‌ای دلالت دارد. نظام نشانه‌ها خود مبین ارزش‌های فرهنگی و یا ایدئولوژی است. در اینجا است که نشانه مزبور متضمن معنای ضمنی خواهد بود (ضیمران، ۱۳۸۲: ۱۶).

	مدلول	دال
	نشانه صریح	
مدلول ضمنی		دال ضمنی
نشانه ضمنی		

تصویر ۱. الگوی ارتباطی دلالت صریح و دلالت ضمنی (Allen, 2003: 42)

محصول که بر پایه نظرات پیرس و زبان شناس آلمانی کارل بوهلر^{۲۴} بنا شده است (Ilstedt, 2002: 2).

فیلیپ استارک

فیلیپ استارک طراح فرانسوی، به واسطه داشتن پدری که مهندس هوانوردی و ساخت هواپیما بود، با طراحی آشنا شد و ابداع را وظیفه خود تلقی کرد. او از دهه ۷۰ با طرح‌های دو کلپ شبانه، معروف شد و طرح‌های زیادی در زمینه‌های داخلی، محصول، طراحی صنعتی و معماری شامل مبلمان و اشیاء که ساده اما مبتکرانه بودند از خود به جای گذاشت (Wingfield, 2017). استارک طرح‌های زیادی در زمینه‌های مختلف دارد که از میان آنها چندین مورد به شهرت جهانی رسیدند. معروف‌ترین طرح او مربوط به آب مرکبات گیری است که به نام جوسی سلیف^{۲۵} شناخته می‌شود (تصویر ۲). طرح‌های معروف دیگری نیز نظیر مسواک Dr. Kiss، کتری Hot Berta، برس شوینده Excalibur در کارنامه طرح‌های او به چشم می‌خورند که از این میان برخی از آن‌ها به‌منظور نقد و بررسی انتخاب شده و در تصویر ۳ به نمایش گذاشته شده‌اند. به نظر می‌رسد در کل، آثار فیلیپ استارک را بتوان در سبک کمینه‌گرا (مینیمال) و احساس‌گرا تعریف کرد. مینیمالیسم احساس‌گرا، کمینه‌گرایی در فرم و رنگ را از هنر مینیمال وام می‌گیرد و برای برقراری ارتباط عاطفی در بعد احساس‌گرایی محصول، کمینه‌گرایی را در تنوع رنگی به کار می‌گیرد. به این معنی که از تعداد محدودی رنگ، حداکثر دو یا سه رنگ از میان رنگ‌های شاد، شفاف و به اصطلاح پاستیلی استفاده می‌کند. در فرم نیز دو طریق کمینه‌گرایی و احساس‌گرایی را با یکدیگر تلفیق می‌کند (مجیدی و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۲).



تصویر ۲. جوسی سلیف، ۱۹۹۰ (URL: 1)

دالات ضمنی اصطلاحی است که توسط او برای توضیح چگونگی عملکرد نشانه‌ها استفاده شد. این واژه تعاملی که زمان مشاهده نشانه رخ می‌دهد، احساس و عاطفه کاربران و ارزش فرهنگشان را توصیف می‌کند (Fisk, 1990). این سطح، متأثر از فاکتورها و عوامل ذهنی‌ای است که تعبیر و تفاسیر بیش‌تری را برای متن فراهم می‌کنند (Bouzida, 2014: 1005). هر چند نظریه پردازان تمایز بین دالات صریح و دالات ضمنی را به لحاظ تحلیلی مفید دانسته‌اند؛ اما به نظر می‌رسد در عمل نمی‌توان خط قاطعی بین این دو گونه معنی کشید (سجودی، ۱۳۸۲: ۲۰۷). در حقیقت جدا کردن این دو سطح کار دشواری است. خود بارت بعدها به سطح دالات ضمنی اولویت داد و تأکید کرد دیگر جدا کردن بخش ایدئولوژی از تحت‌اللفظی کار ساده‌ای نیست (Ilstedt, 2002: 6).

اسطوره^{۲۰}

دالات ضمنی و صریح در مرتبه سومی از معنا با همدیگر ترکیب می‌شوند، مرتبه‌ای که بارت آن را اسطوره می‌نامد. برای بارت اسطوره‌ها ایدئولوژی‌های حاکم بر زمان ما هستند (Ibid: 6). «... اسطوره در حقیقت دو کارکرد دارد: اشاره می‌کند و اعلام می‌کند، کمک می‌کند ما چیزی را بفهمیم و آن را به ما تحمیل می‌کند ... اسطوره تاریخ را به طبیعت منتقل می‌کند» (بارت، ۱۳۷۵). برای او اسطوره پیامی است متعلق به سیستم ارتباطی (Bouzida, 2014: 1003؛ سجودی، ۱۳۸۲: ۲۱۱) که نه به وسیله موضوع پیام خود، بلکه به کمک شیوه بیان آن پیام مشخص می‌شود. بارت تأکید می‌کند که هر چیزی می‌تواند اسطوره باشد زیرا جهان بی‌اندازه الهام‌بخش است (بارت، ۱۳۷۵: ۳۰).

