


The role of focused and distributed attention in aesthetic perceptual experience

Omid Karimzadeh^{1*} 

1. Assistant Professor of Philosophy, the Institute for Fundamental Research in Science and Technology, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Abstract

Received: 27 Nov. 2021

Revised: 30 Nov. 2021

Accepted: 30 Nov. 2021

Keywords


Attention
Focused attention
Distributed attention
Surface picture
Depicted object

Corresponding author

Omid Karimzadeh, Assistant Professor of Philosophy, the Institute for Fundamental Research in Science and Technology, Shahid Beheshti University, Shahriari Square, Evin, Tehran, Iran

Email: O_karimzadeh@sbu.ac.ir



 doi.org/10.30514/icss.23.4.159

Introduction: This paper tries to explicate a theory to understand the aesthetic properties of pictures based on recent research in philosophy of mind and cognitive science.

Methods: From a philosophical point of view, such a theory could be used for explaining the artistic, semantic, or sociological aspects of the pictures. However, this paper is focused on showing how this theory is used for explaining aesthetic experience in the case of pictures.

Results: After introducing some preliminary conceptions for this debate, the concept of aesthetic attention is explained, and then some rival views for explaining the pictorial perception are assessed and undermined. Then, as one of the essential features of the aesthetic experience, the lack of interest is explicated in terms of the defended theory of pictorial perception. They thoroughly distinguished between two different objects, which are represented in picture perception, viz a two-dimensional surface picture and a three-dimensional depicted object. The study accounts for the relation between these two objects and determines their role in aesthetic experience.

Conclusion: The conclusion is advice, which is based on the defended theory, for non-specialist individuals in the art to put them in a position to understand the aesthetic features of non-realistic pictures as well as possible.

Citation: Karimzadeh O. The role of focused and distributed attention in aesthetic perceptual experience. *Advances in Cognitive Sciences*. 2022;23(4):159-169.

Extended Abstract

Introduction

Generally speaking, pictures are among the essential elements for transferring meaning and beauty. The present paper tries to explicate a theory for understanding the perception of pictures based on recent research in the

philosophy of cognitive science and philosophy of mind. From a philosophical point of view, such a theory could be used for explaining the artistic, semantic, or sociological aspects of the pictures. However, this study is focused

on showing how this theory is used for explaining aesthetic experience in the case of pictures.

Methods

This research is mainly based on the study of the original and primary written sources on this issue. Accordingly, this study has tried to obtain some specific results about the phenomenon of distributed attention and the pertinent role of this kind of attention in explaining the aesthetic aspect of perceptual experience through the methods of conceptual analysis and philosophical arguments in the ways, which are usual in contemporary philosophy of mind and cognition in the analytical tradition.

Results

In terms of the things to which one can attend, two kinds of attention can be distinguished from each other. The first is called "attending to object", which means that while perceiving something, one's attention is directed just to an object as a whole and not to any of its properties. The second is called "attending to property" and refers to the kind of attention in which the subject's attention is focused on one of the properties of the relevant object. Each of these two kinds of attention can be itself "focused" or "distributed". In the case of focused attention, one's attention is directed to just one object or one property. In the case of distributed attention, by contrast, one is attending to several objects or several properties at the same time. According to these two distinctions, it can be easily seen that when one perceives something, four different modes of attention will be possible. Among these four modes of attention, the mode in which the attention is focused in respect of objects and distributed in respect of properties has a unique role in explaining the aesthetic experience. This kind of attention is referred to as "aesthetic attention" in this paper. The kind of theory that claims that aesthetic experience can be explained in

terms of the aesthetic attention is usually called "the theory of aesthetic attention". Some experimental studies belonging to the field of cognitive science affirm that during the aesthetic perceptual experience, people usually use their aesthetic attention. It should be noticed that there is at least two other candidate theory for explaining the aesthetic experience. These two theories are usually referred to as "the aesthetic property theory" and "the intrinsic value theory", respectively. There is not enough space here for treating with these theories in detail, and therefore, the author just mentioned a common objection to these theories. The objection is that the aesthetic property theory and the intrinsic value theory cannot explain and accommodate the feature of aesthetic experience, which is called "lack of control". It means that one usually does not have any control over her aesthetic experience, and therefore, cannot manage the situation in the way that the aesthetic experience occurs predictably. Due to the fact that the theory of aesthetic attention is the unique theory that explains this lack of control, this study take it to be the most appropriate theory for explaining the aesthetic perceptual experience.

Nevertheless, the theory of aesthetic attention has another advantage in explaining the relevant properties of the aesthetic perceptual experience of a picture. To understand this advantage, first, it should be noticed that there are two different objects that seem to be represented in a picture. The first object is the two-dimensional object, which is consisted of the surface of the picture and is, therefore, usually called "the surface picture". The second object is the three-dimensional object which is supposed to be represented in the picture and usually is called "the depicted object". One of the essential questions in the philosophy of aesthetic perceptual experience is whether just the surface picture or just the depicted object or both are actually represented in a person's visual experience. The theory that is defended in this paper, is that both the surface

picture and the depicted object are represented in visual perception. However, one can focus her attention on just one of them at a specific time. Thus, at a given time, both objects are experienced, but just one of them is attended.

Conclusion

According to what has been said in the main body of the paper, this study concluded that while perceiving a picture, two different aesthetic experiences may be realized. In the first case, one perceives both two-dimensional surface pictures and three-dimensional depicted object at the same time, but the person attends just the three-dimensional depicted object. In this case, one's attention is focused on the three-dimensional depicted object itself and is distributed toward its properties. This case can be taken as the appropriate model for understanding the conditions for the realization of aesthetic perception in the case of realistic pictures such as photographs and realistic paintings. In the second case, while perceiving two mentioned objects, just the person's two-dimensional surface picture is attended. Here one's attention is focused on the two-dimensional surface picture itself and is distributed in respect of its properties. This case can be an appropriate model for explaining the realization of aesthetic experience in the case of the varieties of kinds of surrealist pictures. Since people are usually more comfortable fo-

cusings their attention on the three-dimensional object and its properties, and therefore, are usually more apt to understand the aesthetic features of realistic pictures. This investigation may help non-specialist individuals in the art to put them in a position to experience the aesthetic features of surrealist pictures as well as possible.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines

There are no ethical considerations in the research relevant to this study.

Authors' contributions

The author of this paper has not received any contribution in the process of writing.

Funding

No financial support has been received from any organization for this study.

Acknowledgments

The author appreciates the help of anonymous referees of the journal.

