



عکس از: الیوت ارویت

فرضیه نحوی ارتباط تصویری

دکتر پاول مارتین لستر

گروه ارتباطات دانشگاه کالیفرنیا در فولرتون، کانادا

مهسا خلیلی

هیچ واژه‌ای بی تصویر وجود ندارد.

ارسطو

بدون شک باستان‌شناسانی که در سال ۳۷۰۶ میلادی، به کاوش در ویرانه‌های مدفون هر شهر بزرگی در جهان می‌پردازند، متن‌هایی در بیل‌بوردهای تبلیغاتی، تابلوهای فروشگاه‌ها و علائم راهنمایی و رانندگی خواهند یافت که این متن‌ها به زبانی هستند که ما امروزه می‌دانیم و به کار می‌گیریم. این واژه‌ها احتمالاً برای دانشمند قرن ۳۸ قابل فهم نخواهند بود؛ چرا که زبان‌های امروزی در آن دوران، منسوخ و فراموش شده هستند. خوشبختانه پژوهشگری پرانرژی و پی‌گیر، با ابزاری مناسب کاوش [در این جمع] وجود دارد که در بزرگراه‌های ممنوعه شهرهای کهن، شواهدی از نوشتار خواهد یافت که بلافاصله شناخته و به آسانی خوانده می‌شوند. در میان ویرانه‌های مدفون، تمدن‌های متعلق به دوران گذشته و علائم و نمادهای رنگارنگی که توسط هنرمندان گرافیتی [graffiti - دیوارنگاشته (خواه دوستانه و گاه زنده). دست‌نوشته‌هایی که روی دیوار شهرها و دیگر کلان‌های عمومی نقش می‌بندند معمولاً با اسپری رنگ انجام می‌شود. (مترجم) در هزاره قبلی خلق شده‌اند، آشکار می‌شوند. این صور معمولاً تمسخرآمیز و بزهکارانه ارتباط تصویری، در آینده به تنها زبان پذیرفته شده جهانی تبدیل خواهد شد. بنابراین، آینده ارتباطات جمعی به حفظ قلم، کاغذ، رایانه، ماهواره و... اعتنایی نخواهد داشت و در آینده دور، ما تمدن‌های باستانی را به واسطه رنگ فشرده قوطی‌های اسپری، درک خواهیم کرد.

کتاب ماه کودک و نوجوان
آبان، آذر و دی ۸۵

پیش از چهار سالگی، بخش اصلی آواز الفبا را یاد می‌گیریم. خواندن با آهنگ مشابه Twinkle Twinkle Little star (ستاره کوچولو چشمک بزن)، مانند دیگر آوازه‌ها نیست؛ چرا که وقتی مشغول خواندن آن هستیم، هیچ تصویری به ذهن متبادر نمی‌شود. با این آواز می‌توانیم به آسمان شب بنگریم و در میان میلیاردها ستاره، یک ستاره را تصور کنیم که تنها برای ما می‌درخشد. در حالی که آوازی درباره حروف الفبا، هیچ معادل تصویری را دربر نمی‌گیرد. با وجود این، کودکان به سرعت با این آواز هماهنگ می‌شوند؛ چرا که برای هر حرف، یک تصویر هم هست. کتاب‌های کودکان، در حل این مسئله، یاری‌گر آنان هستند.» «حرف A برای Apple / حرف S برای سیب». هر حرف الفبا به تصویری تبدیل می‌شود که با مجموعه‌ای پیچیده از تصاویر مستقیم و غیرمستقیم در ارتباط است. ما دیگر مجبور نیستیم درباره سیب واقعی سرخ رنگ و آبدار بیندیشیم. ما می‌توانیم به سادگی، حرف S / A را مشاهده کنیم و دریابیم که این حرف، نمایانگر یک میوه است. کودکان پیش از آن که خواندن و نوشتن بیاموزند، تفاوت میان طرح یک خط و یک حرف را نمی‌دانند. هنگامی که فردی بزرگسال، حرف A / S را می‌نویسد، (این حرف برای کودکان) به سادگی هم‌چون طراحی یک خط جلوه می‌کند. این حرف یک تصویر است که هرچند با تصویر یک چهره یا یک خانه تفاوت دارد، هم‌چنان مانند تصویر دیگری است که با مداد رنگی، روی کاغذ سفید نقش می‌بندد.

کودکان به سرعت می‌آموزند که ترکیب‌های این تصاویر - حروف - بیان‌گر معانی پیچیده‌تری است. هنگامی که طراحی‌های A-P-P-L-E (س - ی - ب - با) با یکدیگر ترکیب شدند، به تصویر دیگری شکل می‌بخشند که بیانگر نام یک میوه است. اکنون این تصاویر - حروف، به تصاویر - واژه تبدیل شده‌اند که قادرند دیگر تصاویری را که نمایندگی آن را برعهده دارند، در ذهن ما برانگیزانند. ما بعدها یاد می‌گیریم که این تصاویر - واژه‌ها می‌توانند با دیگر تصاویر - واژه‌ها ترکیب شوند و تصاویر - جمله‌ها را بسازند. برای کودک تفاوتی میان واژه‌ها و تصاویر وجود ندارند و همه این‌ها یکی و مشابه هستند.

امابه زودی می‌آموزیم که میان واژه‌ها و تصاویر تفاوت قائل شویم و درباره آن‌ها یکسان بیندیشیم. ما می‌آموزیم که گرچه می‌توانیم از هر دو عنصر معنا به دست آوریم، خواندن واژه‌ها بیش از خواندن تصاویر ارزش دارد. ما می‌آموزیم که تصاویر نقشی مجزا و کم‌اهمیت نسبت به واژه‌ها ایفا می‌کنند و گرچه می‌آموزیم که چگونه با استفاده از مداد رنگی و آب رنگ، خود تصاویری بیافرینیم، پیش‌تر می‌آموزیم که با مدادهای سیاه خود صورت‌ها، خطوط و خمیدگی‌هایی بیافرینیم که حروف و واژه‌ها را می‌سازند. ما تنها در کلاس هنر می‌آموزیم که تصاویری بیافرینیم. دیگر کلاس‌ها به نوشتن یا خواندن داستان‌ها، چه به صورت دستور یا در کلاس جغرافی اختصاص می‌یابند. ما می‌آموزیم که داستان‌ها را بخوانیم، اما هیچ‌گاه به ما نمی‌آموزند که چگونه تصاویر را بخوانیم.

در اثر کلاسیک دیسنی، «زشت و زیبا» (Beauty and the Beast)، گاستون لاف‌زن عادات خواندن بل را تمسخر می‌کند. او می‌پرسد: «چگونه می‌توانی این را بخوانی؟» و جواب: [این متن] «هیچ تصویری ندارد.» گاستون به گونه‌ای پاسخ می‌دهد که خود را تنزل می‌دهد. در عین حال، او با شکسته نفسی پاسخ می‌دهد. خوب، برخی افراد از تخیل خود بهره می‌گیرند. با وجود این، هنگامی که بیننده فیلم انیمیشن، تصویرنمای درشت صفحه‌ای از کتاب او را می‌بیند، او به تصویر یک قصر اشاره می‌کند که داستان را تفسیر می‌کند.

نشانه‌های محکمی وجود دارد که نشان می‌دهند جایگاه تصاویر [نسبت به گذشته] بهبود می‌یابند. ما در میانه هجوم تصاویر زندگی می‌کنیم، تصاویر روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها، پارچه‌ها، بیل‌بوردهای تبلیغاتی، نمایشگرهای رایانه و صفحات تلویزیونی را پر کرده‌اند که حضوری این چنینی، هیچ‌گاه در تاریخ ارتباطات جمعی سابقه نداشته است. حادثه‌ای در حال وقوع است. جامعه ما در حال تبدیل به جامعه‌ای تصویری است. برای بسیاری، درک جهان نه از طریق خواندن واژه‌ها، بلکه از طریق خواندن تصاویر تحقق یافته است. هانو هاردت (Hanno Hardt) فیلسوف، هشدار می‌دهد که فرهنگ تلویزیونی به عنوان عاملی هم در ارتباطات اجتماعی، جایگزین واژه‌ها می‌شود. مختصر این که واژه‌ها تنها در کارهای بوروکراتیک از طریق گونه‌های تجاری و در کتاب‌ها که

- رولان بارت
- عنوان می‌دارد که
- «خطوط چشم‌ها را
- ارضا می‌کنند.
- در حالی که
- نمادها ذهن را
- ارضا می‌کنند؛
- اما هنگامی که
- خطوط، اشکال و
- رنگ‌ها دارای
- معنی هستند،
- ذهن از هر دو سو
- ارضا می‌شود.
- نقاشان سبک
- انتزاعی، نخستین
- افرادی بودند که
- پیوند میان خطوط
- و نمادها را
- درک کردند



تنها از سوی معدودی افراد مورد مطالعه قرار می‌گیرند، حفظ می‌شوند. خواندن در رقابت با دیدن، شکست می‌خورد؛ چرا که مشاهده نیازمند انجام فرآیندهای ذهنی کم‌تری است.

