



فرانگاره

مازیار زند

این کتاب برگرفته از رساله دکتری مازیار زند با عنوان شاخصه های مؤثر در
انتقال پیام تصویری با تأکید بر فرهنگ دیداری است که در تیرماه ۱۳۹۸ در
دانشگاه هنر تهران ارایه و از آن دفاع شده است.

دیدن، محصول پردازش ذهن پردازش‌گرو امری یگانه و منحصر به او است، در روند دیدن، زمینه‌های فرهنگی و تجربه‌های دیداری پیشین بیننده، در پردازش تصویر دخالت کرده و از این رو تجربه‌های دیداری انسان، دارای ساختاری تاریخی-فرهنگی می‌گردد. اگر نگاره، فرم‌های فیزیکی روی کاغذ باشد، فرانگاره، فرم‌ها و مفاهیمی است که از پیش در ذهن بیننده قرار دارد و بیننده با ارجاع و استفاده از آن، تصاویر را درک می‌کند. بیننده همواره تحت تاثیر فرانگاره‌ها، تصویر را می‌بیند، و از این رو مهم‌ترین عامل در انتقال مفاهیم تصویری، فرانگاره است. این نوشه نگاهی به موضوع تصویر، درک تصویر و تبیین فرانگاره داشته و به نقش فرانگاره در انتقال پیام از طریق تصویرپرداخته است. هدف این نوشه، بررسی شاخصه‌های موثر بر انتقال پیام تصویری بوده و موضوع پیش‌فهم‌های تصویری بیننده را مهم‌ترین عامل در روند انتقال پیام می‌باید. سپس سعی شده است برای اثبات وجود فرانگاره و تاثیر آن، روشی علمی و قابل سنجش ارایه شود. پرسش کلی در این پژوهش این است که فهم تصویری چگونه شکل می‌گیرد و در حوزه تصویر و با انجام آزمون تجربی چگونه می‌توان این تاثیر را شناسایی و ارزیابی کرده و به کار برد؟ این تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی و با استفاده از ابزار مشاهده، آزمون تجربی و مطالعات اسنادی انجام یافته است. با انتخاب گروه هدف و کشف مفاهیم بیناذهنی، تلاش شده است کیفیات ذهنی بیننده تبدیل به کمیت شده و برداشت‌های ذهنی بر روی نمودار آمده و مورد ارزیابی و تحلیل علمی قرار گیرد.

نتایج پژوهش در گروه‌های هدف نشان داده است شاخصه‌های انتقال پیام تصویری شامل: ۱- نزدیکی فرم و فرانگاره؛ ۲- دایره فرانگاره‌های گروه هدف که خود شامل الف: قربت فرم به فرانگاره و ب: دایره فرانگاره‌های گروه هدف است.

در نگارش و پژوهش این رساله، استاید گرانقدر آقایان دکتر سعید زاویه و دکتر امیر نصری نقش موثر داشته‌اند.

فهرست

۱۱	پیش‌گفتار
۱۵	یک
۱۷	گفتار
۲۰	تصویر؛ زبان مشترک همه انسان‌ها
۲۱	ارتباط چیست
۲۲	دیزاین، آرت / (طراحی، هنر)
۲۵	نظریه‌ی ارتباطی یاکوبین
۲۶	پرس و سوسور
۲۹	اسطوره، دلالت و معنای تصاویر
۲۹	بارت و فوکو
۳۱	شمایل، نمایه، نماد
۳۴	نمادهای تصویری
۳۴	تجربه و فرهنگ تصویری
۳۵	تولید معنا در ساختار اجتماعی
۳۶	صرف‌کننده‌ی تولیدکننده و اصطلاح میان دیدمانی
۳۸	نظام بازنامه‌ی و نمادشناسی
۳۹	نلسون گودمن
۴۲	افسانه‌ی چشم معصوم
۴۵	دوا
۴۵	فهم
۴۶	فهم تصویر
۴۷	از نگاه تا فرانگاره
۴۷	پیش‌انگاره
۴۷	انگاره
۴۷	فرانگاره
۴۸	جام نیمی خ کهلم
۴۹	جزیبات فرانگاره
۴۹	مرغابی-خرگوش جسترو
۵۰	شکل‌گیری فرانگاره و دیدمان
۵۲	تأثیرزبان بر فرانگاره
۵۴	وینگنستاین و نظریه‌ی تصویری معنا
۵۷	فرهنگ دیداری
۵۹	مطالعات فرهنگ دیداری
۶۰	دیدن و دیدمان
۶۱	ادراک بصری و دیدن از نگاه سهپروردی
۶۲	استخراج تصاویر ناپیدا در مطالعات دیداری
۶۳	دیدن تحت تأثیر دیدمان
۶۶	بینامتنبیت از متن تا تصویر
۶۶	تلمیح و ایجاز
۶۸	فروید و نظریه ناخودآگاه فردی
۶۹	بونگ و کهن الگوها
۷۱	نماد ماندالا نمونه‌ای از زبان ناخودآگاه

۱۲۴	تحلیل اطلاعات ۷	۷۲	بیایید بیایید به گلزار بگردید
۱۲۵	نتیجه	۷۳	بینامتنیت
۱۲۶	مجموعه‌ی روز برفی آفتابی	۷۴	فضاهای بینایین در ارتباط تصویری
۱۲۶	مطالعات اکتشافی	۷۵	پوسترهای بزرگ
۱۲۷	پرسش آغازین	۷۸	جایگشت متن
۱۲۷	طرح نظری مساله تحقیق	۸۰	کمپوتروفید، نماد صلح
۱۲۸	ساختن مدل تحلیلی ۱	۸۲	فضاهای بینایین در تصویر
۱۲۸	مشاهده ۱	۸۴	شعر و بینامتن
۱۲۹	تحلیل اطلاعات ۱	۸۵	استفان مالامه، شاعر فضاهای بینایین
۱۲۹	ساختن مدل تحلیلی ۲	۸۸	حافظ، شاعر بینامتنیت
۱۳۰	مشاهده ۲	۸۹	حافظ، شاعر دیزاینر
۱۳۰	تحلیل اطلاعات ۲	۹۱	شعر حافظ از منظر ناظر ناخودآگاه فروید
۱۳۱	مشاهده ۳	۹۳	نقش تصویر در دوران معاصر
۱۳۱	تحلیل اطلاعات ۳	۹۳	گونه‌بندی تصاویر از دید مچل
۱۳۲	ساخت مدل تحلیلی و مشاهده ۴	۹۵	انتقال پیام از طریق تصویر تحت تاثیر فرانگاره
۱۳۴	تحلیل اطلاعات ۴	۹۷	تصویر و بیناصویر
۱۳۵	نتیجه پژوهش	۹۸	بینامتنیت (میان ذهنی)
۱۳۷	فرانگاره نقاب و زندان	۹۸	بینامتنیت و فضاهای بینایین در هنر اسلامی
۱۳۷	مطالعات اکتشافی	۹۹	تاغیب‌ها گردد نهان
۱۳۷	ساختن مدل تحلیلی ۱	۱۰۲	شهرمن
۱۳۸	مشاهده و تحلیل اطلاعات ۱	۱۰۳	فضاهای منفی در هنر شرق
۱۳۸	مشاهده ۲	۱۰۴	عباس کیارستمی، بوف
۱۳۹	تحلیل اطلاعات ۲	۱۰۷	سه
۱۳۹	ساختن مدل تحلیلی ۳	۱۰۷	چند نمونه پژوهشی
۱۴۰	مشاهده ۳	۱۱۱	فرانگاره خانه
۱۴۰	تحلیل اطلاعات ۳	۱۱۱	مطالعات اکتشافی
۱۴۱	ساختن مدل تحلیلی و مشاهده ۴	۱۱۱	ساختن مدل تحلیلی و مشاهده ۱
۱۴۳	ساختن مدل تحلیلی و مشاهده ۵	۱۱۱	تحلیل ریخت‌شناسی اطلاعات
۱۴۴	تحلیل اطلاعات ۵	۱۱۲	دیزاین / ترکیب فرم T و فرانگاره خانه
۱۴۷	سخن آخر	۱۱۳	مشاهده ۲
۱۵۱	منابع و مأخذ فارسی	۱۱۳	نتیجه پژوهش
۱۵۸	منابع و مأخذ لاتین	۱۱۶	مطالعات اکتشافی
		۱۱۷	ساختن مدل تحلیلی ۱
		۱۱۸	مشاهده ۱
		۱۱۸	تحلیل اطلاعات ۱
		۱۱۹	ساختن مدل تحلیلی ۲
		۱۱۹	مشاهده و تحلیل اطلاعات ۲
		۱۲۱	مشاهده و تحلیل اطلاعات ۳
		۱۲۱	ساخت مدل تحلیلی ۴
		۱۲۱	مشاهده و تحلیل اطلاعات ۴
		۱۲۳	ساختن مدل تحلیلی، مشاهده و تحلیل ۵
		۱۲۳	ساختن مدل تحلیلی و مشاهده ۶

پیش‌گفتار

«حکمت واقعی هنگامی برمآ آشکار می‌گردد که بدانیم درباره زندگی، خود و دنیای پیرامونمان چه اندازه کم می‌دانیم.»

سقراط

هایدگر به تعریف ارسسطوی «انسان، حیوان ناطق است^۱» اشکالاتی عمدۀ وارد کرد. به خصوصی که ترجمه و به‌زعمِ او تفسیر لاتینی آن «حیوان عاقل^۲» بارها در آثارش در خدمت نقدی بر مابعد‌الطبيعه‌ی غربی قرار گرفت. ابن عربی تعریف ارسسطوی از انسان را پذیرفت و ملاصدرا که در فلسفه خویش متاثراز آرای ابن عربی بود، کوشید در تعریف انسان، قول ابن عربی را با تعریف ارسسطوی هماهنگ سازد. امانگارنده از نگاه یک دیزاینر، گمان می‌کند بهتر است به جای عبارت «انسان، حیوان ناطق است»؛ به تعریف «انسان، حیوانی است که ارتباط برقرار می‌کند» هم توجه شود. موضوع ارتباط از دیرباز مشخصه‌ی آدمی بوده است. درواقع توانایی بشربرای ایجاد ارتباط و تفاهم با دیگران بوده است که هویت او را به عنوان انسان امروزی شکل داده است. هوموساپینس^۳ یا انسان خردمند^۴، سرده‌ی گونه انسانی امروز، روند تکاملی و فرگشت را با برقراری ارتباط با جامعه کوچک خود و به اشتراک گذاشتن کمبودها، نیازها و رویاهایش طی کرد. اگر بخواهیم کمی دقیق‌تر نگاه کنیم، امروزه بیشترین توان ما برای برقراری ارتباط با دیگران مصرف می‌شود. ما با مهارت ارتباطی خود می‌خواهیم بخشی از درک و دریافتی که در ذهن ما شکل گرفته به فرد دیگر منتقل کرده و دریافت او را کنترل یا برروی باور و اندیشه او تاثیر بگذاریم. برای اینکار از ابزارهای کلامی و غیرکلامی استفاده می‌کنیم و امیدواریم آنچه در ذهن ما نقش بسته است، به همان شکل در ذهن طرف مقابل نیز ثبت شود. اگر چه در تعریف ارتباط، تنها از چند جمله و تعبیر ساده استفاده می‌کنیم، اما لازم است همواره به خاطرداشته باشیم که اصل ماجرا، کاری بسیار پیچیده است. ارتباط کامل، رابطه‌ای است که در آن، طرف مقابل، پیام را با حداکثر دقت ممکن دریافت و درک کند. هرچند برخی، بخش اصلی (و گاه تمام) مسئولیت انجام ارتباط را بر عهده‌ی ارسال

۱ λόγον ἔχον (زُون لِگون اشون)

۲ Animal rationale

۳ Homo Sapiens

۴ نام علمی انسان خردمند (homosapiens) توسط کارل لینه (۱۷۵۸) گذاشته شده، بخش لاتین آن homo (homo) به معنی انسان و بشر است و sapiens (sapiens) که واژه‌ای لاتین است، معنی خردمند می‌دهد.

کننده‌ی پیام می‌گذارند، نادیده گرفتن نقش دریافت‌کننده بی‌توجهی به ساختار ارتباط است. اصل اول موضوع ارتباط، «تفاهم» است و در طول تاریخ نیزیکی از دغدغه‌های متفکران و ژرف‌اندیشان، شناختن عوامل دخیل در انتقال معانی و فهم آن به دیگران و ارایه‌ی روشنی بوده است که فهم و تفاهم را دقیق تر و کم‌آسیب تر کند. به لحاظ تاریخی مادقتیانمی‌دانیم نخستین بار چه کسانی به ارزیابی موضوع تفاهم بین فرستنده و گیرنده پیام پرداخته و به بررسی صحت انتقال پیام در روند انتقال آن تشکیک یا بحث کردند. اما می‌توان گمان کرد در دوره تاریخی، یکی از دغدغه‌های آدمی، اهتمام براین موضوع بوده است که پیامی را به همان شکل که فرستنده‌ی آن درک و دریافت کرده است به گیرنده منتقل کند؛ چراکه پس از پیدایش خط و نوشته و آغاز دوره‌ی تاریخی، پیام‌ها از شکل مستقیم انتقال به اشکال غیرمستقیم درآمدند؛ و مرزهای جغرافیایی و هم‌زمانی و هم‌مکانی جای خود را به گسترهای وسیع‌تر جغرافیایی و غیرهم‌زمانی و غیرهم‌مکانی داد.

اصطلاحاتی مانند تفسیر، تاویل و توضیح از هنگامی وارد چرخه‌ی انتقال پیام شد که فرستنده و گیرنده، ارتباط مستقیم با هم را ازدست داده و پیام‌ها با فاصله و واسطه منتقل شدند. تفاسیر کتاب‌های مقدس و نیز تحلیل‌های تاریخی در خصوص وقایع تاریخی و زندگی قهرمانان و حاکمان گواه این موضوع است. در قرن نوزدهم برپایه این نیاز، دانش هرمنوتیک^۱ سربرآورد و به مرور با جدی تر شدن مباحث پیرامون آن، موضوع فهم و تاویل متون، بر تارک اندیشه ورزی انسان متفکر قرار گرفت. از آنجا که هر فهم، حاصل عبور پیام از مثلث «فرستنده‌ی پیام»، «حامل پیام» و «گیرنده‌ی پیام» است؛ در نهایت «فهم پیام» که دغدغه برقراری ارتباطی کامل و درست است مشخصاً به چگونگی، دریافت «گیرنده‌ی پیام» متکی شد.

در خصوص بحث محوری این نوشتۀ که بر تصویر، ادراک بصری و انتقال پیام تصویری معطوف است؛ باید اذعان نمود هرچند واسطه‌های ارتباطی انسان به حوزه‌های کلامی و بصری محدود نمی‌شود، ولی تصویر در دنیای امروز نقش کلیدی بازی کرده واژ مشخصه‌های دنیای معاصر است. بنگاه به هر تصویر می‌توان مفاهیم بسیار دریافت کرد.

«دیدن و فهمیدن» نه امری فیزیکی که تنها به واسطه ورود نور به کره چشم ما صورت گیرد بلکه تماماً حاصل کنش و تراکنش ذهنی ماست. چنانچه شیخ اشراق باور دارد، مشاهده تنها امری فیزیکی و بازی نور نیست بلکه مشاهده، حاصل احاطه نفس و

^۱ هرمنوتیک، افعال یونانی (Hermeneuein) به معنای تفسیر کردن اشتقاق یافته است.

اشراقِ حضوری، نسبت به شیء است (سهروردی ۱۳۹۷، ۳۳). نور با مشخصات فیزیکی خود از عدسی چشم انسان عبور کرده، بروی کانون دید متمرکز شده و عمل دیدن و دیافت را بر عهده مغز می‌گذارد. از این مرحله به بعد، مغزانسان با پردازش گرداده‌های عصبی وارد عمل شده و می‌بیند. دیدن، محصول پردازش ذهن پردازش‌گر و امری یگانه و منحصر به او است؛ از آنجا که پردازش ذهن بیننده از فیلتر تجربه‌های پیشین فرد گذشته و تجربه‌ها دارای ساختارهای فرهنگی-اجتماعی-زیستی است، داده‌ها و داشته‌های پیشین بیننده، برعوای دیدن و درک او تاثیرگذار هستند. ویلیام میچل^۱ می‌گوید: تاریخ هنر، پیشرفتهای فناوری، رسانه‌ها، تجربه‌های اجتماعی، جنسیت، آموزه‌های دینی و اخلاقی، سیاست یا زیبایی‌شناسی، همگی در نحوه دیدن ما تاثیرگذار هستند (Mitchell ۱۹۹۸، ۵۷-۵۸). ذهن پردازش‌گر، متاثر از پیش‌فهم‌ها، به پردازش جهان می‌پردازد و بر آن اساس می‌بیند و می‌فهمد. در روند دیدن، رنگ‌ها در برابر تجربه‌های پیشین ذهن، رنگ می‌بازند و فرم‌ها در برابر تجربه‌های گذشته دگرگون می‌شوند. تجربه‌های پیشین بیننده حتی در چگونگی فعل دیدن هم تاثیرگذارند. از این روتوجه به تفاوت‌های نوع دیدن و پیش‌بینی آن در افراد گوناگون یکی از پایه‌های ادراک تصویری به شمار می‌رود.

به نقل از بلتینگ^۲ «از آن حیث که [بسیاری از] تصاویر صورت فیزیکی ندارند، نیازمند رسانه‌ای هستند که خودشان را در آن‌ها تجسم بیخشند» (نصری ۱۳۹۳، ۸۵). به اعتقاد یاکوبسن هرگونه ارتباط ازیک «پیام» تشکیل شده است که از سوی «فرستنده» به «گیرنده» منتقل می‌شود. و هر ارتباط موفق باید سه عنصر دیگر را هم همراه داشته باشد. «زمینه»، که مخاطب بتواند آن را به روشنی درک کند (احمدی ۱۳۷۱-۶۵)، «گیرنده» (۶۶). رموز که گوینده و مخاطب هردو آن را بشناسند و سرانجام «تماس»؛ یعنی مجرایی جسمی و پیوندی روانی بین گوینده و مخاطب که امکان برقراری ارتباط را میسر سازد (یاکوبسن و دیگران ۱۳۶۹-۷۶، ۷۷). هر فهم و ارتباط تصویری نیز شامل فرستنده پیام، خود پیام و دریافت‌کننده پیام است؛ و فرستنده پیام، معنی را در قالب تصویر طراحی کرده و به گیرنده پیام می‌رساند. در این روند، پیام اولیه در پروسه‌ی تولید فرم تا دریافت، دوبار ترجمه می‌شود؛ یک بار ترجمه‌ی معنا به تصویر توسط دیزاینر و بار دیگر ترجمه تصویر به معنا توسط گیرنده پیام. در این نوشتار مرحله دوم ترجمه که

۱ ویلیام میچل (انگلیسی: William John Mitchell، دسامبر ۱۹۴۴ - جون ۲۰۱۵) نویسنده، نظریه پرداز، مدرس، معمار و دیزاینر استرالیایی.

۲ هاس بلتینگ (انگلیسی: Hans Belting، زاده ۷ جولای ۱۹۳۵) نویسنده آلمانی تاریخ هنر و نظریه پرداز قرون وسطی

توسط ناظرانجام می‌شود مهم‌ترین بخش این روند شناخته می‌شود؛ چراکه «تصویر به یک تصویر مبدل نخواهد شد مادام که به واسطه یک ناظر به آن جان بخشیده نشده باشد.» (نصری ۱۳۹۳، ۸۵).

تُری ایگلتون^۱ بر همین اساس و در بحث مرتبط با معنای تصویر و تاویل آن در تاریخ معتقد است: «تاریخ نظریه ادبی [هُنری] جدید را می‌توان به طور تقریبی به سه مرحله تقسیم کرد: پرداختن به مؤلف (رمان‌تیسم و قرن نوزدهم)؛ توجه انحصاری به متن (نقد جدید)؛ و چرخش بارز کانون توجه به سوی خواننده [بیننده] در سال‌های اخیر» (ایگلتون ۱۳۸۰، ۱۰۳).

۱ تُری ایگلتون (به انگلیسی: Terry Eagleton؛ زاده ۲۲ فوریه ۱۹۴۳) نظریه‌پرداز ادبی بریتانیایی

يک ا

گفتار

از سده‌ی نوزدهم که تاریخ هنریه عنوان رشته‌ای دانشگاهی تثبیت شد، آثار هنری به شیوه‌هایی هردم متفاوت‌تر، تفسیریا قرائت می‌شوند. از آنجاکه هراثره‌نری، بیان فرهنگ آن (زمان و مکان) و بیان سازنده‌ی آن (هنمند) و هم‌چنین مبتنی بر ظرف یا رسانه‌ی آن (آنچه از آن ساخته شده) است، هر تولید هنری منفرد، چیزی بسیار پیچیده است. (آدامز ۱۳۹۴، ۶)». فیلسوفان هرمنوئیک عینی گرا از جمله اریک هرش^۱ معتقدند در تفسیر متن، دو برداشت مستقل از یکدیگر وجود دارد: نخست معنایی که از واژگان متن دریافت می‌شود؛ و دیگر، شواهد آن معانی در دورانی که اثر تفسیر می‌شود (واعظی ۱۳۸۶، ۴۷۵-۴۷۴). او توضیح می‌دهد که معنای لفظی همواره ثابت است، اما شواهد آن معنا، در هر دوره‌ای فرق می‌کند و متعلق به یعنی‌دهی تصویر و چگونگی فهم اوست. به طور مثال وقتی نویسنده دوران کلاسیک واژه قلم را به کار می‌برد برای خواننده امروز درکی متفاوت از این ابژه رخ می‌دهد. یا واژه‌ی تلفن برای خواننده امروز مفهومی دیگر دارد.

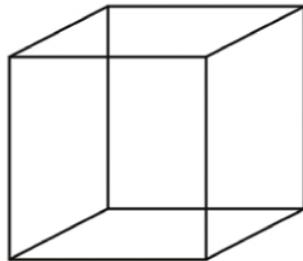
یونگ^۲ در این باره تعبیر ناهشیار (ناخوداگاه) جمعی را به کار برده است. «ناهشیار جمعی گنجینه‌ای است از خاطره‌ی آثاری که آدمی از نیاکان بسیار دور دست و حتی رده‌های تکاملی غیرانسانی (حیوانی) خود به دست آورده است. این آثار مربوط به مشهودات حسی و مدرکاتی هستند که بر ذهن نیاکان پسر عارض گردیده‌اند و در نسل‌های متوالی تکرار شده و به تجربه پیوسته‌اند. از آن جایی که ناهشیار جمعی، میان تمام انسان‌ها مشترک است، می‌بینیم در بسیاری از موارد، انسان‌های مختلف تمایل دارند نسبت به موقعیت‌ها، آشکال و رمزهای خاص، پاسخ یکسان نشان دهند. از نظر یونگ، ناهشیار جمعی سبب می‌شود در ما آمادگی قبلی نسبت به آن چه در پیرامونمان هست، پدید آید و ما را ودادرد، به گونه‌ای گزینشی نسبت به جهان واکنش نشان دهیم. فرایندهای روانی نیاکان ما تعیین کننده‌ی رویکرد ما به جهان و برداشت ما از آن است». (باقریپور ۱۳۸۹، ۱۵۹). تجربه‌ی دیدن «مکعب» نکر^۳ یک مثال تصویری از این نمونه‌هاست.

۱ اریک دونالد هرش (Eric Donald Hirsch) زاده‌ی مارچ ۱۹۲۸؛ فیلسوف و معتقد ادبی آمریکایی

۲ کارل گرستاو یونگ (به آلمانی: Carl Gustav Jung، ۱۸۷۵-۱۹۶۱)، روانپرداز و متفکر سوئیسی که به مخاطر فعالیت‌هایش در روانشناسی و ارایه‌ی نظریاتیش تحت عنوان روان‌شناسی تحلیلی معروف است. یونگ را در کنار زیگموند فروید از پایه‌گذاران دانش نوین روانکاری قلمداد می‌کنند به تعبیر فریدا فورد هام پژوهشگر آثار یونگ: «هرچه فروید ناگفته‌گذاشته، یونگ تکمیل کرده‌است».

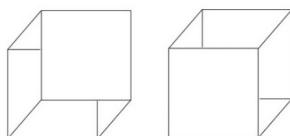
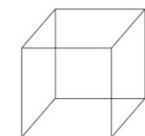
۳ لویی آلبرت نکر (Louis Albert Necker ۱۸۶۱-۱۷۸۶)، ریاضیدان و فیزیکدان سویسی.

به این تصویر توجه کنید:



نگاره ۱ مکعب نکر

مکعب نکر تصویری یک مکعب سه بعدی به روش ترسیم سیمی است و تمام اضلاع و وجهه پشت و روی آن ترسیم شده است. نمود تصویری این مکعب به شکلی است که گاه با زاویه دید رو به بالا و گاه با زاویه دید رو به پایین دیده می شود و ذهن شخص مُدرک، دائمًا بین این دو چشم انداز نوسان می کند. این خطا را برای اولین بار در سال ۱۸۳۲ بلورشناس سویسی، لوییس نکر منتشر کرد. دستگاه بینایی انسان هر بار تفسیری از بخشی از شکل را برای فهمیدن انتخاب می کند تا یک تصویر ذهنی کامل و هماهنگ ایجاد کند. داده های پیشین بیننده وارد روند دیدن شده و باعث می شود هنگام دیدن این مکعب، بیشتر افراد گوشه پایینی چپ را به عنوان جلوترین بخش بینند و مکعب ذهنی شان را براساس آن بسازند.



«وقتی مکعب نکر دیده می شود اغلب افراد در اغلب دفعات صفحه پایین و چپ را بعنوان صفحه جلو مکعب تلقی می کنند زیرا [به طور تاریخی] آنها معمولاً اشیا را از بالا نظاره می کنند بطوری که وجه بالایی آن بمراتب بیشتر از وجه پایینی دیده شود. بنابرین مغز ترجیح می دهد که مکعب از بالا دیده شود.» (بیکی ۱۳۹۵) دلیل دیگر به ترجیح طبیعی مغز بر می گردد که

نگاره ۲ روش دیدن و تحلیل ذهن از مکعب نکر

می خواهد اشیاء را از چپ به راست ببیند. بنابرین مغز می خواهد مربعی را که در چپ ترین قسمت است را در جلو ببیند. مکعب نکردن واقع پرتو روشی بر سیستم بینایی انسان می اندازد و شاهدی از مغزانسان بعنوان یک شبکه عصبی است که می تواند دو حالت کاملاً متمایز و قابل تغییر و تبدیل را درک کند. جالب آن که در یک پژوهش مرتبط ببروی «سیدنی بردفورد» نتایج جالبی به دست آمد. سیدنی در سن ۱۰ ماهگی کورشد ولی بعد از عمل جراحی پیوند قرنیه، بینایی خود را در سن ۵۲ سالگی بدست آورد و مورد مطالعات علمی فراوان قرار گرفت. او مانند دیگر افراد قادر به دریافتی که انسان معمولی از مکعب نکراست نمی باشد و مکعب نکر را یک تصویر صاف می بیند (بیکی ۱۳۹۵). علت این است که افراد در اغلب موارد اشیا را از بالا به نحوی که راس آن ها در معرض دیدشان است، دیده اند، نه از پایین به طوری که کف آن ها قابل دیدن باشد. مغز براساس فرانگاره خود به گونه ای مکعب را تفسیر می کند که گویی از بالا دیده می شود.

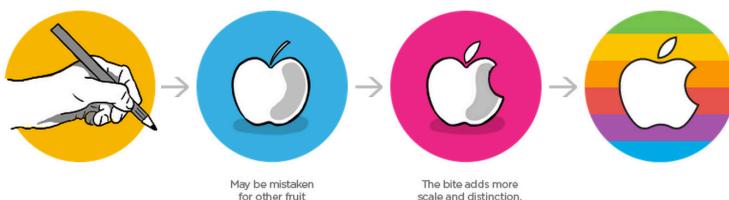
مساله اصلی این نوشه این است که هنگامی که دیزاین و تولید کننده تصویر، قصد دارد با آفرینش تصویر، پیام را به مخاطب منتقل کند، واژآنجا که گیرنده پیام و بیننده تصویر دارای تجربه‌ی پیشین بوده و با انبوهی از آموزه‌ها و تجارب دریافتی دست به دریافت و درک پیام تصویری می زند، بخش اعظم درک او مبتنی و متکی به همان آموزه‌ها و تجارب پیشین است. همانگونه که فهم، متاثر از پیش فهم است، فهم، تصویر نیز متاثر از پیش فهم‌های تصویری است. در صورتی که بتوان نشان داد هیچ پیام تصویری بدون حضور تصویر منتقل نمی شود و در روند انتقال پیام از فرستنده به گیرنده، دریافت بیننده از تصویر، نقش پایه‌ای در ادراک پیام ایفا می کند، فرانگاره‌ی مخاطب حائز اهمیت گشته و نقش اصلی را در انتقال پیام تصویری بر عهده می گیرد. در صورتی که بتوان جایگاه و اهمیت فرانگاره را اثبات کرد، آنگاه هر تولید کننده تصویر، طراح گرافیک یا متخصص ارتباط تصویری به ضرورت مطالعه‌ی ابعاد و شکل فرانگاره در گروه مخاطب یا گروه هدف آشنا شده و برای انتقال پیام تصویری با کمترین اشکال، ابتدا دست به کشف و تحلیل فرانگاره در مخاطب می زند.

در این مسیر پرسش هایی مطرح است: شاخصه‌های موثر بر انتقال پیام تصویری چیست و چگونه فرستنده‌ی پیام تصویری می تواند چگونگی دریافت پیام توسط مخاطب را پیش بینی کرده و شکل پیام (تصویر) را وارد چرخه‌ی ویرایش کند تا به

نتیجه‌ای دقیق تر و صریح تر دست یابد؟ عمل فیزیکی دیدن چگونه تحت تاثیر ذهن و تجربه است؟ فهم تصویری چگونه شکل می‌گیرد و چگونه این فهم تحت تاثیر فرهنگ دیداری است؟ چگونه انسان در پس فرم‌ها به تولید تصاویر ذهنی خود می‌پردازد؟ پیش‌فهم‌های تصویری چه تاثیر و دلالتی در فهم تصویردارند و چگونه تصاویر به بیرون از خود ارجاع می‌کنند؟

تصویر، زبان مشترک همه انسان‌ها

«دیدن، پیش از واژه‌ها قرار دارد. کودک می‌بیند و تشخیص می‌دهد پیش از آنکه بتواند صحبت کند» (Berger ۱۹۷۲). ارتباط از طریق تصویر، فراگیر، سریع و منطبق بر نیازها و مناسبات انسان معاصر است. تصاویر، رها از بند زبان، قومیت، نژاد، سطح سواد و فرهنگ بیننده، قادر به انتقال معانی هستند. به ویژه در دنیای امروز که ارتباطات گسترده‌تر و انسان‌ها به یکدیگر نزدیک‌ترند؛ امروزه تصویر می‌تواند زبان مشترک همه انسان‌ها باشد. مهم‌ترین هدف ارتباط تصویری و دغدغه اصلی طراحان نیز یافتن روشی است تا بتواند اطلاعات و مفاهیم را به درستی در قالب تصویر به بیننده منتقل کند. آگاهی براین که چگونه ذهن انسان با دیدن جزیی از تصویر، کل تصویر را در ذهن خود بازسازی می‌کند به دیزاینر کمک خواهد کرد چیدمان شکل‌ها را با ترتیبی مناسب تر و یا حذف عناصر اضافی را با دقتی بیشتر انجام دهد. تکامل و درک فرم‌های بیرونی به واسطه فرانگاره‌ها و پیش‌ذهنیات مخاطب صورت می‌گیرد و از این رو دیزاینر باید بتواند پیش‌آپیش با نحوه برداشت و فهم مخاطب آشنا شود. به طور مثال دریابد چه عاملی باعث تشخیص نشانه‌ی ساده یک شرکت به عنوان یک



نگاره ۳ علت گاززده بودن سبب در لوگو اپل.

سیب می‌شود و یا چگونه تغییری کوچک در فرم، ممکن است سیبی را به اشتباه شبیه به میوه‌ای دیگر کند.

به عنوان مثال نشانه شرکت اپل، یک سیب گاززده است. افسانه‌های زیادی در مورد علت گاززده بودن سیب وجود دارد. اما راب جنف^۱، خالق نشانه شرکت اپل مکینتاش، در وب سایت رسمی^۲ خود می‌گوید: دلیل گاززده بودن سیب شرکت اپل این است که اگر به طرح کلی سیب دقت کنید خواهد دید که ممکن است، با میوه‌های دیگر خصوصاً گیلاس اشتباه گرفته شود. بنابراین اگر سیب را گاززده ترسیم کنیم مقیاس پیدا کرده و دیگر کاملاً مشخص می‌شود که این یک سیب است نه گیلاس. (۲۰۱۵ Janoff)

آگاهی به ظرایفِ درک و پیش درک بیننده، نه موضوعی مربوط به استنباط دیزاینر از دامنه ادراکی بیننده، بلکه موضوعی مربوط به چگونگی فهم و برداشت بیننده که مستلزم شناسایی آن توسط دیزاینر است، می‌باشد. با توجه به موضوع، فهم بر اساس ذهنیات بیننده، فرستنده‌ی پیام تصویری با کشف فرانگاره‌ها می‌تواند ارتباط تصویری سریع، صریح و کامل با مخاطب برقرار کند.

ارتباط چیست

ارتباط^۳ از موضوعات مورد توجه رشته‌های گوناگون علوم انسانی و موضوع اصلی ارتباط تصویری است. تا به حال تعاریف متعددی برای ارتباط ارایه شده است. شاید ارسسطو، نخستین کسی باشد که درباره ارتباط سخن گفته است. او در کتاب «ریطوریقا»^۴ در این مورد می‌گوید: «ارتباط عبارت است از جستجو برای دست یافتن به کلیه‌ی وسائل و امکانات موجود، برای ترغیب و اقناع دیگران (محسنیان را در ۱۳۶۸، ۴۳)» بسیاری از تعاریفی که برای ارتباط بیان شده تا حدودی تحت تاثیر نظریه‌ی ارسسطو است که بر تاثیرگذاری تاکید کرده است.^۵ به عنوان نمونه، کلود شنن^۶ در کتاب نظریه‌های ریاضی ارتباط می‌نویسد: «ارتباط عبارت است از تمام روش‌هایی که از طریق آن ممکن است ذهنی برروی ذهن دیگر تأثیر بگذارد؛ این عمل نه تنها با

Rob Janoff ^۱

www.robjanoff.com ^۲

Communication ^۳

Rhetoric ^۴

۵ احمدی، بابک، ۱۳۷۰ ساختار و تاویل متن، تهران: مرکز.

۶ کلود الود شانون (به انگلیسی: Claude Elwood Shannon) آوریل ۱۹۱۶ – ۲۴ فوریه ۲۰۰۱)

نوشته یا صحبت کردن؛ بلکه حتی با موسیقی، هنرهای تصویری، تئاتر، باله و عملا تمام رفتارهای انسانی عملی است.» (محسنیان راد، ۱۳۶۸، ۴۴). بنابراین، ابزارهای ارتباط بسیار گوناگون‌اند. آدمیان نه تنها به وسیله‌ی نظام زبان و ابزارهای اساسی آن؛ یعنی گفتار و نوشتار، بلکه به یاری اشارات اندام بدن، نظام پوشاسک، نظام خوراک، نظام نشانه‌های فرهنگی- از سیماچه‌های «اقوام ابتدایی» تا نظام نقاشی تجربی دیگر معاصر- با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. (احمدی ۱۳۹۵، ۱۲)

دیزاین، آرت / (طراحی، هنر)

«دیزاین تنها آن نیست که محصول چه شکلی داشته یا احساس آن چگونه باشد، دیزاین آن است که چگونه بکارآید.»

استیو جائز

واژه‌های آرت، دیزاین و هنر به مفهوم امروزی مفاهیمی جدید در تاریخ هستند. مفاهیمی که بعد از دوران مدرن مدرن وارد دایره واژگان جهانی شده‌اند. در واقع مفهوم هنر به معنای تولید ابژه‌ای که حاصل سفر درونی هنرمند و نتیجه تجربیات شخصی اوست در قالب مانیفست روحيات و نظریات هنرمند مفهومی جدید است. مفهومی که در پی تولید اثری کارکردی و کاربردی نیست. در تاریخ هنر غرب می‌توان حد اکثر تا نقاشان امپرسیونیست عقب رفت. پیشتر هرچه هست مفاهیمی کارکردی و معمولا در پی سفارش هستند. هنر به معنای کمال و فضل بکار رفته است و نه فرایند تولید رفتار یا آبژه‌ای به معنای امروز. هنر در پی توضیح جهان است و دیزاین در پی تغییر جهان. در مدخل واژه هنر در لغتنامه دهخدا چنین آمده است:

هنر. [هُنَرٌ] (ا) علم و معرفت و دانش و فضل و فضیلت و کمال. (از نظام الاطباء) کیاست. فراست. زیرکی. این کلمه در واقع به معنی آن درجه از کمال آدمی است که هشیاری و فراست و فضل و دانش را در بردارد و نمود آن صاحب هنر را برتر از دیگران می‌نماید:

پس آنگاه سام از پی پور خویش
هنرهای شاهان بیاورد پیش.
فردوسی.

و در فرهنگ فارسی معین:

- هنر. (هـ ن) (ا.) ۱ - فضل ، کاربرجسته و نمایان . ۲ - زیرکی . ۳ - پیشه و صنعت .
۴ - تقوی ، پرهیزگاری . ۵ - هریک از هنرهای زیبا.

واژه هنر در زبان سانسکریت، ترکیبی از دو کلمه «سو» به معنی نیک و «نر» یا «نره» به معنای زن و مرد است. در زبان اوستایی «س» به «ه» تبدیل شده واژه «هون» ایجاد گشته است که در زبان پهلوی یا فارسی میانه به شکل امروزی (هنر) درآمده است که به معنای انسان کامل و فرزانه است. در گذشته، معنای واژه طراحی نیز محدود به ترسیم‌های مقدماتی که به ذهن هنرمند می‌رسید اطلاق می‌شد ولی امروزه «طراحی» معنایی وسیع‌تر داشته و بر روند سازماندهی عناصر دلالت دارد (پاکباز ۳۴۹، ۱۳۸۳).

باید دانست طراحی/دیزاین و هنر/آرت را نمی‌توان جامع و کامل در یک جمله تعریف کرد. در واقع مشخصه مفاهیم اینچنینی آن است که هر تعریفی برای آن ارایه شود بازهم با ابزه‌ها و محصولاتی روبرو خواهیم بود که در آن تعریف نمی‌گنجند. مثلاً اینکه دیزاین/طراحی حل مساله است تعریف کاملی نیست. چون هر حل مساله‌ای دیزاین نیست. فرض کنید حاصل حل یک مساله ریاضی دیزاین نیست. یا حاصل حل شدن یک مساله اجتماعی دیزاین نیست؛ و یا در تعریف و هدف آرت/هنر گفته می‌شود تولید زیبایی. در صورتی که در بسیاری نمونه‌های هنر جدید اساساً با ضدزیبایی روبرو هستیم. حتاً مشخصه هنر پست‌مدرن ضدیت و نفی شی است. از سوی دیگر باید بدانیم آرت و دیزاین دو موضوع کاملاً جدا از هم و همواره قابل تشخیص هستند. هیچ ارتباط و اشتراکی باهم ندارند. مثل آب و روغن در یک ظرف هستند که با هم ترکیب نمی‌شوند ممکن است در یک ظرف آب و روغن با هم وجود داشته باشد اما همواره قابل تمیز دادن است. ممکن است در یک اثر هنری یا تصویری، آرت و دیزاین را با هم داشت ولی همواره هردو جدا از هم و قابل تشخیص است. استفاده از واژه طراحی هم بجای دیزاین با مشکلاتی همراه است. «طراحی» مفهومی هنر زده در خود دارد. در عین حال ترجمه واژه Drawing به معنای طراحی با قلم نیز هست. به همین دلیل در این نوشته سعی می‌شود از واژه دیزاین استفاده شود. چنانچه گفته شد آرت و دیزاین دو مفهوم جدا از هم هستند. شاید بتوان برای تمیز دادن آرت و دیزاین از مشخصه‌های زیر بهره برد:

دیزاین همیشه brief یا صورت مساله دارد. در دیزاین از پیش معلوم است دیزاین در نهایت باید چکار کند اما آرت الزاماً بريف ندارد و معلوم نیست قرار است هنرمند

در نهایت چکار کند. دیزاین کار منطق و عقل است و نه احساس. به همین دلیل واژه هایی مثل خوشم آمد، دلم خواست، اینجوری دوست داشتم باشد، به نظرم این درست است و ... در دیزاین کاربرد ندارد. اما هنر و آرت کاردل و عشق است و احساس است. واژه هایی مثل حسم این بود، اینجوری قشنگ است، به نظرم اینجوری بهتر بود و ... در هنر بسیار درست و بجا هستند و کاربرد دارند. دیزاین استدلال پذیر است و برای هرجزان استدلال وجود دارد، اما هنر قابل استدلال نیست. دیزاین را ببدأ سفارش می گیرد سپس کار را شروع می کند اما هنرمند معمولاً ابتدا کار کرده، اثر تولید می کند سپس کارش را عرضه کرده و می فروشد. دیزاین معمولاً حاصل کار جمعی است اما هنر معمولاً حاصل کاریک هنرمند است. دیزاین الزاماً در پی تولید زیبایی نیست اما هنری‌بیشتر در پی تولید زیبایی است. ساخت ابزار و اشیا و تصاویر کاربردی کار دیزاین است. کار آرت ساخت ابزار و اشیا کاربردی نیست. دیزاین مقابله و طغیان علیه طبیعت است و دیزاین را عمدتاً شی یا تصویری می سازد که در طبیعت نبوده است. مثلاً طراحی یک صندلی. دیزاین در پی تغییر جهان است و آرت در پی توضیح جهان. معمولاً هنرالهام گرفته از طبیعت است مثل یک نقاشی ازونگوک. حاصل کار دیزاین مانیفست تجربیات درونی او نیست و جدا از روحیات او و متعلق به افرادی بیرون از او است ولی اثر هنری حاصل هیجانات و شور درونی هنرمند و متعلق به خود او بوده و عمل امانیفست تجربیات و نظریات هنرمند است. ماموریت دیزاین، ساخت دنیا و بهتر کردن شرایط زندگی انسان در دنیا است. ماموریت هنر، بسط مرزهای جهان و بازکردن افق های تازه است. محصول دیزاین همیشه کاربرد دارد و عملکردی است و تزیینی نیست؛ هنر معمولاً تزیینی است و کاربرد و عملکرد ندارد. خوبی و بدی / درستی و غلطی / کارآمدی و نا کارآمدی دیزاین را می توان سنجید و تعیین کرد. اما خوبی و بدی / درستی و غلطی / کارآمدی و نا کارآمدی هنر را نمی توان سنجید و تعیین کرد.

باید دانست ما تاریخ هنرنداریم بلکه تاریخ دیزاین داریم. برای آنچه از نقش های قدیم به عنوان تاریخ هنر ذکر می شود بهتر است عنوان «تاریخ تصویر» گفته شود. در کتاب های تاریخ هنر، هیچ نمونه ای از هنر وجود ندارد بلکه تماماً دیزاین و تصویر است. از نقوش دیواره غارها تا نقاشی های رنسانسی همه در پی کارایی، سفارش و بخاطر بیان موضوع و ثبت سند و عمدتاً سفارشی بوده و عملکرد دارند. هیچ یک حاصل جوشش خود بخودی هنرمند نیستند. ما تاریخ هنرنداریم بلکه همه تاریخ

دیزاین یا دقیق تر تاریخ تصویر است. تقریباً همه نمونه‌های تاریخی که به دست آمده‌اند کارکرد داشته‌اند و تزیینی و بدون کارکرد نبوده‌اند. حتی مینیاتور هم هنر به معنای امروزی نیست بلکه تصویرسازی و دیزاین است.

طراحی گرافیک نیز هنر نیست بلکه به منظور ارتباط تصویری تولید می‌شود. فراسکارا^۱ با نگاهی جامع ترنسپت به طراحی گرافیک، آن را فعالیتی می‌داند که ارتباط‌های دیداری جامعه را سازمان دهی می‌کند. (۱۹۸۸ Frascara، ۲۰، ۱۹۹۴ Hollis) طراحی گرافیک حرفه انتخاب یا ساختن نشانه‌ها برای انتقال پیام است (۱۹۹۴ Hollis) و نقطه مشترک همه تعاریف فوق بر انتقال پیام از فرستنده به گیرنده متمرکز است. باید دانست طراحی گرافیک شاخه‌ای جدید در علوم محسوب می‌شود و اولین بار اصطلاح «طرح گرافیک» را ولیام ادیسن دویی گینز در سال ۱۹۲۲ به کار برده است (پاکباز ۳۴۹، ۱۳۸۳).

نظريه ارتباطي ياكوبسن

رومین یاکوبسن^۲ زبان‌شناس و ادیب روسی به هنگام طرح نقش‌های زبان، ابتدا نموداری کلی از روند ارتباط به دست می‌دهد. خلاصه‌ی این بحث را در مقاله‌ی «زبان‌شناسی و نظریه‌ی ادبی» او می‌توان یافت. به اعتقاد یاکوبسن، هرگونه ارتباط از یک «پیام» (Message) تشکیل شده است که از سوی «فرستنده» (Sender) به مخاطب یا «گیرنده» (Receiver) منتقل می‌شود. هر ارتباط موفق باید سه عنصر دیگر به همراه داشته باشد. ابتدا «زمینه» یا «مدلول» (Context) که مخاطب بتواند آن را به روشنی درک کند (احمدی ۱۳۷۱-۶۵). دوم رمز، کد (Code) یا مجموعه‌ای از رمزگان و علایم که گوینده و مخاطب هردو آن را بشناسند و سرانجام «تماس» (Contact)؛ یعنی مجرایی جسمی و پیوندی روانی بین گوینده و مخاطب که امکان برقراری ارتباط را می‌سرسازد (یاکوبسن و دیگران ۱۳۶۹، ۷۶-۷۷).

نشانه‌شناسی

نشانه‌شناسی^۳ علمی است که به بررسی انواع نشانه‌ها، عوامل حاضر در فرایند تولید و مبادله و تعبیر آنها و نیز قواعد حاکم بر نشانه‌ها می‌پردازد. دانش نشانه‌شناسی بررسی معنا‌سازی، فرایند شکل‌گیری نشانه‌ها و فهم ارتباطات معنادار است. نشانه‌شناسی شامل مطالعه‌ی ساخت و شکل‌گیری نشانه‌ها، اشارات، دلالت‌ها، نام‌گذاری‌ها،

Jorge Frascara ۱

Roman Jakobson (تولد: ۱۱ اکتبر ۱۸۹۶ - درگذشت: ۱۸ ژوئیه ۱۹۸۲) ۲

نشانه‌شناسی ۳

قياس‌ها، تمثیل‌ها، استعاره‌ها و رمزگان‌های ارتباطی است. نشانه‌ها بپایه روش یا رمزگان مورد بهره برای انتقالشان دسته‌بندی می‌شوند که می‌تواند آواهای خاص، علامت‌های الفبایی، نمادهای تصویری، حرکات بدن یا حتی پوشیدن یک لباس ویژه باشد. هرکدام از اینها برای رساندن پیام، ابتدا باید توسط گروه یا جامعه‌ای از انسان‌ها به عنوان حامل معنایی خاص پذیرفته شده باشند. (طاہری ۱۳۹۶-۱۶) نشانه‌شناسان نشانه‌ها را در انزوا مطالعه نمی‌کنند، بلکه توجه خود را به مطالعه شکل‌گیری و مبادله معنا در متون و گفتگوهای مختلف و در سطوح همزمانی و در زمانی معطوف کرده‌اند. (سجودی ۱۳۷۵، ۱۲۸)

پرس و سوسور

هر بار که یک تصویر را تفسیر می‌کیم (برای فهمیدن آنچه که تصویر نشان می‌دهد و آنچه که تصویر به آن دلالت دارد)، آگاهانه یا ناآگاهانه، از ابزارهای نشانه‌شناسی استفاده کرده‌ایم. قوانین و چارچوب نشانه‌شناسی، توسط دانشمند و فیلسوف آمریکایی، چارلز سیندز پرس^۱ در اوایل قرن نوزدهم و زبان‌دان فرانسوی، فردینان دو سوسور^۲ در اوایل قرن بیستم شکل گرفت. هر دو نظریه‌های مهمی در زبان‌شناسی ارایه کردند که در اواسط قرن بیستم برای تحلیل تصاویر به کار رفت. با این حال، نوشه‌های سوسور بیشترین تاثیر را در نظریه‌های ساختارگرایی^۳ گذاشت و راهگشای تجزیه و تحلیل فرهنگ دیداری شد. بر اساس نظریات سوسور، زبان شبیه بازی شطرنج است. چراکه معنا در آن وابسته به قرارداد و قانون است. همچنین سوسور استدلال کرد که ارتباط بین کلمات (یا صدای کلمات هنگام صحبت کردن) و چیزهایی که در جهان است دلخواهی است و موضوعی ثابت نیست. به عنوان مثال، کلمه سگ که در انگلیسی داگ، در فرانسه شیلن، و در آلمانی هوند گفته می‌شود، همه به یک نوع حیوان اشاره دارند؛ بنابراین، رابطه بین



نگاره^۴ علامت ایست

تصاویر به کار رفت. با این حال، نوشه‌های سوسور بیشترین تاثیر را در نظریه‌های ساختارگرایی^۳ گذاشت و راهگشای تجزیه و تحلیل فرهنگ دیداری شد. بر اساس نظریات سوسور، زبان شبیه بازی شطرنج است. چراکه معنا در آن وابسته به قرارداد و قانون است. همچنین سوسور استدلال کرد که ارتباط بین کلمات (یا صدای کلمات هنگام صحبت کردن) و چیزهایی که در جهان است دلخواهی است و موضوعی

۱ (زاده ۱۰ سپتامبر ۱۸۳۹ مرگ ۱۹ آوریل ۱۹۱۴ Charles Sanders Peirce)

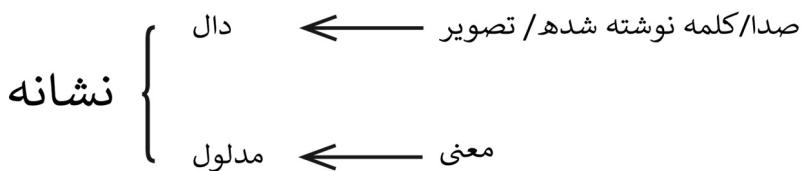
۲ (زاده ۲۶ نوامبر ۱۸۵۷ در ژنو درگذشته ۲۲ فوریه ۱۹۱۳ Ferdinand de Saussure)

۳ structuralism

کلمه و خود حیوان توسط قاردادهای زبانی دیگته شده است؛ به جای آنکه ارتباطی طبیعی بین آنها برقرار باشد. معانی براساس زمینه و قوانین زبانی تغییر می‌کنند.

