بهروز سهیلی اصفهانی [۱]، محسن مراثی [۲]

مطالعه کارکرد «عنوان» در آثار تجسمیِ هنر مفهومی [۳]

چکیده

در هنر پست‌مدرن و معاصر، با بیشتر مورد توجه قرار گرفتن مفهوم پنهان در اثر هنری، توجه به نقش «عنوان» در انتقال مفهوم افزایش می‌یابد. در این میان، هنر مفهومی، بیش از سایر گرایش‌های هنری موجود، بدان اعتنا نموده است؛ چرا که مفهوم در این گونه هنری، از ارکان اصلی محسوب می‌شود. چگونگی شکل‌گیری و انتقال «مفهوم» این آثار به مخاطب، موضوعی است که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته و نگارندگان قصد دارند جایگاه «عنوان» را در آثار تجسمیِ مفهومی به روش توصیفی-تحلیلی مطالعه نموده و کارکردهای «عنوان» در این آثار را بررسی نمایند. پژوهش به دنبال پاسخ‌گویی به این سوالات است که آیا «عنوان» در انتقال مفهوم آثار تجسمیِ مفهومی دخالت دارد؟ آیا «عنوان» در یک اثر تجسمیِ مفهومی بخشی از اثر محسوب می‌شود یا مجزا از آن است؟ نتایج پژوهش نشان می‌دهد که «عنوان» می‌تواند در برخی آثار مفهومی، به منزله یک عامل «مفهومی‌ساز» که اثر تجسمی یا یک شئ را تبدیل به اثر تجسمیِ هنر مفهومی می‌کند، عمل نماید و با حذف آن، مفهوم اثر هنری تغییر خواهد کرد. نتایج همچنین بیان می‌دارند که «عنوان» در انتقال مفهوم آثار تجسمی مفهومی دخالت دارد و بخشی از خودِ اثر محسوب گشته و جدا از آن نمی‌باشد.

کلیدواژه‌ها: عنوان، هنر مفهومی، مفهوم اثر هنری، برداشت مخاطب از اثر، عنوان‌گذاری.

---

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، استان تهران، شهر تهران
E-mail: behrouz.soheili.esfahani@gmail.com

۲. استادیار گروه آموزشی پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، استان تهران، شهر تهران(نویسنده مسئول)
E-mail: marasy@shahed.ac.ir

۳. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده اول با عنوان: «بررسی عملکرد «عنوان» در انتقال و دگرگونی مفهوم در آثار تجسمیِ هنر مفهومی» به راهنمایی دکتر محسن مراثی و مشاوره دکتر احمد نادعلیان در دانشکده هنر دانشگاه شاهد است.

مقدمه

برخـــی معتقدند نهادن «عنوان» بر یک اثـــر هنری، خوانش مخاطب را تحت تاثیر قرار داده و نوعی بی‌احترامی به وی محســـوب می‌گردد. عده‌ای هم معتقدند که اثر هنری در ذات خود گویا اســـت و نیازی نیســـت که کلمات یا عبارات مثل برچسب‌هایی بر آن الصاق شده تا توضیحی بدان بیفزایند. امـــا عـــده‌ای نیز بر این باورند که عناوین در درک و دریافت مخاطب از اثر، نقش جدی ایفا کرده و تمهیدی اســـت که خالق اثر برای انتقال معنا و مفهوم مورد نظرش به مخاطب، از آن بهره می‌برد. در هنر پســـت‌مدرن و معاصر، با بیشتر مورد توجه قرار گرفتن معنا و مفهوم پنهان در اثر هنری و مطرح شـــدن مباحث هرمنوتیک و بینامتنی در هنر تجســـمی، توجه به نقـــش «عنوان» در انتقال مفهوم افزایش می‌یابد و هنرمندان، با عنوان‌گذاری آگاهانه آثارشان، سعی در تعیین سمت‌وسوی کلی اثر خود داشـــته و دارند. در این میان، هنر مفهومی، بیش از ســـایر گرایش‌های موجود، بدان اعتنا نمود؛ چرا که ایده و مفهوم در این گونه هنری، نقش اساســـی دارد. در اواخر دهه ٦٠ میلادی، رشـــد روزافزون متون در گالری‌های هنری باعث درهم‌شکســـتن تمایز بین فضاهای نمایشگاه و انتشـــارات شد؛ نقاشی‌های هنر مفهومی، دغدغه بازتاب معنا پیدا کرده و هر اندازه که هنرمندان به فرم‌های بصری اهمیت می‌دادند، بر محتوای معناشناســـانه واژه‌های نقاشی شده نیز تأکید کردند. «زبان» در مفهوم تازه و نامحدود مواد هنری به یک ابزار بســـیار مهم بدل شـــد (آزبورن، ۱۳۹۱، ٤٢-٣٢ و لوسی‌اسمیت، ۱۳۸۷، ۲۰۵-۲۰۱). اکثر آثار تجسمیِ هنر مفهومی یا دارای «عنوان» بودند یا که «متن» به صورت تجســـمی به شـــکل بخشـــی از اثر در آن حضور داشت و در انتقال مفهوم نقش بازی می‌کرد. چگونگی شـــکل‌گیری و انتقال «مفهوم» این آثار به مخاطب، موضوعی است که در این پژوهش مورد بررســـی قرار گرفته است. بدین ترتیب در پژوهش پیش‌رو نگارندگان قصد دارند تا بر اساس روش توصیفی-تحلیلی، جایگاه «نوشتار» و به دنبال آن، جایگاه «عنوان» را در آثار تجسمیِ مفهومی مطالعه نموده، سپس کاردهای «عنوان» را در این آثار بررسی نمایند.

پیشینه تحقیق

در نتیجه جستجوی صورت گرفته در خصوص پیشینه تحقیق پیرامون نقش «عنوان» در برداشت مخاطب از اثر هنری، دو مقاله انگلیســـی زبان، دو پایان‌نامه کارشناســـی ارشد داخلی و یک مقاله فارســـی یافت شـــد که حوزه مطالعاتی هیچ‌یک به‌طور مشـــخص، «هنر مفهومی» نبوده است. این پژوهش‌ها به ترتیب عبارتند از:

– تاثیر عناوین بر چگونه دیده شـــدن نقاشی‌ها (The Influence of Titles on How Paintings Are Seen):

این مقاله که حاصل پژوهش تجربی سه استاد در دانشکده‌های روانشناسی آمریکا است و در مجله «لئوناردو» دانشـــگاه ام.آی.تی (Leonardo, The MIT Press) به زبان انگلیسی به چاپ رسیده، بیان می‌دارد که تغییر «عنوان» موجب خوانش‌های تفســـیریِ غیرمشابهی از یک نقاشی می‌گردد و هنگامی که یک اثر هنری عنوان‌گذاری می‌شود، یک اثر قابل توجه بر جنبه زیبایی‌شناسیِ ارائه شده آن دارد و بر کیفیاتی که ما از آن درک می‌کنیم نیز اثر می‌گذارد. کوشش برای دست‌یابی به تناسب بین «عنوان» و تصویر بصری، بخشـــی از تجربه بیننده محسوب گشته و گونه‌های مختلف عنوان، بیننده را در مسیرهای مختلف به کار می‌گیرد و جهت می‌دهد (Franklin, Becklen, & Doyle, 1993).

– هنر عنوان‌گذاری: تاثیر اطلاعات عنوان بر فهم و درک نقاشـــی‌ها (Entitling Art: Influence of

:(Title Information on Understanding and Appreciation of Paintings

این مقاله که حاصل پژوهش دانشـــکده روانشناســـی دانشگاه وِیِنای اســـترالیا در سال ۲۰۰٤ بوده و به زبان انگلیســـی در سال ۲۰۰٦ انتشار یافته اســـت، به روش تجربی انجام گشته و نقش «زمـــان» را نیز به آزمایش می‌گذارد. این مقاله اظهار می‌دارد که به نظر می‌رســـد اگر زمان کافی برای برداشت معنا توســـط مخاطب وجود داشته باشد، فهم اثر هنری اهمیت پیدا می‌کند (Ledera, Carbona & Ripsasb, 2006).

– بررسی نقش عنوان در کارکردهای بیانی عکس:

این پایان‌نامه کارشناسی ارشد عکاسی، که در دانشگاه هنر در سال ۱۳۹۱ نگارش یافته است، در نتایـــج خود بیان می‌دارد که در انتقال معنای عکسِ عنوان‌گذاری‌شـــده، «عنوان» می‌تواند چون عنصری مشـــخص‌کننده یا عاملِ سازنده و گاه تغییردهنده معنا نقش ایفا کند و پیامِ آن در سطوح مختلفِ دست‌یابی به معنای نهاییِ اثر دریافت شود. از این رو نادیده گرفتن نقش عنوان در خوانش محتوای عکسِ عنوان‌گذاری‌شـــده، همچون حذف قســـمتی از عکس است (عبداله‌آبادی و مقیم‌نژاد، ۱۳۹۱).

– پیرامتن‌هـــای عنوان و عنوان‌بندی به مثابه آســـتانه متن در ســـینما با تأکیـــد بر آثار عباس کیارستمی:

این پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر که در دانشگاه هنر اصفهان در سال ۱۳۹۲ نگارش یافتـــه. با تکیه بر نظریات ژرار ژنت در بـــاب بینامتنیت، «عنوان» و «عنوان‌بندیِ» فیلم را گونه‌هایی از پیرامتـــن معرفی نمـــوده که در چگونگی خوانـــش مخاطب از متن اثر هنریَ نقـــش ایفا می‌کنند (معادیخواه و نامورمطلق، ۱۳۹۲).

