

از «خسوف... و دانسگاره» تا «خسوف... و دگرفت»:

عکس سلفی در بافتار تحلیل های خرد و کلان

سیدعباس حسینی داورانی

پژوهشگر



تصویر شماره ۱: رابرت کورنلیس، خالق نخستین عکس سلفی در تاریخ ۱۸۳۲



تصویر شماره ۲: دو تصویر سلفی عکاسان کهنانی بایرون، ۱۹۲۰

چکیده

رواج عکس سلفی (خودگرفت) در سال های اخیر و نهادینگی آن به عنوان یک ژانر در عکاسی موجب شده تا تحلیل گران در سطوح مختلف آن را از نظر دور ندارند و به بررسی علمی آن بپردازند. «عکس سلفی» که در ایران برخلاف غرب، پدیده ای تازه است، مورد ارزیابی و بررسی جدی قرار نگرفته است و منبعی به زبان فارسی پیرامون ریشه های تاریخی و سطوح تحلیل عکس سلفی، به جز برخی نوشته های پراکنده، موجود نیست. از این رو نوشتار حاضر سعی دارد تا به بیان تاریخچه عکس سلفی و بررسی آن در ارتباط با سلف پرتوهای تاریخی بپردازد و در نهایت سطوح تحلیل مختلف را که از سوی تحلیل گران مورد استفاده قرار گرفته را بیان و به اختصار توضیح دهد.

پیدایش، و گسترش عکس «سلفی» در بستر زمان

رشد و دگرگونی های فنی و توسعه ابزارهای ارتباطی برایندهای گوناگونی دارد که مهمترین آنها ایجاد دگرگونی در سبک و شیوه زندگی انسان است. با ظهور رایانه و اینترنت و فراگیر شدن آن در زندگی افراد، علاوه بر تأثیرات ملموس و کاربردی، اصطلاحات و



تصویر شماره ۳: عکس سلفی در آینه، ۱۹۰۰





تصویر شماره ۵: سلفی با حیوانات



تصویر شماره ۴: عکاسی میمون از خود

کمپانی عکاسی بایرون و بن فالک گرفته شده است (تصویر شماره ۲). پنج نفری که در این عکس حاضر هستند، عکاسان کمپانی بایرون می‌باشند که در پشت بام این عکس را ثبت کرده‌اند (ک: fastcodesign.com). برخی تصاویر سلفی تاریخی نیز با کمک گرفتن از آینه با «دوربین‌های جعبه‌ای» عکس برداری شده، که اولین آن‌ها احتمالاً در سال ۱۹۰۰ ثبت شده باشد (تصویر شماره ۳). و به همین ترتیب تا اوایل قرن ۲۱ می‌توان تصاویری که به صورت سلفی ثبت شده را شناسایی کرد. اما تاریخ به‌کاربردن واژه سلفی را باید آغاز ظهور این ژانر در عکاسی دانست.

واژگان خاص آن نیز جایی برای خود در گفتار انسان‌ها و واژه‌نامه‌ها باز کرد. گاهی واژه‌هایی ابداع شد و گاهی واژگانی تغییر معنا داد. اما این، با ظهور شبکه‌های اجتماعی گسترده‌تری یافت و در زندگی انسان‌ها بیشتر لمس شد. «عکاسی از خود» به اندازه تاریخ عکاسی قدمت دارد و برخلاف تصور، محصول سال‌های اخیر نیست. شاید هر کسی در زندگی برای یک بار هم که شده، چه با دوربین‌های عکاسی موبایل چه دیجیتال و چه تلفن همراه از خود عکس گرفته باشد، اما از آنجا که عنوان مشخصی برای این نوع از عکاسی وجود نداشت، جدی گرفته نمی‌شد و حتی با سرزنش‌های دوستانش مبنی بر خودشیفتگی روبرو می‌شد. اما رشد توأمان شبکه‌های اجتماعی و تلفن همراه هوشمند، «عکس از خود» یا «سلفی» را توسعه بخشید.

