

نقش فرانگاره در ادراک تصویر

دکتر سعید زاویه *
مازیار زند **
دکتر امیر نصری ***
رامینه صراف زاده ****

چکیده

موضوع ارتباط از دیرباز یکی از مسائل آدمی بوده است و توان بشر برای ایجاد ارتباط و تفاهم با دیگران بخش مهمی از هویت او به عنوان انسان را شکل داده است. این نوشته به تبیین واژه‌های مرتبط با فهم و پیش‌فهم و ارتباط آن با تصویر پرداخته و موضوع ارتباط را مد نظر قرار داده است؛ سپس با مذاقه در مفهوم فهم ادعا می‌کند هر نگاه و هر فهمی، حاصل پردازش ذهن بیننده و متأثر از تجربیات پیشین او است. هیچ فهمی بدون پیش‌فهم و هیچ نگرانه‌ای فارغ از تأثیر فرانگاره صورت نمی‌گیرد و پیش از آن که فرمی بر روی کاغذ وجود داشته باشد تصویرهایی در ذهن بیننده موجود است. این نوشته با تبیین واژه‌ی فرانگاره از روش تحقیق علمی در علوم اجتماعی در ۷ مرحله استفاده کرده و فرانگاره‌های ذهنی مخاطبین را مورد تحلیل قرار داده است. در این نوشته با انجام یک پژوهش تصویری، کیفیت غیرقابل اندازه‌گیری فهم، تبدیل به کمیت قابل اندازه‌گیری شده است.

دانشگاه دامغان

واژگان کلیدی: فرانگاره، درک تصویر، پیش‌فهم، خورشید

* دانشیار دانشگاه هنر تهران saidzavieh@yahoo.com

** دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشگاه هنر تهران (نویسنده مسئول) mzandstudio@gmail.com

*** استادیار گروه فلسفه دانشگاه علامه طباطبائی amirnasry@yahoo.com

**** دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشگاه هنر تهران ramineh_sarafzadeh@yahoo.com

از این رو ناظر تحت تأثیر فرانگاره‌ها^۱ تصویر را می‌بیند، می‌سازد و معنا می‌کند.

قرن‌هاست انسان برای یافتن راه‌های گوناگون برای برقراری ارتباط تلاش کرده است، از نقش‌های خفته بر دیواره غارها و لوح‌های تصویرسازی شده باقی مانده از برج بابل گرفته تا بوجود آمدن زبان ریاضیات، اختراع زبان رمزی مورس درمی‌یابیم چالش ارتباط در نهاد آدمی بوده است. یکی از اهداف این مقاله استفاده از زبان تصویر و طراحی نمادی جدید و قابل فهم برای انتقال یک مفهوم است.

خورشید یکی از ستارگان کهکشان راه شیری است که از پلاسمای داغ ساخته شده است. هرچند خورشید یکی از بدیهیات وجود تلقی می‌شود ولی هیچ موجودی نمی‌تواند با چشم غیر مسلح به آن نگاه کند. پرسش اینجاست که چگونه می‌توان نشانه‌ای امروزی برای خورشید طراحی کرد که افراد دیگر با دیدن آن متوجه شوند که فرم ارایه شده تصویر یک خورشید است؟ آیا می‌توان چگونگی ادراک تصویری مخاطب را شناسایی کرد و طراحی را برپایه‌ی آن بنا گذاشت؟ آیا می‌توان درجه دریافت مخاطب را به کمیت تبدیل کرد؟

این نوشته با عنوان «نقش فرانگاره در ادراک تصویر»، نگاهی به موضوع تصویر، درک تصویر، تبیین فرانگاره و نقش فرانگاره در فهم تصویر دارد. هدف این مقاله استفاده از زبان تصویر برای سنجش تفاهم و طراحی نمادی جدید و ارایه‌ی روشی برای اندازه‌گیری میزان فهم آن افراد است. در این پژوهش از روش تحقیق علمی در علوم اجتماعی در هفت مرحله استفاده شده است. ۱- پرسش آغازی، ۲- مطالعات اکتشافی (خواندن- مصاحبه‌های اکتشافی)، ۳- طرح نظری مساله تحقیق، ۴- ساختن مدل تحلیلی، ۵- مشاهده، ۶- تحلیل اطلاعات و ۷- نتیجه‌گیری می‌باشد (کیوی و وان کامپنهود، ۱۳۸۵، ۱۴).

جمع‌آوری اطلاعات به شیوه میدانی و کتابخانه‌ای بوده است؛ بدین صورت که در ابتدا از شرکت‌کنندگان

دیدن و در پی آن فهمیدن تنها یک تجربه‌ی فیزیکی نیست بلکه تماماً حاصل کنش و واکنش ذهن ماست. نور با مشخصات فیزیکی خود از عدسی چشم انسان عبور کرده بر روی کانون دید متمرکز شده و مابقی عمل دیدن و درک را بر عهده مغز می‌گذارد. بعد از این مرحله مغز انسان با پردازش داده‌های عصبی وارد عمل شده و انسان می‌بیند. دیدن، محصول پردازش ذهن پردازش‌گر و امری یگانه و منحصر به او است؛ در این روند، زمینه‌های فرهنگی و تجربه‌های دیداری بیننده در پردازش تصویر دخالت کرده و از این رو تجربه‌های دیداری انسان دارای ساختاری تاریخی- فرهنگی می‌گردد و داده‌ها و داشته‌های پیشین بر نوع دیدن و درک او تأثیر می‌گذارند. تاریخ هنر، پیشرفت‌های فن‌آوری، رسانه‌ها، تجربه‌های اجتماعی، جنسیت، آموزه‌های دینی و اخلاقی، سیاست یا زیبایی‌شناسی همگی در نحوه دیدن ما تأثیرگذار هستند (Mitchell, 1998, 57-58).

پیشاپیش باید دانست هر پیام تصویری و هر تفاهم دیداری شامل فرستنده‌ی پیام، خود پیام و دریافت‌کننده‌ی پیام است؛ و «از آن حیث که [بسیاری از] تصاویر صورت فیزیکی ندارند، نیازمند رسانه‌ای هستند که خودشان را در آن‌ها تجسم ببخشند» (Belting, 2001, 17). فرستنده‌ی پیام، معنی را در قالب تصویر طراحی کرده و به گیرنده‌ی پیام می‌رساند. در واقع فرستنده‌ی پیام با ترجمان شکلی پیام به تصویر، مفاهیم را بر بال رسانه‌ی تصویر سوار کرده است. باید توجه داشت در این روند، پیام اولیه در روند تولید فرم تا دریافت پیام، دو بار ترجمه شده است؛ مرحله اول ترجمه معنا به تصویر توسط طراح و مرحله دوم ترجمه تصویر به معنا توسط گیرنده پیام. در بحث ما مرحله دوم که توسط بیننده انجام می‌شود مهم‌ترین بخش این روند است؛ چراکه «تصویر به یک تصویر مبدل نخواهد شد مادام که به واسطه یک ناظر به آن جان بخشیده نشده‌باشد» (Belting, 2001, 30).

