

شناسایی و بررسی هنر بازنمایی در عکاسی مفهومی

سید محسن هاشمی^۱، عطیه نتاج مجد^۲، طیبه یوزباشی^۳

^۱ دکتری پژوهش هنر، عضو هیئت علمی تمام وقت دانشگاه هنر

^۲ دکتری فلسفه هنر، عضو هیئت علمی تمام وقت مؤسسه آموزش عال طبری، بابل (نویسنده مسئول)

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته عکاسی، مؤسسه آموزش عالی طبری، بابل

چکیده

اگرچه ثبت عناصر دنیای واقعی در سرشت عکاسی عجین شده است. اما عکس صرفاً جهانی همسان و همانند جهان واقعی ارائه نمی‌کند، بلکه علاوه بر خصلت ارجاع دهنده و بازنمایی از قابلیت بیان گرایانه نیز برخوردار است. بنابراین هر عکس را می‌توان به مثابه متنی نشانه ای دانست که دلالت‌های متعددی را در معرض تفسیر و تأویل مخاطب قرار می‌دهد. هرچند عکاسی، پیوندی ناگسستنی با وجود دارد و موجودیت هر عکس در گرو ثبت لحظه، موضوع یا واقعیتی در عالم بیرون است، اما زمانی که از خوانش و ساز و کارهای تولید معنا در عکس، سخن به میان می‌آید، موضوع ابعاد پیچیده و متمایزی به خود می‌گیرد «زیرا عکاسی، رسانه ای رمزگذاری شده است» (سونسون) در واقع عکس، صرفاً رونوشت یا رونگاری از واقعیت نیست که تنها و به سادگی رابطه این همانی را بازتاب می‌دهد؛ بلکه دوربین و واقعیت بیرونی، امکان مفهوم سازی را برای عکاس فراهم می‌سازند.

واژه‌های کلیدی: بازنمایی، عکاسی مفهومی، بازنمایی از نظر: افلاطون، ارسطو

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه:

در عصر حاضر بسیاری از متون هنری به گونه‌ای مستقل و خود بسنده به بازنمایی خودشان یا متون هنری دیگر می‌پردازند. در عرصه‌ی عکاسی نیز از دهه‌های ۷۰-۱۹۶۰ طیف وسیعی از عکس‌ها از عکس بودن خود می‌گویند.

بازنمایی در عکس‌ها معطوف به واقعیت بیرونی یا واقعیت ذهنی عکاس و بیرون از حوزه خود رسانه عکاسی است؛ در فراتصویرها یا فراعکس‌ها بازنمایی گفتمان عکاسی در لایه اول تولید معنا و بازنمایی واقعیت بیرونی در صورت اعتناء در لایه‌های بعدی تولید معنا قرار می‌گیرد. از این رو فراعکس‌ها زبان و گفتمان ویژه خود را بازنمایی نموده و بازنمایی محسوب می‌شوند.

بازنمایی، اندیشه بسیار انعطاف پذیری است که گستره پدیده‌ها را دربر می‌گیرد. از یک قطعه سنگ تراش خورده که یک انسان را بازنمایی می‌کند تا یک نوول که بازنمایی بخش و برشی از زندگی یک یا چند نفر یا یک اجتماع شمرده می‌شود، همه در این گستره قرار می‌گیرند. گاهی یک واژه یا یک شی می‌تواند طیف گسترده‌ای از چیزهای دیگر را نمایندگی کند؛ مثلاً واژه «درخت» صدها شکل یا گونه دیگر را نمایندگی می‌کند و یک نفر می‌تواند نماینده میلیون‌ها نفر دیگر باشد. (قره باغی،

۱۳۸۳)

هدف از پژوهش حاضر بررسی بازنمایی در هنر عکاسی مفهومی است که خود از طریق مختلف حاصل می‌گردد.

