

تاریخ وصول: ۱۳۸۶/۱۱/۱۷

تاریخ تأیید: ۱۳۸۷/۲/۲۹

فرهنگ تصویری

فاطمه ملک افصلی*

مطالعه درباره هنر در مؤسسات هنری، به مطالعاتی درباره هنر می‌پردازد. این مقوله فرهنگ تصویری را نیز در برمی‌گیرد. تعداد بی‌شماری از آموزش‌دهندگان هنر، که بیشتر آنها از افراد برجسته در این زمینه‌اند، عنوان و موضوع تدریس خود را، به جای «هنر»، «فرهنگ تصویری» انتخاب می‌کنند (چالمر، فریدمن، ۲۰۰۰؛ بارنارد، ۱۹۹۸) این تغییر گرایش به سوی فرهنگ تصویری یکی از تغییرات اساسی در رشته هنر است. تغییری که در دهه هشتاد در رشته آموزش هنر ایجاد شد و براساس آن اهمیت زیادی که بیان احساسات شخصی از طریق آموزش هنر داشت، جای خود را به مهم شمردن ارزش‌های زیر داد:

۱. تکنیک کار عملی،

۲. زیبایی‌شناسی،

۳. تاریخ هنر،

۴. نقد هنری.

چکیده: این مقاله به معرفی رشته آموزش هنر می‌پردازد که، براساس آن، تحقیقات هنری نه فقط در مؤسسات هنری، بلکه در مقوله‌ای به نام فرهنگ هنری اتفاق می‌افتد. این تعبیر در زندگی معاصر فرهنگی در قالب فرهنگ تصویری توضیح داده شده است. در این مقاله، سخن از هدف رشته هنر نیست، بلکه سخن از هدف‌های جزئی‌تر است. تأکید اصلی بر پیشرفت‌هایی در فرهنگ معاصر است که باعث تغییرات در فرهنگ تصویری شده‌اند و سپس تلاش شده که تعریفی از فرهنگ تصویری داده شود. دو بخش پایانی مقاله به بحث درباره برنامه‌ای برای آموزش هنر و دورنمای آموزش هنر در مدارس اختصاص یافته است. این دو بخش پیشنهادهایی را درباره مطالب آموزشی برای فرهنگ تصویری در تدریس برای رشته هنر در بردارند.

کلیدواژه: فرهنگ تصویری، فرهنگ هنری، تصویر، آموزش هنر، فناوری تصویری.

مقدمه

در آموزش هنر به مقوله‌ای می‌پردازیم که، به جای

* مدرس دانشگاه و کارشناس گرافیک دانشگاه پیام نور.

فراورده‌های هنری، زیبایی‌شناسی این همه اهمیت نداشته است (لش، و اوری، ۱۹۹۴). تولید و پخش تصاویر نیز چنین وضوحی نداشته و حتی فناوری تصویری نیز به این اندازه دگرگون‌کننده نبوده است (راچلین، ۱۹۹۷). تاکنون اعمال نفوذ غیرمستقیم در مردم از طریق تصویر برای قدرت‌مداران و دولت‌مردان تا این اندازه مهم نبوده است (بوستن، ۱۹۸۵).

اکنون اقتصاد کشورهای پیشرفته، بیش از پیش، بر پایه تولیدات تصویری و طراحی محصولات است (هاروی، ۱۹۸۹) و چرخ اقتصادی دنیای مصرفی رقابتی کنونی را به گردش درمی‌آورد. این دگرگونی چه با آغوش باز پذیرفته شود (استفنز، ۱۹۹۸) و چه روی از آن بگردانیم (گوینز، ۱۹۹۴) و چه پدیده‌ای مدرن یا پسامدرن به شمارش آوریم، در اهمیت آن در جوامع پیشرفته معاصر نمی‌توانیم شک کنیم.

مثلاً (هیدگر، ۱۹۹۷) معتقد بود که «نگاه کردن به دنیا همچون تصویر ... چیزی است که ذات دنیای مدرن را متفاوت می‌سازد. حال آنکه (میرزوف، ۱۹۹۸) تأکید می‌کند که مجذوب شدن مدرنیسم به تصویر و آثار آن است که «فرهنگ پسامدرنیسم را به وجود آورد» و به بالاترین حد آن می‌رساند».

(دبورد) که اعتقادات او پایه‌گذار پیدایی نظریه پردازان پسامدرن مانند (بودری- ارد، ۱۹۸۸؛ دریدا، ۱۹۷۶؛ اگو، ۱۹۸۷؛ و جمسون، ۱۹۹۱) بود، در سال ۱۹۶۷ اظهار کرد که «هر چیزی که مستقیماً به تجربه درمی‌آید دوباره نشان داده می‌شود.» او می‌گوید: «تصاویر آنقدر عادی شده‌اند که نه تنها با واقعیات برخورد می‌کنند، بلکه تبدیل به واقعیت شده‌اند. اکنون اغلب تصاویر بیشتر از آنکه به چیزی که قبلاً واقعیت بوده است ارجاع داده شوند به هم ارجاع داده می‌شوند. زمانی تصویر بیانی از واقعیت بوده، اما اکنون خود واقعیت است.