نشانه‌شناسی در محصولات

محصول ساختاری است که دالات‌کننده را به کار می‌گیرد و این توجه خاص به چگونگی کاربرد دالات‌کننده‌ها است که علم نشانه‌شناسی محصول را پی‌ریزی می‌نماید (سامانیان و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۱). معناشناسی محصول نظریه‌ای بود که توسط رینهارد باتر^{۲۱} و کلاوس کریپندورف^{۲۲} در دهه ۸۰ میلادی توسعه یافت و متأثر از فلسفه قاره‌ای معاصر بود. آنها از واژه سمانتیک (معنا) استفاده کردند تا بر این منظر ارتباط تأکید کنند. هم‌چنین ایده محصول به‌عنوان متن با سطوح معنایی را معرفی کردند و طراحی پوچ مدرنیسم را موردانتقاد قرار دادند. به‌عنوان مثال کتاب «طراحی برای درک محصول» رون مونو^{۲۳} تلاشی است برای توسعه زبان فرم برای طراحان

نقد برخی از آثار استارک

به‌منظور نقد آثار ابتدا ویژگی‌های فرمی محصولات موردبررسی قرار گرفته و سپس سطوح معنایی آنها واکاوی می‌شوند. در مرحله بعد مجدداً این داده‌ها با سطوح معنایی بارت تطبیق داده می‌شوند تا بتوان نتیجه منطقی‌تری نسبت به دیدگاه او در رابطه با استفاده از نشانه در طراحی محصول دست یافت.

تلفن To-Yoo به‌عنوان یک نمونه طرح مستقل، در سال ۱۹۹۶ برای شرکت ال‌سی^{۲۶} طراحی شده که از فرم بدنه منحنی تشکیل شده و دکمه‌های مربوط به شماره‌گیری بر روی این بدنه جاسازی شده‌اند. بیش‌ترین تأکید بر روی قسمت گوشی آن انجام شده که فرم بیرون‌زده، مجزا و شیپورمانندی دارد. در سطح اول (دلالیت صریح) فرم به‌طور کلی فرمی جدید و ناآشناست، اما به‌واسطه هم‌نشینی چند نشانه در کنار یکدیگر، خود و کاربری خود را معرفی می‌کند. قرارگیری دکمه‌هایی بر روی بدنه که روی آنها اعداد نقش بسته‌اند، سیم انتهایی محصول و فرم گوشی که یادآور گوشی‌های تلفن قدیمی است، در کنار هم، چیستی محصول که تلفن است را مشخص می‌کنند. همان‌طور که پیش‌تر نیز گفته شد تفکیک سطح اول و دوم (دلالیت ضمنی) به‌طور کامل کاری بس دشوار و

گاهی ناممکن است، به‌این ترتیب به نظر می‌رسد فرم شیپوری گوشی مؤکد این است که قرار است صوتی از آن خارج شود. این فرم در کنار سایر نشانه‌ها محصول را معرفی کرده و حال، کاربری خود را به نمایش می‌گذارد و به این ترتیب یادآور نشانه‌های دیگری است که هر کدام برای کاربر مفاهیم خاصی دارند (تصویر ۴). ادوات موسیقی برای خروج صدا دهانه‌های باز شده دارند، گل‌های شیپوری و تلفن‌هایی پیش‌ازین، خود از این منابع الهام گرفته بودند؛ اما به نظر می‌رسد در سطح سوم (اسطوره) بیش‌ترین تأکید طراح بر یادآوری تلفن‌هایی است که در گذشته از آنها استفاده می‌شده است. این تلفن‌ها برای کاربر مفاهیم خاصی را در بر خواهند داشت و خاطرات زیادی را برای او زنده خواهند کرد؛ به‌واسطه استفاده از این ارجاع مستقیم، اصرار طراح برای تغییر احساس کاربر حین مواجهه و استفاده از محصول را به‌وضوح می‌توان دریافت. در بعضی از محصولات طراحی‌شده توسط این طراح ویژگی‌های مشترکی را می‌توان یافت. با اینکه این ویژگی‌ها، این گروه از محصولات را به‌عنوان خانواده معرفی نمی‌کنند اما به‌گونه‌ای در طرح حضور دارند که می‌توانند امضای طراح محسوب شوند. محصولات (ه)، (و)، (ز) و (ح) که در تصویر ۳ به نمایش درآمدند از این دسته‌اند. ویژگی‌های کلی این دسته از محصولات به‌گونه‌ای است که در سطح اول معرف ماهیت

