

**EXTENDED
ABSTRACT**

Analysis of the components of time and space in defamiliarizing graphic design works

Erfane Esmaeili

MA in Visual Communication, Faculty of Art and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran. Email: Erfane.esmaeili@yahoo.com

Received: 01.11.2019

Accepted: 28.01.2020

DOI: 10.22055/pyk.2020.15543

Introduction

Defamiliarization is one of the novel techniques for the presentation of new forms in an attempt to achieve a stronger effect in some fields, including visual arts. This concept is usually formed by presenting or creating new artwork and depends on such components as time and space, imitation and habits, rules, and traditions. The current study which was conducted with the aim of recognizing the components of time and space in the works of some prominent graphic designers and its application in graphic design. It was attempted to answer the following question: How can we defamiliarize graphic design works? Information and library databases constituted the source of the present descriptive-analytical study. In this regard, “Shafiei Kadkani” elaborates on the position of this approach in literature in an article entitled “Defamiliarization” in 2012. He is of the belief that all innovations in the field of literature and art are related to the concept of defamiliarization, except in very exceptional and rare cases. Moreover, in 2019, “Mohammad Khazaei” and “Erafaneh Ismaili” in an article entitled “Understanding the concept of defamiliarization in Michal Batory’s posters” provided a detailed study of defamiliarization in works of this artist and also defamiliarization techniques in graphic design including visual arrays.

Methodology

The current research was carried out using a descriptive-analytical method and information and library databases constituted the source of this study. The artworks were selected purposefully and it was attempted to select works with different aspects of defamiliarization of time and space allowing us to separate these aspects and teach them.

Results

After a specialized study of the artworks in the current study, in Figure (1), the artist uses table games as a symbol of space and time to de-familiarize time and space. Using the table, which is one of the games of this era, and the arrangement of the names of Greek myths at the beginning and end of the table, Rambow uses a modern puzzle to reconstruct an ancient concept. Time and space in a special and physical sense refer to two components of the constructs of the universe.

Keyword:

Defamiliarization
Graphic design
Defamiliarization components
Time
Space

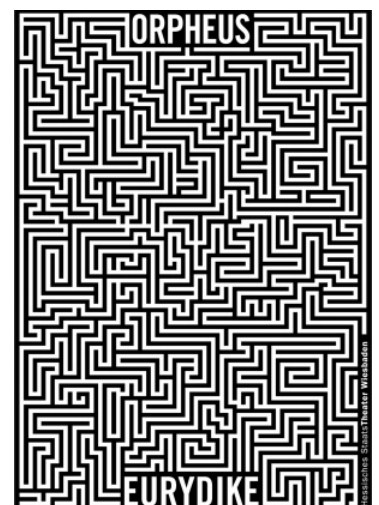


Figure 1

Theater Poster, Gunter Ramboww, 1999

Source: www.a-g-i.org

The first one, time, represents and symbolizes all the transient phenomena of nature. In other words, it is the agent of nature and always encloses other phenomena and includes transverse and motor changes of phenomena. The other one, space, indicates the content and presence of phenomena with time acting as an agent. The definition of space in the philosophy of art includes any sign, symbol, or icon that reflects the characteristics, effects, or nature of the component. In Figure (2), the artist defamiliarizes the space by changing the natural coordinates of the image (apple) relative to the location of the image.

Time is a concept that symbolizes both death and life, and the nature of the image is nothing except nature and vitality (birth) opposed to decay, decomposition, and ultimately death. The image defamiliarizes the concept of death and the destruction that ultimately leads to death. The occurrence of a series of events has always been common and possible for human beings in their usual place. Therefore, the defamiliarization of space can also be an unusual place to present a work of art.

As one of the leading artists of "Dadaist", "Marcel Duchamp" presented works, such as "Fountain" Figure (3) under the name of his manufacturer's factory but with the signature of Duchamp. It was transferred from the catchment area to the gallery and was put on public display. In doing so, he challenged all theoretical discussions about the nature of art and the common perspectives on classical art and even many approaches to modern art. The concept of space defamiliarization is not limited to moving in space; In Figure (3), by removing the single vanishing point and adding multiple vanishing points, the designer gives each of the characters a different perspective. Moreover, by breaking the logical continuity of the lines, he considered a new base and point for each side and angle.

The symbol of this kind of defamiliarization of space and time can be observed in the lithographic works of Maurice Asher. In one image, we can see a series of events in different places at the same time but in the same frame all of which are examples of de-familiarization of time and space.

Conclusion

After analyzing the components of time and space in the selected works, it was concluded that through defamiliarization, the graphic designers actually remove an object from its usual place and make it subject to new conditions by transferring it to another place. In addition, by adding multiple vanishing points and examining the artwork from different aspects, they show the audience new and unconventional characteristics of the place and free them from visual habits and provide the audience and the visual subject with a two-way opportunity.

In fact, the graphic designer gives his subjects a different opportunity to be observed (as they are observed now and not as they were already known) and offers a new application of the subject that is now unfamiliar to the audience. Furthermore, he gives the audience a golden opportunity to understand the meaning of the work by contemplating and deciphering the work and enjoy solving the artist's visual project. Defamiliarization of time enables the graphic designer to use a modern puzzle to reconstruct an ancient concept and create awesome, phenomenal, and remarkable puzzles to achieve his goals.