– عنوان‌شناســـی آثار هنری و ادبی ایرانی (مطالعه نشانه‌شناختی عنوان هنری از قرن چهارم تا دوازدهم):

این مقاله که حاصل پژوهش «بهمن نامورمطلق» اســـت، با رویکرد نشانه‌شناسی، عناوین آثار ادبی و معمارانه فرهنگ ایرانی را از قرن چهارم هـــق تا پایان دوره صفوی مورد مطالعه قرار داده و سپس به نقش اقتصادی عناوین امروزی اشاره می‌کند (نامورمطلق، ۱۳۸۸).

مبانی نظری تحقیق

نگارندگان از میان تعاریف موجود از هنر مفهومی، تعریف ادوارد لوسی‌اسمیت را مبنای شناسایی این آثار قرار داده‌اند. مطابق تعریف وی، «هنر مفهومی شـــکلی از بیان هنری است که تلاش دارد تا جنبه فیزیکی و ظاهری کار را تا حد ممکن تنزل بخشیده و به‌جای آن نیروی ذهنی ناشی از اثر هنری را تقویت کند. در این نوع از هنر تحریکات بصری و نوری به نفع روند فکری و هوشمندانه ادراک اثر هنری، کم اهمیت شـــمرده شـــده و مخاطب اثر هنری به همراهـــی و گفتمان با خالق آن (هنرمند) دعوت می‌شـــود. بدین ترتیب فرآیند آفرینش اثـــر هنری با فرآیند ادراک و دریافت آن به نوعی پیوند می‌خورد. هنر مفهومی اساساً از الگوهای فکری سرچشمه می‌گیرد و در این راه از هر وســـیله و موادی که با ابزار ذهنیت‌های هنرمند ســـازگاری دارد، مدد می‌جوید. ... هنر مفهومی در برخی موارد، برخلاف ذات و تعریف خود، صورتی کاملاً فیزیکی و شـــکلی ناشی از تجسم فکری، که به شـــیوه‌ای کاملاً ادبی بیان شـــده، به خود می‌گیرد. ماده اصلی هنر مفهومی، «تفکر» و «زبان» است» (لوسی‌اسمیت، ۱۳۸۷، ۲۰۵–۲۰۱).

نگارنـــدگان همچنین، در شناســـایی کارکردهای «عنوان»، آراء بهمـــن نامورمطلق را مبنا قرار داده‌انـــد؛ زیرا وی از معدود پژوهشـــگرانی اســـت که به ســـبب تحقیقات گســـترده‌اش در حوزه «بینامتنیـــت»، به «عنوان» به مثابه یک عنصر پیرامتنـــی توجه نموده و به مطالعه و نقد دیدگاه‌های سایر اندیشمندان این حوزه در این خصوص پرداخته است.

اگرچه مرزبندی‌های سنتی هنر، در هنر مفهومی کارکرد اصلی خود را به دلیل بروز مدیوم‌های جدید هنری که با ترکیبی از مدیوم‌های گوناگون خلق شـــده‌اند، از دســـت داده‌اند، اما برای محدود ســـاختن حوزه پژوهش، نگارندگان مجبور بوده‌اند مرزهایی فرضی را در این گونه هنری ترسیم نمایند. بدین منظور، آن دسته از آثار هنر مفهومی که تمرکز اصلی آن‌ها بیشتر بر هنرهای تجسمی است و از رسانه‌های سنتی هنر استفاده نموده‌اند را به عنوان «آثار تجسمی هنر مفهومی» معرفی کرده تا از ســـایر آثار هنر مفهومی که بیشتر بر موســـیقی، اجرا و سینما متمرکزند، فاصله گیرد. زیـــرا نمی‌تـــوان عملکرد «عنوان» را در همگی این آثار به یک گونه تلقی نمود؛ و هر یک پژوهشـــی مجزا طلب می‌نماید.

«عنوانِ» یک اثر هنری

نگارندگان با مطالعه و هم‌نشـــین کردن نظریات پژوهشگرانی چون لئو هوئک [۱]، ژرار ژنت [۲] و همچنین شـــرحی که بهمن نامورمطلق [۳] بر آراء ایشان در پژوهش‌هایش بیان داشته، «عنوان یک اثر هنری» را به صورت زیر در این پژوهش تعریف نموده و مورد استفاده قرار داده‌اند:

«عنوان یک اثرِ هنری، مجموعه نشـــانه‌های زبان‌شـــناختی اســـت که در یک نظام کلامی ارائه می‌شوند و معمولاً به صورت نوشتار بوده و به منزله یک عنصر پیرامتنی در کنار متن اصلی (اثر هنری) حضور پیدا می‌کند و به عنوان رابطی میان متن و مخاطب عمل می‌نماید و دارای کارکردهایی از جمله شناسایی، ایجاد ارتباط، زیبایی‌شناسی، ارجاع‌دهی و برقراری روابط بینامتنی است».

مطالعه کیفی «عنوان» در آثار تجسمی هنر مفهومی

«عنوان» در هنر مفهومی با «عنوان» در ســـایر ســـبک‌ها و گونه‌های هنری تفاوت جدی دارد. زیرا از طرفی عنوان در اکثر موارد به صورت واژگان و نوشـــتار در کنار اثر هنری حضور می‌یابد و از طرف دیگر، از میان همه گرایش‌های هنری، تنها هنر مفهومی اســـت که «نوشـــتار» و «متن» در مبانی نظری و ســـابقه شکل‌گیری آن، از جایگاه بسیار مهم و ویژه برخوردار است. بنابراین برای مطالعه جایگاه «عنوان» در آثار تجســـمی هنر مفهومی ابتدا لازم اســـت به موضوع «نوشـــتار» و جایگاه و نقش آن در این گونه هنری پرداخته شود. زیرا عنوانِ بسیاری از آثار مفهومی، ریشه در نوشتارهای موجود در آن آثار دارد. این متن‌ها چنان از اهمیتِ برخوردارند که گاهی تمامیِ اثر با آن‌ها شکل گرفته است و هیچ عنصر دیگری آن را همراهی نمی‌کند.

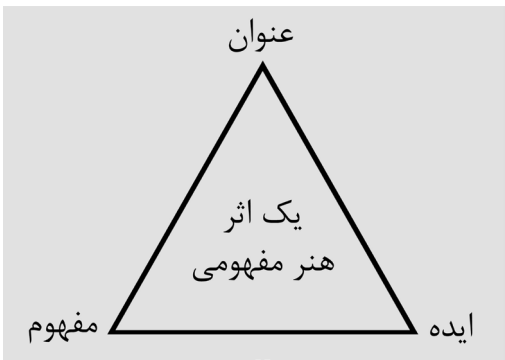
طبق نظر آزبورن، با «زبان» در هنر مفهومی به شـــکل‌های گوناگونی بازی شـــده است. در این فضـــا، زبان بـــرای آرایش فعالیت‌های بالقوه‌ای به کار گرفته شـــده که به نمود تجســـمی در ذهن مخاطب می‌انجامد. زبان به عنوان یک واســـط (مدیوم) هنر، به‌طور مســـتقیم‌تر و به صورت ابزاری برای نفی بصریت –به عنوان کیفیت متمایز هنر مدرن– مورد اســـتفاده قرار گرفته است. در این‌جا «خواندن» در تضاد با «نگاه کردن» قرار می‌گیرد چرا که شـــکل متفاوتی از توجه بصری است که نزدیکی بیشـــتری با تفکر و تجســـم دارد. در هنر مفهومی، زبان به شکل روزافزونی به عنوان یک

