

نقش عکاسی در تولید آثار فتومونتاز در پوسترهای اجتماعی ایران به مثابه پیشران آگاهی های اجتماعی شهروندان

جمشید آراسته*، فاطمه قاسم دوست^۲

۱- استادیار گروه هنر و ارتباطات، موسسه آموزش عالی ارم، شیراز، ایران / پژوهشگر ارشد شهرداری شیراز،

jamshidarasteh@ymail.com

۲- دانش آموخته کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، گروه هنر و ارتباطات، موسسه آموزش عالی ارم، شیراز، ایران،

fati.ghasemdoust@gmail.com :

چکیده

گاهی آگاهی های عمومی از مسیر اجتماعی محقق نمی شود. هنر از جمله بسترها و پیشران های ساخت آگاهی اجتماعی شهروندان است. مسئله اصلی پژوهش، بررسی چگونگی تبدیل عکس از یک عنصر صرفاً ثبت کننده به عنصری مؤثر در ساخت معنا، ایجاد باورپذیری و انتقال مفاهیم اجتماعی در شهرهاست. با گسترش فناوریهای دیجیتال، شیوه تولید و ترکیب تصاویر دستخوش تغییرات اساسی شده و فتومونتاز از یک فرایند دشوار و زمانبر دستی به فرایندی نرم افزاری، لایه مند و انعطاف پذیر تبدیل شده است. در این میان، شرایط اجتماعی، فرهنگی و سیاستگذاریهای حاکم بر تولید آثار گرافیکی در شهرها نیز در شکل گیری زبان بصری پوسترهای اجتماعی مؤثر بوده است. پژوهش حاضر با رویکرد توصیفی - تحلیلی و تاریخی - تطبیقی، ضمن بهره گیری از مصاحبه با متخصصان حوزه گرافیک و عکاسی و تحلیل محتوای پوسترهای منتخب، به بررسی ارتباط میان عکاسی، فتومونتاز و بیان اجتماعی آن در لایه های شهری پرداخته است. یافته ها نشان می دهد که عکاسی در پوسترهای فتومونتاز اجتماعی، به ویژه در موضوعات حساس و انتقادی، نقشی محوری در ایجاد حس واقعیت، اصالت و باورپذیری دارد. همچنین استفاده از فتومونتاز امکان ترکیب واقعیت عکاسانه با عناصر نمادین و استعاره را فراهم می کند و از این طریق می تواند مفاهیم پیچیده اجتماعی را در قالبی فشرده و چندلایه منتقل سازد.

واژه های کلیدی: آگاهی اجتماعی، فتومونتاز، پوستر اجتماعی، لایه های شهری

۱- مقدمه

پوستر یکی از مهم ترین رسانه های ارتباط بصری است که از طریق ترکیب تصویر، نوشتار، رنگ، فرم و عناصر گرافیکی، پیام را در کوتاه ترین زمان ممکن به مخاطب منتقل می کند. ویژگی اصلی پوستر، فشردگی و سرعت ارتباط آن است؛ به همین دلیل طراح ناگزیر است در فضای محدود تصویری، بیشترین میزان تأثیرگذاری را ایجاد کند. این ویژگی موجب شده است که پوستر در حوزه های مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و تبلیغاتی جایگاه مهمی پیدا کند. پوستر، افزون بر انتقال اطلاعات، می تواند مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد، احساسات او را برانگیزد و حتی در تغییر نگرش و رفتار اجتماعی مؤثر باشد [۱].

در میان عناصر تصویری مورد استفاده در پوستر، عکاسی جایگاه ویژه ای دارد. عکس به دلیل ارتباط مستقیم با جهان عینی قابلیت ایجاد حس واقعیت و باورپذیری بیشتری دارد و می تواند مفاهیم پیچیده را در قالبی فشرده به مخاطب منتقل کند، این ویژگی در پوسترهای اجتماعی اهمیت بیشتری پیدا می کند؛ زیرا موضوعات اجتماعی معمولاً با تجربه زیسته انسان ها مسائل روزمره و واقعیت های ملموس جامعه ارتباط دارند [۲].

فتومونتاز یکی از شیوه‌هایی است که ظرفیت عکاسی را در طراحی گرافیک گسترش داده است. در این تکنیک، چند تصویر یا بخش‌هایی از تصاویر مختلف در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و تصویری جدید با معنایی متفاوت از اجزای اولیه شکل می‌گیرد. در نتیجه، عکس دیگر تنها وسیله‌ای برای ثبت واقعیت نیست، بلکه به ماده‌ای برای ساخت معنا و بازآرایی واقعیت تبدیل می‌شود [۳].