Figure 2
Theater Poster, Holger Mathis
Source: www.pinterest.com



Figure 3
Fountain, Marcel Duchamp, 1917.
Source: www.amazon.com



Figure 4
Stone Printing, Maurice Asher, 1953
Source: www.rangmagazine.com

PAYKAREH

Journal of Art Faculty Shahid Chamran University of Ahvaz
Analysis of the components of time and space in defamiliarizing graphic design works
Vol. 8, No. 18, winter 2020, P. 36-47

38

References

- Khazaei, Mohammad. Ismaili, Erfaneh (2019). Understanding the concept of defamiliarization in Michal Batory 's posters. Peykareh Magazine. No. 116. pp.14-28.
- Shafiei Kadmeh, Mohammad Reza (2012). Defamiliarization. Bukhara Magazine. No. 89-90. pp. 21-12.
- www.rangmagazine.com
- www.pinterest.com
- www.a-g-i.org.com
- www.amazon.com

عرفانه اسماعیلی *

تاریخ دریافت: ۹۸ / ۰۸ / ۱۰

تاریخ پذیرش: ۹۸ / ۱۱ / ۰۸

تحلیل مؤلفه‌های زمان و مکان در آشنایی‌زدایی از آثار طراحی گرافیک

چکیده

در این پژوهش که به شیوه توصیفی-تحلیلی و با هدف شناخت مؤلفه‌های زمان و مکان در آثار طراحان برجسته گرافیک و کاربرد آن در طراحی گرافیک انجام پذیرفته، تلاش شده تا با مطالعه و بررسی آثار گفته شده، به این پرسش پاسخ داده شود که؛ آشنایی‌زدایی، زمانی و مکانی در طراحی گرافیک چگونه امکان پذیر است؟ در این پژوهش پس از بررسی مؤلفه‌های زمان و مکان در آثار طراحان به نام گرافیک و همچنین آثاری که در مسابقات مقام کسب کرده‌اند این نتیجه حاصل شد که آشنایی‌زدایی از مکان تنها محدود به نامتعارف بودن مکان ارائه اثر نیست و با اضافه کردن نقاط گریز متعدد و بررسی اثر از وجوه مختلف، همچنین ایجاد تغییر در مختصات مکان نیز امکان پذیر است. هنرمند با آشنایی‌زدایی از مؤلفه زمان معماهای هدف‌مند تولید می‌کند و با اشاره غیرمستقیم به هدف مورد نظر خود، تصاویری شگفت و متحیرکننده می‌آفریند این شیوه می‌تواند شیوه‌ای اصیل، مؤثر و موفق در طراحی گرافیک باشد.

کلیدواژه:
آشنایی‌زدایی
طراحی گرافیک
مؤلفه‌های آشنایی‌زدایی
زمان
مکان

مقدمه

انسان معمولاً طالب نوجویی است و این نوجویی را در هر دوره‌ای از زمان متفاوت می‌بیند. بنابراین تجربیات ما قبل و آن چه که پیش‌تر جذاب می‌دانست را بر نمی‌تابد و همواره در جستجوی چیزهای تازه و بکر است. مفهوم آشنایی‌زدایی اگر چه به ظاهر مفهومی تازه و خاصه هنر مدرن است اما در واقع همواره در ذات هنر و از ابتدا وجود داشته است و این واژه تنها پس از تئوریزه شدن توسط فرمالیست‌ها جزئی از دانش و آگاهی ما شده است. آشنایی‌زدایی از بارزترین روش‌های ایجاد خلاقیت است و عادات دیداری را که در طول زمان شکل گرفته است زیر سؤال برده و مخاطب را متحیر و شگفت زده می‌سازد. بهره‌گیری از آشنایی‌زدایی در هنرهای تجسمی و بصری منجر به آفرینش مفاهیمی کاملاً جدید و نو می‌شود. در بهره‌گیری از آشنایی‌زدایی دنیای هنرمند به یک باره نا آشنا می‌شود، او غریبگی را در جهت زدودن عادت‌ها به کار می‌گیرد، سخن معمول را غریبه یا نا آشنا می‌کند اما شگفت آن که ما را به کسب آگاهی کامل‌تر و نزدیک‌تری از تجربه سوق می‌دهد. هنرمند به جای تکرار مفاهیم، تصاویر و واژگان بصری آشنا، از شیوه بیان یا نشانه‌های ناشناخته بهره می‌گیرد و موضوع را به گونه‌ای جلوه می‌دهد که گویی از پیش‌تر وجود نداشته است. نکته دیگر در بحث آشنایی‌زدایی از دیدگاه فرمالیست‌ها، فعال کردن هنر سازه‌های ازکار افتاده است. بر طبق نظریه عام ایشان، هنر سازه‌ها، بر اثر کثرت استعمال، توانایی القای خود را از دست می‌دهند و کار این است که آن هنر سازه‌های مرده را با نظام بخشی جدید خود زنده و فعال کند. آشنایی‌زدایی از ابزارهای تولید هنر در طراحی گرافیک است. طراح گرافیک با استفاده از آشنایی‌زدایی، ترکیب‌ها و دگرگونی‌های بصری را به طور عمدی و ماهرانه برای رسیدن به یک معنی جدید مورد استفاده قرار می‌دهد. به منظور تأثیرگذاری و جلب توجه مخاطب از طریق تصویر، طراح گرافیک از آشنایی‌زدایی بهره می‌گیرد و مخاطب را مشتاق به دیدن و مشارکت در ارتباط می‌نماید. پژوهش حاضر مؤلفه‌های زمان و مکان و نمود آن‌ها در آثار طراحان برجسته گرافیک را نشان می‌دهد و در تلاش است تا با تشریح انواع نمود بصری این دو مؤلفه به هم وابسته در آثار مرتبط با حوزه گرافیک، علاقمندان در این زمینه را به شناختی کامل از این مؤلفه‌ها در جهت بهره‌گیری از آشنایی‌زدایی و در نتیجه کاریست آن در طراحی گرافیک، مخصوصاً طراحی پوستر سوق دهد و به این سؤال که؛ آشنایی‌زدایی، زمانی و مکانی در طراحی گرافیک چگونه امکان پذیر است؟ هدف این پژوهش، شناخت نقش مؤلفه‌های زمان و مکان در آثار طراحان گرافیک در راستای آشنایی‌زدایی است.