Conflict of interest

This study did not have any conflict of interest.

نقش توجه متمرکز و توجه توزیع شده در تجربه زیبایی شناختی

امید کریم‌زاده^{۱*} ID

۱. استادیار فلسفه، پژوهشکده مطالعات بنیادین علم و فناوری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

چکیده

مقدمه: این مقاله در پی آن است تا با تکیه بر پژوهش‌های معاصر در حوزه‌های علوم شناختی و فلسفه ذهن معاصر نظریه‌ای برای توضیح چگونگی ادراک زیبایی شناختی تصاویر ارائه کند. از منظر فلسفی، چنین نظریه‌ای را می‌توان برای تبیین سایر جنبه‌های هنری، معنایی یا اجتماعی تصویر نیز به کار گرفت اما در این مقاله کوشش می‌شود نشان داده شود که چگونه می‌توان از این نظریه برای تبیین چگونگی وقوع تجربه زیبایی شناختی در مورد تصاویر استفاده کرد.

روش کار: در این مقاله منابع دست اول و اصلی مورد استفاده قرار گرفته‌اند و کوشش شده است با استفاده از روش تحلیل مفهومی و به کارگیری شیوه متعارف استدلال فلسفی نتایج مورد نظر به دست آیند.

یافته‌ها: پس از معرفی مفاهیم فلسفی لازم برای طرح این بحث و نیز توضیح مفهوم توجه زیبایی شناختی، نظریه‌های رقیب دیگری که برای ادراک تصویر وجود دارند به اختصار بررسی می‌شوند و علل ناکامی آنها توضیح داده می‌شود. به علاوه نشان داده می‌شود که چگونه می‌توان یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های تجربه زیبایی شناختی - که عاری بودن آن از منفعت عملی است- را از طریق این نظریه ادراک تصویر توضیح داد. مقاله سپس با تفکیک دو شیء کاملاً متمایز از یکدیگر هنگام ادراک تصویر-رویه تصویر به عنوان یک شیء دوبعدی و شیء سه‌بعدی تصویر شده درون تصویر- روایتی از چگونگی رابطه این دو شیء هنگام ادراک تصویر به دست می‌دهد.

نتیجه‌گیری: نتیجه مقاله توصیه‌ای است که با استفاده از این نظریه می‌توان به افراد غیرمتخصص در هنر ارائه کرد برای این که بتوانند جنبه زیبایی شناختی تصاویر غیرواقع‌نما را بهتر درک کنند.

دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۰۶

اصلاح نهایی: ۱۴۰۰/۰۹/۰۹

پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۰۹

واژه‌های کلیدی

ویژگی توجه

توجه متمرکز

توجه توزیع شده

رویه تصویر

شیء تصویر شده

نویسنده مسئول

امید کریم‌زاده، ایران، تهران، اوین، میدان شهریار، دانشگاه شهید بهشتی، ساختمان شهدا، طبقه سوم، پژوهشکده مطالعات بنیادین علم و فناوری

ایمیل: O_karimzadeh@sbu.ac.ir



doi.org/10.30514/icss.23.4.159

مقدمه

می‌کند. پیش از آن که وارد بحث درباره مفهوم توجه شویم این نکته را مفروض می‌گیریم که میان توجه و تجربه آگاهانه ارتباط مهمی وجود دارد. سراسرترین شکل این ارتباط آن است که فرض کنیم توجه شرط لازم وقوع تجربه آگاهانه است. در مقابل، تجربه‌های ناآگاهانه فاقد توجه‌اند. برای روشن شدن این موضوع فرض کنید در جاده‌ای طولانی با مناظر یکنواخت در حال رانندگی هستید. ممکن است در لحظاتی،

توضیح ادراک امر زیباشناختی یا همان تجربه زیباشناسانه در تاریخ فلسفه سابقه‌ای طولانی دارد (۱). نقطه آغاز تحلیل زیبایی شناختی توجه به این نکته است که شخص هنگام تجربه زیبایی شناختی توجه خویش را آگاهانه به کار می‌گیرد. آن جنبه از توجه که ممکن است بیشتر مورد علاقه فیلسوفان باشد به این پرسش باز می‌گردد که توجه چیست و چه نقشی در تجربه آگاهانه (Conscious experience) ایفا

پدیداری را بهتر از هر جای دیگر در ادبیات توصیفی می‌توان یافت. نوشته‌های Marcel Proust سرشار از توصیف‌هایی است که می‌توان آنها را وصف‌های زیباشناختی نامید (۴).

Aldous Huxley نویسنده انگلیسی در کتابی با عنوان درچه‌های ادراک (The Doors of Perception) برخی از تجربه‌های زیباشناختی خود را توصیف کرده است. این نکته نیز شایان توجه است که در قطعه ذکر شده از Huxley تمایز میان اشیا و ویژگی‌های بازنمایی شده در تصویر - که در نوشته‌های برخی دیگر از فیلسوفان ادراک مورد توجه قرار گرفته است (۵) - دیده می‌شود. در اینجا قطعه کوتاهی از این کتاب را نقل می‌کنیم و سپس با استفاده از آن برخی از ویژگی‌های پدیداری تجربه زیباشناسانه را مشخص می‌کنیم.

"میز کوچکی در مرکز اتاق قرار داشت؛ آن طرف تر یک صندلی حصیری و یک میز تحریر در زاویه دید من بود. این سه شی در کنار هم الگوی ظریفی از عناصر افقی، عمودی و مایل را پدید آورده بودند؛ الگویی که جذابیت بصری آن را به هیچ وجه نمی‌شد در قالب روابط مکانی میان اجزای آن توضیح داد. میز، صندلی و میز تحریر ترکیبی زیبایی‌شناختی به خود گرفته بودند. از جایی که نشسته بودم به آنها نگاه می‌کردم و نگاهم فاقد هر نوع کاربردی بود: نمی‌خواستم بر صندلی بنشینم؛ نمی‌خواستم پشت میز تحریر چیزی بنویسم؛ و نمی‌خواستم پشت میز بشینم و چیزی بخورم. نگاهم صرفاً متوجه جنبه زیبایی‌شناختی آنها بود - یعنی فرمی که تصویر این سه شی در کنار هم به وجود آورده بود" (۶).