بر اساس شواهد و قراین، اولین عکس سلفی در تاریخ، در سال ۱۸۳۹ توسط «رابرت کورنلیس» ثبت شده است (تصویر شماره ۱). وی که شیمی‌دان مقیم فیلادلفیا بود با برداشتن پوشش لنز به سرعت در مقابل دوربین عکاسی قرار گرفت و یک دقیقه‌ای



تصویر شماره ۷: سلفی یک فضانورد



تصویر شماره ۶: سلفی از پاهای خود

واژه Selfie نخستین بار در سال ۲۰۰۲ از سوی یک شهروند استرالیایی در اینترنت ابداع شد

در مقابل دوربین ایستاد، تا عکسش را نگاتیو ثبت کند (ک: publicdomainreview.org). اما اولین عکس سلفی به شکل مدرن در سال ۱۹۲۰ توسط جوزف بایرون موسس



تصویر شماره ۱۱: خودنگاره دورر



تصویر شماره ۸: سلفی با پاپ



تصویر شماره ۹: سلفی شخصیت‌های مشهور



تصویر شماره ۱۰: سلفی بال‌های اردکی.

«سلفی» تنها مورد علاقه انسان‌ها نیست، بلکه میمون‌ها هم علاقه خود را به این عکس ابراز داشته‌اند. در سال ۲۰۱۱، یک «ماکاک نیگرا»^[۱] دوربین یک عکاس را در جنگل‌های اندونزی به سرقت برد، که بعد از یافته شدن دوربین و بررسی عکس‌های آن، مشخص شد که این میمون خاص، تعداد بسیاری عکس از خود گرفته است (تصویر شماره ۴) (bbc.co.uk). توجیه نمادین این اقدام را می‌توان این است که احتمالاً این میمون خواسته خطر انقراض و نابودی خود را به گوش انسان‌ها برساند. شاید بتوان monkey's selfie را غیر معمول‌ترین «انیمیل مید آرت» معرفی کرد.

سال ۲۰۱۳ را باید به دو دلیل آخرین دوره تثبیت و نهادینگی «سلفی» دانست. نخست آنکه که در این سال کمپانی «ایمیجیست لب» اپلیکیشن Selfie را برای IOS منتشر کرد. برنامه‌ای که تنها اجازه انتشار عکس‌هایی را می‌داد که با دوربین جلوی موبایل گرفته شده باشد و سیستم اظهار نظر، نیز به صورت عکس سلفی به جای متن نوشتاری بود. دوم آن که در این سال، نویسندگان و ویراستاران فرهنگ آکسفورد، متفق‌القول بر این شدند تا Selfie را وارد فرهنگ لغت کنند و لقب واژه سال ۲۰۱۳ را نیز به آن اختصاص دهند. مطابق با تعریف فرهنگ آکسفورد «سلفی» یعنی: عکسی که از خود و از طریق گوشی‌های هوشمند یا وب‌کم گرفته شود. در زبان فارسی برخی واژه «خودگرفت» را در برابر سلفی، برابرسازی کرده‌اند.

عمومیت و محبوبیت سلفی در سال ۲۰۱۳ در میان مردم به ویژه کاربران اینترنت و جوانان نسبت به قبل، رشد نجومی گرفت. به طوری که در اکتبر ۲۰۱۳، تنها در مدت یک هفته

۲- میمون سیاه کاکل دار ویژه جنگل‌های اندونزی که در خطر انقراض قرار دارد.

رک: (oxforddictionaries.com) که رفته رفته بر سر زبان‌ها افتاد و طی سال‌های گذشته از محبوبیت بالایی در میان مردم انگلیسی زبان پیدا کرد. با ظهور شبکه‌های اجتماعی مای اسپیس، فلیکر، ایمیج هاستینگ و فیس‌بوک، در سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۹، ژانر «سلفی» در مرحله معرفی و رشد خود گام برداشت که عمده تصاویر سلفی در این بازه زمانی، از سوی دختران نوجوان برای نشان دادن جلوه‌های خود منتشر می‌شد. در سال ۲۰۱۰ و با ظهور اینستاگرام و طراحی آیفون ۴، «سلفی» وارد مرحله دیگری از حیات خود شد و توانست محبوبیت قابل توجهی را برای خود در بین جوانان و کاربران شبکه‌های اجتماعی به دست آورد. این در حقیقت مرحله آغاز تثبیت حیات «سلفی» بود. با پایان یافتن سال ۲۰۱۲ مجله تایم، «سلفی» را یکی از ده واژه شایع و فشن^[۱] سال انتخاب کرد.

نکته بسیار جالب این است که ظاهراً

1- buzzword



mirror selfie: عکاسی از خود در آینه.

Famous selfie: عکس خودگرفت با

شخصیت‌های مشهور (تصویر شماره ۸).

Celebrity selfies: عکس خودگرفت

شخصیت‌های مشهور (تصویر شماره ۹).

face duck selfie: عکس از چهره خود که

در آن لب‌ها به حالت طنزآمیزی غنچه شده

است (حالت اردک) (تصویر شماره ۱۰).