درخواست شد نقش یک خورشید را رسم کنند؛ بر اساس تحلیل ریخت‌شناسانه‌ی شکل‌های ترسیم شده تصویری دیگر طراحی شد. این طرح مورد سنجش افرادی دیگر قرار گرفت و نتیجه حاصل مورد بازنگری قرار گرفته و طرح قبلی به‌روز شد و مجدداً نتیجه‌ی نهایی مورد پرسش قرار گرفته و تغییرات به وجود آمده مورد تحلیل نهایی قرار گرفت. نمودار نهایی نشان داد کیفیت و کمیت ادراک طرح از ۴۷ درصد به ۶۶ درصد افزایش پیدا کرده است.

فهم

تا پیش از قرن بیستم، گمان می‌رفت فهم مبتنی و مربوط به خالق اثر است. متفکران قرن بیستم با شک در این موضوع که: اگر مقصود به وجود آورنده‌ی پیام، ایجاد حالتی در دریافت‌کننده و انتقال پیامی به بیننده باشد، تا زمانی که حالات بیننده و دریافت‌کننده را در این روند در نظر نگرفته باشند اساساً فهمی نداشته‌اند. متفکران قرن بیستم با عبور از تفسیر فهم بر پایه نیت مؤلف سعی نمودند مشخصاً هویت فهم را مورد واکاوی قرار دهند. افرادی چون هایدگر، گادامر و آیزر به جای اهمیت‌دادن به مؤلف و یا پیام، بیننده و مفسر را محور فهم قرار دادند. از آن پس هرمنوتیک هایدگر و گادامر بجای منطق هرمنوتیک به هرمنوتیک فلسفی تغییر نام یافت. هرمنوتیک فلسفی دیگر نه به مقوله فهم متن منحصر می‌شود و نه اسیر چهارچوب‌های فهم انسان می‌گردد؛ بلکه در صدد تحلیل واقعی فهم و تبیین شرایط حصول فهم است (Hove, 2004).

فهم تصویر

طراح برای ایجاد ارتباط تصویری، پیام را بر مرکب تصویر سوار می‌کند تا معنا را به دریافت‌کننده برساند. از این رو این تصویر نیست که اهمیت موضوعی دارد چراکه تنها واسطه‌ای برای حمل پیام بوده است؛ بلکه موضوع اصلی تأویل پیام است که هدف نهایی و غایی

ارتباط و در پی آن فهم تصویر به‌شمار می‌رود. از لحاظ نظری اهمیت دادن به فهم بیننده بجای اهمیت دادن به تصویر، شباهت‌هایی با دیدگاه هرمنوتیک در برابر هرمنوتیک فلسفی دارد. هرمنوتیک فلسفی بیشتر متمرکز بر «تأویل مخاطب»، «پیش فهم آ» و «افق ذهنی» تفسیرگر و «سنت فرهنگی» اوست تا خود متن. «فهم یک پدیده یا یک متن متضمن چیزی بیشتر از شناخت اجزای تشکیل‌دهنده آن است. فهم در حقیقت همان تفسیری است که برای انسان، درباره چیزی به دست می‌آید» (ربانی گلپایگانی، ۱۳۸۱). در ارتباط تصویری و در مورد درک تصویر هم می‌توان نقش پیش‌فهم را در روند فهم بیش از تأثیر فرم و تصویر دانست. گاهی فرم‌های شبیه به هم تحت اثر فرانگاره به دلالت‌های متفاوت منجر می‌شوند. کافی است بخشی از تصویر یک خانه کشیده شود تا بیننده از آن برداشت پیکان (فلش) کند؛ یا کافی است طراح با استفاده نادرست از رنگ و عدم آشنایی با فرهنگ دیداری مخاطب تصویر را به شکلی ارایه دهد که بیننده مفهوم را بازگونه یا متفاوت دریافت کند.^۳

پیش‌فهم

«نه تنها هنگام تفسیر متون [و نقش‌ها] بلکه پیش از هر کوشش علمی دیگر نیز شخص محقق درباره آنچه می‌خواهد تحقیق کند، یک پیش‌فهم یا پیش‌دانسته دارد. اگر درباره یک موضوع هیچ اطلاع قبلی موجود نباشد، هیچ خواست و علاقه‌ای هم برای فهم یا تبیین آن به عنوان یک عمل ارادی به وجود نمی‌آید و هیچ فهم و تبیینی صورت نمی‌پذیرد؛ با مجهول مطلق، هیچ نسبتی نمی‌توان برقرار کرد و هیچ‌گونه خواست و علاقه‌ای برای فهم و تبیین آن نمی‌توان داشت؛ فهم و تبیین در جایی معنا پیدا می‌کند که از طرفی درباره موضوعی چیزی می‌دانیم و از طرف دیگر می‌دانیم که همه چیز را درباره‌ی آن موضوع نمی‌دانیم. این آگاهی مرکب، نقطه آغاز کار ماست و زندگی آگاهانه‌ی ما همیشه بر چنین آگاهی‌های مرکبی استوار گردیده

است» (مجتهد شبستری، ۱۳۷۵، ۱۷-۱۶).

از پیش‌انگاره تا فرانگاره

پیش‌انگاره

در زبان‌شناسی به واژه‌ی پیش‌انگاره (Presupposition) برمی‌خوریم. گویان یادآور می‌شود پیش‌انگاره بر اساس فرض‌هایی بنا شده‌است که گوینده فرض می‌کند: احتمالاً شنونده آنها را خواهد پذیرفت (Jean-François Le, 1979, 5).

پیش‌انگاره زمینه‌ایست که گوینده آن را موضوع مشترک محاوره می‌انگارد (Stalnaker, 1987, 321). در روانشناسی زبان، اصطلاح طرح‌واره^۵ مفهومی مشابه پیش‌فهم را به ذهن متبادر می‌کند. طرح‌واره طرحی برای بازنمایی داده‌های پیشین ذهن است. براون و یول طرح‌واره را ساختمان و چیدمانی از اطلاعات می‌دانند که بر اساس آن یک تجربه یا یک متن به شکلی مشخص تفسیر شود (Brown & Yule, 1983, 251-247). لیکاف در این خصوص واژه طرح‌واره انگاره‌ای^۶ را به کار می‌برد. او طرح‌واره انگاره‌ای را مفهومی جامع فرض می‌کند که در مجموع ساختمان ادراک ما از جهان را شکل داده‌است.

