

۱۴۱۹/۴۶

خوانش تصاویر

دستور طراحی بصری

www.ketab.ir

گوتتر کرس - تئوون لیوون

مترجم: سجاد کبگانی



سرشناسه: کرس، گوتتر آر.، ۱۹۴۰ - م.
Kress, Gunther R

عنوان و نام پدیدآور: خوانش تصاویر: دستور طراحی بصری / گوتتر آر. کرس، تیو ون لیوون: مترجم سجاد کیگانی؛ ویراستار فرزانه سجودی
مشخصات نشر: تهران: هنر نو: فرهنگسرای میردشتی، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری: ۳۹۲ ص.: مصور (رنگی)، نمودار.
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۱۹۱-۹۰۷

وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: عنوان اصلی: Reading images : the grammar of
۲۰۰۶, 2nd ed, visual design
یادداشت: واژه نامه.

یادداشت: کتابنامه: ص. ۳۸۶.
یادداشت: نمایه.

عنوان دیگر: دستور طراحی بصری.
موضوع: ارتباط در طراحی

شناسه افزوده: ون لون، تنو، ۱۹۴۷ - م.
شناسه افزوده: Van Leeuwen, Theo

شناسه افزوده: کیگانی، سجاد، ۱۳۶۴ -، مترجم
رده بندی کنگره: ۱۳۹۳ ع ۹ ک / ۴۱۵۱۰ NK

رده بندی دیویی: ۷۰۱

شماره کتابشناسی ملی: ۳۶۶۴۶۰۶

خوانش تصاویر

دستور طراحی بصری

مولف: گونتر کرس، تئو ون لیوون

مترجم: سجاد کبگانی

ویرایش علمی: فرزانه سجودی

ویرایش ادبی: سارا مطلوب

طراح گرافیک: محسن برآبادی

لئیوگرافی: اندیشه برتر

چاپ: اندیشه برتر

صحافی: اندیشه برتر

چاپ اول: زمستان، ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۱۹۱-۹۰۷

قیمت: ۲۴۹۰ تومان

شر: هنر

تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۷۹۲۲۴ ۶۰۴۸۵۱۷

تهران خیابان انقلاب، خیابان

فخررازی، پلاک ۱۱

no. rano@yahoo.com



فرهنگسرای میردشتی
MIRDASHTI PUBLICATION

کتاب میردشتی

تهران، میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی، نبش وحید نظری، مجتمع تجاری نادر،

طبقه اول، واحد ۴ تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۹۰۶۶۰۰۲ نمابر: ۰۲۱-۶۶۴۹۱۹۶۸

فرهنگسرای میردشتی

مشهد، چهارراه لشکر، پاساژ دیدنیها، طبقه زیرهمکف، فرهنگسرای میردشتی

تلفن: ۰۵۱-۳۸۵۴۴۹۵۱ نمابر: ۰۵۱-۳۸۵۱۴۷۶۱

فهرست مطالب

پیشگفتار: دستوری بر طراحی بصری

۲۷ فصل اول

چشم اندازی نشانه شناختی: زبان و ارتباط تصویری

۶۷ فصل دوم

بازنمودهای برای: طراحی گنش اجتماعی

۱۱۳ فصل سوم

بازنمودهای مفهومی: طراحی سازه های اجتماعی

۱۵۹ فصل چهارم

بازنمود و تعامل: طراحی موقت و پیاپی

۲۰۹ فصل پنجم

وجه نمایی: طراحی مدل هایی از واقعیت

۲۴۱ فصل ششم

معنی ترکیب بندی (چیدمان تصویر): ترکیب بندی و من چند شیوه

۲۸۹ فصل هفتم

مادیت و معنا: تولید مادی به مثابه منبعی نشانه ای

۳۲۵ فصل هشتم

بعد سوم: از خواننده تا کاربر

۳۵۷ فصل نهم

افکار رنگارنگ

پیشگفتار:

دستور طراحی بصری

عنوان دوم این کتاب «دستور طراحی بصری» است. عنوانی که انتخاب آن با شک و تردیدهای فراوانی همراه بود. وقتی سخن از «دستور» به میان می‌آید اغلب اصطلاح «قانون» در ذهن تداعی می‌شود. در کتاب‌هایی که چنین عنوان‌هایی دارند؛ برای مثال دستوری بر تولیدات تلویزیونی، آنچه کلیت اثر را شکل می‌دهد قوانینی است که بر اصل تداوم و پیوستگی تأکید می‌کند؛ در نتیجه، این قوانین تعیین‌کننده مرز بین مخاطب حرفه‌ای و تازه‌کار هستند. اما آنچه ما سعی می‌کنیم بیان کنیم کمی متفاوت است. به نظر ما اغلب برداشت‌هایی که از نشانه‌شناسی تصریری به دست آمده، متمرکز بر آن چیزی است که بیشتر معادل «واژگان تصویری» است؛ آنچه زبان‌شناسان از اصطلاح «واژگان» (lexis) یاد می‌کنند و نه چیزی که به «دستور» تصویر مربوط است. در واقع دستوری است که به مباحثی مانند «معنی صریح»^۱ و «معنی ضمنی»^۲، اهمیت «شمایل‌نگاری»^۳، «شمایل‌شناسانه»^۴ عناصر موجود در تصاویر، و مکان‌ها، اشیاء و پدیده‌های انتزاعی با افرادی که در تصاویر نمایش داده می‌شوند، توجه می‌کند.

در این کتاب، برخلاف رویکردی که در سایر طرح‌های قبل به آن اشاره شد، تمرکز ما بر دستور و «نحو»^۵ تصویر خواهد بود. به عبارت دیگر در اینجا شواهدی که به واسطه آن عناصر گوناگون تصویری در قالب مجموعه‌ای معنی‌دار با یکدیگر ترکیب می‌شوند، موضوع مطالعه خواهد بود. دقیقاً همان گونه که دستور زبان چگونگی همنشینی چند واژه و تبدیل آنها به جمله‌واره، جمله و سپس متن را شرح می‌دهد، دستور تصویری ما نیز به توصیف شیوه‌ای خواهد پرداخت که طی آن عناصر تصویر شده، افراد، مکان‌ها و اشیاء در قالب گزاره‌های تصویری ترکیب می‌شوند؛ گزاره‌هایی که به درجات مختلف پیچیده و گسترده هستند.

به یقین ما اولین کسانی نیستیم که به این موضوع پرداخته‌ایم؛ با وجود این، در مقایسه با مطالعاتی که در زمینه واژگان تصویری صورت گرفته، به مطالعه دستور تصویری تا حدودی کم‌توجهی شده است یا می‌توان چنین گفت که این زمینه از زوایای متفاوتی مطالعه شده است. در این میان می‌توان به تاریخ هنر، مطالعات ترکیب‌بندی صوری و زیبانشناختی، روان‌شناسی ادراک، و حوزه مطالعات کاربردمحور اشاره کرد که با تمرکز بیشتری به موضوع‌های کاربردی‌تر همچون استفاده از اصول ترکیب‌بندی، جهت جلب توجه بیننده به عنصری خاص در پدیده‌ای تصویری مثلاً در تبلیغات و بسته‌بندی پرداخته‌اند. تمامی این رویکردها، رویکردهایی مفید هستند و ما در بسیاری

1. Dennotative

2. Connotative

3. Iconographical

4. Iconological

5. Syntax

موارد از بینش افرادی بهره برده‌ایم که از این زوایا به موضوع تصویر پرداخته‌اند؛ باوجود این علی‌رغم مطالعات فراوانی که در این زمینه صورت گرفته، هیچ توجهی به قوانین متداول معنایی در ساخت پدیده‌های تصویری، حداقل به صورت واضح و به شیوه‌ای نظام‌مند نشده است. این دقیقاً موضوعی است که ما به دنبال آن بوده‌ایم و مهم‌تر اینکه سعی در توصیف آن داشته‌ایم. در این کتاب قصد فراهم آوردن توصیف‌هایی مفید و کاربردی درباره ساختارهای ترکیبی مهمی است که در طول تاریخ نشانه‌شناسی تصویری در غرب به صورت اصول رایج درآمده‌اند. علاوه بر این به تحلیل چهرنگی استفاده از این اصول در تولید معنی در آثار طراحان و تصویرگران معاصر خواهیم پرداخت.