در نگاهی اجمالی به تصویری که Huxley از توصیف پدیدارشناسانه تجربه زیبایی‌شناختی ارائه می‌کند سه مولفه مهم وجود دارد. اول این که تجربه زیبایی‌شناختی فاقد هر نوع منفعت عملی است و بنابراین آن دسته از تجربه‌های بصری را که توصیف‌کننده انتظار ما از اشیا اطرافمان هستند یا منفعتی را نشان می‌دهند که این اشیا می‌توانند برای ما داشته باشند، نمی‌توان تجربه‌های زیبایی‌شناختی نامید. دوم این که صرف وجود نسبت مکانی اشیا با یکدیگر نمی‌تواند خصلت تجربه زیبایی‌شناختی را توضیح دهد. سوم این که در مواردی، تجربه زیبایی‌شناختی از طریق قرار گرفتن یک شیء معمولی یا روزمره در یک بستر زیبایی‌شناختی حاصل می‌شود. بستر زیبایی‌شناختی می‌تواند دیدن آن شیء از زاویه‌ای خاص یا قرار گرفتن آن شیء در پرتو نوری خاص باشد. قرار گرفتن این سه مولفه در کنار یکدیگر، توصیف نسبتاً کاملی از ویژگی‌های پدیدارشناسانه تجربه زیبایی‌شناختی به دست می‌دهد و می‌تواند برای تمایز این نوع تجربه از سایر تجربه‌های بصری مفید باشد.

در عین حال که منظره افق روبه‌رو را می‌بینید به هیچ یک از عناصر آن توجه نکنید. در این حالت می‌توان گفت که شما تجربه ادراکی داشته‌اید اما این تجربه آگاهانه نبوده است. دلیل این فقدان آگاهی را می‌توان از طریق فقدان توجه توضیح داد. از سوی دیگر می‌توان پرسید توجه چیست. در اینجا بدون اینکه وارد پیچیدگی‌های عصب‌شناختی توضیح فرآیند توجه کردن شویم این نکته را مفروض می‌گیریم که فرآیند توجه کردن با نوعی فرآیند جداسازی (Selection) همراه است (۲). هنگامی که به چیزی توجه می‌کنید از طریق جدا کردن آن چیز از محیط اطرافش بر آن تمرکز می‌کنید (۳). بنابراین می‌توان گفت توجه عبارت است از نوعی جداسازی که در سطح فاعل شناسا (Subject) انجام می‌شود (۳).

بنابراین سوال اصلی این خواهد بود که هنگام تجربه زیبایی‌شناختی، توجه‌مان را چگونه به کار می‌گیریم. ایده اصلی این است که هنگام تجربه تصویری زیبایی‌شناختی، ما همزمان از توجه متمرکز (Focused attentions) و توجه توزیع شده یا منتشر (Distributed attention) استفاده می‌کنیم. در اغلب تجربه‌های روزمره (یعنی تجربه‌های غیرزیبایی‌شناختی) ما معمولاً از یکی از این انواع توجه استفاده می‌کنیم به این معنی که یا توجه‌مان را به یک شیء معطوف می‌کنیم و یا آن را میان چند شیء توزیع می‌کنیم و نسبت میان آنها را در نظر می‌گیریم. در هر صورت، ویژگی اصلی توجه در موارد غیرزیبایی‌شناختی، این است که در آن واحد یا به خود شیء توجه می‌کنیم و یا به ویژگی‌های آن شیء. اما چنان که گفته شد به نظر می‌آید که در تجربه زیبایی‌شناختی، توجه ما از یک سو بر شیء متمرکز است و از سوی دیگر در میان ویژگی‌های آن شیء توزیع شده است. بنابراین مفهوم توجه توزیع شده، نقش مهمی در تبیین تجربه زیبایی‌شناختی ایفا می‌کند.

روش کار

در این مقاله منابع دست اول و اصلی مورد استفاده قرار گرفته‌اند و کوشش شده است با استفاده از روش تحلیل مفهومی و به کارگیری شیوه متعارف استدلال فلسفی نتایج مورد نظر به دست آیند.

یافته‌ها

تجربه زیبایی‌شناختی و برخی ویژگی‌های آن

برای این که بتوانیم کارکرد توجه را در تجربه زیبایی‌شناختی توضیح دهیم، ابتدا باید بتوانیم تجربه زیبایی‌شناختی را - هرچند به شکل ابتدایی - از دیگر انواع تجربه بصری متمایز کنیم. به عبارت دیگر باید بتوانیم ویژگی‌های پدیداری تجربه بصری توصیف کنیم. این توصیف

تبیین تجربه زیبایی شناختی در قالب نوع خاصی از توجه توزیع شده و رابطه آن با فقدان منفعت عملی

یکی از آموزه‌های آشنای فلسفه ذهن این است که اکثر تجربه‌های انسانی دارای نوعی کیفیت پدیداری خاص هستند که معمولا کوالیا نامیده می‌شود (۸). منظور از کوالیا آن کیفیتی است که فقط کسی که تجربه خاصی را داراست آن را می‌شناسد. به عبارت دیگر، کوالیا همواره از دیدگاه اول شخص قابل تجربه است و نمی‌توان آن را به کس دیگری انتقال داد بدون آن که آن شخص خود واجد آن تجربه خاص باشد. بنابراین می‌توان گفت تجربه‌های زیبایی‌شناسانه نیز مانند سایر تجربه‌ها دارای کوالیا هستند. اکنون پرسش از چگونگی وقوع تجربه زیبایی‌شناسانه را می‌توان به پرسش از کوالیای این تجربه، تبدیل کرد. بنابراین باید پرسید کوالیای تجربه زیبایی شناختی چگونه حاصل می‌شود. شرایط لازم برای وقوع کوالیای مربوط به تجربه زیبایی شناختی را می‌توان از طریق وقوع نوع خاصی از توجه، توضیح داد. به این منظور، باید انواع مختلف توجه را از یکدیگر متمایز کنیم.

در سطح اول، دو نوع توجه را می‌توان از یکدیگر متمایز کرد: توجه به شیء در مقابل توجه به ویژگی. منظور از توجه به شیء (Attending to object)، مواردی که در آنها شخص صرفا به یک شیء توجه می‌کند. در این موارد توجه شخص بر هیچ یک از ویژگی‌های خاص آن شیء متمرکز نیست بلکه صرفا بر خود آن شیء - به عنوان یک کلیت - متمرکز است. از سوی دیگر، توجه می‌تواند بر یکی از ویژگی‌های یک شیء تمرکز کند. مواردی که در آنها رنگ یا شکل یک شیء خاص را مورد نظر قرار می‌دهید، مثال‌هایی از توجه به ویژگی (Attending to property) به شمار می‌آید. در سطح دوم، می‌توان گفت که هر یک از موارد توجه به شیء و توجه به ویژگی خود می‌تواند به صورت متمرکز یا توزیع شده باشد. منظور از توجه متمرکز، مواردی است که در آنها شخص تنها به یک شیء یا به یک ویژگی توجه می‌کند. در مقابل، توجه توزیع شده یا منتشر در مواردی اتفاق می‌افتد که چند شیء یا چند ویژگی همزمان در مرکز توجه فرد قرار دارند. موارد متناظر با هر یک از این انواع توجه را به راحتی می‌توان در زندگی روزمره سراغ گرفت. بر اساس آنچه گفته شد چهار شکل متفاوت توجه را می‌توان از یکدیگر متمایز کرد (۹):

(الف) توجه‌ای که نسبت به اشیاء توزیع شده و نسبت به ویژگی متمرکز باشد.