انگاره

در دنیای تصویر و در ارتباط با ادراک تصویری، ویلیام میچل^۷ ابتدا در مفهوم دو واژه‌ی Picture و Image تمایز ایجاد می‌کند (Mitchell, 2009, 16). اولی به معنای تصویر یا نگاره و دومی به معنای انگاره. او انگاره را وجه دیداری موضوع می‌داند که اکنون در تصویر (نگاره) تجلی پیدا کرده‌است. انگاره (Image)، بُعدی غیرعینی و غیرفیزیکی دارد. می‌توان در فارسی برای معادل این واژه از «عکس» استفاده کرد؛ زیرا واژه عکس در ادبیات کهن ما در مفهوم غیرعینی آن نیز به کار رفته‌است؛ مانند:

عکس روی تو چو در آینه‌ی جام افتاد

عارف از خنده‌ی می در طمع خام افتاد

(حافظ)

که مراد، تصویری غیر فیزیکی است. البته باید دانست

در این مورد و در ادامه تفکرات گادامر، بولتمان می‌گوید: هر تفسیر تاریخی با هدف و انتظار خاصی صورت می‌گیرد که بر اساس فهم پیشین موضوع است. به بیان وی هر تفسیری به واسطه پیش‌فهم تفسیرگر هدایت می‌شود. شاید بتوان بولتمان را مبدع اصطلاح «پیش‌فهم» دانست (Bultmann, 1957, 113). «به این سؤال که آیا تفسیر بدون پیش‌فهم ممکن است؟ باید چنین پاسخ داد که اگر منظور از «بدون پیش‌فهم» بدون از پیش‌انگاشتن نتایج تفسیر باشد، پاسخ مثبت است. با این تعبیر، تفسیر بدون پیش‌فهم نه تنها ممکن است بلکه مطلوب است اما به تعبیر دیگر هیچ تفسیری مادامی که مفسر یک لوح سپید نیست بدون پیش‌انگاره نیست بلکه برعکس با پرسش‌های خاص یا شیوه خاصی در مطرح کردن پرسش‌ها و در نتیجه با ایده‌ی معینی درباره موضوع به متن رو می‌آورد. در مورد تعبیر دوم باید بگوییم چیزی به عنوان تفسیر بدون پیش‌فهم وجود ندارد» (Bultmann, 1985, 242).

گادامر به پیروی از هایدگر برای پیش‌داوری‌ها نقشی بی‌بدیل در فرایند فهم قایل است. پیش‌داوری‌ها عناصر پنهان در واقع فهم هستند؛ عناصری که آنها را از طریق فرایند اجتماعی شدن و سهیم شدن در فرهنگ آموخته‌ایم و به ارث برده‌ایم (واعظی، ۱۳۸۶).

هایدگر نیز هر فهم را با سه «پیش‌ساختار» همراه می‌داند که واجد سه مؤلفه‌ی پیش‌داشت، پیش‌دید و پیش‌مفهوم است (هایدگر، ۱۳۸۷، ۳۷۲). پیش‌داشت (Vorhabe) یک فهم قبلی و کلی از زمینه‌ای که با آن مواجه می‌شویم.

پیش‌نگرش (Vorsicht) که نوع نگاه و دیدگاه ما را شکل می‌دهد و پیش‌برداشت (vorgriff) که راه و روش و منظور ما را مشخص می‌کند (Kimia, 2001, 14). لذا هیچ فهمی در خلأ شروع نشده و فهم منحصر و متکی به پیش‌فهم‌های ماست.

امروزه فراوانی کاربرد واژه «عکس» به عنوان تصویری که توسط دوربین عکاسی به دست آمده است، استفاده از آن را محدود و با مشکل مواجه می‌کند (نامور مطلق، ۱۳۸۷).

فرانگاره

فرانگاره^۸ها، فرم‌های غیرعینی موجود در ذهن مخاطب هستند که هنوز حیث فیزیکی پیدا نکرده‌اند ولی ماهیت تصویری‌شان قابل شناسایی و مصورشدن است. دانسته‌های پیشین و تجربه‌های گذشته ما از زندگی در قالب فرانگاره‌ها در نوع دیدن نگاره‌ها دخالت کرده و تأثیرگذارند.

ویتگنشتاین در کتاب پژوهش‌های فلسفی، از تصاویری معماگونه و نمودارهایی چندپهلوی یاد می‌کند که انواع‌شان را به فراوانی در کتاب‌های درسی روان‌شناسی می‌توان یافت (ویتگنشتاین، ۱۳۸۱، ۳۶۸-۳۴۴)؛ مثل «مکعب» نکر^۹ و «جام نیم‌رخ» کهلر^{۱۰}. این تصاویر نمونه‌های خوبی از تأثیر فرانگاره‌ها بر دیدن هستند.

شکل‌گیری فرانگاره و دیدوارگی

ارتباط فرانگاره و نگاره همچون ارتباط «دیدن» و «دیدوارگی»^{۱۱} است.^{۱۲} «نظریه‌پردازان اذعان دارند که دیدن بر روندی فیزیکی-روان‌شناختی دلالت دارد که طی آن نور بر چشمان ما تأثیر می‌گذارد. در حالی که دیدوارگی به روندی اجتماعی اشاره می‌کند. دیدوارگی عبارت از دیدن اجتماعی شده است» (Mitchell, 1986, 22). از این رو امیال، علاقه‌ها و باورهای پیشین بیننده در زمینه‌ای خاص در زمان و مکانی خاص دیدن را از دیدوارگی 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, 2009). باید دانست دیدن یک تصویر، اساساً نه توسط دو دیده بلکه توسط بیننده‌ای صورت می‌گیرد که دارای جنسیت، پیش‌ذهن، هویت و تجربه تاریخی می‌باشد.

واکر^{۱۳} و چاپلین^{۱۴} معتقدند: «دیدوارگی از علائق و اشتیاقات بیننده و روابط اجتماعی میان دریافت‌کننده^{۱۵} و دریافت‌شونده^{۱۶} آگاه است» (Mitchell, 1986, 22). فرانگاره‌ها که در برگیرنده مفاهیمی فراتر از تصویر فیزیکی دیده شده توسط بیننده‌اند و معانی ضمنی و غنی‌تر به نگاره اضافه می‌کنند بسیار متأثر از خیال بیننده و پیامد حضور خود 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 بخشی قابل توجه از مفهوم منوط به داشته‌های ذهنی خواننده-بیننده است؛ اوست که با خیال خود معنای تصویر را کامل می‌کند. در شعر، حضور خواننده و مجموعه خیالات او در جایی فراتر از رابطه ساده میان واژه‌ها شکل می‌گیرد و این فضای بینابین کلمات در یک قطعه شعر و حضور خواننده در پس واژه‌هاست که زنجیره کلمات را تبدیل به مجموعه‌ای خیالی‌انگیز می‌کند؛ در پس واژه‌ها، ذهن خواننده بستری می‌یابد تا به رویاسازی بپردازد.

