

Received: 2024/09/18

Accepted: 2025/02/10

## **Analysis of Communicative and Semantic Aspects in the Visual and Expressive Structure of News Photos Based on the Visual Social Semiotics Framework (Case Study: Agence France-Presse)**

**Mohsen Afrouzi**, Graduated from Master of Visual Communication, School of Architecture and Urban Design Engineering, Shahid Rajaei Teacher Training University, Tehran, Iran.

**Atoosa Azam Kasiri**, Assistant Professor, School of Architecture and Urban Design Engineering, Shahid Rajaei Teacher Training University, Tehran, Iran (Corresponding author).

### **Abstract**

News photography, given its structural and expressive characteristics, has the ability to narrate news events succinctly and impactfully in the form of images, as well as to corroborate the news text and enhance its value. In this research, the main goal is to analyze the communicative and semantic dimensions within the visual and expressive structure of news photos based on the framework of visual social semiotics. The study is conducted through a case analysis of news photos from Agence France-Presse. Visual social semiotics has also been employed as a research method to identify and access the constructive and constituent elements of news photos within the context of one of the world's leading news agencies. Thus, the research aims to address the following key questions: What are the communicative and semantic characteristics within the visual and expressive structure of news photos from Agence France-Presse according to the visual social semiotics framework? And what practical insights can be derived from this understanding? In this research, by analyzing and comparing the samples in terms of sensory factors, informational content, and methods of expression, notable features have been identified in both general and specific contexts. At the level of narrative meaning, the immediate actions and behavioral reactions of elements guide the visual and semantic storyline. At the level of interactive meaning, employing medium shots and front-facing angles often aims to establish a closer connection with the event and convey curated information. And at the level of textual meaning, the primary event visually dominates the center of the scene, while other elements and occurrences are organized along an axis, creating a coherent and immediate visual linkage.

**Keywords:** Keywords: News Photography, Social Semiotics, Visual Communication, Action and Reaction

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۶/۲۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۱۱/۲۲

محسن افروزی<sup>۱</sup>، آتوسا اعظم کثیری<sup>۲</sup>

## تحلیل وجه ارتباطی و معنایی در ساختار بصری و بیانی عکس خبری برمبنای الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر (نمونه‌ی مورد مطالعه: خبرگزاری فرانسه)\*

### چکیده

عکاسی خبری باتوجه به ماهیت ساختاری و بیانی‌اش، این قابلیت را دارد که رویدادهای خبری را به صورتی موجز و تأثیرگذار در قالب تصویر بازگو کند، و نیز بر متن خبری صحنه‌گذار و ارزش خبر را ارتقاء دهد. در تحقیق حاضر هدف اصلی، تحلیل وجه ارتباطی و معنایی در ساختار بصری و بیانی عکس خبری بر مبنای الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر است که به صورت موردی، بر روی نمونه‌های عکس خبری از خبرگزاری فرانسه مطالعه می‌شود. نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر نیز به مثابه روش پژوهش و به منظور شناسایی و دستیابی به مؤلفه‌های سازنده و تشکیل‌دهنده‌ی عکس خبری در بستر یکی از خبرگزاری‌های شاخص جهان، کاربرد پیدا کرده است. به این ترتیب پرسش اصلی پژوهش آن است که وجه ارتباطی و معنایی در ساختار بصری و بیانی عکس‌های خبری مربوط به خبرگزاری فرانسه از منظر الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر چه ویژگی‌هایی دارد؟ و نتایج این شناخت از نظر کاربردی چه مواردی را شامل می‌شود؟ در این تحقیق ضمن بررسی و مقایسه‌ی نمونه‌ها، از نظر عوامل حسی، اطلاعاتی و روش بیان، ویژگی‌های برجسته‌ای در قالب نتایج کلی و جزئی نیز حاصل آمده است. در سطح معنای روایی، کنش‌آنی و واکنش‌های رفتاری عناصر، روایت بصری و معنایی را جهت می‌دهند؛ در سطح معنای تعاملی، اغلب با بهره‌گیری از نمای متوسط و استفاده از زوایای روبرو، در پی برقراری ارتباط نزدیک با رویداد و نیز عرضه‌کننده‌ی اطلاعات گزیده است؛ و در سطح معنای متنی، رویداد اصلی با برجسته‌نمایی بصری، کانون صحنه را تصاحب کرده و در نواحی دیگر، عناصر و وقایع در یک محور و خط سیری، ارتباط بصری مرتبط و آنی را تشکیل داده‌اند.

واژگان کلیدی: عکاسی خبری، نشانه‌شناسی اجتماعی، ارتباط بصری، کنش و واکنش

<sup>۱</sup> دانش‌آموخته‌ی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران.

<sup>۲</sup> استادیار دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

## مقدمه

در جهان کنونی با رشد و پیشرفت تکنولوژی و فزونی یافتن شیوه‌های ارتباطی، شرایطی حاکم شده که مردم جهان در دنیایی مملو از تصاویر و محرک‌های بصری زندگی می‌کنند. در این میان، رسانه‌های خبری با بسترها و زمینه‌های دیداری، شرایطی را فراهم آورده‌اند که مخاطبان خبر را هر چه بیشتر تحت تأثیر قرار می‌دهند. در این میان، عکاسی هم به مثابه رسانه ارتباطی، از این قاعده مستثنا نیست و دارای ظرفیت‌های متعدد بازنمودی، بازآفرینی و فرانمایی است که در ژانر خبری می‌تواند به مانند ابزار بیانی کارآمد، پیرامون موضوعی گزارش دهد و کارکرد ارجاعی داشته باشد. عکاسی خبری<sup>۱</sup> در جایگاه رسانه تصویری، به مثابه نظام بازنمایی بصری، منظور و مقصود ما را در قالب مفاهیم منتقل می‌کند. در واقع در وجه عمومی، تولید عکس به شکلی ساده است که روزانه توسط بسیاری از منابع خبری مردمی صورت می‌گیرد و به کنش سطحی می‌انجامد و در وجه تخصصی بازنمایی به واسطه‌ی قوای فکری و احساسی در چارچوب اهمیت عوامل و کیفیات بصری، جلوه و بروز پیدا می‌کند تا متن<sup>۲</sup> جدیدی در تعامل و تقابل با عناصر سازنده خلق شود و از این رو مخاطب مجذوب و دعوت به خوانش تصویر شود (مهدی‌زاده، ۱۴۰۰ الف: ۷۷-۷۸) این حالت به کنش عمیق‌تر و مؤثرتری می‌انجامد و احتمالاً ساختار تأمل برانگیزی را به نمایش می‌گذارد؛ چراکه عکاس معنای مورد نظر خود را آگاهانه و با تأمل بیشتری، از طریق منابع مختلف نشانه‌شناختی<sup>۳</sup> تأمین می‌نماید. بدین ترتیب راهکارهای متفاوتی را در جهت جذابیت و برانگیختگی احساس مخاطبان به کار می‌بندد تا بازنمایی به درستی و با تأثیرگذاری فراگیری اتفاق افتد. با این تفاسیر توجه به ساختار بصری و حرکت فرم‌های بصری در مستندنگاری و عکاسی خبری، یکی از ارزش‌هایی است که عکاس خبری با توسل به آن، به بازنمایی رویدادها، می‌پردازد (بیت، ۱۳۹۸: ۱۵۴).

بنابراین تحقیق حاضر در رابطه با ساختار بیانی و بصری عکس خبری، پژوهشی است که ارتباط تنگاتنگی با مقوله‌ی نشانه‌شناسی با هدف معناسازی و انتقال معنا دارد؛ از این حیث شناخت وجه ارتباطی و معنایی در ساختار بصری و بیانی عکس خبری، می‌تواند به سه گروه ذی‌نفع کمک کند: (۱) اول به گروه تهیه‌کننده خبر یا عکاس خبری در جهت درک عمیق‌تر دستور زبان بصری در فرآیند معناسازی؛ (۲) دوم به گروه منتشرکننده‌ی عکس خبری در جهت کشف نقش عناصر ارتباطی و ساختار بصری در فرآیند کاربرد معنایی و مفهومی آن؛ (۳) سوم به گروه مصرف‌کننده‌ی اطلاعات بصری یا مخاطبان در جهت خوانش منابع نشانه‌شناسی و تفسیر پیام‌های بصری.

هدف اصلی پژوهش، تحلیل وجه ارتباطی و معنایی در ساختار بصری و بیانی عکس خبری بر مبنای الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر است که به صورت موردی، بر روی نمونه‌های عکس خبری از خبرگزاری فرانسه<sup>۴</sup> مطالعه می‌شود. هدف مذکور به منظور شناسایی و دستیابی به مؤلفه‌های سازنده و تشکیل‌دهنده‌ی عکس خبری در بستر یکی خبرگزاری‌های مطرح و شاخص جهان است تا از منظر نشانه‌شناسی اجتماعی، نقش و کاربرد ارزش‌های ساختاری و بیانی در عکس خبری، بازشناسی و تبیین گردد.

پرسش اصلی پژوهش آن است که وجه ارتباطی و معنایی در ساختار بصری و بیانی عکس‌های خبری مربوط به خبرگزاری فرانسه از منظر الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر چه ویژگی‌هایی دارد؟ و نتایج این شناخت از نظر کاربردی چه مواردی را شامل می‌شود؟ برای پاسخ به این سوال، در پژوهش حاضر، نمونه‌های مورد مطالعه به صورت تصادفی از یک زیرگروه<sup>۵</sup> اصلی و مهم عکاسی خبری تحت عنوان «عکس خبری لحظه‌ای» گزینش شده‌اند که بر مبنای روش کیفی و به شیوه‌ی تحلیلی، با رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر بررسی می‌شوند تا نتایج آن در جهت تبیین ماهیت و ویژگی‌های عکس خبری کاربرد یابد.