خودانگاره و خودگرفت: تغییر در ماهیت یا

تغییر در شیوه

بارزترین و مشخص‌ترین ویژگی عکس سلفی

در نگاه اول، سوژه بودن عکاس است. اگر

در سبک‌ها و دیگر گونه‌های عکس، عکاس

همواره به دنبال سوژه‌هایی برای شکار و ثبت

آن است، اما در عکس سلفی، خود عکاس در

جایگاه سوژه می‌نشیند. اگر از این منظر به

عکس سلفی نگاه کنیم، موارد زیادی را می‌توان

در تاریخ هنر شناسایی کنیم که هنرمند خود را

سوژه اثر هنری اش کرده است. هنرمندان نقاش،

گرافیسیت، معمار، مجسمه‌ساز، جواهرساز

جملگی در طول تاریخ از سوژگی خود استقبال

کرده‌اند. نمونه‌های مشهور «سلف پرتره»

یا «خودانگاره» را باید در آثار نقاشانی چون

متیوپاریس، آلبرشت دورر (تصویر شماره ۱۱)،

داوینچی (تصویر شماره ۱۲)، میکل آنژ، رافائل،

رامبراند (تصویر شماره ۱۳)، ونگوگ (تصویر شماره ۱۴)،

پیکاسو، پل گوگن، سزان و مجسمه‌سازی

چون لورنزو گیبرتی و آنتون پیلگرم دید. حتی

تاریخچه «خودانگاره» را می‌توان در نقاشی‌های

مصر باستان و نیز سفالینه‌های نقشدار

یونان باستان جست‌وجو کرد. نقل است که

فیدداس، مجسمه‌ساز شهیر دوره یونان باستان،

مشخصات چهره و بدن خود را در یکی از

پیکرهای صحنه نبرد آمازون‌ها روی سپر آتنا در

پارتئون پیاده کرده بود (Op. Kelly and Lucie, 1987).

در میان هنرمندان ایرانی نیز باید به سلف

پرتره‌های گرافیسیت‌هایی چون مرتضی ممیز

(تصویر شماره ۱۵)، مسعود نجابتی (تصویر شماره ۱۶) و

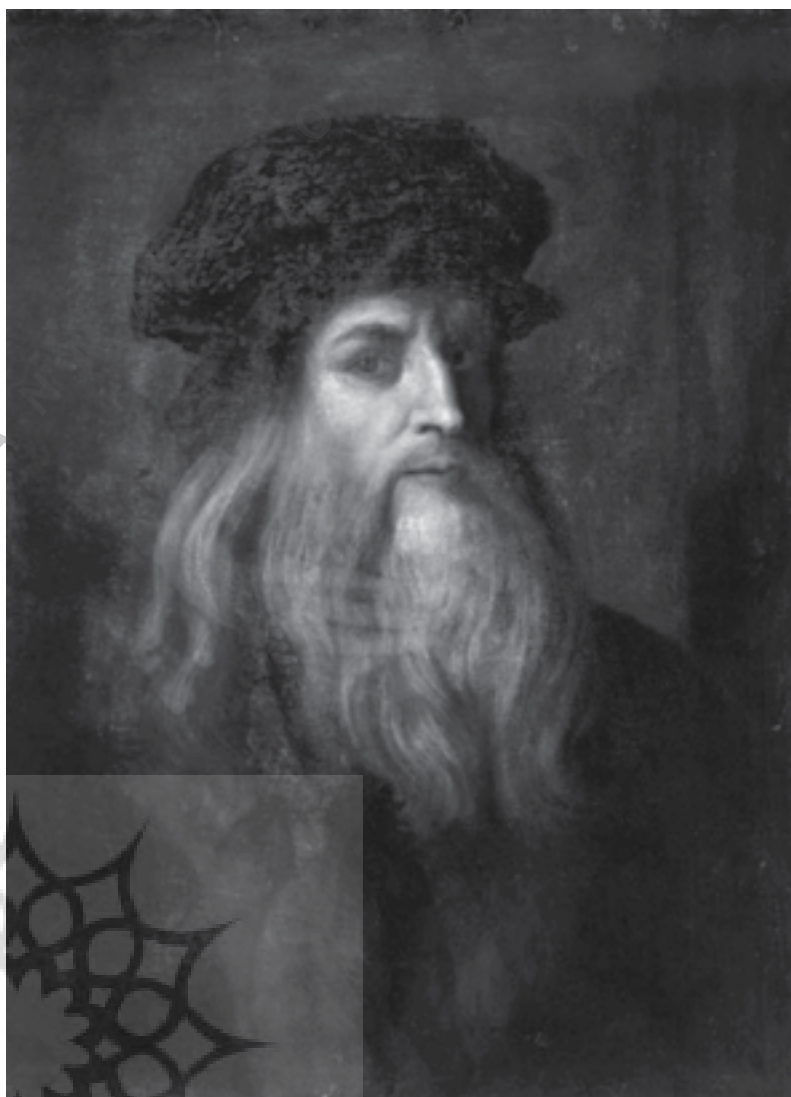
رضا عابدینی اشاره کرد.