(دبورد) می‌گوید: همان‌طور که قبلاً، در توسعه

اما تغییرات کنونی در رشته آموزش هنر، نسبت به دهه هشتاد مهم‌تر به نظر می‌رسد، زیرا تغییرات قبلی مربوط به نحوه برخورد هنرمند با موضوع‌های زمان در همان نوع هنر می‌شد. برای مثال، اگر به نقاشی «گورنیکا» نگاه می‌کردیم، برای ما فقط بیان احساس پیکاسو درباره جنگ، این موضوع مهم معاصر او، اهمیت داشت، حال آنکه همان نقاشی در دهه هشتاد، براساس زیبایی‌شناسی، تکنیک، تاریخ هنر و نقد هنری بررسی می‌شد. اما اکنون نوع تصاویری که بررسی می‌شود با نوع آن در گذشته متفاوت است، زیرا در گذشته فقط موضوع نقاشی و اینکه تا چه حد با مسائل اجتماعی و مردمی پیوند دارد مطالعه می‌شد (دانکم، ۱۹۸۷) و برای اینکه این موضوع‌ها و تصاویر خارج از دنیای هنری اساس رشته هنر را تهدید نکند، همچنان فقط هنرهای زیبا را هنر به شمار می‌آوردند و مطالعه می‌کردند.

اما دگرگونی‌های کنونی مفهوم هنر را تغییر داده است. حتی نام هنرها نیز عوض شده و اکنون پرسش مهم پیش رو این است: «اما تا کی می‌توانیم رشته‌ای مشخص و مستقل باقی بمانیم؟»

پیش به سوی فرهنگ تصویری

شواهد فراوانی نشان می‌دهد که تغییرات به سوی فرهنگ تصویری در کار است. مهم‌ترین آنها اینکه امروز دل‌مشغولی ما این است که آیا جامعه توسعه یافته از نظر اقتصادی را باید جامعه‌ای بازیگر یا فعال (دبورد، ۱۹۷۷) بدانیم یا جامعه‌ای تماشاگر و منفعل (فوکو، ۱۹۷۷). شکی نیست که، علاوه بر «تغییر فرهنگی» (هاروی، ۱۹۸۹)، جامعه با «تغییر تصویری» نیز روبه‌رو بوده است (جی، ۱۹۸۹؛ میشل، ۱۹۹۴).

تاکنون، در تاریخچه بشر هیچ‌گاه، تصویر را بدین صورت نقطه‌ای مرکزی برای ایجاد هویت یا کسب اطلاعات نمی‌دانسته‌اند (چلین، ۱۹۹۴) و، برای تولید

از بین رفته و هنر مردمی شده است.

تفاوتی که میان فرهنگ بالا و پایین جامعه وجود داشته، دیگر وجود ندارد و تولیدکننده‌ها و شنونده‌ها از هر دو طبقه بهره می‌گیرند (مورلی و چن، ۱۹۹۶). در نتیجه، فرهنگ چیزی نیست که فقط به طبقه بالا تعلق داشته باشد بلکه فرهنگ مردمی و تجربه‌ای روزمره است (ویلیامز، ۱۹۸۱).

(میرزوف، ۱۹۹۸) می‌نویسد: «در دنیای تصویری امروز زندگی روزمره فرهنگ تصویری است» در نتیجه، فرهنگ تصویری چیز خارق‌العاده‌ای نیست، جز آنچه همه ما داریم و همیشه تمرین می‌کنیم. حتی معلمان زبان، که تا-کنون تنها بر کلمات تأکید داشته‌اند، امروزه از صدا، رفتار و تصاویر برای توضیح دادن مفاهیم استفاده می‌کنند (کوپ و کالاتزیس، ۲۰۰۰).

تعریف فرهنگ تصویری

معلمان هنر (اسمیت، شنک، شویرت، ۲۰۰۰) کلمه فرهنگ تصویری را در جایی استفاده می‌کنند که از خاطرات تصویری صحبت می‌کنند. میرزوف (۱۹۹۸) می‌گوید «فرهنگ تصویری» همچنان در حال تعریف شدن است. میشل (۱۹۹۵) فرهنگ تصویری را مفهومی می‌داند که هنوز به نتیجه نرسیده و مشخص نیست که چگونه باید مطالعه شود. در اینجا هدف ما مطالعه پیشنهادهایی در مورد مطالب درسی و نحوه آموزش فرهنگ تصویری است.

هر تعریفی را باید تعریفی موقتی یا قابل بحث به شمار آورد، زیرا ممکن است رد یا قبول شود و قطعی نیست. تعاریف هنر بسیار متفاوت‌اند. ولی برای تعریف فرهنگ تصویری این مشکلات بسیار بیشتر می‌شود، زیرا هیچ مؤسسه‌ای نیست که در چارچوب آن بتوان فرهنگ تصویری را تعریف کنیم. ویلسون (۲۰۰۰) تفاوت بین هنر و فرهنگ تصویری را وقتی ثبت کرد که سهولت آموزش

سرمایه‌داری، تغییر مشخصی از بودن به داشتن صورت گرفت، اکنون در جامعه بازیگر (فعال) این تغییر از داشتن به نمایش داده شدن صورت می‌گیرد. یعنی تصویر اهمیت می‌یابد و فرهنگ تصویری محور است.

این پیروزی تصویری در جامعه نگرانی ایجاد کرده است. یکی از این نگرانی‌ها معلول آثار فناوری تصویری در کودکان است (باکینگهام، ۲۰۰۰). با وجود بی‌دلیل بودن نگرانی‌ها (جانسون، ۱۹۹۷) بی‌شک باید به این مسئله توجه شود.

همان‌طور که (پوستمن، ۱۹۸۵) می‌گوید: «مشخص‌ترین راه برای درک هر فرهنگ مطالعه ابزار مکالمه آن فرهنگ است و تلویزیون و اینترنت اکنون ابزار قدرتمندی‌اند که به کمک تصاویر و در مورد تصاویر آموزش می‌دهند».