مدل نظری برای وضعیت هستی‌شناختی تمام آثار هنری، به کار گرفته شد و به عنوان نمونه‌های خاص «عبارات» یا «گزاره‌ها» استفاده گردید. البته ساخت هنر در فرم مکتوب یا متون چاپی، ممکن است شبیه یک تغییر فعالیت ساده از «هنر» به «ادبیات» و یا نزدیک شدن این دو به یکدیگر به نظر آید. متن‌ها (نوشـــتارها) به دلیل قرار گرفتن در فضاهـــای هنری، دارای اعمال فرهنگی، هنرمندانه، جدید و متغیر گشته و ادعای اثر هنری بودن کرده‌اند. نحوه عملکرد متن‌ها در فضای هنر مفهومی، به دلیل عوامل محتوایی (از قبیل ایجاد رابطه با سایر فرم‌های فرهنگی زبان، مانند نوشتارِ نقادانه) موجب متمایز شـــدنِ اســـتفاده از زبان در هنر مفهومیِ دهه ۶۰ و ۷۰ از وقایع هنری قبلی گردید. برای درک این‌که چرا بار خصوصیت مفهومی هنر، بر دوش زبان، این‌قدر ســـنگین اســـت، باید به تاریخچه آثار حاضرآماده قبل از هنر مفهومی (آثار مارســـل دوشان) و سپس نظریه فلسفی معنا (ریشـــه در آراء ویتگنشـــتاین) در دهه ۱۹۶۰ رجوع کرد. هنر مفهومیِ مبتنـــی بر زبان را می‌توان تلاشـــی برای احیا و تقویت انگیزه زیباشناسی اصیل حاضرآماده‌ها از طریق «بی‌تفاوتی بصری» و محتوای مفهومی ایده‌آل زبان، به عنوان یک عنصر مهم «حاضرآماده‌ها» دانست. در این فرآیند، حالت «بی‌تفاوتی بصریِ» شـــئ هنری که مارسل دوشانَ به کار می‌گرفت، به یک حالت هنرمندانه زبان‌شـــناختی با نام «هنر مفهومی» تبدیل گردید (آزبورن، ۱۳۹۰، ۴۵-۳۴). «آن ککلن»، نویســـنده کتاب «نظریه هنر معاصر» معتقد است که تمییز دادن حوزه هنر از حوزه زیبایی‌شناسی، از اساس و اصولِ آیینی محســـوب می‌شود که مارسل دوشـــان طلایه‌دار آن بوده است. یعنی همان راهکار استفاده از حاضرآماده‌ها. این راهکار پس از دوشان در هنر مفهومی به اوج شکوفایی خود رسید که اســـاس این توسعه را می‌توان در دو ســـازوکار متفاوت از هم پی گرفت که اولی بر «زبان» و دومی بر «مکان» (مکان ارائه) اتکا دارد. مبنای راهبرد اســـتفاده از «زبان»، در واقع همان است که در آیین دوشـــان «نام‌گذاری» خطاب می‌شـــد، البته با این توضیح که میان آن‌ها تفاوت‌هایی وجود دارد. اسامی آثار دوشـــان به همان اندازه حاظرآماده بودند که اشیاء تشکیل‌دهنده آن‌ها. دوشان عناوین این آثارش را کمی شاعرانه و کاملاً بر اصل «آشنایی‌زدایی» و یا به تعبیری «بیگانه‌سازی» انتخاب می‌نمود. در حالی که عناوین آثار هنرمندان اولیه هنر مفهومی، عیناً اسامی اشیاء مورد نظر اســـت و بس. و از این‌جاســـت که جوزف کاسوت، یکی از اهم جنبه‌های هنر مفهومی را توتولوژی (Tautology) برمی‌شـــمرد (ککلن، ۱۳۹۴، ۲۴۸-۲۴۶). توتولوژی یا همان‌گویی که برای اولین بار در سال ۱۹۲۱ توسط ویتگنشتاین در «رساله منطقی-فلسفی» وی به کار رفت، گزاره‌ای است که با هر تعبیر برای منطق گزاره‌ها (یا تابع ارزش‌گذاری) همواره صادق بوده و در معنی‌شناســـی، یکی از روابط مفهومی درسطح جمله است که در اصل، کاربرد حشو درون جمله به حساب می‌آید. برای مثال در جمله‌های «شـــیراز شیراز اســـت.»، «آدم گرسنه گشنه است.» و «پدرم مذکر است.» همگی بر مبنای همان‌گویی ســـاخته شـــده و خبری را منتقل می‌کنند که همیشه صادق است و به عبارتی نفی‌ناپذیر است (صفوی، ۱۳۸۳، ۱۴۰). به کارگیری همان‌گویی در هنر مفهومی سبب پیدایش آثاری شد که با ارجاع درون‌متنی، خود اثر تنها به خودش ارجاع داشته و به عبارتی «خود-ارجاع» است. این گونه از آثار مفهومی را بیشتر در آثار جوزف کاسوت می‌توان مشاهده نمود.

شـــایان توجه است که اگر برخلاف روالی که مدنظر دوشـــان بود، عنوان اثر یا به بیان فنی‌تر بخش زبانی یا زبان‌شناختی آن در واقع امر همان است که خود اثر است، پس در این صورت هر پدیده مبتنی بر زبان، کلمه، جمله، متن، گفته و غیره، می‌تواند به نوبه خود یک اثر هنری محســـوب شود. این سازوکار توسط جوزف کاسوت به رسمیت شناخته شد و اغلب هنرمندان مفهومی مثل

لارنس وینر، بروس نومن، برنار وِنِت از آن بهره بردند. طی این ســـازوکار، کاســـوت به‌جای آثار، مجموعه‌ای از دســـتورالعمل‌های مربوط به نحوه ســـرهم کردن آثار را که بـــه عنوان یک گواهی مالکیـــت نیـــز عمل می‌کرد، امضا می‌نمود؛ در حالی که در منظر او، اثر واقعی نه آن صندلی‌های به نمایش درآمده در نمایشگاه بود (اثر معروف «یک و سه صندلی» که در «تصویر ۱» آمده) و نه آن ســـند امضا شـــده، و نه آن تصویر صندلی، چرا که از دید او این «ایده»ی پشت این کار در تمامیت خود بود که اثر واقعی محسوب می‌شد (ککلن، ۱۳۹٤، ۲٤۹).

تصویر ۱. «یک و سه صندلی»، اثر جوزف کاسوت، ۱۹٦۵. صندلی چوبی، عکس و تعریف دیکشنری، **منبع:** سمیع‌آذر، ۱۳۹۲، ۵۳-۵۲

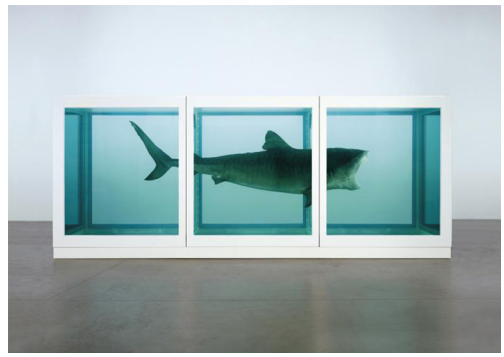


تصویر ۲. مثلث عنوان، ایده، مفهوم و اثر هنر مفهومی، **منبع:** نگارندگان

«عنوان»، «ایده» و «مفهوم»

پژوهش‌های نگارندگان نشـــان می‌دهد که در هیچ‌کدام از منابعی که در مورد هنر مفهومی ســـخن رانده‌اند، تعریف مشخصی از واژه «مفهوم» در این گونه هنری ارائه نشده است و حتی سردمداران و نظریه‌پردازان این سبک نیز اگرچه از این واژه استفاده نموده‌اند، اما تعریف ویژه‌ای برایش ذکر نکرده‌انـــد. در این منابع، واژه‌های «معنا» (meaning) و «مفهـــوم» (concept) بارها در ازای یکدیگر به کار برده شـــده‌اند و تمایز مشخصی بین آن‌ها منظور نشده است. از طرفی برای تعریف نمودن ایـــن واژه می‌تـــوان از مباحث هرمنوتیک مدد جســـت و آنچه را که رویکـــرد هرمنوتیک مدرن در جســـت‌وجوی آن اســـت، یعنی «معنای متن» را (احمدی، ۱۳۸۳، ۸٤) معادل «مفهوم اثر هنری» در نظـــر گرفت و با توجه به تعاریفی که از واژه «مفهـــوم» در فرهنگ‌های لغت و آراء صاحب‌نظران، تعریف زیر را برای «مفهومِ» یک اثر هنری مفهومی ارائه نمود که در این پژوهش مورد اســـتفاده قرار گرفته است:

«منظور از «مفهوم» یک اثر هنری، همان برداشت (خوانش) یا برداشت‌های مخاطب از اثر است که به مدد قوای شناختی وی در او حاصل می‌گردد و سبب می‌شود تا فرد، درک و شناختی نسبت به اثر پیدا نماید». لازم به ذکر اســـت طبق نظر ســـل لویت، در هنر مفهومی، «ایده» با «مفهوم» یکی نیســـت و نباید آن‌ها را معادل یکدیگر قلمداد نمود (آزبورن، ۱۳۹۰، ٤۲-۳۱)؛ زیرا ««مفهوم» اشاره به مســـیر کلی و عمومی دارد، اما «ایده‌ها» اجزا و ترکیب‌های مفهوم را می‌ســـازند و لوازم ساخت مفهوم هســـتند. ایده‌ها به تنهایی می‌توانند اثری هنری باشـــند. آن‌ها درون زنجیری گسترش‌یافته هستند که ســـرانجام شکل و فرم خواهند یافت [اگرچه] ایده‌ها برای وجود داشتن نیازی ندارند به اثری قابل رؤیت تبدیل شوند» (لویت، ۱۳۹۲، ٤۱).

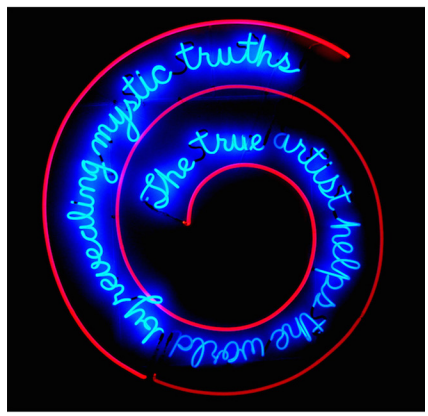


تصاویر ۳و۴. «امکان‌ناپذیری فیزیکی مرگ در ذهن شخص زنده». اثر دیمون هرست. ۱۹۹۱. شیشه، فولاد رنگ شده، سیلیکون، کوسه، محلول فرمالدئید و غیره، **منبع**: www.damienhirst.com

