**فرهنگ دیداری**

**چیزهایی که می­بینیم و نمی­بینیم**

معراج شریفی

در پی تعریف فرهنگ (culture) و میراث (heritage) مباحث زیادی مطرح است. نکته قابل توجه برای کلمه میراث در "مطالعات فرهنگ دیداری" (visual culture studies) آن است که میراث معنای آنچه تاریخیست ندارد بلکه روشی برای ایجاد رابطه با گذشته منسجم و معنادار با امروز است. فرهنگ توسط نسل­های قبلی حیات پیدا می­کند و در فرآیند فرهنگ­سازی به نسل­های بعدی منتقل می­گردد. مواردی مانند طبیعت، ماهیت انسان و حس­های رایج اکثراً قراردادهایی هستند که توسط فرهنگ به ما منتقل می­شوند. فرهنگ پدیده­ای است که فراگرفته می­شود؛ توسط اعضا یک جامعه به اشتراک گذاشته می­شود؛ توسط جامعه الگویی برای اندیشیدن و زندگی­کردن می­گردد؛ از طریق تعامل اعضای جامعه متقابلاً شکل می­دهد و شکل می­گیرد؛ معنایی سمبلیک پیدا می­کند؛ و در آخر درونی­سازی و عادت طبیعی جامعه می­گردد.

کلمه دیداری-بصری (visual) به آن چیزی دلالت می­کند که تولید شده و دیده می­شود. این محصولات می­توانند از فرهنگ بالاتر که شامل هنرهای زیبا مثل مجسمه، نقاشی و ... باشند و هم می­توانند سبک و مدی باشد از فرهنگ خردتر و توده که در جامعه رایج شده است. میچل اولین حس مستقل دید (vision) را مربوط به آفرینش انسان توسط خدا می­داند، زمانی که او را آفرید، مشاهده کرد و گفت عالی است. حتی ممکن است زودتر از آن لحظه، زمانی که کنش خلقت با پرتوهای نور از تاریکی آغاز شد (1).

شکل­گیری حوزه مطالعات فرهنگ دیداری به اوایل دهه 70 میلادی برمی­گردد. اولین کتب این حوزه توسط جان برگر "شیوه­های دیدن" (2) در سال 1972م و لورا مالوی "لذت دیداری و سینمای روایی" (3) در سال 1975م منتشر می­شوند. پس آن تئوری­های مختلف و اندیشمندان میان­رشته­ای سعی در تعیین موقعیت و تدقیق این حوزه می­کنند. تئوری­هایی برای دیدن­های ناخودآگاه، پدیدارشناسی نمادین، هنر توصیف و تئوری تصویر مطرح می­شوند. در دوره­های متاخرتر پژوهش­های رولان بارت و اسلاوی ژیژک بر روی فرهنگ، نشانه­شناسی و زبان شناسی در رشد این مطالعات نقش بسزایی اجرا کرده­اند.

فرهنگ دیداری به سمت تئوری کردن آنچه قابل مشاهده است پیش می­رود. تمرکز بر سوال­های چه چیزی، توسط چه کسی، چگونه دیده می­شود؟ که هم موجب شناخت و و هم منجر به پدیدارشدن قدرت است. به طور دقیق تر طبق گفته ایلین هوپر-گرینهیل درواقع با کنش دیدن یک تصویر یا شی بیرونی به توضیح فرآیند افکار دورنی می­پردازد (4). تعریف­های گسترده­ای را می­توان ذکر کرد که همه آن­ها به رویکرد میان­رشته­ای این حوزه تاکید می­کنند. از طرفی دربرگیرنده مطالعات فرهنگی، تاریخ هنر، نظریه انتقادی، فلسفه، مطالعات رسانه و انسان­شناسی است و از طرفی دیگر همپوشانی آن با مطالعات فیلم، جنسیت، کوئیر، تلویزیون، بازی­های ویدیویی، کتب مصور، اینترنت و تمام رسانه­هایی که بار تصویری مهمی را دارا هستند، قابل توجه است. همچنین پیوند آن با تکنولوژی روز و تمامی صفحات و سبک­های دوره­ای طراحی(design) در فضای مجازی را شامل می­شود که ناگزیر با سرعتی غیرقابل پیشبینی طراحی و بازطراحی (redesign) می­شوند. به همین جهت همواره در قالب و سبکی جدید خودش را متجلی می­کند و برای مطالعه آن نیاز است با جریان اجتماعی، سیاسی و ... جامعه به روز بود.