اینک باید به طور مشخص نظرگاه پژوهش به طور مشروح بیان شود تا روند و مسیر پژوهش روشن گردد. از این رو باید گفت نشانه‌شناسی اجتماعی و سپس الگوهای منشعب از آن، به عنوان ابزار تحلیلی پژوهش، همان طور

که از نامش پیداست بر جنبه‌های اجتماعی نشانه‌شناسی تأکید دارد. بدین ترتیب ابزار تحلیلی پژوهش یک رویکرد گفتمانی اجتماعی به چارچوب تحلیل ارائه می‌دهد که بر ساختارهای ایدئولوژیک<sup>۶</sup> یا نظری و ایکونوگرافی<sup>۷</sup> (مطالعه و تحلیل نمادهای بصری و محتوای شکلی تصاویر) و الگوهای نهفته در انتخاب‌های نشانه‌شناختی تأکید دارد (Matumoto & Gonçalves-Segundo, 2022: 2). دنیای اجتماعی، اشکال تعامل و منابع نشانه‌شناختی برای ارتباطات را شکل می‌دهند که در ساخت متن یا اثر هنری موثر هستند. در واقع معنای نشانه‌ها توسط مردم و زندگی جامعه اجتماعی [یا فرهنگی] پدید می‌آید؛ بنابراین نشانه‌ها در زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی مختلف، با توجه به زبان و جغرافیای آن منطقه، معانی مختلفی دارند. حال، عکس خبری در جایگاه رسانه بصری و به مثابه اثر هنری، از ژانری برخوردار است که این ژانر، اشکال مبتنی بر روابط اجتماعی و گفتمان‌هایی است که شکل‌دهی اجتماعی محتوا محسوب می‌شوند. این حالت‌ها نیز به عنوان ابزار اجتماعی برای ملموس نمودن و قابل مشاهده کردن معنا نقش ایفا می‌کنند (Domingo et al., 2014: 2). وَن لیوون «گفتمان» را نیز به مثابه ساختاری اجتماعی تعریف می‌کند و می‌گوید گفتمان، منابعی برای بازنمایی هستند و همچنین دانش‌هایی در مورد برخی از جنبه‌های واقعیت که می‌توان از آنها استفاده کرد (Van Leeuwen, 2005: 93; Moerdisuroso, 2017: 84-85). بنابراین، «نشانه‌شناسی اجتماعی بصری» چارچوبی است که می‌تواند برای ارتباطات حرفه‌ای و محققان رسانه‌ای که با ابزارهای عملی به تجزیه و تحلیل تصویر می‌پردازند، سودمند باشد. چراکه بیشتر با تحلیل تصاویر سروکار دارد و شاخه‌ای از تحلیل گفتمان انتقادی است و راه‌هایی را معرفی می‌کند که در آن معنا با ترکیب منابع نشانه‌شناختی مختلف ساخته می‌شود؛ بدین ترتیب حالت‌های نشانه‌شناسی را مقایسه می‌کند و به تقابل و بررسی وجوه مشترک و ادغام آنها در رویدادهای چندوجهی و چندلایه می‌پردازد (Leeuwen, 2005: 11).

سرمنشاء روش پژوهش، برپایه‌ی نشانه‌شناسی اجتماعی بنا نهاده شده که ریشه در زبان‌شناسی کارکردی، به ویژه در آثار مایکل هالییدی<sup>۹</sup> (۱۹۷۸) دارد. او معتقد است که هر نشانه‌ای به طور هم‌زمان سه فرآیند اندیشگانی، بین فردی و متنی را انجام می‌دهد؛ یعنی تعاملات اجتماعی را بازنمایی می‌کند - رابطه‌ای بین نویسنده و خواننده ایجاد می‌نماید و نیز متن منسجمی را تولید می‌کند (Bezemer & Jewitt, 2009: 2-3). گروهی از زبان‌شناسان انتقادی دست به توسعه و بسط نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر زدند که گونتر کرس<sup>۱۰</sup> و تئو وَن لیوون<sup>۱۱</sup> از جمله آن افراد هستند (کرس و وَن لیوون، ۱۳۹۸: ۱۵).

در روش پژوهش حاضر، به طور مشخص از «الگوهای نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر» که توسط کرس و وَن لیوون توسعه یافته است، بهره گرفته شده است. این الگوها برپایه‌ی دانش دستور زبان بصری شامل عناصر، ساختارها و قواعدی است که زیربنای اشکال فرهنگی ارتباط بصری است؛ و برای کشف وجه ارتباطی و معنایی، این جنبه‌ها و قواعد دستور زبان بصری به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها نقش اساسی و اصلی را ایفا می‌کنند که به نوعی شامل: عناصر و ساختار، موقعیت، شرکت‌کنندگان، روش، ترکیب و مادیت اثر است (Moerdisuroso, 2017: 87). بنابراین نشانه‌شناسی اجتماعی، ساختار بصری و بیانی عکس خبری را به مثابه منابع نشانه‌شناختی بررسی می‌کند و فرآیند معناسازی در بافت‌های اجتماعی را نشان می‌دهد. زیرا در واقع این رویکرد به همه‌ی رسانه‌ها و شیوه‌های ارتباطی که مردم برای نمایش ادراک خود از جهان به کار می‌برند، می‌پردازد (Bezemer & Jewitt, 2009: 2)؛ تا از برآیند آن ارزش‌ها و مؤلفه‌های تعیین‌کننده، ناشی از وجه ارتباطی و معنایی در ساختار تصویر شناسایی و ارزشگذاری شود.

### پیشینه پژوهش

در دسته‌بندی مقالات فارسی: مقاله پژوهشی با عنوان «مردانگی در قاب نشانه‌شناسی اجتماعی مردانگی در عکاسی مطبوعاتی دهه‌ی های ۵۰ و ۶۰ خورشیدی» به قلم محسن حسن پور اسلانی و بهرنگ صدیقی (۱۳۹۲)،

به روش نشانه‌شناسی اجتماعی، نقش روابط قدرت در شکل‌گیری مردانگی‌های متفاوت در عکس‌های مطبوعاتی دهه‌های ۵۰ و ۶۰ خورشیدی در دو روزنامه‌ی کیهان و اطلاعات را بررسی می‌نماید و جامعه ایران را از این زاویه مطالعه می‌کند. مقاله‌ی پژوهش دیگر با عنوان «نشانه‌شناسی عکس خبری» نوشته‌ی علیرضا عمادالدین (۱۳۹۹) نیز عکس‌های خبری سه روزنامه‌ی داخلی را ابتدا با استفاده از طبقه‌بندی نشانه‌ها متعلق به چارلز ساندرز پیرس<sup>۱۲</sup> تحلیل کرده و سپس عکس را به مثابه‌ی یک متن، بررسی شده است. مقاله‌ی پژوهشی «تحلیل کارکردهای زبانی عکس‌های خبری» نوشته‌ی علیرضا مهدی‌زاده (۱۴۰۰)، با هدف تحلیل کارکردهای زبانی عکس‌های خبری با بهره‌گیری از نظریه ارتباطی یا کوبسن بر روی نمونه‌های منتخب از عکس‌های خبری معروف صورت گرفته است. در ادامه، مقاله‌ی «عکاسی خبری در بستر شبکه‌های اجتماعی: نظریه ارزش نمایشی بنیامین و ریزوماتیک دلوز» از علیرضا فرزین و همکاران نیز با تحلیل نظریه ارزش نمایشی بنیامین و مؤلفه‌های اصلی نظریه ریزوماتیک دلوز، عکاسی خبری در بستر شبکه‌های اجتماعی را بررسی می‌کند. مقاله‌ی «زنان تأثیرگذار اینستاگرامی؛ زنانگی بازنمایی شده در صفحات زنان اینفلوئنسر ایرانی» از زهرا اردکانی فرد و سید نورالدین رضوی‌زاده (۱۴۰۰)، با استفاده از نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر کرس و ون لیوون، به روش توصیفی و تحلیلی، در پی فهم و تبیین دقیق زنانگی و تغییرات آن بوده‌اند که در این راستا صفحات اینستاگرام چهار نفر از زنان اینفلوئنسر ایرانی را به عنوان جامعه هدف بررسی می‌شوند.

در دسته‌بندی رساله و پایان‌نامه‌ها: پایان‌نامه‌ای با عنوان «تحلیل عکس‌های علی فریدونی از جنگ ایران و عراق بر اساس الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی گونتر کرس و تئو ون لیوون» از نوید شایسته (۱۳۹۸) نیز از پارامترهای الگوی کرس و ون لیوون و همچنین پارامترهای محتوای بصری (عینی و عاطفی) جهت تحلیل و بررسی عکس‌های مستند علی فریدونی استفاده نموده است. پایان‌نامه‌ای دیگر تحت عنوان «بررسی عکس‌های غیرجنگی دهه‌ی ۶۰ در مطبوعات ایران» از مریم احسانی (۱۳۹۸)، که در آن از تصاویر روزنامه‌ی کیهان و مجله‌ی عکس در ۶۵-۶۷ به عنوان متون دست اول استفاده می‌شود تا به روش کیفی مبتنی بر دسته‌بندی‌ها و سپس بیرون آوردن مقوله‌های مشترک به آن پرداخته، و نیز به واسطه‌ی نشانه‌شناسی اجتماعی تحلیل می‌شود.

در دسته‌بندی مقالات انگلیسی: مقاله‌ی «نشانه‌شناسی اجتماعی و گرامر تصویری: رویکردی معاصر به تحقیق متن تصویری» از ایندرو معدیسورسو<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۷)، این مقاله خوانش متن تصویری را بر اساس رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی، یعنی دستور زبان بصری، بررسی می‌کند. در واقع گزارشی از دانش و شیوه‌های صریح و ضمنی پیرامون یک منبع است که شامل عناصر و قواعد زیربنایی یک شکل خاص فرهنگ ارتباط تصویری است. مقاله «تفسیر تصاویر بصری: رویکردی اجتماعی - نشانه‌شناختی به تصاویر فیسبوک» از نوران ایهاب فخرالدین (۲۰۱۷)، به نظریات گونتر کرس و ون لیوون نظر داشته و الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر را در تحلیل تصاویر فیسبوک فرامی‌گیرد.

وجه اشتراک پژوهش پیش‌رو در مقایسه با مطالعات و پژوهش‌های پیشین این است که نشانه‌شناسی اجتماعی نظرگاهی برای پرداختن به یک موضوع بوده و از الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر که توسط کرس و لیوون مطرح شده برای تحلیل‌های بصری و استخراج الگوهای معین و مدون پیرامون منابع نشانه‌ای که به وجودآورنده‌ی معنا در مجموعه‌ای از تصاویر بوده، استفاده شده است. اما وجه تمایز و بدیع بودن پژوهش حاضر این است که نگارندگان به دنبال کشف و شناسایی ساختار سازنده‌ی بصری در عکس خبری به عنوان رسانه بصری هستند تا به مدد رویکرد و ابزار تحلیلی پژوهش، شاخصه‌ها و ویژگی‌های تولید معنا در وجوه ارتباطی و بصری عکس خبری برپایه‌ی ساختار بصری و کنش‌های اجتماعی بازنمود شده، یافته شود. بنابراین موضوع و محوریت این پژوهش به لحاظ محتوایی، راهبرد پژوهشی و اهداف علمی و کاربردی کاملاً متمایزی را پیش گرفته است.

## روش پژوهش

به طور کلی پژوهش حاضر، نظری و توسعه‌ای است و از نظر روش، کیفی و به شیوه‌ی توصیفی-تحلیلی به آن پرداخته می‌شود. روش گردآوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و مشاهده‌ای فعال بوده و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس الگوهای نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر و مؤلفه‌های سنجش و ارزیابی مستخرج از آن پی‌ریزی شده و هریک از این الگوها دارای مؤلفه‌های فرعی هستند که در تجزیه و تحلیل نمونه‌های تحقیق نقش ابزاری برای تحلیل دارند (جدول ۳). جامعه آماری پژوهش عکس‌های خبری قدیمی‌ترین خبرگزاری و یکی از سه نهاد رسانه‌ای بصری شاخص جهان، یعنی «خبرگزاری فرانسه» می‌باشد.

همان‌طور که به آن اشاره شد، در این پژوهش با دو مفهوم اصلی سروکار داریم: ۱) یکی نشانه‌شناسی اجتماعی است که به طور خاص به جنبه‌های اجتماعی تصویر می‌پردازد و کنش‌های ارتباطی انسان به عنوان نشانه یا متن را مدنظر دارد (Moerdisuroso, 2017: 81)؛ ۲) دومی الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر است که برگرفته از دیدگاه نشانه‌شناسی اجتماعی می‌باشد و یک مدل تجزیه و تحلیل متن بصری به نام دستور زبان بصری<sup>۱۴</sup> را ارائه می‌دهد؛ کرس<sup>۱۵</sup> و ون لیوون<sup>۱۶</sup> این دستور زبان بصری را براساس ایده نظری مایکل هالییدی ارائه داده‌اند (همان: ۸۶) که در این مقال، «روش پژوهش» بر آن نهاد شده است.