آنچه در این خودانگاره‌ها اهمیت دارد،

ویژگی شخصیت‌پردازی آن است. هنرمند

از طریق خودانگاره، زاویه‌های دیگری از

خودش را آشکار می‌کند. این زاویه به تصویری



تصویر شماره ۱۲: خودانگاره داوینچی

واژه Selfie، ۳۶۸ هزار بار در استاتوس‌های فیس‌بوک به کار گرفته شد. در همین سال^[۱۳]، ۵۳ میلیون عکس در اینستاگرام و ۱۵۰ هزار عکس در تویتر با برچسب «سلفی» منتشر شد (رک: today.com).

«سلفی» یا «خودگرفت» با رشد و پذیرش همگانی، پس از یک دوره گمنامی تاریخی، به ژانری مشهور و محبوب در عکاسی تبدیل شد، که زیرشاخه‌های مختلفی را نیز برای خود تولید و ترسیم نمود. عکس سلفی می‌تواند بر سه مبنای محتوا و ژست عکس، محیط ثبت عکس و نحوه قرار دادن دوربین و زاویه آن به زیرشاخه‌های مختلف و بسیار زیادی تقسیم شود. اما به طور کلی برخی از مهمترین و پرکاربردترین گونه‌های عکس «سلفی» که با بررسی عکس‌های مختلف به دست آمده شامل موارد زیر است:

felfies: عکاسی از خود در کنار حیوانات و در محیط‌های کشاورزی که حیوانات اهلی را پرورش می‌دهند (تصویر شماره ۵).

Legsies: عکاسی از پاهای خود (تصویر شماره ۶).

drelfie: عکس از خود در حالت غیر عادی و مستی.

Belfies: عکاسی از خود در یک وضعیت مستهجن خاص.

SelfieOlympics: عکس‌های جسورانه و عجیب و غریب از خود به قصد رقابت با دیگران.

Space selfie: عکاسی فضانوردان از خود در سفینه‌های فضایی (تصویر شماره ۷).

۳. بر اساس آمار نوامبر ۲۰۱۳



تصویر شماره ۱۵: خودنگاره مرتضی ممیز



تصویر شماره ۱۴: خودنگاره ونکوگ



تصویر شماره ۱۳: خودنگاره رامبراند

غیر از آنچه دوستان و خویشانش از وی داشتند منتهی می‌شود. خالق خودنگاره معمولاً هست‌ها، بایدها، آرزوها، و واقعیات زمانه را در فیگور چهره خود، به تصویر می‌کشد. بایدها و آرزوها یعنی آنکه هنرمند «دوست دارد» چگونه دیده شود. و این تا حد بسیاری متأثر از ویژگی‌های روحی، شخصیتی، محیطی و زمانه اوست. و گاهی هنرمند می‌خواهد با سوژه قرارداد خود لب به اعتراض بگشاید و شرایط اجتماعی را اذعان کند. از این رو خودنگاره‌ها نیز مانند شاخه‌های عکس سلفی که در بالا گفته شد در فضاهای مختلفی ترسیم شده است.

