تصویر رسانه است

زنگی، بهنام

تصویر به گواه تاریخ و پیشینه‏ای که خود،ثبت کرده است، از اولین دستاوردهای تلاش بشر برای ایجاد ارتباط با خدایان،همنوعان،نیروهای ناشناخته طبیعت و با پدیده‏های پیرامون بوده است.

تاریخ،گویای حضور تصویر در زندگی بشر در تمام‏ دوره‏ها،تمدن‏ها و سرزمین‏هاست.تصویر به بهانه‏های‏ مختلف مانند تزیین و زیبایی،ثبت وقایع،القاء پیام، ایجاد ارتباط،روایت و مسائل اعتقادی در زندگی‏ انسان‏ها حضور داشته و کاربردهای اخباری،ارتباطی، آیینی،تزیینی و روایی به خود گرفته است.

نقش روایتی تصویر،اطلاعات بسیاری را از گذشته‏های‏ دوره در اختیار ما می‏گذارد،نقش برجسته‏ها،نقوش‏ نمادین روی ظروف و نقاشی‏های دیواری نمونه‏هایی از روایت تصویر شده است.از آنجا که بسیاری از این‏گونه‏ تصاویر مربوط به زمان‏های دورتر از تاریخ پیدایش خط که خود نیز حاصل تکامل ارتباط تصویری است،می‏باشند اهمیت آنها بیشتر بر ما آشکار می‏شود.علم امروز قادر است بسیاری از ویژگی‏ها،حوادث،سنت‏ها،زمان و شرایط اجتماعی گذشتگان را از یادگارهای تصویری‏ استخراج کند و این نشانگر آن است که سنت‏های تصویری‏ تا چه اندازه با آداب و اندیشه‏های انسان‏ها عجین‏ می‏باشند.

از میان نقش‏هایی که تصویر در زندگی ما ایفا می‏کند نقش‏ اخباری و ارتباطی آن به دلیل قابلیت انطباق یافتن با زمان،در طول تاریخ زنده مانده و این قابلیت به زایش‏ خط،سمبل،نماد و زبان ویژه تصویری نیز منجر شده است.

زبان تصویری مانند کلام و حروف دارای آن چنان قواعد و اصول منظم و منطقی و از پیش طرح شده‏ای نیست که‏ در طول زمان توسط انسان ساخته و پرداخته شده باشد و این باعث گستردگی و اشتراک نسبی آن در جوامع‏ گوناگون گردیده است.

ارتباط تصویری ارتباطی است همه‏گیر یک پیام‏ تصویری در بین تمام ملل و نژادها و گروه‏های اجتماعی‏ نقش تقریبا مشابهی ایفا می‏کند.محدوده تأثیرگذاری و برقراری ارتباط به وسیله تصویر از حدود زبان‏ها و ارتباطات کلامی و مرزبندی‏های فرهنگی می‏گذرد.

از طرف دیگر پیام‏هایی که از طریق تصویر دریافت‏ می‏شوند به تجربه و تقابل ما با واقعیات نزدیکترند و به‏ همین دلیل تمایل داریم اطلاعات موردنیاز خود را از طریق تصویر دریافت نماییم.

زبان تصویر ابزاری توانمند برای شکل بخشیدن به‏ شناخت‏ها و انتقال آنهاست و از سوی دیگر ابزار کار آمدی برای دریافت پیام و اندیشه دیگران است.

محرک به وجود آوردن آثار بصری،استفاده از آنها به‏ منظور گسترده ساختن جریان ارتباط میان انسانهاست.