آنچه ما در توضیح دستور زبان کردیم، درباره دستور زبانی رایج نیز صدق می‌کند: دستور، همچون گذشته، صوری باقی می‌ماند. «دستور» به طور کلی همواره فارغ از «معنی» مطالعه شده است. باوجود این مکتب زبان‌شناختی، زبان‌شناسانی که الهام‌بخش کار ما بوده‌اند، مانند زبان‌شناسانی که از مایکل هلیدی^۱ پیروی می‌کنند، صورت‌های دستوری را منابعی برای رمزگذاری تفسیرهای تجربه و صورت‌های عمل و معنا اجتماعی می‌دانند. بنجامین لی ورف^۲ نکته‌ای را درباره زبان‌هایی که متعلق به فرهنگ‌های متفاوت اند بیان کرده است: در زبان‌هایی که او «زبان‌های معیار رایج» در اروپا می‌نامد، اصطلاحاتی چون تابستان، زمستان، سپتامبر، صبح، ظهر و غروب با نقش دستوری «اسم» رمزگذاری می‌شوند. نویسنده این پدیده‌ها همگی جزء اشیاء به حساب می‌آیند. بنابراین این زبان‌ها به ما اجازه می‌دهند تا بر «مان» داشته باشیم که در نتیجه می‌توان آن را پدیده‌ای شمارش‌پذیر و ذخیره‌کردنی و قابل استفاده به حساب آورد. این در حالی است که در زبان هوپی^۳ که زبان سرخپوستان شمال آمریکا است این امکان‌پذیر نیست؛ زیرا زمان تنها در قالب احساس گذار ذهنی بیان می‌شود. در نتیجه شما نمی‌توانید بگویید: «هنگام ظهر یا تابستان» و مجبور خواهید بود چیزی شبیه این بگویید: «در حالی که مرحله تابستان در حال وقوع بود» (لی ورف، ۱۹۵۶).

زبان‌شناسان انتقادی مکتب آنجلیای شرقی^۴، که یکی از ما دو نفر با آنها در ارتباط بوده‌ایم، نشان داده‌اند که چگونه می‌توان تفسیرهایی چنین گوناگون را با جهت‌گیری‌های ایدئولوژیک خاص در یک زبان به دست آورد. تونی ترو^۵ (۱۹۷۹: ۷۰-۱۰۶) به توصیف نحوه پرداخت دو روزنامه به

رویدادی می‌پردازد که طی آن پلیس هاراوا در سال ۱۹۷۵ به روی افراد غیرنظامی آتش گشود و سیزده نفر از آنها را مورد اصابت قرار داد. او توضیح می‌دهد در حالی که روزنامه رودیشا هراوا می‌نویسد: «درگیری سیاسی منجر به مرگ و جراحت شد»، تانزانین دیلی نیز چنین گزارش می‌دهد: «پلیس نژادپرست و سفیدپوست رودیشا به روی آفریقایی‌های غیرنظامی آتش گشود و سیزده نفر از آنها را کشت». به عبارت دیگر عقاید سیاسی روزنامه نه تنها از طریق انتخاب واژگان متفاوت، چون نمونه بارز گزینش تروریست در مقابل آزادی‌خواه، بلکه از طریق ساختارهای دستوری متفاوت بیان می‌شود. در اینجا رمزگذاری رویداد به واسطه اسم (مرگ و جراحت) یا فعل (کشتن) که نیازمند مکمل‌های دستوری فاعل (پلیس) و مفعول (آفریقایی‌های غیرنظامی) است نمونه‌ای از این دست موارد است. در همین راستا هلیدی چنین می‌گوید:

دستور محدود به قوانین صوری درستی یا نادرستی یک ساختار نمی‌شود؛ بلکه ابزاری است برای ارائه انگ‌های ملموس در ارتباطات روزمره. دستور این امکان را به ما می‌دهد تا تصویری از واقعیت موجود را پیروانیم و به تجربه‌های درونی و برونی خود معنی ببخشیم (۱۹۸۵: ۱۰).

همین قاعده درباره «دستور» راجح بصری» نیز صدق می‌کند. ساختارهای تصویری مانند ساختارهای زبانی اشاره به تفسیرهای خاص، تجربه و اشکال گوناگون تعاملات اجتماعی دارد. می‌توان این تفسیرها و تعاملات را ناشدود به شیوه‌ای زبان‌شناختی بیان کرد. معانی به‌جای اینکه وابسته به شیوه‌های نشانه‌شناختی خاص باشند به فرهنگ‌های خاص تعلق دارند و شیوه‌هایی که به وسیله آنها معانی در کالبد و ذهن نشانی‌ها، حال چه به صورت زبانی و چه به صورت تصویری یا مخلوطی از هر دو جای می‌گیرند به فرهنگ، و تاریخی خاص مرتبط است. در سرتاسر این کتاب به تشریح و توصیف این نکته خواهیم پرداخت. اما نکته مهم اینجاست که حتی زمانی که معانی یکسان در قالب تصویر یا زبان ارائه می‌شوند نحوه تحقق آنها متفاوت خواهد بود. برای مثال آنچه در قالب زبان و به وسیله گزینش گروه خاصی از کلمات و جمله‌واره‌ها بیان می‌شود، ممکن است در قالب تصویری با رنگ‌های متفاوت یا ترکیب‌بندی‌های گوناگون بیان شود که این نوع گزینش بر فرایند معنی‌سازی تأثیرگذار خواهد بود. به عبارت دیگر بیان موضوع در قالب زبان یا تصویر باعث تغییر و تفاوت می‌گردد.