این دیدگاه نظری تمام منابع سازمان‌یافته‌ی اجتماعی را که مردم برای معناسازی استفاده می‌کنند، در حوزه‌ی توصیفی و تحلیلی قرار می‌دهد. این منابع شامل حالت‌هایی مانند تصویر، نوشتار، اشاره، نگاه، گفتار و وضعیت است. «نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر<sup>۱۷</sup>» به مثابه رویکرد پژوهش، این قابلیت را دارا است که ابعاد جدیدی از رسانه‌های بصری همچون عکس خبری را تبیین نماید و از حیث ماهیت میان‌رشته‌ای، رویکردی متمایز در نظریه نشانه‌شناسی محسوب می‌شود (Hodge & Kress, 1988: 12).

در اینجا دلیل بهره‌گیری از روش کرس و ون لیوون، آن است که تصویر برای این‌که بتواند مثل تمام شیوه‌های نشانه‌ای، به مانند نظام ارتباطی کاملی عمل کند، باید شرایط بازنمودی و ارتباطی را محقق سازد؛ بدین منظور از نظریات این دو زبان‌شناس در این پژوهش بهره گرفته می‌شود و باید گفت که این دو زبان‌شناس در مسیر توسعه مطالعات و نظریات خود نیز از مفهوم نظری «فرانکش<sup>۱۸</sup>» که مایکل هالییدی آن را طرح کرده بود اقتباس کردند. آنها در این راستا، سه فرانکش بازنمودی<sup>۱۹</sup> (اندیشگانی)، تعاملی<sup>۲۰</sup> (بینا فردی) و ترکیبی<sup>۲۱</sup> (متنی) را به عنوان سه قاعده اصلی به تصاویر بصری و دیگر شیوه‌های ارتباطی گسترش و تعمیم دادند (کرس و ون لیوون، ۱۳۹۸: ۶۲) که در شیوه‌ی بررسی و تحلیل نمونه‌های تحقیق از این الگوها برای یافتن وجه ارتباطی و معنایی استفاده می‌شود تا نقش و کاربرد آنها در مجموعه‌ای از روابط درون تصویر یا نمونه‌های پژوهش، مشخص گردد؛ و همچنین ویژگی‌های شناختی نسبت به عکس خبری به جهت بازشناسی و تبیین این رسانه بصری با رویکرد جدید، مطالعه شود.

در مورد انتخاب نمونه‌ها براساس محتوا که همگی اهداف مشترک رسانه‌ای و خبری را دنبال می‌کنند، نحوه‌ی دسته‌بندی آنها، قابل ذکر است. در این راستا معیارهای مورد استفاده برای تشخیص برخی از انواع عکس‌ها، براساس تفاوت در محتوای بصری عکس‌ها-زمینه<sup>۲۲</sup> شکل‌گیری آنها، طرح<sup>۲۳</sup> نمایش و مکان، تعداد تصاویر و چگونگی تهیه و انجام آنها بوده است که زیرژانرها [یا زیرگونه‌ها] را تشکیل داده‌اند (جدول ۱). به نوعی آنها، تابع قوانین خاصی از فرم و محتوا هستند که ممکن است در برخی از بافتارهای بیانی همچون عکاسی خبری، با یکدیگر ادغام شوند (Kędra, 2016: 28-29).

روش انتخاب نمونه‌های آماری به صورت تصادفی از خبرگزاری مورد مطالعه‌ی پژوهش یعنی خبرگزاری فرانسه است که با عنایت به پُرکاربردترین زیرگونه‌ی عکس خبری تحت عنوان «عکس خبری لحظه‌ای» که به پوشش رویدادهای تصادفی یا اتفاقی می‌انجامد، انتخاب شده است. نسبت به روش انتخاب نمونه‌های



پژوهش و نوع نمونه‌گیری باید اشاره کرد که تمام زیرگونه‌های عکاسی خبری (رجوع به جدول ۱) که ماهیت اطلاع‌رسان و مخابره دارند و همراه با مؤلفه‌های به‌خصوص و معینی شکل می‌گیرند، فرآیند و اهداف مشابه با بیان و مضمون متفاوت را دنبال می‌کنند؛ بنابراین انتخاب یک زیرگونه‌ی شاخص و پُرکاربرد (عکس خبری لحظه‌ای) از عکاسی خبری برای نمونه‌گیری، و پرداختن به ساختار بصری و بیانی عکس خبری نیز می‌تواند برای اهداف پژوهش اقناع‌کننده باشد. باتوجه به اینکه زیرگونه‌های عکس خبری به‌لحاظ هدف و ماهیت، هم‌پوشانی دارند، کمیت در انتخاب زیرگونه یا زیرژانرهای مختلف آن، تأثیری در نتایج پژوهش نخواهد داشت. اما در جمع‌آوری نمونه‌های پژوهش، از خبرگزاری فرانسه شش اثر شاخص گزینش شده و در راستای اهداف تحقیق نیز بررسی و تحلیل می‌شوند. از آنجایی که هدف پژوهش، تحلیل وجه ارتباطی و معنایی در عکس خبری است و این رسانه، سبک و سیاق مشترکی را در نمونه‌ها به‌منظور خبررسانی دارا می‌باشد، تعداد نمونه‌ها برای دستیابی به مؤلفه‌ها و درون‌مایه‌ی ساختاری و بصری کفایت می‌کند. شایان ذکر است در روش تجزیه و تحلیل نمونه‌های پژوهش با کدگذاری و ترسیم خطی در بخش‌های مختلف تصاویر، تجزیه و تحلیل بصری انجام می‌شود تا متناسب با تحلیل‌های صورت گرفته، استخراج اطلاعات از تصاویر تسهیل گردد.

### مبانی نظری پژوهش

امروزه عصر فرهنگ بصری است و مخاطبان رسانه‌های اجتماعی هر روز با عکس، تصاویر و محرک‌های بصری-رسانه‌ای بمباران می‌شوند. در دنیای دیجیتال امروز، باتوجه به توسعه فناوری‌های رسانه‌ای جدید و تمرکز بر گونه‌های بصری، عکاسی خبری نقش مهمی را در تولید و انتشار اخبار ایفا می‌کند (Feng, 2016: 4506). عکس خبری با اهداف ایجاد روابط بصری محسوس و نامحسوس با مخاطب، به بیان و روایت درمی‌آید و رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی بصری، ارتباط بین عناصر و اشخاص درون و بیرون تصویر را تحلیل می‌کند. نشانه‌شناسی اجتماعی را می‌توان ابزاری دانست که می‌توان با آن به محتوای عکس خبری نفوذ کرد و از متن و درون‌مایه‌ی آن به ساختار و بیان عکس خبری رسید. روابط بصری در رسانه‌ای همچون عکاسی خبری، نشأت گرفته از عناصر، ساختارها و قواعد بصری است که این مؤلفه‌ها، زیربنای اشکال فرهنگی خاص ارتباط تصویری محسوب می‌شوند. در این روش تحلیل، عناصر بصری، «شرکت‌کنندگان» نامیده می‌شوند و هر بافتار یا متن بصری، شامل دو شرکت‌کننده‌ی اصلی است؛ یکی شرکت‌کننده‌ی تصویر شده (همه‌ی انسان‌ها، رویدادها، اشیاء و سایر اشکال که در چارچوب بصری ظاهر می‌شوند) و دومی شرکت‌کنندگان تعاملی (سازندگان تصویر<sup>۲۴</sup> و بینندگان تصویر<sup>۲۵</sup>) هستند. هر شرکت‌کننده، چه بالقوه و چه بالفعل - منبعی نشانه‌شناختی محسوب و با دیگر شرکت‌کننده‌ها [خواه واقعی یا مجازی] مرتبط و بر مبنای معنای اجتماعی آن، ساختار بندی<sup>۲۶</sup> می‌شوند (Moerdisuroso, 2017: 87). این شاخصه‌های ارتباطی و بیان‌گرا، ما را به منابع معنا سازی رهنمون می‌سازد که اصل اساسی در رسانه‌ای بی‌کلام همچون عکاسی خبری است؛ در واقع آن چیزی است که مخاطب را به مسئله تعامل با اثر برای دریافت معنا سوق می‌دهد؛ همچنان‌که این پژوهش به جای اهمیت دادن صرف به نشانه‌ها، به دنبال معنا و کنش در فضای بصری عکس خبری است تا زیربنای سازنده‌ی عکس خبری را شناسایی کند. زیرا به گفته‌ی وِن لیوون نشانه‌شناسی عمومی بر نشانه‌ها تمرکز دارد، در حالی که نشانه‌شناسی اجتماعی به روشی که مردم از منابع نشانه‌شناختی استفاده می‌کنند، می‌پردازد (Van Leeuwen, 2005: 279-280)؛ در این راستا باید گفت متن (اثر) به‌مثابه نظام نشانه‌شناختی، تحقق مادی پیام است، در صورتی که نشانه‌شناسی عمومی، موجودیت متن را ثابت می‌داند. در واقع نشانه‌شناسی اجتماعی به جنبه‌های دیگر معنا سازی می‌نگرد و بر استراتژی‌ها و منابع نشانه‌شناختی مورد استفاده برای ساخت یک

متن یا اثر تمرکز دارد که در مقابل زبان شناسی سوسوری قرار می‌گیرد. بنابراین نشانه‌شناسی اجتماعی، نشانه را انگیزخته و قراردادی (و نه دلخواهی) می‌داند؛ یعنی مدلول و دال براساس علاقه‌ی نشانه‌ساز به هم متصل می‌شوند و مفهوم حاصل شده از آن صرفاً مبتنی بر ذهنیت نشانه‌ساز نیست، بلکه بافت اجتماعی (شامل دال و نشانه‌ساز) در این میان دخیل است. (Jewitt et al., 2016: 156-157). نشانه‌شناسی اجتماعی بر مبارزه‌ی دیالکتیکی<sup>۲۷</sup> میان متن و دیگر نظام‌های نشانه‌شناختی مرتبط، تأکید می‌ورزد؛ و از جمله این نظام‌های مرتبط اجتماعی می‌توان به ژانر و سبک اشاره کرد (Moerdisuroso, 2017: 84).

چراکه در نشانه‌شناسی سنتی فرض بر این است که معانی در خود متن منجمد و ثابت شده‌اند تا توسط مخاطب با ارجاع به یک سیستم رمزگذاری غیرشخصی و جهانی، رمزگشایی و استخراج شوند؛ اما در نشانه‌شناسی اجتماعی مفروض است که متون-از جمله تصاویر- به طور دقیقه معانی و تأثیرات مورد نظر مؤلف اثر را تولید نمی‌کنند و برهم‌کنش و تأثیرات ساختار بیانی آنها می‌بایست در سطح کنش اجتماعی مطالعه شود (Hodge & Kress, 1988:12). مطالعات نشانه‌شناختی در این راستا، جنبشی است که مفاهیم و یافته‌های زبان شناسی را به دیگر شیوه‌های ارتباطی مانند "ارتباط بصری"، تعمیم می‌دهد (کرس و ون‌لیوون، ۱۳۹۸: ۱۵).

