



سال هشتم / تابستان ۱۳۹۸

عکاسی دیجیتال: ارتباط، هویت، خاطره

• خوزه وندا یک^۱

• ترجمه آرش حسن پور^۲ و فاطمه صادقی^۳

چکیده

عکس گرفتن اساساً دیگر عملی در ارتباط با ثبت خاطره، به منظور محافظت از میراث تصویری خانواده نیست، اما به طور فزاینده‌ای تبدیل به ابزاری برای شکل‌دهی هویت افراد و ارتباط شده است. استفاده از دوربین‌های دیجیتال، دوربین‌های موبایل، وبلاگ‌های تصویری و دیگر ابزارهای چندمنظوره عکس را به عنوان زبان مرجع نسل جدیدی از کاربران رواج داده است. هدف این مقاله بررسی این موضوع است که تغییرات تکنیکی (دیجیتال شدن) در ترکیب با بینش‌های در حال رشد علوم شناخت‌شناسی و تحولات اجتماعی- فرهنگی، چگونه بر عکاسی شخصی تأثیر گذاشته است. دست‌کاری فزاینده‌ی تصاویر عکاسی ممکن است متناسب با نیاز افراد به بازسازی خود، ارتباط لحظه‌ای و برقراری پیوند باشد. هرچند، همین انعطاف‌پذیری ممکن است کنترل ما را در آینده جهت هدف‌گذاری مجدد و بازسازی عکس‌هایمان کاهش دهد. مقوله خاطره به واسطه ابزارهای چندمنظوره دیجیتال ریشه‌کن نشده در عوض همان‌طور که غالب عکس‌ها از طریق خطوط ارتباطی فرستاده شده و از فضایی مجازی سر درمی‌آورند، کارکرد خاطره‌سازی در ذات شبکه‌ای و گسترده عکاسی دیجیتال دوباره ظهور می‌کند.

واژگان کلیدی: تصاویر زندان ابوغریب، فناوری دیجیتال، ساخت هویت، خاطره، عکاسی، فرهنگ بصری.

۱ آدرس: دانشگاه آمستردام، ساختمان مطالعات رسانه، آمستردام، هلند. ایمیل: [J.F.T.M.vanDijck@uva.nl]
JOSE VAN DIJCK استاد رسانه و فرهنگ دانشگاه آمستردام (هلند) و در حال حاضر رئیس دانشکده علوم انسانی است. او نویسنده کتاب تولید کودکان و رضایت عمومی: گفت‌وگوهای فن‌آوری‌های جدید بازتولید (New York University Press, 1995) و تخیل: تصاویر معروف ژنتیک (New York University Press, 1998)؛ و آخرین کتابش تحت عنوان بدن شفاف: تحلیل فرهنگی تصویرسازی پزشکی (University of Washington Press, 2005) است. حوزه تحقیقاتی او رسانه و دانش، فناوری‌های رسانه (دیجیتال)، تلویزیون و فرهنگ است. این مقاله بخشی است از کتابی به نام خاطرات میانجی در عصر دیجیتال است (Stanford University Press, forthcoming).

۲ دکتری جامعه‌شناسی و پژوهشگر مطالعات بصری. Arash.hasanpour@gmail.com
۳ دانشجوی کارشناسی عکاسی دانشگاه هنر اصفهان. annie.greem@gmail.com

مقدمه

اخیراً یک دانشجو تجربه جالب توجهی را برای من تعریف کرد. او و چهار نفر از دوستانش، در اتاق خوابگاه جمع شده بودند، جُک تعریف می‌کردند و خوش می‌گذرانند. هم‌اتاقی‌اش از دوربین موبایل دوستش استفاده کرد و از جمع عکس گرفت درحالی‌که هرکدام در حالات مختلفی روی مبل در حال استراحت بودند. همان بعدازظهر، دانشجو عکس را بر روی وبلاگ تصویری‌اش منتشر کرد- وبلاگی که معمولاً بروز رسانی می‌کرد تا دوستان و خانواده‌اش از زندگی روزانه او در دانشگاه باخبر شوند. روز بعد او ایمیلی از هم‌اتاقی‌اش دریافت کرد. هنگام باز کردن فایل jpg، همان تصویر از خودش و دوستانش را با تعداد زیادی قوطی خالی آبجو و بطری شراب دید که روی میز کافه جلوی‌شان انباشته بود. ترس و اضطراب او به خاطر این عمل فتوشاپی بدون اجازه وقتی تشدید شد که متوجه شد تصویر دست‌کاری شده برای لیست بلندبالایی از دوستانشان فرستاده شده است؛ افرادی که هرگز ندیده یا به‌سختی می‌شناخته است. این دانشجو وقتی هم‌اتاقی‌اش را با عواقب بالقوه عملش روبرو کرد، درگیر بحثی داغ درباره غیر مجرمانه بودن دست‌کاری تصاویر و منتشر کردن آن‌ها شدند. دفاع هم‌اتاقی او در برابر احتمال اتهام (دست‌کاری) عکس‌ها این بود که «همه می‌دانند این یک شوخی است»؛ درحالی‌که دانشجو ادعا کرد «ممکن است همه افراد تشخیص ندهند که عکس‌ها دست‌کاری شده است» و «ممکن است این تصاویر برای همیشه به نمایش گذاشته شوند». مسئله این بود که تأثیر این نمایش ناپایدارتر از آن چیزی بود که هم‌اتاقی (اش) فکر می‌کرد.

به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر اساساً نقش و کارکرد عکاسی دیجیتال غربی تغییر کرده است. در دوران عکاسی آنالوگ، عکاسی شخصی^۱، در درجه اول برای یادآوری خودزندگینامه‌نویسی بود^۲ و عکس‌ها معمولاً از آلبوم (خانوادگی) یا جعبه کفش افراد سر

۱ این مقاله به کردارهای اجتماعی- فرهنگی فعلی عکاسی غربی می‌پردازد. هرچند کاربردهای متفاوت عکاسی (دیجیتال) در اقصا نقاط دنیا می‌تواند موضوع جالبی برای مقایسه باشد، اما از حیطه این مقاله خارج است. به‌عنوان مثال، ن.ک. به Wright (2004) and Chalfen and Murui (2001).

۲ من عبارت «عکاسی شخصی» را بر عبارات رایج دیگری که به کار می‌روند ترجیح می‌دهم، مانند «عکاسی آماتور» یا «عکاسی خانوادگی». کلمه «شخصی» برای متمایز کردن آن از عکاسی حرفه‌ای به کار می‌رود، اما همچنین از معنای ضمنی که در دسرساز است به دور می‌ماند مانند «ناشیانه» در ارتباط با استفاده از دوربین. عکاسی خانوادگی به‌اشتباه حضور در بافت خانوادگی را مفروض دارد، درحالی‌که که عکاسی همواره و به‌طور فزاینده‌ای، برای شکل‌گیری هویت شخصی به کار می‌رفته است. برای مطالعه بیشتر درباره «عکاسی شخصی» ن.ک. Wells (1996) and Lury (2002).

درمی‌آوردند. عکس‌ها عموماً برای به خاطر آوردن و تایید «زندگی همان‌گونه که هست» قابل‌اعتمادترین همیار فرد به حساب می‌آمدند؛ حتی اگر بدانیم که تخیل، نمایش و یادآوری به شکل غامضی در پروسه‌ی یادآوری با یکدیگر ممزوج‌اند (استولمیلر، ۱۹۹۶). کاربرد عکاسی کمتر به‌مثابه یک ابزار برای شکل‌گیری هویت و راهی برای ارتباط، شناخته‌شده است و همواره نسبت به هدف اصلی‌اش که ساخت خاطره است در درجه دوم اهمیت قرار داشته (Barthes, 1981[1980]; Sontag, 1973). تحقیقات اخیر توسط انسان‌شناسان، جامعه‌شناسان و روان‌شناسان نشان می‌دهد که افزایش جایگزینی دوربین‌های دیجیتال که شامل دوربین‌های ترکیب‌شده با دیگر وسایل ارتباطی است؛ تسهیل‌کننده کارکردهای ارتباطی و ساخت هویت است، درازای آن از عکاسی استفاده ابزاری در جهت تولید خاطره می‌شود (Garry and Gerrie, 2005; Harrison, 2002; Schiano et al, 2002). هرچند نمی‌توان انکار کرد که کارکرد عکاسی جهت ارتباط و ساخت هویت اهمیت یافته است، بحثی که من در این مقاله مطرح می‌کنم، این است که کارکرد عکاسی به‌مثابه یک ابزار در راستای خاطره‌سازی، هنوز هم پابرجاست؛ حتی اگر ظهور و بروزهای آن در دوره دیجیتال در حال تغییر باشد.

قبل از شروع این بحث، لازم است به چند تصور اشتباه اشاره کنیم که معمولاً هنگام پرداختن با این موضوع با آن روبرو می‌شویم. اولاً، ارتباط و ساخت هویت از خلال عکاسی، استفاده‌های بدیعی نیستند. بلکه حتی در دوران عکاسی آنالوگ همواره از کارکردهای بنیادین عکاسی بوده‌اند. در حقیقت، به نظر می‌رسد یک نسل جوان‌تر به‌جای جمع‌آوری تصاویری از «زندگی» به‌طور فزاینده‌ای از دوربین‌های دیجیتال برای ارتباط «زنده» استفاده می‌کنند. انتشار ساده تصاویر روی اینترنت و پخش سریع آن توسط دستگاه‌های قابل‌حمل عکس‌ها را در کردارهای ارتباطی میانجی بدل به شیوه‌ی بیانی نخست کرده است. کاربرد عکاسی به‌مثابه ابزاری برای ثبت خاطره دگرگون‌شده است، اما پیامدهای این دگرگونی چیست؟ دوماً عکاسی شخصی در نتیجه فناوری‌های دیجیتال تغییری نکرده است. کارکرد متغیر عکاسی بخشی از یک دگردیسی پیچیده تکنیکی، اجتماعی و فرهنگی است. همان‌طور که روایت آن دانشجو نشان می‌دهد، دیجیتالیزه شدن معمولاً نوعی اتهام به عکاسی می‌زند؛ یعنی غیرقابل‌اعتماد بودن فزاینده عکاسی به‌مثابه ابزاری برای خاطره‌سازی، اما در حقیقت، دوربین هرگز ابزار قابل‌اعتمادی برای ذخیره خاطرات نبوده است و عکس‌ها نیز همواره بخشی از فرایند یادآوری (خاطرات) بوده‌اند و در این فرایند دچار تغییراتی می‌شوند. عکاسی دیجیتال چندین سؤال

گیج‌کننده درباره دست‌کاری و ویرایش شناختی پیش می‌کشد: ابزار دیجیتال در شکل‌دهی به هویت چه قدرتی دارد؟ ما چگونه سرووضعمان را به گونه‌ای سامان می‌دهیم تا به ما کمک می‌کنند که عکس‌هایمان را ترمیم و تصاویر خاطراتمان را بهبود بخشیم؟ کاملاً واضح است که نمی‌توانیم بگوییم عکاسی دیجیتال کاربرد دوربین به‌عنوان ابزاری برای ثبت خاطره را از بین برده است. در عوض، همان‌طور که عموم عکس‌ها از طریق خطوط ارتباطی فرستاده می‌شوند و از فضایی مجازی سر درمی‌آورند؛ کارکرد خاطره‌سازی در ذات شبکه‌ای و گسترده عکاسی دیجیتال دوباره ظهور می‌کند.