روش تحقیق

این پژوهش به روش توصیفی-تحلیلی صورت گرفته و شیوه گردآوری مطالب با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی انجام است. شیوه انتخاب آثار نیز تصادفی نبوده و هدفمند می‌باشد به این گونه که سعی شده آثار منتخب در این پژوهش، دارای جوانب مختلف آشنایی‌زدایی از زمان و مکان باشند تا بتوان این جنبه‌ها را از هم تفکیک کرد و آموزش داد.

پیشینه پژوهش

تا کنون کمتر تحقیقی مبنی بر معرفی مؤلفه‌های آشنایی‌زدایی (زمان و مکان) و نمود آن‌ها در طراحی گرافیک انجام شده است. بیشتر تحقیق‌های صورت گرفته در زمینه آشنایی‌زدایی، مرتبط با حوزه ادبیات و تبلیغات است. در حوزه گرافیک و ارتباطات بصری علی‌رغم اهمیت و کاربرد فراوان آن، این موضوع چندان مورد توجه قرار نگرفته است. با این وجود مطالب مرتبط با آشنایی‌زدایی و آرایه‌های بصری را می‌توان در منابع ذیل جستجو کرد:

«شفیعی کدکنی» سال ۱۳۹۱ در مقاله‌ای با نام «آشنایی‌زدایی»، جایگاه این رویکرد در ادبیات را مفصلاً شرح و بسط می‌دهد و بر این باور است که تمام نوآوری‌ها در حوزه ادبیات و هنر، جز در موارد بسیار استثنایی و نادر، از مقوله آشنایی‌زدایی است. «صدقی» در رساله دکتری در سال ۱۳۸۹ تحت عنوان «تحلیل عوامل و عناصر مؤثر در تأثیرگذاری پیام در تصویرسازی»، به نقش مؤثر آرایه‌های بصری در طراحی گرافیک پرداخته است. «احمدی» (۱۳۷۵) در کتاب «حقیقت و زیبایی»، به شباهت‌های موجود بین مدرنیسم و آشنایی‌زدایی اشاره می‌کند و آشنایی‌زدایی را از مهم‌ترین جنبه‌های کار هنر مدرن می‌داند. «دستورالعمل‌های فیل آبی برای ایده‌یابی»، از محدود کتاب‌هایی است که «نیرومند» در سال ۱۳۹۰ در آن به روش‌های خلاق جهت ایده‌یابی هنرجویان پرداخته است و به آرایه‌های بصری نیز، به‌طور مختصر اشاره می‌کند. «معنوی‌راد» و «عنبر دباغیان»، در مقاله‌ای تحت عنوان «رویکرد آشنایی‌زدایی در فرآیند ارتباط تصویری» حوزه تصویرسازی تبلیغاتی آشنایی‌زدایی در تصویرسازی تبلیغات را مورد بررسی قرار می‌دهند. «محمد خزایی» و «عرفانه اسماعیلی» در مقاله‌ای با عنوان «شناخت مفهوم آشنایی‌زدایی در پوسته‌های میشل باتوری» مفصلاً آشنایی‌زدایی در آثار این هنرمند و همچنین تکنیک‌های آشنایی‌زدایی در طراحی گرافیک که شامل آرایه‌های بصری هستند را مورد مطالعه قرار می‌دهند.

آشنایی‌زدایی؛ تعاریف متعدد واژه

ویکتور شک洛夫سکی نخستین بار مفهوم آشنایی‌زدایی را مطرح و آن را تئوریزه کرد. پس از او «یاکوبسن»^۲ و «تیتانوف»^۳ در مواردی از این مفهوم با عنوان «بیگانه‌سازی» یاد کردند. شک洛夫سکی این اصطلاح را برای اولین بار در مقاله‌ای به نام «تکنیک هنر» به کار برد و در مورد احساس نیاز به تغییر شکل چیزهایی که بیش از حد برای ما عادی و روزمره شده‌اند، مانند کلیشه در قانون ادبی سخن گفت و معتقد بود که می‌توان آن‌ها را دوباره ساخت و قدرت تازه به آن‌ها بخشید (Lawrence, shklovski, 1984:209). او همچنین در این مقاله به تفاوت زبان شعر و زبان معمول اشاره کرد و بر این باور بود که ادراک زبان شعر برای ما بسیار سخت‌تر از ادراک زبان روزمره است؛ سخن شاعرانه، پر معنی و دارای ساختمان بندی و سخن یکنواخت، عادی، معمولی و آسان است. او تفاوت فاحش میان زبان روزمره و زبان شعر را همچون کلید برای خلق هنری می‌داند که از عادت‌ها و خوگرفتن‌های غیرارادی جلوگیری می‌کند (shklovski, 1998:16). این تفاوت میان زبان هنری و زبان روزمره و عادی، از نظر شک洛夫سکی در همه فرم‌ها و قاعده‌های هنری جای دارد و تعمیم پذیر است. شک洛夫سکی وظیفه هنر را اساساً نا آشنا کردن چیزها و به عبارت دیگر پیچیده کردن و دور ساختن آن‌ها از حوزه عادت و روزمرگی می‌داند. او معتقد است کارکرد هنر، آشنا کردن مخاطب با مفاهیم نا آشنا نیست بلکه درست برعکس، نا آشنا کردن همان اشیایی است که گرداگردمان را فرا گرفته‌اند (عابدینی فرد، ۱۳۸۸:۸۳). «روانشناسی گشتالت»

