

تاریخ دریافت مقاله: ۹۰/۹/۲۱

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۰/۱۲/۱۳

مریم کهوند^۱، شهاب‌الدین عادل^۲

فرهنگ دیداری و مفهوم دیدن

چکیده

باورها و ارزش‌های بشر در جهان معاصر بیش از گذشته در محاصره تصویر و تجربه دیداری است. آنچه تاکنون در مباحث گوناگون فکری تحت عنوان دیدن مورد بررسی قرار گرفته است با مفهوم آن در فرهنگ دیداری تفاوت محسوس دارد. فرهنگ دیداری^[۱] زمینه‌ای بینارشته‌ای^[۲] از مطالعات فرهنگی^[۳] است که در دهه‌های اخیر ظهور کرده است. از ویژگی‌های آن می‌توان به نگاه انتقادی به کارکرد تصاویر در محدوده‌های دیداری اشاره کرد. تجربه دیدن در فرهنگ دیداری، محدود به حس بینایی و تجربه ادراک حسی نیست، بلکه به مثابه کنشی چندوجهی، همواره در تعامل و پیوند با سایر پدیده‌ها است. از آنجا که تصاویر به شکل محسوسی روش ادراک ما را از جهان تحت تأثیر قرار می‌دهند، لازم است تجربه‌های گوناگون دیداری و ارتباط آن‌ها با دیدن از منظر فرهنگ دیداری مورد تفسیر و مقایسه قرار گیرد. این مقاله کوششی است برای تشریح ماهیت دیدن به عنوان عامل مهم تولید معنا در فرهنگ دیداری که با تأمل در مفهوم تصویر و تحلیل موضوع تجربه دیداری، به طرح دیدگاه‌های متأثر از فرهنگ دیداری می‌پردازد. همچنین گرایش به تصویر و فرآیند دیدن را در رابطه‌ای ناگسستگی از زمینه دیداری مورد بررسی قرار می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ دیداری، دیدن، مطالعات فرهنگی، بینارشته‌ای، دیدوارگی^[۴]، سواد دیداری^[۵].

۱. دانشجوی دکتری پژوهش هنر، مربی دانشکده هنرهای تجسمی، دانشگاه هنر، استان تهران، شهر تهران (نویسنده مسئول)
E-mail: kahvand@art.ac.ir

۲. استادیار دانشکده سینما و تئاتر، دانشگاه هنر، استان تهران، شهر تهران
E-mail: adel@art.ac.ir

مقدمه

در پژوهش‌های مورخان فرهنگ و هنر که اغلب ابعاد اجتماعی تاریخ تصاویر را مورد مطالعه و کاوش قرار داده‌اند، نقش دیدن در ساختار تجربه دیداری از نظر دور مانده یا کم‌اهمیت انگاشته شده است. مفاهیمی مانند فرهنگ دیداری و تاریخ هنر جدید [۶] تا پیش از دو دهه اخیر در محدوده مطالعات هنر جایی نداشت. آیکونولوژی [۷] زیررشته مهجور و ناشناخته‌ای از تاریخ هنر بود که پیوستگی زیادی با نام مؤسسان آن در اوایل قرن بیستم یعنی ابی و اربورگ [۸]، آلويس ريگل [۹] و اروین پانوفسکی [۱۰] داشت. نقدهای مبتنی بر زیباشناختی با طرح پرسش‌هایی درباره ماهیت هنر، ارزش هنری و ادراک هنرمندانه در تجربه ادراک حسی، از توجه به جلوه‌های دیداری و جزئیات تصاویر فارغ بودند. همچنین نقدهای تاریخ هنر با تأکید بر مطالعه تجارب هنری، بیشتر متوجه جنبش‌ها، سبک‌ها و نهادهای هنری و تحولات آن بوده و به جلوه هرمنوتیک تصاویر دیداری و نوعی آیکونولوژی عمومی می‌پرداختند [۱۱]، از این رو دچار نوعی مقاومت در پرداختن به جزئیات دیداری و دقت در تجربه دیداری بودند.

پس از جنگ جهانی دوم و طی دهه ۱۹۵۰، شماری از رویکردهای انتقادی در بریتانیا به تاریخ طبقه کارگر، فرهنگ ملی و سیاست سوسیالیستی توجه نشان دادند. این تلاش‌ها با تمرکز بر نقد فرهنگ عمومی به صورت زمینه‌ای بینارشته‌ای در دهه ۱۹۷۰ با نام مطالعات فرهنگی توسعه یافت و در طول چند دهه به فضاهای دانشگاهی آمریکا، استرالیا و کانادا و سپس به نقاط دیگر جهان گسترش یافت. [۱۲] تمرکز اصلی این رویکرد بر فرهنگ معاصر است و فرهنگ را در ارتباط با عواملی همچون سیاست، نژاد، جنسیت و طبقه مورد ارزیابی قرار می‌دهد. در این رویکرد، فرهنگ از منظری انسان‌شناختی و به‌عنوان مجموعه‌ای از عادات و سنت‌های مردم شناخته می‌شود و ویژگی بارز آن، جستجو برای فهم روابط تولیدات فرهنگی با نهادها و رویه‌های اجتماعی است (Sturken & Cartwright, 2001; Leeuwen & Jewitt, 2008; Walker & Chaplin, 1997).

گرایش افکار به تصاویر و توجه به بُعد غیرتاریخی آن‌ها در سه دهه اخیر منجر به شکل‌گیری زمینه تازه‌ای از مطالعات فرهنگی با نام‌های فرهنگ دیداری و مطالعات دیداری [۱۳] شد. این زمینه فکری که از دهه ۱۹۹۰ به تدریج به‌عنوان رشته‌ای تازه تکوین یافته در فضاهای فکری و دانشگاهی کشورهای اروپایی و آمریکایی گسترش یافته است، به اقتضای ماهیت بینارشته‌ای آن، فاقد انسجام و یکپارچگی است و به تناسب ظرفیت‌ها و گرایش‌های علمی و فرهنگی گوناگون، در حال توسعه و تکامل است. مطالعات دیداری به معنی گستره مطالعه، و فرهنگ دیداری به‌عنوان هدف و موضوع مورد مطالعه مطالعات دیداری است؛ اما به‌طور کلی اصطلاح فرهنگ دیداری برای اشاره به گستره و محتوا (هر دو) در نظر گرفته شده و استفاده می‌گردد (Smith, 2008). طرفداران این رشته آن را تنها یک مورد الحاقی و زیرمجموعه مطالعات فرهنگی نمی‌دانند، بلکه آن را محدوده دیگری از دغدغه‌های این حوزه به حساب می‌آورند. به هر حال میان مطالعات فرهنگی و فرهنگ دیداری تفاوت‌هایی وجود دارد؛ از جمله مطالعات فرهنگی موضوع دیدن را به اندازه مطالعات فرهنگ دیداری پوشش نمی‌دهد و استادان آن اغلب از رشته‌های جامعه‌شناسی برخاسته‌اند. با وجود این نباید تفاوت‌ها را چندان تقویت کرد، چرا که آشکارا میان این دو حوزه انطباق‌هایی وجود دارد (Walker & Chaplin, 1997). بر اساس این رویکردها، تصاویر تنها بازنمایاننده آنچه می‌بینیم نیستند، بلکه حامل معانی و محتواهای مختلف و گاه مهمی هستند. «شنوایی و لامسه ابزارهای مهم تجربه و ارتباط هستند، اما ارزش‌ها، عقاید و باورهای