بیان مسئله:

«بازنمایی در فرهنگ فارسی معین به «ظهور دوباره» تعریف شده است. از دیدگاه افلاطون، آنچه که نقاشان سعی در انجام آن را دارند. باز تولید نمود چیزها به منظور کپی کردن آن‌ها است، که نه فقط انسان‌ها، بلکه اشیاء و رخدادها را نیز شامل می‌شود» (کارول، ۱۳۸۱؛ ۲۰)

«بازنمایی در هنر عکاسی، خلاف نقاشی است. همان‌طور که افلاطون معتقد است، نقاشان تقلید می‌کنند ولی از چیزی که به نظر می‌آید نه از آن چیزی که واقعاً هست» (گلدمن، ۱۳۸۴: ۱۹۳)

عکاسی مفهومی، آنچه که در این پژوهش مد نظر است، شاخه‌ای از عکاسی است که در آن، هنرمند به دنبال خلق یک مفهوم یا ایده توسط یک عکس است. عکس مفهومی باید بیننده را به تفکر وادارد. (سین او، هاگان، ۱۳۸۸) در واقع می‌توان گفت عکاسی مفهومی در ذات خود بدنبال بازنمایی است. بازنمایی از مفهومی که فراتر از تصویر پیش می‌رود، می‌باشد.

پیشینه تحقیق:

در مورد بازنمایی پژوهش‌های زیادی به عمل آمده است.

در این تحقیق از کتاب: استفاده شده است.

چارچوب نظری:

امروزه عکس جزئی جدائی ناپذیر از مجموعه فعالیت‌ها و زندگی فرهنگی مردم جهان محسوب می‌شود. ما بدون عکس‌مان در ثبت شرایط زیستی و حتی اثبات هویت خود در جریان‌ات روزمره اداری دچار مشکل می‌شویم. از نگاهی دیگر جایگاه ویژه این هنر به عنوان یک رسانه در امر اطلاع رسانی به گونه ای وسعت یافته که حیرت بشر را برانگیخته است.

با وجود که عکاسی با فاصله ده ساله، از پیدایشش در اروپا، در ایران شیاع یافته است، اما در این میدان وسیع تاریخی، متأسفانه جوانان ما و علاقمندان عکاسی نه از آموزش‌های وسیع و مستمر برخوردار بوده اند و نه منابع و متون کافی در اختیار داشته اند که دانش و «هنر نگریستن» را بیاموزند و اصطلاحاً فرهنگ بصری خود را عمق و قوت و غنا بخشند و از شرایط موجود به حد کافی بهره جویند. حیات مدنی در این باب درجات ناتوانی و ناکافی آنها را در برقراری ارتباط با مفاهیم نوین فرهنگی و اجتماعی موجب خواهد شد.

عکاسی مفهومی یک نوع عکاسی است که یک ایده را نشان می‌دهد. عکس‌های تصویری از زمان اختراع رسانه ای ساخته شده اند. عکس مفهومی به عکسی گفته می‌شود که هدف عکاس از آن، معمولاً بیان مفهومی خاص با کمک عناصر تصویر است.

عکس مفهومی باید بیننده را به تفکر وا دارد و معمولاً هدف و پیام براساس رأی بیننده است.

مبانی نظری تحقیق:

تعریف لغوی بازنمایی^۱

بنا بر منابع ریشه شناسی لغات، اصطلاح میمیس‌آدر زبان یونانی برگرفته از واژه ای به معنی تقلید کردن است که در اصل به معنای بازنمایی اعمال قهرمانان و پهلوانان در مراسم آئینی یونانیان بوده است. در زبان های عربی و فارسی، از دیرباز، معادل محاکات را برای میمیس یونانی به کار برده اند.

¹Representation

محاکات، در لغت به معنای با هم حکایت کردن، حکایت کردن قول یا فعل کسی بی‌زیادت و نقصان، بازگو کردن، عین گفته کسی را نقل کردن و مشابه کسی یا چیزی شدن است (دهخدا، ۱۳۷۳، ذیل محاکات)

«در جهان اسلام، نخستین کسی که معادل محاکات را برای توضیح میمیس یونانی به کار برده است، ابوبشرمتی، حکیم قرن چهارم هجری است. جالب توجه است که در زبان انگلیسی نیز، برای فهم دقیق‌تر از آنچه که در زبان یونانی میمیس نامیده می‌شده است، اغلب از واژه لاتین به معنی «بازنمایی و نمایش» استفاده می‌شود که به تلقی صحیح افلاطونی آن بیشتر کمک می‌کند» (کدکنی، شفیعی، ۱۳۸۰: ۳۹-۲۹)