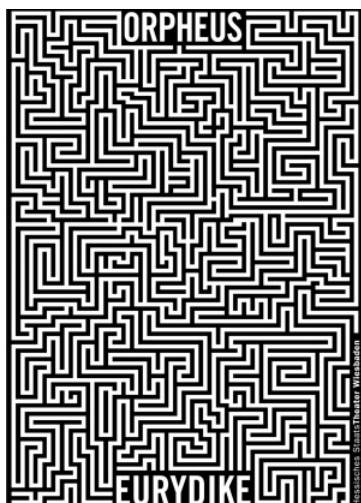
که از دیگر ریشه‌های مفهوم در آشنایی‌زدایی است، کارکرد اصلی هنر را در کنار گذاشتن عادت‌ها می‌داند، بر این باور است که هدف هنر احساس جدیدی از چیزهاست، چنان‌که دیده می‌شوند و نه چنان‌که شناخته می‌شوند و یا به تحلیل در می‌آیند. شگرد هنر همه چیز را نا آشنا و مبهم می‌کند بنابراین ادراک حسی را دشوار و دیریاب می‌سازد. کنش ادراک حسی در هنر هدفی در خود می‌شود، و ازین رو باید به درازا انجامد (احمدی، ۱۳۷۲: ۴۹).

آن‌چه عامل اصلی آشنایی‌زدایی است همان شگردها است. یکی از سوبیه‌های مهم در آشنایی‌زدایی غرابت زبانی اثر و نامتعارف بودن روش بیان است (احمدی، ۱۳۷۲: ۴۹). «این پدیده به عنوان ایجاد نا آشنای آشنا و آشنای نا آشنا توصیف شده است» (نیرومند، ۱۳۹۰: ۱۲). آشنایی‌زدایی، در نظر صورت‌گرایان روس، هر نوع نوآوری در قلمرو ساخت و صورت‌ها است و هر پدیده کهنه‌ای را در صورتی نو درآوردن؛ یعنی هنر سازه را از نو زنده کردن و فعال کردن و به تعبیر دیگر آن‌ها؛ هنر سازه‌ای را که دیگر کارایی و حیات نداشته است، با نوآوری خود، زنده و فعال کردن (شفیعی کدکنی، ۱۳۹۱: ۱۵).

مؤلفه‌های آشنایی‌زدایی (زمان - مکان)

هر نوع نوآوری در هنر، آشنایی‌زدایی است زیرا در عالم هنر هیچ حرف تازه‌ای وجود ندارد و در عین حال اگر چیزی واقعاً هنر باشد، حتماً تازه است و غریب و نا آشنا (شفیعی کدکنی، ۱۳۹۱: ۱۶). از این جمله می‌توان این‌گونه استنباط کرد که در دنیای امروز که بشر هر لحظه در پی کشف لحنی جدید و در عین حال پرمحتواست، چیزی را می‌تواند هنر تلقی کند که تازه و نا آشنا باشد. بنابراین تعریف، آشنایی‌زدایی ابزاری است که بر اساس تعاریف هنر در زمان تعریف می‌شود. یعنی در هر دوره یک سری چیزها هنر (تازه و نا آشنا) به حساب می‌آیند. هنرمند از این هنر برای همه آشنا، که به مرور در هر دوره‌ای معمول و بی‌جان می‌شود آشنایی‌زدایی می‌کند. بنابراین چیز آشنا در هر دوره‌ای برای مردمش متفاوت است و بعد زمان برای به نتیجه رسیدن این حرکت هنری مؤثر است. آشنایی‌زدایی امری است نسبی و چیزی که برای ما معمولی و مکرر به نظر می‌رسد، برای کسی که سوابق امر را در اختیار ندارد و از آن بی‌خبر است ممکن است مصداق غریب و نا آشنا و بدیع و نو جلوه کند و آن‌چه در یک دوره عنصری ادبی دانسته می‌شود، در دوره‌ای دیگر تنها پدیده ساده زبان‌شناسی است و بس. تاریخ هنر مملو از آثار ادبی، قطعه‌های موسیقی، نقاشی‌ها، تندیس‌ها و هزاران اثر هنری دیگر است که در زمان خود آن قدر ارزش نداشتند که حتی شکم خالق اثر را سیر کنند؛ ولی در زمان و مکانی دیگر و حتی بر حسب تصادف به آثار ارزشمندی مبدل شدند که تعیین‌کننده ارزش‌های هنری‌اند. همین امروز در اطراف شهر رم ده‌ها مجسمه ساز زنده را می‌یابیم که شاید به مراتب زیباتر از «میکل آنژ»^۴ مجسمه «سوگ مریم» را می‌تراشند، ولی به جای آن‌که حتی یکی از آن‌ها به کلیسای «سنت پیتر» راه یابد، تماشان در کنار حوض‌های خانه‌های بیلاقی افراد متمول اروپایی نصب می‌شوند تا دکوراسیون باغچه را تکمیل کنند (صفوی، ۱۳۸۵: ۱۱۲). ما عادت داریم همیشه مؤلفه‌هایی چون زمان و مکان را با هم تعریف کنیم، مثلاً اغلب می‌پرسیم: کی، کجا بودی؟ به این دلیل که زمان و مکان برای ما باهم معنی پیدا می‌کنند. وقتی هنرمند چیزی را از زمان واقعی خودش خارج می‌کند، در حال آشنایی‌زدایی از زمان است؛ مثلاً بردن یک ماشین مدرن و امروزی به دوران انسان‌های نخستین. تعریف زمان و مکان اساساً در داخل قاب معنی پیدا می‌کند. یعنی هنرمند نسبت به دوره موجود خودش دوره دیگری را داخل قاب نشان می‌دهد. وقتی داخل یک قاب دو چیز را که از نظر زمانی با هم فاصله