(ب) توجه‌ای که نسبت به اشیاء توزیع شده و نسبت به ویژگی‌ها نیز توزیع شده باشد.

(ج) توجه‌ای که نسبت به اشیاء متمرکز و نسبت به ویژگی‌ها نیز متمرکز باشد.

تمایز دیگری که هنگام بررسی تجربه زیبایی‌شناسانه باید به آن توجه کرد، تمایز میان حکم به زیبایی از یک سو و درک زیبایی شناختی از سوی دیگر است. حکم به زیبایی در مواردی روی می‌دهد که شخص باوری پیدا کند مبنی بر این که فلان پدیده زیباست. در مقابل، درک زیبایی شناختی به چیزی بیش از صرف ایجاد باور در شخص نیازمند است. در مواردی که درک زیبایی شناختی حاصل می‌شود، عواطف و برخی قوای شناختی شخص با زیبایی موجود در پدیده موردنظر درگیر می‌شود (۷). در روند متمایز کردن تجربه زیبایی شناختی، دو مورد دیگر نیز وجود دارد که به تشخیص تجربه زیبایی شناختی کمک می‌کنند. نخست این که شخص معمولا بر تجربه زیبایی شناختی خود تسلط ندارد و دوم این که تجربه‌های زیبایی شناختی معمولا اثری طولانی مدت بر جای می‌گذارند. منظور از تسلط نداشتن بر وقوع تجربه زیبایی شناختی، تاکید بر این امر است که شخص نمی‌تواند شرایط لازم و کافی حصول تجربه زیبایی شناختی را مشخص کند و سپس با اعمال آن شرایط وقوع آن تجربه را تضمین کند. موارد زیادی وجود دارد که در آن کسی هنگام بازدید از اثری هنری در موزه، خود را واجد تجربه زیبایی شناختی می‌یابد. همان شخص فردای همان روز هنگامی که از همان اثر هنری بازدید می‌کند ممکن است احساس زیبایی شناختی روز قبل را در خود نیابد. این فقدان تضمین تکرار تجربه زیبایی شناختی - علی‌رغم تلاش فرد - به مفهوم کنترل نداشتن بر این تجربه است. از سوی دیگر، موارد زیادی وجود دارد که در آنها علی‌رغم این که برخورد مستقیم با اثر هنری پایان یافته است، تاثیر آن بر تجربه ادراکی شخص همچنان ادامه دارد. مواردی که در آنها پس از دیدن یک فیلم یا شنیدن قطعه‌ای موسیقی، جهان را جور دیگری می‌بینید مثال‌هایی از ادامه یافتن تاثیر اثر هنری‌اند. این تمایزها و این ویژگی‌ها می‌توانند به عنوان معیار تشخیص تجربه زیبایی شناختی عمل کنند به این معنی که هر دیدگاهی درباره چگونگی وقوع تجربه زیبایی شناختی و ارتباط آن با تجربه هنری داشته باشیم، آن دیدگاه باید این تمایزها و ویژگی‌ها را در خود جای دهد. بنابراین نظریه‌هایی که نمی‌توانند این ویژگی‌ها را به اثر هنری نسبت دهند یا نمی‌توانند این تمایزها را درباره اثر هنری در خود جای دهند نظریه‌های مناسبی برای توضیح تجربه زیبایی شناختی به شمار نمی‌آیند. هدف اصلی این بخش و بخش بعدی آن است که نشان دهد تجربه زیبایی شناختی در اغلب موارد دارای نوعی الگوی خاص توجه است. این الگوی خاص توجه را می‌توان چنان ابزاری مفهومی در نظر گرفت که از طریق آن توضیح نمونه‌های برجسته تجربه زیبایی‌شناسانه ممکن می‌شود.

که چرا احتمال وقوع تجربه زیبایی شناختی در مورد فرد متخصص هنری بسیار بیشتر از فرد عادی است.

چنان که پیش از این اشاره کردیم یکی از ویژگی‌های مهم تجربه زیبایی شناختی که افراد بسیاری به آن اشاره کرده‌اند - از Kant گرفته تا Proust و Huxley- این است که تجربه زیبایی شناختی فاقد هرگونه فایده عملی یا ابزاری است. در اینجا کوشش می‌کنیم این جنبه تهی بودن از فایده ابزاری را از طریق نظریه توجه زیبایی شناختی توضیح دهیم. به این منظور ابتدا باید توضیحی بدهیم درباره این که در چه شرایطی توجه می‌تواند دارای فایده عملی باشد. فایده عملی یا ارزش ابزاری (Instrumental value) هنگامی روی می‌دهد که به شیء الف توجه کنیم و منظورمان از توجه به الف رسیدن به شیء ب باشد. در هر دو حالت الف دارای ارزش ابزاری و ب دارای ارزش فی‌نفسه (Intrinsic value) است. نکته اساسی این است که الف هنگامی دارای ارزش ابزاری است که در نسبت با ب یا برای رسیدن به ب مورد توجه قرار گیرد. بنابراین هنگامی که به یک شیء توجه می‌کنیم، بسیار دشوار است که توجه ما به آن از نوع توجه ابزاری باشد زیرا چنان که گفته شد توجه ابزاری مستلزم دست‌کم توجه به دو شیء یا چند شیء است. به این ترتیب می‌توان گفت در توجه ابزاری، توجه باید دست‌کم نسبت به اشیاء توزیع شده باشد. حال این نکته را به یاد بیاورید که در توجه زیبایی شناختی، توجه نسبت به اشیاء متمرکز بود. بنابراین توجه زیبایی شناختی نمی‌تواند از نوع توجه ابزاری باشد. حال اگر این نظریه را نیز بپذیریم که توجه زیبایی شناختی اساس وقوع تجربه زیبایی شناختی است آنگاه می‌توان این نکته را تبیین کرد چرا تجربه زیبایی شناختی فاقد هرگونه فایده ابزاری یا عملی است. مختصر این که توانایی نظریه توجه زیبایی شناختی برای توضیح خالی بودن تجربه زیبایی شناختی از فایده عملی، دلیلی بر درستی این نظریه به شمار می‌آید.

