

بازنمایی جنسیت در آثار نقاشان خودآموخته از منظر نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر

آرزو تقی‌پور^{۱*}، فریبا یآوری^۲، محسن مرانی^۳

چکیده

هدف این مقاله مطالعه نحوه بازنمایی جنسیت در آثار نقاشان خودآموخته براساس الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر است. خودآموختگان هنرمندانی تعلیم‌ندیده، فاقد آموزش رسمی و آکادمیک‌اند که به‌صورت خودجوش شروع به تولید آثار هنری می‌کنند. تجزیه و تحلیل این آثار با استفاده از دستور زبان بصری کرس و ون لیون در خوانش نشانه‌شناسی اجتماعی به رفع ابهام از تصاویر به‌عنوان سرگرمی صرف کمک و ایدئولوژی پنهان نقاشی‌ها را آشکار می‌کند. در این زمینه، ۳۲ اثر نقاشی از ۹ هنرمند خودآموخته، که در آن‌ها تصویر زن و مرد بازنمایی شده، انتخاب و تحلیل و بررسی شد. پژوهش به شیوه توصیفی تحلیلی و بر مبنای مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی است. نتایج تحلیل حاکی از آن است که آثار نقاش خودآموخته زن و مرد بیانگر تقسیم‌بندی جنسیتی نقش‌های اجتماعی است؛ با این تفاوت که نقاش زن به‌طور ضمنی یا علنی خود را به‌عنوان عنصر هسته‌ای برجسته‌نمایی و زن را کنشگر اصلی معرفی می‌کند. بنابراین، نقاش زن با آگاهی از سوگیری‌های جنسیتی اجتماعی سعی در تغییر آن به نفع خود دارد. نقاشان زن با وجه‌نمایی واقع‌گرایانه در آثار، نگاهی تبیینی به ویژگی و شرایط واقعی زنان دارند و از طرفی رویکردی برابرطلبانه به نقش زن و مرد دارند. در حالی که نقاش مرد نگاهی توصیفی دارد و به بازتولید نقش‌های کلیشه‌ای جنسیتی می‌پردازد.

کلیدواژگان

جنسیت، معنای بازنمودی، معنای ترکیبی، معنای تعاملی، نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر، نقاشان خودآموخته.

۱. arezou.taghipour@yahoo.com

۲. faribayavary@gmail.com

۳. marasy@shahed.ac.ir

۱. کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه شاهد

۲. کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه شاهد

۳. استادیار، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۸/۹، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۷

مقدمه و بیان مسئله

خلق هنر به ذوق، احساس و قریحه هنرمند وابسته است. باین حال، آموزش‌هایی که در مسیر آفرینش هنری ارائه می‌شود در رشد و تکامل بینش هنری و جهان‌بینی هنرمند تأثیرگذار است. این در حالی است که عدم بهره‌مندی از تعلیمات رسمی در هنرمندان خودآموخته، خودانگیختگی و کنش‌گریزی محض در آثار آنان را موجب شده است. مجسمه‌سازی، حجم‌پردازی و نقاشی از عرصه‌هایی است که به آن‌ها گرایش داشته‌اند و نقاشی هنری است که در آن تعداد درخور توجهی از نقاشان خودآموخته را زنان تشکیل می‌دهند. نقاشی اگرچه در ظاهر کنشی لذت‌بخش برای بیان شخصی هنرمند است، الگوهای از یک فرهنگ و ساختار گفتمانی مسلط در آثار زنان به چشم می‌خورد. آن‌ها پیوسته خود را به تصویر می‌کشند، اما با توجه به آگاهی از جایگاه خود در جامعه و پیوستگی با زندگی سنتی چگونه این ایده را عملی کرده‌اند؟ زنان همواره به علت حضور در صحنه‌های خصوصی زندگی و تقبل مسئولیت‌های داخل خانه از حضور در اجتماع در عرصه عمومی، چه عمدی و چه غیرعمدی، به حاشیه رانده شده‌اند. از این رو، بررسی نقاشی زنان از این جهت حائز اهمیت است که نشان می‌دهد آیا زن نقاش خودآموخته همچنان و به‌طور ناخودآگاه در پی تکرار کلیشه‌های جنسیتی و فرهنگی است یا اینکه تلاش می‌کند در اثرش ارزش‌آفرینی کند؟ آیا فضای خصوصی، خودمحوری و آزادی بیانی که هنر برای زن فراهم می‌آورد می‌تواند نگرش اجتماعی او را تغییر دهد؟ برای درک نگرش جامعه به زن نحوه بازنمایی جنسیت در آثار ۶ نقاش زن با آثاری از ۳ نقاش مرد بررسی و مقایسه شد. مطالعه براساس زبان‌شناسی نقش‌گرای هالییدی و به دنبال آن، و به‌طور مشخص، الگوی نشانه‌شناسی کرس و ون لیون انجام می‌شود که تصاویر در سه سطح معنای بازنمودی، تعاملی و ترکیبی بررسی می‌شوند. این مقاله می‌کوشد به این سؤال پاسخ دهد که در آثار نقاشان خودآموخته، به‌ویژه نقاشان زن، جنسیت چگونه بازنمایی شده است؟ فرضیه تحقیق بدین قرار است که به نظر می‌رسد نقاشی برای هنرمند خودآموخته یک ابزار بیانی است و مفهوم جنسیت در آثار نقاشان زن و مرد نمود متفاوتی دارد که بازتاب سوگیری‌های جنسیتی اجتماعی است. روش تحقیق به‌صورت توصیفی تحلیلی است و جمع‌آوری اطلاعات به‌صورت کتابخانه‌ای و اسنادی با ابزار مشاهده، فیش‌برداری و پایگاه داده‌های اینترنتی صورت گرفته است. جامعه آماری شامل نقاشان خودآموخته‌ای است که عضو «انجمن هنرمندان خودآموخته» خانه هنرمندان هستند، که علاوه بر آن، آثار مکرمه قنبری نیز که نخستین نقاش زن خودآموخته است ولی عضو انجمن نیست، به دلیل اهمیت آثارش انتخاب شده است. در مجموع، آثار ۹ نقاش، که فاقد سواد خواندن و نوشتن یا فاقد تحصیلات آکادمیک بوده‌اند و آثاری با موضوع و محتوای جنسیت داشته‌اند، بررسی شد.

پیشینه تحقیق

در دهه ۱۳۷۰، با ظهور آثار مکرمه قنبری، بانوی نقاش، هنرمندان خودآموخته توجه محققان را به خود جلب کردند؛ پژوهش‌هایی که عمدتاً به شرح زندگی‌نامه، معرفی آثار و دسته‌بندی‌های صوری و موضوعی ختم می‌شوند. پژوهش‌های صورت‌گرفته بدین شرح است: مقاله با عنوان «نقش‌هایی از یک زندگی روستایی (نگاهی به نمایشگاه نقاشی‌های مکرمه قنبری در گالری سیحون)» (۱۳۷۷) نوشته مرضیه پروهان؛ «مکرمه قنبری، مادر بزرگی که نقاشی می‌کرد» (۱۳۸۴) نوشته نسرين الماسی؛ پایان‌نامه «زندگی‌نامه مکرمه قنبری؛ نقاش خودساخته» (۱۳۸۶) نوشته مطهره صداقتی که آثار این هنرمند را به لحاظ موضوعی و مبانی تجسمی بررسی کرده است. «جایگاه هنر نائیف در بین هنرمندان آکادمیک و غیرآکادمیک ایران و اروپای قرن ۲۰» (۱۳۸۶) نوشته فریماه صادقی شقاقی که بیشتر تمرکز خود را بر هنرمندان حرفه‌ای اروپایی و هنرمندان ایرانی چون هنرمندان مکتب سقاخانه گذاشته است که از هنر نائیف در تولید آثارشان بهره گرفته‌اند. احمدرضا دالوند در مقاله‌ای با عنوان «نیروی ابهام» (۱۳۸۶) نظری مختصر به آثار مکرمه داشته است. مقاله زهرا مهاجری با عنوان «مش مکرمه بالاخره کار خودش را کرد» (۱۳۸۶)، «نقاشی‌های ننه‌حسن» (۱۳۸۸) نوشته سمیه رضایی، پایان‌نامه مصطفی داغمه‌چی با عنوان «بررسی آثار خانم مکرمه قنبری از دیدگاه تصویرسازی» (۱۳۹۰)، معرفی توکل اسماعیلی معروف به مش‌اسماعیل هنرمند خودآموخته در مقاله «مش‌اسماعیل؛ هنرمندی مردمی» (۱۳۹۱) تألیف علیرضا اسماعیلی، پایان‌نامه «مطالعه تحلیلی آثار نقاشی هنرمندان خودآموخته معاصر ایران (مطالعه موردی آثار مکرمه قنبری و کنیز عباس‌پناه)» (۱۳۹۲) به کوشش فاطمه محمدی، معرفی زهرا محرابی هنرمند خودآموخته در مقاله «اعتبار نقاشی در دهه هشتم» (۱۳۹۱) نوشته علی قهرمانی، «کلامی نائیو درباره هنر نائیو» (۱۳۸۸) به کوشش نرگس صاحب‌اختیاری در مورد خصوصیت کار هنرمندان خودآموخته و بالأخص در مورد آثار اسماعیل توکلی.