اینک برای درک بهتر نسبت به رویکرد و روش پژوهش باید چارچوب آن را تشریح کرد. بدین سان عناصر نشانه‌شناسی اجتماعی بصری را می‌توان به سه عامل اصلی با مؤلفه‌های جنبی و تابعی، تقسیم کرد که به مخاطب در تجزیه و تحلیل معنای اجتماعی و نشانه‌ای یک تصویر (عکس خبری) کمک می‌کند. این الگوها به صورت تفکیکی و طبقه‌بندی شده در جدول ۲ به صورت مدون به عنوان ابزارهای تحلیلی شرح داده شده است. همین‌طور در جدول ۱ به مروری بر زیرگونه‌های عکاسی خبری که پیش‌تر نسبت به آن شرح داده شده بود، پرداخته شده است.

جدول ۱. تهیه و تدوین جدول از نگارندگان، با اقتباس از: (Lester, 1999:7-23; Newton, 1998:4; Kobré, 2008:50-217)

دسته‌بندی عکاسی خبری به زیرگونه‌های مختلف (ژانرهای فرعی)	
۱	عکس خبری لحظه‌ای <sup>۲۸</sup> : پوشش رویدادهای برنامه‌ریزی نشده و اغلب ناخوشایند مانند سوانح هوایی، تصادفات جاده‌ای و غیره؛ این نوع عکاسی معمولاً در شرایط تصادفی یا اتفاقی انجام می‌شود.
۲	عکس خبری عمومی <sup>۲۹</sup> : به پوشش رویدادهای برنامه‌ریزی شده مانند کنفرانس‌های مطبوعاتی و سایر رویدادهای رسمی می‌پردازد.
۳	عکاسی خبری ویژه <sup>۳۰</sup> : این نوع عکاسی شامل پوشش رویدادهای غیرمرتبط با اخبار است. عمدتاً بر روی تصاویری تمرکز می‌کند که برای سرگرم کردن مردم طراحی شده و هم از نظر بصری جالب و هم مملو از محتوای معنادار است (مانند موضوعات: عجیب، طنز، طبیعی، مردم، حیوانات و...).
۴	عکاسی خبری ورزشی <sup>۳۱</sup> : به پوشش رویدادهای مهم دنیای ورزش می‌پردازد. عکاس سعی می‌کند از رویدادهای جالب و دراماتیک صحنه مسابقات و حواشی آن عکس بگیرد.
۵	عکاسی خبری پرتزه/ شخصیت <sup>۳۲</sup> : عکاسی پرتزه یا شخصیت‌شناسی با انتقال احساسات فرد موضوع عکس، سروکار دارد. در این میان، تمام توانایی عکاس وارد کار می‌شود تا لحظه‌ای خاص که شخصیت سوژه را آشکار می‌کند، به تصویر بکشد.
۶	عکاسی خبری تصویرسازی <sup>۳۳</sup> : به دستکاری دو تصویر مختلف برای ایجاد یک تصویر جدید می‌پردازد. این نوع عکاسی در تبلیغات یا داستان‌های سرمقاله استفاده شده، که عمدتاً در آتلیه تهیه می‌شود.
۷	عکاسی خبری داستان تصویری <sup>۳۴</sup> : داستان تصویری به عکاس فرصتی می‌دهد تا یک سلسله تصویر را در مدت زمان طولانی‌تری تولید کند. ایده‌های داستان تصویری توسط خبرنگاری یا عکاسی به منصه‌ی ظهور می‌رسد (مثلاً، مشکل اجتماعی یا به‌طور کلی دنبال کردن برخی روابط موضوعی و داستانی با دغدغه‌ی قبلی).



جدول ۲. چارچوب بیانی در روش نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر - نمودارسازی و تدوین جدول از نگارندگان، با اقتباس از: (Jewitt & Oyama, 1990: 24-28; Seevinck, 2015; Kress & Van Leeuwen, 2006: 114-214; Ghasemi, 2023: 271-274)



## ۲- فرانشش تعاملی

● معنای تعاملی می‌تواند رابطه‌ای بین بیننده و دنیای درون تصویر را بیان کند و نشان دهد که بیننده چگونه می‌بایست آنچه را که در قاب تصویر بازنمایی شده تفسیر نماید؛ بر مبنای سه مؤلفه: تماس چشمی، فاصله و نقطه نظر.

### فاصله

اندازه‌نمای تصاویر و فاصله اشخاص تصویر از دوربین - مجازاً از بیننده - رابطه شرکت‌کنندگان بازنمودی و واقعی را تعیین می‌کند.

#### نمای نزدیک

این نما، چهره تا شانه‌ها را پوشش می‌دهد و نوعی رابطه صمیمی را میان بیننده و شرکت‌کنندگان بازنمودی ایجاد می‌کند. نمای بسیار نزدیک، اغلب بخشی از چهره را نشان می‌دهد.

#### نمای متوسط / میانه

نمای «نزدیک متوسط»، طوری که از ناحیه کمر شرکت‌کنندگان را نشان دهد، نشان‌دهنده فاصله اجتماعی نزدیک است. همین‌طور نمای «متوسط» که کنشگران را از زانو به بالا نشان دهد، فاصله اجتماعی میانه را عرضه می‌دارد. و نمای «دور متوسط»، که قامت و چهره کاملی از کنشگران اجتماعی را نشان می‌دهد، نشانگر فاصله اجتماعی دور است.

#### نمای دور

«نمای دور» که شرکت‌کنندگان را به عنوان نیمی از کادر نشان می‌دهد (نمایش کل اندام)، حاکی از فاصله اجتماعی دور است که دلالتی بر فاصله عمومی دارد. علاوه بر این، نمای «بسیار دور» که در آن نمای کل اندام با فضای اطراف دیده می‌شود، برای بیننده به معنای بیگانگی مطلق با اشخاص تصویر است.

### تماس چشمی کنش‌گر

رابطه بین مخاطب با کنش‌گر یا شرکت‌کنندگان تصویر که از طریق تماس چشمی تعاملی میان آن‌ها برقرار می‌شود.

#### نگاه تقاضاگر

وقتی اشخاص تصویر مستقیماً به بیننده نگاه می‌کنند؛ این حالت، رابطه حسی و عاطفی با بینندگان ایجاد می‌کند و به عنوان تصویر «تقاضا» نیز شناخته می‌شود. در واقع افراد حاضر در تصویر به‌طور نمادین، چیزی از بیننده مطالبه می‌کنند. در نگاه تقاضاگر، افراد درون تصویر می‌توانند از بالا (مسلط) به بیننده نگاه کنند یا مستقیماً (برابر)

#### نگاه عرضه‌کننده

شرکت‌کنندگان بازنمودی به نقطه‌ای درون قاب تصویر نگاه می‌کنند که به این حالت، «عرضه‌کننده» می‌گویند. در این موقعیت بیننده از شخص درون تصویر جدا شده است. به نظر می‌رسد این تصویر به جای مطالبه چیزی از بینندگان، چیزی را به بیننده ارائه می‌دهد. چنین تصاویری بیشتر جنبه مستند و عینی دارند.

### نقطه دید

چگونگی انتخاب پرسپکتیو می‌تواند برداشت‌هایی شخصی از شرکت‌کنندگان بازنمود شده به خصوص انسان‌ها، ارائه دهد. به دو دسته زاویه عمودی و افقی تقسیم‌بندی می‌شود که به درجات مختلف نگرش، دلالت دارد.

#### زاویه عمودی

زاویه عمودی، شرکت‌کنندگان را از بالا، پائین یا هم‌سطح چشم نشان می‌دهد و حالات مختلفی را القاء می‌کند: (۱) زاویه بالا به پائین: سلطه بر بیننده (۲) زاویه روبرو یا نگاه مستقیم: برابری با بیننده (۳) زاویه پائین به بالا: سلطه بیننده

#### زاویه افقی

شرکت‌کنندگان تصویر را موازی و یا در زاویه‌ای متقاطع با بیننده نشان می‌دهد. (۱) حالت موازی با سطح تصویر: نشان‌دهنده همراهی و همدلی (۲) زاویه جانبی: نشان‌دهنده تفاوت و جداسازی

## ۳- فرانش متن

- فرانشی متنی به این سوال پاسخ می‌دهد که چگونه فرانش اندیشگانی و تعاملی به هم ارتباط پیدا می‌کنند و یک کل معنادار را شکل می‌دهند.



**کادر بندی**

قاب‌بندی در مورد اتصال و قطع ارتباط عناصر خاص و اجزاء است؛ قاب‌بندی به عناصر شخصیت جداگانه می‌بخشد و باعث می‌شود به عنوان یک گروه واحد شناسایی شوند. جایی که بینندگان می‌توانند بسته به جنبه‌هایی مانند خطوط قاب، تداوم تصویر و ریتم رنگی، احساس "ارتباط" یا "قطع ارتباط" کنند.

**اتصال**

میزان وابستگی و اتصال هر عنصر به دیگر عناصر تصویری در ترکیب‌بندی را گویند. چنین حالتی به واسطه گنجایش عناصر مرتبط در کادر و نبودن بردارها، گسیختگی‌ها، مشابهت رنگی یا شکلی و غیره به وجود می‌آید. بنابراین با پیوستگی عناصر درون کادر، اجزای به‌هم متصل، پیام واحدی را منتقل می‌کنند.

**عدم اتصال**

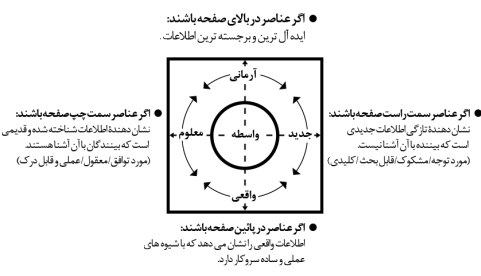
میزان استقلال هر عنصر نسبت به دیگر عناصر تصویری در ترکیب‌بندی را گویند. چنین حالتی از طریق خطوط قاب‌بندی، انفصال عناصر درون کادر با ایجاد فضای خالی میان عناصر، عدم تداوم، گسیختگی در رنگ یا شکل و غیره به وجود می‌آید که می‌توان برای هر بخش پیام جداگانه متصور شد.

**برجستگی**

برجستگی در نتیجه اندازه نسبی عنصر، تضاد رنگ، تعدیل رنگ، خلوص رنگ، اشباع، فاصله و قرارگیری در زمینه یا پس‌زمینه (مقدار اطلاعات)، بافت و کنتراست تشکیل می‌شود؛ این ویژگی‌ها موجب برجستگی برخی عناصر در تصویر می‌شود.

**ارزش اطلاعاتی**

نتیجه نحوه قرارگیری و ارتباط عناصر تصویر در ترکیب‌بندی است. محل قرارگیری عناصر تشکیل دهنده تصویر سبب می‌شود تا هر یک از عناصر با توجه به آن محل، دارای ارزش اطلاعاتی به خصوصی باشند. چنانچه عناصر در سمت چپ (در فرهنگ نوشتاری غربی معلوم) یا راست (در فرهنگ نوشتاری غربی جدید) و همچنین بالا (بخش آرمانی) و پائین (بخش واقعی)، حاشیه (اطلاعات جزئی) یا مرکز (اطلاعات اصلی) قرار بگیرند، می‌توانند بر مفهوم تصویر تأثیر گذار باشند.



