

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۰/۳۰

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۲/۰۶

نوع مقاله: پژوهشی

## تحلیل کارکردهای زبانی عکس‌های خبری

نوشته

علیرضا مهدی‌زاده \*

### چکیده

اگرچه ثبت و روایت بی‌طرفانه و صادقانه وقایع و رویدادهای مهم جوامع انسانی از اهداف عکاسی خبری دانسته می‌شود، اما عکس‌های خبری، تنها به بازتولید صرف و گزارش وقایع و رخداد‌های گوناگون نمی‌پردازند. زیرا عکس خبری، به عنوان یک رسانه و واسطه هنری تأثیرگذار، نوعی نظام بازنمایی است که می‌تواند معانی و پیام‌های مختلفی را درباره اشخاص، وقایع و رویدادها منتقل کند و مانند زبان، کارکردهای متفاوتی به خود بگیرد. از این رو، هدف این پژوهش، تحلیل کارکردهای زبانی عکس‌های خبری است. با توجه به جامعیت نظریه ارتباطی یاکوبسن، چارچوب نظری تحقیق را کارکردهای زبانی مورد نظر یاکوبسن تشکیل می‌دهد. پرسش‌های مطرح‌شده عبارت‌اند از: چه کارکردهای زبانی در عکس‌های خبری قابل مشاهده است؟ عکاس به واسطه چه عواملی می‌تواند به عکس خود کارکردهای زبانی متفاوت ببخشد؟ نتایج تحقیق بیانگر این است که انواع کارکردهای ارجاعی، عاطفی، ترغیبی و هنری در عکس‌های خبری، قابل شناسایی است. بدین شکل که عکس‌های خبری، مانند گزاره‌های زبانی، می‌توانند علاوه بر ارائه اطلاعات پیرامون موضوعی، بیننده را به تأمل، تفکر و قضاوت وادارند و حتی واکنش عملی او را نسبت به مسئله‌ای برانگیزند یا اینکه فقط حظی بصری به مخاطب ببخشند. عکاس خبری به وسیله قاب (بسته، باز، عمودی، افقی) و لحظه گرفتن عکس، می‌تواند به عکس خویش کارکردهای متفاوتی ببخشد.

کلیدواژه: عکاسی خبری، عکس‌های خبری، عکاسی و زبان، کارکردهای زبان، نظریه یاکوبسن.

\* استادیار گروه نقاشی، دانشکده هنر و معماری صبا، دانشگاه باهنر کرمان، کرمان، ایران mehdizadeh.ar@gmail.com

عکاسی خبری<sup>۱</sup> یکی از قدیمی‌ترین و رایج‌ترین شاخه‌های عکاسی است که با ابعاد مختلف زندگی انسان در ارتباط است. ثبت و روایت صادقانه و بی‌طرفانه وقایع، رویدادها و تحولات گوناگون جوامع انسانی، بی‌کم‌وکاست و بدون جرح و تعدیل از اهداف این شاخه عکاسی است؛ اما از آنجا که، عکاسی رسانه‌ای رمزگذاری شده است که واقعیت را به شکلی همان‌گونه باز نمی‌تاباند (سونسون، ۱۳۸۷: ۵۰)؛ عکس‌های خبری نیز فقط روایتی گزارشی‌گونه و ساده از رویدادهای گوناگون عرضه نمی‌کنند، بلکه به عنوان یک رسانه و واسطه تأثیرگذار هنری، می‌توانند معانی مختلفی را درباره اشخاص، وقایع و رویدادها منتقل کنند و همانند زبان، کارکردهای گوناگونی به خود بگیرند و بیننده را به تأمل، تفکر و قضاوت پیرامون موضوعی فراخوانند و حتی واکنش عملی او را نیز برانگیزند. به عبارت دیگر، همان‌گونه که انسان با به‌کارگیری زبان به اشکال گوناگون (ساده و پیچیده) با دیگران ارتباط برقرار می‌کند و اندیشه، احساس و خواسته‌های خود را بروز می‌دهد و همان‌طور که هر هنرمندی، به واسطه کاربست امکانات و عناصر ابزار بیانی‌اش، مبادرت به انتقال پیام، محتوا و معنای مورد نظر خود به مخاطبان می‌کند، عکاس خبری نیز به مدد نیروی فکر، اندیشه و احساسش، از پشت قاب دوربینش می‌بیند، می‌یابد، برمی‌گزیند و از این طریق، با عکسی که می‌آفریند، نه تنها گزارشی واقع‌بینانه نسبت به افراد، مکان‌ها و رویدادها ارائه می‌کند، بلکه می‌تواند کارکردهای متفاوتی به آن ببخشد. مطالعه و بررسی عکس‌های خبری بر اساس کارکردهای زبانی موجود در حوزه زبان‌شناسی، به گسترش مباحث نظری پیرامون این شاخه عکاسی و شناخت ابعاد گوناگون آن کمک می‌کند. همچنین، از این طریق می‌توان به چارچوبی مفهومی برای نقد و ارزیابی بهتر عکس‌های خبری دست یافت و علاوه بر این‌ها، دانشی نظری و کاربردی برای عکاسان، خبرنگاران و سردبیران فراهم ساخت.

## طرح مسئله

امروزه با توسعه و پیشرفت ابزارهای ارتباطی، عکاسی خبری به شیوه‌ای سریع‌تر و مؤثرتر، وقایع و رویدادهای گوناگون اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، ورزشی و ... را به تصویر می‌کشد. بخش عمده‌ای از آگاهی و شناخت ما از رویدادها و حوادث جهان، به واسطه عکس‌های خبری حاصل می‌شود. عکس‌های خبری، جانشین تجربه مستقیم افراد از وقایع، مکان‌ها و رویدادهای مختلف شده‌اند و به شکل‌ها، کیفیت‌ها و درجه‌های مختلف مخاطبان را تحت تأثیر قرار می‌دهند. پیام در عکس‌های خبری، مانند زبان، می‌تواند در قالب کارکردهای مختلف گزارشی، استنادی، احساسی و ... به دیگران منتقل شود. از این رو و با توجه به ماهیت ارتباطی و خصلت اجتماعی عکاسی خبری، هدف از این پژوهش، تحلیل کارکردهای زبانی عکس‌های خبری است. همچنین، پرسش‌های مطرح‌شده عبارت‌اند از: ۱. چه کارکردهای زبانی در عکس‌های خبری قابل مشاهده است؟ ۲. عکاس، به وسیله چه عواملی می‌تواند به عکس خویش کارکردهای گوناگون زبانی ببخشد؟

## پیشینه پژوهش

پژوهش‌های زیادی پیرامون عکاسی خبری صورت گرفته است. در رابطه با موضوع این مقاله می‌توان به این موارد اشاره کرد: کوبر (۱۳۸۹) در کتاب فتوژورنالیسم تاریخیچه و ویژگی‌های عکاسی خبری را برشمرده و تأثیر برخی عوامل مانند قاب، لحظه عکس‌برداری و لنز و ... را در تولید عکس‌های خبری بررسی کرده است. بلاف (۱۳۷۵) در کتاب فرهنگ دوربین در تقسیم‌بندی انواع عکس‌ها، به جنبه سندگونه و اصلاح‌گرایانه عکاسی خبری و مستند اشاره کرده است. مهدی مقیم‌نژاد (۱۳۹۳) هم در کتاب عکاسی و نظریه به موضوع تأثیرگذاری برخی عکس‌ها در روند رویدادها پرداخته است.

همچنین، شاهرودی (۱۳۸۵) در مقاله "عکس و عکاسی در مطبوعات امروز ایران" به تأثیرگذاری انتشار برخی عکس‌های خبری در روند رویدادهای اجتماعی و سیاسی پرداخته و جایگاه عکاسی خبری را در مطبوعات ایران بررسی کرده است. مهدی‌زاده (۱۳۹۴) نیز در مقاله "بررسی کارکردهای گوناگون عکس‌های مستند اجتماعی بر اساس کارکردهای زبان (نظریه ارتباطی یاکوبسن)" برخی کارکردهای نظریه ارتباطی یاکوبسن: ارجاعی، عاطفی، ترغیبی و هنری را در عکس‌های مستند اجتماعی قابل تحقق دانسته است. در مجموع، به بُعد ارتباطی عکاسی خبری و کارکردهای گوناگون عکس‌های خبری کمتر پرداخته شده که ضرورت این پژوهش را آشکار می‌سازد.