دستور طراحی بصری به‌مثابه ابزاری برای پژوهش نشانه‌شناسی اجتماعی

فردینان دو سوسور، به‌عنوان بنیان‌گذار نشانه‌شناسی، تأکید داشت که نشانه حاصل ارتباطی دلبخواهی میان دال و مدلول است. حال از این منطق نتیجه می‌گیرد که نشانه معنایی ذاتی و ثابت ندارد [۱۵، ص ۳۱] و زبان در واقع واقعیت را بازتاب نمی‌دهد، بلکه واقعیت را برمی‌سازد [۱۱، ص ۹۳]. گرچه سوسور هیچ علاقه‌ای به ایدئولوژی، فرهنگ و روابط قدرت نداشت، طبق دیدگاه وی، نظام‌های نشانه‌ها از سوی کدهای فرهنگی و ایدئولوژیک انسجام یافته‌اند، زیرا دلیلی ذاتی برای اینکه دال و مدلولی برای همیشه به هم مرتبط باشند نمی‌توان یافت. آیلو با

توجه به همین دیدگاه، ایدئولوژی را به‌منزلهٔ مجموعه‌ای از معناها و هنجارهای برساختهٔ اجتماعی تعریف می‌کند که در فرهنگ تجسم یافته، طبیعی شده و چنان در باور رایج جا افتاده‌اند که نامرئی شده‌اند. در دههٔ ۱۹۹۰، نشانه‌شناسی که همیشه در زبان‌شناسی ریشه داشته است، با ظهور نظریات مایکل هالییدی در مسیر جدیدی قدم برداشت. هالییدی نظریهٔ گفتمان میشل فوکو را به زبان‌شناسی بریتانیا وارد کرد [۱۱، ص ۹۱]. درحالی‌که زبان‌شناسی همواره به قواعد زبانی خارج از معنا توجه می‌کرد، وی با تمرکز بر فرم‌های گرامری زبان‌شناسی اجتماعی را بنیان گذاشت. او که رویکردی کارکردگرا به زبان‌شناسی داشت معتقد بود قواعد فرازبانی (مانند ایدئولوژی) نه‌تنها بر معنای نشانه‌های زبانی تأثیرگذارند، بلکه بر نحوهٔ ساختار گرامری آن نیز اثر می‌گذارند و این قواعد با نیت‌های خاصی در جهت پاسخ به علاقهٔ گروه‌های خاصی استفاده می‌شوند.

در این زمینه، با تلفیق رویکرد ساختارگرای سوسور و کارکردگرای هالییدی، رویکرد نوینی به نام نشانه‌شناسی اجتماعی بنیان گذاشته شد. این روش معنای نشانه را نه امری دلبخواهی، بلکه پدیده‌ای برانگیخته تلقی می‌کند که از سوی سامانه‌های اجتماعی فراخوانده می‌شود. به عبارت دیگر، بنا بر نظریهٔ نشانه‌شناسی اجتماعی، هر نشانه امکان تولید معناهای متفاوتی را دارد که گفتمان‌های گوناگون بر سر بار کردن معنای مورد نظر خود بر آن با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. بنابراین، در تحلیل نشانه‌شناختی اجتماعی به‌جای مطالعهٔ صرف نشانه، باید بر بستر فرهنگی و اجتماعی که نشانه در آن تولید و مصرف می‌شود متمرکز شد. نشانه‌شناسی اجتماعی شیوهٔ تحلیل هالییدی را در تشخیص سه نوع اصلی از کار نشانه‌شناسی دنبال می‌کند. هالییدی این سه نوع کار را فرانش می‌نامد و بین سه نوع آن تمایز قائل می‌شود: فرانش ذهنی، فرانش بین فردی و فرانش متنی. کرس و ون لیون این ایده را با کمی تغییر در واژگان دربارهٔ تصاویر به کار برده‌اند. آن‌ها به جای «بین فردی» از تعاملی، به جای «ذهنی» از بازنمودی و به جای «متنی» از ترکیبی استفاده کرده‌اند. به نظر کرس و ون لیون، هر تصویری نه‌تنها جهان را بازنمایی می‌کند، بلکه در تعاملات نقش بازی می‌کند و نوعی متن ترکیبی به وجود می‌آورد [۱۸، ص ۶]. کارکرد بازنمودی بخشی است که رابطهٔ بین افراد موجود در تصویر را نشان می‌دهد؛ فضایی که آن‌ها در آن قرار دارند. جهت نگاه افراد داخل تصویر، وضعیت نسبی قرارگیری شخصیت‌ها در تصویر و پیام یا درخواستی که همراه تصویر مطرح می‌شود کارکرد تعاملی تصویر را می‌سازند. طرح‌بندی و جاگذاری نقاط برجستهٔ تصویر کارکرد ترکیبی را می‌سازد.

معنای بازنمودی

معنای بازنمودی قبل از هر چیز با اجزای سازندهٔ تصویر (اشخاص، مکان‌ها و اشیا) مرتبط می‌شود. ایده‌های جدید نشانه‌شناسی اجتماعی برای تحلیل بصری معنای بازنمودی مربوط به

تأکید آن بر نحو تصاویر به‌منزله منبعی بازنمودی است. کرس و ون لیون الگوهای نحو بصری را برحسب کاربردشان در ایجاد ارتباط معنادار بین اجزای تصویر دسته‌بندی می‌کنند. دو نوع الگو وجود دارد: نخست، بازنمایی روایتی که اجزا براساس انجام و رخ دادن به هم مرتبط می‌کند و به عبارتی براساس نمایان کردن اتفاق‌ها و رویدادها یا فرایندهای تغییرات. نوع دوم الگوهای مفهومی‌اند که اجزا را براساس خصوصیات عمومی و پایداری ذاتی‌شان بازمی‌نمایانند. این الگوها اجزا را در حال انجام‌دادن کاری نشان نمی‌دهند، بلکه آن‌ها را در وضعیت چیزی بودن و یا معنایی داشتن یا به دسته‌ای متعلق بودن یا اجزا و ویژگی‌های معینی داشتن می‌نمایانند. انتخاب یکی از این الگوها مهم است، زیرا تصمیم بر بازنمایی با الگوی روایتی و مفهومی کلیدی است برای فهم گفتمانی که واسطه بازنمایی است [۱۷]. تصاویر روایتگر به‌واسطه وجود یک بردار شناخته می‌شوند. این بردار خطی است که دو سر آن اجزای مختلف تصویر را به هم مرتبط و متصل می‌کند و نشان‌دهنده حرکت و پویایی در تصویر است که به انجام‌دادن فعل یا روی‌دادن اتفاق منجر می‌شود. به این ترتیب، در چنین تصاویری همواره حداقل با یک رویداد یا کنش سروکار داریم [۷]. تصاویر فاقد بردار کنشی الگوی مفهومی دارند. در این تصاویر، افراد و مکان‌ها و اشیا به شکل بصری تعریف می‌شوند یا مورد تحلیل و دسته‌بندی قرار می‌گیرند [۱۶]، ص ۴۸. استفاده از این مفاهیم کمک می‌کند در تحلیل یک متن بصری بتوانیم پرسش‌هایی مشخص‌تر در چارچوب اجتماعی بپرسیم: از جمله اینکه در مجموعه‌ای از تصاویر نقش کنشگر به چه کسانی داده شده و چه کسانی بیشتر نقش هدف کنش را داشته‌اند؟ صاحب نگاه و موضوع نگاه چه کسانی بوده‌اند؟ چه کسانی در برابر یک موضوع مشخص، کنشگر و کدام گروه واکنشگر بوده‌اند.

معنای تعاملی

جهت نگاه مشارکت‌کنندگان موجود در تصویر، چگونگی قرارگرفتن آن‌ها در تصویر و پیام یا درخواستی که از طریق تصویر ارائه می‌شود معنای تعاملی تصویر را شکل می‌دهد. سه عامل مهم در درک معنای تعاملی از سوی مخاطب تأثیرگذارند: تماس، فاصله و زاویه دید. تماس از طریق نگاه افراد درون تصویر به بیننده رخ می‌دهد. گاه تصویر خطاب مستقیم ایجاد می‌کند. در این‌گونه موارد، کنش تصویری به وجود می‌آید. تولیدکننده از تصویر برای تأثیر بر بیننده، فراخواندن او بر عملی یا باوری استفاده می‌کند. به همین دلیل، به پیروی از هالییدی (۱۹۸۵)، چنین تصاویری را فراخواننده می‌نامیم. آنچه در تصویر نشان داده می‌شود می‌تواند ارتباط مشخصی با بینندگان ایجاد کند. در این تصاویر، شخصیت‌های درون تصویر از بینندگان چیزی می‌خواهند. از آن‌ها درخواستی دارند یا آنکه آن‌ها را سرزنش می‌کنند. نبود چنین تماسی نوع نگاه ما را به شخصیت‌ها تغییر می‌دهد. در چنین مواقعی، ما خود را از آن‌ها جدا می‌پنداریم.