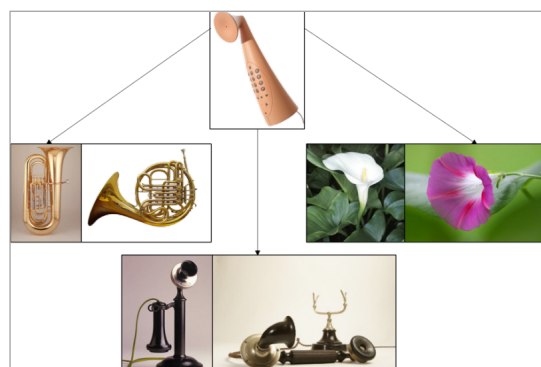


تصویر ۳. الف) چراغ شهری JCDcaux (URL:2)، ب) ظرف پنیر پارمزان Mister Meumeu (URL:1)، ج) چراغ رومیزی Floo Ara (URL:3)، د) کتری Hot Bertaa (URL:4)، ه) میز Aunt Maggy (URL:3)، و) میز Viciouse (URL:5)، ز) صندلی W. W. Stool (URL:3)، ح) میز Sir Gio (همان)، ط) تلفن To-Yoo (همان)، ی) آبکش Maxle Chinois (URL:1)، ک) سرویس آشپزخانه Faitoo (همان)

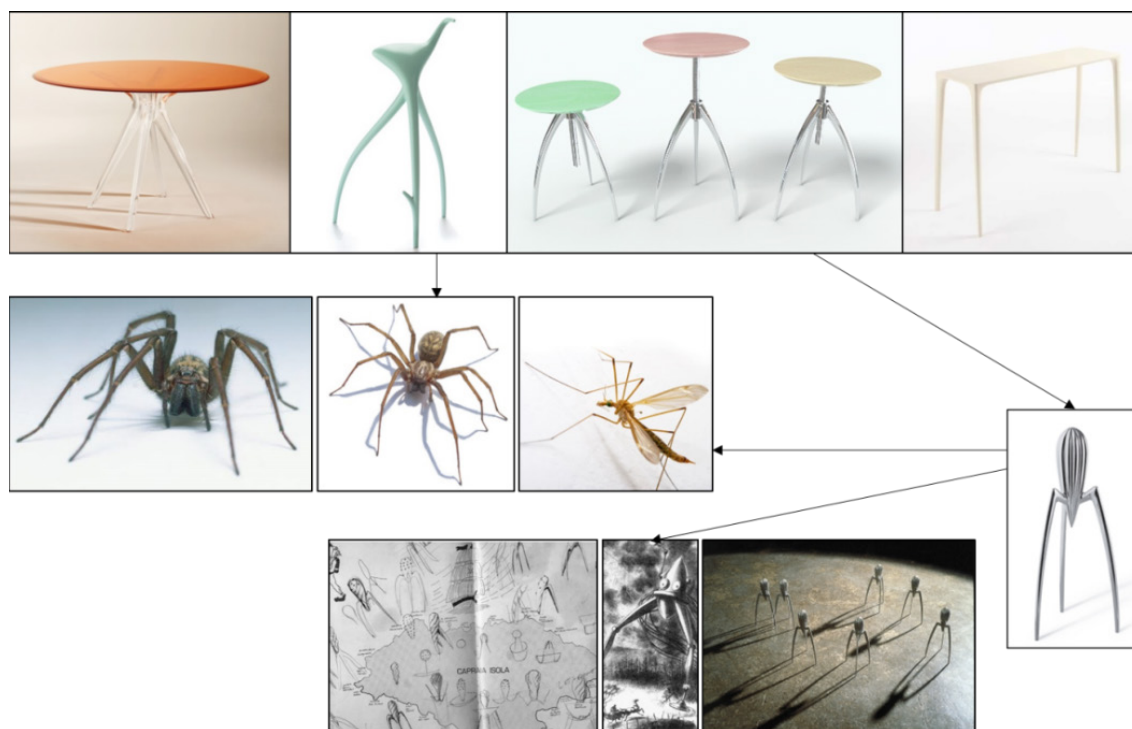
کرده‌اند و قرار است حرکت کنند. این اتفاق تغییر قطر در پایه بسیار شبیه به پای عنکبوت و حشرات بلندپا نظیر بعضی از انواع پشه است. حرکات این گونه حشرات سریع و سبک اتفاق می‌افتد و مشاهده می‌شود که محصولات استارک هم به همین ترتیب از نظر بصری خیلی سبک‌اند. در بعضی موارد نظیر صندلی W. W. Stool (تصویر ۳)، اشاره دیگری هم برای شباهت بیش‌تر به پای این حشرات صورت گرفته، زائده‌ای که بر یکی از پایه‌های این صندلی وجود دارد و نیز فرم منحنی و رقصان بدنه هر چه بیش‌تر بر حرکت و سبکی و همین‌طور شباهت به حشرات تأکید می‌کند.