در جوامعی که وسائل ارتباط جمعی در دست تعداد محدودی است و اخبار تلویزیونی تبدیل به سرگرمی شده، درک جدیت و وضوح مسائل وابسته به درک تصاویر است. زیرا نگرستن به هر فرهنگ را نمی‌توان با فهمیدن آن یکی دانست. همان‌طور که میرزوف (۱۹۹۸) نوشته است: «فاصله‌ای که میان غنی بودن تجربه تصویری در فرهنگ معاصر و توانایی ما برای بررسی و فهمیدن آن وجود دارد هم امکانی است برای ایجاد رشته‌ای با عنوان فرهنگ بصری و هم نیازی برای وجود آن است».

در اطراف ما فرهنگ تصویری بسیار است، اما هنوز شک داریم که باید رشته‌ای به نام فرهنگ بصری آموزش داده شود تا مفهوم تصاویر را درک کنیم. گرایش به سمت فرهنگ تصویری بیانگر تغییرات فرهنگی در محیط اطراف ماست که فناوری تصویری جدید را با برنامه‌های اقتصادی جدید و تغییرات اجتماعی در برمی‌گیرد (دانکم، ۱۹۹۹). در دوران مدرنیسم، طبقات اجتماعی، خطی میانه هنر و بخش‌های دیگر جامعه کشیده بود و هنر مختص طبقات بالا بود، اما اکنون با تغییراتی که در طبقات اجتماعی صورت گرفته، این خط

بسیار نزدیک به هم ساخته شده: تأکید بر نحوه دیدن؛ و توسعه هنری تصویری که انواع آن گسترده‌تر از آن است که بتوان در مؤسسات هنری آنها را یافت. یعنی هرکس در هرکجا و هر جامعه و مجموعه کوچک می‌تواند فرهنگ هنری داشته باشد. هندرسن (۱۹۹۹) فرهنگ تصویری را چنین تعریف می‌کند: «آنچه به آن دیدن می‌گویم و آنچه برای دیدن است». بزرگ‌نمایی کارهای هنرمندان معروف تاریخ کاری مهم است (ایبرد، ۱۹۹۶). اما آنچه به همان اندازه مهم است تأکید به نحوه دیدن، دریافت و فکرکردن در مورد تجربه تصویری است (هیوود و سندیل، ۱۹۹۹). مثلاً، فرهنگ تصویری، در مقام رشته‌ای مستقل، برگرفته از دیدگاهی است که اشیای هنری و موضوع‌ها یا کارگزاران هنری را لازم و ملزوم، اما مفاهیمی متفاوت می‌داند که مطالعه آنها نباید از نظر اجتماعی، سیاسی و تاریخی، به تنهایی و بدون این عوامل صورت گیرد (بارنارد، ۱۹۹۸). وانگهی، اشیای هنری تصویری با رمزهایی ارتباط دارند که فقط با حس دیدن مرتبط نیستند، بلکه با رمزهای زبانی، صدا، موسیقی و اشارات نیز مرتبطند که درک آنها را امکان‌پذیر می‌کنند (میرزوف، ۱۹۹۸).

گاهی اصلاً این اصطلاح را تعریف نمی‌کنند (چندلر، ۱۹۹۶؛ مورلینگ، ۱۹۹۴؛ مورگان، ۱۹۹۹) و یا به تعریف آن کم‌توجهی می‌شود. برای مثال استفاده از کلمه «تصویر» به جای «هنر» (بریسون، هالی و ماکسی، ۱۹۹۴) یا استفاده از کلمه «تصویری» (جنکس، ۱۹۹۵)، یا «بررسی مادی هنر»، (برد، ۱۹۹۶) یا «تجربه تصویری»، (هیوود و سندیل، ۱۹۹۹). بنابر این، یکی از راه‌های درک این کلمه، بررسی نحوه استفاده عملی از آن است. لیولین (۱۹۹۲) این کلمه را برای صحبت کردن در مورد «چاپ» و «عکس» و، همچنین، «اشیای هنری تصویری» که مربوط به تاریخ مشخصی از بشر است، استفاده می‌کند. او فرهنگ تصویری مراسم مرگ را، ومارلینگ (۱۹۹۴) زندگی مردم آمریکا را در دهه

هنر را در مقابل غیرممکن بودن آن قرار داد. وی پس از تعریف دلوز و گاتاری (۱۹۸۷)، که تفاوت بین ساختارهای درخت مانند و ریشه مانند را بیان کرده‌اند، توضیح می‌دهد: در حالی که نسبت آموزش هنر با فرهنگ تصویری نسبت درخت با ریشه، و شاخه با ساقه است، فرهنگ تصویری مانند ریشه است. مانند چمنی است که ریشه آن همیشه مشغول رشد کردن در زمین است (ب. ویلسن، ۲۰۰۰). مثال‌های دیگر آن را نسبت موش‌ها با خانه موش‌ها، مورچه‌ها با لانه مورچه‌ها و اینترنت با کاربردانش دانسته است.