امروزه دیگر تنها هنرمندان،توانایی گفت‏وشنود تصویری را ندارند،هرچند آنها تواناترین گروه برای‏ استفاده از تصویراند،اما توانایی درک تصویری و تا حدودی بیان تصویری جنبه‏ای بسیار عمومی‏تر یافته است. شرایط اجتماعی قرن اخیر حتی نقاشی را نیز به‏عنوان‏ خالص‏ترین و مجردترین هنر تصویری به صحنه مناسبات‏ اجتماعی کشانده،آن را زبان گویای اندیشه،افکار و پسندهای انسان‏ها و وسیله برقراری گفتگوی دوسویه‏ درباره مسائل معاصر قرار داده است.

ابداع و پیدایش عکاسی،سینما،تلویزیون،دکوراسیون و گرافیک در اشکال متنوع آن ضرورت برخورداری تک‏ تک افراد جامعه را سواد بصری برای بهره‏مندی از روابط نوین اجتماعی را لازم می‏سازد.

سواد بصری که درپی هوشمند ساختن و آگاه کردن ما از رموز تصویر است،ما را کمک می‏کند تا راه‏های بهتری‏ برای وصول به آگاهی و دانش از طریق بینایی بیابیم.

«سواد بصری به ما کمک می‏کند تا آنچه را می‏بینیم بهتر ببینیم و آنچه را می‏دانیم بهتر بدانیم».نسل‏های جدید انس‏ بیشتری با رسانه‏ها پیدا می‏کنند و این انس منجر به‏ برخورد و تأمل درباره تصویر می‏شود و در نتیجه‏ ناشناختگی تصویر جای خود را به شناخت و بهره‏مندی‏ علمی از آن می‏دهد.تصویر در اکثر رسانه‏ها حضوری‏ ناگزیر دارد و در رسانه فراگیری چون تلویزیون و نیز هنر ارتباط تصویری نقشی بنیادی دارد.

با رشد ابزاری و محتوایی ارتباط تصویری،امروز دیگر کسی نمی‏تواند قابلیت‏های بالای ارتباطی یک تصویر را کتمان کند.

همه ما کما بیش با مرور ذهن خویش به تصاویری‏ برمی‏خوریم که در خاطر ما مانده‏اند و تأثیرات گوناگون بر ما گذاشته‏اند.تصاویر موفقی که سوای القاء آنی پیام،آن‏ را به همراه خویش در ذهن ما ثبت کرده‏اند.

نمونه‏های بسیاری از قابلیت‏ها و توانمندی‏های ارتباطی و اطلاع‏رسانی جمعی تصویر را سراغ داریم و حتی موارد بسیاری که منجر به یک تحول ذهنی و یا تغییر طرز تلقی‏ در مقیاس وسیعی از مخاطبین در مورد وقایع و رویدادها شده است.

همه ما به خاطر داریم که انتشار یک عکس از پیروزی‏ مردم ویتنام بر نظامیان آمریکایی که اسارت یک سرباز نظامی آمریکایی را روایت می‏کرد چه تصویر مبارزانه و پیروزمندانه‏ای از مردم ویتنام و چه تصویر حقارت‏آمیز و شکست‏پذیر و تحمیل‏گرایانه‏ای از نظامیان آمریکا در ذهن همه مردم جهان بر جای گذاشت و یا چاپ تنها یک‏ عکس در طی جنگ خلیج‏فارس در یکی از روزنامه‏های‏ انگلیسی به رغم تبلیغات وسیع و پرده‏پوشی‏ها،مخاطبین‏ آن را به سمت واقعیت کشتار در این جنگ معطوف نمود. تصاویر در جهان امروز درپی برقراری تعادلند.

تصاویر دیواری،پوسترها،عکس‏ها،کاریکاتورها، نقاشی‏ها،فیلم‏ها،مجسمه‏ها و نشان‏هایی که توسط هنرمندان ساخته می‏شوند،گرسنگی سیاهان،قربانیان‏ حوادث طبیعی،اثرات و بلایای جنگ،فقر و محرومیت‏ کشورهای جهان سوم،خشکسالی و قحطی،نقض حقوق‏ بشر،پایمالی ارزش‏های انسانی،آثار مواد مخدر، کشتارهای جمعی حکومت‏ها،فریادهای آزادی‏خواهی، جنبش‏های عقدیتی و ایدئولوژیکی،نزاع خونبار قدرتها و درماندگی انسان معاصر را پیش روی چشمان می‏گذارند و ساکت و خاموش ما را به قضاوت وا می‏دارند.