ضرورت این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که با وجود ظرفیت‌های عکاسی و فتومونتاز در انتقال سریع و مؤثر مفاهیم، از این قابلیت‌ها در طراحی پوستره‌های اجتماعی ایران به اندازه کافی بهره گرفته نشده است. شرایط اجتماعی ایران همچنان با مسائل و چالش‌های مختلفی مواجه است و طراحی گرافیک می‌تواند به عنوان یکی از ابزارهای هنری و ارتباطی، این مسائل را به شکلی فشرده و اثرگذار بازنمایی کند. از این منظر، بررسی نقش عکاسی و فتومونتاز می‌تواند به شناخت ظرفیت‌های موجود برای ایجاد زبان بصری مؤثرتر در پوستره‌های اجتماعی کمک کند [۴].

در این پژوهش، مسئله اصلی آن است که عکاسی ترکیبی یا فتومونتاز چگونه می‌تواند در خلق آثار مستند اجتماعی مؤثر واقع شود و چه شرایط اجتماعی موجب شده است که عکاسی در طراحی گرافیک ایران نقش پررنگ‌تر در ایجاد آگاهی عمومی شهروندان پیدا کند.

۲- عکاسی و پوستره‌های اجتماعی

عکاسی از زمان ورود خود به حوزه هنر و ارتباطات، تنها به ثبت واقعیت محدود نمانده است. عکس می‌تواند حامل معنا، احساس، خاطره و روایت باشد و از طریق انتخاب زاویه دید، نور، ترکیب‌بندی و موضوع، نوع خاصی از نگاه به جهان را شکل دهد. در طراحی گرافیک نیز عکس به عنوان ماده‌ای تصویری، امکان برقراری ارتباط سریع با مخاطب را فراهم می‌کند. در پوستره اجتماعی، این قابلیت اهمیت بیشتری دارد؛ زیرا موضوع پوستره معمولاً با مسائل واقعی جامعه مرتبط است. هنگامی که تصویر یک انسان، یک موقعیت اجتماعی یا یک رویداد واقعی در ساختار پوستره حضور پیدا می‌کند، مخاطب می‌تواند ارتباط مستقیم‌تری با موضوع برقرار کند. بر اساس یافته‌های پژوهش، عکاسی در پوستره‌های فتومونتاز اجتماعی صرفاً یک عنصر فنی نیست، بلکه با ایجاد حس واقعیت، اصالت و باورپذیری، در انتقال پیام‌های پیچیده اجتماعی نقشی اساسی دارد. اهمیت عکس در این فرایند زمانی بیشتر می‌شود که موضوع اثر از جنس مسائل حساس اجتماعی باشد. در چنین شرایطی، تصویر واقعی می‌تواند مخاطب را با مسئله‌ای ملموس روبه‌رو کند و زمینه همذات‌پنداری را افزایش دهد [۵].

از سوی دیگر، عکاسی در فتومونتاز تنها برای ثبت یک واقعیت موجود به کار نمی‌رود. تصویر عکاسانه می‌تواند در کنار تصاویر دیگر قرار گیرد و در نتیجه معنایی تازه تولید کند. به همین دلیل، فتومونتاز را می‌توان نوعی فرایند نشانه‌شناختی دانست که در آن، عناصر واقعی و عناصر نمادین در کنار یکدیگر قرار گرفته و پیام چندلایه‌ای شکل می‌گیرد [۶].

این ویژگی، ظرفیت مهمی برای پوستره اجتماعی ایجاد می‌کند. بسیاری از مسائل اجتماعی را نمی‌توان در یک تصویر منفرد خلاصه کرد. فقر، نابرابری، جنگ، مهاجرت، بحران هویت، خشونت، مشکلات زیست‌محیطی و مسائل مربوط به سلامت اجتماعی، پدیده‌هایی چندوجهی هستند. فتومونتاز می‌تواند عناصر مختلف مربوط به این مسائل را در یک قاب گرد آورد و به این ترتیب، تصویری فشرده اما چندلایه از یک مسئله اجتماعی ارائه دهد [۴].