ما به‌طور افزاینده‌ای به روش‌های قدرتمندی توسط فرم‌های دیداری که در زندگی روزمره با آن مواجه می‌شویم، شکل می‌گیرند» (Sturken & Cartwright, 2001). فرهنگ غربی همان‌گونه که گفتار را به‌عنوان برترین مفهوم تجربه روشنفکرانه انگاشته است، بازنمایی‌های دیداری را نیز به‌عنوان تصویرسازی دست دوم مفاهیم برشمرده است. فرهنگ دیداری با توسعه مفاهیم تصویر، هژمونی گفتار را که توسط فرهنگ غربی به‌عنوان برترین مفهوم تجربه روشنفکرانه مسلط شده است، زیر سؤال می‌برد. از این منظر، علم و فلسفه هم‌اکنون نمونه‌ای تصویری از جهان ارائه می‌دهند که با مفهوم جهان به‌عنوان متن در رقابت است (Mirzoeff, 2002). مطالعه ساختار و عملکرد محدوده‌های دیداری و تأثیرات سرکوبگرانه و متعادل‌کننده آن، یکی از شاخصه‌های فرهنگ دیداری در مقایسه با تاریخ هنر سنتی است. انسجام بخشیدن به گستره تحلیل و نقد آثار دیداری نیازمند تمرکز بر موضوعات دیداری و تبیین رابطه آن با مفهوم دیدن است. شکل‌گیری زمینه‌های تازه مطالعات دیداری و فرهنگ دیداری و تمرکز آن‌ها بر کیفیات گوناگون دیداری و ارتباط آن‌ها با زمینه‌های فرهنگی، دریافت و تحلیل آثار دیداری هنری و غیرهنری را متحول ساخته است.

مطالعات فرهنگ دیداری بر خلاف تاریخ هنر، به‌جای تأکید بر اشیاء و تولیدات و سبک‌های هنری، موضوعات دیداری را مورد ارزیابی قرار داده و از این طریق اثر هنری، هنرمند و مخاطب آن را در شبکه مرتبگی از معانی فرهنگی و روابط قدرت [۱۴] قرار می‌دهد. از این دیدگاه، تصاویر قابلیت آن را دارند که روش ادراک ما را از واقعیت تحت تأثیر قرار دهند. ارائه تعریفی مشخص از فرهنگ دیداری، دشوار و تا حدودی با ماهیت بینارشته‌ای آن در تناقض است. فرهنگ دیداری مطالعه مقادیر بسیار زیادی از تصاویر را دربر می‌گیرد و شامل بارزترین تحلیل‌های متقاطع و بینارشته‌ای از تصاویر می‌شود. در این روند لازم است بر مقوله دیدن به‌عنوان محدوده‌ای که معانی فرهنگی در آن ساخته می‌شود، تمرکز شود (Mirzoeff, 1998). موضوعات مورد توجه فرهنگ دیداری شامل طیف‌های گوناگون تولید و دریافت تصویر است و تجارب همه‌روزه ما از دیدن و دیده شدن (به‌ویژه تجارب مستقیم و بی‌واسطه) را دربر می‌گیرد. بنابراین در یک سطح، تمرکز بر دیدن و دنیای دیداری در تولید معانی، توسعه و دفاع از ارزش‌های زیباشناختی و روابط قدرت درون فرهنگ، و در سطحی دیگر گشودن زمینه‌های وسیع تحلیلی و تفسیرهای شنیداری و حرکات فیزیکی تماشایی باید مورد شناسایی قرارگیرد (Mirzoeff, 1998). مقوله‌هایی همچون دیدن، دیدواری، انگاره و تصویر، قابلیت‌های پنهان روان‌شناختی و ناخودآگاه دیداری را در مطالعات دیداری آشکار می‌سازند و به همین اعتبار عناصر اصلی تجربه‌های دیداری به‌شمار می‌روند. از این رو دیدن به‌عنوان مفهومی مرکزی، از اهمیت زیادی در تحلیل دیداری برخوردار است.

گشتار تصویری [۱۵]

دغدغه و توجه به تصویر تنها به دوران معاصر محدود نمی‌شود و مثال‌های متعددی برای آن در طول تاریخ می‌توان یافت؛ اما نوعی توجه ویژه به تصاویر به مفهوم گشتار تصویری را می‌توان به‌عنوان جایگزینی برای گشتار زبان‌شناسانه [۱۶] در دوران معاصر برشمرد. این اصطلاح را اولین بار جی. دبلیو. تی میشل [۱۷] (۲۰۰۵) به‌کار برد و سپس آن را اصلاح کرد [۱۸]. از دیدگاه میشل، فلسفه در قرن بیستم تنها یک رویکرد زبان‌شناسانه نبود و در دوران معاصر نیز نه تنها

به وسیله زبان، بلکه از طریق ابعاد گوناگون بازنمایی و از جمله تصویر تعدیل شده است و به همین دلیل نظریه‌های تصویر ذهنی [۱۹] و فرهنگ دیداری در دهه‌های اخیر عمومیت یافته‌اند (Elkins, 2008). گشتار تصویری از یک سو شیفتگی به تصاویر را توسعه می‌دهد و از سویی دیگر ذهن ما را درباره قدرت تصاویری که از زمان افلاطون نیز وجود داشته است، درگیر می‌کند. گشتارهای تصویری توأم با دغدغه چیرگی تصاویر جدید، کلیه پدیده‌ها و از جمله واژه‌ها را هم تحت تأثیر قرار می‌دهد (Elkins, 2008). در اوایل قرن بیستم با توسعه فن آوری‌های تصویر، رویاهای دیرپای بشری درباره قدرت تصاویر جامه عمل پوشیده است و از این رهگذر پرسش‌هایی را در زمینه ابداع و خلق معانی جدید که معلول مواجهه با این تصاویر می‌باشد، پیش روی ما قرار داده است. از این رو می‌توان پرسید تصاویر چه نقشی در فرهنگ ما ایفا می‌کنند و چالش‌های ناشی از سیل تصاویر گوناگون در زندگی روزمره ما واجد تبادر چه معناهایی در ذهن ماست؟

