



مؤسسہ کارآفرینان و نوابغ سعیدی
Saeedi Foundation for Elite Entrepreneurs
(SaFEE)



قدرت مصور کردن افکار

کریس اسنیپ



مؤسسه کارآفرینان و نوایغ سعیدی
Saeedi Foundation for Elite Entrepreneurs
(SaFEE)

این مقاله ترجمه‌ای است از

"The Power of Picturing Thoughts", Kris Sinbbe, Harvard Staff Photographer,
May 2017, <http://news.harvard.edu/gazette/story/2017/05/visual-images-often-intrude-on-verbal-thinking-study-says/>

درباره نویسنده:

کریس اسنیپ (Kris Sinbbe)، متولد ۱۹۷۱، در سال ۱۹۹۳ از دانشگاه بوستون مدرک کارشناسی عکاسی خبری گرفته است. به خاطر ادامه مطالعات و پژوهش‌هایش زیر نظر استادانی در دانشگاه‌های هاروارد و نورت ایسترن بوستون، در سال ۲۰۰۷ به دریافت مدرک کارشناسی ارشد در علوم اجتماعی و هنر در مدرسه الحاقی دانشگاه هاروارد نائل شد.

سال‌هاست که عکاس روابط عمومی و ارتباطات هاروارد است و درباره بسیاری موضوعات علمی، هنری، و اجتماعی مورد علاقه‌اش عکاسی می‌کند.

ترجمه محمد رضا بهاری

تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۶/۲۷

درباره مقالات وبگاه مؤسسه کارآفرینان و نوایغ سعیدی

نوآوری و کارآفرینی و حمایت از نخبگان و صاحبان فکرهای بکر در تحقق بخشیدن به ایده‌های ارزشمند آنان - که مأموریت اصلی «مؤسسه» است - خواه ناخواه به عرصه‌هایی مثل مدیریت کسب و کار وصل می‌شود. مطالعه برای رسیدن به این اهداف مستلزم آشنایی هر چه بیشتر با مفاهیم مرتبطی مثل رقابت، کارآیی، راهبرد، مسئولیت، مخاطره، و بهره‌وری است.

به همین منظور است که ما مقالاتی اعم از تحلیلی یا کاربردی، از منابع معتبر، در این وبگاه می‌آوریم تا چکیده تجارب صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران این امور را در اختیار مخاطبان علاقه‌مند قرار بگیرد.

در آینده منتظر دریافت مقالات مناسب - تألیف یا ترجمه - از مخاطبانمان خواهیم بود.

قدرت مصور کردن افکار

بررسی جدیدی به رهبری الینور آمیت^۱، عضو وابسته بخش روان‌شناسی، نشان می‌دهد که افراد برای همراهی با بیان درونی‌شان تصویرهای دیداری خلق می‌کنند - حتی اگر وادار شده باشند که از تفکر کلامی استفاده کنند، و این حکایت از آن دارد که تفکر دیداری ریشه عمیقی در مغز انسان دارد در حالی که گفتار پیشرفت تکاملی نسبتاً جدیدی است.

دانشگران هاروارد به فراهم آوردن پاسخ برای پردردسرتترین پرسش روان‌شناسی پرداخته‌اند: ما چطور فکر می‌کنیم؟

اندیشه بشر عموماً به دو وضعیت تقسیم می‌شود، دیداری و گفتاری. وقتی به مرخصی آینده‌تان می‌اندیشید و تصور می‌کنید که زیر درخت نخلی نشسته‌اید و نوشابه خنکی را مزه مزه می‌کنید، احتمالاً دارید به طریق دیداری فکر می‌کنید. اگر دارید فکر می‌کنید که در سخنرانی‌تان در محل کار چه خواهید گفت، احتمالاً برحسب کلمات و جمله‌ها می‌اندیشید، و به گفتار درونی می‌پردازید.