شناخت فرهنگ دیداری به ما کمک می­کند تا از گستره تصویر فراتر رویم. به همین دلیل است که مطالعات دیداری (visual studies) همان مطالعات تصویر (image studies) نیست، بلکه دیدن تصویر تنها بخشی از یک حوزه مطالعه گسترده­تر است. مطالعات فرهنگ دیداری روش­هایی را برای گسترش درک ارتباط تصاویر با بستر فرهنگی، اجتماعی و تاریخی را ارائه می­دهد. تاریخ هنر در سال­های اخیر در بررسی هنرمندان و آثارشان و جنبش­های ایشان از نگاه تاریخی دقیق­تر شده است. فرهنگ دیداری را می­توان به عنوان تکامل و ادامه مطالعات تاریخ هنر تلقی کرد که با گستردش دامنه مطالعات خود در بین رشته­های دیگر، منشا بررسی­های جدیدی در مطالعات فرهنگ دیداری شده است. درواقع فرهنگ دیداری بیش از آنکه سعی در تعریف تاریخی، ارزش­گذاری مادی و نبوغ هنرمندان داشته باشد، برروی معنی فرهنگی یک اثر هنری تمرکز دارد. به همین جهت خود را محدود به لذت تماشای یک اثر هنری نکرده و یا تحت تاثیر سلیقه و بازار هنر، خود را تعریف نمی­کند بلکه معیارهای خود را فراتر از روش­های قبل، برای ارزشگذاری هنر و حتی بررسی این روند ارائه می­دهد.

به طور کلی فرهنگ دیداری شامل هر آنچه تولید شده تا دیده شود و فهم روشی که دیده می­شود، است؛ و یا طبق تعریف نیکولاس میرزوئف در کتاب "معرفیفرهنگ دیداری" تاکتیکی­ست برای مطالعه جهانی که از طریق عکس، تصویر، مصورسازی به جای استفاده از کلمات و متون شکل­گرفته است. فرهنگ دیداری تنها بخشی از زندگی روزانه شما نیست بلکه تمام زندگی روزانه شما را در بر می­گیرد. این معنای فرهنگ دیداری است. فرهنگ دیداری، تولید، چرخه و مصرف تصویر و همچنین تغییر ماهیت ذهنی فرد نسبت به موضوع را مورد مطالعه قرار می­دهد (5).

نظریه تصویر، تماشاگری (spectatorship) را (نگاه کردن، چشم دوختن، نگاه گذرا داشتن، مشاهده کردن، مراقبه کردن یا عمیق شدن در تصویر، حظ دیداری و تماشا کردن) شامل تمام استراتژی­های خوانش به منظور تحلیل تصویر می­داند که روش­های مختلفی از جمله، رمزگشایی، تفسیر و ... را شامل می­شود. بازنمایی معنا از طریق خلق تصاویر و زبان در سراسر دنیا به وجود آمده است. این سیستم­ بازنمایی، قوانین و قراردادهای خود را برای تفسیر و بیان معنا دارا هستند. در واقع مطالعه فرهنگ دیداری به ما این قراردادهای بصری که برگرفته از فرهنگ زمینه­ ایشان هستند، را می­آموزد.

معنی هر تصویر در دو سطح درک می­شود. یکی معنی مستقل تصویر که به معنای توصیفی اثر ارجاع می­دهد و دیگری معنای وابسته به زمینه فرهنگی و تاریخی تصویر است که برای ببینده تعریف می­شود. سواد دیداری تنها به فهم هنرهای زیبا یا تبلیغات محدود نمی­شود بلکه تمام دنیای مصورشده را در برمی­گیرد. مطالعات فرهنگ دیداری در پی تحلیل جهان است و با دید جدید به یک تصویر می­تواند با اهداف مختلفی مطرح گردد که دامنه­ معنایی جدیدی برای افراد مختلف تعریف کند. رابطه­ای که بین بازنمایی و تماشاگری برقرار می­شود می­تواند تحت تاثیر قدرت باشد. معناهای عمدی، غیر عمدی و حتی تفاسیر قرائت شده از تصاویر، همگی سرنخ­هایی برای پیدا کردن معناهای نهفته در یک تصویر هستند. این سرنخ­ها می­توانند عناصری از پیش شناخته شده باشند که از حافظه جمعی ما تغذیه می­شوند. مانند رنگ­ها، اشکال و ... که در بستر­های اجتماعی-تاریخی خاصی، معانی مختلفی پیدا می­کنند.