آنها نقش رسانه‏ای را دارند که سعی دارد با برملا کردن‏ نامتعالی‏ها،کاستی‏ها و اجحاف‏ها،ما را به سمت جهان‏ متعادل و عادلانه سوق دهد.

از آنجائی که اخبار و پیامهایی که از طریق تصویر به ما می‏رسند به تجربه‏های ما در رویارویی و تقابل با واقعیت‏های پیرامون نزدیکتر است،بخوبی از آنها تأثیر می‏گیریم.هرچند درک تصویری انسان‏ها تحت‏تأثیر فرهنگ و سنن اجتماعی آن‏ها و حتی شرایط اقلیمی شکل‏ می‏گیرد،اما اشتراک نسبی آن بین فرهنگ‏ها و جوامع‏ گوناگون تأثیری فراگیر درپی دارد.همه ما براساس یک‏ خصلت غریزی دوست داریم اخبار،اطلاعات و آگاهی‏هایمان را به وسیله تصویر دریافت کنیم و یا آنچه را بناست بپذیریم،به وسیله چشم تأکید کنیم و این بر اهمیت‏ جایگاه تصویر در همدوشی با رسانه‏ها در انتقال اخبار و اطلاعات می‏افزاید.

حتی ما برای تجسم بهتر اخبار،رویدادها و مطالبی که‏ می‏شنویم تصویر آنها را در ذهن می‏سازیم و شاید از این‏ طریق اشتیاق حس بینایی را برای رویارویی با آنچه‏ شنیده‏ایم اشباع می‏کنیم.«فکر کردن در ناخودآگاه غالبا به‏ صورت تصویر تجلی می‏یابد».

تصاویر حاوی خبرند.اطلاع کامل و درست از این اخبار مستلزم داشتن سواد بصری است.زبان تصویر قدرت‏ شگفتی در انتقال اخبار و مفاهیم دارد چرا که خود از وجوه‏ حسی بالایی برخوردار است و تأثیر آن از نوع تأثیرهای‏ تعاملی و ریشه‏ای است،هرچند که خود این تأثیر و تداعی‏ها نیز در حد بین هنر تعاملی و هنر تبلیغی‏ درجه‏بندی شده‏اند.

یک چیز را می‏توان با قاطعیت بیان کرد و آن این است که‏ تمام رسانه‏های بصری از معمولی‏ترین نوع آن گرفته تا شکل‏های بسیار هنرمندانه همگی کم‏وبیش حاوی‏ مقداری خبر هستند.تمام انواع آثار بصری خواه آنها که‏ در رده هنرهای کاربردی قرار گرفته‏اند و خواه آنها که در رده هنرهای زیبا هستند و به‏طور کلی در هر نوع

تصوری از شکل‏های بصری قابلیتی وجود دارد که عبارت‏ از خبررسانی درباره خود آن اثر یا جهان اطراف و یا نقاط و زمان‏های متفاوت است.

یک تصویر خوب وقتی خبر یا متنی را همراهی می‏کند مانند موسیقی است که بیان فیلم را تقویت و کامل می‏کند و ما را در ابعادی وسیعتر در جریان معانی فیلم قرار می‏دهد و به عبارت دیگر تأثیر روانی و حسی آن را بر عهده می‏گیرد.

هرچند در اکثر مواقع تصاویر علاوه بر وجوه حسی، اطلاع ما از کیفیت و کمیت موضوع موردنظر را نیز کامل‏ می‏کنند،همانطور که ممکن است موسیقی در متن فیلم‏ نقش دیالوگ و کلام را نیز برعهده بگیرد.