به نظر می‌رسد در تقسیم‌بندی سطوح معنایی محصول، سطح سوم یا اسطوره را بتوان شباهت محصول به محصول دیگری که توسط خود استارک طراحی شده است دانست؛ جوسی سلیف که نسبت به این طرح‌ها متقدم است و از شهرت بیش‌تری برخوردار است. یادآوری این محصول هم به‌واسطه ویژگی‌های فرمی پایه‌ها و در بعضی موارد تعداد پایه‌ها صورت می‌گیرد. محصول مزبور به گفته لویید و اسلندرز در ۲۰۰۳ به‌عنوان موجودی فضایی در نظر گرفته شده است. این یادآوری می‌تواند برای کاربر همواره این تأکید را داشته باشد که در حال حاضر در حال استفاده از محصول طراح معروفی هستی و به‌این ترتیب احساس او در حین استفاده از محصول تغییر خواهد کرد. علاوه بر این شباهت محصولات

و کاربری اولیه محصول هستند. این محصولات به‌عنوان میز یا صندلی مورد استفاده قرار می‌گیرند؛ اما چیزی در این میان نسبت به آنچه کاربران به‌طور معمول از میز یا صندلی انتظار دارند متفاوت است؛ انتظار فرد برای محصولی که قرار است بر زمین به‌واسطه پایه استقرار داشته باشد، این است که پایه‌ها القای استحکام کنند و به‌این ترتیب قطری یکسان یا به سمت پایین اضافه‌شونده داشته باشند. درحالی‌که در این محصولات به‌عمد و تکرار شونده این قطر برعکس در نظر گرفته شده است. پایه‌های محصولات استارک به‌جای این‌که با نزدیک شدن به زمین قطورتر شوند و با تغییر قطر نداشته باشند باریک‌تر می‌شوند. گویا نمایش‌دهنده قرارگیری موقت هستند. به نظر می‌رسد برای دقایقی در این مکان توقف



تصویر ۴. منابع الهام در طراحی تلفن To-Yoo (URL: 3)



تصویر ۵. منبع الهام در طراحی صندلی W. W. Stool و میزهای Aunt Maggy، Sir Gio و Vicieuse (URL: 3, URL: 5, URL: 1)

به حشرات هم به‌نوعی به آن‌ها شخصیت بخشیده و می‌تواند حس حیات این اشیاء را به نمایش بگذارد (تصویر ۵).

گروهی دیگر از محصولات استارک (تصاویر ۳، (الف)، (ب)، (ج) و (د)) ویژگی مشترک دیگری دارند. در این دسته از محصولات دلالت ضمنی سریع‌تر از دلالت صریح به ذهن متبادر می‌شود. چپستی محصول با سختی بیش‌تری قابل دریافت است و به‌دقت بسیار نیازمند است، چه‌بسا بعد از تلاش، باز هم شخص متوجه کاربری نشود و مجبور به بررسی ویژگی‌های توضیحی محصولات شود؛ مثل ظرف پنیر Mister Meumeu (تصویر ۳، (ب)). در این سطح ظرف پنیر به‌طور کاملاً واضحی شبیه به سر گاو طراحی شده که دو شاخ بر روی سرش دارد و فرم دوزنقه‌ای شکل بدنه هم فرم ساده‌شده‌ای از سر گاو است. استفاده از گاو برای ظرف پنیر احتمالاً تأکید بیش‌تر بر رابطه اینها با همدیگر است ولی در طرح چراغ رومیزی Flos Ara این شباهت رابطه منطقی‌ای ندارد و فقط یک طرح به نظر می‌رسد. با این اوصاف این طرح می‌تواند غیر از شاخ به چیزهای دیگری نیز مرتبط باشد، مثل عاج فیل؛ اما استارک خود از این موضوع رفع ابهام می‌کند و در تصویری تبلیغاتی دو چراغ را روی سر قرار داده و نشان می‌دهد که هدفش نمایش شاخ بوده نه عاج و نه چیز دیگری؛ اما در سطح سوم یا اسطوره کلاهی که شاخ دارد، یادآور کلاهی است که وایکینگ‌ها بر سر می‌نهادند. وایکینگ‌ها که به اهالی کشورهای دانمارک، نروژ و سوئد در سده‌های میانه اطلاق می‌شود، افسانه‌هایی را به خودشان اختصاص دادند که از میان آنها این افسانه که بر کلاه آن‌ها شاخ قرار داشته جزء معروف‌ترین افسانه‌های عامه است که البته صحت ندارد (Coupland, 2003). البته چراغ شهری JCDcaux علاوه بر شباهت به شاخ و نمایان کردن ویژگی

حقیقی آن، یعنی وسیله روشنایی شهری بودن، شباهتی هم به ابزار آلات جنگی دارد (تصویر ۶).