## روش پژوهش

روش انجام این پژوهش، کتابخانه‌ای و رویکرد آن تطبیقی (مقایسه‌ای) است. کارکردهای زبانی نظریه ارتباطی یاکوبسن، چارچوب نظری این پژوهش است. بنابراین، پس از بیان نظریه یاکوبسن، کارکردهای زبانی عکس‌های خبری، با ذکر نمونه‌های تصویری، تحلیل شده‌اند. نمونه‌های منتخب از میان عکس‌های خبری مهم، معروف و تأثیرگذار و یا عکس‌های مربوط به یک رویداد و واقعه مهم هستند.

## چارچوب نظری

### کارکردهای زبانی نظریه یاکوبسن

کارکردهای زبانی از اصطلاحات و مباحث عرصه زبان‌شناسی و ارتباطات است. در این زمینه، کارکردهای زبانی که رومن یاکوبسن<sup>۱</sup> ارائه کرده از جامعیت و معرفیت بیشتری برخوردار است. او برای زبان شش کارکرد ارجاعی، عاطفی، ترغیبی، هنری، همدلی و فرازبانی قائل شده است (گیرو، ۱۳۸۳: ۱۹). به نظر می‌رسد، غیر از کارکردهای همدلی و فرازبانی که مختص زبان هستند، سایر کارکردهای ذکر شده در عکس‌های خبری قابل شناسایی است. یاکوبسن برای تحقق هر ارتباطی، شش عنصر قائل شده است: فرستنده، گیرنده، موضوع، پیام، رمز، تماس (مجرای

ارتباطی). فرستنده، پیامی را به مخاطب ارسال می‌کند. این پیام برای مؤثر واقع شدن باید موضوعی داشته باشد؛ موضوعی که بتوان آن را انتقال داد و مخاطب قادر باشد آن را به روشنی دریافت کند؛ همچنین، به رمزی نیاز است که هم فرستنده و هم مخاطب، یعنی هم کسی که پیام را به رمز درمی‌آورد و هم کسی که رمز را می‌گشاید، آن را به صورت کامل یا حداقل جزئی بشناسند. در هر فرایند ارتباطی، به تماس نیز نیاز است، یعنی به مجرای فیزیکی و پیوندی روانی بین فرستنده و گیرنده که به آن‌ها امکان می‌دهد با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (یاکوبسن، ۱۳۶۹: ۷۷).

از نظر یاکوبسن جهت‌گیری و تأکید روی هر کدام از عناصر این الگوی ارتباطی، موجب بروز کارکردهای خاصی در هر فرایند ارتباط کلامی می‌شود (نمودار ۱).

این کارکردها عبارت‌اند از:

- کارکرد ارجاعی؛<sup>۱</sup> جهت‌گیری به سوی موضوع: هوا بارانی است.
- کارکرد عاطفی؛<sup>۲</sup> جهت‌گیری به سمت فرستنده: چه هوای لطیفی.
- کارکرد ترغیبی؛<sup>۳</sup> جهت‌گیری به سوی گیرنده: بمان تا باران بند آید.
- کارکرد هنری؛<sup>۴</sup> جهت‌گیری و تأکید روی پیام: این رحمت الهی است که فرو می‌ریزد.
- کارکرد همدلی؛<sup>۵</sup> جهت‌گیری به سمت تماس یا مجرای ارتباطی: هوای تمیزی است، نه؟
- کارکرد فرازبانی؛<sup>۶</sup> جهت‌گیری به سوی رمز: این پیش‌بینی وضع هواست.

موضوع (ارجاعی)

فرستنده (عاطفی) | پیام (هنری و زیبایی‌شناسی) | گیرنده (ترغیبی یا حکمی)

مجرای ارتباطی یا تماس (همدلی)

رمز (فرازبانی)

نمودار ۱. انواع کارکردهای مورد نظر یاکوبسن (مهدی‌زاده، ۱۳۹۴: ۵۳).

1. Referential
2. Emotive
3. Conative
4. Poetic
5. Phatic
6. Metalinguistic

تحلیل رومن یا کوبسن در مورد کارکردهای زبان - با اندکی دستکاری - در مورد تمام اشکال ارتباط معتبر است (گیرو، ۱۳۸۳: ۲۰). با توجه به جنبه ارتباطی و اجتماعی عکاسی خبری، برخی از کارکردهای مورد نظر یا کوبسن در عکس‌های خبری نیز قابل شناسایی است که می‌توان از این چارچوب به تحلیل عکس‌های خبری پرداخت. البته شایان ذکر است، همان‌گونه که حتی یک نشانه واحد نیز ممکن است یک یا چند حس، عاطفه، اندیشه و مفهوم را در انسان‌های متفاوت برانگیزد، هر عکس خبری نیز در مخاطبان با پایگاه‌های فکری و فرهنگی متفاوت، برانگیزاننده اندیشه و عواطف گوناگونی است؛ اما نکته اصلی این است که در هر عکس خبری می‌توان به شناسایی یک کارکرد مسلط و غالب پرداخت که قوی‌تر از سایر کارکردها، بر فضای عکس حکم فرمات. به بیان دیگر، در اینجا بایستی از واژه "عناصر غالب" یا کوبسن استفاده کرد. یا کوبسن عنصر غالب را، عنصر مسلط و کانونی یک اثر هنری تعریف می‌کند که سایر عناصر را زیر فرمان دارد، (سلدن و ویدوگون، ۱۳۸۷: ۱۲۴)؛ بنابراین، اگرچه نمی‌توان انکار کرد که عکس‌های خبری، کارکردهای متنوعی را بازمی‌تاباند و حتی ممکن است مخاطبان بر اساس تفاوت‌های فکری، احساسی، فرهنگی و اجتماعی، تأثیرها و کارکردهای متفاوتی از یک عکس بگیرند یا استنباط کنند، ولی در هر عکس خبری، یک کارکرد نسبت به سایر کارکردها، غلبه بیشتری دارد که خود را به مخاطب تحمیل می‌کند و یا حداقل، مخاطبان بیشتری تحت تأثیر آن کارکرد قرار می‌گیرند. هرچند باید در نظر داشت که با گذر زمان ممکن است کارکردهای یک عکس نیز دچار تغییر و دگرگونی شود و از دیگر سو، یک عکس خبری، دیگر عکس خبری در نظر گرفته نشود.

## انواع کارکردهای زبانی عکس‌های خبری

۱. کارکرد ارجاعی: از نظر یا کوبسن، این کارکرد روابط میان پیام و موضوعی که پیام را به آن ارجاع می‌دهد مشخص می‌کند؛ در اینجا مسئله اساسی همانا فرمول‌بندی اطلاعات حقیقی، عینی، قابل مشاهده و اثبات‌پذیر در باب مرجع پیام است (گیرو، ۱۳۸۳: ۲۰). به عبارت دیگر، «در این نقش، جهت‌گیری پیام به سوی موضوع، یعنی محتوا و مضمون پیام است و به صورت جمله‌ای اخباری که از طریق قرائن و شواهد محیطی قابل تصدیق و تکذیب است ظاهر می‌شود، مانند امروز باران می‌بارد» (صفوی، ۱۳۸۳: ۳۲).

به دلیل شباهتی که میان عکس خبری و واقعیت بیرونی برقرار است، این کارکرد تقریباً در همه عکس‌های خبری دیده می‌شود. عکس‌هایی که مخاطب به وسیله مشاهده عناصر درونی عکس، از شخصیت، موضوع یا رویدادی با خبر می‌شود و اطلاعاتی حقیقی و اثبات‌پذیر نسبت به آن دریافت می‌کند (تصویرهای ۱ و ۲ و ۳). عکاسی خبری، بر مبنای خصلت ذاتی عکاسی، یعنی توانایی این رسانه در ثبت و شکار لحظه‌ها و وقایع دنیای بیرونی، استوار است و هدف اصلی عکاسان خبری از آغاز تا به امروز، ثبت و روایت کردن وقایع و رویدادهای گوناگون جامعه انسانی به شکلی عینی، دقیق و بدون دخل و تصرف بوده است. بدین منظور، عکاس خبری، با انتخاب قابی متعارف و عادی، تلاش می‌کند تنها به

وقایع‌نگاری صریح از رخدادها و موضوع‌های پیش‌رویش بپردازد. زیرا یکی از اهداف او، آگاه کردن جهانیان از وضع افرادی است که در عکس‌نشان داده می‌شوند (کوبر، ۱۳۸۹: ۲۲۶).