«دور» چهره‌ای افسونگر و اسرارآمیز با موهای زرین که بر شانه‌هایش ریخته، از خود نقاشی کرد که نشان می‌دهد که او نیز مانند هم‌تایان ایتالیایی‌اش دوست داشت همچون نجبا و بزرگان جاودانه شود. رافائل متأثر از تمثیل‌های آتن، خودنگاره‌ای آرام و خجول را می‌کشد و میکل‌آنژ متأثر از «سنت بارتولومیو» خود را خشن، رنجیده، و با چهره‌ای پیر نشان می‌دهد. رامبرانت طی چهل سال، شصت نقاشی و بیست حکاکی از چهره خود بر جای گذاشت که سراسر زندگی‌اش را به نمایش می‌گذارد: خودستایی جوانی، وقار و پختگی میانسالی، زوال سالخوردگی، که همه با وارستگی کم‌نظیری بر این چهره‌ها نقش بست است. خودنگاره‌های رومان‌تیس‌های قرن نوزدهم، آمیخته به مفهوم جاودانگی بود تا رسمیت جایگاه و مقام. آنان معمولاً در ژست و لباسی غیررسمی، ژولیدگی و ملال را نشان می‌دادند. و برخی به عنصر خیال و نمادپردازی روی آوردند و خود را در کنار شکارچیان، روستاییان و دیگر نمایندگان زندگی روزمره که در آثارشان تجسم یافته بودند ترسیم کردند. فوویست‌ها و کوبیست‌ها، آرمان ستایش هنر بدوی را در خودنگاره‌های خویش بازتاب دادند.

و به همین ترتیب تا به امروز با توجه به شرایط مختلف، سبک‌های خودنگاره‌ها به شدت متفاوت و متغیر بوده است. حالا اگر «سلفی» را در وادی هنر بدانیم، باید آن را آخرین و متفاوت‌ترین سبک خودنگاره

تاکنون در طول تاریخ هنر دانست. سبکی که از «خودنگاره» به «خودگرفت» تغییر حالت داده است.

در خودنگاره‌ها، هنرمند آنچنان که درباره خود می‌نگرد و یا آنچنان که می‌خواهد باشد، ترسیم می‌کند و در بسیاری از مواقع سعی در نشان دادن حالات روحی و احوال معنوی خود در فیگور و چهره‌اش هست. اما خالق خودگرفت، همان چیزی از خود می‌گیرد که



ژانرها، خودنگاره نیز در هر دوره‌ای متأثر از جو هنری زمانه بود. باید به «خودگرفت» فرصت داد تا به عنوان ژانری معتبر شناخته شود و خالقان آن‌ها به آگاهی از اهمیت تاریخی و فرهنگی و اجتماعی سلفی پی ببرند.

تحلیل‌های عکس سلفی

پدیده «خودگرفت» را می‌توان با توجه به انواع و شاخه‌های آن، در سطوح مختلف، تحلیل و بررسی کرد. که هر کدام ارزش ویژه خود را دارند. اهمیت تحلیل عکس سلفی از جنبه اجتماعی، روانی و تاریخی است. حتی اگر عکس‌های سلفی کاملاً به صورت تفنن و سرگرمی ثبت شوند و هدف خاصی را نیز دنبال نکنند، نمی‌توان ارزش‌های تحلیلی آن از نظر دور داشت. در بالا اشاراتی کوتاه به اهمیت تاریخی سلفی شد و در ادامه جنبه‌های اجتماعی و روانی را بررسی می‌کنیم.

الف: روانی

تحلیل عکس‌های خودگرفت به ویژه سلفی‌های تکی، با بهره‌گیری از سطوح خرد امکان‌پذیر است. برخی از تحلیل‌گران این سطح، سلفی را نوعی نارسسیسم یا خودشیفتگی تلقی می‌کنند، که فرد گیرنده سلفی، در پی نوعی خودستایی بصری است. برخی روانشناسان به تحقیقات گسترده برای تحلیل سلفی دست زده اند که نتایج آن نشان‌دهنده این است که افرادی که تمایل زیادی به تهیه عکس از خود و انتشار آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی دارند، از اختلالات روانی رنج می‌برند. نتایج دیگر نیز نشان می‌دهد که تمایل بیش از اندازه به تهیه عکس از خود، به ویژه در نوجوانان، یک شاخص مرتبط با عدم اعتماد به نفس یا درگیر شدن نوجوان با مشکلات روانی است. این سطح تحلیل حتی در بررسی‌های خودنگاره‌ها (سلف‌پرتره) نیز مشاهده شده است. نقل است که ژان ژاک روسو از خویشاوندی خودنگاری با نارسسیس سخن گفته است. تحلیل‌گران سلف‌پرتره، بر این هستند که کیفیت خودآشکاری خودنگاره‌ها چنان است، که روانکاوان می‌توانند از روی آن‌ها گسست‌های روانی و بیماری‌های عصب شناختی خالق اثر را تحلیل کنند (Op: Kelly, 1987 and Lucie). گسست‌های روانی که احتمالاً



تصویر شماره ۱۶: مسعود نجابتی

در آن لحظه نشان می‌دهد. خودنگاره‌ها، نشانگر حالات روحی هنرمند و نشان دادن شرایط اجتماعی در طول مدت زمان و یا دوره‌ای خاص است. خودنگاره‌ها شاهد زنده‌ای بر تجربه خالق آن یا هدف ثبت سندی تصویری از اندیشه‌ها و باورهای فرهنگی، شرایط اجتماعی و شناخت‌شناسی عصری است که هنرمند در آن زیسته است. اما خودگرفت‌ها، فارغ از گذشته و حال و شرایط اجتماعی می‌خواهند لحظه اکنون را نشان بدهند: چه کار می‌کند، چه پوشیده است؟ با کی هست؟ کجا هست؟ چه می‌خورد؟ غمگین است یا شاد و... این بدان معناست که خودگرفت‌ها آگاهانه و با هدف نشان دادن ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی دوره خود ثبت نشده‌اند اما نمی‌توان اهمیت تاریخی، اجتماعی و فرهنگی عصر و دوره را در عکس‌های سلفی و خودگرفت نادیده گرفت. اهمیت عکس‌های سلفی امروز سال‌ها بعد خود را نشان می‌دهد. در واقع آنچه را که در چارچوب تحلیل‌های جامعه‌شناختی و روان‌شناختی از چرایی و چیستی خودگرفت، گفته شود، سندی مصور برای آیندگان از روحیات روانی و اجتماعی دوره ماست که منجر به توسعه «خودگرفت» شده است. از این رو می‌توان عکس سلفی را در امتداد همان جریان «سلف‌پرتره» در نقاشی و مجسمه‌سازی دانست. جریانی که با توجه به شرایط زمان و گسترش ابزارهای ارتباطی، رسانه‌ای و تکنولوژیکی متفاوت از سلف خود عمل می‌کند.

زمانی که خودنگاره در حکم ژانری معتبر تثبیت شد، هنرمندان کم‌کم از آن برای نشان دادن روحیات خود و شرایط اجتماعی و فرهنگی دوره خویش بهره بردند و همچون دیگر

بسیاری از آن ناشی از شرایط اجتماعی و جو زمانه باشد.

این تحلیل‌های روان‌شناختی، ما را به سوی روان‌شناسی اجتماعی سوق می‌دهد. آنجا که اثرات حضور دیگران بر رفتار فرد تحت تأثیر گروه مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد. سلفی، فرصتی در اختیار افراد قرار می‌دهد تا تصویری خودستایانه از خود ارائه کنند و با این عمل، انتظار حمایت از دوستانشان را داشته باشند (Op:Adewunmi,2013). براساس تحقیقاتی که در سال ۲۰۱۳ میلادی در دانشگاه بیرمنگام انجام گرفته است، تعداد تصاویری که هر شخص از خودش در فیس‌بوک ارسال می‌کند با سطوح پایین‌تر حمایت اجتماعی از سوی دوستان نزدیک رابطه مستقیم دارد. بنابراین کسانی که تعداد خیلی زیادی عکس از خودشان در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کنند همیشه در این خطر هستند که روابطشان در زندگی حقیقی یا غیرمجازی به خطر بیافتد (Houghton and Others, 2013).

می‌توان سلفی را یکی از جلوه‌های فردگرایی در عصر مدرن و پسامدرن دانست. هر چند تعارضاتی را نیز پدید می‌آورد. فردگرایان اعمال، اهداف و خواسته‌های شخصی خود را ترویج می‌کنند و بر استقلال و اتکای به خویشتن ارزش بالایی قائل هستند. سلفی‌ها نیز در فضایی مستقل و آزادانه، بدون قید و بندهای ساختاری که در هنر عکاسی است، ثبت می‌شوند که تا حدی حریم خصوصی خود را در معرض نمایش و نظر دیگران قرار می‌دهند. از این، می‌توان تحت عناوینی چون «خودابرازی»، «بازنمایی خود»، «مدیریت هویت»، «مدیریت برداشت» و «مدیریت تأثیرگذاری» یاد کرد.

سلفی گونه‌ای از مدیریت «خودابرازی»^[۴] است که طی آن هدف اصلی این است که عکاس، خود را به مخاطبان بالقوه در شبکه‌های اجتماعی عرضه کند و با این کار، از آن‌ها نسبت به خودش تأیید بگیرد. از این منظر، هدف عکاسی از خود، این است که به

۴- management Impression در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی به فرآیندی اطلاق می‌شود که در آن انسان‌ها، تلاش می‌کنند تا بر برداشتی که دیگران از یک شخص دارند تأثیر بگذارند. اغلب این را با presentation-self یا خودابرازی مترادف می‌دانند.

اشتراک عمومی گذاشته شود و از این طریق بر شیوه «بازنمایی خود» در ذهن دیگران تأثیر بگذارد (Op:Kaufman,2014). این نمونه از «خودابرازی» هرچند به صورت اتفاقی، بدون برنامه قبلی، به حالت باده و خیلی سریع تهیه می‌شوند و هدف اصلی دیده شدن در مکان و در لحظه است، اما این آثار به هیچ وجه تصادفی نیست و همیشه واقعیت را بیان نمی‌کنند، زیرا هر عکس، باید پیش از انتشار، مورد تأیید فرستنده واقع شود. چنین چیزی حاکی از وجود نظارت و همین‌طور خودانتقادی است (بهارلو، ۱۳۹۲:۱۴).

سلفی همین‌طور می‌تواند شکلی از مدیریت هویت باشد. هر شخص دو تصویر واقعی و مطلوب از خود در ذهن دارد. «سلفی» در واقع وسیله‌ای برای عرضه تصویر مطلوب به مخاطبین است تا از این رهگذر، آن تصویر و هویت فردی مطلوب، به تأیید مخاطبین و دوستان نیز برسد و هویت مطلوب او تکوین یابد. این باعث می‌شود یک تصویر فردی واقعی به یک تصویر جمعی مطلوب تبدیل شود و در ذهن به تثبیت برسد. این فرآیند بی‌شک برای عکاس، اعتماد به نفس و لذت به همراه خواهد داشت. سلفی گرفتن یک فعل فردی با اهداف جمعی است، و ابزاری مناسب برای کنترل و مقدرکردن نگرش دیگران نسبت به خود به شمار می‌رود. بسیاری از افراد، می‌خواهند با سلفی درک خاصی از خود در دیگران ایجاد کنند. البته این در بهترین حالت است زیرا هیچ تضمینی نیست که بینندگان عکس، همان تصویر مطلوب ذهنی عکاس را دریافت کنند و این امکان وجود دارد تا بینندگان، عکاس را سطحی و از خود راضی درک کنند. با این وجود، گرفتن سلفی به یک الگوی رفتاری پربسامد بدل شده که نشان‌دهنده موفقیت این این مکانیسم به عنوان یک ابزار مدیریت هویت است.

فارغ از تحلیل‌های روان‌شناختی «خودابرازی»، برخی، سلفی‌ها را ابزار ارتباطی و چیزی بیش از نشانه‌های خودبینی و خودپسندی دانسته‌اند. سلفی‌ها می‌تواند یک پیام‌های کوتاه یا یک یادداشت‌های تصویری باشد (بهارلو، ۱۳۹۲:۱۴)، این پیام‌های تصویری که می‌تواند جایگزین متن و نوشته‌ها شود، نشان‌دهنده افزایش و اهمیت جلوه‌های بصری در دوران کنونی است. که بی‌شک ابعاد بسیار گسترده‌تری از عکس سلفی دارند.

ب: اجتماعی

با اینکه سلفی، کنشی فردی است اما باید از ارجاع یک پدیده جمعی به عناصر روانی صرفاً فردی، خودداری کرد و برای بررسی این پدیده، دست به تحلیل ساختارهای اجتماعی‌ای زد که سبب گسترش و اشاعه «فرهنگ سلفی» شده است. زیرا همیشه این‌گونه نخواهد بود که خودآگاهی فردی؛ رفتار اجتماعی و ساختارهای محیطی ما را تعیین کند، بلکه برعکس حتی این خودآگاهی فردی نیز ناشی از ساختارهای اجتماعی و محیطی است.