دارد، با هم ترکیب کنیم از زمان آشنایی‌زدایی کرده‌ایم. مثلاً اگر به یک شخصیت تاریخی قرن پانزدهم، کتانی نایکی بیوشانیم برخورد تصویری ما آشنایی‌زدایی از زمان است. مستقیم‌ترین مفهومی که آشنایی‌زدایی از زمان و مکان از اهداف ابداع آن است، «کوبیسم» است که اساساً وجه را مورد بررسی قرار می‌دهد. این شیوه تمهیدی به وجود آورد که می‌توانست پشت موضوع را که پنهان بود به بیننده نشان دهد و این تمهید به کلید اصلی کوبیسم تبدیل شد (گریگوری؛ لنگتن، ۱۳۸۹: ۳۷۵). کوبیسم بعد-های محدود دیدن را زیر سؤال می‌برد. «پیکاسو»^۵ و «براک»^۶، دیدن را با این مفهوم به چالش کشیدند و معتقد بودند که واقعیت ورای آن چیزی است که ما می‌بینیم، واقعیت بعد دیگری هم دارد و آن بعد، زمان است (اسماعیلی، ۱۳۹۵: ۱۴۴). زمان و مکان در معنای خاص و فیزیکی به دو مؤلفه از عناصر ساخت جهان اشاره می‌کنند که یکی (زمان) نشان دهنده و علامت تمام پدیده‌های گذرای طبیعت و به گونه‌ای فاعل طبیعت و همواره محاط بر پدیده‌های دیگر است و شامل تغییرات عرضی و حرکتی پدیده‌هاست و دیگری (مکان) نشان‌گر محتوا و حضور پدیده‌هاست که زمان بر آن محیط است و به گونه‌ای نقش فاعلی دارد. . تعریف مکان در فلسفه ی هنر شامل هر گونه نشانه، نماد، آیکن و شمایی که خصوصیات، اثرات یا ذات این رو مؤلفه را نشان می‌دهد است.



تصویر ۱

پوستر تئاتر، گانترمبو، ۱۹۹۹
منبع: www.a-g-i.org

تصویر ۱ پوستر از «گانترمبو»^۷ هنرمند آلمانی متولد ۱۹۳۸ نوسترلیتز، را نشان می‌دهد که معرف داستانی اساطیری از دو اسطوره یونانی است. «ارفتوس»^۸ شاعر و خواننده ای افسانه‌ای اهل تراکیای پیش از هومر، پسر «اویاگروس»^۹ و «کالیوپه»^{۱۰} (شاید یکی دیگر از الهه‌های شعر و موسیقی) است. او از «آپولون» که برخی او را پدرش می‌دانند چنگی گرفت و می‌گویند الهه‌های شعر و موسیقی نواختنش را بدو آموختند و از این رو، اصوات موسیقی‌اش می‌تواند جانوران، درختان، سنگ‌ها را وا دارد که به دنبال صدایش بیایند (دیکسون کندی، ۱۳۸۵: ۱۱۶). او پس از بازگشت از یک سفر با «اورودیکه»^{۱۱} زیبا ازدواج کرد، اما ماری او را هنگامی که «آریستائوس» وی را دنبال می‌کرد، گزید و کشت. ارفئوس غصه‌دار اکنون، دست به سفر مشهورش به جهان فرودین زد. آن‌جا، چنگش را برای «هادس»^{۱۲} نواخت و این ایزد را برانگیخت که اجازه دهد تا اورودیکه به سرزمین زندگان بازگردد. «هادس» پذیرفت اما به یک شرط: «ارفتوس» نباید برگردد و همسرش را نگاه کند، تا آن‌که هر دو به سلامت از جهان فرودین بیرون بروند. نزدیک راه خروجی، ارفئوس نگران شد که آیا واقعاً همسرش در پی او می‌آید، دیگر نتوانست خودش را ننگه دارد و به عقب نگاه کرد و اورودیکه را برای همیشه از دست داد (همان، ۱۳۸۵: ۱۱۶).