تصویر ۱. گاندی، مارگارت بورک وایت، ۱۹۴۶ (URI:1)



تصویر ۲. خودسوزی راهب بودایی، مالکم براون، ۱۹۶۳ (کوبر، ۱۳۸۹: ۲۹۴)



تصویر ۳. انفجار کشتی هوایی، سام شر، ۱۹۳۷ (کوبر، ۱۳۸۹: ۲۳۴)

به هر روی، این گونه از عکس‌ها، بر مبنای کارکرد ارجاعی شان، اطلاعاتی واقعی، درست، صحیح و قابل اثبات به مخاطب انتقال می‌دهند. حتی برخی از عکاسان خبری سعی می‌کنند تا حد امکان، حضور و عاملیت خود را به حداقل رسانده و نامحسوس سازند تا بیننده متقاعد شود که موضوع را بی‌واسطه و مستقیم می‌بیند. از این رو، همان‌طور که بارت<sup>۱</sup> و جان برگر<sup>۲</sup>، عدم دخالت عامل انسانی در تولید تصویر و ضبط مکانیکی توسط دوربین را تضمین‌کننده عینیت می‌دانند (مقیم‌نژاد، ۱۳۹۳: ۹۵)؛ در عکس‌های با کارکرد ارجاعی، کمترین دخالت قوای فکری و احساسی عامل انسانی (عکاس) دیده می‌شود. آنچه در این عکس‌ها بیشتر خودنمایی می‌کند، عاملیت و حضور دوربین عکاسی به عنوان ابزاری مکانیکی است که از آن برای ثبت وقایع و رخداد‌های جامعه انسانی به شکلی بی‌طرفانه، مستقیم و بی‌کم‌وکاست استفاده شده است. افزون بر این، عکس‌های با کارکرد ارجاعی، روایتی صریح و ساده از یک موضوع یا شخصیت ارائه می‌کنند و فهم دنیای آن‌ها چندان دشوار و پیچیده نیست.

در این عکس‌ها، زاویه دید و نمایی عادی و متعارف از صحنه و رویداد به تصویر کشیده می‌شود تا بیننده متقاعد شود با روایتی صادق روبه‌رو است که اگر خودش هم در صحنه بود، همین صحنه را می‌دید. از این نظر، زمانی می‌توان از غلبه کارکرد ارجاعی در عکس خبری سخن گفت که عکس مورد نظر، اطلاعات و پیامی روشن و شفاف به مخاطب منتقل می‌کند و مخاطب نیز عکس را سندی قابل اتکا از یک اتفاق و رویداد می‌داند؛ در واقع، به همان شکلی که انسان‌ها از زبان روزمره برای بیان خواسته‌های خود استفاده می‌کنند و همان‌طور که در برخی مواقع، موضوع و پیامی خاص، از طریق به‌کارگیری زبانی روشن و ساده و تا حد ممکن به دور از پیچیدگی کلامی، به دیگران انتقال داده می‌شود (احمدی، ۱۳۷۰: ۱۳۸)؛ عکاس نیز با قاب‌گذاری بر موضوعی از زاویه‌ای متعارف و معمول و با به‌کارگیری قابی ساده، پیام مورد نظر را به شکلی مستقیم، شفاف و بدون کنایه و ابهام منتقل می‌کند.

بنابراین، به‌طور طبیعی، در عکس‌های با کارکرد ارجاعی، کمتر نشانی از روش‌های خاص ابداعی و شگردهای هنری وجود دارد. غلبه کارکرد ارجاعی در عکس‌های خبری باعث می‌شود این عکس‌ها، مانند شاهد و گواهی در نظر گرفته شوند و حتی مبنای تصمیم‌گیری قرار گیرند. زیرا در واقع، در عکس‌های با کارکرد ارجاعی، بنا به قول پل استرن<sup>۳</sup>، عکاس برای آنچه پیش رویش است (واقعیت)، احترامی واقعی قائل شده است (استرن، ۱۹۹۶: ۱۳۶). عکس‌های با کارکرد ارجاعی، به‌طور معمول دارای قاب و زاویه دیدی معمول و متعارف (باز یا بسته) هستند تا اطلاعاتی

1. Barthes
2. John Berger
3. Poul Strand

را پیرامون موضوع، رویداد یا شخصیتی انتقال دهند و عکاس، موضوع را از زوایای عادی و متعارف در درون قاب عکس خود جای داده و از امکانات فنی و شگردهای بصری خاصی استفاده نکرده تا تحریف و دستکاری در موضوع رخ ندهد.

در مجموع، دو خصلت اصلی عکاسی خبری یعنی بی‌طرفی و آگاهی دادن در کارکرد ارجاعی نسبت به سایر کارکردها، ظهور و نمود بیشتری دارند. بی‌طرفی به این معناست که عکاس خبری، بازتاب‌دهنده منصف و واقعی صحنه‌ای است که در آن حضور دارد. او راوی حقیقت‌گو و چشم حقیقت‌بین خوانندگانی است که در صحنه رویداد حضور ندارند. آگاهی دادن هم یعنی عکاس آنچه را در صحنه روی می‌دهد، بی‌کم و کاست به بیننده عکس منتقل می‌کند تا روایتی کامل را از حادثه به دست آورد (کوبر، ۱۳۸۹: ۶).

**۲. کارکرد عاطفی:** «نگرش گوینده درباره آنچه بیان می‌کند، در کارکرد به اصطلاح عاطفی یا کارکردی که "زبان حال" گوینده است مستقیماً تجلی می‌یابد. این نقش زبان، تأثیری از احساس خاص گوینده را به وجود می‌آورد» (یاکوبسن، ۱۳۶۹: ۷۸)؛ به عبارت دیگر، «این کارکرد روابط میان پیام و فرستنده را رقم می‌زند. هنگامی که ما - به وسیله زبان یا به وسیله هر شیوه دلالتی دیگر - ارتباط برقرار می‌کنیم، اندیشه‌هایی را در باب ماهیت مرجع پیام بیان می‌کنیم؛ اما در عین حال می‌توانیم نگرش خود را نسبت به آن موضوع هم ابراز کنیم و بگوییم آن پدیده به نظر ما خوب است یا بد، زشت است یا زیبا، مطلوب است یا منفور، مؤدبانه است یا تمسخرآمیز» (گیرو، ۱۳۸۳: ۲۰). مانند: چه هوای لطیفی. کارکرد عاطفی بیانگر این دیدگاه است که «عکاسی، رسانه‌ای قدرتمند برای بیان حالات است» (جی و هورن، ۱۳۸۸: ۱۲۹). این کارکرد در عکس‌های خبری، زمانی خود را آشکار می‌سازد که عکاس، تنها به ثبت آنچه پیش چشمش بوده یا رخ داده، نپرداخته است، بلکه به جای ثبت و روایت کردن ساده موضوع و واقعه، به شکلی کنایه‌آمیز دیدگاه و احساس خویش را درباره آن بیان کرده است. اگرچه هر عکاسی تحت تأثیر قوای فکری و احساسی خویش، به عکاسی از موضوع و رویدادی مبادرت می‌ورزد و با عکسی که خلق کرده، به اظهار نظر پیرامون پدیده‌ای می‌پردازد؛ با این همه، در برخی عکس‌های خبری، عواطف انسانی موج می‌زند. در واقع، کارکرد عاطفی را می‌توان مطابق این دیدگاه دانست که «عکس‌ها، نه تنها گواه آن چیزی هستند که وجود دارد، بلکه شاهدهی بر آن چیزی هستند که فرد می‌بیند، البته نه فقط برای ثبت کردن بلکه برای نوعی ارزیابی نمودن جهان» (سونتاگ، ۱۹۷۷: ۸۸). به عبارت دیگر، با توجه به خصلت عکس خبری که با انواع وقایع و حوادث مهم زندگی بشر سروکار دارد، عکاس خبری در مقام انسانی تیزبین، علاوه بر روایت این وقایع، به اظهار نظر پیرامون آن‌ها نیز روی می‌آورد. او چیزهایی از زندگی بشر را ستایش یا نکوهش می‌کند. بنابراین، عکس‌های خبری، از جنبه‌ای، حاصل و پیامد تعمق عکاس در پدیده‌های انسانی و قضاوت عاطفی و عقلی او پیرامون اشخاص، وقایع و رخداد‌های گوناگون اجتماعی هستند. بدین شکل که عکاس خبری با قاب‌گذاری



بر گوشه‌ای از یک رویداد و در لحظه‌های خاص، می‌کوشد لحظه‌های خاصی را به چنگ آورد و اندیشه‌خویش را پیرامون موضوعی بیان کند (تصویر ۴ و ۵).