باید به این امر توجه داشت که نظریه توجه زیبایی شناختی، تنها نظریه‌ای نیست که برای تبیین تجربه زیبایی شناختی می‌توان آن را به کار برد. نظریه‌های رقیب دیگری نیز وجود دارند که مدعی توضیح تجربه زیبایی شناختی هستند. بدون این که بخواهیم در اینجا وارد توضیح تفصیلی این نظریه‌ها بشویم، صرفاً به دو مورد آنها به طور مختصر اشاره می‌کنیم. نظریه رقیب اول که می‌توان آن را نظریه ویژگی‌های زیبایی شناسانه نامید ادعا می‌کند که تجربه زیبایی شناختی را می‌توان در قالب ویژگی‌هایی که این تجربه معطوف به آنهاست توضیح داد (۱۲). برای توضیح این نظریه ابتدا این نکته را در نظر بگیرید که در هر تجربه‌ای - حتی تجربه‌های غیرزیبایی شناختی - مجموعه‌ای از ویژگی‌ها به یک شیء یا به یک رویداد نسبت داده می‌شود. به همین ترتیب

(د) توجه‌ای که نسبت به اشیاء متمرکز و نسبت به ویژگی‌ها توزیع شده باشد.

پژوهش‌های تجربی نشان می‌دهند که در مواردی که در زندگی روزمره و هنگام تجربه‌های عادی اتفاق می‌افتد، توجه افراد معمولاً به یکی از شیوه‌های (الف) یا (ب) اعمال می‌شود (۱۰).

در اینجا توجه به نوع (د) اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. در این نوع از توجه، فرد در حالی که بر یک شیء متمرکز شده است، ویژگی‌های متفاوتی از آن شیء را در نظر گرفته است. اگر این توجه را خاص موارد تجربه زیبایی شناختی به شمار آوریم، توجه نوع (د) را می‌توان "توجه زیبایی شناختی" نامید (۹).

ادعای اصلی این بخش این است که آن نوع خاص اعمال توجه که در موارد تجربه زیبایی شناختی روی می‌دهد، "توجه زیبایی شناختی" است. از این پس برای آسانی ارجاع، توجه‌ای را که نسبت به اشیاء متمرکز و نسبت به ویژگی‌ها توزیع شده باشد توجه زیبایی شناختی می‌نامیم و نیز نظریه‌ای را که ادعا می‌کند تجربه زیبایی شناختی را می‌توان از طریق توجه زیبایی شناختی توضیح داد نظریه توجه زیبایی شناختی می‌نامیم. برخی از پژوهش‌های تجربی را می‌توان چنان تفسیر کرد که موید این نظریه باشد که هنگام وقوع تجربه زیبایی شناختی، شخص توجه‌اش را به گونه (د) اعمال کرده است. برخی پژوهش‌های تجربی، این موضوع را تایید می‌کنند (۱۱). توجه به دو طریق می‌تواند تغییر کند: هم از طریق حرکت چشم و هم بدون حرکت چشم. حال فرض کنید که یک آدم کاملاً عادی (غیرمتخصص در هنر) و یک متخصص هنری بسیار با تجربه در حال نگاه کردن به یک اثر هنری واحد هستند. بر اساس این پژوهش‌های تجربی، حرکت چشم این دو نفر - هنگام مواجهه با اثر هنری - با یکدیگر متفاوت است. تعداد حرکت‌های چشم فرد متخصص به شکل معناداری بیش از تعداد حرکت‌های چشم فرد عادی است (۱۱). این امر را می‌توان چنین تفسیر کرد که در حالی که توجه هر دو نفر بر یک شیء واحد - اثر هنری - متمرکز است، فرد متخصص توجه‌اش را به ویژگی‌های بسیار بیشتری معطوف کرده است. به عبارت دیگر می‌توان گفت توجه فرد متخصص نسبت به ویژگی‌ها از توزیع‌شدگی بیشتری برخوردار است. در اینجا اثر هنری را به عنوان یک کل، می‌توان همچون یک شیء در نظر گرفت. از آنجا که این شیء ممکن است خود مرکب از اجزای فراوان دیگری باشد، بهتر است آن را شیء ادراکی (Perceptual object) بنامیم. در این حالت، یک تابلوی نقاشی یک شیء ادراکی است که در عین حال که از عناصر متفاوتی ترکیب یافته است (بوم، چوب، رنگ و غیره) همچون یک شیء واحد ادراک می‌شود. به این ترتیب بر اساس آن چه گفته شد می‌توان فهمید

تصویر آن را (یک شیء دو بعدی). طرفداران حالت اول ادعا می‌کنند که فرد هنگام دیدن یک تصویر، صرفاً رویه دو بعدی آن را می‌بیند و سپس شیء سه بعدی را تصور یا تخیل می‌کند (۱۳).