باید پذیرفت نه تنها واژه‌های روی کاغذ که بخش اعظم یک شعر را تصاویر ذهنی خواننده و خیال او ساخته‌اند. تا جایی که ابوعلی سینا 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 بیننده، مابین شکل‌ها و ترکیب‌بندی اثر گرافیکی تجلی یافته و در درک مفهوم آن تأثیر می‌گذارد. بر همین اساس می‌توان پذیرفت بخش مهمی از فهم تصویر، فراتر از تجربه‌ی فیزیکی بیننده و ناشی از تجربه‌های ذهنی اوست. به طور مثال قصه‌های پنهان پیرامون شکل‌ها به خودی خود وسیله‌ای در دست‌ان طراح گرافیک است تا با پیش‌بینی و کشف ذهن بیننده مفروض، پیشاپیش روند فهم را در جریانی هدایت شده قرار دهد. در ریشه‌یابی شکل‌گیری این موضوع می‌توان

در آیین مهر و بعدها در آیین زرتشت، مهر (میترا) خدای - خورشید و نماینده خورشید شد (گروه نویسندگان، ۱۳۸۰، ۱۳-۱۲). شَمَش، خورشید-خدای بین‌النهرینی، شکل یک ستاره‌ی چهارپر با چهار شعله یا پرتو را به خود گرفت (هال، ۱۳۹۰، ۲۰۵).



تصویر ۲- دایره نماد خدای خورشید شمش، منبع: هال، جیمز، فرهنگ نگاره‌ای نمادها، فرهنگ معاصر، ص 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 مرکزش همه‌جا هست و محیطش هیچ‌کجاست» (هوهنه‌گر، ۱۳۷۶، ۳۳).

در هنر ایران نیز اصطلاح فر به صورت نمادهایی دایره‌ای شکل تجلی کرد. فر نیرویی است که از جانب خدا به افرادی برگزیده اعطا و آنان را در هر موضع و مقامی به برتری و سروری می‌رساند. حلقه و چرخ نیز که از تجلیات فر است در هنر ساسانی ظاهر می‌شود؛ این دایره برگرفته از صورت خورشید و گردش آسمان در آیین زرتشتی است (جعفری، ۱۳۸۱، ۱۴۹-۱۴۸).

مطالعات اکتشافی

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 (تصویر ۳).

پیش‌نگاره‌ها یا فرانگاره‌ها را گاهی حاصل تجارب شخصی فرد در اجتماع یا گاهی میراث جمعی و ناخودآگاه قومی-تاریخی به ارث رسیده از پدران تاریخی او دانست. این معانی پیشین در ذهن ساکن هستند و چنانچه طراح بتواند راهی برای آزادسازی آن‌ها بیابد، روند انتقال مفهوم را دقیق‌تر و کنترل‌شده‌تر پیش خواهد برد.

فرم‌های انتزاعی و غیرانتزاعی، سطح‌های رنگی، سمبل‌های اجتماعی یا فرانگاره‌ها و پیش‌نگاره‌های ذهن انسان چونان شکل یک ماندالا^{۱۲}، فرم مجسم شده خورشید (☼) تصویر ساده‌ی یک خانه و یا حتی پیش‌نگاره مفاهیمی چون عشق (♥) یا خاطره‌ی یک رنگ، بوی دریا،... همگی در فهم ما از تصاویر تأثیر می‌گذارند.

فرانگاره خورشید

حضور دایره در ادیان خدا-خورشید، از بین‌النهرین شروع شد و سپس به ایران رسید. پیش‌تر دایره نماد خدای خورشید بود ولی بعدها به عنوان نماد دینی و عقیدتی به مصر و چین و هند رفت و نقش‌های متعددی به خود گرفت (تصویر ۱).



تصویر ۱- چرخ خورشیدی معبد الهه خورشید، کنارک (هند). منبع: (هوهنه‌گر، ۱۳۷۶، ۳۱)



تصویر ۴- از ۱۵۰ نفر در خواست شد یک خورشید رسم کنند. منبع: نگارنده

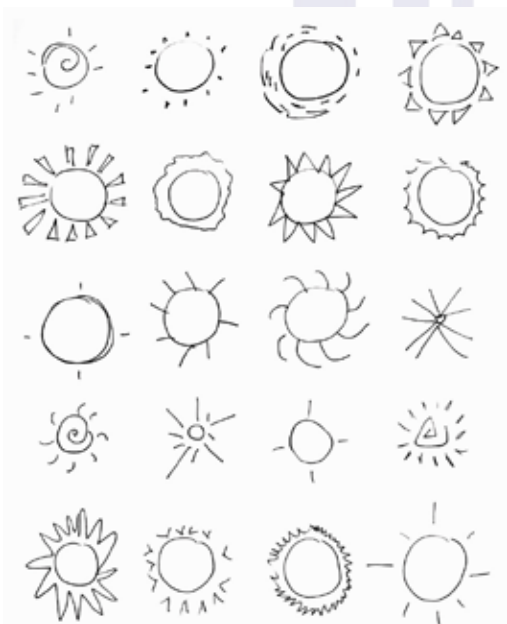
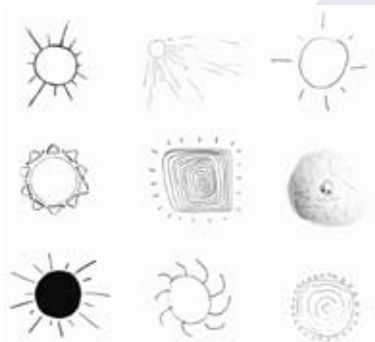


تصویر ۳- خورشید در نقش های به جا مانده از غارها (Singh, 1993)

بیشتر انسان‌ها پیش‌فرض و تصویری 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. ارنست گامبریچ^{۱۸} می‌گوید: «چشمان معصوم کور است». بیان او از واژه کور به معنای عدم ادراک است. در واقع ادراک و دیدن ما تماماً بر اساس داده‌های پیشین ما شکل می‌گیرد. هدف این پروژه ارائه نشانه‌ای جدید برای خورشید بر اساس نگاره‌های پیشین و داشته‌های پیشین ذهنی افراد است. نگاره‌ای که قابل شناسایی و قابل تشخیص برای افراد دیگر باشد.