چنین تصاویری را کرس و ون لیون «نشان‌دهنده» می‌نامند. ما در این‌گونه تصاویر اشخاص درون قاب تصویر را در حالت نمایشی خواهیم دید. آن‌ها ما را وادار می‌کنند به آن‌ها بنگریم. همان‌طور که به مردمی که متوجه نگریستن ما نیستند می‌نگریم. زاویه دید بیننده سومین عامل تأثیرگذار در درک مخاطب از تصویر است. یکی از پرسش‌های مهم هنگام تحلیل هر تصویر این است که چه کسی و با قرار گرفتن در چه زاویه‌ای این تصویر را به این صورت می‌بیند؟ زاویه دید بیانگر «برداشت‌های ذهنی» مخاطب از کنشگران بازنمایی شده است که با استفاده از زوایای عمودی، مورب و روبه‌رو نشان داده می‌شود. زوایای دید مختلف می‌تواند معانی مختلفی را به طور ضمنی و بالقوه به مخاطب برساند. استفاده از زاویه روبه‌رو با برداشت ذهنی مشارکت و تعامل همراه است. از این‌رو، بیننده دعوت می‌شود تا به بخشی از جهانی تبدیل شود که در تصویر ترسیم شده است. این زاویه هم‌سطح چشم است و به نوعی حاکی از قدرت برابر بیننده و کنشگر یا کنشگران تصویر است. زوایای مورب حس انفصال و جداسازی را انتقال می‌دهد که در آن کنشگران به صورت نیمرخ در تصویر نمایان می‌شوند که دلالت بر آن دارد که آنچه بیننده می‌بیند بخشی از جهان او نیست [۱۸، ص ۱۴۳]. از این زاویه، بیننده تعامل کمی با کنشگران تصویر دارد. زاویه دید عمودی به شکل نمادین به مفهوم قدرت مربوط می‌شود. اگر از بالا به چیزی نگاه کنیم، نشانه قدرت و تسلط نمادین ما بر آن است و اگر از پایین به آن نگاه کنیم، قدرت نمادین آن نسبت به ما نشان داده می‌شود. به عبارتی، انتخاب دید بالا نشان‌دهنده این است که خالق اثر کنشگرانش را تحت سلطه بیننده می‌داند و در پی اعمال تغییر یا قدرت نیست. در تصاویری که زاویه دید از روبه‌رو هستند بیننده با کنشگر درون تصویر بیشترین همراهی را دارد. در این صورت، نگاه کنشگران تصویر هم‌سطح چشم مخاطب خواهد بود که نشان‌دهنده برابری کنشگران داخل قاب تصویر و بینندگان از نظر قدرت و میزان تعامل است. زاویه دید افقی به میزان درگیری بیننده با موضوع یا جدایی آن‌ها از هم مربوط می‌شود. دید از روبه‌رو بیشترین میزان دخالت در موضوع کنش را به وجود می‌آورد. در حالتی که تصویر از کنار یا نیمرخ است، بیننده هم به شکلی عینی و هم به شکلی استعاری در کناره موضوع می‌ماند. به این ترتیب نوع زاویه دید بیننده به اثر مشخص می‌کند که خالق تصویر مخاطب را دعوت به مشارکت و تعامل در تصویر می‌کند یا اینکه تمایلی به تعامل با بیننده ندارد و می‌خواهد از وی دور باشد.

فاصله یا اندازه قاب تصویر به روابط مختلف میان کنشگران بازنمایی شده و بینندگان اشاره دارد. بسته به فاصله میان آن‌ها، درجات مختلف صمیمیت ایجاد می‌شود که رابطه شخصی، صمیمی‌تر یا غیرشخصی را پیشنهاد می‌کند. زمانی که مشارکت‌کنندگان در یک نمای بسته به تصویر کشیده می‌شوند، جزئیات ظاهر آن‌ها از جمله حالت چهره‌شان ثبت می‌شود که به آشکار شدن ردهای شخصیتی کمک می‌کند و موجب می‌شود بیننده احساس آشنایی و نزدیکی

بیشتری با آنها کند. در مقابل، زمانی که مشارکت‌کنندگان در نمای باز نشان داده می‌شوند، حس نزدیکی القا نمی‌شود و موجب می‌شود بینندگان کنشگران تصویر را جدا از خود قلمداد کنند [۱۶، ص ۱۴۶]. حد میان نمای بسته و نمای باز، یعنی مابین روابط صمیمی و عدم صمیمیت، را می‌توان در نمای متوسط یافت که در آن تصویر مشارکت‌کنندگان از جایی مابین کمر و زانو برش داده می‌شود که نشان از آن دارد که رابطه میان کنشگر و بیننده رابطه‌ای اجتماعی است.

معانی ترکیبی

کرس و ون لیون باور دارند که معانی ترکیبی یا متنی عناصر تعاملی و بازنمودی را باهم یکپارچه می‌کنند تا یک «کل معنادار» تشکیل دهند [۱۸، ص ۱۸۱]. معمولاً این کار از طریق سه منبع عمده ساختارهای ترکیبی- یعنی ارزش اطلاعات، قاب‌بندی و برجستگی- صورت می‌گیرد. ارزش اطلاعات یک تصویر عمدتاً از طریق جای‌گذاری و تعیین محل عناصر ترکیب تعیین می‌شود، بسته به آنکه یک عنصر در درون سه دوگانه مناطق تصویری (چپ/راست؛ بالا/پایین؛ مرکز/حاشیه) قرار گیرد یا نه، تصویر حاوی ایده خاصی خواهد بود. برای آنکه عنصری «عنصر معلوم» قلمداد شود، باید به‌مثابه چیزی نمایان شود که ظرفیت معنایی آن برای بیننده هم مستدل و عقلانی و هم بدیهی باشد؛ چیزی که او پیش از آن می‌داند، همچون «پیامی آشنا و نقطه عزیمتی توافقی برای یک پیام» [۱۸، ص ۱۸۷]. به همین ترتیب، برای آنکه یک عنصر «جدید» قلمداد شود، باید ظرفیت معنای آن به‌مثابه اطلاعات مسئله‌ساز و مناقشه‌آمیز ظاهر شود؛ چیزی که تاکنون برای بیننده ناشناخته بوده است یا شاید تاکنون توافقی در مورد آن صورت نگرفته است. از این رو، چیزی است که بیننده باید توجه خاصی بدان مبذول دارد. به‌طور کلی، در تصاویر آگهی‌های تجاری فضای معلوم معمولاً جایی است که متن کلامی در آن جای می‌گیرد. حال آنکه فضای جدید با یک یا چند تصویر پر می‌شود [۱۸، ص ۱۸۹]. ارزش اطلاعاتی که در بالا و پایین جای داده شده‌اند ویژگی‌های متمایزی را نیز در خود دارند؛ به‌نحوی که بخش بالایی یک ترکیب بصری حاوی چیزی است که به‌مثابه ایدئال یا آرمان نمایش داده می‌شود و بخش پایین تصویر اختصاص به آن چیزی دارد که واقعی است. بدین ترتیب، یک عنصر «آرمانی» «نوید یک محصول» یا «ذات تعمیم‌یافته و آرمانی اطلاعات را مجسم می‌کند» [۱۸، ص ۱۹۳] که به‌منزله پایدارترین بخش ترکیب بصری به تصویر کشیده می‌شود؛ بخشی که با نمایش «آنچه می‌بایست باشد» خواستار برانگیختن احساس ماست. در مقابل، یک عنصر «واقعی» به شیوه کمتر چشمگیرتری به بینندگان نمایش داده می‌شود که حاوی اطلاعات کاربردی‌تری در خصوص محصول است و جزئیاتی در مورد چگونگی تهیه محصول، محل سفارش یا نحوه کسب اطلاعات بیشتر در مورد محصول ارائه می‌دهد.

چیدمان فضایی حاشیه‌ای یا مرکزی عناصر یک ترکیب بصری معین دلالت بر مزیت (عنصر مرکزی) یا وابستگی به اطلاعات هسته‌ای (موارد حاشیه‌ای یا فرعی) دارد. زیرگروه چیدمان مرکز پیرامون کرس و ون لیون (۱۹۹۶) «سه‌قابی» است. از این‌رو، سه عنصر تصویری مجزا به‌صورت هم‌زمان به بیننده نمایش داده می‌شوند. ممکن است سه عنصر حس «قطبی‌شدگی» نوعی ساختار جدید معلوم را انتقال دهند، چنان‌که مرکز تصویر حاوی هسته اطلاعات است، حال آنکه حاشیه‌ها اطلاعات زمینه‌سازی را فراهم می‌آورند [۲۲، ص ۱۰۸].

بنا بر نظر کرس و ون لیون (۱۹۹۶)، «پیوستگی» زمانی به وجود می‌آید که اتصال‌هایی که واحدهای متنی متمایز را تعیین می‌کنند نداشته باشند؛ به‌گونه‌ای که «عناصر در یک جریان مستمر به هم مرتبط شوند». به لحاظ بصری، پیوستگی از طریق رنگ‌های مشابه، اشکال، بردارهای رابط، تصاویر همپوشان یا «زائد» حاصل می‌شود؛ یعنی از طریق نبود «خطوط قاب‌بندی» در اطراف عناصر تصویر و تأکید بر هویت گروهی آن‌ها. از سوی دیگر، «ناپیوستگی» از طریق وجود قاب‌بندی به‌واسطه وجود تضاد رنگ‌ها و اشکال و فضای سفید مابین عناصر به وجود می‌آید که به لحاظ بصری بر فردیت و تمایز دلالت دارد [۱۸، ص ۲۱۵]. هرگاه عناصر درون چیدمان یک تصویر جدا از هم باشند یا مرزی میان آن‌ها تعیین شده باشد، در آن صورت گفته می‌شود «قاب‌بندی قوی» صورت گرفته است، از این‌رو، برای بیننده به‌مثابه اجزای اطلاعات جدا از هم نشان داده می‌شوند. با این حال، اگر این عناصر به‌صورت مرتبط و متصل باهم نشان داده شوند، در آن صورت گفته می‌شود که «قاب‌بندی ضعیف» صورت گرفته است.