تصویر ۴. پنتاگون، ریپورد، ۱۹۶۷ (URL:2)



تصویر ۵. گاندی، بورک وایت، ۱۹۴۶ (کریم مسیحی، ۱۳۸۸: ۱۰۴)

در حالی که در عکس‌های با کارکرد ارجاعی، بیشتر با برداشت، ثبت و گزارش یک رویداد روبه‌رو می‌شویم، در عکس‌های با کارکرد عاطفی، با تفسیر یک رویداد مواجه‌ایم. «هر عکس علاوه بر معنای ظاهری و سطحی‌ای که در نگاه اول به ذهن بیننده متبادر می‌کند، معنای پنهان یا ضمنی‌ای دارد که حتی در مواردی می‌تواند مغایر با معنای اولیه باشد و نیازمند تعمق و تأمل بیشتری است» (عمادالدین، ۱۳۹۹: ۹۶). این موضوع درباره‌ی عکس‌های خبری نیز صادق است. برای نمونه می‌توان دو عکسی را که از گاندی گرفته شده است، با یکدیگر مقایسه کرد. اگرچه در هر دو عکس، عناصری از شخصیت و منش گاندی وجود دارد؛ اما برخلاف تصویر ۱ که ثبت و روایتی ساده و گزارش‌گونه از شخصیت و زندگی گاندی است، در تصویر ۵ عکاس با انتخاب قابی مناسب و ترکیب‌بندی دقیق و سنجیده و حالت ضد نور دادن به چرخ نخ‌ریسی، به تفسیر شخصیت گاندی پرداخته و به زبان تصویر، اندیشه و هدف او را بیان کرده است. به طوری که می‌توان چنین خوانشی از عکس ارائه داد:

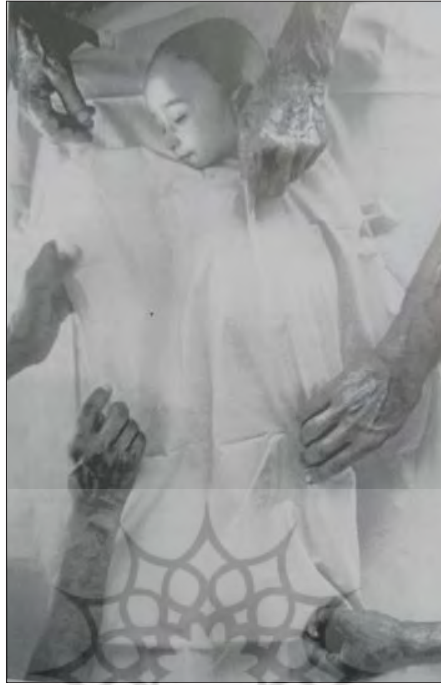
گانندی، تجسم سکون است. تصور گاندی پر تحرک دشوار به دست می‌آید و آسان از دست می‌رود. از این روست که او را آرام و صبور، سر به زیر افکنده، با دستی افتاده بر کف، در حال مطالعه، در مرکز عکس و مرکز اتاق می‌بینیم. او، در میان کاغذهای در دستش در پی گریز گاهی ست برای نجات و رستگاری و آرامش جمعیتی کلان، بسیار کلان (کریم مسیحی، ۱۳۸۸: ۱۰۵).

در تصویر ۶ نیز کارکرد عاطفی غلبه دارد. عکس مربوط به کودک افغانی است که از شمال افغانستان برای رهایی از جنگ به پاکستان پناه آورده، اما به خاطر خشک شدن آب بدنش فوت شده است. زاویه، قاب و نمایی که عکاس برگزیده است به عکس کارکردی عاطفی بخشیده است. در واقع، عکاس این واقعه غم‌انگیز را فقط ثبت نکرده، بلکه تفسیر کرده است:

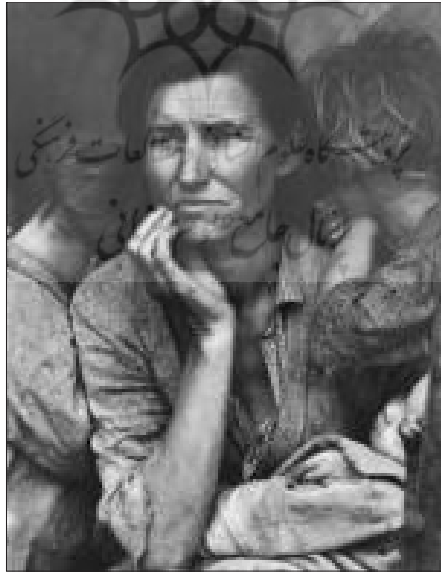
عکس از بالا گرفته شده، از نگاه قهار دوربین به کودک کفن‌پوش مقهور، زیر نگاه چشم‌هایی که از بالای گور روباز نگاهش می‌کنند، کودک مقهور دوربین و نگاه‌ها بوده، همچنان که در زندگی بسیار کوتاهش مقهور بزرگسالان بوده، بزرگسالانی که در عمق چاه بی‌خردی برای او تصمیم می‌گرفتند، تصمیم‌هایی مرگبار (همان: ۱۹۰).

همچنین، عکس مادر مهاجر از دورتی لانگ<sup>۱</sup> دارای کارکرد عاطفی بسیار بالایی است (تصویر ۷). تأثیرگذاری عاطفی و ماندگاری عکس، به دلیل هم‌نشینی دقیق و سامان‌یافته عناصر درون قاب عکس در لحظه‌ای خاص و مناسب است: استفاده از قابی بسته، قرارگیری مادر در مرکز عکس، حالت دستش و نگاه عمیق او به خارج از عکس و حالت و مکانی که بچه‌ها در عکس اشغال کرده‌اند. به هر تقدیر، نوع قاب انتخابی (عمودی یا افقی و باز یا بسته) و تغییر زاویه دید می‌تواند کارکردی عاطفی به عکس ببخشد. مانند تصویر ۸ که عکاس با انتخاب قابی بسته و نمایی درشت از انسانی رنجور، عکسی آفریده که شبیه تندیس نمادین از در ماندگی انسان می‌ماند و بیننده را به تفکر وامی‌دارد. نمای درشت ارتباط نزدیکی بین موضوع و بیننده برقرار می‌کند، در نمای درشت، موضوع چه از غم و رنج در هم رفته باشد، چه از شدت خوشی غرق در شادی باشد، همدلی بیننده را برمی‌انگیزد. همچنین، نمای درشت یا کلوزآپ عنصری را از بقیه جدا کرده و بر آن تأکید می‌کند، عدسی تله فوتو میدان دید را کاهش می‌دهد و پس زمینه و پیش‌زمینه را ناواضح می‌کند و موضوع را از عوامل ناخواسته جدا می‌کند (کویر، ۱۳۸۹: ۲۷). از این نظر، در تصویر ۸، عکاس به واسطه انتخاب قابی بسته و گرفتن عکس در لحظه‌ای خاص، توانسته توجه بیننده را به چهره نحیف، چشمان بسته و دست‌های سوخته جلب و حالت یاس و ناامیدی آن را به خوبی منتقل کرده و دیدگاه خود را پیرامون مشکلات و مصائب امروزی بشر بیان کند و عاطفه بیننده را برانگیزد. به هر حال، برخلاف عکس‌های با کارکرد ارجاعی که درباره موضوعی اطلاع‌رسانی می‌کنند، عکس‌های عاطفی، بیانگر احساس، دیدگاه و موضع عکاس پیرامون موضوعی هستند که عکاس سعی کرده آن را با مخاطب به اشتراک بگذارد. به همین دلیل، عکس‌های عاطفی بیننده را به گریه، خنده، شگفتی و یا کنجکاوی وامی‌دارند.