برای ساختارهای درخت مانند، می‌توان مسیر حرکت متغیر و اثرپذیری را ترسیم کرد، در حالی که برای ساختارهای ریشه مانند همین عمل بسیار پیچیده است. ساختارهای ریشه‌ای براساس ارتباطات و همانندی عمل می‌کنند که ممکن است در آنها میان قسمت‌های گوناگون ریشه ارتباط به‌وجود آید و، حتی اگر هر قسمت از این ارتباط از بین برود، ممکن است ارتباط جدیدی خارج از مسیر قبلی ایجاد شود. در نتیجه، برای پیدا کردن تعریف، بیشتر باید به دنبال چیزی مفید باشیم تا چیزی کاملاً مشخص و این بستگی به پیش‌زمینه‌ای دارد که در آن رشته تعریف صورت می‌گیرد. در نتیجه، تحقیقات مربوط به فرهنگ تصویری روشن شده است که این رشته جدید بسیار گسترده‌تر از چیزی است که آموزش‌دهندگان هنر با آن سروکار دارند. در نتیجه، باید به دنبال تعریفی باشیم که برای اهداف ما سودمند باشد. ما در مقام آموزش‌دهنده هنر به آن اشیای هنری اهمیت می‌دهیم که در درجه اول تصویری باشند و در درجه دوم رفتارها، اعتقادات و ارزش‌ها را دربرگیرند.

فرهنگ تصویری معرف رشته‌ای تحصیلی است که از رشته‌های متفاوتی پایه می‌گیرد و، اگرچه اساساً از جامعه‌شناسی‌زاده شده و بر دیدگاه‌های متفاوتی متکی است، این اعتقاد نیز وجود دارد که این رشته از دو عنصر

نگاه کردن مستقیم به زندگی واقعی امروزه، همان‌طور که نظریه‌پردازان پسامدرن بحث می‌کنند، نگاهی از میان حجاب تصاویر وسایل ارتباط جمعی باشد.

۲. اینکه به طور قطع حتی در جوامع مصرف‌کننده نیز باید امکان‌پذیر باشد که به مردم فقط به چشم مصرف‌کننده نگاه نکرد.

۳. (موردی که بعداً بیشتر به آن اشاره می‌شود) آموزش هنر بیشتر به مفاهیم و لذت توجه دارد تا به اطلاعات.

در تعریف بارنارد (۱۹۹۸) این مشکلات وجود ندارد. او دوگونه تعریف را پیشنهاد می‌کند. یکی تعریفی که متوجه تصویر در فرهنگ تصویری است، و دیگری تعریفی که معطوف به کلمه فرهنگ است. تعریف او برای کلمه تصویری این‌گونه است: «هر چیز تصویری که بشر تولید و نقد کرده و دارای هدف عملی و ارتباطی و زیبایی است».

تعریف او از «فرنگ» به تعریف ویلیامز (۱۹۸۱) از نظام-های اجتماعی بازمی‌گردد: «مؤسسات، اشیاء، کارها، ارزش‌ها و اعتقاداتی که جامعه از طریق آنها تولید و آفرینش می‌کند یا به پیشرفت خود مدد می‌رساند». بارنارد (۱۹۹۸) فهرست گسترده‌ای نیز برای فرهنگ تصویری فراهم آورده است. این فهرست مواد زیر را دربرمی‌گیرد: مد، طراحی پارچه، سفالگری و سرامیک، سشوار، ریش‌تراش، ماشین، معماری، طراحی باغ، تبلیغات، تصاویر شخصی و جمعی و محبوب، فیلم، تلویزیون، محیط رایانه، بازی‌های الکترونیک (گیم) صفحات وب، طراحی روزنامه و مجله، طراحی خط، و همه جور تولیدات و بسته‌بندی‌ها. با توجه به اینکه موارد کاربرد فرهنگ تصویری بسیار گسترده است، ممکن است اعتراض شود که مرزی برای آن وجود ندارد و در نتیجه از ارزش آن کاسته شود. وجه مشترک تمام اشکال فرهنگی که بدانها اشاره شد، در این است که می‌توان به چشم ساختاری از رفتارها، اعتقادات

پنجاه مطالعه می‌کند. هرکدام از این مطالعات هدف اصلی تصویر را بررسی می‌کند. به عبارت دیگر، به جای بررسی فرمی یا ترکیب‌بندی یا نحوه توسعه یا متن تصاویر، به آنها همچون مفهومی گسترده از مراحل و فشارهای اجتماعی نگریسته می‌شود. در نتیجه، مرز بین مطالعه تصویر و جامعه‌شناسی مخدوش می‌شود. به علاوه، اشیای هنری تصاویر مذهبی، تبلیغات و مسابقات بکس، طراحی آشپزخانه‌ها در دهه پنجاه، نقاشی‌های سوپرمارکت‌ها و توسعه بزرگراه‌ها را هم دربرمی‌گیرد و فقط شامل کارهای هنری هنرمندان شناخته شده نیست.

در میان کسانی که تلاش کرده‌اند فرهنگ تصویری را تعریف کنند میرزوف و بارنارد از دیگران برجسته‌ترند. (میرزوف، ۱۹۹۸) تعریف خود را با رد کردن نظریه (جنکس، ۱۹۹۵)، که تصویر را مستقل از سایر حواس و فرهنگ‌ها می‌بیند، شروع می‌کند. وی معتقد است که اشکال هنری تصویری امروز با رمزهای ارتباطی دیگری ارتباط دارند که مربوط به حواسی غیر از دیدن مربوط می‌شوند. او فرهنگ تصویری را روشی برای «مطالعه تاریخ، تعاریف و عملکردهای جامعه پسامدرن امروزی» می‌داند.