آخرین دسته محصولاتی که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند، آبکش Maxel Chinois و سرویس آشپزخانه Faitoo (تصویر ۳، (ی) و (ک)) هستند که هر دو برای شرکت السی طراحی شده‌اند. هر دوی این محصولات در سطح اول، خود را به‌درستی معرفی کرده و کاربری خود را توضیح می‌دهند. در سطح دوم مخاطب متوجه ظرافت خاص طراحی آن‌ها شده و شخصیتی که لبخند می‌زند را بر روی سوراخ‌های محصول که کاملاً کاربردی هستند مشاهده می‌کند؛ اما در سطح سوم شاید هدف شخصیت‌بخشی و القای شادمانی به کاربر باشد. کاربری که در آشپزخانه مشغول کار است ظرفی را می‌بیند که به او لبخند می‌زند، گویی از او می‌خواهند او هم شاد باشد و لبخند بزند.

تطبیق برخی از آثار استارک با اصول نشانه‌شناسی بارت

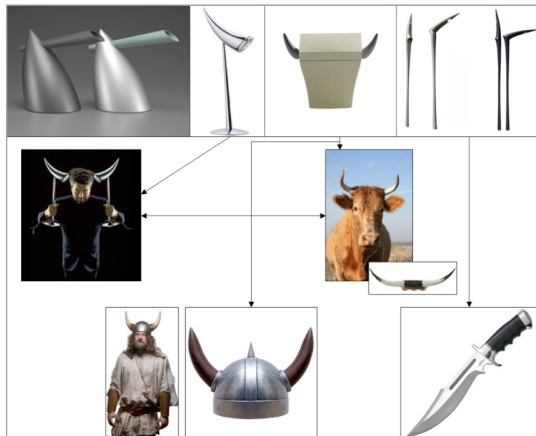
در این بخش به تطبیق معنای دریافت شده از هر یک از این آثار استارک با آنچه بارت مطرح کرده پرداخته می‌شود. جداول ۱ تا ۴ نشان‌دهنده این روابط هستند.

مهم‌ترین نکته‌ای که از بررسی این بخش از آثار استارک به دست می‌آید این است که او تلاش بسیاری برای شخصیت‌سازی و القای حیات محصولات داشته است. همان‌طور که لوید و اسنلدرز در ۲۰۰۳ مطرح کردند، یک طرح زمانی موفق می‌شود که یا یک طراح خلاق داشته باشد یا یک قهرمان انفرادی، توجه به زمینه محیط‌زیستی و روال زمانه؛ و یا درنهایت یک کاربری خلاق داشته باشد.

بارت سطوح معنایی خود را به‌گونه‌ای تعریف کرده بود که افراد مختلف، با توجه به میزان آگاهی و آشنایی با نشانه،



تصویر ۷. منابع الهام آبکش Maxel Chinois و سرویس آشپزخانه Faitoo (URL: 1)



تصویر ۶. منابع الهام ظرف پنیر Mister Meumeu، چراغ رومیزی Flos Ara و کتری Hot Berta (URL: 1, URL: 3)



در جدول ۳ مشاهده می‌شود که برای هر محصولی این جابه‌جایی به شیوه خاص خود صورت گرفته است. معنا به ما منتقل نمی‌شود، ما به‌طور فعال آن را خلق می‌کنیم (Ilstedt, 2002: 2)، این آن چیزی است که طراح به آن اندیشیده است و به کاربر خود امکان خلق هر چه بیش‌تر معنا را داده است. به‌این ترتیب این جابه‌جایی‌ها در خلق معنا مؤثرند.

مراحل متفاوتی در دریافت معنا داشته باشند. به‌عنوان مثال با آگاهی کافی نسبت به یک محصول باید اولین سطحی که از آن برداشت می‌شود و به‌عنوان دلالت صریح آن شناخته می‌شود، چپستی محصول و چگونگی استفاده از آن باشد؛ اما از جداول موردبررسی برمی‌آید که فیلیپ استارک به طرق گوناگونی سعی در جابه‌جایی سطوح معنایی دارد. به‌خصوص

جدول ۱. تطبیق بخش اول آثار فیلیپ استارک (مرتبط با تصویر ۴) با توجه به سه سطح معنایی رولان بارت

Too Yoo		آثار استارک، سطوح معنایی بارت، معنای دریافت شده	
محل معنا در میان سطوح	معنای دریافت شده		
(دلالت صریح)	تلفن	دلالت صریح	سطح اول
(دلالت ضمنی)	موسیقی و گل	دلالت ضمنی	سطح دوم
(اسطوره)	تلفن‌های قدیمی	اسطوره	سطح سوم