منتقدان همه چیز از افزایش نرخ جرم و جنایت گرفته تا تنزل کیفیت نهادهای آموزشی و افزایش تعداد رسانه‌های تصویری را که هر روز به آسانی مشاهده می‌شوند، مورد انتقاد قرار می‌دهند. جوانان عصیانگر به نمادهای تصویری تمسک می‌جویند؛ چرا که واژه‌ها با شیوه‌های کهنه ارتباطات و برقراری نظم اجتماعی سروکار دارند. واژه‌ها سرکوب‌گرند. در حالی که تصاویر جذابند، به آسانی در فرهنگی خاص درک و به ابزارهای بیان فردی تبدیل می‌شوند.

یکی از نخستین اقداماتی که در سال ۱۹۱۷، از سوی دولت تازه روسیه صورت گرفت، ایجاد دگرگونی در کلیساها و بهره‌گیری از آن‌ها در فیلم‌های تبلیغاتی بود. از نخستین وظایف نیروهای شورشی، تسخیر ایستگاه تلویزیون است. همه شورشی‌ها درک می‌کنند که به منظور کنترل بر کشور، تصاویر باید کنترل شوند.

چندسال پیش، تیتراژ یک روزنامه به همه هشدار داد: «چرا جک نمی‌تواند بخواند؟» این پرسش، همواره از سوی آموزگاران که نگران مهارت‌های تفکری و نوشتاری دانش‌آموزان خود بودند، مطرح می‌شد. پاسخ به این پرسش، ساده‌انگارانه است: تصاویر بسیار و تعداد ناکافی واژه. اما پاسخ‌های دیگری نیز برای این پرسش وجود دارد. شاید افراد احساس کنند وقتی شغلی که مستلزم خواندن است، وجود ندارد. لزومی به خواندن هم نیست. شاید والدین خود نمی‌خوانند و از عادت خواندن در کودکان خود حمایت نمی‌کنند. یا شاید افراد به تنهایی می‌خوانند، اما آن چه می‌خوانند، از سوی افرادی با فرهنگ‌های دیگر درک نمی‌شوند.

پیام‌های تصویری، یا قوانین و نحو خاص خود خوانده می‌شوند، اما این زبان برای افرادی که فقط می‌توانند واژه‌ها را بخوانند، قابل درک نیست.

فضاهای دیوارها و علایم در بسیاری از شهرها، اغلب با پیام‌های رنگارنگ پوشانده می‌شوند. عباراتی همچون تخریب‌گری (vandalism) و خط‌خطی‌های روی دیوارها (caraffiti) نوشتن علائم روی دیوارهای خیابان، به گوینده یا آفریننده آن بستگی دارد. این پیام‌های تصویری، در واقع گونه‌ای نوشتار پیچیده ارتباط هستند. نوشته‌های گرافیتی شاید به معنای تعیین محدوده کنترل یک گروه جنایتکار در یک محله یک تمنا برای همدلی و امید برای آینده، اندوه برای معشوقی به قتل رسیده، خشمی نسبت به دشمن، نمایشی از شوخ‌طبعی و طنز به عنوان بخشی از حرکتی ملی، از تخریب‌گری جنایتکارانه یا به سادگی بیان احساسات فردی باشند که نشانگر حضور نویسنده است. زبان تصاویر نیز مانند هر نظام ارتباطی نمادین دیگری عمل می‌کند. اگر شما زبانی را ندانید، در رمزگشایی پیام با مشکل روبه‌رو خواهید شد.

دنیای شکوهمند و تازه تصویر

گرچه روشن نیست که آن چه ممکن است اجتماعی، مذهبی و آموزشی باشد، بر این فرهنگ تصویری مؤثر باشد و این امر به جامعه جهانی وابسته خواهد بود، بهره‌گیری از تصاویر می‌تواند بازگشت به اهمیت واژه را تقویت کند. علاوه بر آن، یک ابزار ارتباطی که در آن واژگان و تصاویر جایگاه یکسانی دارند، می‌تواند نتیجه افزایش ناگهانی و اخیر تصاویر باشد.

به دلیل آن که تصاویر تلویزیون از مرزهای بین‌المللی می‌گذرند، آسان‌تر توسط همه افراد درک می‌شوند. واژه‌ها به آسانی فراموش می‌شوند، اما تصاویر در ذهن ما باقی می‌مانند. شاید از بسیاری حقایقی که به شورش قاطع

**همان‌گونه که
هیکس در کتاب خود،
با عنوان
Words and Pictures
(واژه‌ها و تصاویر)
می‌نویسد:
«درست نیست که
بگوییم یک ابزار،
ضمیمه ابزار
دیگر است.
صحیح این است که
این دو ابزار هر دو
مکمل یکدیگرند.
حتی غرور
مالکیت اثر نیز
متعلق به
هر دو
آفریننده است.»**



دانشجویان در میدان تیانان من چین، در سال ۱۹۸۹ انجامید، آگاه نباشیم، اما هیچ گاه نمی‌توانیم تصویر تظاهرکننده‌ای تنها را فراموش کنیم که جسورانه، برابر تانک‌های تهدیدگر سبز چینی ایستاده بود. اگر این تصویر را دیده باشید، آن را به خاطر می‌آورید؛ نه به دلیل آن که تصویری به شدت احساسی بود، بلکه به این دلیل که در ذهن خود با واژگان درباره آن اندیشیده‌اید. واژه‌ها و تصاویر در ذهن شما، به یک ابزار قدرتمند مؤثر تبدیل می‌شوند.

**ویلیام سارویان،
(William Saroyan)**

نویسنده،

خاطر نشان می‌سازد

که «ارزش یک

تصویر، معادل

ارزش هزار

واژه است.

بله، اما این نظر

هنگامی درست است

که به تصویر

بنگرید و

هزار واژه

بیان دارید

یا درباره

هزار واژه

بیندیشید»

جان اسکولی (John Sculley)، مدیرعامل پیشین شرکت کامپیوتر اپل (Apple Computers)، از وابستگی جهان به تصاویر برای برقراری ارتباط نمی‌هراسد. او از این باور دفاع می‌کند: «ما در جامعه‌ای متمرکز از تصاویر زندگی می‌کنیم.» به آشناترین ابزار برای بیان تصاویر، یعنی تلویزیون توجه کنید. برنامه‌ها را می‌توان از شبکه مستقیم، از کابل‌ها یا فیبرهای نوری، از ماهواره، از نوارهای ویدیویی یا لوح‌های لیزری مشاهده کرد. در برخی مجموعه‌های تلویزیونی، حتی می‌توانید همزمان شاهد چند برنامه باشید. در یک آگهی تلویزیونی برای فناوری تصویربرداری CD کداک که در آن می‌توان تصاویر را در صفحه نمایشگر CD مشاهده کرد، گوینده عنوان می‌دارد که «تصاویر هیچ گاه چنین نیرومند نبوده‌اند.» هنگامی که دستگاه‌های تلویزیون و رایانه با یکدیگر مرتبط می‌شوند، بینندگان در حقیقت قادر خواهند بود تا محتوا و ویژگی‌های فنی برنامه‌ها را براساس علایق فردی خود تغییر دهند. این ترکیب در حقیقت ابزاری نیرومند برای تصاویر است.

رایانه‌ها تولید و توزیع تصاویر را برای همگان، با سرعتی غیرقابل باور امکان‌پذیر می‌سازند. رایانه‌ها که بیش از دیگر ابزارها دارای نوآوری هستند، مسئولیت افزایش تصاویر را عهده‌دارند. رایانه‌ها (که هم‌چون انفجار بزرگ هستند و بسیاری از دانشمندان درباره انفجار بزرگ، بر این باورند که این انفجار جهان را در مسیر خود قرار داد) به منظور گسترش بهره‌گیری از تصاویر، مورد استفاده قرار خواهند گرفت. امروز ۲۰ درصد جمعیت ایالات متحده آمریکا می‌توانند از رایانه استفاده کنند. اما ۸۰ درصد از کودکانی که به مدرسه می‌روند، می‌آموزند که در به کارگیری رایانه متبحر شوند. اسکولی پیش‌بینی می‌کند که در آستانه قرن جدید ۹۸ درصد تمامی واژه‌ها و تصاویری که در جهان پدید می‌آیند، با بهره‌گیری از رایانه شکل خواهند گرفت. در آن زمان، واقعیت مجازی - ترکیب فناوری‌های رایانه و تلویزیون که بینندگان را به کاربران فعال ابزار تبدیل می‌سازند - ارزان و در دسترس خواهد بود.

روان‌شناس آموزش، جروم برونر (Jerum Bruner)، از دانشگاه نیویورک سیتی، به پژوهش‌هایی اشاره می‌کند که نشان می‌دهند افراد تنها ۱۰ درصد آن چه را شنیده، ۳۰ درصد آن چه خوانده و ۸۰ درصد آن چه را دیده‌اند و انجام داده‌اند، به یاد می‌آورند. هنگامی که همه اعضای جامعه چه در خانه، چه در مدرسه و چه در محل کار، می‌آموزند که برای پردازش واژه و تصویر از رایانه‌ها استفاده کنند، نوعی دگرگونی از مشاهده غیرفعال، به بهره‌گیری فعال رخ خواهد داد. در آن زمان، دیگر هیچ مانعی میان این دو ساختار نمادین وجود نخواهد داشت و واژه‌ها و تصاویر، به یک شیوه ارتباطی نیرومند و به یادماندنی تبدیل خواهند شد.