بنابراین هدف این مقاله نشان دادن تأثیرگذاری تغییرات تکنیکی بر نقش عکاسی شخصی در ارتباط، ساخت هویت و خاطره در ترکیب با بینش‌های رو به رشد علوم شناختی و تحولات فرهنگی- اجتماعی است. بنیان این بحث، مسئله‌ای است که باز سروکله‌اش پیدا شده است: کنترل در برابر عدم کنترل. هم‌اکنون بخشی از محبوبیت دوربین دیجیتال به خاطر پردازش دیجیتال است که اجازه دست‌کاری وسیع‌تری را می‌دهد و می‌تواند کنترل روی خروجی تصاویر را افزایش دهد و کماکان جنبه منفی‌اش این است که عکس‌ها می‌توانند به‌سادگی توسط هرکسی که دسترسی به ابزار مناسب دارد، دست‌کاری شوند. می‌توان به تناقض مشابهی در ارتباط با پخش تصاویر شخصی اشاره کرد. درحالی‌که اینترنت اجازه‌ی پخش سریع و راحت اسنپ‌شات‌های خصوصی را می‌دهد، همان ابزار زمینه‌ساز پخش غیرمجاز عکس‌ها می‌شود. عجیب است عکسی که توسط فرد هم‌اتاقی به‌عنوان ارتباطی لحظه‌ای و ناپایدار گرفته شد ممکن است مدتی طولانی روی اینترنت بماند و در سال‌های آتی در جایی که فکرش را هم نمی‌کنیم؛ ظاهر شود. همان‌طور که پیش‌تر مطرح شد، دست‌کاری فزاینده تصاویر عکاسی ممکن است در راستای نیاز افراد به تغییر (شکل) مداوم خود باشد، اما همین انعطاف‌پذیری ممکن است کنترل ما را در آینده جهت هدف‌گذاری مجدد و بازسازی عکس‌هایمان کاهش دهد و ما را وادار کند اعتراف کنیم حافظه بصری به خاطر سهولت توزیع و انتشار، تغییر می‌کند.

تصاویر زنده: عکاسی شخصی به‌مثابه ابزاری برای ارتباط و تجربه

وقتی عکاسی شخصی در قرن‌های نوزدهم و بیستم به بلوغ رسید، به‌تدریج به‌مثابه کرداری اجتماعی ظهور کرد که حول محور خانواده‌هایی سیر می‌کرد. آن‌ها می‌خواستند خاطراتشان از

تجارب گذشته را در فرم تصویری مادی به منظور استناد به آن در آینده یا یادآوری جمعی ثبت کنند. با سپری شدن روزهای آغازین پیدایش عکاسی، هنوز هم می‌توانیم استفاده‌های اجتماعی از عکاسی را که مکمل کارکرد نخستین آن است؛ تشخیص دهیم. همچنین عکاسی همواره به‌مثابه ابزار ارتباط و به اشتراک گذاشتن تجربه به کار می‌رود. همان‌طور که سوزان سانتاگ در سال ۱۹۷۳ استدلال می‌کند، اجبار توریست‌ها برای گرفتن اسنپ‌شات از مکان‌های خارجی آشکار می‌کند که چگونه عکس‌ها گرفتن می‌تواند نسبت به تجربه یک رویداد در اولویت باشد. با این وجود، تجربیات ارتباطی به کمک عکس‌ها یک بخش جدایی‌ناپذیر عکاسی یک توریست است. علیرغم غلبه عکاسی به‌عنوان یک ابزار خانوادگی برای یادآوری و ثبت یادبود، کارکردهای دیگرش از همان زمانی که عکاسی به‌عنوان فناوری خانگی مشهور شد، بخش ماندگارش بودند. در سال‌های اخیر، ما تغییرات چشمگیری در تناسب بین این کارکردهای اجتماعی متفاوت دیده‌ایم: از استفاده خانوادگی تا شخصی، از ابزار ثبت خاطره تا وسیله ارتباط و به اشتراک‌گذاری (خاطره) پدیده‌ها تا اشتراک‌گذاری تجربیات. من اکنون هرکدام از این تغییرات چشمگیر را شرح می‌دهم.

اهمیت اجتماعی و تأثیر فرهنگی عکاسی شخصی به‌طور صعودی در قرن گذشته افزایش یافته است. تا اوایل دهه ۱۹۷۰، تقریباً هر خانواده آمریکایی و اروپای غربی یک دوربین عکاسی داشت. زمانی که جامعه‌شناسان و انسان‌شناسان اهمیت عکاسی به‌مثابه مناسکی فرهنگی در زندگی خانوادگی را تصدیق کردند، سوزان سونتگ (۱۹۷۳) نقش یک مردم‌نگار را ایفا کرد و عکاسی را ابزاری برای ثبت زندگی خانوادگی توصیف کرد: «هر خانواده به واسطه‌ی عکس‌ها یک پرتو تاریخی از خودش می‌سازد - یک مجموعه قابل‌حمل از تصاویر که شاهدهی بر یکپارچگی‌اش است» (ص، ۸). افراد از طریق عکس گرفتن و دسته‌بندی‌شان و با تأکید به لحظات (مهمشان) در مراسم، دوران رشد سنی و بالغ شدن، ارتباط با دسته‌ها، گروه‌ها و عضویتش را در آن‌ها بیان می‌کنند. سوزان سونتگ به این نتیجه رسید که دوربین‌ها بخش جدایی‌ناپذیر زندگی خانوادگی هستند: در خانواده‌هایی که بچه‌دار هستند، احتمال داشتن حداقل یک دوربین دو برابر خانواده‌هایی است که فرزند ندارند. عکاسی زندگی خانوادگی را نه‌تنها بازتاب داده بلکه شکل می‌دهد و ادراک افراد از تعلق به جمع را می‌سازد. تعداد قابل‌توجهی از مطالعات جامعه‌شناختی و انسان‌شناختی از طرفی رابطه بین عکس گرفتن،

مرتب کردن و نمایش عکس‌ها را و از طرفی دیگر (رابطه بین عکس گرفتن) ساختار خانواده، میراث و خویشاوندی را مورد بررسی دقیق و موشکافانه قرار داده‌اند (Chalfen, 1987; Chambers, 2001; Hirsch, 1997; Holland, 1991; Slater, 1995).

طی دو دهه گذشته، فرد به‌مرور بدل به هسته مرکزی زندگی بصری شده است. باربارا هریسون (۲۰۰۲:۱۰۷) در مطالعات مردم‌نگارانه خود اینکه مردم چگونه تصاویر شخصی را به خاطره و روایت ارتباط می‌دهند مطالعه کرده است. وی مشاهده می‌کند که یکی از کارکردهای اصلی عکاسی، جایگزینی بازنمود خود با بازنمود خانواده است. مطالعه میدانی هریسون یک تغییر مهم را نشان می‌دهد: عکاسی شخصی، قبلاً با خاطره و یادبود ترکیب شده بود، اما اکنون عکس‌ها شکلی از ساخت هویت هستند؛ دوربین‌ها کمتر برای یادآوری زندگی خانوادگی استفاده می‌شوند و بیشتر برای تأکید به تشخیص و پیوندهای (بینا) فردی به کار می‌رود. از دهه ۱۹۹۰، به‌خصوص با شروع هزاره جدید، دوربین‌ها به‌عنوان ابزاری میانجی در تجارب روزمره به کار گرفته شده‌اند تا تصویرگر لحظاتی از مراسم‌ها و آیین‌های تشریفاتی باشند. تا حدودی، تحول فناوریانه که توسط نیروهای بازار تحمیل شده، مخاطرات اجتماعی و فرهنگی به بار آورده است که این تحول و دگرگونی نمی‌تواند دست‌کم گرفته شود. زمانی که محققان نسل فعلی کاربران را مشاهده می‌کنند، متوجه نقطه عطفی بین کاربران بزرگسال - تعداد کثیری از کسانی که اکنون از دوربین‌های آنالوگ به دیجیتال روی می‌آورند - و نوجوانانی و جوانان - که با تعدادی از دستگاه‌های جدید چند منظوره دیجیتال بزرگ می‌شوند؛ شدند (Liechti and Ichikawa, 2000; Schiano et al, 2002). گروه بزرگسال‌تر عموماً عکاسی را ابزاری می‌دانستند که اولویت آن ثبت خاطره به‌خصوص در ساختار زندگی خانوادگی است درحالی‌که نوجوانان و جوانان از ابزارهای شبیه دوربین برای مکالمات و ایجاد گروه همالان استفاده می‌کنند.

این دگرگونی بارز در استفاده از عکاسی همچنین خود را در مشاهدات قوم‌نگارانه الگوهایی نشان می‌دهد که مشخص می‌کند نوجوانان چگونه عکس‌ها را می‌گیرند و آن را مدیریت می‌کنند. مطالعه‌ای که در آمریکا انجام شد متمرکز بر گروهی از نوجوانان چهارده و نوزده ساله است. این مطالعه یک ناهمسانی قابل توجه بین آنچه نوجوانان می‌گویند که در عکاسی برای‌شان ارزش است و نوع رفتارشان پیدا می‌کند: درحالی‌که بیشترشان عکس‌ها را به مثابه ثبت دائمی از زندگی‌شان می‌دانند، اما رفتارشان نشان می‌دهد که عکاسی را به عنوان ارتباط اجتماعی

ترجیح می‌دهند (Schiano et al, 2002). به نظر می‌رسد نشان دادن عکس‌ها به‌عنوان بخشی از مکالمه یا بازنگری عکس‌ها برای تأیید پیوند اجتماعی بین حلقه‌ی دوستان از مرتب کردن عکس‌ها در آلبوم و دیدنشان مهم‌تر باشد - فعالیتی که برای والدینشان موضوعیت دارد (مرتب کردن عکس‌ها در آلبوم و دیدنشان). عکس‌ها کمتر در فضای خانواده و خانه و بیشتر در بین گروه همالان، مدارس، باشگاه‌ها، خانه‌ی دوستان به اشتراک گذاشته می‌شوند. تحقیقات دیگر نشان می‌دهد چگونه نوجوانان عکس‌ها را پیامی در حال گردش و حرکت محسوب می‌کنند؛ تبدالی دوطرفه که در آن معمولاً عکس‌های شخصی با تصاویر عمومی ترکیب می‌شود، مانند عکس‌ها، طراحی‌ها و متن مجلات (Liechti and Ichikawa, 2000)