مفهوم بازنمایی نزد افلاطون و ارسطو

«در یونان باستان ماقبل دوره افلاطون از اصطلاح بازنمایی معانی مختلفی برداشت می‌شده است که معنای محوری آن عبارت بوده است از: تقلید، بازنمایی و بیان، افلاطون در آراء فلسفی خود معانی دیگری را نیز بر این واژه افزود که مهمترین آنها عبارت است از: تخیل و تبدیل و خلق شباهت. به نظر افلاطون ۲ نوع بیان شعری وجود دارد.

در نوع نخست شاعر با صدای خود سخن می‌گوید و دخالتی در روایت تراژدی ندارد و دیگری همان میمیس (محاکات یا تقلید است، که در آن شاعر خود را پنهان می‌کند و از زبان قهرمانان داستان به بیان روایت می‌پردازد و به عبارت دیگر با اشخاص داستامن هم ذات‌پنداری می‌نماید. به اعتقاد وی شاعر و هنرمند محاکاتی، پیش و بیش از آنکه مطلبی را بیان کند؛ با استفاده از ابزار نمایش، آن مطلب را بازنمایی می‌کند. فرایندی که کم و بیش در سایر هنرها (مانند: موسیقی و رقص) نیز قابل مشاهده است.

«حال آنکه راوی در بیان روایی محض بدون کمترین دخالت و تصرف و خیال پردازی به بیان احوال و احساسات قهرمانان روایت خویش می‌پردازد.» (درنیک، فلو، ۱۳۸۸: ۱۵۱)

در نظر افلاطون هنرمند نه از صورت اصلی ایده امور که از ساخته‌های دست آدمی تقلید می‌کند و بدین ترتیب محصول او صرفاً نموده‌ها و ظواهری هستند که سه مرتبه از حقیقت امور فاصله دارند. بدین قرار، هنر در تمامی اشکالش، تقلید ظاهر است و نه تقلید حقیقت (جمهوری، ۵۹۸) در تفکر افلاطون آنچه به حقیقت راه می‌برد نه تقلید هنری، که بصیرت فلسفی است. زیرا

ἴmimesis

ἴmimeisthai

کامل‌ترین ابزار ادراک و انتقال حقیقت فهم و عقل است. آنچه در توصیفات افلاطونی از بازنمایی و محاکات مورد توجه گادامر است، تمایزی است که افلاطون میان اصل و نسخه بدل پیش فرض می‌گیرد، افلاطون مفهوم محاکات را بدین منظور به است که افلاطون که در فاصله وجودشناسی میان اصل و تصویر تأکید کند. (همان، ۱۳۹۱)

«ارسطو بر این اعتقاد بود که تمام هنرها، چه گفتاری و چه بصری و چه موسیقائی، حالت‌های گوناگون بازنمایی هستند و در ایمان بی‌خدا خود تا آنجا رفت که بازنمایی را به طور قطع و یقین، فعالیت قطعی انسان به شمار آورد. او بازنمایی را امری غریزی و فطری می‌دانست. برآن بود که نشان‌های انکارناپذیر آن از دوران کودکی آشکار می‌شود و به اعتبار همین خصیصه هم هست که انسان را از حیوان متمایز می‌کنند. تمایل انسان به تقلیدگری بیش از هر حیوان دیگر است و نخستین درس‌های خود را از طریق تقلیدگری و بازنمایی می‌آموزد. باوری از این گونه به اسطوره محدود نمی‌ماند و بسیاری از اندیشمندان و فیلسوفان چه در دوران قدیم و چه در دوران مدرن، انسان را حیوان «بازنمودگر» لقب داده‌اند. موجودی که ویژگی و خصیصه بارز آن تولید و دست بردن در نشانه‌هاست. به بیان دیگر انسان از این توانایی برخوردار است که چیزی را به جای چیزی دیگر بگیرد و یا چیزی را به جای چیزی دیگر بنشانند» (قره باغی، ۱۳۸۳: ۳۸)

در بسیاری از مباحث مدرن درباره بازنمایی هم به اندیشه‌های افلاطون و ارسطو اشاره می‌شود و هنوز گروهی برآنند که ریشه‌های بازنمایی را می‌باید در نظریات این دو جستجو کرد.