در رابطه میان
تصویر واژه‌ها،
تصویر نیازمند
تفسیر است و واژه‌ها
معمولاً این تفسیر
را فراهم می‌کنند.
تصویر که به عنوان
یک شاهد انکارناپذیر
به کار می‌رود،
معنای ضعیفی دارد
و با واژه‌ها
معنا می‌یابد.
اما واژه‌ها که به
خودی خود در سطح
تقسیم باقی می‌مانند،
با انکارناپذیری
تصویر است که
اصالت می‌یابند.
تصویر و واژه‌ها
در کنار یکدیگر
بسیار نیرومند
می‌شوند

نحو نمادها

نظریه‌پردازان زبان‌شناسی، با صراحت اظهار می‌دارند که تصاویر دارای کیفیتی بازنمودی و نه کلامی و فاقد دستور رسمی هستند. تصاویر نمی‌توانند بدون گرامر، یک زبان تلقی شوند و بدون زبان نمی‌توان تصاویر را خواند. به صورت سنتی، نحو و گرامر به نظام قوانینی که به منظور تبدیل واژه‌ها به جمله‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند، اشاره دارند. قوانین نحوی که برای ایجاد ساختار صحیح جملات مورد استفاده قرار می‌گیرند، فرهنگ محورند. این قوانین از زبانی به زبان دیگر و در طول زمان دگرگون می‌شوند. هنگامی که این قوانین آموخته شدند، نوشتن و خواندن داستان‌ها از گستره نامحدود موضوع‌ها درباره اساطیری که فرهنگ را شکل بخشیده‌اند، برای افراد متعلق به یک فرهنگ آسان می‌شود. واژه‌ها به دلیل ساختار روایی خود، پایه درک بشر محسوب می‌شدند. سوزان سونتاک (Suzan Sontag) فیلسوف می‌نویسد: «تنها آن چیزی که روایت می‌شود، موجب درک ما می‌شود».

فلاسفه زبان‌شناس، دو مانع عمده را درباره این موضوع مطرح می‌سازند که چرا تصاویر را نمی‌توان زبان تلقی کرد:

۱) تصاویر دارای عناصری مشابه الفبای زبان نیستند.

۲) تصاویر نحو شناخته شده ندارند.

نوآم چامسکی (Noam Chamsky)، فیلسوف زبان‌شناسی می‌نویسد: «یک زبان با الفبا (مجموعه محدود علائم که جملات را شکل می‌بخشند) و جملات دستوری آن توصیف می‌شود.»

فیلسوف آمریکایی، سوزان لانگر (suzanne Langer): «عکاسی ... مجموعه واژگان ندارد... هیچ بخشی را نمی‌توان به صورت استعاری، «واژه‌های» یک پرتره نامید». برای لانگر مسئله‌ای که درباره پذیرش یک زبان قابل مشاهده وجود دارد، این نیست که هیچ واژه... عنصر تصویری... تصویربرداری ثابت یا متحرک وجود ندارد. مسئله این است که هیچ زبان پذیرفته شده جهانی، برای توصیف تصویری وجود ندارد. البته، برخی طرح چنین زبانی برای تصاویر را همراه الفبایی مناسب طرح‌ریزی کرده‌اند.

نشانه‌شناس فرانسوی، فرناند سن مارتین (Fernande Saint-Martin)، می‌گوید تا در کتاب خود semiotics of visual language (نشانه‌شناسی زبان تصویری)، الفبایی برای تصاویر ایجاد کند. از دید سن مارتین، رنگ عنصر اساسی تصویر است. رنگ، به عنوان گونه‌ای از نور، به جهان قابل مشاهده، شکل و جوهر می‌بخشد. او صرف پایه‌ای الفبایی خود را Coloreme (تک‌فام) می‌نامد. یک تک‌فام، کوچک‌ترین عنصر در یک تصویر است که می‌توان در

حوزه کانونی شبکه‌ها بر آن تمرکز کرد. یک تک‌رنگ می‌تواند ترکیبی از رنگ، بافت، اندازه، مرزها، جهت یا جایگاه چارچوب دیداری باشد. این مشخصه‌های فیزیکی تصویری، هنگامی که به آن‌ها توجه و شناخته شوند، از طریق دیدن‌های پیاپی معنا می‌یابند. این نظریه شبیه دیدگاهی است که از سوی ساخت‌گرایان مطرح شده است.

در سال ۱۹۸۷، ایروینگ بیدرمن (Irving Biederman)، فرضیه خود درباره درک تصویری را منتشر کرد. او در این فرضیه، طرح کلی الفبای اشیا را ارائه داد. هر الفبای نوشتاری، به سادگی مجموعه‌ای از نمادهاست که با صداهایی که در طول گفتار تولید می‌شوند، ارتباط دارد. واحد اساسی گفتار، واج (phoneme) نام دارد. تنها ۵۵ واج برای همه زبان‌های جهان نیاز است. ۴۴ واج زبان انگلیسی، به ۲۶ واحد - الفبا ساده شده‌اند. فرهنگ وبستر (Webster)، عملاً فهرست ۵۰ نماد الفبایی ارائه می‌دهد که این ۵۰ نماد برای توصیف تمامی صداهایی که برای تلفظ بیش از ۵۰ هزار واژه در فرهنگ موردنیازند، به کار می‌رود. در حالی که ۲۶ حرف الفبا برای تلفظ همه واژه‌های زبان کافی‌اند. بیدرمن به این نکته دست یافت که هر شیء از اشکال یا بخش‌های ابتدایی تشکیل یافته است. او این سازنده‌های اساسی را "geon" که تأکید صورت کوتاه شده geometrical Tons (یون‌های هندسی) است. او در طول پژوهش خود، دریافت که تنها ۲۶ geon برای شکل بخشیدن به همه اشیا مورد نیاز است. البته به دلیل تجربه‌های قبلی از اشیا، بیشتر افراد می‌توانند یک شیء را تنها با دیدن سه geon شناسایی کنند. یک شیء نامعمول، از زاویه نامتعارف یا خارج از بافتی مشاهده می‌شود که نیازمند geon های بیشتر است. به نظر می‌رسد که ذهن می‌تواند تصاویر را به صورت نمادین، در مغز به شکل geon ذخیره‌سازی کند تا شناسایی سریع و ساده صورت پذیرد. کار بیدرمن می‌تواند پیوندی با اهمیت میان شیوه‌ای که واژه‌ها و تصاویر تصور می‌شوند تا به دیده آیند، باشد. هنگامی که زبان نوشتاری آموخته شد، خواننده معمولاً نیاز ندارد تا آگاهانه هر حرف یک واژه را تحلیل کند. همه واژه‌ها به بخشی از geon کلامی تبدیل می‌شوند. مسئله‌ای که نظریه‌های سن مارتین و بیدرمن با آن روبه‌رویند، این است که طرح آنان نمی‌تواند همه عناصری را که یک تصویر پیچیده را می‌سازند، توصیف کند. تک‌فام و geon نشان‌هایی از ذخیره‌سازی نمادین تصاویر را فراهم می‌کنند، اما پردازش تک‌فام و geon به قدری شخصی می‌شود که هیچ دو نفری یک عنصر تصویری مشابه را شناسایی نمی‌کنند. یک الفبای تصویری (مشترک)، از سوی همه افرادی که آن را در هر زمانی به کار می‌گیرند، به سرعت شناسایی می‌شود. تک‌فام geon برای چنین هدفی بسیار انتزاعی‌اند. احتمالاً نمی‌توان هیچ گاه الفبایی برای تصاویر ایجاد کرد. با وجود این، مغز به عناصر تصویری اساسی همچون رنگ، شکل، عمق و حرکت پاسخ می‌دهد. گرچه این عناصر شاید معنای نمادین ساده حروف الفبا را نداشته باشند، مشکلی که در یافتن یک الفبا برای تصاویر وجود دارد، نشانگر غنای امکانات ارتباطی تصاویر نسبت به واژه‌هاست.

مشکل مهم دیگری که زبان‌شناسان درباره در نظر گرفتن تصاویر به عنوان یک زبان دارند، این است که هیچ نحو شناخته شده یا نظمی در تصاویر وجود ندارد که بتوان عناصر تصویر را مشاهده کرد. نوآم چامسکی می‌نویسد که زبان‌ها یک روساخت و یک ژرف‌ساخت را در برمی‌گیرند. روساخت به قوانین دستوری بازمی‌گردد، در حالی که ژرف ساخت، دانستن معنای هر واژه در یک جمله را شامل می‌شود. یک جمله اگر قوانین خاص را دنبال کند و اگر واژه‌ها درک شوند، دارای دستور صحیح است. قانون اصلی نحو، ترتیب واژه به صورتی مناسب است. ویلسون هیکس (Wilson Hicks)، ویراستار با سابقه تصاویر مجله لایف (life) می‌نویسد که «ابزار زبانی، کلامی است.»

واژه‌ها باید در میان دو بخش ساختاری خطی و افقی قرار گیرند. لانگر با صراحت اظهار می‌دارد که ساختار تصویری، به یک باره از سوی بیننده، بدون هیچ قانون ترتیبی درک می‌شود.