نحوه چینش اسماء ارفئوس و اوریدیکه که یکی در بالاترین و دیگری در پایین‌ترین قسمت تصویر است، فاصله و دورافتادگی آن‌ها را نشان می‌دهد. داستان به روایتی درونی، همان‌گونه که «یونگ» می‌گوید به دو بعد زنانگی و مردانگی (آنیما و آنیموس)^{۱۳} در انسان اشاره دارد. سخت است که انسان بتواند هر دوی این ابعاد را در وجود خود داشته باشد و در نقطه تعادل قرار گیرد. حتی ارفئوس که به نوعی نماد لطافت و زنانگی است و می‌تواند موجودات را با موسیقی‌اش به تسلط خود در آورد و رام کند، نمی‌تواند نامزدش را با خود همراه کند. ایده اصلی تصویر آشنایی‌زدایی از مکان و زمان است. می‌دانیم که مکان ذهنی، مکانی است درون ذهن انسان‌ها و ایده‌ها و احساسات مانند عشق، نفرت و ... در آن غوطه‌ور هستند، در میان این احساسات و جریان‌ها، مردانگی و زنانگی دو سرجریان به حساب می‌آیند که هم‌چنان در این مکان ذهنی

غوطه‌ورند و به نظر می‌رسد که انسان قادر به متحد کردن این دو در مکان ذهنی خود نیست و این در نهایت به عدم تعادل، انحراف و مرگ منجر می‌شود. تصویر گویی یک شاتی از زمان خطی است. همان‌طور که می‌دانیم در همه داستان‌های عاشقانه، نیرویی به دنبال نیروی دگر در حرکت است و چون زمان نیز در حال حرکت است، این دو نیرو هیچ‌گاه به هم نمی‌رسند و باعث به وجود آمدن تراژدی می‌شوند. دلیل این به هم نرسیدن همان زمان خطی است اما در دنیای مردگان زمان خطی نیست و در آن جا این احتمال وجود دارد که ارفئوس بتواند نامزدش را بازیابد اما به محض خروج از دنیای مردگان از بعد زنانگی و احساس خود فاصله می‌گیرد و اوریدیکه را از دست می‌دهد. استفاده از بازی میز به عنوان یک سمبل مکانی و زمانی برخورد تصویری جالبی از رمبو است. میز می‌تواند نمادی از پیچیدگی راه‌های به هم رسیدن، راهی که انسان باید در مسیر زندگی اش طی کند تا به تعادل برسد هر چند که همه این زحمات و تلاش‌ها برای وصال با یک سر به عقب راندن هیچ و پوچ می‌شود و بی نتیجه می‌ماند. رمبو با استفاده از میز، که از بازی‌های این دوران است و بردن آن به زمان یونان باستان، یک معمای مدرن را برای بازسازی یک مفهوم کهن پیش رو قرار می‌دهد.



تصویر ۲
پوستر تئاتر، هولگر ماتیس
منبع: www.pinterest.com

تصویر ۲ پوستری از «هولگر ماتیس»^{۱۴} را نشان می‌دهد که برای نمایش نامه انقلابی «ویلhelm تل»^{۱۵} قهرمان اسطوره‌ای سوییس نوشته «شیلر» طراحی شده است. ویلهلم تل، قهرمان ملی حماسه‌های سوییس است که برای دفاع از روستاییان در مقابل نظام فئودالی زمان خویش می‌ایستد و بر علیه استبداد پادشاه سوییس برمی‌خیزد. تاوان این شجاعت را اما، با احتمال کشتن فرزندش پس می‌دهد. بدین ترتیب که او را مجبور می‌کنند تا سیبی را روی سر فرزندش بگذارد و به آن شلیک کند. پوستر به وضوح آشنایی‌زدایی از زمان و مکان را در خود دارد. می‌دانیم مکان بستری است که وجود اشیا، اشخاص و ... درون آن معنی پیدا می‌کند، بر این اساس ایجاد تغییر در مختصات طبیعی تصویر (سیب) از دیگر جنبه‌های آشنایی‌زدایی از مکان توسط هنرمند است بدین گونه که با بزرگ‌نمایی در اندازه سیب، به قدرت و اهمیت آن در مکان تصویر اشاره می‌کند و حاکی از برتری آن نسبت به سایر اجزا در تصویر است. زمان مفهومی است که هر دو نماد مرگ و زندگی را در خود دارد و آن‌چه ماهیت تصویر در پس پرده دارد چیزی غیر از این نیست؛ طبیعت و سرزندگی در مقابل فساد، تجزیه و در نهایت مرگ است. تصویر از مفهوم مرگ و تخریبی که در نهایت به مرگ منجر می‌شود، آشنایی‌زدایی می‌کند. عنصر قالب تصویر طبیعت است، طبیعت نماد زیبایی، کمال و سلامت است. سیب هم به عنوان نمادی سلامت بخش، اینک خورده شده و فاسد است، حتی حشره‌ای روی آن رژه می‌رود. اندازه سیب نسبت به دیگر اجزای تشکیل دهنده تصویر، به طرز اغراق آمیزی بزرگ‌تر است و نشان از قدرتمندتر بودن آن در مقایسه با طبیعت پشتش (که احتمالاً تصویری از طبیعت سوییس، شاید رشته کوه‌های آلپ) دارد و هم‌چنین به مفهوم بی‌عدالتی اشاره می‌کند. پوستر می‌تواند تصویری از ضرب المثل «هرچه بگندد نمکش می‌زنند، وای از آن روز که بگندد نمک» باشد.