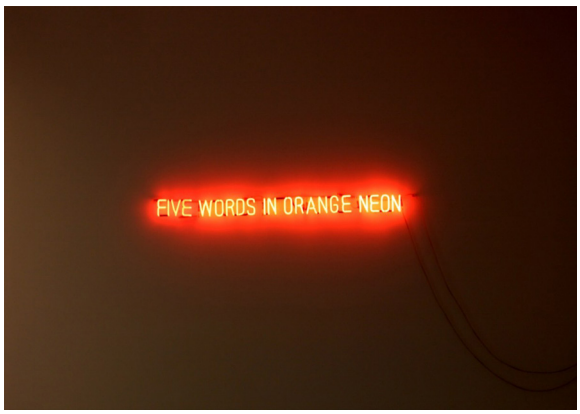
در این‌جا لازم است جهت جلوگیری از خلط معانی واژگان کلیدی در هنر مفهومی، به یک رابطه مثلثی (تصویر ۲) در هنر مفهومی که نگارندگان آن را برای پیش‌برد پژوهش تعریف نموده‌اند، اشاره شود. این مثلث که سه رأس آن را «عنوان»، «ایده» و «مفهوم» اثر هنری تشکیل داده و اثر را در بر گرفته‌اند، بیان می‌دارد که این سه واژه اگرچه گاهی با یکدیگر یکی گشته و بر یک چیز دلالت می‌کنند و حتی خود اثر هنری مفهومی در مواقعی به یکی از این سه واژه تقلیل می‌یابد، اما به‌طور معمول هر یک از آن‌ها بر چیز متفاوتی از دیگری دلالت داشته، در هر اثر هنر مفهومی می‌توان تعابیر این سه واژه را از یکدیگر تمییز داد و هر سه آن‌ها با هم در شکل‌گیری معنای نهایی اثر سهیم خواهند بود. برای واضح‌تر شدن این موضوع، اثر«امکان‌ناپذیری فیزیکی مرگ در ذهن شخص زنده» (تصاویر ۳ و ٤) به عنوان مثال ارائه شده است.

در این اثر، «ایده» می‌تواند استفاده از جسد یک حیوان و ارائه آن به عنوان یک اثر هنری در فضای گالری باشد که به مدد آن، همچنان حوزه زیبایی‌شناسی از حوزه هنر، منفصل انگاشته شود و بدون استفاده از هیچ شئ هنری، اثر هنری مفهومی پدیدار گردد. «عنوانِ» اثر نیز که به‌طور مشخص توسط دیمون هرست، «امکان‌ناپذیری فیزیکی مرگ در ذهن شخص زنده» (The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living) بیان شده است. «مفهوم» اثر نیز بسته به نظر مخاطب، نوع نگرش وی و تأثیری که عنوان اثر بر وی می‌گذارد، می‌تواند متغیر بوده و مفاهیمی مثل غفلت از مرگ، تقابل با باورهای دینی در مورد مرگ، توجه به حیات وحش و محیط زیست، قطعی بودن مرگ، تکاپوی ناعادلانه برای زنده ماندن و غیره باشد. بنابراین، این سه واژه (ایده، عنوان و مفهوم) در عین وحدت درونی، هر یک تعابیر نسبتاً متفاوتی را پی می‌جویند. اما در برخی از آثار تجسمی هنر مفهومی، این سه واژه و یا دو تا از آن‌ها با یکدیگر یگانه می‌شوند؛ به ویژه آثاری که بر پایه «نوشتار یا متن» تولید شده باشند. برای مثال، در اثر نئونی بروس نومن، «هنرمند راستین با آشکار کردن حقایق رازآمیز به جهان کمک می‌کند» که در «تصویر ٥» ارائه شده، نمی‌توان مرز میان «عنوان» و «مفهوم» را به صراحت ترسیم نمود. ککلن در مورد چنین آثاری بر این باور است که استفاده از همان‌گویی (توتولوژی) در هنر مفهومی، موجب گشته که کلیت این آثار را بتوان آثار «خود–ارجاع» نامید. یعنی آثاری که جز به خودشان به هیچ چیز دیگری ارجاع نمی‌دهند و چیزی غیر از خودشان را بازنمایی نمی‌کنند. وی برای نمونه، اثر «پنج کلمه در نئون نارنجی» (Five Words in Orange Neon) که در «تصویر ٦» آمده است را مثال می‌زند. این اثر جوزف کاسوت، در واقع از همان پنج کلمه که از لامپ‌های نارنجی رنگ نئون ساخته شده،

تشـــکیل می‌شـــود. به عبارت دیگر، عنوان این اثر به چیزی ارجاع می‌دهد که مفهوم فیزیکی آن اثر از آن ساخته شده است، در حالی که خود این اثر نیز به مفهوم فیزیکی آن، که عنوان این اثر بدان ارجاع دارد، اشـــاره می‌کند. این اثر همان اســـت که هســـت (ککلن، ۱۳۹٤، ۲٤۸). در این اثر، عنوان، ایده، مفهوم و حتی خود اثر، همگی با یکدیگر یکی شـــده‌اند و مبنای این یگانگی را فقط می‌توان به دلیل اســـتفاده از زبان یا نوشتار برشمرد. زیرا نوشتار در هنر مفهومی، عنصری است که هم در عنوان حضور داشته و هم قابلیت زایش و انتقال مفهوم را دارد و هم توانسته به صورت تجسمی در خود اثر مفهومی بروز یابد و ابزاری در دست هنرمند برای نمایاندن ایده‌اش گردد.

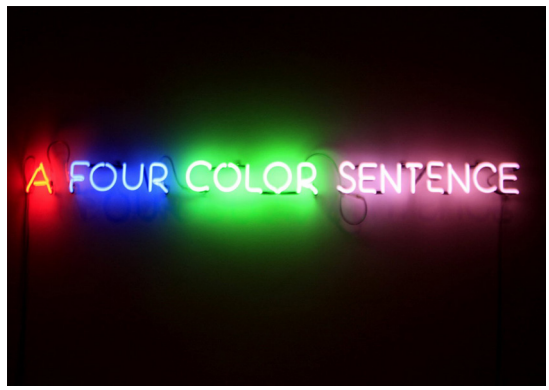


تصویر۵. «هنرمند راستین با آشکار کردن حقایق رازآمیز به جهان کمک می‌کند»، اثر بروس نومن، ۱۹٦۷. نئون با چهارچوب معلق، منبع: سمیع‌آذر، ۱۳۹۲، ۱۲۹

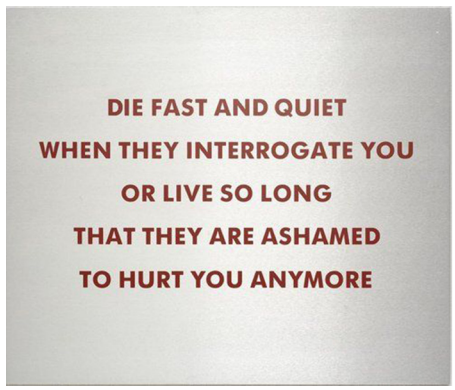


تصویر ۶. «پنج کلمه در نئون نارنجی»، اثر جوزف کاسوت، ۱۹٦۵. نئون و تبدیل، منبع: www.widewalls.ch

در یک اثر تجســـمی مفهومی که بر پایه نوشـــتار تولید شده باشـــد، حتی اگر خالق آن، به‌طور رســـمی عنوانی برایش برنگزیده باشـــد، معمولاً آن اثر به واسطه نوشته‌های موجود در آن مورد شناســـایی و خطاب قرار می‌گیرد و آن نوشته‌ها خواســـته یا ناخواسته، جایگاه «عنوان» برای آن اثـــر را پیدا می‌کنند. آثار «پنج کلمه از نئون نارنجی» یا «یک جمله چهار رنگی» (تصویر ۷) جوزف کاســـوت نمونه‌هایی از این موارد‌ند. همچنین در مواردی که نوشتار موجود در اثر، طولانی است، بخش ابتدایی آن متن یا قســـمت مهم و کلیدی آن نوشـــته، به منزله «عنوان»، ظاهر می‌شـــود. مثلا در اثری از جنی هولتزر (تصویر ۸) که یکی از آثار مجموعه «نوشـــتارهای آتشـــین» است، عبارت «ســـریع و آســـوده بمیر، هنگامی که تو را بازجویی می‌کنند، یا آن قدر زنده بمان که آن‌ها از آزار دادن بیشتر تو شرمسار شوند» (سمیع‌آذر، ۱۳۹۲، ۹۰) به چشم می‌خورد. این اثر اگرچه از طرف خود هولتزر عنوان‌گذاری نشده است و یا حتی «بدون عنوان» نیز ذکر نگردیده، اما در منابع هنری، از آن به صورت «سریع و آسوده بمیر» یاد می‌شود؛ در نتیجه عبارتی که برای شناسایی و مورد خطاب قرار دادن این اثر اســـتفاده می‌گردد، «سریع و آسوده بمیر» است که با در نظر داشتن این نکته که از مهم‌ترین کارکردهای عنوانِ یک اثر هنری، همانا شناســـا کردن اثر اســـت (نامورمطلق، ۱۳۸۸، ۸٤)، پس می‌توان این موضوع را پذیرفت که «ســـریع و آســـوده بمیر» ناخواسته تبدیل به «عنوان» این اثر هولتزر گشته است.



تصویر ۷. «یک جمله چهار رنگی» اثر جوزف کاسوت، ۱۹۶۶. نئون، منبع: سمیع‌آذر، ۱۳۹۲، ۵۵



تصویر ۸. از مجموعه «نوشتارهای آتشین» اثر جنی هولتزر، ۱۹۷۹. نوشتار روی آلمینیوم، منبع: سمیع‌آذر، ۱۳۹۲، ۹۰

گونه‌های سه‌گانه «عنوان» در آثار تجسمی مفهومی

با توجه به آن‌چه گفته شـد، آثار تجسـمی هنر مفهومی را از منظر «عنوان» می‌توان به سه دسته کلی تقسیم نمود:

الف) آثار «عنوان‌دار مؤلفی»: آثاری که توسـط خالق‌شان عنوان‌گذاری شده‌اند. عنوان در این حالـت را می‌توان بخشـی از خود اثر هنر مفهومی تلقی نمود زیرا با بـازی زبانی که هنرمند بین عنوان و خود اثر به راه می‌اندازد، مفهوم نهایی اثر توسط مخاطب درک خواهد شد.