**وجه نمایی**

وجه‌نمایی به معنی میزان صدق‌نمایی تصویر است و درجات مختلفی از صداقت و اعتبار یک تصویر را توصیف می‌کند که بدین وسیله معنای اجتماعی پشت آن مورد تفسیر قرار می‌گیرد. هرچه تطابق بین آنچه از یک شیء در تصویر دیده می‌شود، و آنچه می‌توان از آن در واقعیت دید، بیش‌تر باشد، وجه‌نمایی آن بالاتر است. البته وجه‌نمایی را می‌توان از دو جهت بررسی کرد.

**وجه‌نمایی طبیعی** (با جهت‌گیری افزایشی/کاهشی)

بر اساس مقایسه با آنچه در طبیعت با چشم غیر مسلح دیده می‌شود و نمونه آن زمانی است که از چیزی به شکل طبیعی آن عکس گرفته شود. افزایش و کاهش وجه‌نمایی با تغییرات مؤلفه‌های تجسمی (رنگ، اشباع، وضوح و...) رخ می‌دهد.

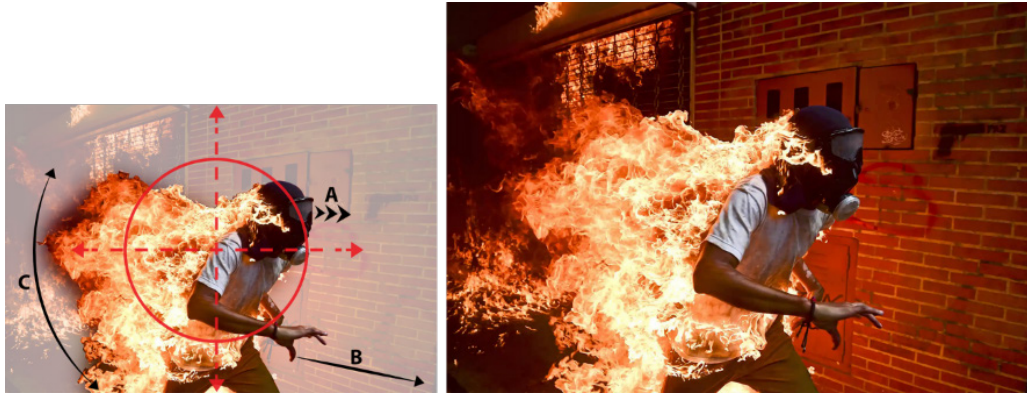
**وجه‌نمایی علمی-انتزاعی** (با جهت‌گیری افزایشی/کاهشی)

بر اساس مقایسه با صحت و دقت علمی و کاربردی موضوع سنجیده می‌شود؛ مثلاً چنانچه در ترسیم نمودارها به کار می‌رود و جزئیات ساده‌سازی و رمزگذاری می‌شوند.

## تجزیه و تحلیل نمونه‌های پژوهش

عکاس خبری، در تهیه عکس خبری برآن است تا با مهارت و هنر خود، در لحظه‌ای به خصوص، زاویه‌ای را انتخاب کند و صحنه‌ای را قاب‌بندی کند و سپس با گزینش ترکیب‌بندی و انتخاب سوژه، تصویری را ثبت کند؛ این فرآیند با هدف بازنمایی یک صحنه یا رویدادی، به دنبال ساخت زمینه‌ی موضوعی و انتقال

معناست. اما بیننده یا شرکت‌کننده‌ی تعاملی، بر مبنای زمینه‌های اجتماعی خویش و همچنین تربیت و عادت اجتماعی، خوانش نشانه‌های بصری عکس را دنبال خواهد کرد. این ویژگی‌های اختصاصی به‌طور دقیق همان است که در «نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر» بدان توجه و بر آن تأکید می‌شود. ضمن توجه به این مسئله نیز نمونه‌های پژوهش تجزیه و تحلیل می‌شود.



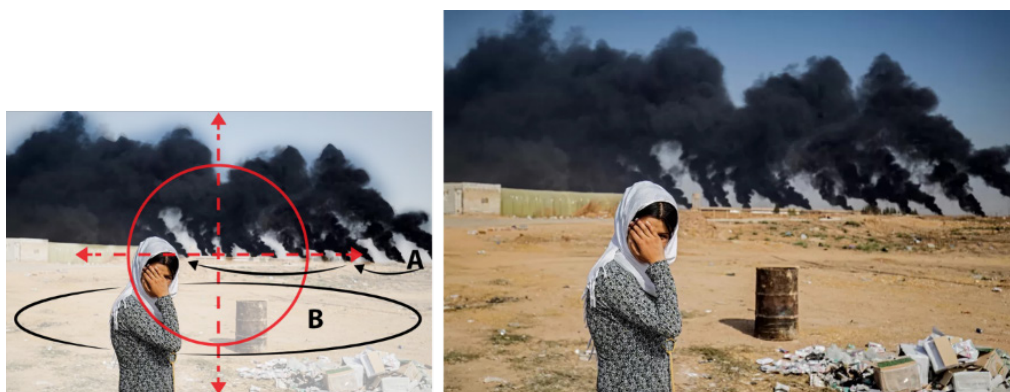
تصویر ۱. عکاس: رونالدو شمیت<sup>۳۵</sup>، خبرگزاری فرانسه، مکان: کاراکاس<sup>۳۶</sup>، ونزوئلا. تصویر چپ از نگارندگان. تصویر راست: مأخذ (URL1)

در عکس شماره ۱، تصویر در سطح معنای باز نمودی، از ساختار روایی و نمادین پیروی می‌کند و مؤلفه‌های کنشی<sup>۳۷</sup> و واکنشی را می‌توان در آن یافت کرد؛ مشارکت‌کنندگان و عمل اجتماعی باز نمایی شده شامل: (۱) شخصی که آتش گرفته (۲) رویداد در حال وقوع که خبر از یک سانحه می‌دهد (باز نمود یک فرآیند)، هستند. هدف کنش‌گر انسانی تصویر، رهایی و فرار به منظور نجات از حریق است. بردار کنشی از فرد شرکت‌کننده آغاز می‌شود و با وجه ناگذرا به سمتی خارج از صحنه در حال حرکتی انتقالی می‌باشد (B)؛ خصوصیات واکنشی، برخاسته از حالت و رفتار شرکت‌کننده‌ی فعال تصویر است که جهتی خارج از وقوع رویداد را دنبال می‌کند. کنش و واکنش صورت گرفته دارای نوعی نشانگی برگرفته از منابع نشانه‌شناختی است که در این تصویر برای بیان معنا به عنوان یک رخداد اجتماعی کاربرد پیدا کرده. این منابع نشانه‌ای دارای خصیصه‌هایی هستند که معنا را در متن بصری جهت می‌بخشند و در اینجا باز نمودی از کنش رویداد با حرکت فرد آتش گرفته و واکنش ناشی از مهار سازی آتش، بازتابی از ترس و خطر را نشان می‌دهد.

تصویر در سطح معنای تعاملی، بیشتر نگاه عرضه‌کننده را نشان می‌دهد. صورت کنش‌گر درون تصویر در زیر ماسک قرار گرفته و جهت صورت او، اگرچه به داخل فضای تصویر نیست، اما نشانه‌هایی از گریز به هدف خارجی، اطلاعاتی را از فضای صحنه گزارش می‌کند (A)؛ در واقع ویژگی‌های اشاره‌ای و زبانی تصویر به منظور بازگویی فرآیندهای دلالت در شکل دادن به عمل اجتماعی، خصوصیات و روابط عرضه‌کننده‌ای را به نمایش گذاشته. به این ترتیب شیوه‌ی قاب‌بندی از فضای رخداد، با توجه به اینکه شخص کنش‌گر را از زانو به بالا پوشش داده، ضمن ایجاد فاصله شخصی با بیننده‌ی تصویر، حالتی از آن را نشان می‌دهد که موقعیت اجتماعی و فضای پرمخاطره تصویر به عنوان منابع مادی برای آشکار ساختن معنا، بیش از هر چیز با مخاطب تصویر ارتباط باور پذیری برقرار کند.

تصویر در سطح معنای متنی، انتخاب هدفمند عناصر سازنده‌ی تصویر در یک قاب بسته، همراه با کنش‌آنی و لحظه‌ای را نمایش می‌دهد؛ در این راستا اشباع رنگ گرم زبانه‌ی آتش - شدت و حدت آن و همچنین تصاحب کردن نیمی از کادر، شرایط ویژه‌ای را برای وجه نمایی طبیعی و واقعیت‌پذیری تصویر، فراهم کرده است. در واقع، میزان تجانس پنداشته و تصور قابل درک از موضوع - با آنچه که دیده می‌شود، قویاً ادراک واقعی

از موضوع را ایجاد می‌کند. از این رو میزان فزاینده‌ی وجه‌نمایی، احساس بیننده را برمی‌انگیزاند و زمینه‌ی همذات‌پنداری بیشتر با واقعیت را فراهم می‌آورد. محل قرارگیری عناصر کنشی در تصویر، موقعیت فردی آن را در بافت اجتماعی تعیین می‌کند؛ از این رو خروج کنش‌گر انسانی تصویر از سمت چپ، نشان‌دهنده‌ی فرار از گذشته‌ی معلوم به سمت راست که امکان نجات در آینده است را نشان می‌دهد. به لحاظ ارزش اطلاعاتی، عنصر فعال تصویر که در مرکز کادر قرار گرفته و همچنین پائین کادر را اشغال نموده، از نوع «اطلاعات اصلی و واقعی» است. علاوه بر این، پیرو مؤلفه‌ی برجستگی، عنصر مرکزی تصویر از نظر اندازه که توأمان با زبانه‌ی آتش به یک توده‌ی به نسبت بزرگ تبدیل شده و اشباع و کنتراست رنگی گسترده‌ای یافته، آن را به عنصری ویژه و توجه‌برانگیز بدل کرده است (C).



تصویر ۲. عکاس: دلیل سلیمان، خبرگزاری فرانسه، مکان: راس‌العین، سوریه. تصویر چپ از نگارندگان. تصویر راست: مأخذ (URL2)

در عکس شماره‌ی ۲، تصویر در سطح معنای باز نمودی، ساختار روایی را می‌نمایاند و ویژگی‌های کنشی و واکنشی ناگذرا را در بر دارد. مشارکت‌کنندگان و عمل اجتماعی بازنمایی شده شامل: (۱) فرد ایستاده در صحنه (۲) فرآیند رخ داده در پس‌زمینه‌ی تصویر است. کنش پویا در این عکس از نوع روایی است که برخاسته از اتفاق بیان‌گر در پس‌زمینه‌ی تصویر (ریتمی از دود آتش) می‌باشد (A). حرکت پیوسته‌ی دود سیاه با فواصل نزدیک، همراه با خصوصیات واکنشی ناشی از حالت کنش‌گر انسانی به عنوان سوژه‌ی اصلی صحنه، انتخابی برای گرد هم‌آوری نشانه‌ها از سیستم منابع موجود نشانه‌ای جهت بیان معنا به شمار می‌رود. این کنش و واکنش بازنمایی شده از نظر اجتماعی دارای موقعیت است؛ موقعیت اجتماعی خاص که در یک لحظه‌ی به خصوص در دسترس است و در مجموعه‌ای به هم پیوسته، حامل معنا و پیام می‌باشد. به نوعی کنشگر اصلی رویداد، یک واکنش رفتاری را نشان می‌دهد که ترس، اضطراب و دلهره را بازگو می‌کند. خصوصیات کنشی و واکنشی ناگذرا در عکس، برگرفته از بردار نگاه شرکت‌کننده‌ی تصویر (سوژه‌ی اصلی) است که همسو با نما و جهت لنز دوربین ثبت شده؛ با توجه به اینکه کمابیش بخشی از صورت آن فرد پیداست، نشان می‌دهد که نگاه و هدف کنش‌گر به داخل صحنه نیست، اما با نیم‌نگاه ملتهب و مردد به دنبال توجهی از خارج است.