چارلز سندز رپرس در مدت کوتاهی پیش از سوسور، ایده‌ی علم نشانه‌ها را مطرح کرد. رپرس معتقد بود که زبان و اندیشه فرآیند تفسیر نشانه‌هاست. از نظر رپرس، معنا حاصل مشاهده اولیه ما از یک نشانه نیست بلکه حاصل تفسیر ما از مشاهده اولیه است؛ و سبب اقدام بعدی براساس این تفسیر می‌شود. به عنوان مثال، ما یک علامت هشت ضلعی قرمز را با حروف STOP مشاهده می‌کنیم. معنای آن حاصل تفسیر ما از این علامت و انجام عمل بعدی است (ما می‌ایستیم).

اصلاحات زیادی در زمینه نشانه‌شناسی صورت گرفته است و یک روش مهم برای تحلیل‌های بصری است. این مدل روشی روشن و مستقیم برای درک ارتباط بین بازنمایی بصری و معنای آن ارایه می‌دهد. در مدل بارت یک نشانه^۱ وجود دارد که



نمودار ۱ دال و مدلول، نشانه

از منظر سوسور، دال چیزی است که نشان داده می‌شود و نشانه ترکیب دال و معنای دال است. یک تصویر یا کلمه می‌تواند معانی بسیاری داشته باشد و نشانه‌های بسیاری بسازد. تولید نشانه بستگی به بسترهای اجتماعی، تاریخی و فرهنگی آن دارد. معنای نشانه وابسته به زمینه‌ای است که تصویر در آن ارایه می‌شود (به عنوان مثال در گالری یا مجله) و همچنین بینندگانی که آن را تفسیر می‌کنند. ما در دنیای نشانه‌ها زندگی می‌کیم و این عمل تفسیر ماست که رابطه سیال بین دال و مدلول را برقرار کرده و نشانه را معنی دار می‌کند.

sign ۱
signifier ۲
signified ۳

تفسیر ما از تصاویر به بستر تاریخی و دانش فهنگی ما بستگی دارد. این تفسیر، شامل قردادهایی که تصاویر با آن بازی یا از استفاده می‌کنند، تصاویر دیگری که به آنها ارجاع می‌کنند؛ و همچنین فرم‌های آشنا و نمادها است. به عنوان قرارداد، نشانه‌ها می‌توانند نوعی زبان خلاصه‌نویسی برای بینندگان باشند؛ و ما اغلب تغییب می‌شویم رابطه بین دال و مدلول را طبیعی حس کنیم. به عنوان مثال، ما گل رز را با مفهوم عشق و یک کبوتر سفید را به مفهوم صلح می‌شناسیم. دشوار است پذیریم این رابطه، بر ساخته بشر است و طبیعی نیست. واقعیت این است که نشانه به دال و مدلول تقسیم می‌شود و به ما اجازه می‌دهد بینیم تصاویر می‌توانند معانی مختلفی را به نمایش بگذارند.

روش دیگر برای نگاه به این موضوع این است که بینیم معنای تصاویر براساس قرارداد و دستورالعمل‌های اجتماعی و زیبایی‌شناسی ساخته می‌شوند. قراردادها مانند عالیم راهنمایی در جاده هستند: ما باید برای فهمیدن آن، دستورالعمل آن را بیاموزیم؛ و آنچه می‌آموزیم طبیعت ثانوی آن می‌شود. آرم شرکت‌ها نیز براساس همین اصل تشخیص سریع کار می‌کند، با توجه به این واقعیت است که دلالت^۱ اولیه معنا (Nike برابر است با نایک^۲) به دلالت ثانوی معنا (معنی کیفیت، راحتی) ارزش برنده را افزایش می‌دهد. ما تصاویر را با دیدن سرنخ‌هایی که به معانی مورد نظر، خواسته یا ناخواسته و یا حتی صرفاً پیشنهاد شده است، رمزگشایی می‌کنیم. این سرنخ‌ها ممکن است عناصر فرمی مانند رنگ، سایه، لحن، کنترast، ترکیب، عمق، پرسپکتیو و سبک خطاب قراردادن باشند. حتی عناصری خنثی مانند لحن و رنگ می‌توانند بر مبنای فرهنگ معنی شوند. ما نیز تصاویر را با توجه به زمینه‌های جامعه‌شناختی^۳ خود تفسیر می‌کنیم. به عنوان مثال، ممکن است زمان و مکانی که تصویر در آن ساخته شده است و یا زمینه اجتماعی که در آن ارایه شده است را در نظر بگیریم. یک تصویر زمانی که به عنوان یک اثرهایی در یک موزه ارایه شود کاملاً معنایی متفاوت با زمانی دارد که در یک آگهی تبلیغاتی نشان داده شود. ما آموخته‌ایم ریزه‌کاری‌های فرهنگی را با دلالت به مفاهیم جنسیتی، نژادی یا طبقه‌ای معنی کنیم. به طور مثال تصویریک صندوق شکسته سبزرنگ در جامعه امروز ایران ممکن است برداشتی سیاسی مبنی بر انتخابات سال ۸۸ به دست دهد. براساس نظریه بارت، تصاویر می‌توانند دلالت اولیه و ثانویه پیدا کنند.

Nike ۱
sociohistorical ۲

اسطوره، دلالت و معنای تصاویر

بارت از اصطلاح دلالت اولیه (دلالت صریح)^۱ و دلالت ثانویه (دلالت ضمنی)^۲ برای توضیح انواع مختلف سطوح معنایی که در یک زمان توسط یک نفر از یک تصویر برداشت می‌شود استفاده می‌کند. یک تصویر می‌تواند یک حقیقت ظاهری را نشان دهد و شاهدی مستند باشد. دلالت صریح اولیه به معنای واقعی و آشکار تصویر اشاره می‌کند. همان عکس ممکن است دلالت ضمنی و ثانوی به معنای خاص فرهنگی کند. معنای ضمنی و ثانوی به واسطه زمینه‌های فرهنگی و تاریخی تصویر و زندگی بینندگان آن تصویر و برپایه مفهومی که از آن شرایط برداشت می‌کنند شکل می‌گیرد. همه تصاویر برای آن‌ها مفهوم شخصی و اجتماعی دارد. دلالت ثانوی به مفاهیم، در طول زمان و با تغییرات در زمینه‌های اجتماعی تغییر می‌کند. تمام مفاهیم و پیام‌ها، مسبوق به سابقه فرهنگی هستند و هیچ تصویری در قالب یک دلالت اولیه و خالص وجود ندارد. با این حال، دو مفهوم دلالت اولیه و دلالت ثانویه، می‌تواند مفید باشد، زیرا آنها به ما کمک می‌کنند تا به روش‌های مختلفی که تصاویر معانی را منتقل می‌کنند بیشتر فکر کنیم. توجه به اینکه چگونه تصویری که اشاره واضح به موضوعی دارد در عین حال در زمینه فرهنگی خاص خود به مفاهیم دیگری ارجاع پیدا کرده است.

دلالت، یک روش مهم برای انتقال مفاهیم ارزشمند تصاویر است. بارت از اصطلاح اسطوره^۳ برای اشاره به ارزش‌های فرهنگی و باورهایی که از طریق دلالت بیان شده‌اند استفاده می‌کند (Barthes, *Mythologies*, trans. Annette Lavers ۱۹۷۲). با کاربرد این اصطلاح، اسطوره اشاره به کارکرد ایدئولوژیک^۴ تصاویر دارد. برای بارت، اسطوره مجموعه‌ای از قوانین و مقررات پنهان است که از طریق آن، معنای، برای گروه‌های ویژه، به نظر طبیعی، جهانی و اعطای شده به کل جامعه تولید می‌شود. اسطوره اجازه می‌دهد تا معنای ضمنی و ثانوی یک شی یا یک تصویر، مفهومی واقعی (یا طبیعی) پیدا کند.

denotative ۱

connotative ۲

myth ۳

Ideologically ۴

بارت و فوکو

رولان بارت^۱، در مقاله ۱۹۶۷ خود، «مرگ مولف^۲» موضوع اقتدار و نفوذ قدرت را مطرح کرد (Barthes, ۱۹۶۷, ۱۴۲). بر طبق گفته بارت، هرگز یک معنای ثابت در متن برای کشف توسط خواننده وجود ندارد. از آنجا که خواندن یک متن تحت تاثیر شدید زمینه‌های فرهنگی است، دیگر مولف اثر در متن زنده نیست. ما می‌توانیم مفهوم بارت را در مورد ناپدیدشدن نویسنده، به عنوان یک نیروی مقتدر در معنای متن، به زیر سوال بردن ساختار قدرت، بین بیننده و تولیدکننده تصویر پیوند زنیم. گرچه ممکن است آثار، معنای غالبی داشته باشند، اما بر عهده‌ی خواننده‌ی منتقد است که از یکسو معنای غالب را کشف و به دیگران نشان دهد، و از سوی دیگرنشان دهد چگونه این معنی در بسترها مختلف شکل گرفته است. هر متن داده شده، در برابر ساخت معنا و تفسیرهایی که همراه با مفهوم متن و حتا در تضاد با مفهوم اثر است، باز است. بارت می‌گوید که یک خواننده (و یک بیننده) باید تحلیل‌گر و منتقد باشد و از شیوه‌های تفسیری که در زمینه‌های تاریخی و فرهنگی متن یا تصویر داده شده است استفاده کند. او خاطرنشان می‌کند این یک افسانه است که گمان کنیم نویسنده، تولیدکننده اصلی معنای متن است. بلکه معنای تصاویر و متون با تفسیر Marita Sturken, Lisa (۲۰۱۷ Cartwright, ۵۷)

ایده‌ی انتقادی بارت بر موضوع خواندن از سوی منتقدان و نظریه پردازان رسانه که مایل به تاکید بر اهمیت تجربه‌های بیننده بودند دنبال شد. فیلسوف فرانسوی میشل فوکو^۳ در مقاله ۱۹۶۹ خود، «مولف چیست؟»^۴ اشاره کرد که همیشه مولف وجود ندارد و احتمالاً از این رابطه خارج می‌شود (Foucault, ۱۹۶۹). او پیشنهاد کرد از مفهوم «عملکرد مولف^۵» بجای مولف استفاده کنیم. به این معنا، ما می‌توانیم مولف رانه به عنوان یک فرد، بلکه به عنوان عملکرد یک گفتمنان، پیرامون مجموعه‌ای از انتظارات، باورها و ایده‌ها؛ و نیز الگوهای گردش معنا در نظر بگیریم. ما از این مفهوم استفاده می‌کنیم تا به ارزش‌های ایدیولوژیک تولیدکننده‌ی یک اثر (چه نویسنده، چه هنرمند

Roland Barthes ۱

The Death of the Author ۲

Michel Foucault ۳

What Is an Author? ۴

Michel Foucault, «What Is an Author?», in Language, Counter-Memory, Practice, trans. Donald F. Bouchard and Sherry Simon (Ithaca, NY: Cornell University Press, 1977), 124-27. ۵

author function ۶

یا حتی بزند یک موسسه) بپردازیم. کسی که در جایگاه مولف اثر، احساس و ایده‌اش به واسطه تصویر منتقل شده است. پس ما نباید بپرسیم «مولف این متن کیست؟» بلکه بهتر است در خلال یک گفتگو مولف این متن چیست؟
(۵۸، ۲۰۱۷ Marita Sturken, Lisa Cartwright)

شمایل، نمایه، نماد

در حالی که بارت و سوسور مفاهیم نشانه، دال، و مدلول را گسترش می‌دهند، پرس مدلی تقریباً متفاوت کار می‌کند که در آن، نشانه (که نزد پرس کلمه یا تصویر است) از معنی شی (که پرس آن را دلالتگر^۱ می‌نامد، و معادل مدلول بارت است)، متمایز شده و بلکه خود شی است. کار پرس برای بررسی تفاوت‌های انواع مختلف نشانه و ارتباط آن با واقعیت بسیار مهم است. پرس سه نوع نشانه را تعریف می‌کند شمایلی^۲، نمایه‌ای^۳، نمادین^۴. در تعریف پرس، نشانه‌های شمایلی شبیه به شی مورد دلالت هستند. بسیاری از نقاشی‌ها و طراحی‌ها شمایلی‌اند. مانند بسیاری از کمیک‌ها، عکس‌ها، فیلم‌ها و تصاویر تلویزیونی.

برخلاف نشانه‌های شمایلی که به طور معمول به اشیاء شبیه هستند، نشانه‌های نمادین، به گفته پرس، هیچ ارتباط آشکاری با اشیاء مورد اشاره خود ندارند. و نشانه‌های نمادین از روش‌هایی دلخواه (می‌توان گفت «غیر طبیعی») یک شی را به معنی آن وصل می‌کنند. به عنوان مثال، زبان‌ها سیستم‌های نمادین هستند که از قرارداد برای ایجاد معنی استفاده می‌کنند. بین واژه‌ی گربه و یک گربه واقعی ارتباطی طبیعی وجود ندارد؛ قراردادی زبانی که از ریشه لاتین، آلمانی و انگلیسی قدیم مشتق شده است، این دلالت را به واژه داده است. علایم نمادین برای انتقال معنا بسیار محدود هستند زیرا باید سیستم آنها آموخته شود. احتمالاً کسی که انگلیسی، هلندی یا آلمانی صحبت نمی‌کند، تصویری از یک گربه (علامت شمایلی) را تشخیص می‌دهد، در حالی که کلمه گربه (علامت نمادین) ممکن است برایش معنی واضحی نداشته باشد. نمادهای ملی، مانند پرچم‌ها، نشانه‌های نمادین نمونه دیگری است. اگرچه برخی پرچم‌ها ممکن است حاوی عناصر شمایلی یا تصویر باشند.

بحث پرس درباره تصاویر به عنوان نشانه‌های نمایه‌ای در مطالعه فرهنگ دیداری

interpretant ۱

iconic ۲

indexical ۳

symbolic ۴

بسیار مفید است. عالیم نمایه‌ای یک رابطه «وجودی^۱» با خود اشیاء دارند. این بدان معنی است که آنها در بعضی مواقع یک هم‌زیستی در همان محل دارند. بعضی از نمونه‌های نشانه‌های نمایه‌ای شامل نشانه‌های بیماری، دستی که در حال اشاره کردن است و یک بادنما می‌باشد. اثرانگشت، عالیم نمایه‌ای از یک فرد است و مهم تراز همه، عکس، نشانه‌ای نمایه ایست که گواهی می‌دهد لحظه‌ای که موضوع حضور داشته دوربین نیز حضور داشته است. در حقیقت، اگرچه عکس‌ها هم شمایلی، هم نمایه‌ای هستند، معنای فرهنگی آنها به وضوح از معنای نمایه‌ای آنها به عنوان ردی از واقعی به دست می‌آید. کیفیت نمایه‌ای عکس یکی از عوامل کلیدی در قدرت فرهنگی و ارزش آنهاست. اسطوره حقیقت عکاسی مربوط به این کیفیت نمایه‌ای آن است.

تصویریک ریه برای بیننده می‌تواند معنای نمایه‌ای و بیولوژیک یا پژوهشکی داشته باشد اما با تبدیل این معنا به دریچه‌ای برای تنفس زمین و ارتباط آن با هوای پاک تبدیل به مفهومی نمادین می‌شود. هرچه مفاهیم نمادین ترشده و مرزهای زبانی و قومی و محلی را بیشتر در نوردد، وارد دنیای نمادها و نشانه‌های جهانی می‌شود (مفاهیمی چون مرگ، عشق). وقتی از تصویریک ریه یک انسان و سبزی درخت استفاده می‌شود، از تصاویر و مفاهیمی آشنا استفاده شده است. احتمالاً در صد بالایی از انسان‌های روی کره زمین با این مفاهیم آشنا هستند. پس مفاهیم جهانی، خود به خود، بیناذهنیت و فرانگاره را در خود موجود و مستردارند. زیرا ارجاعات و تجربه‌ها باعث جهانی شدن آن مفهوم شده است.

بنابراین تولید معنا در هر تصویر متاثر از عوامل مختلف، هم در داخل و هم در زمینه تصویر است. نگاره ۵، آگهی صندوق جهانی حیات وحش در سال ۲۰۰۸ است، این پوستر نشان می‌دهد که چگونه معنی یک تصویر اغلب حاصل ترکیبی از نشانه‌هاست. در این تصویر برای رساندن پیام درمورد خطرات پدیده‌ی جنگل زدایی، درختانی به شکل ریه انسان طراحی شده‌اند. در این تصویر برای ایجاد تاثیر بصری از چند نشانه استفاده شده است. کیفیت سرزنش و سرسبز درختان و علفزار، دلالت بر سرزنشگی و شادابی دارد. فرم قرارگیری درختان دلالت بر ریه انسان می‌کند. ترکیب این نشانه‌ها، جنگل به عنوان زندگی و جنگل به عنوان ریه‌ها، ارتباطی بین درختان و قابلیت آنها برای نفس کشیدن زمین ایجاد می‌کند. البته، پیام تصویر در بخش ناخوشایند قهقهه‌ای رنگ «ریه»، یعنی درختان در سمت راست قرار دارد که نشان



نگاههای آگهی صندوق جهانی حیات وحش، TBWA Paris Courtesy: TBWA پاریس، ۲۰۰۸ (منبع: Before it's too late. wwf.org)
(TBWA Paris)

می‌دهد جنگل زدایی و در نتیجه آن کاهش دی اکسید کربن است که جورا از تعادل خارج می‌کند. پیام آن: یک بیماری یا سرطان زمین را درگیر می‌کند و زمین دچار مشکل تنفسی می‌شود. مهم این است که این آگهی این پیام را از طریق کدهای بصری به جای استفاده از متن منتقل می‌کند. آگهی یک زیرنویس کوتاه دارد: «پیش از آنکه خیلی دیر شود»، اما تصویر خودش این حس را منتقل می‌کند که زمان در حال از دست رفتن است، منطقه قهوه‌ای رنگ ریه در حال پیشروی به سمت بخش‌های سالم است.

ما برای تفسیر این تصویر با نشانه‌های درهم تنیده آن، از علم نشانه‌شناسی برای توصیف یک فرایند تفسیری استفاده می‌کنیم. فرایندی که همه روزه با آن سروکار داریم. ما از ابزارهای بسیاری برای تفسیر تصویر استفاده می‌کنیم و غالب اینکار را به صورت خودکار انجام می‌دهیم. نشانه‌شناسی نوعی تفسیر تصویر است که همه‌ی ما آن را بدون فکر کردن انجام می‌دهیم. در تصاویر، معنی اغلب از طریق ترکیب متن و عکس حاصل می‌شود. این موضوع به ویژه در تبلیغات و آگهی‌های سیاسی به

شیوه‌ای خاص انجام می‌گیرد. در پوسترهای تبلیغاتی برای انتقال مفهوم، بیننده را در دو مرحله مورد ضربه قرار می‌دهند. تصویر ابتدا با مفهومی مستقیم دیده می‌شود، سپس با اضافه شدن متن، معنای تصویر تغییر مسیر پیدا می‌کند.

نمادهای تصویری

«ما در این جامعه‌ی تماشگر، بیشتر از موضوع، خردیار تصویر هستیم»
نیکلاس میزوئف

یکی از راه‌هایی که می‌توانیم دریابیم چگونه تصاویر در زمینه‌های مختلف ایجاد معنا می‌کنند، نگاه کردن به نمادهای تصویری و نحوه‌ی حفظ و تغییر معنا در زمینه‌های مختلف است. یک نماد، تصویری است که به چیزی (یا کسی) اشاره دارد. به چیزی که برای بسیاری از افراد معنای نمادین دارد. از نماد انتظار می‌رود به انتقال مفاهیم، عواطف و معانی جهانی پردازد. بنابراین تصویری که در یک فرهنگ، زمان و مکان خاص تولید می‌شود، ممکن است معنای وسیع‌ترو بازخوردهای مشابه از سوی فرهنگ‌های ایجاد کند. نمادها می‌توانند باعث اختصار شوند. یکی دیگر از ویژگی‌های مهم نمادهای تصویری این است که چگونه در حالیکه دوباره پردازش می‌شود بتواند به تصویری جدید تبدیل شده در عین حال جنبه‌های اصلی تصویر را با خود به همراه داشته باشد. نمادهای تصویری اغلب در بعدی جهانی شناخته می‌شوند، اگرچه معانی آنها همیشه به طور تاریخی و مبتنی بر زمینه آن شکل گرفته باشند. تفسیر تصویر، بازخوانی فرض‌هایی است که ما به عنوان بیننده در زمان و در مکان‌های مختلف به آن اضافه می‌کنیم تا زبان بصری آن را رمزگشایی کنیم. بیشتر تصاویر حاوی لایه‌هایی از معنا که شامل جنبه‌های فرمی، ارجاعات فرهنگی و تاریخ اجتماعی^۳، روش‌هایی که آنها به تصاویر ارجاع می‌کنند، و بستری که تصویر در آن به نمایش در می‌آید هستند. ما با خواندن و تفسیر تصاویر در قالب بیننده به فرهنگی که در آن زندگی می‌کنیم، اعتبار دوباره می‌بخشیم. نگاه کردن، یک رفتار منفعل مصرفی نیست. ما با نگاه کردن به تصاویر در جهان بر معنی و کارکرد آن تاثیر می‌گذاریم.

تجربه و فرهنگ تصویری

چارچوب و سازمان تجربه^۱، آخرین کارگافمن^۲ مقاله‌ای درمورد سازمان تجربه است که به پدیده‌شناسی یا سازمان ذهنی تجربه در موقعیت‌های اجتماعی می‌پردازد. مفهوم «چارچوب» برای اولین بار در اثر گافمن، «نمود خود» پدید آمد. اگرچه او هرگز تعریف دقیقی از این اصطلاح نداد، ولی ایده‌ی اولیه این بود که مردم، حوادث یا رادر موقعیت‌های مختلف با «طرحی» که به طور آگاهانه آنها را احاطه یا چارچوب‌بندی می‌کند، «تفسیر می‌کنند». این چارچوب بسیار شبیه چارچوب عکس است که مرز حادث تصویرشده را محدود کرده است. از این رو، هنگامی که مردم به جهان می‌نگرند، از میان چارچوبی که تعریف شده است، درون تصویر و هر آنچه در بیرون طرد شده است را تحلیل می‌کنند. از دید گافمن این قاب گفتمانی است که ما در آن صحبت می‌کنیم. این گفتمان به صورت دیدمان در فرهنگ دیداری و در بحث ما جاری و ساری است.

گافمن تأکید می‌کند که افراد تمایل دارند که بین این چارچوب‌های طبیعی و اجتماعی تمایز قابل شوند. یک چارچوب طبیعی برای تفسیر جهان متکی به وسائل فیزیکی محض-بدن، بوم‌شناسی، زمین، اشیاء رویدادهای طبیعی و مشابه آنها است. ولی یک چارچوب اجتماعی درجهانی واقع شده است که توسط رفتارهای هوشمندانه و زندگی اجتماعی ایجاد شده است. تا زمانی که، انسان درک کرده و کنش می‌کند، احتمالاً چارچوب‌های متعددی را به کار خواهد برد، و این امر، موضوع تجربه را پیچیده می‌سازد. گافمن استدلال کرد چیزی که چارچوب‌بندی را یک جریان پیچیده می‌کند، آن چارچوب‌هایی هستند که می‌توانند تغییر شکل دهند. (ترنر ۱۳۹۵). براساس نظریه گافمن، هم آنجا که بیننده از خلال چارچوب اجتماعی به وسائل می‌نگرد و مفاهیم را تفسیر می‌کند و هم آنجا که منطبق بر چارچوب‌های شخصی به تحلیل متن می‌پردازد، تحت تاثیر فرانگاره است. چه فرانگاره‌هایی که حاصل دیدمان و گفتمان جمعی و چه فرانگاره‌هایی که حاصل تجارب شخصی بوده است.

تولید معنا در ساختار اجتماعی

رأیت و استروکن^۳ معتقدند باید بدانیم معنی تصویر در ساختار قدرت اجتماعی و

Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience (1974) ۱

Erving Goffman ۲

Marita Sturken, Lisa Cartwright ۳

ایدئولوژی تولید می شود. تصاویر، بستر مهمی هستند که از طریق آن، ایدئولوژی، به عنوان سیستم باورها، شکل می گیرد. نظریه پردازان معاصر، ایدئولوژی را فرایندی بسیار فراگیر و دنبیوی می دانند تا آنجا که همه مادرگیر آن هستیم و به گونه ای از این موضوع آگاهیم. رایت و استروکن ایدئولوژی را به اشتراک گذاشتن فراگیر؛ اما ناگزیر ارزش ها و باورها می دانند که افراد تحت تاثیر آن روابط پیچیده خود را در شبکه های اجتماعی تعریف و زندگی می کنند. ایدئولوژی ها متنوع هستند و در تمام سطوح فرهنگی، از دین گرفته تا سیاست و انتخاب های مدنی، دخالت دارند. ایدئولوژی های ما گوناگون هستند و همه جا حضور دارد؛ آنها زندگی روزمره می را به صورت خیلی ظریف و نامحسوس شکل می دهند. می توان گفت ایدئولوژی وسیله ای است که از طریق آن ارزش های خاصی نظیر آزادی فردی، پیشرفت و یا اهمیت خانه و خانواده به گونه ای شکل داده می شوند که به نظر طبیعی می رسد. ایدئولوژی چنان در پیش فرض های اجتماعی گستردۀ شده است که نه تنها به ما می گوید موضوعات چگونه هستند بلکه دیکته می کند موضوعات چگونه باید باشند. تصاویر و ویدیوها برخی از اشکالی هستند که ما از طریق آن با دیگران مشارکت می کنیم. ما برای دیگران تعیین می کنیم نظر خاصی را به اشتراک بگذارند یا نه. (۲۰۱۷ Marita Sturken, Lisa Cartwright) (۳۷)

فرهنگ تصویری ای که مادر آن زندگی می کنیم، عرصه ایدئولوژی های متنوع و غالب متصاد است. تصاویر، نماد تبلیغات معاصر و فرهنگ مصرفی هستند؛ و از طریق آن ها مفاهیم مربوط به زیبایی، تمایل، زرق و برق و ارزش اجتماعی، هم ساخته می شوند و هم زندگی می کنند. فیلم، تلویزیون و بازی های ویدئویی رسانه هایی هستند که از طریق آن می توان ساختارهای تقویت شده ایدئولوژیک مانند اهمیت عشق، علاقه به جنس مخالف^۱، ملی گرایی یا مفاهیم سنتی خیر و شر را دید.

هنمندان معاصر اغلب ایدئولوژی های حاکم را نقد می کنند. مهم ترین جنبه ایدئولوژی این است که به نظر می رسد طبیعی یا داده شده است، نه بخشی از یک سیستم اعتقادی که در فرهنگ به نحوی خاص عمل می کند. بدین ترتیب، ایدئولوژی، مانند مفهوم دلالت ثانوی در اسطوره بارت، مفهومی است که ظاهر اطبیعی است. فرهنگ دیداری تنها بازنمای ایدئولوژی و روابط قدرت نیست بلکه تولید کننده آن است. معنی تصویر می تواند با تغییر زمینه اجتماعی به طور چشمگیری تغییر کند. امروزه بسترهای که تصاویر در آن در حال گردش هستند، به مراتب پیچیده تراز

چند دهه قبل است.

۱ heterosexuality

صرف‌کننده‌ی تولیدکننده و اصطلاح میان‌دیدمانی

نقش جایگاه تاریخی و فرهنگی قدرت در تولید معنا، توسط بیننده و تاثیر بر تجربه‌های دیدن و دیدمان در لحظات حساس تاریخی دهه ۱۹۶۰ با نوشه‌های بارت و فوکوروشن شد. این درست قبل از دوران ظهور ویدئوی خانگی و رایانه‌های شخصی بود. اگرچه مصرف‌کنندگان پیش از این دوران نیز از دوربین عکاسی و دوربین‌های فیلم برداری خانگی استفاده می‌کردند اما تکنولوژی دوربین‌ها و رایانه چنان رشدی داشت که مصرف‌کننده اکنون می‌توانست تصاویر و تولیدات صوتی و تصویری خود را بدون نیاز به لابراتوار و بدون کمک شرکت‌های رسانه‌ای تولید کند. رشد بازار مصرف ویدیوهای خانگی و نرم افزارهای تصویری در دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ و ظهور رسانه‌های اجتماعی و گوشی‌های هوشمند در اوایل سال‌های ۲۰۰۰، مفهوم «صرف‌کننده‌ی تولیدکننده^۱» را معرفی کرد. این مفهوم که توسط آلوین تافلر^۲ معرفی شده بود، در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ به طور گستردگی مورد استفاده قرار گرفت تا شرح دهد که چگونه بازار گسترده ابزار تولید رسانه به طور اساسی فیلم‌های دیدن را دگرگون کرده است. در حالی که ایده مصرف‌کننده‌ی تولیدکننده در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ ایده پیشرو بود، امروزه واقعیت زندگی روزمره شده و پیوندی تنگاتنگ با خلاقیت مصرف‌کننده دارد. بازار امروز، لبریز از انواع دستگاه‌های تولید تصویر با روش کار آسان است که با رایانه‌های خانگی و گوشی‌های همراه سازگارند. ما به طور روزانه به صورت مصرف‌کننده‌ی تولیدکننده عمل می‌کنیم، صفحات اینستاگرام را با تصاویر دستکاری شده می‌سازیم، در تلگرام ویدیو منتشر می‌کنیم و عکس‌هایمان را برای مخاطبان شخصی‌مان در واتس‌اپ پست می‌کنیم.

علی‌رغم این تغییرات در مفهوم تالیف، همچنان این موضوع بر جای خود باقیست که بیشتر تصاویر، معنایی دارند که تولیدکننده‌ی تصویر ترجیح می‌دهد آن معنا درک شود و معمولاً هیچ روش متقنی برای دانستن اینکه اثر تولیدکننده، دیزاینری یا هنرمند چگونه معنی می‌شود نداریم؛ و اینکه به طور اجتناب ناپذیری و به رغم قصد آنها، به گونه‌ای متفاوت مورد استفاده قرار می‌گیرد. یا اینکه آیا در جای خود استفاده می‌شوند یا در زمینه‌ای جدید و برخلاف آنچه آنها برنامه‌ریزی کرده بودند را نمی‌دانیم. (Marita ۵۵، ۲۰۱۷ Sturken, Lisa Cartwright)

بنابراین، نیت تولیدکننده ممکن است با آنچه که بیننده و کاربران در واقع تجربه

۱ این لفظ، ترکیبی از ابتداء و انتهای کلمات producer و consumer است.

۲ Alvin Toffler

می‌کنند مطابقت نداشته باشد. تولیدکنندگان نمی‌توانند به طور کامل زمینه اثرا کنترل کنند. یک تولیدکننده به راحتی نمی‌تواند چنین شرایطی متغیری را پیش‌بینی یا کنترل کند.

پژوهشگر فرهنگ دیداری نیکلاس میرزوئف^۱، اصطلاح «میان‌دیدمانی»^۲ را برای توصیف این حجم زیاد ترکیب و گستره تصویر معرفی کرده است. هر تجربه مشاهده ممکن است شامل طیف وسیعی از روش‌های رسانه‌ای، زیرساخت‌ها و شبکه‌های معنایی و معانی میان‌دیدمانی باشد (Mirzoeff, ۲۰۱۲). معانی در گستره عظیمی ایجاد می‌شوند هر زمان، هر کجا، و توسط هر آنکه تصویر را می‌بیند مصرف می‌گردد. بنابراین تغییرات در معنی، گناه تولیدکننده نیست بلکه بخشی از «عملکرد تولیدکننده» است. این عملکرد تحت تاثیر ایدئولوژی ای کار می‌کند که به واسطه‌ی طیف وسیعی از تعاملات درونی، مبارزه برای قدرت با مخلوطی از نیت، احساس و هرمون توسط بیننده/شنونده آن درهم آمیخته است. گسترش سریع تصویر در قرن بیست و یکم، و جریان رسانه بربستراپایتنت «عملکرد تولیدکننده» و تولید پیچیده معنا را برجسته ساخته است.

نظام بازنمایی و نمادشناسی

مفهوم بازنمایی، تاریخ و معنی خاصی در مطالعه فرهنگ دیداری دارد، تاریخ ما با تولید معنا از راه نظام نمادشناسی قرین شده است. بازنمایی به استفاده از زبان، عالیم و تصاویری که معنا و مفهوم دنیای اطراف ما را می‌سازند اشاره می‌کند. ما از کلمات برای فهمیدن، توصیف و تعریف جهان استفاده می‌کنیم، همانطور که می‌بینیم، و نشانه‌ها و نمادها را به این روش به کار می‌گیریم. سیستم‌های زبانی براساس قوانین و قراردادهایی پایه‌گذاری شده‌اند که مفاهیم را به واسطه نحوه بیان و تفسیر شکل دهند. سیستم‌های بازنمایی که در نقاشی، طراحی، عکاسی، سینما، تلویزیون و رسانه‌های دیجیتال به کار گرفته می‌شوند نیز شامل قوانین و قراردادهایی هستند. سیستم‌های بازنمایی به یک اعتبار همچون سیستم‌های زبانی هستند، از این رومی‌توان از تکنیک‌های مورد استفاده در تجزیه تحلیل نظریات زبان‌شناسی و نشانه‌شناسی که برای درک زبان مورد استفاده قرار می‌گیرند وام گرفت و در اینجا از آن بهره جست.

در تاریخ، بحث بازنمایی به این موضوع پرداخته است که آیا روش‌های بازنمایی، جهان

را همانطور که هست، بازمی نماید یا اینکه ما از طریق تقلید^۱ یا محاکات^۲ جهان را در می کنیم. آیا بازمایی جهان و مفاهیم آن از طریق بازمایی انتزاعی و نه تقلیدی از شکل فیزیکی، دقیق تر صورت نمی گیرد؟ ما معنای دنیای مادی را از طریق درک اشیاء، تصاویر و قرارگرفتن آنها در بستر خاص فرهنگی آن می سازیم. این موضوع در مورد هردو سیستم انتزاعی و محاکاتی صادق است. فرایند درک معنای اشیا در زمینه آن، با مشارکت و کاربرد متن، حالات، گفتاریا بازمایی دیداری آن صورت می گیرد. ماتنها از طریق بازمایی، دنیای مادی را «می بینیم». هیچ دانش مستقیمی از دنیای بدون بازمایی وجود ندارد، چه انتزاعی باشد چه تقلیدی. ما معنی چیزها را از طریق بازمایی آنها می سازیم. (Marita Sturken, Lisa Cartwright ۲۰۱۷، ۱۹)

صورت گرفته است.

نلسون گودمن

«تصاویر درست به اندازه زبان قراردادی هستند»

گودمن

نلسون گودمن^۳ یکی از تاثیرگذارترین شخصیت‌های معاصر در حوزه زیبایی‌شناسی و به طور کلی در فلسفه تحلیلی است. او در زمینه زیباشناسی به تاسیس نظام نمادهایی اقدام کرد که براساس آن گفتمان، معتقدند آثار هنری ملهم از نمادهایی هستند که صرف نظر از قواعد و موازین بازمایانه واقع گرا، دلالت‌مند هستند؛ بنابراین وظیفه هر تفسیر در برابر تصاویر، کشف انواع نمادها و روابط میان آنهاست.

به نظر گودمن، رایج‌ترین تعریف نظریه پردازی درباره بازنمود^۴ معطوف به ویژگی شباهت^۵ است:

«B بازنمود A است تنها اگر A تا حد قابل توجهی شبیه B باشد.» (Goodman, ۱۹۷۶)

(۳)

براساس این دیدگاه، تصاویر یا به چیزهایی در جهان شباهت دارند یا آنها را بازمی نمایانند یا مثل آنها به نظر می‌رسند. اما رفته‌رفته در نتیجه علاقه فلسفه و روان‌شناسی، رابطه و ماهیت دیدگاه‌های مربوط به شباهت، تحت شک و تغییر قرار گرفت. زیرا نخست: در جایی که یک شی بسیار شبیه به خود باشد هم، به ندرت

imitation ۱

mimesis ۲

Henry Nelson Goodman (7 August 1906 – 25 November 1998) ۳

rePresentation ۴

resemblance ۵

بازنمود خود است و دوم: شباهت برخلاف بازنمود انعکاسی^۱ و متقارن^۲ است، یعنی: A تا حدی شبیه B است زمانیکه B شبیه A باشد. (همان^۳)

علاوه بر این، در بسیاری موارد، هیچ دو جفتی بسیار شبیه به هم نیز بازنمود یکدیگر نیستند. همانگونه که هیچ انسانی به طور عادی بازنمود انسان دیگر نیست؛ حتی دوقلوها هم به یکدیگر شباهت دارند اما بازنمود یکدیگر نیستند. به همین ترتیب کپی‌های یک تابلوی نقاشی بیشتر به آن تابلو شباهت دارند تا آن چیزی که تابلو آنرا بازنمایی می‌کند؛ اما هم خود تابلو و هم کپی‌های آن، اشیائی را که در آنها دیده می‌شوند بازنمایی می‌کنند و نه یکدیگر را (همان^۴). از دیدگاه گودمن، اشیاء فقط در صورتی که یک ویژگی مشترک داشته باشند، شبیه به یکدیگر هستند. اما مشکل این تعریف این است که هردو چیزی را که در نظر بگیریم، ویژگی‌های مشترکی با یکدیگر دارند: «به طوری که هر دو شیء صرف نظر از اینکه چه هستند، شبیه به یکدیگرند». (همان^۵)

گودمن در گام بعدی به نظریه‌ی تقليید^۶ پرداخت. بنابرآن، میزان دقت اثرهنری در دستیابی به ظاهر واقعیت ملاک قرار می‌گیرد. او این نظریه را حکمی ساده انگارانه می‌داند و در فرمول «شیء آن‌گونه که هست»^۷ تردید می‌کند. زیرا به طور مثال ابژه مورد نظر اگر قرار است یک انسان باشد مجموعه‌ای از اتم‌ها و سلول‌ها، یک آدم حق باز؛ یک دوست یا... (همان^۶) بوده است که تصویر کردن هر کدام از این موارد در صورت امکان نیز-ما را به مقصود نمی‌رساند؛ زیرا هیچ کدام از این موارد به تنها یی، آن فرد «آن‌گونه که هست» نیست و از طرف دیگر تمام این ویژگی‌ها را فوراً و باهم نمی‌توان تقليید کرد؛ کما اینکه هر قدر در انجام این کار موفق باشیم نتیجه آن کمتریک تصویری رئالیستی خواهد بود.» (Goodman, ۱۹۷۶).

از دیدگاه گودمن حتی موضوع پرسپکتیو و مجسمه‌سازی هم، راه به بیان ادراک واقعی نمی‌برند. جدا از عدم وضوح حاشیه میدان دید و حرکت چشم و سر ناظر در ترسیم دورنمای، تنها تحت شرایط بسیار خاص، یک تصویر پرسپکتیو، فریبنده خواهد بود و از این رو پرسپکتیو خطی فرایندی قراردادی است که برای ادراک آن باید [چگونگی دیدن پرسپکتیو] آموخته شود (همان^{۱۹}). مجسمه‌ساز نیز در تولید اثر تجسمی خود دست به کار تفسیر موضوع براساس جهت‌گیری، فاصله و نورپردازی، و نیز آموزش،

reflexive ۱

symmetrical ۲

Imitation ۳

The object just as it is ۴

عادت‌ها و دل‌مشغولی‌های خود می‌زند و بنابراین، نتیجه‌هی کار، کپی‌کاری یا واقع‌گرایی نیست. گودمن در «زبان‌های هنر» اشاره می‌کند که، بازنمایی فرم سر، در یک مجسمه نیم‌تنه برنزی^۱ بعید است که از آن انطباق لازم برخوردار باشد و تجسم بخشیدن جوانب گذرا در مجسمه انسان، در حکم مومنایی کردن آنست، درست مثل عکسی که در مدت کوتاهی گرفته شده باشد و تجسم^۲ حالات و عواطف مجسمه ساز را همراهی می‌کند؛ حتی زمانی که آنچه بازنمود داده می‌شود، چیزی ساده‌تر و ثابت‌تر از انسان باشد، بازهم به ندرت بازنمودی رئالیستی خواهد بود و در نهایت در تجسم مجسمه، عادات، تعالیم و دغدغه‌های ابژه نیز برآنچه تصویر می‌شود، تأثیرگذار هستند (همان ۲۰).

گودمن در نهایت به این نتیجه رسید که شئ آنگونه که دیده می‌شود و به نظر می‌رسد، در نهایت تقلید می‌شود و شرایط خاص و مناسب مشاهده که شامل: چشم‌انی طبیعی، زمینه‌ای تدبیر شده، زاویه و نور مناسب و پیش‌پنداشتهای خوب یا بد در آن است تأثیرگذار است.

حتا رئالیسم نیز پدیده‌ای نسبی است و با توجه به سیستم بازنمود در یک فرهنگ معین و زمان و شرایط خاص خود تصویر می‌شود. اور کتاب زبان‌های هنر (۱۹۷۶) می‌گوید: «برای مصری‌ها روش بازنمود، دقیقاً همان روشی نیست که ژاپنی‌ها در قرن هجدهم و انگلیسی‌ها در قرن بیست و مراد می‌کنند (شپرد ۳۷، ۱۳۷۵)» «اگر بازنمود امری قراردادی است پس رئالیسم تا حد قابل توجهی نتیجه عادت است (شپرد ۳۸، ۱۳۷۵)»

گودمن در مبحث دیگر شباهت میان بازنمود تصویری و توصیف زبانی را برشمرده و تجسم و توصیف^۳ را به لحاظ معنایی شبیه به یکدیگر می‌داند. از دید او هر دو نماد^۴ بوده و برآنچه بازنمایی می‌کنند دلالت^۵ دارند و باید دانست دلالت مستقل از شباهت است؛ زیرا ارجاع به یک شئ شرط لازم تجسم یا توصیف آن است اما هیچ درجه‌ای از شباهت شرط لازم و کافی برای تجسم یا توصیف نخواهد بود.

گودمن هم معتقد است به منظور تشخیص اینکه چیزی تصویر هست یا خیر و تعیین اینکه یک تصویر چیست فقط کافی است که شخص بروآگان و قواعد صوری

Bronze bust a ۱

DePicting ۲

descriPtion ۳

symbol ۴

denotation ۵

مربوط به نظام بازنمایی که نماد مزبور به آن تعلق دارد آگاهی داشته باشد. «اینکه تصویری، ناپلئون را تجسم می‌بخشد یا نه به قواعدی بستگی دارد که تصویر را به امپراتور فرانسه مرتبط می‌کند، درست همانسان که مجموعه گزاره‌هایی که در زبان فرانسه امپراتور را توصیف می‌کند، تابعی از قواعد یا نظام دستوری زبان فرانسه است. (گل محمدی ۱۳۸۸، ۱۷)» بنابراین همان‌طور که شخص می‌تواند زبان دیگری-مثلاً زبان انگلیسی- را برای توصیف جهان انتخاب کند، می‌تواند نظام تصویری دیگری را برای تعجب بخشیدن به جهان برگزیند.

از نظر گودمن: «تصاویر درست به اندازه زبان قراردادی هستند. (Goodman, ۱۹۷۶، ۴۲)». حقیقت این است که «یک تصویر» برای اینکه بازنمود چیزی محسوب شود، باید «نماد» آن باشد؛ یعنی مبتنی بر آن^۱ و ارجاع دهنده به آن^۲ باشد. بازنمایی تصویری نیز درباره «دلالت» و «حمل» در یک نظام نمادین است. درست همان‌طور که برخی کلمات یا عبارات در یک زبان به مثابه گزاره‌ها عمل می‌کنند، تصاویر نیز در یک نظام نمادین تصویری، آن چیزی را بازنمایی می‌کنند که به عنوان دارنده خصوصیات برآنها دلالت می‌کنند. در واقع دلالت هسته بازنمود است. بنابراین ما باید ویژگی بازنمود را به عنوان نوعی دلالت‌مندی نمادین منظور کنیم. (گل محمدی ۱۳۸۸، ۱۸). درنهایت گودمن به یافته‌های ارست گامبریچ استناد کرد که: هیچ نگاه معصومی وجود ندارد. (همان، ۱۸)

اسانه‌ی چشم معصوم

۲۲ «چشم، چراغ بدن است. اگر چشمت سالم باشد، تمام وجودت روشن خواهد بود.
۲۳ اماً اگر چشمت فاسد باشد، تمام وجودت را ظلمت فراخواهد گرفت.»
انجیل متی ۲۲:۶-۲۳

آنگونه که از آموزه‌های تاریخی بر می‌آید تصور تاریخی این بوده است که دیدن توسط چشم‌ها صورت می‌گیرد و بیننده، موضوع را بر اساس آنچه هست می‌بیند و ادراک می‌کند. در واقع تصور براین بوده است که چشمان بیننده معصوم است و دخالتی در عمل دیدن ندارد، گویی ذره‌بینی بر روی یک تصویر قرار گیرد و هر آنچه هست را بازنمایی کند. در واقع اصل براین بود اگر چشمت سالم باشد تصویر را درست می‌بینی.

Symbol for it	۱
Stand for it	۲
Refer to it	۳

امروزه می‌دانیم که ما هیچ‌گاه نمی‌توانیم آگاهانه بین دریافتمن از داده‌های بصری و تفسیر آن تمایز ایجاد کنیم. باید دانست هیچ امری نظیر «دیدن صرف» وجود ندارد بلکه همیشه «دیدن همچون» وجود دارد. روانشناسان فیزیولوژیست بین دریافت داده‌های بصری یعنی هنگامی که نور به طور فیزیکی وارد شبکیه چشم می‌شود و تفسیر آن داده‌ها تفاوت قابل می‌شوند. می‌توان مورد اول را «دیدن» و مورد دوم را «دیدن همچون» نامید. همچنین نه تنها تفسیر بر دریافت حسی مبتنی است بلکه دریافت، خود نیز مبتنی و وابسته به تفسیر می‌باشد؛ از سوی دیگر دلیلی وجود ندارد که تصور کنیم دریافت حسی برای همه انسان‌ها یکسان است چرا که تفسیرها بر اساس انتظارات، حافظه، پس زمینه فرهنگی و نظایر آن انجام می‌شود (هاوس ۱۳۸۴-۶۳).

انکار دیدگاه «اسطوره چشم معصوم»، از جانب فیلسوفان متقدم به ویژه کانت، مطرح شد و در قرن بیستم به حوزه فکری فیزیولوژیست‌ها، انسان‌شناسان و مورخان هنرآر جمله گامبریچ در کتاب «هنر و توهם» رسید. (هاوس ۱۳۸۴، ۶۲) «چشم در دیدن، همیشه تحت تأثیر گذشته‌اش، آموزه‌های جدید و قدیم، گوش، بینی، زبان، لامسه، قلب و مغز قرار دارد. در واقع چشم ابزاری خودبستنده و مستقل نیست بلکه عضوی وظیفه‌شناس از ارگانیزمی پیچیده و دمدمی مزاج است.