بخشی از این تغییر به محبوبیت فناوری‌های جدید منجر شده است. از لحاظ سخت‌افزاری، دوربین تک منظوره برای ثبت تصاویر ثابت راه را برای دستگاه‌های چند منظوره باز می‌کند و کارکرد دوربین را با دستیار دیجیتال شخصی (PDA)، گوشی موبایل، پخش‌کننده موسیقی و دستگاه‌های جهانی موقعیت‌یابی ترکیب می‌کند. این ابزارهای نوظهور دیجیتال اساساً روی جامعه‌پذیری، تعامل مردم و تا حدی، بر شیوه‌ای که افراد روابط را حفظ و تقویت می‌کنند؛ تأثیر می‌گذارد. موبایل‌های به‌اصطلاح دوربین‌دار کاملاً به مراسم و مناسک اجرایی مجال می‌دهند، مانند گرفتن عکس در یک کنسرت زنده و بلافاصله ایمیل کردنش برای یک دوست؛ اما ما همچنین بازتاب این تغییر را از حیث نرم‌افزاری هم می‌بینیم^۱. طی سه سال گذشته، وبلاگ‌های تصویری به‌عنوان یک فناوری اینترنت محور شهرت یافته‌اند- نوعی از وبلاگ که عکس را به متن اضافه می‌کند و عکس‌ها را در راستای تعریف کردن داستان به هم وصل می‌کند. یک وبلاگ تصویری، به‌جای اینکه آلبوم دیجیتال باشد، کاربردهای کاملاً متفاوت نمایشی دارد: دانشجویان کالج از آن استفاده می‌کنند تا عزیزانشان را که از آن‌ها دور هستند در جریان زندگی روزمره خود قرار دهند اما افراد ممکن است یک وبلاگ تصویری استفاده کنند تا گالری آنلاین تصویری خود را باز کنند. وبلاگ نویسان تصویری ترجیح می‌دهند خودشان را در تصاویرشان جلوه‌گر سازند تا کلمات (Cohen, 2005).

۱ مهندسان نرم‌افزار متوجه شدند که برای طراحی سیستم‌های مدیریت عکس نیازمند درک بالایی از چرایی و چگونگی تعامل کاربران با عکس‌هایشان هستند: جمع‌آوری عکس‌ها در یک جعبه کفش یا چسباندنشان در آلبوم‌ها نمی‌تواند به‌سادگی در پلتفرم‌های دیجیتال جایگزین شود (Rodden and Wood, 2003).

درحالی که والدینشان زمان و انرژی قابل توجهی را برای فراهم کردن مجموعه‌های عینی تصاویرشان صرف کرده‌اند تا در آینده به آن رجوع کنند، به نظر می‌رسد نوجوانان علاقه کمتری به اشتراک تصاویر به‌مثابه شیء دارند. آن‌ها می‌خواهند عکس‌ها را به مثابه تجربه به اشتراک بگذارند (Kindberg et al, 2005). محبوبیت فزاینده و پرسرعت استفاده از موبایل‌های دوربین‌دار، این آرایش ارتباطی جدید از عکاسی شخصی را حمایت می‌کند و به پیش می‌راند. تصاویری که از طریق موبایل‌های دوربین‌دار منتشر شده‌اند برای رساندن یک پیام کوتاه یا صرفاً نشان دادن احساس به کار می‌روند. «وصل شدن» یا «در تماس بودن» به جای «ثبت واقعیت» یا «حفظ خاطره»، معانی اجتماعی هستند که در این نوع عکاسی موضوعیت دارند. درحالی که والدین و/یا فرزندان‌شان قبلاً کنار هم روی مبل می‌نشستند و آلبوم‌های عکس را ورق می‌زدند، بیشتر نوجوانان عکس‌هایشان را به جای یادگاری دائمی، یادبودی موقت محسوب می‌کنند. عکاسی با موبایل‌های دوربین‌دار باعث ظهور مجدد یک پدیده‌ی فرهنگی قدیمی یعنی کارت‌پستال‌های از مُد افتاده می‌شوند: اسنپ‌شات با تعداد کمی کلمات ضمیمه‌شده که عموماً به‌مثابه نشانه‌های مناسکی پیوند (دوباره) ارزش پیدا می‌کنند (Lehtonen et al, 2002). مثل کارت‌پستال‌ها، تصاویر موبایل‌های دوربین‌دار پس از دریافت کردنشان می‌توانند دور انداخته شوند.

به‌این ترتیب، موبایل‌های دوربین‌دار وجوه شفاهی و بصری را در هم می‌آمیزند- ظاهراً دومی با اولی انطباق می‌یابد. هم‌زمان با تبدیل عکس‌ها به ارز جدید در تعامل اجتماعی، تصاویر بیشتر شبیه زبان گفتاری می‌شوند. تصاویر پیکسلی، مانند کلمات رایج، بین افراد و گروه‌ها منتشر می‌شوند تا پیوندها را ایجاد کنند و بر آن صحنه بگذارند. گاهی اوقات تصاویر با متن‌هایی همراه می‌شوند که «صدای غایبی» را می‌سازد که مبین تصاویر است. به‌عنوان مثال، یک طرفدار در یک کنسرت گروه موردعلاقه‌اش، عکسی از اجرای گروه می‌گیرد، کلمه «فوق‌العاده» را اضافه می‌کند و بلافاصله پیام را برای دوستانش در خانه می‌فرستد. تصاویر موبایل‌های دوربین‌دار شیوه‌ای برای برقراری ارتباط هستند: "اینجا عکسو بگیر! عکسمو الآن بگیر!" تفاوت اصلی موبایل‌های دوربین‌دار و دوربین‌های تک‌منظوره، اغراقی است که در دوربین‌های موبایل‌دار وجود دارد و باعث حجم عظیمی از تصاویر درون آن‌ها می‌شود. وقتی عکس‌ها تبدیل به زبان بصری می‌شوند که از مجرای یک مدیوم تعاملی ادراک می‌شوند ارزش تصاویر منفرد کاهش

می‌یابد؛ درحالی‌که اهمیت کلی ارتباط بصری افزایش پیدا می‌کند. اکنون هزاران تصویر فرستاده‌شده از موبایل ممکن است ارزش یک کلمه را داشته باشند: «بین!» گرفتن، فرستادن و دریافت عکس‌ها یک تجربه‌ی راستین است و مانند زبان شفاهی، تبادل تصاویر به‌منظور آرشویوسازی نیست (Van House et al, 2005). این عکس‌ها به خاطر کثرتشان، ارزششان را از همان «لحظات» می‌گیرند، درحالی‌که به‌مثابه یک «یادگاری» ارزششان را از دست می‌دهند.

ما به‌خصوص در میان نسل جوان‌تر به‌وضوح شاهد یک تغییر هستیم؛ استفاده از عکاسی برای پیوند و تعامل گروه همالان. دیجیتالی شدن علت این گرایش نیست، در عوض، تمایل به پیوند عکاسی با تجربه روزمره و ارتباط، بخشی از یک دگردیسی فرهنگی گسترده‌تر است که فردگرایی و تقویت تجربه را در خود دارد. تأکید بر فردگرایی و تشخیص به‌قیمت از دست رفتن خانواده یک الگوی اجتماعی است که ریشه‌هایش به اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ برمی‌گردد. فشردگی این تجربه به‌مثابه نیروی اجتماعی و اقتصادی سال‌های ابتدای قرن بیست و یکم به دقیق‌ترین شکل ممکن توسط اقتصاددان آمریکایی پاین و گیلومر (۱۹۹۹) نظریه‌پردازی شده است. محصولات تجاری بیش‌ازپیش به‌مثابه تجربیاتی خاطره‌انگیز که همه حواس پنج‌گانه -بینایی، شنوایی، لامسه، چشایی، بویایی- را درگیر می‌کنند؛ تبلیغات می‌شوند و در جعبه‌هایی شیک بسته‌بندی می‌شوند به‌گونه‌ای که بین محصول و مصرف‌کننده فاصله و تعلیق ایجاد می‌کند (Pine and Gilmore, 1999). عکاسی دیجیتال بخشی از این دگردیسی بزرگ‌تر است که در آن فرد بدل به کانون جهان مجازی متشکل از گردش‌های اطلاعاتی و فضایی می‌شود. افراد هویتشان را به‌مثابه موجوداتی اجتماعی مفصل‌بندی می‌کنند که صرفاً با گرفتن و ذخیره عکس‌ها برای مستندسازی زندگی‌شان ایجاد نمی‌شود، بلکه با مشارکت در تبادلات عکاسانه جمعی پدید می‌آید که هویتشان را به‌مثابه مولدان و مصرف‌کنندگان تعامل‌گرای فرهنگ متمایز می‌کنند.

تصاویر زندگی: عکاسی شخصی به‌مثابه ابزار ساخت هویت

دوربین‌های عکاسی دیجیتال، علاوه بر استفاده روبه‌رشد به‌عنوان ابزاری برای ارتباط و تجربه، وسایل نوظهور ساخت هویت هستند. به‌خصوص به این دلیل که به کاربران اجازه می‌دهند تصاویرشان را دست‌کاری کنند. باید این نکته را موردتوجه قرارداد که دوربین‌های عکاسی همواره

وسایلی مهم برای شکل دادن به هویت شخصی بوده‌اند. برخی نظریه‌پردازان ادعا کرده‌اند که تصاویر شخصی همان هویت‌ها هستند (تصاویر ما، خود ما هستند)، اما به نظر می‌رسد این ادعا روند بغرنج شناختی، ذهنی، اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر شکل‌گیری هویت را دست‌کم گرفته است (Chalfen, 2002). رولان بارت (80: [1980]1981) اواخر دهه ۱۹۷۰ بر ارتباط درونی نزدیک‌بین شکل‌گیری هویت و خاطره تأکید کرده است: تصاویر خانواده و دوستان، یادبودهایی قابل‌رویت از ظواهر قبلی (ما) هستند که ما را دعوت به بازتاب «آنچه بوده» می‌کنند، اما در همین راستا به ما می‌گویند چگونه باید خودمان را به‌مثابه افرادی جوان‌تر به خاطر آوریم. تصویرمان از خود را دوباره شکل می‌دهیم تا با تصاویری که در گذشته گرفته شده، همسان شود؛ اما این یادآوری‌ها هرگز شبیه هم باقی نمی‌مانند، حتی اگر به نظر برسد عکس تصویر ثابتی از گذشته را نشان می‌دهد و کماکان، ما از این تصاویر نه برای تثبیت خاطره بلکه برای ارزیابی دوباره و مداوم زندگی گذشته‌مان و بازتاب آنچه بوده، هست و خواهد بود، استفاده می‌کنیم. یادآوری صرفاً یک پروژه تجدیدنظر طلبانه نیست: پیش‌بینی خودهای ناظر به آینده‌مان خبر از فراق‌کنی‌هایی قهقرایی می‌دهد و در عوض این نقشه‌های بصری ذهنی، ارضاء کننده نیاز ما به تأثیرگذاری روی منظری «بیرونی» (ساخته دوربین) خودمان هستند (Rose, 1992).