(نگارندگان)

جدول ۲. تطبیق بخش دوم آثار فیلیپ استارک (مرتبط با تصویر ۵) با توجه به سه سطح معنایی رولان بارت

Aunt Maggy		Vicieuse		W. W. Stool		Sir Gio		آثار استارک سطوح معنایی بارت معنای دریافت شده	
محل معنا در میان سطوح	معنای دریافت شده	محل معنا در میان سطوح	معنای دریافت شده	محل معنا در میان سطوح	معنای دریافت شده	محل معنا در میان سطوح	معنای دریافت شده		
(دلالت صریح)	میز	(دلالت صریح)	میز	(دلالت ضمنی)	حشره	(دلالت صریح)	میز	دلالت صریح	سطح اول
(دلالت ضمنی)	حشره	(دلالت ضمنی)	حشره	(دلالت صریح)	صندلی	(دلالت ضمنی)	حشره	دلالت ضمنی	سطح دوم
(اسطوره)	جوسی سلیف	(اسطوره)	جوسی سلیف	(اسطوره)	جوسی سلیف	(اسطوره)	جوسی سلیف	اسطوره	سطح سوم

(نگارندگان)

جدول ۳. تطبیق بخش سوم آثار فیلیپ استارک (مرتبط با تصویر ۶) با توجه به سه سطح معنایی رولان بارت

JCDecaux		Mister Meumeu		Flos Ara		Hot Berta		آثار استارک سطوح معنایی بارت معنای دریافت شده	
محل معنا در میان سطوح	معنای دریافت شده	محل معنا در میان سطوح	معنای دریافت شده	محل معنا در میان سطوح	معنای دریافت شده	محل معنا در میان سطوح	معنای دریافت شده		
(دلالت ضمنی)	شاخ گاو	(دلالت ضمنی)	شاخ گاو	(دلالت ضمنی)	شاخ گاو	(اسطوره)	کلاه‌خود	دلالت صریح	سطح اول
(دلالت صریح)	چراغ شهری	(اسطوره)	کلاه‌خود	(دلالت صریح)	چراغ رومیزی	(دلالت ضمنی)	شاخ گاو	دلالت ضمنی	سطح دوم
(اسطوره)	ابزار جنگی	(دلالت صریح)	ظرف پنیر	(اسطوره)	کلاه‌خود	(دلالت صریح)	کتری	اسطوره	سطح سوم

(نگارندگان)

جدول ۴. تطبیق بخش چهارم آثار فیلیپ استارک (مرتبط با تصویر ۷) با توجه به سه سطح معنایی رولان بارت

Faitoo		Maxle Chinois		آثار استارک، سطوح معنایی بارت معنای دریافت شده	
محل معنا در میان سطوح	معنای دریافت شده	محل معنا در میان سطوح	معنای دریافت شده		
(دلالت صریح)	سرویس آشپزخانه	(دلالت صریح)	آبکش	دلالت صریح	سطح اول
(دلالت ضمنی)	لبخند	(دلالت ضمنی)	لبخند	دلالت ضمنی	سطح دوم
(اسطوره)	شخصیت شاد	(اسطوره)	شخصیت شاد	اسطوره	سطح سوم

(نگارندگان)

نتیجه‌گیری

با بررسی آثار استارک به نظر می‌رسد توجه او معطوف به خلق چیزی بوده که ذهن کاربر را خلاق کند؛ به طوری که هر کس با توجه به ویژگی‌های فردی خود بتواند از محصول موردنظر شخصیتی جدید بسازد و سپس با آن دیدگاه از آن استفاده کند. البته در کنار این مسئله ردپای مشخص خود استارک هم همواره به چشم می‌خورد. او با سادگی هرچه‌تمام‌تر سعی در نمایش فردی خود در آثارش دارد. مثل تکرار فرم پایه‌ها در محصولات مختلف، محصولاتی که از نظر کارکردی یا حتی ظاهری هیچ شباهتی به هم ندارند، اما با استفاده از فرم مشابه که استارک برای پایه‌ها در نظر می‌گیرد به کاربر یادآوری می‌کند که این طرح من بوده است و به‌نوعی آن را امضا می‌کند.

اما استارک این کار را از دیدگاه نشانه‌شناسانه به شیوه‌ای انجام می‌دهد که او را خاص می‌کند. او سطوح معنایی را در هر جایی که اراده کند جابه‌جا می‌کند. با این تغییرات همیشه ذهن کاربر منتظر مسئله جدیدی خواهد بود. در بسیاری موارد مشاهده می‌شود که استارک چپستی محصول را در هاله‌ای از ابهام قرار می‌دهد تا بر این امر تأکید بیشتری داشته باشد. این تغییرات گاهی در ارتباط با کاربری محصول است و گاهی ارتباطی هم میان آن‌ها وجود ندارد؛ ولی نکته حائز اهمیت این است که جابه‌جا کردن سطوح معنایی در دید کاربر، در طراحی کمک به سزایی به خلق معانی جدید خواهد کرد.