(Goodman, ۱۹۷۶, ۷)

در نگاره^۶، نوار میانی تصویر، تغییرزنگ نمی‌دهد. بیننده، حتا با علم به این موضوع و تحت تاثیر فرانگاره ذهنی خود تصویری خلاف می‌کند.



نگاره ۶ نوار میان تغیرزنگ نمی دهد اما چشم بیننده بر اساس تجربه پیشین به گونه ای دیگر می بیند

دوا

فهم

«آنچه توفیم کنی از مکتوبات من، بر قدر فهم و عقل تو بود... آنچه توازن من می‌دانی آن توبی...»^۱

عین القضاط همدانی

تا پیش از قرن بیستم، گمان می‌رفت فهم، براساس شرایط، ذهنیات، بستر تاریخی و مبتنی بر خالق اثراست. قدیمی ترین فهم و تاویل به اصول تاویل کتاب مقدس در کتاب دانهایر به سال ۱۶۵۴ آمده است. ظهور عقل‌گرایی در قرن ۱۸ در آثار ارنستی (۱۷۶۱) ادامه پیدا کرد. شلایرماخر^۲، هرمنوتیک راعلم فهم زبانی خواند. (ر. پالمر ۱۳۷۷، ۴۵) دیلتای^۳ به دانش شخصی توجه کرد و هایدگر به وجود انسان. او فهم را وجه بنیادی هستی انسان خواند. گادامر^۴ در حقیقت و روش (۱۹۶۰) هرمنوتیک را در مرحله زبانی یک گام به جلو برد. پل ریکور^۵ نیز در کتاب در باب تاویل (۱۹۶۵) تفسیر متن را عنصر متمایز کننده علم هرمنوتیک دانست. متفکران قرن بیستم با عبور از تفسیر فهم برپایه نیت مولف سعی نمودند مشخصاً هویت فهم را مورد واکاوی قرار دهند. گادامر به پیروی از هایدگر^۶ نظر کشش را به این پرسش فلسفی معطوف کرد که خود فهم چیست؟ واستدلال کرد که فهم، فعلی تاریخی است و از این رو با زمان حال مرتبط است. از نظر شلایرماخر عمل فهم عکس عمل تولید است. مولف متن، تصویری می‌سازد و بیننده در ساختار آن متن/ تصویر به آن تفکر رسوخ می‌کند. از نظر او فهم، عملی ارجاعی است، یعنی ما چیزی را در مقایسه با چیزی که از قبل می‌دانیم می‌فهمیم.

۱ مایل هروی، نجیب. خاصیت آینگی - نقد حال، گزاره آراء، و گزیده آثار فارسی عین القضاط همدانی. چاپ سوم. تهران: نشرنی، ۱۳۸۹، ص ۱۸۶.

۲ فریدریش دانیل ارنست شلایرماخر (به آلمانی: Friedrich Daniel Ernst Schleiermacher؛ ۲۱ نوامبر ۱۷۶۸ – ۱۲ فوریه ۱۸۳۴) فیلسوف و متأله پروتستان آلمانی بود. وی را پیشگام هرمنوتیک مدرن می‌دانند.

۳ ویلهلم دیلتای (۱۹ نوامبر ۱۸۳۳ – ۱۱ اکتبر ۱۹۱۱) مورخ، جامعه‌شناس، روان‌شناس و فیلسوف آلمانی است. او و ماکس ویراز بیان‌گذاران جامعه‌شناسی تفہمی به شمار می‌رود.

۴ هانس-گئورگ گادامر (به آلمانی: Hans-Georg Gadamer) (زاده ۱۱ فوریه ۱۹۰۰ – درگذشته ۱۳ مارس ۲۰۰۲) فیلسوف بر جسته آلمانی در سنت قاره‌ای و نویسنده اثر مشهور حقیقت و روش (۱۹۶۰) بود.

۵ پل ریکور (به فرانسوی: Paul Ricœur) (زاده ۲۷ فوریه ۱۹۱۳ – درگذشته ۲۰ مه ۲۰۰۵) فیلسوف و ادیب بر جسته فرانسوی بود که با ترکیب شرح‌های پدیدار شناختی با تفاسیر هرمنوتیک شناخته شده است.

۶ مارتین هایدگر (به آلمانی: Martin Heidegger) (زاده ۲۶ سپتامبر ۱۸۸۹ – درگذشته ۲۶ مه ۱۹۷۶) یکی از معروف‌ترین فیلسوفان قرن بیستم بود.

فهم تصویر

«هیچ تصور واحدی از واقعیت وجود ندارد.»

استفان هاونینگ

در حوزه درک تصویر و ارتباط تصویری نیز تولیدکننده تصویر، نه از جنبه تولیدکنندگی فرم بلکه صرفا از نظر طراحی و تولید تصویری با قابلیت برقراری ارتباط کامل و تاثیرگذار بربیننده مورد سنجش و نقد قرار می‌گیرد. دیزاینر، پیام را بر مرکب تصویرسوار می‌کند تا معنا را با سرعت و به دقت به دریافتکننده برساند. در این انتقال، این تصویر نیست که اهمیت موضوعی دارد، چراکه این واسطه تنها به عنوان حامل پیام مورد استفاده قرارگرفته است؛ موضوع



خانه / پیکان (فلش) / موشك

نگاره ۷ تغییری کوچک در فرم معنا را تغییر می‌دهد.

پیکان کند. و یااحتمال دارد طراح گرافیک با استفاده نادرست از زنگ و عدم آشنایی با فرهنگ مخاطب مفهوم یک آگهی تبلیغاتی را به شکلی ارایه دهد که بیننده مفهوم را واژگون و نادرست دریافت کند.^۱

در دو تصویر نگاره ۷ که به دو گروه مخاطب ارایه شد، مشخص شد چگونه با افزودن فرمی کوچک به فرم اصلی در قالب دو دکش خانه، پاسخ‌های پراکنده بیشتر معطوف به «خانه» شد.

^۱ در یک سنجش میدانی توسط نگارنده این نتیجه حاصل شد که چگونه با تغییری جزئی در تابعیت فرم یک خانه، بروزگشت مخاطبان تبدیل به پیکان (فلش) و یا درخت کاج از آن فرم می‌گردد.

از نگاره تا فرانگاره

پیشانگاره

«دانش، چون هنر، دین، تجارت، جنگاوری و حتا خوابیدن براساس پیشانگاره‌های ما شکل می‌گیرد.»

جرج باتسون

در زبان‌شناسی به واژه پیشانگاره^۱ برمی‌خوریم. گیون^۲ یادآور می‌شود پیشانگاره براساس فرض‌هایی بنا شده است که گوینده فرض می‌کند: احتمالاً شنونده آن‌ها را خواهد پذیرفت (Le Jean-François ۱۹۷۹). «پیشانگاره» زمینه‌ای است که گوینده آن را موضوع مشترک محاوره می‌انگارد (Stalnaker ۱۹۸۷, ۳۲۱). در روانشناسی زبان، اصطلاح «طرح‌واره»^۳ مفهومی مشابه پیش‌فهم را به ذهن متبار می‌کند. طرح‌واره، طرحی برای بازنمایی داده‌های پیشین ذهن است. براون و یول^۴ طرح‌واره را ساختمان و چیدمانی از اطلاعات می‌دانند که براساس آن یک تجزیه یا یک متن به شکلی مشخص تفسیر شود (Brown and Yule ۱۹۸۳, ۲۴۷-۲۵۱). لیکاف در این خصوص واژه «طرح‌واره انگاره‌ای»^۵ را به کار می‌برد. او طرح‌واره انگاره‌ای را مفهومی جامع فرض می‌کند که در مجموع، ساختمان ادراک ما از جهان را شکل داده است.

انگاره

در دنیای تصویر و در ارتباط با ادراک تصویری، ویلیام میچل ابتدا در مفهوم دو واژه‌ی Picture و Image تمایز ایجاد می‌کند (Mitchell ۲۰۰۹, ۱۶). اولی به معنای تصویریا نگاره و دومی به معنای انگاره. او انگاره را وجه دیداری موضوع می‌داند که اکنون در نگاره (تصویر)، تجلی پیدا کرده است. انگاره (Image)، بعدی غیرعینی و غیرفیزیکی دارد.

فرانگاره

«فرانگاره^۶‌ها، فرم‌های عینی و غیرعینی موجود در ذهن مخاطب هستند، که

Presupposition ۱

Thomas Givón (born June 22, 1936) ۲

schema ۳

Gillian Brown, George Yule ۴

image schema ۵

۶ اصطلاح فرانگاره حاصل ترکیب دو واژه «فرا»: دورتر؛ بالاتر؛ آن سوت؛ مانند فراینخش، فراتبیعی؛ در ترکیب با کلمه‌ی «نگاره»؛ نقش؛ صورت نقاشی شده می‌باشد. (فرهنگ لغت عمید). مؤلف: حسن عمید، سرپرست تالیف و ویرایش: فرهاد قربان‌زاده،

هرچند هنوز حیث فیزیکی پیدا نکرده‌اند ولی ماهیت تصویری‌شان قابل شناسایی و مصورشدن است. دانسته‌های پیشین و تجربه‌های گذشته‌ی ما از زندگی، در قالب فرانگاره‌ها در نوع دیدن نگاره‌ها دخالت کرده و تاثیرگذارند. می‌توان گفت: نگاره، فرانگاره‌ای است که اکنون حیثی عینی پیدا کرده و پدیدار شده‌است. فرانگاره‌ها پیش‌فهم‌های تصویری و غیرتصویری^۱ بیننده هستند که هنوز صورت فیزیکی پیدا نکرده‌اند. «تصویر[نگاره]، شی‌ای مادی است که می‌توان آن را سوزاند، شکست یا آویخت؛ اما فرانگاره، چیزی است که نابودی آن در گستره‌ی جهان عینی امکان‌پذیر نمی‌باشد (Mitchell ۲۰۰۹ ۱۶)». حتاً ممکن است یک نگاره در جهان مادی از بین برود یا نابود شود ولی فرانگاره‌ی آن در ذهن باقی مانده و به حیات و تاثیر خود بر فهم انسان ادامه خواهد داد. اگر «نگاره»، شکل فیزیکی و تصویری بر روی کاغذ باشد، «فرانگاره» صورتی غیرفیزیکی و آمیخته با احساسات، تجربیات و خاطرات بیننده است که در ذهنِ مُدِرِک قراردارد. فرانگاره‌ها، پیش‌ذهنیات تصویری مخاطب هستند که فرد، دنیا را برآن اساس می‌بیند، می‌فهمد و درک می‌کند. فرانگاره ماهیتی انتزاعی دارد و می‌تواند از رسانه‌ای به رسانه دیگر منتقل شود. هم‌چنین، انگاره این توانایی را دارد که با فراخوانی یک واژه به ذهن بیاید و ادراک شود (Elkins ۲۰۰۹). بطور مثال فرانگاره عشق، به صورت تصویریک قلب قمر؛ (که حتاً شبیه به قلب واقعی نیست)، بازخوانی می‌شود. یا مفهوم انتزاعی فرانگاره عدالت، برای بیشتر افراد یک ترازو دوکفه‌ای است.

ویتنگشتاین در کتاب پژوهش‌های فلسفی، از تصاویری معماگونه و نمودارهایی چندپهلویاد می‌کند که انسان را به فراوانی در کتاب‌های درسی روان‌شناسی می‌توان یافت (L. ویتنگشتاین ۱۳۸۱، ۳۴۴-۳۶۸). مثل «مکعب» نکر^۲ و «جام نیم‌رخ» کهلر^۳.

جام نیم‌رخ کهلر

جام نیم‌رخ کهلر متشکل از دو چهره است که با جایجاویی زمینه و پس‌زمینه، در دید انسان تبدیل به جام می‌گردد. در سال‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۴۰ کهلریک سری مقاله

ناشر: آشجع، چاپ نخست: ۱۳۸۹ . معادل لاتین این واژه Picture-Meta یا Beyound-Picture می‌باشد.

^۱ تصویر به معنای نگاره (شکل)

^۲ Destruction

^۳ Louis Albert Necker (1786 - 1861) ریاضیدان و فیزیک‌دان سوییسی

^۴ Wolfgang KÖhler (1887 - 1967) روان‌شناس آمریکایی.

منتشر نمود که نتایج آزمایشات وی ببروی پس اثر تصویری ¹ بود؛ او در این مباحث ببروی خطاهای ادراکی متمرکز شده است.

جزیيات فرانگاره

فرانگاره‌ها سرشار از جزیيات و اطلاعات هستند. همه‌ی اطلاعات حسی و تجربی بیننده، به همراه نگاره، به فرانگاره‌ها پیوست شده است؛ از این رونگامی که تولیدکننده‌ی تصویر قصد دارد با تولید نگاره، فرانگاره‌ها را فراخوانی کند، نیاز به دقت بیشتری در ترسیم و

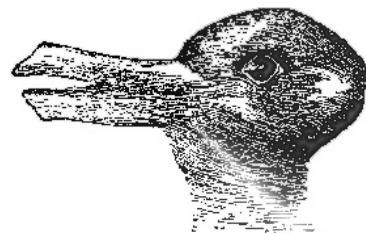
نگاره ۸ جام نیمچ کهلر

تجسم جزیيات دارد. نگارنده در چند نمونه پژوهشی به این نتیجه رسید که تغیيرات کوچک در فرم، به سرعت ارجاعات فرانگاره‌ای و مفهوم نگاره را متفاوت می‌کنند. (در نمونه پژوهشی خواهیم دید چگونه چند خط تبدیل به سیم برق می‌شوند و تصویر یک خانه با تعیيري جزیی تبدیل به فلیش می‌گردد).

مرغابی-خرگوش جسترو

میچل، نمونه‌ای ساده از ویتنگشتاین نقل می‌کند: «انگاره‌ی چندساحتی ویتنگشتاین از اردک-خرگوش، شاید مهم ترین فرانگاره در فلسفه مدرن باشد» (Mitchell, ۲۰۰۹، ۱۹).

این تصویر از یک سو، سر خرگوشی را نشان می‌دهد که به طرف راست رو گردانده و از سوی دیگر، سر مرغابی‌ای که رویش به سمت چپ است. در چنین مواردی، هر خطی در هردو وجه (به تعابیر ویتنگشتاین) ایفای نقش می‌کند و در هر دو تصویر از اهمیت و ارزش یکسانی برخوردارند. در مورد این نمونه‌های دوساحتی، بسیار پیش می‌آید که ذهنمان بین دوساحت و دوشکل و دونوع دیدن، به



نگاره ۹ مرغابی-خرگوش جسترو

تناوب رفت و آمد کند (هیک ۳۲, ۱۳۷۷). بسامد دیدن این دو شکل تحت تاثیر فرانگاره‌ی ذهن بیننده و براساس تجارب پیشین او از خرگوش یا مرغابی و تحت

تاثیر شرایط دیدن تصویر متفاوت خواهد بود. مرغابی- خرگوش اولین بار توسط جوزف جسترو^۱ مورد توجه و سال‌های بعد توسط ویتگشتاین مورد بحث قرار گرفت. جسترو با استفاده از این تصویر نشان داد دیدن، تنها به واسطه چشم صورت نمی‌گیرد؛ بلکه موضوعی ذهنی و متأثر از فرایند فکر، دانش لغوی، نوع نگاه یا انتظارات ما است (Long and Toppino ۲۰۰۴). به طور مثال در پژوهشی که برروی کودکان انجام گرفت کودکانی که این تصویر را در روز عید پاک می‌دیدند بیشتر خرگوش؛ و آنان که در یک روز یکشنبه در ماه اکتبر^۲ می‌دیدند بیشتر غاز یا پرنده‌ای شبیه به غاز می‌دیدند (Brugger and Brugger ۱۹۹۳). با توجه به این آزمایش می‌توان بیان کرد نوع دیدن کودکان به تنها یکی بر اثر شکل‌های دیده شده از پیش نبوده و علاوه بر آن تحت تاثیر موضوعات غیرشکلی نیز قرار داشته است. در این آزمایش می‌توان تاثیر فرانگاره را در نوع دیدن تحلیل و مشاهده کرد.

شكل‌گیری فرانگاره و دیدمان

ارتباط نگاره و فرانگاره همچون ارتباط «دیدن» و «دیدمان»^۳ است. «نظریه پردازان اذاعان دارند که دیدن بر روندی فیزیکی- روان‌شناختی دلالت دارد که طی آن نور بر چشممان ماتاثیر می‌گذارد. در حالی که دیدمان به روندی اجتماعی اشاره می‌کند. دیدمان عبارت از دیدن اجتماعی شده است.» (والکرو چاپلین ۱۳۸۵، ۲۲). از این رو امیال، علاقه‌ها و باورهای پیشین بیننده در زمینه‌ای خاص در زمان و مکانی خاص دیدن را از دیدمان متمایز می‌کنند. امروزه دیگر باور به روند فیزیکی دیدن، که آن را حاصل نقش بستن تصویر بر روی شبکیه چشم می‌دانست، اندیشه‌ای باطل است (Stanford ۲۰۰۹). باید دانست دیدن یک تصویر، اساساً نه توسط دو دیده بلکه توسط بیننده‌ای صورت می‌گیرد که دارای جنسیت، پیش‌ذهن، هویت و تجربه تاریخی است. واکر^۴ و چاپلین^۵ معتقدند: «دیدمان از علائق و اشتیاقات بیننده و روابط اجتماعی میان درک‌کننده^۶ و دریافت‌کننده^۷ آگاه است (والکرو چاپلین ۱۳۸۵، ۲۲).

^۱ Joseph Jastrow (1836 - 1944)، روان‌شناس آمریکایی.

^۲ ماه اکتبر در نیم‌کره شمالی با فصل پاییز همراه است. در روزهای نزدیک به عید پاک [در روز عید پاک، افراد به خصوص کودکان تخم مرغ‌های رنگین را که «خرگوش» در گوش و کنار باغ پنهان کرده، پیدا می‌کنند و بالذات می‌خورند]، از این‌رو کودکان آغلب خرگوش را مشاهده می‌کردند. در حالی که در ماه اکتبر و با شروع پاییز، مشاهده اردک در تصویر بیشتر می‌شود.

^۳ Visuality

John A. Walker^۴

Sarah Chaplin^۵

Perceiver^۶

Receiver^۷

۵.

فرانگاره‌ها که در برگیرنده‌ی مفاهیمی فراتراز تصویر فیزیکی دیده شده، توسط بیننده‌اند و معانی‌ضممنی و غنی‌تر به نگاره اضافه می‌کنند، تا حد زیادی متاثر از خیال و حضور بیننده و تحت پیامد حضور او هستند. همانطور که معنای یک شعر، تنها وابسته به معنای تک‌تک واژه‌ها نبوده و بخش مهمی از موضوع شعر در فاصله بین کلمات نهفته است؛ در تصاویر نیز بخش قابل توجهی از مفهوم، منوط به داشته‌های ذهنی خواننده‌بیننده است؛ اوست که با خیال خود معنای تصویر را کامل می‌کند. در شعر، حضور خواننده و مجموعه خیالات او در جایی فراتراز رابطه ساده میان واژه‌ها و واژه‌ها شکل می‌گیرد و این فضای بینایین کلمات در یک قطعه شعرو حضور خواننده در پس واژه‌هast که زنجیره‌ی کلمات را تبدیل به مجموعه‌ای خیال‌انگیز می‌کند؛ در پس واژه‌ها، ذهن خواننده بستری می‌باید تا به روی‌سازی بپردازد. باید پذیرفت نه تنها واژه‌های روی کاغذ که بخش اعظم یک شعر را تصاویر ذهنی خواننده و خیال او ساخته‌اند. ابوعلی‌سینا معتقد است عنصر خیال، مهم‌ترین مفهومی است که واژه‌ها را به شعر تبدیل می‌کند. از دید او «مراد از شعر، تخیل (خیال انگیختن) است نه افاده آرا» (ابن سینا، ۷۴-۷۱). در روند دیدن و فهم تصاویر نیز پیشینه‌ی فرهنگی بیننده، مایبن شکل‌ها و ترکیب‌بندی اثر گرافیکی تجلی یافته و در درک مفهوم آن تأثیرمی‌گذارد. بر همین اساس می‌توان پذیرفت بخش مهمی از فهم تصویر، فراتراز تجربه‌ی فیزیکی بیننده و ناشی از تجربه‌های ذهنی اوست. به طور مثال قصه‌های پنهان پیرامون شکل‌ها و پیرامتن‌ها به خودی خود وسیله‌ای در دستان طراح گرافیک است تا با پیش‌بینی و کشف ذهن بیننده‌ی مفروض، پیش‌پیش روند فهم را در جریانی هدایت شده فرار دهد. در ریشه‌یابی شکل‌گیری این موضوع، می‌توان فرانگاره‌ها را گاهی حاصلِ تجارت شخصی فرد در اجتماع و گاهی حاصلِ میراث جمعی و ناخودآگاه قومی-تاریخی به ارث رسیده از اجداد تاریخی او دانست. این معانی پیشین، در ذهن مخاطب ساکن هستند و چنانچه دیزاینر بتواند راهی برای آزادسازی آن‌ها بیابد، روند انتقال مفهوم را دقیق تر و کنترل شده تر پیش خواهد برد.

فرم‌های انتزاعی و غیرانتزاعی، سطح‌های رنگی، سمبول‌های اجتماعی یا فرانگاره‌های ذهن انسان چونان شکل یک ماندالا^۱، فرم مجسم شده خورشید (☀)، تصویر ساده‌ی خانه و یا حتی فرانگاره‌ی مفاهیمی انتزاعی چون عشق (♥) یا خاطره‌ی یک رنگ، بُوی دریا،... همگی در فهم ما از تصاویر تاثیرمی‌گذارند.

^۱ کارل یونگ ماندالا را کهن‌الگوی خویشتن می‌داند، نماد تمامیت و نظم و کار و بیهُ آن سازماندهی و دربیگیری تمامیت روان آدمی است.

تأثیرزبان بر فرانگاره

بیننده، مفهوم تصویر را براساس زبان و فرهنگ خود می‌فهمد. بنابر نظریه یوهان هردر^۱ زبان و اندیشه از یکدیگر جدا نمایند و زبان، هم ابزار اندیشه آدمی است هم محتوا و هم صورت آن. هر در براین اندیشه بود که چون زبان و اندیشه متکی بر یکدیگرند، ناگزیر انگاره‌های فکری ملت‌های مختلف و ادبیات مطلوب هر یک از آن‌ها را نمی‌توان به درستی خواند مگر آن که این خوانش در چارچوب زبان خود آن ملت صورت پذیرد (رویینز ۱۳۷۰، ۳۲۷-۳۲۸). به اعتقاد ورف^۲ نیز زبان تنها وسیله‌ای برای بیان عقاید نیست بلکه «شكل دهنده عقاید است» و از این رو ما جهان را آن چنان درک می‌کنیم که زبان برای ما ترسیم می‌کند (ف. پالمر ۱۳۸۱، ۱۰۰). به عقیده ورف «ما طبیعت را در راستای خطوطی موشکافی می‌کنیم که توسط زبان مادریمان مشخص شده است». (Asher ۱۹۹۴، ۷۷) به طور مثال فهم ما از رنگ قرمز براساس زبان ماست؛ و این باور به تمام دایره‌ی فهم ما گسترش پیدا می‌کند. مثلاً افراد مختلف تعداد رنگ‌های متفاوتی در فام‌های رنگین‌کمان می‌بینند؛ در حالی که رنگین‌کمان در واقع طیف‌هایی بی‌مرز از رنگ‌ها است و هیچ خط جدا کننده‌ای میان نوارهای رنگی آن وجود ندارد. انسان‌ها براساس تعداد لغات رنگ موجود در زبان خود، تعداد رنگ‌های رنگین‌کمان را می‌شمارند (Pinker ۲۰۰۷). حتاً ویتنگشتاین^۳ می‌گوید «محدوده زبان من، محدوده دنیای من را می‌سازد» (Hickmann ۲۰۰۰) ما به اندازه لغاتی که در ذهن داریم دنیا را می‌فهمیم.

آزمایشی که توسط کار مایکل^۴، هوگان^۵ و والر^۶ در سال ۱۹۳۲ انجام گرفت نشان داد چگونه تفکر ما تحت تاثیرزبان و داده‌های پیشین ماست. در این آزمایش اشکال متفاوتی را به یک فرد نشان می‌دادند. هر شکل در دو کارت و هر بار با یک توصیف مختلف به فرد نشان داده می‌شد. به عنوان مثال یکبار تصویر «هلال ماه» را که در زیر آن برچسب «هلال ماه» درج گردیده بود و بار دیگر با برچسب حرف «C» به فرد نشان می‌دادند. زمانی که از فرد مورد نظر خواسته می‌شد چیزی را که دیده بود دوباره نقاشی کند، فرد بیننده، نقاشی را تغییر می‌داد تا بیشتر شبیه توصیف مربوطه شود،

۱ Johann Gottfried von Herder (1803-1744)

۲ Benjamin Lee Whorf

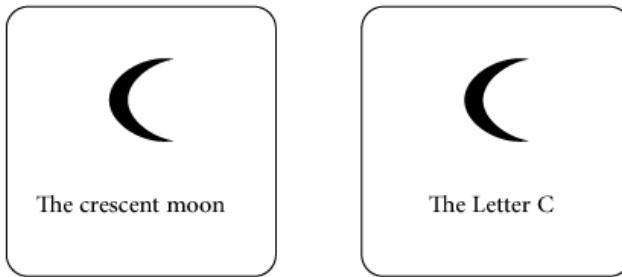
۳ Ludwig Wittgenstein

۴ «The limits of my language mean the limits of my world»

۵ Car Michael

۶ Hogan

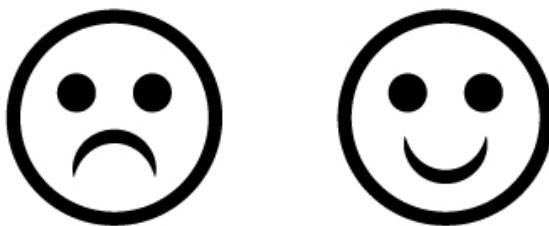
۷ Waller



نگاره ۱۰ آزمایش کار مایکل، هوگان و والر

این آزمایش تاثیرزبان را بر تفکر و تغییر شکل فرم را بر اساس ذهن نشان می داد.^۱ دیدن بر اساس فرانگاره

با یک مثال بینیم چگونه دیدن ما تحت تاثیر فرضیه های پیشین ذهن ماست: در این دو تصویر چشم ها کاملاً یکسان ترسیم شده اند. از نظر اندازه، جای قرارگیری،



نگاره ۱۱ دیدن تحت تاثیر فرانگاره. منبع: (Hall, ۲۰۰۷، ۲۶)

رنگ و فاصله کاملاً مانند هم هستند. چه عاملی باعث می شود چشم ها در تصویر سمت راست، شاد و در تصویر سمت چپ غمگین به نظر برسند؟ پاسخ در پیش فرض ذهنی ماست که چگونه تحت تاثیر فرم دهان، فرایند دیدن ما تغییر کرده و با افزودن احساس به چشم ها در فرم آن دخالت می کند. (Hall, ۲۰۰۷، ۲۶)

می توان پذیرفت «فرانگاره» ها که تحت تاثیر باورها، پیشینه هی ذهنی افراد و قاردادهای بیناذهنی هستند، بیش از «نگاره» ها در فهم تصویر، تاثیرگذارند. از لحاظ

^۱ The Sapir – Whorf Hypothesis: A Critique 2001, www.aber.ac.uk/media/students/njpoool.html آخرین بازدید فروردین ۱۳۹۸

نظری - آنگونه که گادامرنیز باور دارد - نقشی که پیش‌داوری در رابطه با فهم متن ادبی دارد (Gadamer ۱۹۸۹)، فرانگاره در رابطه با فهم نگاره اینها می‌کند. فرانگاره‌ها، مقیم ذهن بیننده‌اند و روند فهم نگاره را کنترل می‌کنند. می‌توان چنین استدلال کرد که اساساً فهم تصویر و نگاره، امری پیشینی و ارجاعی است که در زمان حال اتفاق می‌افتد. باید توجه داشت فرانگاره‌ها بازه‌ی گستره‌های از تصاویر از جمله ادراکات، خیالات و حتا فرم‌های سیال ذهنی و رویاگونه را شامل می‌شوند؛ موضوعاتی که فهم مخاطب وابسته به آن هاست. از این رو در شرایط یکسان، واژه «فرانگاره» مناسب‌تر از «پیش‌نگاره^۱» پیشنهاد می‌شود. چراکه درک از واژه‌ی پیش‌نگاره، بیشتر فرم‌های فیزیکی ذهنی است و از این‌رو در مقایسه با فرانگاره که شامل موضوعات فراتراز فرم و حاوی داده‌های گسترشده‌تری است؛ به معنای مورد نظر نزدیک تر است.

ویتنگشتاین و نظریه‌ی تصویری معنا

ویتنگشتاین در دوران فعالیت فلسفی خود، دونظریه متفاوت درباره‌ی زبان و ماهیت و ساختار زبان ارایه کرد. یکی در رساله‌ی منطقی - فلسفی^۲، مشهور به تراکتاتوس و دیگری در پژوهش‌های فلسفی. مبحث تحلیل زبان را می‌توان تقابل میان «نظریه‌ی تصویری زبان» و «نظریه‌ی کاربردی زبان» دانست. اندیشه‌ی اصلی ویتنگشتاین متقدم (جوان) در تراکتاتوس، این است که زبان، تصویری منطقی از جهان ارایه می‌کند. زبان، یک ماهیت مشترک دارد و وظیفه‌ی آن، تنها تصویر واقع است و نمی‌تواند به فراسوی واقعیت برسد.

این دو کتاب، به سنت تحلیل فلسفی بازمی‌گردد. تراکتاتوس، نظریه‌ی جامع و اصیلی درباره‌ی ماهیت زبان، ماهیت اندیشه و واقعیت، ارایه می‌کند. نحوه‌ی برخوردی که در تراکتاتوس، درباره‌ی مفاهیم انتزاعی و به غایت کلی، اتخاذ گردید، موجی عظیم در تحلیل فلسفی، به شماررفت. (Malcolm ۱۹۹۷، ۲۹)

ویتنگشتاین، جهان را مجموعه‌ای از بوده‌ها می‌داند. او همانند برخی از دیگر فیلسوفان، جوهر را چیزی که مستقل از آنچه واقع است دانسته و در تایید نظر خود آن را دارای صورت و محتوا می‌نامد. ویتنگشتاین سپس به تعریف نگاره (تصویر) می‌پردازد. او نگاره‌ها را بوده‌هایی می‌داند که موقعیت چیزها را در مکان منطقی

Preform ۱

۲ رساله منطقی - فلسفی (به لاتین: Tractatus Logico-Philosophicus)، که بیشتر به اختصار تراکتاتوس خوانده می‌شود، نام تنها کتابی است از ویتنگشتاین فیلسوف اتریشی که در زمان حیات وی به چاپ رسید. او این کتاب را در دوران سربازی و اسارت در جنگ جهانی اول نوشت. او لین چاپ آن به زبان آلمانی با نام Logisch-Philosophische Abhandlung در سال ۱۹۲۱ بوده است.

فلسفی میان معنا و معلوم تفکیک می‌کند: فقط گزاره‌ها معنا دارند و اسم فقط در بسترهای گزاره مدلول پیدا می‌کند. از دید او واژه‌ها معنای خود را تنها در داخل گزاره می‌یابند. به عنوان مثال در جمله «مداد روی میز است»، مداد و میز مدلول دارند اما «روی» مدلول ندارد. از این رو کل جمله به عنوان یک گزاره معنا دارد. در این ارتباط رابطه‌ای میان معنا و عالم خارج نیست و تنها مدلول است که در ارتباط با عالم خارج قرار می‌گیرد. معنای خود گزاره هم نسبتی با عالم بیرون ندارد بلکه در خود گزاره مستتر است (دیگر، ۱۳۹۶: ۵۴).

ویتنگشتاین، در گزاره‌ی سوم رساله می‌گوید: «تصویر منطقی امور واقع، اندیشه است از آن رو که یک اندیشه، یک تصویر است، مجموعه‌ای از عناصر، باید وجود داشته باشد تا یک وضعیت ممکن از امور را تصویر نماید. این دیدگاه، برآن است که یک اندیشه، به مدد آن که مدلی از واقعیت است، می‌تواند واقعیت خارجی را تصویر کند. بنابراین، یک اندیشه، یک تصویر است و یک تصویر، مدلی است از واقعیت.

(Malcolm، ۱۹۹۷: ۳۲-۳)

موضوع اصلی رساله منطقی-فلسفی، طرح نظریه ویتنگشتاین در باب معناداری است. این نظریه به چگونگی رابطه میان جهان، زبان و اندیشه می‌پردازد. «مقدمه اول: زبان ماهیت گزاره‌ای دارد. مقدمه دوم: گزاره ماهیت تصویری دارد. نتیجه زبان ماهیت تصویری دارد.» تصویر عبارت است از مصور کردن صورت مشترک میان گزاره و مدلول آن در عالم خارج. (دیگر، ۱۳۹۶: ۵۶).

منطق، مرز عالم است و آینکه گزاره عطف به وضع امور ممکن می‌کند به این معنا است که امکان مصور شدن آن مرزهای عالم را در می‌نوردد. ویتنگشتاین امکان مصور ساختن تصویر را «صورت تصویری» می‌نامد. (دیگر، ۱۳۹۶: ۵۷).

باید دانست معناداری با صادق یا کاذب بودن متفاوت است. و مطابق با نظریه تصویری معنا، معنا در خود گزاره مندرج است و تنها برای احراز صدق و کذب آن باید به جهان خارج رجوع کرد. (دیگر، ۱۳۹۶: ۵۷) «تصویر، با بازنمایی امکان وجود داشتن یا نداشتن وضعیت‌ها، واقعیت را تصویر می‌کند؛ تصویر متنضم امکان موقعیتی است که آن را بازنمایی می‌کند؛ تصویر یا با واقعیت وفق دارد یا ندارد، تصویر یا درست است یا نادرست، یا صادق است یا کاذب؛ آنچه تصویر بازنمایی می‌کند مستقل از صدق یا کذب آن، به وسیله صورت تصویری اش بازنمایی می‌شود. (دیگر، ۱۳۹۶: ۵۸)

۱. The logical picture of the facts is the thought. " (Das logische Bild der Tatsachen ist der Gedanke"

دلالت روانشناختی ندارد. مراد از تصویر، صورت منطقی گزاره است نه تصویر ذهنی سوژه. تصویر منطقی از منظر سوژه استعلایی شکل می‌گیرد اما تصویر ذهنی در ذهن سوژه بدن‌مند تجربی شکل گرفته و جزیی از عالم است و شان روانشناختی دارد.
(دباغ ۱۳۹۶، ۵۹)

از دیدگاه ویتنگشتاین گزاره و تصویر قابل مقایسه‌اند و همانطوری که یک تصویر وضعی از امور عینی و خارجی را نشان می‌دهد، گزاره نیز بیانگر وضع امور عینی است. لازمه این سخن می‌تواند این باشد که به همان شکلی که یک تصویر مدل یک واقعیت است، گزاره نیز مدل والگوی یک واقعیت می‌باشد. (ویتنگشتاین ۱۳۸۶)

معنا در خود تصویر مندرج است و هیچ مدلول بیرونی در شکل‌گیری و فهم معنای آن نقش ندارد. در عالم خارج مدلول وجود دارد نه معنا. برای فهم معنای یک تصویر، نیازی به مراجعت به تصاویر دیگر نیست؛ زیرا در این صورت فهم هر تصویر متوقف به فهم تصویر دیگر می‌شود و بیننده را دچار تسلسل می‌کند. در مقابل، معنای هر تصویر از کنار هم قرار گرفتن مولفه‌های آن احراز می‌شود و تصویر معنای خود را ارایه می‌کند. معنای گزاره منوط به چینش و نحوه کنار هم قرار گرفتن کلمات [تصاویر] در گزاره است. (دباغ ۱۳۹۶، ۶۰).

باید اشاره کرد دیدگاه ویتنگشتاین درباره نسبت لفظ با معنا، که تحت عنوان “picture” یا عکس از آن یاد می‌شود از نظر برخی صاحب نظران با آنچه ما در زبان فارسی از این کلمه می‌فهمیم متفاوت است. چون ویتنگشتاین از این اصطلاح یک معنای متأفیزیکی و حتی عرفانی را مد نظر داشته است. او وقتی می‌گوید مادر جستجوی تصویر هستیم یعنی اینکه چگونه چیزی نمود چیز دیگری است؟ به نظر او تناسب میان نمود شی و خود شی قراردادی است اما صورت این تناسب قراردادی نیست؛ چون نه حقیقت عینی اشیاء با جعل کسی موجود می‌شود و نه صورت تلفظ آن. صدا را باید در یک واقعیت درآورد، به طوری که با واقعیت خارجی منطبق و یکسان باشد. (حائری ۱۳۸۵، ۳۷)

ویتنگشتاین، در رساله، برای زبان، یک ماهیت مشترک، قایل است و وظیفه‌ی آن را تنها تصویر واقع می‌داند و در نهایت، به این اصل می‌رسد که حدود جهان ما از طریق حدود زبان، تعیین می‌گردد. حدود منطقی زبان، هم حدود آن چیزی است که قابل بیان به لفظ است و هم حدود آن‌چه قابل تعقل می‌باشد. از این رو، زبان نمی‌تواند به فراسوی واقعیت برسد؛ چرا که آن‌گاه، چیزی را تصویر نمی‌کند. نظریه‌ی

تصویری معنا که جوهه‌ی گزاره‌های اخباری است، جامعیت ندارد. بسیاری از جملات ما در گفتارهای عادی، به نظر نمی‌رسد که تصاویریا الگوایی از آن چه توصیف می‌کنند، باشند؛ مثلاً جمله‌ی «او به خاطر کاری که کرد، معدرت خواهی نمود»، توصیفی است از آن چه اتفاق افتاده است؛ اما آیا این یک تصویر، به معنای دقیق کلمه است، آن‌گونه که در رساله مطرح می‌شود؟ ویتنگشتاین، تاکید می‌کند که جملات، علی‌رغم صورت ظاهرانه‌ها، سرانجام از طریق فرایند تحلیل، اثبات می‌شود که تصویر هستند. به نظر ویتنگشتاین متقدم، جمله‌ی فوق را می‌توان به گونه‌ای تحلیل کرد تا به عنوان تابع ارزشی گزاره‌های پایه که منحصراً از نشانه‌های بسیط (نام‌ها) تشکیل یافته‌اند، پدیدار گردد. (Malcolm ۱۹۹۷، ۳۴-۳۵)

فرهنگ دیداری

مطالعات فرهنگ دیداری، منتج از نظریه‌هایی در زمینه مطالعات فرهنگی و میان رشته‌ای است که ابتدا در میانه دهه ۶۰ میلادی در بریتانیا شکل گرفت. یکی از اهداف نخستین مطالعات فرهنگی، فراهم کردن ابزارهایی برای بینندگان، شهروندان و مصرف‌کنندگان بود تا به واسطه آن بتوانند فهم بهتری از تولیدات و موضوعات اجتماعی به دست آورند. موضوعاتی که زندگی روزمره انسان‌ها را می‌سازند؛ همچون تلویزیون و سینما. فرضیه مشترکی که این مطالعات بر روی آن متتمرکز بود این بود که رسانه، بیانگر و بازتاب عقاید، سلیقه‌ها و واقعیات مصرف‌کنندگان نیست؛ بلکه رسانه، خود یکی از فرم‌هایی است که ما را به عنوان انسان «شکل می‌دهد». (Marita Sturken, Lisa Cartwright ۲۰۱۷، ۵)

به نقل از استروکن و کارترایت گفته شده که اولین بار واژه فرهنگ^۱ توسط پژوهشگر بریتانیایی ریموند ویلیامز^۲ به عنوان یکی از پیچیده‌ترین واژه‌های زبان انگلیسی تبیین شد. هرچند واژه فرهنگ پیشنهاد شده توسط ویلیامز در سال ۱۹۵۸ تعریفی ساده داشت (Williams ۱۹۸۹، ۳). فرهنگ، مفهومی پیچیده است که معنا و کاربرد آن در طول زمان در میان نظریه پردازانی که از آن استفاده کرده‌اند تغییر کرده است.^۳ برای فهم اینکه بدانیم چرا این توصیف بسیار مهم است باید به سال‌های پیش از دهه ۱۹۶۰ بازگردیم، زمانی که اصطلاح فرهنگ برای توصیف هنرهای زیبا و اقلام فرهنگی آموختنی استفاده می‌شد. یک فرد «فرهنگی» کسی بود که درگیر کار با انواع

Culture ۱

Raymond Williams ۲

Raymond Williams, Keywords: A Vocabulary of Culture and Society, rev. ed. (New York: Oxford University Press, 1983), 87; see also Raymond Williams, Culture and Society (New York: Doubleday, 1958).

شکل‌های کلاسیک هنر، ادبیات، موسیقی و فلسفه بود. با این دیدگاه، شاعر و منتقد اجتماعی بریتانیایی قرن نوزده متیو آرنولد^۱ فرهنگ را «بهترین هرآنچه که به ذهن رسیده و بیان شده» در جهان تعریف کرد^۲. فرهنگ، به بیان آرنولد شامل نگارش، هنر و فرم‌های دیگری بیانی است که در مواردی هم، راه به سوی کمال می‌برد. چنانچه فردی این اصطلاح را به این مفهوم مستفاد کند، آثار میکل آنژ^۳ و یا آهنگسازی‌های متزارت^۴، برایش مفهوم فرهنگ رانمایان می‌کند، نه صرفاً به این دلیل که این کارها ارزش مالی دارند بلکه به این دلیل که این آثار فراتر از زمان است و ایده‌ای از زیبایی و کمال مطلق را به ظهور رسانده است.

به ظهور رسیدن «کمال» در فرهنگ، براساس نظریه‌ی جامعه شناختی پیر بوردیو^۵ فرانسوی در اوخر قرن بیستم، در واقع محصول آموزش چیزی است که «کیفیت» فرهنگ نامیده می‌شود. سلیقه، در فرم خاص فرهنگی اش در مردم، از طریق مواجهه و تعلیم زیبایی‌شناسی نهادینه می‌شود (Bourdieu, ۱۹۸۴). تاکید بوردیو بر فرهنگ به عنوان چیزی که از طریق آموزش فرهنگی به دست می‌آید، شامل ایجاد تمایزی‌بین آثار هنری (به طور مثال یک شاهکار نقاشی و نقاشی آماتور)، همچنین بین اشکال متعالی و مبتدل است (به عنوان مثال تابلو نقاشی و تصاویر تلویزیون). «متعالی در برابر مبتدل» روش سنتی گفتمان در مورد زیبایی‌شناسی فرهنگی در نیمه اول قرن بیستم بود. فرهنگ متعالی به عنوان فرهنگ با کیفیت مطرح می‌شد و در برابر آن فرهنگ مبتدل قرار داشت. این تقسیم بندی کاملاً در جریان پیچیده‌ی فرهنگ معاصر منسخ شده است.

ویلیامز^۶ بر انسان‌شناسی انگشت گذاشت تاماً به تعریف جامع‌تری از فرهنگ برسیم: «کل شیوه‌ی زندگی یک گروه اجتماعی یا کل جامعه» این تعریف، مفهوم فراگیرتری از فعالیت‌ها، طبقه‌بندی و ارتباطات میان جامعه را در بردارد. موسیقی مردم‌پسند^۷، رسانه‌های چاپی، هنر و ادبیات، برخی از سیستم‌های طبقه‌بندی و روش‌های نمادین بیان هستند که انسان‌ها از طریق آن زندگی خود را سامان می‌بخشند. در پی ویلیامز، محققان مطالعات فرهنگی پیشنهاد کردند که فرهنگ، چیدمان بعضی از

Matthew Arnold ۱

Matthew Arnold, Culture and Anarchy: An Essay in Political and Social Criticism (Oxford: Project Gutenberg, 1869)

Michelangelo ۳

Mozart ۴

Pierre Bourdieu ۵ (زاده ۱ اوت ۱۹۳۰ - درگذشته ۲۳ ژانویه ۲۰۰۲)، جامعه‌شناس و مردم‌شناس سرشناس فرانسوی

Williams ۶

Popular music ۷

چیزها نیست (به طور مثال شوهای تلویزیونی یا نقاشی) بلکه مجموعه‌ای از فرآیندها یا شیوه‌هایی است که افراد و گروه‌ها آنها را تولید، مصرف و حس می‌کنند، چیزهایی که هویتشان در آن مشارکت دارد. فرهنگ از طریق شبکه‌های پیچیده‌ی ساخت، تماسا، گفتگو، نمایش، نگاه کردن، نمایش دادن در میان اعضای یک جامعه یا گروه ساخته می‌شود. اشیائی مانند تصاویر و متون رسانه‌ای در این شبکه تبادلات نقش فعالی ایفا می‌کنند. آنها مارا به نگاه کردن و احساس کردن یا صحبت کردن در مسیری خاص هدایت می‌کنند. استوارت هال^۱، نظریه پرداز فرهنگی بریتانیایی، اظهار داشت: «این شرکت‌کنندگان در یک فرهنگ هستند که به مردم، اشیا و حوادث معنی می‌بخشند... به واسطه استفاده ما از اشیا و آنچه ما می‌گوییم، فکر می‌کیم و درباره آنها احساس می‌کنیم - چگونه آنها را بازنمایی می‌کنیم - است که به آنها معنا می‌بخشم (Hall, ۱۹۹۷S).» در ادامه بحث هال، ما می‌توانیم بگوییم که ما به اشیاء معنا می‌دهیم، اشیاء را می‌سازیم، اشیاء رانگاه می‌کنیم و برای ارتباطات استفاده می‌کنیم و این برای لذتی است که به خود ما معنا می‌بخشد. اشیاء عواملی فعال در روابط پویای شبکه‌های اجتماعی هستند.

اصطلاح فرهنگ، برپرداشت از فرهنگ به عنوان یک مجموعه سیال و تعاملی از فرآیندها و شیوه‌های تأکید دارد. فرهنگ، پیچیده و درهم است و مجموعه‌ای ثابت از ایده‌آل‌ها، سلیقه‌ها، شیوه‌ها و یا زیبایی‌شناسی نیست. معانی در ذهن افراد ایجاد نمی‌شوند، بلکه در روند گفتمان درونی یک فرهنگ شکل می‌گیرند. فرهنگ دیداری بین افراد و به واسطه مصنوعات، تصاویر، فناوری‌ها و متون ایجاد شده توسط آنها ساخته می‌شود. تفسیرها و تعبیرهای دیداری که با یکدیگر در درمی آمیزند هستند که جهان یعنی یک فرهنگ را شکل می‌دهد. اما فرهنگ دیداری بر مبنای شیوه‌های چندوجهی و چند حسی^۲ فرهنگی شکل می‌گیرد، و نه به تنها ای در تصاویر و دیدمان.