نقشی که عکاسان در ساختار پیچیده هویت یک نفر بازی می‌کنند، در نظریه شناخت‌شناسی و نظریه فرهنگی به‌ویژه نشانه‌شناسی انعکاس یافته است. روان‌شناسان شناختی روی این سؤال چالش‌برانگیز تحقیق کرده‌اند: چگونه عکس‌ها بر خاطرات شخصی ما تأثیر می‌گذارند؟ (Strange et al, 2005). ذهن انسان فعالانه از طریق عکس‌ها، مستندات خودزندگینامه‌نویسانه تصویری تولید می‌کند، اما علاوه بر این از طریق عکس‌ها آن را نیز جرح و تعدیل می‌کنند-حذف همسر مطلقه یا دور ریختن تصاویر ناراحت‌کننده از خود فرد وقتی به شدت اضافه‌وزن داشته است. تحقیقات نشان داده که مردم به‌سادگی در برابر ساختن خاطرات کاذب از گذشته‌شان بر اساس عکس‌های دست‌کاری شده و نشده، فریفته می‌شوند. در اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰، محققان آمریکا و نیوزلند سوزنه‌های مورد آزمایش را متقاعد کردند که روایت‌های دروغین نوشته‌شده یا گفته‌شده توسط اعضای خانواده و تجسم شده با عکس‌های "واقعی"، درباره کودکی‌شان را باور کنند.^۱ طی

۷ تحقیقاتی زیادی درباره مسئله خاطره دروغ گزارش داده‌اند که شامل مستندات داستانی و بصری می‌شود. برای مثال، ن.ک. (Intraub and Hoffman (1992); Lindsay et al. (2004).

دهه بعدی، این یافته‌ها با آزمایش‌هایی که در آن عکس‌های دست‌کاری شده مورد استفاده قرار گرفتند، تقویت شدند. بیش از پنجاه درصد همه سوژه‌ها خاطرات دروغین را از عکس‌های شخصی قدیمی که با دقت روتوش شده بودند ساختند تا صحنه‌ای را بسازند که هرگز در زندگی آن شخص اتفاق نیفتاده بود.^۱ بحثی دنباله‌دار درباره این وجود دارد که عکس‌ها یا روایات، کدامیک (ترکیب هر دو) بیشتر سبب خاطرات دروغین می‌شوند، اما این نتیجه‌گیری کاملاً ثابت شده که خاطرات خودزندگی‌نامه‌نویسانه‌ی افراد، زمینه مداخله خود-القا شده یا دست‌کاری‌های مخفی را دارند (Wade and Garry, 2005).^۲

همبستگی نزدیک خاطره، تخیل و میل در ساختن تصویری از گذشته فرد، همچنین موضوع پژوهش نظری‌ای بوده که توسط شاخص‌ترین نظریه‌پرداز فرهنگی یعنی رولان بارت طرح شده است. هنگام تحقیق درباره ظرافت‌ها و پیچیدگی‌های کمرا لوسیدا، بارت (1981[1980]) به پیچیدگی چرخه تصاویر-عکس‌هایی اعتراف می‌کند که حاکی از میل-خاطره هستند. او در لحظه‌ای که ابژه دوربین می‌شد؛ حس تسلیم شدن داشت و از این موضوع رنج می‌برد. آن‌طور که بارت مشاهده می‌کند، گرفتن عکس شخصی، یک قلمرو محدود و بسته‌ی نیروهایی است که در آن چهار ایماژ - وهم‌انگیز^۳ با یکدیگر برخورد می‌کنند: «کسی که من فکر می‌کنم هستم» (تصویر از خود ذهنی)، «کسی که می‌خواهم دیگران فکر می‌کنند من

۱ تحقیق گسترده‌ای در دسترس است که توسط روان‌شناسان شناختی با تمرکز ویژه بر نقش عکس‌های دست‌کاری شده در ارتباط با خاطره دورغ نوشته شده است. برای مثال ن. ک، (Wade et al. (2002); Garry and Gerrie (2005).

۲ تعجب‌آمیز نیست که این بینش‌های علمی یعنی دست‌کاری خاطرات گذشته مشتریان و سپس تأثیرگذاری بر رفتارهای آینده‌شان (در خرید) در سازمان‌های بازاریابی و تبلیغاتی با استقبال مواجه شده و به کاررفته‌اند تا فروششان را افزایش دهند. آنچه مشتریان درباره محصولات قبلی یا تجربیات خریدشان به یاد می‌آورند با تجربیات واقعی‌شان متفاوت خواهد بود اگر کمپین‌های بازاریابی به آن خاطرات گذشته به روش مثبتی اشاره کنند (Zaltman, 2003).

۳ این مفهوم از دو کتاب رولان بارت برگرفته شده و در حوزه‌ی ادبیات و عکاسی برای این نظریه‌پرداز مصداق دارد. بارت در کتاب «آتاق روشن» می‌نویسد عکاس لحظات ظریف و شکننده‌ای را بازنمایی می‌کند. در حقیقت در آنجا من نه سوژه و نه ابژه هستم؛ اما سوژه‌ای هستم که احساس می‌کند یک ابژه است: سپس من یک ورژن کوچکی از مرگ را تجربه می‌کنم. وی همچنین در کتاب «سخن عاشق»، فرایند ایماژ - وهم‌انگیز را به عنوان مجموعه‌ای از واقعیات شرح می‌دهد که در ذهن عاشق در مورد رابطه‌اش وجود دارد. این ایماژ - وهم‌انگیز حقیقت عاشقی است که چه درست باشد و چه نباشد خارج از گفتمان درونی‌اش است. آن شکننده و در معرض خراب شدن و آسیب‌پذیری است (م).

هستم» (تصویر از خود ایدئال)، «کسی که عکاس فکر می‌کند هستم» (تصویر از خود عکاسی شده) و «کسی که عکاس هنگام نمایش هنرش از آن استفاده می‌کند» (تصویر خود عمومی یا ایماگو) (ص. ۱۳). از آنجاکه دو مرحله اول نمایانگر سطوح پردازش تصویر ذهنی-درونی هستند، مرحله سوم و چهارم مربوط به پردازش خارجی عکس گرفتن و نمایش است- یعنی چشم‌انداز ارجاعی و فرهنگی قاب عکاسان. در تضاد با تئوری روان‌شناسانه، چشم‌انداز نشانه‌شناسانه بارت تأکید می‌کند که شناخت لزوماً در ذهن‌هایمان وجود ندارد، بلکه تا قلمرو اجتماعی و فرهنگی هم ادامه پیدا می‌کند.

تحقیق بارت درباره عکاسی آنالوگ نشان می‌دهد چگونه چهار ایماژ- وهم‌انگیز از خود، با هم اشتراک دارند، اما هرگز روی هم منطبق نمی‌شوند. آن‌ها در لحظات متفاوتی به هم تلاقی پیدا می‌کنند: در لحظه ثبت، هنگام ارزیابی خروجی ابژه عکاسی شده، هنگام یادآوری در آینده و هنگام بازبینی تصویر. هنگامی که عکسی گرفته می‌شود، ما می‌خواهیم آن عکس‌ها با تصویر ایدئال ما از خودمان هماهنگ باشند- متملقانه، بدون جوش، شاد، جذاب- پس ما سعی می‌کنیم از طریق ژست گرفتن، لبخند زدن، یا دستور دادن به عکاس بر این فرآیند تأثیر بگذاریم. در مرحله‌ی بعدی، ما می‌توانیم سعی کنیم با انتخاب کردن، رد کردن یا نابود کردن عکس چاپ شده واقعی، به خروجی فرایند عکاسی نیز دست‌درازی کنیم. فردی که از او عکس گرفته می‌شود فقط کنترل محدودی روی تصویر گرفته‌شده اعمال می‌کند. انتخاب قاب و زاویه توسط عکاس است که وضعیت نمایش پرتره را مشخص می‌کند، درحالی‌که مدلول هنوز می‌تواند با اعمال تکنیک‌های روتوش در مرحله ظهور ویرایش شود. رولان بارت آشکارا در مقابل تصمیمات عکاس احساس ناتوانی می‌کند؛ یعنی ناتوانی از کنترل روی تصویری که می‌خواهد با خود ایده‌آلش برابر کند. سرنوشتش در دستان عکاس است؛ کسی که عکس می‌گیرد و تأثیرات شیمیایی، مکانیکی و فرآیند ظهور روی خروجی مادی غایی آن اثرگذار است. نارضایتی بارت نشانگر رنجش بنیادین درباره ناتوانی‌اش در شکل دادن به تصاویر "در عکس مربوط به خودش" است. از آنجایی که هیچ‌گاه چهار مرحله برهم منطبق نمی‌شوند، عکس‌هایی یک شخص عمیقاً بیگانه‌کننده از آب درمی‌آیند، حتی تا حدی که به یک فیلسوف فرانسوی احساس شیاد بودن می‌دهد.

شگفت این‌که بارت فقدان کنترل روی تصاویر عکاسی شده‌اش و ایماگو را درک می‌کند و کماکان این اطمینان را دارد که می‌تواند قدرتش را بر تصاویر ذهنی و ایدئال که به ذهنش وارد می‌شود؛ اعمال کند. هرچند ناتوانی زیسته در ارتباط با رویکرد عکاس و «جعبه سیاه» دوربین در مقایسه با استقلال مفروض تصاویر و خاطرات ذهنی کاملاً محتمل به نظر می‌رسند، اما تردیدی در هیچ‌یک از این تعبیرها وجود ندارد. تصویر عکاسی شده-میل به دست‌کاری ایماگو عمومی- هرگز خارج از دسترس سوژه نبوده است، بلکه برعکس. از اواخر دهه ۱۸۴۰، عکاسان پرتره تبلیغاتی، همان‌گونه که نقاشان قبل از پیشرفت عکاسی عمل می‌کردند در برابر خواسته مشتریانشان مبنی بر تصویر خود ایدئال با اتخاذ زاویه دید متملقانه و اعمال جادوی شیمیایی تسلیم شدند. در مقابل، قدرت سوژه روی تصاویری که وارد ساحت ذهنی می‌شوند، ممکن است آن‌قدر که به نظر می‌رسد قابل کنترل نباشد. ایدئال‌های فرهنگی در مورد ظاهر فیزیکی که از طریق عکس‌ها نمایش داده شده و به‌مرور تکامل یافته است، عموماً به‌طور ناخودآگاه روی تصویر (ایدئال) ذهنی از خود تأثیر می‌گذارند (Lury, 2002)؛ بنابراین کنترل نسبت به تصاویر عکاسانه روی هستی‌شناسی دوربین قید نشده، همچنین ذهن هم استقلال کاملی ندارد تا به تصاویر (فرهنگی) اجازه دهد که به حافظه وارد شوند. در عوض، کنترل روی سلف پرتره فرد، رقصی ظریف از چهار ایماژ-وهم‌انگیز است؛ دو دوزه‌بازی که در آن تصاویر عکاسانه، هویت شخصی را «فرهنگی» می‌کند.