در این میان، کیفیت عکس‌های مورد استفاده نیز اهمیت زیادی دارد. ترکیب‌بندی، نور، کیفیت تصویر و هماهنگی میان عکس‌ها از عوامل مؤثر بر نتیجه نهایی هستند. عکاسی، مواد اولیه بصری مورد نیاز برای تولید فتومونتاژ را فراهم می‌کند و کیفیت این مواد بر نتیجه نهایی تأثیر مستقیم دارد. همکاری میان عکاس و طراح نیز می‌تواند به ایجاد تصویری منسجم‌تر و هماهنگ‌تر با مفهوم اثر منجر شود [۷].

از این منظر، عکاسی در پوستر اجتماعی سه نقش اساسی پیدا می‌کند: نخست، ایجاد باورپذیری؛ دوم، ایجاد ظرفیت عاطفی و همذات‌پنداری؛ و سوم، فراهم کردن ماده تصویری برای ساخت معنا از طریق فتومونتاژ. بنابراین، نقش عکاسی را نمی‌توان به تهیه تصویر اولیه محدود کرد؛ عکس در ساختار نهایی اثر نیز بخشی از فرایند معناپردازی است [۸].

در عین حال، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تصویر در بسیاری از پوسترهای اجتماعی همچنان در کنار متن و شعار عمل می‌کند. اگرچه عکس می‌تواند بخش اصلی پیام را منتقل کند، متن در بسیاری از آثار نقش تکمیل‌کننده دارد. همچنین تصاویر واقع‌گرایانه و باورپذیر معمولاً ارتباط آسان‌تری با مخاطب عام برقرار می‌کنند. بنابراین پیچیدگی بصری الزاماً به معنای اثربخشی بیشتر نیست و موفقیت یک پوستر به تناسب میان پیچیدگی فرم و ظرفیت درک مخاطب بستگی دارد [۹].

۳- فتومونتاژ در عصر دیجیتال

فتومونتاژ از نظر تاریخی تکنیکی وابسته به ترکیب و بازآرایی تصاویر است. در دوره پیشادigital، تولید چنین آثاری مستلزم برش و چسباندن فیزیکی تصاویر یا استفاده از روش‌های پیچیده تاریخانه‌ای بود. این فرایند زمان‌بر بود و نیاز به دقت بسیار در نور، مقیاس، بافت، وضوح و ترکیب‌بندی داشت [۱۰].

ورود فناوری دیجیتال نقطه عطف مهمی در این مسیر بود. نرم‌افزارهای ویرایش تصویر امکان دادند که طراح بدون آسیب‌زدن به تصویر اصلی، عناصر مختلف را بارها جابه‌جا، حذف، اصلاح و ترکیب کند. مفهوم «لایه» نیز ساختار تولید فتومونتاژ را دگرگون کرد؛ زیرا هر عنصر می‌توانست مستقل از سایر عناصر ویرایش شود. ابزارهایی مانند ماسک، شفافیت، تنظیم رنگ، کنتراست و حالت‌های ترکیب، کنترل بسیار بیشتری بر تصویر نهایی ایجاد کردند [۱۱].

این تحول باعث شد فتومونتاژ از یک تکنیک دشوار و محدود به رسانه‌ای انعطاف‌پذیر تبدیل شود. طراح می‌تواند منابع تصویری متعدد را با یکدیگر ترکیب کند، عناصر را تغییر دهد و در صورت نیاز مراحل قبلی را اصلاح کند. به همین دلیل، فناوری دیجیتال نه تنها سرعت تولید را افزایش داده، بلکه منطق طراحی و فرایند اندیشیدن درباره تصویر را نیز تغییر داده است [۱۲].

در ایران نیز دیجیتالی‌شدن ابزارها در دهه ۱۳۸۰ به عنوان یکی از نقاط عطف مهم در گسترش فتومونتاژ شناخته شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ابزارهای دیجیتال امکان خلاقیت بیشتر و اجرای آسان‌تر ایده‌ها را فراهم کرده‌اند؛ اما همزمان، مسئله‌ای نیز ایجاد شده است: در برخی موارد، مهارت کار با نرم‌افزار بر ایده‌پردازی مفهومی غلبه کرده است [۱۳].