میرزوف این تعریف را برای فرهنگ تصویری بیان می‌کند: اتفاقات تصویری که در آن مصرف‌کننده به دنبال اطلاعات، مفاهیم، یا لذت در اشیای هنری می‌گردد دارای فناوری تصویری‌اند. فناوری تصویری هر شیئی است که طراحی شده تا نگاه ما را به خود جلب کند. این اشیا ممکن است نقاشی رنگ و روغن، تلویزیون یا اینترنت باشند (۱۹۹۹). این تعریف دربرگیرنده تصاویر زیادی غیر از آثار هنرمندان می‌شود. اما اشکال اساسی آن در سه چیز دیگر است:

۱. تعریفی که وابسته به فناوری است دچار محدودیت به نظر می‌رسد. مثلاً، چنین به نظر می‌رسد که حواس طبیعی را حذف می‌کند. شاید بتوان پذیرفت که

دارد، برای ما مهم نیست، اما چنانچه با عقاید و ارزش‌های ما ارتباط داشته باشد، آنها و جامعه‌ای که به آن تعلق دارند، برای ما در مقام آموزش‌دهندگان هنر اهمیت می‌یابند و در بحث فرهنگ هنری جای می‌گیرد.

خلاصه می‌توان گفت که اصطلاح فرهنگ هنری به دو چیز اشاره دارد: اول توجه تصویری به اشیای هنری که دربرگیرنده مجموعه رمزهایی غیر از رمزهای تصویری صرف‌اند و با حواسی غیر از حس دیدن ارتباط پیدا می‌کنند. ما به این اشیای هنری تا جایی یا تا وقتی علاقه‌مندیم که مفهوم تصویری دارند. دوم، اشاره به فرهنگ، که اشاره به علاقه به چیزی بیشتر از خود اشیای تصویری است. این کلمه اشاره به علاقه به موقعیت‌های اجتماعی است که در آن اشیای هنری وجود دارند و شامل تولید، پخش و استفاده از آنها می‌شوند.

به تصاویر همچون منبع غنی مفهومی و بخشی از مکالمه اجتماعی اثرگذار نگرسته می‌شود. اگر این تعریف از فرهنگ هنری همچون مبدأ آموزش هنر پذیرفته شود، نقش آموزنده هنر، حداقل از دید سازندگی جامعه، تغییر اساسی نخواهد کرد.

تنوع اشیای هنری که ما مطالعه می‌کنیم بسیار گسترش پیدا خواهد کرد، ولی ما همچنان به مطالعه دنیای اجتماعی تصاویری خواهیم پرداخت که در برگرفته رفتارها، عقاید و ارزش‌های ما باشند.

برنامه آموزشی برای فرهنگ تصویری

همان‌گونه که محققان مشخص کرده‌اند (بارنارد، ۱۹۹۸؛ هوگز، ۱۹۹۸؛ جنکس، ۱۹۹۵؛ میشل، ۱۹۹۵) راه‌های متعددی برای نحوه آموزش فرهنگ تصویری وجود دارد. آموزنده‌های هنر (چالمرز، ۱۹۸۱؛ دانکم، ۱۹۹۳) در این مورد پیشنهادهایی کرده‌اند. یکی از این پیشنهادها مطالعه در این زمینه است که چگونه تصاویر در جوامع و در زمان‌های مختلف عمل می‌کنند. چالمرز به تحقیقات گوانس

و ارزش‌های مردم به آنها نگاه کرد. برای وضوح بیشتر، بهتر است به تفاوتی که بروک (۱۹۸۱) میان ترتیب اول و دوم نمادسازی قائل شده است اشاره کنیم. برای مثال: تابلوی راهنمایی و رانندگی معمولاً به خیابان خاصی اشاره می‌کند و در اهداف آموزش هنر اهمیت خاصی ندارد و فقط برای اطلاع‌رسانی است. این تابلو برای آموزش‌دهندگان طراحی با ارزش است، نه برای آموزش‌دهندگان هنر. اما اگر به همین تابلو همچون نشانه‌ای از نظریات یا اعتقادات یا رفتار در مورد خیابان‌ها نگاه شود «یعنی مفهوم خیابان چیست یا چه باید باشد»، این تابلو شیء هنری و تصویری است که مفهومی را بیان می‌کند. در نتیجه، علاقه آموزش‌دهندگان هنر را جلب می‌کند. (تحقیق در رفتار و عقاید مردم درباره این تابلو برای آموزش‌دهندگان هنر توجه‌برانگیز است).

پیش‌تر به تفاوت بین جامعه بازیگر و جامعه تماشاگر اشاره کردیم، اما برای آموزش‌دهندگان هنر جامعه بازیگر مهم است، زیرا تمایلات ما را برای تبدیل رفتارها، عقاید و ارزش‌ها به تصاویر نمایندگی می‌کند. توجه آموزش‌دهندگان هنر به تماشاگرانی روزمره نیست، هرچند که ممکن است همچون یکی از اعضای نمونه جامعه خود به این تماشاگری نیز علاقه‌مند باشیم (فیسک، ۱۹۹۸). نیز ممکن است مثال‌هایی از تصویر تماشاگری جامعه را مطالعه کنیم، اما این تصاویر بیشتر مورد علاقه ادارات و مؤسسات نظامی است تا آموزش‌دهندگان هنر. توجه ما به تصاویر خاصی است که نشان‌دهنده وجوهی از جوامع است. مثل فیلم‌های هنری که نشان‌دهنده بی‌عدالتی و نژادپرستی در دنیا یا نشان‌دهنده طبیعت مشکل‌آفرین دوران کودکی است.

آموزش‌دهندگان هنر به آن شیء هنری بصری توجه دارند که موقعیت توصیفی، تویخی یا بهبوددهنده دارد و به ما می‌گوید «که» یا «چه» ایم و به کجا «می‌خواهیم» یا «نی‌خواهیم» برویم. اشیای تصویری‌ای که فقط جنبه ابزاری

نیست.