اکنون، اگر ما دوربین آنالوگ را با یک دوربین دیجیتال و عکس‌های چندلایه را با شات‌های پیکسلی جایگزین کنیم، این موضوع چه تأثیری روی فرآیند درهم‌تنیده ذهنی-شناختی و فرهنگی-مادی تصویر در عکاسی خواهد داشت؟ برای جست‌وجوی جواب این سؤال، ما با فقدان آشکار تحقیق میان‌رشته‌ای در این زمینه مواجهیم. هیچ‌کدام از مطالعات شناختی که پیش‌ازاین مطرح شده به شیوه‌هایی که افراد به‌واسطه آن از عکاسی دیجیتال برای دست‌کاری تصاویر و خاطرات شخصی خودشان استفاده می‌کنند؛ توجهی نداشته‌اند. ابعاد فرهنگی، مادی و فناورانه مورفینگ^۱ حافظه به‌طور چشمگیری برای علوم شناختی بی‌ربط به نظر می‌رسد. این امر «قابل توجه» است زیرا دانشمندان عموماً اشاره می‌کنند که چگونه علاقه دانشگاهی‌شان به تصاویر

۱ Morphing یکی از جلوه‌های ویژه بصری است که شامل تغییر تدریجی یک تصویر یا شکل به شکلی دیگر به-صورت فریم به فریم و خودکار با استفاده از نرم‌افزار است. م

دست‌کاری شده با استفاده فراگیر دوربین‌های دیجیتال و پتانسیل نامحدود آن برای بازسازی و دستکاری خاطرات کودکی یک نفر ارتباط پیدا می‌کند؛ مهارت‌هایی که روزی در انحصار استودیوهای هالیوود و دفاتر تبلیغاتی بودند اکنون در دسترس عموم است. افرادی که مالک دوربین دیجیتال و نرم‌افزار ویرایش عکس رایانه بوده و می‌توانند از دستورالعمل‌های مربوطه پیروی کنند (Gary and Gerrie, 2005: 321).^۱ موتاتیس موتاندیس، هنگام پرداختن به نظریه‌پردازان فرهنگی روشنگری، متوجه بی‌اعتنایی کاملاً قابل‌توجه آنان به مطالعات روان‌شناسانه و شناختی در این زمینه شد؛ نشانه‌شناسان و ساختارگرایان عموماً پیچیدگی‌های دستگاه‌های فناورانه را تحلیل می‌کنند تا آن‌ها را به عاملیت اجتماعی و فرهنگی ربط دهد.^۲ کماکان ما هرگز نمی‌توانیم بدون اذعان کردن به درهم‌تنیدگی چشمگیر سطوح ذهنی، تکنیکی و فرهنگی که مربوط به عکاسی دیجیتال هستند، تعامل پیچیده بین شکل‌گیری هویت و عکاسی را درک کنیم.

توضیح دادن برخی تفاوت‌های مهم بین عکاسی آنالوگ و دیجیتال از لحاظ مکانیسم‌هایشان (شناختی و فنی) می‌تواند آموزنده باشد. در نگاه اول، عکاسی دیجیتال بین مراحل گرفتن عکس و نگاه کردن به نتیجه چاپ‌شده‌اش، دسترسی بیشتری به فرآیند عکس گرفتن فراهم می‌کند. عکس تنها چند ثانیه بعد از گرفته شدنش، اجازه‌ی یک «پیش‌نمایش (به طور خصوصی)» از طریق صفحه کوچک دوربین را می‌دهد. صفحه‌نمایش، یک خروجی موقت را نشان می‌دهد، یک تصویر که می‌تواند حذف یا ذخیره شود. از آنجائی که یک پیش‌نمایش دزدکی به عکاس اجازه می‌دهد که فوراً نتایج را با سوژه عکاسی شده به اشتراک بگذارد، فضایی برای مذاکره ایجاد می‌شود: ارزیابی سوژه از خودنگاره‌اش می‌تواند بر ژست گرفتن بعدی اثر گذارد. لحظه دوم بازنگری در رایانه اتفاق می‌افتد که طی آن تصاویر، ذخیره‌شده به‌عنوان کدهای دیجیتال، آماده ویرایش و دست‌کاری هستند. علاوه بر آن انتخاب و پاک کردن تصاویر،

۱ در حقیقت، بدون ارتقا تجهیزات عکس دیجیتال، روانشناسان شناختی، در درجه اول به‌سختی می‌توانستند تحقیقاتشان درباره خاطره‌ی خودزندگینامه‌نویسانه‌ی دست‌کاری شده را انجام دهند؛ فقط با کمک برنامه‌های نقاشی کامپیوتر می‌توانند کاری بکنند که عکس‌های دست‌کاری شده بی‌نقص به نظر برسند.

۲ در سال‌های اخیر حجم عظیمی نظری درباره نشانه‌شناسی و هستی‌شناسی عکس دیجیتال ارائه شده اما بررسی نوشتارهای این حوزه خارج از بحث این فصل است. برای آشنایی کلی با دیجیتال شدن فرهنگ بصری به‌طور کلی و بخصوص در عکاسی ن.ک. (Lister (1995) and Mules (2000). برای یک مقدمه فلسفی‌تر نسبت به هستی‌شناسی تصویر می‌توانید رجوع کنید به Rodowick (2001).

نرم‌افزار نقاشی-عکس امکان ویرایش نامحدود تصاویر را فراهم می‌کند- همه‌چیز از برش و تنظیم رنگ تا تصحیح رنگ و محو جوش (پوست). فراتر از این مرحله سطحی، فرد می‌تواند گل‌اشیا را مانند تزئینات ناخواسته از تصویر حذف کند، یا ویژگی‌های دلخواه، مانند استخوان برجسته‌تر گونه یا یک پس‌زمینه از درختان نخل را اضافه کند.

بیاید درباره یک موضوع روراست باشیم: دیجیتالیزه شدن هیچ‌وقت باعث دست‌کاری یا تصنعی شدن نشد. هرچند برخی نظریه‌پردازان فرهنگ بصری دست‌کاری شدن را به‌عنوان ویژگی‌ای شناخته‌اند که عکاسی دیجیتال را از پیشگامان آنالوگش متمایز کرده، تاریخ خلاف آن را ثابت کرده است (Mitchell, 1992). ویرایش و دست‌کاری کردن همواره در پویایی عکاسی امری بنیادین بوده است (Manovich, 2001; Ritchin, 1999; Wells, 1996). آنچه در عکاسی دیجیتال جدید است، تعداد دفعات امکان‌های بازبینی و ویرایش تصاویر شخصی فرد است که افزایش یافته است؛ ابتدا روی یک صفحه کوچک دوربین و بعداً روی صفحه یک رایانه. هنگامی که عکس‌ها با دوربین دیجیتال گرفته می‌شوند، سوژه ممکن است احساس کند قدرت دست‌کاری خروجی‌اش را دارد (تصویر عکاسی شده یا عمومی) چون او می‌تواند به مرحله دسترسی داشته باشد که سابقاً در جعبه سیاه دوربین، حلقه‌های فیلم و آزمایشگاه‌های شیمی پی گرفته می‌شد. پیش‌نمایش‌ها و بازبینی‌های تصاویر پیکسلی شده، در ترکیب با کاربری ساده نرم‌افزاری مثل فتوشاپ، بدون شک بیننده را به بهبود تصویر ترغیب می‌کند؛ اما آیا این انعطاف روزافزون باعث می‌شود که فرآیند تصویرسازی عکاسانه و ویرایش ذهنی (شناختی) در ساختار هویت بیشتر تنیده شود؟ به بیان دیگر، آیا دست‌کاری تصویر جزء بنیادین یادآوری خود زندگی‌نامه‌نویسانه می‌شود؟

البته، ما پیش از این به استفاده متداول از تالار نقاشی^۱ برای تولید تصاویر عمومی عادت کرده‌ایم. مردم از دهه ۱۹۹۰ هنگامی که به پرتوهای عکاسانه بخصوص در تبلیغات نگاه می‌کنند، دیگر انتظار وفاداری از نشانه‌ها و امان‌ها در مورد یک فرد خارجی ندارند؛ تقریباً به‌طور پیش‌فرض، تصاویر مجلات، بیلبوردها و بسیاری دیگر از تصاویر در معرض عموم ویرایش شده یا بهبود یافته‌اند. عکاسی آرشیوی^۲ دیجیتال از عکس‌های عمومی به‌عنوان منابع یا

۱ Camera picture تالار عروس یا تالار نقاشی شده، اتفاقی است که با آب رنگ روی گچ نقاشی شده که حالت وهم و خیال دارد که اثر آندرتا مانتینیا در کاخ وابسته به دوک در ایتالیا است. م
 ۲ عکاسی آرشیوی (Stock photography) به فرایند آرشیو عکسی گفته می‌شوند که کاربردها و مصارف خاصی دارند و هدفش تهیه یک بانک عکس است تا با دسترسی آسان در اختیار فیلم‌سازان، ناشران، گرافیست‌ها و سایرین قرار بگیرد. م

«درونداد»هایی (الکترونیکی) استفاده می‌کند تا هر کسی که می‌تواند هزینه را پرداخت کند بتواند از آن استفاده کند (Frosh, 2003). شرکت‌هایی مثل مایکروسافت یا گتی پیامد این تحول را پیش‌بینی کردند در نتیجه به خرید مجموعه‌های بزرگ تصاویر عمومی و فروش دوباره آن‌ها به عموم کاربران از طریق مجوز دادن برای باز-تولیدشان اقدام کردند. از امکان ویرایش تصاویر عمومی که از نظر فرهنگی قابل قبول باشد تا پذیرش تصاویر شخصی خودمان به مثابه صرفاً یک «سرمايه» در پروژه دائمی بازسازی میراث تصویری زندگی؛ مسیر کوتاهی است. اثر نرم‌افزار ویرایش عکس بر ترسیم هویت شخصی یک فرد با در نظر گرفتن بسیاری از وبلاگ‌های تصویری و گالری‌های عکس شخصی روی اینترنت واضح و آشکار است. بهبود رنگ و زیبا کردن چهره، دیگر صرفاً بخشی از مجلات زیبایی نیستند: اکنون افراد می‌توانند نرم‌افزار فتوشاپ را بخرند تا به تصاویر موردپسندشان رنگ و لعاب بهتری بدهند. تعداد زیادی از بسته‌های نرم‌افزاری به کاربران این امکان را می‌دهند که تصاویر خانوادگی قدیمی‌شان را که آسیب‌دیده و محوشده؛ ترمیم کنند؛ در آن واحد، این نرم‌افزار پیشنهاد بهبود کیفیت تصویر خودتان را نیز می‌دهد. برای مثال، تصاویر ویژن کوئست تبلیغ بسته‌های نرم‌افزاری‌اش را می‌کند که به لحاظ فنی برای ساختن یک «شاهکار دیجیتال مخصوص خود شما» کمک می‌کند. برنامه‌های کامپیوتری به شما اجازه می‌دهند هر جزئی از ظاهرتان را تغییر دهید، از سایز لب تا تنالیته رنگ پوست^۱. مثال‌های بسیاری از کسانی وجود دارد که از این نرم‌افزارها روی اینترنت استفاده می‌کنند^۲. این مثال‌ها نشان می‌دهد پذیرش دست‌کاری عکاسانه تصاویر شخصی یک فرد، به‌سختی از استفاده عادی تصاویر بهبود (ارتقاء) یافته قابل تفکیک است. دست‌کاری دیجیتال

۱ برای مثال، ن.ک. به نرم‌افزار ارائه‌شده توسط VisionQuest Images در

(consulted 8 April 2006) <http://www.visionquestimages.com/index.htm>

که یک پکیج به نام Picture Yourself Graphics (www.pygraphics.com) کلاژهایی شاداب و دست‌کاری عکس‌های شخصی و دست‌کاری عکس‌های شخصی را تبلیغ می‌کند.