جزء ترکیبی برجستگی بر شیوه‌ای دلالت دارد که در آن برخی عناصر یک ترکیب بصری به نحوی چیده شده‌اند تا نسبت به عناصر دیگر چشمگیرتر به نظر آیند. جنبه‌هایی همچون محل قرارگیری عناصر در پیش‌زمینه و پس‌زمینه تصویر، اندازه آن‌ها و تضاد و اشباع رنگ آن‌ها می‌تواند سطح برجستگی را از طریق ایجاد سلسله‌مراتب، اهمیت میان عناصر و انتخاب برخی عناصر به‌عنوان عناصر مهم‌تر و سزاوار توجه بیشتر به دیگران کاهش یا افزایش دهد [۱۸، ص ۲۱۲]. درک مهم‌ترین و چشمگیرترین عناصر یک ساختار بصری از طریق این نشانه‌های عینی برجستگی به شناسایی مشارکت‌کننده اصلی فرایند بصری می‌انجامد [۱۳، ص ۳۳].

وجه نمایی

شیوه‌های وجه نمایی واقعیت در بازنمایی‌های بصری می‌تواند بر معیارهای مختلف حقیقت مبتنی باشد؛ مثلاً «وجه نمایی طبیعی» (واقعی) یا «حسی» (خیالی). وجه نمایی طبیعی مبتنی بر میزان تجانس میان ابژه یک تصویر و آن چیزی است که با چشم دیده می‌شود [۱۸، ص ۸۷]. به زبان ساده‌تر، هرچه میزان مطابقت و تناظر بیشتر باشد، وجه نمایی یک تصویر

بیشتر است. براساس نظر کرس و ون لیون (۱۹۹۶)، رنگ تأثیر زیادی بر وجه نمایی طبیعی دارد. آن‌ها بر این باورند که تصاویر طبیعی:

۱. به جای رنگ سیاه‌وسفید اشباع رنگ بیشتر؛

۲. به جای تک‌رنگی، تنوع رنگ؛

۳. رنگ‌های تعدیل‌یافته دارند، زیرا در این تصاویر از «لایه‌های رنگ‌های مختلف استفاده می‌شود» [۱۸، ص ۹۹]. همچنین، وجه نمایی طبیعی تحت تأثیر زمینه‌سازی تصویر یا به عبارت دیگر پس‌زمینه است. به‌طور کلی، وجود پس‌زمینه در یک تصویر وجه نمایی آن را از منظر واقع‌گرایانه بالا می‌برد، حال آنکه فقدان پس‌زمینه نیز وجه نمایی آن را کاهش می‌دهد. راه دیگر کاهش وجه نمایی یک تصویر ایجاد وجه نمایی حسی است. اگر تصویری برای ایجاد نوعی تأثیر حسی نمایش داده شده باشد، یعنی تأثیری بیشتر از تأثیر واقعی که احساسات بیننده را برمی‌انگیزد، در آن صورت از وجه نمایی طبیعی آن کاسته می‌شود تا برای آنچه کرس و ون لیون (۱۹۹۶) آن را وجه نمایی حسی می‌نامند جایی باز شود. از دیدگاه علمی و فناورانه، آنچه را واقعی قلمداد می‌شود می‌توان با روش‌های علم ایجاد کرد. بنابراین، یک طراحی خطی فنی بدون رنگ، منظر یا بافت وجه نمایی بیشتری نسبت به یک عکس دارد [۲۲، ص ۱۰۱]. این نقل‌قول به دو مفهوم دیگر وجه نمایی رهنمون می‌شود؛ یعنی «وجه نمایی علمی» (یا فناورانه) و «وجه نمایی انتزاعی» که نه مبتنی بر «راست‌نمایی» و نه «اثر» هستند، بلکه مبتنی بر آن‌اند که اشیا به‌طور کلی معمولاً یا براساس حقیقت‌های پنهان و عمیق‌تر چگونه هستند» [۱۶، ص ۱۵۱]. هیچ پس‌زمینه‌ای وجود ندارد. جزئیات ساده‌سازی شده یا رها شده‌اند و رنگ و عمق زائد و اضافی محسوب می‌شوند.

جنسیت

جنس و جنسیت از مفاهیم کلیدی در مطالعات فمینیسم است که به‌ویژه در مباحث زنان بسیار از آن‌ها استفاده می‌شود. قرابت لفظی این دو در زبان فارسی موجب شده است که در گفت‌وگوهای عمومی، به اشتباه، به جای یکدیگر به کار روند. این درحالی‌که است که این دو واژه نزد کارشناسان امور زنان معانی کاملاً متفاوتی دارند. به اعتقاد اونگر، واژه «جنس» باید به ابعاد بیولوژیکی مردانگی و زنانگی فرد محدود شود و «جنسیت» به صفات و ویژگی‌های اجتماعی دو جنس اطلاق شود. به بیان دیگر، واژه «جنسیت» به اجزای غیر فیزیولوژیکی جنس اشاره دارد که از نظر فرهنگی برای مردان یا زنان مناسب تشخیص داده می‌شود.

تفاوت‌های جنسی ممکن است طبیعی باشند، اما تفاوت‌های جنسیتی در فرهنگ ریشه دارند نه در طبیعت [۴، ص ۱۳۵]. جنسیت در واقع مجموعه انتظاراتی است از مرد و زن نوعی که در موقعیتی معین چه باید بکند. جنس جنبه زیستی هویت انسان را مشخص می‌کند. اما

جنسیت عاملی اجتماعی- فرهنگی است که در بستر اجتماعی و قراردادهای آن شکل گرفته و همواره قابل تغییر است. بنابراین، آنچه با عنوان نقش‌های ذاتی و طبیعی زنان و مردان در جامعه مطرح می‌شود حاصل نوعی ارزش‌گذاری و تقسیم کار جنسیتی است که عموماً در جهت بازتولید انواعی از تبعیض عمل می‌کند و همواره درصدد است این ارزش‌گذاری‌ها را از طریق متون مختلف به‌عنوان امری طبیعی به جامعه القا کند [۱، ص ۷]. نظریه‌پردازان فمینیست نشان می‌دهند که جنسیت به‌طور عمیقی در روابط اجتماعی نهفته است و زنان و مردان و روابط ساختاری بین آن‌ها را تعریف می‌کند. مردان قوی و زنان ضعیف باشند؛ مردان مستقل و زنان روابط خود را بر این اساس منطبق کنند؛ مردان احساسات خود را کنترل کنند و زنان عاطفی و پراحساس باشند. این انتظارات کلی جامعه نمونه ماهیت فرهنگی جنسیت است. این پیش‌فرض‌ها و پیش‌داوری‌های فرهنگی و اجتماعی سبب بازنمایی خاص زنان و مردان در رسانه‌ها می‌شود و از این طریق افکار و اندیشه‌های قالبی و کلیشه‌ای را تداوم می‌بخشد [۸، ص ۱۴۳-۱۴۵]. کلیشه‌های جنسیتی کلیه نقش‌ها، رفتارها و تفکراتی را شامل می‌شود که به‌طور مکرر انتظار می‌رود یک جنس در جامعه آن‌ها را ایفا کند یا آن‌چنان ببیند [۶، ص ۳۴]. سیمون دوبوار با طرح مفهوم دیگربودگی زنان به کلیشه‌های کهن و رایجی پیرامون زنان اشاره می‌کند که زن را غوطه‌ور در حالیت، دارای روحیه متناقض، محتاط و حقیر، فاقد قوه درک حقیقت و درستی خوانده‌اند. وی معتقد است که این رفتارها نه هورمون‌ها به زن القا کرده‌اند و نه ویژگی‌های آن‌ها از پیش در شیارهای مغز او نشانده شده‌اند، بلکه برهم کنش عوامل مختلفی است که موقعیت زن را می‌سازند [۵، ص ۵۰۳]. کلیشه‌های جنسیتی در نهایت به پیش‌داوری، تبعیض جنسیتی و تقسیم کار جنسیتی منجر می‌شود. ارتباط نزدیک زن با محیط خانگی از برخی تعارض‌های ساختاری بین خانواده و جامعه در کل، در هر نظام اجتماعی سرچشمه می‌گیرد. از آنجا که زنان با محفل خانگی پیوند یافته‌اند و در واقع کم‌وبیش در آن محبوس شده‌اند، آن‌ها با این مرتبه پایین‌تر سازمان اجتماعی فرهنگی برابر گرفته می‌شوند [۳، ص ۵۵-۵۷].