دسترسی به ابزارهای دیجیتال لزوماً به معنای تولید آثار عمیق‌تر نیست. نرم‌افزار امکان اجرا را فراهم می‌کند، اما نمی‌تواند جایگزین ایده، شناخت ترکیب‌بندی، نور، رنگ و درک زیبایی‌شناختی شود. اگر ابزارهای دیجیتال بدون پشتوانه مفهومی استفاده شوند، امکان تولید آثار کلیشه‌ای و سطحی افزایش می‌یابد [۱۲].

یکی دیگر از پیامدهای عصر دیجیتال، تغییر رابطه میان واقعیت و تصویر ساخته‌شده است. در روش‌های سنتی، دستکاری تصویر فرایندی دشوارتر و تا حدودی قابل ردیابی بود؛ اما در محیط دیجیتال، امکان تغییرات بسیار دقیق و نامحسوس فراهم

شده است. در نتیجه، تشخیص مرز میان عکس مستند و تصویر ساخته شده برای مخاطب دشوارتر شده و موضوعاتی مانند صداقت تصویری، اخلاق رسانه و سواد بصری اهمیت بیشتری یافته‌اند [۱۰].

با وجود این چالش‌ها، همین امکانات دیجیتال ظرفیت مهمی برای بیان اجتماعی ایجاد کرده‌اند. طراح می‌تواند از ترکیب منابع تصویری گوناگون برای بازنمایی موضوعاتی مانند بحران هویت، مهاجرت، جنگ، خشونت ساختاری و بحران‌های زیست‌محیطی استفاده کند. امکان اصلاح مکرر و ترکیب عناصر مختلف، زبان استعاره‌ای و نمادین فتومونتاژ را نیز گسترش داده است. یکی از نتایج مهم این بررسی آن است که دیجیتالی‌شدن به افزایش توانایی تولید کمک کرده، اما مشکلات ساختاری همچنان بر کیفیت و اصالت آثار تأثیر می‌گذارند. نبود سازوکار مؤثر کپی‌رایت، وابستگی به تصاویر آرشیوی، محدودیت‌های اقتصادی و سفارش‌های فرمایشی از جمله عواملی هستند که می‌توانند ظرفیت‌های فناوری دیجیتال را محدود کنند [۴].

۴- جایگاه پوسترهای اجتماعی در ایران

پوستر اجتماعی در ایران بخشی از نظام ارتباط بصری جامعه است و موضوعات مختلف اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را بازتاب می‌دهد. حضور پوستر در فضای عمومی باعث شده است که این رسانه بتواند بخشی از حافظه بصری و تجربه روزمره جامعه را شکل دهد. پوسترها در خیابان‌ها، مراکز فرهنگی، دانشگاه‌ها و فضاهای عمومی با مخاطب مواجه می‌شوند و از این طریق می‌توانند بخشی از نظام نمادین و فرهنگی جامعه را شکل دهند [۱۴].

پوستر اجتماعی علاوه بر انتقال اطلاعات، می‌تواند مخاطب را به واکنش وادارد. موضوعاتی مانند فقر، نابرابری، اعتیاد، مسائل هویتی، حقوق زنان، محیط زیست، صلح و سایر مسائل اجتماعی در نمونه‌های بررسی‌شده در پژوهش حضور دارند. این آثار با هدف آگاهی‌بخشی، تحریک احساسات و ایجاد تغییر در نگرش و رفتار مخاطب تولید شده‌اند [۴]. در چنین فضایی، استفاده از عکاسی و فتومونتاژ می‌تواند به پوستر امکان دهد تا مسائل پیچیده را در قالبی فشرده و چندلایه بیان کند. عکس واقعی، حس مستندبودن و باورپذیری را ایجاد می‌کند و فتومونتاژ این امکان را فراهم می‌آورد که عناصر واقعی در کنار نشانه‌ها و نمادهای دیگر قرار گیرند و معنای جدیدی تولید کنند [۷].

با این حال، جایگاه فتومونتاژ در پوستر اجتماعی ایران تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد. یکی از مهم‌ترین عوامل، شرایط سیاسی و نظام ممیزی است. بر اساس یافته‌های پژوهش، محدودیت‌های حاکمیتی در برخی موارد طراحان را به سمت استفاده از بیان استعاره‌ای، نماد و ابهام سوق داده است. در چنین شرایطی، فتومونتاژ می‌تواند به عنوان ابزاری برای بیان غیرمستقیم موضوعاتی عمل کند که بیان صریح آنها با محدودیت مواجه است. عامل دیگر، اقتصاد تولید است. سفارش‌دهندگان دولتی و نهادهای وابسته به دلیل حجم سفارش‌ها و نفوذ در بازار، تأثیر قابل توجهی بر روند تولید پوسترهای اجتماعی دارند. محدودیت بودجه و زمان نیز می‌تواند طراح را به استفاده از منابع آماده و کاهش کیفیت فرایند تولید سوق دهد [۴].