جمله «من سیب قرمز یا سبز دوست دارم» (I like green or red apples)، از قوانین صحیح نحوی پیروی می‌کند، واژه‌ها در جایگاه صحیح خود قرار گرفته‌اند و معنا دارند. حالا این جمله را در نظر بگیرید: «من سیب گفتن یا فعلی را دوست دارم.» (I like said or verb apples). این جمله به لحاظ دستوری نادرست است. گزینش واژه‌ها گیج‌کننده است. این جمله هیچ معنایی ندارد. اما در این یافت، این جمله (I like said or verb apples) دارای معناست؛ چرا که به عنوان نمونه‌ی نحو نادرست به کار رفته است. بنابراین، زمینه (context) عامل اصلی در تعیین معناست. واژه‌ها اغلب از قوانین رایج نحوی پیروی نمی‌کنند، با وجود این، در ایجاد ارتباط [میان افراد] موفق هستند. شعر، نمونه مناسب بازی با قوانین

رولان بارت،
چنین خاطر نشان
می‌کند:
«متنی که تصویر
را در بر می‌گیرد.
فرهنگ، اخلاق و
خیال را
با خود
حمل می‌کند.»

نحوی است.

جمله «smocmoccoacryliescheme» می‌تواند از نظر نحوی درست یا نادرست باشد؛ چرا که این عبارت، زبانی خارجی تعلق دارد و معنای واژه‌ها در آن مشخص نیست. این جمله «My quoin gave me pneumoconiosis» می‌تواند برای شما معنادار یا بدون معنا باشد و این امر بسته به دانش شما از زبان انگلیسی دارد. شما هم‌چنان دو گروه واژه را به عنوان جملات می‌شناسید.

برای آن که واژه‌ها جملات را بسازند، نیازی نیست که شناخته شده باشند. دیوید لاج (David Lodge) نویسنده، زمانی نوشت: «زبان شبکه‌ای است که تله‌های تفکر را در یک فرهنگ حفظ می‌کند.» تصور کنید که همه چیز از ذهن شما گریخته باشد، فقط به این دلیل که شما معنای تک‌تک واژه‌ها را نمی‌دانید.

قانون اساسی نحو، این است که واژه‌هایی که یک جمله را می‌سازند، باید از یک طرح

خطی و کلامی پیروی کنند. جمله «Apple like or green Ired» ، از این قانون تخطی می‌کند و هم‌چون شعر و یا متعلق به زبانی بیگانه به نظر می‌رسد. البته تجربه جملات قبلی با ساختار صحیح دستوری، جملاتی که معنا دارند، به یاری ما در درک این جمله می‌آیند (سعی کنید تا جمله‌ای در هم به دوستان‌تان بدهید و ببینید آیا می‌توانند معنای آن را درک کنند). واژه‌های یک جمله لزوماً به منظور معنادار بودن، نباید از قانون کلامی پیروی کنند. دستور زبان تنها مجموعه‌ای از قوانین است که برای تسهیل زندگی افرادی که زبان را به کار می‌گیرند، ابداع شده است.

لوئیس هاین (Lewis Hine)، عکاس بزرگ مستند که اغلب از واژه‌ها در عکس‌های خود بهره می‌گیرند، می‌گوید: اگر می‌توانستم داستان را با واژه‌ها بیان کنم، نیازی به حمل دوربین نداشتم.» همواره این پرسش مطرح است که واژه‌ها و تصاویر، مقولات متفاوتی هستند. اما هر یک از این مقولات، زبانی دارند که برخی در تفسیر آن نسبت به دیگران موفق‌ترند. هلموت گرن شیم (Helmut Gernsheim)، مورخ عکاسی می‌نویسد: «عکاسی تنها زبانی است که در همه مناطق جهان درک می‌شود و میان همه ملل و فرهنگ‌ها ارتباط برقرار می‌سازد.» از سوی دیگر، نظریه‌پرداز عکاسی، جان برجر (John Berger)، عنوان می‌دارد که «عکس‌ها بدون زبان خاص خود، اطلاعات را در اختیار افراد قرار می‌دهند. عکس‌ها به جای ترجمه واقعیت، آن را بیان می‌دارند.» سول ورت (sol worth)، کارشناس ارتباط تصویری، درباره سازشی میان دو جناح می‌نویسد: «تصاویر زبانی شفاهی ندارند. تصاویر، از واژگان و نحو به شکلی که مدنظر دستوریون است، برخوردار نیستند. با این حال، تصاویر دارای فرم، ساختار قاعده و قانون هستند.»

رویکرد نشانه‌شناختی به ارتباط تصویری، بر این ایده تأکید می‌ورزد که تصاویر مجموعه‌ای از علائم هستند که به شیوه‌ای خاص، از سوی بیننده با یکدیگر ارتباط یافته‌اند. پژوهش در مورد نشانه‌شناسی که به صورتی دقیق از سوی مورس (Morris) انجام یافته، به سه بخش تقسیم می‌شود: کاربردشناسی، معناشناسی و نحو. کاربردشناسی، مطالعه ریشه، کاربردهای مشترک و تأثیرهای ارتباطی علائم است. معنی‌شناسی، حوزه‌ای از نشانه‌شناسی است که در آن، پژوهشگران می‌کوشند تا اهمیت علائم در فرهنگ‌های گوناگون را تعیین کنند. نحو، مطالعه شیوه‌های ترکیب علائم با یکدیگر، به منظور ایجاد پیام‌های پیچیده است.

از آن جا که نشانه‌شناسی، از نظریه زبان‌شناسی سرچشمه می‌گیرد، کاربردشناسی معناشناسی و نحو اصلاح‌هایی هستند که در تحلیل ارتباطات نوشتاری و گفتاری، مورد استفاده قرار می‌گیرند. اما به دلیل آن که تصویر مستقیم یا با واسطه، چیزی نیست خبر مجموعه‌ای از علائم، حوزه نحو توجه و علاقه بیشتر متخصصان ارتباط تصویری را به خود جلب کرده؛ چرا که یک تصویر مجموعه‌ای از عناصر گرافیکی و دربرگیرنده معنا برای بیننده است. پیرس (Peirce) می‌نویسد که یک علامت



واژه‌ها دارای
تاریخی بس دراز
هستند و از سوی
بسیاری افراد
به کار گرفته
شده‌اند؛ به گونه‌ای
که گاهی فراموش
می‌کنیم که
واژه‌ها در حقیقت،
با طراحی خطی
برابرند.
واژه‌ها که
از حروف منفرد
تشکیل یافته‌اند،
تصاویری
به شمار می‌روند
که شباهت میان
آن چه هستند
و آن چه را
می‌خواهند
نماینده آن باشند،
کاملاً از دست
داده‌اند

معمولاً به علامت دیگری بازمی‌گردد و هیچ‌گاه به خودی خود به شیئی واقعی اشاره نمی‌کند. دوسوسور (de Saussure) با پیرس موافق است و می‌گوید، معنایی که با یک علامت عنوان شده، به اشیا واقعی وابسته نیست، بلکه به دیگر علائم وابسته است. برای سوسور، یک علامت به خودی خود هیچ معنایی ندارد.

رولان بارت (Roland Barthes)، به توصیف زنجیره‌ای از ارتباطات یا علائم می‌پردازد که ساختار روایی یک تصویر را شکل می‌بخشند. در زبان، ساختار روایی، خطی است. یک واژه با نظمی قانون‌مند به دنبال واژه دیگر می‌آید. در این صورت، ارتباط کلامی تلقی می‌شود. از سوی دیگر، تصاویر بازنمودی هستند.

علائم درون یک تصویر، به شیوه‌های گوناگونی ارائه می‌شوند که در بسیاری موارد، این امر به سبک تصویرگر وابسته است. زنجیره علائم، بیش از آن که به شدت از سوی تصاویر کنترل شود، تحت کنترل متن قرار دارد. استثنا در این مورد، شعر است که در آن ترتیب واژه‌ها می‌تواند خطی نباشد و کیفیت غیر بازنمودی داشته باشد. در حقیقت شاعر یونانی، سیمونید (Simonid) در حدود سال ۵۰۰ پیش از میلاد، نوشت که نقاشی‌ها «اشعاری خاموش هستند و اشعار همراه با نقاشی، می‌توانند سخن بگویند.»

نمادهای منفرد در یک تصویر، هیچ رابطه الفبایی دقیقی ندارند، اما هنگامی که در ترکیب با یکدیگر به کار می‌روند، معنای یک تصویر از طریق شیوه سنتی و کلامی یافت می‌شود. این عمل در ذهن بیننده رخ می‌دهد. سوزان لانگر می‌نویسد که «ساختار دستوری به خودی خود یک نماد نیست، بلکه چندین نماد را با یکدیگر می‌آمیزد... تا یک عبارت پیچیده را پدید آورد.» در یک تصویر، آن واژه یا دیده، همان‌گونه که لانگر می‌نویسد، از طریق «فرم‌های تصویری... خطوط، رنگ‌ها، نسبت‌ها و... بیان می‌شود و تنها قادر به تولید ترکیب‌های پیچیده، چون واژه‌هاست.» برخی ممکن است مدعی باشند که واژه‌ها از طریق فرم‌های تصویری، خطوط، رنگ‌ها، نسبت‌ها و... به بیان ایده‌ها می‌پردازند و تنها قادر به تولید ترکیب‌های پیچیده، هم‌چون تصاویرند. نظریه نحوی ارتباط تصویری، به شکل فوق بیان می‌شود.