کلیشه‌ها و نقش‌های جنسیتی متأثر از آن را می‌توان برخاسته از الگوهای فرهنگی دانست [۱۲، ص ۹۲]. این کلیشه‌ها از طریق سیستم غالب در فرهنگ، استعارات، کنایه‌ها، داستان‌های اساطیری، تصویرهای نقاشی یا پیکرنگاری‌ها به افراد جامعه القا می‌شوند [۱۹، ص ۲۴]. امکان دارد برخی انحرافات از کلیشه‌ها صورت گیرد، اما به‌طور معمول رفتار کاملاً متفاوت با کلیشه جنسیتی از طرف جامعه طرد می‌شود. در این باره، می‌توان برخی از مفاهیم مهم را در تحلیل کلیشه‌های جنسیتی مدنظر قرار داد:

الف) نقش‌های جنسیتی و رفتارهای مربوط به آن: نقش‌های جنسیتی انتظاراتی هستند که جامعه از افراد خود به‌عنوان زن و مرد دارد. این نقش‌ها را می‌توان در سه دسته از هم

تمایز کرد: ۱. نقش‌ها و رفتارهای مختلف در درون خانواده [۹، ص ۳۳] که خود را در قالب پدیده‌هایی چون چندهمسری، پدسالاری، کدبانویی از جانب زن و رفتار (کنش) خشونت‌آمیز از جانب مردان نشان می‌دهد؛ ۲. نقش‌های اجتماعی و سیاسی [۹، ص ۴۰]، زنان اگر هم در سطوح اجتماعی فعال باشند، در سطوح کوچک‌تر و محلی فعال‌اند و نقش‌های حاشیه‌ای و جنبی را در اجتماع بازی می‌کنند و به‌عنوان سوژه جنسی مطرح می‌شوند؛ ۳. نقش‌های حرفه‌ای و شغلی [۹، ص ۴۵]. با یک نگاه جنسیتی مشاغل به دو بخش زنانه و مردانه تقسیم می‌شود که براساس آن کمیت و کیفیت حضور زنان و مردان در داخل و خارج خانه و انواع فعالیت‌های اجتماعی متفاوت (نابرابر) می‌شود؛

ب) ویژگی‌های خاص جنسیتی: منظور ویژگی‌های زمینه‌ای مانند سن، طبقه اجتماعی و اقتصادی، شکل ظاهری، میزان تحصیلات و غیره است [۱۰، ص ۱۷۲]؛

ج) ویژگی‌های شخصیتی (حالات روانی خاص) برحسب جنسیت: از منظر خصوصیات شخصیتی، مردان آفریننده، تصمیم‌گیر و اهل عمل هستند (فعال)، اما زنان وابسته و نظاره‌گر (منفعل). همچنین ویژگی‌هایی چون ضعیف، ترسو، بدون قدرت، کم‌هوش، حيله‌ورز و عاطفی بودن را به زنان و ویژگی‌هایی چون مستقل، استوار، شایسته، توانا، مصمم، مهاجم و متجاوز را به مردان نسبت می‌دهند [۲، ص ۲۴].

در این بین، رسانه‌ها نقشی مهم در بازتولید کلیشه‌های جنسیتی در جامعه برعهده دارند. از رسانه‌ها نمی‌توان انتظاری جز تأیید و همراهی با هنجارهای جامعه را داشت و درواقع در تقابل با اصلاحات در تفکرات قالبی عمل می‌کند [۱۴، ص ۳۶]. همان‌طور که جان استیوارت میل بیش از یک سده پیش نوشته است، هر آن چیزی که رایج است طبیعی شمرده می‌شود. انقیاد زنان به‌واسطه مردان عرفی جهان‌شمول است و هرگونه انحراف از آن طبیعتاً غیرطبیعی قلمداد خواهد شد. بیشتر مردان به‌رغم اشتیاق ظاهری به برابری، به ترک این نظم طبیعی چیزها، که برایشان منافع بسیار بزرگی دربردارد، میلی ندارند [۲۱، ص ۱۷۸]. از طرفی دیگر، آگاهی زن از سلطه فرهنگ بصری مردانه به اشکال مقاومت جلوه‌گر شد. هنر فمینیستی با صراحتی بی‌سابقه به نمایش تجربه‌های زیسته، عاطفی و هیجانی زنان پرداخت و تلاشی عامدانه برای دستیابی به فرم و زبان زنانه منعکس کرد [۲۰، ص ۴۵]. از این‌رو، انتظار می‌رود زمانی که زن در مقام خالق رسانه بصری نقاشی قرار می‌گیرد، سعی می‌کند به کارگیری استراتژی‌هایی کلیشه‌های مورد انتظار از تصویر زن را مخدوش و تصویری دوباره از زن خلق کند.


بازنمایی

از دیدگاه استوارت هال، بازنمایی عبارت است از هرگونه تجسم‌بخشیدن به مفاهیم و تصورات قالبی نمادین که بتوان منتقل و به‌صورت معنادار تفسیر کرد [۱۵، ص ۲۸]. هال بازنمایی را بخش اساسی از فرایندی توصیف می‌کند که در آن معنا تولید می‌شود و بین اعضای یک فرهنگ ردوبدل می‌شود. وی اضافه می‌کند که بازنمایی برساخت معنا از طریق زبان است. زبان، نشانه‌ها و تصاویر در شکل دادن به آنچه مردم به‌عنوان واقعیت درک می‌کنند نقشی مهم دارند. مفهوم بازنمایی در هنر همواره از مفاهیم کلیدی موردنظر در مباحث مربوط به مطالعات فرهنگی و رویکرد انتقادی و جامعه‌شناسانه به مطالعه هنرها بوده است. تعریفی که هال از مفهوم بازنمایی ارائه می‌دهد تعریفی جامع و درعین‌حال بنیادین است؛ تا جایی که معتقد است اساساً زبان از طریق بازنمایی کارکرد می‌یابد. هال معتقد است عمل بازنمایی نه‌تنها صرفاً منتقل‌کننده معنای از پیش‌ساخته نیست، بلکه در ساخت و تولید معنا نقشی فعال دارد. دیدگاه سنتی به فرایند تولید معنا از طریق بازنمایی برای همه پدیده‌ها معنایی از پیش‌ساخته و مستقل از نحوه بازنمایی آن‌ها متصور است. در این دیدگاه، چیزها در جهان مادی و طبیعی وجود دارد و مشخصه مادی و طبیعی آن‌هاست که تعیین‌کننده و سازنده معنای آن‌هاست.

جامعه آماری پژوهش

از مجموع ۶۲ هنرمند عضو انجمن هنرمندان خودآموخته، تا پایان سال ۱۳۹۴، ۲۵ نفر زن و ۳۷ نفر مردند که در رشته‌های نقاشی و مجسمه‌سازی به فعالیت می‌پردازند. هشت نقاش زن و مرد که در آثارشان به بازنمایی جنسیت پرداخته‌اند گزینش شد. در این میان، صرفاً نقاشانی که فاقد تحصیلات دانشگاهی یا سواد خواندن و نوشتن بودند مدنظر بوده‌اند. هنرمندان عبارت‌اند از اکرم سرتختی، نرگس یوری، زهرا سهرابی، رضا بلوط، امیره محمدهادی، علیرضا دزواره، منور رضانی و رسول ابراهیمی. آثار مکرمه قنبری، که از زنان پیشگام عرصه هنر خودآموخته است، اما عضو انجمن نبوده است، به دلیل ارزش آثار در پژوهش لحاظ شده است. درنهایت، ۳۲ اثر جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دهند (جدول ۱).