تصویر در سطح معنای تعاملی، یک فرد را با تماس چشمی مستقیم به بیننده‌ی تصویر نشان می‌دهد که به طور نمادین، معنای برابر و غیرمسلط را با مخاطبان تصویر به اشتراک می‌گذارد. از طرفی حالت خیره‌ی نگاه به صورت پوشیده شده با دست او، نگاه تقاضاگر را عرضه می‌دارد. عمل اجتماعی بازنمایی شده که منشاء آن چشم‌اندازهای ارتباطی عناصر تصویر هستند به صورت هدفمند، مقاصد معنایی مشخصی را بیان می‌کنند. به نوعی محیط فیزیکی و اجتماعی عناصر کنشی تصویر، مخاطب یا بیننده‌ی تصویر را به منابع نشانه‌ای و الگوهای ذهنی ارجاع می‌دهد که دلالت صریح و ضمنی قابل درکی از آن یافته می‌شود. از این رو با توجه به زمینه‌ی قرارگیری (A-B) و زاویه‌ی قرارگیری کنشگر انسانی که از جلو او را نشان می‌دهد، گویی خواهان



مساعادت، همراهی و همدردی با مخاطبان تصویر در یک محیط اجتماعی خطرناک است. این عکس از نمای متوسط نزدیک تبعیت می‌کند که نشان‌دهنده فاصله‌ی اجتماعی نزدیک می‌باشد؛ گویا قرار است این تصویر احساس مخاطبان را برانگیزد و تحت تأثیر عواقب آن رخداد قرار دهد.

تصویر در سطح معنای متنی، حاوی اطلاعاتی در دو محور افقی صحنه است. در واقع، نقاط و محورهای مختلف تصویر دارای ارزش اطلاعاتی است که می‌تواند نمودی از ساختارهای اجتماعی باشد. بنابراین در محور افقی تحتانی با توجه به قرارگیری فرد مشارکت‌کننده که بخشی از آن متمایل به مرکز است، نشان از آن دارد که او به واقعیت رخداد نزدیک است؛ و به تعبیری، این بخش از عکس اطلاعات مهم و شاخص واقع‌نمایی شده را بیان می‌دارد. اما در محور افقی فوقانی، اثراتی از آتش‌سوزی در چند نقطه‌ی هم‌مسیر و امتداد یافته (از راست به چپ)، نشان‌دهنده برجستگی واقعه و قابل درک بودن و در عین حال جدید بودن آن است. قاب‌بندی طوری است که عناصر موجود در صحنه، پیوند و اتصالی با یکدیگر ندارند، اما یک مرزبندی از بخش فوقانی (دود آتش) تا بخش میانی که خالی به نظر می‌رسد (B)، و سپس بخش تحتانی که فرد در آن ایستاده، رؤیت می‌شود. در این صحنه، جزئیات به تصویر کشیده شده و اشباع رنگ سیاه دود در پس‌زمینه، پیامدهای ناخوشایندی را از شرایط اجتماعی فرد مذکور نشان می‌دهد که نقش اجتماعی او را متزلزل کرده است و همین‌طور نشان می‌دهد که ساختار بیانی تصویر دارای درجات بالایی از وجه‌نمایی طبیعی است. از طرفی فرد مشارکت‌کننده با قرارگیری در جلوترین نمای تصویر، با بیننده‌ی تصویر ارتباط نزدیکی برقرار می‌کند و در کنار آن، زمینه‌ی پُرکنتر است و فضای خالی میانی، به نوعی نقطه برجسته‌ای را برای دیده شدن او ایجاد کرده است.



تصویر ۳. عکاس: پدرو پاردو<sup>۳۸</sup>، خبرگزاری فرانسه، مکان: مکزیکو سیتی، مکزیک. تصویر چپ از نگارندگان. تصویر راست: مأخذ (URL3)

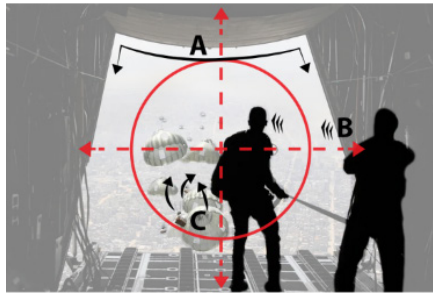
در عکس شماره ۳، تصویر در سطح معنای بازنمودی، ساختار روایی را نشان می‌دهد و طیف متنوعی از مؤلفه‌های کنشی و واکنشی را دربردارد. مشارکت‌کنندگان و عمل اجتماعی بازنمایی شده مشمول: (۱) قشر مردمی با پوشش ساده و متغیر (۲) گروه سازمانی و یگانگی غیرمردمی با پوشش و تجهیزات نظامی (۳) محل مواجهه و دوگانگی که واقع در خیابان می‌باشد. مقصود یا مسئله‌ی کنش‌گران تصویر، آن‌طور که به نظر می‌آید، نوعی دوگانگی و در پی آن، هجوم است که منجر به تقابل و درگیری شده است. در واقع خطوط برداری در موقعیت کنش و واکنش افراد شرکت‌کننده در دو محور مایل، جناح نزاع‌کننده را از گروه دفاع‌کننده جدا کرده است (A-B). این جدایی و شکاف بصری در میان طرفین، خبر از یک کشمکش و درگیری خیابانی، مابین قشر مردمی و غیرمردمی می‌دهد. خصوصیات گذرا برگرفته از امتداد یافتن جهت نگاه دو گروه مذکور، کاملاً با همدیگر یک زاویه‌ی موازی را شکل داده است (E-D)؛ با توجه به حالت‌های تدافعی و تهاجمی این



دو گروه، برآیندی از مؤلفه‌های کنشی و واکنشی در قابی، قابل دریافت است. به طوری که کنش و واکنش شرکت‌کنندگان تصویر، هردو در یک قاب‌بندی واحد، بیان بصری و رفتاری سازمان‌یافته‌ای را از موضوع رویداد، روایت می‌کنند و خط جهتی شرکت‌کنندگان به صورت صف‌آرایی شده، با مقاصد ایستادگی و نفوذ، دامنه‌ی ارتباطی را از خطیر بودن تا در آستانه‌ی بغرنج بودن، نشان می‌دهد (C).

تصویر در سطح معنای تعاملی، اطلاعات بصری مهمی را ارائه می‌دهد؛ نگاه افراد مشارکت‌کننده (دو گروه مخالف هم) اگرچه در یک جناح با ماسک و شیلدهای محافظ پوشیده شده، اما دارای جهت مشخصی است که به طور ضمنی، درگیری نگاه طرفین را بازگو می‌کند؛ به این ترتیب، مقصود از ثبت چنین لحظه‌ای آن است تا بیننده‌ی تصویر از شرکت‌کنندگان «فاعل» و نیز «هدف» مطلع شود. حضور عوامل اجتماعی در یک جبهه‌ی مسکوت و یک جبهه‌ی پویا، بازنمایی جنبه‌ها و موقعیت‌های اجتماعی رخداد را می‌نمایاند تا مسئله نابسامانی را در موقعیت «اعتراض» و «مطالبه‌گری» بازگو کند. در همین راستا، به واسطه‌ی نوع قاب‌بندی با نمای میانه که در عین حال گستره‌ی دورتر هم پوشش داده، برخی از افراد شرکت‌کننده وضوح قابل شناسایی را دارند و رفتار اجتماعی آنها با پوشش ساده و بی‌دفاع در موضع ضعیف، قابل ملاحظه است؛ و برخی دیگر در دوردست با نمایاندن پرچم‌هایی، حالت اعتراض‌گونه دارند و مخاطب تصویر به واسطه‌ی فاصله دور، با آنها نیز بیگانه خواهد بود. اما حالت چهره و حرکات کنشی آنهایی که نزدیک‌تر هستند، قابل تشخیص است و به نوعی فاصله‌ی عمومی را با مخاطبان تصویر، برقرار می‌کنند. نقطه دید به صورت عمودی تقریباً از بالا به پائین است که بدین ترتیب، بیننده‌ی تصویر بر شرکت‌کنندگان سلطه دارد و بیشتر نظاره‌گر رخداد اجتماعی در تصویر هستند. رفتار و پوشش شرکت‌کنندگان در بخش راست و چپ تصویر، برتری و ضعف طرفین را نشان می‌دهد و اینجاست که مواضع دو گروه معرف جایگاه اجتماعی آنهاست و مخاطب درک ملموسی از نقش اجتماعی آنان پیدا می‌کند.

تصویر در سطح معنای متنی، دارای ارزش اطلاعاتی اصلی در مرکز تصویر است؛ همچنین در سمت چپ تصویر گروه غیرنظامی در بردارندگی موقعیت قابل درک و توجیه‌پذیر و گروه مدافع در سمت راست تصویر، حامل موقعیت مشکوک و قابل بحث هستند. حدفاصل محورهای دو سویه‌ی واقعه، زوایا و فواصلی شکل گرفته (C) که به واسطه‌ی دلالت حاصل از آن، حریم - قلمرو و موقعیت اجتماعی هر جبهه مشخص می‌شود، مثل قشر حکومتی، سازمانی، نظامی و سلطه‌گر در مقابل قشر توده، دادخواه و مردمی. تصویر از منظر واقع‌گرایانه دارای خصوصیتی است که وجه‌نمایی طبیعی را در سطح معنای متنی، تقویت می‌کند. به عبارتی ثبت لحظه‌ای از اتفاقات پس‌زمینه‌ی فعال و تغییر اندازه‌ی عناصر شرکت‌کننده در محور عمودی تصویر، سلسه‌مراتبی از اهمیت و برجستگی را در شرکت‌کنندگان و کنش آنان ایجاد نموده؛ همین‌طور خصوصیات شکلی - فواصل ایجاد شده و اشباع رنگ قرمز در میانه تصویر، همگی در طبیعی بودن و تناظر فضای تصویر با واقعیت رخداد، تأثیر گذارده است.