روش‌های اساسی‌تر و مهم‌تری نیز پیشنهاد شده که بیش از راه‌های بالا بر موقعیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی که در تصاویر وجود دارد و بر نحوه‌های مختلف دیدن تأکید می‌کند. برای مثال، بارنارد در طراحی برنامه آموزشی به گروه‌بندی فرهنگی تولید اشاره کرده که ویلسن (۱۹۸۱) در مورد آن نوشته است. او از این گروه-بندی استفاده و آن را کامل می‌کند. او به ما می‌گوید که چگونه هنرمندان و طراحان در مقام تولیدکنندگان فردی در تولید، تعلیم و در جامعه شغلی همچون گروهی واحد عمل می‌کنند. به طور مثال، او به مصرف‌کنندگان، فروشندگان، اجتماع و شنوندگان در کلیسا، دادگاه، فضاهای اجتماعی و خصوصی و دولتی توجه دارد. او به چهار نوع ارتباط بازار اشاره می‌کند: هنری، پسا هنری، کارکنان بازار و متخصصان شرکت‌ها، که دو مورد آخر از مهم‌ترین موارد، در تولید تصاویر امروزی، یعنی بازارها تصمیم‌گیرنده اصلی برای آنها هستند.

ویلسن دسترسی و مالکیت تصاویر موجود در وسایل ارتباط جمعی، از جمله تصاویر دست‌ساز، یا ماشینی یا کامپیوتری را مطالعه و دوباره براساس توصیف بارنارد و ویلیامز (۱۹۸۱) محصولات فرهنگی را در ارتباط با دستگاه‌های داخلی و خارجی توصیف می‌کند. مثلاً، گالری هنری را علامت یا رمزی خارجی توضیح می‌دهد که نشان می‌دهد چگونه اشیای هنری در آن نمایش داده می‌شود و عملکرد آن چیست. همچنین می‌گوید: چگونه طبقات جامعه انواع مختلف فرهنگ تصویری را تولید و مصرف می‌کنند و چگونه این موضوع ممکن است نشان‌دهنده تفاوت میان طبقات جامعه باشد. در پایان، بارنارد از مطالعات وسایل ارتباط جمعی و مطالعات شناخته شده استفاده می‌کند تا در مورد راه‌های مختلف فرهنگ تصویری در ارتباط با جامعه صحبت کند.

آیا تولیدکننده‌های فرهنگی با نظام‌های موجود مبارزه

(۱۹۸۱) اشاره می‌کند: هنر مردمی که در کتاب‌های کمیک، تلویزیون، کارتون‌های سیاسی دیده می‌شود، نقشی همانند نقاشی را در سال‌های گذشته بازی می‌کند. در ادامه این میسر می‌شود که عکسی که در (Home Page) وب سایتی وجود دارد با پرتراهی از (ون گوگ) جایگزین شود.

با وجود گستردگی دنیای هنرهای هنرمندان شناخته شده، تصاویر دنیای هنری همچنان گسترش می‌یابد (میشل، ۱۹۹۵).

نواغ و شاهکارهایی با پشتوانه فرهنگ هنری از بین نمی‌رود، اما موقعیت، قدرت و لذتی که به تماشاگران می‌دهند، تبدیل به موضوعی قابل مطالعه می‌شوند، و دیگر شیء مقدس و سؤال‌ناپذیر نیستند. فریدمن (۲۰۰۰) راهی را که هنرهای زیبا جزئی از فرهنگ تصویری باشد نشان می‌دهد، او به تصاویر (زن یا مرد) در وسایل ارتباط جمعی اشاره دارد که همان‌قدر از تصاویر هنرهای زیبا بهره می‌گیرند که از واقعیت‌های معاصر؛ در نتیجه، مطالعه زنان و مردان در وسایل ارتباط جمعی، مطالعه آنها را در تصاویر هنرهای زیبا نیز دربرمی‌گیرد.

ویلسن (۲۰۰۰) نیز ارتباط بین دنیای هنری و فرهنگ مردمی را بررسی می‌کند. وی می‌گوید که اینترنت امکانات پایان‌ناپذیری را برای ارتباط دادن بین تصاویری که دانشجویان ایجاد می‌کنند و تصاویر و عقاید دیگران به وجود می‌آورد. درجایی که دسترسی به هر نوع فرهنگ تصویری امکان‌پذیر است، موضوع مورد مطالعه عمل کردن براساس این نوع ارتباطات است.

آنچه مطرح شد تنها دنیای هنری و تصاویر مردمی را براساس موضوع مشترک ارتباط می‌دهد، ولی ممکن است برای آموزش‌دهندگان هنر جذاب باشد، زیرا موضوع مورد مطالعه آنها از شناخته شده به ناشناخته گسترش می‌یابد. آنچه گفته شد، بیانگر تمام معنا و مفهومی که فرهنگ تصویری ممکن است دربرگیرد

وقتی می‌خواهیم از طریق قوانین زیبایی‌شناختی به تجربه‌های تصویری نگاه و آنها را بررسی کنیم دچار مشکل می‌شویم، زیرا فناوری جدید، به شخص اجازه نمی‌دهد که به هنگام نگاه کردن به یک تصویر همیشه در نظارت کامل باشد. فرد تا چه حد به هنگام این تجربه‌های جدید دارای اراده است؟ آیا می‌تواند همزمان، و یا حداقل بطور ممتد در تجربه‌ای درگیر باشد و از آن فاصله بگیرد (تجربه‌های خود را داخل نکند)؟ چطور ممکن است بتوانیم از پس نوسان بین دو قطب، یعنی شرکت در یک «تجربه هنری» و «فاصله گرفتن از نظر علمی و بررسی کردن این تجربه» برآییم؟