بر اساس این دیدگاه، چیزی که دیده می‌شود صرفاً رویه دو بعدی است (یعنی بخش‌هایی از مغز که با فرآیند دیدن همبستگی دارند در این مرحله فعال می‌شوند) و پس از این مرحله، شیء سه بعدی تخیل می‌شود (یعنی بخش‌هایی از مغز که با فرآیند تخیل یا تصور همبستگی دارند در این مرحله فعال می‌شوند). به عبارت دیگر در این دیدگاه ابتدا رویه تصویر (که یک شیء دو بعدی است) به لحاظ بصری ادراک می‌شود و سپس فرآیندهای شناختی دیگری که در پایین دست ادراک بصری قرار دارند فعال می‌شوند و فعالیت این فرایندها، بیننده را در شرایطی قرار می‌دهد که بتواند بر اساس آن شیء دو بعدی که دیده است، یک شیء سه بعدی (که همان شیء تصویر شده باشد) را تصور یا تخیل کند. دو اشکال می‌توان به این دیدگاه وارد کرد. نخست این که اگر این دیدگاه درست باشد فرآیند تخیل یا تصور همواره باید به صورت اتوماتیک یا خودبه‌خودی پس از فرآیند دیدن شیء دو بعدی فعال شود و شخص را در موقعیتی قرار دهد که بتواند تصویر شده سه بعدی را تصور کند. به نظر می‌آید که هنگامی که به یک تصویر نگاه می‌کنیم، بدون این که تلاش خاصی انجام بدهیم شیء تصویر شده سه بعدی را به شکل خودبه‌خودی و خودکار می‌بینیم (یا بر اساس این دیدگاه تصور می‌کنیم). دیدگاه اول برای این که بتواند این توالی خودبه‌خودی را توضیح دهد باید فرض کند که فرآیند تصور همواره به طور خودبه‌خودی و خودکار پس از فرآیند دیدن اتفاق می‌افتد. از آنجا که این دو فرآیند، دو فرآیند متفاوت هستند دلیلی ندارد که همواره به طور خودکار در پی یکدیگر اتفاق بیفتند. از این گذشته موارد زیادی وجود دارد که در آنها به دلایلی همچون دخالت یک فرآیند شناختی دیگر، ارتباط فرآیند دیدن و تصور قطع می‌شود. در این حالت‌ها فرد در حالی که شیء دو بعدی (یعنی رویه تصویر) را می‌بیند، نباید بتواند شیء تصویر شده سه بعدی را تصور کند. بنابراین می‌توان گفت مدل برآمده از دیدگاه اول که در آن فرآیندهای دیدن و تصور کردن علی‌رغم تمایزی که دارند همواره در پی هم روی می‌دهند، نمی‌تواند شهود ما را درباره توالی خودبه‌خودی و خودکار دیدن رویه دو بعدی و تصور شیء سه بعدی به خوبی تبیین کند. اشکال دوم به این بازمی‌گردد که دیدگاه اول دامنه موجوداتی را که می‌توانند یک شیء سه بعدی را درون یک تصویر ببینند صرفاً به آن دسته از موجودات محدود می‌کند که از قوای شناختی بالایی برخوردارند. این فرض که بیننده قادر است پس از دیدن رویه دو بعدی، شیء سه بعدی را تخیل یا تصور کند مستلزم

می‌توان گفت در تجربه زیبایی‌شناسانه، ویژگی‌های زیبایی‌شناختی به یک شیء یا یک پدیده نسبت داده می‌شود. با توجه به این تعریف می‌توان گفت که بر اساس نظریه ویژگی‌های زیبایی‌شناسانه، تجربه زیبایی‌شناختی هنگامی رخ می‌دهد که یک شخص در مواجهه با یک رویداد یا پدیده، ویژگی‌های زیبایی‌شناختی را به آن رویداد یا پدیده نسبت دهد. در واقع بر اساس این نظریه، تجربه زیبایی‌شناختی به ویژگی‌های زیبایی‌شناسانه فروکاسته می‌شود.

نظریه رقیب دوم ادعا می‌کند که ویژگی تعیین‌کننده تجربه زیبایی‌شناختی این است که شخص آن تجربه را صرفاً به خاطر خود آن تجربه ارزشمند می‌داند (تاکید بر جنبه ارزش فی‌نفسه). بحث درباره این که کدام یک از این نظریه‌ها می‌توانند خصلت اساسی تجربه زیبایی‌شناختی را به بهترین نحو تبیین کنند خود موضوع نوشته دیگری است. در اینجا صرفاً به این نکته اشاره می‌کنیم که هر دو نظریه رقیب اول و دوم با این اشکال مواجه هستند که نمی‌توانند ویژگی کنترل نداشتن بر تجربه زیبایی‌شناختی را توضیح دهند. چنان که پیش از این اشاره کردیم ویژگی کنترل نداشتن بر تجربه زیبایی‌شناختی یکی از ویژگی‌های اساسی تجربه است و بنابراین نظریه‌هایی که نتوانند این ویژگی اساسی را به خوبی توضیح دهند، نظریه‌های مناسبی برای تبیین تجربه زیبایی‌شناختی به شمار نمی‌آیند. بنابراین در این مقاله ما صرفاً نظریه توجه زیبایی‌شناختی را مورد بحث قرار می‌دهیم.

چه اشیایی در تصویر بازنمایی می‌شوند؟

در این مرحله باید به این پرسش پاسخ دهیم که آن شیء‌ای که در تصویر دیده می‌شود - یعنی آن شیء‌ای که توجه بیننده روی آن تمرکز یافته است - کدام است. هنگامی که به یک تصویر نگاه می‌کنیم، چه اشیایی در آن تصویر می‌بینیم؟ به نظر می‌آید که هنگام دیدن یک تصویر - مثلاً دیدن تصویر برج میلاد - دست کم دو شیء متفاوت می‌توانند در مقام "چیزی که دیده می‌شود" مطرح شوند. نخست "شیء تصویر شده" و دوم "تصویر آن شیء". نمی‌توان انکار کرد که هنگام دیدن تصویری از برج میلاد، خود "برج میلاد" را هم "می‌بینیم". بنابراین منظور از شیء تصویر شده، آن شیء سه بعدی است که هنگام دیدن تصویر، آن را درون تصویر می‌بینیم. از سوی دیگر، منظور از تصویر شیء، آن شیء دو بعدی است که به عنوان "رویه تصویر" دیده می‌شود و نمی‌توان دیدن آن را نیز انکار کرد. اینجا با سه حالت ممکن بیشتر مواجه نیستیم. اول این که فقط تصویر شیء را می‌بینیم اما شیء تصویر شده را نمی‌بینیم؛ دوم اینکه فقط شیء تصویر شده را می‌بینیم اما تصویر شیء را نمی‌بینیم؛ و سوم این که هم شیء تصویر شده (یک شیء سه بعدی) را می‌بینیم و هم