انسان محدود به درک واقعیت‌های جهان اطراف خود بر حسب حقایقی است که خود آن‌ها را تعریف کرده است (صفوی، ۱۳۸۵: ۱۰۷). حقایقی که به مرور از زمان کودکی بر اثر تکرار برای انسان تبدیل به عادات تصویری می‌شوند، بشر آن‌ها را می‌پذیرد، باور می‌کند و انتظار دارد که آن‌ها را آن‌گونه که همیشه دیده است ببیند. به وقوع پیوستن یک سری از اتفاقات برای انسان همیشه در



تصویر ۳

فواره، مارسل دوشان، ۱۹۱۷

منبع: The private worlds of Marcel Duchamp

جای خودشان معمول و ممکن بوده است، آن چه به عنوان آشنایی‌زدایی از مکان مد نظر است، می‌تواند همچنین غیر معمول بودن مکان برای ارائه اثر هنری باشد. «مارسل دوشان»^{۱۶} به عنوان یکی از هنرمندان پیشرو «دادائیست» با ارائه آثاری مانند «فواره»^{۱۷} با نام کارخانه سازنده اش اما با امضای دوشان که از محل آبریزگاه به گالری انتقال یافت و در معرض نمایش عمومی قرار گرفت عملاً هم طومار بحث‌های نظری درباره ماهیت هنر و هم دیدگاه‌های رایج درباره هنر کلاسیک و حتی بسیاری از رویکردهای هنر مدرن را در هم پیچید (تصویر ۳). فواره یا سنگ توالت دوشان چون در محل گالری به نمایش در می‌آید واجد ارزش‌های هنری می‌شود و به عنوان کشفی هنری هر چند نامتعارف مخاطب را تحت تأثیر قرار می‌دهد (داوودی آبکنار، ۱۳۹۱: ۱۷).



تصویر ۴

مونالیزا، مارسل دوشان، ۱۹۱۹

منبع: The private worlds of Marcel Duchamp

یک اثر هنری می‌تواند بین آشنایی‌زدایی و از «آن خودسازی» قرار بگیرد. از آن خودسازی شیوه‌ای برای تولید آثاری است که از قبل توسط دیگران به وجود آمده‌اند و ما با ایجاد تغییر در آن، اثر را از آن خود می‌سازیم. برای مثال اگر از یک اثر مهم هنری عکس بگیریم یا با تغییر در آن مثلاً با برش زدن گوشه‌ای از آن و کاربردش به شیوه خودمان از آن استفاده کنیم، آن اثر را از آن خود ساخته‌ایم. مارسل دوشان تولید کننده اثر فواره نبود و با آشنایی‌زدایی از مکان و تغییر مکان اثر به گالری آن را از آن خود ساخت، او همچنین برای «مونا لیزا» (اثر معروف لئوناردو داوینچی)^{۱۸} سبیل گذاشت و اصل مفهوم این اثر به عنوان سمبلی از زنانگی را، با افزودن نمادی مردانه دگرگون ساخت (تصویر ۴). می‌توان گفت هر اثر هنری شناخته شده‌ای که از آن خودسازی شده باشد، یعنی کپی محض نباشد، دارای آشنایی‌زدایی است.

تصویر ۵ در دوسالانه نهم گرافیک ایران صاحب جایزه شد؛ «امر سه‌گانه»^{۱۹} (از اعضای هیئت داوران این دو سالانه) جایزه خود را به «مارتین ووتلی»^{۲۰} از کشور سوئیس برای اثر «تریگرام» اهدا کرد. زبان تصویر پیچیده، سخت و حتی برعکس شده و هیچ کدام از ویژگی‌های ذاتی زبان را ندارد. تصویر علاوه بر آشنایی‌زدایی از ذات و کارکرد زبان که نمادی برای ارتباط ساده و سریع است، به طور مشخصی از مکان نیز آشنایی‌زدایی می‌کند. همان گونه که مشاهده می‌شود، مفهوم آشنایی‌زدایی از مکان فقط به جابه‌جایی در مکان محدود نمی‌شود بدین گونه که طراح نقطه‌گریز را حذف کرده و هر یک از حروف دارای پرسپکتیوی متفاوت است (حتی یک حرف نیز هم‌زمان دارای چند نقطه‌گریز است). همان طور که پیکاسو برای نخستین بار نشان داد که می‌توان تداوم منطقی خطوط را شکست و برای هر وجه و زاویه پایگاه و نقطه یا کانون تازه‌ای در نظر گرفت (گریگوری، لنگتن، ۱۳۸۹: ۳۷۵). سمبل این نوع آشنایی‌زدایی از مکان در آثار چاپ سنگی «موریس اشتر»^{۲۱} مشاهده می‌شود؛ به طور مثال تصویر ۶ نمونه‌ای از هنر موریس اشراست، وی در رابطه با شکل‌گیری آثارش این گونه می‌گوید: مفاهیم قابلیت تبدیل به لغت‌ها را نداشتند، زیرا اندیشه‌هایی نبودند که بتوان آن‌ها را در قالب ادبیات گنجانند، بلکه نوعی تصاویر ذهنی بودند که تنها از طریق تصاویر بصری می‌توانستیم آن‌ها را برای دیگران قابل درک کنیم (اشتر، ۱۳۸۹: ۵).