شرایط حاکم بر فرآیند دیدن

فرهنگ دیداری ناظر به دیدوارگی است. با وجود دشواری تعریف اصطلاح فرهنگ دیداری، اهمیت دیدن در واژه دیداری آشکار می‌شود. فرهنگ دیداری اساساً متضمن ساختار اجتماعی حاکم بر زمینه دیدن است، آنچه دیده می‌شود و روش دیدن، به سادگی صرفاً یک توانایی طبیعی محسوب نمی‌شود (Mitchell, 2002). اما باید پرسید دیدوارگی چیست؟ پیش از بررسی این مفهوم لازم است ابتدا دیدن را مورد مطالعه قرار دهیم. در میان آراء نظریه‌پردازان و اندیشمندان که مفهوم دیدن را مورد بررسی قرار داده‌اند، دو دیدگاه کلی از همه چشمگیرتر است: نخست دیدگاه‌هایی که دیدن را به مثابه فرآیندی حسی - طبیعی مورد نظر قرار داده‌اند و پدیده دیدن را به طور کامل عبارت از تجربه ادراک حسی قلمداد کرده‌اند. آلدوس هاکسلی (۱۹۴۳) [۲۰] در کتاب خود با عنوان هنر دیدن [۲۱]، دیدن را محصول و نتیجه اندیشیدن توصیف کرده و ادراک دیداری را در سه مرحله شرح داده است. ورود نور کافی به چشم، مرحله نخست دیدن را تشکیل می‌دهد و بلافاصله موجب رؤیت پیرامون ما می‌شود؛ هاکسلی این مرحله را مرحله حس کردن [۲۲] می‌نامد که وابسته به نحوه کارکرد سیستم بینایی و بخش‌های مختلف چشم و وجود نور کافی است. در این مرحله فقط مغز با دنیای بیرون درگیر می‌شود و ذهن هنوز متوجه آنچه ما حس می‌کنیم نیست. از دیدگاه هاکسلی، حس کردن شبیه به یک دوربین بدون کارت حافظه [۲۳] است و طی این مرحله هیچ دریافت ذهنی از تصویر وجود ندارد. مرتبه بعد، گزینش [۲۴] یک عنصر یا بخشی از تصویر است. مغز در این فرآیند، برای تمایز میان اشکال مختلف، روی جزئیات دیداری تمرکز می‌کند. این فعالیتی آگاهانه است که به منظور دسته‌بندی عناصر دیداری صورت می‌گیرد و بدین ترتیب فعالیت ذهنی بیننده بر محدوده خاصی از تصویر متمرکز می‌شود. از منظر هاکسلی آخرین مرحله از ادراک دیداری، دریافت [۲۵] یا تلاش برای دریافتن مفهوم آن چیزی است که چشم گزینش کرده است. ذهن به طور معمول در حال پردازش تصویر است و با هدف یافتن معنا برای آنچه که مشاهده کرده، بر زمینه دیداری متمرکز می‌شود. در واقع ادراک دیداری با دریافت معنا کامل می‌شود و می‌توان گفت بیننده در این پویه تصویر را درک کرده است. وقتی ادراک تصویر حاصل شد، تصویر به بخشی از حافظه درازمدت [۲۶] ما تبدیل می‌شود و ممکن است برای مدت‌ها نهفته و خاموش باقی بماند. همچنین ذهن قادر است تصاویر را به یاد بیاورد و از آن‌ها برای فهم تصاویر دیگر استفاده کند.

بنا بر این بعضی تصاویر و خاطره‌ها را بهتر و بیشتر به ذهن می‌سپاریم و امکان بیشتری برای به‌یاد آوردن آن‌ها داریم. این نکته در مورد خواب‌ها و رویاهایی که دست‌کم یک بار آن را برای کسی بازگو کرده و یا به آن فکر کرده‌ایم نیز صدق می‌کند. بنابراین تصاویر ماندگارتری از آن‌ها به ذهن سپرده می‌شود، پس می‌توان «فرآیند دیدن را حاصل فعالیت خلاقه ذهن انسان به شمار آورد» (آرنه‌ایم، ۱۳۸۹، ۶۳). هاکسلی دریافته بود که دیدن واقعی منحصراً محصول نور، چشم‌ها و مغز نیست. «دیدن نیازمند یک ذهن آگاه و فعال است» (Lester, 2011, 398). هاکسلی همچنین به مکت کردن روی تصویر به‌عنوان نقطه عطفی برای ادراک عمیق‌تر تصویر اشاره کرده و آن را به‌عنوان تحلیل نظام‌مند عناصر فردی درون قاب تصویر تعبیر می‌کند. بنابراین دیدن بدون در نظر گرفتن کامل و دقیق تصویر، به دست نمی‌آید (Lester, 2011). هاکسلی با تأکید بر تفکر کردن، کوشیده است تا دیدن را فعالیتی ذهنی- ادراکی قلمداد کند، با این حال اصرار بر تفکیک مراحل فیزیکی حس کردن، گزیدن و فکر کردن، روند دیدن را بیشتر از بُعد ادراکی- حسی توصیف می‌کند.

تاریخ هنر نیز تا پیش از چند دههٔ اخیر به‌شدت تحت تأثیر نظریه‌های روان‌شناسانه دربارهٔ دیدن قرار داشته و مفاهیم منسجم و مدرن دیدن را برای تحلیل یک اثر دیداری مورد نظر قرار داده است. در دانشکده‌های هنری بریتانیا در طول دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰، دپارتمان‌های پژوهش دیداری تأسیس شدند که استادان آن اغلب، دانشجویان را به دریافت‌های علمی از روان‌شناسی و ادراک حسی سوق می‌دادند. [۲۷]

اما همان‌گونه که بسیاری از هنرمندان گذشته و حال دریافته‌اند و در آثارشان نشان داده‌اند، دیدن روندی پویا و جریانی فراتر از تأثیر نور روی شبکه و تحریک کورتکس بینایی است. نوزاد انسان از بدو تولد قادر به دیدن است. چشمان او معصوم است، اما این معصومیت دیری نمی‌پاید؛ به‌تدریج مهارت‌های دیدن را می‌آموزد و یاد می‌گیرد که ببیند و بیاموزد تا شناختی از جهان به‌دست آورد و به موجودی اجتماعی تبدیل شود. دیدن و چگونه دیدن، معرفت او را از جهان سامان می‌بخشد. دیدن به این معنا یک ساختار فرهنگی است؛ یعنی آموختنی و اکتسابی است و با تاریخ، اجتماعات انسانی، اخلاق، سیاست، زیباشناختی، معرفت‌شناسی دیدن و دیده‌شدن در ارتباط است. از این دیدگاه‌ها، دیدن روندی انتزاعی و فیزیکی و صرفاً ناظر به کنش فیزیکی دیدن نیست، بلکه در یک زمینهٔ اجتماعی در رابطه با آنچه دیده می‌شود و آن کسی که می‌بیند، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. شناسایی و زمینه‌یابی موضوع مورد نظر، دیدن را به فرآیندی زمینه‌ای تبدیل می‌کند که به دیدوارگی موسوم است. از این دیدگاه، آگاهی بینندگان از شرایط و زمینه‌ای که دیدار در آن به‌وقوع پیوسته است، دیدوارگی اصطلاحی است که در بسیاری از نقدهای جدید آثار دیداری در دهه‌های اخیر در تقابل با تعقل‌گرایی و خوانش اثر دیداری به مثابهٔ متن مورد استفاده قرار گرفته است (وایتلی، ۱۳۹۰). اما چه تفاوتی میان دیدن و دیدوارگی وجود دارد و رابطه میان آن دو چیست؟ واکر [۲۸] و چاپلین [۲۹] (۱۹۹۷) تمایز دیدن و دیدوارگی را این‌گونه شرح داده‌اند: «نظریه‌پردازان اذعان دارند که دیدن، بر روندی فیزیکی- روان‌شناختی دلالت دارد که طی آن نور بر چشمان ما تأثیر می‌گذارد، در حالی که دیدوارگی به روندی اجتماعی اشاره می‌کند: دیدوارگی عبارت از دیدن اجتماعی شده است» (همان، ۲۲). بر این مبنا آنچه دیدوارگی را از دیدن متمایز می‌سازد، امیال، علایق و باورهایی است که میان بیننده و اثر دیداری در زمینه خاص مکانی و زمانی جریان دارد. امروزه باور به این‌که دیدن شامل