ب) آثار «بدون عنوان»: آثاری که توسط خالق‌شان به صورت «بدون عنوان» ارائه شده‌اند.

ج) آثار «بی‌عنوان-عنوان‌دارشـده»: آثاری که خالق‌شـان عنوان مشخصی بر آن‌ها ننهاده اما بـه دلیل ماهیت‌شـان، به مدد واژگان و نوشـتارهای موجود در خود اثر، توسـط مخاطبان و یا صاحب‌نظران عنوان‌دار گشته‌اند. برای مثال اثری از باربارا کروگر (تصویر۹) که به صورت «من خرید می‌کنم پس هسـتم» عنوان‌دار گردیده، در حالی که کروگر عنوان مشـخصی برای آن اتخاذ ننموده است.

تصویر ۹. «من خرید می‌کنم پس هستم»، اثر باربارا کروگر ۱۹۸۷. چاپ سیلک، منبع: سمیع‌آذر، ۱۳۹۲، ۹۰

تصویر ۱۰: «فواره»، اثر مارسل دوشان، ۱۹۱۷. سنگ توالت، منبع: www.tate.org.uk

توجه به این نکته، ضروری است که تفاوت اصلی آثار گروه «ب» (آثار «بدون عنوان») با گروه «ج» (آثار «بی‌عنوان-عنوان‌دارشده») در این است که اگر قرار باشد محققی به‌طور مثال از یکی از آثار گروه «ب» اســم بیاورد، مجبور اســت برای شناساندن اثر به خواننده، پس از ذکر اثرِ «بدون عنوان» و نام بردن از خالق آن، از ویژگی‌های اصلی موجود در آن اثر اســتفاده نماید تا خواننده را دقیقاً در شناسایی اثر از سایر آثار متوجه گرداند. اما برای شناساندن اثری از گروه «ج» کافی است که بخشی از متن نوشتار موجود در اثر را ذکر نماید.

شناســایی عنوان در یک اثر تجســمی مفهومی اگرچه کار دشواری اســت، اما بنابر آنچه ذکر شــد، عنوان یک اثر تجسمی مفهومی را می‌توان از یکی از سه مسیر آمده در بالا (دسته‌بندی‌های «الــف»، «ب» و «ج») تشــخیص داد. بنابراین، می‌توان گفت اگر عنوان اثر، از دســته «الف» و «ج» باشــد، می‌توان آن را به منزله بخشی از اثر تجســمی مفهومی قلمداد نمود که در فهماندن معنای اثر به مخاطب نقش ایفا می‌کند، زیرا در این حالت‌ها «عنوان» به مثابه یک نوشــتار، عمل می‌نماید و همان‌طور که پیش‌تر آمد، نوشتار در هنر مفهومی، به منزله رویکردی است که برای انتقال معنا به کار گرفته شده و به قول سمیع‌آذر: «پویش هنر مفهومی تا حد زیادی بر محور «زبان» به مثابه یک الگوی کهن برای ســاخت معنا شــکل گرفــت و پیش‌گامان این هنر، عمیقــاً تحت تاثیر کارکرد ساختارهای زبانی در قلمروهای ادبیات، علوم و فلسفه و چگونگی شکل‌گیری لایه‌های مختلف معنا ... بوده‌اند» (سمیع‌آذر، ۱۳۹۲، ۸۷).

کارکردهای سه‌گانه «عنوان» از دیدگاه «بهمن نامورمطلق»

نامورمطلق معتقد اســت جایگاه برجســته «عنوان» موجب می‌شــود تا از کارکــردی تعیین‌کننده، گوناگون برخوردار باشد. وی از میان کارکردهای بی‌شمار «عنوان»، سه کارکرد اصلی و کلی آن را چنین برمی‌شمارد:

– عنصر «شناسایی»: شناسایی مهم‌ترین کارکرد عنوان و عنوان نیز مهم‌ترین عنصر شناسایی و هویتی یک اثر است. در واقع، هیچ عنصر دیگری به اندازه عنوان، امکان و توانایی بیان و معرفی اثــر را نــدارد. آنچه باعث تمایز یک اثر از آثار دیگر می‌شــود، همانا در وهله اول نام و عنوان آن است. (نامورمطلق، ۱۳۸۸، ۸٤-۸۳)

– «گفته-عنــوانِ ارتباطی-تبلیغاتــی»: عنوان برای یــک اثر هنری و ادبی، فقــط برای تمایز و شناسایی نیست، بلکه همچنین و شاید بیشتر از هر عنصر دیگری برای ایجاد ارتباط و برای جلب و جذب مخاطب عمل می‌کند. عنوان ایجاد تشــنگی می‌کند و با ایجاد حس ندانســتن، میل مخاطب به دانســتن را به ســوی متن رهنمون می‌سازد و به قول ریشارد برگر: «صفحه عنوان، یک محمل تبلیغاتی است» (نامورمطلق، ۱۳۸۸، ۸٦ به نقل از Berger, ۷۹).

– «عنوان-آســتانه»: عنوان همانند آســتانه رابطی میان مخاطب و متن اســت و چنان‌که ژنت اشاره دارد، هیچ‌گاه متن به‌طور مستقیم و عریان در اختیار مخاطبِ خود قرار نمی‌گیرد و عناصری همچــون عنوان، به مثابه رابطی میان متنِ پوشــیده و مخاطب وارد عمل می‌شــوند. (نامورمطلق، ۱۳۸۸، ۸۷)

کارکرد گونه‌های سه‌گانه «عنوان» در آثار تجسمی مفهومی

با توجه به سه کارکردی که نامورمطلق برای عنوان برمی‌شمارد، یعنی «شناساکننده اثر»، «ایجاد ارتباط و تبلیغ برای اثر» و «آستانه رابط میان اثر و مخاطب» نگارندگان در پی پاسخ گفتن به این سؤالات هستند که اگر عنوان یک اثر تجسمی مفهومی بتواند در انتقال مفهوم اثر نقش ایفا کند، آیا می‌توان این موضوع را در دل این کارکردهای سه‌گانه قلمداد نمود و همچنین، در کدام‌یک از دسته‌بندی‌های سه‌گانه عناوین آثار تجسمی مفهومی، این انتقال مفهوم روی می‌دهد و شدیدتر است؟ بدین منظور، نگارندگان هر یک از این سه را با تقسیم‌بندی‌ای که برای عناوین آثار تجسمی مفهومی انجام داده (یعنی «عنوان‌دار مؤلفی»، «بدون عنوان» و «بی‌عنوان-عنوان‌دارشده») روبرو کرده‌اند:

۱. کارکرد «شناساکننده اثر»:

• در مورد آثار «عنوان‌دار مؤلفی»، این کارکرد به وظیفه کامل خود عمل می‌نماید. یعنی به‌طور کامل اثر را یکّه و خاص می‌گرداند؛ مگر مواردی که خود هنرمند عامدانه بخواهد از عنوانِ اثر دیگری استفاده نماید که در این صورت، رابطه‌ای بینامتنی میان آن‌ها برقرار گشته و آثار به گفتگو با یکدیگر می‌پردازند.

• در مورد آثار «بدون عنوان»، این کارکرد تقریباً بی‌اثر خواهد بود.

• در مورد آثار «بی‌عنوان-عنوان‌دارشده»، عنوان همچنان در شناسایی کردن اثر نقش دارد اما نسبت به حالت «عنوان‌دار مؤلفی»، در برآورده کردن این کارکرد، کمی ضعیف‌تر عمل می‌نماید، زیرا از قطعیت صددرصدی برخوردار نیست.

۲. کارکرد «ایجاد ارتباط و تبلیغ برای اثر»:

• در مورد آثار «عنوان‌دار مؤلفی»، بسته به این‌که هنرمند از چه منظری و چگونه عنوانی را برای اثرش برگزیده باشد، این کارکرد قابلیت این را دارد که در حد بالایی مخاطب را به برقراری ارتباط و درگیر شدن با اثر مفهومی ترغیب نماید، اطلاعاتی در مورد اثر هنری یا مفهوم آن به مخاط بدهد و یا بسته به نوع جهت‌گیری عنوان با اثر (که می‌تواند هم‌سو یا متضاد و غیره باشد) قادر است مخاطب را به پرسش از اثر هنری و یافتن پاسخ در ذهن خود وادارد و در یک کلام، رابطه‌ای قوی میان مخاطب و اثر مفهومی ایجاد نماید.

• در مورد آثار «بدون عنوان»، این کارکرد تقریباً بی‌اثر خواهد بود.

• در مورد آثار «بی‌عنوان-عنوان‌دارشده»، عنوان بر بخشی از متن یا نوشتار موجود در خود اثر تأکید می‌کند و با این کار، به منزله ذره‌بینی عمل می‌نماید که سبب می‌گردد بخش ویژه‌ای از اثر با دقت بیشتری توسط مخاطب دیده شود؛ یا به مثابه یک چراغ‌قوه‌ای در دست مخاطب، موجب گشته تا قسمتی از اثر، بیشتر مورد توجه قرار گرفته و دیده شود. بنابراین خواهد توانست در ایجاد رابطه با مخاطب و جلب نظر وی و انتقال مفهوم گام بردارد.