خوانش دوم از حالت سوم، بیننده رویه دو بعدی تصویر و شیء سه بعدی تصویر شده را همزمان با هم می بیند. این خوانش با دو پرسش روبروست. نخست این که چگونه ممکن است دو شیء کاملاً متفاوت بتوانند همزمان موضوع تجربه بصری قرار گیرند. دوم این که اگر چنین چیزی علی‌الاصول ممکن باشد، چگونه است که ویژگی‌های این دو شیء در تجربه بصری بیننده با یکدیگر مخلوط نمی‌شوند و بیننده می‌تواند ویژگی‌های هر شیء را به طور متمایز و روشن ببیند. برای پاسخ به این پرسش‌ها باید به تمایزی رجوع کنیم که در فلسفه ادراک معاصر به خوبی پذیرفته شده است. بر این اساس باید میان ادراک (Perception) و توجه (Attention) تمایز گذاشت (۹). تصور اولیه ما ممکن است این باشد که هنگامی که چیزی را ادراک می‌کنیم، به آن توجه هم کرده‌ایم. با این حال این تصور اولیه نادرست است. پژوهش‌های زیادی در فلسفه ذهن و فلسفه ادراک معاصر نشان داده‌اند که ادراک ممکن است بدون توجه صورت بگیرد. برای روشن شدن این مطلب مثالی را به یاد بیاورید که پیش از این به آن اشاره کردم و در آن شخص در یک جاده طولانی با منظره‌های ثابت در حال رانندگی است. چنان که پیش از این گفتیم، در این حالت شخص ممکن است در عین حال که به هیچ یک از منظره‌های پیش چشمش توجه نمی‌کند، این منظره‌ها را ادراک کند. با استفاده از این تمایز می‌توان به پرسش اول به این ترتیب پاسخ داد که شخص در عین حال که هم رویه تصویر به عنوان یک شیء دوبعدی و هم شیء سه بعدی تصویر شده در آن را همزمان ادراک می‌کند، همزمان به آنها توجه نمی‌کند. به عبارت دیگر در زمان واحد فقط یکی از این دو شیء موضوع توجه بیننده است. با این حال هر دو هم زمان ادراک می‌شوند. از سوی دیگر همین تمایز می‌تواند به پرسش دوم هم پاسخ دهد. چنان که پیش از این هم اشاره کردیم آگاهانه بودن تجربه را می‌توان از طریق اعمال توجه به موضوع آن تجربه توضیح داد. بنا بر آنچه اکنون گفتیم، شخص می‌تواند در زمان واحد فقط به یکی از دو شیء مورد نظر توجه کند. بر این اساس، در زمان واحد فقط یکی از این دو شیء به سطح آگاهی شخص می‌آید. از آنجا که شخص فقط در تجربه‌های آگاهانه می‌تواند ویژگی چیزهایی را که تجربه می‌کند به آنها نسبت دهد، در زمان واحد تنها یکی از این دو شیء است که ویژگی‌هایش را بر شخص عرضه می‌کند. این امر توضیح می‌دهد که چرا ویژگی‌های دو شیء متمایز - که همزمان ادراک می‌شوند- در تجربه شخص با یکدیگر مخلوط نمی‌شوند. به این ترتیب به نظر می‌آید که می‌توان خوانش دوم از حالت سوم را به عنوان تنها خوانش معقول از تجربه بصری تصویر پذیرفت (۹).

آن است که بیننده از آن قوای شناختی که حالت‌های ذهنی تصور کردن یا تخیل کردن را امکان‌پذیر می‌سازند بهره‌مند باشد. درباره طیف وسیعی از پستاندارانی که از نظر شناختی پایین‌تر از انسان قرار می‌گیرند، نمی‌توان با قطعیت چنان فرضی را پذیرفت. از سوی دیگر به نظر می‌آید که این دسته از جانداران توانایی دیدن شیء سه بعدی درون تصویر دوبعدی را دارا هستند. اگر چنین باشد می‌توان گفت که این دیدگاه قادر نیست توضیح دهد که چرا این دسته از جانوران می‌توانند شیء سه بعدی را در تصویر ببینند. بر اساس این دو اشکال وارد شده به دیدگاه مبتنی بر حالت اول، می‌توان این حالت را کنار گذاشت. حالت دوم این است که بیننده هنگام دیدن یک تصویر، صرفاً شیء سه بعدی تصویر شده را می‌بیند در حالی که رویه دوبعدی تصویر را نمی‌بیند. ناپذیرفتنی بودن این دیدگاه آشکارتر از دیدگاه اول است زیرا به دشواری می‌توان ادعا کرد که هنگام دیدن یک تصویر، رویه دوبعدی آن را نمی‌بینیم. رویه تصویر به عنوان یک شیء دوبعدی در مقابل ماست و بنابراین چگونه ممکن است شیء را که مستقیماً در میدان دید ما قرار دارد نبینیم. از این گذشته، موارد بسیاری وجود دارد که در آنها فرد می‌تواند ویژگی‌های ظاهری رویه تصویر را به خوبی تشریح کند. بنابراین حالت دوم را نیز می‌توان کنار گذاشت. پس از کنار گذاشتن حالت‌های اول و دوم، تنها حالتی که باقی می‌ماند این است که بپذیریم هنگام نگاه کردن به یک تصویر، هم رویه آن را به عنوان یک شیء دوبعدی می‌بینیم و هم شیء سه بعدی درون تصویر را. اما مشکلی که در این صورت باید آن را حل کنیم این است که چگونه این دو شیء متمایز می‌توانند در تجربه بصری حضور داشته باشند. به این منظور باید دیدگاه برآمده از حالت سوم را به شکل دقیق‌تری تحلیل کنیم. دو خوانش متفاوت می‌توان از حالت سوم ارائه کرد. بر اساس خوانش اول، بیننده می‌تواند رویه دوبعدی و شیء سه بعدی را ببیند اما دیدن همزمان آنها برای او ممکن نیست. به عبارت دیگر بیننده در زمان واحد یا شیء تصویر شده سه بعدی را می‌بیند یا رویه دوبعدی را. بر طبق این خوانش، فرآیند دیدن می‌تواند از یکی از این دو شیء به دیگری بلغزد (۱۴). اما هر دو شیء نمی‌توانند همزمان موضوع تجربه بصری باشند. خوانش اول از حالت سوم را می‌توان ترکیب عاطفی حالت‌های اول و دوم دانست. بر این اساس همه اشکال‌هایی که به خوانش‌های اول و دوم وارد بود، منطقی به این خوانش هم وارد خواهد بود. بنابراین بر اساس اشکال‌هایی که قبلاً آنها را توضیح دادیم پذیرفتن خوانش اول از حالت سوم نیز نامعقول خواهد بود. به این ترتیب تنها گزینه‌ای که باقی می‌ماند، خوانش دوم از حالت سوم خواهد بود. بر اساس