نقش بستن تصویری از جهان به گونه‌ای منفعل روی شبکه چشم برای دریافت توسط کورتکس بینایی باشد، کاملاً باطل است (استافورد، ۱۹۹۶). بینندگان فقط یک جفت چشم نیستند، آن‌ها دارای ذهن، جنسیت، هویت و تاریخ‌اند. «دیدارگی از علائق و اشتیاقات بیننده و روابط اجتماعی میان دریافت‌کننده [۳۰] و دریافت‌شونده [۳۱] آگاه است» (Walker & Chaplin, 1997, 22). دیدارگی با دیدن تفاوت دارد؛ دیدن یک تجربه دیداری بی‌واسطه است. درحالی که وقتی ما یاد می‌گیریم که به‌طور اجتماعی نگاه کنیم، با استفاده از تجربه‌های فیزیکی، دیدن را درون مجموعه‌ای از گفتارهای تصویری به‌کار می‌گیریم که دنیا را پیش از آن که ما ببینیم، دیده‌اند و پس از دیدن ما هم خواهند دید. شاید به این دلیل است که همواره حس می‌کنیم در مرکز دیدن خود به‌سر می‌بریم! اما دیدن، خود توسط شبکه‌ای از معانی اجتماعی احاطه شده است (واکر و چاپلین، ۱۳۸۵). جورج رودر [۳۲] با الهام از گرتروود اشتاین [۳۳] می‌گوید: آنچه در گذر زمان تغییر می‌کند، چیزی است که دیده می‌شود و آنچه که دیده می‌شود، به چیزی که برای دیدن وجود دارد و به این‌که ما چگونه به آن نگاه می‌کنیم، وابسته است (Dikovitskaya, 2005). همچنین میشل بینایی و دیدن را محصول تجربه و نقل و انتقال فرهنگ می‌داند (Mitchell, 1986). از دیدگاه استارکن [۳۴] و کارت رایث [۳۵] (۲۰۰۱)، تجربه دیداری به ما فرصت می‌دهد آن چیزی را مورد بررسی قرار دهیم که تصاویر درباره فرهنگی که در آن تولید شده‌اند، می‌گویند و نیز بررسی نوع واکنش بینندگان به موضوعات دیداری، الگوهای اجتماعی و روان‌شناسانه دیدن را منعکس می‌سازد. میشل به نقل از ارنست گمبریچ [۳۶] می‌گوید: «چشمان معصوم، کور است» (Elkins, 2008, 13). و مراد وی از کوری در این‌جا عدم توانایی در ادراک است. اگر کسی از بدو تولد نابینا باشد و در حدود ۲۰ تا ۳۰ سالگی بینایی خود را بازیابد، بسیار بعید به نظر می‌رسد که قادر باشد از بینایی برای ادراک همه پدیده‌ها به‌خوبی استفاده کند و شاید زمان برای آموختن زبان دیدن برای او بسیار دیر باشد. همچنین مارشال مک لوهان (۱۹۶۴) [۳۷] در کتاب درک رسانه، تئوری دیداری را همچون رسانه، چیزی وابسته به خود ما می‌داند که برای تکامل و تأثیر متقابل نیاز به مواجهه با فرهنگ دیداری زنده ما دارد. ویتگنشتاین [۳۸] در پژوهش‌های فلسفی (۱۳۸۰) دو کاربرد مختلف دیدن را تشریح کرده است: ۱) دیدن به مفهوم ادراک حسی یا تجربه دیداری که بازنمایی (آنچه در آن واحد دیده می‌شود) معیار آن است؛ و ۲) دیدن به مثابه توصیف یک دریافت، که بیان یک اندیشه (هم دیدن و هم اندیشیدن) است یا به بیانی دیگر دیدن توأم با تفکر است. وی نوع دوم را به نوعی دیدن مفهومی منسوب می‌نماید که بر نوع معینی از دیدن دلالت نمی‌کند، بلکه بیش از هر چیز بر دشواری‌های تعریف‌پذیری مفاهیم تأکید می‌ورزد. همان‌طور ذکر شد، دیدن به مثابه دیدارگی وابسته به زمینه و شرایط تاریخی، مکانی، فرهنگی و نیز آگاهی از روابط و معانی موجود میان دیدارکننده و موضوع دیدنی است. در این پژوهش تمرکز بر زمینه‌ای بودن دیدن و دیدارگی است. گرایش به دیدارگی، نگرشی منسجم و هماهنگ نیست و میان دیدگاه‌های موافق با این نگرش، انطباق و هماهنگی کامل موجود نیست؛ اما می‌توان ادعا کرد که همه آن‌ها بر تعریف‌ناپذیری دیدن به‌عنوان یک معنای واحد اتفاق نظر دارند و بر خلاف دیدگاه نخست که تجربه دیداری را تجربه‌ای یکسره حسی و ادراکی می‌انگارد، به دوگانگی بُعد حسی و فیزیکی اعتقاد ندارند. با این‌که واژه دیدارگی بیش از هر معنایی یادآور دیدن و بینایی است، اما به‌طور مطلق و ناب، دیداری نیست. بسیاری از فرم‌های ارتباطی ترکیبی از چند حس را به‌کار می‌گیرند. ترکیب رسانه‌ها، حواس بیشتری را در ادراک درگیر می‌کند. به‌طور مثال فیلم‌های موزیکال، صداها، گفتار و آواز را دربر می‌گیرند

و در عین حال عناصر تصویری همچون رقص، بازی، حالات چهره، فرم لباس، صحنه‌آرایی و نورپردازی را هم شامل می‌شوند. نظریه‌پردازان فرهنگ دیداری اگرچه بر دیدوارگی تمرکز دارند، اما به‌طور معقول بر تفکیک تأثیرات بساوشی (مانند بافت) و حرکتی (حرکات یا کشش عضلات) از دیدوارگی اصرار نمی‌ورزند (Walker & Chaplin, 1997). امروزه رسانه‌ها درگیر یک اصطلاح خالص دیداری یا متنی یا شنیداری نیستند، بلکه با زمینه‌های واسطه‌ای مختلف ممزوج شده‌اند و همه آن‌ها رسانه‌های ترکیبی هستند. تمرکز بر این وجه در درک مفهوم دیدوارگی برای متمایز ساختن آن از دیدن واجد اهمیت است.