مسئله کپی‌رایت نیز در این میان اهمیت دارد. نبود سازوکار مؤثر برای حفاظت از حقوق عکاسان و طراحان باعث شده است که استفاده از تصاویر آرشیوی و منابع اینترنتی گسترش پیدا کند. این مسئله علاوه بر تضعیف حقوق صاحبان اثر، می‌تواند بر اصالت و هویت بصری پوسترهای اجتماعی تأثیر بگذارد [۱۵].

از سوی دیگر، فناوری دیجیتال فرصت‌های تازه‌ای برای طراحان ایرانی ایجاد کرده است. امکان دسترسی به ابزارهای ویرایش تصویر، چاپ دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی باعث شده تولید و انتشار پوستر آسان‌تر و گسترده‌تر شود. پوستر دیگر تنها در

نظام رسمی تبلیغات و فرهنگ تولید نمی‌شود، بلکه می‌تواند در فعالیتهای اجتماعی، کمپین‌های مستقل، فعالیتهای دانشجویی و مدنی نیز حضور داشته باشد [۱۴].

با این حال، مسئله زبان بصری بومی همچنان مطرح است. پژوهش نشان داده است که در بخشی از آثار، تقلید از ترندهای جهانی می‌تواند به تضعیف زبان بصری بومی منجر شود. در عین حال، پیشینه فرهنگی و تمدنی ایران ظرفیت شکل‌گیری زبان بصری بومی را فراهم کرده و مسئله اصلی، تحقق و اجرای این ظرفیت در آثار معاصر است [۹].

از این منظر، جایگاه پوستر اجتماعی در ایران را باید در تعامل میان سه عامل بررسی کرد: ظرفیتهای تصویری و تکنیکی، شرایط اجتماعی و ساختارهای تولید، عکاسی و فتومونتاژ از نظر فنی ظرفیت بالایی برای بیان اجتماعی دارند، اما کیفیت نهایی آثار به شرایطی وابسته است که در آن تولید می‌شوند [۱].

۵- آگاهی اجتماعی شهروندان

آگاهی اجتماعی توانایی تفسیر دقیق یک محیط اجتماعی و همچنین استنباط احساسات دیگران در آن محیط است. آگاهی اجتماعی ضعیف می‌تواند منجر به سکوت‌های ناخوشایند و احساسات جریحه‌دار شود. آگاهی اجتماعی را می‌توان با هوش اجتماعی و همچنین هوش هیجانی معادل دانست. دیجیتالی شدن سریع زندگی اجتماعی، اساساً نحوه شکل‌گیری، تعامل و بسیج جوامع پیرامون دغدغه‌های مشترک را متحول کرده است. با ادغام فزاینده محیط‌های مجازی در فعالیتهای اجتماعی روزمره شهروندان، درک پویایی آگاهی جامعه در این فضاهای دیجیتال به عنوان یک حوزه مهم تحقیق پدیدار شده است [۱۶].

مواردی چون: شناسایی نشانه‌های اجتماعی (کلامی، فیزیکی) برای تعیین احساسات دیگران؛ در نظر گرفتن دیدگاه دیگران؛ نشان دادن همدلی و دلسوزی؛ نشان دادن نگرانی برای احساسات دیگران؛ درک و ابراز قدردانی؛ شناخت نقاط قوت دیگران؛ شناسایی هنجارهای اجتماعی متنوع از جمله هنجارهای ناعادلانه، از جمله عوامل موثر بر آگاهی‌های عمومی شهروندان است^۱.