دانلد نورمن در کتاب «طراحی حسی» برای محصولات، سه سطح متفاوت را در نظر گرفته است؛ سطح غریزی، رفتاری و تفکری. هر یک از این سطوح در مرحله‌ای از تعامل کاربر با محصول نمود پیدا می‌کنند و برداشت و تعامل کاربر با محصول در آن سطوح نسبت به سطح دیگر متفاوت خواهد بود. در این مقاله با توجه به استفاده از تصاویر محصولات، تنها به سطح غریزی که اولین سطح تعامل با محصول است، پرداخته شده است. در سطح غریزی کیفیت فیزیکی دیده و احساس می‌شود و آشکارا موردتوجه قرار می‌گیرد. نورمن عنوان می‌کند که: «طراحی غریزی درباره ابتدایی‌ترین واکنش‌های انسانی است و می‌تواند به راحتی با قرار دادن مردم در مقابل یک طراحی و دیدن عکس‌العمل آنها مورد مطالعه قرار گیرد». با این اوصاف این امکان وجود دارد که در مطالعات آینده، محصولات از حیث سایر سطوح تعاملی مورد مطالعه قرار گیرند و سطوح معنایی بارت، در هر یک از سطوح متفاوت محصول که توسط نورمن برشمرده شده‌اند، مقایسه گردند.

پی‌نوشت

1. Philippe Starck
2. Roland Barthes



3. Rhetoric of the Image
4. Lloyd
5. Snelders
6. Saussure
7. Signifier
8. Signified
9. Charles Sanders Peirce
10. Representamen
11. Object
12. Interpretant
13. Levi Strauss
14. Michel Foucault
15. Jacques Lacan
16. Sergei Eisenstein
17. Louis Hjelmslev
18. Denotation
19. Connotation
20. Myth
21. Reinhardt Butter
22. Klaus Krippendorf
23. Rune Monö
24. Karl Bühler
25. Juicy Salif
26. Alessi

منابع و مآخذ

- احمدی، بابک. (۱۳۷۱). از نشانه‌های تصویری تا متن: به‌سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری. تهران: مرکز.
- بارت، رولان. (۱۳۷۵). *اسطوره و امروز*. شیرین‌دخت دقیقیان (مترجم)، تهران: مرکز.
- تاجیک، محمدرضا. (۱۳۸۹). نشانه‌شناسی؛ نظریه و روش. *پژوهشنامه علوم سیاسی*، دوره ۵ (۴)، ۲۰.
- درودی، فریبرز. (۱۳۹۳). درآمدی بر انواع نقد و کارکردهای آن. *نقد کتاب، اطلاعات رسانی و ارتباطات*، سال اول (۳ و ۴).
- رضایی مهوار، میثم. (۱۳۸۷). کارکرد نشانه‌شناسی فرهنگ و هنر در دیدگاه رولان بارت. <http://www.dilmun.ir>. (بازیابی شده در تاریخ ۱۳۹۵/۱۱/۱۰).
- زابلی‌نژاد، هدی. (۱۳۸۹). نقد نشانه‌شناسانه در هنر. *کتاب ماه هنر*، (۱۴۲)، ۱۱۳-۱۰۲.
- سامانیان، صمد و بهمنی، پردیس. (۱۳۸۹). جستاری در استفاده از دیدگاه نشانه‌شناسی در طراحی محصول. *نشریه علمی - پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران*، (۱)، ۴۲-۳۷.
- سوسور، فردیناند دو. (۱۳۸۷). *دوره زبان‌شناسی عمومی*. کوروش صفوی (مترجم)، تهران: هرمس.
- ضیمران، محمد. (۱۳۸۲). *درآمدی بر نشانه‌شناسی هنر*. تهران: قصه.
- عبداللهیان، حمید و حسنی، حسین. (۱۳۸۸). کاربرد رویکرد رولان بارت برای تحلیل نشانه‌شناختی بازنمایی گفتمان «ایرانی-اسلامی» در آگهی‌های تجاری تلویزیون در ایران. *علوم اجتماعی*، دوره ۱۶ (۴۷)، ۱۶۵-۱۲۵.
- فیسک، جان. (۱۳۸۶). *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*. مهدی غبرایی (مترجم)، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- کامران، افسانه. (۱۳۹۲). نشانه‌های بارتی؛ به‌کارگیری رهیافت نشانه‌شناسی بارت در تحلیل عکس. *سوره اندیشه*، (۶۸ و ۶۹)، ۲۳۸-۲۳۴.
- گل‌احمر، احسان و شهبازی، شیما. (۱۳۹۰). نشانه‌شناسی فرهنگی رولان بارت و تأثیر آن بر مطالعات فرهنگی. *نامه نقد (مجموعه مقالات نخستین همایش ملی نظریه و نقد ادبی در ایران)*. تهران: خانه کتاب.