انگاره [۳۹]، تصویر و فراتصویر [۴۰]

اگر در پاسخ به این پرسش که تصویر چیست، بگوییم آنچه قابل دیدن است، این سؤال پیش می‌آید که چه چیزهایی قابل دیدن هستند و به عبارتی مفهوم مرئی و نامرئی یا پدیداری و شبه‌پدیداری مطرح می‌شود که تعاریف آن باز هم به‌نوعی وابسته به تعریف اولیه تصویر است. میشل (۲۰۰۸) برای تعریف تصویر، از تمایز میان دو واژه image و [۴۱] picture بهره جسته و اولی را به معنی انگاره و دومی را به معنای تصویر در نظر گرفته است. وی انگاره را وجه دیداری که در تصویر هویدا می‌شود، تعریف می‌کند. بنابراین تصویر، انگاره‌ای است که در یک تکیه‌گاه یا تجلی‌گاه عینی پدیدار می‌شود. «تصویر، شیئی مادی است که می‌توانید آن را بسوزانید، بشکنید یا بیاویزید، اما انگاره چیزی است که انهدام [۴۲] آن در گستره عینی امکان‌پذیر نیست (Mitchell, 2008, 16). یک اثر دیداری و یا تصویر آن ممکن است معدوم و نابود شود، اما انگاره آن در ذهن، روایت یا توصیف‌ها به حیات خود ادامه می‌دهد و قابلیت پدیدار شدن در غیررسانه را ندارد. انگاره، وجه معنوی تصویر را باز می‌نمایاند و بعد درون‌ذات تصویر محسوب می‌شود و تصویر، بعد برون‌ذات همان واقعیت است. انگاره می‌تواند از رسانه‌ای به رسانه‌ای دیگر انتقال یابد و ماهیتی منتزاعی دارد؛ همچنین قابلیت آن را دارد که با فراخوان یک واژه به ذهن بیاید و ادراک شود (El-kins, 2008). تجلی‌گاه انگاره همان‌طور که ذکر شد واجد ماهیتی عینی است، اما انگاره به‌خودی خود می‌تواند به‌عنوان یک حقیقت ذهنی مورد تفکر و ادراک قرار گیرد. انعکاس درخت در آب، تأثیر یک فسیل بر سنگ، و پدیدار شدن سایه، انگاره‌هایی هستند که منجر به ادراک یک رابطه همانندی می‌شوند، همان چیزی که پیرس [۴۳] آن را به‌عنوان نشانه شمایی [۴۴] تعریف کرده است. اما به‌نظر می‌رسد که این تقسیم‌بندی متمایل به جدایی و تفکیک‌پذیری صورت و معنا یا فرم و محتواست. چنانچه به‌طور مثال امکان جلوه یا نمایش تصاویر رسانه‌ای در خلاء محال به نظر می‌رسد. میشل (۱۹۸۶) بر اساس یک الگوی ابداعی، تصاویر و عکس‌ها را به انواع گرافیکی، نوری، ادراکی، ذهنی و کلامی تقسیم‌بندی کرده و از این روی می‌توان گفت برداشت وی از همانندی و تشابه به گستره‌ای غیرتصویری و طرح‌واره [۴۵] اشاره می‌کند. از جمله می‌توان به تصاویری که از ایالات متحده پس از انتشار تصاویر زندان ابوغریب شکل گرفت، اشاره کرد که در آن مفاهیم آزادی، دوستی، دموکراسی، ثروتمندی، شریف بودن و قدرت همه یک نقش را ایفا می‌کنند. بر اساس تعریف دیگری «تصاویر عبارت از دال‌های غیرکلامی و غیرعمدی وضعیت‌های ارتباطی هستند» (Damasio, 2000, 30). اگرچه تعاریف فوق ما را به درک معین و قطعی از مفاهیم شرح داده شده نمی‌رساند، با وجود این، درک تمایز بین انگاره و تصویر در حوزه مسائل دیداری مفید به‌نظر می‌رسد.

شکل دیگری از تصویر با ادراک یک انگاره، درون تصویری دیگر به عنوان «فرا تصویر» قابل درک است. به طور نمونه می‌توان از انگاره تابلوها، درون یک عکس یا فیلم مثال زد و یا انگاره یک نقاشی درون نقاشی دیگر؛ مانند تابلوی ندیمه‌های [۴۶] و لاسکز که تصویر خود نقاش در حال کشیدن اثر، درون آینه‌ای در تابلو پیداست. «فرا تصویر هرگاه که یک تصویر، چشم‌اندازی از توصیف یا ظهور یک تصویر درون خود ارائه می‌دهد، ظاهر می‌شود» (Damasio, 2000, 30). تعریفی دیگر از فرا تصویر در نوشته‌های واکر و چاپلین (۱۳۸۵) به این شرح وجود دارد: یک رسانه می‌تواند به عنوان ماده موضوعی [۴۷] رسانه دیگر استفاده شود. امروزه ما در عصر همزیستی رسانه‌های مختلف دیداری به سر می‌بریم. رسانه‌ها فقط به موازات هم پیش نمی‌روند بلکه بر هم منطبق می‌شوند و با هم همکاری می‌کنند، به گونه‌ای که توصیف آن پیچیده می‌شود. میشل (۲۰۰۸) از وضعیتی یاد می‌کند که در آن هر تصویر می‌تواند یک فرا تصویر تلقی شود و آن وقتی است که یک تصویر (حتی اگر عبارت از چند خط ساده باشد) به عنوان موضوع در یک گفتمان مورد گفتگو و اشاره قرار گیرد. با این تعریف برداشتی از فرا- انگاره نیز می‌تواند در انگاره‌های ذهنی ما هنگام به یاد آوردن انگاره‌های دیگر و یا در خواب مصداق یابد. «انگاره چندساحتی متواضعانه و ینگشنتاین از اردک- خرگوش شاید مهم‌ترین فرا تصویر در فلسفه مدرن باشد» (Mitchell, 2008, 19).

از حساسیت دیداری [۴۸] تا سواد دیداری [۴۹]

در دهه ۱۹۷۰، سواد دیداری بیشتر یادآور نام رودولف آرنه‌ایم و تئوری‌های ترکیب‌بندی و رنگ بود که در ابتدای قرن بیستم اختراع شده بودند. این گونه نظریه‌ها که در مدارس هنری در حال ترویج و توسعه بود، بر این پیش فرض استوار بودند که تصاویر نیز به شیوه نوشتار، دستور زبان و نحو دارند. علیرغم تشابهی که میان دنیای کلمات و جهان تصاویر قابل تصور است، حتی اگر چنین فرض کنیم که دانستن دستور زبان و نحو، خواندن و درک آن‌ها را به طور کامل امکان‌پذیر می‌سازد، روشن است که تقطیع و تجزیه تصاویر به منظور فهم کامل و بی‌نقص آن‌ها امکان‌پذیر نیست. با این که به شکل مستدلی فکر می‌کنیم تصاویر را می‌خوانیم، به طور عملی هرگز قادر به درک کامل و دقیق آن‌ها نیستیم. دیدن از این نظر به خواندن شباهت می‌یابد. خواندن نیازمند مهارت دانستن یک زبان است. ممکن است کسی صحبت کردن با زبانی را آموخته باشد بدون آن که نظام نوشتاری آن را بداند. در این صورت پیش از خواندن، نیازمند یادگیری مهارت خواندن است.