ویلیام سارویان، (William Saroyan) نویسنده، خاطرنشان می‌سازد که «ارزش یک تصویر، معادل ارزش هزار واژه است. بله، اما این نظر هنگامی درست است که به تصویر بنگرید و هزار واژه بیان دارید یا درباره هزار واژه بیندیشید.» به سوزان لانگر می‌نویسد، «به دلیل این که زبان بیش از آن که به تفسیر رابطه‌ها بپردازد، آن‌ها را نام‌گذاری می‌کند. یک واژه می‌تواند در شرایطی جلب توجه کند که تمامی صفحه نقاشی برای تفسیر آن لازم باشد.» به باور لانگر، ارزش یک واژه برابر با ارزش هزار تصویر است. ماینر وایت (Minor White) عکاس، شعر کوتاهی درباره دو شکل ارتباط می‌نویسد:

«من از عکس‌ها لذت می‌برم

من از واژه‌ها لذت می‌برم

لذت می‌برم که این دو را با هم بیامیزم

و ببینم که از آمیزش این دو چه رخ می‌دهد.»

واژه‌ها و تصاویر در روزنامه‌نگاری، تبلیغات تجاری و زمینه‌های آموزشی به شدت با یکدیگر در پیوندند. واژه‌هایی که در زیر یک عکس چاپ می‌شوند، نشانگر اهمیت آن چیزی هستند که در تصویر نمایش داده می‌شود. واژه‌ها در پایین تصویری از یک آگهی بازرگانی، محصول و ویژگی‌های آن را با صراحت برای خریدار توصیف می‌کنند. واژه‌هایی که استاد به هنگام نمایش اسلایدها، در کلاسی تارک بیان می‌کند، توصیف‌گر این اسلایدها هستند و به آن‌ها زندگی می‌بخشند. واژه‌ها و تصاویر در بیش‌تر ارتباطات موفق، در کنار یکدیگر به کار می‌روند. همان‌گونه که هیکس در کتاب خود، با عنوان Words and Pictures (واژه‌ها و تصاویر) می‌نویسد: «درست نیست که بگوییم یک ابزار، ضمیمه ابزار دیگر است. صحیح این است که این دو ابزار هر دو مکمل یکدیگرند. حتی غرور مالکیت اثر نیز متعلق به هر دو آفریننده است.»

واژه‌هایی که با تصاویر در ارتباطند و نیز تصاویری که واژه‌ها را همراهی می‌کنند، هیچ‌گاه نباید سراسری انتخاب شوند. هر دو نظام نمادین، تأثیری شگرف برخوردارند. رولان بارت، چنین خاطرنشان می‌کند: «متنی که تصویر را در بر می‌گیرد، فرهنگ، اخلاق و خیال را با خود حمل می‌کند.»

درک اهمیت ارتباط واژه‌ها و تصاویر در آثار، به وسیله اندازه، جایگاه و نزدیکی واژه‌ها با تصویر انجام می‌گیرد.

در صفحه آغازین روزنامه، مهم‌ترین داستان و تصویر روز، بیش‌ترین فضا را اشغال می‌کنند و در بخش بالایی تای روزنامه قرار می‌گیرند. تیترو، متن مقاله و شرح تصویر در نزدیکی یکدیگر قرار دارند. از آن جا که شرح تصویر، نزدیک‌ترین عنصر به تصویر است و محتوای تصویر را اغلب دوچندان می‌سازد، بارت اظهار می‌دارد که شرح تصویر، به بخشی از پیام مصداقی تصویر تبدیل می‌شود. تیترو و مقاله، به دلیل آن که در فاصله بیشتری نسبت به عکس قرار دارند، معنای ضمنی و تا حدودی متفاوت با عکس دارند. پژوهشی که درباره مطالعه روزنامه صورت گرفته، نشان می‌دهد که خوانندگان ابتدا به پاراگراف نگاه می‌کنند، شرح تصویر را از نظر می‌گذرانند، تیترو را می‌خوانند و اگر هم‌چنان به موضوع علاقه‌مند باشند،

تصاویر از هنگامی

که با صداهای گفتار

پیوند یافتند،

برای همیشه

پیوندهای خود را

با ریشه‌های

تصاویر مستقیم

گسستند

«علت آن که واژه‌ها

با جوامع باسواد

چنین پیوندی دارند،

این است که

«این جوامع،

سابقه‌ای طولانی

در درک معنا دارند.»

واژه‌ها نمادهای

صرفه‌جویانه و

آسان ترکیب یافته‌ای

هستند که

ارزش دیگری

جز ارزش نمادی

ندارند

مقاله را می‌خوانند.

برای بیشتر آثار منتشر شده، عکاسی روزنامه‌نگاری، مسئولیت کامل تصویر را بر عهده دارد. گزارشگر مقاله را می‌نویسد، ویراستار تیتراژ را تهیه می‌کند، ویراستار دیگر شرح تصویر را می‌نویسد و صفحه‌بند واژه‌ها و تصاویر را در کنار یکدیگر در صفحه قرار می‌دهد. تعجب این که با وجود شمار زیاد افراد درگیر در این فرآیند، مسایل مصداقی دیگری میان واژه‌ها و تصاویر رخ نمی‌دهد. به عنوان مثال، اگر یک شرح تصویر کاملاً محتوای تصویر را شرح ندهد، خوانندگان به سادگی گیج می‌شوند.

با وجود مسایل اتفاقی، در تشخیص معنا در تصاویر و واژه‌ها در آثار انتشار یافته، ترکیب دو نظام نمادین، یکی از نیرومندترین راهکارهای ارتباطی شناخته شده را تشکیل می‌دهد. ویلسون هیکس می‌نویسد: «هنگامی که واژه‌ها و تصاویر به صورتی یکسان بیان‌کننده باشند، این دو به یک ابزار تبدیل می‌شوند که در آن معنای اثر را می‌توان در یک فرآیند ادراکی یافت.» جان برجر نیز همکاری میان واژه و تصویر را تحسین می‌کند.

در رابطه میان یک تصویر واژه‌ها، تصویر نیازمند تفسیر است و واژه‌ها معمولاً این تفسیر را فراهم می‌کنند. تصویر که به عنوان یک شاهد انکارناپذیر به کار می‌رود، معنای ضعیفی دارد و با واژه‌ها معنا می‌یابد. اما واژه‌ها که به خودی خود در سطح تقسیم باقی می‌مانند، با انکارناپذیری تصویر است که اصالت می‌یابند. تصویر و واژه‌ها در کنار یکدیگر بسیار نیرومند می‌شوند.

نخستین اصل نظریه نحوی ارتباط تصویری، این است که: واژه‌های میانجی و تصاویر، در فرآیند ارتباطی اهمیت یکسانی دارند.

واژه‌ها و تصاویر، هر دو مجموعه‌ای از تصورات نمادین به شمار می‌روند. واژه‌ها علایمی حاصل از خطوط، خمیدگی‌ها و اشکال باز و بسته هستند. واژه‌ها را هم‌چون تصاویر می‌توان در رنگ‌ها، شکل‌ها، عمق‌ها و حرکت‌های گوناگونی ارایه کرد. واژه‌ها هم‌چون تصاویر، ریشه‌های تاریخی خود را دارند و از نظر طراحان گرافیکست و خطاطان، آثار هنری محسوب می‌شوند.

واژه‌ها دارای تاریخی بس دراز هستند و از سوی بسیاری افراد به کار گرفته شده‌اند؛ به گونه‌ای که گاهی فراموش می‌کنیم که واژه‌ها در حقیقت، با طراحی خطی برابرند. واژه‌ها که از حروف منفرد تشکیل یافته‌اند، تصاویری به شمار می‌روند که شباهت میان آن چه هستند و آن چه را می‌خواهند نمایند آن باشند، کاملاً از دست داده‌اند. از این نظر، واژه‌ها تصویر نمادین کاملی هستند. توجه به تاریخ واژه‌ها، از اهمیت خاصی برخوردار است؛ چرا که نکات بسیاری را درباره شیوه پردازش اطلاعات، در ذهن ما فراهم می‌کند.

روزگاری واژه‌ها شمایل (Icon) بودند. ۲۵ هزار سال یا ۲۵۰ نسل از واژه‌ها گذشت تا واژه‌ها از علایم شمایل‌نگارانه (Iconic) علایم نمادین تغییر یافتند. دونکان دیویس (Duncan Davis)، به همراه دایانا و رابین باترست (Diana, Robin Bathurst)، در کتاب خود با عنوان (The Telling Image)، می‌نویسد که ارتباط بشر در یک یا چندین گونه، ۳۰ هزار سال پیش آغاز شد. ۲۵ هزار سال از این مدت، گونه اصلی نوشتاری، نقاشی روی دیوارهای غارها بود. بیشتر نقاشی‌های به جا مانده، نمایانگر حیوانات در اندازه‌ها و انواع گوناگون هستند. هم‌چون هر شمایی، در این مورد نیز رابطه میان تصویر و شیئی که تصویر نماینده آن بود، کاملاً شفاف بود.