۲ به‌عنوان مثال دانشجوی آسیایی-آمریکایی کریس لین، در وبلاگ تصویری‌اش اعتراف می‌کند که دوست دارد خودش را با موهای قهوه‌ای به تصویر بکشد؛ همچنین رنگ چهره را در تصاویر دوستانش تغییر می‌دهد تا ببیند ظاهرشان بهتر می‌شود یا نه (consulted 8 April 2006). نانسی بارسون، هنرمند نیویورکی و پیشگام در فناوری مورفینگ، با طراحی معروف به "ماشین نژاد انسانی" توجه زیادی در رسانه جلب کرد؛ یک شیوه دیجیتال که بدون دردسر ویژگی‌های نژادی و رنگ پوست‌ها را در تصاویر چهره افراد مورف می‌کند. برای جزئیات بیشتر درباره آثار نانسی بارسون ن.ک. http://www.nancyburson.com/human_fr.html.

اسنپشات‌های خصوصی فقط مرحله‌ای دیگر از طراحی همیشگی ایماژ وهم‌انگیز (ذهنی و فرهنگی) است که در گذشته توسط بارت شناسایی شدند.

به نظر می‌رسد توانایی نامحدود عکاسی دیجیتال در دست‌کاری تصویر شخصی یک نفر، آن را بدل به ابزار نهایی شکل‌دهی به هویت کند. از آنجایی که عکس‌های آنالوگ، معمولاً و به اشتباه حکم دروندادهای "ساکن" برای تصاویر «ثابت» را دارند؛ عکس‌های دیجیتال آشکارا حکم منابع بصری را در پروژه مادام‌العمر بازآفرینی ظاهر فرد دارند. اینکه بسته‌های نرم‌افزاری به پردازش عکس‌های شخصی کمک می‌کنند عموماً شاهدهی بر وضعیت تصویر دیجیتال به‌مثابه یک پدیده‌ی آستانه‌ای و مرزی هستند؛ عکس‌های پیکسلی شده در بازار به‌مثابه آجرهای ساختمان حافظه معرفی می‌شوند نرم‌افزار نیز به لحاظ سازه‌ای با بازسازی آینده در ذهن طراحی می‌شود. همان‌گونه که رون بارت متخصص طراحی کانادایی (۲۰۰۴) با فصاحت و شیوایی می‌گوید:

گذار به عکاسی دیجیتال، نشان داده است که عکس‌ها به‌وضوح موادی خام برای مجموعه‌ی بی‌پایان گریز هستند ... عکس‌ها نیز مثل تصاویر بیننده‌ها را تشویق می‌کنند تا از جهان فیزیکی فراتر روند چراکه عکس‌ها ارزش حافظه، مکان و لحظات اصیل را بیان می‌کنند (ص، ۲۸)

با این حال من مدعی نیستم که با پیشرفت عکاسی دیجیتال، ناگهان مردم گرایش بیشتری به ویرایش عکس‌های شخصی ذخیره‌شده روی کامپیوترهایشان با نرم‌افزار فتوشاپ پیدا می‌کنند. همچنین بحثی در این باره ندارم که فرآیندهای تصویرسازی ذهنی در نتیجه داشتن دسترسی بیشتر به سطوح متوسط تصویرسازی عکاسانه، تغییر می‌کنند. منظور من این است که وضعیت تغییرپذیری، شکل‌پذیری و بازسازی مداوم هر کدام به اندازه‌ی مساوی در این فرایند اثرگذار - یا بهتر است بگوییم فرهنگ‌پذیرکردن - دخیل هستند در واقع هر چهار ایماژ - وهم‌انگیز در ساخت خاطره‌ی شخصی سهم دارند.

امکان شکل‌پذیری و تغییرپذیری (عکس‌ها) که منحصر به عکاسی شخصی نیستند، بر واگرایی پروژه‌های فرهنگی، پزشکی و فناورانه بازسازی خود تأثیر گذاشته‌اند. تصاویر اولتراسوند از جنین‌ها - پیش‌نمایش‌های مخفی درون رحم - به دخالت‌هایی در بافت بیولوژیک رسمیت بخشیده که جنین را تبدیل به ابژه‌ای می‌کند که باید روی‌اش کار کرد (Van Dijck, 1995). جراحی زیبایی، بدن انسان را به‌مثابه موجودیت مادی پذیرای نوسازی‌های افراطی شکل

می‌دهد؛ عکس‌های قبل-و-بعد نه تنها خودآگاهی ذهنی را سازمان‌دهی می‌کند بلکه در برابر وارد شدن ایماژ - وهم‌انگیز جمعی به‌طور هم‌زمان دستکاری ظاهر فیزیکی را به‌نجار می‌کنند. قابل‌توجه‌ترین نکته درباره تصاویر قبل-و-بعد که امروزه به فراوانی روی اینترنت و تلویزیون هست این است که آن‌ها اصلاح همیشگی عکس‌هایمان برای به تصویر کشیدن یک خود بهتر را تبلیغ نمی‌کنند، بلکه مبلغ این قابلیت هستند که بدن‌هایمان را برای شبیه شدن به تصویر ذهنی ایدئال تغییر بدهیم. به نظر می‌رسد تصورات امروزی از بدن، ذهن، ظاهر و خاطره از شرایط فرهنگی ناظر به اصلاح و بهسازی دائمی به‌طور مساوی تأثیر پذیرفته است؛ ابزارهای جدیدمان صرفاً با انعطاف‌پذیری ذهنی فعلی درباره باز شکل دادن هویت فردی و جسمانیت مورفینگ هماهنگ هستند. سؤال درباره اینکه آیا مفاهیم در حال تغییر پیرامون هویت، تحت تأثیر فناوری‌های تکامل‌یافته بوده یا بالعکس، خارج از بحث ماست. چیزی که مهم‌تر است پرداختن به این موضوع است که طراحی تازه‌ی ایماژ-وهم‌انگیز در فضای اجتماعی و فرهنگی که به‌طور فزاینده‌ای به تغییرپذیری و انعطاف ارزش می‌دهد؛ چگونه عمل می‌کند و اینکه آیا واقعاً این فضا به افراد اجازه کنترل بیشتر تصاویر خودشان را می‌دهد یا خیر.

عکس‌هایی برای زندگی؟ خاطره و عکاسی در عصر دیجیتال

ما طبق این مشاهدات ترغیب می‌شویم که نتیجه بگیریم دوربین‌های دیجیتال در حال تبدیل به ابزارهایی برای ارتباط، تجربه و شکل‌دهی هویت هستند که از کارکرد اصلی قبلی‌شان مبنی بر ابزارهایی برای ثبت خاطره دور می‌شوند؛ اما حتی اگر بپذیریم که عکاسی به‌جای آنکه برای تجدید خاطره یا تأمل در گذشته باشد، به‌طور فزاینده‌ای وسیله‌ای برای ساخت هویت محسوب می‌شود، این نقش جدید، کارکرد یادبودی سنتی عکاسی را از بین نمی‌برد. در حقیقت، دوربین‌های دیجیتال باعث ظهور کردارهای جدید اجتماعی می‌شوند که طی آن عکس‌ها به منابع بصری در خرده‌فرهنگ‌های زندگی روزمره تبدیل می‌شوند (Burnett, 2004: 62). کماکان در این خرده‌فرهنگ‌ها، خاطره چندان از طیف کاربرد اجتماعی حذف نمی‌شود بلکه شکل جدیدی به خود می‌گیرد. در واقعیت شبکه‌ای زندگی روزمره، حالت عادی عکاسی شخصی، همین اشتراک‌گذاری است. تعداد کمی از مردم متوجه می‌شوند که اشتراک‌گذاری تجربه از طریق تبادل تصاویر دیجیتال، تقریباً آشکارا دلالت بر مخزن (د/ده‌ها) گسترده دارد: عکس‌های

شخصی "زنده" انتشار یافته از طریق اینترنت ممکن است تمام عمر همان‌جا بماند و در بافتارهای پیش‌بینی‌نشده، با ساختار و هدفی جدید دوباره ظاهر شوند. شاید یک مثال شناخته‌شده، معنای خاطره‌ی انتشار یافته جمعی را توضیح داده و معانی درهم‌تنیده‌ی خاطره فرهنگی همگانی و شخصی را نشان دهد: عکس‌های (زندانی) ابوغریب.

در ماه می سال ۲۰۰۴، یک مجموعه از ترسناک‌ترین، صحنه‌های شکنجه و خشونت‌ی که زندانبان‌های آمریکایی مستقر در زندان ابوغریب علیه زندانیان عراقی مرتکب شده بود در مطبوعات چاپ شد و متعاقباً در اینترنت پخش شد^۱. اکثر عکس‌ها توسط زندانبان‌های زندان گرفته‌شده بودند و بیشتر دو عضو رده پایین نیروهای مسلح را به نمایش می‌گذاشتند: چارلز گرانر و لیندی انگلند؛ آن‌ها عموماً در مقابل افراد یا تعداد مترکمی از زندانیان - که در همه‌شان نشانه‌هایی از شکنجه یا آزار جنسی پیدا بود - ژست انگشت شست روبه بالا گرفتند. صدها تصویری که توسط زندانبان‌های زندان از زندانیان گرفته شد مبتنی بر یک نگرش متمایز و سردستی از عکاسی کردن بود. واضح است که این عکس‌ها با دوربین‌های دیجیتال (یا دوربین‌های موبایل) توسط کارکنان ارتش هنگام انجام وظیفه به صورت اتفاقی گرفته شده است. این عکس‌ها با کارکرد شناخته‌شده عکاسی به مثابه مناسک ارتباطات روزمره کاملاً هماهنگ است. همان‌طور که سوزان سونتاک (۲۰۰۴:۲۶) در جستارهای در این باره به صورت تأثیربرانگیزی شرح می‌دهد:

عکس‌های گرفته‌شده توسط سربازان آمریکایی در زندان ابوغریب یک تغییر جدید در استفاده‌ای که از عکس‌ها می‌شود را نشان می‌دهد - عکس‌ها کمتر ذخیره می‌شوند و بیشتر منتشر و پخش می‌شوند. دوربین دیجیتال دارای مرسوم بین سربازان است. جایی که زمانی عکاسی جنگ، قلمرو عکاسان خبری بود، اکنون سربازان خودشان همه، عکاس هستند - جنگشان، تفریحشان، مشاهداتشان از چیزی که خوش‌منظر باشد و قساوتشان را ثبت می‌کنند - تصویر را بین خودشان مبادله می‌کنند و عکس‌ها از طریق ایمیل دور دنیا ارسال می‌شود.