ساختن مدل تحلیلی ۱

برای یافتن پیش‌نگاره ذهنی خورشید از ۱۵۰ نفر درخواست شد با یک قلم ساده تصویری از خورشید رسم کنند (تصویر ۴). گروه هدف افراد ۷ تا ۷۲ ساله و از میان دانشجویان هنر و نیز افرادی که با هنر آشنایی ندارند بوده است. افراد شرکت‌کننده همگی ایرانی و با سواد بوده‌اند و نتایج بر این اساس قابل استناد است. هدف پژوهش آرایه‌ی نشانه‌ای با ترکیب‌بندی و ساختمان فرمی مدرن بر اساس داده‌های پیشین و داشته‌های ذهنی افراد است که قابل شناسایی و تشخیص برای افراد دیگر باشد.



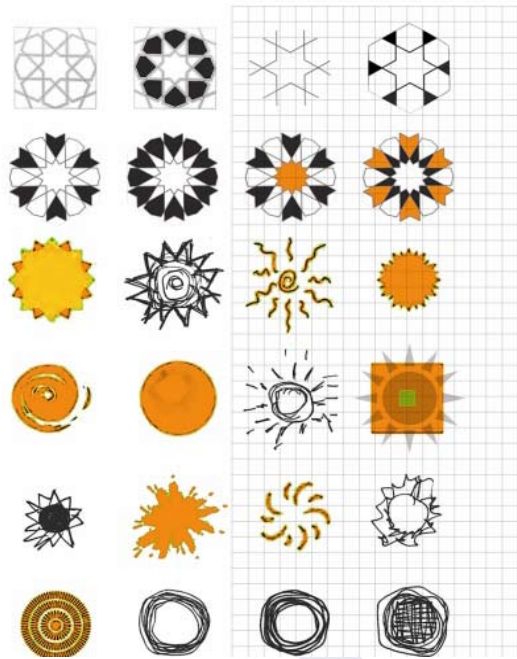
تصویر ۵- برخی از تصاویر خورشید رسم شده توسط شرکت‌کنندگان در پروژه. منبع: نگارنده

طرح‌های خورشید ترسیم شده جمع‌آوری شد و در کنار هم قرار گرفت (تصویر ۵).

تحلیل اطلاعات

ساختن مدل تحلیلی ۲

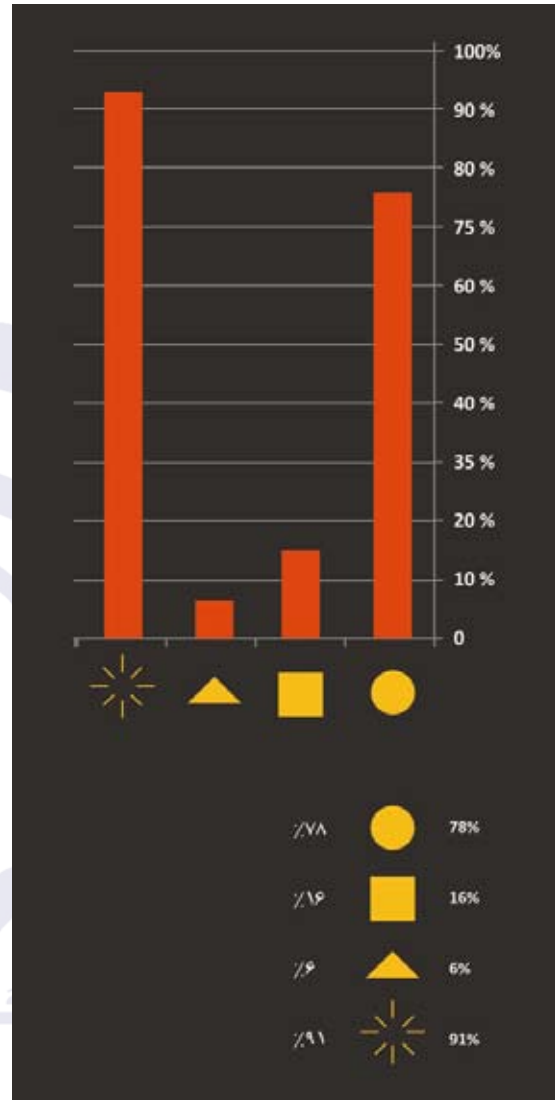
در مرحله بعد با بهره‌گیری از این داده‌ها پیش‌طرح‌هایی برای خورشید آماده شد (تصویر ۷ و ۸). ترکیب‌هایی از فرم دایره در حال درخشش.



تصویر ۷- پیش طرح اولیه. منبع: نگارنده



تصویر ۸- پیش طرح. منبع: نگارنده



تصویر ۶- ریخت‌شناسی نقش خورشید بر اساس پیش‌فرض‌های مخاطبین. منبع: نگارنده

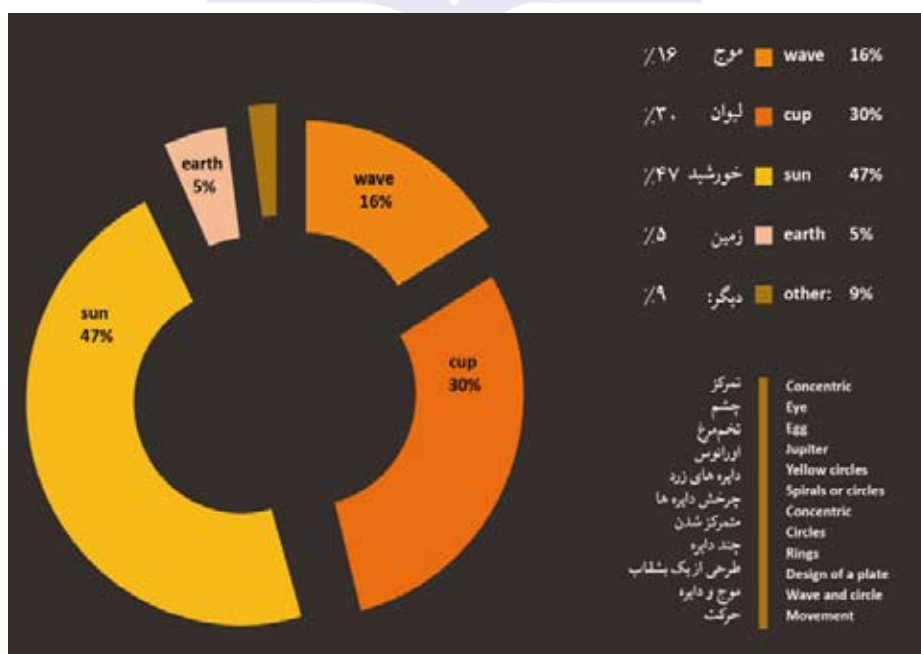
خورشیدهای تصویر شده مورد تحلیل ریخت‌شناسانه قرار گرفت. فرم‌ها شامل دایره ۷۸ درصد، مربع ۱۶ درصد، مثلث ۶ درصد و اشعه نور ۹۱ درصد بودند. تصویر ۶ کمیت استفاده از فرم‌ها را نشان می‌دهد. نمودار مشخص کرد بیشتر طرح‌ها فرم دایره‌ای دارند و به همراه آن نشانه‌ای از اشعه و پرتو نور دیده می‌شود^{۱۹}.