در حدود ۵ هزار سال پیش، سومری‌ها در سرزمینی که امروز خاورمیانه نام دارد، به گونه‌های ساده‌تر نقاشی‌های دیواری معنا بخشیدند. سومری‌ها از حدود دو هزار تصویر گوناگون که خطوط نقش‌نگاشت (Pictographs) اندیشه نگاره (Ideogram)، نام داشت، استفاده می‌کردند. نقش‌نگاشت‌ها، شمایل‌هایی هستند که به اشیا شبیه‌اند. در حالی که بیان‌گر ایده‌های انتزاعی است. نام زبان سومری‌ها، کی یونی فرم (Ciunei form) ریشه در اشکالی دارد که در لوح‌های گلی، به وسیله ابزار نوشتاری سیخ مانند حاصل شده‌اند. کی یونی، اصطلاح لاتین خط میخی است.

در همین دوران، مصری‌ها خط هیروگلیف خود را بر صفحات پاپیروس می‌نگاشتند و تمدن‌های چین و ژاپن، در حال ساده ساختن زبان نوشتاری خود بودند.

در حدود ۳ هزار سال پیش، فنیقی‌ها فهرست نقش‌نگاره‌ها را در پیشرفتی خلاق ساده‌تر کردند. آنان به جای ترسیم نقاشی‌های مرتبط با هر شیئی و ایده بیرونی، ایده جدیدی را گسترش دادند که در آن، تصاویر می‌توانستند صداهای گفتار را نمادسازی کنند. این نوآوری، آغازگر الفبایی آوایی بود. در ۱۵ قرن بعد، به جز در چین و ژاپن که خطاطان این دو کشور هنوز از زبان شیئی به تصویر استفاده می‌کردند، الفبا به صورت‌های کنونی در جهان تکامل یافت.

در حدود ۵۰۰ سال پیش، یونانها گوتنبرگ (Johannes Gutenberg)، دستگاه چاپ را اختراع کرد. دستگاه او، حق انحصاری نوشتن را که در اختیار پادشاهان و رهبران مذهبی آن روزگار بود، از میان برداشت. خواندن و نوشتن تبدیل

نشانه‌های محکمی وجود دارد که نشان می‌دهند جایگاه تصاویر [نسبت به گذشته] بهبود می‌یابند. ما در میانه هجوم تصاویر زندگی می‌کنیم، تصاویر روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها، پارچه‌ها، بیل‌بوردهای تبلیغاتی، نمایشگرهای رایانه و صفحات تلویزیونی را پر کرده‌اند که حضوری این چنینی، هیچ گاه در تاریخ ارتباطات جمعی سابقه نداشته است. حادثه‌ای در حال وقوع است. جامعه ما در حال تبدیل به جامعه‌ای تصویری است

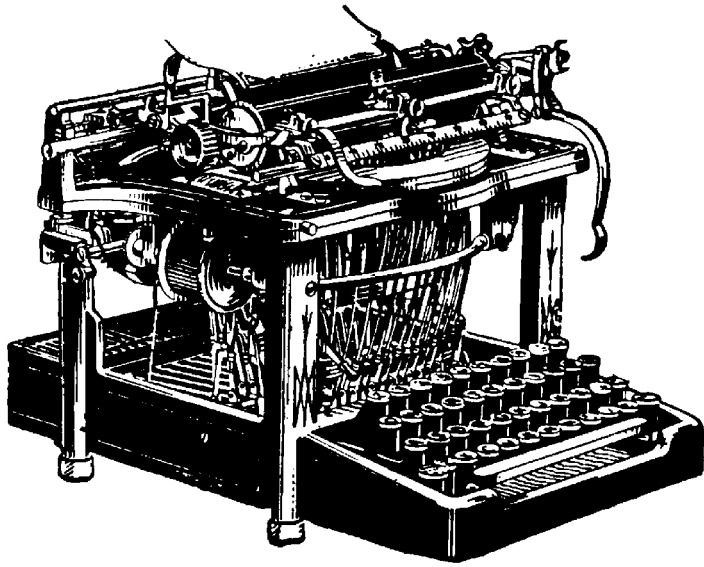
رویاها
 به سرعت از حافظه
 پاک می‌شوند،
 چرا که تجربه‌هایی
 کاملاً تصویری
 هستند که به
 زبان کلامی
 تبدیل نشده‌اند.
 روان‌شناسان
 توصیه می‌کنند
 اگر می‌خواهید
 خواب‌تان را
 به یاد بیاورید،
 فوراً آن را
 برای کسی تعریف
 یا محتوای آن را
 روی کاغذی کنار
 تخت خواب خود
 یادداشت کنید



به فعالیتی شد که همگان، نه فقط گروهی خاص، می‌توانستند از آن بهره بگیرند. با گذشت ۵۰ سال از معرفی دستگاه چاپ، ۱۲ میلیون کتاب، فقط در اروپا به چاپ رسید. صنعت چاپ نه تنها با انتشار کتاب‌هایی که مردم خواهان مطالعه آن‌ها بودند، بلکه همچنین با استاندارد کردن شکل حروف، به گسترش باسوادی کمک کرد. همان‌گونه که سبک‌های منفرد کاراکترهای دست‌نویس و عناصر تصویری نوشتار، با جایگزین‌های یکدست، حروف چاپی تعویض می‌شدند، قابلیت خواندن متن‌ها افزایش یافت. نوآوری گوتنبرگ، موجب کاهش سواد تصویری می‌شد. واژه‌ها بر تصاویر تسلط یافتند. اما وقتی سواد تصویری افزایش می‌یافت، نوع قلم‌ها هم‌چون انواع آغازین آن‌ها، بیشتر انفرادی می‌شد و ویژگی‌های تصویری بیشتری می‌یافت. از این دیباچه مختصر درباره تاریخ واژه‌ها، روشن می‌شود که قدیمی‌ترین گونه ارتباطات، تصاویر بوده‌اند. با این همه، وقتی آشکار می‌شد که تصاویر به صورت ناشیانه، فقط برای پیام‌های بلند و پیچیده مورد استفاده قرار می‌گرفته‌اند، تصاویر آن چنان ساده می‌شوند که می‌توان از آن‌ها در زمینه‌های گوناگون بهره جست. تصاویر از هنگامی که با صدهای گفتار پیوند یافتند، برای همیشه پیوندهای خود را با ریشه‌های تصاویر مستقیم گسستند.

با وجود این، تصاویر پیوند خود را با گذشته خود، از طریق اندازه، نوع، رنگ، کاربرد حروف به صورت ایتالیک، پهن و... حفظ کردند. معنا نه تنها از نمادگرایی آن‌ها از واژه‌ها، بلکه از نمادگرایی آن‌ها به عنوان تصاویر، حاصل می‌شد. سوزان لانگر می‌نویسد که علت آن که واژه‌ها با جوامع باسواد چنین پیوندی دارند، این است که «این جوامع، سابقه‌ای طولانی در درک معنا دارند.» واژه‌ها نمادهای صرفه‌جویانه و آسان ترکیب یافته‌ای هستند که ارزش دیگری جز ارزش نمادی ندارند. اگر شما به نوشتن واژه‌ها به تنهایی علاقه‌مند باشید، هم‌چون مورد سازمان‌دهی در طراحی حروف، واژه بخشی از معنای خود را از دست می‌دهد. اما فناوری رایانه، این امر را برای همه ممکن ساخته تا نوع قلم را ماهرانه به کار گیرند و حتی خود طراحی کنند. ناشران روزنامه‌ها و مجلات، از هنرمندان گرافیک استفاده می‌کنند که برای تبدیل واژه‌ها به اشکال تصویری تعلیم یافته‌اند. این اشکال تصویری، علاوه بر آن چه که واژه نمایندگی آن را بر عهده دارد، دارای معنای نمادین نیز هستند. فیلسوف کانادایی، مارشال مک لوهان (Marshall McLuhan)، عنوان داشت که «ابزار خود پیام» است. دوره تازه فناوری ارتباطات، آن چه را که به عنوان تصویر شناخته شد، آشکار می‌سازد؛ چرا که آن‌ها ابتدا ایجاد شدند.

در مورد تصاویر و اکنون در مورد واژه‌ها، روشن است که ابزار و پیام خود یک کل نمادین را تشکیل می‌دهند. ابزار، رنگ، فرم، عمق و حرکت... ویژگی‌هایی هستند که به توصیف پیام کمک می‌کنند. رولان بارت عنوان می‌دارد که «خطوط چشم‌ها را ارضا می‌کنند. در حالی که نمادها ذهن را ارضا می‌کنند؛» اما هنگامی که خطوط، اشکال و رنگ‌ها دارای معنی هستند، ذهن از هر دو سوا ارضا می‌شود. نقاشان سبک انتزاعی، نخستین افرادی بودند که پیوند میان خطوط و نمادها را درک کردند. چشم و ذهن یکی هستند. درک نمادها، همان چیزی است که انسان‌ها را از حیوانات مجزا می‌سازند. این درک و



تفکر ادراکی، از اهمیت حسی برخوردار است به باور لانگر: «سگ‌ها به نقاشی اعتنایی ندارند؛ چرا که آنان فقط بوم‌های رنگی و نه تصاویر را مشاهده می‌کنند.»