مفهوم بازنمایی در هنر:

«مفهوم کلی بازنمایی یا تقلید از طبیعت در هنر به این معنا است که هنر چیزی جز حکایت‌گری از طبیعت نیست.

هنرمند آنچه را که در جهان خارج یعنی طبیعت به تجربه حسی درمی‌یابد به وسیله ابزار هنری از قبیل رنگ یا کلمات یا صوت، صدا و... بازآفرینی می‌نماید.

به طور کلی می‌توان بازنمایی را به سه نوع تقسیم نمود:

۱- بازنمایی واقع‌گرایانه

۲- بازنمایی صرف

۳- بازنمایی غیرواقعی

بازنمایی واقع‌گرایانه:

در این نوع از بازنمایی، هنرمند چیزهایی را که در طبیعت وجود دارد، بازآفرینی می‌کند. موضوع این آثار بازنمایی شده، موضوعات واقعی و طبیعی هستند. مثلاً در هنر نقاشی، هنرمند یک منظره طبیعی را بر روی بوم نقاشی می‌کند. موضوع نقاشی طبیعی، واقعی و واضح است.

بازنمایی صرف:

این نوع بازنمایی را بیشتر در هنر مدرن می‌توان مشاهده کرد. مثلاً یک نقاش یا هنرمند یک بوم سفید را در نمایشگاه قرار می‌دهد و آن را اثری هنری می‌داند.

بازنمایی غیرواقعی:

در این نوع از بازنمایی موضوع اثر به ظاهر واقعی است؛ اما از قدرت خیال هنرمند ناشی می‌شود. بازنمایی غیرواقعی مثل بازنمایی صرف نیست که به ظاهر موضوعی ندارد، بلکه موضوع آن واضح و آشکار است اما عین واقعیت خارجی هم نیست بلکه با داخل و تصرف در موضوع واقعی، بوجود می‌آید. (تولستوی، ۱۳۸۳: ۴۵-۵۰)

می‌توان گفت هر تعریفی از بازنمایی ارائه گردد دارای اشکالات و کاستی‌های خود است.

بازنمایی در عکاسی:

بازنمایی در هنر عکاسی خلاف نقاشی است. گولدمن^۴ در مقاله بازنمایی هنر خود می‌گوید: «عکس‌ها، به جای بازنمایی کردن اشیاء آن‌ها را نمایش می‌دهند. خلاف نقاشی‌ها عکس‌ها قادر به نمایش کاراکترهای افسانه‌ای و غیرواقعی نیستند. به طور مثال عکس کسی که نقش هملت را بازی می‌کند، عکس همان شخص است و نه عکسی از هملت. اما هر نقاش ماهری قادر به خلق هملت خود است. (گولدمن، ۱۳۸۴: ۲۰۶)

«به همین شکل، نمی‌توان حضرت یوسف را آن گونه که در نقاشی مشاهده می‌شود در سینما و تلویزیون دید و تنها می‌توان هنرپیشه‌ای را در نقش یوسف نمایش داد. بنابراین با قاطعیت می‌توان گفت که اشیاء به وسیله عکس‌ها دیده می‌شود. همان گونه که اشاره شد، بازنمایی مورد نظر پژوهش یک فعالیت نیت‌مند است؛ اما نیت در عکاسی فقط به نحو تنظیم روابط علی و

^۴Goldman

معلولی با شیء و مراحل چاپ عکس ارتباط دارد. به همین دلیل، تعبیر از نقاشی و عکاسی متفاوت است. نحوه نگاه سوژه‌ها، در نقاشی فال‌گیر بغدادی (۱۲۲۷) ه.ش. کمال‌الملک ویژگی خاصی را از خصوصیات و حالات انسانی آشکار می‌کند که نقاش آن را حس کرده و در نقاشی خود بیان کرده است. ولی یک عکس از یک صحنه واقعی مشابه با این نقاشی، به احتمال زیاد، شکار یک لحظه اتفاقی در زمان و یا مجموعه‌ای از حرکات گذرا باشد، مگر این که سوژه‌های عکاسی بازیگرانی توانگر باشند و آن حالت را به خود بگیرند. (اسکروتون، ۱۳۸۶: ۱۱-۱۲).