هویت رسانه‏ای تصویر ارائه پیام‏ها،اندیشه‏ها و دیدگاه‏ها، دانش و اطلاعات و خبررسانی را دربرمی‏گیرد.آن دسته‏ از تصاویری که دارای هویتی رسانه‏ای هستند به سه نوع‏ کاملا متمایز اطلاعات و اخبار خود را ارائه می‏دهند:

«1-اخباری که به صورت سیستم سمبل‏ها و یا صور رمزی گوناگون هستند.

2-اخباری که حالت بازنمایی یا شبیه‏سازی محیط خارج‏ را دارند.

3-اخباری که انتزاعی هستند و در واقع زیرساخت هر نوع تصویری از این جنبه انتزاعی برخوردار است.»

شاید قضاوت عمده نقش رسانه‏ای تصویر با سایر رسانه‏ها در همین زیرساخت انتزاعی و تجریدی آن باشد ک مورد قضاوت و واکنش‏های بسیار متفاوتی واقع شده‏ است.اساس یا صورت انتزاعی ارتباط تصویری باوجود تمام ژرفا و عمقی که دارد همیشه متهم به ابهام و دیر فهمی می‏شود.بررسی دلایل این ویژگی و به عبارت‏ دیگر کاستی‏های آن،مجالی دیگر می‏خواهد،ولی غالبا اعتراض به ابهام موجود در تصویر،حاصل سنجش آن با ارتباط کلامی یا گفتاری و یا شیوه‏های مستقیم‏تر و متداول‏تر ارتباط است که از بیانی معمولی‏تر نیز برخوردارند،در حالی‏که هر زبانی احاطه،بینش و تسلط خاص خود را می‏طلبد.

برقراری ارتباط با بیان تصویری نیز مستلزم برخورداری‏ از سواد بصری و درک تصویری اصولی و صحیح است و دیدن تنها،کافی نیست.چرا که درک تصویری فراتر از توانایی دیدن است و در واقع نوعی قدرت تحلیل، استنباط،تجربه و آشنایی با اصول تصویری را نیز به‏ همراه دارد.

سواد بصری فراتر از نیروی طبیعی بینایی،ذوق و سلیقه شخصی،آداب تصویری جمعی،نیروهای شهود درونی و درعین‏حال شامل همه اینهاست.

زیرساخت انتزاعی تصویر که ریشه در هوش و احساس ما دارد باعث شیرینی ارتباط تصویری می‏شود و فرصتی به‏ دست می‏دهد تا مخاطب،آسوده از عقلانیت و استنباطهای کلیشه‏ای،پیام تصویری را از طریق ارتباطی‏ درونی و صمیمی دریافت کند و به نوعی،در عمل‏ دریافت پیام اعمال نفوذ کند.

دست‏یابی به مفهوم یک تصویر،حاصل ارگانیسم بینایی، فکر،تجربخ و ادارک بیننده است و زمانی که پیامی به این‏ شکل به ما می‏رسد جذابیت‏های خاصی برای تأثیر و ماندگاری در ما می‏یابد،چرا که مخاطب در دستیابی به‏ مفهوم پیام نقش دارد و خبر و پیام به شکل مستقیم و تحمیل‏گونه به او نرسیده است.از طرفی این یک اصل‏ روانشناسی ثابت شده است که آنچه را با تأمل و ادراک‏ دریافت می‏کنیم بیشتر و قوی‏تر در خاطر خود حفظ نمائیم. ویژگی‏های یاد شده باعث شده است تا بسیاری از آموزش‏ها نیز به کمک تصویر تسهیل یابند،دستگاه‏های‏ کمک آموزشی اوپک،اورهد،اسلاید و نیز طرح‏ها، نمودارها،عکس‏ها و فیلم‏های آموزشی نقش حساسی در انتقال دانش و اطلاعات دارند.