دومین اصل نظریه نحوی ارتباط تصویری، این است: وقتی نمادها ریشه‌های تاریخی مشابهی دارند، واژه‌های میانجی و تصاویر، هر دو به بازنمایی‌های نمادین بدل می‌شوند. پیش از آن که هلن کلر (Helen Keller) که کر و کور بود، یاد بگیرد تا با لمس محیط خود، میان واژه‌ها و اشیا ارتباط ایجاد کند، ذهن او با احساسات غیرتصویری و غیرکلامی پر شده بود. هنگامی که نام آب را

آموخت، ماده‌ای مرطوب که موجب می‌شد احساس خوبی بیابد، برای همیشه میان نماد و شیء، پیوند ایجاد شد. برای یافتن دوباره احساسی خوب، او نیازی نداشت تا واقعاً آب بنوشد. حالا تنها لازم بود که درباره نام آن بیندیشد. این دلالت ضمنی (denotation) از طریق نماد واژگانی، بدون کمک از دلالت‌های معنایی (connotation)، پیوند ایجاد می‌کند. نماد و شیئی‌ای که معنای آن نماد است، در ذهن با یکدیگر می‌آمیزند و دلالت معنایی و دلالت ضمنی یکی می‌شوند.

لانگر می‌نویسد: «همه افکار واقعی، نمادین هستند و به همین علت، محدودیت‌های ابزار بیانی، به واقع محدودیت قدرت‌های ادراکی ما هم به شمار می‌روند. برای آن که درباره نمادها بیندیشیم، باید آن‌ها را کلامی سازیم.» او به کلام‌سازی شفاهی اشاره نمی‌کند، بلکه به افکار ذهنی به شکل واژه‌ها می‌پردازد. عناصر دریافت حسی رنگ، فرم، عمق و حرکت، امکان تبدیل نشانه‌های درون تصاویر بی‌واسطه یا تأمل‌برانگیز را به اندیشه‌های به یادماندنی فراهم می‌آورد. یک برداشت، فقط هنگامی دارای معناست که علایم، با توجه به تجربه‌های فردی و فرهنگی، توسط حافظه شناخته و ارتباط میان آن‌ها کشف شود.

این امر بر همه آشکار است که دریافت‌هایی که با دیدن حاصل شده‌اند، می‌توانند از طریق تحرک‌های کلامی به یاد بیایند. می‌توانید به آسانی متوجه شوید که نمادها، چگونه برای حفظ وقایع و ایده‌ها در حافظه شما، مورد استفاده قرار می‌گیرند. دفعه بعد که روزنامه می‌خوانید، چند ساعت صبر کنید و بکشید تا وقایعی را که در صفحات آن چاپ شده بود، به خاطر بیاورید. شاید نتوانید تعداد زیادی از آن‌ها را به یاد بیاورید. از دوست‌تان که روزنامه‌ای در دست دارد، بخواهید که سرخ‌هایی از هر واقعه برای شما بیان دارد و تصویری را که در کنار مقاله آمده، به شما نشان دهد. با بهره‌گیری از این شیوه یادآوری، به خود اثبات می‌کنید که حقایق مربوط به وقایع روز، هنوز در ذهن شما وجود دارند. به یاد آوردن واژه‌ها و تصاویر روزنامه در دوره‌ای طولانی‌تر، به این بستگی دارد که شما چگونه از نظر ذهنی آن‌ها را حفظ می‌کنید. رویاها به سرعت از حافظه پاک می‌شوند، چرا که تجربه‌هایی کاملاً تصویری هستند که به زبان کلامی تبدیل نشده‌اند. روان‌شناسان توصیه می‌کنند اگر می‌خواهید خواب‌تان را به یاد بیاورید، فوراً آن را برای کسی تعریف یا محتوای آن را روی کاغذی کنار تخت خواب خود یادداشت کنید. تنها به یاری کلام می‌توانید محتوای رویای‌تان را به بخشی از حافظه بلندمدت خود تبدیل کنید.

روان‌شناسان دریافته‌اند که اسامی ملموس، به شکلی مؤثرتر به یاد می‌آیند تا یادآوری مفاهیم انتزاعی. اسامی ملموسی هم‌چون توپ، کتاب، بطری، کودک و... به دلیل پیوندشان با اشیای واقعی، آسان‌تر در ذهن تصویرسازی می‌شوند. مفاهیمی انتزاعی هم‌چون آزادی، صلح، قومیت، عشق و... دشوارتر با تصویری منفرد ارتباط می‌یابند.

اما رالف والدو امرسون (Ralph Waldo Emerson)، در سال ۱۸۳۶، در کتاب خود با عنوان Nature، به این موضوع پرداخت که ریشه همه واژه‌ها - حتی مفاهیم انتزاعی - در طبیعت ملموس است. او می‌نویسد: «هر واژه که برای بیان حقیقتی اخلاقی یا عقلانی مورد استفاده قرار می‌گیرد، اگر به ریشه‌های آن دست یابیم، می‌فهمیم که آن واژه از نمودی مادی سرچشمه گرفته است.» همان گونه که شاعر یونانی، سیونید می‌نویسد: «واژه‌ها، تصاویر اشیا هستند» پس نام‌گذاری اشیا، به حافظه سپاری‌شان را آسان می‌کند.

وقتی با دقت به تحلیل و بررسی پیامی تصویری می‌پردازید، هوشیاری در حال مطالعه هر نماد تصویری در آن چارچوب تصویر هستید. عمل تمرکز فعالیتی کلامی است. بدون ترجمه کلامی علایم در یک تصویر، شانس کمی برای به یاد آوردن آن در آینده وجود دارد. تصویر از ذهن شما محو می‌شود؛ چرا که شما هیچ نکته‌ای از آن نیاموخته‌اید. کارشناسان

ما تنها در کلاس هنر می‌آموزیم که تصاویری بیافرینیم. دیگر کلاس‌ها به نوشتن یا خواندن داستان‌ها، چه به صورت دستور یا در کلاس جغرافی اختصاص می‌یابند. ما می‌آموزیم که داستان‌ها را بخوانیم، اما هیچ‌گاه به ما نمی‌آموزند که چگونه تصاویر را بخوانیم

زبان‌شناسی، نیاز ندارند تا بگویند که تصاویر هیچ الفبا یا نحوی ندارند؛ چرا که چنین اظهاراتی درست است. الفبا و نحو تصاویر، در ذهن و نه در خود تصویر وجود دارد.

ویلسون هیکس ذهن فردی را که به واژه‌های چاپ شده و تصاویر نگاه می‌کند، «عامل» می‌نامد: «این ذهن است که از طریق حافظه و تخیل، معنا را به یاد می‌آورد» دیگران این عامل را «تأثیر سوم» نامیده‌اند. فعالیت‌های ذهنی، واژه‌ها و تصاویری را که از طریق تصاویر مستقیم یا میانجی مشاهده شده‌اند، در زمینه (Context) جدید قرار می‌دهد که این زمینه جدید، حافظه و تفکر خلاق را تقویت و تسهیل می‌کند. حتی فرهنگ‌هایی که زبان نوشتاری ندارند یا افرادی که نمی‌توانند بخوانند یا بنویسند، برای به یاد آوردن آن‌چه تجربه کرده‌اند، از نظام‌های نمادین جایگزین بهره می‌گیرند.

افکار آنان نیز ویژگی‌های کلامی زبان گفتاری را دارد. وقتی هم‌چون مورد هلن کلر یا کودکان در سنین بسیار پایین، هیچ زبان شفاهی وجود نداشته باشد، شکل‌های نمادین، جایگزین گونه نمادین واژه‌های گفتاری و رمزین نمادین احساسات پالایش نیافته، جایگزین صورت نمادین واژگانی که بر زبان جاری می‌شوند، می‌گردد.

مردم در جوامعی که فقط دارای زبان شفاهی بودند، اشیاء و وقایع را بهتر به یاد می‌آوردند؛ چرا که نظام‌های نمادی ذهنی آن‌ها، به شدت گسترش یافته بودند. نوشتن و باسوادی که در سراسر جهان گسترش یافته است، از نیاز به بهره‌گیری حافظه کاسته؛ چرا که وقتی یک واقعه روی کاغذ ثبت شد، نیازی به حفظ دقیق آن، همان‌گونه که اتفاق افتاده، وجود ندارد. در نتیجه، نیاز به نظام پیچیده علایم در ذهن، در طول زمان و با تسلط واژه بر ارتباطات، کاهش یافته است. با رواج بیش از پیش تصاویر، شاید حافظه بشر بار دیگر به سطح حافظه افراد متعلق به فرهنگ‌های ابتدایی برسد.

علایم خارج از زمینه (Context) خود، هیچ معنایی ندارند. افکار تصویری و کلامی، با یکدیگر می‌آمیزند تا زمینه‌ای تشکیل دهند که میان علایم، به منظور ایجاد نمادهایی که می‌توانند به ذهن سپرده و یادآوری شوند، ارتباط ایجاد کند. شناخت زمینه‌ها، اصلی‌ترین نقش ذهن استدلالی است. چهره فردی که می‌شناسید، می‌تواند به سرعت از طریق کاربرد صور خیال ذهن، به یادآورده شود. البته این چهره، تصویری واقعی، دقیق و منطبق با عکس آن فرد نیست. تصویر ذهن، آمیزه‌ای از عناصر دریافت حسی رنگ، فرم، عمق و حرکت است که به توصیف ظاهر فرد با افکار کلامی نیاز دارد. این امر، زمینه و محیطی را که در آن افراد ظاهر می‌شوند، توصیف می‌کند.