1. Dorothea long



تصویر ۶. اریک رفتر، پاکستان، ۲۰۰۱ (کریم مسیحی، ۱۳۸۸: ۱۸۸)



تصویر ۷. (مادر مهاجر، دورتیلانگ ۱۹۳۶ URL: ۳)



تصویر ۸. انسان درمانده، سالگادو، ۱۹۸۲ (شاهرودی، ۱۳۸۵: ۵)

در عکس‌های عاطفی، عکاس نه تنها دردمندانه جست‌وجو کرده و یافته، بلکه سعی کرده دین خود را به موضوع بیان کند. عکس‌های ارجاعی، اطلاعاتی را پیرامون موضوع منتقل می‌کنند که ممکن است با گذشت زمان از اعتبار آن‌ها کاسته شود و عکس صرفاً به عنوان سندی از یک رویداد مورد استفاده قرار گیرد. در حالی که عکس‌های عاطفی را می‌توان به‌مثابه آثاری نمادین و ماندگار دانست که همواره مفاهیمی عمیق به بیننده یادآوری می‌کنند. در واقع، عکس‌های عاطفی تفسیرکننده و روشن‌گر و تأمل‌برانگیزند. از دیگر سو، برخلاف عکس‌های با کارکرد ارجاعی که از صراحت معنایی برخوردارند، عکس‌های با کارکرد عاطفی، معانی و مفاهیم ضمنی را در خود پنهان دارند و دارای لایه‌های متعدد معنایی هستند و مخاطب را به تأمل و تفکر وامی‌دارند. از این رو، مخاطب در مواجهه با عکس‌های عاطفی به جای دریافت اطلاعاتی واضح و آشکار پیرامون یک موضوع یا رویداد، به تأمل و تفکر پیرامون آن می‌پردازد و به جای تماشای آنچه در قاب عکس قرار گرفته، به تفسیر آن مبادرت می‌ورزد.

**۳. کارکرد ترغیبی:** بر مبنای نظر یاکوبسن، جهت‌گیری پیام به سوی مخاطب و کارکرد ترغیبی زبان، بارزترین تجلی خود را در دستور زبان، به صورت ندایی و وجه امری می‌یابد. جمله‌های امری به کلی با جمله‌های اخباری تفاوت دارند: می‌توان درستی جمله‌های اخباری را سنجید، اما جمله‌های امری چنین نیستند (یاکوبسن، ۱۳۶۹: ۷۹). به بیان دیگر، «این کارکرد روابط میان پیام و گیرنده را مشخص می‌کند، زیرا هدف هر گونه ارتباطی ایجاد واکنش نزد گیرنده است. حکم می‌تواند عقل‌گیرنده یا احساس او را آماج خود قرار دهد؛ زیرا هدف هر ارتباط ایجاد واکنش در گیرنده است» (گیرو، ۱۳۸۳: ۲۱). مانند: یک لیوان آب به من بده.

به نظر می‌رسد در مورد عکس‌های خبری، این کارکرد با کارکرد عاطفی درآمیخته است. به بیان دیگر، زمانی که عکاس، عاطفه و احساس خویش را پیرامون موضوعی بیان می‌کند، طبیعتاً می‌تواند

احساس و عاطفه مخاطب را نیز برانگیزد. با این حال، آنچه کارکرد ترغیبی را از کارکرد عاطفی متمایز می‌کند، پیامد و نتیجه‌ای است که از بروز این کارکرد در مخاطب ایجاد می‌شود. در کارکرد عاطفی، عکاس، تحت تأثیر عاطفه و احساس یا اندیشه خویش، موضوعی را در عکس خود جای داده است که عواطف سایرین را نیز با خود درگیر می‌کند. اما تأثیر آن به حدی نیست که بیننده را به واکنشی عملی وادارد. در حالی که هدف کارکرد ترغیبی، تأثیرگذاری عمیق و شدید بر فکر و احساس مخاطب و مهم‌تر از آن، برانگیختن واکنش عملی اوست. زیرا در اینجا هدف عکاس، تغییر و اصلاح به وسیله عکس است. همان‌گونه که لوئیس هاین می‌گفت: «می‌خواستم چیزهایی را که باید اصلاح شوند نشان دهم؛ می‌خواستم چیزهایی را که باید قدرشان دانسته شود، نشان دهم» (بلاف، ۱۳۷۵: ۸۴). به‌طور مشخص، این کارکرد، زاده هدف معطوف به تغییر و اصلاح‌گری است. عکاس می‌خواهد با عکسی که می‌آفریند، عکس‌العمل دیگران را برانگیزد و از این طریق، بر روند رویدادها تأثیر بگذارد. به عبارت دیگر، این کارکرد بر مبنای این دیدگاه است که «عکس اصلاح می‌کند، آموزش می‌دهد، روشن‌گر است و حکومت‌ها را وادار به عمل می‌کند» (کوبر، ۱۳۸۹: ۲۶۵). نمونه‌های تاریخی فراوانی قابل ذکر است که انتشار یک عکس خبری باعث تغییر قوانین و وضع شرایط جدید شده است. برای مثال عکس‌های لوئیس هاین از کارگران خردسال باعث تغییر قانون کار کودکان در آمریکا شد (تصویر ۹). انتشار عکس‌های کشاورزان در مطبوعات دهه ۳۰ آمریکا باعث تدوین قوانین تازه‌ای برای بهبود وضع زندگی آنان در روستاها و در نتیجه توقف مهاجرت آنان به شهرها شد. عکس‌های جاکوب ریس در سال ۱۸۸۷ باعث انجام اصلاحات قابل توجهی توسط دولت شد. در ایران انتشار عکس ملاقات همافران با امام (تصویر ۱۰)، موج حرکت‌های تازه‌ای به جوشش‌های مردمی داد. تا جایی که دولت به‌طور رسمی در مقابل آن موضع‌گیری و آن را مونتاز شده اعلام کرد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی



تصویر ۹. کارگر خردسال، لوئیس هاین، ۱۹۰۸ (جی و هورن، ۱۳۸۸: ۹۰)



تصویر ۱۰. ملاقات همافران با امام، حسین پرتوی (شاهرودی، ۱۳۸۵: ۴)



تصویر ۱۱. کودک گرسنه، سودان، کوین کارتر، ۱۹۹۳ (کوپر، ۱۳۸۹: ۳۲۲)



تصویر ۱۲. اعدام ویت‌گنگ، ادی آدامز، ۱۹۶۸ (همان)

در برخی از عکس‌ها با کارکرد ترغیبی، رد پای قوی و تأثیرگذار قاب و لحظه گرفتن عکس بیشتر خودنمایی می‌کند. برخلاف عکس‌های با کارکرد ارجاعی، که عکاس به ثبت و روایت مستقیم و صریح رویدادهای پیرامونش می‌پردازد و از قابی عادی و متعارف استفاده می‌کند، در عکس‌های



با کارکرد ترغیبی، عکاس، سوژه‌هایی را که درخور توجه و تأمل می‌داند، برمی‌گزیند و به‌گونه‌ای در قاب عکس جای می‌دهد که چنان تأثیری بر مخاطب بگذارد تا او را به انجام کاری، وادار کند. در این میان، از همنشینی عناصر با یکدیگر در لحظاتی کم‌نظیر و استثنایی و تحریک‌کننده نیز سود می‌جوید؛ (تصویرهای ۱۱ و ۱۲). تصویر ۱۱ مربوط به قحطی در افریقا است که واکنش‌های شدید مردمی را در پی داشت. کارکرد ترغیبی این عکس، به‌وسیلهٔ قاب‌گذاری از زاویه‌ای مناسب و به‌تبع آن، همنشینی عناصری متضاد در لحظه‌ای تأثیرگذار و پرمعنا حاصل شده است. یعنی لحظه‌ای که کودک از شدت گرسنگی به زمین افتاده و در همین لحظه، کرکسی پشت سر او نشسته است. تأثیرگذاری این عکس به‌گونه‌ای بود که عده‌ای عکاس را سرزنش کردند که تنها به فکر تهیهٔ عکس بوده و سرنوشت کودک گرسنه برایش مهم نبوده است. نمونه‌ای دیگر، عکس مشهور اعدام یک ویت‌کنگ است. کارکرد ترغیبی این عکس به حدی بود که انتشار آن در نیویورک‌تایمز، تظاهرات مردم آمریکا را علیه حضور آمریکا در ویتنام در پی داشت (کوبر، ۱۳۸۹: ۲۱۴). در این عکس نیز یک لحظهٔ تأثیربرانگیز ثبت و روایت شده است.