در مقابل نشانه‌های کمبود آگاهی اجتماعی؛ اشتراک‌گذاری بیش از حد؛ تماس چشمی ضعیف؛ قطع کردن حرف دیگران؛ عدم تشخیص نشانه‌های غیرکلامی؛ تسلط بر مکالمات؛ عدم گوش دادن فعال؛ فقدان همدلی و تحسین‌های انحصاری است. در کلان شهرها آگاهی اجتماعی یک مهارت حیاتی است، اما اغلب در زندگی شلوغ و پرسرعت روزمره نادیده گرفته می‌شود. مدیریت شهری در اینکه آگاهی اجتماعی به چه معناست، چرا حیاتی است و چگونه تسلط بر آن می‌تواند روابط بهتر، هوش هیجانی قوی‌تر و زندگی پربارتر شهروندان را تقویت کند، مسئول است. آگاهی اجتماعی جنبه‌ای از تعامل انسانی است که شامل شناخت، درک و پاسخ به پویایی‌های اجتماعی، محیطی و فرهنگی اطراف ما می‌شود. این مفهوم در دنیای به هم پیوسته امروز، جایی که مسائل اجتماعی شهروندان بیش از هر زمان دیگری قابل تامل است نیازمند واکاوی است. آگاهی اجتماعی شامل طیف وسیعی از مهارت‌ها و ویژگی‌هایی است که به افراد امکان می‌دهد دنیای اطراف خود را درک و با آن تعامل کنند. اگرچه فناوری‌های دیجیتال فرصت‌های چشمگیری برای اتصال جهانی و اشتراک‌گذاری اطلاعات ارائه می‌دهند، اما در عین حال به چندپارگی اجتماعی، تکثیر اطلاعات نادرست و فرسایش ساختارهای سنتی جوامع در حال توسعه نیز کمک می‌کنند [۱۷]. این دوگانگی، بررسی جامعی از چگونگی بروز، تکامل و پرورش مؤثر آگاهی جامعه در محیط‌های مجازی را ضروری می‌سازد. حفظ آگاهی جامعه در فضاهای دیجیتال به پرورش هماهنگ پنج ظرفیت وابسته به هم بستگی دارد: سواد دیجیتال، اصالت و اعتماد به اطلاعات، حفظ هویت فرهنگی، مشارکت عادلانه و سازگاری حرفه‌ای اخلاقی [۱۸].

^۱<https://ggie.berkeley.edu/student-well-being/sel-for-students-social-awareness-and-relationship-skills/>

آگاهی اجتماعی در زمینه‌های مختلف، از رشد شخصی گرفته تا توسعه جامعه و شهروندی جهانی، اهمیت دارد. دلایل اصلی اهمیت آگاهی اجتماعی به شرح ذیل است:

تقویت همدلی و شفقت

شناخت و درک تجربیات دیگران، همدلی و شفقت را تقویت می‌کند و افراد را به حمایت از یکدیگر تشویق می‌کند. این ارتباط عاطفی می‌تواند منجر به روابط قوی‌تر، کاهش تعارض و سطوح بالاتر همکاری در جوامع شود.

ارتقاء عدالت اجتماعی

آگاهی اجتماعی به بی‌عدالتی‌ها و نابرابری‌های اجتماعی می‌پردازد. افراد با درک مسائل سیستمی که بر گروه‌های حاشیه‌نشین یا محروم تأثیر می‌گذارند، می‌توانند از تغییر حمایت کنند و برای ایجاد جامعه‌ای عادلانه‌تر تلاش کنند.

تأثیرگذاری بر تغییر مثبت

وقتی افراد از نظر اجتماعی آگاه باشند، احتمال بیشتری دارد که در مورد مسائلی که مهم هستند، اقدام کنند. این امر می‌تواند به طرق مختلفی از جمله داوطلب شدن، حمایت از تغییرات سیاست‌ها و حمایت از جنبش‌های اجتماعی آشکار شود.

