

شغل شریف...

بررسی پدیده عکاسی

در ساختارهای اجتماعی، بخش دوم

فرزاد باقرزاده*

ایستادن و حرکت دست در ضمن آن، نوع پوشش و احساس چهره همگی بخشی از معنای زائر هستند که در نوع خود یک شخصیت و شمایل آرمانی برای او ساخته است. با این وجود بعید به نظر می‌رسد زیارت‌کننده، مانند تقلید از شخصیت‌های ماجراجو یا همواره خندان موجود در عکس‌های نخ‌های مجلات، در پی بازسازی چیزی تصنعی توسط عکس باشد. حال پاسخ به روابط میان عکس و امر مقدس زیارت کمی پیچیده است؛ اما راهگشای داستان را در جایی دیگر یافتیم: معنویت. موضوع معنویت، تمایز عکاسی زیارت با سایر مسایل مربوط به توریسم را توضیح می‌دهد. ایده آل در چنین تصویری نمایش یک صحنه قدسی به نظر می‌رسد. داشتن این تصاویر نه تنها حفظ خاطرات بلکه تأکید بر ایمان شخصی است. تصویر، زائر و خانواده‌اش را انسان‌هایی محترم نشان می‌دهد. عکس، به او برای رسیدن به معنویت آرمانی‌اش کمک می‌کند، مانند تصویرگری آرزویی توسط یک نقاش، حوزۀ معنویت از پیچیدگی‌های عمیقی برخوردار است؛ هنگامی که در اشیا یا خاطرات رسوخ کند، آن‌ها نیز دچار همان پیچیدگی‌ها می‌سازد. به گمانم معنویت و پونکتوم پنهانی که بارت سعی در توضیح آن دارد، اثر جنس هم هستند. خریرا هر دو مانند رازی فاش نشدنی در عمق تصویر حرکت شدند: «پونکتوم در یک عکس حادثه ایی است که در من فرو می‌رود و زخمی‌ام می‌کند، کبود و دردناک، بی آن که بدانم از چیست» (اتاق روشن، رولان بارت). از سوی دیگر معنویت‌ها تنها برگرفته از تقدس اشیا نیستند بلکه ریشه در معانی و مفاهیمی مانند شجاعت، عشق و ایمان دارند، اثر اینزو پونکتوم معنویت را می‌توان در تصویر یک مادر نیز یافت.

تصویر آرمانی زائر در کنار مکان برای او هم ارز تگه‌ای اثر آن مکان است. توریست علاقه دارد تصاویر مسافرت را به دوستان و اطرافیان نشان دهد؛ درحالی‌که خاطرات عکس حاصل از سفر خریارتی در خلوت و در جمع نزدیکان مرسوم می‌شود. به سخنی دیگر برخلاف عکاسی توریسم، عکاسی زیارت وارد مرزهای خصوصی خانواده می‌شود؛ این در حالی است که معنویت‌ها نیز در خلوت انسان‌ها رقم می‌خورند. عمده مصرف‌کنندگان تصاویر زیارت نه ساکنین آن شهر بلکه زائران هستند. این طور به نظر می‌رسد که تمایل و محبوبیت این گونه از عکاسی برای شخص زائر نیز رفته رفته رو به دور شدن است. این رویداد مانند رویاهای کودکی، و داشتن وسیله مورد علاقه‌اش می‌نماید که در گذر زمان شور و اشتیاق آن کم‌رنگ می‌شود. عکس‌های زیارت نیازهای روحانی مردم را تأمین کرده اند.

سال‌ها بعد خاطرات عکس‌ها همراه با مرگ شخصیت‌های تصاویر فراموش می‌گردند، پونکتوم تغییر می‌کند و مخاطب‌ها نیز جایگزین می‌شوند. در گرو این تغییرات، تأویل تصویر زیارت در میان سایر خاطرات باقی مانده از مردمان به گونه‌ای متفاوت آغاز می‌شود...

در بخش اول این سخن جای پای تاریخ عکاسی را تا ورود به شهر مشهد دنبال کردم. اکنون در بخش دوم بر جریانات فرهنگی شهر تمرکز می‌کنم. یحیی زکاء در کتاب *تاریخ عکاسان و عکاسان پیشگام در ایران* سهم جزیی را به عکاسان مشهد اختصاص داده، اما با توجه به ریشه عمیق عکاسی در شهرهای مقدس و فقدان نوشتار در بخش فرهنگی عکاسی آن، سعی دارم مشاهداتم را با توجه به ساختار اجتماعی و معاصر این شهر مطرح کنم.

اولین عاملی که عکاسی را به شهرها دعوت می‌کند صنعت گردشگری است. این گرایش با عنوان عکاسی توریسم شناخته می‌شود. شهر مشهد نیز اثر جایگاه متفاوتی در این زمینه برخوردار است؛ خریرا علاوه بر آن، جاذبه‌ای با عنوان زیارت را در خود جای داده است و در ابعاد گوناگون اداره می‌کند. اگر در ابتدا از پرداختن به تاریخ آن در عکاسی خودداری کنم و مستقیم کلام را در شرایط کنونی آن ادامه دهم برای درک درست، نیازمند مقایسه این دو خواهیم بود. در سفرها، عکس مهم‌ترین جایگاه خاطرات مردمانش است. مردم تمایل دارند خاطراتشان را میان عکس‌ها مرسوم کنند. هیجان‌های سفر در لحظه فشرده شدن دکمه شاتر در نگاه انسان‌های درون تصویر جمع می‌شود و سال‌ها بعد همان نگاه‌ها توسط صاحبانشان بازخوانی می‌شوند. در نتیجه ما تلاش می‌کنیم تا تصویر ایده آل خود را در خارج از محل زندگی ثبت کنیم؛ اما هنگامی که سخن از مکان قدسی به میان می‌آید این ایده آل‌ها تغییر می‌کنند. عامل خریارت در برخی شهرها جایگزین سیاحت شده؛ از این رو جمعیتی که روانۀ زیارت می‌شوند دارای فرهنگ و ارزش‌های متفاوتی هستند؛ تمایز عکاسی سیاحت و زیارت نیز برخاسته از تفاوت این ارزش‌ها است.

برای رسیدن به نتیجه مطلوب، تصاویر را مستقیم بررسی می‌کنم و به "ایده آل ثبت" در چنین عکس‌هایی می‌پردازم. انگیزه و ارزش ثبت عکاسی در میان مکان قدسی توجه‌ام را جلب کرده، خریرا معتقدم با ثبت تصویر در کنار بقایای یک بنای تاریخی عمیقاً متفاوت است. تفاوت‌ها در شمایل تصویری تا وضعیت روانی در چهره‌ها موج می‌زنند: نحوه



* عکاس

farzadbphotographer@gmail.com