۴. **کارکرد هنری:** «یاکوبسن این کارکرد را، همچون رابطه میان پیام و خودش تعریف می‌کند. نمونهٔ برجسته کارکرد زیبایی‌شناختی در آثار هنری دیده می‌شود؛ جایی که مرجع پیام خود پیام است؛ و این پیام دیگر ابزار ارتباط نیست؛ بلکه موضوع آن است» (گیرو، ۱۳۸۳: ۲۲).

زبان‌شناسان در این نکته متفق‌القولند که زبان در گام نخست ابزار ایجاد ارتباط است. در هر فرایند ارتباط پیامی از سوی گوینده به مخاطب ارسال می‌شود. این پیام، به کمک مجموعه‌ای از واژه‌های یک زبان که بر روی محور همنشینی قرار گرفته‌اند، انتقال می‌یابد. همنشینی واژه‌ها بر روی این محور تابع قواعدی است و حاصل این همنشینی؛ باری اطلاعاتی است که از طریق پیام انتقال می‌یابد و از طریق گزاره‌های انباشته‌شده در ذهن مخاطب محک زده می‌شود. حال اگر به هر طریق، پیام به شکلی انتقال یابد که ارزشش بیش از بار اطلاعاتی باشد، توجه به سمت خود پیام معطوف خواهد شد. در چنین شرایطی به قلمرو نقش ادبی زبان گام نهاده‌ایم (صفوی، ۱۳۸۳: ۳۶).

مثلاً به جای اینکه بگوییم باران می‌بارد، بگوییم این رحمت الهی است که از آسمان فرومی‌ریزد. اگرچه وظیفهٔ عکاس خبری روایت یک واقعه یا رویداد خاص، بی‌کم‌وکاست و بی‌جرح و تعدیل است، با این همه، برخی عکس‌های خبری، به‌واسطهٔ ساختمان صوری و نحوهٔ سازماندهی عناصر در قاب عکس، توجه بیننده را به خود جلب می‌کنند (تصویرهای ۱۳، ۱۴، ۱۵ و ۱۶). بنابراین، کارکرد هنری و زیبایی‌شناختی زمانی خود را نشان می‌دهد که روابط درونی عکس برای عکاس اولویت داشته و موضوع‌ها و وقایع جهان پیرامون، بهانه‌ای برای مکاشفهٔ بصری و زیبایی‌شناسی عکاس بوده‌اند. در کارکرد هنری، عکس‌ها به جای گزارش یک موضوع، دارای جذبه، تعادل و تناسب، شگفتی، کشش و ظرافت بصری‌اند. هدف عکاس، سامان‌بخشی عناصر جهان واقعی

در قالبی بصری بوده است. در عکس‌های با کارکرد هنری، عکاس از جهان واقعی و سوژه‌ها، آشنایی‌زدایی می‌کند و آن را به گونه‌ای در عکس جای می‌دهد تا به جای ارجاع مخاطب به واقعیتی اجتماعی، توجه او را به ساختمان‌های بصری عکس و نحوه ترکیب عناصر با یکدیگر جلب کند.



تصویر ۱۳. شبه‌نظامیان تامیل، نجوی، ۱۹۸۶ (کریم مسیحی، ۱۳۸۸: ۱۷۴)



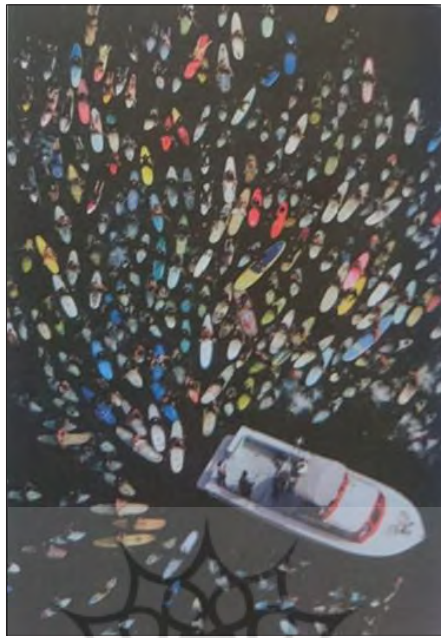
تصویر ۱۴. دو نفری که پلیس به دلیل مصرف الکل و ایجاد ناامنی دستگیر کرده، چهره خود را از عکاس مخفی کرده‌اند.

ویچی، ۱۹۳۸ (کوبر، ۱۳۸۹: ۲۵۷)



تصویر ۱۵. تظاهرات خیابانی، رابرت فرانک، ۱۹۵۶ (مقیم‌نژاد، ۱۳۹۳: ۲۴۵)





**تصویر ۱۶.** کی. سی آلفرد. سن دیگو. مراسم بزرگداشت جوان موج سوار (کوبر، ۱۳۸۹: ۱۵۶)

برای مثال، در تصویر ۱۵ و تصویر ۱۶، دغدغه عکاس، تهیه گزارشی از رویداد و یا برانگیختن حس و عاطفه‌ای درون مخاطب نبوده است. بلکه با انتخاب قابی جسورانه، عناصری را از دنیای واقعی برش داده و به گونه‌ای در عکس با یکدیگر ترکیب کرده که در عوض ارجاع به موضوع، حس زیبایی‌شناسی مخاطب را برمی‌انگیزد و حظی بصری به او می‌بخشد. از سوی دیگر، عمر عکس‌های خبری لحظه‌ای یا عکس‌های با کارکرد ارجاعی و حتی عاطفی و ترغیبی با گذشت زمان ممکن است به سر آید و عکس‌ها تنها جنبه مستند به خود بگیرند، اما عکس‌های دارای کارکرد هنری، می‌توانند همواره توجه بیننده را به خود جلب کنند و به عنوان آثاری ارزشمند از جنبه زیبایی‌شناسی، محل بحث و گفت‌وگو قرار گیرند. کارکرد هنری نیز در عکس‌های خبری به واسطه قاب انتخابی و لحظه‌ای که عکاس برای ثبت عکس برگزیده، به وجود می‌آید.

اساساً دو عنصر قاب و لحظه گرفتن عکس را بایستی از عناصر و ابزارهای اصلی عکاس خبری برای تولید کارکردهای گوناگون دانست. حال به تشریح نقش و جایگاه این دو عنصر مهم در عکاسی خبری می‌پردازیم. یاکوبسن در پاسخ به این پرسش که معیار شناخت انواع کارکردها چیست؟ می‌گوید باید دو وجه اساسی در حیطه زبان یعنی انتخاب واژگان (محور جانشینی) و ترکیب واژگان (محور همنشینی) را بررسی کنیم (یاکوبسن، ۱۳۶۹: ۸۲). منظور از محور همنشینی،

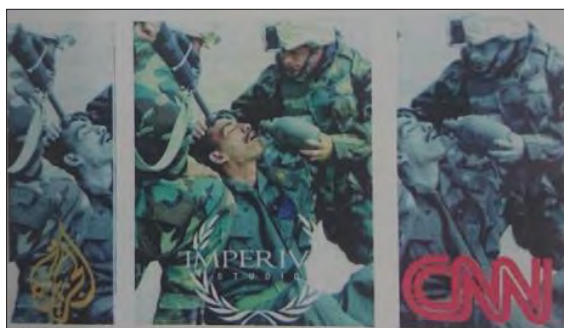
چگونگی قرارگیری عناصر در کنار هم و محور جانشینی، چگونگی جایگزینی عناصر به جای هم است. به بیان دیگر، همنشینی، بیانگر نحوه ترکیب عناصر حاضر در یک متن است و جانشینی، به عناصری برمی‌گردد که در متن، حضور ندارند.

در حیطه زبان، فرستنده، کلمات مشخصی را برمی‌گزیند (جانشینی) و با ترکیب آن‌ها (همنشینی)، معنای مورد نظر و مقصود خود را به گیرنده منتقل می‌کند. ترجیح یک کلمه و همنشینی آن با سایر کلمه‌ها در یک جمله، از عوامل مؤثر در تولید معنا و کارکرد است. با توجه به اینکه هر رسانه‌ای قابلیت‌ها و محدودیت‌های خاص خود را دارد، عکاس خبری نیز برای ثبت و روایت آنچه برگزیده است با امکانات و قابلیت‌های ویژه رسانه خویش روبه‌روست. صداقت، راستگویی و آگاهی‌بخشی و روایت بی‌کم‌وکاست یک رویداد از اصلی‌ترین خصوصیات عکاسی خبری دانسته می‌شود. از این رو، عکاس خبری در استفاده از امکانات دوربین و تمهیدات بصری خاص که جنبه واقع‌نمایانه، راستگویانه و سندگونه عکس را مخدوش می‌سازد، با محدودیت‌ها و ملاحظاتی مواجه است.