مطالعات دیداری کاوش‌های بسیاری درباره تفاوت دنیای تصاویر و واژگان را دربر می‌گیرد. مفهوم حساسیت دیداری می‌تواند به عنوان کیفیتی برای فراهم کردن انسجام عملی در مطالعات دیداری مفید باشد. تعاریف گوناگونی که از سواد دیداری در متون نقد هنر به چشم می‌خورد به طور کلی بر دو رویکرد متفاوت و تاحدی متضاد استوار هستند. نخست متونی که بر فراوانی تصاویر در عصر حاضر تأکید دارند و اجتماع کنونی را اجتماعی تصویری تلقی می‌کنند. از این دیدگاه، براساس این پیش فرض که ما در مقایسه با مردمان گذشته از دسترسی و امکان بیشتری برای دیدن تصاویر برخورداریم، امکان فهم و دریافت بیشتر معنا از تصاویر را داریم. نیکولاس میرزاف [۵۰] (۱۹۹۸) بالا بودن سطح سواد دیداری را در عصر حاضر ناشی از انشعاب کلامی و دیداری در فلسفه می‌داند. الگویی که فلسفه و علوم غربی هم اکنون از جهان ارائه می‌دهند، بیش از

آن که متنی باشد، الگویی تصویری است. وی تجربه فرم‌های دیداری را دغدغه اصلی و مرکزی افکار معاصر برمی‌شمرد. در جهان معاصر، این تصاویر هستند که اطلاعات را بازنمایی می‌کنند، آن‌ها را تغییر می‌دهند، تبدیل می‌کنند و یا قابل فهم می‌سازند. کارت‌رایث و استارکن (۲۰۰۱) نیز تصدیق کرده‌اند که فرهنگ غربی طی دو قرن اخیر توسط رسانه‌های دیداری بیش از رسانه‌های متنی غلبه یافته است.

آنچه غیرقابل انکار به نظر می‌رسد این است که امروزه تصاویر و انگاره‌ها در جهان دیداری افزاینده کنونی، ما را در شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان به شکل واقع‌نمایانه یا خیالی، گاه رقیق و گاه قوی، غرقه می‌سازند و هر لحظه ما را با تصاویر دیگری مرتبط می‌سازند. اما با وجود این نمی‌توان گفت که به این دلیل، نسبت به مردمان پیشین از سواد دیداری بالاتری برخوردار هستیم. آنچه در نهایت با اطمینان بیشتری می‌توان مطرح کرد این است که به سبب کثرت و تنوع تصاویر، نسبت به فرهنگ‌های پیش از خود در تجربه دیداری ماهرتر هستیم. تمرکز بر کثرت تصاویر و عادات دیداری، بُعد علمی و فنی سواد دیداری را بیش از جنبه‌های معنایی و تفسیری آن بازمی‌نمایاند که در این صورت شناخت و آشنایی با تصاویر مورد تأکید و اهمیت قرار می‌گیرد. سواد دیداری از این دیدگاه به عنوان ظرفیت به خاطر آوردن تصاویر تعریف می‌شود و در نتیجه این تصاویر هستند که به ما می‌گویند چه چیزهایی را به خاطر بسپاریم (Elkins, 2003). در حالی که دیدگاه دوم، با اعتنای کمتر به بُعد دیداری، با وضعیت‌های گوناگون تفسیر و فهم انتقادی سر و کار دارد. به طور مثال مارتین جی [۵۱] (۱۹۸۸) قرن بیستم را دورانی غیردیداری توصیف می‌کند که طی آن برخی مفاهیم کلیدی بدون توسل به دیدواری، توسعه و استقلال یافته‌اند. نظریه پساچشمی [۵۲] نیز چنانکه از نام آن پیداست پدیده‌ای است که کوشش‌هایی برای حرکت ورای استعاره‌های بصری غالب را در برمی‌گیرد که روی به یک مفهوم دیالکتیکی از تجربه و دانش دارد (Sandywell & Heywood, 1999). باربارا استافورد [۵۳] (۱۹۹۶) اشاره می‌کند که تصاویر گرافیکی پیش از مدرن به سادگی قابل فهم نبودند و خوانش آن‌ها مستلزم دقت و صرف وقت بود و به همین دلیل به راحتی قابل تبدیل به پیام‌ها و معانی ساده نبودند. امروزه این تصاویر تقریباً به کلی از رسانه‌ها و فرهنگ دیداری ما غایب و ناپدید شده‌اند. از این دیدگاه، فرهنگ کنونی الزاماً از سواد دیداری بالاتری برخوردار نیست، بلکه دارای یک نوع سواد دیداری مهیج است که گذشته خویش را فراموش کرده است. میشل تصدیق می‌کند که قصد داشته است گشتار تصویری را به عنوان امری عادی و پیش‌پا افتاده که در دوران حاضر با بی‌اعتنایی به کار می‌رود، تأیید کند. از نظر وی گشتار تصویری در همه دوران‌ها مصداق داشته است؛ از زمانی که افلاطون درباره غلبه تصاویر هشدار می‌داده است تا شکایت ویتگنشتاین که: «یک تصویر ما را فریفته خود کرده است». از این دیدگاه سیطره قابل فرض دیدن در زمانه ما یا عصر مدرنیته، تصویری باطل است (Elkins, 2003, 16).

استافورد (۲۰۰۸) مفهوم کفایت دیداری [۵۴] را به عنوان نوعی مهارت در ادراک تصاویر پیشنهاد کرده که به مهارت‌ها و روش‌های پیشرفته و تخصصی اشاره می‌کند که امروزه آن را سواد دیداری می‌نامیم. از دیدگاه استافورد: «سواد دیداری ساختاری زودگذر است که با پیش‌فرض‌ها و گمان‌های علمی- فرهنگی و ارزش‌ها و معیارهای یک دوره در حال نوسان است» (Stafford, 2008, 32). به عقیده سمیر زکی [۵۵] (۱۹۹۹) به طور کلی سواد دیداری در علوم انسانی مبتنی بر چشم‌اندازهای ضمنی مراحل ادراک حسی و ذهن ادراک‌کننده است که به طور واپس‌گرایانه‌ای

لاکانی [۵۶] باقی می‌مانند؛ در حالی که امروز نمی‌توانیم قبول کنیم که تصاویر تا قبل از مرحله رمزگشایی به شکل منفعلی روی شبکه منعکس شده و توسط اعصاب بینایی دریافت می‌شوند. سواد دیداری به عنوان ظرفیت به خاطر آوردن، شناسایی و تقطیع تصاویر تعریف شده است. توانایی فهم تصاویر از این دیدگاه می‌تواند به طور مستقیم به حافظه مرتبط شود؛ در نتیجه این تصاویر هستند که به ما می‌گویند چه چیزهایی را به خاطر بسپاریم (Elkins, 2003).