- مجیدی، سعید و فرج‌عصری، الهه. (۱۳۹۰). نشانه‌شناسی، زیبایی‌شناسی و عملکردگرایی در طراحی محصول با رویکرد مینیمالیسم احساس‌گرا. *هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی*، (۴۵)، ۷۱-۷۷.
- مهدیه، راضیه؛ نرسیسیانس، امیلیا و مقدم، نسرين. (۱۳۹۴). مطالعه نقش استعاره در محصولات صنعتی دوره پست‌مدرن. *هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی*، دوره ۲۰ (۲)، ۸۵-۹۲.
- میر خندان، سید حمید. (۱۳۹۳). نشانه‌شناسی ساختارگرا و سیاست‌گذاری فرهنگی. *دین و سیاست فرهنگی*، دوره ۱ (۲)، ۱۰۵-۱۲۰.
- نورمن، داندل آ. (۱۳۸۹). *طراحی حسی*. معصومه حق‌پرست و جهانبخش سادگی‌راد (مترجم)، تهران: حرفه هنرمند.
- Allen, G. (2003). **Roland Barthes**. London & New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- Barthes, R. (1964). Rhetoric of the Image. <https://faculty.georgetown.edu/>, (retrieved 30 Jan 2017).
- Bouzida, F. (2014). The Semiology Analysis in Media Studies - Roland Barthes Approach. **International Conference on Social Sciences and Humanities**, Istanbul, Turkey, 8- 10 September.
- Coupland, S. (2003). The Vikings on the Continent in Myth and History. **History**, 88 (290).
- Fisk, J. (1990). **Introduction to Communication Studies**. 2nd ed. New York: Routledge.
- Ilstedt Hjelm, S. (2002). **Semiotics in Product Design**. Stockholms: Kungl Tekniska Hogskolan.
- Jensen, K. B. (2002). **A Handbook of Media and Communication Research**. 1st ed. London: Routledge.
- Lloyd, P. & Snelders, D. (2003). What Was Philippe Starck Thinking of? **Design Studies**, vol. 24 (3).
- Wingfield, J. (2016). Philippe Starck Short Biography. <http://www.starck.com/en/about> (access date: 2017/01/).
- URL 1: <http://www.alessi.com>, (access date: 2017/ 01).
- URL 2: [http:// www. JCDecaux.com](http://www.JCDecaux.com), (access date: 2017/ 01).
- URL 3: <http://www.starck.com>, (access date: 2017/ 01).
- URL 4: <http://www.Dezeen.com>, (access date: 2017/ 01).
- URL 5: <http://www.gr8lessons.com>, (access date: 2017/ 01).

Received: 2017/04/22

Accepted: 2017/12/19



Semiotic Criticism of the Works of Philippe Stark from Barthes' View

Sara Ebrahimi * Hassan-Ali Pourmand **

Abstract

By textual critic, one can access to a greater knowledge of the subject matter. Among the types of criticism, Semiotics and through different theoretical views, Barthes' Semiology points of view have been selected. Barthes continues Saussure Semiotics and promotes his univocal vision. He explicitly indicates three levels of meaning; denotation, connotation and myth. Concerning the development of Post-modern, attempts by designers to utilize metaphors and metonymies in product design, some designers achieved more success and got more attention to their designed products. Among those designers, Philippe Starck has been selected as an index designer. The question in this research is that which semiotic traits of Philippe Starck's works had made them special all around the world and different from other products? So this paper is an attempt to review and analysis of the Starck's works based on Barthes point of view. This study is a descriptive, analytical and comparative research whose data were collected through library and documentary. Part of the design selected and analyzed from the perspective of Semiotics Barthes said; the results shows that Starck tries to create new and innovative situations for his users and activate their minds to be creative and have some new experiments with his products. To get this purpose, he displaces Barthes' levels of meaning. Typically, diverse products first start with Denotation, then Connotation and ultimately myths, but Starck experiences different ways in his works and uses these semantic levels in another way. This will challenge the minds of the audience and thus make the product lasting.

Keywords: Semiotics, Barthes, Philippe Starck, Product Design

*Associate professor, faculty of art and architecture, Tarbiat Modares University, Tehran,Iran.

** Ph.D. candidate of art research, faculty of art and architecture, Tarbiat Modares University, Tehran,Iran.