در این میان، عکاس خبری برای مواجهه با سوژه‌های مورد نظرش می‌تواند از دو امکان و قابلیت رسانه عکاسی بهره‌گیرد: یکی قاب و دیگری لحظه ثبت عکس. همان‌طور که نویسنده یا گوینده به‌واسطه اصل جانشینی و همنشینی، جمله‌های خویش را می‌سازد و متن‌هایی با کارکردهای متفاوت می‌آفریند، عکاس نیز به‌وسیله نحوه قاب‌گذاری و لحظه ثبت سوژه و گرفتن عکس، به جانشینی و همنشینی عناصر یک واقعه و رویداد می‌پردازد و عکس‌هایی با کارکرد و تأثیرهای متفاوت خلق می‌کند. به بیان دیگر، عکاس با چگونگی به‌کارگیری قاب و لحظه ثبت عکس به پرسش‌های خود در مواجهه با وقایع دنیای بیرونی پاسخ می‌دهد: اینکه چه موضوع، شخص و پدیده‌ای را برگزیند؟ از چه زاویه‌ای بر آن قاب بگذارد؟ در چه لحظه‌ای آن را ثبت کند؟ از چه لنز و دیافراگمی استفاده کند؟ از چه نوع قابی (عمودی یا افقی، باز یا بسته) استفاده کند؟ به طور کلی چگونه موضوع انتخابی را روایت کند؟

پاسخی که عکاس از طریق قاب و لحظه، به پرسش‌های مطرح‌شده می‌دهد، سبب خلق عکس‌هایی با قابلیت‌ها و کارکردهای متفاوت می‌شود. اهمیت قاب عکس در ایجاد کارکردهای مختلف به این مسئله نیز برمی‌گردد که محورهای عمودی و افقی در بازنمایی‌های تصویری، ابعاد و نقشی خنثی ندارند (چندلر، ۱۳۸۷: ۱۳۸)؛ بنابراین، قاب عمودی یا افقی یک عکس و زوایای چپ یا راست و بالا یا پایین آن، هر کدام دلالت‌های ضمنی و تأثیر و کارکرد خاص خود را ایجاد می‌کنند. قاب انتخابی تعیین می‌کند چه عناصری و چگونه درون قاب عکس سامان یافته‌اند. قاب، زاویه انتخابی، نوع لنز و لحظه ثبت عکس از عواملی هستند که عکاس به مدد آن‌ها می‌تواند بر یک عنصر در عکس خویش تأکید کند و آن را نسبت به سایر عناصر برجسته سازد. نقش قاب در عکس این گونه است که «عکاس می‌تواند به‌سادگی با حرکت دادن سرش به‌اندازه یک میلی‌متر، تطابق خط را

برقرار سازد. می‌تواند با اندکی خمیدن زانوها، پرسپکتیوها را تغییر دهد. او با قرار دادن دوربین در فاصله‌ای نزدیک‌تر یا دورتر از موضوع، شاخ و برگ می‌دهد؛ با این کار ممکن است موضوع تابع عکاس بشود و یا عکاس تحت سلطه موضوع درآید» (برسون، ۱۳۸۸: ۸۷).



تصویر ۱۷. جنگ آمریکا با عراق (نیرومند، ۱۳۹۲: ۷۳)

نقش قاب در ایجاد عکس‌های با تأثیرگذاری و کارکردهای متفاوت را می‌توان در موضوعی که با سه قاب متفاوت نشان داده شده است؛ به‌خوبی دید. با حذف عناصری از عکس اصلی (وسط)، سه روایت متفاوت از یک موضوع به تصویر کشیده شده است. عکاس می‌تواند با قاب، زوایای مختلفی را انتخاب و عکس‌هایی با کارکردهای متفاوت خلق کند. برای مثال، زاویه دید نامتعارف موجب می‌شود که یک صحنه کاملاً عادی، به صحنه بدیع تبدیل شود. زاویه بالا و پایین چشم‌انداز جدید ایجاد می‌کند. آدم‌ها در بیشتر مواقع، محیط خود را از افقی نشسته یا ایستاده می‌بینند. کاس می‌تواند با تغییر ارتفاع دوربین به عکس خود جذابیت بدهد... و بیننده را با چشم‌انداز تازه‌ای از موضوع روبه‌رو کند.

نمای انتخابی نیز از عواملی است که عکاس می‌تواند بدان متوسل شود: نمای سراسری همان صحنه را در منزل به خواننده یا بیننده عکس ارائه می‌کند، نمای سراسری این امکان را طوری برای بیننده فراهم می‌کند که گویی خود در سر صحنه‌ها حاضر بوده است. نمای متوسط، واقعه را به‌طور معمول بازگو می‌کند. نمای وسیع و عدسی واید عناصر مورد نظر را در یک قاب تصویر گرد هم می‌آورد و روایتی گسترده از موضوع و مفهوم به دست می‌دهد. به هر حال، هر نمایی، تأثیر و کارکرد خاصی را به جا می‌گذارد. نمای بسته، تمرکز بیننده را به‌سوی یک قسمت می‌کشاند. لنز واید به عکاس امکان می‌دهد که عکس‌هایی با چندین پلان بگیرد علاوه بر موضوع اصلی در میان‌زمینه، عوامل پیش‌زمینه و پس‌زمینه، روابط موضوع را با محیطش بهتر بازگو می‌کنند. مارگارت بورک وایت، عضو اصلی لایف، همیشه در مأموریت‌های عکاسی از نماهای سراسری زیاد عکاسی

می‌کرد. او گفته بود که بدین وسیله می‌خواهد سردبیر نشریه در نیویورک با دیدن موقعیت و محل عکاس، بقیه عکس‌ها را بهتر درک و تفسیر کند (کوبر، ۱۳۸۹: ۲۵-۲۹).

از دیگر سو، لحظه ثبت عکس در عکاسی خبری اهمیت بسیار زیادی دارد. زیرا عکاس خبری با وقایع و رویدادهایی گذرا و پرشتاب مواجه است که باید به سرعت بر آن‌ها قاب گذارد و در زمان مناسب ثبت کند. در واقع، هر عکس خبری، علاوه بر اینکه قطعه‌ای از یک رویداد گذراست، لحظه‌ای برگزیده از زمان نیز هست. لحظه‌ای که عکاس، بهترین و مناسب‌ترین زمان برای ثبت و روایت رخداد مورد نظر دانسته است. عکاسی، زمان را مومیایی می‌کند و آن را از زوال معمولش نجات می‌دهد (بازین<sup>۱</sup>، ۱۹۶۰: ۱۵). به طور کلی، ثبت و شکار لحظه‌ها در سرشت تمام عکس‌ها به خصوص عکس‌های خبری وجود دارد، اما برخی عکس‌های ماندگار و تأثیرگذار خبری، در نتیجه واکنش سریع و به موقع عکاس در گذاشتن قابی روی موضوع و گرفتن عکس در زمانی مناسب، خلق شده‌اند (تصویرهای ۲، ۳، ۴، ۱۱ و ۱۲). در این رابطه، «جورج تیمز عکاس پیشین نیویورک تایمز گفته بود اگر موضوعی مناسب یافتی، عکسش را بگیر - همین. عکاسی مجدد از همان موضوع اگر ناممکن هم نباشد، بسیار دشوار خواهد بود. بنابراین منتظر بهتر شدن موقعیت نباش. گاهی البته موقعیت ممکن است مناسب‌تر شود خوب مجدداً عکس دیگری بگیر. اما اگر همان بار اول تردید کنی و دکمه را فشار ندهی آن لحظه از دست خواهد رفت و نمی‌توانی زمان را به عقب برگردانی» (کوبر، ۱۳۸۹: ۳۰). به هر حال، عکاس خبری برای روایت وقایع و رویدادهای گوناگون جوامع انسانی، می‌تواند از دو عنصر مهم و تأثیرگذار یعنی قاب و لحظه گرفتن عکس بهره گیرد و تصمیم‌هایی که در رابطه با چگونگی استفاده از این دو عنصر اتخاذ می‌کند، موجب بروز کارکردهای متفاوتی در عکس او می‌شود.