مطالعات فرهنگ دیداری

فرهنگ دیداری به عنوان زمینه مطالعاتی در دهه ۱۹۸۰ ظهر کرد، هم‌زمان با آن که استفاده و تولید تصاویر و کاربرد صفحه‌های نمایش در رسانه و شیوه‌های اطلاع‌رسانی، ارتباطات، سرگرمی و موضوعات زیبایی‌شناسی بیشتر شد. مطالعات فرهنگ دیداری به عنوان یکی از زمینه‌های اصلی این ایده مطرح شد که تصاویر از قلمروهای مختلف اجتماعی، با هنر، تبلیغات، علم، رسانه‌های جدید و دنیای

^۱ Stuart Hall
^۲ multimodal and multisensory

سرگرمی با هم مرتبط‌اند و در هم تاثیر متقابل می‌گذارند. دیگر بسیاری از محققان تقسیم‌بندی سنتی آموزش تصویر در دانشگاه که تصاویر در حوزه‌های مختلف مورد مطالعه قرار می‌گرفتند (مانند تاریخ هنر، مطالعات فیلم و ارتباطات) را نمی‌پذیرند. تقسیم‌بندی بین رشته‌ای به دلیل تغییرات تاریخی، پیشرفت‌های تکنولوژیکی و تغییر‌شیوه‌های دیدن است. به واسطه تکنولوژی دیجیتال، اکنون رسانه با روش‌های جدید در هم آمیخته است. امروزه ممکن است بروزی کامپیوتراهای مان آثار هنری را بینیم، اخبار را بخوانیم پرونده پژوهشکی مان را مطالعه کنیم، خرید کنیم، تلویزیون تماشا کنیم و فیلم بینیم. امروزه برخلاف گذشته، دیگر صنایع مختلف گوناگون که به طور ذاتی جدا از هم فرض می‌شدند همگی با هم درآمیخته‌اند. (Marita Sturken, ۲۰۱۷ Liza Cartwright)

دیدن و دیدمان

نیکولاوس میرزوئف می‌نویسد، « دیدمان یک رژیم تجسمی^۱ (رژیمی از تجسم بخشی‌ها) و رژیم تصویری است و نه تنها خود تصویر (Mirzoeff, The Visual Culture Reader ۲۰۱۲, xxx).» فرهنگ دیداری صرفاً در مورد تصاویر نیست. در مورد شیوه‌هایی است که ما در موضوع مربوط به دیدن مشارکت داریم، و در مورد شیوه‌هایی است که جهان به طرزی بصری سازمان یافته است. قابلیت نگاه‌کردن، دیده‌شدن، دیدن و مشارکت در شیوه‌های فرهنگ دیداری که شامل واکنش‌های اجتماعی می‌شود. به طور تاریخی، ایده‌ی دیدن به عنوان یک قدرت فراگیر^۲، قدرت ایزدی^۳ وزن بسیار زیادی داشته است. فناوری نظارت تصویری در دنیای معاصر این ایده‌ی چشم فرانگر را گسترش داده و باور به این که دیدن، دانستن است، این را به فکر خطرور می‌دهد که اگر تنها یک نفر نتواند همه چیز را ببیند، تنها یک نفر می‌تواند همه چیز را بفهمد. حال که دیدن چیزی لزوماً فهمیدن آن نیست. در حالی که اصطلاح دیدن تنها به ظرفیت فیزیکی دیدن می‌پردازد، مفهوم دیدمان به دیدنی اشاره دارد که به واسطه محیط و تعامل اجتماعی شکل گرفته است. هال فاستر^۴، مورخ هنری، به این تفاوت در بحث مربوط به دیدن به عنوان «یک واقعیت اجتماعی» اشاره می‌کند. فاستر می‌نویسد: «تفاوت بین دیدن، به عنوان عمل فیزیکی مشاهده و دیدمان، بسیار زیاد است.»

visualizations ۱

all-seeing ۲

god-like ۳

Hal Foster ۴

اینکه ما چگونه قادریم، اجازه داریم، و ودار به دیدن می‌شویم؛ و یا ما چگونه این دیده یا آن نادیده را می‌بینیم (Foster, ۱۹۸۸) تفاوت میان این دو اصطلاح است.

ادراك بصرى و دیدن از نگاه سهوردي

سهوردي يكى از سرچشمه‌های شناخت را ادراك حسى مى داند. او مى‌گويد: محسوسات جزو فطرياتند و منشأ دانش ما (البته درباره امور مادي) هستند (سهوردي ۱۳۹۷، ۱۵۴). شناخت ما از امور مادي حسى، منحصراً از راه حس است. نفس آدمي داراي پنج حس ظاهري (لمس، سمع، بصر، ذوق وشم) و پنج حس باطنى (حس مشترك، خيال، وهم، متخيله وحافظه) است. (همان، ج ۳، ص ۳۲۷ / ج ۲، ص ۲۰۸ و ۲۰۹). «حس» ابزار شناخت عالم مادي است. يكى از ادراكات حسى «ادراك بصرى» (ابصار / رؤيت) است. از نظر سهوردي، رويت حسى در حال رويت، از قسم ادراك حضوري است. در حين ادراك، نفس با شى مرئى اتصال پيدا مى‌کند و آن را به نحو حضوري مى‌بابد و بدینسان، نفس از واقع خارجي آگاه مى‌شود. البته درکى که پس از غيبت مرئى در ذهن داريم از طريق صورت برجاي مانده شىء در ذهن است و درکى حصولى است. موجودات مادي را با به کارگيري حواس مى‌توان شناخت. در باب كيفيت ابصار، سهوردي آراء پيشينيان را در مى‌کند. پيش از سهوردي، در اين زمينه دو نظرية وجود داشت: نظرية «انطباع» ونظرية «خروج شعاع» (همان، ۲۰۸). طبق نظرية «انطباع» هنگام ابصار، پرتو نوری از جسم به مردمك چشم مى‌تابد و صورت شىء در آن منطبع مى‌گردد و از آنجا به حس مشترك مى‌رود و مورد مشاهده نفس واقع مى‌شود. اما طبق نظرية «خروج شعاع» هنگام ابصار، شعاع نوری از چشم به صورت مخروطى خارج و به جسم مرئى مى‌تابد و بدینسان، رؤيت رخ مى‌دهد. اما از نظر سهوردي، ابصار نه به خروج شعاع است و نه به انطباع؛ نه چيزى از چشم خارج مى‌شود و نه چيزى در آن وارد مى‌شود، بلکه ابصار با اشراق نفس برشىء مبصر حاصل مى‌گردد به شرط مقابله. هنگامى که شىء مستنير در مقابل چشم قرار گيرد و حجاب و حايلى بين چشم و جسم نباشد از احاطه نفس و اشراق حضوري آن نسبت به شىء مشاهده صورت مى‌گيرد. (سهوردي ۱۳۹۷، ۳۳). از اين روازنگاه سهوردي مشاهده و دیدن حاصل احاطه نفس و حضور بیننده است و منحصراً كنشى فيزيكى نىست.

استخراج تصاویر ناپیدا در مطالعات دیداری

در دنیای امروز، تصاویر به طور روزانه در حال زیاد شدن هستند. امروزه، تولید تصویر برای بسیاری از افراد تبدیل به یک عادت روزانه شده است. اکنون تعداد تصاویری که در یک ساعت تولید می‌شوند بیش از تمام تصاویری است که در قرن ۱۹ تولید شده‌اند.

ما در جهانی زندگی می‌کنیم که در آن تسلط و احاطه دیدن و دیدمان واقعیتی طبیعی یا تصادفی نیست. دیدمان نه تنها شرایط اجتماعی دیدن را تعریف می‌کند بلکه موجب کارکرد قدرت در جوامع مدرن می‌شود.



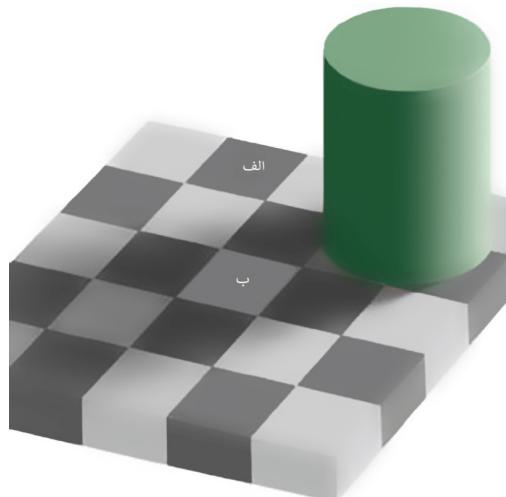
نگاره ۱۲ کن گونزالس-دی، شفق ۱، از جستجوی درختان دار کالیفرنیا، ۱۲-۲۰۰۷ (چاپ لیزری روی آلومینیوم، ۴۶ × ۳۶)

در گفتمان دیدمان، ما نه تنها باید آنچه را که می‌بینیم درک کنیم بلکه باید آنچه را که نمی‌بینیم نیز مورد توجه قرار دهیم، هر آنچه که دور از زاویه دید ما قرار داده شده است دارد. در عکس شفق ۱ اثر کن گونزالس-دی^۱. تصویر، نشان‌دهنده خطوط

Ken Gonzales-Day ۱

ساده تنه یک درخت بدون برگ در برابر آسمانی سیاه است که در اندازه بزرگ چاپ شده است. این عکس از مجموعه‌ی جستجوبرای درختان دارکالیفرنیا انتخاب شده است. گونزالس-دی به مستند سازی درختانی در ایالت کالیفرنیا پرداخته که افراد زیادی که بیشترشان مکزیکی بودند از این درخت ها به دارآویخته شدند. گونزالس-دی در اثر خود به لایه‌ای که پنهان است اشاره دارد. اجسامی که از این درختان آویخته شده بودند دیگر آشکار نیستند. این غیبت خود اشاره به غیبیتی بزرگتر در کتاب‌های تاریخ دارد. واقعیتی که در آن بیش از ۳۵۰ نفر جوان مکزیکی در کالیفرنیا به دارآویخته شدند. کن در کتاب خود، دارزدن در غرب به رویدادنگاری این حادثه پرداخت.^۱ هنرمند، نماد «حالی» موجود در تصویر را بسط داده است و به بازنمایی شرایطی پرداخته است که در آن واقعیتی پنهان شده است. در این مجموعه، درختان خالی جایگزین کشته شدگان شده است. دیدمان از شرایطی می‌گوید که در آن چیزی پیداست که خود نشان از موضوعی پنهان دارد. اینکه چگونه «ناپیدا» دیده می‌شود، «پیدا» می‌شود و مفهوم تولید می‌کند پرسشی مهم در مطالعات دیداری است و بعداً خواهیم دید چگونه با موضوع فرانگاره در ارتباط است.

دیدن تحت تاثیر دیدمان



نگاره ۱۳ مربع‌های الف و ب کاملاً هم‌رنگ هستند.

در نگاره ۱۳ مربع‌های الف و ب کاملاً هم‌رنگ هستند. اما چشم انسان بر اساس تجربیات پیشین تصور می‌کند مربع ب چون در سایه قرار گرفته و چون در اصل سفید بوده است باید روشن‌تر دیده شود. حتاً بیننده با علم و آگاهی از این موضوع که مربع‌ها یک‌رنگ

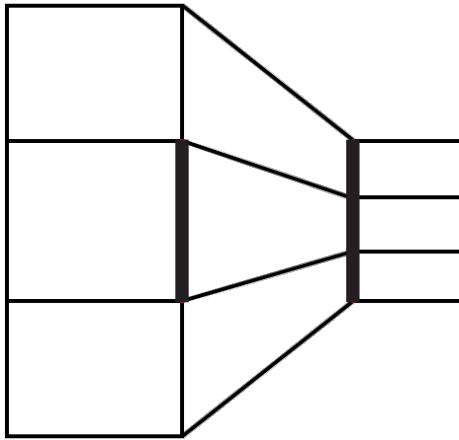
هستند نمی‌تواند به چشم دستور دهد تصویر را درست و آنگونه که هست ببیند. باید دانست چشم همچون آینه نیست که هر چیزی را آنگونه که هست انعکاس دهد بلکه در اینکه چرا و چگونه چیزی را می‌بیند تحت تأثیر نیازها و پیش‌داوری‌های خود قرار می‌گیرد، به نظر گودمن «اسطوره‌ی نگاه معصوم^۱ و دریافت مطلق، گزارشی کفرآمیز است.» (Goodman, ۱۹۷۶، ۸). گودمن به کانت استناد می‌کند که بنابر آن، دریافت و تفسیر، هیچ‌گاه مستقل از هم عمل نمی‌کنند؛ بلکه به واسطه مواد خامی که از حواس دریافت می‌شوند، جریان شناخت و مفاهeme شکل می‌گیرد و آنها کاملاً به هم وابسته‌اند. مشاهده‌ی صرف، بی‌محتواست و در محصول نهایی آنچه که دریافت شده و آنچه که ادراک شده از هم، غیرقابل تمییز هستند و محتوا از طریق تفسیر کردن لایه‌های متن، قابل استخراج نیست.

احتمالاً هیچ دلیلی وجود ندارد که فکر کنیم ریخت‌شناسی چشم انسان در خلال تاریخ تغییر کرده است یا حتی تصور کنیم دستگاه بینایی یک ایرانی کاملاً متفاوت با دستگاه بینایی یک فرد آفریقایی است. اما یک بررسی سراسری از تصاویر و مصنوعات بشری فرهنگ‌ها و اعصار مختلف به ما نشان می‌دهد که روش‌های تصویر کردن یا بازنمایی دنیا کاملاً با هم متفاوت بوده‌اند. به سخن دیگر، رژیم‌های دیداری یا روش‌های دیدن متفاوت، سیستم‌های متفاوتی از نمایش یا بازنمایی را توسعه داده‌اند. به طور مثال یکی از این سیستم‌ها، سیستم پرسپکتیو خطی است که ریشه در نقاشی یونان و روم باستان دارد و بعدتر به وسیله هنرمندان رنسانس ایتالیا توسعه پیدا کرد (والکرو چاپلین ۱۳۸۵، ۵۳).

در نگاره ۱۴، بیننده بر اساس آموخته‌های خود به اشتباه پاره خط سمت چپ را کوتاه‌تر از پاره خط سمت راست تصور می‌کند. در صورتی که دو پاره کاملاً همان‌دراز هستند. می‌توانید با یک خطکش ساده آنها را اندازه بگیرید!

گامبریج با چاپ کتاب «هنر و هم»^۲ در سال ۱۹۶۰ اذعان کرد: می‌توان از طریق یافته‌های ریخت‌شناسی ادراک به پرسش‌هایی درباره سبک و بازنمایی تصویر پاسخ داد (گامبریج ۱۳۹۳). گامبریج در جای جای کتاب، درون تاریخ به جلو و عقب می‌رود و ریشه‌های بیانی هنرمندان را در اعماق تاریخ تحول هنر کاوش می‌کند. او گاه ریشه‌های بیانی یک اثر مدرن گرافیکی را در هنر قبایل بدوى جستجو نموده و گاه آن‌ها را در آثار تمدن‌های کهن بازمی‌یابد. آنچه را که پیش از این سهم تولید کننده‌ی

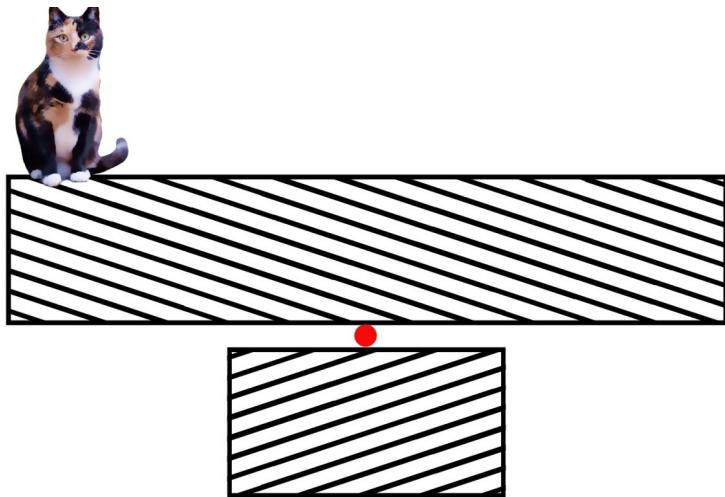
۱ the myths of the innocent eye
۲ ترجمه امیر حسن ندایی از نشر افراز



نگاره ۱۴ دوباره خط هم اندازه هستند

تصویر می‌دانستیم، اکنون باید به سهم ناظر تغییر دهیم؛ این عقیده گامبریج بود (والکرو چاپلین ۱۳۸۵، ۵۶). به طور مثال به نظر می‌رسید بینندگانی که به تماشای تلویزیون می‌نشینند عناصری منفعل به حساب می‌آیند، اما برخی از نظریه‌پردازان معتقدند که دیدن جریانی فعال و ذهنی است. استفاده از واژه خواندن در ارتباط با تصویر نزربه این مساله اشاره می‌کند. همانطور که پیشینه فرهنگی از شخصی به شخص دیگر و از یک گروه اجتماعی به یک گروه اجتماعی دیگر متفاوت است مهارت‌های تصویری نیاز افرادی به فرد دیگر تغییر می‌کند.

در نگاره ۱۵ در حالی که دو سطح با هم ترازو و موازی هستند، چشم بیننده وارد عمل شده و سمت چپ را پایین تر فرض می‌کند. در این تصویر خطوط مورب زمینه، موضوع را تشدید کرده است. بدیهی است دیدن یا تجربه‌ی زیبایی شناختی بدون وجود بیننده معنا ندارد. حال این سوال مطرح می‌شود آیا می‌توان قوانینی عمومی درباره کارکرد ذهنی میلیون‌ها بیننده در خصوص موضوع مطالعات فرهنگ تصویری به دست آورد؟ پیچیدگی موضوع اینجاست که در حالیکه تصویر، عکس یا ابره در بیرون از بدن ما قرار دارد، ادراک تصویری سوژه تحت تاثیر خاطرات، توهمات و تصاویر رویایی در درون ذهن صورت می‌گیرد. منظور از ادراک چه به صورت خودآگاه چه ناخودآگاه است (همان، ۵۶). هنگامی که از مطالعات فرهنگ تصویری و تصاویر درون ذهن بیننده می‌گوییم باید به معنای فرهنگی نیاز اشاره داشته باشیم.



نگاره ۱۵ دو مستطیل با هم تراز هستند
بینامتنیت^۱ از متن تا تصویر

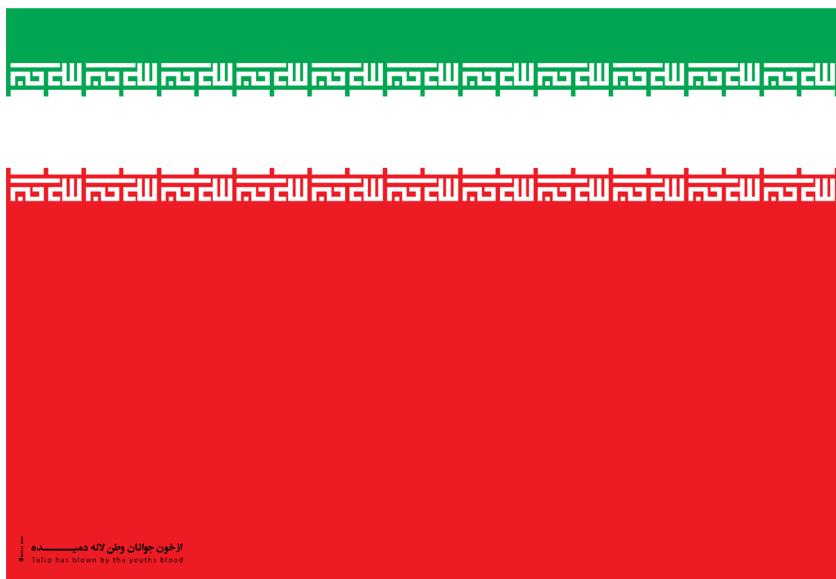
تلمیح و ایجاز

در متون کهن ایرانی و در ادبیات فارسی به دو واژه تلمیح و ایجاز برمی‌خوریم که هردو به نوعی به انتقال معنا از متنی به متنی دیگر اشاره می‌کنند. تلمیح در لغت به معنای اشاره کردن است و منظور از آن اشاره به قصه، شعر، مثل و یا اشاره به فرهنگ عامه یا عقاید و آدب و رسوم می‌باشد. در ادبیات فارسی، تلمیحات را به دو دسته تلمیحات ایرانی (اشارة به اسطوره‌ها، باورهای قومی، میثرا باوری، زرتشتی‌گری و مانویت) و تلمیحات اسلامی (اشارة به قصه‌های قرآنی، احادیث، اخبار و روایات و آشنایی با فرهنگ سامی و کتاب مقدس) تقسیم کرده‌اند؛ در دوران معاصر و در شعر نو، اسطوره‌های هندی، چینی و یونانی نیز وارد تلمیحات زبان پارسی شده است. (عباسپور ۱۳۷۶، ۴۰۳-۴۰۴). «تلمیح از نظر ساخت، گفتار را به سمت ایجاز می‌برد و باعث می‌شود که معنای کلام شاعر، نویسنده [یا تصویرگر] در ذهن شنونده، خواننده [یا بیننده] ادامه یابد». ایجاز یا کمینه‌نگاری و معنا آفرینی از راه گسترش معنا در ذهن خواننده یا بیننده یکی از ویژگی‌های مهم تلمیح است و باعث تنوع تفسیرو خوانش‌های متکثر می‌گردد. حیطه تلمیح و دلالت، محدود به نوشته نیست و می‌توان

^۱ میان متن نیز معادل مناسبی برای بینامتنیت (Intertextuality) است

دامنه آن را تا دنیای تصویر نیز گسترد؛ «در کل، همه‌ی تصاویر چند معنایی‌اند و بیانی تلویحی دارند و زنجیرهای متغیر از مدلول‌ها را می‌آفرینند. بنابراین هر جامعه‌ای فنون متعددی را برای تثبیت این زنجیره اتخاذ می‌کند. پیام زبانی یکی از این ترفند‌هاست که کارکرد آن همانند لنگرگاه، گونه‌ای مراقبت از استفاده از پیام و به عهده گرفتن مسئولیت آن در برابر توan نمایشی تصاویر است. (بارت ۱۳۸۳، ۱۷۸-۱۷۹)»

به عنوان نمونه، پوستر «از خون جوانان وطن لاله دمیده» از مجموعه «پرچم ما»، به یکی از مشهورترین سروده‌های عارف قزوینی ارجاع می‌کند. این شعر اشاره به افسانه‌ای دارد که از قطرات خون سیاوش (یکی از قهرمانان شاهنامه)، گل‌های لاله روییده است. عارف قزوینی در دیوان خود و در مقدمه‌ای براین تصنیف، آورده است:



نگاره ۱۶ از خون جوانان وطن لاله دمیده از مجموعه «پرچم ما»، ۱۳۹۲، ۱۰۰×۷۰ سانتی‌متر.

«این تصنیف در دوره دوم مجلس شورای ایران در تهران ساخته شده است. به واسطه عشقی که حیدرخان عمواوغلى بدان داشت، میل دارم این تصنیف به یادگار آن مرحوم طبع گردد. این تصنیف در آغاز انقلاب مشروطه ایران، به یاد اولین قربانیان آزادی سروده شده است» (عارف قزوینی ۱۳۸۱). این پوستر از یک سوبا اشاره به رنگ قرمز در پرچم ایران و از سوی دیگران اشاره به خون شهیدان این سرزمین و تصنیفی از عارف قزوینی به موضوعات و مفاهیم بیرون از خود ارجاع داده است.

فروید و نظریه ناخودآگاه فردی

غزلیات حافظ با ارجاعات فراوان به اسطوره‌ها و کهن‌الگوهای فرهنگی قومی ما همراه است. از این رو اشعارش همواره رابطه‌ای درونی با خواننده ایرانی برقرار می‌کند. حافظ، مسلط بر داده‌های پیشین و ضمیر ناخودآگاه مخاطب خود بوده است.

نظریه‌ی ناخودآگاه با گستردگی مباحث امروزین آن با فروید^۱ آغاز شد. اوروان انسان را به سه بخش «خودآگاه»، «نیمه‌آگاه» و «ناخودآگاه» تقسیم کرد (جلالی، مهدی ۲۶، ۱۳۳۳). بخش خودآگاه بخشی از ذهن است که فعالیت‌های آگاهانه ما با آن انجام می‌شود. بخش نیمه‌آگاه قسمی از فرایندهای ذهنی است که گرچه در رزای ذهن واقع‌اند ولی به راحتی یا در شرایط خاص به سطح خودآگاه منتقل می‌شوند. اما بخش ناخودآگاه پاره‌ای از ذهن است که گرچه از وجود آن آگاهی نداریم ولی بدون اراده و اختیار ما بر روی رفتار و تصورات ما تأثیر می‌گذارد. ما خود نیز در زندگی روزمره‌مان آن مجموعه از تمایلات و تصورات را که دوست نداریم یا با عرف و باور عمومی جامعه پیامون ما منافات دارد و اجتماع نمی‌پذیرد، سرکوب کرده و به ناخودآگاه می‌فرستیم (ارشاد ۱۳۸۵). گاهی این تمایلات و تصورات سرکوب شده در رویاها، لغزش‌های زبانی و یا در اثرهای بروز کرده و به سطح خودآگاه می‌آید.

از نظر فروید، اشتباہ در حرف زدن که شامل تلفظ غلط یا استفاده از واژه‌های ناجا می‌شود در واقع تصادفی نیست. لغزش‌های کلامی برای لحظه‌ای چیزهایی را فاش می‌کنند که ما مایل به پنهان کردن آن‌ها هستیم، چه آگاهانه و چه ناآگاهانه؛ و برای لحظه‌ای هم که شده احساسات واقعی ما را بملامی کنند. این لغزش‌ها برخاسته از احساسات ناآگاهانه‌ای است که در ذهن ما سرکوب شده‌اند، یا این که آگاهانه اما بدون موقیت سعی در خفه کردن آن‌ها داشته‌ایم. (گیندر ۱۳۲، ۱۳۸۶). فروید در کتاب «تعبیر خواب و بیماری‌های روانی^۲» بیان می‌کند رویاها زبان نمادینی شکل می‌دهند که به طور صریح به واقعیت اشاره نمی‌کند؛ بلکه از راه میانجی و واسطه به واقعیتی پنهان که نمی‌خواهد به سادگی آشکار شود، ارجاع می‌شود. در واقع بیشتر رفتارها و واکنش‌های آدمی از ضمیر ناخودآگاه فرمان می‌گیرند (فروید، تعبیر خواب و بیماری‌های روانی ۱۳۸۴). فروید براین اساس معتقد است ساختار شخصیت انسان از سه نظام عملده تشکیل شده است: ۱- لایه‌ی زیرین، نهاد یا ID که منبع انرژی روانی و غایزانسان است. ۲- لایه‌ی میانی، فرامن یا Superego که به مرور، نظامی

۱ Sigmund Ferud (۱۸۵۶-۱۹۳۹) عصب‌شناس اتریشی و پدر علم روانکاوی
۲ Interpretation of Dreams

برای حفاظت از ارزش‌ها و حریم‌های جامعه برای خود ساخته است. ۳-لایه‌ی بالای من یا Ego که پیوندی میان نهاد با فرامن است و باعث می‌شود انسان بتواند تعادلی میان تمایلات غریزی و نهادی خود با قوانین جامعه برقرار کند (فروید، خود و نهاد ۱۳۷۲). فروید روان انسان را مانند کوه یخی می‌دانست که تنها بخشی از آن که در قسمت خودآگاه قراردارد از آب بیرون است؛ ما بقی دراقیانوس درون پنهان می‌باشد. او معتقد بود بسیاری از علایق، سلیقه‌ها و امیال انسان تحت تاثیرناخودآگاه پیشین اوست و بی‌آنکه انسان دلیل بسیاری از این علاوه‌ها را بداند، تحت تاثیر ویژگی‌هایی است که از خانواده، اجتماع اطراف، شرایط اقتصادی و جغرافیایی محیط خود قرار گرفته است. علاوه‌ها و پیشینه‌ی ذهنی او در اسطوره‌ها، افسانه‌ها، آیین‌ها و مناسک مذهبی، در رویاها، خیال‌پردازی‌ها و آثار هنری نمود پیدا می‌کنند. بسیاری از این نمودها در بین افراد یک قوم و برخواسته از یک فرهنگ هم‌چنین بسیاری از آن در همه انسان‌ها مشترک است. رویدادها و پدیده‌های جمعی اعم از جشن‌ها، افسانه‌ها، فرهنگ‌عامه، جنگ‌ها یا سختی‌ها ردپایی در ضمیرناخودآگاه فردی باقی می‌گذراند و شاعر، هنرمند یا دیزاینر، سخن‌گوی این ضمایر می‌شود. از همین روست که وقتی ایرانیان سخن حافظ را می‌شنوند احساس می‌کنند سخن دل خود راشنیده‌اند.

جام جهان نماست ضمیر منیر دوست اظهار احتیاج خود آنجا چه حاجت است.
حافظ برای ما خواندنی است زیرا به زندگی ما معنا می‌بخشد. اوما را به لایه‌ای فراتراز آن چه به طور روزانه درگیر آن هستیم می‌برد. اگر چنین بود که تنها امور روزمره‌مان را در او ببینیم دیگر چنین اشتیاقی برای خواندن غزل‌های او در طول تاریخ وجود نداشت.
حافظ مفاهیم و لایه‌هایی از بطن جامعه و مردم را استخراج می‌کند که خواننده شخصاً قدرت استخراج آن را نداشته است.

یونگ و کهن الگوها

«تقدیر در ناخودآگاه جمعی منزل دارد»

یونگ

کارل گوستاو یونگ^۱ روان‌شناس و فیلسوف سوییسی، شاگرد و همکار فروید نیز به بررسی علمی خاطره‌های قومی که از ژرفای اساطیر می‌آیند و سینه به سینه نقل می‌شوند پرداخت. فریدا فورد‌هام^۲ پژوهشگر آثار یونگ می‌گوید: هرچه فروید ناگفته گذاشته، یونگ تکمیل کرده است (فورد‌هام ۱۳۹۰). یونگ پس از جدا شدن از استاد

۱۸۷۵ - ۱۹۶۱) Carl Gustav Jung ۱
Frieda Fordham ۲

خود، فوید، مطالعات روان‌شناسی اش را از راهی دیگر پی‌گرفت. او تقسیم‌بندی فروید درباره ذهن را تکمیل کرد. یونگ بجای تقسیم‌بندی روان یا ذهن انسان به سه بخش خودآگاه، نیمه‌آگاه و ناخودآگاه؛ برای آن دو گونه ناخودآگاهی در نظر گرفت: ناخودآگاه فردی و ناخودآگاه جمعی (فاطمی ۱۳۸۷). به عقیده یونگ، ناخودآگاه جمعی میراثی است از دوره‌های نخستین زندگی بشرکه نسخه‌ای از آن در حافظه تاریخی انسان‌ها ثبت شده است و همه مردم در آن سهیم هستند. از دید او همیشه عناصری نمادین در روان ما وجود دارند و به معناهایی که خود آن‌ها را نساخته‌ایم ارجاع می‌کنند. این عناصر، زاده معناهای ازلی و جاودانه‌اند. یونگ به این نشانه‌ها آرکی‌تایپ^۱ یا کهن‌الگومی^۲ گوید. به عقیده‌ی او کهن‌الگوها، افکار غریزی و مادرزادی بشره‌ستند و راهبرانسان به انجام رفتارهایی است که بر طبق الگوهای از پیش تعیین شده انجام می‌دهند. به عبارت دیگر، آرکی‌تایپ، تصاویر و رسوباتی است که بر اثر تجربه‌های مکرر پدران باستانی ما به ناخودآگاه بشر راه یافته است. در واقع کهن‌الگومحتویات ناخودآگاه جمعی بشر است که در همه انسان‌ها یا در قومی خاص مشابه می‌نماید (دواو شولتز، گیتی خوشدل (متترجم) ۱۳۵۹). از این رو کهن‌الگوها ریشه‌های فهم و کلیدهای دریافت معنا در انسان هستند؛ واژه‌نیرو رابطه‌ای تنگاتنگ با موضوعات مربوط به فهم و ادراک پیدا کرده و راه‌گشای ایجاد رابطه‌ای دوسویه در ارتباط‌های گفتاری و دیداری می‌گردد. یونگ بیان کرد که در تحلیل مولفه‌های روانی یک ملت می‌توان نمادهای اسطوره‌ای آنان را مورد مطالعه قرار داد. در این حوزه باید بدanim این نمادها ساخته و پرداخته افراد و اشخاص خاصی نیستند بلکه از معانی ازلی و جاودانه برخاسته و بی‌آنکه ما در پدیدآوردن آن سهیمی داشته باشیم در روان ما وجود دارند و زندگی می‌کنند؛ به بیانی دیگر، می‌توان گفت که آنچه را میراث می‌نامیم همان ناخودآگاه نیاکانی ماست که پیش از آن اعداد ما با آن زیسته‌اند و ما و فرزندان ما نیز با آن خواهند زیست. از نظر یونگ، آن‌چه «نماد» یا symbol می‌نامیم، تصویری است با بیانی دو جانبه؛ یکی تصویری که بیانگر مفاهیم آشنای زندگی ماست و دیگری تصویری که نشانگر معانی پنهان و تجربه‌های ناپیدایی ماست. یونگ می‌گوید: آنچه را که ما سمبول می‌نامیم عبارت است از یک اصطلاح، یک نام و حتی تصویری که ممکن است نماینده‌ی شی یا چیزی در زندگی روزانه ما باشد و با این حال علاوه بر معنی آشکار و معمول خود معانی تلویحی بخصوصی نیز داشته باشد. سمبول معرف چیزی مبهم، ناشناخته یا پنهان از ما است (دادور، ابوالقاسم ۱۳۷۲). همیشه نماد به

فراتراز معانی ظاهری خود دلالت دارد و نشانی از جایی دیگرمی دهد.

مطرب عشق عجب ساز و نوایی دارد نقش هرپرده که زد راه به جایی دارد

«از ابواب مهم حافظشناصی، کندوکاو در کم و چیز تاثیرسخن پیشینیان برسخن حافظ است. این بحث و فحص از یکسو تاحدودی اعجاب ما را به هنرمندی حافظ کاهش می‌دهد؛ چراکه پیشینه بسیاری از مضامین و اندیشه‌ها و صنایع و ظرایف شعری اورا در آثار پیشینیان می‌یابیم. ولی از سوی دیگر تعجب و اعجاب دیگری در ما بر می‌انگیزد که پی می‌بریم حافظ تا چه حد سخن‌شناس و طبعش نسبت به ظرایف آثار دیگران حساس بوده است. چنانکه به حق مشهور است، حافظ اغلب، بلکه همه مضامین و صنایع مقتبس از دیگران را از صاحبان اصلی آن‌ها بهترادا می‌کند. تصور نمی‌کنم که حافظ حتی یک مضامون مقتبس را به خوبی اصل اولیه‌اش و خوبتر از آن بازآفرینی و تکمیل نکرده باشد. مهم این است که آنچه خوبان در مجموع دارند، حافظ به تنهایی دارد» (خرمشاهی، حافظ نامه ۱۳۷۵، ۴۰).

نماد ماندالا نمونه‌ای از زبان ناخودآگاه

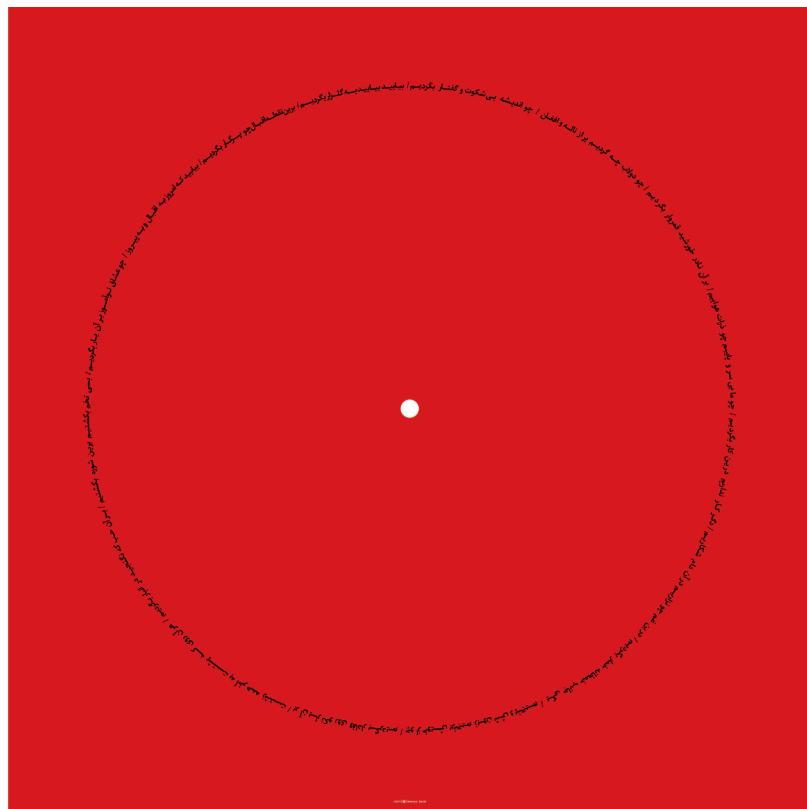
زبان ناخودآگاه، زبان نمادهای است. ناخودآگاه، بی‌پرده و برهنه با ما سخن نمی‌گوید، بلکه همواره در جامه‌ای از رمز و راز و در پوششی از نماد پنهان می‌گردد. ناخودآگاه به زبان رویا و اسطوره با ما سخن می‌گوید. یونگ زادگاه اسطوره و رویا را در درون ناخودآگاه می‌داند. وی رویای جمعی را اسطوره‌ای می‌نامد که در طی تاریخ، اقوام و ملل آن را دیده و به زبان تمثیل و نماد باز گفته‌اند.

در حقیقت ناخودآگاه جمعی، همان عاملی است که نمادهای جمعی را پدید می‌آورد. از سوی دیگر در گستره فرهنگ نمادهای جمعی، ژرف‌ترین لایه‌های ناخودآگاه را آشکار می‌سازد. این نمادها کالبدی‌ای را تشکیل می‌دهند که کهن‌ترین نمونه‌ها در نهادشان شکل می‌گیرد و سپس پدیدار می‌شود (شایگان ۱۳۷۱، ۱۲۲-۱۶۱).

در درون همه ماتمایل ژرفی برای «هماهنگی دو جهان بیرون و درونمان» نهفته است. یونگ از این کهن الگو‌سیار سخن گفته و از راه بررسی در مذاهب گوناگون، اسطوره‌ها و قصه‌های ملل مختلف به الگویی یکسان پی‌برد. همچون دایره‌های تو در تو، گل‌های مدور، چارگوش‌های مهارشده درون یکدیگر، از دید او در این نقش، نیروهای روان به سوی مرکز متمرکز شده و بر اثر آن دگرگونی و نوزایی ممکن می‌گردد. یونگ برای

این نقش اصطلاح ماندالا^۱ را بکار برد (یاوری، حورا^۵، ۱۳۷۰، ۵۵۰). ماندالا خواستگاه شرق و نمود ساختار جهانی است که به صور مختلف، در نقاشی، پیکرتراسی و رقص ظاهر شده است. واژه ماندالا، به معنی دایره و مرکز است. (دوبوکور، رمزهای زنده جان ۱۰۶، ۱۳۷۶)

بیایید بیایید به گلزار بگردیم



نگاره ۱۷ بیایید بیایید به گلزار بگردیم / براین نقطه اقبال چوپرگار بگردیم، ۱۲۰×۱۲۰ سانتی متر، ایده و فرم در این پوسته‌یکی شده‌اند، خوانده با خواندن شعر مولانا به دور نقطه‌ای می‌گردد.

ماندالا مربعی است محاط در یک دایره و «نماد عالم وجود» است. این نقش نمادین بوداییان و هندوها در هنگام توجه و تفکر روحانی هم هست که در حین مراقبه به

آن بسیار متصل می‌شوند. در واقع ماندالا، تجسم زمینی تقدس است که در آیین مسیح، جای خود را به صلیب داده است. صلیبی که پیونددنده آسمان و زمین است. در ماندالا، دایره، نماد آسمان و مربع نماد زمین است. در هنر و معماری اسلامی نیز صورت هندسی مربع، نمود ثبات و استواری زمین است. یونگ در یکی از پژوهش‌هایی که بر روی نقاشی‌های کودکان یک کودکستان انجام داد به استفاده از این نقش توسط آن‌هادر بیشتر تصاویر تولید شده پی برداشت. باید دانست همانطور که جسم ما از اندام‌هایی به وجود آمده‌اند که هر کدام تاریخ تکامل دارند، ذهن ما هم از اجزایی تشکیل شده است که برآن‌ها تاریخی رفته است و اجزای آن مرتب‌در معرض تکامل بوده‌اند. از این رو رویاهای انسان قابل تأمل و بررسی هستند زیرا به گونه‌ای نمود و چکیده تجربه‌ی تاریخی بشرنند. رویاهای پیوندی تنگاتنگ با اسطوره دارند. با نگاه به آرای یونگ می‌توان گفت که: اسطوره، رویای همگانی است و رویا اسطوره‌ای فردی؛ در واقع اسطوره، همان رویایی است که یک نسل در وسعت تاریخ خود دیده و در عرصه‌ی فرهنگ آن نسل جلوه‌گر شده است؛ و رویا، اسطوره‌ای است که به خوبی فشرده و کم‌دامنه شده است تا بتواند در تنگانای نهاد هر انسانی جای بگیرد. رویا و اسطوره در سرشت و ساختار با هم خویشاوندی دارند. اسطوره، از ناخودآگاهی ملی و جهانی برمی‌خیزد و رویا، از ناخودآگاهی فردی و از آن‌جا که نماد، زبان ناخودآگاه است، پس هم اسطوره و هم رویا در جوشش و پویش خود، زبان نماد را به کار می‌بندند.

بینامتنیت

پیش‌اپیش باید دانست واژه «متن»، عنوان و مفهومی فراگیر است که در برگیرنده کلیه آثار کلامی، غیرکلامی [و تصویری] است. در واقع به هر آن چه که از آن خوانشی بدست آید می‌توان متن اطلاق کرد (سجودی، نشانه‌شناسی کاربردی ۱۳۷۵، ۱۵۵-۱۶۱). از این‌رو در این نوشتۀ از واژه متن یا مناسبات بین متنی برای روابط بین‌تصویری هم استفاده شده است.

در بسیاری از تصویرها یا نوشتۀ‌ها، عناصر داخل اثر (یا ابُنَه^۱‌های داخل اثر) به موضوعی بیرون از خود، به موضوعاتی فراتراز کاغذ یا به مفهومی خارج از متن که در ذهن بیننده (سوژه) است ارجاع می‌کند؛ و این‌گونه است که همیشه در فضاهای بینابین^۲ و در

۱ ابُنَه (object) اصطلاحی است که در برابر سوژه (subject) به کار برده می‌شود. «سوژه» یا ذهن مشاهده کننده و «ابُنَه» آن چیزی است که مشاهده می‌گردد یا درباره‌اش گفته می‌شود.

۲ Interspace

ارتباط میان دو «أُبُوه»، «سوزه» قرار می‌گیرد. باید دانست همواره موضوع بینامتنیت، ارجاعات و مفاهیم مرتبط به آن در فضاهای بینایین جاری است و وجودشان مستقیماً به سوژه، ذهن بیننده و داشته‌های پیشین او متکی است. فضاهای بینایین منحصر به نوشتار و تصویر نیست؛ بینامتنیت در سراسر معناهای زندگی ما جاری است. بینامتنیت بخشنی از هویت امروز ماست. بینامتنیت در فضاهای اشیایی که روزانه با آن سروکار داریم مثل معماری و موسیقی حضور دارد. حتاً موضوع آشپزی و طعم غذانیز حاصل بینامتنیت است. آنجا که با خوردن یک غذا به یاد دست پخت مادر خود می‌افتیم و یا حتاً آنجا که در مورد یک غذا می‌گوییم خوشمزه یا بدمزه است، در حال مقایسه طعم غذا با مفاهیم ذهنی خود و تحت تاثیر بینامتن‌های پیشین خود هستیم. گاهی از موقع، مثلاً در مورد معماری، بدون وجود فضاهای بینایین و بی‌حضور مخاطب، اساساً «معماری» شکل نمی‌گیرد. «بینامتن، مجموعه متن‌هایی است که می‌تواند به آنچه پیش چشمانمان قرار دارد، مرتبط شود؛ مجموعه متن‌هایی که فرد در خاطراتش هنگام خوانش یک نوشتار [یا یک تصویر] معین در می‌یابد. در نتیجه بینامتن، یک پیکره بی‌پایان است (نامور مطلق ۲۷۱، ۱۳۹۰).

فضاهای بینایین در ارتباط تصویری

در ارتباط‌های دیداری، انتقال پیام تنها به واسطه فرم‌های روی کاغذ صورت نمی‌گیرد بلکه بعض‌فضای تهی مابین فرم‌ها و فرم‌ها و مفاهیم بیرون از اثر حامل پیام‌های پنهان برای بیننده می‌گردد. گاهی فضاهای بینایین در یک اثر تصویری، بسترهای خیال‌انگیزو محملی پیش‌بینی شده (یا نشده) برای ارجاعات ذهن بیننده گشته و در پی آن، درک مطلب منوط به زنجیره‌ای از مفاهیم و اشارات دیگر می‌گردد.

Interspace: To make or occupy a space between. A space between two things; an interval. American Heritage® Dictionary of the English Language, Fifth Edition. Copyright © 2011 by Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company. Published by Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.

پوستر گاف بزرگ



نگاره ۱۸ گاف بزرگ، ۷۰×۱۰۰ سانتی متر



نگاره ۱۹ مرتضی ممیز، نخستین نمایشگاه هنر گرافیک آسیا ۱۳۵۷،

در اثر گاف بزرگ، تا زمانی که موضوع و عنوان اثربرای بیننده مشخص نشده باشد، او تنها یک ترکیب انتزاعی از خطوط مشاهده خواهد کرد. ولی هنگامی که عنوان پوستر برایش مشخص شود و بخصوص اگر به او گفته شود این پوستر یک پوستر سیاسی است، بیننده فهمی دیگر از تصویر خواهد یافت. ایده پوستر، یک حرف «گاف» بزرگ شده است و اشاره به ضرب المثل ایرانی «گاف بزرگ» دارد. در این پوستر به صورت اغراق شده می‌بینیم تمام فهم اثر متکی به متون بیرون از اثر است. بیننده باید از یکسو با حروف زبان فارسی آشنا باشد و از سوی دیگر ضرب المثل‌های فارسی و معنا و مفاهیم آنها را بداند. از این رو طرحی که به پیشینه‌ی ذهنی و مفاهیمی پیشینی او ارجاع کرده است ازاو چونان آینه‌ای بهره برده است - بخش زیادی از تولید مفهوم وابسطه‌ی به بیننده و حاصل پیشینه فرهنگی و فکری اوست. جالب اینجاست که از این لحظه به بعد، بیننده‌ی ایرانی، اثر رانه خطوطی انتزاعی بلکه یک حرف گاف بزرگ می‌بیند. از اینجا فرهنگ دیداری وارد معادله‌ی «دیدن» شده و بر نوع دیدن تاثیر گذاشته است.

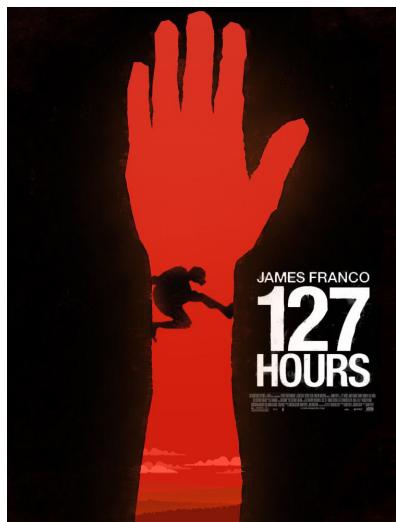
بینامتنیت و بیناتصویر در فضاهای بین فرم‌ها و فراتر از فرم‌ها جاری است و بخشی

از معنا (و بنابر دیدگاهی تمام معنا) در فضاهای بینابین عناصریک اثر قرار دارند و شکل می‌گیرند. معناهایی که بیننده آن را در ذهن خود کامل می‌کند.

از دیدی دیگر، بینامتنیت یکی از روش‌های ارزشمند و قابل تأمل در بازناسی معنای متون و تصاویر است. میان متن و خواننده [یا بیننده]، دیالکتیکی پویا برقرار است و عملافهم شعر، متن یا تصویر در اثراپیان پیوند و پیش‌فرض‌های بینامتنی حاضر در متن و ذهن مخاطب ایجاد می‌شود (Riffaterre ۱۹۷۸، ۳۱-۳۲).

در پوستر نخستین نمایشگاه هنر گرافیک آسیا، ساخته مرتضی ممیز، دواتی در زمینه مشکی رنگ طراحی شده است. دوات چون شمع در فضایی تاریک، روشن شده و آغازگر و روشنگر راهی برای آینده گشته است. دوات به گرافیک ارجاع دارد و شمع افروخته به نخستین نمایشگاه هنرمندان گرافیک.

بینامتنیت به طور کلی، شکل‌گیری معنای متن به واسطه متون دیگر است. این موضوع می‌تواند گاهی شامل استقراض از جایی یا ارجاع‌دادن بیننده به تصویری دیگر باشد. در پوستر فیلم ۱۲۷ به موضوع



صخره، دست و چالش شخصیت داستان اشاره شده است. چنانچه بیننده‌ی پوستر، فیلم را ندیده باشد مفهوم دست و فردی که در میان صخره‌ها گرفتار است را در نخواهد یافت. در واقع تمام معنای پوستر حاصل ارجاعات بیرون از آن و در ارتباط با موضوع فیلم است.

نگاره ۲۰، پوستر برای فیلم ۱۲۷، Szymon Fischer

اصطلاح «مناسبات بینامتنی نخستین بار توسط صورت‌گرایان روس به ویژه ویکتور اشکلوفسکی^۱ و در مقاله «هنر به مثابه تمهید» مطرح شد (صفوی، ۱۳۷۶، ۱۲۷۶).

اشکلوفسکی جایگاهی ویژه برای بینامتنیت قایل است تا جایی که می‌گوید «میان تمامی تاثیرپذیری‌های هنری، تاثیری که متنی ادبی از متنی دیگر می‌گیرد، مهم‌ترین [تاثیر] است» (اشکلوفسکی ۱۳۸۰، ۴۹-۸۰).