اما آیا این دو وضعیت همیشه از هم مجزا هستند؟ مطالعه جدیدی در هاروارد نشان می‌دهد که پاسخ بستگی دارد به اینکه دارید راجع به کدام وضعیت تفکر حرف می‌زنید.

این بررسی به رهبری الینور آمیت از گروه روان‌شناسی و اولینا فدورنکو^۲ از دانشکده پزشکی هاروارد نشان داد که مردم، حتی اگر مجبور به تفکر کلامی باشند، برای خودشان تصاویر دیداری خلق می‌کنند تا مکمل گفتار درونی‌شان باشد، و این حاکی از آن است که تفکر دیداری بسیار در ذهن ریشه کرده است. گزارش این مطالعه اخیراً در مقاله‌ای در مجله نورولوژی منتشر شده است.

آمیت گفت: «پرسشی که می‌خواستیم پاسخش را پیدا کنیم این بود: آیا می‌شود به یکی از این وضعیت‌ها پرداخت بی‌آنکه دیگری هم وارد معرکه شود؟ آیا می‌توانید یکی را به کار بگیرید بی‌آنکه بی‌اختیار از دیگری هم کمک بگیرید؟»

برای درک بهتر اینکه مردم چگونه از هر شیوه تفکر استفاده می‌کنند، آمیت و همکارانش رشته آزمایش‌هایی طراحی کردند که شروع آنها از آزمایشگاه بود و دنباله‌شان در پرسشگری‌های fMRI^۳ اجرا شد.

در آزمایش اول، از داوطلبان خواسته شد که در مورد زوجی از کلمات، به تصاویر و یا به جملاتی در ذهنشان بیندیشند. اولین کلمه همیشه یک حرفه - مثل نوازنده، مأمور پلیس، یا معلم - بود. در نیمی از آزمون‌ها کلمه دوم یک شیء بود، اما در نیمه دیگر یک مکان بود.

از شرکت‌کنندگان، پس از خلق تصویر یا جمله با استفاده از کلمات، یکی از چهار سؤال زیر پرسیده شد: تصاویر یا جمله‌هایی که درست کردند چقدر واضح بودند، یا وضوح تصاویر یا جمله‌هایی که بی‌هیچ تعمدی ساختند چگونه بود؟

آمیت توضیح داد: «پس در یک آزمون ممکن است از شما خواسته شود تصویری خلق کنید، و از شما خواهیم پرسید که آن تصویر چقدر روشن است. در یک آزمون دیگر ممکن است از شما بخواهیم که دوباره تصویری خلق کنید، اما بعد از شما بپرسیم که جمله‌ای که بی‌اختیار خلق کردید چقدر روشن است.»

1 E. Amit

2 E. Fedorenko

3 FUNCTIONAL MAGNETIC RESONANCE IMAGING

آزمایش دوباره اجرا شد، یک بار با داوطلبان در آزمایشگاه، و بار دیگر با داوطلبان «برخط» که در بازار کار آمازون در اینترنت به کار گرفته شدند. آمیت گفت که نتایج آزمایش در هر دو حالت یکی بود.

آمیت گفت: «چیزی که پیدا کردیم این بود که هیچ اختلافی میان روشنی تصاویر نبود. افراد آزمونی برایشان اهمیتی نداشت که ازشان بخواهیم تصویری خلق کنند یا نه؛ این چیزها، صرف نظر از اینکه ازشان می پرسیدم یا نه، واضح بود»، اما دستورالعمل‌ها بر وضوح جمله‌ها تأثیر می‌گذاشت. گفتار درونی افراد وقتی که شرکت‌کنندگان می‌خواستند جملاتی خلق کنند واضح‌تر بود تا وقتی که نمی‌خواستند.

این نتایج اهمیت داشتند ولی همچنان مبتنی بر گزارش خود شرکت‌کنندگان در مورد وضوح تصاویر یا گفتار درونی بودند. برای غلبه بر این مشکل، آمیت و همکارانش به تصویرگیری مغناطیسی تشدیدی کارکردی- یا fMRI - رو آوردند تا فعالیت ذهنی آزمونی‌ها را پی‌گیری کنند.