ایجاد جوامع فراگیر

افراد آگاه از نظر اجتماعی در ایجاد جوامع فراگیر که در آنها صداهای متنوع ارزشمند و شنیده می‌شوند، نقش دارند. ترویج درک دیدگاه‌های مختلف منجر به جامعه‌ای هماهنگ‌تر می‌شود، جایی که تجربیات جمعی مورد توجه و احترام قرار می‌گیرند. در کلانشهری چون شیراز که بسترهای فیزیکی و کم و بیش دیجیتالی جهت ارتباطات اجتماعی در حال افزایش است، ساخت جوامع محلی و شاخه‌های اجتماعی به تعاملات بیشتر و ارتقاء آگاهی‌های عمومی کمک می‌کند. تکرر جمعیتی در شهر شیراز با تنوع قومی، فرهنگی، جنسیتی و نژادی قابلیت لازم جهت رفع تبعیض، تحقق عدالت اجتماعی و تعمیق همدلی و هم‌پذیری به همراه دارد. هنر و فرهنگ از جمله کارمایه‌های باورپذیری دیگری و مایه پذیرش دیدگاه‌های مشارکتی می‌باشد. این مهم دستمایه مهم و البته فراوانی برای حکمران شهری در جهان شهر فرهنگ و هنر شیراز است تا به سبب آن، بی‌عدالتی‌ها و نابرابری‌های اجتماعی کاهش و با درک مسائل سیستمی که بر گروه‌های حاشیه‌نشین یا محروم تأثیر می‌گذارند، با تغییر در رویکردها، برای ایجاد جامعه‌ای عادلانه‌تر تلاش کنند. هنر در قالب هنر آموزشی، به ساخت معانی اجتماعی می‌انجامد و قوه فاهمه و ادراک را تقویت می‌کند. تفسیر معنادار، مسئولیت‌پذیری اجتماعی را تقویت می‌کند، و این با نظریه‌های آموزشی که بر معنا سازی به عنوان محور تغییر رفتار تأکید دارند، همخوانی دارد.

۶- یافته‌ها و نتایج

نقش حاکمیت، ممیزی و بستر اجتماعی، سه مقوله اصلی در محدودیت‌های محتوایی برخی آثار هنری در شهرها و موجب گرایش هنرمندان به بیان استعاری، نمادپردازی، زبان غیرمستقیم و ابهام عمدی شده است. از این منظر، فتومونتاژ امکان انتقال مفاهیمی را فراهم کرده که بیان مستقیم آنها با محدودیت مواجه بوده است. هژمونی سفارش‌های دولتی، و «سیطره سبک شعاری» و «تقلیل جایگاه طراح» زمینه کلیشه‌ای شدن بخشی از آثار و کاهش استقلال خلاقانه طراح را فراهم کرده است. در چنین شرایطی، طراح در مواردی بیش از آنکه نقش مؤلف داشته باشد، به مجری خواسته‌های سفارش‌دهنده تبدیل می‌شود. استحاله ماهیت عکس در سطح آثار و تبلیغات شهری به «حذف خاصیت استنادی» و «تزئینی‌شدن واقعیت» نمود یافته است. در برخی آثار عکس از نقش مستند و خبری خود فاصله گرفته و به عنصری برای ایجاد جذابیت بصری یا تکمیل ترکیب‌بندی تبدیل شده است.

تأثیر فناوری دیجیتال بر فرایند تولید، دو مقوله «سلطه مهارت نرم‌افزاری بر ایده‌پردازی» و «تغییر فرایند تولید از آنالوگ به دیجیتال» در میان آثار عکاسی شهری امکان ترکیب، اصلاح و دستکاری سریع‌تر تصاویر را فراهم کرده و مرز میان عکاسی و طراحی گرافیک را کاهش داده است. با این حال، در صورت غلبه تکنیک بر ایده، خطر سطحی‌شدن محتوا و کاهش عمق معنایی آثار افزایش می‌یابد. در بررسی ویژگی‌های زیبایی‌شناختی و ارتباط با شهروندان علاوه بر پیچیدگی بصری، لایه‌بندی تصاویر، استفاده از نمادها و چندمعنایی، تأثیرپذیری از ترندهای جهانی و استفاده از عناصر بصری غربی در برخی آثار می‌تواند به تضعیف هویت بومی منجر شود. در مجموع، یافته‌ها نشان داد که فتومونتاز فراتر از یک تکنیک اجرایی، می‌تواند به‌عنوان زبانی بصری برای بیان مسائل اجتماعی عمل کند. ترکیب عکس، استعاره و نماد امکان بیان غیرمستقیم واقعیت‌های تلخ اجتماعی، ایجاد ابهام سازنده، تحریک احساسات، انتقال مفاهیم پیچیده و ایجاد گفتمان اجتماعی را فراهم می‌کند. نقش عکاسی در فتومونتاز اجتماعی صرفاً تأمین ماده اولیه تصویر نیست؛ عکس با ایجاد واقعیت، اصالت و باورپذیری در ساخت معنا نقش دارد و فتومونتاز با بازآرایی این عناصر، امکان تولید معناهای استعاره‌ای و چندلایه را فراهم می‌کند. اثربخشی این فرایند نیز به تعامل میان کیفیت و باورپذیری عکس، ایده و ترکیب خلاقانه، تناسب زیبایی‌شناسی با پیام و توجه به ملاحظات اخلاقی وابسته است. هنر و فرهنگ از جمله کارمایه‌های باورپذیری دیگری و مایه پذیرش دیدگاه‌های مشارکتی می‌باشد. این مهم دستمایه مهم و البته فراوانی برای حکمران شهری در جهان شهر فرهنگ و هنر شیراز است تا به سبب آن، بی‌عدالتی‌ها و نابرابری‌های اجتماعی کاهش و با درک مسائل سیستمی که بر گروه‌های حاشیه‌نشین یا محروم تأثیر می‌گذارند، با تغییر در رویکردها، برای ایجاد جامعه‌ای عادلانه‌تر تلاش کنند.