تصویر ۵

پوستر تریگرام، مارتین ووتلی، ۲۰۰۸

منبع: www.deezen.com

نتیجه

اگر بخواهیم مفهوم آشنایی زدایی را در هنر و طراحی گرافیک تعریف کنیم، می‌توان گفت که آشنایی زدایی فارغ از هر گونه تعریفی که ممکن است در لفافه داشته باشد همواره زاده بهره‌گیری بجای هنرمند از دانش، زیرکی، هوش و خلاقیت است و ابزاری برای خلق هنری جذاب، نو و در عین حال پرمعنی می‌باشد. یقیناً نیاز به شگفتی و تغییر از زمان تئوریزه شدن مفهوم آشنایی زدایی توسط شک洛夫سکی و دیگر متخصصین به وجود نیامده است و او تنها این واژه را نام گذاری کرد تا از آن پس این واژه جزئی از آگاهی ما شود و بتوانیم بگوییم که مثلاً اثر فلان هنرمند دارای آشنایی زدایی است. اما این به این معنی نیست که قبل از تئوریزه شدن این واژه از آن استفاده‌ای نمی‌شده و یا این مفهوم به طور کلی وجود نداشته است. پس از تحلیل و بررسی مؤلفه‌های زمان و مکان در آثار منتخب این نتایج حاصل شد که طراح گرافیک با آشنایی زدایی از مکان در واقع یک شی را از مکان معمولش خارج می‌کند و با انتقال آن به مکانی دیگر آن را واجد شرایطی جدید و متفاوت از قبل می‌کند. او همچنین با اضافه کردن نقاط گریز متعدد و بررسی اثر از وجه مختلف، مختصات جدید و غیرمعارفی از مکان را به مخاطب نشان می‌دهد و آن‌ها را از شر عادات تصویری می‌رهاند و یک فرصت دو سویه را در اختیار مخاطب و سوژه تصویری‌اش قرار می‌دهد. او به سوژه‌اش فرصت متفاوت دیده شدن می‌دهد (آن‌گونه که الان دیده می‌شود و نه آن‌گونه که از قبل شناخته می‌شد) و کاربری جدیدی از سوژه آشنایی می‌دهد که اینک برای مخاطبین نا آشناست؛ او همچنین به مخاطب این فرصت را می‌دهد که با تعمق و کد گشایی اثر به معنای آن پی ببرد و از مشارکت در حل پروژه تصویری هنرمند احساس لذت کند. طراح گرافیک تنها با آشنایی زدایی از مؤلفه زمان می‌تواند برای بازسازی یک مفهوم کهن، یک معمای مدرن را پیش رو قرار دهد و برای رسیدن به مقاصدش معماهای شگفت، متحیر کننده و شیرین بیافریند

پی نوشت

۱. Viktor Shklovsky
۲. Roman Jakobson
۳. Yury Tynyanov
۴. Michelangelo
۵. Pablo Picasso
۶. George Braque
۷. Gunter Rambow
۸. Orpheus
۹. Oeagrus
۱۰. Calliope
۱۱. Eurydice
۱۲. Hades

۱۳. Anima and Animus؛ عنصر زنانه یا عنصر مادینه در مرد که آن را آنیما مینامند معمولاً به وسیله مادر شکل می‌گیرد و عنصر مردانه در زن که آن را آنیموس می‌نامند معمولاً از پدر شخص تاثیر می‌گیرد. آنیما و آنیموس، الگوهای



تصویر ۶

چاپ سنگی، موريس اشتر، ۱۹۵۳
منبع: www.rangmagazine.com

رفتاری ناخواسته، غریزی و غیراکتسابی مشترک در تمام انسان‌ها را شکل می‌دهند و خویش را به روش‌های خاص در خودآگاه انسان متجلی می‌سازند.

۱۴. Holger Matisse

۱۵. William Tell

۱۶. Marcel Duchamp

۱۷. Fountain

۱۸. Leonardo da Vinci

۱۹. Emre Senan

۲۰. Martin Woodtli

۲۱. Morris Escher

منابع

- احمدی، بابک (۱۳۷۲). ساختار و تاویل متن. چاپ ۲. تهران: نشر مرکز
- اسماعیلی، عرفانه (۱۳۹۵). شناخت مفهوم آشنایی‌زدایی در گرافیک با تمرکز روی پوستره‌های میشل باتوری. پایان نامه کارشناسی ارشد طراحی گرافیک. تهران: دانشگاه تربیت مدرس
- اشرف، موریتس کورنلیس (۱۳۸۹). مجموعه آثار گرافیکی موریتس اشرف. ترجمه محمد رضا عبدالعلی، مزگان جایز. تهران: فرهنگسرای میردشتی.
- داودی آبکنار، آرمان (۱۳۹۱). زیبایی شناسی و کاربرد طراحی گرافیک. تهران: انتشارات نوردان.
- دیکسون، کندی مایک (۱۳۸۵). دانشنامه اساطیری یونان و روم. ترجمه رقیه بهزادی. تهران: طهوری.
- شفیعی کدکنی، محمد رضا (۱۳۹۵). آشنایی‌زدایی. مجله بخارا. شماره ۸۹-۹۰. صص ۲۱-۱۲
- صفوی، کوروش (۱۳۸۵). معنی شناسی و هنر در محدوده ادراک انسانی. فصل نامه خیال، شماره ۱۹. صص ۱۲۱-۱۰۶
- عابدینی فرد، مرتضی (۱۳۸۸). اثر هنری، نظریه وجود شی. فصلنامه نقد ادبی. شماره ۷. صص ۸۷-۸۲
- کریگوری، ریچارد لنگتن (۱۳۸۹). ایهام در طبیعت و هنر. تهران: ناهید.
- نیرومند، محمد حسین (۱۳۹۰). دستورالعمل‌های فیل آبی برای ایده‌یابی. تهران: انتشارات فرهنگسرای میردشتی.

Crawford, L., Shklovski, V. (1984). Difference in defamiliarization: Comparative literature.

Shklovski, V. (1998). Art as technique, Literary theory: An Anthology. Ed. Julie, Rivkin and Michael Ryan. Malden: Blackwell Publishing: Ltd.

www.a-g-i.org

www.pinterest.com

The private worlds of Marcel Duchamp

www.rangmagazine.com

www.deezen.com