در تحلیل‌های میان‌رشته‌ای مطالعات دیداری و فرهنگ دیداری، بُعد تفسیری سواد دیداری واجد اهمیت و تأکید زیادی است. در این صورت آشنایی با تصاویر و شناخت آن‌ها و نیز اطلاعات تاریخ هنر، چیزی جدا از سواد دیداری هستند. بر اساس دو دیدگاه ذکر شده، سواد دیداری واجد دو جنبه کلی است؛ یکی آشنایی با تصاویر، جزئیات دیداری آن‌ها و اطلاعاتی درباره نحوه پیدایش و سبک که اطلاعاتی مبتنی بر تاریخ هنر هستند، و دیگری زمینه‌یابی و تحلیل آثار دیداری. به نظر می‌رسد مفهوم سواد دیداری با توجه به آنچه ذکر شد، در عین دربرداشتن هر دوی این وجوه، قابل تفکیک به بُعد تاریخی و بُعد تفسیری نیست و تأکید بیش از اندازه بر هر یک از این ابعاد، اصرار بر جدایی این دو وجه تلقی می‌گردد. پافشاری بعضی از نقدهای معاصر بر ادعای کشف معنا و محتوا با وجود تأییراتی که بر شناخت ارزش‌های نهفته آثار دیداری داشته، بر جدایی شکل و معنا صحه گذاشته است. ویتلی [۵۷] (۱۳۹۰) درباره جزئی‌نگری و دیدوارگی در هنر تأکید می‌کند که: «تفسیر تنها جزئی از نگاه انتقادی است. در تکوین نگاه انتقادی، تجربه‌ورزی، پرورش ذوق، فرهیختگی و آشنایی با نظریه‌های هنری مؤثرند» (۱۷۶). «همچنین سوزان سانتاگ معتقد بود که در نقد معاصر، ظواهر آشکارا تحقیر می‌شوند و تفسیر قریحه ما را مسموم کرده است. در فرهنگی که قدرت عقلانی به بهای توان و قابلیت حسانی رشد افزاینده‌ای داشته است، تفسیر انتقام عقل از هنر به‌شمار می‌آید» (ویتلی، ۱۳۹۰، ۱۷۶). ویتلی نقدهای صرفاً تفسیرگرایانه را به بینایی‌هراسی [۵۸] و کوچک‌شماری امر دیداری متهم می‌نماید.

نتیجه‌گیری

گستره نوین فرهنگ دیداری با تأکید بر مفهوم دیدن، به‌عنوان گستره‌ای که بسیاری از معانی در آن تولید می‌شود، آن را از دریافتی صرفاً روان‌شناختی - طبیعی متمایز ساخته و تجربه دیداری را در ساختار اجتماعی آن معنا می‌کند. دیدن از این منظر فقط بینایی فطری و غریزی نیست، بلکه ساختاری فرهنگی و آموزش‌پذیر بوده و شامل گرایش‌ها، باورها و روابط میان موضوعات دیداری و بینندگان محسوب می‌شوند و همه تجربه‌های دیداری و به‌ویژه آن تجاربی را که بی‌واسطه‌تر درک می‌شوند دربر می‌گیرد. تعریف‌ناپذیری دیدن به‌عنوان وجه برجسته و مهم فرهنگ دیداری، بر ماهیت بینارشته‌ای فرهنگ دیداری استوار است و گستره‌ای نامحدود از مطالعات تاریخ هنر، زیباشناختی و رویکردهای مختلف نقد روانکاوانه، نشانه‌شناختی، پساساختارگرایانه و غیره را دربر می‌گیرد. گرایش به تصویر در همه اعصار وجود داشته، اما در دوران کنونی تصویر در قالب فن‌آوری‌های گوناگون، زمینه‌ای انقلابی را فراهم نموده که به گشتار تصویری معروف است. در فرهنگ دیداری، اصطلاح گشتار تصویری بیشتر شبیه استعاره‌ای است که از بیم و امید کاربرد رسانه‌ای از تصاویر برای مقاصد سیاسی، اجتماعی و اخلاقی حکایت دارد. از روشن شدن تمایز میان انگاره و تصویر به‌عنوان مصداق‌های بارز تجربه دیداری می‌توان نتیجه گرفت که تصاویر در قدرتمندترین اشکال بازنمایی قابلیت تبدیل شدن به انگاره‌ها را دارند. انگاره‌ها، گاه نسخه

بازنمود شده تصاویری قدرتمند و گاه انعکاس‌دهنده معنای یک تصویر در تصویری دیگر هستند. فهم انتقادی کارکردهای اجتماعی حاکم بر دیدن و تعامل با تجارب دیداری، قابلیت مشاهده دقیق‌تر موضوعات دیداری را موجب گردیده است و همین امر زمینه حساسیت دیداری و سواد دیداری را فراهم نموده است. سواد دیداری واجد مفاهیمی پیچیده و چندوجهی است و با طیفی از ابعاد دیداری، شناختی، زیباشناختی و احساسی و اخلاقی آمیخته است؛ و با این که تفکیک سواد دیداری به ابعاد چندگانه، بر پیچیدگی ماهیت آن افزوده، تأکید بر این امر ضروری است که تقویت ابعاد صرفاً تفسیری در سواد دیداری منجر به غفلت از دقایق و ظرایف عینی آثار هنری شده و نقدها را بیشتر دچار تفسیرگرایی افراطی نموده است. به عبارت دیگر می‌توان گفت سواد دیداری قابل مقایسه با سواد متنی نبوده و به همین علت بخش‌های مهمی از معنای تصویر از نظر دور می‌ماند. جزءنگری در دیدواری و آشنایی با نظریه‌های دیداری می‌تواند در تکوین نگاه انتقادی مؤثر افتد. بدیهی است پیامدهای چنین پژوهشی، زمینه ادراک و شناخت ابعاد نوینی را در رویکرد دیداری فراهم نموده است و لذا نادیده انگاشتن آن موجب می‌شود ابعاد مهم و اساسی تصویر برای ما نامکشوف باقی بماند.

پی نوشت‌ها

۱. Visual Culture
۲. Interdisciplinary
۳. Cultural Studies
۴. Visuality
۵. Visual Literacy
۶. New Art History
۷. Iconology
۸. Aby Warburg
۹. Alois Riegl
۱۰. Erwin Panofsky

۱۱. بر مبنای روش پانوفسکی استاندارد اصولی تحت عنوان آیکونولوژی (مطالعه معنای ذاتی نگاره‌ها) و آیکونوگرافی (مطالعه ماده موضوع رسمی و سنتی) شکل گرفت و همه حوادث و رویدادهای تاریخی در مقابل رنسانس مورد قضاوت واقع شدند؛ بر این اساس مورخ هنر می‌تواند به «ذهن هنرمند و شرایط و ملاحظات دوره او دسترسی و اجازه دخول یابد» و چنین فرضی بر مطالعات تاریخ هنری قرن بیستم حکمفرما شد (ن.ک. ماکسی، ۱۹۹۱، ۹۹۲).

۱۲. فرهنگ دیداری جنبشی بود که از فضاهای دانشگاهی ایالات متحده بیرون آمد و اولین بار دپارتمان‌های تاریخ هنر این رشته و واحد درسی را برگزار کردند. ایده این رشته درسی نخستین بار در اواخر دهه ۱۹۸۰ در دانشگاه روچستر و در نتیجه علاقه مشترک چند تن از اعضای علمی آن به پیاساختارگرایی شکل گرفت و با تمرکز بر ادبیات و هنرهای دیداری تحت عنوان مطالعات تطبیقی هنر آغاز شد. پس از گذشت چند سال با آگاهی از تئوری‌های رسانه و به منظور ابهام زدایی از عنوان آن به مثابه رویکردی صرفاً مقایسه‌ای، به مطالعات فرهنگی و دیداری تغییر نام داد. انگیزه اصلی این برنامه درسی، مشاهده و تحلیل متون هنری مختلف در زمینه‌های تاریخی سیاسی و اجتماعی بود (دیکوویتسکایا، ۲۰۰۵).