## نتیجه‌گیری

رومن یاکوبسن، برای زبان، شش کارکرد ارجاعی، عاطفی، تریغیبی، هنری، همدلی و فرازبانی قائل شده است. با توجه به مباحثی که مطرح شد، می‌توان اظهار داشت به غیر از کارکردهای همدلی و فرازبانی که مختص زبان هستند، سایر کارکردهای مورد نظر یاکوبسن، در عکس‌های خبری قابل شناسایی است. همان‌طور که انسان در امور روزمره و عادی، از زبان به شکلی خشی، مستقیم، صریح و شفاف استفاده می‌کند و منظور و مقصود خود را بدون ابهام می‌رساند، عکاس خبری نیز می‌تواند در نقش شاهد عینی ظاهر شود و به شکلی بی‌طرف آنچه را در صحنه و جلوی چشمش روی می‌دهد، بی‌کم‌وکاست و آینه‌وار، به بیننده منتقل و در نقش بازتاب‌دهنده منصف و منفع‌ل واقع عمل کند و تنها به ارائه اطلاعات پیرامون موضوع بسنده کند و بر آگاهی مخاطب نسبت به آنچه رخ داده است، بیفزاید. (کارکرد ارجاعی).

همان‌طور که در کارکرد ارجاعی زبان، جهت‌گیری به سمت موضوع است، در عکس‌های خبری ارجاعی نیز، ثبت و روایت موضوع اهمیت دارد و عکس‌ها به مثابه مدرک و گواه یک واقعه عمل می‌کنند. از سوی دیگر، عکاس خبری می‌تواند در نقش فاعل آگاه و خلاق ظاهر شود و به جای ثبت و انتقال صرف یک موضوع و رویداد، به تفسیر و ارزیابی آن پردازد و بینش و احساس خود را بیان کند (کارکرد عاطفی). این گونه از عکس‌ها، بیننده را به تأمل، تفکر و تخیل فرا می‌خوانند؛ زیرا کارکرد عاطفی، بیانگر تفسیر، احساس و دیدگاه فردی عکاس پیرامون موضوع است.

از جنبه‌ای دیگر، عکاس خبری می‌تواند با ثبت و روایت موضوع، به صورت جذاب و تأثیرگذار، احساس و اندیشه مخاطب را نسبت به موضوعی تحریک کند، او را به قضاوت و ادراک (کارکرد ترغیبی). مانند زبان ترغیبی که جهت‌گیری پیام به سوی مخاطب با هدف و داشتن او به انجام کاری است، هدف اصلی این نوع از عکس‌ها نیز تأثیرگذاری عمیق بر مخاطب، با هدف تغییر و اصلاح پدیده‌هاست. سرانجام فراتر از کارکردهای ذکر شده، عکاس خبری قادر است به واسطه توجه و تأکید بر عناصر بصری و ساختمان صوری عکس، به مخاطب حظ بصری ببخشد. به این معنا که مانند شاعر که از کلمات و صنایع ادبی در جهت بیان جذاب و خلاقانه اندیشه و احساس خویش بهره می‌گیرد و روش انتقال پیام را برجسته می‌سازد، عکاس خبری نیز وقایع و حوادث را به شکلی جذاب و از دیدی جدید و غیرمتعارف روایت می‌کند و نحوه ثبت و روایت موضوع بیشتر از هر چیزی توجه مخاطب را جلب می‌کند (کارکرد هنری).

در رابطه با چگونگی بروز انواع کارکردهای ذکر شده در عکس‌های خبری نیز باید گفت از آنجا که ثبت و روایت صادقانه، بی‌طرفانه و واقع‌نمایانه رویدادهای گوناگون جوامع انسانی از اهداف عکاسی خبری است، عکاس خبری در استفاده از امکانات رسانه‌ای خویش با محدودیت‌هایی روبه‌روست. اما عکاس به واسطه قاب انتخابی (باز و بسته، افقی و عمودی) و لحظه گرفتن عکس می‌تواند به اثر خود، کارکردهای متفاوتی ببخشد. زیرا هر کدام از این عناصر حالت، کیفیت و تأثیرگذاری خاص خود را دارند. به عبارت دیگر، همان‌گونه که نحوه به کارگیری کلمات بر اساس اصل جان‌شینی و هم‌نشینی، موجب بروز کارکردهای گوناگون از گزارشی صرف تا شاعرانه در حیطه زبان می‌شود، عکاس نیز به وسیله قاب و لحظه گرفتن عکس، می‌تواند به جان‌شینی و هم‌نشینی عناصر پردازد و روی برخی عناصر تأکید کرده و یک رویداد را به شکل‌ها و کیفیت‌های مختلف باز‌نمایی کند و کارکردهای متفاوتی به عکس خویش ببخشد. در پایان، بررسی و تحلیل سایر شاخه‌های عکاسی بر مبنای کارکردهای زبان، برای مطالعه توسط سایر پژوهشگران پیشنهاد می‌شود.

## منابع

- احمدی، بابک. ۱۳۷۰. ساختار و تأویل متن. تهران: نشر مرکز.  
برسون، کارتی. ۱۳۸۸. عکاسان و عکاسی. به کوشش ناتان لاینز. ترجمه‌ و ازریک درساهاکیان و بهمن جلالی، تهران: سروش.

- بلاف، هالا. ۱۳۷۵. فرهنگ دوربین. ترجمه رعنا جوادی، تهران: سروش.
- جی، بیل و هورن، دیوید. ۱۳۸۸. درباره نگاه به عکس‌ها. ترجمه محسن بایرامی‌نژاد. تهران: حرفه هنرمند.
- چندلر، دانیل. ۱۳۸۷. مبانی نشانه‌شناسی. ترجمه مهدی پارسا. تهران: انتشارات سوره مهر.
- سلدن، امان و ویدوسون، پیتر. ۱۳۷۸. راهنمای نظریه ادبی معاصر. ترجمه عباس مخبر. تهران: طرح نو.
- سونسون، گوران. ۱۳۸۷. نشانه‌شناسی عکاسی. [در جستجوی نمایه]. ترجمه مهدی مقیم‌نژاد. تهران: نشر علم.
- شاهرودی، افشین. ۱۳۸۵. "عکس و عکاسی در مطبوعات امروز ایران". فصلنامه عکاسی خلاق. شماره ۶.
- صفوی، کورش. ۱۳۸۳. از زبان‌شناسی به ادبیات. تهران: سوره مهر.
- عمالدین، علیرضا. ۱۳۹۹. "نشانه‌شناسی عکس خبری". فصلنامه رسانه. شماره ۱۱۸. ۷۳-۹۸.
- کریم مسیحی، یوریک. ۱۳۸۸. در جهت عکس. تهران: نشر بیدگل.
- کویر، کنت. ۱۳۸۹. فتوژورنالیسم. ترجمه اسماعیل عباسی. جلد دوم، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- گیرو، پی‌یر. ۱۳۸۳. نشانه‌شناسی. ترجمه محمد نبوی. تهران: نشر آگه.
- مقیم‌نژاد، مهدی. ۱۳۹۳. عکاسی و نظریه. تهران: انتشارات سوره مهر.
- مهدی‌زاده، علیرضا. ۱۳۹۴. "بررسی کارکردهای گوناگون عکس‌های مستند اجتماعی بر اساس کارکردهای زبان (نظریه ارتباطی یاکوبسن)". فصلنامه کیمیای هنر. شماره ۱۸.
- نیرومند، محمد حسین. ۱۳۹۲. مدیریت چشم مخاطب. تهران: میردشتی.
- یاکوبسن، رومن. ۱۳۶۹. زبان‌شناسی و نقد ادبی. ترجمه مریم خوزان و حسین پوینده. تهران: نشر نی.

Bazin, Andre. 1960. "The ontology of the photographic image", *film quarterly*. vol.13.

Sontag, Susan. 1977. *On photography*. Harmondsworth:penguin books.

Strand, Poul. 1966. *Photography*. Preunice-hall-englewood-c:iffs.

URL1: <http://www.magnumphotos.com> (access data: 19 april 2017). URL2:<http://www.henricartiebres-son.org/gallery> (access data: 19 april 2017).

URL3: <http://www.loc.gov/pictures/item/fsa19998021539/p> (access data: 26 april 2017).