۳. کارکرد «آستانه رابط میان اثر و مخاطب»

• در مورد آثار «عنوان‌دار مؤلفی»، عنوان هم می‌تواند نقش واسطه‌ای خود را ایفا نماید و هم می‌تواند بی‌اثر بوده و دارای این کارکرد نباشد. این موضوع بسته به ارجاعات مدنظر عنوان

دارد. بـــه بیان دیگر، اگر عنوان از نوع «خود–ارجاع» باشـــد، (مثـــل اثر «یک جمله چهار رنگی») در این صورت به منزله واسطی برای برقراری ارتباط مخاطب با اثر عمل نخواهد کرد، زیرا در اینجا، خود عنوان به مثابه بخشی از اثر است که در ابتدای امر بر مخاطب، پنهان است و باید با خوانش مخاطب گشـــوده گردد. اما اگر عنوان به چیزی یا مفهومی خارج از خود اثر ارجاع داشـــته باشـــد، می‌توان گفت به این عملکرد به‌طور کامل عمل کرده و به عنوان یک آســـتانه واســـط، مخاطب را از راهروی واژگانیِ خود به سمت اثر هنری رهنمون می‌سازد.

- در مورد آثار «بدون عنوان»، این کارکرد تقریباً بی‌اثر خواهد بود.
- در مورد آثار «بی‌عنوان–عنوان‌دارشـــده»، عنوان به این کارکرد خود عمل می‌نماید اما شدت آن نســـبت به حالت «عنوان‌دار مؤلفی» کمتر است؛ زیرا مخاطب به‌محض مواجه شدن با خود اثر، ایـــن عنوان را فراموش می‌کند، چرا که با اصل و نوشـــتار کامل متن در خود اثر روبرو می‌گردد. بنابراین، این دسته از عناوین، تنها حاملی زودگذر برای رساندن مخاطب به اثر هنری می‌باشند.

نتایج این قسمت از بررســـی کارکرد «عنوان» در آثار تجسمی هنر مفهومی را می‌توان به‌طور مختصر در «جدول ۱» ملاحظه نمود. همان‌طور که این جدول نشـــان می‌دهد، در حالتی که اثر به صورت «بدون عنوان» نام‌گذاری شده است، هیچ‌کدام از کارکردهای عنوان، وارد عمل نخواهند شد و هنگامی که اثر توسط خالق آن عنوان‌گذاری می‌گردد، به شرطی که عنوان «خود–ارجاع» نباشد، عناوین در بالاترین کارکرد خود اقدام می‌کنند و بر مخاطب تاثیر می‌گذارند.

جدول ۱. کارکردهای سه‌گانه عنوان در گونه‌های مختلف عنوان در آثار تجسمی هنر مفهومی

کارکرد	عنوان‌دار مؤلفی	بدون عنوان	بی‌عنوان- عنوان‌دارشده
شناساکننده‌ی اثر	کاملاً دارد	ندارد	دارد
ایجاد ارتباط و تبلیغ برای اثر	کاملاً دارد	ندارد	دارد
آستانه رابط میان اثر و مخاطب	در مورد عنوان‌های «خود–ارجاع»: ندارد در مورد عنوان‌های «برون–ارجاع»: کاملاً دارد	ندارد	دارد

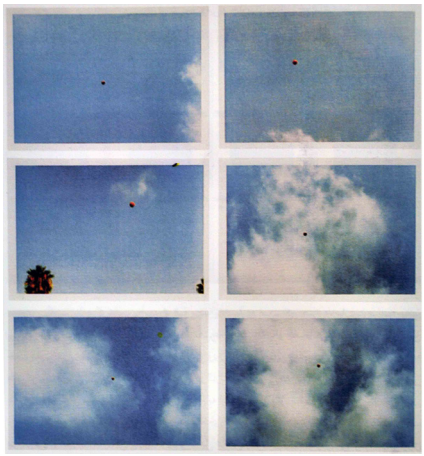
منبع: نگارندگان

حذف کردن «عنوان» از یک اثر تجسمی مفهومی

بـــا حذف کردن «عنوان» یک اثر تجســـمی مفهومی که از نوع «عنوان‌دار مؤلفی» اســـت، چه روی می‌دهـــد؟ آیا اثر از دایره هنر مفهومی خارج می‌گردد؟ می‌توان چنین پاســـخ داد که در بســـیاری از این آثار، جواب مثبت اســـت و چنین اتفاقی خواهد افتاد. این موضوع ریشـــه در شکل‌گیری هنر مفهومی، یعنی ریشـــه در حاضرآماده‌های مارســـل دوشـــان دارد. اگر عنوان «فـــواره» از این اثر دوشـــان (تصویر ۱۰) حذف گردد، آن‌چه برجای خواهد ماند، تنها یک شئ کاربردی محض است. این موضوع را می‌توان با ذکر مثال‌هایی بیشـــتر تشـــریح کرد. اگر عنوان «مجسمه‌های ناشناخته» از اثری که برند و هیلا بکر خلق کرده‌اند (تصویر ۱۱)، حذف شـــود، آن‌چه باقی می‌ماند، تنها چند

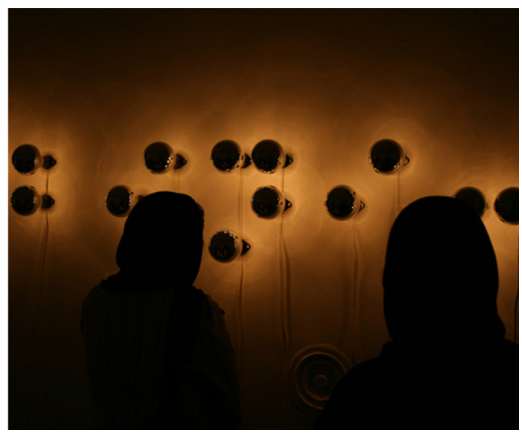
تصویر مستندگونه از سازه‌های نسبتاً بلند برج آب است که به خودی خود به حوزه هنر مفهومی تعلــق ندارد. این موضوع همچنین در اثری از جان بالدســاری با عنوان «تلاش برای گرفتن عکس از توپی در مرکز کادر» (تصویر ۱۲) نیز صادق اســت. زیرا اگر عنوان این اثر از آن گرفته شــود، تصاویــری خالی از محتوا بر جا خواهد ماند که شــاید ارزش هنری چندانی نیز نتوان برای آن‌ها متصور شد؛ اما باوجود چنین عنوانی، این شش تصویر در کنار یکدیگر مفهوم یا مفاهیمی را منتقل خواهند ساخت و حتی به نوعی می‌توانند انگیزه خالق این اثر را نیز بازگو کنند.

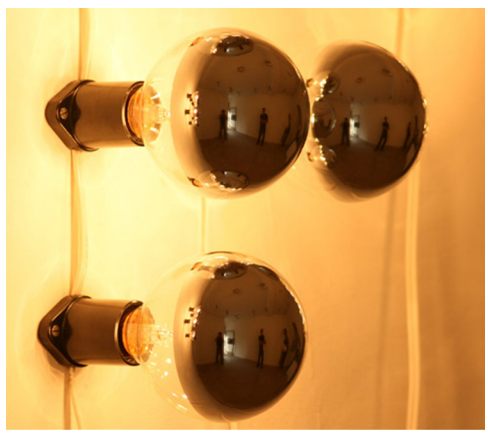
تصویر ۱۱. «مجسمه‌های ناشناخته»، اثر برند و هیلا بکر، چاپ عکس روی کاغذ. عکاسی از برج آب، **منبع**: سمیع‌آذر، ۱۳۹۲، ۱۰۸



تصویر۱۲: «تلاش برای گرفتن عکس از توپی در مرکز کادر» اثر جان بالدساری، ۱۹۷۲. عکس چاپ‌شده، **منبع**: سمیع‌آذر، ۱۳۹۲، ۱۱۳

ایــن موضوع تنها در آثــار هنر مفهومی غرب صدق نمی‌کند، بلکه آثــار مفهومی ایرانی را نیز شــامل می‌گردد. به‌طور مثال، در اثر «مرا می‌بینی؟» (تصاویر ۱۳ و ۱٤) از ســهند حسامیان، اگر عنوان حذف گردد، فقط چیدمانی از لامپ‌های کرومی برجای خواهد ماند که اشیاء حاضرآماده‌ای بیش نیستند. اما به مدد چنین عنوانی، تصویر مخاطب در لامپ‌ها و حتی تاریکی فضای نمایشگاه مفهوم پیدا می‌کنند.