برای آزمون fMRI، پژوهشگران ابتدا شرکت‌کنندگان را با استفاده از مجموعه‌ای از جملات و تصاویر جذاب آموزش دادند، که برای یادآوری هر کدام می‌شد از «سرنخ»هایی استفاده کرد. وقتی که آزمونی‌ها چیزی را به یاد می‌آوردند، آمیت و همکارانش fMRI را برای پایش شبکه زبانی مغز و همچنین نواحی مغز که معلوم شده بود درگیر شناسایی چهره‌ها و اندام‌ها هستند به کار می‌بردند.

«فهمیدیم که مردم در ضمن گفتار درونی تعمدی، نمایش‌های گفتاری خیلی محکم‌تری ساختند، ... اما صرف نظر از اینکه تمایلشان مجسم کردن چیزی یا تفکر کلامی باشد، در هر حال تصاویر دیداری ساختند.»

به گفته آمیت جالب است که آزمون‌های fMRI این را هم آشکار کرد که وقتی شرکت‌کنندگان آگاهانه سعی می‌کردند تصویری فکر کنند، مغزشان در ناحیه تصویری سطوح فعالیت کمتری را نشان می‌داد، و این پرسش را پیش می‌آورد که آن چیزی که مردم دارند مجسم می‌کنند دقیقاً چه چیزی است.

آمیت گفت: «اینجا یک پرسش جالب مطرح می‌شود. موضوع این است که اگرچه ما دائماً چیزهایی را مجسم می‌کنیم، امکان دارد که اینها نسبتاً تصاویر فقیری باشند و نه مثل فیلمی که در ذهنمان جریان دارد.»

آمیت در ادامه اظهار کرد: این بررسی پرسش‌های هیجان‌انگیزی مطرح می‌کند که آیا افراد باید به وقایع آنی و فی‌المجلس متوسل شوند یا خیر.

در یک پژوهش قبلی، آمیت و همکارانش دریافته‌اند که مردم مایلند درباره چیزهایی به طور تصویری فکر کنند که به آنها (از لحاظ زمانی، اجتماعی، یا جغرافیایی) نزدیک باشند، اما وقتی به چیزهای دور دست می‌اندیشند دوست دارند از گفتار درونی استفاده کنند.

به گفته آمیت: «اگر درباره میدان‌ها روارد در مقابل سان فرانسیسکو فکر می‌کنید، احتمالاً دارید اولی را مجسم می‌کنید، اما درباره دومی دارید کلاً فکر می‌کنید. در مورد اینکه دارید درباره خودتان می‌اندیشید یا درباره دیگری هم همین طور است. درباره داخل گروه یا بیرون از گروه هم همین طور. درباره فردا در مقایسه با ده سال دیگر هم همین طور.»

«این یعنی که ما واقعاً نمی‌توانیم از دور و برمان فراتر برویم و درباره مردم و جاها و زمان‌ها به نحوی انتزاعی فکر کنیم.» مغزمان این طوری سیم‌پیچی شده است، و ممکن است این امر دلیلی تکاملی داشته باشد، چون ما همیشه هم موجودات کلامی نبوده‌ایم. به مدت‌های طولانی دنیای مان را تصویری درک کرده‌ایم، پس شاید زبان هم موهبت اضافی باشد.

● ۵ ● قدرت مصور کردن افکار

آمیت اضافه کرد: «این ممکن است پیامدهای مهمی داشته باشد، چونکه اگر ما واقعاً در بند وقایع و جاهای نزدیک باشیم، معنی‌اش در مورد تدوین خط مشی عمومی چه خواهد بود؟ آیا لازم است به مردم کمک کنیم تا به تعصب‌شان در پرداختن به زمان و مکان نزدیک غلبه کنند؟ این چیزی است که باید مواظبش باشیم.»