جدول ۱. جامعه آماری پژوهش

		
اکرم سرتختی	اکرم سرتختی	اکرم سرتختی
		
زهرا سهرابی	زهرا سهرابی	نرگس یاوری
 		
امیره محمدهادی	رضا بلوط	زهرا سهرابی

		
<p>علیرضا دزواره</p>	<p>علیرضا دزواره</p>	<p>علیرضا دزواره</p>
		
<p>مکرمة قنبری</p>	<p>مکرمة قنبری</p>	<p>مکرمة قنبری</p>
		
<p>مکرمة قنبری</p>	<p>مکرمة قنبری</p>	<p>مکرمة قنبری</p>

		
<p>منور رضانی</p>	<p>منور رضانی</p>	<p>منور رضانی</p>
		
<p>منور رضانی</p>	<p>منور رضانی</p>	<p>منور رضانی</p>
		
<p>رسول ابراهیمی</p>	<p>رسول ابراهیمی</p>	<p>منور رضانی</p>

تحلیل آثار

جدول ۲. تحلیل آثار براساس الگوی طراحی بصری کرس و ون لیون

معنای ترکیبی (ارزش اطلاعات، برجستگی، قاب)	معنای تعاملی (تماس، فاصله، زاویه دید)	معنای باز نمودی (الگوی بصری، چیدمان، اشیا، اجزای همراه)	نام اثر	نام هنرمند
		کنشگر: زن، در، ماه و ستاره		
زن و در برجسته‌نمایی شده، قاب‌بندی قوی (زن در قاب نور سفید و در، در قاب تیره دیوار)	تماس با بیننده، فراخواننده، نمای نزدیک، زاویه روبه‌رو	نمای بیرونی: خانه سنتی ایرانی کنش: زن در حال شادی، هورا کشیدن، صعود	دعا	
		کنشگر: پرنده، دو مرد، دو زن		
پرنده برجسته‌نمایی شده به لحاظ رنگ و موقعیت مرکزی	بدون تماس، ارائه‌دهنده، افراد نمای دور، پرنده نمای نزدیک، زاویه دید مورب	نمای بیرونی: خانه سنتی ایرانی کنش: مرد آسمان را نگاه داشته، دختر و پسر باهم حرف می‌زنند، پرنده و دختر سوار بر آن در حال عبور	آرزو	اکرم سرتختی
		کنشگر: دلقک یا زنی با ماسک، هفت‌سین کنش: شادی، هورا کشیدن، پریدن به سمت بالا، صعود	سال نو	
چهره و چشمان دلقک برجسته‌نمایی شده و در مرکز قرار دارد.	تماس با بیننده، فراخواننده، نمای نزدیک، هفت‌سین نمای دور، زاویه روبه‌رو			
		کنشگر: ۶ زن و دختر و پسر بچه، باغ میوه کنش: میوه‌چینی		نرگس یآوری
درخت در مرکز و زن و دختر با لباس سرخ و سیاه برجسته‌نمایی شده.	تماس با بیننده، فراخواننده، نمای متوسط، زاویه روبه‌رو			
سماور به دلیل رنگ و موقعیت مرکزی برجسته‌نمایی شده. زن در انبوه گل‌ها محو و مرد در پس‌زمینه قرمز تصویر در حاشیه قرار دارند. قاب‌بندی قوی دارد.	ارائه‌دهنده، نمای نزدیک، زاویه تصویر به جز زن از روبه‌رو	کنشگر: سماور، مرد، باغ گل، بساط چایی کنش: نگاه مرد به زن	سماور	زهرا سهرابی
		کنشگر: زن، دار قالی، حیاط خانه سنتی ایرانی، چرخ نخی‌ریسی، چراغ روشن، باغچه، در	خانه پدری	
چرخ نخی‌ریسی بزرگ به دلیل رنگ و موقعیت مرکزی برجسته‌نمایی شده. زن خیلی کوچک به اندازه چراغ است و	ارائه‌دهنده، نمای دور، زاویه روبه‌رو			

بازنمایی جنسیت در آثار نقاشان خودآموخته... ۸۱

نام هنرمند	نام اثر	معنای بازنمودی (الگوی بصری، چیدمان، اشیا، اجزای همراه)	معنای تعاملی (تماس، فاصله، زاویه دید)	معنای ترکیبی (ارزش اطلاعات، برجستگی، قاب)
		بسته، دیوار، چاه آب کنش: نگاه زن به بیننده		زیر چرخ بزرگ نشسته است.
	خانه پدري	کنشگر: مرد، فضای داخل خانه سنتی ایرانی شامل کرسی کنش: مرد در حال چای خوردن	فراخواننده، نمای دور، زاویه روبه‌رو	مرد به علت موقعیت مرکزی‌اش در تصویر برجسته‌نمایی شده درحالی‌که کرسی و متعلقاتش، قالیچه و به‌خصوص پرده گلدار بالای تصویر به علت جلوه و غنای رنگی برجستگی بیشتری دارند.
رضا بلوط	تصویر ۱	کنشگر: زن و مرد، قایق، دریا، بادبان‌ها کنش: عبور	فراخواننده، نمای متوسط، زاویه روبه‌رو	برجستگی بادبان به علت رنگ تیره در متن روشن
امیره محمدهادی	تصویر ۲	کنشگر: زن، آینه، ماسک‌ها، فضای داخل اتاق کنش: نقاب‌زدن	ارائه‌دهنده، نمای نزدیک، پشت به بیننده	برجستگی به چهره بی‌حالت و ناپیدای زن در آینه داده شده است.
	تصویر ۳	کنشگر: دو نفر نقاب‌زده، فضای داخل اتاق یا کافه کنش: صحبت کردن	ارائه‌دهنده، نمای نزدیک. زاویه روبه‌رو.	برجستگی نقاب‌ها به علت موقعیت مرکزی
علیرضا دزواره	خانه	کنشگر: زن و مرد و ۳ دختر و پسر، حیاط خانه روستایی، قالی، سماور، بالشت، ظرف میوه و چایی، دوک نخ‌ریسی، سبدهای پشم، درهای باز و بسته کنش: صحبت پسرها با پدر، نگاه دختر به پدر، نگاه پدر به پسر، مادر در حال نخ‌ریسی کنار سماور	ارائه‌دهنده، نمای دور، زاویه دید مرد از روبه‌رو، دختر، زن و یکی از سرها مورب و پسر دیگر از پشت	برجستگی به مرد داده‌شده به‌واسطه اندازه و قرار گرفتن در پرتو مهتاب و همچنین نوری که از در باز پشت سرش به او می‌رسد. مرد روی قالیچه بزرگ و روشن نشسته است. زن در قسمت کم‌نور کنار سماور پشت به در بسته در حال نخ‌ریسی است.
	غروب	کنشگر: مرد کشاورز، گندمزار دشت، رودخانه، درخت کنش: مرد کشاورز در گندمزار مشغول است.	ارائه‌دهنده، زاویه مورب، نمای دور	گندمزار به دلیل تأکید رنگی و در پرتو نور خورشید برجسته شده است.

معنای ترکیبی (ارزش اطلاعات، برجستگی، قاب)	معنای تعاملی (تماس، فاصله، زاویه دید)	معنای باز نمودی (الگوی بصری، چیدمان، اشیا، اجزای همراه)	نام اثر	نام هنرمند
زن به دلیل رنگ سفید چادر برجسته‌نمایی شده.	ارائه‌دهنده، نمای دور، پشت به بیننده	کنشگر: زن و مرد، نهر آب، طبیعت کنش: مرد به سمت آب می‌رود. در حال حرکت.	-	
برجستگی به موجود خیالی و زن داده شده.	ارائه‌دهنده، نمای نزدیک، زن دید از روبه‌رو مابقی مورب، فاصله ندارند.	کنشگر: ۲ زن، چند مرد، یک موجود خیالی (هیولا؟)، شمشیر، حمله کنش: مبارزه	تصویر ۱	
مرد با چشمان بسته در مرکز تصویر برجسته‌نمایی شده. زن‌ها و مرد هم‌اندازه‌اند.	ارائه‌دهنده، نمای متوسط، زاویه مرد روبه‌رو، زن‌ها مورب، فاقد تماس با بیننده	کنشگر: ۲ زن و یک مرد، فضای نامشخص، درخت، (زنجیر؟ میوه؟ لامپ‌های رنگی؟) کنش: مشاجره، تنبیه مرد توسط زن‌ها؟ خشم، نارضایتی، اکراه مرد، فریاد	تصویر ۲	
برجستگی چهره زن به علت موقعیت مرکزی، رنگ چهره و حالت چهره	ارائه‌دهنده، نمای نزدیک، زاویه روبه‌رو ولی فاقد تماس با بیننده	کنشگر: زن روستایی، فضای باز طبیعت، خوشه‌های گندم، داس کنش: درو کردن، نگاه متفکر یا غمگین زن	تصویر ۳	مکرمه قنبری
برجستگی به زن داده‌شده به واسطه غنای رنگی و پرداخت به جزئیات. زن و مرد هم‌اندازه‌اند.	ارائه‌دهنده، نمای نزدیک، زاویه روبه‌رو ولی فاقد تماس با بیننده	کنشگر: یک زن و دو مرد، فضای باز طبیعت کنش: دست‌زدن یک مرد به زن، نارضایتی زن، مخالفت، خشم	تصویر ۴	
برجستگی به چهره زن	ارائه‌دهنده، نمای نزدیک، زاویه روبه‌رو، نگاه مستقیم نیست تماس با بیننده ضعیف است.	کنشگر: دختر جوان کنش: لبخند	تصویر ۵	
زن و مرد هم‌اندازه‌اند، ولی برجستگی به زن داده شده به دلیل پرداخت به جزئیات	ارائه‌دهنده، نمای نزدیک، زاویه روبه‌رو ولی فاقد تماس با بیننده	کنشگر: زن و مرد، پرنده، گلدان، فضای باز و نامشخص کنش: درگیری، دعوا، بروز خشم	تصویر ۶	