بینامتنیت از کشف‌های بزرگ قرن بیستم بود که نگرش نوینی را در خصوص رابطه عناصر «کهکشان متن‌ها» ارایه داد و نوع تعامل و جاذبه میان متنی را مطالعه کرد. درست است که در طول تاریخ همواره متن‌ها در یک ارتباط شبکه‌ای با یکدیگر خلق می‌شدند، همواره متن‌های نوین بر پایه متن‌های پیشین شکل می‌گرفند و همیشه متن‌های گذشته خود را در آینه متن‌های پسین بازمی‌تابانند، اما این موضوع هیچ‌گاه نظر محققان را به طور جدی به خود جلب نکرده بود و هیچ‌گاه حوزه

مطالعاتی مستقلی نشد و برای آن واژه‌ای ابداع نگردید. (نامور مطلق ۱۳۸۸، ۱۰) در قرن بیستم ژولیا کریستوا^۱ در فرانسه، به این موضوع پرداخت. در نتیجه‌ی کار او، پیوند پنهان متن‌ها به روشی ترسیم شد، حوزه‌ای از مطالعات نوین گسترده گردید و واژه‌ها و اصطلاحاتی برای این نظریه رویکرد جدید ابداع شد. نظریه‌ی بینامتنیت کریستوا براین اصل استوار شده است که متن‌ها در یک ارتباط شبکه‌ای نامحسوس در هم‌دیگر تاثیر می‌گذارند و در شکل‌گیری هم نقش اساسی ایفا می‌کنند. چنانکه بدون این رابطه آشکار و نهان و البته بیشتر نهان، هیچ متنی نمی‌تواند شکل بگیرد (نامور مطلق ۱۳۸۸، ۱۲).

بینامتنیت تا جایی پیش رفت که حتا امروزه نظریه پردازان، متن را خواه ادبی باشد خواه غیرادبی به خودی خود فاقد هرگونه معنای مستقل می‌دانند. آن‌ها ادعا می‌کنند کنش خواندن یا دیدن در شبکه‌ای از روابط درون متنی فرو می‌غلند و فهمیدن و تفسیرکردن آن موضوع به واسطه ردیابی روابط بینامتنی است که در نهایت منجر به کشف معناهای آشکار یا پنهان متن می‌گردد؛ بنابراین خواندن یا دیدن، فرایند حرکت میان اجزای میان یک متن یا یک تصویر است (آلن، ۱۳۸۵، ۵). همواره معنای متن از روی کاغذ جدا شده و با عبور از شبکه روابط بین متنی به دنیای معناهای بیننده وابسته می‌گردد.

جريان بینامتنیت در مجموع، ترکیبی است از فلسفه و نشانه‌شناسی سوسوری.^۲ «بینامتنیت عمدتاً شیوه‌ای است برای ثبت تاریخ در ما؛ ما دو «آن»، دو «سرنوشت»، دو «روان». بینامتنیت شیوه‌ای است که تاریخ را به ساختارگرایی و به متن‌ها و تفسیرهای یتیم و تنهاش وارد می‌کند» (کریستوا ۱۳۸۹، ۱۶۴).

Julia Kristeva^۱

کریستوا در زمینه تاثیر از باختین و بارت در شکل‌گیری بینامتنیت می‌نویسد: «مفهوم من از بینامتنیت به مکالمه‌گرایی باختینی و نظریه‌ی متن بارت برمی‌گردد... می‌خواستم ایده باختین درباره چندآوایی بودن سخن را با مفهوم چند متن در یک متن جایگزین کنم» (کریستوا ۱۳۸۹، ۱۶۴-۱۶۵).

جایگشت متون

معنای اصلی «بینامتنیت»، «درهم آمیختن» (intermingling) یا «درهم بافتن» (interweaving) است؛ به عنوان مثال فرض کنید همواره درک و دریافت ما از یک غزل حافظ منوط به شبکه‌ای از متون گذشته، از قصص قرآنی گرفته تا اسطوره‌ها و باورهای قومی است. مخاطب برای درک معنای این متن، می‌باید همواره به این متون بازگشت داشته باشد. در هر مورد از این بازگشت‌ها و جایگزین کردن متن قبلی با بعدی، توسعه و گسترشی در معنای آن روی می‌دهد که ناشی از جایگزینی و یا به تعبیر کریستوا «جایگشت» (transposition) متون متعدد در آن است. (غیاثوند، ۱۳۹۲، ۹۸). در این غزل حافظه:

حافظ از دولت عشق تو سلیمانی شد / یعنی از وصل تواش نیست به جزباد به دست اشاره به قصه سلیمان پیامبر خدا است که بر همه عالم از جن و انس حکومت داشت و از جمله باد در استخدام او بود؛ ولی سرانجام از این جهان رفت و جزباد به دستش نبود. چنانکه در قرآن آمده است^۱: «باد را برای سلیمان مسخر کردیم که رفتن بامداد آن راه، یک ماهه و رفتن شبانه آن راه، یک ماهه بود و برای او چشمه‌ای از مسن روان کردیم و از جن نیز کسانی را (مسخر او کردیم) که در پیش او به اذن پروردگارش کار می‌کردند». میبدی در تفسیر آیه می‌نویسد: چون سلیمان به سرزمین موران رسید، با مورچه‌ها سخن گفت، و از جمله مور از او پرسید: «ای سلیمان! از عطاایا که خدا تو را داد یکی بگوی. گفت: باد، مركب من ساخته در یک شبانه روز دو ماهه راه می‌برد. گفت: ای سلیمان دانی که این چه معنی دارد؟ یعنی هر چه تورا دادم از این ملکت دنیا همچون باد است، در آید و نپاید و ببرود» (میبدی، ۱۳۹۲).

در نمونه‌های بالا، نویسنده مشخصاً در اثر خود به موضوعی دیگر اشاره کرده است. ولی در بسیاری از مواقع در موضوعات بینامتنی، به گفته «بارت»، ما با «نقل قول‌های بدون گیوه»^۲ مواجه‌ایم (Barthes, ۱۹۷۷, p. ۱۶۰). در واقع نویسنده یا تصویرگر، بطور ضمنی در اثرش از معانی دیگر رام می‌گیرد. می‌توان گفت که بینامتن‌ها و فهم آن هستند که دروازه‌های معنا را به روی مخاطب باز می‌کنند و اساس درک و دریافت هیچ متنی بدون بینامتن‌ها میسر نیست. حتاً از نگاه کریستوا اساساً متن چیزی جز بینامتنیت نیست.

^۱ سوره سبا آیه ۱۲: «وَ لِسَلِيمَانَ الرِّيحَ غَدُوها شَهْرٌ وَ رَوْحٌ هَا شَهْرٌ وَ رَوْحٌ لَهُ عَيْنٌ الْقَطْرُ وَ مِنَ الْجَنِّ مِنْ يَعْمَلُ بَيْنَ يَدِيهِ بَأذْنِ رَبِّهِ»;

بینامتنیت «نشان دهنده ناحیه تقاطع مزهای جنسیت، دوره زمانی، مولفان، سوژه‌ها، سبک‌های هنری و ملیت‌ها است» (Loeb, ۲۰۰۲, ۴۴).

در پوستر *Unable* بار دیگر با ترکیب بینامتنی زبان و تصویر مواجهیم. یوسی لمل^۱ در این پوستر با ارجاع به کلاه نیروهای سازمان ملل متعدد-وسیله‌ای که برای حفاظت انسان از آن استفاده می‌شود و واژگون کردن آن به مفهوم ناکارآمد بودن کلاه و این



نگاره *UNable* (Design of Dissent. Rockport Publishers ۱۹۹۵) میخ: Yossi Lemel

مجموعه اشاره کرده است. این پوستر بعد از درگیری‌های بوسنی طراحی شد و به ناکارآمدی این ارگان در این مورد اشاره دارد (Glaser and Ilie, ۲۰۰۵, ۳۳). از سوی دیگر از لحاظ تصویری، با لاکپشتی مواجه هستیم که برپشت غلتیده و توان برگشتن نداشته و در حالت بی دفاع و ناتوانی قرار دارد. استفاده از واژه UN و بر عکس شدن نوشته بر روی کلاه که معنی «نه» می‌دهد (NO) و همچنین استفاده از UN و بزرگ کردن حروف در کلمه *Unable* خود به موضوعی بینامتنی ارجاع دارد. این پوستر با ارجاعات گوناگون تصویری و نوشتاری، مفهومی مشخص در ذهن بیننده ایجاد می‌کند. مفهومی که وابسته به نشانه‌های یادشده است.

همیشه هر متنی، به خودی خود بینامتنی برگرفته از متن‌های پیش از خود است. هیچ متنی اصیل و یکتا نیست چراکه هراثر در حقیقت یک فرآوری یا بازتولید است که در اثر وجود متون پیشین، فرآوری یا تولید شده است. فهم هر متن، در حقیقت وابسته به فهم متون دیگر و مبتنی بر فهم آن‌ها است. باید دانست هیچ نویسنده، مولف یا طراحی، جزیره‌ای جدا افتاده نیست و حتا اگر هم خودخواسته بخواهد رابطه

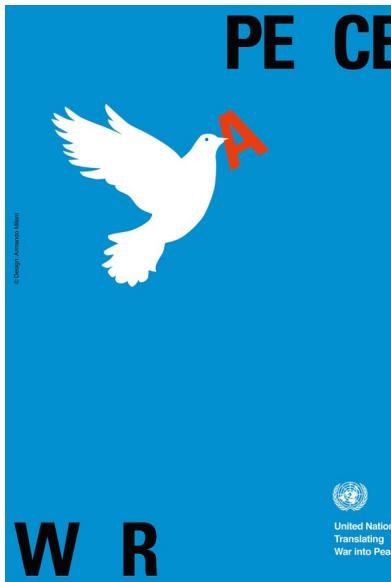
خود را با متون پیش از خود قطع کند، نمی‌تواند. در حقیقت نویسنده و دیزاینر، در دریایی از تعبیرات، تصورات و احساسات برآمده از سنت ادبی-تصویری پیش از خود شناور هستند و تولید اثر توسط آنان متاثراً ز شبکه روابط و مفاهیم پیشین می‌باشد. مخاطب نیز در مواجهه با یک متن، عملاً وارد شبکه‌ای از نسب و روابط میان متون متعدد می‌گردد؛ و متن به دلیل فرأوری بودنش خود به خود یک بینامتن است. مولف نیز پیش از آن و پیش از آن که نویسنده باشد؛ همواره به بازنویسی و تغیرشکل متون پیشین می‌پردازد. (Kristeva, ۱۹۹۳، ۶۰). متن به تعبیر بارت «سطری از کلمات نیست که یک معنای واحد تئولوژیکی^۱ به دست دهد بلکه فضایی چند بعدی است که در آن طیف متنوعی از نوشتار- که هیچ یک از آن‌ها منبع نهایی و سرچشمه نیست - با هم آمیخته و درگیرند. متن با فتی از نقل قول هاست که از مراکز بیشمار فرهنگی نشات گرفته است» (بارت، ۱۳۸۸، ۱۸۲). چنین دیدگاهی خالق اثر را وارد فرایندی پویا می‌کند که مخاطب اثر نیز در ساخت و بازآفرینی آن، با او شریک خواهد بود. در واقع «سرشت بینامتنی متون، همواره خوانندگان [و بینندگان] را به مناسبات متنی تازه‌ای رهنمون می‌سازد» (آلن، ۱۳۸۵، ۱۴). اگر بپذیریم که متن چیزی مگر بینامتن نیست؛ به این نتیجه می‌رسیم که خواننده یا بیننده هنگام مواجه با اثر، با مجموعه‌ای از روابط و معناهای تو در تو رو به رو شده و از این پس دیگر متن چون ابیه‌های ثابت و یکسان با مرزبندی مشخص و تغییرناپذیر نبوده بلکه برای هر مخاطب و به طور جداگانه و یگانه شبکه نسب و روابطی مجزا شکل می‌گیرد. از سوی دیگر وقتی اثر دائماً در حال پویایی و فرأوری و معنازایی باشد نیز دیگر امکان حصول یک معنای ثابت و عینی وجود نداشته، جایگاه مولف ازین رفته و خالق اثر در متن ناپدید شده است. در مبحث فضاهای بینایین در یک اثر دیداری نیز، متن، شرایطی خاص برای بیننده فراهم می‌کند که مخاطب با هر بار ورود به این شبکه مناسبات معنایی در روندی بی‌انتها از معنازایی وارد گشته و هر بار لایه‌ای بر لایه‌های معنایی پیشین خواهد افزود.

کبوتر سفید، نماد صلح

پس از آنکه نوح در گیر توفان سهمناک شد، از هرجاندار جفتی را انتخاب کرد و در کشتی گذاشت و... با پایان گرفتن خشم طبیعت از پرندگان خواست، هر کدام به

۱) الاهیات، علمی که درباره خدا و درباره شالوده ایمان دینی بحث می‌کند. این کلمه از واژه یونانی theologia ماخوذ است که از دو بخش theo (خدای) و logia (گفتار و نظر) ترکیب شده است. واضح این واژه را، افلاطون دانسته‌اند.

سمتی پرواز کنند و برای او از خشکی های اطراف خبر آورند. مدتی گذشت، سرانجام کبوتر سفید در حالی که یک شاخه زیتون را با نوک خود حمل می کرد، بازگشت و از وجود زمینی سبز خبر می داد. از پس این افسانه کبوتر سفید برای ما تبدیل به نماد صلح شده است.



نگاره ۲۳ آرماندو میلانی، جنگ را به صلح تبدیل کیم



نگاره ۲۲ نماد صلح اثر پیکاسو



نگاره ۲۴ مهدی سعیدی، خانم ها آقایان معرفی می کنم:
نشان نماد جدید صلح ۱۳۸۷، (منبع: مجموعه آثار مهدی
سعیدی)

در اثر «خانم ها، آقایان، معرفی می کنم: نشان نماد جدید صلح^۱»، دیزاینر، با اشاره به کبوتر صلح و نقده عملکرد بانیان و مدعيان برقراری صلح در خاورمیانه از راه جنگ، لایه های چندگانه از معنا به دست مخاطب می دهد. اثربارا متن فوق تماما حاصل بینامتن هاست. خواننده / بیننده متن با مجموعه ای از نسب و روابط روبرو شده و از این رومتن، ابزاری ثابت و یکسان و دارای مرزهای از پیش مشخص برای یک مخاطب خاص نیست. برای هر مخاطب، نه تنها این شبکه معنا و روابط به گونه ای متمایزو منحصر به او شکل می گیرد بلکه همواره امکان شکل گیری روابط جدید و گذرها و جایگشت های جدید نیز وجود خواهد داشت. محصول این تمایز و تفاوت هر باره هم

چیزی جزابه‌ای متمایز نخواهد بود. امروزه با این پیش‌فرض، تکلیف مفاهیمی چون عینیت، وحدت و اصالت و نیت مولف بیشتر مشخص می‌گردد. وقتی مشخصه‌ی متن، پویایی، فراوری و سرکشی دائمی باشد و نوشته یا تصویر، مدام در حال معنازایی تصور گردد؛ دیگر امکان حصول یک معنای واحد، ثابت، عینی و قطعی به معنای عرفی آن که به یک مولف نسبت داده می‌شود جایگاهی ندارد؛ باید پذیرفت از این پس مولف در متن ناپدید شده و در هر بار ورود و خروج مخاطب به شبکه مناسبات متنی، روند یکپارچه معنازایی



| New Signs in the World!

نگاره ۲۵ محدودیت تردد

گسترش و توسعه یافته و لایه‌ای معنایی بر لایه‌های پیشین اضافه می‌گردد. اثر محدودیت تردد با ایده تابلوهای راهنمایی و رانندگی و اشاره به پرنده صلح ساخته شده است. دیزاین معتقد است گویی اعتقاد به صلح و صلح طلبی دائمی و همیشگی نیست، گویی گاهی هست و گاهی نیست.

فضاهای بینابین در تصویر

«گذر و عبور از عالم محسوس به عالم معقول، بدون واسطه امکان پذیر نیست. این واسطه «خيال» نام دارد که مابین ادراک حسی و ادراک عقلی است^۱.

سهروردی

اگر تنها به شکل، فرم و اُبژه‌های روی کاغذ توجه نکرده و فضاهای بین شکل‌ها را هم بخشی از تصویر بدانیم، در خواهیم یافت همواره فراتراز فرم‌های فیزیکی روی کاغذ و در فضاهای بینابین آن‌ها تصاویر و مفاهیمی نهفته‌اند. این مفاهیم نه به صورت عینی بلکه به صورت غیرعینی و در ذهن ما وجود دارند. همانطور که فضای بینابین کلمات، زنجیره به هم پیوسته واژه‌ها را تبدیل به یک شعر می‌کند، فضای بینابین فرم‌ها نیز شعری تصویری می‌سازد.

^۱ قطب الدین شیرازی، محمود بن مسعود کازرونی، شرح حکمة الاشراق سهروردی، به اهتمام عبدالله نورانی و مهدی محقق، ص ۴۵۰، انجمن آثار و مفاخر فرهنگی، تهران، چاپ اول، ۱۳۸۳.

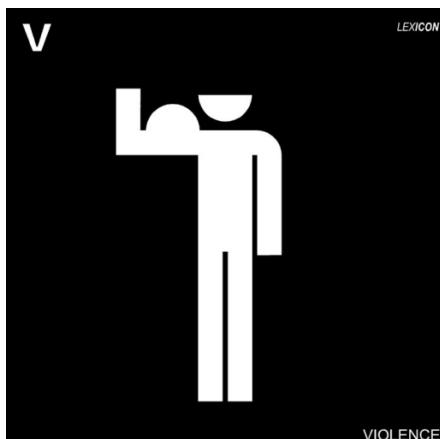


عالمنمحسوس	خيال	عالمنمعقول
تصویر	بيان تصویر	فهم
نگاره	فرانگاره	درک تصویر

نمودار ۲ گذراز عالم محسوس به عالم معقول

شعرِ تصویری به خواننده این امکان را می دهد تا تجربیات زندگی خود را در اثر به اشتراک بگذارد و آن را بسط داده و براساس پیشینه، علائق و سلیقه خود کامل کند. فضاهای بین اشکال می تواند بستری ایجاد کند که در آن ایده ها منجر به ارتباطاتی کامل تر با مخاطب گرددند. این روش می تواند یک استراتژی هدفمند در تبدیل پیامی دو بعدی از روی کاغذ به پیامی چندوجهی و چند بعدی در ذهن بیننده باشد. فرم هایی که در فضاهای بینایی تشکیل می شوند فراتر و غنی تر از اشکال معمولی و روی کاغذ هستند. این اشکال پرلایه، حاصل تجربه‌ی ذهن با تصویربوده و بیشتر از آنکه به دیزاینر تعلق داشته باشند و به او نزدیک باشند، متعلق به بیننده‌اند. بکارگیری و توجه به فضاهای بینایی، تصویر را به مرتبه‌ای فراتراز محدوده کاغذ برده و باعث تاثیرگذاری فرم در مرتبه‌ای بالاتر می شود. طراحی کردن نه صرفا چیدمان و ترکیب‌بندی چند شکل بر روی کاغذ بلکه شکل دادن ایده‌های جدید در ذهن بیننده است.

پوستر V مثل Violence (خشونت) اثر لکس دروینسکی^۱، ترکیبی دیداری است از فیگوریک انسان برای نمایش قدرت و در عین حال اشاره به مغزا و قوای ادراک او که اکنون در بازوی او نمودار گشته‌اند است. فردی که خشونت می‌ورزد فکر نمی‌کند؛ فردی که منطق ندارد متوصل به زور می‌شود. معنای اثر، حاصل بریده شدن سر فیگور از نیمه و قرار گرفتن در برجستگی بازوی اوست. شکل ایستادن فیگور به معنای بازوگرفتن، و بریده شدن مغزبه معنای بی خردی و جابجایی این دو، اثری سهل و



نگاره ۲۶ V for Violence, Lexicon A - Z

بستره که آماده پذیرش بینامتن‌ها باشد، به بیننده امکان می‌دهد فرم‌ها را بسط داده ووارد اثرشود. ساده‌سازی فرم، امکان گسترش بیشتر پیام را به بیننده می‌دهد. ایده‌ی اثربا کاهش جزیيات، شرایطی پیدامی‌کند تانه برروی کاغذ بلکه به طور مستقیم در ذهن بیننده شکل گیرد. در اثر V for Violence اگر دیزاینراز عکس واقعی یک انسان استفاده کرده بود، بیننده برروی جزیيات طرح و بدن فرد داخل اثر متوقف شده و ایده اصلی پوستربه سرعت و با خوانایی بالا در ذهن او شکل نمی‌گرفت. ساده‌شدن فرم فیگور به بیننده اجازه می‌دهد خود را در فرم نمودار شده بازیابی کند. دروینسکی هوشمندانه با حذف جزیيات، اثر را به حوزه فضاهای بینامتنی برده است.

می‌بینیم که بیننده بخشی از اثر است و هر تصویر حاصل تراکنش فرم‌ها و ذهن مخاطب است. باید بدایم مخاطب اثر تصویری در نهایت با زاویه دید خود و بر اساس پیش‌فرض‌ها و پیش‌زمینه‌های ذهنی اش، تصویر را دریافت و پردازش می‌کند.

شعر و بینامتن

فن شاعری شکلی از هنر ادبی است که در آن نقش اصلی در انتقال احساسات بر دوش واژگان است. کلمات یک شعر، افکار و احساسات را در خواننده و شنونده به کمک می‌گیرد و آن را می‌پرورد. شعر، محیطی فراهم می‌کند تا خواننده در آن به روی‌پردازی بپردازد. پس از سوی دیگر شعر محدود به واژه‌های روی کاغذ و تنها متکی بر بیان سراینده نیست بلکه خواننده هم در تکمیل معانی و احساسات این زنجیره لغات، شریک است. شعر را بیان مافی‌الضمیر و محصلو تحیل و عواطف و حس

ممتنع و دارای لایه‌های مفهومی تولید کرده است. مفهومی که به تفکر و نگرش بیننده نیز مربوط می‌گردد.

وجود فضاهای بینایین از بیننده خود دعوت می‌کند تجربیات شخصی‌اش را در اثر به اشتراک بگذارد. یکی از روش‌های شکل‌دادن پیام در ذهن مخاطب، استفاده از ایجاد و کاهش بیان فرم‌الیستی ایده تا شالوده آن است. دیزاینربا ایجاد

زیباشناختی شاعر دانسته‌اند. شعر به قول «ماته سیوس» منجر به ویرانی زبان عادی می‌گردد (شمیسا ۱۳۷۸، ۱۷۲). در شعر نه تنها کلمه‌ها به تنها‌یی، بلکه ارتباط بین کلمات است که وضعیتی برای رویاپردازی خواننده فراهم می‌کنند. بدون رویاپردازی‌های شونده یا خواننده، هیچ شعری نخواهیم داشت. شعر در فضای سفید بین کلمات شکل می‌گیرد و نه تنها شاعر، که خواننده نیز در یک تجربه‌ی بی‌نظیر سهیم می‌شود تا معانی، احساسات و حالات روحی خود را بازسازی کرده و رها سازد. هنگام سروden شعر، همانگونه که چگونگی بیان شاعران گذشته و مناسبات بین‌امتنی پیشین بر روح شاعر استیلا یافته است؛ نقش فضای امروز و فرهنگ جاری خواننده نیز دوباره بازیابی می‌شود. «به گفته عین القضاط همدانی هر شعر چون آینه‌ای است و هر کس در آن نگاه کند سیمای خود را در آن خواهد دید و اگر کسی بگوید که معنای شعر همان است که شاعرش اراده کرده، مثل این می‌ماند که مدعی شود آینه فقط چهره‌ی سازنده خود، یعنی چهره‌ی کسی را که نخستین بار در آن نگریسته است، نشان می‌دهد.» (احمدی، حقیقت و زیبایی ۱۳۹۰، ۱۳۶). خواننده‌گان مختلف، شعر را به طرق مختلف درک می‌کنند و می‌فهمند. شعر احساسات خواننده را در برابر شاعرها و آزاد می‌کند.

استفان مالارمه، شاعر فضاهای بینابین

«در خصوص مالارمه چیزی بیش از این از من نپرسید:
آنچه عمیق است، دقیق است.
آنچه دقیق است، دقت لازم دارد.»

نیما (یوشیج ۱۳۸۵، ۱۱۰)

استفان مالارمه^۱، شاعر بزرگ مکتب فکری سمبولیسم^۲، در پاریس متولد شد، آنجا رشد یافت و آثارش تاثیر فراوان بر مکاتب هنری قرن بیستم در سراسر دنیا گذاشت. آثار و اشعار متقدم مالارمه تحت تأثیر سبک شارل بودلر^۳ از پیشگامان سمبولیسم شکل گرفته است (Roderick ۲۰۰۷)؛ او در پی آن به رابطه مابین فرم و محتوا علاقه‌مند شد و به چیدمان واژه‌ها و ساختن رابطه بین حروف و کلمات و شکل دادن به فضاهای مایین واژه‌ها پرداخت. از این رود آثار متاخر مالارمه، بسیاری از مفاہیم شاعرانه در چگونگی بیان آواها و نحوه قرارگیری واژه‌ها در کنار یکدیگر پنهان شده

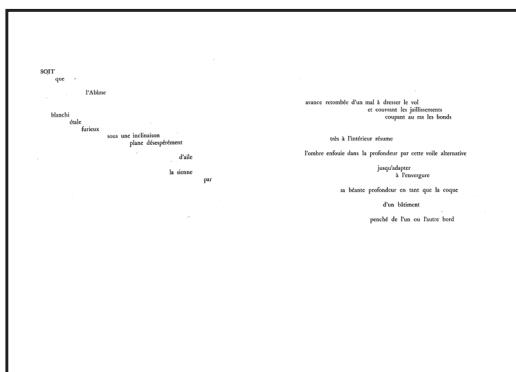
Stephane Mallarme ۱

Symbolist ۲

Charles Baudelaire ۳

است؛ بدین سبب بسیاری از منتقدان ادبی معتقدند پیچیدگی و معنای چندلایه آثار او و نقشی که آواها و مشخصات زبانی در اشعار مالارمه دارند تا آنجا است که ترجمه آثار او به زبان های دیگر غیرممکن و یا بسیار دشوار است. برای فهم مالارمه باید اشعار او را به زبان اصلی (فرانسوی) خواند تا همه معناهای بینامتنی آن دریافت گردد (Mallarmé ۲۰۰۶، xxix).

آثار مالارمه بخصوص آخرین شعر بلند او، «تاس انداختن هرگز تصادف را باطل نمی کند»^۱ که آن را در سال ۱۸۹۷ یک سال قبل از مرگش چاپ کرد، تاثیر بسیاری در شکل گیری مفهوم و اصطلاح فرامتن^۲ گذاشت. هرچند مرگ شاعر در سال ۱۸۹۸ مانع



نگاه ۲۷ بهتری از کتاب چرخش تاس به قلم مالارمه

از آن شد که این اثر را به انجام برساند اما استفاده هدفمند و پیش‌بینی شده از فضای مابین واژه‌ها و چیدمان دقیق و ارتباط فضاهای خالی با هم، معنای اثرش را به بیانی چند وجهی و چندساختی تبدیل کرده است.

در ادامه این کار و سال

پس از مرگش در سال ۱۹۶۹، شاعر و هنرمند هنرهای بصری برودرز^۳ نسخه‌ای تصویری از کتاب ریختن تاس^۴ طراحی و منتشر کرد که ترجمانی تصویری از روح حاکم بر فضاهای بینایی در کارهای او بود. او در این اثر، چیدمان و تایپوگرافی اصلی اشعار که توسط خود مالارمه سروده شده بود را حفظ کرد ولی روی همه حروف را با نواری مشکی پوشاند. در واقع برودرز با تاکید بر مفاهیم فضا که مالارمه مابین واژه‌ها سروده بود از یک سوبه فراخوانی اشعار مالارمه پرداخت و از سوی دیگر مفهوم خالص روابط بیناییں واژه‌ها و سپیدی بین کلمات را به روشنی دیداری بازسازی کرد. «برودرز ریختن تاس را به عناصر اصلی و ساختمن اولیه مفاهیم شعر خلاصه کرد؛ یا به بیانی دیگر،

۱ Un Coup de Des Jamais N'Abolira Le Hasard ۱

۲ Hypertext ۲

۳ (۱۹۲۶-۱۹۷۶) شاعر، فیلم‌ساز و هنرمند بلژیکی ۳

۴ A Throw of the Dice will Never Abolish Chance ۴



نگاره ۲۸ مارسل برودرز، چرخش تاس هرگز نمی‌ایستد، ۱۹۶۹

مفاهیم بنیادین اثر مالارمه
راتا سرحد ایده درخشنان
شاعر ارتقا داد. برودرز
با این کار یک تحلیل
مفهومی از آثار مالارمه
به وجود آورد» (Drucker ۱۱۶-۱۱۵، ۲۰۰۴).

مالارمه به شیوه‌ای بدیع و
چشم‌گیر، فضاهای خالی

کاغذ را وارد اشعار خود کرد. او از سفیدی کاغذ و از فضای بین واژه‌ها برای انتقال مفاهیم و برای ایجاد مفاهیم شاعر در ذهن خواننده خود بهره برد. در کتاب «ریختن تاس»، سفیدی بین کلمات، خود سرشار از معنا و مفهوم گشته و شاعر با تحری مثال زدنی، بخش‌هایی از اثر را در فضاهای بین کلمات گنجانده و ارایه کرده است. شاعر می‌نویسد: «زبانی را خلق می‌کنم که ضرورتا از یک بوطیقای بدیع و جدید که می‌توانم در دو کلام تعریفش کنم نشات گیرد: ترسیم کردن شی؛ امانه خود شی؛ بلکه تاثیری که شی بر جای می‌گذارد.» (Mallarme ۱۹۸۸، ۲۰۶)

از سوی دیگر جدای از سپیدی کاغذ، مفهوم سپیدی هم اصطلاحی فراگیر در شعرهای اوست. استفاده مکرر از کلماتی چون برف، کف، سردی، یخچال طبیعی و سپیدی کاغذ در شعرهایش به نقطه طلاقی فرم و معنا انجامیده است. کتاب ریختن تاس چیزی را قابل رویت می‌کند که پیش تر توسط واژه‌ها قابل بیان نبودند.

مالارمه در دوره‌ای از زندگی، تحت تاثیر متفکر بزرگ، هگل^۱، قرار گرفت و زندگی و آثارش تحت تاثیر اندیشه‌های او به شدت تغییر کرد؛ در واقع آشنازی با اندیشه‌های هگل و تاثیرپذیری از او در خصوص ارتباطات پنهانی‌ای که این فیلسوف آلمانی بین هستی و اندیشه؛ و نیستی و جوهره برقرار کرد، شاعر را به گام برداشتن در جهت خلق شعرناب سوق داد. از این سال‌ها به بعد است که مضامینی چون غیاب، نفی، نیستی، بطلان و مضامینی که بیشتر آن‌چه به حضور اشاره داشته باشد، غیاب را تداعی کنند، در اندیشه و شعر اوراه یافت و کم‌کم جایگاه ویژه‌ای به خود اختصاص داد. مالارمه با خواندن آثار هگل به این اندیشه متمایل شد که اگر آسمان مرده است، نیستی و عدم، نقطه آغازین است که به زیبایی و ایده‌آل می‌انجامد. به همین دلیل به دنبال بیان

^۱ Georg Wilhelm Friedrich Hegel - ۱۸۳۱ - ۱۷۷۰ فیلسوف آلمانی

«نه-بودن» چیزها رفت و درنهایت در شعراو، غیاب، ارزشی مثبت یافت و سکوت همچون واژه‌ها در معناسازی تفکراتش نقش ایفا کرد. (معین ۱۳۸۷، ۱۳۵). ژرژ پوله^۱ در اثر «مطالعاتی در خصوص زمان انسانی» در بخشی که به مالارمه اختصاص داده است از ویژگی ماده‌زادایی زبان مالارمه و مفهوم‌سازی برای بی‌مادگی یاد کرده است (Poulet, ۱۹۵۱, ۱۵۷).

مالارمه خود در نامه‌ای که به یکی از دوستانش نوشته است، زیبایی‌شناسی نفی در شعرش را چنین بیان می‌کند:

«من اشم را تنها با نفی خلق می‌کنم» (Mallarme, ۱۹۸۸, ۳۴۸-۳۴۹).

در اشعار مالارمه «بیتی وجود ندارد مگر آن که این بیت از سایر ابیات با فضاهای خالی-که چارچوب آن را مشخص می‌کند- جدا شده باشد. فضاهای خالی در پس‌وپیش؛ چرا که به این طریق، بیت مذکور هم از بیت‌های دیگر متمایز می‌شود و هم با آن‌ها ارتباط برقرار می‌کند. بیتی وجود ندارد مگر به عنوان نظامی از ارزش‌های کلامی، آوایی، ضرب آهنگی، دستور زبانی یا معنایی که به دلیل تشابه و تفاوتی که بین آن‌ها وجود دارد از یکدیگر متمایز شده و یا به یکدیگر نزدیک شده‌اند» (Campion, ۱۹۹۴, ۱۲).

از این نگاه، هریت از شعر مالارمه به عنوان زنگیره‌ای از واژگان که هست و وجود دارد، وجود و مفهوم خود را از فضای خالی، یعنی آن جا که نیست، کسب کرده است؛ به عبارت دیگر این فضای بینایین و خالی است که به شعراو هستی داده است. به تعییری، معنا، هستی خود را از آن چه که گفته نمی‌شود و درفت و آمدی بینامتنی همواره به غیاب ارجاع می‌دهد کسب کرده است.

حافظ، شاعر بینامتنیت

«ای حافظ

سخن تو همچون ابدیت بزرگ است
زیر آن را آغاز و انجامی نیست
کلام تو چون گنبد آسمان تنها به خود وابسته است
و میان نیمه غزل تو با طلوع و مقطعش فرقی نمی‌توان گذاشت
چه همه آن در حد کمال است
حافظا دلم می‌خواهد از شیوه غزل سرایی تو تقلید کنم
چون تو قافیه بپردازم

(Georges Poulet ۱۹۹۱- ۱۹۹۰) ۱
Etudes sur le temps humain ۲

و غزل خویش را به ریزه کاری های گفته تو بیاریم
نخست به معنی اندیشم
و آن گاه به آن لباس الفاظ زیبا پیوشانم
هیچ کلامی را دوبار در قافیه نیاورم
مگر آنکه با ظاهری یکسان معنایی جدا داشته باشد
دلم می خواهد همه این دستورها را به کار بیندم
تا شعری چون توای شاعر شاعران جهان سروده باشم.»

گوته، دیوان شرقی^۱

حافظ نمونه والگویی یگانه و مثال زدنی برای موضوع بینامتنیت و فرهنگ دیداری ایرانیان است. حافظ می تواند بزرگترین معلم ایرانیان برای ایجاد ارتباط باشد. او نمونه ای جامع از مفاهیم مرتبط با فهم، بینامتنیت و فرانگاره و ترکیب آن با هنر در بستر فرهنگی ایران است. حافظ می تواند بزرگترین معلم دیزاینرا (طراحان) ایرانی باشد. به این نمونه توجه کنید:

بیا به میکده و چهره ارغوانی کن مرو به صومعه کان جا سیاه کارانند (حافظ)
این غزل حافظ سرشار از نشانه های بینامتنی و رنگین است. به میکده بیا، شراب سرخ رنگ بنوش تا چهره ات ارغوانی و سرخ گون شود؛ به صومعه مرو چرا که آنجا به استعاره از لباس سیاهی که بر تن دارند، سیاه کارند. حافظ اینگونه عشق را در برابر زهد قرار می دهد.

حافظ نمونه کامل ادبی است که با تسلط بر افسانه ها، اسطوره ها و کهن الگوهای سرزمینش و با کاربرد بینامتن های فراوان در جان مخاطب نفوذ می کند. شعر حافظ آمیزه ای از ارجاعات آشکار و پنهان و مفاهیم ضمنی و نامستقیمی است که خواننده بر اساس پیش فرض های خویش بدان دست می یابد^۲.

حافظ، شاعر دیزاین

وجود طرح و نقشه از پیش تعیین شده که در پی هدفی مشخص باشد اصلی ترین پایه هی دیزاین است. از این دید محصولی که حاصل جوشش یکباره درون و یا ظهور ایده ای ناگهانی باشد دیزاین یا طراحی نیست.

با بررسی غزل های حافظ در می یابیم که حافظ همواره برخوردي طراحانه با لغات داشته است. در مقام مقایسه شاید بتوان مولانا را با تفکری هنرمندانه دانست. شعر

۱ گوته، یوهان ولفانگ، دیوان شرقی، با ترجمه شجاع الدین شفا.

۲ داریوش آشوری (در کتاب «عرفان و زندگی در شعر حافظ» ۱۳۸۸)، بهاء الدین خرمشاهی (در مقدمات کتاب «حافظ نامه» ۱۳۷۵) وقتی پورنامداریان (در کتاب «گمشده لب دریا» ۱۳۸۲)

حافظ حاصل میناگری مدام و چیدمان دقیق واژه‌ها و شعر مولانا تماماً حاصل جوشش عشق است.

حافظ از جمله ادبیانی است که کم ولی نیکو و بدیع گفته است. در مقایسه با مولانا که در متنوی معنوی ۲۶۰۰۰ بیت و در دیوان شمس ۳۶۳۶۰ بیت شعردارد و یا فردوسی که در شاهنامه ۴۹۶۰۹ بیت شعرسروده است؛ حافظ تنها ۴۲۲۴ بیت شعر در عمر ۷۰ ساله خود داشته است. بخصوص تعداد اشعار کم در مورد حافظ پرنگتر می‌نماید. چرا او که شاعری سوار بر اسب معنا بوده و افسار واژه‌ها را با تسلط تمام در دست داشته است تعداد غزلیاتش اندک است؟

رفتار حافظ با واژه‌ها بیشتر فتاری دیزاینرگونه و نه برخوردي هترمندانه است. حافظ در طول حیات خود با تسلط بیشتر بر فنون شاعری، واژه‌ها و غزل‌ها را تغییر می‌داده است. گاهی به اشعار گذشته خود رجوع می‌کرده و آن‌ها را ویرایش می‌کرده است. گاهی هنگام سرودن یک غزل، نسخی از آن تهیه می‌کرده و در اختیار دیگران قرار می‌داهد و نظر و بازبرخوردها و دریافت آنان از شعر را جویا می‌شده است. در چند مورد با تغییر شرایط سیاسی، شعرش را مطابق میل حاکم جدید به روز کرده است:

سحر ربا باد می گفتم حدیث آرزومندی خطاب آمدکه واشق شوبه الطاف خداوندی
به خوبان دل مده حافظ بین آن بیوفایی ها که با خوارزمیان کردند ترکان سمرقندی
خواجه پس از چندی با تغییر شرایط سیاسی و از روی احتیاط آن را بدين گونه درآورده است:

سحر ربا باد می گفتم حدیث آرزومندی خطاب آمدکه واشق شوبه الطاف خداوندی
به شعر حافظ شیراز می رقصند و می نازند سیه چشمان کشمیری و ترکان سمرقندی

گاهی تجدید نظر حافظ در شعر خود به دلیل دگرگونی در مبانی زیبایی‌شناسی اورخ داده است؛ این بیت در نسخه‌های نخستین چنین ضبط شده است:

دل می رود ز دستم صاحب دلان خدا را دردا که راز پنهان خواهد شد آشکارا
بنت العنبر که صوفی ام الخبایش خواند اشهی لنا و احلی من قبله العذارا

دخترانگور که صوفی، آن را مادر پلبدی‌ها نامید، برای ما از بوسه دوشیزگان شیرین تر است. در یک سوی بیت دخترانگور و در سوی دیگر دوشیزگان را قرار داده است. این بیت در نسخه‌های جدیدتر این‌گونه ضبط شده است:

آن تلخوش که صوفی ام الخبایش خواند اشهی لنا واحلی من قبله العذارا

در واقع تاکید بر روی تلخی شراب در یک سوی بیت و شیرینی بوسه در سوی دیگر شده است.

اما مولانا چونان چشم‌های زاینده می‌سراپیده و به پیش می‌رفته. او برخلاف حافظ به اشعارش بازنگشته و آن‌ها را ویرایش نمی‌کرده است. زیبایی شعر مولانا مانند زیبایی جنگلی بکرو وحشی است در برابر یک منظر یا پارک با برنامه و دقت طراحی شده. جمله‌ای از اخوان ثالث نقل است که می‌گوید شاعر صید شعر می‌شود و نه شعر صید شاعر؛ که در شعر حافظ اینگونه نیست. غزلیات او از روی نقشه و به ظرافت یک بوستان طراحی شده است. در بیان مولانا حجم هیجان، فوران معنا و جوشش ایده‌ها بیش از توان کلمات بوده است تا جایی که اولغات و گفتار را برای بیان مطالبش دست و پاگیرمی‌دانسته:

رسّم از این بیت و غزل ای شه و سلطان ازل مُفْتَعِلُنْ مفتعلن مفتعلن کشت مرا
قافیه و مغلطه را گوهمه سیلا بیر پوست بود پوست بود در خور مغز شعراء
ولی چنین تعبیری از دست و پاگیر بودن واژه‌ها در هیچ جای غزل‌های حافظ
نمی‌بینیم .

شعر حافظ از منظر نظریه ناخودآگاه فروید

غزلیات حافظ با ارجاعات فراوان به اسطوره‌ها و کهن‌الگوهای فرهنگی قومی ما همراه است. از این رو اشعارش همواره رابطه‌ای درونی با خواننده ایرانی برقرار می‌کند. حافظ کاملاً مسلط بر داده‌های پیشین و ضمیر ناخودآگاه مخاطب خود است. از همین روست که وقتی ایرانیان سخن حافظ را می‌شنوند احساس می‌کنند سخن دل خود را شنیده‌اند.

جام جهان نماست ضمیر منیر دوست اظهار احتیاج خود آنجا چه حاجت است
حافظ برای ما خواندنی است زیرا به زندگی ما معنا می‌بخشد. او ما را به لایه‌ای فراتر از آن چه به طور روزانه درگیر آن هستیم می‌برد. اگر چنین بود که تنها امور روزمره‌مان را در او ببینیم دیگر چنین اشتیاقی برای خواندن آثار او در طول تاریخ وجود نداشت. حافظ مفاهیم و لایه‌هایی از بطن جامعه و مردم را استخراج می‌کند که خواننده

شخسا قدرت استخراج آن را نداشته است.

مطرب عشق عجب ساز و نوایی دارد نقش هرپرده که زد راه به جایی دارد «از ابواب مهم حافظشناسی، کندوکاو در کم و چیز تاثیرسخن پیشینیان بر سخن حافظ است» (خرمشاهی ۱۳۷۵، ۴۰). این بحث از یکسو تاحدودی اعجاب ما را به هترمندی حافظ کاهش می‌دهد؛ چراکه پیشینه بسیاری از مضامین و اندیشه‌ها و صنایع و ظرایف شعری او را در آثار پیشینیان می‌یابیم. ولی از سوی دیگر تعجب و اعجاب دیگری در ما برمی‌انگیزد که پی می‌بریم حافظ تا چه حد سخن‌شناس و طبعش نسبت به ظرایف آثار دیگران حساس بوده است. چنانکه به حق مشهور است، حافظ اغلب، بلکه همه مضامین و صنایع مقتبس از دیگران را از صاحبان اصلی آن‌ها بهترادا می‌کند. تصور نمی‌کنم که حافظ حتی یک مضمون مقتبس را به خوبی اصل اولیه‌اش و خوبتر از آن بازآفرینی و تکمیل نکرده باشد. مهم این است که آنچه خوبان در مجموع دارند، حافظ به تنها یی دارد» (خرمشاهی ۱۳۷۵، ۴۰).

نشانه شرکت میرسان یک نمونه از بازخوانی کهن‌الگوهاست. این نشانه از ترکیب چرخش پره و نمایی از شکل ققنوس^۱ ساخته شده است. فعالیت مجموعه بر کار روی انرژی‌های تجدیدپذیر است. در این نمونه، معنای نشانه حاصل ترکیب مفاهیم پیشین و جدید است. این رفت و برگشت در زمان، فضایی خیال‌انگیزو و به یادماندنی چون شعر تصویری برای بیننده تولید می‌کند. شعر تصویری به خواننده این امکان را می‌دهد تا تجربیات زندگی خود را در اثره اشتراک بگذارد و آن را بسط داده و بر



اساس پیشینه، عالیق و سلیقه خود
کامل کند. فضاهای بین و بیرون
اشکال می‌تواند بستری ایجاد کند
که در آن ایده‌ها منجر به ارتباطاتی
کامل تر با مخاطب گردند. این روش
می‌تواند یک استراتژی هدفمند در
تبديل پیامی دو بعدی از روی کاغذ
به پیامی چندوجهی و چند بعدی در

نگاره ۲۹ نشانه شرکت میرسان. سفارش دهنده علیرضا مصباحی

۱ در فرهنگ انگلیسی زبان، ققنوس Phoenix پرندۀ‌ای است افسانه‌ای که بنا بر افسانه‌ها ۶۰۰ می‌سوزاند، و از خاکستر حاصل، خود او دگربار با طراوت جوانی سربرمی‌آورد و دور دیگری از زندگی را آغاز می‌کند و می‌گذراند. ققنوس در فرهنگ اروپایی غالباً تمثیلی از فناوارپذیری و حیات جاودان و زندگی دوباره است.

ذهن بیننده باشد. فرم‌هایی که در فضاهای بینایی تشکیل می‌شوند فراتر و غنی‌تر از اشکال معمولی و روی کاغذ هستند. این اشکال پرلایه، حاصل تجربه‌ی ذهنی و تصویربوده و بیشتر از آنکه به دیزاینر تعلق داشته باشند و به او نزدیک باشند، متعلق به بیننده‌اند. بکارگیری و توجه به فضاهای بینایی، تصویر را به مرتبه‌ای فراتراز محدوده کاغذ برده و باعث تاثیرگزاری فرم در مرتبه‌ای بالاتر می‌شود. طراحی کردن نه صرفاً چیدمان و ترکیب بندی چند شکل بر روی کاغذ بلکه شکل دادن ایده‌های جدید در ذهن بیننده است.

نقش تصویر در دوران معاصر

آنکه زنگار از رخش ممتاز نیست
بعد از آن آن نور را در آک کن
غیب را بیند بقدار صیقلی
بیشتر آمد براو صورت پدید
مولانا

تصویر، زبان مشترک همه انسان‌هاست. خاطرات و دانسته‌های پیشین ما معمولاً با تصویر همراه است. آرزوها و رویاهای ما نیز غالباً بعدی تصویری دارند و معمولاً صدا یا بوندارند. خواننده یک کتاب هنگام خواندن متن، در بیشتر مواقع، موضوعات و اشیا را دوباره در ذهن خود به تصویر می‌کشد و برای موضوعات و واقعی، تصویر تولید می‌کند؛ انسان‌ها کمتر می‌توانند صدا، بویا جنسیت مواد را در ذهن خود مجسم کنند.

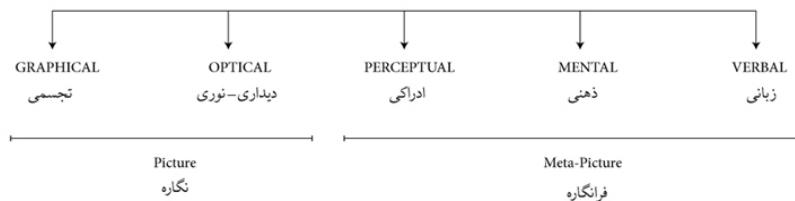
در دنیای معاصر با گسترش رسانه‌های مبتنی بر تصویر، اهمیت آن نیاز از دوره‌های گذشته بیشتر شده است. با سرعتی که انسان وارد دهکده جهانی می‌شود، وجود زبانی مشترک و قابل فهم برای همه، بیش از پیش ضروری می‌نماید و این زبان مشترک، تنها می‌تواند تصویر باشد. تصویر رسانه‌ای است که می‌تواند به راحتی معانی را به سنین گوناگون، نسل‌های متفاوت و زبان‌های مختلف منتقل کند. پیام هر تصویر از این راه، سریع تر و راحت تر به بیننده منتقل می‌شود. نکته قابل توجه اینجاست که این انتقال می‌تواند فارغ از توانایی‌های گیرنده‌پیام اعم از توانایی خواندن و نوشتن، فقه و مذهب یا سن و سال صورت گیرد؛ بدون شک ضرب آهنگ زندگی امروز متاثراً از معجزه تصویر است.

گونه‌بندی تصاویر از دید میچل

فرانگاره‌ها حیثی سایر کنیو دارند؛ در صورتی که به طور سنتی و تاریخی دسته‌بندی

و خوانش تصاویر در تاریخ هنر بر پایه قاعده‌ای آبژکتیو بوده است؛ تا اینکه میچل تصاویر تاریخ هنر را براساس یک خوانش جدید دسته بندی کرد. او مدلی جدید برای تحلیل تصاویر از حوزه آبژکتیو به حوزه سوبژکتیو قایل شد. (۱۹۸۶ Mitchell)

تصاویر تجسمی (Graphical)، اپتیکال (دیداری-نوری) (Optical)، ادراکی (Perceptual)، ذهنی (Mental) و زبانی (Verbal). تصاویر گرافیکی کلیه‌ی تصاویری هستند که ساختاری ترسیمی دارند. آثار نقاشی، مجسمه، طراحی‌های ساخته شده د، اتساط بصیری، و کلیه تصاویر، که در تاریخ هنر از آن ماده کنسته از آن سنتخاند.