عکس‌ها تعمدی گرفته شده تا به کشور به‌عنوان نشان جنگی فتح و پیروزی فرستاده شود یا به همکاران ایمیل می‌شود تا ژستی اجتماعی در راستای پیوند اجتماعی و نشانی از تجاوز

۱ عکس‌ها اولین بار در مجلات توسط روزنامه‌نگاری به نام Seymour Hersh (2004) به نمایش عمومی گذاشته شدند.

غیرقانونی باشد. اینکه ادعا شده بعضی عکس‌ها به‌عنوان عکس پس زمینه صفحه‌نمایش رایانه‌ی نگهبانان زندان استفاده شده‌اند، نشانه دیگری از کارکردشان به‌عنوان "جوک‌های کاری" است که فقط خودی‌ها آن را درک می‌کنند. وجه بیان‌گرای سردستی و اینجا-به-من-نگاه-کن عکس‌های ابوغریب از مزدها و زن‌های یونیفرم‌پوشی که ژست‌هایشان به سرافرازی خیانت کرده، انگار تازه ماهی بزرگی از آب گرفته‌اند، کارکرد این تصاویر به مثابه وسایل نمادین ارتباطی نیستند. آخرین چیزی که آفریننده‌ی این عکس‌ها انتظار داشتند تبدیل شدن به ابژه‌های ماندگار در حافظه‌ها بود.

و کماکان، دقیقاً به همین‌گونه در حافظه جمعی مردم آمریکا حک شدند. هنگامی که عکس‌ها رهگیری شد و در روزنامه‌ها و تلویزیون‌های جهانی منتشر شدند، به‌عنوان مدرکی از رفتار منجرکننده ارتش آمریکا در نقش شکنجه‌گرانی بازسازی شدند که پیروزمندانه در برابر اسیران بینوا ژست گرفته‌اند. تصاویر زندان ابوغریب در یک دادگاه نظامی تبدیل به مدرکی برای متهم کردن مجرمان مسئول به خاطر تعدی انعکاس داده شده در تصاویر شدند اما سلسله مراتب فرماندهی ناپیدایی که آشکارا از این اقدام چشم‌پوشی کرده بود؛ تبرئه شد. شاید جوابیه‌ی ارتش آمریکا به رسوایی ابوغریب تأثیرگذارترین موضوع در این فقره حادثه بود. به‌جای محکوم کردن حرکت مذکور در تصاویر، ارتش متعاقباً عکاسی شخصی در بخش‌های کاری را ممنوع کرد؛ تصاویری که برای استفاده شخصی گرفته می‌شوند دیگر نمی‌توانند خارج از زندان پخش شوند. در واقع نتیجه‌ی این "رویداد" قوانین سخت‌گیرانه‌تر رسانه‌ای به‌علاوه ممنوعیت گرفتن و انتشار عکس‌ها در محیط‌های نظامی بود.

به‌طور کنایه‌آمیزی، عکس‌هایی که عموماً به‌عنوان کارت‌پستال‌های بی‌دوام، به نیت دور انداختن پس از خواندن پست می‌شدند، در ضمیر خودآگاه نسل‌ها برای همیشه حک شدند؛ تصاویر فرستاده‌شده با نیت ارتباطی در حافظه فرهنگی جمعی آمریکا به‌عنوان شاهد بصری دردناکی ناظر به گستاخی ارتش حک شدند. انتشار هر تصویری روی اینترنت آگاهی (عمومی) را بالا برده و این امر می‌تواند تا ابد تکرار شده و ممکن است منجر به نگرشی جدید در عکس گرفتن شود: با پیش‌بینی استفاده دوباره در آینده، عکس‌ها دیگر یادگارهای شخصی بی‌آزار نیستند. درسی که از تصاویر ابوغریب گرفته شد- و رای پیام سیاسی سهمگینشان- این است که عکاسی شخصی دیجیتال به‌سختی می‌تواند در "بسترهای" شخصی و خصوصی محدود شود؛

حافظه تصویری‌ای که در نظام‌های شبکه‌ای ریشه دوانده تا ابد انتشار می‌یابد و در هزارتوی بی‌پایان زندگی مجازی ذخیره می‌شود.

نتیجه‌گیری

تحول دیجیتال که عکاسی شخصی را شکل داده می‌تواند هر چیزی به جز یک دگردیسی انحصاری فناورانه باشد. در عوض، به نظر می‌رسد تغییر در استفاده و کارکرد دوربین برای شرایط فرهنگی عمومی‌تر مناسب باشد که این وضعیت با عباراتی همچون دست‌کاری پذیری، فردگرایی، تعامل‌پذیری، چند منظوره بودن و سهولت در انتشار شناخته می‌شود. این شرایط فرهنگی قطعاً بر ماهیت و وضعیت عکس‌ها به مثابه اجزاء و عناصر هویت شخصی تأثیر گذاشته است. حتی اگر در کاربرد فعلی عکاسی شخصی، کارکردهای ثبت خاطره، تجربه تعامل‌گرایانه و شکل‌گیری هویت به همزیستی خود ادامه دهند اما اهمیت این توازن‌یابی مجدد در تغییرات اساسی شرایط فرهنگی معاصرمان انعکاس پیدا می‌کند. بازگردیم به مسئله‌ی قدرت، به‌سختی می‌توانیم نتیجه بگیریم که آیا عکاسی دیجیتال منجر به بیشتر یا کمتر شدن کنترل روی تصاویر شخصی‌مان، عکس‌هایمان و خاطراتمان شده است یا خیر. تأثیر متقابل ایماژ - وهم‌انگیز که فرآیند تصویرسازی ذهنی و فرهنگی را ترکیب می‌کند، نه تنها کنترل ما بر "حافظه تصویری" را از نو تنظیم می‌کند بلکه به یک بازتعریف بنیادین از این واژه‌ها می‌انجامد.

عکس‌ها هرگز نمی‌توانند به‌عنوان منابعی قابل‌اعتماد برای حافظه‌ی شخصی باشند؛ بااین‌حال، به نظر می‌رسد از زمان ظهور عکاسی دیجیتال، دست‌کاری تصویری امری متداول (پیش‌فرض) باشد تا یک گزینه‌ی انتخابی. دوربین تا حدودی، اجازه کنترل بیشتر بر خاطراتمان را داده و به ما وسیله‌ای برای «مرور» و احیای مجدد وقایع گذشته‌مان را می‌دهد. در حال حاضر، عکس‌های (دیجیتال) به سوژه‌ها تاندازه‌ای اجازه می‌دهند بر ظاهر و سر و وضع عکاسی شده‌شان کنترل داشته باشند و افراد را دعوت به ویرایش و بازساماندهی هویت‌های عمومی و خصوصی‌شان می‌کنند. همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، عکاسی دیجیتال علت دگردیسی حافظه نیست؛ کاربرد سر و سامان دادن دوربین دیجیتال به مثابه ابزارهای حافظه از فرهنگی برمی‌آیند که در آن دست‌کاری و مورفینگ، مشترکاً شرایط پذیرفته‌شده‌ای برای شکل‌دهی تشخص (فردی) هستند. انعطاف‌پذیری و مورفینگ صرفاً به‌عنوان ابزارهای شکل‌دهی حافظه

شخصی بر عکس‌ها به کار نمی‌روند بلکه عموماً بر بدن‌ها و اشیاء اعمال می‌شوند. اکنون خاطره نیز مانند عکس‌ها و بدن‌ها می‌تواند بر اساس یک تصویر عالی ساخته شود؛ خاطره و عکاسی در پیوند با یکدیگر تغییر می‌کنند و خود را با انتظارات معاصر و معیارهای غالب وفق می‌دهند. عکس‌هایمان به ما می‌گویند که می‌خواهیم چه کسی باشیم و چگونه به یاد بیاوریم؛ سخت است باور کنیم که دسترسی گسترده به ابزارهای ویرایش بر تمایل ما به ترمیم خود گذشته‌مان اثر نگذارد. ممکن است عکاسی شخصی تمرینی مادام‌العمر برای تجدید نظر در تمایلات گذشته‌مان و تنظیم کردنشان با انتظارات جدید شود. امروزه دوربین دیجیتال با قدرت بیشتری که از آن برای شکل‌دهی خاطرات خودزندگینامه‌نویسی سراغ داریم؛ حتی اگر به‌عنوان ابزار ثبت خاطره به کار برود، به‌عنوان وسیله‌ای برای ساخت هویت محسوب می‌شود.

و هنوز، همان امکان دست‌کاری که به مردم قدرت شکل‌دهی به هویت و خاطره‌شان را می‌دهد می‌تواند توسط دیگران برای شکل‌دهی دوباره تصویر استفاده شود. از عواقب فناوری دیجیتال این است که عکس‌های شخصی می‌توانند بدون بجا گذاشتن اثری ویرایش شده و فارغ از مالکیت یا قصد عکس "اصلی" دست‌کاری شود. شاهد مثال همان داستانی است که در ابتدای مقاله ذکر شد. دانشجویی که وقتی فهمید عکس دست‌کاری شده‌اش برای گیرنده‌هایی (ناشناس) ایمیل شده؛ به‌طرز ناخوشایندی غافلگیر شد. عکس‌های شخصی بیش‌ازپیش از جعبه‌های کفش بیرون آورده می‌شوند تا به‌عنوان دال‌های اجتماعی استفاده شوند. عکس‌های که زمانی قرار بود در آرشیوهای شخصی باقی بمانند، اکنون بیش از گذشته وارد فضای عمومی شده‌اند. فضایی که در آن عکس‌ها مدام ترمیم یا ویرایش می‌شوند تا با روایات معاصر همسو و هماهنگ شوند. کاملاً محتمل است که عکس‌های شخصی در بافت‌های اجتماعی کاملاً متفاوتی منتشر شوند مثلاً به‌عنوان شاهدهی برای یک مجرم فراری، یادبودی برای سربازی که در جنگ کشته شده یا مدرکی بر مصرف بیش‌از حد الکل توسط سیاستمداران در دانشگاه (Sturken, 1999). مثل عکس‌هایی که در آزمایش روان‌شناسان به سوژه‌ها نشان داده شد، ما راهی برای تصمیم‌گیری درباره درست یا غلط بودنشان نداریم؛ آیا این خاطره است که عکس‌ها را دست‌کاری می‌کنند یا ما از عکس‌ها برای ساختن یا جرح و تعدیل خاطره استفاده می‌کنیم؟ عصر دیجیتال برای یادآوری و به خاطر آوردن، معیارهای جدیدی وضع می‌کند: عبارت

"واقعی" و "دست‌کاری شده" دیگر برای عکس‌ها به کار نمی‌روند و ما هم دیگر نمی‌توانیم درباره "واقعی" یا "دروغین" بودن خاطراتمان صحبت کنیم.