نام هنرمند	نام اثر	معنای باز نمودی (الگوی بصری، چیدمان، اشیا، اجزای همراه)	معنای تعاملی (تماس، فاصله، زاویه دید)	معنای ترکیبی (ارزش اطلاعات، برجستگی، قاب)
منور رمضانی	تصویر ۷	کنشگر: هیولا یا موجود خیالی با سر مرد، مردان و زنان، فضای باز بیرون از خانه	ارائه‌دهنده، نمای دور، زاویه مورب، فاقد تماس با بیننده	برجستگی به هیولا داده شده به لحاظ اندازه و پرداخت به جزئیات
	تصویر ۸	کنشگر: زن و مرد، فضای پیچیده و نامشخص کنش: کتک‌زدن زن توسط مرد، دفاع زن، مبارزه، خشم	ارائه‌دهنده، نمای نزدیک، زاویه مورب، فاقد تماس	برجستگی به مرد داده شده به دلیل موقعیت مرکزی در تصویر و رنگ سیاه لباس در زمینه رنگارنگ تصویر
	تصویر ۱	کنشگر: زن و مرد، فضا نامشخص، چراغانی شده کنش: زن و مرد دست یکدیگر را گرفته‌اند.	فراخواننده، نمای متوسط، زاویه روبه‌رو، تماس با بیننده	برجستگی به زن و مرد داده شده هر دو هم‌اندازه و پرداخت جزئیات یکسان است.
	تصویر ۲	کنشگر: زن، مرد، پرندگان، فضای باز، درخت میوه کنش: زن میوه می‌چیند. مرد به زن نگاه می‌کند.	فراخواننده، نمای متوسط، زاویه زن روبه‌رو، زاویه مورب، تماس با بیننده	برجستگی به زن (پرداخت به جزئیات) و درخت (رنگ و موقعیت مرکزی) داده شده. زن و مرد هم‌اندازه‌اند.
	تصویر ۳	کنشگر: زن و مرد، درخت پرگل، قالیچه کنش: مرد به زن گل می‌دهد.	ارائه‌دهنده-فراخواننده، نمای متوسط، زاویه زن روبه‌رو، مرد مورب. تماس دارد.	بر همه اجزای تصویر به یک اندازه تأکید شده است. همه برابرند.
	تصویر ۴	کنشگر: زن و مرد، درخت پرگل، قالیچه کنش: گل چیدن زن و مرد از درخت	فراخواننده، نمای متوسط، زاویه زن روبه‌رو. تماس با بیننده	بر همه اجزای تصویر به یک اندازه تأکید شده است. همه برابرند.
	تصویر ۵	کنشگر: زن، مرد، مهمان‌ها داخل اتاق دور کرسی یا سفره، زن بیرون اتاق کنش: زن برای مهمان‌ها غذا می‌آورد.	ارائه‌دهنده-فراخواننده، نمای متوسط، زاویه زن روبه‌رو، مهمان‌ها از بالا، تماس دارد.	زن و سفره به دلیل اندازه، رنگ و موقعیت مرکزی برجسته‌نمایی شده‌اند.
	تصویر ۶	کنشگر: زن و مرد، فضای داخل اتاق، دار قالی، قالیچه.	ارائه‌دهنده-فراخواننده، نمای متوسط، زاویه زن روبه‌رو، مرد، مورب،	زن به دلیل اندازه و رنگ برجسته‌نمایی شده است.

۸۴ زن در فرهنگ و هنر، دوره ۱۱، شماره ۱، بهار ۱۳۹۸

نام هنرمند	نام اثر	معنای باز نمودی (الگوی بصری، چیدمان، اشیا، اجزای همراه)	معنای تعاملی (تماس، فاصله، زاویه دید)	معنای ترکیبی (ارزش اطلاعات، برجستگی، قاب)
		کنش: مرد وارد اتاق می‌شود، زن موهایش را شانه می‌زند.	تماس دارد.	
	تصویر ۷	کنشگر: زن، دختر، دار قالی، چرخ نخ‌ریسی، ابزار قالی‌بافی، داخل حیاط خانه	فراخواننده، زاویه روبه‌رو، نمای متوسط، تماس با بیننده	برجسته‌نمایی زن و دار قالی به دلیل رنگ، اندازه و موقعیت مرکزی
	تصویر ۸	کنشگر: مهمان‌ها در اتاق دور سفره یا کرسی کنش: نگاه به بیننده	فراخواننده، نمای دور، زاویه دید از بالا، تماس با بیننده	سفره به دلیل موقعیت مرکزی و رنگ برجسته‌نمایی شده است.
	تصویر ۹	کنشگر: ۷ مرد، ۲ زن، ۲ اسب، ۵ موجود دریایی، رودخانه، یک زن (پری آب؟) کف رودخانه کنش: همگی در حال عبور از رودخانه	ارائه‌دهنده، نمای متوسط، زاویه دید اشخاص مورب ولی زن در آب از روبه‌رو، تماس ندارد.	یکی از مردها به دلیل رنگ لباس و موقعیت مرکزی برجسته‌نمایی شده است.
	تصویر ۱	کنشگر: ندارد. سردیس شکسته یک زن، صفحه روزنامه، گل	ارائه‌دهنده، زاویه روبه‌رو، نمای متوسط، فاقد تماس به علت چشمان بسته	برجستگی به چهره زن داده شده به علت رنگ و موقعیت مرکزی
رسول ابراهیمی	تصویر ۲	کنشگر: دختر جوان، دوچرخه، سردیس مردان، فضای شهری کنش: دختر در حال دوچرخه‌سواری و عبور از فراز سردیس‌ها، نگاه مردان به دختر	ارائه‌دهنده، نمای متوسط، زاویه دید سردیس‌ها مورب زاویه دید دختر رو به بیننده ولی به علت خالی بودن چشم‌ها، تماس با بیننده ضعیف یا قطع شده است.	برجستگی به تصویر زن داده شده است به لحاظ موقعیت در تصویر و رنگ
	تصویر ۳	کنشگر: زن، بادبزن، شانه، فضای باز و طبیعت کنش: نگاه زن به بیننده	فراخواننده، نمای نزدیک، زاویه دید روبه‌رو ولی به علت مخدوش شدن یکی از چشم‌ها، میزان تماس کاهش یافته.	برجستگی به چهره زن داده شده به لحاظ موقعیت مرکزی و سپس بادبزن به علت پرداخت به رنگ و جزئیات

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، با استفاده از ابزارهایی که نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر در اختیار می‌گذارد به بررسی آثار پرداخته شد. همچنان که از جدول ۲ استنباط می‌شود، انسان به‌عنوان کنشگر در همه آثار حضور دارد که نشان می‌دهد این تصاویر، تصویر واقعی از زندگی مخاطبان را منعکس می‌کند؛ جایی که افراد، کنش‌ها و روابط اجتماعی آن‌ها نقش اصلی را دارد. از نکات مهم در بازنمود آثار زنان نقاش، حضور در جمع، محیط خانواده، فضای داخلی، خانه، اندرونی است و افراد کنشگر تصویر در تعامل با یکدیگر قرار دارند. در چنین فضایی تأکید بر نقش حمایتی چشمگیرتر می‌شود. ناکلین در این مورد اشاره می‌کند که زنان به دلیل درونی‌کردن مطالبات جامعه مردسالار و هم به دلیل ازدیاد لوازم و وسایل رفاهی مادی اغلب تضعیف می‌شوند. زن طبقه متوسط تمایل بیشتری برای رهانشدن از زنجیرهایش را دارد. در تحلیل معنای تعاملی نیز ملاحظه شد که در آثار زنان، زن اغلب نگاه خیره به بیننده دارد که این‌گونه نگاه دربردارنده میل کنشگر به برقراری تعامل و تماس با بیننده است. درحالی‌که از آثار ۳ نقاش مرد فقط در اثر رضا بلوط نگاه خیره و تصویر تعاملی مشاهده می‌شود. چنین تصاویری را کرس و ون لیون (۱۹۹۶) تصاویر تقاضایی می‌نامند. از این‌رو، نقاش زن رسانه هنر را به وسیله ایجاد ارتباط مبدل کرده است و بیننده را به واقعیت اصلی زندگی زنانه خود فرامی‌خواند. درحالی‌که نقاش مرد تمایل دارد با مخدوش کردن نگاه زن در تصویر نوعی مالکیت یا حصار برای آن ایجاد کند. پس از تحلیل الگوهای نحوی بصری در زمینه نحوه بازنمایی جنسیت در نقاشی‌ها روشن شد که وجه نمایی آثار یکسان نیست. وجه نمایی نقاشی‌های ابراهیمی و بلوط غیرواقع‌گرایانه و خیالی است، درحالی‌که در آثار دزواره وجه نمایی به‌شدت واقع‌گرایانه است. بنابراین تصویر زن در آثار دزواره بازنمایی تجربه زیسته زنان است. در آثار نقاشان زن وجه نمایی واقع‌گرایانه بیشتر به چشم می‌خورد. آثار زهرا سهرابی، نرگس یاوری، منور رضانی و امیره محمدهادی نشان‌دهنده تلاش هنرمند در جهت بازآفرینی دنیای واقعی‌اند. آثار اکرم سرتختی و مکرمه قنبری اما نمود متفاوتی دارند. آثار آن‌ها ساختار مفهومی قوی‌تری دارد و نسبتاً نیمه‌واقع‌گرایانه یا کاملاً خیالی‌اند. تناظر زن/درون و مرد/بیرون گفتمان غالب تصاویری است که وجه نمایی واقع‌گرایانه دارند. زن در ارتباط با لایه‌های درونی‌تر، خانه، سکون و خانه‌داری به تصویر کشیده شده است و مرد با مفاهیم تحرک، تغییر و دنیای خارج از خانه. باین‌حال، نوع نگاه نقاش زن به زنانگی و جنسیت با نگاه مرد یکسان نیست. در نقاشی *سماور* اثر زهرا سهرابی، بیان کنایه‌آمیز نقاش در قرار دادن سماور به‌عنوان شخصیت اصلی و مرکزی تصویر، به‌عنوان رابط زن به مرد، به‌عنوان میانجی، نشان‌دهنده سطحی از آگاهی و اعتراض است. این اعتراض را به شکلی مشابه در سایر آثارش می‌توان دید؛ در تصویر *خانه پدری* زن اگرچه در نمای دور و کوچک ترسیم‌شده و به‌راحتی به چشم نمی‌آید، با نگاه خیره درخواست‌کننده حتی از این فاصله ابراز می‌کند که