تصویر ۹- خورشید طراحی شده در مرحله ۱. منبع: نگارنده

با تکثیر فرم دایره در اندازه‌های کوچک و بزرگ جهت بازنمایی تشعشع نور و ترکیب آن با دایره اصلی در پایان طراحی تصویر ۹ به دست آمد. درصد فهم این تصویر مورد آزمایش قرار گرفت. برای بررسی چگونگی دریافت بینندگان از تصویر پرسش‌نامه‌ای تهیه شد. پرسش‌نامه به این صورت بود که پس از نشان دادن تصویر (تصویر ۹) از ۱۵۰ نفر به صورت کاغذی و الکترونیکی سوال شد که به نظر شما مناسب‌ترین واژه برای این تصویر چیست؟ شرکت‌کنندگان پیشنهادهای خود (یا برداشت‌های خود) را یادداشت کردند. این واژه‌ها در تصویر ۱۰ به همراه شاخصه‌ی کمیت آن بر روی نمودار آمد.

تحلیل اطلاعات ۲



تصویر ۱۰- نمودار حاصل از دریافت بینندگان از تصویر. منبع: نگارنده

ساختن مدل تحلیلی ۳

مجددا طرح‌های ارایه شده توسط شرکت کنندگان مراجعه شد و فرم‌ها مورد تحلیل دوباره قرار گرفت. با تحلیل فرم‌ها مشخص شد بعضی از دایره‌ها تو خالی و بعضی توپر ترسیم شده‌اند. تصویر ۱۱ نمودار کمیت دایره‌های توپر و تو خالی را نشان می‌دهد. ۸۵ درصد از افراد خورشیدها را تو خالی تصویر کرده‌اند. این موضوع در نگاه نخست مورد توجه قرار نگرفته بود. طرح توپر خورشید بر این اساس بازطراحی شده و نقش خورشید به صورت تو خالی طراحی شد (تصویر ۱۲).