راجر اسکروتون^۳ نیز با اعلام پاسخ منفی خود به این سوال که «آیا عکاسی قابلیت بازنمایی سوژه (موضوع) خود را دارد؟ دلایل خود را چنین شرح می‌دهد:

رابطه نیت مدانه میان نوعی بازنمایی مانند (نقاشی) و بازنموده (موضوع آن) وجود دارد. مقصود او از این بحث این است که مثلاً از یک شخص، چیزی بیش از صرف تصویر ظاهر آن فرد است؛ این نقاشی، ضمناً بیانگر اندیشه‌ای درباره آن فرد هم هست. اندیشه‌ای منسجم در فرمی تصویری (اسکروتون، ۱۳۸۶)

بر مبنای استدلال اسکروتون رابطه میان عکس و موضوع آن رابطه‌ای علی است. «بدین معنا که عکس، صرفاً ثبت شکل ظاهری موضوع هنگام عکس گرفتن است.» به گمان اسکروتون عکاسی (خلاف نقاشی) الزاماً فرایندی مکانیکی است. این امر به ویژه در مورد عکس‌های تفریحی مصداق بارزتری دارد. البته خود تولیدکنندگان دوربین عکاسی هم اغلب هنگام تبلیغ کالای خود بر همین عامل مکانیکی و علی عکاسی تأکید می‌کنند: «تنظیم خودکار! کافی است دوربین را به سمت سوژه گرفته و دکمه را فشار دهید! عکس به سبب ماهیت مکانیکی و علی‌اش نمی‌تواند بیانگر اندیشه‌ای درباره موضوعش باشد. به قول اسکروتون: «جذابیت آن همچون تحقق نیت نیست» بازنمودها الزاماً نیت مندند، اندیشه‌ها را بیان می‌کنند. با عنایت به این عکس نیت مند نیست. «بازنمودها الزاماً نیت مند- عکاسی هم هنری بازنمودی نیست. استنتاج دیگری از او، که با اولی پیوند نزدیک دارد، این است که، عکس قادر نیست همان تمایل زیباشناختی را ایجاد کند که نقاشی بنا بر ماهیت خود با موفقیت از پس آن برمی‌آید.» (اسکروتون، ۱۳۸۶: ۱۵-۱۸)

به عبارت دیگر، عکس نمی‌تواند همچون نقاشی جالب توجه باشد. نقاشی به علت شیوه بازنمایی‌اش، می‌تواند واجد کیفیاتی باشد و احساساتی برانگیزد که خود موضوع (سوژه) فی نفسه واجد آن کیفیات نباشد و توان برانگیختن آن احساسات را نداشته باشد. در مقابل، عکس که ظاهراً به هیچ شیوه‌ای توان بازنمایی ندارد، صرفاً می‌تواند واجد کیفیات و برانگیزنده احساساتی باشد

^۳Roger Screwtton

که موضوعش واجد و برانگیزنده آن‌ها است. عکس بازتاب موضوع خود است و اگر توجه بیننده را جلب کند بدان جهت است که جانشین چیزی شده که آن را به نمایش گذاشته است. پس اگر از دید شخصی فلان عکس زیبا باشد، از آن روست که آن شخص موضوع عکس را زیبا یافته است. عکس‌های لندن قدیم از آن روست که لندن قدیم زیباست. (همان، ۵۸-۵۷)

بازنمایی در عکاسی از منظر اجتماعی:

در هر گروه اجتماعی پیش پا افتاده‌ترین عکس‌ها، علاوه بر اهداف خاص عکاس، بیانگر نظام آرایش ادراک، تفکر و ارزش‌گذاری خواهد بود، که در بین تمامی اعضای آن گروه مشترک است. گستره‌ی آن چه که برای طبقه اجتماعی خاص، قابل عکس‌برداری است. در این دیدگاه اثری که برای عکس‌برداری شایسته تلقی شده، به نمایش درمی‌آید و معیارهایی که ارزش‌گذاری عکاسانه جهان را برحسب تضاد بین چیزهایی که قابل عکس‌برداری هستند و آن چه که غیرقابل عکس‌برداری است به وجود می‌آورد. از نظام ارزش‌هایی که توسط هر طبقه در نظر گرفته می‌شود جدا نیست. شناخت درست و کافی عکس بر رمزگشایی معنای مازادی دلالت دارد که عکس با نمادپردازی یک گروه سنی، طبقاتی یا هنری افشایش می‌کند. حال می‌خواهد این عکس توسط یک دهقان گرفته شده باشد یا یک عکاس حرفه‌ای اهل تهران. برخلاف فعالیت‌های هنری دیگر مانند: نقاشی و موسیقی، عکاسی از جنبه‌های مختلف، چه از نظر اقتصادی و چه از نظر فنی برای همگان دست‌یافتنی‌تر از سایر هنرها قلمداد می‌شود.

عکس‌های خشک و رسمی و تصنعی که براساس رسم‌ها تصنعی، که براساس رسم‌های اجتماعی و یا عکس‌های اجتماعی و یا عکس‌های یادگاری و خانوادگی گرفته شده را نمی‌توانیم جز پیکره‌ قواعد ضمنی یا صریح که این زیبایی‌شناسی را تعریف می‌کند بشناسیم، شاید دلیلش آن باشد که هنوز تعریف به شدت محدود از مشروعیت فرهنگی را از ذهن خارج نکرده‌ایم. پیش پا افتاده‌ترین تکالیف همواره شامل اعمالی هستند «بر سر این نکته توافق وجود دارد که عکاسی می‌تواند نمونه صداقت و عیشیت باشد. از آن رو که شیء مرئی، شیئی است که ماهیت آن قابل تشخیص باشد و از آن جایی که سوژه‌ها در تمام محیط‌های اجتماعی تحقق به نظام‌های معینی متوسل می‌شوند که عمومی‌ترین نظام قواعد بازتولید واقعیت می‌باشد و بر عکاسی عامه پسند حاکم است» (بوردیو، ۱۳۸۶: ۱۵-۲۴)

تفاوت صورت سازی و بازنمایی:

«رویکرد بازنمایانه به معنای اثرپذیری از تمام وجود درونی فرد و نیز شرایط بیرونی است که جایگاه تفکر فردی شخص را تعیین می‌کند. متن صورت ساز در برخورد با اجتماع به مصالحه تن داده و حرکتی سازش کارانه را در پیش گرفته است، که طی آن همه چیز کلی و فارغ از شخصی‌سازی و معنا آفرینی نمایش داده می‌شود.

در مقابل، متن بازنمایانه، به دلیل سیالیت مفهوم و رویکرد خلاقانه، هر بار با پرداخت بیشتر به موضوع، متن به الگوی ذهنی مؤلف نزدیک‌تر می‌شود. از این روست که نمی‌توان از معنای اولیه و قطعی نام برد؛ چرا که شبکه‌ی عظیمی از معناها که تمامی خوانندگان در گسترش آن نقش دارند، رسیدن به مبدأ و واقعیت یگانه را ناممکن می‌سازد. به بیان ساده تر، با التفات به تکثر خوانش‌ها، تمام خوانندگانی که متن را تأویل می‌کنند در واقع، مؤلف آن متن مفروش می‌شوند. در این شرایط حتی تلاش برای یافتن بستر معنایی ثابت نیز غیرمعقول است.

بنابراین توضیحات ارائه شده، می‌توان خودنگاری تجسمی را در زمره متون بازنمایاننده به حساب آورد. البته رابطه میان متن و خواننده، در تمام زمینه‌های هنری اتفاق می‌افتد که حاکی از ظرفیت بالقوه‌ی متن هنری در خلق معناست.