تمام زندگی این خانه به من بستگی دارد و همه آن‌ها منتظر رسیدگی من‌اند: دار قالی، چرخ نخ‌ریسی، آب کشیدن از چاه تمیز این خانه و حیاط. نقاش با قراردادن چراغی با فتیله روشن در قسمت راست و نزدیک به مرکز تصویر و از طرفی هم‌اندازه کشیدن زن و چراغ روشن بر اهمیت خود تأکید می‌کند؛ اهمیتی که شاید فقط خود به آن آگاهی یافته است. حتی در نقاشی بعدی نیز اگرچه ظاهراً هیچ زنی دیده نمی‌شود، همچنان نقاش تلاش می‌کند خود را ارائه دهد و این کار را از طریق قراردادن مقدمات تهیه‌ی چای در پایین تصویر انجام می‌دهد. کفش‌های زنانه‌ای که دیده می‌شود، چیدمان اتاق، بالش‌ها و قالیچه و روکرسی و بساط چایی جلوی مرد همگی آثار حضور زنی است که دیده نمی‌شود. نکته‌ی ظریف در این تصویر پرده‌ی گل‌داری است که به لحاظ موقعیت، اندازه و ضربان رنگ و نقش، موقعیت مرکزی مرد را در تصویر تحت‌الشعاع قرار داده است. پرده‌ای که تجسمی از چادر گل‌دار زن است. آثار سهرابی اگرچه نمود بارز زنی سنتی است که در فضای محصور خانه یا در فضای بیرون خانه همراه مرد تعریف می‌شود و نقش‌های تکراری و کلیشه‌ای‌اش را ایفا می‌کند، رویکردی برابرطلبانه دارد. منور رضانی هم یک زن سنتی را در فضای درون ترسیم کرده است. با این تفاوت که به‌شدت برابرطلبانه است و این را از طریق هم‌اندازه کشیدن مرد و زن و گاهی بزرگ‌تر نشان‌دادن زن ابراز می‌کند. رابطه‌ی زن و سماور در اثر علیرضا دزواره شکل دیگری به خود می‌گیرد. در اثری با عنوان *خانه*، مرد مخدوم و زن خادم ترسیم شده است. زن در جوار سماور، روی قالی کوچک‌تر، کنار سبدهای انبوه پشم، پشت به در بسته، در قسمت تاریک تصویر، در حال نخ‌ریسی است. مرد روی بزرگ‌ترین قالی، در قسمت نورانی، کنار در باز به اتاقی روشن، با ظرف‌های میوه و چایی پذیرایی می‌شود. حتی در تصویری که زن و مردی در طبیعت به تصویر کشیده است همین گفتمان مردسالارانه به چشم می‌خورد. نگاه به زن در آثار رسول ابراهیمی و رضا بلوط توصیفی است و ویژگی‌های زن آرمانی را دارد و بر چهره و زیبایی‌های زنانه تأکید شده است. نقاشی مکرمه قنبری اعتراض آشکار بر تبعیض‌های جنسیتی است و زنی را به تصویر می‌کشد که با مرد مبارزه می‌کند. حتی در تصویر ۸، که زن مغلوب مرد شده است، نقاش با خلق یک زمینه‌ی انباشته از رنگ، سعی در پنهان کردن حقیقت دارد، زیرا نقاش فقط خواهان برابری است و این برابرطلبی در نقاشی‌ها بارز است. نقاشی مکرمه زنی فراسوی خانه را به تصویر می‌کشد و ارتباط مکانی زن/درون را نادیده می‌گیرد؛ کاری که سرتختی نیز به آن تمایل دارد.

در خاتمه، می‌توان نتیجه گرفت که در آثار نقاشان مرد نوعی رویکرد تبعیض‌آمیز در بازنمایی زنان وجود دارد که فقط به بازتولید کلیشه‌های جنسیتی رایج می‌پردازند که بازتابی است از گفتمان مردسالارانه. درحالی‌که در آثار نقاشان زن با زنانی واقعی روبه‌رو هستیم که نحوه‌ی بازنمایی آن‌ها در واقعیت ریشه دارد که از تجربه‌ی زیسته‌ی زنان در جامعه‌ی امروز خبر می‌دهد. نقاشی برای زنان عرصه‌ای برای مقابله با ذهنیت‌های مردانه در جامعه است. تقابل دنیای درون

و بیرون و تقابل فرهنگ و طبیعت از تقابل‌های مهم در نشانه‌شناسی است که در آثار زنان بیشتر به چشم می‌خورد و زن سنتی در خارج از خانه فقط همراه مرد تصویر شده است یا با محوکردن و ناشناس جلوه دادن چهره خودش را ناپیدا می‌کند که بر آگاهی زن به موقعیتش در جامعه دلالت دارد. به عبارتی زن نقاش چه به‌عنوان زنی سنتی، نیمه‌سنتی یا مدرن به جایگاه خود در مقام جنس دوم که برساخته‌الگوهای فرهنگی و اجتماعی است واقف است و از طریق نقاشی سعی دارد تناظر حاکم را بشکند یا در بازتولید کلیشه‌ها شکاف ایجاد کند.

منابع

- [۱] آقایی، حمید (۱۳۹۲). «تحلیل نحوه آموزش فرهنگ و بازنمایی آن در برگزیده کتاب‌های آرفا از منظر نشانه‌شناسی فرهنگی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- [۲] استریانی، دومینیک (۱۳۸۴). *مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه*، ترجمه پاک‌نظر، تهران: گام نو.
- [۳] اورتنر، شری ب (۱۳۸۵). «آیا نسبت زن به مرد مانند نسبت طبیعت به فرهنگ است؟»، ترجمه فیروزه مهاجر، مجموعه مقالات فمینیسم و دیدگاه‌ها، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- [۴] بروک، بریگیته و همکاران (۱۳۸۵). «جامعه‌پذیری: زنان و مردان چگونه ساخته می‌شوند؟» ترجمه مرصده صالح‌پور، مجموعه مقالات فمینیسم و دیدگاه‌ها، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- [۵] دوبوووار، سیمون (۱۳۸۰). *جنس دوم*، ترجمه فاسم صنعوی، تهران: توس.
- [۶] شهنشاهی، سهیلا (۱۳۸۰). *چارچوب مفهومی جنسیت، نگرشی بر تحلیل جنسیتی در ایران*، گردآوری و تنظیم: نسرين جزمی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- [۷] مصلح‌زاده، فاطمه؛ آشوری، محمدتقی (۱۳۹۶). «بررسی تصاویر مرتبط با جنگ تحمیلی در کتاب‌های درسی از دیدگاه نشانه‌شناسی اجتماعی»، *مطالعات دفاع مقدس*، س ۳، ش ۴، ص ۹۸-۷۵.
- [۸] مهدی‌زاده، محمد (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: همشهری.
- [۹] میشل، آندره (۱۳۷۶). *بیکار با تبعیض جنسی: پاک‌سازی کتاب، خانه، مدرسه و جامعه از کلیشه‌های تبعیض جنسی*، ترجمه محمدجعفر پاینده، تهران: نگاه.
- [۱۰] ون زونن (۱۳۸۲). *رویکردهای فمینیستی به رسانه‌ها*، ترجمه محمدرضا حسن‌زاده و حسن رئیس‌زاده. *مجله رسانه*، س ۱۵، ش ۱، ص ۱۵۵-۱۹۶.
- [11] Aiello, Georgia (2006). "Theoretical Advances in Critical Visual Analysis: Perception, Ideology, Mythology, and Social Semiotics", *Journal of Visual Literacy*, 26 (2), PP 89-102.
- [12] Bussy, Kay & Bandora, Albert (2004). *The Psychology of Gender*, Editors: Alice H. Eagly, Ann E. Beall, Robert J. Sternberg; New York & London: The Guilford Press.
- [13] Grimm, E.L. (1999). *A Visual and Lexicon grammatical Analysis of*

Advertisements in Nova and Cosmopolitan, MA thesis, Universidad Federal de Santa Catarina, Florianopolis.

- [14] Gallagher, Margaret (1981). *Unequal Opportunities: The Case of Women and the Media*, Paris, France: UNESCO Press.
- [15] Hall, Stuart (1997). *The Work of Representation*, in Hall (ed.) *Representation: cultural representations and signifying practices* (PP 13-74) London: Sage.
- [16] Jewitt, C. and Oyama, R. (2001). *Visual Meaning: A Social Semiotic Approach*, in *Handbook of Visual Analysis*. London: Sage.
- [17] Lister, M. & L. Wells (2001). "Seeing Beyond Belief: Cultural Studies as an Approach to Analyzing the Visual", In: *T. Van Leeuwen & C. Jewitt, Handbook of Visual Analysis* (P.61-91), Los Angeles, and Sage.
- [18] Mythology, and Social Semiotics, *Journal of Visual Literacy*, 26 (2), 89-102. Kress, Gunther & Theo van Leeuwen (1996). *Reading Images*, New York: Routledge.
- [19] Meyers, Diana Tietjens (2002). *Gender in the Mirror: Cultural of Imagery and Women's Agency*, USA: New York: Oxford University Press.
- [20] Naraghi, s (2007). "Feminist aesthetics". *Women's monthly*. No. 144.p:45.
- [21] Nochlin, Linda (1989). *woman, art and power*. New York: harper& row.
- [22] Unsworth, L. (2001). *Describing Visual Literacies, in Teaching Multiliteracies: Changing Contexts of Texts and Images in Classroom Practice*, PP 71-112. Buckingham: Open University Press.