همان‌طور که در این مقاله نشان داده شد، به‌طور فزاینده‌ای کارکرد عکاسی شخصی به‌عنوان کنشی در راستای تولید خاطره دارد جای خودش را به کاربردهای تکوینی، ارتباطی و تجربی‌اش است. عکس‌هایی که توسط دوربین موبایل می‌گیریم و به‌عنوان سوغاتی‌هایی مصرف شدنی برای اشتراک‌گذاری با همکارانمان استفاده می‌شوند، قدرتی گفتمانی کاملاً متفاوتی نسبت به عکس‌های سیاه‌وسفید قاب‌گرفته‌ی گذشتگان‌مان که بر دیوار نصب می‌کنیم؛ دارند. امروزه ما عکس‌ها را می‌گیریم و آن‌ها را بین تعدادی گیرنده آشنا و غریبه پخش می‌کنیم. نظام‌های شبکه‌ای زمینه‌های جدیدی برای نمایش عکس‌های شخصی‌ها فراهم می‌کنند به‌گونه‌ای که به اشتراک گذاشتن تصاویر حالت پیش‌فرض این کردار فرهنگی می‌شوند. در بسیاری از موارد، ابزارهای دیجیتال و نظام‌های ارتباطی، کنترل افراد روی نمایش تصویر فرد را افزایش می‌دهند و به آن‌ها قدرت بیشتری در ارائه و شکل‌دهی به خودشان در جامعه می‌دهند. هرچند، روی دیگر این دست‌کاری فزاینده این است که کنترل روی معنای درونی عکس کاهش می‌یابد: عکس‌هایی که بی‌دردسر روی اینترنت انتشار می‌یابند به همین منوال مستعد این هستند که ناخواسته برای اهداف دیگری به کار گرفته شوند؛ اما از آنجایی که ساختار یک عکس هیچ‌گاه ثابت و از پیش تعیین‌شده نیست، با هر انتشار و دستکاری مجدد، معنی ضمنی خودش را به همراه می‌آورد و هر بار که قالب‌بندی مجددی پیدا می‌کند ممکن است هدف "اصلی" را غیرقابل تشخیص کند. در نتیجه، حتی اگر عکسی را به نیت ارتباطی بگیریم درنهایت باز ممکن است عکس تبدیل به ابژه‌ای ابدی حافظه فرهنگی (جمعی) شود - همان‌طور که با عکس‌های ابوغریب ثابت شد. پیامد اینکه به عکس‌ها قالب و هدف جدید بدهیم؛ به‌خصوص وقتی شدت پیدا می‌کند که بین بافت شخصی و اجتماعی بی‌وقفه جابجا شوند. البته، این مخاطره به خاطر پیامدهای مستقیم فناوری عکاسی دیجیتال نیست اما نمی‌توان انکار کرد که رسانه دیجیتال، ایجاد قالب جدید برای عکس‌ها را آسان‌تر و هموارتر کرده است. پخش عکس‌های شخصی روی اینترنت با دوربین‌های موبایل که امروزه روش رایج ارتباط است، اساساً عکس‌های خصوصی را تبدیل به اموال عمومی می‌کند و بنابراین قدرت فرد را در بافتاری که عکس در آن ارائه می‌شود؛ کاهش می‌دهد.

نگرانی درباره توانایی افراد در کنترل تصویر از خود و ایماگو عمومی‌شان از دوره عکاسی شخصی آنالوگ کاهش پیدا نکرده است. بلکه برعکس کنترل تصویر هنوز در مباحث مربوط به عکاسی شخصی در عصر دیجیتال موضوع نگران‌کننده‌ای است، حتی اگر مشخصه‌های این نگرانی ذاتاً تغییر یافته و با شرایط جدید فناورانه، اجتماعی و فرهنگی هماهنگ شده باشند. شاید ما طرفدار افزایش قابلیت دست‌کاری خود-نگاره‌های مان باشیم که توسط دوربین دیجیتال (این دستکاری) راحت‌تر شده است در حالی که هم‌زمان به خاطر از دست دادن قدرتمان در اینکه عکس‌ها در زمینه اجتماعی چگونه شکلی پیدا می‌کنند؛ ناراضی هستیم. چند منظوره بودن ارتقاء یافته‌ی عکس‌های دیجیتال، تبلیغ تصویر اجتماعی فرد را آسان‌تر می‌کند، هرچند کنترل اینکه چه اتفاقی می‌افتاد وقتی یک عکس در فضای شبکه‌ای قرار می‌گیرد را کاهش می‌دهد. در حقیقت هر دسترسی به عکس، کارکرد اجرایی‌اش را تغییر می‌دهد. طبق این فضای شبکه‌ای، تعریف خاطره شخصی در حال گذار به پدیده‌ای انتشار یافته (توزیعی) است. حتی اگر قصد آن را نداشته باشیم "تصاویر زنده" ما و "تصاویری از زندگی" ممکن است به "تصویری برای زندگی" بدل شوند.

منابع

- Barthes, Roland (1981[1980]) *Camera Lucida: Reflections on Photography*, trans. Richard Howard. New York: Hill and Wang.
- Burnett, Ron (2004) *How Images Think*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Chalfen, Richard (1987) *Snapshot Versions of Life*. Bowling Green, OH: Bowling Green State University Press.
- Chalfen, Richard (2002) 'Snapshots 'R' Us: The Evidentiary Problematic of Home Media', *Visual Studies* 17(2): 141-9.
- Chalfen, Richard and Murui, Mai (2001) 'Print Club Photography in Japan: Framing Social Relationships', *Visual Sociology* 16(1): 55-73.
- Chambers, Deborah (2001) *Representing the Family*. London: Sage.
- Cohen, Kris (2005) 'What Does the Photoblog Want?', *Media, Culture & Society* 27(6): 883-901.
- Frosh, Paul (2003) *the Image Factory: Consumer Culture, Photography, and the Visual Content Industry*. Oxford: Berg.
- Garry, Maryanne and Gerrie, Matthew (2005) 'When Photographs Create False Memories', *Current Directions in Psychological Science* 14(6): 321-5.
- Garry, Maryanne and Wade, Kimberley (2005) 'Actually, a Picture Is Worth Less than 45 Words: Narratives Produce More False Memories than Photographs Do', *Psychonomic Bulletin and Review* 12(2): 359-66.
- Harrison, Barbara (2002) 'Photographic Visions and Narrative Inquiry', *Narrative Inquiry* 12(1): 87-111.
- Hersh, Seymour (2004) 'Torture at Abu Ghraib: American Soldiers Brutalized Iraqis. How Far Up Does the Responsibility Go?', *The New Yorker*, 4 May. URL (consulted 8 April 2006): <http://www.notinourname.net/war/torture-5may04.htm>
- Hirsch, Marianne (1997) *Family Frames: Photography, Narrative, and Postmemory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Holland, Patricia (1991) 'Introduction: History, Memory, and the Family Album', in J. Spence and Patricia Holland (eds) *Family Snaps: The Meaning of Domestic Photography*, pp. 1-14. London: Virago.
- Intraub, Helene and Hoffman, James (1992) 'Reading and Visual Memory: Remembering Scenes that Were Never Seen', *American Journal of Psychology* 105(1): 101-14.
- Kindberg, Tim et al. (2005) 'I Saw This and Thought of You: Some Social Uses of Camera Phones', *Proceedings of the Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2-5 April, pp. 1545-8. Portland, OR.
- Lehtonen, Turo-Kimmo, Koskinen, Ilpo and Kurvinen, Esko (2002) 'Mobile Digital Pictures - The Future of the Postcard? Findings from an Experimental Field Study', in V. Laakso and J.O. Ostman (Eds) *Postcards and Cultural Rituals*, pp. 69-96. Korttien Talo: Haemeenlinna.
- Liechti, Olivier and Ichikawa, Tadao (2000) 'A Digital Photography Framework Enabling Affective Awareness in Home Communication', *Personal and Ubiquitous Computing* 4(1): 232-9.

- Lindsay, Stephen et al. (2004) 'True Photographs and False Memories', *Psychological Science* 15(3): 149-54.
- Lister, Martin (ed.) (1995) *the Photographic Image in Digital Culture*. London: Routledge.
- Lury, Celia (2002) *Prosthetic Culture: Photography, Identity, Memory*. London: Routledge.
- Manovich, Lev (2001) *the Language of New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Mitchell, William J.T. (1992) *the Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Mules, Warwick (2000) 'Lines, Dots and Pixels: The Making and Remaking of the Printed Image in Visual Culture', *Continuum, Journal of Media and Cultural Studies* 14(3): 303-16.
- Pine, Joseph and Gilmore, James (1999) *the Experience Economy: Work Is a Theatre and Every Business a Stage*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- Ritchin, Fred (1999) *In Our Own Image: The Coming Revolution in Photography*. New York: Aperture.
- Rodden, Kerry and Wood, Kenneth (2003) 'How Do People Manage their Digital Photographs?', *Computer-Human Interaction* 5(1): 409-16.
- Rodowick, D.N. (2001) *Reading the Figural, or, Philosophy after the New Media*. Durham, NC: Duke University Press.
- Rose, Steve (1992) *the Making of Memory*. London: Bantam Press.
- Schiano, Diane J, Chen, Coreena P. and Isaacs, Ellen (2002) 'How Teens Take, View, Share, and Store Photos', *Proceedings of the Conference on Computer-Supported Cooperative Work (CSCW)*. New York: ACM.
- Slater, Don (1995) 'Domestic Photography and Digital Culture', in Martin Lister (ed.) *the Photographic Image in Digital Culture*, pp. 129-46. London: Routledge.
- Sontag, Susan (1973) *On Photography*. New York: Delta.
- Sontag, Susan (2004) 'Regarding the Torture of Others', *the New York Times Magazine*, 23 May: 25-9.
- Strange, Deryn, Gerrie, Matthew and Garry, Maryanne (2005) 'A Few Seemingly Harmless Routes to a False Memory', *Cognitive Process* 6: 237-42.
- Stuhlmiller, C.M. (1996) 'Narrative Picturing: Ushering Experiential Recall', *Nursing Inquiry* 3: 183-4.
- Sturken, Marita (1999) 'the Image as Memorial: Personal Photographs in Cultural Memory', in Marianne Hirsch (ed.) *the Familial Gaze*, pp. 178-95. Hanover: University Press of New England.
- Van Dijck, José (1995) *Manufacturing Babies and Public Consent: Debating the New Reproductive Technologies*. New York: New York University Press.
- Van House, Nancy, Davis, Marc and Ames, Morgan (2005) 'The Uses of Personal Networked Digital Imaging: An Empirical Study of Cameraphone Photos and Sharing', *Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1853-6. New York: ACM.
- Wade, Kimberley et al. (2002) 'A Picture Is Worth a Thousand Lies: Using False Photographs to Create False Childhood Memories', *Psychonomic Bulletin and Review* 9(3): 597-603.

- Wells, Liz (1996) *Photography: A Critical Introduction*. London: Routledge.
- Wright, Chris (2004) 'Material and Memory: Photography in the Western Solomon Islands', *Journal of Material Culture* 9(1): 73–85.
- Zaltman, Gerald (2003) *How Customers Think: Essential Insights into the Mind of the Market*. Boston, MA: Harvard Business School Press.