تصاویر۱۳ و۱۴. «مرا می‌بینی؟»، اثر سهند حسامیان، ۱۳۸۸. چیدمان نوری با ابعاد مختلف از لامپ‌های کرومی، **منبع**: بکر، ۱۳۹۰، ۹۳-۸۷

در اثـــری از علیرضا فانی با عنـــوان «حاضرآماده» (تصویر ۱۵) که یک عکس از مجموعه «من آنـــم که» اســـت، اگر عنوان اثـــر حذف گردد، خود تصویر به تنهایی دارای نشـــانه‌هایی اســـت که انســـان معاصر را در وضعیتی مصرف‌گرا به تصویر می‌کشد. اما هنگامی که این عکس به همراه عنوانش دیده می‌شود، بخشی از عناصر تصویر که کمتر دیده می‌شدند، خود را نمایان می‌کنند و دلالت‌های معنایی‌شان عوض می‌گردد. مثلاً خوراک لوبیایی که فرد مشغول خوردن آن است، بعد از آمدن عنوان «حاضرآماده»، جنبه حاضرآمادگی‌اش بیشتر به چشم می‌آید؛ همین‌طور آن قوطی نوشـــیدنی، نسکافه و شیرخشـــکِ فوری، نانِ بسته‌بندی‌شـــده‌ای که احتمالاً به‌جای نانوایی از یک ســـوپر مواد غذایی خریداری شده و بسیاریِ نشانه‌های دیگر، در حضور عنوان، تأکید عمیق‌تری بر حاضرآماده‌خوری خواهند داشـــت. در این مثال، از عنوان مجموعه نیز نباید غافل شـــد. عنوان «من آنم که» به واســـطه رابطه بینامتنی که با شـــعر فردوسی و داستان رستم در شاهنامه برقرار می‌ســـازد، سبب فهم عناصر نشـــانه‌ای دیگری در این عکس مثل نوع کلاه‌خود و نوع آرایش ریش آن مرد می‌گردد که اگر این عنوان غایب باشد، احتمال کمی وجود دارد که مخاطب بتواند به چنین رابطه‌ای پی برده و تضادی که شخصیت موجود در کادر با «رستم» دارد را دریابد.

تصویر ۱۵. «حاضرآماده»، اثر علیرضا فانی، از مجموعه «من آنم که». چاپ دیجیتال، **منبع**: کشمیرشکن، ۱۳۹۳، ۳۳۶

تصویر۱۶: «ناهید و فرزندانش»، اثر عباس اکبری، از مجموعه «جام جم»،۱۳۹۱. سرامیک، **منبع**: نگارندگان

«عباس اکبری» نیز از دیگر هنرمندانی است که به مدد عنوان‌گذاری توانسته آثار فرمالیستی‌اش را بـــه حوزه هنر مفهومی وارد کرده و ذهن مخاطب را در برداشـــت مفهوم از آثارش، جهت‌دهی نماید. «ناهید و فرزندانش» (تصویر ۱۶) نمونه‌ای از این آثار تجســـمی اکبری اســـت که تنها از یک کاســـه و چند گوی سفالین ساده بدون معنا و روایت تشکیل شده، اما به واسطه «عنوان» توانسته مفهوم پیدا کند و روایتی شاعرانه را بازگو نماید.

بنابـــر آن‌چه در مورد نتایج حـــذفِ «عنوان مؤلفی» توضیح داده شـــد، می‌توان چنین گفت که «عنوان» می‌تواند در برخی آثار مفهومی، به عنوان یک عامل «مفهومی‌ساز» که اثر هنری را تبدیل به اثر هنر مفهومی می‌کند و یا یک شـــئ را تبدیل به یک اثر مفهومی می‌نماید، وارد عمل شود. این بدان معناســـت که عنوان، حلقه اتصالِ آن شـــئ یا اثر به حوزه هنر مفهومی است که با حذف آن، مفهوم اثر هنری تغییر خواهد کرد و حتی دگرگون خواهد شد.

نتیجه‌گیری

از آن‌جا که «عنوان»، مهم‌ترین انتخابی است که در مورد یک اثر ادبی و هنری صورت می‌گیرد، به‌گونه‌ای که علاوه بر عنصر شناسایی و گیرایی، گذرگاهی اجباری برای رسیدن به متن تلقی می‌شود (نامورمطلق، ۱۳۸۸، ۸۱)، می‌توان ادعا نمود که بسیاری از مخاطبین هنگام روبرو شدن با آثار عنوان‌دارِ تجسمی مفهومی، حتماً به «عنوان» آن بر خواهند خورد و در ذهن خویش به کشف رابطه میان عنوان و آنچه به نمایش درآمده، خواهند پرداخت. این بدان معناست که عنوانِ این آثار می‌تواند در انتقال مفهوم به مخاطب نقش داشته باشد.

استفاده از «زبان» به منزله یکی از دو سازوکاری که در هنر مفهومی مورد استفاده قرار می‌گیرد، به دو گونه در آفرینش آثار تجسمی مفهومی بروز داشته است. اول، استفاده از نوشتار در خودِ اثر و دوم، استفاده از «عنوان». این دو دسته منجر به خلق دو گونه آثارِ عنوان‌دار گردیده: آثار «عنوان‌دارِ مؤلفی» و آثار «بی‌عنوان-عنوان‌دار شده». در آثار عنوان‌دارِ مؤلفی، «عنوان» جایگاه ویژه‌ای در ساخت معنا و مفهوم نهایی اثر خواهد داشت، اما در آثار «بی‌عنوان-عنوان‌دار شده»، اگرچه همچنان در انتقال معنا مؤثر واقع می‌شود، اما از میزان تأثیرش کاسته می‌گردد.

در آثار تجسمی مفهومی که از همان‌گویی (توتولوژی) در خلق‌شان بهره برده شده (مثل آثار نئونی جوزف کاسوت) و به عبارت دیگر «خود-ارجاع» می‌باشند، «عنوان» همان عنصر نهایی است که حلقه همان‌گوییِ اثر را تکمیل می‌کند و دایره ارجاع اثر به خودش را کامل نموده و می‌بندد. بنابراین، در این گونه از آثار مفهومی نیز، «عنوان» در تشکیل و انتقال مفهوم اثر، نقش ایفا می‌کند. با استناد به سه استدلالی که در بالا ذکر شد، نگارندگان معتقدند که «عنوان» در انتقال مفهوم آثار تجسمی مفهومی دخالت دارد.

برای پاسخ دادن به اینکه «عنوان» در یک اثر تجسمی مفهومی، بخشی از اثر محسوب می‌گردد یا خیر، باید ٤ استدلال زیر را مدنظر قرار داد:

۱- در بسیاری از آثار تجسمی مفهومی، «عنوان» در کنار «ایده» و «آن‌چه به نمایش درمی‌آید»، مفهوم نهایی اثر را می‌سازند. بنابراین، عنوان را باید بخشی از این آثار دانست.

۲- در هنر مفهومی، «مفهوم» به عنوان یک رکن اصلی اثر محسوب می‌گردد. پژوهش حاضر نیز نشان می‌دهد که با حذف «عنوان» از آن دسته از آثار تجسمی مفهومی که توسط خالقان‌شان عنوان‌گذاری شده‌اند (آثار عنوان‌دار مؤلفی)، مفهوم اثر تغییر خواهد کرد. بنابراین، «عنوان» را می‌توان بخشی از خودِ این آثار قلمداد نمود.

۳- چون عنوانِ بسیاری از آثار تجسمی مفهومی ریشه در نوشتارهای موجود در این آثار داشته و این نوشتارها نقشی اساسی در شکل‌دهی و ساخت مفهوم اثر دارند، پس عنوان‌های این آثار نیز، بخشی از خودِ این آثار محسوب می‌گردند.

٤- در آن دسته از آثار تجسمی مفهومی که به وسیله همان‌گویی خلق شده و «خود-ارجاع» هستند، «عنوان» سبب بسته شدن و تکمیل ارجاعِ دُوری اثر به خودش است. بنابراین، در این گونه آثار نیز نمی‌توان «عنوان» را چیز جدایی از اثر تلقی کرد.

با توجه به این ٤ استدلال، نگارندگان اعتقاد دارند که «عنوان» در یک اثر تجسمیِ مفهومی، بخشی از خودِ اثر محسوب می‌گردد و مجزا از آن ناست.

همان‌طور که بهمن نامورمطلق سه کارکرد «عنوان» در هر اثر هنری و ادبی را «شناساکننده

اثر»، «ایجاد ارتباط و تبلیغ برای اثر» و «آستانه رابط میان اثر و مخاطب» برمی‌شمارد (نامورمطلق، ۱۳۸۸، ۸۷-۸۳)، نگارندگان بر اســاس نتایج پژوهش حاضر، یــک کارکرد دیگر برای «عنوان» در آثار تجســمی هنر مفهومی به آن ســه کارکرد اضافه می‌نمایند و آن، «تأثیرگذاری در شکل‌گیری مفهوم نهایی اثر» است. جایگاه «عنوان» در آثار تجسمی هنر مفهومی به دلیل اهمیت نقش «زبان» و «نوشتار» در هنر مفهومی، بسیار مهم و غیرقابل انکار است، به‌گونه‌ای که با حذف «عنوان» از یک اثر تجســمی مفهومی، احتمال خارج شدن آن از دایره هنر مفهومی وجود دارد؛ زیرا آن‌چه برجای خواهــد ماند، الزاماً به خودیِ خود قــادر نخواهد بود اتصال خویش را با هنر مفهومی حفظ نماید. شدت اهمیت «عنوان» در این گونه هنری تا حدی است که هنرمندان مفهومی، بخش قابل توجهی از خلاقیت خود را در آفرینش عناوین آثارشان متمرکز می‌کنند. «عنوان» در بسیاری از آثار مفهومی، به منزله یک عامل «مفهومی‌ســاز» که اثر هنری را تبدیل به اثر هنر مفهومی می‌کند و یا یک شــئ حاضر و آماده را تبدیل به یک اثر مفهومی می‌نماید، وارد عمل می‌شود.