تصاویر به یادماندنی، چه به صورت مستقیم و چه با بهره‌گیری از ابزاری سیاسی تجربه شده باشند، تصاویری هستند که شما درباره آن‌ها فکر کرده‌اید. این تصاویر معمولاً ترکیب‌هایی ساده با تأثیر فوری‌اند. آن‌ها تصاویری هستند که جنبه‌های احساسی و استدلالی ذهن شما را برمی‌انگیزانند. این تصاویر، بارها و بارها پس از آن که زمانی طولانی از محو شیئی یا مفهوم از ذهن شما گذشته، برای شما زنده می‌شوند.

اصل سوم فرضیه نحوی ارتباط تصویری، این است: تصاویر با اندیشمندان و با بهره‌گیری از واژگان، به خاطر می‌آیند. تصاویر زبان نیستند؛ چرا که الفبایی ندارند که به آسانی توصیف و بازتولید شود و نیز عناصری که یک تصویر را پدید می‌آورند، از جریانی کلاسیک و یکدست پیروی نمی‌کنند. بیشتر متخصصان، درباره این موضوع توافق نظر دارند که تصاویر مجموعه‌ای از علایم هستند و بنابراین، هنگامی که در ذهن خوانده شوند، به زبان تبدیل می‌شوند.

وقتی واژه‌ها و تصاویر، جایگاه یکسانی در همه رسانه‌های ارتباطی دارند، علایم فرهنگی که یک جامعه را توصیف می‌کنند، نه تنها با کارایی بیشتری از یک نسل به نسل دیگر می‌رسند، بلکه در این نسل، زمان حال و مکان حاضر، فرهنگ‌های گوناگون قادر خواهند بود اندکی بهتر یکدیگر را درک کنند.

منابع

Altschul, Charles. (1992). "The Center for Creative Imaging and the Influence of Technology on Creativity," in Ethics, Copyright, and the Bottom Line. Camden: Center for Creative Imaging, pp. 59-61.

Arnheim, Rudolf. (1974). Art and Visual Perception. Berkeley: University of California Press.

Barnhurst, Kevin. (December, 1991). "News as Art," Journalism Monographs.

Barthes, Roland. (1981). Camera Lucida. New York: Hill and Wang.

-----, (1977). Image Music Text. New York: Hill and Wang.

Berger, Arthur A. (1989). Seeing is Believing An Introduction to Visual Communication. Mountain View: Mayfield Publishing Company.

Berger, John and Jean Mohr. (1982). Another Way of Telling. New York: Pantheon Books.

-----, (1977). Ways of Seeing. London: Penguin Books.

برای آن که واژه‌ها
جملات را بسازند،
نیازی نیست که
شناخته شده باشند.

دیوید لاج

(David Lodge)

نویسنده،

زمانی نوشت:

«زبان شبکه‌ای است

که تله‌های تفکر را

در یک فرهنگ

حفظ می‌کند.»

تصور کنید که

همه چیز از ذهن شما

گریخته باشد،

فقط به این دلیل که

شما معنای

تکتک واژه‌ها را

نمی‌دانید

- Biederman, Irving. (1987). "Recognition-by-Components: A Theory of Human Image Understanding." *Psychological Review*, Vol. 94, no. 2, pp. 115-147.
- Bloomer, Carolyn M. (1990). *Principles of Visual Perception*. New York: Design Press.
- Barnhurst, Kevin. (December, 1991). "News as Art," *Journalism Monographs*.
- Berger, John. (1977). *Ways of Seeing*. London: Penguin Books.
- Bloomer, Carolyn M. (1990). *Principles of Visual Perception*. New York: Design Press.
- Bolton, Richard (ed.). (1992). *The Contest of Meaning Critical Histories of Photography*. Cambridge: The MIT Press.
- Bruce, Vicki and Green, Patrick. (1985). *Visual Perception Physiology, Psychology and Ecology*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Bryson, Norman, Holly, Michael Ann & Moxey, Keith, eds. (1991). *Visual Theory Painting & Interpretation*. New York: Harper Collins.
- Conover, Theodore E. (1985). *Graphic Communications Today*. St. Paul: West Publishing Company.
- Davies, Duncan, Bathurst, Diana & Bathurst, Robin. (1990). *The Telling Image The Changing Balance between Pictures and Words in a Technological Age*. Oxford: Clarendon Press.
- Deely, John. (1990). *Basics of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Dondis, Donis A. (1973). *A Primer of Visual Literacy*. Cambridge: The MIT Press.
- Fineman, Mark. (1981). *The Inquisitive Eye*. New York: Oxford University Press.
- Fiske, Susan T. and Taylor, Shelley E. (1984). *Social Cognition*. Menlo Park: Addison-Wesley Publishing Company.
- Foss, Sonja K. (1992). "Visual Imagery as Communication." *Text and Performance Quarterly*, Vol. 12, pp. 85-96.
- Friedhoff, Richard Mark & Benzon, William. (1988). *The Second Computer Revolution Visualization*. New York: W. H. Freeman and Company.
- Fulton, Marianne. (1988). *Eyes of Time Photojournalism in America*. New York: New York Graphic Society.
- Gardner, Howard. (1982). *Art, Mind, and Brain A Cognitive Approach to Creativity*. New York: Basic Books, Inc. Publishers.
- Ghiselin, Brewster. (1952). *The Creative Process*. New York: The New American Library, Inc.
- Gibson, James J. (1979). *The Ecological Approach to Visual Perception*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Goldberg, Vicki. (1991). *The Power of Photography*. New York: Abbeville Press.
- Gregory, R.L. (1970). *The Intelligent Eye*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Hardt, Hanno. (1991, April). "Words and images in the age of technology." *Media Development*. Vol. 38, pp. 3-5.
- Hatcher, Evelyn P. (1974). *Visual Metaphors A Methodological Study in Visual Communication*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Hicks, Wilson. (1973). *Words and Pictures*. New York: Arno Press.
- Hochberg, Julian. "Attention, Organization, and Consciousness," in Mostofsky, David. (ed.) (1970). *Attention: Contemporary Theory and Analysis*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Hoffman, Howard S. (1989). *Vision & the Art of Drawing*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Hoistad, Gunnar. (1991, April). "How vulnerable are children to electronic images?" *Media Development*. Vol. 38, pp. 9-11.
- Holmes, Nigel. (1985). *Designing Pictorial Symbols*. New York: Watson-Guption Publications.
- Hunter, Jefferson. (1987). *Image and Word The Interaction of Twentieth-Century Photographs and Texts*. Cambridge: Harvard University Press.
- Jean, Georges. (1992). *Writing The Story of Alphabets and Scripts*. New York: Harry N. Abrams, Inc., Publishers.

- Kepes, Gyorgy, ed. (1966). *Sign Image Symbol*. New York: George Braziller.
- Kling, J.W. and Riggs, Lorrin A. (eds.) (1971). *Experimental Psychology*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Koole, Wim. (1991, April). "Imagination depends on images." *Media Development*. Vol. 38, pp. 16-17.
- Langer, Suzanne K. (1960). *Philosophy in a New Key*. Cambridge: Harvard University Press.
- (1953). *Feeling and Form A Theory of Art*. New York: Charles Scribner's Sons.
- Lester, Paul Martin. (2006) *Visual Communication Images with Messages 4th Edition*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Lodge, David. (1984). *Small World*. New York: Warner Books, Inc.
- Margolin, Victor, (ed.). (1989). *Design Discourse History, Theory, Criticism*. Chicago: The University of Chicago Press.
- McCafferty, James D. (1990). *Human and Machine Vision Computing Perceptual Organisation*. New York: Ellis Horwood Limited.
- Morgan, John and Welton, Peter. (1992). *See What I Mean?* London: Edward Arnold.
- Paivio, Allan. (1971). *Imagery and Verbal Processes*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Parker, D.M. & Deregowski, J.B. (1990). *Perception and Artistic Style*. Amsterdam: North-Holland.
- Phelan, John M. (1991, April). "Image industry erodes political space." *Media Development*. Vol. 38, pp. 6-8.
- Richards, Stan. (1974). *Hobo Signs*. New York: Barlenmir House, Publishers.
- Ritchin, Fred. (1992). "An Image-Based Society," in *Ethics, Copyright, and the Bottom Line*. Camden: Center for Creative Imaging, pp. 19-35.
- Saint-Martin, Fernande. (1990). *Semiotics of Visual Language*. Bloomington: Indiana University Press.
- Sculley, John. (1992). "Computers, Communications and Content," in *Ethics, Copyright, and the Bottom Line*. Camden: Center for Creative Imaging, pp. 15-21.
- Sebeok, Thomas A. (1991). *Semiotics in the United States*. Bloomington: Indiana University Press.
- Shepard, Roger N. (1990). *Mind Sights Original Visual Illusions, Ambiguities, and Other Anomalies*. New York: W.H. Freeman and Company.
- Sontag, Susan. (1978). *On Photography*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Stoops, Jack & Jerry Samuelson. (1983). *Design Dialogue*. Worcester: Davis Publications, Inc.
- Stroebel, Leslie, Todd, Hollis & Zakia, Richard. (1980). *Visual Concepts for Photographers*. New York: Focal Press Inc.
- Thiel, Philip. (1981). *Visual Awareness and Design*. Seattle: University of Washington Press.
- Tufte, Edward. (1983). *The Visual Display of Quantitative Information*. Cheshire: Graphics Press.
- Wade, Nicholas. (1990). *Visual Allusions Pictures of Perception*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Worth, Sol. (1981). *Studying Visual Communication*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.