دورنمای آموزش هنر

غیرممکن است بتوان پیش‌بینی کرد که آموزش هنر در مدارس تا چه حد فرهنگ هنری را می‌پذیرد. آیا فرهنگ هنری جایی در آموزش پیدا می‌کند؟ آیا به طور جداگانه پیشرفت خواهد کرد؟

بحث‌های زیادی در مورد محل اجرا و چگونگی عملکرد آن در محیط آموزشی شده است (بارنارد، ۱۹۹۸؛ میرزوف، ۱۹۹۸). آنچه واضح است اینکه نیاز برای مطالعه فرهنگ هنری در آینده نزدیک از بین نخواهد رفت. همان‌گونه که وابستگی جوامع پیشرفته به تصاویر توسعه می‌یابد، نیاز برای درک آن نیز بیشتر می‌شود، زیرا به پاس تجربه و دانشی که آموزش‌دهندگان هنر از تصاویر دارند، در موقعیتی قرار می‌گیرند که بتوانند مهره مهمی برای درک آن باشند. میرزوف پیشنهاد می‌کند که به جای پرورش «خوب دیدن» که همیشه همچون هدف دانش پرستش شده، باید، «چشم کنجکاو» را پرورش داد. بر خلاف آنچه به «خوب دیدن» همچون مهارتی ذاتی نگاه می‌شد که نیاز به زمان و تلاش داشت تا پرورش یابد، کنجکاو نگاه کردن به معنای آن است که همه چیز از قبل مشخص و درک شده نیست. کنجکاو نگاه کردن کمک

می‌کند، به آنها بی‌اعتنا هستند یا آنها را تغییر می‌دهند؟ آیا شنوندگان، بدون سؤال، ارزش‌هایی را که تولیدکنندگان منتقل می‌کنند می‌پذیرند یا با آنها مبارزه می‌کنند؟ فرهنگ تصویری از چه طریقی می‌تواند تولید و باز تولید کند؟ میشل (۱۹۹۵) می‌نویسد: در حالی که هیچ نظامی برای ساختن برنامه آموزشی فرهنگ تصویری وجود ندارد، مجموعه بحث‌ها و سؤال‌هایی هست که می‌توان آنها را «زبان فرهنگ تصویری» نامید. او اعتقاد دارد که: هدف از آموزش فرهنگ تصویری باید فراهم کردن مجموعه-ابزاری برای بررسی نحوه دیدن بشر باشد، نه انتقال دادن مجموعه‌ای از اطلاعات و ارزش‌ها. بعضی از سؤالات او به قرار زیر است:

مرز بین فرهنگ تصویری و طبیعت تصویری چیست؟ تصویر چیست؟ تصاویر چگونه در ذهن، حافظه، رؤیا و در بافت بصری عمل می‌کنند؟ تصاویر چگونه ارتباط برقرار می‌کنند و مفهوم می‌شوند؟ رابطه میان کار هنری و فرهنگ هنری چیست؟ تغییرات فناوری تولید تصاویر چگونه در فرهنگ هنری تأثیر می‌گذارد؟

روگوف (۱۹۹۸) نیز سؤال‌های خود را بدین‌گونه بیان می‌کند: چه کسی را می‌بینی و چه کسی را نمی‌بینی؟ کدام وجه از تصاویر تاریخی دوباره خلق می‌شوند؟ رؤیاهای چه کسی و براساس کدام تصاویر به وجود می‌آید؟ کدام رمزهای تصویری هستند که براساس آنها، بعضی اجازه نگاه کردن دارند، برخی اجازه نظر انداختن دارند، و بعضی اجازه نگاه کردن ندارند؟ در کدام مکالمه سیاسی ما می‌توانیم نگاه کردن و بازگشت این نگاه را مبارزه سیاسی بدانیم؟ آیا می‌توانیم از نگاه کردن به فرهنگ‌هایی که به آن تعلق نداریم لذت ببریم؟

اکنون می‌خواهیم سؤالات خود را براساس مجموعه تجربیات تصویری، از جمله محل‌های خرید، پارک‌ها و مکان‌ها مطرح کنیم.

دهیم، نه فقط در هنرآموزان و دانش‌آموزان، بلکه همچون اصل اساسی اطلاع‌رسانی در رشته آموزش هنر.

می‌کند که چیزی را کشف کنیم که قبلاً نامشخص بوده یا به چشم نمی‌آمده. این کنجکاو دیدن را باید پرورش