نمودار ۴ گونه‌بندی تصاویر براساس نظریه میچل تصاویر تجسمی همه‌ی تصاویر آشناستی هستند که ما در طول تاریخ با آن سروکار داشته‌ایم. تصاویر دیداری-نوری ارتباطی با نور و فیزیک دارند. تصاویر گرافیکی خود شاخه‌ای از تصاویر اپتیکال به حساب می‌آیند. مثل تصاویر حاصل از بازساخته‌های آینه‌ها و یا تصاویر بر ساخته از یک ویدیو پروژکشن که جنبه‌ای نوری دارند ولی بعدی تجسمی نمی‌توان برای آن‌ها قایل شد. این تصاویر در شاخه اپتیکال قرار می‌گیرند. در این تصاویر، نور عنصری مهم در فرایند دیدن محسوب می‌شود. حوزه تصاویر نوری حیطه هنر صرف نیست، هرچند امکان دارد در هنر مورد بررسی قرار گیرد. همچون مباحثی که در سینما، عکاسی یا پرسپکتیو داریم که در این شاخه بررسی می‌شوند. تصاویر ادراکی، تصاویری مرتبط با داده‌های حسی مانند است. این تصاویر براساس داده‌های زیستی و حواس ماتولید می‌شوند. این تصاویر حاصل نمودهای حسی مانند یادآوری تصویر ذهنی فردی خاص پس از استشمام بوی عطری که او استفاده می‌کند. تصور کنید در حال صحبت با تلفن هستید با شنیدن صدای طرف مقابل تصویر فرد طرف مقابل در ذهن شما شکل می‌گیرد، این تصویر از سخن تصاویر ادراکی است؛ و یا صدای ترمیک ماشین که یادآور صحنه‌ای برای شما می‌شود. این تصاویر مبنی بر بیولوژی و علوم زیستی می‌باشند. باید توجه داشت ادراکی که ما از

یک مجسمه داریم نیز می‌تواند ادراکی حسی باشد. تصاویر ذهنی، تصاویر برساخته ذهن انسان از موضوعات غیردیداری است. هم‌چون تلقی ذهنی ما از عشق که الزاماً نمودی خارجی ندارد. کلیه‌ی فانتزی‌ها، روایاها و خاطره‌های ما جنبه‌ی ذهنی دارند و تصاویری ذهنی هستند. تصاویر ذهنی مادامی که جنبه‌ی تصویری پیدا نکرده‌اند، وجود نداشته وارد تاریخ هنر نمی‌شوند. در دوران فراواقع گرایی (سورآلیسم) حاصل کار هنرمندانی چون رنه ماغریت، دالی یا خوان میرو همگی تجسم فیزیکی تصاویر ذهنی آنان بوده است.

تصاویر زبانی همچون توصیف‌های زبانی بکار رفته در شعر در حوزه چنین تصاویری هستند. توصیف‌های زبانی در شعر، همچون استعارات و تشیبهات در حیطه تصاویر زبانی می‌گنجند. خانواده تصاویر، حیطه‌ای گستردۀ از تصاویری عینی تا تصاویری که حیثی زبانی و ذهنی دارند طبقه‌بندی می‌گردند. (Mitchell, ۱۹۸۶, ۱۳)

انتقال پیام از طریق تصویر تحت تاثیر فرانگاره

«آنچه تو فهم کنی از مکتوبات من، بر قدر فهم و عقل تو بیود... آنچه تو از من می‌دانی آن توبی...»^۱
عین القضاط همدانی

باید پیش‌اپیش دانست تصویر دیروز برای مخاطب امروز و یا حتی تصویر امروز برای مخاطبی در مکانی دیگر به گونه‌ای دیگر و متفاوت درک می‌شود. هر فهم، منحصر و محدود به فرد خاص در زمان و مکانی خاص است؛ و می‌توان گفت موثرترین عامل در فهم هر تصویر، نه خود تصویر به تنها یی، بلکه پیش‌دانسته‌ها، پیش‌فرض‌ها و پیش‌فهم ما از دنیای پیامون است. فرستنده‌ی پیام با احاطه براین موضوع که هر فهم متکی بر پیش‌فهم گیرنده پیام است؛ می‌تواند با کشف فرم‌هایی که از پیش در ذهن مخاطب وجود دارد و قراردادهای تصویری بیناذهنی در جامعه ارتباط تصویری سریع، صریح و کامل با مخاطب خود بقرار کند. اگر «نگاره»‌ها فرم‌های طراحی شده و به صورت فیزیکی بر روی کاغذ باشند، «فرانگاره»‌ها غیر فیزیکی‌اند و از پیش در ذهن بیننده قراردارند. آزمایش‌ها نشان می‌دهد «فرانگاره»‌ها بیش از «نگاره»‌ها در فهم تصاویر، تاثیرگذار هستند. از لحاظ نظری نیز، آنگونه که گادامر معتقد است، نقشی

۱ مایل هروی، نجیب. خاصیت آینگی - نقد حال، گزاره آرا، و گزیده آثار فارسی عین القضاط همدانی. چاپ سوم. تهران: نشرنی، ۱۳۸۹. ص ۱۸۶

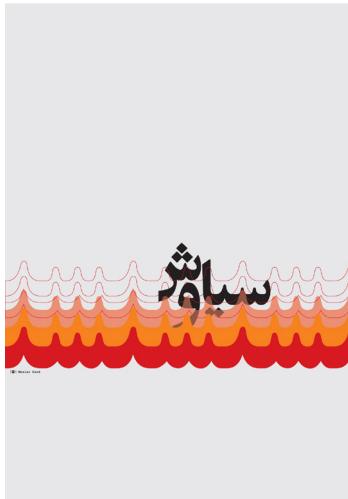
که پیش‌داوری در رابطه با فهم متن نوشتاری دارد (۱۹۸۹ Gadamer)، فرانگاره در رابطه با فهم تصویر ایفا می‌کند.

می‌توان گفت تصویر، فرانگاره‌ای است که اکنون توسط دیزاینر حیثی عینی پیدا کرده و پدیدار شده‌است؛ فرانگاره‌ها پیش‌فهم‌های تصویری و غیرتصویری بیننده هستند که هنوز صورت فیزیکی پیدا نکرده‌اند. «تصویر، شی‌ای مادی است که می‌توان آن را سوزاند، شکست یا آویخت؛ اما فرانگاره چیزی است که نابودی آن در گستره‌ی جهان عینی امکان‌پذیر نمی‌باشد (Mitchell, ۲۰۰۶, ۱۶)». حتاً ممکن است یک نگاره در جهان مادی ازین برود یا نابود شود ولی فرانگاره آن در ذهن باقی مانده و به حیات و تاثیر خود بر فهم انسان ادامه خواهد داد. اگر «نگاره»، شکل فیزیکی و تصویری بر روی کاغذ و بدون لایه‌های احساسی باشد، «فرانگاره» صورتی غیرفیزیکی است و آمیخته با احساسات، تجربیات و خاطرات بیننده است. احساساتی که در ذهن مُدِرِک قراردارند. فرانگاره‌ها، پیش‌ذهنیات تصویری مخاطب هستند و فرد، دنیا را بر آن اساس می‌بیند، می‌فهمد و درک می‌کند. فرانگاره ماهیتی انتزاعی دارد و می‌تواند از رسانه‌ای به رسانه دیگر منتقل شود. فرانگاره (Image) این توانایی را دارد که با فراخوانی یک واژه به ذهن بیاید و ادراک شود (Elkins, ۲۰۰۶).

تصویر و بینات تصویر

«هر تصویر، خود، شعری است بی آن که واژه‌ای داشته باشد.»^۱

هوراس



نگاره ۳۱ سیاوش در آتش، ۷۰×۱۰۵ سانتی متر



نگاره ۳۲ گذر سیاوش از آتش، برگی از شاهنامه فردوسی؛
Cambridge, Fitzwilliam Museum
منبع:

مینیاتور گذر سیاوش از آتش اشاره به داستان سیاوش در آتش نیز پوستری تایپوگرافی است و به این نگاره ارجاع کرده است. سیاوش سوار بر اسب سیاه از میان آتش می‌گذرد. دندانه‌های حروف ت و شین در کنار هم شعله‌های آتش را ساخته‌اند. این پوستر، فرمی مدرن از نگاره‌های سنتی است و به اسطوره سیاوش ارجاع می‌کند.

رولان بارت می‌گوید: تصویر نوعی تقلید و تاسی به چیزی است که خود غایب است. به این معنا که به طور معمول صاحب تصویر همواره در غیاب جای دارد. به عبارتی، تصویر نشانه‌ای است که به جانب حواس ما معطوف است لذا ماهیتی نگارین [فرانگاره‌ای] دارد. (ضیمران ۱۳۸۷، ۱۸۷)

Horace: «A picture is a poem without words.» ۱

سیاوش بد و گفت: «انه مدار، کزان سان بود گردش روگار. ۲

سری پر زرم و بهای مراست، و گریگن‌نامه، رهایی مراست؛
ورایدون که زاین کار هستم گناه، جهان افريم ندارد نگاه.
به نیروی یزدان نیکی دهش، ازاین کوه اتش نیایم دمش.»

بیناذهنیت (میان ذهنی)

بیناذهنیت^۱، در جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی، رابطه روانشناختی بین افراد است. بیناذهنیت در مقایسه با تجربه شخصی فردی است که در برابر تجربه اجتماعی ما قرار دارد. این اصطلاح توسط روان‌شناسان اجتماعی از جمله الکس گیلیسپی^۲ و فلورا کورنیش^۳ بدین صورت تعریف شده است (Gillespie A, Cornish F ۲۰۱۰-۱۹؛ ۴۶): بیناذهنیت در علوم اجتماعی به یک توافق اشاره دارد. چنانچه گروهی بر روی مجموعه‌ای از معانی به توافق برسند بین آنها بیناذهنیت وجود دارد. تماس شف^۴ بیناذهنیت را به اشتراک‌گذاری حالت‌های ذهنی توسط دو یا چند نفر تعریف می‌کند. (Scheff ۲۰۰۶) بیناذهنیت همچنین اشاره به مفاهیم و معانی مشترک که توسط افراد در تعامل با یکدیگر ساخته و استفاده می‌شود دارد. بیناذهنیت یک منبع برای تفسیر مفاهیم اجتماعی و فرهنگی است، آنگاه که افراد فکر و احساسی مشترک داشته بازند، یک تعریف از موقعیت را با هم به اشتراک گذاشته‌اند. (Seale ۲۰۰۴، ۴۰)

رابطه بینامتیت و فضاهای بینایین در هنر اسلامی

«هنر اسلامی خلاء می‌آفریند. در واقع این هنر، همه‌ی القاتات پریشان‌کننده و شهوانی عالم را حذف می‌کند و نظامی بر جایشان بنا می‌نهاد که حاکی از تعادل، صلح و سلام است.^۵»

بورکهارت

تعریف هنر در تفکر اسلامی در برابر با تعریف آن نزد متفکران غربی تفاوت‌های ماهوی دارد. هنری که در اسلام بسط و گسترش یافته است در ذات خود دینی بوده و در پرتو حضور دینی حاصل آمده است. به بیان دیگر در هنر اسلامی امر محسوس و جهان تماشا، اصالت نداشته و در هنر بدان اکتفا ننمی‌شود. هر آنچه در عالم محسوس در نزد هنرمند است ارجاعی است به حقایقی برتر. در تمدن اسلامی، زیبایی، چهره حقیقت دانسته می‌شود. از این روز زیبایی شناس کسی است که با حقیقت، وجود و هستی ارتباط داشته باشد؛ یعنی در عین این که زیبایی شناس است در مسیر تحریر معنوی و عرفانی قرار دارد. هنر در اسلام به عنوان مقوله‌ای جدا و منفک تحقق ندارد و لازم است که ملاک‌های علمی غرب و استیک غربی متفاوت است. یکی از

^۱ Intersubjectivity

^۲ Alex Gillespie

^۳ Flora Cornish

^۴ Thomas Scheff

^۵ بورکهارت، تیتوس. «ازش‌های جاویدان در هنر اسلامی». هنر و معنویت در توسط انشا الله رحمتی، ۷-۲۰۷-۲۲۴. تهران: فرهنگستان هنر. ۱۳۹۰. ص ۲۱۳.

ویژگی‌های هنر اسلامی، مفهوم خلا و فضاهای بیناییان است. (نصر، ۱۳۸۵، ۱۶) از دید هنرشناسان سنتی، اهمیت دادن به بعد معنوی خلاء پیامد مبانی و اصول متافیزیک در اسلام است. در واقع خلاء حاصل مبانی متافیزیکی توحید بوده و کاربرد آن در هنریکی از نتایج مهم و بالافصل اصل متافیزیکی توحید است. هرچند باید دانست هر صورتی از هنر اسلامی به نحوی از انحا با این اصل یا پیامدهای این اصل در جهان کثرات پیوند دارد.^۱

هنر اسلامی همواره در پی آن است تا حال و هوایی فراهم کند که در آن گذراشی و ناپایداری اشیای مادی برجسته شده و همواره به گونه‌ای به بی‌محتوایی اشیا و اعیان اشاره شود. هرچند اگر اشیا کاملاً غیرواقعی و به تمامه هیچ باشند، موضوعی باقی نخواهد ماند تا هنر از آن آغاز گردد و در نتیجه هنری نیز بجا نمی‌ماند تا درباره اش سخن گفته شود (نصر، ۱۳۸۵، ۱۶). از دیدی دیگر جهان ما در برگیرنده هر دو وجه موهوم و انعکاسی اشیا و نشانه‌ها و سمبول‌ها است. هنر اسلامی هردو جنبه‌ی مثبت وایجابی ماده چون رنگ و فرم از یک سو جنبه‌های غیرفرمی ماده را در ترکیبی یکنواخت با هم در می‌آمیزد. «نمونه آشکار ترکیب این دو وجه در سبک اسلامی است. جایی که «فضای منفی» و «فرم مثبت» هردو نقشی کلیدی و برابر را بازی می‌کنند. سبک اسلامی خلاء را قادر ساخت که به قلب کار وارد شود تا آن‌که ابهام را کنار گذارد و آن را در مقابل نور الهی روشن و شفاف کند. به واسطه کاربرد سبک اسلامی، خلاء به همه وجوده مختلف هنر اسلامی وارد شد و سنگینی نفس‌گیر [فرم] را از دوش اشیای مادی برداشت و به روح اجازه داد تا نفس بکشد و شکوفا شود (نصر، ۱۳۸۵، ۱۶). پژواک در فضای تهی / اهمیت خلا در هنر اسلامی».

تا غیب‌ها گردد نهان

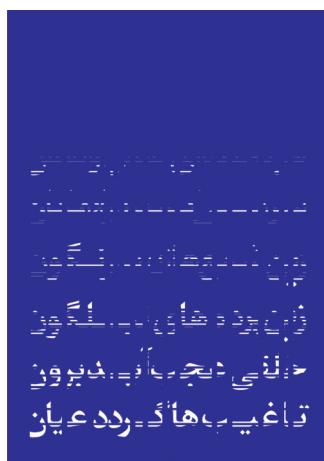
در پوستر «تا غیب‌ها گردد عیان» که بر اساس شعری از مولانا طراحی شده است^۲، نوشه‌های با توجه به مفهوم نوشتہ به مرور در پس زمینه نمودار می‌شوند. پشت زمینه اثر نیزبخشی مهم از اثرشده و فضای خالی اثر به کمک فرم می‌آید. بخشی از معنای اثر در ترکیب نهان و پنهان است. آنگونه که عشق غیب‌ها را عیان می‌کند.

استفاده از خلاء در هنرهای تجسمی با کاربرد سکوت در موسیقی و بینامتنیت در

۱ نگاه کنید به :

T.Burchardt, sacred Art in East West chap.IV.T.Burckhardt, Pernnial values in Islamic Art.

۲ ای عاشقان ای عاشقان هنگام کوچ ایست از جهان ادر گوش جانم می‌رسد طبل رحیل از آسمان زین شمع‌های سرنگون زین پرده‌های نیلگون اخلاقی عجب آید برون تا غیب‌ها گردد عیان



نگاره ۳۳ تا غیب‌ها گردد عیان، ۱۰۰×۷۰ سانتی‌متر، ۱۹۹۳ McCloud.

شعری ارتباط نیست. فضاهای بینایین در هنرهای دراماتیک هم حضور دارند. سکوت یک بخش مهم در موسیقی است. کلود دبوسی^۱ می‌گوید: «موسیقی فضای میان نت هاست»؛ و «این ایده که عناصر و اشیای حذف شده از اثر خود به اندازه اجزا موجود در اثر مهم هستند برای قرن‌ها در هنر شرق مطرح بوده است. در موسیقی نیز در حالیکه سنت کلاسیک غرب در حال تاکید بر پیوستگی و تداوم اصوات بود، موسیقی کلاسیک شرق، بر نقش سکوت متمرکز بود» (۱۹۹۳ McCloud، ۸۲).

استفاده از فضاهای بینایین در خوشنویسی نیز قابل تأمل است. می‌توان گفت اساس شکل یک خط و کاربرد و احساس ناشی از آن بیشتر وابسته به طراحی فضاهای سفید بین خطوط است تا خود خطوط. «در مورد خوشنویسی باید گفت که الگوهای منفی تقریباً به اندازه الگوهای مثبت اهمیت دارند که به ویژه در شکل کوفی و گونه افراطی اش در شکل شکسته نمود می‌یابد. بسیاری از طرح‌های خوشنویسی صرفاً به این مشهورند که الگوهای فضاهای خالی آفریده‌اند تا جایی که خطوط توسط خود نوشته‌ها دنبال و طراحی می‌شوند. نمونه چنین استفاده مثبتی از خلاء در الگوهای خوشنویسی فراوان است از طرح‌های مینیاتوری سلجوقی در ایران گرفته تا شیشه‌های پنجره در قصرهای مغرب. می‌توان گفت که به مانند سبک اسلامی و الگوهای هندسی از طریق خوشنویسی می‌توان به رابطه خلاء و حضور الهی که در هنر اسلامی به دست می‌آید آگاهی یافت.» (نصر، ۱۳۸۹، ۱۹۹)

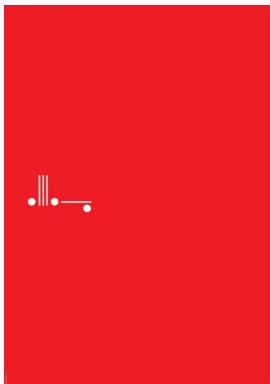
از دید سنت گرایان، فضاهای تھی و بینایین مظهر جلوه پروردگار گشته و به انسان مسلمان مجال می‌دهد به سیر در انفس پردازد و به حضور دست یابد. کاربرد خلاء در هنر و معماری اسلامی به تجربه معنوی انسان می‌انجامد. «خلاء تاثیر و نفوذ محیط کیهانی را که برآدمی غالب می‌آید، می‌زداید، چراکه همیشه و همه جا پرتو نور الهی حجاب ماده را از میان برمی‌دارد» (نصر، ۱۳۸۵، ۱۷).

^۱ آهنگ ساز فرانسوی Claude Debussy (1862-1918)

در نمونه طرح بشقاب بر جای مانده از دوران سلجوقی، با کمی تأمل در می‌یابیم فضای تهی به گونه‌ای نادر وارد طرح شده است. در واقع دیزاینر به زمینه ظرف به عنوان یک بوم خالی نگاه نکرده است و به طور معمول طرح خود را بر مبنای آن شکل نداده است. قرارگیری بدیع جای نوشته، فضاهای تهی را تبدیل به بخشی از اثر کرده



نگاره ۳۴ نقش ظرفی از دوران سلجوقی. نوشته در مکانی بسیار بدیع طراحی شده است. میبع: کتابچه راهنمای موزه بروکلی صفحه ۲۷



نگاره ۳۵ بسم الله بر اساس طرحی از دوران سلجوقی، ۱۰۰×۷۵ سانتی متر

است. پوستر بسم الله بر این اساس طراحی شده است.

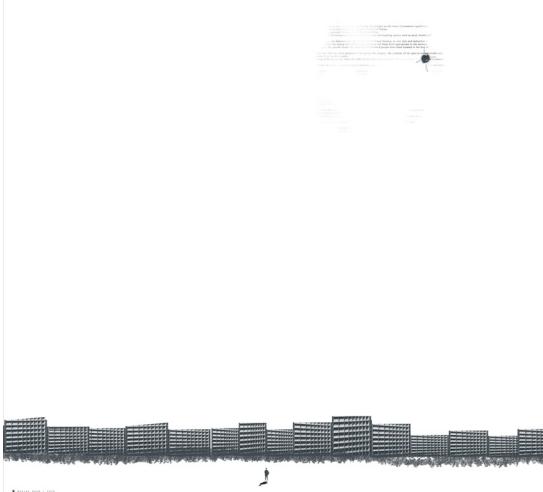
رد پای توجه به فضای منفی و نقش «فضا» در معماری و طراحی شهری متجلی می‌شود. در معماری غربی، از دوره کلاسیک گرفته تا قرون میانه؛ و تا معماری مدرن، فضا در بنده کالبد بود و این شی بود که فضای اطراف را تعیین می‌کرد. در واقع فضا به واسطه فرم شکل می‌گفت و تحت تأثیر آن بود و در درجه دوم اهمیت قرار داشت. در دوران مدرن نیز بازیگر اصلی تأثیر عملکرد شکل می‌گرفت. اما در معماری معاصر فضا بازیگر اصلی صحنه شد. حال دیگر فضا فرم را تحت تأثیر خود قرار داد.

به طور تاریخی توجه به فضا همواره یکی از اصول معماری اسلامی بوده است. «در

معماری اسلامی فضا از معنایی مثبت برخوردار است. فضا به واسطه شی مثبت تعیین نمی‌شود بلکه از طریق غیبت و فقدان جسمانیت یا مادیت تعیین می‌شود. این نیز جنبه دیگری از خلاء است و اگر بخواهیم اصطلاح بهتری به کار ببریم، می‌توان آن را «فضای منفی»^۱ نامید (نصر، پژوای در فضای تهی / اهمیت خلأ در هنر اسلامی ۱۳۸۵، ۱۷).

طراحان شهری و معماران اسلامی که ماهراهانه از فضای منفی استفاده می‌کنند و پشتگرمی خود را از اهمیت مثبت خلاء در آگاهی مذهبی اسلامی کسب می‌کنند. بنابراین قادر خواهند بود فضایی خلق کنند که در آن غیبت جسمانیت، منجر به روحانیت و تأمل می‌شود. «فضای خالی چه در هنر و چه در معماری اسلامی از طریق شفاف کردن ماده و آشکار کردن سرشت فانی آن و در عین حال درآمیختن حضور الهی با اشکال مادی، نقش مثبتی ایفا می‌کند. (نصر، هنر و معنویت اسلامی ۱۳۸۹، ۲۰۱)

شهر من



نگاره ۳۶ شهرمن از مجموعه روز برفی آفتابی، ۱۲۰×۱۲۰ سانتی‌متر

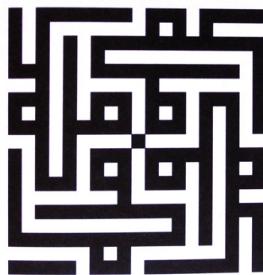
وارد اثر شود و امکان یайд به بازیابی خاطرات خود پردازد. دریک اثر نه صرفا فرم‌ها بلکه فضای میان فرم‌ها نیز بخشی مهم از اش رو بخشی از

در «شهرمن» در برابر شهری خشک و سنگین، تنها و غریب قرار می‌گیریم. با این ایده که در شهرهای امروز هر چه خانه‌ها متراکم تر و به هم نزدیک تر می‌شوند، بر خلاف انتظار انسان‌ها از هم دورتر شده‌اند. فضای تهی پوستر به بیننده امکان می‌دهد

^۱ فضاهای منفی به ویژه در ارتباط با هنر اسلامی ایرانی توسط نادر اردلان و لاله بختیار در کتاب حسن وحدت ترجمه حمید شاهrix نشر خاک (اصفهان) ۱۳۸۰ مورد بحث قرار گرفته است.

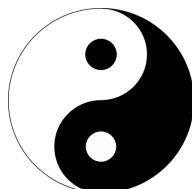
معنای اثرهستند. سکوت میان شکل‌ها ابزاری است در دستان دیزاینر تا پیام را در ذهن بیننده‌اش به گونه‌ای جاری کند که بیننده امکان بسط و گسترش فرم را پیدا کرده و معنای اثر را بسط داده و کامل کند. طراحی تنها طراحی فرم و شکل دادن و ترکیب بندی فرم بر روی کاغذ نیست بلکه شکل دادن ایده‌های جدید در ذهن مخاطب است. گاهی دیزاینر نه صرفا با قراردادن چند شکل بر روی زمینه خالی کاغذ بلکه با فرم دادن و تغییر شکل زمینه، می‌تواند تجربه تصویری منحصر به فردی برای بیننده ایجاد کند. آن جاست که بیننده در اثر حضور پیدا کرده و چرخه معنا را کامل می‌کند.

در نمونه‌های خط بنایی می‌توان به اهمیت فضاهای بینایی و فواصل میان حروف پی‌برد. خط بنایی شکلی ساده از خط کوفی است که با حذف دور از آن ایجاد شده است. از وجود مشخصه این خط، تناسب و



نگاره ۳۷ محمد وعلی هماهنگی قانون مند سواد و بیاض (خطوط کلمات و خطوط زمینه) است. در نوعی از این خط موسوم به «مشکل» علاوه بر نظم و توازن دقیق میان خطوط زمینه و کلمات، سواد و بیاض آن هردو طراحی شده و هردو در کنار هم خوانده می‌شوند. (شهیدی ۱۳۸۸، ۵۸)

فضاهای منفی در هنر شرق



نگاره ۳۸ یانگ بن

«حرکت چرخ‌های گالری نه به واسطه وجود پره‌ها که به دلیل فضای خالی میان پره‌هاست. ما کوزه‌ای را با خاک رس می‌سازیم اما دلیل ساخت کوزه، فضای تهی میان آن است. ما با چکش و چوب برای خانه‌مان دیوار می‌سازیم ولی این فضای خالی میان دیوارهاست که آن را قابل زنگی می‌کند. آنچه که به صورت مثبت وجود دارد در خدمت فضاهای منفی بیناییں است و فضاهای بیناییں است که در واقع مورد استفاده ماقرار می‌گیرد. (۲۷، ۲۰۰۸ Lao-tzu)

برای مدت‌ها تمرکز نقاشان و طراحان شرقی بر روی فیگور و زمینه و رابطه آن دو با هم بوده است. در تفکر شرق همه چیز از دو کیفیت ساخته شده است: یانگ یا مردانگی و یین یا زنانگی. موضوع فضاهای منفی و ایده‌ی پرداختن به عناصری که در اثر وجود ندارند به اندازه عناصر موجود در اثر قابل اهمیت هستند. فضاهای منفی و فضاهای بینایین سال‌ها در هنر مشرق زمین به کار رفته و تجلی داشته است. از دیدگاه چینیان باستان و تائوباوران^۱، در همه‌ی پدیده‌ها و اشیا غیرایستاد جهان هستی، دو اصل متضاد با هم ولی مکمل هم وجود دارد. یین و یانگ نشان‌دهنده قطب‌های مخالف و تضادهای جهان هستند. البته این بدان معنا نیست که یانگ خوب است و یین بد است (در حقیقت این تحریفی نادرست است). بلکه یین و یانگ مانند شب و روز یا زمستان و تابستان بخشی از چرخه هستی هستند. یین و یانگ نماینده‌ی دوگانگی منفی و مثبتی هستند که در همه چیزها یافت می‌گردند، از الکترون‌ها و پروتون‌ها گرفته تا خودآگاهی و ناخودآگاهی روان آدمی (جوهری نیا ۱۳۸۷).

عباس کیارستمی، برف بستری برای تجلی نور

«برف، باران، درخت، کوه و دیگر پدیده‌ها برای کیارستمی صرفاً یک ماده خام سرشار از ارجاعات و اشارات هستند؛ یک دستگاه رمزگان که از خردورزی و حکمتی ارزی سرچشممه می‌گیرد. بدین قرار چنانچه در پی ردپای کیارستمی در آثارش باشیم باید او را در عمق پنهان اثرون‌هه سطح آشکار آن، جست و جوکنیم».

علیرضا سمیع‌آذر

مجموعه‌ی سفیدبرفی، در برگیرنده‌ی شماری از مفهومی ترین آثار عباس کیارستمی است. کیارستمی تصاویری به ظاهر ساده را دستمایه‌ای برای طرح اشاره‌های ذهنی و کنایه‌های استعاری خود کرده و به دنیای نمادها وارد می‌شود. او در نتیجه‌ی این سفر ذهنی، ادراک مخاطب را از سطح دریافت‌های طبیعت‌گرایانه ارتقا داده و به بازی معانی و دنیای دلالت‌های رمزی معطوف می‌سازد. آنچه آثار این مجموعه را به یکدیگر پیوند می‌دهد برف است. هرچند در ظاهر، برف در اثر، سیطره‌ای ثابت و جاری دارد ولی کاملاً مشخص است موضوع اصلی تصویر در هیچ کدام اساساً

^۱ یکی از ادیان رسمی چینی قدیم که در قرن ۶ ق.م. با مجموعه‌ای از معتقدات و مناسک و اعمال مذهبی پیدا شد و بعدها با مسائل فلسفی و عرفانی نقش بست.



نگاره ۳۹ عباس کیارستمی از مجموعه سفیدبرفی

برف نیست! (سمیع آذر ۶۸، ۱۳۹۴) «گرچه در این عکس‌ها طبیعت و برف با زیبایی شاعرانه توصیف شده‌اند ولی هدف هنرمند پرداختن به مفاهیم نهفته در عمق آثار است. (کلانتری ۷، ۱۳۹۲)» در حقیقت برف تنها پس‌زمینه‌ای است برای حکایت پدیده‌ای دیگر، بستری برای تجلی نور، پشتوانه نظری این اثرنره تحلیل از طبیعت با نگاهی رمانیک و بیانی کارت‌پستال‌گونه بلکه عیان کردن عمق پیچیدگی‌های هستی و ادراک ذهنی ما نسبت به طبیعت است. برای کیارستمی طبیعت بستریست برای سیر در جهان ذهن. عکس‌های او از ملاحظات زیبایی شناختی فرمالیستی عبور می‌کنند و ماهیتی مفهومی و کنایه‌ای می‌یابند (سمیع آذر ۶۹، ۱۳۹۴). برای کیارستمی مفاهیم متباینی همچون بودن یا نبودن، واقعیت یا توهם، حضور یا فقدان و ذهنی یا عینی، موضوع اصلی تصویر و ترکیب این عناصر در آن است. در راستای همین انگیزش‌ها، حد بالای انتزاع و کمینه‌گرایی در کار او قابل توضیح می‌شود.^۱

۱ برای اطلاعات بیشتر رجوع شود به کتاب سفید برفی، گردیده عکس‌های عباس کیارستمی نوبت چاپ: اول ۱۳۸۴ / انتشارات: نظر

چند نمونه پژوهشی

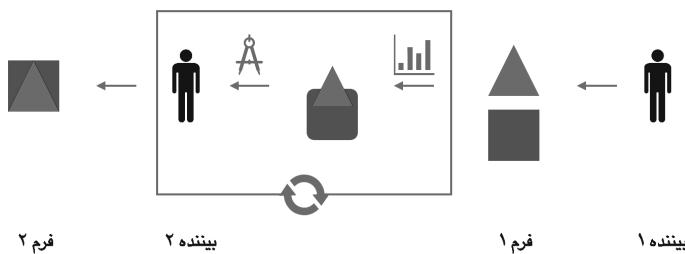
در چند پژوهش در پی یافتن روشی بودیم که ابتدا وجود فرانگاره و ارجاع مفاهیم تصویری به فرانگاره توسط مخاطب را اثبات کرده، سپس برآن اساس، به تجزیه و تحلیل موضوعات مرتبط به آن و واکاوی کاربرد فرانگاره پردازیم. در پی آن، با تبدیل داده‌های کیفی به کمی، بتوانیم با مشی علمی به آمار و نمودار دست یافته و موضوع سوبیکتیو فرانگاره را مورد تحلیل قرار دهیم. مفهوم اصطلاح مصرف‌کننده‌ی تولیدکننده که در فصل پیش مطرح شد نیز مورد مذاقه قرار گرفت.

گاستون باشلار^۱، مشی علمی را در چند کلمه چنین خلاصه می‌کند: «واقعیت علمی از راه غلبه، ساختن و آزمایش به دست می‌آید: غلبه بر پیش‌داوری‌ها، ساختن از راه تعقل و آزمایش با واقعیات» (کیوی و وان کامپنهود ۱۳۸۵، ۱۲). هرچند در واقعیت، یک تحقیق علمی به صورت خطی و پی در پی نیست و مراحل بعدی بر مراحل پیشین تحقیق تاثیر می‌گذارد اما می‌توان انجام روش تحقیق علمی را در سه پرده تقسیم‌بندی کرد: گستین از سوابق ذهنی و غلبه بر پیش‌داوری‌ها، ساختن پیش‌فرض‌های نظری که محقق بتواند نتایج احتمالی را پیش‌بینی کند و آزمایش فرضیه و اثبات آن با تجربه. (کیوی و وان کامپنهود ۱۳۸۵، ۱۵).

با بررسی داده‌های کمی و تجزیه تحلیل علمی فهم تصویری و بازنمایی نحوه دریافت مخاطب به صورت نمودار و ارقام، می‌توان موفقیت یک تصویر در انتقال پیام را مورد سنجش قرار داد. در قدم بعدی با استفاده از نتایج حاصل از داده‌های کمی و تغییر فرم اولیه و بازطراحی آن، می‌توان به هدف نهایی، که نزدیک بودن برداشت «دریافت‌کننده» به مفهوم اولیه و اصلی است، دست یافت. برای نزدیک شدن به این هدف، به دنبال روشی بودیم که بتواند با طیفی از مخاطبان روبرو شده و در چند مرحله، تصاویر و فرانگاره‌های ذهنی آنان را کشف، استخراج و مجسم کرده، نتایج را تحلیل کرده و مجدد روند تحقیق را پیگیری کنیم. از این‌روش پیشنهادی کیوی و کامپنهود^۲ مناسب‌ترین روش تشخیص داده شد. زیرا ۱- لازم نبود مصاحبه‌گر به صورت مستقیم با شرکت‌کننده روبرو شده و پاسخ‌ها را تحت تاثیر قرار دهد. ۲- بجای انتخاب افرادی محدود و گفتگوی عمیق با آن‌ها، از طیف گسترده‌ای نظرسنجی می‌شد.

^۱ ۱۸۸۴-۱۹۶۲) فیلسوف و معرفت‌شناس فرانسوی.
^۲ Kiwi and Kampenhood

نیاز بود افراد، تصاویری را ببینند و ترسیم کنند؛ به این دلیل مصاحبه شفاهی چندان کمک‌کننده نبود. از این رواز روش پیشنهادی کیوی و کامپنھود استفاده شد. ازنگاه کیوی و کامپنھود برای شناخت و بررسی علمی پدیده‌های اجتماعی و طبیعی باید فرضیه‌های نظری را با داده‌های حاصل از مشاهده یا تجربه مقابله کرد (کیوی وان کامپنھود ۱۳۸۵، ۱۱). این سه پرده در هفت مرحله به اجرا درآمد: ۱- پرسش آغازین ۲- مطالعات اکتشافی ۳- طرح نظری مساله تحقیق ۴- ساختن مدل تحلیلی ۵- مشاهده ۶- تحلیل اطلاعات ۷- نتیجه‌گیری.



نمودار ۵ روند تولید اثر و نزدیک شدن فرم به فرانگاره

در نمودار ۵ روند تولید اثر و نزدیک شدن فرم به فرانگاره براساس فرضیه نگارنده مشاهده می‌شود.

در چهار تجربه‌ی پژوهشی به این موضوعات پرداخته شده است:

۱- استخراج یک فرانگاره و استفاده از آن

۲- بررسی فرانگاره‌ای متاثر از تجربه‌های تاریخی، تولید نگاره‌ای برآن اساس و نزدیک شدن به فرانگاره

۳- کشف و بررسی فرانگاره‌ای که حاصل تجربه شخصی است.

۴- فرانگاره‌های برگرفته از بیناذهنیت فرهنگی و قراردادهای اجتماعی. نزدیک شدن به فرانگاره حاصل از قراردادهای جمعی برانتقال پیام؛ و بررسی تاثیرات جزئیات نگاره

باید به این نکته مهم توجه داشت که نتایج پژوهش‌های انجام شده در این کتاب،

مستقیماً منبعث و متاثر از گروه‌های هدف مورد مطالعه بوده و قطعاً با تغییر تعداد و ترکیب هر گروه، نتایج متفاوت خواهد شد. از این رو نتایج به دست آمده در این پژوهش‌ها صرفاً برای گروه هدف مورد مطالعه در این پژوهش صادق و جاری بوده و قابل گسترش و استناد به گروه‌های دیگر نیست. چنانچه خواننده کتاب قصد دارد از روش‌های پژوهش انجام شده در این کتاب استفاده کند لازم است مطالعه خود را بر روی گروه مورد نظر پیاده ساخته و نتیجه به دست آمده را مورد استناد قرار دهد. نتایج به دست آمده در این پژوهش‌ها به هیچ عنوان قابل تعمیم و استناد برای دیگر موضوعات و افراد نیست.

فرانگاره خانه

مطالعات اکتشافی

در یک نمونه‌ی عملی، شرکت مهندسین مشاور «طرح و سازه» به نگارنده سفارش طراحی نشانه داده است. نگارنده تصمیم گرفت این موضوع را به طور عملی مورد پژوهش قرار دهد. سفارش دهنده نیاز به نشانه‌ای داشت که از یک سویانگر فعالیت‌های شرکت در زمینه طراحی معماری و ساخت بنا بوده و از سوی دیگر مونوگرام مجموعه (استفاده از حرف T) باشد. برای ایده‌ی نشانه تصمیم گرفته شد از فرم یک خانه استفاده شود که به نوعی با حرف T ترکیب شده باشد. هدف اولیه این بود که چگونه می‌توان نقش خانه‌ای ترسیم کرد که برای طیف وسیعی از بینندگان قابل تشخیص باشد.

ساختن مدل تحلیلی و مشاهده ۱

گروه مورد مطالعه، ۳۰۰ نفر از افراد ۱۶ تا ۳۰ سال، با سواد، ساکن تهران بوده‌اند. از این گروه درخواست شد بر روی کاغذ فرم یک خانه ترسیم کنند.



نگاره ۴ خانه‌های ترسیم شده توسط شرکت کنندگان

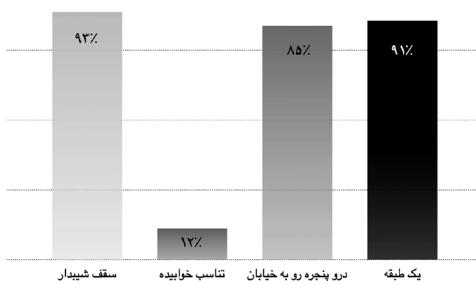
تحلیل ریخت‌شناسی اطلاعات

فرم‌های ترسیم شده تحلیل شد:

- ۱- در حالیکه می‌دانیم همگی ساکن شهر هستند و تقریباً هیچ‌کدام در چنین خانه‌ای زندگی نمی‌کنند ۹۳ درصد خانه‌ها دارای سقف شیبدار و شیروانی هستند.
- ۲- تنشبات خانه‌ها نزدیک به مریع و یا عمودی است. تنها در ۱۲٪ تنشبات افقی ترسیم شده است.

۲-۸۵ درصد خانه‌ها پنجره و در دارند.

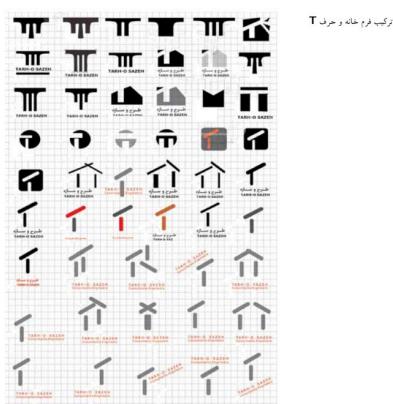
۹۱- درصد خانه ها یک طبقه هستند. (در صورتی که می دانیم بیشتر شرکت کنندگان در خانه های آپارتمانی زندگی می کنند).



نمودار عربیخت شناسی فرانگاره خانه

به زعم نگارنده، فرم های ترسیم شده فرانگاره تصویر خانه برای شرکت کنندگان در پژوهش بوده است. ترسیم کردن خانه به این شکل حاصل فرانگاره های پیشین و نه تماماً والزاماً مشاهده مستقیم و تجربه شرکت کنندگان است. چنین تصویری ممکن است برگرفته از نقاشی های دوران کودکی باشد. یا احتمال دارد از فیلم های انیمیشن و یا تصویرسازی های کودکی در ذهن افراد شکل گرفته باشد؛ ممکن است تحت تاثیر آیکون خانه در وبسایت ها و اپلیکیشن ها باشد (باید دانست فرم ساده‌ی خانه در وبسایت ها هم از همین فرانگاره گرفته شده است و جالب اینجاست که با وجود آنکه بیشتر شرکت کنندگان در خانه های آپارتمانی و بدون شیروانی زندگی می کنند اما طرح خانه برایشان مشخصات یک خانه شیروانی دار بوده است). در این تجربه، ازنگاه

یونگ، تاثیرات گذشته و خاطرات جمعی در انتخاب آنان تاثیرگذار بوده‌اند.



نگاره ۲۱ ترکیب فرم T و فرانگاره خانه

دیزاین / ترکیب فرم T و فرانگاره خانه

در روند طراحی، پس از آنکه حرف T انگلیسی با شکل خانه ترکیب شد، طراحی یک قدم پیش رفت و فرم فرانگاره ای خانه به لایه‌ی پنهان طرح فرستاده شد.



نگاره ۴۲ فرانگاره خانه به لایه پنهان طرح فرستاده شده است.

۲ مشاهده

از ۱۵۰ شرکت‌کننده پرسش شد: در این نشانه چه می‌بینید؟
گزینه‌ها:

- ۱- درخت ۲- خانه ۳- انسان ۴- آبشار ۵- دوخط مورب ۶- حرف T ۷- دیگر....
- پاسخ‌ها بروی نمودار آمد.

از میان گزینه‌های داده شده بیشترین کمیت واژه‌ی خانه بوده است.



فرم ۱

بیننده ۲

فرم ۲

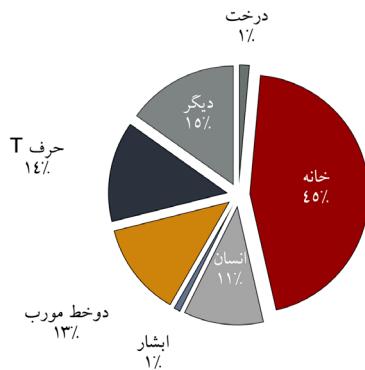
بیننده ۱

نمودار ۸ روند تولید و تحلیل فرم در این پژوهش

نتیجه‌پژوهش

هر چند در این نشانه، بخش مهمی از فرم خانه، به لایه‌ی پنهان طرح منتقل شده است؛ ولی ۴۳ درصد افراد، تصویر خانه را تشخیص داده‌اند. نگارنده فرض می‌کند

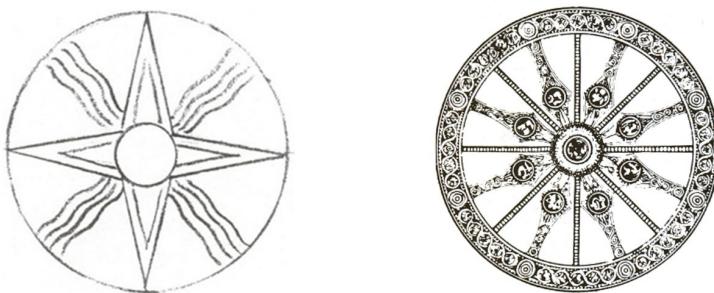
دست کم ۴۳ درصد از مخاطبین بخش‌های ناپیدایی فرم را براساس فرم آشنای ذهنی و فرانگاره خانه در ذهن خود کامل کرده‌اند. در این پژوهش، بیننده ۱ فرم ۱ را تولید کرده و پس از تحلیل فرم، فرم ۲ تولید شده و در معرض آزمایش قرار گرفته است. نمودار بالا این موضوع را نشان داده است.



نمودار ۷ در این نشانه چه می‌بینید؟

فرانگکاره خورشید

حضور دایره در ادیان خدا-خورشید، از میان رودان (بین النهرين) شروع شد و سپس به ایران رسید. پیشتر دایره، نماد خدای خورشید بود ولی بعدها به عنوان نماد دینی و عقیدتی به مصرو چین و هند رفت و نقش‌های متعددی به خود گرفت. (بلک و گرین ۷، ۱۳۹۲)



نگاره ۴۳ چون خورشیدی معبد الهی خورشید، کنارک (هند). (منبع: هوهنه گر، ۱۳۷۶)

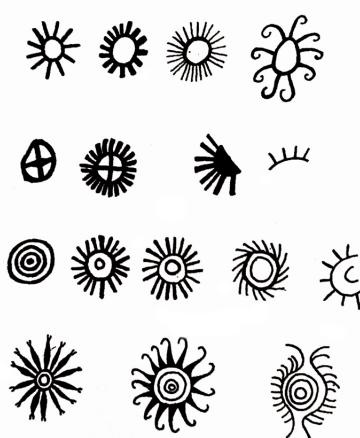
نگاره ۴۴ دایره نماد خدای خورشید شمش، (منبع: هال، جیمز؛ فرهنگ نگاره‌ای نمادها، فرهنگ معاصر) در آیین مهر و بعدها در آیین زرتشت، مهر(میترا) خدای- خورشید و نماینده خورشید شد (شناخت ادیان ۲، ۱۳۸۰-۱۲، ۱۳۸۰). شمش، خورشید- خدای بین النهرينی، شکل یک ستاره‌ی چهارپر با چهار شعله یا پرتو را به خود گرفت (هال، ۱۳۹۰-۲۰۵).

دایره نمادی از حرکت پیوسته و مدور آسمان است و با الوهیت نیز ارتباط دارد. در مرکز دایره، تمام شعاع‌ها به صورت هماهنگ به یک نقطه میل می‌کنند و تمامیت و یکپارچگی این خطوط در این نقطه مرکزی در اوج کمال خویش است. «در متنی کهن آمده است که خداوند همچون دایره‌ای است که مرکش همه‌جا هست و محیطش هیچ‌کجاست (هوهنه گر، ۱۳۷۶: ۳۳). در هنر ایران نیز اصطلاح فر، به صورت نمادهایی دایره‌ای شکل تجلی کرد. فرنیرویی است که از جانب خدا به افرادی برگزیده اعطای و آنان را در هر موضع و مقامی به برتری و سروری می‌رساند. حلقه و چون نیز که از تجلیات فراتست در هنر ساسانی ظاهر می‌شود؛ این دایره برگرفته از صورت خورشید و گردش آسمان در آیین زرتشتی است (جعفری ۱۴۹-۱۴۸، ۱۳۸۱)



نگاره ۴۵ شرکت کنندگان در پژوهش یک خورشید رسم می‌کنند.

مطالعات اکتشافی



نگاره ۴۶ خورشید در نقش‌های به جا مانده از غارها (Singh ۱۹۹۳)

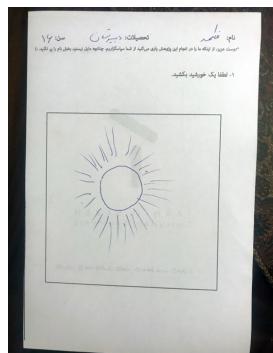
کور به معنای عدم ادراک است. در واقع ادراک و دیدن ماتماما براساس داده‌های پیشین ما شکل می‌گیرد. هدف این پژوهش کشف فرانگاره خورشید، تحلیل ریخت

از آنجا که نقش خورشید در طول تاریخ همراه انسان بوده است به عنوان یکی از فرم‌های شناخته شده و فرم‌های اولیه شناخت بشر از طبیعت به شمار می‌رود. بیشتر انسان‌ها، پیش‌فرض و تصوری از خورشید در ذهن دارند و کمتر انسانی می‌توان یافت که تا به حال خورشید را ندیده باشد یا به آن فکر نکرده باشد و این فهم پیشین، کلید درک نقش خورشید می‌گردد. آنگونه که ارنست گامبریچ^۱ می‌گوید: «چشمان معصوم کور است» بیان او از واژه

^۱Sir Ernst Hans Josef Gombrich

شناسانه آن و بازتولید فرمی جدید برآن اساس است. چالش اینجاست که نگاره جدید تا چه میزان و تحت چه شرایطی و تا چه میزان قابل شناسایی و تشخیص برای افراد دیگر است.