۱۳. Visual Studies
۱۴. Power Relationship
۱۵. Pictorial Turn

۱۶. «Linguistic Turn» ریچارد رورتی اظهار می‌دارد که دغدغه فلسفه غرب درباره چیزها و اشیاء در مسیر تکاملی خود متوجه مفاهیم و ایده‌ها شده است و در نهایت در قرن بیستم متوجه زبان گردیده

است» (الکینز، ۲۰۰۸، ۱۵).

۱۷. W.J.T. Mitchell
۱۸. اصطلاح گشتار تصویری را اولین بار خود جی. میشل به عنوان یک استعاره برای گرایش به تأثیر تصویری در دوران‌های مختلف تاریخی به کار برده و در متون مختلف به شرح ابعاد آن پرداخته است.
۱۹. Imagery
۲۰. Aldus Huxley
۲۱. The Art of Seeing
۲۲. Sensing
۲۳. Memory Card
۲۴. Selecting
۲۵. Perceiving
۲۶. Long-term Memory
۲۷. متون این درس‌ها اغلب بر گرفته از آرنه‌ایم، گیبسون و گریگوری بودند (واکر و چاپلین، ۱۹۹۷).
۲۸. John. A. Walker
۲۹. Sarah Chaplin
۳۰. Perceiver
۳۱. Receiver
۳۲. George Ruder
۳۳. Gertrud Stein
۳۴. Marita Sturken
۳۵. Liza Cart Wright
۳۶. Ernest Gombrich
۳۷. Marshal McLuhan
۳۸. Ludwig Wittgenstein
۳۹. Image
۴۰. Meta-picture
۴۱. پیدا کردن معادل بهتری برای واژه image بجز «انگاره» که بُعد غیرعینی تصویر را دلالت کند، بسیار دشوار است. واژه عکس اگرچه برای picture استفاده می‌شود، اما فراوانی کاربرد آن به عنوان تصویری که حاصل عمل عکس‌برداری توسط دوربین است، معنای این واژه را محدود می‌کند. عکس فارغ از کاربرد رایج آن، می‌تواند مترادف انگاره نیز به کار رود؛ مانند «عکس رخ یار» که اشاره‌ای به تصویر عینی ندارد و می‌تواند در هر چیزی متجلی گردد.
۴۲. Destruction
۴۳. Charles Sanders Peirce
۴۴. Iconic Sign
۴۵. Schematic
۴۶. Las Meninas
۴۷. Subject Matter
۴۸. Visual Complex
۴۹. Visual Literacy
۵۰. Nicholas Mirzoeff
۵۱. Martin Jay
۵۲. Postocular Theory
۵۳. Barbara Stafford
۵۴. Visual Competence
۵۵. Semir Zeki
۵۶. Lacanian
۵۷. Nigel Whiteley

۵۸. Ocularphobic

فهرست منابع

- آرنه‌ایم، رودولف (۱۳۸۹) *هنر و ادراک بصری*، ترجمه: مجید اخگر، سمت، تهران.
- واکر، جان. ا. و چاپلین، سارا (۱۳۸۵) *فرهنگ تصویری، مبانی و مفاهیم*، ترجمه: حمید گرشاسبی و سعید خاموش، اداره کل پژوهش‌های سیما، تهران.
- ویلتی، نیکل (۱۳۹۰) «خوانندگان هنر گمشده: جزءنگری و بصیرت در نقد هنر»، ترجمه: محمدرضا یگانه دوست، حرفه: هنرمند، شماره ۳۹، ۱۶۹-۱۷۶.
- ویتگنشتاین، لودویگ (۱۳۸۰) *پژوهش‌های فلسفی*، ترجمه فریدون فاطمی، نشر مرکز، تهران.
- Damasio, A. (2000) *The Feeling of What Happens: Body and Emotion in the Making of Consciousness*, Flamingo, London.
- Dikovitskaya, M. (2005) *Visual Culture: The Study of the Visual Culture after the Cultural Turn*, the MIT Press, Cambridge.
- Elkins, J. (2003) *A Skeptical Introduction*, Routledge, New York and London.
- Elkins, J. (2008) *Visual Literacy*, Routledge, New York and London.
- Huxely, A. (1974) *The Art of Seeing*, first Published, 1943, Chatto & Windus, London.
- Jay, M. (1988) *Scopic Regimes of modernity in Vision and Visuality*, Wash Bay Press: Seattle.
- Lester, P. M. (2011) *Visual Communication Images with Messages*, (International ed.): Wadsworth Cengage Learning.
- McLuhan, M. (1964) *Understanding Media: The Extension of Man*, McGraw Hill, New York / Routledge & Kegan Paul, London.
- Mirzoeff, N. (1998) *What is Visual Culture? The Visual Culture Reader*, (pp. 3-13) Routledge, London & New York.
- Mirzoeff, N. (2002) *The Subject of Visual Culture, The Visual Culture Reader*, (2nd ed.) Routledge, London & New York.
- Mitchell, W.J.T. (1986) *Iconology: Image, Text, Ideology*, The University of Chicago Press, Chicago & London.
- Mitchell, W.J.T. (2002) *Showing Seeing, A Critique of Visual Culture*, In N. Mirzoeff (Ed.), *The Visual Culture Reader* (pp. 86-101). Routledge, London & New York.
- Mitchell, W.J.T. (2005) *What do pictures want? The Lives and Loves of Images*, University of Chicago Press, Chicago.
- Mitchell, W.J.T. (2008) *Visual Literacy or Literary Visualcy?* In J. Elkins (Ed.), *Visual Literacy* (pp. 11-14) Routledge, New York & London.
- Moxey, K. (1991) "Semiotics & The Social History of Art", *New Literary History*. 22 (4), 985-1000.
- Sandywell, B. & Heywood (1999) *Appendix: Original Project, in Interpreting Visual Culture*, Routledge, London.
- Smith, M. (2008) *Visual Cultural Studies*, Sage, London.
- Stafford, B. (1996) *Good Looking: Essays on the Virtue of Images*, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Stafford, B. (2008) "The Remaining 10 Percent: The Role of Sensory Knowledge in The Age of The Self-Organizing Brain", In J. Elkins (Ed.), *Visual Literacy* (pp. 31-58) Routledge, New York, London.
- Sturken, M. & Cartwright, L. (2001) *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford University Press, New York.

- Van Leeuwen, T. & Jewitt, C. (2001) *Handbook of Visual Analysis*. Sage, London.
- Walker, J.A. & Chapline, S. (1997) *Visual Culture: An Introduction*, Manchester University Press, Manchester & New York.
- Zeki, Semir (1999) *Inner Vision: An Exploration of Art and the Brain*, Oxford University Press, Oxford.

ART University e-Journal