اگر بنابر برداشت رایج، اصطلاح «دستور» را به معنی مجموعه‌ای از قوانین بدانیم که شخص ملزم خواهد بود برای بیان یا نگارش صحیح و پذیرفته شده در سطح اجتماع از آن پیروی کند، بعضی زبان‌شناسان در اعتراض به این برداشت چنین اظهار می‌کنند که این نوع نگرش تنها به توصیف آن چیزی می‌پردازد که افراد انجام می‌دهند؛ در مقابل عده‌ای دیگر اصرار می‌ورزند که باید این توصیف‌ها را در قالب قوانینی منسجم ارائه کرد. البته در اینجا توصیف به معنی دخیل شدن

در فرایند تولید دانشی است که حالت صرفاً توصیفی خود را از دست می‌دهد و در قالب اصول و قوانین رایج تغییر ماهیت می‌دهد. نمونه این قاعده را می‌توان در آموزش مشاهده کرد. زمانی که یک شیوه‌نشان‌شناختی خاص در روابط عمومی نقش غالب را بازی می‌کند، استفاده آن به طور اجتناب‌ناپذیر محدود به قوانینی می‌شود که از طریق نهاد آموزش، موانع و بازدارنده‌های اجتماعی نوشته و نانوشته تحمیل می‌شود. نقض چنین قوانینی تنها از دست گروه کوچکی از نخبگان برمی‌آید؛ اگرچه گاهی نقض قانون برای پیشبرد علم و ایجاد تغییر ضروری است. ما معتقدیم متخصصان امروزه کمتر به حوزه ارتباط تصویری می‌پردازند؛ در حالی که این حوزه هر روز بیشتر وارد حیطه روابط عمومی می‌شود. این حالت به طرز اجتناب‌ناپذیری منجر به پیدایش اصول بصری بیشتر و بدیدتر می‌شود که در مقابل نیاز به طرح آموزش‌ها و نظریه‌های جدیدتر را نیز در این زمینه الزامی می‌سازد. نداشتن سواد بصری، به موانع و تحریم‌های اجتماعی بیشتری دامن می‌زند. در این حالت سواد بصری تأمین به‌ارزای برای بقاء به‌خصوص در محیط‌های کاری می‌شود.

ما به‌خوبی به این نکته واقفیم که در کاری که در این کتاب انجام شده مسیر را برای گسترش سواد بصری هموار می‌کند. البته این دو منظر می‌تواند به آن نگریست:

۱- **بارویکردی منفی**، می‌توان چنان گفت که کار ما آزادی عملی را که پیش از این در حوزه ارتباطات بصری بوده، محدود می‌کند. البته در اینجا ذکر این نکته ضروری است که این آزادی به قیمت به‌حاشیه‌راندن شیوه‌تصویرگری، تزیین و شیوه‌نوشتار بوده است.

۲- **بارویکردی مثبت**، می‌توان چنین گفت که اثر بیش‌رو مهارت‌های بصری بسیار بیشتری را در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد، و از طرف دیگر، یعنی بر سر راه خلاقیت‌های فردی قرار نمی‌دهد.

همان‌طور که آموزش قوانین نگارشی به معنی پایان یافتن خلاقیت در ادبیات و دیگر موارد نیست، بیان و آموزش مهارت‌های بصری سدی بر سر راه هنرهای مرتبط ایجاد نمی‌کنند. دقیقاً همان‌طور که شاعران و رمان‌نویسان دستور زبان را خلاقانه به کار می‌گیرند و در نهایت همان دستور زبان را همه ما نیز در نگارش نامه و خاطره و گزارش به کار می‌گیریم، همان دستور طراحی بصری که هنرمندان با خلاقیت خاص خود به کار می‌گیرند، در طراحی بروشور، صفحه‌آرایی، تصویرگری، رسم جدول و نمودار، تهیه گزارش و غیره به کار می‌رود.