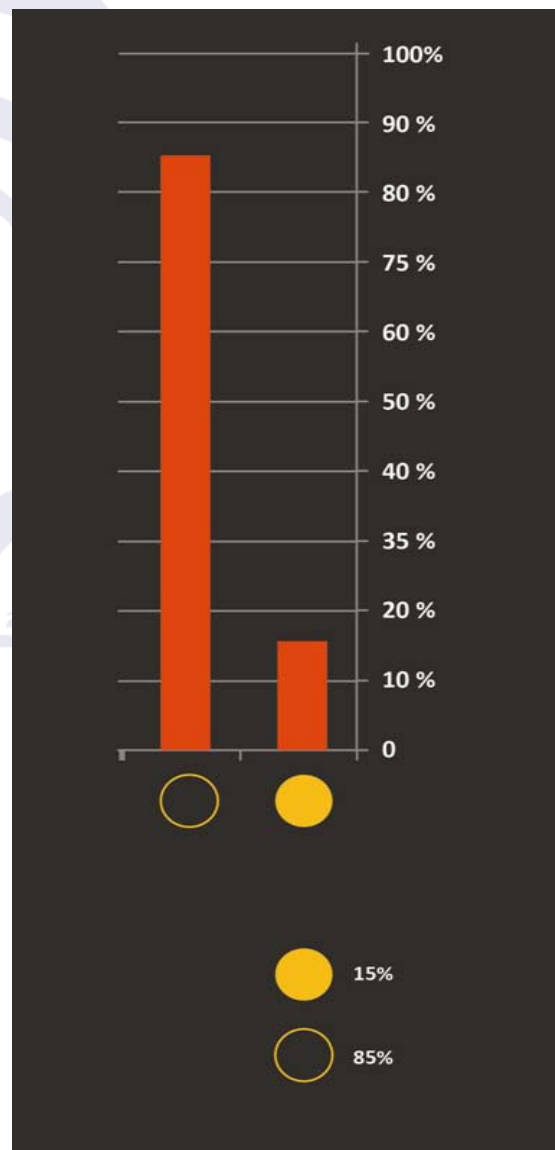


تصویر ۱۲- طرح نهایی. منبع: نگارنده

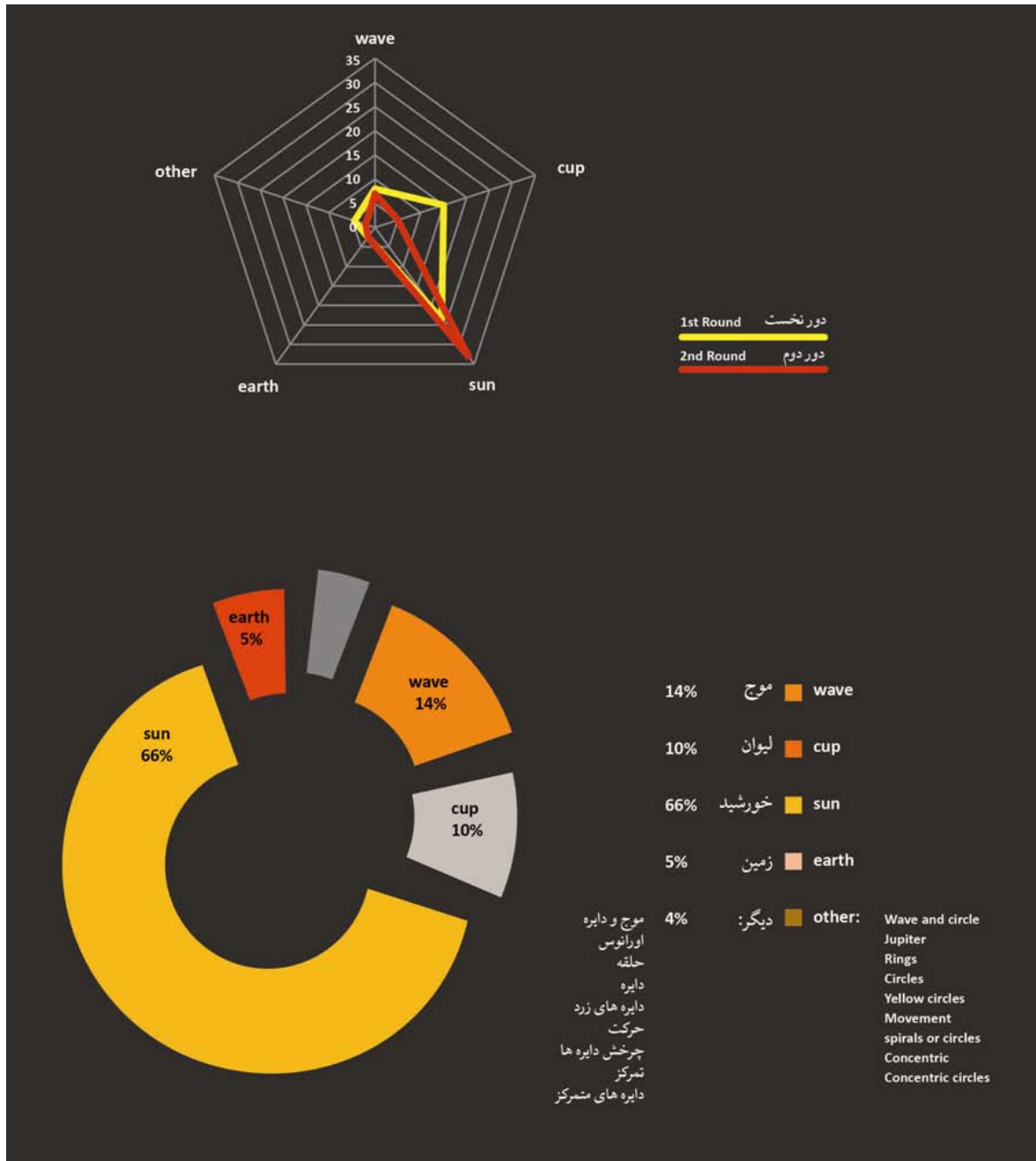
مشاهده و تحلیل اطلاعات ۳

مجددا به روش مرحله قبل تصویر ۱۲ در معرض پرسش از ۱۵۰ نفر قرار گرفت. با طرح این پرسش که واژه پیشنهادی شما برای این شکل چیست؟

۱۶ درصد واژه موج را پیشنهاد کردند، ۳۰ درصد لیوان، ۴۷ درصد خورشید، ۵ درصد زمین و ۹ درصد دیگر واژه‌ها. نتایج حاصل نشان می‌دهد طرح ارایه شده تنها برای ۴۷ درصد از شرکت کنندگان تداعی گر یا بیانگر واژه خورشید بوده است. این نتیجه دور از انتظار بوده و قابل قبول نبود.



تصویر ۱۱- ۸۵ درصد خورشیدها تو خالی هستند. منبع: نگارنده



تصویر ۱۳- تغییر برداشت مخاطبین از ۴۷ درصد خورشید به ۶۶ درصد خورشید. منبع: نگارنده

نتیجه‌ی پاسخ‌ها در نمودارهای تصویر ۱۳ آمده است. نمودار نخست نشانگر تفاوت برداشت‌ها در دور نخست و دور دوم است. برداشت‌ها بیشتر از قبل خورشید و لیوان شده‌اند. نمودار دوم کمیت واژه‌های ارایه شده را نمایش می‌دهد. بسامد واژه خورشید از ۴۷ درصد به ۶۶ درصد تغییر کرده است.

هر چند نتیجه کامل و ۱۰۰ درصد یا نزدیک به ۱۰۰ نیست اما از آنجا که در این پژوهش کودکی ۷ ساله تا بزرگسالی ۷۲ ساله شرکت داشته‌اند رسیدن به تصویری که به تفاهم کامل در این بازه سنی بیانجامد را دشوار

کرده است. البته می‌توان با استفاده از این روش و با محدود کردن بازه‌ی گروه هدف درصد تفاهم طرح را بالا برد. به طور مثال احتمال می‌رود با پایین آمدن سنی گروه هدف پاسخ‌های لیوان کم‌تر شود. در واقع نقش فرانگاره‌ها در بازه‌های سنی متفاوت، گوناگونند. فرانگاره‌ی آبنبات در یک کودک ۵ ساله با بزرگسالی ۵۰ ساله متفاوت است. کودک در برابر فردی بزرگسال فرانگاره‌ی متفاوت از ماشین یا درخت در ذهن دارد؛ هرچند در مورد این پژوهش می‌توان گفت ۶۶ درصد افراد از کودکی تا بزرگسالی فرم ارایه شده را خورشید می‌دانند.

نتیجه‌گیری

این نوشته ابتدا به تبیین واژه‌های مرتبط با فهم و پیش‌فهم و ارتباط آن با تصویرپرداخته و موضوع ارتباط را مد نظر قرار داده است. سپس با مذاقه در مفهوم فهم ادعا می‌کند هر نگاه و هر فهم، حاصل پردازش ذهن بیننده و متأثر از تجربیات پیشین او است. در مورد فهم تصویری نیز 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؛ در روند دیدن، بیننده با مشاهده نشانه‌هایی از فرم‌های جهان بیرون، تصاویر ذهنی دنیای خود را کامل کرده و دنیا را می‌بیند و می‌فهمد. هیچ فهمی بدون پیش‌فهم و هیچ نگاره‌ای فارغ از تأثیر فرانگاره صورت نمی‌گیرد. نگارنده معتقد است در ساختمان درک انسان، فرانگاره‌ها نقشی مؤثر در ادراک تصاویر دارند.

سپس در یک تجربه‌ی جمعی برای طراحی نقش خورشید از روش تحقیق علمی در علوم اجتماعی استفاده شده است. فرانگاره‌های ذهنی مخاطبین بر روی کاغذ آمده و تحت تأثیر آن، فرم طراحی شده در چند مرحله به‌روز شده و نتیجه مورد تحلیل قرار گرفته است. در پایان می‌توان اذعان داشت در این پروژه، بیننده خود بخشی از روند طراحی فرم جدید بوده

است و فرانگاره مقیم در حافظه‌ی شرکت‌کنندگان، طرح را به سمت نشانه‌ای قابل فهم‌تر برای همه پیش برده است. در این پروژه با شناخت فرانگاره، کیفیت غیر قابل اندازه‌گیری فهم، تبدیل به کمیت قابل اندازه‌گیری شده است.