ساختن مدل تحلیلی^۱



نگاره ۴۷ و ۴۸ برشی از تصاویر خورشید رسم شده توسط شرکت‌کنندگان در پروژه.

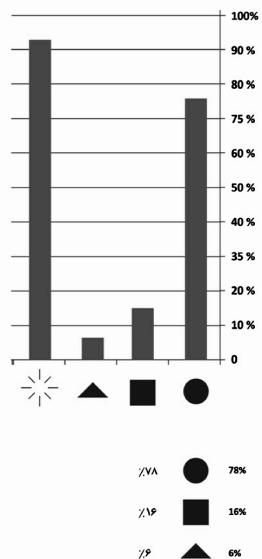
برای یافتن فرانگاره ذهنی خورشید از ۳۰۰ نفر درخواست شد با یک قلم ساده، تصویری از خورشید رسم کنند. گروه هدف، زن، ۱۵ تا ۲۱ سال، دانشآموز و دانشجو، ایرانی، شهرنشین و باسود بوده‌اند.

مشاهده ۱۵



نگاره ۴۹ تصاویر رسم شده

تحلیل اطلاعات ۱

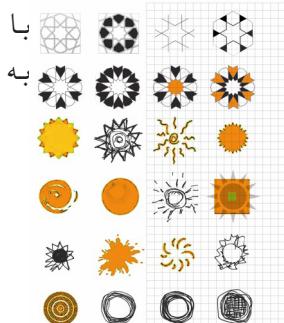


تصویر خورشید در یک گروه ۱۵۰ نفره مورد پرسش و تحلیل ریخت‌شناسانه قرار گرفت. فرم‌ها شامل دایره ۷۸٪، مربع ۱۶٪، مثلث ۶٪ و اشعه نور ۹۱٪ بودند. نمودار بالا کمیت استفاده از فرم‌ها را نشان می‌دهد. نمودار مشخص کرد بیشتر طرح‌ها فرم دایره‌ای دارند و به همراه آن نشانه‌ای از اشعه و پرتو نور دیده می‌شود.^۱

نمودار ۹ ریخت‌شناسی نقش خورشید بر اساس پیش‌فرض‌های مخاطبین.

^۱ نگاره‌های ترسیم شده به صورت ناخودآگاه شباهت نزدیک با نقش‌های باقیمانده از دیواره غارها دارند.

ساختن مدل تحلیلی ۲



نگاره ۵۱ پیش طرح های اولیه.



نگاره ۵۰ پیش طرح های اولیه.

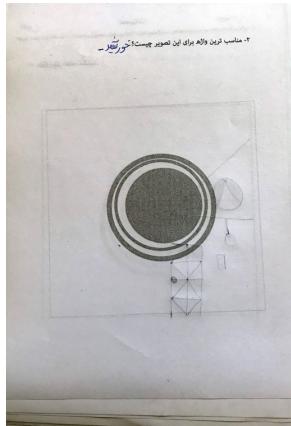
در مرحله بعد بهره گیری از داده های دست آمده، پیش طرح هایی برای خورشید طراحی شد. ترکیب هایی از فرم دایره ای در حال درخشش.

مشاهده و تحلیل اطلاعات ۲



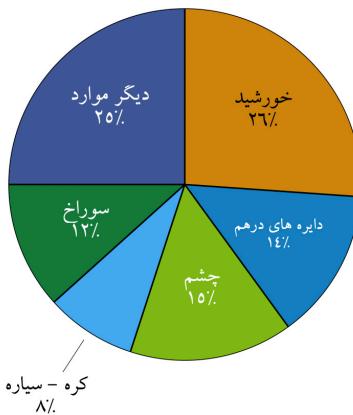
طرح خورشید به دست آمده (نگاره ۵۲) مورد سنجش قرار گرفت. پرسش شد: مناسب ترین واژه برای این تصویر چیست؟ (تابستان ۹۶) (نگاره ۵۳) و نتیجه بر روی نمودار آمد (نمودار ۱۰).

نگاره ۵۲ طرح خورشید، طراحی شده براساس داده ها



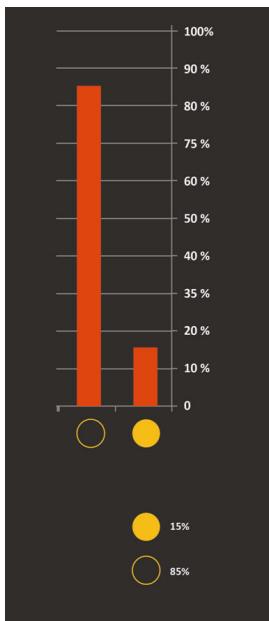
نتایج حاصل نشان می دهد طرح ارایه شده تنها برای ۲۶ درصد از شرکت کنندگان تداعی گر یا بیانگر واژه خورشید بوده است. این نتیجه دور از انتظار است از این رو مجدداً اطلاعات مرحله پیش مورد تحلیل قرار گرفت.

نگاره ۵۳ پرسشن مرحمله.



نمودار ۱۰ نمودار حاصل از دریافت بینندگان از تصویر (تابستان ۹۶)

مشاهده و تحلیل اطلاعات ۳



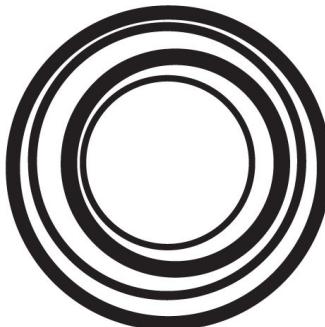
مجدداً به طرح‌های ارایه شده توسط شرکت‌کنندگان مراجعه شد و نگاره‌ها مورد تحلیل دوباره قرار گرفت. با تحلیل دوباره نگاره‌ها، مشخص شد بعضی از دایرها تو خالی و بعضی توپرترسیم شده‌اند. نمودار بالا کمیت دایرها توبه و تو خالی را نشان می‌دهد. ۸۵٪ از افراد خورشیدها را تو خالی تصویر کرده‌اند. این موضوع در نگاه نخست مورد توجه قرار گرفته بود.

نمودار ۱۱ ۸۵٪ خورشیدها تو خالی هستند.

ساخت مدل تحلیلی ۴

طرح توپر خورشید براین اساس بازطراحی شده و نقش خورشید به صورت تو خالی مجدداً طراحی شد (نگاره ۵۴).

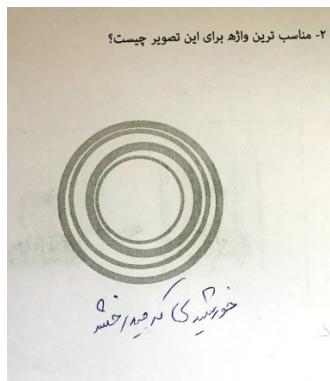
مشاهده و تحلیل اطلاعات ۴



طرح جدید مجدداً در معرض پرسش از ۱۵۰ نفر قرار گفت. با طرح این پرسش که مناسب‌ترین واژه برای این تصویر چیست؟ (نگاره‌های ۵۵ و ۵۶) (تابستان ۹۶)

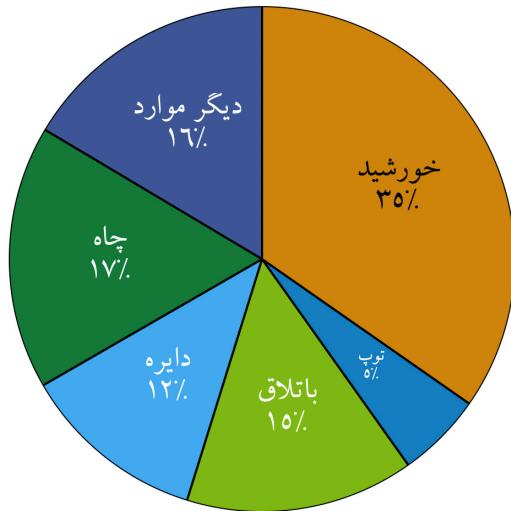
نگاره ۵۴ طرح نهایی.

۲- مناسب ترین واژه برای این تصویر چیست؟



نگاره های ۵۵ و ۵۶ مشاهده ۴

بسامد واژه خورشید
بیشتر شده است.
جالب اینجاست
که واژه های جدیدی
مانند باتلاق و چاه
اضافه شده است.
(تغییر جزییات
در فرم، به سمت
فرانگاره ها می
مختلف راه برده
است)



نمودار ۱۲ واژه های پیشنهادی از سوی شرکت کنندگان در پژوهش

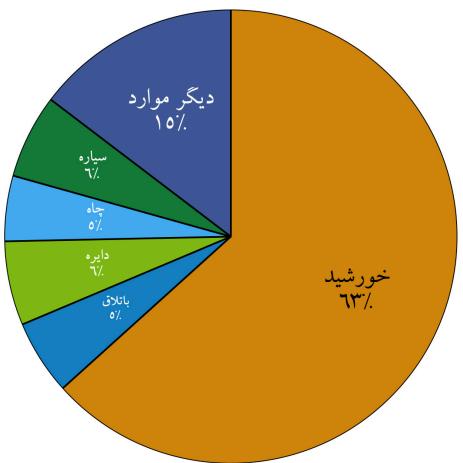
ساختن مدل تحلیلی، مشاهده و تحلیل اطلاعات ۵

در این مرحله برای بالارفتن درصد ادراک، رنگ زرد به طرح اضافه شده و از ۱۵۰ نفر پرسش به عمل آمد (تابستان ۹۶)

۲- مناسب ترین واژه برای این تصویر چیست؟

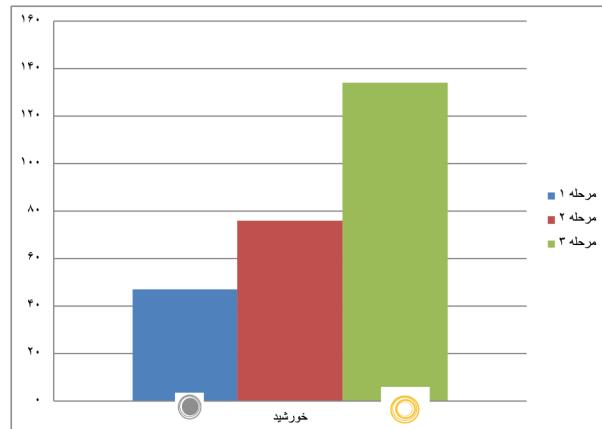


نگاره ۵۷ مناسب ترین واژه چیست (تابستان ۹۶)

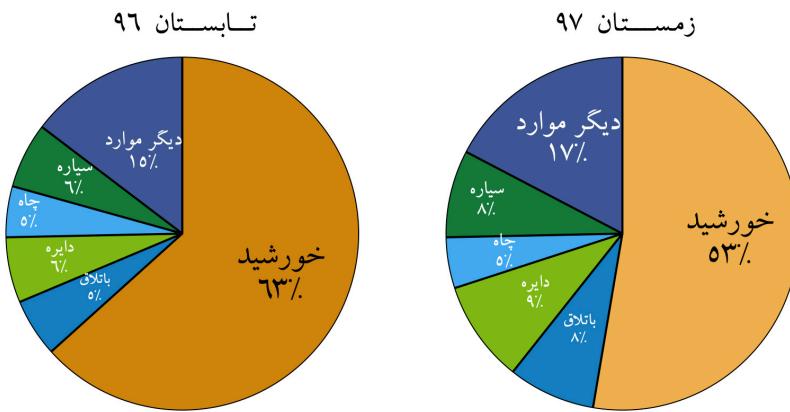


نمودار ۱۳ مناسبترین واژه چیست؟

ساختن مدل تحلیلی و مشاهده ۶ آزمایش در زمستان ۹۷ تکرار شد. نتایج درصد ادراک را پایین‌تر نشان می‌دهد.



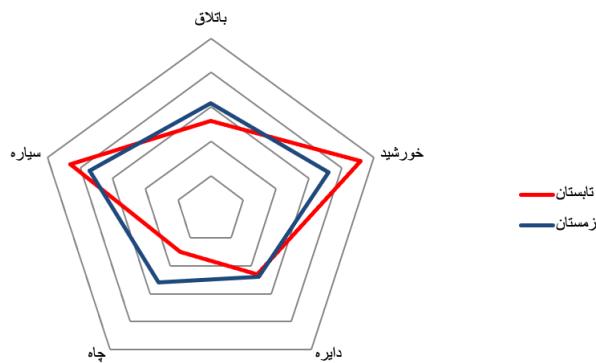
نمودار ۱۴ مقایسه ادراک تصویرخورشید در سه مرحله



نمودار ۱۵ نمودار مقایسه ادراک تصویرخورشید در زمستان و تابستان

تحلیل اطلاعات ۷

نمودار بالا مشخصا نشان داد فصلها و شرایط پیرامون نیز بخشی از فرانگاره های ذهنی هستند و در ادراک تاثیرگذارند.



نمودار ۱۶ مقایسه تابستان و زمستان

نتیجه

نتیجه‌ی پژوهش در نمودارهای ۱۵ و ۱۶ آمده است. نمودار ۱۴ نشانگر تفاوت برداشت‌ها در دور نخست، دور دوم و دور سوم است. برداشت‌ها در هر مرحله بیشتر از قبل نزدیک به خورشید شده‌اند. پس از آن که آزمایش در فصل زمستان تکرار شد، با وجود ثابت بودن نسبی همه عوامل، درصد ادراک پایین‌تر از فصل تابستان ثبت شده است. که نشان می‌دهد چگونه انتقال پیام تصویری تحت تاثیر فرانگاره‌ها و تجربه‌های ذهنی و روحی افراد در زمان‌های مختلف است. البته می‌توان با استفاده از این روش و با محدود کردن بازه‌ی سنی گروه هدف، محدودیت در مهارت‌ها و تحصیلات گروه هدف و همچنین در نظر گرفتن شرایط پژوهش (حتی روزهای ابری یا آفتابی) درصد تفاهم نگاره را جداگانه سنجید. در واقع نقش فرانگاره‌ها در بازه‌های سنی متفاوت نیز گوناگونند. فرانگاره‌ی آبنبات در یک کودک ۵ ساله با بزرگسالی ۵۰ ساله متفاوت است. یک خردسال فرانگاره‌ای متفاوت از ماشین یا درخت نسبت به فردی بزرگسال دارد. نکته اینجاست که در این پژوهش، نگاره ارایه شده ابتدا توسط شرکت‌کنندگان ارایه شده، توسط دیزاینر تغییر شکل یافته و درنهایت توسط بینندگان، نهایی شده است.

مجموعه‌ی روز برفی آفتابی



نگاهه ۵۸ . عکس یک روز برفی در تهران ۱۳۹۶.

مطالعات اکتشافی

در روزهایی که زمین پوشیده از برف است و آفتاب می‌تابد اتفاق عجیبی در طبیعت رخ می‌دهد. یکی از سردرین عناصر طبیعی در مقابل گرم‌ترین عنصر طبیعت قرار می‌گیرد و نورانی می‌شود. این تضاد الهام‌بخش و حاصل چالش طبیعت است. ما گمان می‌کنیم وقتی همه چیز‌سیاه باشد، هیچ چیز دیده نمی‌شود ولی گاهی، وقتی همه چیز سفید می‌شود، هیچ چیز دیده نمی‌شود. در منظوه‌های برفی، ابتهای پوشیده شده و هر آنچه هست سوژه می‌گردد. هر آنچه هست ذهن بیننده است و تجربیات پیشین اش از اشیا و طبیعت. هرچه هست دالی است که مدلول آن در ذهن بیننده است. در اینجا «تصاویر دال‌های غیرکلامی و غیرعمدی وضعیت‌های ارتباطی هستند.» (Damasio, ۲۰۰۰، ۳۰)

در مجموعه‌ی «روز برفی آفتابی»، اشیا و اجزای اضافی تصویر از بین رفته‌اند و فقط تاثیرشان باقی مانده است. این تمثیلی از اتفاقاتی است که همواره در عالم واقع به وجود می‌پیوندد. ما در روزهای برفی فقط نشانه‌هایی از طبیعت را دیده و ابته را در ذهنمان کامل می‌کنیم؛ در واقع بخش مهمی از ابته را براساس فرانگاره ذهنی خود می‌سازیم. ما بخشی از شاخه‌های درخت را می‌بینیم و در ذهنمان یک درخت کامل می‌سازیم؛ ما ردپای آدم‌ها را می‌بینیم و خود آن‌ها را تجسم می‌کنیم؛ رد لاستیک ماشین‌ها را می‌بینیم و فکر می‌کنیم آنجا گذراست. چیزی شبیه به دنیای مُثُل افلاطون در برابرمان پدیدار می‌شود. در چنین شرایطی اشاره‌های کوچک یا نشانه‌های جزیی از فرم به فرانگاره‌های ذهنی ما ختم می‌شوند.

در این مجموعه در پی این پرسش که «چگونه طرح ساده‌ای از یک خط می‌تواند بازنما، تداعی‌گر و مرجع تصویری دیگر، در ذهن شود»، یک طرح پژوهشی شکل گرفت. با این پیش‌فرض از الکینزکه می‌دانیم فرانگاره‌ها^۱ این توانایی را دارند که با فراخوانی یک واژه به ذهن بیانند و ادراک شوند (Elkins, ۲۰۰۹).

نگارنده در پی یافتن روشنی است که با تبدیل داده‌های کیفی به کمی، بتواند به آمار و نمودار دست یافته و موضوع «سویژکتیو فرانگاره» در بیننده را مورد تحلیل قرار دهد.

پرسش آغازین

چگونه تجربه‌های پیشین «سوژه»، در فهم و تکمیل تصاویر دخالت دارند؟ چگونه مفهوم مصرف‌کننده‌ی تولیدکننده (تافلر) و عملکرد تولیدکننده (میرزوئف) قابل مشاهده است؟ چگونه انسان در پس نگاره‌های پیدا، به تولید نگاره‌های ناپیدا خواهد پرداخت؟ تا چه اندازه در یک گروه هدف، تجربه‌های دیداری طیف بیننده‌گان و فرانگاره‌های ذهنی آنان نزدیک به یکدیگر هستند؟ و چگونه دیدن و فهمیدن، تحت تاثیر فرانگاره صورت می‌پذیرد؟

طرح نظری مساله تحقیق

«ویتنشتاین» دو ساختار متفاوت برای دیدن قایل می‌شود: ۱- دیدن در معنای تجربه‌ی دیداری و ادراک حسی که حاصل آن بازنمایی تصویر است. ۲- دیدن به مثابه توصیف یک دریافت که برابر با خود اندیشیدن است. در واقع دیدنی که همراه با تفکر است (ل. ویتنشتاین ۱۳۸۱، ۱۲۰).

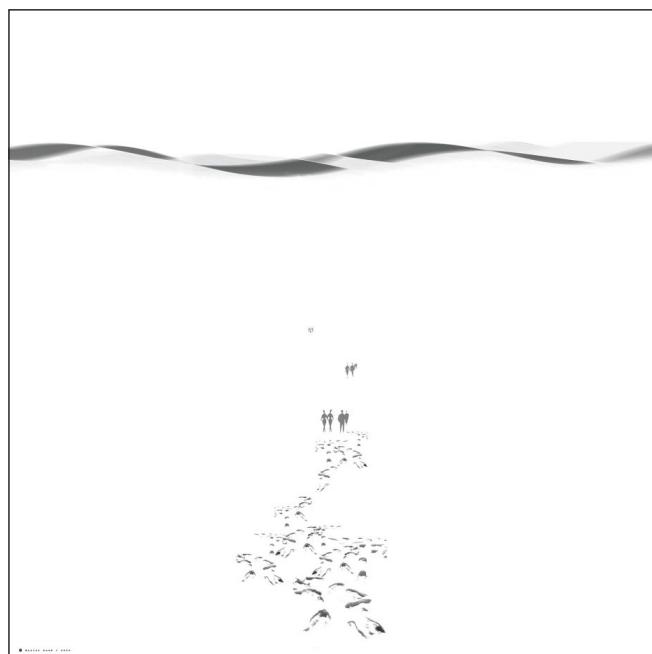
^۱ در متن اصلی واژه «انگاره» آمده است.

ساختن مدل تحلیلی ۱

هدف از این پژوهش، آماده‌سازی و فراهم کردن زمینه‌ای است، که بتوان با دیدن بخشی از یک تصویر، عناصر نهان در آن را بازسازی کرد. سپس با تحلیل داده‌های برآمده از برداشت‌های بینندگان، وجود فرانگاره‌ها و تفاوت یا تشابه آنها را بررسی کرد. در این پژوهش میدانی از ۱۵۰ شرکت‌کننده پرسش به عمل آمد. گروه هدف، افراد ایرانی، بأسواد، ۱۵ تا ۳۰ ساله، شهنشین بوده‌اند.

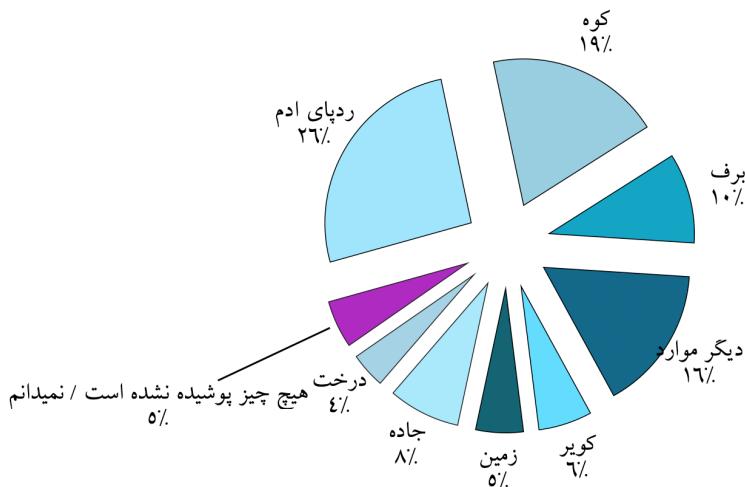
مشاهده ۱

پرسش: به گمان شما در این تصویرچه چیزی پوشیده شده است؟



نگاره ۵۹. هبوط، از مجموعه روز برفی آفتانی، ۱۲۰×۱۲۰ سانتی‌متر

تحلیل اطلاعات ۱



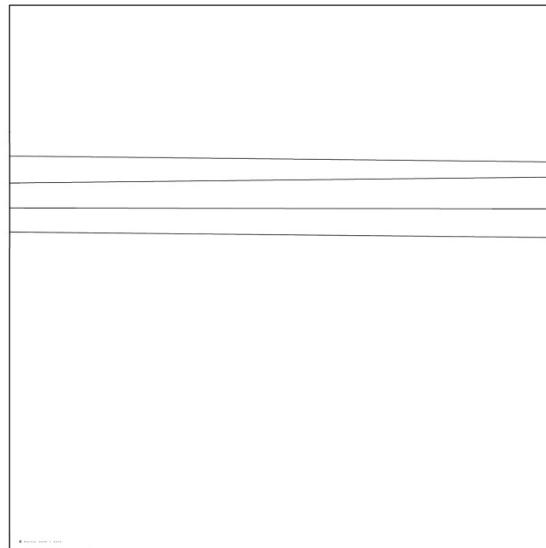
نمودار ۱۷ تحقیق میدانی بر روی نمودار

داده‌های نمودار ۱۷ نشان می‌دهد در حالیکه هیچ عنصر مشخصی تصویر نشده است، اما تنها ۵ درصد معتقدند چیزی پوشیده نشده، و ۹۵ درصد برآسas تجربه‌های پیشین، فرانگاره‌های ذهنی و دیدن رد پاها، باور دارند یا با فضایی برفی روبرو شده‌اند و یا این جا کویر است و کوه‌ها و جاده‌ها پوشیده شده است. به گمان نگارنده همه این واژه‌ها حاصل ارجاعات ذهنی بیننده، به تجربه‌های پیشین او است.

ساختن مدل تحلیلی ۲

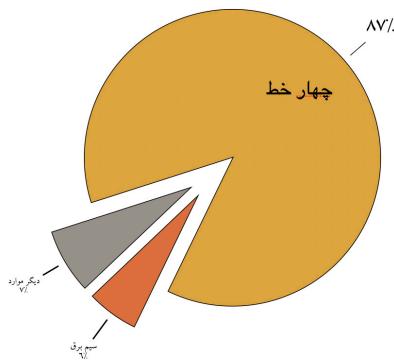
تغییرات جزئی در نگاره، فرانگاره‌های کاملاً متفاوت و مدلول‌های مختلف را تداعی می‌کند.

۲۵ مشاهده
در این تصویرچه می‌بینید؟



نگاره ۶ در این تصویرچه می‌بینید؟

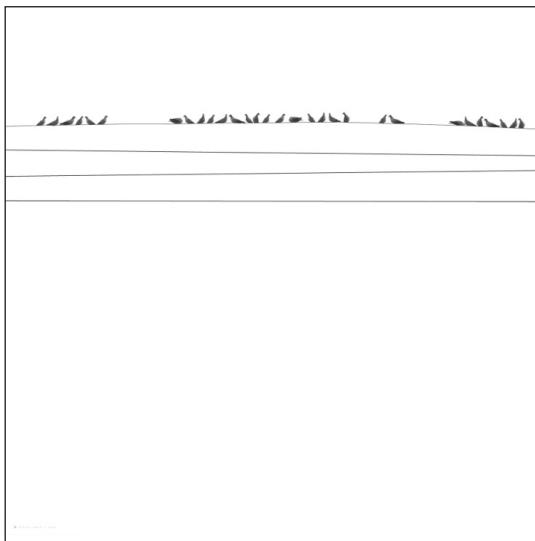
تحلیل اطلاعات ۲



نمودار ۱۸ در این تصویرچه می‌بینید؟

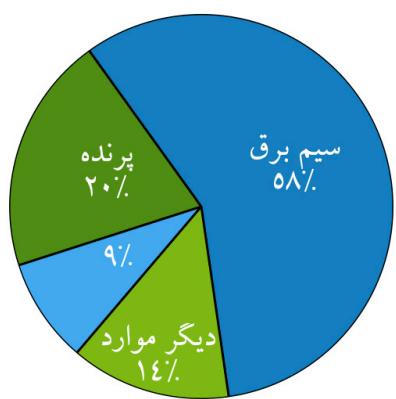
مشاهده ۳

در این تصویر چه می‌بینید؟



نگاره ۶۱. در این تصویر چه می‌بینید؟ (نام اثر: سی پرنده، از مجموعه روز برفی آفابی)

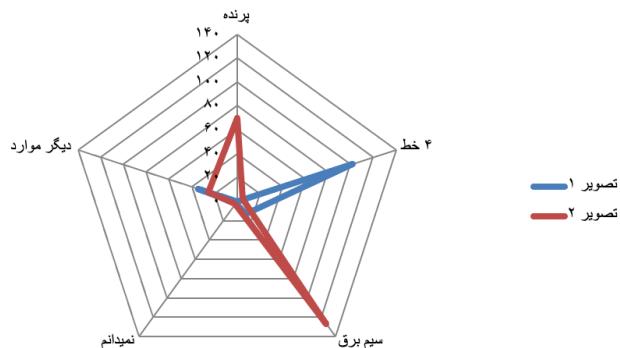
تحلیل اطلاعات ۳



درصد بالایی از شرکت‌کنندگان در پژوهش با دیدن پرندهان و خطوط زیرآن، به بازسازی سیم‌های برق پرداخته‌اند و معتقد‌اند اینجا یک فضای شهری است. نگارنده معتقد است این گروه به احتمال زیاد در زندگی خود، دست‌کم یک بار منظره پرندهان روی سیم برق (یا تصویر آن) را دیده‌اند و برای تفسیر و ادراک نگاره، به فرانگاره آن رجوع کرده‌اند. در این پژوهش (برخلاف فرانگاره خورشید)، ادراک، حاصل قراردادهای اجتماعی و بیناذهنی فرانگاره نبوده و متاثر از تجربه مستقیم بیننده است.

نمودار ۱۹ در این تصویر چه می‌بینید؟

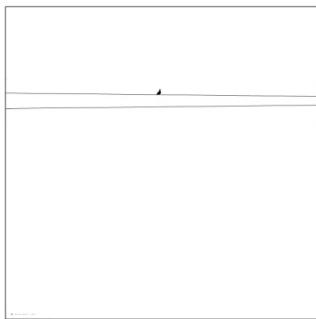
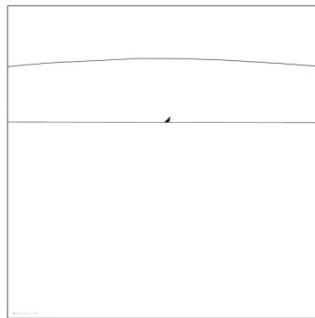
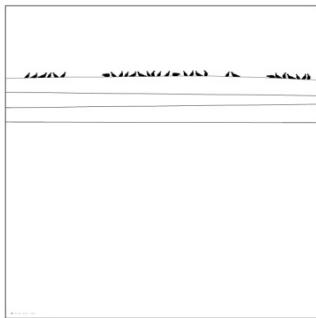
ساخت مدل تحلیلی و مشاهده ۴



نمودار ۲۰ مقایسه نگاره ۶۰ و ۶۱ با اضافه شدن پرنده

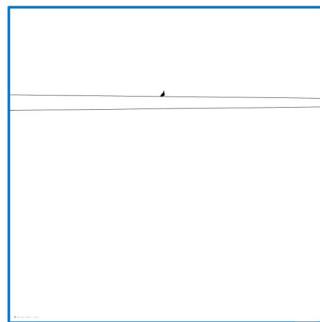
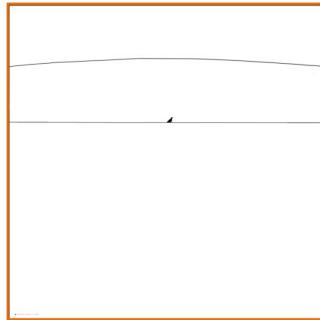
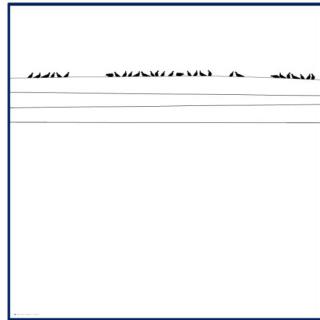
با انجام تغییرات جزیی در نگاره ۶۱ به نگاره ۶۲ رسیده و به فرانگاره‌های دیگر شرکت کنندگان دست پیدا کردیم. بررسی شد چگونه اضافه شدن تعداد خطوط (سیم‌های برق)، خطوط و تصویر را تبدیل به ابزاری دیگر می‌کند. از یک سو فرانگاره به جزیيات حساس است و از سوی دیگر تجارت شخصی بیننده به آن پیوند خورده است.

با انجام تغییرات جزیی در طرح، سعی شد به فرانگاره‌های مشترک دیگری در مخاطب دست پیدا کرد. در این مرحله از شرکت کنندگان پرسش شد: به نظر شما مناسب‌ترین واژه برای هر تصویر کدام است؟ صحراء/ شهر/ روستا/ دریا/ بیابان/ کوه/



نگاره ۶۳ از شرکت کنندگان پرسش شد در هر مورد چه مکانی به ذهنتان می‌رسد.

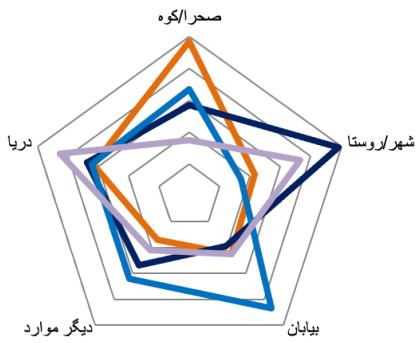
نگاره ۶۲ مناسب‌ترین واژه برای هر تصویر کدام است؟



نگاره ۶۴ مناسبتین واژه کدام است؟
تحليل اطلاعات ۴

داده‌ها نشان می‌دهد تغییرات کوچک در فرم، و تغییر در تعداد خطوط و تعداد پرندگان، بینندگان را به فضاهایی مختلف ارجاع داده است. اضافه شدن به تعداد خطوط، ارجاع تصویر را از سیم برق به موج‌های دریا تغییر داده است. اضافه شدن فاصله خطوط ارجاعات را به سمت کوه و شهربرده است.

نتیجه پژوهش



نمودار ۲۱ مناسبتری واژه برای هر تصویر کدام است؟

می‌توان استدلال کرد همه شرکت‌کنندگان در پژوهش، براساس دال‌های موجود به مدلول‌های ذهنی خود رجوع کرده، و تصویرهایی را در ذهن خود کامل کرده‌اند. با اضافه شدن تعدادی پرنده روی چند خط، بلادرنگ فرانگاره‌ها احضار شده و نگاره را از خط ساده تبدیل به سیم برق می‌کند؛ با وجود آن که ابزاری مشخص در تصویر نیست، برای بیشتر

افراد وجود سیم برق، تصویر را به سمت شهریا روستا بردۀ است. تغییر در تعداد همان خطوط و حفظ پرنده‌ها، بیشترینندگان را به سمت دریا و صحراء سوق داده است. فهم تصاویر ارایه شده، متاثر از تجارت پیشین بینندۀ، فرانگاره‌های بینندۀ و تجربه‌های پیشین دیداری اوتست؛ و نکته اینجاست در یک گروه ۳۰۰ نفره تقریباً این تجارت یکسان بوده‌اند و می‌توان تصور کرد فرانگاره‌های مشترک آنان قابل شناسایی است. از این رو تولیدکننده‌ی تصویر می‌تواند با بکارگیری این فرانگاره دست به تولید تصویر و انتقال پیام بزند. همچنین باید دقت داشت گاهی با ایجاد تغییرات جزئی در فرم، دلالت‌های معنا توسط تفسیرگر به کلی دگرگون می‌شوند. (خط تبدیل به سیم برق شده و شهر تبدیل به دریا می‌گردد).

فرانگاره نقاب و زندان

مطالعات اکتشافی

جامعه‌ی بدون جرم وجود ندارد. البته برای داشتن جامعه‌ای سالم شاید به نظر برسد برخورد با مجرم، ساده‌ترین راه حل است، ولی یقیناً موثرترین و کم‌هزینه‌ترین راه حل نخواهد بود. امروزه به محض آنکه از مجرم و جرم سخن به میان می‌آید، ذهن‌ها متوجه ابزارهای کنترل رسمی از جمله پلیس و دستگاه قضائی می‌شود، حال آنکه اقدامات قضائی و انتظامی در پایان فرایند کنترل جرم و مجرم قرار می‌گیرند. بنابراین در یک جامعه، به هراندازه که دست‌اندرکاران تعلیم و تربیت، وظایف خود را به درستی انجام دهند، افراد بزهکار و مجرم کمتری بوجود خواهد آمد. به دلایل عقلی و تجربی، هزینه و تاثیرِ کارپیشگیری اجتماعی، بسیار کمتر از دیگران نوع پیشگیری و کنترل‌های انتظامی است.

هدف این مطالعه انتقال یک پیام با استفاده از تصویر است. پیام ساده این است: «هرکس دزدی کند به زندان می‌افتد». دیزاینر، با فراخوانی فرانگاره‌ها سعی دارد پیام فوق را منتقل کند. این پژوهش برای تحلیل قراردادهای بیناذهنی فرانگاره انجام شده است.

ساختن مدل تحلیلی ۱

در این پژوهش میدانی، چهار گروه متفاوت شرکت‌کننده مورد پژوهش قرار گرفتند. ۶۰۰ نفر (۴ گروه ۱۵۰ نفره) افراد ۱۵ تا ۳۰ ساله، ایرانی، باسواد، ساکن شهر تهران هستند.

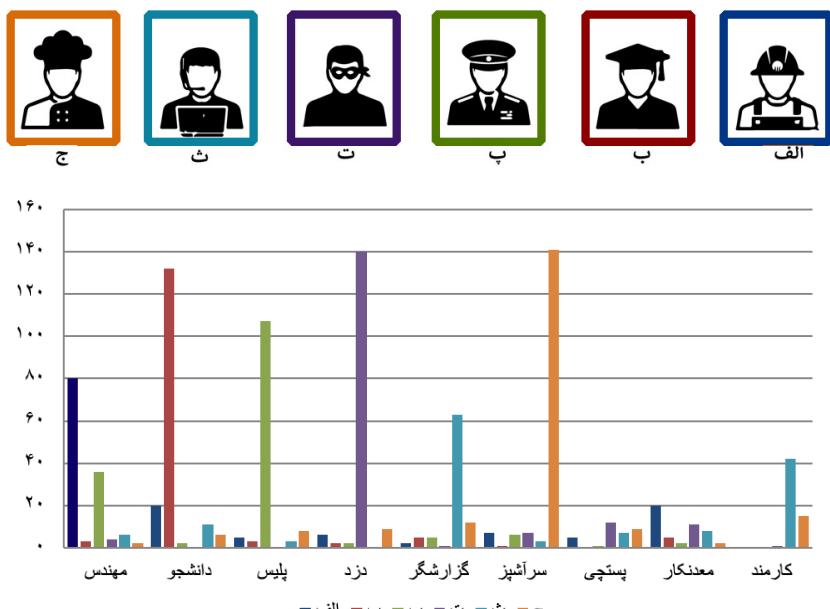


نگاره ۶۵ هریک چه شغلی دارند؟

انتخاب ۴ گروه به این قصد بوده است که شکل پرسش‌ها بر روی پاسخ‌های گروه دیگر تاثیر نگذارد از گروه اوول خواسته شد:

- ۱- با دیدن هر تصویر بگویید هریک چه شغلی دارند.
- ۲- اگر بخواهید یک زندانی در زندان را نشان دهید آن را چگونه می‌کشید؟

مشاهده و تحلیل اطلاعات ۱



نمودار ۲۲ هریک چه شغلی دارد؟

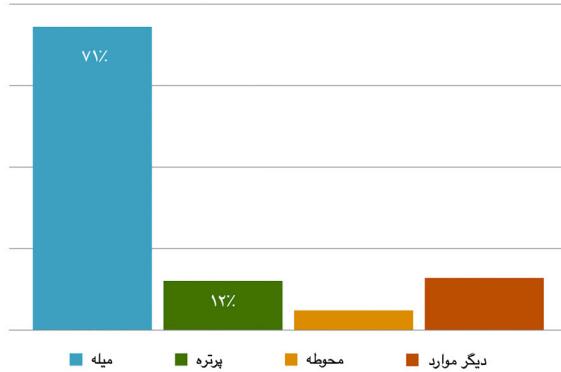
مشاهده ۲

اگر بخواهید یک زندانی در زندان را نشان دهید آن را چگونه می‌کشید؟



نگاره ۶۶ اگر بخواهید یک زندانی در زندان را نشان دهید آن را چگونه می‌کشید؟

تحلیل اطلاعات ۲



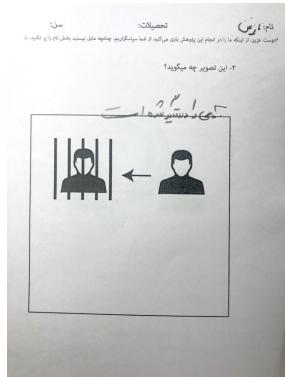
نمودار ۲۳ ریخت‌شناسی فرارادهای بیناذهنی.

در ۷۱ درصد تصاویر، میله‌های عمودی و فردی پشت آن تصویرشده است. در ۱۲ درصد تنها چهره یک فرد کشیده شده است. ۵ درصد تصویریک قاب یا محوطه بسته است. ۱۲ درصد دیگر موارد است. براین اساس تصویرفردي با نقاب در پشت خطوط عمودی را به عنوان دزدی در زندان، نزدیک به فرانگاره مخاطبین فرض شد.

ساختن مدل تحلیلی ۳

برای سنجش انتقال پیام از گروه دوم پرسش شد: «این تصویر چه می‌گوید؟» تصویر میله‌های عمودی از نمودار ۲۳ گرفته شده و تصویر فردی بدون مشخصه‌ای خاص پشت آن کشیده شد.

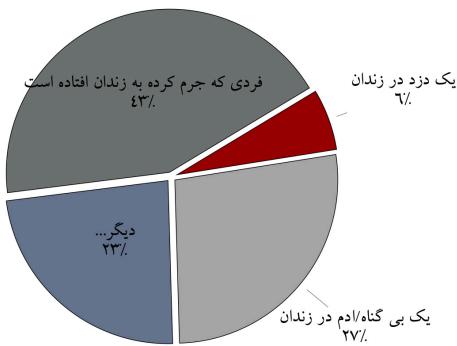
مشاهده ۳



نگاره ۷ پرسش شد این تصویر چه می‌گوید؟

تحلیل اطلاعات ۳

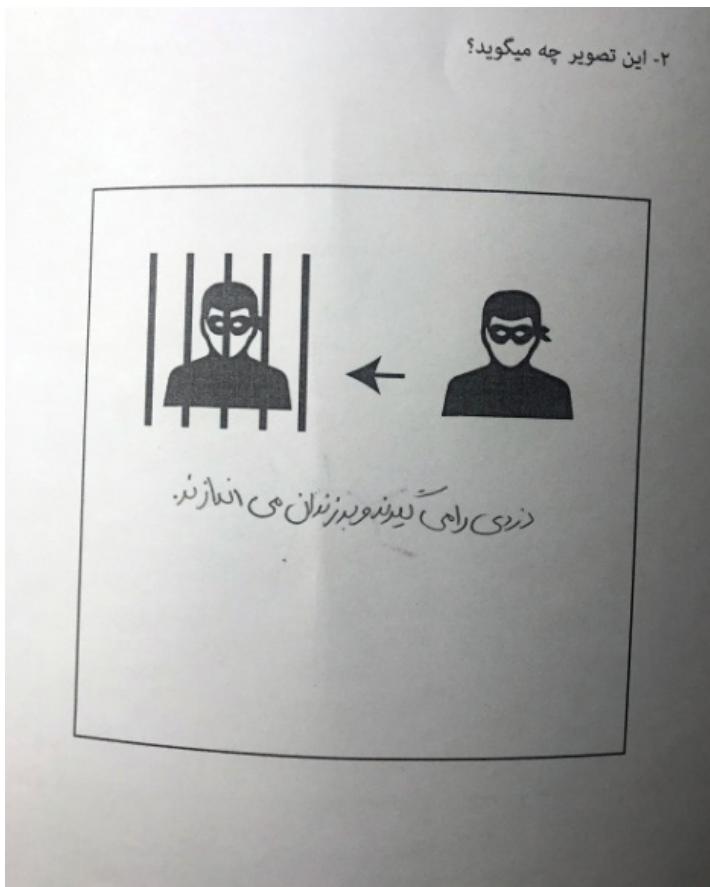
پاسخ‌ها بر روی نمودار آمد.



نمودار ۲۴ نشان می‌دهد تعداد کمی به واژه اشاره کرده‌اند. بیشتر افراد معتقدند فردی مجرم و برخی هم معتقدند فردی بی‌گناه به زندان رفته است.

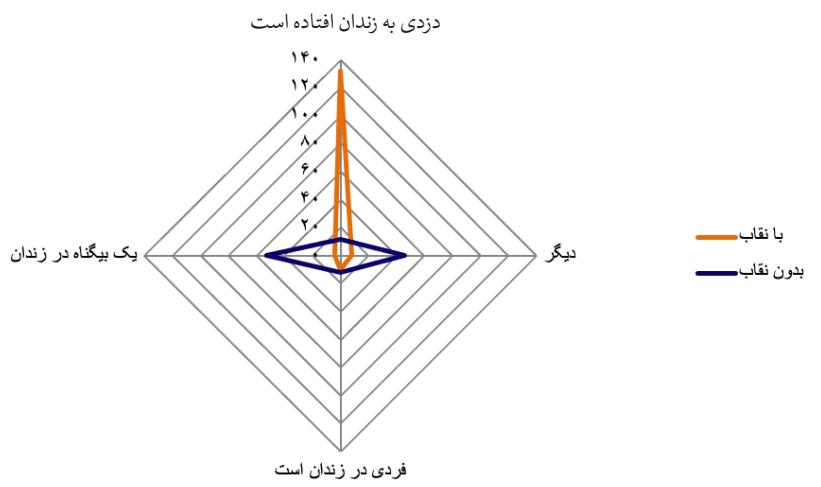
نمودار ۲۴ تعداد کمی به واژه دزد اشاره کرده‌اند

ساختن مدل تحلیلی و مشاهده^۴
با اضافه کردن نقاب به صورت که از مشاهده یک وام گرفته شده است، پرسش تکرار
شد.



نگاره ۶۸ این تصویر چه میگوید؟

تحليل اطلاعات ۴



نمودار ۲۶ به طور آشکار نشان می‌دهد وجود یا عدم وجود نقاب، مفهوم را کاملاً دگرگون کرده است. تصویر همراه با نقاب با استفاده از فرانگاره ذهن مخاطب توانسته است پیام را صحیح‌تر منتقل کند.

ساختن مدل تحلیلی و مشاهده ۵

برای نزدیک تر شدن به ادراک مخاطبین، پرسش نامه‌ای چهار جوابی با ترکیب‌های گوناگون تصویر آماده شد. گزینه‌ها:

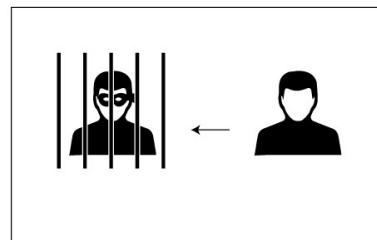
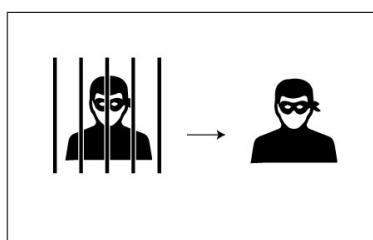
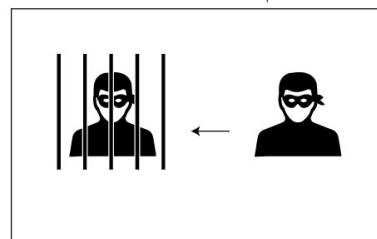
۱- یک دزد از زندان فرار کرده است.

۲- هر کس به زندان بود در زندان دزدی یاد می‌گیرد.

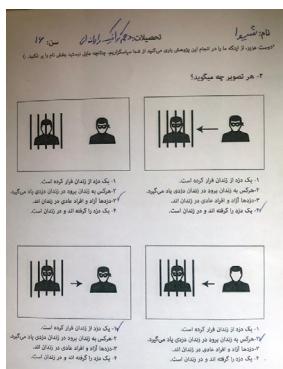
۳- دزدها آزاد و افراد عادی در زندان اند.

۴- یک دزد را گرفته اند و در زندان است.

وازگروه چهارم درخواست شد مشخص کنند هر تصویر چه می‌گوید

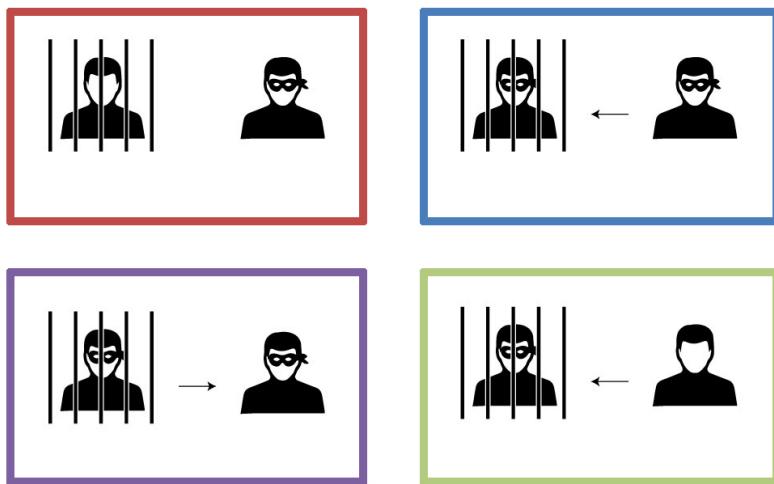


نگاره ۶۹ هر تصویر چه می‌گوید؟



نگاره ۷۰ هر تصویر چه می‌گوید؟

تحلیل اطلاعات ۵

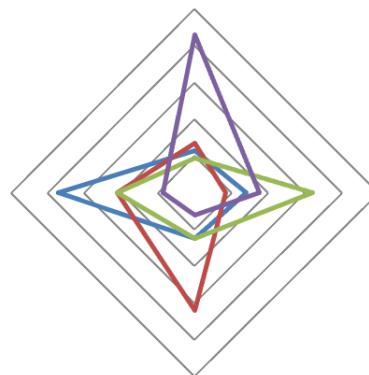


یک دزد از زندان فرار کرده است.

یک دزد را گرفته اند و در زندان است.