طبق نظر گادامر، فیلسوف آلمانی نیز، هر نوعی بازی است که آن هنرمند و مخاطب با هم شرکت می‌کنند. از دیدگاه او آنچه در هنر خوب متمایز است هم‌اورد جویی آن در میان مخاطبان است. برای آنکه معنایی در دل آن بیابند و تشخیص دهند. این معنایی نیست که بشود آن را در قالبی یکپارچه شرح و تبیین کرد، بلکه نمودی نمادین و متغیر دارد. در فرایند شکل‌گیری متن جسمی، «هم‌اورد جویی هنرمند در میان مخاطبان، پرداختن به بازی آزادانه و خلاقانه صور خیال است که به موجب آن نوعی خودبازنمایی تحقق پیدا می‌کند» (گراهام، ۱۳۹۴: ۱۱)

عکاسی مفهومی:

در عکاسی مفهومی، مفهوم در عکس اولین موضوعی است که باید به آن پرداخته شود. یک عکاس مفهومی تلاش می‌کند که قسمتی از پیام خود را به مخاطب منتقل کند. این پیام می‌تواند یک جهخت دادن سیاسی باشد یا تفسیر اجتماعی و حتی می‌تواند یک حس برانگیخته درونی و مبهم از احساسات فرو خفته مان باشد. تا این جا، قضیه داستان مانند هنرهای انتزاعی است ولی بعد از آن عکس مفهومی تصویر یک نمود صریح و بی پرده از خود مفهوم نیست بلکه یک بیان کلی از ایده اصلی می‌باشد. (همان، ۱۰)

عکاسی مفهومی به درستی از سمبل‌ها برای بیان مفهوم استفاده می‌کنند. حرکت، حالت و فرم سوژه و یا همه چیزی که عکاسی می‌خواهد در پیامش الحاظ کند در این نوع عکاسی دیده می‌شود. سمبل‌ها همیشه حضور قدرتمندی دارند، از سرخی روژلب به نشانه خون سرخ رنگ جاری در رگ‌ها، حنا سبزی لجن زار به نشانه سبزی اسکناس‌های پول.

البته این مشکلی که برای هر عکاس مفهومی پیش می‌آید اینست که درک مفاهیم استفاده شده و حدس شدن معنای آن‌ها برای هر مخاطبی امکان پذیر نباشد. در نتیجه تلاش جهت درک توسط مخاطب یک چالش مهم برای عکاس مفهومی است.

به طور کلی:

افلاطون، بازنمایی را کپی ثانویه می‌دانست و در پست‌ترین مرتبه قرار داده و آن را نازل به شمار آورد.

حال آن که در خلق یک اثر، کپی یا تقلید محض امکان پذیر نیست. کپی کردن با تقلید کردن فعالیت اکتسابی است و طی آموزش و «ممارست» با گذر زمان حاصل می‌گردد. از طرف دیگر: بعضی بازنمایی را در هنر نقاشی و عکاسی، معادل با صورتگری و شبیه سازی می‌گیرند و آن را در نقاشی به مکاتبی چون رئالیسم و ناتورالیسم و در عکاسی به ژانرهای چون عکاسی مستند و مطبوعاتی محدود می‌کنند. در صورتی که شبیه سازی یکی از مصادیق بازنمایی است نه عنایت آن. بازنمایی در هنر نقاشی و عکاسی، می‌تواند آشکار کردن یکی ویژگی حسی و یا ذاتی باشد نه صورتگری و شبیه سازی محض مسئله دیگر این که، شبیه سازی‌ها، به تنهایی برای بازنمایی کافی نیستند بلکه عامل دیگر با عنوان نیت مندی وجود دارد که در بازنمایی موجب شبیه سازی و ایجاد تجربه بصری می‌گردد. حتی در صورت وجود شباهت، بدون معیار نیت‌مندی تصاویر بازنمایی شده نامشخص باقی خواهند ماند. بسیاری هنر نقاشی را به دلیل دارا بودن دورکن «شباهت سازی» و «نیت‌مندی بازنمایی می‌خوانند» و بر این عقیده هستند که هر عکاسی صرفاً به دلیل مکانیکی بودن، رکن «نیت‌مندی» را دارا نیست و بازنمایی ندارد. این درحالی است که عکاسان و مورخان هنری معاصر، معتقد هستند، با بررسی سبک شخصی هنرمند عکاس، که با دیدن مجموعه آثار او امکان پذیر می‌شود می‌توان به نیت‌مندی و خلاقیت هنرمند عکاس پی برد و زمینه لازم را برای رد این نظریه سنتی فراهم کرد.