تصویر ۴. عکس: ارتش اردن، خبرگزاری فرانسه، مکان: غزه. تصویر چپ از نگارندگان. تصویر راست: مأخذ (URL4)

در عکس شماره ۴، تصویر در سطح معنای باز نمودی، از بردارهای حرکتی و کنش شرکت کنندگان برخوردار است که وجود ساختار روایی را در تصویر نشان می‌دهد. مشارکت کنندگان و عمل اجتماعی باز نمایی شده (مشمول: ۱) افراد مستقر در هواپیمای باری (۲) بسته‌های هوایی مجهز به چتر نجات (چتر باری) (۳) بارریزی هوایی و محل بارریزی است. بردار نگاه کنشگران انسانی که در حال انجام کاری هستند، به هدفی درون تصویر متمرکز شده (B-C) که کنشی گذرا را در بر دارد. از آنجایی که در برابر هر واکنش، رویدادی وجود دارد، می‌توان حرکت پیوسته‌ی چترهای باری را عامل توجه برای واکنشگران دانست. کارکردهای اجتماعی این عناصر باز نمودی، یک ارتباط پیوسته را برای تحقق اهداف پیام‌رسانی و ساخت معنا تشکیل داده؛ این ارتباط از بخش B که انسان کنشگر قرار گرفته، آغاز می‌شود و سیر حرکتی آن تا پس‌زمینه تصویر که یک شهر را نشان می‌دهد ادامه پیدا می‌کند. انتخاب این لحظه برای ثبت رخداد، عناصر تصویری خبر را در سه بخش جهت‌مند تقسیم می‌کند که شامل ۱. عملیاتی برپایه‌ی کنشگران انسانی برای تخلیه‌ی بسته‌های مجهز به چتر نجات؛ ۲. حرکت منقطع و فرود چترهای حامل بسته‌بندی‌های متعدد؛ ۳. امتداد یافتن بردار حرکت نزولی مجموعه بسته‌ها از هواپیمای باری به سمت منطقه شهری است؛ در واقع دلالت‌های معنایی از محتوای این مناسبات، ذهن بیننده را به یک معنای بزرگ‌تر و کامل‌تر که «کمک‌رسانی» باشد، سوق می‌دهد.

تصویر در سطح معنای تعاملی، حالات و عناصری را می‌نماید که به موجب آن، مخاطب تصویر پیوندهای ارتباطی را با سهولت دنبال می‌کند. به نوعی جهت نگاه افراد درون تصویر به اتفاقی درون قاب معطوف شده (B) که این امر سبب شده تا بیننده‌ی تصویر سیر نگاه آنها را دنبال کند تا نسبتی میان نشانه‌های تصویری بیابد. در این راستا انتخاب نقطه دید از بالا به سمت پائین است تا بیننده‌ی تصویر، ضمن تسلط بر موقعیت اجتماعی وقوع رخداد، ارتباط‌دهی توجیه‌پذیری را نسبت به موضوع تصویر داشته باشد. هرچند که انتخاب نمای متوسط، فاصله اجتماعی میانه را با مخاطب تصویر برقرار کرده، اما در عین حال مشخص شدن فاصله دور و بسیار دور نیز مخاطب را از وضعیت غریب و ناآشنای منطقه باخبر می‌کند. بنابراین پلان جلویی که هواگرد باری را نشان می‌دهد (A) در ارتباط با پلان میانی که لحظه‌ی بارریزی را ثبت کرده (C) همگی عامل‌های اجتماعی هستند که به فضای دوردست یا همان فضای شهری ارتباط پیدا می‌کنند و این نوع عملکردهای اجتماعی دلالتی بر نبود ارتباط مستقیم با منطقه شهری و احتیاج به کمک‌های هوایی برای تأمین مایحتاج زندگی اجتماعی در پس شهر است.

تصویر در سطح معنای متنی، اطلاعات بصری را به ارزش‌هایی براساس موقعیت عناصر، تقسیم کرده است. بدین ترتیب که در مرکز تصویر اطلاعات اصلی شامل محموله‌های کمک‌رسانی قرار گرفته و بخش پائین تصویر که مقصد نهایی محموله‌هاست، بخش واقعی را تشکیل داده تا بر واقعیت اتفاق رخ داده در بافت

اجتماعی تصویر که گستره‌ای از مناطق مسکونی است، اشاره داشته باشد. اتصال عناصر و نشانه‌های بصری با ترتیبی مشخص از بالا تا پایین کادر، تأثیر زیادی در خوانش بصری موضوع و دلالت‌های بازنمودی آن در قالب موضوعی یا مسئله کلی دارد. در این میان، پس‌زمینه‌ی وسیع در فواصل دور با پیش‌زمینه‌ی واضح و نزدیک، واقعیتی از نقش و کارکرد اجتماعی عناصر را نشان می‌دهد که به خصوصیات از وجه‌نمایی طبیعی افزوده است؛ این ویژگی‌های متن، مخاطب را به وضعیت موجود که نوعی ارتباط و تماس غیرمستقیم و بشر دوستانه است، نزدیک می‌کند و این می‌تواند برای او تازگی داشته باشد و نیز جذابیت ایجاد کند.



تصویر ۵. عکاس: بشار طالب، خبرنگاری فرانسه، مکان: خان یونس، غزه. تصویر چپ از نگارندگان. تصویر راست: مأخذ (URL5)

در عکس شماره ۵، تصویر در سطح معنای بازنمودی، دارای بردارهای حرکتی و جهت مند است که ساختار روایی را از الگوهای نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر، نشان می‌دهد. مشارکت‌کنندگان و عمل اجتماعی بازنمایی شده (مشمول: ۱) افراد ساکن در خودرو (۲) محل حرکت خودرو و محوطه‌ی پیرامونی آن می‌باشد. به نظر می‌آید حرکت خودرویی فرمان‌راست که اغلب متعلق به کشورهای مستعمره بریتانیا بوده، در محور افقی، کنشی از عوامل اجتماعی تصویر را نشان می‌دهد و نیز واکنش آنها به صورت ناگذرا، برداری فرضی را به سمت بیرون صحنه نمایش می‌دهد (A). عوامل و شرکت‌کنندگان بازنمودی، وضعیت و حالاتی را بازنمایی می‌کنند که ظرفیت معنایی آن در قالب نشانگی، از کاربردهای قبلی آن در یک جامعه ناشی می‌شود؛ معنایی شامل آوار و خرابی از یک محیط اجتماعی استنباط می‌شود که اشخاص مستأصل در آن بافت، هیچ نظری به آن ندارند. در نتیجه، برآیند بیانی واکنش شرکت‌کنندگان تصویر، دغدغه و التهاب ناشی از یک رخداد مخاطره‌آمیز را می‌نماید.

در سطح معنای تعاملی، هیچ توجه و نگاهی از درون قاب تصویر به مخاطب تعاملی، دریافت نمی‌شود؛ تمام توجه و خیرگی نگاه افراد به هدفی خارج از قاب تصویر می‌باشد و به همین دلیل، ارتباط بیننده‌ی تصویر با آن بخش نیز قطع شده است. در فاصله‌ی اجتماعی میانه، زاویه‌ی نیم‌رخ شرکت‌کنندگان با خط سیر مایل از سویی به سوی دیگر، کنش‌گر اجتماعی را از بیننده جدا کرده و به نوعی گسستگی و انفصال را میان بیننده‌ی تصویر و عنصر فعال تصویر نشان می‌دهد. اما این خصوصیات بر آن است تا مشخصاً چیزی یا اتفاقی را درون قاب تصویر عرضه نماید و مواضع مشارکت‌کنندگان را مخابره کند. اینجاست که ابعاد اجتماعی معنا از طریق فراشد ارتباطی عناصر درون کادر، ظرفیت بیانی پیدا می‌کند و مخاطب پلان‌هایی را از اجزای تصویر برداشت می‌کند. در پلان اول و جلویی به نظر می‌آید شدت ویران‌سازی و برچیده شدن سازه‌ها فراتر از یک ریزش سطحی باشد (C)؛ در پلان دوم گویی شرکت‌کنندگان انسانی در محاصره‌ی آوار درآمده‌اند (D) و پلان سوم تداوم و تشدید ویرانگی را در عمق تصویر نشان می‌دهد (B). این عناصر بازنمودی مرحله به مرحله

بیننده‌ی تصویر را به عمق تصویر وارد می‌کند تا معنای کلی را در مجموعه‌ای به هم پیوسته ارائه دهد. در سطح معنای متنی، قرارگیری سوژه‌ی اصلی در مرکز تصویر باعث شده تا اطلاعات اصلی و مهم از وقایع، کانون توجه برای بینندگان تصویر باشد؛ در ادامه، ویرانی و خرابی در قالب برجسته‌ترین اطلاعات و داده‌های واقعی، به ترتیب در بالا و پائین کادر قرار گرفته‌اند که براساس آن اطلاعات شاخص و واقعیت رخداد درون تصویر را می‌توان نسبت داد و هیچ مطلوبیتی در ویژگی‌های متنی یافت نمی‌شود. همین‌طور فضای یکپارچه، بدون گسیختگی در فرم و رنگ، یک ارتباط مستقل درونی در کادر ایجاد کرده است. با توجه به نوع قاب بندی یا نوع ترکیب بندی و عدم گسیختگی میان کنش‌گر تصویر با محیط و عناصر پیرامونی‌اش، استقلال منحصر به فردی به منظور «برجسته سازی» این عنصر فعال دیده می‌شود که آن را تبدیل به یک سوژه تک محور و خاص نموده است (D).



تصویر ۶. عکس: خبرگزاری فرانسه، مکان: چیتاگونگ<sup>۳۹</sup>، بنگلادش. تصویر چپ از نگارندگان. تصویر راست: مأخذ (URL6)

در عکس شماره‌ی ۶، تصویر در سطح معنای باز نمودی، مؤلفه‌های کنشی - واکنشی و واکنش متقابل<sup>۴۰</sup> را دربردارد. مشارکت‌کنندگان و عمل اجتماعی باز نمایی شده مشمول: (۱) افراد نظامی حاضر در صحنه با لباس‌های نظامی (۲) گروه‌های مردمی با لباس‌های ساده و متغیر (۳) محل نزاع میان دو گروه مذکور که در خیابان شکل گرفته است. یک خط کنشی مورب از محور فوقانی تصویر (A) با کشمکش اشخاص نظامی به سمت پائین تصویر شکل گرفته و در پی آن واکنش دفاعی افراد با لباس شخصی منجر به خروج آنها از پائین کادر شده است؛ این روابط، مواضع قدرت نیروهای نظامی در مقابل موضع ضعیف که گروه مردمی باشند را مشخص می‌کند. با توجه به تعداد کنشگران مردمی با لباس‌های متغیر و تراکم افراد در قاب تصویر، به نظر می‌آید مسئله کلان اجتماعی مطرح باشد. کنش و واکنش میان دو گروه کاملاً متقابل است و هر دو جناح پاسخی به عکس‌العمل و درگیری‌های یکدیگر می‌دهند؛ بنابراین می‌توان نقش اجتماعی گروه‌ها و نتایج کنشی آنها را در یک قاب با هدفی درون یک کادر بسته، ملاحظه کرد.