اگر در سالیان گذشته و در غیاب تکنولوژی، توانایی‌ها و داشته‌های خانوادگی و مالی، عامل «خودابرازی» بوده است، و در دوره‌هایی نیز تکنولوژی صرفاً برای افراد خاصی در دسترس بود، اما در دوره کنونی این تکنولوژی است که سایه خود را بر همه انسان‌ها و جوامع گسترانده و خواسته یا ناخواسته سبک زندگی همگان را تحت الشعاع قرار داده است. این در واقع همان متأثر بودن خودآگاهی و زندگی فردی از ساختارهای اجتماعی و محیطی است که بارزترین دلیل آن گسترش و فراگیر شدن فناوری است. «نیل پستمن»^[۵] جامعه‌شناس آمریکایی سه نوع فرهنگ غالب بر جوامع بشری را برشمرده است: فرهنگ ابزار، فرهنگ تکنوکراسی و فرهنگ تکنوپولی یا تسلط تکنولوژی بر فرهنگ. در نوع سوم که در حال حاضر در آن به سر می‌بریم، فرهنگ، اعتبار خود را در تکنولوژی جستجو می‌کند و دستورالعمل‌های رفتاری خود را از تکنولوژی می‌گیرد. در این فرهنگ «هدف» با «وسیله» یکی می‌شود و دیگر بدان معنا، هدفی وجود ندارد که بتواند مانع استفاده بی‌مورد از تکنیک شود.



پس آنچه باعث گسترش و شیوع عکس سلفی شده چند عامل است: ظهور تلفن‌های همراه هوشمند با کیفیت بالای عکس‌برداری از جلو، ظهور اینترنت، ظهور شبکه‌های اجتماعی. هر سه این عوامل که خود جلوه‌ای از انقلاب ارتباطات، گسترش فناوری و فرهنگ تکنوپولی است، سبک زندگی و رفتارهای انسان را دگرگون کرده است. اگر در گذشته تنها قشری خاص می‌توانستند تصویری از خود را به معرض نمایش بگذارند امروزه به واسطه سلطه تکنولوژی، این امکان برای همگان از پیشرفته‌ترین کشورها تا دورافتاده‌ترین شهرها و روستاها فراهم شده است.

نتیجه‌گیری

سلفی یا خودگرفت، عکسی است که از خود و از طریق گوشی‌های هوشمند یا وب‌کم گرفته شود و سابقه آن به اوایل قرن نوزدهم برمی‌گردد. با رشد و توسعه سلفی، گونه‌های مختلفی از آن ظهور کرده که هر کدام حاوی پیام‌هایی است. خودگرفت را می‌توان ادامه جریان خودانگاره در نقاشی، مجسمه‌سازی و گرافیک دانست که از زوایایی مختلفی قابلیت تحلیل دارد. بارزترین گونه تحلیل، بررسی‌های روان‌شناختی سوژه سلفی است. و این بیشتر در دوره‌های اولیه رشد و توسعه «خودگرفت» نمود داشت. اما نباید از متغیر اجتماعی و تکنولوژی نیز غفلت نمود. سلفی همان‌گونه که محصول رشد و فراگیری فناوری است همان‌گونه نیز متأثر از شرایط اجتماعی و فرهنگی است. سلفی‌ها معمولاً نتیجه دلایل و شرایط زیر است:

- تفنن و سرگرمی.

- خودشیفتگی، خودابرازی و ایجاد تصویری مطلوب از خود.

- جایگزین شدن پارادایم تصویر محوری به جای متن محوی در ارتباط با دوستان.

- رشد فردگرایی و افزایش روحیه استقلال و دوری جستن از ساختارهای دست و پاگیر هنر عکاسی.

- فراهم آمدن شرایط ساختاری فنی و دسترسی راحت و ارزان به آن‌ها. ■

منابع

- 1- بهارلو، علیرضا (۱۳۹۲)، هنری به درازنای دست: تاریخچه و جایگاه سلفی در دنیای امروز، تندیس، شماره ۲۶۹.
- 2- Adewunmi, Bim, (2013), The rise and rise of the selfie, The Guardian 2, April. In <http://www.theguardian.com/artanddesign/2013/apr/02/rise-and-rise-of-the-selfie>.
- 3- bbc.co.uk/news/uk-england-gloucestershire28674167
- 4- fastcodesign.com/3026832/this-might-be-the-first-selfie-in-photographic-history.
- 5- Houghton, David and others, (2013), Tagger's delight? Disclosure and liking in Facebook: the effects of sharing photographs amongst multiple known social circles. Discussion Paper, University of Birmingham, Birmingham.
- 6- Kelly, Sean and Edward Lucie-Smith, (1987), The Self Portrait: A Modern View, Hardcover.
- 7- Kaufman, Peter, (2014), A Sociological Snapshot of Selfies, In <http://www.everydaysociologyblog.com/2014/01/a-sociological-snapshot-of-selfies.html>.
- 8- publicdomainreview.org/collections/robert-cornelius-self-portrait-the-first-ever-selfie-1839/
- 9- today.com/money/selfie-wont-die-fact-it-just-got-its-own-social8-C11511653.