در اینجا می‌توان این پرسش را مطرح کرد که منظور از دستور زبانی که در زبان‌شناسی موضوع بحث قرار می‌گیرد چیست؟ پاسخی که عموماً به این پرسش داده می‌شود این است که «مجموعه قوانینی که به‌واسطه آن یک زبان را تعریف می‌کنیم دستور زبان نام دارد». حال می‌توان گفت که هر زبان می‌تواند تعریف مخصوص به خود را داشته باشد. پاسخی که نسبت به پاسخ

پیش کمتر عمومیت دارد این است که «دستور زبان مجموعه‌ای از عناصر و قوانین است که شکل‌های خاص فرهنگی ارتباط کلامی را تشکیل می‌دهد». در اینجا چیزی که این شکل‌های خاص فرهنگی ارتباط کلامی را تشکیل می‌دهد، دانش مشترکی است که گروهی خاص به درجات متفاوت به آن استناد می‌کنند. این تعریف خود به بروز پیچیدگی‌هایی دامن می‌زند که براساس آن باید تعریفی برای «دانش» و «گروه» ارائه داد. در این صورت تعریف‌هایی که از «دستور» به دست می‌آیند بیشتر رنگی اجتماعی به خود می‌گیرند: دانش‌ها و فعالیت‌هایی که گروهی از جامعه به اشتراک می‌گذارند.

پرسش دیگری که می‌توان در ادامه پرسش قبل مطرح کرد مربوط به تعریف «دستور طراحی بصری» می‌شود. قبل از هر چیز، می‌توان چنین گفت که «دستور طراحی بصری» توصیفی از منبعی اجتماعی ارائه می‌دهد که توسط گروهی خاص استفاده می‌شود. به علاوه این دستور هم به صورت مستقیم هم غیرمستقیم به توصیف دانش مربوط به این منبع و کاربردهای آن در فعالیت‌های این در می‌دارد. علاوه بر این، اعتقاد ما بر این است که این نوع دستور دارای نوعی عمومیت است. دلیل این عمومیت این است که ما در طرح «دستور تصویری» نیازمند اصطلاحی هستیم که هم نقاشی‌های رنگی و هم سبک‌آرایی روزنامه‌ها و مجلات را دربرگیرد و هم جدول‌ها و نمودارهای علمی را. با در نظر گرفتن این نکته و با توجه به تعریفی اجتماعی که به دست آمد، ما مدعی هستیم که دستور ما چارچوب کلی از طراحی تصویری عناصر موجود در فرهنگ تصویری غرب ارائه می‌دهد.

از طرفی دیگر این برداشت از دانش و فعالیت‌هایی که محل منبعی نشانه‌شناختی، چه به صورت مستقیم و چه غیرمستقیم، به وقوع می‌پیوندد، برپای می‌شود؛ همچنین عناصر و قوانین تشکیل دهنده ارتباط تصویری در یک بستر فرهنگی خاص را بر این گام با طرح این پرسش که «منظور از گروه چیست؟» به صورت کاملاً آگاهانه و عامدانه تعریفی اجتماعی ارائه داده‌ایم. علاوه بر این، در همین راستا با طرح پرسش‌هایی مانند «منظور از فعالیت‌ها چیست؟» سعی کردیم به جای اقتباس از دیگر رویکردها، دستوری جدید ارائه دهیم؛ رویکردهایی که در قالب بیان چنین جمله‌ای چارچوب کلی خود را مشخص می‌کنند: این دستور ماست با این اصول و قواعد؛ آیا دانش‌ها و فعالیت‌های این گروه با این تعریف مطابقت دارد یا خیر؟

در این کتاب مثال‌هایمان را عمدتاً به متون تصویری فرهنگ غرب و اشیایی که نقشی متن‌گونه در این فرهنگ دارند محدود کرده‌ایم. فرض ما در اتخاذ چنین رویکردی این بوده است که این حد از عمومیت با توجه به اینکه به موقعیت‌هایی ارتباطی که به همراه متون نوشتاری تاریخی در حدود پنج قرن دارند، اشاره می‌کند و امروزه نیز به زبان طراحی بصری تبدیل شده است، تا حدودی

پذیرفتنی است. در این مثال‌ها تنوع منطقه‌ای و فرهنگی فراوانی یافت می‌شود و مرزهای این مثال‌ها محدود به دولت‌ملت‌ها نمی‌شود. به عبارت دیگر این منابع تصویری در حالی که همیشه با ویژگی‌های خاص بومی در تعامل بوده‌اند، هرجا فرهنگ جهانی غرب فرهنگ غالب بوده پای آنها نیز به میان آمده است.