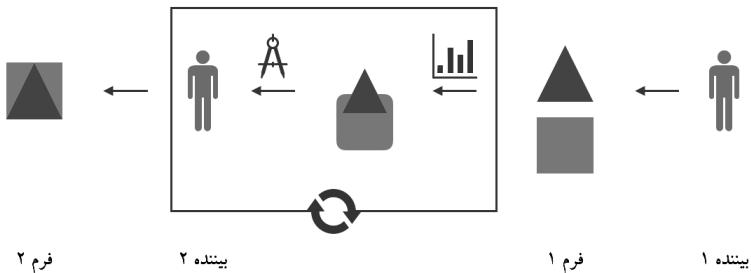
هر کس به زندان برود در زندان
زدی پاد می‌گیرد.

دزدها آزاد و افراد عادی در
زندان اند.



نمودار ۲۷ تحلیل اطلاعات

نتیجه پژوهش ۴



نمودار ۲۸ کشف فرانگاره و ترکیب آنها.

در این تجربه، فرانگاره‌های بیناذهنی افراد بازخوانی شد. نتایج، این موضوع را نشان می‌دهد که فرانگاره‌ها به جزئیات حساسند و باید دقیق داشت تغییرات جزئی در فرم، راه به پیام‌های کامل‌امتفاوت می‌برند. به طور مثال چنانچه در تصویرهای داده شده فلیش جهت نباشد یا جهت آن بر عکس باشد، ادراک پیام تغییرمی‌کند (دزدی که از زندان فرار کرده است). پرسوناژی که نقاب ندارد در نمودار ۲۷ تصویرسمت راست، برداشت درصدی از مخاطبان را با پیام (هرکس را بگیرند در زندان دزدی یاد می‌گیرد) رو برو کرده است. در تصویرسمت چپ با حذف فلیش و تغییر جزئی در فرم، پیام دگرگون شده است (دزدان آزادند افراد عادی در زندان). از این روست که میتوان پذیرفت انتقال پیام تصویری تا حد زیادی تحت تاثیر قرابت فرم و فرانگاره‌های مخاطب قرار دارد. نمودار ۲۸ روند انجام را نشان می‌دهد.

سخن آخر

هر نگاه و هر فهم، حاصل پردازشِ دوباره‌ی ذهن و ادغام آن با تجربیات زندگی فرد و تجربیات تاریخی پیشینیان فرد است. پیش از آن که فرم‌هایی بر روی کاغذ یا شکل‌هایی فیزیکی در دنیای بیرون وجود داشته باشند، تصویرهایی در ذهن و در دنیای درون ساکن هستند؛ بیننده، در روندِ دیدن، با مشاهده نشانه‌هایی از فرم‌های جهان بیرون، تصاویر ذهنی دنیای خود را کامل کرده و دنیا را می‌بیند و می‌فهمد. هر فهم، منحصر و محدود به فردی خاص در زمان و مکانی خاص است. هیچ فهمی بدون پیش‌فهم و فهم هیچ نگاره‌ای فارغ از تاثیر فرانگاره صورت نمی‌گیرد. در ساختمان درک انسان، فرانگاره‌ها نقشی موثر در درک تصاویر دارند.

این پژوهش ابتدا به تبیین واژه‌های مرتبط با فهم و فهم تصویر، پیش‌فهم تصویری و موضوع ارتباط و ادراک پرداخته، سپس موضوع ارتباط تصویری را مد نظر قرارداده است. در ادامه با مطالعه نظریه‌های مربوط به دیدن و مفهوم فهم، ادعامی‌کننده‌ی نگاه و هر فهم، حاصل پردازش ذهن بیننده و متأثر از تجربیات پیشین او است. آنجا که ناخودآگاه انسان را در فهم اوتاثیرگذار دانسته، به یونگ و فروید پرداخته است. در مورد فهم تصویری نیز فرض کرده است پیش از آن که فرمی بر روی کاغذ یا شکلی به صورت فیزیکی در دنیای بیرون وجود داشته باشد، تصویرهایی در ذهن و در دنیای درون ساکن است؛ این تصاویر، گاه حاصل تجربیات شخصی و گاه متأثر از قراردادهای بیناذهنی اجتماعی انسان است. در روندِ دیدن، بیننده با مشاهده نشانه‌هایی از فرم‌های جهان بیرون، تصاویر ذهنی دنیای خود را کامل کرده، دنیا را می‌بیند و می‌فهمد. هیچ فهمی بدون پیش‌فهم و فهم هیچ نگاره‌ای فارغ از تاثیر فرانگاره صورت نمی‌گیرد. نگارنده معتقد است، در ساختمان درک انسان، فرانگاره‌ها نقش موثری در ادراک نگاره‌ها دارند. در حوزه ارتباط، به یاکوبسن، در بینامتنین به کریستوا و در بررسی دال و مدلول به پرس، سوسورو بارت اشاره شده است؛ سپس در چهار پژوهش از روش تحقیق علمی در علوم اجتماعی بهره گرفته شده است. می‌توان استدلال کرد شرکت‌کنندگان در پژوهش‌ها براساس دال‌های موجود به مدلول‌های ذهنی خود رجوع کرده، و تصویر روی کاغذ را در ذهن خود کامل کرده‌اند. با وجود آن که نشانی از شهرنیست، بیننده با دیدن ۴ خط در زیر پرنده‌گان، تصویر خطوط برق را باز تولید کرده است. تغییر در تعداد خطوط، بیننده را به سمت فرانگاره دریا و صحرا سوق داده است. فهم تصاویر ارایه شده، حاصل پیش‌فهم تصویری بیننده بوده و

متاثر از تجربه‌های پیشین دیداری اوست؛ و در پی این، تولیدکننده‌ی اثر دیداری باید بداند همیشه تصاویر، و معنای سوار بر آن، تحت تاثیر فرانگاره‌های ذهنی بیننده قرار دارند، و با عبور معا، از نگاره به فرانگاره تحت تاثیر پردازش ذهن بیننده، نگاره‌ها تفسیر دوباره شده و تصاویر ذهنی، بازتولید می‌شوند. باید دقت داشت گاهی با ایجاد تغییرات جزئی در فرم، دلالت‌های معنا توسط تفسیرگر به کلی دگرگون می‌شوند. نمونه‌های پژوهشی نشان می‌دهد بیننده‌ی تصویر، پیش از آنکه نگاره‌ها را ببیند، تحت تاثیر فرانگاره‌های ذهن خود قرار گرفته و تصاویر را تحلیل، تفسیر و بازتولید کرده، مدلول‌ها را براساس دال‌های ذهنی خود (به واسطه تجربه دیداری خود) درک و کامل می‌کند.

نتایج این تحقیق که به صورت توصیفی-تحلیلی و با استفاده از ابزار مشاهده و آزمون تحریبی و با استفاده از ابزارهای کتابخانه‌ای انجام یافته نشان می‌دهد نه تنها فهم، تصویر تحت تاثیر فرانگاره است بلکه فرانگاره‌ها در نوع و ماهیت دیدن هم تاثیرگذارند. نمونه‌ی تحریبی روز برفی آفتابی نشان داد دست کم ۸۵ درصد افراد تصویر را براساس تجربه‌های پیشین و فرانگاره‌های ذهنی خود کامل کرده‌اند. و در ادامه با دیدن نشانه‌هایی اندک در تصویر و با ارجاع به تجربه‌های فردی و جمعی، تصویر را تفسیر و درک کرده‌اند.

در پاسخ به این پرسش که فهم تصویری چگونه شکل می‌گیرد و چگونه تحت تاثیر فرهنگ دیداری است، در بخش‌های فهم، معنای فرهنگی، فهم تصویر، معنای فرهنگی، فرهنگ دیداری شکل‌گیری فرانگاره و دیدمان و در بحث بینامتنیت بحث شد و چنین نتیجه‌گیری شد که فهم تصویر مبتنی بر پیش‌فهم، فرانگاره‌ها، بینامن‌ها و بیناذهنیت‌هاست و رژیم دیداری ما را فرهنگ دیداری شکل می‌دهد و در پاسخ: چگونه عمل فیزیکی دیدن تحت تاثیر بیناتصویر است؟ با بررسی مرغابی خرگوش جستر، جام نیمرخ کهلو و دیدن تحت تاثیر فرانگاره، دیدیم چگونه عمل فیزیکی دیدن نیز تحت تاثیر تجربه‌های پیشین انسان قرار دارد. در پاسخ به «چگونه انسان در پس فرم‌ها به تولید تصاویر ذهنی خود می‌پردازد؟» در نمونه‌ی روز برفی آفتابی دیدیم بیننده براساس تجربه‌ی خود یک نگاره را کامل می‌کند. در پاسخ به فرانگاره‌ها (پیش‌فهم‌های تصویری) چه تاثیر و دخالتی در فهم تصویر دارند و چگونه تصاویر به بیرون از خود ارجاع می‌کنند؟ به پیش نگاره، انگاره، و نظریه و یتکنشتاین، تلمیح از متن تا تصویر، جایگشت متون پرداخته شده و معلوم شد چگونه تصاویر

برای فهم به تصاویر بیرون از خود ارجاع کرده و گاهی همه‌ی فهم حاصل ارجاعات بیرونی بوده است. نتیجه آنکه تولیدکننده‌ی تصویرنامی تواند ناآشنا و بیگانه یا بی‌تفاوت به پیشینه‌ی تصویر ذهنی مخاطب و قراردادهای اجتماعی بیناذهنی، پیام تصویری خود را به او منتقل کند. در پاسخ به این پرسش که چگونه فرستنده پیام تصویری می‌تواند شکل فهم و میزان دریافت پیام توسط مخاطب را پیش‌بینی کرده و فرم را وارد چرخه ویرایش فرم کند تا به نتیجه دقیق تر و صریح تر دست یابد؟ با ارایه چند روش، راهکارها و پیشنهادهایی ارایه شده و مورد سنجش قرار گرفت که نتایج آن برروی نمودار آمد.

در انتهای می‌توان گفت؛ شاخصه‌های اصلی انتقال پیام تصویری در محدوده گروه‌های هدف مورد سنجش قرار گرفت که شامل موارد ذیل است:

۱- قرابت فرمی (نزدیکی فرم و فرانگاره)؛

۱-۱- نزدیک شدن فرم تولیدشده توسط دیزاینر به فرانگاره مخاطب از طریق مخاطب،

۲- دامنه‌ی فرانگاره (کشف دایره‌ی فرانگاره‌های گروه هدف، شناخت فرانگاره‌های بیناذهنی)؛

۱-۲ مبتنی بر واقعیات بیرونی، تجربه‌ی مستقیم بیننده از عالم و فرهنگ دیداری جاری برآور (فرهنگ دیداری زمانه او)

۲-۲ مبتنی بر تجربه‌های دیگرانی جزا و امور پیشینی نهفته در حافظه تاریخی او مانند داستان‌ها، افسانه‌ها، اسطوره‌ها، نقاشی‌ها و تصاویر پیشین ذهنی و پیشینه جمعی مرتبه با او (پیش فهم جمعی و کهن الگوها).

نزدیک شدن فرم تولیدشده توسط دیزاینر به فرانگاره مخاطب از طریق مخاطب	۱- قرابت فرمی
فرهنگ دیداری زمانه او	۲- دامنه فرانگاره
پیش فهم جمعی و کهن الگوها	

اگرچه فرانگاره نقش اساسی در فهم تصویر دارد اما بسته به اینکه ۱- تصویر مورد نظر تا چه اندازه محدودیت برای ادراک ثانویه دارد ۲- هدف دیزاینر وارد شدن به دلالت‌ها و ادراک ثانویه نبوده و هدف او محدود به تفسیرها و دلالت‌های اولیه بوده است، فهم عمدتاً بر اساس نگاره شکل می‌گیرد و تاثیر و نقش فرانگاره تغییر می‌کند. اما آنجا که سوار کردن معنا بر مركب فرم و احصار ذهن و پیشینه‌ی بیننده (که نیازمند دلالت‌های ثانویه است) مدنظر است، پایه‌ی فهم را فرانگاره تشکیل می‌دهد، در این موارد مشخصاً فرهنگ دیداری و بیناذهنیت نقش کلیدی در تبیین ادراک بازی کرده است.

در نهایت، دامنه ادراک بیننده از آنچه دیزاینر اثر تولید می‌کند، نسبت مستقیم با تجرب فردی و جمعی مخاطبین دارد و هرچه دیزاینر در آفرینش اثر به فرانگاره‌های جمعی، فرانگاره‌های گروه هدف و فرانگاره‌های بیناذهنی آنان نزدیکتر شود، انتقال پیام تصویری را دقیق‌تر انجام داده است.

منابع و مأخذ فارسی

ابن سینا، حسین بن عبدالله. الشفاء، قسم المنطق. قم: منشورات مکتبة آیة الله العظمی المرعشی النجفی، ۱۳۶۳.

احمدی، بابک. از نشانه های تصویری تا متن؛ به سوی نشانه شناسی دیداری. تهران: مرکز، ۱۳۷۱.

—. حقیقت و زیبایی. چاپ بیستم. تهران: نشر مرکز، ۱۳۹۰.

—. ساختار و تأویل متن. تهران: نشر مرکز، ۱۳۹۵.

آدامز، لاری اشنایدر. درآمدی بر روش شناسی های هنر. تهران: مینوی خرد، ۱۳۹۴.

ارشاد، محمد رضا. «فروید و میراث خوارانش / نگاهی اجمالی به تاریخچه روانکاوی». خردنامه همشهری، تیر ۳۸۵، ۶۶-۶۸.

آرنهایم، رودلف. هنر و ادراک بصری (روانشناسی چشم خلاق). تدوین توسط مجید اخگر. جلد انتشارات سمت. تهران، ۱۳۹۲.

اسدی، مهیار، و حسن بلخاری. «امکان سنجی استفاده از آیکونولوژی جهت تفسیر آثار هنری آبستره». نشریه هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی ۱۹، شماره ۴ (زمستان ۱۳۹۳): ۳۷-۴۶.

اشکلوفسکی، ویکتور. «هنر به مثابه فن». ساختگرایی، پسا ساختگرایی و مطالعات ادبی در، توسط فرزان سجادی، با ترجمه فرهاد ساسانی، ۴۹-۸۰. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، حوزه هنری، ۱۳۸۰.

آشوری، داریوش. عرفان و رندی در شعر حافظ. چاپ هشتم. تهران: مرکز، ۱۳۸۸.

آلن، گراهام. بینامنیت. با ترجمه پیان یزدانجو. تهران: نشر مرکز، ۱۳۸۵.

الیاد، میرچاد. اسطوره و روایا. رمز: با ترجمه رویا منجم. تهران: فکر روز، ۱۳۷۵.

آموزگار، ئاله. تاریخ اساطیری ایران. تدوین توسط چاپ چهارم. تهران: انتشارات سمت، ۱۳۸۰.

آواکیان، بتی. بررسی زمینه های اجتماعی فرهنگ دیداری، پایان نامه کارشناسی ارش. ۱۳۸۲.

—. بررسی زمینه های اجتماعی فرهنگ دیداری، پایان نامه کارشناسی ارشد. ۱۳۸۳.

آیزد، ولنگانگ. «فرایند خواندن: نگرش پدیدار شناختی». کیهان فرهنگی، شماره ۶ (۱۳۷۷): ۲۴-۲۶.

ایگلتون، تری. پیش درآمدی بر نظریه ادبی. با ترجمه عباس مخبر. تهران: نشر مرکز، ۱۳۸۰.

- بارت، رولان. «تحلیل بلاغی تصویر». حرفه هنرمند، شماره ۸ (۱۳۸۳): ۲۲۲-۲۳۲.
- . «مرگ مولف». ساختگرایی، پس از ساختگرایی و مطالعات ادبی در، با ترجمه فرزان سجودی، ۱۷۷-۱۸۴. تهران: انتشارات سوره مهر، ۱۳۸۸.
- باقری پور، اشرف. «یونگ و روانشناسی دین». پژوهش‌های فلسفی، ۱۳۸۹: ۱۵۵-۱۷۹.
- بلک، جرمی، و آنتونی گرین. فرهنگ‌نامه خدایان، دیوان نمادهای بین‌الهیان باستان. با ترجمه پیمان متین. تهران: امیرکبیر، ۱۳۹۲.
- بهار، مهرداد. پژوهشی در اساطیر ایران. تدوین توسط چاپ اول. تهران: انتشارات توسعه، ۱۳۶۲.
- بورکهارت، تیتوس. ارزش‌های جاودان در هنر اسلامی. تدوین توسط انسا الله رحمتی. تهران: فرهنگستان هنر، ۱۳۹۰.
- بیکی، مرتضی. «مکعب نکر». مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی استان قم، ۱۳۹۵.
- پاکباز روبین. دایره المعارف هنر (نقاشی پیکره‌سازی و هنر گرافیک). چاپ چهارم. تهران: فرهنگ معاصر، ۱۳۸۳.
- پالمر، ریچارد. علم هرمنوتیک. با ترجمه محمد سعید حنایی کاشانی. تهران: نشر هرمس، ۱۳۷۷.
- پالمر، فرانک. نگاهی تازه به معناشناسی. با ترجمه کوروش صفری. تهران: نشر مرکز، ۱۳۸۱.
- پین، مایکل. فرهنگ اندیشه‌ی انتقادی. از روش‌نگری تا پسامدرنیته. با ترجمه پیام یزدانجو. تهران: نشر مرکز، ۱۳۸۲.
- ترنر، جاناتان اچ. نظریه‌های جامعه‌شناسی احساسات. تهران، ۱۳۹۵.
- جلالی، مهدی. «نظریات فروید و انتقاداتی که از آنها شده است». دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران، مهر ۱۳۳۳: ۲۴-۳۳.
- جواهری‌نیا، فرامرز. نگرشی زرف به بی‌چینگ و مفاهیم آن. تهران: بدیهه، ۱۳۸۷.
- چندلر، دانیل. مبانی نشانه‌شناسی. چاپ دوم. با ترجمه مهدی پارسا. تهران: سوره مهر، ۱۳۸۷.
- حائری، مهدی. فلسفه تحلیلی و نظریه شناخت در فلسفه اسلامی. تدوین توسط عبدالله نصری، سعید عباسی. تهران: علم، ۱۳۸۵.
- خرمشاهی، بهاء الدین. حافظ حافظه ماست. تهران: قطره، ۱۳۹۰.
- . حافظ نامه. هفتم. جلد اول. تهران: علمی فرهنگی، ۱۳۷۵.
- دادور، ابوالقاسم. «رمز (سمبل) جوهری ترین شیوه‌ی هم سخنی انسان با عالم». جلوه هنر پاییز ۱۳۷۲: ۳۴-۳۹.

- دیاغ، سروش. در باب فلسفه تحلیلی با محوریت ویتگشتاین. اچ اند اس، ۱۳۹۶.
- دوان شولتز، گیتی خوش دل (متجم). «الگوی یونگ (انسان فردیت یافته)». آرش، اسفند ۹۲-۷۲: ۱۳۵۹.
- دوبوکور، مونیک. رمزهای زنده جان. چاپ دوم. تدوین توسط جلال ستاری. تهران: نشر مرکز، ۱۳۷۶.
- دستخواه، جلیل. اوستا. تدوین توسط چاپ سوم. تهران: انتشارات مروارید، ۱۳۶۱.
- ربانی گلپایگانی، علی. «هرمنوتیک فلسفی در اندیشه گادام». قبسات، بهار ۱۳۸۱: ۲۴-۲۹.
- روبینز، آر. اچ. تاریخ مختصراً زبانشناسی. با ترجمه علی محمد حق شناس. تهران: نشر مرکز، ۱۳۷۰.
- سجودی، فرمان. نشانه شناسی کاربردی. نشر قصه، ۱۳۷۵.
- . نشانه شناسی: نظریه و عمل (مجموعه مقالات). تهران: نشر علم، ۱۳۹۰.
- سمیع آذر، علیرضا. تاریخ هنر معاصر جهان: انقلاب مفهومی. تهران: موسسه فرهنگی، پژوهشی چاپ و نشر نظر، ۱۳۹۱.
- . کاتالوگ حراج تهران، هنر مدرن و معاصر ایران. تهران: حراج تهران، ۱۳۹۴.
- سهروردی، شهاب الدین. مجموعه مصنفات شیخ اشراق، تصحیح و مقدمه هنری کربن و سید حسین نصر. تهران: انجمن فلسفه ایران، ۱۳۹۷.
- شایگان، داریوش. بتهای ذهنی و خاطره ازلی. تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۷۱.
- شپرد، آن. مبانی فلسفه هنر. با ترجمه علی رامین. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۷۵.
- شمیسا، سیروس. نقد ادبی. چاپ اول. تهران: انتشارات فردوس، ۱۳۷۸.
- شهیدی، زینب. «تحلیل شکلی خط بنایی». دیبره الف در، توسط رضا عابدینی، ۸۳-۶۲.
- تهران: موسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر، ۱۳۸۸.
- شولتز، دوان. «الگوی یونگ (انسان فردیت یافته)». آرش، اسفند ۹۲-۷۲: ۱۳۵۹.
- صرف، محمد رحیم. مذهب قوم ایلام. تهران: انتشارات سمت، ۱۳۸۴.
- صفوی، کوروش. «مناسبات بینامتنی». دانشنامه ادب فارسی: فرهنگنامه ادب فارسی (۲) در توسط حسن انوشه، ۱۲۷۶. تهران: سازمان چاپ و انتشارات، ۱۳۷۶.
- ضیمران، محمد. درآمدی بر نشانه شناسی هنر. چاپ اول. تهران: نشر قصه، ۱۳۸۷.
- طاهری، صدرالدین. نشانه شناسی کهن‌الگوها در هنر ایران باستان و سرزمین‌های همجوار. تهران: شورآفرین، ۱۳۹۶.

- عباسپور، هومن. «تلمیح». دانشنامه ادب فارسی: فرهنگنامه ادب فارسی (۲) در، توسط حسن انوشه، ۴۰۳-۴۰۴. تهران: سازمان چاپ و انتشارات، ۱۳۷۶.
- غیاثوند، مهدی. «سیمای تأویل در آینه بینامتنیت کریستوایی». حکمت و فلسفه، پاییز ۱۳۹۲: ۹۷-۱۱۴.
- فاطمی، محسن. «سخنرانی نشانه‌ها در جهان یونگ (گزارشگر: مریم امانی)». آینه خیال، خرداد ۱۳۸۷: ۷۲-۷۳.
- فتوحی، محمود. سبک شناسی، نظریه‌ها، رویکردها و روش‌ها. چاپ اول. تهران: سخن، ۱۳۹۱.
- فروغی، محمدعلی. سیر حکمت در اروپا. تهران: هرمس، ۱۳۸۹.
- فروید، زیگموند. «خود و نهاد». ارغون، پاییز ۱۳۷۳: ۲۲۹-۲۵۲.
- . تعبیر خواب و بیماریهای روانی. با ترجمه باقر ایرج پور. تهران، ۱۳۸۴.
- فریزر، جیمز جرج، شاخه زرین پژوهشی در جادو و دین. با ترجمه کاظم فیروزمند. تهران: انتشارات آگاه، ۱۳۸۶.
- فنائی اشکوری، محمد. «سه‌هورده و مسئله معرفت». معرفت فلسفی ۹ (۱۳۸۴).
- فوردهام، فریدا. مقدمه‌ای بر روانشناسی یونگ. با ترجمه مسعود میربهاء. تهران: جامی، ۱۳۹۰.
- کریستوا، ژولیا. «ما دوتا یا تاریخ / داستان بینامتنیت». فردیت اشتراکی در، با ترجمه مهرداد پارسا، ۱۶۱-۱۷۲. تهران: نشر روزبهان، ۱۳۸۹.
- کلانتری، پروین. «از «بوم» تا کوچه «نان و کوچه» درباره کیارستمی و عکس‌هایش». روزنامه شرق، ۲۴ فروردین ۱۳۹۲.
- کهنمئی پور، ژاله، نسرین دخت خطاط، و علی افخمی. فرهنگ توصیفی نقد ادبی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۱.
- کهوند، مریم. بررسی و نقد آثار تجسمی با تاکید بر فرهنگ دیداری، رساله دکتری پژوهش هنر. تهران: دانشگاه هنر، ۱۳۹۴.
- . وشهاب الدین عادل. «فرهنگ دیداری و مفهوم دیدن». نامه هنرهای تجسمی و کاربردی (دانشگاه هنر)، پاییز و زمستان ۹۰: ۵-۱۸.
- کیوی، ریمون. روش تحقیق در علوم اجتماعی (نظری و عملی). چ. ۲. با ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: نشر توتیا، ۱۳۸۵.
- کیوی، ریمون، ولوك وان کامپنهود. روش تحقیق در علوم اجتماعی (نظری و عملی). ویراست ۲. با ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: نشر توتیا، ۱۳۸۵.
- گامبریج، ارنست‌هانس. هنر و هم (پژوهشی در روان‌شناسی بازنمایی تصویری). با ترجمه

- امیرحسن ندایی. تهران: افراز، ۱۳۹۳.
- گل محمدی، سعیده. «نلسون گودمن و بازسازی واقعیت». اطلاعات حکمت و معرفت ۴۵ آذر (۱۳۸۸): ۱۸-۱۴.
- گوته، یوهان ولفانگ. دیوان شرقی. با ترجمه شجاع الدین شفا.
- گیدنرو آنتونی. جامعه‌شناسی. با ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نشرنی، ۱۳۸۶.
- گیریشمن، رمان. ایران از آغازات اسلام. با ترجمه محمد معین. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۴۹.
- لوتز، کریستین. «گادام: شکل‌گیری هرمنوتیک ایمازها». پژوهشنامه فرهنگستان هنر فرهنگستان هنر، ۱۱، شماره ۱ (زمستان ۱۳۸۷).
- مایل هروی، نجیب. خاصیت آینگی - نقد حال، گزاره آراء، و گزیده آثار فارسی عین القضاط همدانی. چاپ سوم. تهران: نشرنی، ۱۳۸۹.
- مجتبهد شبستری، محمد. هرمنوتیک، کتاب و سنت. تهران: طرح نو، ۱۳۷۵.
- محسینیان راد، مهدی. ارتباط شناسی. تهران: سروش، ۱۳۶۸.
- معتمدنژاد، کاظم. وسائل ارتباط جمعی. چاپ دوم. جلد اول. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۱.
- معین، بابک. «زیبایی شناسی نفی در آثار مالارمه». ادبیات و زبان‌ها: نقد زبان و ادبیات خارجی، پاییز و زمستان ۱۳۸۷: ۱۴۸-۱۳۱.
- مقدم، محمد. جستار درباره مهروناهید. تدوین توسط چاپ اول. تهران: مرکز ایرانی مطالعه فرهنگ‌ها، ۱۳۸۰.
- مکاریک، ایرنا ریما. دانشنامه نظریه‌های ادبی معاصر. چاپ دوم. با ترجمه مهران مهاجری و محمد نبوی. تهران: آگه، ۱۳۸۵.
- مکاریک، ایرناریما. دانشنامه نظریه‌های ادبی معاصر. با ترجمه مهران مهاجر و محمد نبوی. تهران: آگه، ۱۳۸۴.
- مورتگارت، آنوان. هنر بین النهرين باستان. با ترجمه محمد رحیم صراف. تهران: سمت، ۱۳۷۷.
- میبدی، رشید الدین ابوالفضل. کشف الاسرار و عده الابرار. تدوین توسط علی اصغر حکمت. ۱۱ جلد. تهران: امیرکبیر، ۱۳۹۲.
- مینوی، مجتبی. نامه تنسر به گشنیسب. تدوین توسط چاپ دوم. تهران: انتشارات خوارزمی، ۱۳۵۴.

- نامور مطلق، بهمن. درآمدی برینامتنیت. تهران: سخن، ۱۳۹۰.
- . کشف بینامتنیت- چگونگی پیدایش و گسترش یک نظریه و نقد. ۱۶ اسفند ۱۳۸۸.
- . کشف بینامتنیت- چگونگی پیدایش و گسترش یک نظریه و نقد. (دستیابی در تیر ۱۵، ۱۳۹۴). <http://anthropology.ir/node/4243>.
- نصر، سید حسین. «پژواک در فضای تهی / اهمیت خلأ در هنر اسلامی.» خردناهه همشهری، شماره ۴ (تیر ۱۳۸۵): ۱۷-۲۶.
- . پژواک در فضای تهی / اهمیت خلأ در هنر اسلامی. ۱۳۸۵.
- . هنر و معنویت اسلامی. با ترجمه رحیم قاسمیان. تهران: حکمت، ۱۳۸۹.
- نصری، امیر. «تثیلیت جسم، تصویر و رسانه، انسان شناسی تصویر از منظر هانس بلتینگ.» کیمیای هنر، شماره ۱۰ (۱۳۹۳).
- هارلنند، ریچارد. درآمدی تاریخی برننظیریه ادبی، از افلاطون تا بارت. با ترجمه علی معصومی و شاپور جورکش. تهران: نشر چشم، ۱۳۸۲.
- هال، جیمز. فرهنگ نگاراهای نمادها در هنر شرق و غرب. پنجم. با ترجمه رقیه بهزادی. تهران: فرهنگ معاصر، ۱۳۹۰.
- هاوس، رزالین هrst. بازنمایی و صدق. با ترجمه امیر نصری. تهران: فرهنگستان هنر، ۱۳۸۴.
- هایدگر، مارتین. هستی و زمان. چاپ دوم. با ترجمه سیاوش جمادی. تهران: انتشارات قفقوس، ۱۳۸۷.
- هوهنه‌گر، آفرود. نمادها و نشانه‌ها. تهران: سازمان چاپ و انتشارات فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۶.
- هیک، جان. نظریه‌ای درباره ایمان دینی. با ترجمه هومن پناهنده. تهران: موسسه فرهنگی کیان، ۱۳۷۷.
- واعظی، احمد. «درآمدی بر هرمونتیک.» پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی (مرکز نشر پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی) چاپ چهارم (۱۳۸۶).
- والکر، جان ا، و سارا چاپلین. فرهنگ تصویری مبانی و مفاهیم. با ترجمه حمیدگر شاسبی و سعید خاموش. تهران: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، اداره‌ی کل پژوهش‌های سیما، ۱۳۸۵.
- ویتنگشتاین، لودویگ. پژوهش‌های فلسفی. چاپ دوم. با ترجمه م. ش ادیب سلطانی. جلد سوم. تهران: امیرکبیر، ۱۳۸۶.
- وینگشتاین، لودویگ. پژوهش‌های فلسفی. چاپ دوم. با ترجمه فریدون فاطمی. تهران: نشر

مرکز، ۱۳۸۱.

ویتلی، نیگل. «خوانندگان هنرگمشده؛ جزئیاتی و بصیرت در نقد هنر.» تدوین توسط مترجم: محمدرضا یگانه دوست. حرفه: هنرمند، شماره ۳۹ (۱۳۹۰): ۱۶۹-۱۷۶.

یاکوبسن، رومن، و دیگران. زبان‌شناسی و نقد ادبی. با ترجمه مریم خوزان و حسین پاینده. تهران: نی، ۱۳۶۹.

یاوری، حورا. «آسمان برزمین بازتاب نمادین آرکی تایپ تمامیت و کمال ماندلا در ساختار بیرونی و درونی هفت پیکر.» ایران‌شناسی، پاییزه ۱۳۷۰: ۵۴۸-۵۶۶.

یونسی، اعظم. نقش مخاطب در تحول و تکوین هنر معاصر، پایان نامه کارشناسی ارشد نقاشی. ۱۳۹۰.

یوشیج، نیما. «حروف‌های همسایه.» درباره هنر شعرو و شاعری در، توسط سیروس طاهباز. تهران: موسسه انتشارات نگاه، ۱۳۸۵.

منابع و مأخذ لاتین

- Asher, R.E. *The Encyclopedia of Language and Linguistics*. Oxford: Pergamon Press, 1994.
- Barthes, Roland. *Mythologies*, trans. Annette Lavers. New York: Hill and Wang, 1972.
- . «The Death of the Author.» *Image, Music, Text*, trans. Stephen Heath (Hill and Wang), 1978: 142–148.
- Berger, John. *Ways Of Seeing*. Great Britain: British Broadcasting Corporation and Penguin Books Ltd, 1972.
- Bourdieu, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Translated by Richard Nice. Cambridge: Harvard University, 1984.
- Brown, Gillian, and George Yule. *Discourse analysis*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983.
- Brugger, Peter, and Juergen Brugger. «The Easter Bunny in October: Is it disguised as a duck?» *Perceptual & Motor Skills*, no. 76 (1993): 577–578.
- Campion, Pierre. *Mallarmé: Poetry and Philosophy*. Paris: Presses Universitaires de France, 1994.
- Cooley, Charles horton. *Social organization: a study of the larger mind human nature and the social order*. New York, 1909.
- Damasio, Antonio. *The Feeling of What Happens: Body and Emotion in the Making of Consciousness*. London: Flamingo, 2000.
- Donnelly, Brian. *Picturing words, writing images, design contiqent meaning*. Queens: Queens University, 2005.
- Drucker, Johanna. *The Century of Artists' Books*. Granary: Granary Books, 2004.
- Elkins, James. «The Concept of Visual Literacy, and Its Limitations.» In *Visual Literacy*, 1–11. New York, London: Routledge, 2009.
- Foster, Hal. *Preface in Vision and Visuality*. Seattle: Bay Press, 1988.
- Foucault, Michel. «What Is an Author?» *Language, Counter-Memory, Practice*, 1977: 124–127.

- Frascara, Jorge. «Graphic design: fine art or social science?» *Design Issues* (The MIT Press) 5, no. 1 (Autumn 1988): 18–29.
- Gadamer, Hans Georg. *Truth and Method*. Second Revised. Translated by Joel Weinsheimer and Donald G. New York: Continuum, 1989.
- Gillespie A, Cornish F. «Intersubjectivity: Towards a Dialogical Analysis.» *Journal for the Theory of Social Behaviour* 40 (2010):19–46.
- Glaser, Milton, and Mirko Ilic. *The Design of Dissent: Socially and Politically Driven Graphics*. Massachussets: Rockport Publishers, 2005.
- Goodman, Nelson. *Languages of Art: An Approach to a Theory of Symbols*. IndianaPolis: Hackett, 1976.
- Hall, Sean. *This Means this, This Means That*. London: Laurence king , 2007.
- Hall, Stuart. «Introduction.» *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (Thousand Oaks), 1997.
- Hickmann, Maya. «Linguistic relativity and linguistic determinism: some new directions.» *Linguistics*, no. 38 (2000):410.
- Hollis, Richard. *Graphic design : a concise history*. London: Thames and Hudson, 1994.
- Janoff, Rob. It all started with a fruit. March 23, 2015. <http://robtjanoff.com/applelogo/> (accessed March 23, 2015).
- Jean-François Le, Ny. *La SEmantique psychologique*. Paris: French P, 1979.
- Kristeva, Julia. *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. reprint. Edited by Leon S. Rondiez. Columbia: Blackwell, 1993.
- Lao-tzu. *Tao Te Ching*. Translated by James Legge. Rockville, Maryland: Manor, 2008.
- Loeb, Monica. *Literary Marriage:A Study of Intertextuality in a Series of Short Stories by Joyce Carol Oates*. Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien: de Gruyter, 2002.
- Long, G.M., and T.C. Toppino. «Enduring interest in perceptual ambiguity: Alternating views of reversible figures.» *Psychological Bulletin*, no. 130 (2004): 748–768.
- Malcolm, Norman. «Wittgenstein, Ludwig Josef Johann.» Edited by Paul Edwards. *the Encyclopedia of Philosophy* (Macmilian Publishing Company) 7–8 (1997).

- Mallarme, Stéphane. Collected Poems and Other Verse. Translated by E.H. and A.M. Blackmore. Oxford: Oxford World's Classics, 2006.
- . Selected Letters of Stéphane Mallarmé. Edited by Rosemary Lloyd. Translated by Rosemary Lloyd. Chicago: The University of Chicago Press Books, 1988.
- Marita Sturken, Lisa Cartwright. Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture. New York: Oxford University Press, 2017.
- McCloud, Scott. Understanding Comics—The invisible Art. New York: Kitchen Sink Press, 1993.
- McShine, Kynaston, Lynne Cooke, and John Rajchman. Richard Serra Sculpture. Forty Years. New York: MOMA, Catalogue of the Exhibition, 2007.
- Mirzoeff, Nicholas. The Visual Culture Reader. New York: Routledge, 2012.
- . «Visual Culture.» The Visual Culture Reader (Routledge), 2002:3.
- Mitchell, William John Thomas. Iconology: Image, Text, Ideology. Chicago: U of Chicago P, 1986.
- . «Showing seeing.» In Visual culture reader, 50–72. New York: Routledge pub. co., 1998.
- . «Visual Literacy or Literacy Visualcy?» Chap. 1 in Visual Literacy, edited by Jim Elkins, 14–31. New York, London: Routledge, 2009.
- Pinker, Steven. The Language Instinct. New York: Harper Perennial Modern Classics, 2007.
- Poulet, Georges. Etudes sur le temps humain. 1951.
- Riffaterre, Michael. Semiotics of Poetry. Bloomington: Indiana University Press, 1978.
- Roderick, Conway Morris. «The Elusive Symbolist movement.» The New York Times, March 16, 2007.
- Scheff, Thomas. Goffman Unbound!: A New Paradigm for Social Science (The Sociological Imagination). Paradigm, 2006.
- Scherer, Nichole Brook, Scherer Brook, Scherer. globalization, culture, and communication: prn with higher education graphic design curriculum, Master of Fine Artsoposal for cultural studies integratio. Iowa, 2010.

- Seale, Clive. *Researching Society and Culture*. Sage, 2004.
- Stalnaker, Robert. «Assertion» *Syntax and Semantics*. New Haven and London: Yale University Press, 1987.
- Stanford, Barbara Maria. «The Remaining 10 Percent: The Role of Sensory Knowledge in the Age of the Self-Organizing Brain.» In *Visual Literacy*, edited by Jim Elkins, 31–58. New York, London: Routledge, 2009.
- Sturken, Marita, and Lisa Cartwright. *Practices of Looking, An Introduction to Visual Culture*. New York: Oxford University Press, 2018.
- The Sapir — Whorf Hypothesis: A Critique. April 2001. www.aber.ac.uk/media/students/njpoo01.html (accessed March 2015).
- Tyler, Ann C. «Shaping Belief: The Role of Audience in Visual Communication.» *Design Issues* (The MIT Press) 9 (1992): 21–29.
- Williams, Raymond. «Culture Is Ordinary.» *Resources of Hope*, 1989.

آ	۱۵۱,۱۴۸,۱۳۱,۹۸,۷۸,۶۶,۶۴,۴۷,۴۵,۴۳
آدامز	۱۵۱,۱۷
آرتویلد	۵۸
آلن	۱۵۱,۸۰,۷۷
أبزه	۷۴,۷۳
ابن سينا	۱۵۱,۵۱
احمدى	۱۵۱,۸۵,۲۵,۲۲,۲۱,۱۳,۱۲,۲۱,۲۰,۱۱
ارباط	,۶۳,۵۰,۴۷,۴۶,۳۲,۳۱,۲۷,۲۶,۲۵,۲۲,۲۱,۲۰,۱۳,۱۲,۱۱
ارتباط تصویری	۱۵۵,۱۴۷,۱۱۵,۱۰۲,۹۸,۹۵,۹۴,۸۹,۸۸,۸۶,۸۵,۷۷,۷۶,۷۴,۶۵
ارسطو	۱۴۷,۹۵,۴۶,۲۱,۱۰,۱۷
ارشداد	۱۵۶,۱۵۱,۶۸
اشکلوفسک	۱۵۱,۷۶
الكتبي	۱۲۷
انگاره	۱۴۸,۱۲۷,۴۸,۴۷
انگلشون	۱۵۱,۱۴
پ	
باختين	۷۷
بارت	,۱۴۷,۹۷,۸۰,۷۸,۷۷,۶۷,۳۷,۳۶,۳۱,۳۰,۲۹,۲۸,۲۷
بارفيبور	۱۵۶,۱۵۲
براون و بيل	۴۷
برودرز	۸۷,۸۶
بانشيگ	۱۵۶,۱۳
بودلر	۸۵
بورديو	۵۸
بيكى	۱۵۲,۱۹,۱۸
بياناصير	۱۴۸,۹۷,۷۵
بياندهنیت	۱۵۰,۱۰۸,۹۸,۳۲
بيانماتنیت	,۹۹,۹۸,۸۹,۸۸,۷۹,۷۸,۷۷,۷۶,۷۵,۷۴,۷۳,۶۶
پ	
پاكياز	۱۵۲,۲۵,۲۳
پالمر	۱۵۲,۵۲,۴۵
پرس	۱۴۷,۳۱,۲۷,۲۶
پرله	۸۸
پيام	,۹۳,۸۴,۷۴,۶۷,۴۶,۳۳,۳۲,۲۶,۲۵,۲۱,۱۹,۱۳,۱۲,۱۱,۷,۲
پيشانگاره	۱۵۲,۱۵۰,۱۴۹,۱۴۵,۱۴۲,۱۳۹,۱۳۷,۱۳۵,۱۲۵,۱۰۸,۱۰۷,۱۰۳,۹۵
پيشنگاره	۴۷
پيشفم	۱۴۸,۱۴۷,۹۵,۴۷,۴۶,۱۹
پ	
تافلر	۱۲۷,۳۷
تاوبيل	۴۶,۴۵,۱۱,۱۲
تنيز	۱۵۲,۳۵
تفاهم	۱۲۵,۱۲,۱۱
تفسير	,۴۰,۳۹,۳۸,۳۵,۳۴,۳۳,۲۰,۲۸,۲۷,۲۶,۱۹,۱۷,۱۲,۱۱
ش	
شايگان	۱۵۳,۷۱
شپرد	۱۵۳,۴۱
شف	۹۸
شارلمانخ	۴۵
شمايلي	۳۲,۳۱
شيمسا	۱۵۳,۸۵
شنن	۲۱
شيخ اشراق	۱۵۳,۱۲
ص	
صفوي	۱۵۳,۷۶

ماندلا	۱۵۷, ۷۳, ۷۲, ۷۱, ۵۱	ض
محبتهنان راد	۱۵۵, ۲۲, ۲۱	ضیمران
مدلول	۱۴۷, ۱۲۹, ۱۲۶, ۳۱, ۲۰, ۲۷, ۲۵	ط
معین	۱۵۵, ۸۸, ۷۴, ۴۱, ۲۳	طاهری
مکعب نکر	۱۵۲, ۱۹, ۱۸	ع
میزیز	۷۶, ۷۵	عارف قوینی
میاندیدمانی	۳۸, ۳۶	عباسپور
میچل	۹۴, ۹۳, ۴۷, ۱۳	غ
میرزوونف	۱۲۷, ۶۰, ۳۸, ۳۴	غیاثوند
ن		ف
ناخودآگاه	۱۴۷, ۹۱, ۷۳, ۷۱, ۷۰, ۶۹, ۶۸, ۶۵, ۵۱	فاستر
ناخودآگاه جمیعی	۷۱, ۷۰, ۶۹	فاطمی
ناخودآگاه فردی	۷۰	فامات
نامورهطن	۱۵۶, ۷۷, ۷۴	فرانگاره
نشانه	۱۵۴, ۱۵۳, ۱۵۱, ۱۱۴, ۱۱۳, ۱۱۱, ۹۲, ۷۳, ۳۲, ۲۱, ۲۸, ۲۷	۸۶
نشانهشناسی	۱۵۳, ۱۵۲, ۷۷, ۳۸, ۲۳, ۲۷, ۲۶, ۲۵	فرهنگ دیداری
نصر	۱۵۶, ۱۵۳, ۱۰۲, ۱۰۰, ۹۹	۸۹, ۷۵, ۶۰, ۵۹, ۵۷, ۳۸, ۳۶, ۳۵, ۳۱, ۲۶, ۲۰, ۲
نصری	۱۵۶, ۱۴, ۱۳	۱۵۴, ۱۵۱, ۱۵۰, ۱۴۹, ۱۴۸
نگاری	۵۳, ۵۱, ۵۰, ۴۹, ۴۸, ۴۷, ۴۶, ۴۴, ۴۳, ۳۳, ۳۲, ۲۶, ۲۰, ۱۸, ۷	فواید
	, ۸۶, ۸۴, ۸۲, ۸۱, ۷۹, ۷۶, ۷۵, ۷۲, ۶۷, ۶۶, ۶۵, ۶۴, ۶۳, ۶۲, ۰۴	فهم
	, ۱۱۵, ۱۱۳, ۱۱۲, ۱۱۱, ۱۰۸, ۱۰۵, ۱۰۳, ۱۰۲, ۱۰۱, ۱۰۰, ۹۷, ۹۶, ۹۵, ۹۲, ۷۷	, ۱۴۷, ۱۲۷, ۱۱۶, ۱۰۷, ۹۶, ۹۵, ۹۳, ۸۹, ۸۶, ۷۹, ۷۸, ۷۶, ۷۵, ۷۰
	, ۱۳۰, ۱۲۹, ۱۲۸, ۱۲۷, ۱۲۶, ۱۲۵, ۱۲۳, ۱۲۲, ۱۲۱, ۱۲۰, ۱۱۹, ۱۱۸, ۱۱۷	۱۵۰, ۱۴۸, ۱۴۳, ۱۴۱, ۱۴۰, ۱۳۸, ۱۳۷, ۱۳۵, ۱۳۳, ۱۳۲, ۱۳۱
نماد	۱۵۲, ۱۱۵, ۸۱, ۸۰, ۷۳, ۷۱, ۷۰, ۶۳, ۵۱, ۴۲, ۴۱, ۳۶, ۳۴, ۳۱	فهمندین
نمادین	۱۵۷, ۷۷, ۷۰, ۵۸, ۴۲, ۳۴, ۳۱	فروزان
نمایه‌ای	۳۲, ۳۱	فوكو
نه	۶۸	ک
حال	۱۵۶, ۱۱۵, ۶۰, ۵۹	کامپئون
هاوس	۱۵۶, ۴۳	کانت
هایلدر	۱۵۶, ۴۵, ۱۱	۶۴, ۳۳
هردر	۵۲	کریستوا
هرش	۱۷	کلانتری
هرمنوتیک	۱۵۶, ۱۵۵, ۱۵۳, ۱۵۲, ۴۵, ۱۷, ۱۲	کرنیش
هیگل	۸۷	کهنهالگو
هستمند	۱۵۲, ۱۰۵, ۹۸, ۸۶, ۶۹, ۶۳, ۳۷, ۳۰, ۲۳, ۱۷	کیوی
هوموساپلینس	۱۱	گادامر
هیک	۱۵۶, ۴۹	۱۵۵, ۱۰۸, ۱۰۷
و		گ
واعظی	۱۵۶, ۱۷	گافن
واکر	۵۰	گامربیچ
والکروچاپلین	۶۰, ۶۴, ۵۰	گل محمدی
ورف	۵۲	گرته
وینکشتاين	۱۵۶, ۱۵۳, ۱۲۷, ۵۰, ۴۹, ۴۸	گودمن
ویلیامز	۵۹, ۵۸, ۵۷	گونزالس-دی
ی		گیدنر
باکوین	۱۵۷, ۱۴۷, ۲۵, ۱۳	گیلسپی
یاوری	۱۵۷, ۷۲	گینز
یونگ	۱۵۴, ۱۵۳, ۱۵۲, ۱۴۷, ۱۱۲, ۷۳, ۷۱, ۷۰, ۶۹, ۵۱, ۱۷	گیون
		ل
		لمل
		لیکاف
		م
		مالارمه



PHOTO: B.ROSTAMI

درباره‌ی نویسنده:

مازیار زند، دیزاینر، متولد ۱۳۵۷، تهران

www.mzand.com | info@mzand.com

۱۳۹۸ - ۱۳۹۳ دکتری ارتباط تصویری - گرافیک (پژوهش هنر) - دانشگاه هنر

۲۰۱۰ - ۲۰۰۸ کارشناسی ارشد ارتباط تصویری - آکادمی ملی هنر اسلو - نروژ

۱۳۸۲ - ۱۳۷۵ کارشناسی ارشد معماری - دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز

عضو هیات مدیره انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران - دوره هشتم

عضو موسسه توسعه هنرهای تجسمی ایران - از سال ۱۳۸۱

عضو انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران - از سال ۱۳۸۲

دربافت درجه نقره‌ای کتاب سالانه طراحی پوستر انتشارات گرافیس ۲۰۰۷ - نیویورک

چاپ و معرفی آثار در مجله نو گرافیک، شماره ۱۳، ۲۰۰۷

چاپ اثر در کتاب سالانه طراحی گرافیک ایران ۱۳۸۷

چاپ اثر در کتاب زبان تصویری برای طراحان، انتشارات راکپورت ۲۰۰۹

چاپ اثر در کتاب بین المللی طراحی گرافیک ۲۰۱۰

تدريس دانشگاه آزاد اسلامی واحد پردیس ۱۳۹۰

تدريس دانشگاه علم و فرهنگ ۱۳۹۰-۱۳۹۳

تدريس دانشگاه هنر ۱۳۹۳-۱۳۹۴