پی‌نوشت:

- ۱- Meta-Picture، اصطلاح فرانگاره پیشنهاد نگارنده بوده و حاصل ترکیب دو واژه «فرا» [farā]: دورتر؛ بالاتر؛ آن‌سوتر؛ مانند فرابنفش، فراطبیعی؛ در ترکیب با کلمه‌ی «نگاره» [negāre]: نقش؛ صورت نقاشی شده می‌باشد. (فرهنگ لغت عمید). مؤلف: حسن عمید، سرپرست تالیف و ویرایش: فرهاد قربان‌زاده، ناشر: اشجع، چاپ نخست: ۱۳۸۹
- ۲- اصطلاح «پیش‌فهم» از مجتهد شبستری گرفته شده است (مجتهد شبستری، ۱۳۷۵). فرهاد ساسانی معتقد است این واژه نخستین بار در فارسی توسط مجتهد شبستری استفاده شده است (ساسانی، ۱۳۹۱).
- ۳- در یک سنجش میدانی توسط نگارنده این نتیجه حاصل شد که چگونه با تغییری جزئی در تناسبات فرم یک خانه، برداشت مخاطبان تبدیل به پیکان(فلش) و یا درخت کاج از آن فرم می‌گردد.
- ۴- گادامر در آغاز بحث پیش‌داوری، ابتدا به ریشه‌یابی تاریخی این واژه می‌پردازد. واژه Prejudice که از واژه لاتین Praejudicium مشتق شده، به معنای حکمی است که قبل از تأیید کامل پذیرفته شود؛ یعنی حکمی که پیش از اقامه دلیل بر تأیید آن، معتبر دانسته شود (واعظی، درآمدی بر هرمنوتیک، ۱۳۸۶).
- ۵- schema
- ۶- image schema
- ۷- William John Thomas Mitchell (متولد ۱۹۴۲)
- ۸- Meta-Picture
- ۹- Louis Albert Necker (۱۷۸۶-۱۸۶۱) ریاضیدان و فیزیک‌دان سوئیسی.
- ۱۰- Wolfgang Köhler (۱۸۸۷-۱۹۶۷) روان‌شناس آمریکایی.
- ۱۱- Visuality
- ۱۲- در مقاله «خوانندگان هنر گمشده» به قلم نیگل ویتلی، مترجم محمدرضا یگانه دوست برای این نوع دیدن در برابر Visuality از واژه دیدوارگی استفاده کرده است.
- ۱۳- John A. Walker
- ۱۴- Sarah Chaplin
- ۱۵- Perceiver
- ۱۶- Receiver
- ۱۷- کارل یونگ ماندالا را کهن‌الگوی خویشتم می‌داند، نماد تمامیت و نظم و کار ویژه آن سازماندهی و دربرگیری تمامیت روان آدمی است.
- ۱۸- Sir Ernst Hans Josef Gombrich, (30 March 1909 – 3 November 2001)
- ۱۹- نگاره‌ها به گونه‌ی اتفاقی شباهت نزدیک بانقش‌های باقیمانده از دیواره‌ها دارند.

منابع فارسی:

- ابن سینا (۱۳۶۳)، الشفاء، قسم المنطق، قم: منشورات مکتبه آیه الله العظمی المرعشی النجفی
- جعفری، سعیده (۱۳۸۱)، فر و نمادهای آن در هنر ساسانی، ماهنامه کتاب ماه هنر، ۴۶ - ۴۵
- ربانی گلپایگانی، علی (۱۳۸۱)، بهار، هرمنوتیک فلسفی در اندیشه گادامر، قیسات، ۲۹-۲۴
- کیوی، ریموند؛ وان کامپنهود، لوک (۱۳۸۵)، روش تحقیق در علوم اجتماعی (نظری و عملی) ویراست ۲، ترجمه نیک گهر، تهران: نشر توتیا
- گروه نویسندگان (۱۳۸۰)، شناخت ادیان، واحد تدریس کتب درسی قم (جلد دوم). قم: سازمان حوزه‌ها و مدارس علمیه خارج از کشور
- مجتهد شبستری، محمد (۱۳۷۵)، هرمنوتیک، کتاب و سنت، تهران: طرح نو
- نامور مطلق، بهمن (۱۳۸۷)، زمستان، یائوس و ایزر: نظریه دریافت، پژوهشنامه فرهنگستان هنر، ۱۱
- واعظی، احمد (۱۳۸۶)، درآمدی بر هرمنوتیک، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چاپ چهارم
- ویتگنشتاین، لودویگ (۱۳۸۱)، پژوهش‌های فلسفی (نسخه چاپ دوم)، مترجم ف. فاطمی، تهران: نشر مرکز
- هال، جیمز (۱۳۹۰)، فرهنگ نگاره‌ای نمادها در هنر شرق و غرب (چاپ پنجم)، مترجم ر. بهزادی، تهران: فرهنگ معاصر
- هایدگر، مارتین (۱۳۸۷)، هستی و زمان (چاپ دوم)، مترجم سیاوش جمادی، تهران: انتشارات ققنوس
- هوهنهگر، آلفرد (۱۳۷۶)، نمادها و نشانه‌ها، تهران: سازمان چاپ و انتشارات فرهنگ و ارشاد اسلامی

منابع لاتین:

- Belting, H. (2001). Bild Anthropologie: Entwurf und Form in der Bildwissenschaft. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Brown, G., & Yule, G. (1983). Discourse analysis. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bultmann, R. (1957). History and Eschatology. Edinburgh: The University Press - New York: Harper.
- Bultmann, R. (1985). Is Exegesis without Presupposition Possible? (K. Mueller-Vollmer, Ed.) The Hermeneutics Reader.
- Hove, L.-J. (2004). Improving Image Retrieval with a Thesaurus for Shapes, The VORTEX Prototype. Bergensis: THE FACULTY OF SOCIAL SCIENCES, DEPARTMENT OF INFORMATION SCIENCE AND MEDIA STUDIES .
- Jean-François Le, N. (1979). La Sémantique psychologique. Paris: French P.
- Kimia, B. B. (2001). Shape Representation for Image Retrieval, in Image Databases: Search and Retrieval of Digital Imagery. (L. D. Vittorio Castelli, Ed.) New York, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Mitchell, W. J. (1986). Iconology: Image, Text, Ideology. Chicago: U of Chicago P.

- Mitchell, W. J. (1998). Showing seeing. In Visual culture reader (pp. 50-72). New York: Routledge pub. co.
- Mitchell, W. J. (2009). Visual Literacy or Literacy Visualcy? In J. Elkins (Ed.), Visual Literacy (pp. 14-31). New York, London: Routledge.
- Singh, M. (1993). Sun In Myth and Art. New York: Norton Co.
- Stalnaker, R. (1987). "Assertion" Syntax and Semantics. New Haven and London: Yale University Press.
- Stanford, B. M. (2009). The Remaining 10 Percent: The Role of Sensory Knowledge in the Age of the Self-Organizing Brain. In J. Elkins (Ed.), Visual Literacy (pp. 31-58). New York, London: Routledge.