بحث

اکنون که سازوکار فلسفی دیدن تصویر روشن شد می‌توانیم آنچه را که در بخش‌های قبل درباره چگونگی تحقق تجربه زیبایی‌شناختی از طریق اعمال توجه گفتیم، با چگونگی ادراک تصویر ترکیب کنیم. بر این اساس هنگام دیدن یک تصویر، در دو حالت تجربه زیبایی‌شناختی ممکن است رخ دهد. در حالت اول، شخص در عین حال که هر دو شیء مورد نظر را ادراک می‌کند، صرفاً به رویه تصویر به عنوان یک شیء دوبعدی توجه کرده است. در این حالت، در عین حال که توجه شخص بر شیء دوبعدی متمرکز کرده است، برای تحقق تجربه زیبایی‌شناختی لازم است که توجه او میان ویژگی‌های متفاوت این شیء دوبعدی توزیع شود. در حالت دوم تجربه زیبایی‌شناختی هنگامی رخ می‌دهد که توجه شخص بر شیء سه‌بعدی تصویر شده متمرکز شده باشد در عین حال میان ویژگی‌های متفاوت آن شیء توزیع شده باشد. نکته مهم این است که هرچند در هر دوی این حالت‌ها تجربه زیبایی‌شناختی از تصویر می‌تواند محقق شود، هر یک از این حالت‌ها وجه متفاوتی از تجربه زیبایی‌شناختی را توضیح می‌دهد. در تصویرهای واقع‌نما، یعنی آن تصویرهایی که اشیاء را چنان که هستند تصویر کرده‌اند - از انواع عکس گرفته تا همه تصویرهایی که در سبک رئالیستی خلق شده‌اند - تجربه زیبایی‌شناختی هنگامی رخ می‌دهد که توجه شخص نسبت به شیء سه‌بعدی تصویر شده متمرکز و نسبت به ویژگی‌های آن شیء توزیع شده یا منتشر باشد. می‌توان گفت که تجربه زیبایی‌شناختی تصویر در این حالت درست مانند تجربه زیبایی‌شناختی شخص است هنگامی که با اشیاء واقعی مواجه می‌شود و آنها را به گونه زیبایی‌شناسانه ادراک می‌کند. همه ویژگی‌هایی که برای تجربه‌های ادراکی زیبایی‌شناختی از اشیاء واقعی ذکر کردیم - و در میان آنها فقدان منفعت عملی از همه مهم‌تر بود - در این نوع تجربه زیبایی‌شناختی از تصویر هم وجود دارند. از سوی دیگر در تصویرهای غیرواقع‌نما، از انواع کاریکاتور گرفته تا همه تصویرهایی که به شیوه‌های غیررئالیستی خلق شده‌اند - مانند تصویرهای کوبیستی، امپرسیونیستی و غیره - تجربه زیبایی‌شناختی هنگامی رخ می‌دهد که توجه شخص نسبت به رویه تصویر به عنوان یک شیء دوبعدی متمرکز باشد اما نسبت به ویژگی‌های این شیء دوبعدی توزیع شده باشد. از آنجا که اشخاص به طور طبیعی بیشتر گرایش دارند که بر شیء سه‌بعدی درون تصویر تمرکز کنند و تمرکز بر رویه تصویر به عنوان یک شیء دوبعدی برای آنها دشوارتر و مستلزم تمرین و ممارست بیشتر است، می‌توان فهمید که چرا اشخاص عادی غیرمتخصص در

هنر، معمولاً تجربه‌های زیبایی‌شناختی خود را در مواجهه با تصاویر واقع‌نما پیدا می‌کنند و دشوارتر می‌توانند وجوه زیبایی‌شناختی تصاویر غیرواقع‌نما را ادراک کنند. به این ترتیب بر اساس آنچه گفته شد، کوشش برای اعمال آن نوع از توجه که نسبت به شیء دوبعدی (یعنی رویه تصویر) متمرکز و نسبت به ویژگی‌های آن توزیع شده باشد، می‌تواند اشخاص غیرمتخصص در هنر را نیز در موقعیتی قرار دهد که وجوه زیبایی‌شناختی این نوع تصاویر را بهتر ادراک کنند. اگر چنین باشد می‌توان گفت به کار گرفتن نظریه برای ادراک زیبایی‌شناختی تصویر که خود بر پژوهش‌های فلسفه ذهن معاصر استوار شده است ممکن است بتواند به افراد بیشتری کمک کند که در مواجهه با تصاویر تجربه‌های زیبایی‌شناختی داشته باشند.

نتیجه‌گیری

نتیجه مقاله توصیه‌ای است که با استفاده از این نظریه می‌توان به افراد غیرمتخصص در هنر ارائه کرد برای این که بتوانند جنبه زیبایی‌شناختی تصاویر غیرواقع‌نما را بهتر درک کنند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق در پژوهش

در انجام پژوهش‌های مربوط به این مقاله هیچ‌گونه ملاحظه اخلاقی دخیل نبوده است.

مشارکت نویسندگان

نویسنده در فرآیند نوشتن این مقاله از مشارکت افراد دیگر بهره‌مند نشده است.

منابع مالی

در انجام این پژوهش از هیچ موسسه یا نهادی حمایت مالی دریافت نشده است.

تشکر و قدردانی

نویسنده از دو داور ناشناس مجله تشکر می‌کند.

تعارض منافع

این پژوهش هیچ‌گونه تعارض منافی نداشته است.

References

1. Guyer P. A history of modern aesthetics. Cambridge:Cambridge University Press;2014.
2. Bundesen C, Habekost T. Principles of visual attention: Linking mind and brain. New York:Oxford University Press;2008.
3. Wayne W. Attention. New York:Routledge;2014.
4. Proust M. In search of lost time. Vol. 1. Swann's way (Du cotede chez Swann). 5th ed. translated by Sahaabi M. Tehran:Markaz Publishing House;1997. (Persian)
5. Siegel S. The contents of visual experience, Oxford:Oxford University Press;2010.
6. Huxley A. The doors of perception. London:Chatto and Windus;1954.
7. Hopkins R. Pictures and beauty. *Proceedings of the Aristotelian Society*. 1997;97:177-194.
8. Campbell N. A brief introduction to the philosophy of mind. Peterborough:Broadview Guides to Philosophy;2005.
9. Nanay B. Aesthetics as philosophy of perception. Oxford:Oxford University Press;2016.
10. Wolfe J. M, Klempe N, Dahlen K. Postattentive vision. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception & Performance*. 2000;26(2):693-715.
11. Vogt S, Magnussen S. Expertise in pictorial perception: Eye-movement patterns and visual memory in artists and laymen. *Perception*. 2007;36(1):91-100.
12. Carroll N. Four concepts of aesthetic experience. In: Carroll N, editor. *Beyond aesthetics: Philosophical essays*. Cambridge:Cambridge University Press;2001. pp. 41-62.
13. Walton KL. Mimesis and Make-Believe. On the foundations of the representational arts. Cambridge, MA:Harvard University Press;1990.
14. Gombrich EH, Gombrich EH. The image and the eye: Further studies in the psychology of pictorial representation. Oxford:Phaidon;1982.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی