
دیدمان و بحران دیداری: خوانشی انتقادی از زندگی روزمره*

مریم کهوند**

مهدی حسینی***

تاریخ دریافت: ۹۴/۲/۱۸

تاریخ پذیرش: ۹۴/۵/۲۵

چکیده

زندگی روزمره به عنوان یکی از مقولات مهم و قابل تأمل در مطالعات فرهنگی، تا کنون در آراء بسیاری از متفکران این حوزه مورد بحث قرار گرفته است. با توسعه روزافزون تصاویر و نقش غالب آن‌ها در فرهنگ و اجتماع کنونی، توجه به وجه دیداری کنش‌ها و فرهنگ روزمره و نیز دیدمان، به مثابه ساختار اجتماعی دیدن، از اهمیت و ضرورت خاصی برخوردار می‌گردد. در این مقاله با اتکا بر نظریه نیکولاس میرزاآف، یکی از نظریه‌پردازان برجسته فرهنگ دیداری، مفهوم دیدمان و ماهیت زندگی روزمره مورد بحث قرار می‌گیرد. مطالعه حوزه مصرف به عنوان عرصه قابل توجهی از زندگی روزمره، نتایج مهمی از جمله نقش اجتناب‌ناپذیر فرهنگ دیداری در امر روزمره، اهمیت یافتن دیدمان و نیز نابسندگی زندگی روزمره به عنوان مقرر مقاومت در برابر معانی هژمونیک را به دست می‌دهد. ماهیت میان‌رشته‌ای مطالعات فرهنگی به عنوان بستر و مصدر اصلی فرهنگ دیداری، مطالعه در زمینه‌های دیگر علوم اجتماعی هم‌چون جامعه‌شناسی، نظریه انتقادی و مطالعات رسانه را در این پژوهش اقتضا می‌نماید.

کلید واژه‌ها: مطالعات فرهنگی، دیدمان، بحران دیداری، زندگی روزمره، مصرف

*. این مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول در رشته پژوهش هنر، با عنوان «نقد آثار تجسمی با تأکید بر فرهنگ دیداری» به راهنمایی استاد مهدی حسینی و مشاوره دکتر شهاب‌الدین عادل در دانشگاه هنر تهران می‌باشد.

maryamkavand@gmail.com

mehdi.hosseini343@gmail.com

** دانشجوی دکترای پژوهش هنر، دانشگاه هنر تهران

*** استاد گروه نقاشی، دانشکده تجسمی، دانشگاه هنر تهران (نویسنده مسئول).

مقدمه و بیان مسئله

شهروندان و ایجاد مزاحمت برای آن‌ها، در حال گسترش است. گسترش فن‌آوری‌هایی چون نقشه‌برداری ماهواره‌ای یا معماری تکنولوژیک به طور افزاینده‌ای، ابزارهای پیچیده‌ای را برای دیده‌بانی و کنترل اطلاعات، فراهم می‌کند. پیشرفت فن‌آوری‌های متضمن مراقبت و نظارت فراگیر، بازساخت نقش این‌گونه ابزار و فن‌آوری‌ها در زندگی روزمره ما را ضرورتی خاص می‌بخشد. زندگی روزمره اگر چه به طور کلی به بخشی از فعالیت‌ها و آداب و رویه مردم - که به شکل قابل توجهی عام و تکراری است - اشاره دارد، در فرهنگ‌ها و دوران مختلف تاریخی دست‌خوش تغییرات زیادی بوده است. علاوه بر این، معنای آن به شکل اجتناب‌ناپذیری بر تعاریف و پیش‌فرض‌های ما درباره فرهنگ استوار است، که خود مفهومی بسیار کلیدی در رویکرد مطالعات فرهنگی و موضوع اصلی پژوهش‌های این حوزه می‌باشد. اگر چه واژه روزمره بیش از هر چیز، یادآور تجربه‌های تکرار شونده، بدیهی و به طور ضمنی پیش پا افتاده و کم اهمیت است^۱، معنای آن به سادگی قابل فروکاستن به زندگی روزانه یا روز به روز و تکراری نیست، بنابراین لازم است مفهوم آن به عنوان ویژگی برجسته و قابل توجه بازنمایی‌های معاصر، مورد مطالعه و بازتعریف قرار گیرد.

مطالعات فرهنگی و زندگی روزمره

زندگی روزمره مفهوم تازه‌ای در علوم اجتماعی نیست و اندیشمندان بسیاری به این مفهوم توجه نشان داده‌اند (کاظمی، ۱۳۸۴)، اما توجه به زندگی روزمره، نقش مهمی در خیزش مطالعات فرهنگی ایفا کرده است؛ به طوری که «زندگی روزمره اصلی‌ترین قلمرو تولید معنا در رهیافت‌های نظریه پردازان مطالعات فرهنگی است» (لاجوردی، ۱۳۸۸: ۲۳). هم‌چنین مطالعات فرهنگی در مطالعه معانی و رویه‌های زندگی روزمره کاربرد فراوانی دارد (Rampley, 2005: 13; Y Rose, 2012) بیش از یک قرن پیش هنریش ولفلین^۲ (۱۹۴۵-۱۸۶۴) خاطر نشان ساخت که طراحی یک کفش می‌تواند هم‌پای نمایه‌ای از ارزش‌های فرهنگ اروپایی قرون وسطی چون کلیساهای بزرگ گوتیک باشد. از دیدگاه ولفلین، موضوعات روزمره از

تصاویر، ابزارهای مهم بازنمایی در طول تاریخ بشر محسوب می‌شوند و صرف نظر از این که با چه روش‌ها و فن‌آوری‌هایی تولید می‌شوند، موضوعات گوناگون ذهنی و عینی را در خود نمایان می‌سازند. توجه ما به تصاویر، بسته به اهمیتی که برای ما دارند نیز، متفاوت است و از این میان، تصاویر هنری همواره از توجه ویژه‌ای برای دقت و تفسیر برخوردار بوده‌اند. تصاویر از دیرباز، جنبه‌های گوناگونی از احوال مردم، شیوه‌های زندگی و آداب و رسوم اجتماعی را بازنمایی کرده‌اند و از این جهت، راه ما را در شناخت تاریخ پیشینیان، هموارتر ساخته‌اند. زندگی عمومی مردم، کار، شکار، مبادله، جنگ، روابط انسانی و غیره، صحنه‌هایی هستند که از نقاشی بشر روی دیوار غارها تا زنده‌ترین گزارش‌های تلویزیونی و خبری امروز، موضوع تصاویر گوناگون قرار گرفته‌اند. با این حال، در گذشته چنین ویژگی به خصوص از تصاویر هنری کمتر قابل انتظار بود و انتساب تصاویر به مقولات روزمره، خواه ناخواه از ارزش و اهمیت تصاویر هنری می‌کاست^۱، اما به نظر می‌رسد چرخش تصویری^۲ در روزگار معاصر، توجه ما به موضوعات زندگی روزمره را، به شکل اجتناب‌ناپذیری افزایش داده است. برجسته شدن زندگی روزمره در تصاویر، البته موضوع تازه‌ای نیست و در طول تاریخ تصویر در فرهنگ‌های گوناگون تکرار شده است. با اختراع دوربین عکاسی و گذشت بیش از ۱۵۰ سال از تاریخ آن، به نظر می‌رسد ردپای این بازنمایی‌ها را باید جایی ورای توصیف و تشریح تاریخ اجتماعی یک فرهنگ و تمایلات سبک‌شناسانه هنرمندان و تولیدکنندگان تصاویر، جستجو کرد. بازنمایی زندگی روزمره در رسانه‌های گوناگون از طریق تصویر، از جهات مختلفی قابل بررسی است و از جمله پرسش‌های مهم در این بررسی، چگونگی ادراک ما از این مفهوم، و علت اهمیت یافتن آن در آثار تصویری هنری و غیر هنری می‌باشد.

در سال‌های اخیر، تجربه روزمره تحت تأثیر نظام‌های نظارتی، به طور چشم‌گیری تغییر کرده است. مراقبت^۳، دیدبانی^۴، پی‌گیری و ردیابی فعالیت‌های روزانه در جوامع پیشرفته، با وجود تجاوز به حریم خصوصی



هم‌چنین فیسک^{۱۱} (۱۹۸۹)، بیان می‌دارد که زندگی روزمره، عرصه‌ای برای به چالش کشیدن و مقابله با ساختارهای متعارض جامعه سرمایه‌داری چون نژادپرستی، مصرف‌گرایی و غیره می‌باشد. دوستو هم‌چنین، روایی^{۱۲} بودن را به عنوان ویژگی اجتناب‌ناپذیر زندگی روزمره برمی‌شمرد و بر این باور است که به طور مثال تلویزیون، سینما و موسیقی عامه‌پسند، نمونه‌هایی از این فعالیت‌ها محسوب می‌شود. به زعم او روایی بودن برخی دیگر از فعالیت‌ها مثل رشته‌های دانشگاهی، زیر پوشش علمی بودن‌شان نهفته می‌ماند. رمان از این دیدگاه، بدان جهت ارزشمند می‌باشد که روایی بودنش را آشکار می‌کند و زمینه خوانش دگرگون‌ساز خود را فراهم می‌آورد (Moran, 2001: 86). آثار زندگی روزمره از این طریق، باب مطالعه فرهنگ را به روی موضوعاتی که تا کنون کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند، می‌گشاید. به زعم له‌فور (۱۹۷۱)، آثار هنری چون سینما و تئاتر معاصر، در کنار آثار توهم‌گونه و اغواگرانه، حقایقی درباره زندگی روزمره را افشا می‌کنند. (لاجوردی، ۱۳۸۸: ۴۴، نقل شده از له‌فور)

دیدن و مراقبت، دیدمان^{۱۶} غالب زندگی روزمره

«زندگی مدرن روی پرده‌ها اتفاق می‌افتد» (Mirzoeff, 1999: 1) این جمله معروف میرزآف، بیش از هر چیز نمایان‌گر تأکید او بر دیدن، به عنوان کنشی مهم در زندگی امروز است. از دیدگاه فرهنگ دیداری، دیدن ساختاری فرهنگی است؛ یعنی آموختنی و اکتسابی است. از این دیدگاه، دیدن روندی انتزاعی و صرفاً ناظر به کنش فیزیکی دیدن نمی‌باشد، بلکه در یک زمینه 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 تبدیل می‌کند که به دیدمان موسوم است (Mirzoeff, 2009) از این روی، آگاهی بینندگان از شرایط و زمینه دیدن، دیدمان را شکل می‌دهد. به دیگر سخن، «دیدمان، عبارت از دیدن اجتماعی شده است» (Walker, chaplin, 1997: 19-22) بر این مبنا، آنچه دیدمان را از دیدن متمایز می‌سازد، امیال، علایق و باورهایی است که میان بیننده و اثر دیداری، در زمینه خاص مکانی و زمانی جریان دارد.

این جهت مهم‌اند که پیش‌فرض‌های تلویحی مکتوم در یک فرهنگ را آشکار می‌سازند (Rempley, 2005; Rose, 2012) بررسی روابط نامتقارن و عمیق قدرت، میان نهادها و ساختارها و سیستم‌ها و زندگی روزمره، قابل توجه‌ترین موضوع برای نظریه‌پردازان مطالعات فرهنگی می‌باشد. نقد و تحلیل انتقادی، نقش مهمی در آشکار کردن و بازنمایی الگوهای ایدئولوژیک حاکم بر آگاهی و روابط مردم در متن زندگی روزمره دارد. (لاجوردی، ۱۳۸۸: ۲۹)

آرای له‌فور^۷ به جهت توجه به زندگی روزمره به عنوان اصلی‌ترین موضع تولید معنا و شناخت، همواره مورد توجه اندیشمندان این حوزه قرار گرفته است. معانی که برسازنده الگوها و امیال و اهدافی است که صنعت فرهنگ تولید می‌کند و هم‌چون قواعدی تخطی‌ناپذیر به زندگی روزمره تحمیل می‌شوند (همان). له‌فور (۱۹۹۱) که زندگی روزمره را گستره‌ای در فاصله فعالیت‌های فرهنگ والا تعریف می‌کند، مدعی است که زندگی روزمره از طریق پر شدن حفره‌های میان کنش‌های معنادار فرهنگی معنا می‌پذیرد. له‌فور بر این باور است که زندگی روزمره به این ترتیب، با کلیه فعالیت‌های متداول، ارتباط پیدا می‌کند؛ هم از این رو محل تلاقی همه فعالیت‌ها و عادات فرهنگی محسوب می‌شود (بنت، ۱۳۸۶).

امروزه تعبیر میشل دوستو^۸ - که از له‌فور تأثیر پذیرفت - در اثر معروفش عمل زندگی روزمره^۹، به عنوان متنی کلیدی در مطالعات فرهنگی مورد استفاده قرار می‌گیرد. دوستو از عادت‌های فرهنگی پیش‌پاافتاده‌ای هم‌چون قدم‌زدن، مطالعه، فروشنده‌گی و آشپزی، به عنوان فعالیت‌هایی که بیرون از شبکه قدرت هستند، یاد می‌کند. به زعم او، از این فعالیت‌ها می‌توان به عنوان روش‌های مقاومت در برابر فرهنگ غالب سود جست (مورن^{۱۰}، ۱۳۸۷: ۹۰). از دیدگاه دوستو این مقاومت در نفس زندگی روزمره و اعمال عادی زندگی، قابل مشاهده است (کاظمی، ۱۳۸۸). در نگاه دوستو مقاومت در زندگی روزمره عملی نخبه‌گرایانه تلقی نمی‌شود، بلکه این مقاومتی است که در نفس زندگی روزمره وجود دارد و در متن کردارهای عادی زندگی قابل مشاهده است» (روشندل اربطانی و دیگران، ۱۳۹۳: ۴۸)

عنوان مرز باریک میان کار و استراحت تعریف می‌شود. بنابراین رژیم‌های استبدادی با محدود کردن این فضا، مردم را از تجربه زندگی روزمره بازمی‌دارند. میرزآف اشاره می‌کند که در شهرک‌های مستعمره نشین، زندگی روزمره به شکل انتقادی به عنوان منبع مقاومت و معناسازی در دوره استعمارزدایی^{۱۸} تبدیل شد. به نقل از (Ibid: 22) بنابراین زندگی روزمره به شکل یک درگیری مداوم سیاسی، واجد اهمیت تلقی می‌شود.

در نظام‌های قدرت، همه روابط اجتماعی اهمیت یافته‌اند. این اهمیت، هر چه بیشتر در سیستم‌های مراقبت و نظارت فراگیر متبلور می‌شود. شکل عینی نظارت‌های عمومی و سیستم‌های کنترل نظیر دوربین‌های نظارتی و نظام‌های پلیسی و نظایر آن، در این چارچوب از اهمیت خاصی برخوردار می‌شود (بنت، ۱۳۸۶). میرزآف به نقل از فوکو^{۱۹} (۱۹۷۷) یادآور می‌شود که دستگاه انتظامی مدرن و سیستم‌های طبقه‌بندی، به تأسی از راهبردهای بر ساخته دوران ناپلئون در فرانسه بعد از انقلاب، به سرعت در بریتانیا مورد تقلید قرار گرفت تا مبادا رویدادهای فرانسه در این سرزمین تکرار شود. (Ibid) در واقع قدرت به طور افزایش‌دهی، دیدبانی در فضاهای عمومی و خصوصی را واجد اهمیت یافت. شکل نامحسوس‌تر کنترل و نظارت را می‌توان در اقدام‌های جمعی برای کاهش ساعات کاری در غرب، ابتدا از ۱۲ ساعت به ۱۰ ساعت و سپس به ۸ ساعت مشاهده کرد. این خود تمهیدی بود برای توسعه هر چه بیشتر فضای بیرون از کار، به عنوان موضع اصلی زندگی روزمره. (همان)

میرزآف (2009)، پس از تعبیر زندگی روزمره به عنوان یک درگیری مداوم، امکان تجلی آن را در سه مکر فضاهای خانگی^{۲۰}، فضاهای عمومی^{۲۱} و فضاهای مصرف^{۲۲} بیان می‌کند و یادآور می‌شود که مرز بین این فضاها بسیار سیال و لغزان است. او به طور کلی فضاهای خانگی را متضمن سرپناه، استراحت و محیطی مناسب نگهداری و مراقبت از خود و فرزندان می‌داند. گستره‌های عمومی و جمعی را شامل نهادهایی مانند تئاتر، سینما، گالری‌ها و موزه‌ها یا فضاهای سیاسی مانند حوزه‌های انتخابیه، اجتماعات مانند اعتصاب‌ها و تظاهرات بر می‌شمرد و فضاهای مصرف (اعم از فضاها و مکان‌های مربوط به صرف

بنابراین، بینندگان فقط یک جفت چشم نیستند، آن‌ها دارای ذهن، جنسیت، هویت و تاریخ‌اند. «دیدمان از علائق و اشتیاقات بیننده و روابط اجتماعی میان دریافت کننده^{۱۴} و دریافت شونده^{۱۵} آگاه است» (Ibid: 22) و با دیدن تفاوت دارد؛ دیدن یک تجربه‌ی دیداری بی‌واسطه است. در حالی که وقتی ما یاد می‌گیریم که به طور اجتماعی نگاه کنیم، با استفاده از تجربه‌های فیزیکی، دیدن را درون مجموعه‌ای از گفتمان‌های تصویری به کار می‌گیریم که دنیا را پیش از آن که ما ببینیم، دیده‌اند و پس از دیدن ما هم خواهند دید. تجربه دیداری به ما فرصت می‌دهد آنچه که تصاویر درباره فرهنگ می‌گویند را مورد بررسی قرار دهیم. همچنین بررسی واکنش بینندگان به موضوعات دیداری، الگوهای اجتماعی و روان‌شناسانه دیدن را منعکس می‌سازد.

میرزآف (2009)، با خوانش انتقادی نظریه‌های له‌فور و دو سرتو، مفهوم زندگی روزمره را از منظر مطالعات فرهنگ دیداری مورد بحث قرار می‌دهد. وی در خصوص این که زندگی روزمره چگونه با دیدمان‌هایی خاص در سازش می‌باشد، تأکید می‌دارد که نمی‌توان زندگی روزمره را به سادگی به معنی تجربه روزانه زندگی و زیستن تلقی نمود. (Ibid) از دیدگاه میرزآف کاوش در مفهوم زندگی روزمره، ما را متوجه خاستگاه شکل‌گیری آن در تاریخ معاصر می‌سازد. از این دیدگاه، زندگی روزمره عبارت است از شناخت جایگاه مردم در تاریخ و در پی آن، علت وقوع انقلابات. بر اساس دیدگاه میرزآف (2009) امکان وقوع انقلابات (مانند انقلاب انگلیس در فاصله سال‌های ۹-۱۶۴۲، انقلاب ۱۷۸۹ فرانسه و انقلاب ۱۷۹۱ هائیتی)، شناخت و دریافت مردم از این تحولات را ضروری ساخت^{۱۶}. عینی‌ترین مفهوم مردم، همان قاطبه یا جمهور در دموکراسی است. بدیهی است که معمولاً قدرت، قاطبه را چیزی خارجی و بیرون از قدرت، طراحی می‌کند. میرزآف تأکید می‌کند که «مردم از سوی قدرت‌ها، اغلب به خشونت محکوم شده‌اند» (2009:10) و در مفهومی وسیع‌تر، «زندگی روزمره» آن‌هایی که به حساب نمی‌آیند (بیرون از دایره قدرت قرار می‌گیرند)، فاقد اهمیت محسوب می‌شود. از دیدگاه فانون^{۱۷} در جوامعی که در اطراف تولیدات صنعتی دور می‌زند، زندگی روزمره به

توده، خیره شده‌اند.

دوبور غلبه فرهنگ تصویری را به این واقعیت مربوط می‌دارد که «شگرف‌نمایی، برای چنین حدی از انباشتنگی تصویر، سرمایه است» (دوبور، 1977؛ به نقل از (Mirzoeff, 1999: 27). او ادعا می‌کند که گسترش استفاده از تصویر و توسعه جامعه غربی در به خدمت گرفتن تصاویر، عامل مهمی هم در جهت مصرف‌گرایی بیشتر و هم تعیین روابط اجتماعی است. بنابراین، ارتباط میان کارگر و سرمایه در خیره‌کنندگی تماشاگری، محو و نامرئی می‌شود. (Ibid) بلر توسعه تصاویر در دوران معاصر را «تئوری توجه ارزشی»^{۲۹} نامیده است (Blair, 1994:5) رسانه در پی جلب توجه ما و خلق سود می‌باشد. سینمای هالیوود به انگیزه جلب نگاه خسته و بی‌اشتهای مردم، با صرف هزینه‌های هنگفت در ساخت فیلم‌های مدرن به عنوان صحنه‌های قابل تماشا، گام‌های بلندتری در تغییر جهت سودآوری در سرمایه برمی‌دارد. از این سخن بلر می‌توان این گونه برداشت کرد که در جامعه شگرف‌نما، تصویر کالاها و خدمات، بیش از خود آن‌ها، مبادله و خرید و فروش می‌شوند. این سخن بلر یادآور توصیفی است که بودریار^{۳۰} از جامعه شگرف‌نما ارائه می‌دهد. به زعم وی، تصاویر در تمام ابعاد جامعه غربی، جایگزین تجربه واقعی آن می‌شوند. (Rampley 2005: 27; Mirzoeff, 1999: 27) فراوانی تصاویر و نشانه‌ها، هم‌چون لوگوهای مک دونالد و نایکی (به طور مثال) در این شرایط، به شکل اجتناب‌ناپذیری از کالاهایی که بر آن دلالت می‌کنند، مهم‌تر می‌شوند. (Rampley, 2005) بودریار از دوران «وانمودگی»^{۳۱} به عنوان وضعیتی نام می‌برد، که در آن تصاویر، به هیچ واقعیتی مربوط نمی‌شوند. او بر این باور است که در این وضعیت، تصویر «غیبت یک واقعیت اصلی را می‌پوشاند» (Baudrillard, in Mirzoeff 1999: 28) به زعم بودریار، وانمودگی، تولید است بوسیله مدل‌های یک واقعیت، بدون اصل یا خود واقعیت: یک فرا-واقعیت، که مسئله آن، نه تقلید، نه نسخه‌برداری و نه حتی اقتباس است. (Spencer, 2011: 25) وانمودگی، جایگزین کردن نشانه‌های واقعیت به جای خود واقعیت است. در نگاه بودریار، این رسوخ واقعیت توسط خیال، در همه جا آشکار است. ظرفیت‌گشونده تصاویر ورای این وانمودگی، به

غذا و غیره) را، به عنوان عرصه‌های حائز اهمیت و مهم‌ترین گستره در روزمره محسوب می‌کند. این گستره، در حالی که متضمن نیازهای زندگی مردم می‌باشد، در حال حاضر به عرصه‌ای تبدیل شده که همه چیز را در خود جای می‌دهد و از این رهگذر، انسان‌ها را در ژرفای خود مستغرق می‌سازد. تأکید میرزاف بر گسترش عرصه مصرف به عنوان بخش قابل توجهی از زندگی روزمره، زمینه‌ساز نقدی است که وی بر زندگی روزمره دارد.

میرزاف معتقد است که اگر آشپزی، پخت و پز و خرید کردن، به عنوان تدابیری برای مذاکره با قدرت متمرکز به شمار می‌روند، باید نگاه کردن را هم به عنوان تدبیری برای تماشای سرمایه‌های اخیر به این فهرست افزود. مطابق نظر میرزاف، در جامعه سرمایه‌داری پسامدرن، سود سرمایه از طریق استثمار طبقه کارگر، به شکل انبوهی در حال افزایش است و سرمایه، همه جنبه‌های زندگی روزمره، شامل تن انسان و حتی خود فرایند نگاه کردن را به کالا تبدیل کرده است. (Mirzoeff, 1999: 27) جاناناتان بلر تأکید می‌کند که «نگاه کردن، خود، کار سخت و طاقت‌فرسای محسوب می‌شود» (Blair, 2006: 2) از این دیدگاه، انواع نگاه کردن در یک اقتصاد کالایی، کار است؛ چرا که منجر به تولید ارزش می‌شود، در حالی که در قبال آن دستمزد و پاداشی وجود ندارد. هم‌چنین دونا هاروی بیان می‌کند که «دیدن، اغلب پرسش یا تقاضای قدرت برای نگاه کردن است» (Haraway, 1999:193) به زعم بلر (2006) انواع رسانه‌ها، فیلم، تلویزیون و تبلیغات در زندگی روزمره، ما را برای نگاه کردن به منظور تولید سود برای دیگران اجیر می‌کنند.^{۳۲}

نویسنده و فعال سیاسی فرانسوی، گی دوبور^{۳۳}، با الهام از تعبیر بنیامین^{۳۴} از پاساژها^{۳۵}، جامعه غربی را به مثابه «جامعه شگرف‌نما»^{۳۶} و جامعه مصرفی^{۳۷} توصیف می‌کند. (Rampley, 2005: 201) از دیدگاه دوبور، همه ابعاد زندگی در جامعه غربی معاصر، بر اساس بازتولید «شگرف‌نمایی»، تحت نفوذ «سیستم کالایی» و مصرف‌گرایی درآمده‌اند. عملکرد جامعه تماشایی، فراموش کردن تاریخ، درون فرهنگ است و افراد آن جامعه، در حالی که اشتیاق و آرزوی دستیابی به محصولات بیشتری را دارند، به شکل منفعلی درون فرهنگ مصرفی

اشاره می‌کند، افراد، روایات دیداری غیر منتظره‌ای را در زندگی روزمره از «تکه‌ای از یک تصویر که مربوط به صحنه‌ای از یک فیلم می‌شود یا گوشه‌ای از یک بیلبرد یا ویتترین یک فروشگاه که از آن عبور می‌کنیم» (Rogoff, 2002: 25) خلق می‌کنند. از نگاه او چنین تجربه‌های دیداری، هنوز ورای دسترس سوء استفاده کنندگان سیاسی و ناظران انتخاباتی معاصر هستند. (Ibid)

با توجه به آن چه ذکر شد، نگاه کردن کنشی چند وجهی و پیچیده است، که قابل تفکیک از هیچ یک از عرصه‌های زندگی اعم از فرهنگ و زندگی روزمره نمی‌باشد. بنابراین از دیدگاه میرزاف زندگی روزمره الزاماً مقر و مکانی از مقاومت (در مفهومی که مطالعات فرهنگی رایج ساخته است) نیست، بلکه بیشتر به عنوان مقری است که ردپای گریزان مقاومت برای دوباره ساخته شدن را، می‌توان در آن دید (Rogoff, 1999: 29) اگر به قول جاناتان بلر (2006) «دیدن، همان کارطاعت‌فرست» تماشاگردن، بیش از آن که مصرف کردن منفعلانه رسانه‌ها باشد، میانجی‌گری دشوار دیدمان، در تولید ارزش است. از دیدگاه میرزاف الگوی مدرنیته‌ای که توسط له‌فور و دوسترو مطرح شده است، بیش از این نمی‌تواند به عنوان پرده پشت صحنه زندگی روزمره مورد استفاده قرارگیرد. (Ibid) به زعم وی حالا، بسیاری از این مقرهای تاکتیکی، مکان‌هایی برای مراقبت، نظارت، تولید آمار و دیگر سوابق می‌باشند. الگوهای مصرف، بی آن که ما آن‌ها را به طور محسوسی درک کنیم، با دقت قابل توجهی در قالب خودپردازهای بانک، کارت‌های اعتباری و اسکنرهای کنترل، طراحی و نقشه کشی شده‌اند. همه فعالیت‌ها و جنبش‌های شهری توسط پلیس و اسکنرهای امنیتی ثبت می‌شوند. بنابراین مفهومی تعمیم یافته از بحران، در زندگی روزمره وجود دارد.

از دیدگاه میرزاف قدم زدن، در بسیاری از حومه‌ها و شهرها، به خودی خود، یک فعالیت بالقوه مورد شک است. (Mirzoeff, 2008: 23) سیستم‌های نظارت در بیشتر مکان‌های شهر، به کنترل و ثبت آن چه می‌بینند، می‌پردازند. از این روی، تجارب دیدن به طور مطلق از دخالت قدرت در امان نمی‌ماند. میرزاف تأکید می‌کند که ازدیاد رسانه‌های دیجیتال، مصرف کنندگان را قادر

عنوان قاتلین واقعیت محسوب می‌شود. (Mirzoeff, 1999: 28)

دیدن و تماشاگری در فضاها، زمینه‌ها و شرایط گوناگون دیداری، متضمن مفاهیم گوناگون و رایجی محسوب می‌شود. رویکرد و رفتار ما مبنی بر این که به دیدن یک فیلم می‌رویم، تلویزیون تماشا می‌کنیم یا در یک نمایشگاه هنری حضور پیدا می‌کنیم، متفاوت است. اما به طور کلی تجارب دیداری روزمره، در مسیری غیر از این‌ها اتفاق می‌افتند. در حالی که تلویزیون دیدن، فعالیت عمومی در فضای خانگی است و کمتر به عنوان یک فعالیت شخصی محسوب می‌شود، دیده شدن یک نقاشی ممکن است در یک زمینه متفاوت، مثل روی جلد یک کتاب یا در گستره یک آگهی تبلیغاتی اتفاق بیفتد.

میرزاف در اثر خود به نام تماشای بابل^{۲۲} از تماشا کردن «بومی»^{۲۳} سخن می‌گوید. (2005: 13) او به قدرت تصاویر در فرهنگ جهانی و اشباع محدوده بینایی ما اشاره می‌کند و تأکید می‌ورزد که چگونه تجارب روزمره نگاه کردن توسط «فرهنگ جهانی و دیجیتال هژمونی سرمایه‌داری» گیر می‌افتند. (Ibid: 13) میرزاف به تماشاگردن به عنوان فعالیتی که در حین آن کارهای دیگری (مثل تلویزیون تماشا کردن) هم انجام می‌دهیم، اشاره می‌کند و مدعی است که این فرآیند، شامل نگاه کردن در حین نگاه نکردن، گوش دادن و گوش ندادن، خوردن، تلفنی صحبت کردن، کار کردن، شستن لباس‌ها، مراقبت از بچه‌ها، خواندن و غیره می‌باشد. این نگاه کردن بومی است که زندگی روزمره را قلمرو خود قرار می‌دهد.

در این میان باید از تخیل نیز به عنوان چشم‌انداز بر ساخته آرزوهای جمعی نام برد. مردم به طور پیوسته در حال گسترش تخیلات‌شان از زندگی روزمره هستند. تصاویر، تخیل و تصور، تعبیری می‌باشند که ما را هر چه بیشتر به فرآیندهای فرهنگ جهانی سوق می‌دهند. «اثر تخیل نه به طور ناب، رهایی بخش است و نه کاملاً منظم و مرتب، بلکه فضایی از منازعه است که در آن افراد و گروه‌ها در جستجوی افزودن مفاهیم جهانی به تجربه‌های مدرن می‌باشند» (Appadurai in Mirzoeff, 1999: 29) الگوهای جدید تخیل، در روش‌های غیر قابل پیش‌بینی، در حال خلق شدن هستند. هم چنان که ایریت روگف

تعیین می‌شود. پیکسل‌ها در رسانه‌ای مانند تلویزیون با پهنای باند بالا، نامرئی می‌شوند، اما در رسانه‌هایی با قدرت پردازش پایین، به وضوح قابل رؤیت هستند. تصویر پیکسل شده بر خلاف عکاسی و فیلم که به حضور الزامی بعضی واقعیات بیرونی گواهی می‌دهند، به ما الزام ساختگی بودن و غیاب تصویر را یادآوری می‌کند. (Ibid) تصویر یکباره هم هست و هم نیست. زندگی در ناحیه پیکسل‌ها، دو جنبه‌ای است، چیزی می‌آفریند که ممکن است آن را «میان - دیدمان» بنامیم. میان - دیدمان، همه ما را در فرآیند دیدن، درگیر می‌سازد. آن‌جا که چشمان ما برق می‌زند، آن‌چه را که برای دیدن، ممکن و مقدور می‌شود، تعیین می‌کند. ادعای میرزآف به این معناست که گزینش‌های ما برای دیدن، از تصورات ما رها نیستند. انتخاب یک کاوش‌گر رایانه‌ای برای اتصال به اینترنت (به طور مثال) شاید تنها به این دلیل باشد که دسترسی ما به سایت‌های خاصی از طریق دیگر کاوش‌گرها ممکن نیست! بنابراین همین گزینش در سرنوشت آینده اینترنت مؤثر خواهد بود. میرزآف (1999) هم‌چنین به قالب‌ها و شکل‌های انواع رسانه‌ها برای توانایی‌شان در جذب کاربران اشاره می‌کند که عامل مهمی در موفقیت یا شکست آن‌ها به حساب می‌آید. وی از این مقایسه، روزمرگی زندگی را نتیجه می‌گیرد که حاصل میانجی‌گری پیچیده واقعیت و مجاز یا میان - دیدمان می‌باشد و از این رو ادعان می‌کند که «در زندگی روزمره چیزی به عنوان روزمرگی وجود ندارد» (Mirzoeff, 1999: 31) از دیدگاه او فرهنگ دیداری حالا مکان و مقرر دائمی تغییرات تاریخی و فرهنگی است. در این مفهوم، آن دسته از تجارب تماشاگردن و تماشا شدن که مورد میانجی‌گری تکنولوژی واقع نمی‌شوند - در حالی که اغلب تجارب پدیداری از واسطه‌گری تکنولوژی‌های تصویری در امان نیستند - برای فرهنگ دیداری واجد اهمیت فراوان می‌باشد.

بسیاری از مردم وقت زیادی را برای مصرف رسانه‌های ساکن یا قابل حمل، در طول کار یا بازی‌شان، صرف می‌کنند. آن‌ها در حالی که به کار یا بازی مشغول هستند، خودشان موضوعی برای وضعیت‌های دیگر تماشا شدن، می‌باشند (هم چنان که ممکن است از کسانی که به تماشای تلویزیون مشغول هستند، عکس بگیریم). بنابراین

می‌سازد تا خود نیز تولیدکننده رقیبانی برای قدرت‌های متمرکز شوند. (Ibid) اما پدیده دیجیتال که همه جا در دسترس ماست، بیش از این که حامل «آزادی» در مفهوم رهایی بخش آن باشد، ابزاری برای جا به جایی رایگان سرمایه است. به زعم میرزآف (2005) تماشا کردن در این جا به مفهوم مقاومت کردن نیست، بلکه ابزاری برای سرپوش نهادن بر چیزهای عجیب و غریب در «وضعیت استثنایی»^{۳۴} است. (Agamben, 2005)

آگامبن (2005) از وضعیت استثنایی به مثابه شرایطی یاد می‌کند که در آن، دولت‌هاها ادعا می‌کنند که به منظور محافظت از اداره قانون لازم است قوانین را معلق نگاه دارند. «زندگی روزمره در وضعیت استثنایی، چیزی کمتر از تجربه فاشیسم نیست» (in Mirzoeff, 2008: 23) انتشار عکس‌های زندان ابوغریب برای پرده برداری از خشونت غیر انسانی و غیر قانونی در سال ۲۰۰۴، با آن همه تأثیر جهانی، آن عقوبتی که همگان انتظارش را می‌کشیدند، حتی تأثیری در نتیجه انتخابات آن سال نداشت.^{۳۵} به نظر می‌رسد، مادام که مردم، چارچوب شعارگونه چنین صحنه‌های شگرف‌نما را به مثابه وضعیت‌های استثنایی می‌پذیرند، محتوای آن‌ها، در مفهوم معینی، نامرئی باقی خواهد ماند؛ نه به این مفهوم که تفری از آن چه اتفاق افتاده وجود نداشته، بلکه به این معنی که به طور مثال، رسوایی زندان ابوغریب، هیچ پیامد سیاسی را به دنبال نداشت.

میان - دیدمان^{۳۶} و بحران دیدن

میرزآف در تشریح وضعیت‌های استثنایی، از اصطلاح میان - دیدمان نام می‌برد، که هم‌چون دیدمان تعریف ناپذیر است. میان - دید به وضعیتی از دیدن اشاره می‌کند که بیش از هر چیز یادآور ماهیتی تلفیقی از دیدن و انتخاب کردن است. میرزآف بر تمایز میان - دیدمان از وانمودگی بودریار تأکید می‌کند و برای روشن شدن منظور خود، از تصویر پیکسل شده استفاده می‌کند. (Mirzoeff, 1999: 30) به تعبیر وی پیکسل‌ها تنها نقاط نور نیستند بلکه از واحدهای حافظه و سیگنال‌های الکترونیک تشکیل شده‌اند. تعداد پیکسل‌ها بر حسب این که چه مقدار حافظه وجود دارد یا پهنای باند چقدر باشد،

ج. چگونگی تفسیر یا تجربه بینندگان از تصویر

د. زمینه‌ای که تصویر در آن دیده می‌شود.

اگر چه تصاویر به طور معمول، سرخ‌هایی درباره معانی غالب‌شان (معانی مورد نظر تولیدکنندگان تصویر) به بینندگان خود ارائه می‌دهند، اما هم‌چنین می‌توانند به معانی متفاوت از آن چه مورد نظر بوده نیز، تفسیر شوند. تولید معنا فرآیندی دست کم شامل دو مرحله رمزگذاری^{۳۹} و رمزگشایی^{۴۰} می‌باشد (Hall, 1993) بنابراین همه تصاویر، رمزگذاری و رمزگشایی می‌شوند. اما رمزگذاری تنها توسط تولیدکنندگان تصاویر صورت نمی‌گیرد، بلکه فرآیند رمزگذاری تا هنگام نمایش و در معرض دید واقع شدن تصاویر نیز، ادامه می‌یابد. پس از آن است که تصاویر توسط بینندگان، هنگامی که آن را مصرف می‌کنند، رمزگشایی می‌شوند. بنابراین به عنوان نمونه، یک نمایش تلویزیونی توسط نویسندگان، تولیدکنندگان و دستگاه تولید (که اجازه تولید آن را صادر می‌کند)، با به وسیله معانی رمزگذاری می‌شود و سپس توسط بینندگان، بر اساس مجموعه پیش‌فرض‌های فرهنگی‌شان، و زمینه دیدن‌شان، رمزگشایی می‌شود. رمزگشایی و خوانش معنا روند ثابت و یکسانی نیست. حال سه وضعیت را در خوانش و رمزگشایی متن در نظر می‌گیرد: خوانش هژمونیک غالب (انفعالی)، خوانش تعاملی^{۴۱} و خوانش تقابلی^{۴۲} یا ضد هژمونیک^{۴۳}. از تقسیم‌بندی حال چنین برمی‌آید که خوانش نوع اول به مفهوم رمزگشایی منفعلانه و بی‌چون و چرای متن، بر اساس معانی نیت شده آن می‌باشد و «اشاره به همه نظریاتی دارد که با متن مواجهه‌ای سازش‌کارانه دارند». (کاظمی و حاج حسینی، ۱۳۹۴: ۷۶) در این حالت خواننده در برابر متن خلع سلاح شده است و خوانش متن توسط او چیزی جز به فعلیت رساندن رمزهای پنهان شده در متن نیست (همان). اگر چه بعید به نظر می‌رسد که بینندگان زبانی تصاویر را به این روش ببینند، چرا که اولاً دیدن، چنان که مورد بحث قرار گرفت، تجربه‌ای اجتماعی و ناظر بر دیدمان می‌باشد و ثانیاً هیچ فرهنگ توده‌ای وجود ندارد که بتواند همه تجارب خاص فرهنگی بینندگان، انتظارات و اشتیاقات آن‌ها را ارضا کند. خوانش معنا در وضعیت دوم و سوم یعنی تعاملی و تقابلی، بیشتر قابل انتظار است و معنای تصویر به طور

یک رویداد تصویری، تلاقی و تقاطع پیچیده‌ای است که ما آن را برای خودمان، «تماشاکردن» می‌نامیم، با آگاهی از این که تماشاکردن، هم‌چنین تماشا شدن هم هست، این بینایی، یک رویداد منفرد ادراک حسی نیست، بلکه واجد وجهی ترکیبی است و هیچ پیش پا افتادگی در یومیه بودن و تکرارپذیری آن وجود ندارد. (Mirzoeff, 2005: 31) در واقع این ادعای میرزاف را می‌توان هم‌پای ایده‌های دوسرتو برای بررسی روش‌هایی که بینندگان درگیر تاکتیک‌های مختلف مذاکره و مخالفت با فرهنگ می‌شوند، به کار گرفت.

ایدئولوژی و خوانش معنا

تصاویر، ابزارهای مهمی برای تولید و انعکاس ایدئولوژی‌ها می‌باشند. تجارب دیداری، به طور اجتناب‌ناپذیری به ایدئولوژی گره خورده‌اند. فرهنگ تصویری زندگی ما، محدوده‌ای از ایدئولوژی‌های گوناگون و اغلب متناقض است. تصاویر، عناصری از تبلیغات معاصر و فرهنگ مصرف هستند که پیش‌فرض‌های ما درباره زیبایی و ارزش‌های اجتماعی را شکل می‌دهند و نیز ما را وادار می‌سازند تا به روش‌های گوناگون به آن‌ها واکنش نشان دهیم. فیلم و تلویزیون، تنها رسانه‌هایی نیستند که ساختارهای ایدئولوژیک تحمیل شده یا مفاهیم سنتی خوب و بد، از طریق آن‌ها منتقل می‌گردد، بلکه تصاویر در همه ابعاد، دارای این قابلیت می‌باشند. مهم‌ترین ویژگی ایدئولوژی این است که بیش و پیش از آن که به عنوان بخشی از یک سیستم ارزشی به ما معرفی شود، به نظر می‌رسد که به طور طبیعی ارائه می‌شود.

نکته قابل اهمیت این است که ایدئولوژی غالباً از طریق معنا و یا در قالب معنا منتقل می‌شود و معانی به نوبه خود از طریق رابطه اجتماعی پیچیده‌ای تولید می‌گردند. تصاویر معنا تولید می‌کنند و معانی، بسته‌های حاوی ایدئولوژی هستند. استارکن^{۴۷} و کارت رایت^{۴۸} ۲۰۰۱ تولید معنا از طریق تصویر را به رابطه میان چهار عنصر کمابیش متغیر مربوط می‌دانند:

الف. تصویر

ب. معنای مورد نظر تولیدکننده تصویر

جامعه صنعتی معاصر می‌باشد، به طور تنگاتنگی با تجربه دیدن آمیخته است و نیز شیوه فعال برقراری ارتباط با جهان محسوب می‌شود. بنابراین مصرف‌کنندگان (بینندگان)، هنگام مصرف تصاویر، معانی را خلق می‌کنند. (استوری^{۴۵}، ۲۰۰۵) اما این برقراری رابطه الزاماً به معنای مخالفت یا ناسازگاری با معانی غالب نیست و گستردگی بیش از حد عرصه مصرف، هر گونه قطعیتی در تأیید این مخالفت را مورد تردید قرار می‌دهد.

بنابراین در تجربه قدم زدن در خیابان‌های شهر (به طور مثال تهران) موضوعات غیر منتظره فراوانی چون پوسترها، بیلبوردهای تبلیغاتی، تابلوهای اطلاع رسانی و غیره در معرض دید ما قرار می‌گیرند. در حالی که ثبت و بازنمایی این دسته‌بندی‌ها، تناقض‌ها و رویدادهای اجتماعی با یک دوربین عکاسی، از یک سو مجالی برای تقویت و تحکیم مقاومت محسوب می‌شود، از سویی دیگر با در نظر گرفتن کل فرآیند عکاسی و دستگاه^{۴۶} آن، در نقطه مقابل مقاومت قرار می‌گیرد. دستاورد تجربه‌هایی چون انیمیشن، و یا انواع تصویرسازی که به کمک تکنولوژی تصاویر دیجیتالی تولید می‌شوند، بر حسب این که چه چیزهایی را بازنمایی می‌کنند و در چه فضا یا زمینه‌ای به نمایش درمی‌آیند و توسط چه کسانی دیده می‌شوند، واکنش یا موافقت با فرهنگ غالب هستند. با آن که عموماً اغلب تولیدات تصویری مردم از زندگی روزمره، به عنوان مظاهری از مقاومت در پذیرش فرهنگ و دیدمان غالب تلقی می‌گردد و «فرهنگ غالب جامعه در حال حاضر فرهنگی مبتنی بر مقاومت ایدئولوژیک می‌باشد» (ریاضی، ۱۳۹۲: ۱۳۹)، امکان خوانش‌های دیگری بسته به شرایط دیدن و نوع دیدن از آن‌ها قابل انتظار می‌باشد.

مبارزه با معنا و خوانش، در زمینه اجتماعی خاص آن امکان‌پذیر می‌شود. بنابراین در هر خوانشی با متنی فعال، سوژه‌ای درگیر با متن و زمینه اجتماعی که سوژه و متن در آن جای دارند، مواجه هستیم. (کاظمی و حاج حسینی، ۱۳۹۴: ۷۲) دیدمان خودنگاره (سلفی) که به شکلی جهانی از طریق تکنولوژی فراگیر عکاسی با تلفن همراه همه‌گیر شده و به ویژه کاربردهای فراوانی در شبکه‌های اجتماعی دارد، در بسیاری موارد پیش از آن که تصاویر شخصی را بازنمایی کنند، دست‌رسی سوژه‌ها را به یک تکنولوژی تازه

معمول، از طریق فرآیندهای تفسیر، درگیری، و تعامل، تولید می‌شود. در خوانش تعاملی خواننده با متن گفتگو می‌کند، چیزی بر آن می‌افزاید، گاهی در آن هم‌دلانه می‌نگرد و گاه خصمانه در آن نظر می‌کند. (کاظمی و حاج حسینی، ۱۳۹۴: ۷۶) اما در خوانش تقابلی خواننده از مصالحه با متن سر باز می‌زند و «متن صحنه رویارویی رمزگان‌ها با خواننده است و رمزگشایی‌امری متفاوت از نشانه‌گذاری‌های نهفته در متن است». (همان) از این دیدگاه، بینندگان، گیرندگان منفعل معانی مورد نظر تولیدات فرهنگی از قبیل فیلم‌ها، نمایش‌های تلویزیونی و تبلیغات نیستند. آن‌ها روش‌های متنوعی برای درگیری با تصاویر، و دریافت معنی از آن‌ها دارند. دوسرتو (۱۹۸۴) در تحلیل روش‌هایی که بینندگان از طریق مشاهده فرهنگ روزمره، به خوانش و تولید معنا می‌پردازند، به مفاهیمی هم‌چون از آن خود سازی^{۴۴} اشاره می‌کند (دوسرتو، به نقل از استارکن و کارت رایت، ۲۰۰۱)

از دیدگاه دوسرتو، خوانندگان فرهنگ روزمره می‌توانند با درگیری با معانی متن و آفرینش محصولات جدید فرهنگی در واکنش به آن، در آن متن سکنا گزینند و آن را از آن خود سازند. (همان) خواندن متون از دیدگاه دوسرتو، به مثابه مجموعه‌ای از پیشروی‌ها و عقب‌نشینی‌ها، تاکتیک‌ها و بازی‌ها توسط خوانندگان است. برداشت او از رابطه خواننده/ نویسنده، به مثابه چالشی مداوم برای تصرف و مالکیت متن و نزاع بر سر معنا، در هماهنگی با تقسیم‌بندی استوارت هال از انواع خوانش معنا قرار دارد؛ با این تفاوت که خوانش دوسرتو متضمن روندی سیال و کمتر ثابت به نظر می‌رسد.

زندگی روزمره و دیدمان مصرف

از مجموع نظریات میرزاآف درباره دیدن و نظریات دوسرتو در باب خوانش معنا، تعیین ماهیت زندگی روزمره به عنوان مخالفت با معانی غالب و یا پذیرش آن، امری دشوار و نامتعیین می‌باشد. این پیچیدگی و دشواری به ویژه در عرصه مصرف به اوج خود می‌رسد. چرا که بر اساس آن چه مورد بحث قرار گرفت عرصه مصرف رونق خود را بیش از واقعیت کالا و خدمات به وانموده تصاویر کالاها مرهون است! کنش مصرف که ویژگی برجسته

تصدیق کرده و تصویر برداری از «خود» را بدون حضور (شخص دومی به عنوان) عکاس، به رخ می‌کشد.

به زعم بودریار (۱۳۹۳) مصرف توسط سازمان‌دهی عوامل گوناگونی چون اشیاء و پیام‌های معنی‌دار تعریف می‌شود. مصرف، «مجموعه‌ای تقریبی از کلیه اشیا و پیام‌هایی است که در قالب گفتمانی کمابیش منسجم ایجاد می‌شود». (بودریار، ۱۳۹۳: ۲۱۴) این امر مصرف را به کنشی کمال‌گرایانه نزدیک می‌کند که از رابطه با اشیا فراتر می‌رود و به تمام مشخصه‌های تاریخ، ارتباطات و فرهنگ گسترش می‌یابد. به همان صورت، اشیا مصرفی، واژگان کمال‌گرایانه‌ای را پدید می‌آورند که در مادیت گریزان خود، اهداف زندگی را مشخص می‌کنند.

این امر تجربه روزمره را با سرعت و شدت زیادی دستخوش تغییر ساخته است. آشپزی کردن (برای نمونه) به عنوان فعالیتی روزمره، به طور اجتناب‌ناپذیری در رابطه با مصرف‌گرایی تغییر کرده است. دستوره‌های آشپزی، مواد غذایی اولیه و نیمه آماده و آماده طبخ، ابزارهایی که به شکل رقابت‌آمیزی روز به روز فرایند تهیه و طبخ غذاها را آسان‌تر و با لذت بیشتری توأم می‌سازند و برنامه‌های آموزش آشپزی که بیش از هرچیز روایت‌گر معانی از پیش اندیشیده صاحبان سرمایه در تبلیغات گوناگون هستند، تجربه روزمره ما را به عنوان فعالیتی بیرون از تأثیر گفتمان‌های قدرت، مورد تردید قرار می‌دهند. به هر حال، معانی از طریق رویارویی پیچیده میان بینندگان، تولیدکنندگان، متون، و نیز زمینه‌های دیداری تعیین می‌شوند. از این روی می‌توان گفت که تصاویر، خود در برابر خوانش‌های تقابلی که برخی بینندگان آرزوی مواجهه با آن را دارند، مقاومت می‌کنند. به بیانی دیگر، اذهانی که در مقابل یک دیدمان غالب مقاومت می‌کنند نیز، ممکن است به آسانی به معانی قابل انتظار و از پیش اندیشیده تصاویر، ملحق نشوند. بدین ترتیب شیء مصرفی (در این جا ابزار آشپزی و مواد اولیه) دقیقاً آن چیزی است که هدف در آن ماوا می‌گیرد. مصرف، توسط هدفی به حرکت درمی‌آید که در شیء مستتر است. اما آن چه مصرف می‌شود شیء نیست بلکه رابطه است، در واقع ایده رابطه، مصرف می‌شود؛ ایده‌ای که در سری اشیا به نمایش در می‌آید (همان) و به

تعبیر دیگر دیدمان آن مصرف می‌شود.

امروزه در کلان‌شهرها، اتومبیل‌سواری جایگزین قدم زدن و پرسه زدن در شهر شده است. فعالیتی روزمره که پیشرفت و توسعه یکی از سودآورترین کالاهای سرمایه‌داری را توسط مصرف‌کنندگان آن قابل رویت می‌سازد. دیدمان پرسه زنی و اتومبیل‌سواری بی‌هدف در کلان‌شهر تهران (به طور مثال) یکی از بر ساخته‌های توان‌مند فرهنگ دیداری امروز تهران است که در سطوح مختلف، امکان خوانش‌های خاصی را پدید می‌آورد.

بحث و نتیجه‌گیری

مطابق آن چه مورد بحث قرار گرفت، نظریه‌پردازان مطالعات فرهنگی، زندگی روزمره را عرصه مقاومت مردم در برابر معانی مورد نظر فرهنگ غالب می‌دانند. نیکولاس میرزاآف، در نقد این دیدگاه‌ها از چشم‌انداز فرهنگ دیداری، ابتدا با هم‌سو شدن با نظریات دوسرتو درباره فعالیت‌های روزمره، یادآوری می‌کند که نگاه کردن را نیز باید به عنوان فعالیتی بیرون از گفتمان قدرت، به فعالیت‌های دیگر روزمره افزود. میرزاآف از نگاه کردن به مثابه شگردی که در همه عرصه‌های زندگی روزمره اعم از خانگی، عمومی و مصرف گسترش یافته است، یاد می‌کند. در حالی که دبورگ نگاه کردن را ابزاری در جهت انباشت سرمایه در جامعه مصرف‌گرا و به عنوان عاملی می‌پندارد که روابط اجتماعی را مورد دستبرد قرار می‌دهد، میرزاآف تماشاکردن بومی شده را به تمامی، قلمرو زندگی روزمره می‌داند. میرزاآف از مفهوم تخیل به عنوان نوع انتقادی دیدن، در فرهنگ جهانی حمایت می‌کند. به زعم او، زندگی روزمره الزاماً گرانیگاهی از مقاومت توده مردم نیست. از آن جا که گسترش تصاویر در عرصه مصرف به وسعت هرچه بیشتر آن سرعت بخشیده‌اند، تجربه‌های تماشاگری بومی ما نیز از تولید ارزش مصون نمی‌مانند.

از تحلیل نظریات دوسرتو و میرزاآف در این پژوهش، تأکید دوباره بر دیدمان به عنوان بر ساخته‌های تعیین‌کننده در زندگی روزمره نتیجه می‌شود. نگاه کردن نه به عنوان تجربه‌ای که باید به دیگر تجارب روزمره الحاق شود، بلکه به عنوان کنشی فعالانه و

پی‌نوشت

۱. چنین ارزیابی البته به طور عمیق، ریشه در پیش‌فرض‌ها و باورهای افراد یک جامعه از مفهوم فرهنگ دارد.
2. pictorial turn
3. surveillance
4. monitoring
۵. مایک فدرستون (۱۳۸۷) ویژگی‌های چندگانه‌ای را برای زندگی روزمره برمی‌شمرد که از آن جمله جهان معمولی پیش پا افتاده‌ای است که وقایع بزرگ و امور خارق‌العاده بر آن هیچ تأثیری ندارند.
6. Heinrich Wofflin
7. Henry Lefebvre
8. Michel De Certeau
9. The Practices of Everyday Life
10. Joe Moran
11. John Fisk
12. narrative
13. visuality
- نگارنده به نابسندگی واژه معادل فارسی اذعان دارد. انتخاب واژگان معادل برخی کلمات انگلیسی گاه با دشواری‌های فراوانی همراه می‌باشد. در مقاله دیگری نگارنده واژه دیدوارگی را برای visuality به کار برده است (ن. ک، کهنوند، عادل، ۱۳۹۰)، اما دیدمان نسبت به دیدوارگی انتخاب بهتری می‌باشد، اگر چه بهترین واژه نیست.
14. receiver
15. perceiver
۱۶. ژاک رانسیر Jacques Ranciere فیلسوف معاصر فرانسوی، روایتی از شورش مردم در رُم باستان روایت می‌کند که طی آن، عوام خواستار مذاکره با اشراف آونتین هیل بودند. اشراف پاسخ دادند که این مذاکره غیر ممکن است، چرا که عوام دارای گفتار انسانی نبودند؛ بنابراین شاید می‌توانستند گوش بدهند اما الزاماً قادر به فهمیدن نبودند (رانسیه، ۱۹۹۸ به نقل از میرزآف، ۲۰۰۹: ۲۵).
17. Frantz Fanon
18. decolonization
19. Michel Foucault
20. The domestic
21. The public spaces
22. The space of consumption
۲۳. هاروی (۱۹۹۱)، به ازدیاد و تکثیر تصاویر در زندگی روزمره اشاره می‌کند و قلمرو دیداری را بسیار متأثر از این فن‌آوری‌ها توصیف می‌کند. هاروی به تبیین روابط قدرت

تجربه‌ای تفکیک ناپذیر از سایر تجارب فرهنگی و زندگی روزمره محسوب می‌شود. فعالیت‌های روزمره روایت‌هایی ناگفته از فرهنگ را در خود آشکار می‌سازند که به قدرتمندترین شکل در قالب تصویر متجلی می‌شوند. بنابراین نقطه برجسته تحلیل انتقادی میرزآف از تبیین دوسرتو در باب زندگی روزمره، صرفاً متضمن نفی جنبه مقاومت آن نیست، بلکه در تأکید تجربه‌های دیداری و دیدمان زندگی روزمره متمرکز است. از تأمل در آراء میرزآف از آن چه به تفصیل در این مقاله مورد بحث قرار گرفت، نکاتی مهم را می‌توان نتیجه گرفت:

درک زندگی روزمره ناظر به نقش مهم دیدمان و تجربه دیداری است. درک زندگی روزمره بدون شناخت فرهنگ دیداری آن بی‌معناست.

قابلیت بالقوه زندگی روزمره برای رویارویی با ارزش‌های غالب، به وسیله تجربه‌های دیداری و جنبه‌های تصویری آن (بیش از سایر ابعاد) به فعلیت می‌رسند.

تکنولوژی‌های پیشرفته تولید تصویر، هم توسط رسانه‌ها و نهادهای قدرت به کار گرفته می‌شوند و هم ابزارهای فراوان و قابل دسترسی برای بازنمایی تضادها و تناقض‌های موجود در زندگی روزمره توسط مردم هستند. بنابراین زندگی روزمره بیش از آن که موضع مقاومت باشد، عرصه رقابت و نزاع است.

مردم به روش‌های گوناگون به مخالفت با معانی غالب می‌پردازند و گاهی نیز کاربردهای دیگری به آن می‌دهند. به هر حال، از آن خودسازی همیشه یک تجربه تقابلی نمی‌باشد. گاه خوانش این تجربه‌ها و درگیری بیننده و متن، در هماهنگی با دیدمان غالب صورت می‌پذیرد.

تصاویر از میان قلمروهای اجتماعی، حرکت می‌کنند. تصاویر قابلیت آن را دارند که در متون مختلف، معانی متفاوتی را با خود حمل کنند.

کتابنامه

بنت، اندی (۱۳۸۶)، فرهنگ و زندگی روزمره، ترجمه حسن چاوشیان و لیلا جو افشانی، تهران: نشر اختران.
بودریار، جان (۱۳۹۳)، نظام اشیا، ترجمه پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث.

روشندل اربطانی، طاهر و دادجو، سحر و نگین تاجی، فهیمه (۱۳۹۳)، «بازنمایی زندگی روزمره جوانان در شهر تهران، تحلیل فیلم‌های نیمه دوم دهه ۸۰»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هفتم، شماره ۳، صص ۸۱-۴۵.

ریاضی، سید ابوالحسن (۱۳۹۲)، «تصویری از فرهنگ مصرفی جامعه ایران با استفاده از داده‌های یک پیمایش ملی پیرامون گذران اوقات فراغت»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ششم، شماره ۴، صص ۱۵۳-۱۳۷.

فدرستون، مایک (۱۳۸۷)، «زندگی قهرمانی و زندگی روزمره (۱)»، ترجمه هاله لاجوردی، فرهنگ و زندگی روزمره (مجموعه مقالات)، چاپ دوم، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

کاظمی، عباس (۱۳۸۴)، «پروبلماتیک زندگی روزمره در مطالعات فرهنگی»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات دانشگاه تهران، دوره اول، شماره ۴، صص ۱۲۲-۹۷.

_____ (۱۳۸۸)، پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی، تهران: آشیان.

کاظمی، عباس و حاج حسینی، محبوبه (۱۳۹۴)، «ایدئولوژی مقاومت و مخاطب فعال: نگاهی به مطالعات خوانش در ایران»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هشتم، شماره ۱، صص ۹۵-۷۱.

کهنوند، مریم و عادل، شهاب‌الدین (۱۳۹۰)، «فرهنگ دیداری و مفهوم دیدن»، نامه هنرهای تجسمی و کاربردی، شماره ۸، صص ۱۸-۵.

لاجوردی، هاله (۱۳۸۸)، زندگی روزمره در ایران مدرن با تأمل در سینمای ایران، تهران: نشر ثالث.

مورن، جو (۱۳۸۷)، میان رشتگی، ترجمه داود حاتمی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

Agambem, Giorgio (2005), State of Exception (Kevin Attell, trans.), Chicago: University of Chicago Press.

Blair, Jonathan (2006), The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and the Society of the Spectacle, Lebanon, NH: Dartmouth

اشاره می‌کند، که از طریق از طریق این فرم ویژه از «دید» شکل‌گیری و پی‌ریزی می‌شوند. او هم‌چنین تأکید می‌کند که طمع و شیفتگی بی حد و مرز به تکنولوژی تصویری به ویژه برای عده‌ای کمی از مردم و نهادها به ویژه آن‌ها که به نوعی به طور تاریخی به نظامی‌گری، سرمایه‌داری، استعمارگرایی و مردسالاری گره‌خورده‌اند، در دسترس است (رژ، ۲۰۱۲، ص: ۹).

24. Guy Debord

25. Walter Benjamin

۲۶. والتر بنیامین اولین گذرگاه‌ها و مراکز خرید (پاساژها) در پاریس اوایل قرن نوزدهم را به چشم‌اندازی رویایی جهت خلق صحنه‌ای جادویی تعبیر کرد که مردم در آن به مصرف‌گرایی هر چه بیشتر ترغیب می‌گردند.

27. society of the spectacle

از دیدگاه بودریار جامعه مصرفی، عنوانی در توصیف جامعه غربی پس از جنگ جهانی بود. در شرایط پس از جنگ، دولت‌های رفاه مستقر شده در ممالک اروپایی و آمریکا، در جهت زدودن خاطرات سخت جنگ و بازسازی روانی و عاطفی مردم درگیر در آن حادثه عظیم، سیاست‌های اقتصادی را در پیش گرفتند که به رفاه و شکوفایی دهه‌های ۵۰ و ۶۰ انجامید. (ریاضی، ۱۳۹۲، ص: ۱۳۸)

28. consumption society

29. the attention theory of value

30. Jean Baudrillard

31. simulacrum

32. Watching Babylon: The War in Iraq and Global Visual Culture

33. vernacular

34. the state of exception

۳۵. در انتخابات بعدی بوش، هووارد و بلر همه دوباره انتخاب شدند و هیچ یک از مقامات عالی‌رتبه در آمریکا، تأدیب یا زندانی نشدند.

36. inter-visibility

37. Marita Sturken

38. Lisa Cartwright

39. encoding

40. decoding

41. negotiated reading

42. oppositional

43. counter-hegemonic

44. appropriation

45. John Storey

46. apparatus



- 2nd Ed. London: Routledge.
- Moran, Joe. (2001), *Interdisciplinarity: The New Critical Idiom*, London: Routledge.
- Rampley, Matthew. (2005), *Exploring Visual Culture*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Rogoff, Irit. (2002), "Studying Visual Culture", In N. Mirzoeff (ed.), *The Visual Culture Reader* (pp.24-36), London & New York: Routledge.
- Rose, Gillian. (2012), *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington D.C: Sage.
- Spencer, Stephen, (2011), *Visual Research Methods in the Social Science*, London & New York: Routledge.
- Storey, John, (2005), *Cultural Studies and the Study of Popular Culture*, 2nd. ed., Athens: The University of Georgia Press.
- Sturken, Marita, & Cartwright, Lisa. (2001), *Practices of looking: an Introduction of visual culture*, New York: Oxford University Press.
- Walker, John A., & Chaplin, Sarah. (1997), *Visual culture: an introduction*, Manchester: Manchester University Press.
- College Press.
- _____ (1994), "The Precession of Simulacra", in B. Wallis (ed.), *Art, After Modernism: Rethinking Representation*, New York: New Museum of Contemporary Art.
- Fisk, John, (1989), *Introduction to Communication*, London: Routledge.
- Hall, Stewart, (1993), "Encoding, Decoding", In S. During (ed.), *The Cultural Studies Reader*, (pp. 90-103), New York & London: Routledge.
- Haraway, Donna, (1991), *Simians, Cyborgs and Women*, New York: Routledge.
- Mirzoeff, Nicholas. (1999), *An Introduction to Visual Culture*, London: Routledge.
- _____ (2005), *Watching Babylon: The War Iraq and Global Visual Culture*. New York: Routledge.
- _____ (2008), "Visual Culture, Everyday Life, Difference, and Visual Literacy", In M. Smith (ed.), *Visual Culture Studies*, (pp. 17-32), Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage.
- _____ (2009), *An Introduction to Visual Culture*,