آنچه در بالا بیان شد، قبل از هر چیز به آن معنی است که دستور ما دستوری جهانی یا به تعبیری همگانی نیست. زبان تصویر برخلاف آنچه پنداشته می‌شود زبانی واضح نیست که در سرتاسر جهان تفهیم شده باشد؛ بلکه این زبان دارای ویژگی‌های فرهنگی خاص است. ما امیدواریم دامنه‌های محیط‌های غیرغربی هم کشانده شود و ایده‌ها و مفهومی‌های مطرح شده در این محیط‌ها در مطالعه‌های مربوط به ارتباطات تصویری به کار رود. با مثالی ملموس می‌توان چنین گفت که ارتداد تصویری در غرب، شدیداً تحت تأثیر شیوه نگارش ماست که جهت حرکت آن از چپ به راست است. این در حالی است که مسیر خوانش در فرهنگ‌های متفاوت می‌تواند از چپ به راست، از راست به چپ، از بالا به پایین از پایین به بالا و حتی به صورت دایره‌وار باشد. در نتیجه می‌توان بار ارزش معنایی متفاوتی به هر یک از این جهت‌گیری‌ها اختصاص داد. این نوع ارزش‌گذاری و معنایی‌سازی فراتر از شیوه نگارش دارد و بار معنایی آن با الگوهای ترکیب‌بندی متفاوت و همچنین میزان استفاده از آن‌ها و مواردی دیگر متناسب است. ما چنین می‌پنداریم که عناصری همچون «مرکز»، «شبه»، «بالا» و «پایین»^۱ در نشانه‌شناسی تصویری هر فرهنگی نقش خاصی به عهده دارند. در اینجا باید توجه داشت که احتمال ایجاد تغییر در معانی و ارزش‌های این نقش‌ها، با توجه به فضای بصری و تاریخی آن فرهنگ وجود دارد. ابعاد جهانی معنی، در فرایندها و اصول نشان‌ساخت نهفته است. ابعاد یک فرهنگ خاص را می‌توان در تاریخچه کاربرد آن و کاربردهای خاص فرایندها و اصول مربوط به آن جست‌وجو کرد. در اینجا می‌خواهیم بگوییم که پژوهش ما عمدتاً محدود به حیطه ارتباطات تصویری در فرهنگ غرب است. اگرچه دیگران شروع به تعمیم کاربرد اصول این دستور، فرهنگ‌های دیگر نیز کرده‌اند، ما خود هیچ ادعایی در این زمینه نداشته‌ایم. با وجود این مسعیدم نظریه‌ما درباره تمامی صورت‌های ارتباطات تصویری در غرب قابل استناد است. امیدواریم که حجم گسترده‌ای از مثال‌هایی که در این کتاب آمده خوانندگان ما را نسبت به این ادعا متقاعد سازد.

تاکید ما به یکدستی ارتباطات تصویری غرب، به حذف و نادیده گرفتن تغییر و تحولات بومی محلی و اجتماعی منجر نمی‌شود. یکدست بودن طراحی غربی را نمی‌توان ویژگی ذاتی تصویرگری دانست، بلکه این حالت نشأت گرفته از تاریخ طولانی تعامل و ارتباط فرهنگی و همچنین

قدرت جهانی رسانه‌های جمعی، صنایع فرهنگی و فناوری غرب است. در بسیاری از نقاط جهان ارتباط تصویری غرب شانه‌به‌شانه گونه‌های محلی و بومی حضور فعالانه دارد. فرم‌های غربی ممکن است، برای مثال در حوزه‌های خاصی از ارتباط عمومی چون آگهی‌های عمومی، حمل و نقل عمومی، انتشارات، تبلیغات و هنرهای تجسمی یافت شوند. از طرفی گاه دامنه این فرم‌ها در حوزه‌های خصوصی‌تر همچون خانه‌ها و بازارها امتداد می‌یابد. در اغلب موارد ارتباطی سلسله‌مراتبی میان فرم غربی و بومی به وجود می‌آید که در این صورت نقش یکی از این فرم‌ها بر دیگری غالب می‌شود.

اغلب، برای مثال در تبلیغات، هر دو فرم با پذیرش تغییراتی در هم ادغام می‌شوند. آنجایی که فرم‌های غربی بر نوع بومی فشار وارد می‌کنند تغییر و تحولاتی رخ می‌دهد که در نتیجه هر دو فرم فرهنگی به گونه‌ای خاص درهم می‌آمیزند. برای نمونه، در تحلیلی تبلیغاتی که در مجلات انگلیسی‌زبان کشور فیلیپین انجام گرفته، با شیوه‌ای مواجه می‌شویم که از طریق آن عناصر شمایل‌نگارانه رایج غربی با اصل نشانه‌شناختی تصویری بومی ادغام شده‌اند؛ در تبلیغات شرکت امتی آر هنگ کنگ، بعضی آگهی‌ها طبق بر اصول جهت‌دهی شرقی هستند، در حالی که گروهی دیگر رنگ و بویی غربی دارند و حتی عناصر مخلوطی از این دو هستند. همان‌طور که در توضیح تبلیغات کشور فیلیپین آمد، گفتار و شمایل‌نگاری‌ها می‌تواند در عین غربی بودن به روش‌های گوناگون با ترکیب‌های شرقی ادغام شود. عین حال طرح‌های رنگی به‌طور متمایزکننده‌ای خاصیت شرقی بودن را به دوش بکشند. این وضعیت توجه به پیچیده‌شدن فرایند جهت‌دهی در نظام نوشتار پیچیده‌تر هم می‌شود. یکی از عوامل که منجر به این گونه پیچیدگی‌ها می‌شود به کارگیری فرایند جهت‌دهی غربی در محیط‌های خاص و همچنین به کارگیری الفبای لاتین در کنار استفاده مداوم از جهت‌دهی‌ها و فرم‌های نوشتاری سنتی است. عامل دیگر تغییر به واسطه مبادلات اقتصادی، فرهنگی و سیاسی مربوط به قدرت است که می‌تواند گرایش به الگوی غربی یا شرقی را با نوساناتی مواجه سازد. نتیجه آن را می‌توان در تأثیر روزافزون رسانه‌ها که فرم‌های آسیایی طراحی تصویر بر الگوهای تصویری غرب دارند. عاملی دیگر که بر تمام عوامل بالا سایه می‌افکند وجود جوامع آواره‌ای است که به صورت روزافزون در حال گسترش هستند؛ گروه‌های مهاجری که محل اسکان دقیق ندارند؛ مانند جوامع یونانی، لبنانی، ترک و چینی. اگرچه در ظاهر این گونه به نظر می‌رسد که تنها این گروه‌ها تحت تأثیر هستند، در واقعیت مرز تأثیر به‌جامانده از این رویداد، فراتر از محدوده این جوامع است.

در اروپا ازدیاد عناصر بومی محلی در مقابل افزایش نیروهایی که منجر به جهانی‌سازی می‌شوند، همانند وزنه‌ای عمل می‌کند که باعث ایجاد تعادل میان این دو می‌شود. تا زمانی که مناطق و ملت‌های اروپایی همچنان به شیوه‌های زندگی و روحیات قومی متفاوتی رجوع می‌کنند، می‌توان گفت که دستور طراحی تصویری به گونه‌ای متمایز مورد استفاده همه آنها قرار می‌گیرد. برای مثال آسان است نمونه‌هایی بیابیم که در آنها از جهت خوانش غیر متعارف حروف که به طور معمول از چپ به راست است، در ترکیب‌بندی صفحه‌ها و تصاویر رسانه‌های بریتانیایی استفاده شده است. این در حالی است که چنین نمونه‌هایی طبق تحلیلی که دانشجویان انجام داده‌اند، در رسانه‌های کشورهای همچون اسپانیا و یونان به ندرت یافت می‌شود. در این کتاب درباره همین موضوع مثال‌ها آمده‌اند که مربوط به صفحه‌آرایی روزنامه‌های کشورهای متفاوت اروپایی است؛ با وجود این به اندازۀ کافی به این موضوع و نحوه تحقق اصول نشانه‌شناختی در دیگر فرهنگ‌ها پرداخته نمی‌شود و در نتیجه تحقیقات مجزایی را می‌طلبد.

یکدستگی زبان‌ها را می‌توان در آله‌ای اجتماعی به حساب آورد که محصول نظریه‌پردازی و گذر زمان در بستری اجتماعی و فرهنگی است. زمانی که نظریه‌پردازان و دانشمندان مرزهای زبان را کنترل نکنند و زبان‌ها به وسیله رسانه‌های جمعی و نظام‌های آموزشی تصفیه نشوند، افراد قادر خواهند بود با آزادی تمام به نحوی اصیل و بد زان را در هم بیامیزند و در نهایت منظور خود را انتقال دهند. «زبان‌های آمیخته» به همین نحو ترسیم می‌یابند و با گذشت زمان تبدیل به زبان رسمی نسل‌های بعد می‌شود که در اصطلاح «زبان مادری آمیخته» نامیده می‌شود. ارتباط تصویری در چنین قید و بندهایی محصور نبوده و در مقایسه با زبان اصیل، عمل بیشتری داشته است؛ با این حال همواره زبان گفتاری غالبی وجود داشته که در مرکز فرهنگ اصیل ظاهر متعالی و در کنار گونه‌های بومی و اجتماعی کمتر ارج نهاده شده، مانند هنر بومی و محلی ترسیم پیدا کرده است.

امروزه زبان تصویری غالب را غول‌های جهانی فرهنگ و فناوری در عرصه رسانه‌ای جمعی کنترل می‌کنند. این غول‌های رسانه‌ای به ترویج نمونه‌های تولید شده طراحان معاصر می‌پردازند و این کار را به واسطه گسترش بانک‌های تصویری و عکس‌های کامپیوتری انجام می‌دهند. این عمل به جای اینکه تأثیری بر فرهنگ رایج بگذارد، فرهنگ تصویری مد نظر آنها را به اسم فرهنگ رایج در رگ‌های جامعه تزریق می‌کند. اگرچه هدف اصلی این کتاب توصیف وضع موجود «دستور طراحی بصری» است، در کنار آن به شرایطی می‌پردازیم که به لحاظ تاریخی، اجتماعی و فرهنگی منجر به ساخت و بازسازی زبان تصویر می‌شود.

نظریه بازنمود^۱ از منظر نشانه‌شناسی اجتماعی

تحلیلی که ما از بازنمود تصویری ارائه می‌دهیم در چارچوب نظریه نشانه‌شناسی اجتماعی قرار می‌گیرد. بر این اساس قرار دادن این تحلیل در بافتی که نشانه‌شناسی در ۷۵ سال اخیر در آن توسعه یافته، ضروری است. سه مکتب نشانه‌شناسی در اروپا ایده‌هایی را که در حوزه زبان‌شناسی مطرح بود، وارد حوزه ارتباطات غیرکلامی کردند. اولین حرکت توسط مکتب پراگ^۲ صورت گرفت که در سال‌های دهه ۱۹۳۰ و اوائل ۱۹۴۰ فعالیت می‌کرد. این مکتب بر پایه اصول زبان‌شناختی، فعالیت‌های فرمالیست‌های روسی را توسعه داد. در این مکتب اصطلاحاتی مانند «برجسته‌سازی»^۳ وارد حیطه زبان‌شناسی شد؛ برای مثال برجسته‌سازی با قصد ایجاد احساسی هنری در ساختارهای دستوری و آوایی از طریق نقض صورت‌های معیار انجام می‌شد. علاوه بر این، پای این تکنیک به آثار هنری (موکارو، کی)^۴، تئاتر (هنزل)^۵، سینما (یاکوبسن)^۶ و طراحی لباس (بوگاتیرف)^۷ کشیده شد. هر کدام این مکتب‌های نشانه‌شناختی توانایی اجرای نقش‌های ارتباطی مشابه، یعنی نقش‌های ارجاعی و شریک را، داشتند.

دومین مکتب، مکتب پاریس به دهه‌های شصت و هفتاد میلادی فعالیت می‌کرد. این مکتب ایده‌های سوسور^۸ و دیگر زبان‌شناسان را در نقاشی (شفر)^۹، عکاسی (بارت)^{۱۰}، لیندکنز^{۱۱}، مُد (بارت)^{۱۲}، سینما (متز)^{۱۳}، موسیقی (لیبیز)^{۱۴}، نقاشی‌های داستانی (فرسنودروئل)^{۱۵} و غیره به کار بست. ایده‌ها و افکار این مکتب همچنان در سبب واحدهای دانشگاهی مطالعات رسانه، هنر و طراحی آموزش داده می‌شود و با اینکه پاساسا-تارگرا^{۱۶} آن‌ها را به چالش کشیدند، تحت عنوان سمیولوژی تدریس می‌شود. امروزه دانشجویان واژگانی هم چون «زبان»^{۱۷} و «گفتار»^{۱۸}، دال^{۱۹} و مدلول^{۲۰}، نشانه‌های برانگیخته^{۲۱} و نشانه‌های دلبخواهی^{۲۲}، شمایل^{۲۳}، نماد^{۲۴} و نماد^{۲۵} را می‌آموزند. این اصطلاحات برگرفته از آثار فیلسوف و نشانه‌شناس آمریکایی پاترلز ساندز^{۲۶}، پرس^{۲۷} هستند. اغلب آن‌ها در چارچوب «سمیولوژی» گنجانده می‌شوند. عموماً این مباحث میان دانشجویان انتقال داده می‌شود که گویی هیچ جایگزین مناسبی برای این نظریه نشانه‌شناختی وجود ندارد. ما در این فصل و فصل‌های بعد مقایسه‌ای میان این نظریه و رویکرد خودمان خواهیم داشت.

1. Representation
2. Prague school
3. Foregrounding
4. Mukarovsky
5. Honzi
6. Jakobson
7. Bogatyrev
8. Referential
9. De Saussure
10. Schefer
11. Barthes
12. Lindkens
13. Metz

14. Nattiez
15. Fresnault-Deruelle
16. Post-structuralist
17. Langue
18. Parole
19. Signifier
20. Signified
21. Motivated
22. Arbitrary
23. Icon
24. Index
25. Symbol
26. Charles Sanders Pierce