References

- Barnard, M.** (1998), *Art, design, and visual culture*, London: Macmillan;
- Baudrillard, J.** (1988), *Jean Baudrillard: Selected writing*. In M. Poster (Ed.), London: Polity Press;
- Bird, J., Curtis, B., Mash, M., Putnam, T., Robertson, G., Tickner, L., & Stafford, S.** (1996), *The BLOCK reader in visual culture*, London: Routledge;
- Brook, D.** (1981), *The social role of art: Six recent papers on related themes*, Adelaide: Experimental Art Foundation;
- Bryson, N., Holly, M. A., & Moxey, K.** (1994), *Visual culture: Images and Interpretations*. Hanover, NH: University Press of New England;
- Buckingham, D.** (2000), *After the death of childhood: Growing up in the age of electronic media*. Cambridge: Polity Press;
- Chalmers, F. G.** (1981), «Art education as ethnology», *Studies in art Education*, 22(3), 6-14;
- Chandler, D., Gill, J., Guha, T., & Tawadros, G.** (1996), *Boxer: An anthology of writings, on boxing and visual culture*, London: institute of International Visual Arts;
- Chaplin, E.** (1994), *Sociology and visual representation*. London: Routledge;
- Chapman, L H.** (1978), *Approaches to art in education*. New York: Harcourt Brace Jovanovich;
- Cope, B., & Kalantzis, M.** (2000), *Multiliteracies: Literacy learning and design of social futures*, Melbourne, Australia: Macmillan;
- Debord, G.** (1977), *Society of the spectacle*, Detroit, MI: Black & White. (Original work published 1967);
- Deleuze, G., & Guattari, F.** (1987), *A thousand plateaus: Capitalism and schizophrenia*, Minneapolis: University of Minnesota Press;
- Derrida, J.** (1976), *Of grammatology*. London: John Hopkins;
- Duncum, P.** (1987), «Why study popular culture? A review». *Canadian Review of Art Education Research* (14), 15-22;
- Duncum, P.** (1993), «Children and the social functions of pictures», *Journal of Art and Design Education*, 12(2), 215-225;
- Duncum, P.** (1999), «A case for an art education of everyday aesthetic experiences». *Studies In Art Education*, 40(4), 295-311;
- Foucault, M.** (1977), *Dicipline and punish: The birth of the prison* (A. Sheridan, Trans.), Harmondsworth, Middlesex, England: Penguin;
- Freedman, K.** (2000), «Social perspectives on art education in the U.S.: Teaching visual culture in a democracy». *Studies in Art Education*, 41(4), 314-329;
- Gowans, A.** (1981), *Learning to see: Historical perspectives on modern popular /commercial art*. Bowling Green, OH: Bowling Green University Popular Press;
- Guinness, O.** (1994), *Fit bodies, fat minds: Why evangelicals don't think and what to do about it.* Grand Rapids, MI: Baker Books;
- Heidegger, M.** (1977), «The age of the world picture», In W. Lovitt (Ed.), *The question concerning technology and other essays*. New York: Garland;
- Henderson, K.** (1999), *On line and on paper. Visual representation, visual culture, and computer graphics in design engineering*. Cambridge, MA: MIT Press;
- Heywood, I., & Sandywell, B. (Eds.)**, (1999), *Interpreting*

- visual culture: Explorations in the hermeneutics of the visual*. London: Routledge;
- Hughes, A.** (1998), «Reconceptualising the art curriculum», *Journal of Art and Design Education*, 17(1), 41-50;
- Jameson, F.** (1991), *Postmodernism: Or, The cultural logic of late capitalism*, Durham, NC: Duke University Press;
- Jay, M.** (1989), «In the empire of the gaze: Foucault and the denigration of vision in 20th century French thought. In L. Appignaoesi» (Ed.). *Postmodernism ICA Documents* (pp. 49-74). London: Free Association Books;
- Jenks, C. (Ed.)**, (1995), *Visual culture*. London: Routledge;
- Johnson, S.** (1997), *Interface culture: How new technology transforms the way we create and communicate*. San Francisco, CA: HarperEdge;
- Lash, S., & Urry, J.** (1994), *Economies of signs and space*. London: Sage;
- Llewellyn, N.** (1992), *The art of death: Visual culture in the English death rituals, c. 1500 - c. 1800*, London: Reaktion Books;
- Marling, D. A.** (1994), *As seen on TV: The visual culture of everyday life in the 1950s*, Cambridge, MA: Harvard University Press;
- Mirzoeff, N.** (1998), What is visual culture? In N. Mirzoeff (Ed.), *The visual culture reader* (pp. 3-13), London: Routledge;
- Mirzoeff, N.** (1999), *An introduction to visual culture*. London: Routledge;
- Mitchell, W. J. T.** (1994), *Picture theory*. Chicago, IL: University of Chicago Press;
- Mitchell, W. J. T.** (1995), «What is visual culture?» In I. Levin (Ed.), *Meaning in the visual arts: Views from the outside* (pp. 207-217). Princeton, NJ: Institute for Advanced Study.
- Morgan, D.** (1999), *Protestants and pictures: Religion, visual culture, and the age of American mass production*. Oxford, England: Oxford University Press;
- Morley, D., & Chen, K. H.** (1996), *Stuart Hall: critical dialogues in cultural studies*. London: Routledge;
- Postman, N.** (1985), *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. London: Heinemann;
- Rochlin, G. I.** (1997), *Trapped in the net: The unanticipated consequences of computerization*. Princeton, NJ: Princeton University Press;
- Rogoff, I.** (1998), «Studying visual culture», In N. Mirzoeff (Ed.), *The visual culture reader* (pp. 14-26). London: Routledge;
- Smith-Shank, D. L., & Schwiebert, V.** (2000), «Old wives tales: Questioning to understand visual memories», *Studies in Art Education*, 41(2), 178-190;
- Williams, R.** (1981), *Culture*. London: Fontana;
- Wilson, B.** (2000), «Of diagrams and rhizomes: Disrupting the content of art education», *2000 international visual arts conference: Art education and visual culture* (pp. 25-52), Taipei: Taipei Municipal Teachers College;
- Wilson, M.** (2000), «The text, the intertext, and the hypertextual: A story», *2000 International visual arts conference: Art education and visual culture* (pp. 89-107). Taipei: Taipei Municipal Teachers College. ■