مطالعات فرهنگ دیداری شامل مطالعات فرهنگ، رسانه و جامعه معاصر نیز می­شود. اینکه چگونه جامعه از طریق دانش، اعتقادات، هنر، اخلاقیات، قوانین، عادات و ... چشم­اندازهای خود را تعیین می­کند بسیار حائز اهمیت است. تقریباً تمام تصاویری که تولید می­شوند تحت تاثیر قدرت و ایدئولوژی غالب اجتماعی هستند که گاهی به صورت ماهیت طبیعی زندگی روزمره بر ما ظاهر می­گردند. ایدوئولوژی­ها تصاویر مختلفی را توسط نهادهای مختلف خانواده، آموزشی، دولت و ... تولید و برای انتشار تایید می­کنند. از طرفی دیگر بحث هنر و هنرمند نیز مطرح است. برای مثال اندی وارهول هنرمند آمریکایی که در بازنمایی فرهنگ دیداری دوره خودش کوشش کرده است و جنبش هنر مردمی (Pop Art) را بدون آثار او نمی­توان درک کرد. در واقع وارهول با توجه به تولید انبوه محصول، هنر خود را با تکرار مسائل روزمره که عادی شده بود نشان داد. او توجه ما را به تصویر فرهنگ دیداری رایج دوره خودش جلب کرد. در جریان­های متاخر هنری جریانات اجرا یا هنرهای خیابانی و ... نیز قابل بررسی هستند و حتی کنش­گرانی که با استفاده از فرهنگ دیداری توانستند جریاناتی برای مطالبه­های جمعی ارائه دهند. در نوشته­های بعدی به معرفی بعضی از این جریانات و هنرمندان پرداخته خواهد شد.

در چنین فضایی که تصاویر از رسانه­­های مختلف تلویزیون، شبکه­های مجازی، تکنولوژی، آثار هنری، تبلیغات محیطی و شهری و ... ما را احاطه کرده­اند پرسش­های زیادی مطرح می­شوند: این تصاویر چگونه ذهن ما هدایت می­کنند؟ این تصاویر توسط چه کسانی خلق می­شوند؟ این تصاویر زاده چه بستر فرهنگی، اجتماعی یا تاریخی هستند؟ اهداف این تصاویر چه هستند؟ چه کسانی این مخاطبان را انتخاب و با چه اهدافی خلق می­کنند؟ این تصاویر چه تاریخی را برای ما بازگو می­کنند و چه ارتباطی با جامعه امروز برقرار می­کنند؟ این تصاویر چه تاثیری بر هویت ملی یا فردی دارند؟ چگونه می­توان با بررسی­های فرهنگ ­دیداری گذشته به معنای دقیق­تری از اتفاقات امروزی دست یافت؟ و بسیاری از پرسش­های دیگری که با تدقیق موردهای مطالعاتی به پاسخی دقیق­تر خواهند رسید.

 

## طراحی جلد مجله اثر ادل رودریگرز؛ مجله TIME، 24 اکتبر 2016، ماخذ: time.com (راست)؛ مجله DER SPIEGEL، 4 فوریه 2017، ماخذ: spiegel.de (چپ)

## 

**Che Guevara، 1968** (راست)، **Campbell's Soup Cans، 1962** (چپ) اثر اندی وارهول؛ ماخذ: **Google**



ایموجی­ها اپل در سیستم­های نوشتاری

**منابع:**

1. **Mitchell, W.J.T. (2002). Showing seeing: a critique of visual culture. Journal Of Visual Culture, Vol 1(2), p. 174.**
2. **Berger, J., Dibb, M., & BBC Enterprises. (1972). Ways of seeing. London: BBC Enterprises.**
3. **Mulvey, L. (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema. Screen, 16(3), pp.6-18.**
4. **Hooper-Greenhill, (2000), Eilean, *Museums and the Interpretation of Visual Culture,* London: Routledge, p. 14.**
5. **Mirzoeff, N. (1999). An introduction to visual culture. London: Routledge.**
6. **Linked in. (2018, November 1). www.slideshare.net/DeborahJ/introductiontovisualculture.**
7. **www.wikipedia.org**
8. **www.time.com**
9. **[www.spiegel.de](http://www.spiegel.de/international/world/the-age-of-fire-and-fury-latest-der-spiegel-trump-cover-explained-a-1187633.html)**