

عکاسی است که «عکس» نامیده می‌شود. عکس، جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی بشر متمدن است. با دیدن عکسی از سال‌های پیش در آلبوم‌های خانوادگی و شخصی خود نشانه‌های بسیاری را می‌یابیم. این نشانه‌ها به ما کدهایی می‌دهند که دروازه‌ی ورود به گذشته‌های دور و نزدیک می‌شود. «کلید تصویر» برای ورود ما به هر آنچه برای بشر دارای اهمیت است، کاربرد اساسی دارد. عکس در گواهی‌نامه رانندگی، گذرنامه، شناسنامه، کارت‌های شناسایی و هزاران اوراق اداری و بهادر دولتی و شخصی، برای تایید صحت و شناسایی هویت افراد استفاده می‌شود. وقتی در خیابان‌ها و بزرگراه‌های داخل و خارج شهرها تردد می‌کنیم، از سردر مغازه‌ها تا بیلبوردهای کوچک و بزرگ تبلیغاتی تا تلویزیون‌های چند صد اینچی تبلیغاتی، چشمان ما را با تصاویر گوناگون بمباران می‌کنند بدون اینکه در ضمیر خود آگاهمان از آنها درکی عمیق پیدا کنیم. بدون هیچ مدیریتی از سوی «هر» تصویری مورد تهاجم قرار می‌گیریم و آنگونه ما را هدایت می‌کند که می‌خواهد و این امر محقق نمی‌شود جز با عدم آگاهی از کاربرد تصویر در زندگی روزمره و حتی حرفه‌ای که موجب اضطراب و نگرانی می‌شود. شناخت قدرت تصویر در دنیای رسانه‌ای و غیررسانه‌ای، به ایجاد آرامش در زندگی هر شهروند دنیای امروز می‌تواند کمک کند.

وقتی به عنوان عکاس برای کار حرفه‌ای، دوربین عکاسی به دوش در خیابان‌های شهر تردد می‌کنیم، نگاه مضطرب و پر از سؤال اکثر شهروندان رابه خود جلب می‌کنیم که این موجود عجیب و غریب از کدام سیاره

به اینجا پرتاب شده؟ هر کس که از کنار شما می‌گذرد حس کنجکاوی‌اش به سرعت فعال می‌شود و هر آن امکان دارد از شما پرسد که «چرا عکس می‌گیری؟» یا «از چی عکس می‌گیری؟» در صورتی که از عابری که از چراغ قرمز عبور می‌کند نمی‌پرسند که «چرا از چراغ عبور می‌کنی؟» یا شماره‌ی پلاک ماشین را که سرنشینانش از پنجره ماشین در حال حرکت، خیابان را با زیاله‌دان یکی می‌دانند و منظره شهر را با آلودگی تصویری زیاله‌های خود می‌آرایند! بر نمی‌دارند و بی‌مسئولیت از کنارش می‌گذرند. در زمانه‌ای زندگی می‌کنیم که بخش مهمی از جمعیت جهان، با



## «ترس از عکس» و «مدیریت تصویری»

آرش یداللهی [arashyadollahi@yahoo.ca](mailto:arashyadollahi@yahoo.ca)

در روزگاری زندگی می‌کنیم که پذیرش دهکده جهانی، یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر است؛ و برای رسیدن به درک زبان مشترک ساکنان این دهکده چاره‌ای نیست جز آنکه نشانه‌ها و ابزار زبانی اهالی این محله‌ی بزرگ را بشناسیم تا در میان انبوهی از پیام‌های رنگارنگ، با آرامش و بدون تشویش زندگی کنیم. زمانی در اضطراب و نگرانی سیر می‌کنیم که از کارکرد امری شناخت کافی نداشته باشیم یا در محیطی بیگانه و ناآشنا بدون هیچ پیش‌ذهنی قرار بگیریم. یکی از نشانه‌های تمدن جدید و دهکده جهانی، نشانه‌های تصویری تولید شده به وسیله دوربین

دوربین‌های عکاسی گوشی‌های تلفن همراه، هر موضوعی را زیر نظر دارند و ثبت می‌کنند. پس ترس از ثبت تصاویر نیست که از روبه‌رو شدن با دوربین عکاسی یا ویدئو در هراسیم. هراس، ریشه در ذهن ناخودآگاه ما دارد که از کاربرد عکس در دنیای امروز شناخت نداریم یا اگر هم شناختی وجود دارد، شناختی نصفه و نیمه می‌باشد.

کاربرد عکس، یکی از ابزارهای قدرتمند اطلاع‌رسانی رسمی و غیررسمی است که به نظم‌بخشی جامعه کمک شایانی می‌کند. مبداء مدیریت تصویر، از تک‌تک ما شروع می‌شود. دنیای تکنولوژی، امکان این مدیریت را به ما داده است. می‌توان کم و بیش در هر خانه‌ای دستگاه تلویزیون، کامپیوتر، دوربین عکاسی، تلفن همراه دوربین‌دار، دوربین هندی‌کم ویدئوی خانگی و... پیدا کرد. با مسئولیت‌پذیری اعضای خانواده می‌توان بر هر کدام از این وسایل مدیریت کرد و آن چیزی را مشاهده کرد که «ما» انتخاب می‌کنیم. «ما» شبکه تلویزیون را انتخاب می‌کنیم، «ما» انتخاب می‌کنیم که از چه موضوعی عکاسی یا تصویربرداری کنیم، انتخاب می‌کنیم چه عکسی در کامپیوتر شخصی نگهداری شود، انتخاب می‌کنیم که چه موضوعی با دوربین تلفن همراه ثبت شود. اگر هر شهروند ده‌کده جهانی این نوع نگرش مدیریتی را برگزیند، می‌تواند از هراسی که از وسایل سمعی و بصری و یا اثرات رسانه‌های تصویری بر خود و خانواده خود دارد بکاهد و مدیریت خود را بر ورودی‌های تصویری خانواده یا زندگی شخصی خود، اعمال کند. من شهروند هستم که انتخاب می‌کنم چه نشریه‌ای را برای مطالعه برگزینم و به این ترتیب، نوع تصاویر نشریه‌ی مورد نظر را بر زندگی تصویری خود حاکم می‌کنم.

از هیچ تصویری حتی بر روی یک قوطی کبریت هم نباید بی‌توجه عبور کنیم. همان‌طور که برای انتخاب نوع غذا دقت فراوانی به خرج می‌دهیم، در انتخاب تصاویری که در برابر چشمان خود قرار می‌دهیم نیز باید دقت کنیم. به این ترتیب، از تشویش‌های روزمره‌ی کوتاه و بلند خود کم می‌کنیم و دنیای اطرافمان را دچار تشویش‌های ذهنی، فکری و تصویری خود نمی‌کنیم. هر گاه خود را مسئول آنچه می‌بینیم بدانیم، دیگر نگران بمباران روزانه تصویرها نیستیم. آنگاه «من» هستم که تصمیم می‌گیرم چه تصویری را ببینم یا نبینم. در شماره‌های آینده به تحلیل تصویر و کاربرد آن در موارد مشخص خواهیم پرداخت و به عکس و عکاسی از جنبه‌های جامعه‌شناختی و اثرهای روانی آن بر مخاطب خاص و عام خواهیم پرداخت و با هم به ریشه‌یابی ترس از «عکاسی شدن» در زندگی ماشین زده‌ی امروزی می‌پردازیم.

منتظر نظرها و سئوال‌های شما هستیم. ■