ماهیت رسانه‏ای تصویر در قالب:

الف-طرح‏های اطلاع‏دهنده خبری و اعلان‏ها

ب-طرح‏های آموزشی

پ-تصاویر تبلیغاتی و ایجاد جاذبه‏های تبلیغی

ت-علائم راهنمایی و هشداردهنده و پیکتوگرام‏ها

ث-تصاویر بیان کننده اندیشه‏ها و افکار فردی و جمعی

ج-نشان‏های اختصاری

چ-نمادها و...

که شاید نتوان مرزبندی مشخصی میان آنها ترسیم کرد ایفای نقش می‏کند.

با نگاهی به پیرامون خود می‏بینیم که تصاویر در همه ابعاد زندگی حضور دارند و وفاق با پیرامون را برایمان ممکن‏ می‏سازد.

علائم راهنمایی و رانندگی،علائم هشدار دهند، پیکتوگرام‏ها،نقاشی‏های دیواری،تابلوهای فروشگاهها، تابلوهای تبلیغاتی کنار خیابان‏ها و روی اتوبوس‏ها، پوسترهای تبلیغاتی و سینمایی و فرهنگی،اعلان‏های‏ نمایشگاهها و کنسرت‏ها و خدمات،پلاکت‏های سینماها و تئاترها،طرح‏ها و تصاویر قوطی‏ها و بطری‏ها و پاکت‏ها و طرح جعبه‏های بسته‏بندی،نقوش روی لباس‏ها و پارچه‏ها و کاغذهای دیواری و زیراندازها و پرده‏ها،نقوش سنتی و طرح‏های صنایع دستی،طرح موزاییک‏ها و کاشی‏ها، نقوش روی ظروف،کارت پستال‏ها و کارتهای دعوت، کتاب‏ها و مجله‏ها و نوارها و دیسکت‏ها،عکس‏های خبری‏ مطبوعات و عکس‏های صنعتی و هنری و حرفه‏ای و عکس‏های یادگاری،تابلوهای نقاشی،طنزهای تصویری، طرح بروشورها و کاتالوگ‏ها و سربرگ‏ها،نقاشی‏های‏ کتاب کودکان،تصویرسازی مجلات و روزنامه‏ها و صفحه‏آرایی آنها،طراحی حروف،آگهی‏های تلویزیونی‏ و فیلم‏های آموزشی و فیلم‏های کارتونی و انیمیشن، تیتراژ و طراحی صحنه‏های تئاتر و سینما،نمودارها و طرح‏های آموزش‏دهنده،تصاویر کتب درسی و آموزشی، پرچم‏ها،آرم‏ها و نشانه‏های اختصاری،طرح‏های تبلیغاتی‏ روی اشیاء،آگهی‏های تبلیغاتی روزنامه‏ها،برچسب‏ها و...و همه نقش‏های با اهمیتی در زندگی ما دارند.

به هر تقدیر ده‏ها هزار سال پیش تصویر،اولین ابزار گفتگو پنهان انسان با خدیان و کم‏کم وسیله ارتباط انسان‏ها با یکدیگر شد و زبان پررمزوراز آن در متداولترین شکل‏ کاربرد خود یعنی تزیین و زیباسازی نیز خصوصیات خود را حفظ و به رغم پیدایش خط و زبان به حیات خود ادامه‏ داد،چرا که شیوه،قابلیت و جذابیت خاص خود را داشت‏ و حضور خط و زبان کاربردهای آن را نفی نمی‏کرد.

و امروزه به خاطر ارتباط گسترده و همه سویه‏ای که به‏ وسیله تصویر چه به‏عنوان پیام‏دهنده و چه در قالب‏ مخاطب با دیگران می‏گیریم و به واسطه اخبار،اطلاعات‏ و آگاهی‏هایی که از طریق آن کسب می‏کنیم درمی‏یابیم که‏ تصویر رسانه است.