با توجه به این‌که نتایج تحقیقات انجام شــده پیرامون تاثیر «عنوان» بر برداشت مخاطب از اثر هنری -که اســامی آن‌ها در پیشــینه پژوهش حاضر نیز ذکر گردید- نشان می‌دهد که «عنوان» بر برداشت مخاطب تاثیر می‌گذارد، در هنر مفهومی که برداشت مخاطب از اثر در بالاترین سطح ممکن مورد توجه قرار دارد، نقش «عنوان» بســیار حائز اهمیت می‌گردد. هنرمندِ مفهومی با عنوان‌گذاری اثرش، یک بازی زبانی میان «عنوان» و «آن‌چه به نمایش درمی‌آید» بر سرِ مفهوم به راه می‌اندازد و مفهوم نهایی اثر را شکل می‌دهد. اگرچه در هنر معاصر با پذیرفته شدن هرمنوتیک مدرن، نقش مؤلــف در خوانش اثر، کمرنــگ و رو به صفر تلقی می‌گردد، اما می‌توان این‌گونه بیان نمود که در آثار تجســمی مفهومی، «عنوان» می‌تواند نقش مؤلــف را از حالت صفر که فقط آفرینش‌گرِ صِرف باشد، خارج کرده و به نقشی مؤثر بدل سازد.

پژوهش حاضر در قیاس با پایان‌نامه «بررسی نقش عنوان در کارکردهای بیانی عکس»، اگرچه هر یک عملکرد «عنوان» را در گونه نسبتاً متفاوتی از آثار هنری مطالعه نموده‌اند، اما نتایج مشابهی به دست آورده‌اند. نتایج پژوهش نامبرده نشان می‌دهد که «در انتقال معنای عکسِ عنوان‌گذاری‌شده، «عنوان» می‌تواند چون عنصری مشخص‌کننده یا عاملِ سازنده و گاه تغییردهندهٔ معنا نقش ایفا کند ... ازاین‌رو نادیده گرفتن نقش عنوان در خوانش محتوای عکسِ عنوان‌گذاری‌شــده، همچون حذف قسمتی از عکس اســت؛ و عنوان‌گذاری، جزئی از فرآیند تولیدِ اثر محسوب می‌شود. ... رسیدن به معنای واحد از این دو (عکس و عنوان) تنها با تعمیم معنای ضمنیِ عنوان به پیام عکس امکان‌پذیر است که این خود به معنای نهایی اثر می‌انجامد.» (عبداله‌آبادی و مَقیم‌نژاد، ۱۳۹۱) و نتایج پژوهش حاضر نیز همه این موارد را در مورد نقش «عنوان» در آثار تجسمی مفهومی اثبات نموده و صحّه می‌گذارد.

اگرچه پژوهش «پیرامتن‌های عنوان و عنوان‌بندی به مثابه آســتانه متن در ســینما با تأکید بر آثار عباس کیارستمی» عنوان را در سینمای کیارستمی به مثابه پیرامتنی معرفی کرده که تماشاگر را در چگونــه دیــدن فیلم راهنمایی می‌کنند و ماننــد فیلتری برای اعمال‌نظــر کارگردان بر بیننده عمــل می‌نمایند که نه‌تنها هم‌جهت با متن، بلکه تکمیل‌کننده و حتی دگرگون‌کننده آن نیز می‌باشــند (معادیخواه و نامورمطلق، ۱۳۹۲)، اما نتایج پژوهش حاضر -با تأیید این موارد از عملکرد «عنوان» که در آثار تجســمی مفهومی نیز رخ می‌دهد-، جایگاه «عنوان» در آثار تجســمی مفهومی را فراتر از یک عنصر پیرامتنی می‌داند؛ زیرا «عنوان» به غیر از تکمیل و یا دگرگون کردن مفهوم اثر، گاهی

سازنده مفهوم اثر و حتی خودِ اثر است که در غیاب آن، اثر مفهومی از حوزه خود خارج شده و گاه به یک شئ معمولی تنزّل می‌یابد.

با مورد توجه جدی قرار گرفتن جایگاه اقتصاد در هنر معاصر، جایگاه «عنوان» در اقتصاد هنر را نیز باید مورد بازبینی و تحلیل قرار داد؛ زیرا از آن‌جا که «عنوان» به مثابه یک عنصر ارتباطی که مخاطب از مسیر آن با اثر روبرو می‌شود و می‌تواند در تقویت ارتباط میان مخاطب و اثر سهم جدی داشته باشد، نادیده گرفتن نقش آن در اقتصاد هنر، امری غیرمعقول به نظر می‌رسد. اگر با نهادن «عنوان» بر یک شئ حاضرآماده، می‌توان آن را از یک مغازه لوازم‌خانگی یا امثال آن بیرون کشید، در گالری‌های هنری به نمایش درآورد، به حوزه هنر معاصر راه داد و به‌موجب آن، قیمت یک شئ معمولی را صدها و یا هزاران برابر نمود، پس جایگاه «عنوان» در اقتصاد هنر معاصر، بسیار حائز اهمیت باید باشد. نگارندگان پیشنهاد می‌کنند که پژوهشگران آتی، این موضوع را مورد بررسی قرار دهند و همچنین عملکرد «عنوان» را در سایر گونه‌های هنر مفهومی، به ویژه آثار موسیقایی و اجرا (installation) مطالعه نموده تا در کنار نتایج پژوهش حاضر، بتوان حکم قاطعی در مورد نقش «عنوان» در همه آثار هنر مفهومی صادر کرد.

پی‌نوشت‌ها

۱. Leo H. Hoek : از پیشگامان پژوهش علمی در زمینه «عنوان» که از منظر «نقد نشانه‌شناسانه» بدان پرداخته و نقش بسیار مهمی در گسترش و پی‌ریزی دانش «عنوان‌شناسی» ایفا کرده است.

۲. Gérard Genette: (متولد ۱۹۳۰ م). نشانه‌شناس و نظریه‌پرداز ادبی فرانسوی. وی «عنوان» را به منزله یکی از اقسام ترامتنیت (Transtextualite) یعنی پیرامتنیت (Paratextualite) مورد بررسی قرار داده است.

۳. (متولد ۱۳٤۱ ش). نشانه‌شناس ایرانی و استادیار گروه فرانسه دانشگاه شهید بهشتی. دیدگاه‌های وی پیرامون «عنوان»، بیشتر در مقاله «عنوان‌شناسی آثار هنری و ادبی ایرانی (مطالعه نشانه‌شناختی عنوان هنری از قرن چهارم تا دوازدهم)» مطرح شده است.

فهرست منابع

- احمدی، بابک (۱۳۸۳)، *ساختار و هرمنوتیک*، گام نو، تهران
- آزبورن، پیتر (۱۳۹۱)، *هنر مفهومی*، ترجمه: نغمه روحانی، انتشارات مرکب سپید، تهران
- بکر، کاترین (۱۳۹۰)، نمودهای متنیت در هنر معاصر، *هنر فردا*، شمار ۲۸+۵ تابستان، ۸٤-۹۳
- سمیع‌آذر، علیرضا (۱۳۹۲)، تاریخ هنر معاصر جهان: جلد دوم: انقلاب مفهومی، نشر نظر، تهران
- صفوی، کورش (۱۳۸۳)، درآمدی بر معنی‌شناسی، انتشارات سوره مهر، تهران
- عبداله‌آبادی، الهه و مقیم‌نژاد، مهدی (۱۳۹۱)، بررسی نقش عنوان در کارکردهای بیانی عکس (عنوان در عکس‌های عکاسان هنری معاصر ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده هنرهای تجسمی، دانشگاه هنر تهران
- کشمیرشکن، حمید (۱۳۹۳)، *هنر معاصر ایران (ریشه‌ها و دیدگاه‌های نوین)*، چاپ و نشر نظر، تهران
- ککلن، آن (۱۳۹٤)، *نظریه هنر معاصر*، ترجمه: بهروز عوض‌پور، موسسه انتشارات نگاه، تهران
- لوسی‌اسمیت، ادوارد (۱۳۸۷)، *مفاهیم و رویکردها در آخرین جنبش‌های هنری قرن بیستم*، ترجمه: علیرضا سمیع‌آذر، چاپ و نشر نظر، تهران
- لویت، سل (۱۳۹۲)، *جملاتی در مورد هنر مفهومی، آغاز بی‌پایان هنر مفهومی*، به کوشش و ترجمه: علیرضا امیرحاجبی، چاپ و نشر نظر، تهران
- معادیخواه، سمانه و نامورمطلق، بهمن (۱۳۹۲)، پیرامتن‌های عنوان و عنوان‌بندی به مثابه آستانه متن در سینما با تأکید بر آثار عباس کیارستمی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر اصفهان
- نامورمطلق، بهمن (۱۳۸۸)، عنوان‌شناسی آثار هنری و ادبی ایرانی (مطالعه نشانه‌شناختی عنوان هنری از قرن چهارم تا دوازدهم)، *مجموعه مقالات چهارمین هم‌اندیشی نشانه‌شناسی هنر به انضمام مقالات*

هم‌اندیشی سینما، فرهنگستان هنر، ۱۸، ۷۵-۱۱۲
- Franklin, Margery B., Becklen, Robert C. and Doyle, Charlotte L. (1993). The Influence of Titles on How Paintings Are Seen. *Leonardo*. The MIT Press. 26, 2. 103108-
- Ledera, H. Carbona, C. and Ripsasb, A. (2006). Entitling Art: Influence of Title Information on Understanding and Appreciation of Paintings. *Acta Psychologica*. 121, 2. 176–198
- www.damienhirst.com/the-physical-impossibility-of (access date: 20167/8/)
- www.tate.org.uk/art/artworks/duchamp-fountain-t07573 (access date: 201610/8/)
- www.widewalls.ch/joseph-kosuth-art-auctions/ (access date: 20167/8/)