مراجع

- [۱] کریمی، امیر. (۱۳۹۳). پوستر: تعاریف، ویژگی‌ها و دسته‌بندی‌ها. در کتاب هنر گرافیک معاصر. تهران: انتشارات سروش.
- [۲] بارت، رولان. (۱۳۸۹). پیام عکس. ترجمه فرد گلستانی. تهران: انتشارات مرکز.
- [۳] فروزانفر، غلامرضا. (۱۳۸۵). نظریه‌های تصویر و پیام در هنرهای تجسمی. تهران: انتشارات دانشگاه هنر.
- [۴] بهرامی، ل. (۱۴۰۰). گرافیک اجتماعی و تغییرات فرهنگی. تهران: نشر پژوهش‌های هنری ایران.
- [۵] سانتاک، سوزان. (۱۳۸۹). درباره عکاسی. ترجمه نگین شیدوش. تهران: انتشارات میهان.
- [۶] احمدی، بابک. (۱۳۸۴). ساختار و تأویل متن. تهران: نشر مرکز.
- [۷] کریمی، م. (۱۳۹۴). عکاسی: از ثبت لحظه تا هنر. تهران: انتشارات هنر نوین.
- [۸] ولز، لیز. (۱۳۹۰). عکاسی: درآمدی انتقادی. ترجمه مهاجر ختایی‌لر. تهران: انتشارات مینوی خرد.
- [۹] محمدی، ک. (۱۳۹۷). زبان بصری و عناصر تصویری در هنر گرافیک. تهران: انتشارات هنرهای تجسمی.
- [۱۰] شارف، آرون. (۱۳۷۱). هنر و عکاسی. ترجمه حسن زاهدی. تهران: انجمن سینمای جوان.
- [۱۱] Hollis, R. (۲۰۱۴). Graphic Design: A Concise History. Thames & Hudson.
- [۱۲] Landa, R. (۲۰۲۴). Graphic Design Solutions. Cengage Learning
- [۱۳] موسوی، م. (۱۳۹۷). خلاقیت در طراحی گرافیکی. مجله هنر معاصر.
- [۱۴] موسوی، فاطمه. (۱۳۹۶). انواع پوستر در طراحی گرافیک و کاربردهای آن. مجله پژوهش هنرهای تجسمی.
- [۱۵] نصیری، ح. (۱۳۹۸). رسانه‌های دیداری در ارتباطات معاصر. تهران: دانشگاه علامه.
- [۱۶] CastellsM. (۲۰۱۵). Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet age. ۲nd ed. Cambridge: Polity Press



**National Conference on Civil Engineering, Design and Construction
Technologies, Energy, Materials and Advanced Machinery**

**Ministry of Science, Research and Technology
East Azarbaijan Science and Technology Park**



[۱۷] TurkleS. (۲۰۱۷). Alone Together: Why we Expect More from Technology and Less from Each Other. ۳rd ed. New York, NY:Basic Books.

[۱۸] Alquaary, M. and Almakaty, SS., (۲۰۲۶) Societal awareness in the virtual world: a qualitative analysis of professional challenges and emerging opportunities in digital spaces. Front. Commun. ۱۱:۱۹۳۳۰۸. doi: ۱۰.۳۳۸۹/fcomm.۲۰۲۶.۱۹۳۳۰۸

[۱۹] Natania, A. P. B., Rahmawati, A., Khonsa, Z. A., Amanda, N. M., & Maulidy, A. (۲۰۲۶). Students' Understanding of Anti-Bullying Education in Increasing Social Awareness . Journal of Psychological Insight, 2(1),