

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۲/۰۶

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۲/۲۰

نوع مقاله: پژوهشی

نشانه‌شناسی عکس خبری

نوشته

علیرضا عمادالدین *

چکیده

نشانه‌شناسی دانشی است که به مطالعه نظام‌های نشانه‌ای و کشف رمزگان اثر می‌پردازد. اگرچه بنا به تعاریف ارائه شده، هر عکس، خود صحنه، یا همان واقعیت برابر با اصل را انتقال می‌دهد؛ اما بی‌شک در گذر از شیء به تصویر آن، تقلیلی صورت می‌گیرد؛ تقلیلی در ابعاد، اندازه‌ها و زاویه دید. پس تصویر، به یقین خود واقعیت نیست و عکاس یا گزینشگر عکس (در رسانه)، در مراحل مختلف انتشار عکس، با گزینشی که خودآگاه یا ناخودآگاه اتفاق می‌افتد، در چگونگی ارائه معنا تأثیر خواهد داشت. زمانی که صحبت از رمزگشایی و ساز و کار تولید معنا در عکس به میان می‌آید، موضوع ابعاد پیچیده‌تری به خود می‌گیرد؛ چراکه «عکاسی، رسانه‌ای رمزگذاری شده است و به شکل همان‌گویانه واقعیتی را که به آن ارجاع می‌یابد، بازتولید نمی‌کند» (سونسون، ۱۳۹۱: ۵۰). در همین نقطه است که اهمیت نشانه‌شناسی عکس نمایان می‌شود. عکس علاوه بر خصلت ارجاع‌دهنده و بازنمایی، از قابلیت بیان‌گرایانه نیز برخوردار است. از آنجا که هر چیزی، غیر از آنچه هست عمل کند، می‌تواند نشانه باشد، پس می‌توان عکس را هم به مثابه متنی نشانه‌ای دانست که دلالت‌های متعددی را در معرض تفسیر و تأویل و فهم مخاطب قرار می‌دهد. از این رو، هدف این مقاله، ارائه روشی برای نشانه‌شناسی عکس‌های خبری است.

کلیدواژه: نشانه‌شناسی، عکس خبری، نشانه‌شناسی عکس، فتوژورنالیسم، عکاسی خبری.

«عکس‌ها، به دلیل آنکه همواره بخشی از واقعیت‌های پیرامون ما را باز نموده‌اند، به عنوان سند و مدرکی بر حضور اشیاء، اشخاص و گذر زمان در زندگی فرهنگی، اجتماعی و حتی شخصی ما نقش دارند» (عمادالدین، ۱۳۹۶: ۳). وقتی از این زاویه به عکس نگاه کنیم، جنبه ارتباطاتی و خبری عکس پررنگ‌تر جلوه می‌کند. در عرصه خبر، عکس اهمیت بسیار بالایی دارد؛ تاجایی که خیرآبادی در مقاله خود، تصویر مرتبط با خبر را هم‌ردیف با سایر ارزش‌های خبری طبقه‌بندی می‌کند: «رسانه‌ها در عصر حاضر بیش از پیش به تصویر و سایر عناصر بصری متکی شده و از آن‌ها استفاده می‌کنند، به گونه‌ای که وجود تصویر مرتبط، به عنوان یکی از ارزش‌های خبری نیز مطرح گردیده است». (خیرآبادی، ۱۳۹۱: ۶۵)

قرار دادن عکس، به عنوان یکی از ارزش‌های خبری، نشان می‌دهد که عکس خبر نیز در کنار متن، ظرفیت بالایی در ارائه معنا به مخاطب دارد. در دورانی که تنوع رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، دسترسی به اخبار را در زندگی مخاطبان جدی‌تر کرده و به آن مفهومی تازه بخشیده، تأثیر ماندگار عکس خبری، در این فضا حائز اهمیت است. هم در فضای رسانه‌ای رسمی همچون روزنامه‌ها، مجله‌ها، تلویزیون، خبرگزاری‌ها و ... و هم در فضای رسانه‌ای غیررسمی، همچون شبکه‌های اجتماعی، عکس نقش انکارناپذیری دارد.

جان برگر، درباره تأثیر عمیق عکس در درک محیط اطراف می‌گوید: «این موضوع به این علت است که دیدن قبل از کلام می‌آید. کودک پیش از آنکه قادر به صحبت باشد، نگاه می‌کند و تشخیص می‌دهد» (رز، ۱۳۹۴: ۲۶). لذا ذهنیت مخاطب در اولین قدم، بر اساس برداشتی که از عکس خبر خواهد داشت شکل می‌گیرد. بارت (۱۳۸۹) به این نکته اشاره می‌کند که عکس‌ها دارای معانی ضمنی‌ای هستند که نیاز به رمزگشایی دارند. این رمزگشایی توسط مخاطب انجام می‌پذیرد. «هر عکس را می‌توان به مثابه متنی نشانه‌ای دانست که دلالت‌های متعددی را در معرض تفسیر و تأویل مخاطب قرار می‌دهد». (مهدی‌زاده، ۱۳۹۵: ۷۵)

اهمیت این پژوهش به این دلیل است که این تحقیق را دانش‌آموختگان رشته علوم ارتباطات در زمینه تحلیل عکس خبری انجام داده‌اند؛ در حالی که، دانش‌آموختگان رشته‌های هنری از جمله عکاسی، پژوهش هنر، ارتباط تصویری، ادبیات نمایشی و سایر رشته‌های مشابه، بیشتر پژوهش‌ها و مقاله‌های حوزه نشانه‌شناسی عکس را به رشته تحریر در آورده‌اند.

روش پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی است و جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از منابع کتابخانه‌ای انجام شده است.

پیشینه پژوهش

همان‌طور که بیان شد، در کشور ما بسیاری از پژوهش‌ها و رساله‌هایی که به نوعی مرتبط با عکاسی هستند، در دانشکده‌های هنر و در رشته‌های عکاسی و تصویرسازی به رشته تحریر درآمده‌اند.

این بدان معناست که در هیچ‌کدام از آن‌ها، به عکس خبری توجه چندانی نشده است. از این رو، پژوهش‌های معدودی در زمینه نشانه‌شناسی عکس خبری به رشته تحریر درآمده است. از جمله پژوهش‌ها می‌توان به موارد این اشاره کرد:

- علیرضا عمادالدین (۱۳۹۶) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان بررسی تطابق محتوایی عکس و متن خبر در سایت‌های شبکه‌های خبر، العالم و پرس‌تی‌وی، با استفاده از روش‌های نشانه‌شناسی چارلز ساندرس پیرس و تحلیل گفتمان انتقادی کرس و ون‌لیوون به تحلیل عکس اخبار پرداخته است. او با استفاده از روش نشانه‌شناسی متن رولان بارت، متن اخبار را مورد ارزیابی قرار داده و تطابق محتوایی عکس و متن ۳۰ خبر را که روی خروجی سایت‌های شبکه‌های خبر، العالم و پرس‌تی‌وی قرار گرفته‌اند مورد بررسی قرار داده است. در انتها نتیجه‌گیری می‌شود که از ۳۰ خبر مورد بررسی، در ۱۶ خبر عکس و متن تطابق دارند، در ۸ خبر به طور کامل عدم تطابق عکس و متن اخبار مشاهده شده و در ۶ خبر نیز عکس و متن خبر تاحدودی دارای تطابق محتوایی بودند و بهتر بود از عکس دیگری برای خبر استفاده می‌شد.
- فرشته دیانت (۱۳۹۶) در مقاله خود با عنوان "بررسی اهمیت نشانه‌شناسی (دلالت معنایی) در عکس‌های مفهومی" بر آن است تا طبق نظریه پیرس، به اهمیت دلالت‌های معنایی در آثار هنر مفهومی بپردازد. نتایج این پژوهش مشخص می‌کند که عکس سند تلقی می‌شود و رویکردی به واقعیت دارد و به گونه‌ای، پای ثابت هنر مفهومی محسوب می‌شود. همچنین از آنجا که عکس‌ها بیشترین شباهت را به موضوع دارند، نشانه‌های شمایی به حساب می‌آیند که گاهی نقش نماد و گاهی نقش نمایه پیدا می‌کنند. روش این مقاله توصیفی-تحلیلی و در برخی موارد میدانی و شیوه گردآوری منابع نیز میدانی و کتابخانه‌ای است.
- علیرضا مهدی‌زاده (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان "تحلیل و خوانش عکس بر مبنای ابزارهای تحلیلی رویکرد نشانه‌شناسی" با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی، ساز و کار و نقش ابزارهای تحلیلی رویکرد نشانه‌شناسی را در تحلیل و خوانش عکس، مورد بررسی قرار می‌دهد و به این نتیجه می‌رسد که به واسطه کاربست ابزارهای تحلیلی موجود در رویکرد نشانه‌شناسی، افزون بر تجزیه و تحلیل و خوانش روشمند عکس‌ها، جلوه‌های متعدد مفهومی، بصری و زیبایی‌شناسی آن‌ها آشکار و چارچوبی برای تقسیم‌بندی عکس‌ها نیز فراهم می‌شود.
- علیرضا مهدی‌زاده (۱۳۹۲) در مقاله دیگری با عنوان "تحلیل‌کنش عکاسی و خوانش عکس از دیدگاه نشانه‌شناسی" کنش عکاسی و خوانش عکس‌ها را از طریق رویکرد نشانه‌شناسی، توصیف و تحلیل می‌کند. او بیان می‌کند اگرچه عکاسی پیوند و نسبت ناگسستنی با واقعیت دارد، اما عکس متنی نشانه‌ای است و در حالی که، وجودش در مناسبت با واقعیت و ابژه‌های عالم بیرون شکل می‌گیرد، جهان ویژه خود و معنا و مفهوم و دلالت‌های مستقلی را به معرض تأویل و تفسیر می‌گذارد. مهدی‌زاده، در این مقاله با به‌کارگیری رویکرد نشانه‌شناسی در تحلیل

کُنش عکاسی و تفسیر و خوانش عکس‌ها، به تشریح فرایند تولید و خوانش عکس‌ها پرداخته است.

● المیرا موسوی تبار (۱۳۹۰) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان بازنمایی تصویر دوستان و دشمنان در مطبوعات (تحلیل نشانه‌شناختی عکس‌های مرگ صدام، بوتو، و بن‌لادن در ۱۵ روزنامه سراسری) به این سوال پاسخ داده که آیا تصویر دوستان و دشمنان در عکس‌های اخبار سیاسی روزنامه‌ها به طور یکسان بازنمایی می‌شود؟ روزنامه‌ها چگونه موفق به نمایش موضع‌گیری خود، نسبت به افراد مختلف از خلال تصویر می‌شوند؟ و آیا مواضع سیاسی روزنامه‌ها، در چگونگی موضع‌گیری آن‌ها نسبت به شخصیت‌های گوناگون تأثیری دارد؟ برای پاسخ به این سؤال‌ها، این تحقیق به بررسی عکس‌های ۱۵ روزنامه سراسری کیهان، اطلاعات، همشهری، جام‌جم، ایران، جمهوری اسلامی، رسالت، ابرار، سیاست روز، فرهنگ آشتی، اعتماد، شرق، آفتاب یزد، همبستگی و مردم‌سالاری از مرگ صدام حسین، بی‌نظیر بوتو و اسامه بن‌لادن می‌پردازد. این کار با استفاده از روش نشانه‌شناسی منتج از آرای سوسور و پیرس، نظریه‌های بارت درباره نشانه‌شناسی عکس و نظریه بازنمایی رسانه‌ای استوارت هال و با تحلیل و تفسیر نشانه‌شناسانه عکس‌های مزبور انجام شده است. نتایج این تحقیق نشان داد که روزنامه‌ها با مواضع سیاسی متفاوت، تصویر افراد را به شیوه‌ای متفاوت بازنمایی می‌کنند. ضمن اینکه روزنامه‌های سراسری کشور، موضعی دوستانه نسبت به بوتو و موضعی دشمنانه نسبت به صدام داشته‌اند، اما به طور کلی درباره بن‌لادن موضعی مبهم و دوپهلوی اتخاذ کرده‌اند.

ادبیات نظری نشانه و نشانه‌شناسی

ژیلیان رز، در کتاب خود، نشانه‌شناسی رسانه‌ها، نشانه را این‌گونه تعریف می‌کند: «نشانه بنیادین‌ترین واحد نشانه‌شناسی است. نشانه واحد معناست و نشانه‌شناسان استدلال می‌کنند هر چیزی که دارای معناست (یک آگهی، یک نقاشی، یک گفت‌وگو، یک شعر) از طریق نشانه‌هایش و نحوه کار آن‌ها قابل درک است» (رز، ۱۳۹۴: ۱۵۲). او معتقد است که نشانه‌ها به شیوه‌های پیچیده‌ای تولید معنا می‌کنند. این شیوه‌های پیچیده نیاز به تحلیل و تشریح دارند. همان‌طور که بیشتر صاحب‌نظران و استادان علم نشانه‌شناسی اذعان دارند، درک نشانه‌شناختی نشانه، تا اندازه‌ای متکی به کارهای فردینان دوسوسور و چارلز ساندرس پیرس است. «گونه‌شناسی غنی‌تر پیرس، ما را قادر به بررسی نحوه کار شیوه‌های متفاوت دلالت می‌کند؛ در حالی که مدل سوسور فقط می‌تواند درباره نحوه کار نظام‌های نشانه‌ای دلخواهی با ما سخن بگوید» (همان: ۱۵۹). در ادامه به بررسی آرا و نظریه‌های فردینان دوسوسور، چالز ساندرز پیرس و رولان بارت و همچنین تعریف نشانه‌شناسی از منظر هر یک از این نظریه‌پردازان می‌پردازیم.

به طور کلی، نشانه‌شناسی، علمی است که به مطالعه و تحلیل نظام‌های نشانه‌ای از جمله زبان، رمزگان و علائم می‌پردازد. زندگی انسان‌ها همواره مبتنی بر تولید، استفاده و مبادله نشانه‌هاست. ما در هر شکلی از ارتباط با استفاده از انواع نشانه‌ها، با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنیم. زمانی که ژست می‌گیریم، صحبت می‌کنیم، به موسیقی گوش می‌دهیم، به نقاشی نگاه می‌کنیم، بازی می‌کنیم، آواز می‌خوانیم و ... رفتاری مبتنی بر نشانه‌ها داریم. برای مطالعه این رفتار از علم نشانه‌شناسی بهره گرفته می‌شود. فردینان دوسوسور (Ferdinand de Saussure (1857-1913)، زبان‌شناس سویسی و چالز ساندروز پیرس (Charles Peirce (1839-1914) فیلسوف آمریکایی، که تقریباً در یک زمان می‌زیسته‌اند بنیانگذاران اصلی آنچه امروز با نام نشانه‌شناسی نامیده می‌شود، هستند. اگرچه، پس از سوسور و پیرس، تحول‌های گسترده‌ای در مباحث نشانه‌شناسی صورت گرفته و مبانی فکری این مبحث در حوزه‌های متفاوتی گسترش یافته است، هنوز الگوهایی که سوسور و پیرس از مفهوم نشانه به دست داده‌اند، اعتبار بنیادی خود را حفظ کرده و مبنای تحول‌های بعدی بوده است. (سجودی، ۱۳۹۵: ۱۲)

در زبان فارسی، نشانه‌شناسی از منظر سوسور — که او آن را Semiology خوانده و روشی برای مطالعه زبان است — و نشانه‌شناسی از منظر پیرس — که او آن را Semiotics خوانده و به فهم نشانه‌ها از منظر منطق مربوط است — هر دو با عنوان نشانه‌شناسی شناخته می‌شوند. (پاینده، ۱۳۸۵: ۲۴)

امبرتو اکو، نشانه‌شناس معاصر، تعریفی جامع و گویا از نشانه‌شناسی ارائه می‌دهد: «رشته‌ای علمی برای مطالعه هر چیزی که بتوان آن را برای دروغ گفتن به کار برد. زیرا اگر نتوان از چیزی برای گفتن دروغ استفاده کرد، برای گفتن حقیقت هم کاربردی ندارد و در واقع، اصلاً نمی‌توان از آن برای گفتن هیچ چیز استفاده کرد» (دانسی، ۱۳۸۸: ۵۷). دلیل اهمیت این تعریف از آن جهت است که اکو، نشانه‌ها را دارای قدرت بازنمایی پیرامون ما می‌داند. با استفاده از نشانه‌ها، می‌توان حقیقت را نشان داد، یا از آن برای فریب افکار عمومی استفاده کرد. این تعریف، ذات نشانه را بیشتر از هر تعریف دیگری برای مخاطب شرح می‌دهد. نشانه‌ها، دلالت‌های معنایی مختلفی را در معرض تفسیر و تأویل مخاطب قرار می‌دهند و هر مخاطب با توجه به میزان تحصیلات، سن، جنس، طبقه اجتماعی، اعتقادات مذهبی و بافت و فرهنگ جامعه‌ای که در آن رشد یافته، می‌تواند تفسیری خاص از یک نشانه داشته باشد. همان‌طور که، پیش‌تر ذکر شد، ماهیت نشانه‌ها چندمعنایی بودن آن‌هاست.

نشانه‌شناسی از دیدگاه سوسور

سوسور، الگویی دو وجهی یا دو قسمتی از نشانه ارائه می‌کند. از دید او نشانه تشکیل شده است از: الف. دال، تصور صوتی؛

ب. مدلول، مفهومی که دال به آن دلالت می‌کند، یا تصور مفهومی.

به تعبیر سوسور «زبان نظامی از نشانه‌هاست که بیانگر اندیشه‌هاست ... می‌توان علمی را تصور

کرد که زندگی نشانه‌ها را درون جامعه مطالعه می‌کند. من این علم را نشانه‌شناسی می‌خوانم. نشانه‌شناسی به ما می‌گوید که نشانه‌ها از چه تشکیل شده‌اند و چه قوانینی بر آن‌ها حاکم است» (آسابرگر، ۱۳۹۰: ۲۰). از دید سوسور نشانه زبانی، نه یک شیء را به یک نام، بلکه یک مفهوم را به یک تصور صوتی پیوند می‌دهد. تصور صوتی آوایی مادی نیست که جنبه فیزیکی داشته باشد، بلکه اثر ذهنی این آواست و حواس ما نمایی از آن را ارائه می‌دهد. نشانه زبانی محسوس است و اگر بر آن می‌شویم که آن را مادی بنامیم، تنها به همین معنی و برای تقابل با وجه دیگر تداعی، یعنی مفهوم است که معمولاً مجردتر می‌نماید (سجودی، ۱۳۹۵: ۱۲-۱۳). سوسور همچنین اشاره می‌کند که: «نشانه کلیتی است ناشی از پیوند بین دال و مدلول» (سوسور، ۱۳۷۸: ۶۷). نشانه حاصل انطباق این دو عنصر، یعنی دال و مدلول است. نشانه همیشه دو رو دارد. دال بدون مدلول، یا به عبارتی دالی که به هیچ مفهومی دلالت نکند، صدایی گنگ بیش نیست و مدلولی که هیچ صورتی (دالی) برای دلالت بر آن وجود نداشته باشد، امکان ندارد، یعنی قابل دریافت و شناخت نیست. (سجودی، ۱۳۹۵: ۱۳)

نشانه‌شناسی از دیدگاه پیرس

جامع‌ترین طبقه‌بندی‌ای که از نشانه‌ها صورت گرفته، متعلق به چارلز ساندرز پیرس است. از ۶۶ گونه‌ای که او شناسایی کرد، سه گونه نگاره‌ها (شمایل)، نمایه‌ها و نمادها، برای تحقیق در پدیده‌های فرهنگی، مانند محصولات رسانه‌ای، بسیار مفیدند.

- نگاره، نشانه‌ای است که به مرجع خود به نحوی شباهت دارد. عکس چهره افراد، نگاره‌های دیداری‌ای هستند که چهره واقعی افراد را از منظر هنرمند نشان می‌دهند.
- نمایه، نشانه‌ای است که دلالت به چیزی مرتبط با چیز دیگری دارد یا آن را خاطر نشان می‌سازد. نمایه‌ها، مانند نگاره‌ها به مرجعشان شباهت ندارند؛ بلکه از طریق آن‌ها می‌توان مرجع‌ها را شناخت یا دریافت که کجا هستند. بارزترین نمونه نمایه‌ای بودن انسانی، انگشت اشاره است که مردم سراسر دنیا به شکلی مشخص و به طور گسترده از آن برای خاطر نشان ساختن یا نشان دادن محل چیزها، افراد یا رویدادها استفاده می‌کنند.
- نماد، نشانه‌ای است که بر چیزی و مبتنی بر قراردادی دلخواهی دلالت دارد. کلمه‌ها به طور کلی نشانه‌های نمادین هستند، همین طور انواع ژست‌های دست. (دانسی، ۱۳۸۸: ۷۵)

نشانه‌ها بر مبنای نحوه نمادین بودنشان نیز به صریح یا ضمنی تفکیک می‌شوند. نشانه‌های صریح چیزی را توصیف می‌کنند: یک نوزاد، یک پستانک. رولان بارت می‌گوید نشانه‌هایی که در سطح صریح کار می‌کنند، به نسبت، راحت رمزگشایی می‌شوند. برای مثال ما می‌توانیم به تصویر یک نوزاد نگاه کنیم و ببینیم که این یک نوزاد است، نه یک کودک نوپا یا یک بزرگسال. یک اصطلاح مرتبط، توضیح است. «توضیح» مجموع معنای صریح یک تصویر است. با این حال، گرچه ممکن است نشانه‌های صریح در یک سطح آسان به نظر برسند، در سطحی دیگر می‌توانند معنای بالقوه بسیاری داشته باشند که بیننده را

سرردگم کند. در اینجا، بارت مفهوم لنگرگاه را مطرح می‌کند. لنگرگاه به خواننده اجازه می‌دهد از میان تعداد معانی محتمل صریح یک تصویر، دست به انتخاب بزند. در رسانه‌های مختلف مثل تلویزیون، متن مربوط به تصویر بسیار مهم‌تر است؛ آن‌ها مکمل‌اند و در این مورد، بارت متن گفتاری یا نوشتاری را متنی با کارکرد بازگویی توصیف می‌کند. با وجود این، نشانه‌ها می‌توانند ضمنی هم باشند. نشانه‌های ضمنی، حامل طیفی از معنای سطح بالاتر هستند. نشانه‌های ضمنی، خود به دو دسته تقسیم می‌شوند: ۱. مجاز مرسل و ۲. هم‌دریافت. مجاز مرسل نوعی از نشانه است که چیزی را به چیز دیگر مرتبط می‌کند و بدین گونه نشانگر آن چیز دیگر است. هم‌دریافت بخشی از یک کل است که همه آن را نمایندگی می‌کند یا کلی است که جزء را بازنمایی می‌کند. برای مثال شهر پاریس، اغلب با تصویری از یک جزء آن (برج ایفل)، بازنمایی می‌شود؛ تصویر برج ایفل نشانه‌ای از پاریس به منزله یک کل است. اینجا تأکید بر این موضوع مهم است، که هر نشانه ممکن است از طریق یکی از این شیوه‌ها و یا بیش از آن عمل کند. (رز، ۱۳۹۴: ۱۶۲)

تقریباً در همان زمانی که سوسور الگوی خود را از نشانه و "نشانه‌شناسی"، و بنیان‌های روش‌شناسی ساختگرا تدوین می‌کرد، در آن سوی اقیانوس اطلس پیرس، فیلسوف پراگماتیست و منطق‌دان، الگوی خود را از نشانه، "نشانه‌شناسی" و طبقه‌بندی نشانه‌ها تدوین می‌کرد. وی برخلاف الگوی نشانه سوسور که در قالب "دووجهی خودبسنده" (Self-Contained) ارائه شده بود، الگویی سه وجهی را ارائه کرد: نخست، بازنمون (Representamen) صورتی که نشانه به خود می‌گیرد و الزاماً مادی نیست. دوم، تفسیر (Interpretant) (معنای تفسیری) نه تفسیرگر، بلکه معنی‌ای که از نشانه حاصل می‌شود. و سوم، موضوع (Object) که نشانه به آن ارجاع می‌دهد (چندلر، ۱۳۸۷: ۳۲). «پیرس تعامل بین نمود، موضوع و تفسیر را "نشانه‌شناسی" (Semiosis) نامیده است.» (چندلر، ۱۳۸۷: ۳۳)

بنابراین، پیرس می‌گوید:

«نشانه ... در شکل نمود چیزی است که از دید کسی، از جهت‌ی یا ظرفیتی به جای چیز دیگری می‌نشیند. نشانه کسی را خطاب می‌کند، یعنی در ذهن آن شخص نشانه‌ای برابر یا شاید نشانه‌ای بسط‌یافته‌تر خلق می‌کند. نشانه‌ای را که به این ترتیب آفریده می‌شود، من تفسیر نشانه نخست می‌نامم. نشانه به جای چیزی می‌نشیند که اصطلاحاً موضوع آن نشانه نامیده می‌شود. نشانه نه از همه جهت، بلکه در ارجاع به نوعی ایده که گاهی آن را زمینه نشانه نامیده‌ام، به جای موضوع می‌نشیند» (پیرس، ۱۹۵۸: ۲۲۸-۲ به نقل از سجودی، ۱۳۹۵: ۲۷). در چارچوب الگوی پیرس از نشانه، چراغ قرمز نمود است، توقف خودروها موضوع و این اندیشه که چراغ قرمز به این معنی است که خودروها باید متوقف شوند، تفسیر آن است (چندلر، ۱۳۸۷: ۳۳). الگوی پیرس از نشانه، موضوع یا مصداق را که در الگوی سوسور به صراحت بیان نشده است، شامل می‌شود. اگر بخواهیم این دو الگو را باهم مقایسه کنیم، می‌توانیم بگوییم که "نمود" مشابه "دال" سوسور و "تفسیر" چیزی شبیه "مدلول" است. هرچند تفسیر کیفیتی متفاوت از مدلول دارد؛ در «واقع تفسیر خود نشانه‌ای

است در ذهن تفسیرگر. (چندلر، ۱۳۸۷: ۳۳)

«طبقه‌بندی پیرس از کارکردهای نشانه، یکی از مهم‌ترین و گسترده‌ترین دستاوردهای مطرح شده در حوزه نشانه‌شناسی است. این طبقه‌بندی مبتنی بر مطالعات پیرس است که بر اساس آن نظام‌های نشانه‌ای، دنیا را درک و با آن ارتباط برقرار می‌کنیم. دومین تقسیم‌بندی او از نشانه‌ها این چنین است:

الف. شمایل‌ی: نشانه‌ای که میان صورت و مفهوم آن مشابهت عینی وجود دارد، مثل عکس. **ب. نمایه‌ای:** نشانه‌ای که در آن، «صورت»، [بر اساس رابطه علت و معلولی]، به مفهوم خود اشاره دارد و یا با آن مرتبط است، مثل دود به نشانه آتش.

ج. نمادین: نشانه‌ای که در آن ارتباط میان صورت و مفهوم، توافقی و قراردادی است و هیچ شباهتی بین صورت و مفهوم وجود ندارد، مثل کبوتر به عنوان نماد صلح». (آلام، ۱۳۹۴: ۲۲-۲۷)

به اعتقاد پیرس «هرچیزی که مناسبت جانمایی چیزی مشابهی را دارا است، شمایل شده است» (پیرس، ۱۳۸۱: ۵۶). پیرس می‌نویسد: «شمایل‌ها را می‌توان در یک تقسیم‌بندی کلی بر اساس چگونگی نخستین‌بودگی آن‌ها به سه گروه تقسیم کرد. آن‌ها که از کیفیت‌های ساده بهره می‌برند، تصویرند؛ آن‌ها که به موجب روابط قیاسی با اجزای خودشان، نمایانگر روابط اجزای چیزی هستند، نمودارند و آن‌ها که از طریق نمایاندن نوعی توازی در چیزی دیگر معرف ویژگی باز نمودی یک باز نمون هستند، استعاره‌اند». (همان: ۵۷). «پیروان نشانه‌شناسی پیرس بر این باورند که نشانه شمایل‌ی ناب وجود ندارد و همیشه عنصر قرارداد اجتماعی تاحدی دخیل است» (سجودی، ۱۳۹۵: ۳۵). البته خود پیرس نیز معترف است که «هر انگاره‌ای مادی ممکن است مانند آنچه نمی‌نماید باشد، اما در منش باز نمودی خود بسیار مبتنی بر قرارداد است» (پیرس، ۱۳۸۱: ۵۷). پیرس نمایه را چنین تعریف می‌کند: «نمایه، نشانه یا باز نمونی است که دلالتش به موضوعش، نه به دلیل مشابهت و از طریق قیاس است و نه به دلیل پیوند آن با ویژگی‌های عامی که موضوع آن ممکن است داشته باشد، بلکه به دلیل ارتباط پویایی است که از یک سو با موضوع دارد و از سوی دیگر با حواس و خاطرات شخصی که آن پدیده برای او حکم نشانه را دارد. نمایه را می‌توان به موجب سه ویژگی مشخص از سایر نشانه‌ها یا باز نمودها متمایز کرد: نخست اینکه نمایه‌ها هیچ شباهت قابل توجهی به موضوع‌هایشان ندارند؛ دوم اینکه افراد، واحدهای منفرد، مجموعه‌های منفرد از واحدها، با پیوستارهای منفرد دلالت می‌کنند؛ سوم آنکه نمایه‌ها توجه را از طریق نوعی اجبار کور به موضوع‌هایشان جلب می‌کنند. از نظر روانشناختی، عمل نمایه‌ها به تداعی ناشی از مجاورت وابسته است و نه تداعی ناشی از مشابهت یا عملیات فکری. (همان: ۵۹)

بر اساس تعاریفی که ارائه شد، به نظر می‌رسد تقسیم‌بندی سه‌گانه پیرس از نشانه‌ها قطعی نیست، بلکه نوعی رابطه پیوستاری بین آن‌ها مطرح است. چندلر نیز در این مورد می‌نویسد: «اینکه نشانه‌ای نمادین است، شمایل‌ی است یا نمایه‌ای، در اصل به شیوه کاربرد آن نشانه وابسته است» (چندلر، ۱۳۸۷:

۴۳). بدین ترتیب یک نشانه می‌تواند با توجه به ویژگی‌های رسانه‌ای که در آن تجلی یافته است شمایی، نمایه‌ای و یا قراردادی باشد.

نشانه‌شناسی از دیدگاه بارت

رولان بارت از جمله مهم‌ترین نشانه‌شناسانی بوده که به طور خاص به مقوله عکس پرداخته است. وی معتقد بود که عکاسی تنها رسانه‌ای است که پیامش پیوسته است، یعنی بدون واسطه و بی‌نیاز از رمزگان خاصی پیام خود را منتقل می‌کند (بصیریان جهرمی و نحوی نظام آبادی، ۱۳۹۵: ۱۲). از دیدگاه بارت، کار نشانه‌شناس یافتن دلالت معنایی در گستره بی‌پایان زندگی بشر امروزی است (بارت، ۱۳۸۹: ۱۲). از این رو، او به مطالعه انواع نشانه‌ها در زندگی روزمره می‌پردازد و به پوشاک، غذا، گونه‌های موسیقی، اتومبیل فرد، مبلمان و ... به منزله نشانه‌هایی نگاه می‌کند که همچون نوشتار، پیام ثانویه در لابلای سطور خود دارند. بارت بر این نکته تأکید دارد که «بسیاری از نظام‌های نشانه‌شناسی دارای جوهر توصیفی هستند اما دلیل وجودی‌شان تنها دلالت‌شان نیست. اینها اغلب اشیای مورد استفاده‌ای هستند که اجتماع، با اهدافی دلالتی، آن‌ها را از مسیر (کارکردی) خود منحرف کرده است. برای مثال، پوشاک برای پوشاندن بدن است و غذا برای تغذیه؛ در حالی که همین‌ها به کار دلالت نیز می‌آیند». (بارت، ۱۳۹۲: ۱۱)

در نشانه‌شناسی بارت، به سه مفهوم دلالتی اشاره شده است: دلالت صریح (یا معنای مستقیم)، دلالت ضمنی (یا معنای تلویحی) و اسطوره.

چندلر می‌نویسد: «در دلالت مستقیم یا صریح، تمایل به ارائه معنای معین، ملفوظ، آشکار یا مطابق عقل سلیم برای نشانه وجود دارد. در مورد نشانه‌های زبانی، معنای مستقیم همان است که معمولاً در لغت‌نامه‌ها می‌توان یافت و در مورد تصویر بصری، همان است که همه بینندگان، از هر فرهنگ و در هر زمانی که باشند، در تصویر تشخیص می‌دهند» (چندلر، ۱۳۸۷: ۲۱۰). به عبارت دیگر، معنای صریح، معنایی است که تعداد بیشتری از اعضای یک جامعه با فرهنگ مشترک، در مورد آن توافق دارند. «اصطلاح دلالت ضمنی برای ارجاع به معناهای اجتماعی، فرهنگی و شخصی نشانه به کار می‌رود و به طبقه، سن، جنسیت و نژاد تفسیرگر بستگی دارد. ماهیت نشانه‌ها «چندمعنایی» است. آن‌ها در برابر تفسیر گشوده هستند و دلالت‌های آن‌ها را باید بیشتر ضمنی دانست تا مستقیم» (همان). البته بیشتر نشانه‌شناسان معتقدند در عمل، نمی‌توان خط قاطعی بین معنای صریح و معنای ضمنی کشید؛ زیرا هیچ نشانه‌ای به طور ناب، عاری از معنای ضمنی نیست، اما تفکیک این دو (سطوح معنایی یا سطوح بازنمایی یا دلالت‌های صریح و ضمنی) برای تحلیل متن، مفید است. دلالت مستقیم و دلالت ضمنی اغلب به مثابه سطوح بازنمایی یا سطوح معنا توصیف می‌شوند و هر دو شامل به کارگیری رمزگان هستند. به تعبیر فیسک، «دلالت مستقیم، چیزی است که به تصویر درآمده؛ و دلالت ضمنی، چگونگی این به تصویر درآمدن است». (همان: ۲۱۲)

علاوه بر دلالت صریح و ضمنی، بارت به مفهوم «اسطوره» اشاره می‌کند. بارت، خود اسطوره را

به مثابه سطح سوم دلالت طبقه‌بندی نکرده است. تحلیل گران، گاه اسطوره را، در سطح سوم دلالت (بعد از دلالت صریح و ضمنی) طبقه‌بندی کرده‌اند؛ گاه آن را در قالب دلالت ضمنی، یعنی همان سطح دوم دلالت، قرار داده‌اند (فیسک، ۱۳۸۶: ۱۳۱) و گاه آن را حاصل تلفیق دلالت‌های صریح و ضمنی دانسته‌اند (سجودی، ۱۳۹۵: ۸۶). چندلر در این زمینه توضیح می‌دهد. «تفاوت بین این سه مرتبه دلالت، تمایزی شفاف نیست بلکه برخی نظریه‌پردازان برای اهداف توصیفی و تحلیلی، این سه مرتبه دلالت را بدین شکل از هم متمایز کرده‌اند. مرتبه نخست (دلالت صریح)، اساساً باز نمودی تلقی می‌شود. مرتبه دوم (دلالت ضمنی)، بازتاب ارزش‌های اشاره‌گر است که به هنر نشانه پیوند یافته است. در مرتبه سوم (اسطوره‌ای یا ایدئولوژیکی)، نشانه بازتاب مفاهیم متغیر فرهنگی است که زیربنای جهان‌بینی‌های خاصی چون مردانگی، زنانگی، آزادی، فردگرایی، عینیت‌گرایی، انگلیسی‌بودگی و ... است. (همان: ۹۱)

عکاسی

در ساده‌ترین تعریف، عکس این موضوع را مخابره می‌کند که سوژه در آن شرایط، به‌خصوص هنگام عکاسی، چگونه بوده است. بسیاری از صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه ارتباطات و عکاسی، معتقدند که اختراع عکاسی در کنار پیدایش خط، از مهم‌ترین اتفاقات تاریخ بشریت هستند. به زعم فلاسفر، «از زمان پیدایش تاریخ فرهنگ انسان تا کنون دو نقطه عطف مهم را می‌توان در آن باز شناخت. نخست پیدایش نوشتار خطی، در اواسط هزاره دوم قبل از میلاد؛ و دوم، اختراع تصویرفنی که ما شاهدش هستیم» (فلاسر، ۱۳۹۴: ۱۷). از دیدگاه وی «عکاسی نخستین گام گذار از دوره صنعتی و تاریخی به دوره فراصنعتی و فراتاریخی بود». (همان: ۱۳)

فتوژورنالیسم (عکاسی خبری)

بارت معتقد است که عکس خبری یک پیام است. این پیام، در کل، از یک منبع ارسال، یک مجرای انتقال و یک مرکز دریافت تشکیل شده است. منبع ارسال همان هیئت تحریریه رسانه است، گروهی از متخصصان که برخی از آنها عکس‌ها را می‌گیرند، برخی دیگر عکس‌ها را گزینش، آرایش و پردازش می‌کنند و سرانجام عده‌ای دیگر برای عکس‌ها عنوانی انتخاب می‌کنند و شرح عکس و تفسیری به آن می‌افزایند. مرکز دریافت، همان مردمی هستند که مطالب رسانه را دنبال می‌کنند. مجرای انتقال، نیز خود رسانه (روزنامه، خبرگزاری، تلویزیون و ...) است. (بارت، ۱۳۸۹: ۹)

به طور کلی در هر رسانه‌ای، نوشته‌ها برای جذب خوانندگان، به عکس نیازمندند. منابع قدیمی خبر، مانند بی‌بی‌سی، سی‌ان‌ان، نیویورک‌تایمز و ... در کنار انتشار روزنامه و مجله، همگی پایگاه اینترنتی دارند و به صورت لحظه‌ای عکس و خبر در اختیار کاربران خود می‌گذارند. پیوند عکس و نوشته، همچنان مؤثرترین شیوه گزارش است. رشد سریع صفحه‌های شخصی وب، نرم‌افزارهای

اشتراک‌گذاری تصویر و نوشتار، که قابلیت‌های متعددی از قبیل استفاده از هشتگ، امکان دنبال کردن صفحه‌های دلخواه، امکان جست‌وجو و ... دارند، باعث شده که امروزه عکاسان برای انتشار آثارشان فقط وابسته به رسانه رسمی خود نباشند. با استفاده از امکاناتی که فناوری امروز به ما داده است، عکاسان محدود به انتشار یک یا دو عکس نیستند و می‌توانند ده‌ها عکس خود را از یک اتفاق منتشر کنند. توسعه فناوری‌های دیجیتال در سال‌های اخیر، منجر به انقلابی در تولید و انتشار اخبار و عکس شده است. در تولید، شاهد تغییری اساسی به سمت داستان‌سرایی بصری هستیم. تصاویر بر فضای داستان کلامی مسلط هستند و این پتانسیل را دارند که خودشان تبدیل به داستان و روایت اصلی شوند (Caple & S.Knox, 2015: 1). از زمانی که برای نخستین بار عکس به مطبوعات راه یافت تا به امروز، عکس به صورت بخشی ضروری و جدانشدنی برای مطبوعات درآمده است؛ امروز دیگر نمی‌توان تصور کرد رسانه‌ای که در میان مردم خوانندگانی یافته است، به مطالبش جنبه تصویری ندهد. «عکس اینک به عنوان مکمل و متمم روزنامه‌نگاری درآمده است» (بدیعی و قندی، ۱۳۸۴: ۳۴۸). عکاسی مطبوعاتی (فتوژورنالیزم) نوع خاصی از روزنامه‌نگاری است که در آن ارائه مطالب و شرح رویدادها، عمدتاً با استفاده از عکس صورت می‌گیرد. «عکس در واقع ثبت لحظات جالبی از فعالیت‌های بشر است و عکس مطبوعاتی علاوه بر این، باید به نحوی ارائه‌دهنده ارزش‌های خبری نیز باشد» (همان: ۳۴۹). عکاسی مطبوعاتی موضوع‌های گوناگونی را در بر می‌گیرد که از آن جمله می‌توان به خبر، مستند اجتماعی، علوم، محیط‌زیست، پرتره و ... اشاره کرد. هدف اصلی عکاسی خبری ثبت اتفاق‌های خبری است. در یک تقسیم‌بندی می‌توان عکس‌های مطبوعاتی را به پنج گروه تقسیم کرد ۱. عکس با سوژه‌های متحرک، ۲. عکس‌های ناگهانی، ۳. عکس‌های غیر فوری و آرشیوی، ۴. عکس‌های تزئینی، ۵. عکس‌های فجیع. (همان: ۳۴۸)

۱. عکس با سوژه‌های متحرک: هر عکس مطبوعاتی باید سوژه متحرک داشته باشد، از جهش و پرش یک دوندۀ گرفته تا سران دو کشور که هنگام دیدار دست یکدیگر را می‌فشارند. تحرک را در عکس‌های مطبوعاتی نیز می‌توان به دو گونه تشریح کرد: الف. عکس با سوژه‌های متحرک فیزیکی: این نوع عکس‌ها از نوع دیگر متداول‌تر هستند. علاوه بر عکس‌های ورزشی مثل لحظه به ثمر رساندن گل در فوتبال، در عکس‌برداری از لحظه‌های هر رویداد دیگری نیز باید تحرک را نشان داد تا هم بتواند عینیت خبر را منعکس کند و هم به جذب خواننده و فروش بیشتر - که در ایران چندان معنا و مفهومی ندارد - منجر شود. ب. عکس با سوژه‌های متحرک غیر فیزیکی: اینجا دوربین ثبت‌کننده احساس‌ها و حالات درونی سوژه است؛ به نحوی که در چهره اشخاص یا حتی طرز قرار گرفتن اشیا خود را نشان داده و به عکس تحرک می‌دهد.

۲. عکس‌های ناگهانی: ثبت لحظه سقوط فردی از ساختمان، لحظه ترور یک مقام سیاسی، به خواب رفتن یک نماینده مجلس و ... از جمله سوژه‌های این عکس‌ها هستند. رویدادهایی که خبر نمی‌دهد، اما عکاس مترصد لحظه‌ها، در محل حادثه حضور دارد.

۳. **عکس‌های غیرفوری و آرشیوی:** عکس‌هایی که به چاپ می‌رسند، یا آن‌ها که به دلیلی فرصت چاپ پیدا نمی‌کنند، در آرشیو نگهداری می‌شوند تا دوباره روزی بر حسب نیاز چاپ شوند.
۴. **عکس‌های تزئینی:** جنبه زیبایی عکس و جاذبه آن، سرعت در انتقال مفهوم و عینی ساختن مطالب نوشتنی همگی سبب می‌شود که از عکس حتی برای زینت بخشیدن به زیبایی صفحه، خواه روزنامه باشد، خواه سایت خبری، بهره‌گیری شود. برای مثال نمایی زیبا از شهر پاریس، برای خبری مبنی بر افزایش یا کاهش سفرهای توریستی به آن شهر در سال گذشته، می‌تواند در جهت عینی‌تر ساختن خبر و افزایش جاذبه تصویری آن مورد استفاده قرار گیرد.
۵. **عکس‌های فجیع:** عکس‌های فجیع، در واقع ثبت لحظات غیرمتعارف از زندگی بشر است. به عبارت بهتر عکسی که روح خواننده را جریحه‌دار می‌کند، او را تا سرحد خشم، نفرت و جنون می‌کشاند، عکس فجیع نامیده می‌شود. (همان: ۳۴۹-۳۵۰)

معنای صریح و ضمنی در عکاسی

همواره در مورد هر عکسی این پرسش مطرح است که پیام عکس چیست؟ و عکس چه چیزی را انتقال می‌دهد؟ مهدی‌زاده بیان می‌کند که «هر متن نشانه‌ای از دو گونه معنا خبر می‌دهد. در برخی متون و آثار هنری، آنچه در ابتدا به ذهن می‌نشیند با کمی گذشت زمان و اندکی تأمل، در معرض معنا یا معناهای ضمنی و ناآشکار رنگ می‌بازد. برخی از عکس‌ها دارای معنای صریح و آشکاری هستند و برخی عکس‌ها علاوه بر معنای صریح و اضافه بر آن و مهم‌تر از همه، معنا یا معناهایی را در درون خود پنهان دارند که خود نشانی از خلاقیت، تیزبینی و درک بصری بالای عکاس در لحظه گرفتن عکس و یا انتخاب هوشیارانه قابی مناسب است» (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲: ۷۱).

مهدی‌زاده در ادامه به این نکته اشاره می‌کند که «هنر عکاس در این است که با خلاقیت و ابتکار خویش جلوه‌هایی را با عکس به تصویر بکشد که ظاهراً مشهود نیست و دامنه دلالت‌های ضمنی را گسترش می‌دهد» (همان). بنا به تعاریف ارائه‌شده، هر عکس، خود صحنه، یا همان واقعیت برابر با اصل را انتقال می‌دهد.

بی‌شک در گذر از شیء به تصویر آن، تقلیلی صورت می‌گیرد: تقلیلی در ابعاد و اندازه‌ها، در زاویه دید و در رنگ‌ها. پس، تصویر به یقین، خود واقعیت نیست، اما دست کم «آنالوگون» یا «هماننده» کامل آن است و همین همانندی است که نزد عموم مردم مشخصه عکس به شمار می‌رود. به این ترتیب جایگاه ویژه تصویر عکاسانه نمایان می‌شود: عکس یک پیام بدون رمزگان است. از این گزاره بی‌درنگ باید نتیجه‌ای با اهمیت گرفت: پیام عکس یک پیام پیوسته است (بارت، ۱۳۸۹: ۱۴). حال با وجود این آیا «پیام‌های بدون رمزگان» دیگری هم وجود دارند؟ در نگاه نخست، آری، این پیام‌ها، دقیقاً تمام آن بازآفرینی‌های مبتنی بر واقعیت‌اند، یعنی طراحی، نقاشی، سینما و تئاتر. اما در واقع هر یک از این پیام‌ها، علاوه بر محتوای مبتنی بر همانندی‌شان (صحنه،

شیء، منظره)، به شیوه‌ای آشکار و بی‌واسطه، پیام مکملی را مطرح می‌کنند، که عموماً همان چیزی است که سبک آن بازآفرینی خواننده می‌شود.

در اینجا، بحث بر سر معنای دومی است که دال آن نوعی "پردازش" خاص تصویر است و مدلولش، چه هنرشناسانه و چه ایدئولوژیک، به "فرهنگ" خاص اجتماعی اشاره دارد که پیام را دریافت می‌کند. روی هم رفته، تمام این هنرهای "بازنمایه‌ای" حامل دو پیام‌اند: یک پیام "صریح"، که همانند "هماننده" است و یک پیام "ضمنی" که شیوه‌ای را شامل می‌شود که اجتماع به وسیله آن تلقی نسبی خود را از آن هماننده بیان می‌کند (همان). به عقیده بارت، در عکس، پیام صریح کاملاً هماننده، یعنی پیوسته و فارغ از هرگونه وابستگی به رمزگان است. لزومی ندارد، دنبال مؤلفه‌های وجود دلالت در پیام اولیه باشیم. اما از آنجا که پیام ضمنی شامل یک سطح بیانی و یک سطح محتوایی است (دال‌ها و مدلول‌ها)، یک رمزگشایی راستین ضرورت می‌یابد. (همان: ۷۷)

به عقیده مهدی‌زاده، عکس تنها و به اجبار، تولیدش وابسته به واقعیت است، ولی خود آن نیست. از منظر نشانه‌شناسی، متنی نشانه‌ای است که اگرچه ممکن است از واقعیتی حکایت کند، اما عناصر آن، در تعامل و تقابل با یکدیگر معنا و مفهومی را در معرض تفسیر و تأویل قرار می‌دهند. نسبت و رابطه درونی عناصر عکس با یکدیگر، مهم‌تر از نسبت هر عنصر با ابژه‌های عالم واقعی است. (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲: ۶۹)

گراندبرگ نیز ویژگی مهم عکاسی پسامدرن را آگاه ساختن از یک تجربه تجسمی رمزگذاری شده می‌داند: آنچه امروزه برای هنرمندان و منتقدان جذاب است، توانایی پیچیده عکاسی، برای عرضه و نمایش کلیشه‌های جهان تجسمی و آگاه ساختن ما از یک تجربه تجسمی رمزگذاری شده است، که معمولاً نادیده گرفته می‌شد. (گراندبرگ، ۱۳۹۲: ۱۳۶)

فلوسر نیز معتقد است که مفهوم تصویر، در سطح آن است و با یک نگاه می‌توان آن را دریافت، اما این درک به صورت سطحی باقی خواهد ماند. چنانچه بخواهیم به عمق این مفهوم دست یابیم، یعنی ابعاد حذف‌شده را بازسازی کنیم، باید بگذاریم نگاهمان آزادانه روی سطح تصویر حرکت کند. این حرکت روی سطح تصویر، جارو کردن تصویر توسط نگاه یا اسکن کردن نام دارد. بدین ترتیب، نگاه ما مسیری را دنبال می‌کند که متشکل از ساختار تصویر از یک سو و قصد بیننده از سوی دیگر است. مفهومی که طی این فرایند از تصویر به دست می‌آید، بیانگر تلفیق دو هدف است: هدف ظاهری تصویر و هدف بیننده آن. از این رو، تصویر را نمی‌توان مجموعه‌ای روشن از نمایه‌ها در نظر گرفت که در ذات مفهوم خاصی دارد، بلکه تصویر مجموعه‌ای مبهم از نمایه‌هاست که به مفهوم خاصی اشاره دارند: آن‌ها امکان تفسیر توسط بیننده را فراهم می‌کنند. (فلوسر، ۱۳۹۴: ۱۸)

حال اگر یک تصویر — که به قول فلوسر مجموعه‌ای مبهم از نمایه‌هاست و قصد بیننده و ساختار تصویر هر دو در درک معنای آن تاثیرگذارند — با یک تیترو، شرح عکس و متن نیز همراه شود، دارای دلالت‌های ضمنی متعددی خواهد بود. متن نوشتاری — تصویری، نظامی نشانه‌ای است که

دارای یک سطح بیان و یک سطح محتوا خواهد بود. طبعاً این دو سطح را نمی‌توان از یکدیگر جدا و چگونگی تناظر میان آن‌ها را، باید بنا به فضای گفتمانی توجیه کرد. از این رو، در بررسی رابطه، میان عناصر نوشتاری و تصویری در متن، ناگزیر از بررسی نظام‌های گفتمانی و نحوه تجلی این نظام‌ها در سطح‌های بیان و محتوای متن خواهیم بود؛ به عبارتی، هرگونه تغییر در فضای گفتمانی، با تغییر در ترکیب عناصر، تغییر در برونه و درونه جسمانه (مرکز اصلی شکل‌گیری نظام حسی و عاطفی) و تغییر در رابطه میان عناصر نوشتاری و تصویری همراه خواهد بود. هدف این بررسی علاوه بر مطالعه دقیق این ارتباط، نشان دادن این موضوع مهم است که چگونه عناصر نوشتاری و تصویری متن در ارتباط با یکدیگر قادر به تغییر کارکردهای نشانه - معنایی، خلق معناهاى جدید و ایجاد نظام‌های گفتمانی متفاوت و خاص هستند. بارت معتقد است که «دلالت ضمنی، هنگام تحمیل یک پیام دوم به پیام اصلی عکس، در سطوح مختلف تولید عکس (مثل انتخاب، پرداخت فنی، کادربندی، صفحه بندی و ...) پدید می‌آید. او همچنین معتقد است که دلالت ضمنی، نوعی رمزگذاری هماننده عکاسانه است. وی بر همین اساس فرایندهای مختلف دلالت ضمنی را از هم مجزا می‌کند: سه فرایند نخستین (جلوه‌های ویژه، ژست‌ها، اشیا) را باید از سه فرایند (زیانمایی، هنری‌نمایی، همسازی) تفکیک کرد. در سه فرایند نخست، معنای ضمنی با اعمال تغییر یا اصلاحی در خود واقعیت، یعنی در پیام صریح، ایجاد می‌شود. با این حال اگر آن‌ها را در زمره فرایندهای دلالت ضمنی عکس بر می‌شماریم، از این رو است که آن‌ها نیز از اعتبار دلالت صریح برخوردار می‌شوند: عکس به عکاس این مجال را می‌دهد تا زمینه‌چینی‌ها و آماده‌سازی‌هایی را که باید در هر صحنه عکاسی ایجاد کند، زیرکانه پنهان نگه دارد.» (بارت، ۱۳۸۹: ۱۸)

رولان بارت پس از ذکر این فرایندهای شش‌گانه، چنین به توضیح آن‌ها می‌پردازد:

۱. **جلوه‌های ویژه:** اهمیت روش‌شناسانه جلوه‌های ویژه، در این است که بدون هشدار و پیش‌بینی، در سطح معنای صریح مداخله می‌کنند. آن‌ها از باورپذیری خاص عکس بهره می‌گیرند تا پیامی، صرفاً صریح را، به جای پیامی که در واقع کاملاً ضمنی بوده، قالب کنند؛ در هیچ‌گونه پرداخت دیگری معنای ضمنی، نقاب "بی‌طرفی" و "عینی" بودن معنای صریح را بر چهره نمی‌زند.
۲. **ژست‌ها:** ژست سوژه عکس است که خوانش مدلول‌های ضمنی را میسر می‌سازد: جوانی، معنویت و پاکی. ژست، فرایندی مختص عکس نیست، اما از آنجا که تأثیرگذاری خود را از اصل "همانندی" دارد، دشوار بتوان سخنی از آن به میان نیاورد.
۳. **اشیا:** باید اهمیتی ویژه برای آنچه که می‌توان ژست اشیا نامید قائل شد. زیرا معنای ضمنی همواره از دل اشیای عکسبرداری شده پدید می‌آید؛ خواه عکاس این مجال را داشته که اشیا را به شکل مصنوعی مقابل لنز دوربین خود چیدمان کند، یا از این رو که صفحه‌آرا، از میان انبوهی عکس، تصویر فلان شیء را انتخاب کرده است. اهمیت اشیا در این است که آن‌ها القاکنندگان متداول مفاهیم و تداعی‌کنندگان مقبول معنا هستند. اشیا شاید که دیگر "قدرت" نداشته باشند، اما به یقین، معنا دارند.

۴. **زیبانهمایی:** در زیبانهمایی، پیام ضمنی در خود تصویر است، تصویری که به یاری تکنیک‌های نورپردازی، ظهور، در عکاسی آنالوگ و ادیت در عکاسی دیجیتال چاپ آن را زیبا کرده‌اند، این زیبایی عموماً به معنای والایی است.

۵. **هنری نمایی:** چنین به نظر می‌رسد، که اگر بتوان از هنری‌نمایی در عکس سخن گفت، این سخنی گنگ و مبهم خواهد بود. اگر عکسی بخواهد به نقاشی بدل شود، یعنی اگر عامدانه بخواهد خود را به ترکیب‌بندی یا محتوای بصری بوم و رنگ روغن نزدیک کند، از آن رو است که می‌خواهد خود را همچون هنر قلمداد کند، یا در صدد تحمیل مدلولی است که به طور معمول ظریف‌تر و پیچیده‌تر از آن است که به فرایندهای معنای ضمنی مجال بروز دهد.

۶. **همسازی:** چندین عکس می‌توانند در کنار هم، یک مجموعه عکس بسازند. پس در این صورت، دال معنای ضمنی، دیگر در سطح هیچ یک از اجزای مجموعه (یعنی هر یک از تک‌عکس‌ها) یافت نمی‌شود، بلکه آن را باید در توالی و پیوستگی کل مجموعه، یا چنان‌که زبان‌شناسان می‌گویند، در سطح "فرازنجیره‌ای"، جست‌وجو کرد. (همان: ۱۸-۲۳)

فلوسر، در کتاب خود، در باب فلسفه عکاسی، به این نکته اشاره می‌کند که امروزه کمابیش، همه یک دوربین دارند و عکس‌های فوری می‌گیرند؛ همان‌گونه که کمابیش همه آموخته‌اند بنویسند و متنی را به وجود آورند. هر کس که نوشتن بلد باشد، خواندن هم بلد است. اما کسی که می‌تواند عکس فوری بگیرد، لزوماً قادر به رمزگشایی عکس نخواهد بود (فلوسر، ۱۳۹۴: ۶۷). وی در بخش دیگری از این کتاب، خاطر نشان می‌کند که عکاس غیر حرفه‌ای نمی‌تواند عکس را رمزگشایی کند، زیرا عکس به گمان او بازتابی خودکار از جهان است. نتیجه این مسئله این پارادوکس است که هر چه بیشتر عکس فوری گرفته شود، رمزگشایی عکس دشوارتر خواهد شد: احتیاجی به رمزگشایی عکس حس نمی‌شود زیرا همه به زعم خود چگونگی به وجود آمدن و مفهوم عکس را می‌دانند. (همان: ۷۰)

انعطاف‌پذیری معنا در عکاسی

استیون شور، استاد هنر و عکاس نامدار معاصر، در کتاب معروف خود، ماهیت عکس که مشتمل بر آرای شور و همراهی هوشمندانه تصاویر عکاسان خبره است، نظرهای جالبی را، در خصوص نقش عکاس و ذهنیت وی در شکل‌گیری اثر هنری بیان می‌کند:

عکاس در فضای باز، خارج از محیط محدود و قابل کنترل استودیو، با حجم پیچیده‌ای از زوایای دید متفاوت مواجه می‌شود و با هر قدمی که برمی‌دارد، عوامل بصری زاویه دید او از شکلی به شکل دیگر تغییر می‌یابند. یک قدم که برمی‌داری، منظری پنهان، آشکار می‌شود؛ در قدم بعدی، زاویه دید فعلی جای خود را به مناظر دورتر می‌دهد. قدمی دیگر برمی‌داری و فضایی عمیق، هویدا می‌شود؛ با حرکت جزئی، زاویه قبلی محو شده است. (شور، ۱۳۹۱: ۴۹)

با توجه به نکاتی که شور مطرح می‌کند، استفاده درست و به‌جا از عکس در یک خبر، همچنین اهمیت

این نکته که عکاس، حین ثبت عکس نیز باید تا حد امکان بداند برای چه نوع مطلب و با چه محوریتی عکاسی می‌کند، بیش از پیش مورد توجه قرار می‌گیرد؛ زیرا تقریباً غیرممکن است که همواره از بین عکس‌های موجود در آرشیو و یا عکس‌هایی که از طریق جست‌وجو در موتورهای جست‌وجو استخراج می‌شوند، عکسی را منطبق با پیام مورد نظر منتشرکننده عکس یافت. عکس‌ها، فقط با فرایند انتخاب شدن برای روزنامه از میان طیف وسیعی از عکس‌هایی که بالقوه وجود دارند، به عکس خبری تبدیل می‌شوند (Engel, 2008: 4). این نشان از حساسیت بالای انتخاب و گزینش عکس، برای خبر و همچنین نقش تأثیرگذار عکس در خوانش مخاطب در بافت نوشتار - تصویر دارد.

مادر جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که با تصویرهای عکاسانه رمزگذاری شده است. این تصاویر محصول طبیعی و خاص لنزهایی منفعل نیستند، بلکه نشانه‌های خودآگاهی انسان‌اند (گراندرگ، ۱۳۹۲: ۲۶۷). انجل، در مقاله خود، راجع به اهمیت عکس در مقابل متن و زبان، به این نکته اشاره می‌کند که عکس نشان‌دهنده یک جهان روایت‌شده است، جهانی از دلایل و تأثیرات، از فعالیت‌ها و عواقب آن. این جهان وسیعی که در عکس قابل درک است، به شیوه‌ای خطی به عنوان زبان قابل دستیابی نخواهد بود (Engel, 2008: 4). علاوه بر این موضوع و همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، معنای هر عکس انعطاف‌پذیر است و بسته به بافتی که در آن مورد استفاده قرار می‌گیرد، می‌تواند معنای متفاوتی را منتقل کند. «تأثیر معنای ضمنی بر حسب شیوه ارائه کلام متفاوت خواهد بود» (بارت، ۱۳۸۹: ۲۵). استیون شور در خصوص بافتی که یک عکس در آن معنا پیدا می‌کند یادآور می‌شود که زمینه مشاهده عکس، در معنای آن تأثیرگذار است (شور، ۱۳۹۱: ۲۹). در همین رابطه، بارت به اهمیت عکس در انتقال پیام یک خبر به مخاطب، اشاره کرده و این نکته را یادآوری می‌کند که ماهیت و بافت رسانه در چگونگی انتقال معنا به مخاطب سهم بسزایی دارد: رسانه، مجموعه‌ای از پیام‌های هم‌آورد است که عکس در مرکز آن‌ها جای دارد، اما پیرامون‌اش را متن، عنوان، شرح عکس، صفحه‌بندی و نیز، به شکلی انتزاعی‌تر اما به همان اندازه «اطلاع‌رساننده»، نام رسانه تشکیل می‌دهد. (چراکه این نام برای مخاطب آگاهی و شناختی در بر دارد که می‌تواند خوانش پیام، به معنی واقعی کلمه را به شدت جهت‌دار کند: برای مثال، معنای یک عکس در روزنامه به شدت محافظه‌کار اورور با معنای همان عکس در روزنامه کمونیستی او مانیتته تفاوت بسیار دارد). (بارت، ۱۳۸۹: ۹)

مهدی‌زاده نیز در مقاله خود به این نکته اشاره می‌کند که در عکس، هر واحد و عنصر در کلیت مجموعه دگرگون می‌شود و معنا می‌یابد، همچون کلمه‌ها که در هر بیت شعر معنای متفاوتی به خود می‌گیرند. او همچنین تأکید می‌کند که هر متن نشانه‌ای، معنایش بر اساس زمینه ارائه آن ساخته شده و در معرض تغییرهای گوناگون قرار می‌گیرد و نشانه‌ها پیوسته، بر اساس بافتی که در آن قرار می‌گیرند، مدلول‌های تازه و متفاوتی پیدا می‌کنند. عکس، بسته به اینکه در چه زمینه و بافتی مورد تماشا و ارزیابی قرار گیرد، معنایش دچار تغییرهای متفاوت گشته و گاه معناهای متضادی به خود می‌گیرد. (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲: ۷۱)

بینامتنیت

بینامتنیت، چگونگی ارتباط یک متن با متون دیگر را نشان می‌دهد و به این مسئله اشاره دارد که متون از یکدیگر تأثیر می‌گیرند و هیچ متنی معنای مستقل ندارد. استفاده آگاهانه یا ناآگاهانه از مطالب متون پیش‌تر خلق شده را، در متن جدید بینامتنیت می‌خوانیم؛ مانند اشاره به صحنه‌ای از یک فیلم در فیلم دیگر. (سالمی، ۱۳۹۴: ۶۱)

با پیشرفت‌های روزافزون فناوری، امروزه دسترسی به عکس و انتشار به نسبت وسیع آن، برای هر فردی به راحتی امکان‌پذیر است. اقبال فراتر از حد تصور مخاطبان، به شبکه‌های اجتماعی که قابلیت انتشار توأمان عکس و متن را دارند (مانند اینستاگرام)، نشان‌دهنده همین امر است که کاربرد توأمان متن و عکس، امکان جدیدی را، برای انتقال مفاهیم مختلف به وجود آورده است. شکل جدید کاربرد عکس و متن در شبکه‌های اشتراک‌گذاری عکس و متن، مفهوم بینامتنیت را وارد فاز جدیدی کرده و تأثیر بسزایی در ایجاد بینامتنیت دارد. درک هر فردی از یک متن یا تصویر مشخص، وابسته به متون و تصاویر دیگری است که او، آن‌ها را درک کرده است. هر تصویر و متنی که از مقابل دیدگان ما می‌گذرد تأثیری مستقیم در درک ما از متون و تصاویری که بعدها می‌بینیم خواهد داشت. هر گفتمانی، در ارتباط با سایر گفتمان‌ها معنا و مفهوم پیدا می‌کند. گفتمان‌ها از طریق تمام انواع تصاویر و متون بصری و شفاهی، تخصصی و غیرتخصصی و همچنین از طریق تمام رویه‌هایی که زبان‌ها در آن اجازه می‌دهند، مفصل‌بندی می‌شوند. تکثر شکل‌هایی که از طریق آن‌ها یک گفتمان می‌تواند مفصل‌بندی شود، بدین معنی است که بینامتنیت برای درک گفتمان حائز اهمیت است. بینامتنیت اشاره به شیوه‌ای دارد که معناهای هر تصویر یا متن گفتمانی، نه تنها به آن متن یا تصویر، بلکه به معناهای تصاویر و متون دیگر نیز بستگی دارد. (رز، ۱۳۹۴: ۲۵۸)

نظریه‌پردازان ادعا دارند که کار خوانش، ما را به شبکه‌ای از روابط متنی وارد می‌کند. تأویل کردن یک متن و کشف کردن معنا یا معانی آن، در واقع ردیابی همین روابط است. بنابراین، خوانش به صورت روندی از حرکت در میان متون درمی‌آید. معنا نیز چیزی می‌شود که بین یک متن و همه متون دیگر مورد اشاره و مرتبط با آن موجودیت می‌یابد و این برون‌روی از متن مستقل و ورود به شبکه‌ای از مناسبات متنی است: متن بینامتنیت می‌شود. (آلن، ۱۳۹۲: ۱۲)

به باور گیرو، قرارگیری تصویر در کنار متن، به تألیف اثر سومی منجر می‌شود که ماهیتی متفاوت با تصویر تنها یا متن نوشتاری دارد و تأویل متن و تصویر هر دو دستخوش تغییر می‌شود (گیرو، ۱۳۸۷: ۲۴). تقسیم‌بندی نشانه‌شناختی، بین این دو ساحت از نظر بافتی و تاریخی واضح است. در برخی بافت‌ها، از جمله بیشتر حوزه‌های علوم و فناوری، تصویر کامل‌ترین و صریح‌ترین راه توضیح مسائل محسوب می‌شود و واژگان در نقش مکمل‌ها، نظرها، پانویس‌ها و برچسب‌های تصویرها عمل می‌کنند.

عکس‌ها، در حوزه تبلیغات تجاری نیز عملکردی متفاوت از واژه‌ها دارند. در مطبوعات و روزنامه‌ها

نیز، کارکرد عکس و نوشته متفاوت است. واژگان به ما می‌گویند که سیاستمداران چه انجام داده‌اند؛ حال آنکه، تصاویر لحظه‌های اساسی را ثبت می‌کنند. برای مثال تسلط سیاستمداران بر اوضاع و قدرت‌شان و یا حالت خمیده و درهم شکسته‌شان را در معرض دید قرار می‌دهد (خیرآبادی و خیرآبادی، ۱۳۹۱: ۶۵). بارت نیز تأکید می‌کند که متن و عکس در یک خبر، همکار یکدیگرند و ساختار عکس، یک ساختار منفرد و مجزا نیست و در کنار متن معنا پیدا می‌کند. «ساختار عکس یک ساختار منفرد و مجزا نیست، و دست کم با یک ساختار دیگر، که همان متن همراه تمام عکس‌های خبری (تیتیر، شرح عکس، متن) است در ارتباط خواهد بود» (بارت، ۱۳۸۹: ۱۲). نکته مهم دیگری که بارت درباره ارتباط متن و تصویر به آن می‌پردازد، این است که تأثیر معنای ضمنی بر حسب شیوه ارائه کلام متفاوت خواهد بود. چنین به نظر می‌رسد که هر چه کلام به تصویر نزدیک‌تر باشد، معنای ضمنی کمتری به آن می‌بخشد (همان: ۲۵). نکته سومی که بارت در خصوص متن همراه با عکس بیان می‌کند این است که: «متن اغلب تنها مجموعه‌ای از معانی ضمنی را مطرح می‌کند که پیشاپیش در عکس گنجانده شده‌اند. البته گاهی نیز کلام، با ایجاد یک معنای ضمنی تعدیل‌کننده، می‌تواند تا مرز نفی تصویر پیش برود» (همان: ۲۶). بارت، برای رابطه تصویر و نوشتار دو گونه رابطه بر می‌شمرد: لنگر، و بازپخش. لنگر، نوعی رابطه بینامتنی است که در آن، نوشتار معنا را به سمت خاصی هدایت و در واقع معنای نوشتاری در تصویر لنگر می‌اندازد و چندمعنایی ممکن در تصویر محدود می‌شود. به باور بارت، نوشتار، معنای ضمنی را به صورت انگلی به متن می‌افزاید و هر چه متن نوشتاری به تصویری نزدیک‌تر باشد، از تولید معنای ضمنی کاسته می‌شود (صادقی، ۱۳۹۲: ۷۸). او به نوع دیگری از رابطه میان تصویر و نوشتار اشاره می‌کند و آن را بازپخش می‌نامد. او این اصطلاح را به مثابه نقش مکملی نوشتار نسبت به تصویر به کار می‌برد؛ برای مثال داستان‌های مصور، داستان - نقاشی‌های دنباله‌دار و فیلم‌های روایی از این جمله‌اند. در این نوع ارتباط، نوشته و تصویر، هر دو سازه‌هایی بر محور هم‌نشینی هستند که یکدیگر را کامل می‌کنند و یکدستی پیام ایجاد می‌شود. بارت برای بررسی رابطه تصویر و نوشتار، بر تبلیغات تمرکز می‌کند؛ زیرا در تبلیغات خواننده اطمینان دارد که دلالتی هدفمند وجود دارد و هیچ چیز بی‌دالت رها نمی‌شود. در رویکردی دیگر چند رابطه میان تصویر و نوشتار در نظر گرفته می‌شود: رابطه‌ای که نوشتار محوریت دارد، رابطه‌ای که نوشتار حضور ندارد و تصویر، به تنهایی معنا را القا می‌کند و نوشتار معنای خود را بر تصویر تحمیل نمی‌کند. در این رویکرد، کرس و ون‌لیون با نگاهی انتقادی به این باور بارت، مبنی بر اینکه در هم‌آیی نوشتار و تصویر همیشه نوشتار مسلط است و تصویر همیشه نوشتار را شرح می‌دهد، می‌گویند که در برخی از کتاب‌های کودکان که روایت فقط به واسطه تصویر ایجاد می‌شود، نوشتار هیچ نقشی ندارد و تصویر نوشتارهای مختلفی را در ذهن مخاطب شکل می‌دهد. به عقیده آن‌ها، رویکرد بارت قادر به تبیین عناصر ارتباط نیست و هم تصویر و هم نوشتار، می‌توانند در ایجاد ارتباط بر فرایند معناسازی مسلط باشند. آن‌ها از بارت انتقاد می‌کنند که سازه‌های تصویری متن، به شکلی مستقل و ساختمان به پیام صورت می‌بخشد و لزوماً به نوشتار وابسته نیستند؛ بلکه فقط با نوشتار (متن کلامی) پیوند داده می‌شوند. (Kress & Van Leeuwen, 2006, :18-20)

عکس به مثابه متن

نجومیان تأکید می‌کند که حتی عکس‌هایی که بدون هیچ طرح قبلی و فقط در یک آن شکار شده‌اند، وقتی ثبت شدند، به یک متن تبدیل می‌شوند. نشانه‌شناس، به هر حال، نتیجه این ثبت را به عنوان یک متن می‌بیند (نجومیان، ۱۳۸۶: ۱۰۲). هر تصویر، از نگاه نشانه‌شناسی، از قطعه‌ها یا تکه‌هایی تشکیل شده که این تکه‌ها و قطعه‌ها در یک سطح منتشر و پخش شده‌اند. این سطح را، در نشانه‌شناسی "متن" می‌نامند و کار نشانه‌شناسی ایجاد ارتباط بین این قطعه‌های و تشکیل یک ساختار است. بنا به تعریفی که ذکر آن رفت، در این پژوهش، متن، عکس خبری است و ما در تلاش هستیم که عناصر و اجزای این عکس را مورد تحلیل قرار دهیم.

نمونه تحلیل عکس از منظر نشانه‌شناسی

از میان گونه‌های مختلف نشانه‌شناسی، که پیش از این تشریح شد، نشانه‌شناسی پیرس، برای تحقیق در محصول‌های رسانه‌ای بسیار مفید است. در این پژوهش، برای نشانه‌شناسی عکس خبری از روش پیرس، در تحلیل عکس‌های خبری منتخب استفاده می‌کنیم، سپس عکس را به مثابه یک متن یا کلیت، مورد بررسی قرار داده و در انتها برای تحلیل متن مذکور از روش بارت استفاده می‌کنیم.

در این پژوهش، ذکر این نکته‌ها حائز اهمیت است که با توجه به روش تحلیل تصاویر که نشانه‌شناسی است و همچنین نکته‌هایی که درباره چند معنایی بودن تصاویر، تأثیر بافت جامعه، پیش‌داوری نسبت به موضوع میزان تحصیلات، سن و ... در برداشت مخاطب از یک تصویر بیان شده تحلیل‌های پیش‌رو، برداشت و درک نگارنده از تصویرها است و شاید این برداشت از فردی به فرد دیگر متغیر باشد. در همین راستا چندلر تأکید می‌کند که: «ماهیت نشانه‌ها "چندمعنایی" است. آن‌ها در برابر تفسیر گشوده هستند و دلالت‌های آن‌ها را باید بیشتر ضمنی دانست تا مستقیم». (چندلر، ۱۳۸۷: ۲۱۰)

بنابراین هدف اصلی این پژوهش، ارائه روشی علمی و چارچوب‌بندی‌شده، برای تحلیل عکس‌های خبری است و نه بیان مفهومی که یک عکس خاص به بیننده منتقل می‌کند. در این راستا عکس اصلی سه روزنامه شرق، اعتماد و ایران در یک روز مورد تحلیل قرار گرفته است:



عکس ۱. روزنامه شرق، سه‌شنبه ۶ شهریور ۱۳۹۷

تحلیل عکس از دیدگاه چارلز ساندرس پیرس (نماد، نمایه و شمایل)

- **نماد:** پرچم کشورهای ایران، ترکیه و روسیه، کنار هم قرار گرفتن این سه پرچم نشان از رابطه خوب این کشورها حداقل در این مقطع زمانی است. کراوات، در بیشتر مناطق دنیا، نماد پوشش رسمی و احترام به ملاقات شونده تلقی می‌شود؛ البته این پوشش در ایران چنین معنایی را القا نمی‌کند و حتی در ملاقات‌های رسمی داخلی شاید جنبه منفی داشته باشد.
- لباس روحانیت، نیز برای ما ایرانی‌ها نماد پاکی و لباس پیامبران و اشخاص مقدس در دین ما است؛ هرچند ممکن است این معنا در سال‌های اخیر در جامعه کم‌رنگ‌تر شده باشد، ولی به طور کلی نمادی از پوشش اشخاص مقدس در دین اسلام است.
- **نمایه:** حالت قرارگیری سه رییس جمهور در کادر و جهت حرکت آنها نشان‌دهنده سردرگمی آنهاست. تصویر نشان می‌دهد این سه رییس جمهور، در برابر فشارهای آمریکا دچار سردرگمی شده و مسیر درست را گم کرده‌اند. هرچند برگزاری این نشست، با هدف نشان دادن قدرت این سه کشور و ارتباط خوب رؤسای جمهور آنهاست، ولی تصویر گویای این مطلب است که این فشارها، سه کشور پیش‌گفته را دچار چالش کرده و آنها در پی یافتن راه حلی برای مقابله با این فشارها هستند.
- همچنین حالت قرارگیری دست‌های اردوغان، القاکننده این مفهوم است که او میزبان این نشست است و مدیریت این نشست را بر عهده دارد؛ حال آنکه این نشست در ایران برگزار می‌شود.
- **شمایل:** چهره رؤسای جمهور سه کشور ایران، ترکیه و روسیه شمایل است. در چهره رؤسای جمهور ترکیه و روسیه نگرانی مشهود است؛ ولی در چهره رییس جمهور کشورمان، این نگرانی کمتر به نظر می‌رسد.

تفسیر عکس به مثابه متن

پیام عکس در جایگاه یک متن و کل قابل تفسیر، گویای رابطه و همکاری سه کشور ایران، ترکیه و روسیه است؛ هرچند این عکس نشان می‌دهد که این ارتباط چندان عمیق و صمیمی نیست؛ چراکه حالت ایستادن رؤسای جمهور سه کشور در کنار هم و نوع نگاهشان، که به یکدیگر نگاه نمی‌کنند، احساس دوری و تضاد را القا می‌کند. برای مثال مسیر حرکت روحانی و پوتین، دو مسیر جدا از یکدیگر است و می‌تواند تشتت آرا را نشان دهد. همچنین همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، نگرانی‌هایی در حالت چهره و زبان بدن هر یک از سوژه‌های درون قاب دیده می‌شود. نکته قابل ذکر دیگر درباره این عکس، آرشیوی بودن عکس است. مدیران روزنامه شرق از بین عکس‌های مختلفی که می‌توانستند به عنوان عکس آرشیوی انتخاب کنند، دست به انتخاب تصویری زده‌اند، که اتحاد سه کشور را نمایش می‌دهد، در عین حال، اشاره‌ای کنایی می‌کند به نگرانی‌های رؤسای

جمهور سه کشور همسایه و همچنین تضادها و اختلاف نظرهای احتمالی ای که آنها در رویارویی با قدرتی مثل آمریکا دارند.

تحلیل عکس از دیدگاه بارت

- **دلالت صریح عکس:** ارتباط نزدیک سه کشور و اتحاد آنها برای هدفی مشترک (مقابله با زورگویی‌های آمریکا) است.
- **دلالت ضمنی عکس:** سردرگمی و نگرانی رؤسای جمهور از آینده و مقابله با آمریکا به عنوان ابرقدرت است.
- **اسطوره:** رابطه صمیمی و سابقه‌دار سه کشور همسایه، که می‌تواند در برابر هر دشمن قدرتمندی، به ویژه آمریکا، قد علم کند.



عکس ۲. روزنامه ایران، سه‌شنبه ۶ شهریور ۱۳۹۷

تحلیل عکس از دیدگاه چارلز ساندرس پیرس (کاربرد نماد، نمایه و شمایل در عکس)

- **نماد:** انگشت اشاره، به عنوان نماد اتهام زدن است. انگشت اشاره و کیل ایران در دادگاه بین‌المللی لاهه نماد اتهام به طرف دیگر دعوا، یعنی آمریکا است.
- **نمایه:** حالت قرارگیری دو سوژه اصلی در عکس و همچنین فضای عکس، که محیط دادگاه بین‌المللی لاهه را نشان می‌دهد، بیانگر این است که متهم اصلی این دادگاه خارج از کادر است.

با توجه به محتوای این دادگاه و اخباری که از پیش در جامعه مطرح بوده است، این مفهوم القا می‌شود که متهم ردیف اول آمریکاست و حق با ایران است. همان‌طور که اشاره و کیل ایران به خارج از کادر به وضوح گویای این مطلب است.

- **شمایل:** چهره قاطع و مصمم و کیل ایران و همچنین چهره شخصی که کنار او ایستاده شمایل است. این چهره مصمم و کیل ایران در دادگاه لاهه، نشانه قدرت و دست بالای ایران در این دادگاه است.

تفسیر عکس به مثابه متن

این تصویر، بیانگر قدرت و تسلط ایران (و کیل ایران) بر موضوع است. زاویه دوربین که کمی پایین به بالا است و فضای کلی دادگاه را پشت سر سوژه نشان می‌دهد، همچنین در حالت واید (زاویه باز و وسیع) قرار دارد، حس قدرت و احاطه سوژه بر موضوع خبر را، به بیننده القا می‌کند و این حس به بیننده القا می‌شود که ایران در موضع قدرت قرار دارد.

تحلیل عکس از دیدگاه بارت

- **دلالت صریح:** انگشت اتهام و کیل ایران، به سمت خارج از کادر که همان آمریکاست، اشاره دارد، همچنین برتری ایران بر آمریکا در این دادگاه.
- **دلالت ضمنی:** چالش و نزاع، در جریان برگزاری دادگاه لاهه که بی نظمی موجود در قاب عکس نشان دهنده آن است.
- **اسطوره:** برتری همیشگی ایران بر آمریکا، در مجامع بین المللی و محکومیت آمریکا توسط وکلای ایران و رسوا شدن آمریکا.



عکس ۳. روزنامه اعتماد، سه‌شنبه ۶ شهریور ۱۳۹۷

تحلیل عکس از دیدگاه چارلز ساندرس پیرس (کاربرد نماد، نمایه و شمایل در عکس):

- **نماد:** چمدان، نماد سفر و مهاجرت است. در مرکز تصویر، فردی را می‌بینیم که چمدان بر دوش با چهره‌ای درهم، در حال حرکت به سمت خارج کادر است و گروهی از افراد دیگر نیز در همان مسیر یا مسیر مخالف در حال حرکت‌اند، که نشان از وضعیت سردرگم و پیچیده مردم ونزوئلا در مهاجرت یا عدم مهاجرت از کشور خود دارد.
- **پرچم ونزوئلا،** که به عنوان نماد وطن در امتداد چمدان بر فراز تصویر مشاهده می‌شود، زاویه‌ای تقریباً کج دارد و گویی در حال بر زمین افتادن است و این معنا را به مخاطب القا می‌کند که کشور ونزوئلا در حال سقوط است و شرایط نابسامانی دارد.
- **نمایه:** تعداد زیاد افرادی که چمدان به دست، به سمت خارج از کادر در رفت و آمدند، نشان از شرایط بد ونزوئلا و تمایل اکثریت مردم به مهاجرت است. بدینی نسبت به آینده و فرار از وضعیت نامعلوم و مبهم به آینده‌ای روشن‌تر، می‌تواند از دیگر نمایه‌های این تصویر باشد.
- **شمایل:** چهره مغموم و خسته سوژه‌های موجود در تصویر شمایل است و القاکننده گذشته‌ای سخت و طاقت فرسا و آینده‌ای مبهم است.

تفسیر عکس به مثابه متن

این عکس با زاویه کج و کادربندی خاص و متفاوتی که دارد، القاکننده سردرگمی مهاجرانی است که کوله بار سفر بر دوش در حال مهاجرت هستند و تشویش و اضطراب آنها را، به خوبی به مخاطب القا می‌کند. برخی از افراد حاضر در تصویر نیز، با حالتی کاملاً معمولی که گویی در حال رفت و آمد روزانه‌اند، در حال عبور از خیابان هستند و تضاد جالبی با افراد چمدان به دست و نگران ایجاد کرده و بلا تکلیفی مردم ونزوئلا به بهترین شکل ممکن به منصف ظهور می‌گذارد. این تصویر، به خوبی برای مفهومی چون مهاجرت برگزیده شده و ماهیت عکس، سردرگمی مهاجران را به شکل جالبی بیان می‌کند. این ترکیب‌بندی و زاویه خاص عکس در مجاورت با چهره‌های مضطرب و خسته برخی سوژه‌های موجود در عکس، در مقابل سوژه‌های دیگر با چهره‌هایی معمولی، تشویش درونی مهاجران را به تصویر می‌کشد.

تحلیل عکس از دیدگاه بارت

- **دلالت صریح:** گروهی از مردم یک منطقه، در حال نقل مکان از محلی به محل دیگر هستند و با توجه به کوله باری که روی دوش برخی از آنها دیده می‌شود، این نقل مکان به سفر و مهاجرت شباهت دارد.
- **دلالت ضمنی:** آینده تاریک ونزوئلا و فرار مردم از کشور، به دلیل ابهام در آینده خود و فرزندان.
- **اسطوره:** مهاجرت همواره با سردرگمی، درگیری و تشویش ذهنی و اضطراب همراه است.

نتیجه گیری

در پایان این مقاله، باید به این نکته اشاره کرد که برای انتشار یک خبر در رسانه، باید به پیام‌های صریح و پنهانی عکس و در ادامه به تطابق عکس با تیتراژ، شرح عکس و متن خبر توجه شود. امروزه، موضوع استفاده از ظرفیت‌های نامحدود تصویر، در هر رسانه‌ای مورد توجه دست‌اندرکاران آن رسانه قرار گرفته است. در سال‌های نه‌چندان دور، ارزش و اعتبار چندانی برای عکس و نقش آن در انتقال معنا به مخاطب، به‌خصوص در هم‌نشینی با متن و تیتراژ خبر، قائل نبودند؛ عکس در مطبوعات، فقط با هدف ایجاد جذابیت‌های بصری و عدم یکنواختی در صفحه‌بندی و جلوگیری از خستگی چشم خوانندگان چاپ می‌شد. عکس، به خودی خود به عنوان یک متن که دارای معنایی مستقل است، در نظر گرفته نمی‌شد و همواره در سایه متن خبر قرار داشت. اما امروز با توجه به حضور پررنگ شبکه‌های اجتماعی در زندگی روزمره بشر، دگرگونی ماهیت عکس در این فضا و ارتقای سواد بصری مخاطب، به واسطه قرار گرفتن شدید در معرض تصاویر مختلف، کاربرد عکس خبری در رسانه‌های رسمی، شرایط متفاوتی نسبت به گذشته پیدا کرده است. 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 آن باشد و نیازمند تعمق و تأمل بیشتری است. هم‌نشینی عکس و متن، پیچیدگی ایجاد معنا را دوچندان می‌کند.

اهمیت چنین پژوهشی، یادآوری این نکته است که ذهنیت مخاطب نسبت به یک خبر، در ابتدا بر اساس مشاهده تصویر آن شکل می‌گیرد؛ سپس مخاطب به خوانش تیتراژ، شرح عکس و متن خبر می‌پردازد. بنابراین اگر پیام عکس با پیام متن خبر مغایرت داشته باشد، فرایند ایجاد معنا، دچار اختلال می‌شود. این اختلال در ایجاد معنا، منجر به اختلال در فرایند ارتباط خواهد شد و به طور کلی، رسانه را در انتقال معنای مورد نظر خود ناکام می‌گذارد. بر این اساس شناخت ابعاد مختلف عکس مورد استفاده برای یک خبر تأثیر فراوانی در انتقال درست معنا به مخاطب دارد و لزوم پژوهش در این زمینه را، بیش از پیش نمایان می‌کند. بر اساس نتایج این مقاله، مدیران رسانه باید خود را ملزم به خوانش چندین و چندباره تصاویر کنند، تا بتوانند از پس درک معنای پنهانی عکس برآیند. مخاطب نیز می‌تواند با ارتقای سواد رسانه‌ای و همچنین افزایش سواد بصری خود، به درک بهتر و جامع‌تری از تصاویر خبری برسد.

منابع

- آسابرگر، آرتور (۱۳۹۰)، روش‌های تحلیل رسانه‌ها، ترجمه پرویز اجلائی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، تهران.
الام، کر (۱۳۹۴)، نشانه‌شناسی تئاتر و دارم، ترجمه فرزانه سجودی، نشر قطره، تهران.
آلن، گراهام (۱۳۹۲)، بینامتنیت، ترجمه پیام یزدانجو، نشر مرکز، تهران.
بارت، رولان (۱۳۸۹)، پیام عکس، ترجمه راز گلستانی‌فرد، نشر مرکز، تهران.

- بارت، رولان (۱۳۹۲)، اسطوره امروز، ترجمه شیرین دخت دقیقیان، نشر مرکز، تهران.
- بدیعی، نعیم و حسین قندی (۱۳۸۴)، روزنامه‌نگاری نوین، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
- بصیریان جهرمی، حسین و مرضیه نحوی نظام آبادی (۱۳۹۵)، "نشانه‌شناسی عناصر بازنمایی هویت آنلاین"، فصلنامه رسانه، شماره پیاپی ۱۰۵.
- پاینده، حسین (۱۳۸۵)، نقد ادبی و مطالعات فرهنگی: قرائتی نقادانه از آگهی های تجاری در تلویزیون ایران، روزنگار، تهران.
- پیرس، چارلز (۱۳۸۱)، "منطق به مثابه نشانه‌شناسی: نظریه نشانه‌ها"، نیم‌سالانه زیباشناخت، ۶.
- چندلر، دنیل (۱۳۸۷)، مبانی نشانه‌شناسی، ترجمه مهدی پارسا، سوره مهر، تهران.
- خیرآبادی، رضا و معصومه خیرآبادی (۱۳۹۱)، "شیوه‌های بررسی تحلیل عناصر بصری و تصاویر در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی"، مجموعه مقالات دومین هم اندیشی تحلیل گفتمان و کاربرد شناسی.
- دانیسی، مارسل (۱۳۸۹)، نشانه‌شناسی رسانه‌ها، ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران، نشر چاپار و آنیسه‌نما، تهران.
- دیانت، فرشته (۱۳۹۶)، "بررسی اهمیت نشانه‌شناسی (دلالت معنایی) در عکس‌های مفهومی"، دو فصلنامه مبانی نظری هنرهای تجسمی، شماره ۴.
- رز، ژیلیان (۱۳۹۴)، روش و روش‌شناسی تحلیل تصاویر، ترجمه سید جمال‌الدین اکبرزاده جهرمی، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما، تهران.
- سالمی، آزاده (۱۳۹۴)، تحلیل نشانه‌شناختی آموزش زیست محیطی و ترافیک در برنامه های کودک، مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما، تهران.
- سجودی، فرزانه (۱۳۹۵)، نشانه‌شناسی کاربردی، نشر علم، تهران.
- سوسور، فردیناند (۱۳۷۸)، دوره زبان‌شناسی عمومی، ترجمه کوروش صفوی، هرمس، تهران.
- سونسون، گ (۱۳۹۱)، نشانه‌شناسی عکاسی، در جست‌وجوی نمایه، ترجمه مهدی مقیم‌نژاد، چاپ دوم، علم، تهران.
- شور، استیون (۱۳۹۱)، ماهیت عکس‌ها، ترجمه مهدی بایرام‌نژاد، چاپ سوم، مرکب سپید، تهران.
- صادقی، لیلیا (۱۳۹۲)، "ادغام نوشتار و تصویر در متون ادبی بر اساس نظریه ادغام مفهومی"، فصلنامه جستارهای زبانی.
- عمادالدین، علیرضا (۱۳۹۶)، بررسی تطابق محتوایی عکس و متن خبر در سایت‌های شبکه‌های خبر، العالم و پرس‌تی‌وی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ارتباطات دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران.
- فلوسر، ویلم (۱۳۹۴)، در باب فلسفه عکاسی، ترجمه پوپک بایرامی، چاپ سوم، حرفه نویسنده، تهران.
- فیسک، جان (۱۳۸۶)، درآمدی بر مطالعات ارتباطی، ترجمه مهدی غبرایی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، تهران.
- گراندبرگ، اندی (۱۳۹۲)، بحران واقعیت در باب عکاسی معاصر، ترجمه مسعود ابراهیمی مقدم و مریم لدنی، چاپ دوم، فرهنگستان هنر، تهران.
- گیرو، پی‌یر (۱۳۸۷)، نشانه‌شناسی، ترجمه محمد نبوی، چاپ سوم، انتشارات آگاه، تهران.
- موسوی تبار، المیرا (۱۳۹۱)، "بازنمایی تصویر دوستان و دشمنان در مطبوعات (تحلیل نشانه‌شناختی عکس‌های مرکب صدام، بوتو، و بن‌لادن در ۱۵ روزنامه سراسری"، مجله جهانی رسانه، دوره ۷، شماره ۱۰۱۲.

مهدی‌زاده، علیرضا (۱۳۹۲)، "تحلیل کنش عکاسی و خوانش عکس از دیدگاه نشانه‌شناسی"، جلوه هنر.
مهدی‌زاده، علیرضا (۱۳۹۵)، "تحلیل و خوانش عکس بر مبنای ابزارهای تحلیلی رویکرد نشانه‌شناسی"، دوفصلنامه پژوهش هنر.

Caple, H & S.Knox, J(2015), "a framework for the multimodal analysis of online news galleries: what makes a good picture gallery?" Social Semiotics.

Engel, D, (2008), "every picture tells a story: the language and function of french newspaper captions" Global Media Seminar.

Kress & Van Leeuwen, (2006) *Reading Images: the Grammar of Visual Design*,. London: Routledge.