بازنمایی از آن جهت در هنر نقاشی و عکاسی دارای ارزش است که قابلیت‌های شناسایی و تشخیص ما را برمی‌انگیزد و به ما اجازه می‌دهد درک بیشتری از اشیای واقعی داشته باشیم. دیگر این که، بازنمایی ما را قادر می‌سازد تا در دیدگاه یک هنرمند شریک شویم تا ببینیم او چگونه فرم، رنگ و حواس -----

نتیجه‌گیری:

از آن جا که عکاسی مفهومی به عکاسی گفته می‌شود که مضمون خاصی را به مخاطب القا کند. لذا هنرمند گاه برای رساندن مفهوم خود ناگزیر است به بازنمایی تصویر بپردازد. باز نمایی به معنی تقلید صرف نمی‌باشد زیرا در این صورت مفهوم خاصی شکل نخواهد گرفت. می‌توان سوال پرسیده شود: که چگونه می‌توان از هنر و بازنمایی در عکاسی مفهومی بهره برد؟ همان طور که بیان شد بازنمایی در عکاسی با نقاشی متفاوت است. زیرا در نقاشی آن چه که بازنمایی می‌شود به وسیله‌ی طراحی به نقش تبدیل می‌شود، ولی در عکاسی این طور نمی‌باشد. برای بازنمایی در عکاسی مفهومی هنرمند باید آن چه که در ذهن دارد را به واقعیت تبدیل کرده و پس از آن عکس بگیرد. با توجه به مطالعات صورت گرفته این شیوه بازنمایی می‌تواند به وسیله‌های مختلفی بیان شود.

از نقش بازی کردن و ایجاد شخصیت‌هایی که بیان کننده‌ی مفهوم خاصی می‌باشند تا شبیه‌سازی صرف از روی عناصر موجود می‌تواند در بازنمایی به کار برده شود. همچنین می‌توان بیان کرد استفاده از زبان، کلمات، قابلیت‌های گرافیکی و دیجیتالی عصر حاضر می‌تواند به شیوه‌ای مطلوب به بازنمایی آن چه که در ذهن عکاس است (که مفهوم خاصی را قرار است به مخاطب القا کند) کمک کند. در این راستا ابزارهایی مانند طراحی صحنه، نورپردازی، رنگ، نشانه شناسی (استفاده از عناصری از معنی‌شان توسط مخاطب شناخته شده است). در آخر می‌توان به این نتیجه رسید بازنمایی همیشه در عکاسی عنصر اصلی و مهم بوده است.

منابع:

- ۱- اوری، یل، «از امروز نقاشی مرده است»، مترجم: نسیم مهرتبار، مجله هنرهای تجسمی، شماره ۱۵، فروردین ۱۳۸۱.
- ۲- اوری، یل، «هنر و عکاسی»، مترجم: فرهاد ساسانی، مجله هنرهای تجسمی، شماره ۹، تابستان ۱۳۷۷.
- ۳- شفاعیه، هادی، «عکاسی: فتومونتاژ» مجله هنر و مردم، شماره: ۱۵۵، شهریور ۱۳۵۴.
- ۴- کرتس، کلاوس، «عکاسی دگرگون»، مترجم: وحید شریفیان، مجله تندیس، شماره ۱۵۸.
- ۵- مقیم نژاد، سید مهدی، «درآمدی بر بحث و روایت در عکاسی»، فصلنامه هنر، شماره ۸۱، پاییز ۱۳۸۸.
- ۶- مقیم نژاد، سید مهدی، «جستاری در مناسبات میان عکاسی هنر مدرن و پسامدرن»، مجله بیتاب، شماره ۱۲، آبان ۱۳۸۷.
- ۷- واکر، جان، ا، چاپلین، سارا، «هنر و رسانه های جدید: فن‌آوری‌های جدید»، مترجم: محمد کریمی، مجله بیتاب، شماره ۳ و ۴، دیماه ۱۳۸۲.
- ۸- مسیح، ه، «می‌خواهم با شعر بمیرم»، (فدریکو گارسیتالورکو) آندره برتون و جنبش سورئالیسم، روزنامه ایران، مردادماه ۱۳۸۱.

9-<http://hb976.blogfa.com/post-&5.aSPX>.