در سطح معنای تعاملی، از آنجایی که نقطه دید به صورت عمودی، شرکت‌کنندگان را از بالا نشان می‌دهد، بیننده‌ی تصویر بر تمام جزئیات نیز سلطه دارد. درگیری نگاه افراد شرکت‌کننده، یک جهت مشخص دارد (C) که آن هم از نگاه گروه نظامی به گروه مردمی یا توده آغاز می‌شود و به نگاه گروه مردمی در خارج از کادر ختم می‌شود (B)؛ به نوعی کنش گذرا و ناگذرا توأمان وجود دارد و بیننده‌ی تصویر به ارزش و شأن گروه اجتماعی ضعیف که مدام در حال فرار و دفاع است نیز پی خواهد برد. در واقع درگیری و رخداد خبری، نوعی حکمرانی و استبداد را از سوی جناح نظامی می‌رساند و در مقابل حالات مستأصل لباس شخصی‌ها که از کادر خارج می‌شوند، مغلوب شدن آنها را حکایت می‌کند. دورنمای متوسط تصویر، وضعیتی از دوگانگی اجتماعی





جدول ۴. مؤلفه‌های سازنده عکس خبری و متغیرهای مستخرج از نمونه‌های پژوهش با بهره‌گیری از ابزار تحلیلی پژوهش. مأخذ: (نگارندگان)

شاخصه‌ها و متغیرهای مستخرج از نمونه‌ها به واسطه ابزار تحلیلی پژوهش			
تصاویر	در سطح معنای باز نمودی	در سطح معنای تعاملی	در سطح معنای متنی
	<p>فضای بصری، جنبش و حرکت را بازگو می‌کند؛ راهایی و نجات از حریق</p> <p>کنش ارتباطی و بصری مشتمل بر کنشی انتقالی و ناگذرا است؛ بویایی کنش گر به خارج از صحنه ناشی از وقوع آتش‌سوزی و به دنبال هدفی خارج از صحنه است.</p>	<p>ویژگی‌های ساختاری و بصری، عرضه‌کننده وقوع یک رخداد است؛ درصدد برقراری فاصله اجتماعی تأثیر گذار و متمایل به نزدیک جهت درک بهتر مخاطب از فضای صحنه</p> <p>اطلاعات مفهومی - بصری، ارتباطی به خارج از کادر را ایجاد کرده؛ گسستگی و انفصال میان بیننده تصویر و عنصر فعال تصویر</p>	<p>از تباطع عناصر بصری به صورت متصل، عدم گسیختگی میان کنش گر و عناصر پیرامونی را به وجود آورده؛ ایجاد کننده یک صحنه با سوره تک محور و مستقل و متمم کر</p> <p>نقاط فعال بصری در مرکز کادر انرژی بصری آزاد کرده است؛ سوره از سمت چپ به راست؛ از صحنه رویداد به نجات در آینده در حال حرکت است</p> <p>واقع‌نمایی بصری به واسطه رنگ گرم زیاده آتش و تبدیل شدن سوره به یک توده نسبتاً بزرگ و کنتراست رنگی شکل گرفته؛ نقش اساسی در برانگیختن توجه و پذیرش واقعیت را دارد.</p>
	<p>فضای بصری، حرکت و سکون را بازگو می‌کند؛ رخداد مخاطره‌آمیز در پس‌زمینه و غدغه و التهاب در پیش‌زمینه</p> <p>کنش و واکنش ارتباطی و بصری مشتمل بر کنش و واکنش ناگذرا است؛ کنش رویی از اتفاق پس‌زمینه (دود آتش) نشأت می‌گیرد و همچنین واکنش از رفتار ملتپ سوره منفرد آغاز می‌شود.</p>	<p>ویژگی‌های ساختاری و بصری به صورت تعاملی در پی برانگیختن حس مخاطب و مشارکت او است؛ درصدد برقراری فاصله اجتماعی نزدیک با مخاطب تصویر است.</p> <p>اطلاعات مفهومی - بصری، عواطف مخاطب را برمی‌انگیزاند؛ در پی مساعدت، همراهی و همدردی با مخاطبان تصویر است.</p>	<p>از تباطع عناصر بصری به صورت غیر متصل، دو محور اطلاعاتی را عرضه می‌کند؛ محور فوقانی با اثراتی از آتش‌سوزی، نشان دهنده برجستگی واقعی و قابل درک بودن است و محور تحتانی با توجه به قرار گیری فرد مشارکت کننده، نشان از آن دارد که او به واقعیت رخداد نزدیک است.</p> <p>نقاط فعال بصری حول محور مرکزی است؛ از فضای خالی پیرامون سوره فوت گرفته؛ انفصال و گسیختگی، بیان کننده هشدار و بحران برای فرد کنش گر (سوره اصلی)</p> <p>واقع‌نمایی بصری به واسطه جزئیات صحنه و اشباع رنگ در پس زمینه به دست آمده؛ زمینه پُر کنتراست و فضای خالی میانی، جایگاه برجسته و واقع‌نمایی شده را برای سوره اصلی زمینه ساز شده است.</p>
	<p>فضای بصری، به صورت پویا، مواجهه و دوگانگی را بازگو می‌کند؛ نوعی پیشروی هجومی و دفاع که نشان از درگیری و نزاع دارد</p> <p>کنش و واکنش ارتباطی و بصری مشتمل بر کنشی برداری (گذرا) و خصوصیات واکنشی گذرا است؛ بیان گر حریم شکنی و نفوذ که در پی آن ایستادگی و مقابله صورت گرفته است.</p>	<p>ویژگی‌های ساختاری و بصری، عرضه‌کننده درگیری نگاه شرکت‌کنندگان تصویر است؛ مخاطب را در جریان جنبش، تنش و مقابله میان دو جناح مخالف قرار می‌دهد</p> <p>اطلاعات مفهومی - بصری، حالت چهره و حرکات کنشی را با فاصله عمومی نشان می‌دهد؛ تقریباً بیننده بر شرکت‌کنندگان تصویر غلبه دارد</p>	<p>از تباطع عناصر بصری به صورت غیر متصل، دو محور عمودی اطلاعاتی را شامل می‌شود؛ سمت چپ موقعیت قابل درک است و سمت راست موقعیت مشکوک نسبت به شرکت‌کنندگان تصویر است.</p> <p>نقاط فعال بصری حفاصل محورهای دوسویه واقعه است؛ به واسطه آن، حریم - قلمرو و جایگاه اجتماعی هر جبهه مشخص می‌گردد</p> <p>واقع‌نمایی بصری به واسطه وضوح و پیش‌زمینه فعال و پُر تحرک به وجود آمده؛ تضاد در پوشش‌ها و تغییر اندازه عناصر شرکت‌کننده در دو یا چند محور گوناگون، برجستگی و تمایز را در شرکت‌کنندگان ایجاد کرده است.</p>
	<p>فضای بصری، سلسله ارتباطی را میان بردارهای جبهتی و حرکتی ایجاد کرده؛ اقدامی عملیاتی به جهت کمک‌رسانی</p> <p>کنش و واکنش ارتباطی و بصری مشتمل بر کنشی برداری (گذرا) و خصوصیات واکنشی گذرا است؛ خصوصیات واکنشی، خطوط برداری توجه مشارکت‌کنندگان است که زاویه نگاه افراد را در بر می‌گیرد و خصوصیات کنشی سبب شده تا سوره اصلی در مرکز توجه قرار گیرد.</p>	<p>ویژگی‌های ساختاری و بصری، در پی نزدیک کردن مخاطب به رویدادی خطیر و مهم است؛ درصدد برقراری فاصله اجتماعی میانه و نزدیک بین مخاطب تصویر و مشارکت‌کنندگان درون تصویر</p> <p>اطلاعات مفهومی - بصری، سبب شده تا مخاطب تصویر پلان‌بندی سلسله مراتبی از عناصر نشانه‌ای داشته باشد؛ تسهیل در امر درک معنا در قالب مجموعه عناصر نشانه‌ای به هم پیوسته</p>	<p>مناسبات عناصر بصری به صورت متصل، دو محور اطلاعاتی را ارتباطی می‌کند؛ در بخش مرکزی، اطلاعات اصلی رویداد قرار گرفته و محور تحتانی، بخش واقعی و عملیاتی تصویر را نشان می‌دهد.</p> <p>نقاط فعال بصری در مرکز تصویر است که با بخش‌های دور و نزدیک تصویر ارتباط معنادار برقرار کرده؛ در بردارنده ارزش اجتماعی و نیز عامل ارتباطی میان عناصر و بافت‌های وابسته است.</p> <p>واقع‌نمایی بصری به واسطه ثبت لحظه‌ای صحنه و پلان‌بندی حامل اطلاعات برجسته به دست آمده؛ ویژگی‌های متنی میان گر و طبیعی</p>
	<p>فضای بصری، سه پلان مختلف را بازگو می‌کند؛ وضعیتی از آوار و تخریب با شخصی مستأمل در آن که در عمق تصویر محصور شده اند</p> <p>کنش و واکنش ارتباطی و بصری مشتمل بر کنشی برداری (ناگذرا) و خصوصیات واکنشی ناگذرا است؛ حرکت خودرو به سمت و هدفی نامعلوم و واکنش شرکت‌کنندگان تصویر که نشان دهنده غدغه و التهاب ناشی از یک رخداد مخاطره‌آمیز است.</p>	<p>ویژگی‌های ساختاری و بصری، عرضه‌کننده اطلاعاتی مبنی بر جایگاه اجتماعی شرکت‌کنندگان است؛ درصدد برقراری فاصله اجتماعی میانه که کنش‌گران اجتماعی را از بیننده جدا کرده</p> <p>اطلاعات مفهومی - بصری، سبب شده تا مخاطب تصویر مواضع شرکت‌کنندگان را شناسایی کند؛ ایجاد حس همذات‌پنداری و نزدیک شدن به موقعیت اجتماعی کنش‌گران تصویر</p>	<p>روابط عناصر بصری به صورت متصل، سه محور اطلاعاتی را جهت می‌بخشد؛ محور فوقانی، اطلاعات شاخص و برجسته - محور مرکزی، اطلاعات اصلی رویداد - محور تحتانی، بخش واقعی رخداد است.</p> <p>نقاط فعال بصری در مرکز تصویر است که با احاطه شدن به وسیله دیگر عناصر، برجسته شده است؛ ایجاد تمرکز بصری و تأکید بر نقش اجتماعی شرکت‌کنندگان تصویر</p> <p>واقع‌نمایی بصری به واسطه پس زمینه و پیش‌زمینه متصل و پُر جزئیات شکل گرفته؛ بازنمایی شکلی طبیعی از رویداد در موقعیت آنی</p>
	<p>فضای بصری، تدافع دوجمهوری را بازگو می‌کند؛ فضای حاکم به نظر مطالبه‌گری و اعتراض می‌آید که منجر به درگیری شده است.</p> <p>کنش و واکنش متقابل ارتباطی و بصری مشتمل بر خصوصیات کنشی با روابط و خطوط فرضی گذرا، تقابل دو سویه را تشکیل داده؛ کنش شرکت‌کنندگان منجر به پیشروی یک گروه و نیز عقب‌نشینی و گریز گروه دیگر شده است.</p>	<p>ویژگی‌های ساختاری و بصری، عرضه‌کننده عناصر اطلاعاتی خیر از یک رویداد است؛ درصدد برقراری فاصله اجتماعی عمومی بین مخاطب تصویر و مشارکت‌کنندگان درون تصویر</p> <p>اطلاعات مفهومی - بصری، سبب شده تا مخاطب تصویر از نمای بالا، حرکت‌های انتقالی را از لبه‌های کادر در بخش فوقانی دنبال کند و به بخش تحتانی کادر برسد؛ بیننده تصویر بر شرکت‌کنندگان غلبه دارد</p>	<p>از تباطع عناصر بصری به صورت متصل، سه محور اطلاعاتی را منعکس می‌کند؛ محور فوقانی، موضع برتر - بخش مرکزی اطلاعات اصلی و برجسته - محور تحتانی، موقعیت اقدام‌کننده</p> <p>نقاط فعال بصری در مرکز تصویر است که با ایجاد حریم و فاصله، نسبت به دیگر عناصر، توجه برانگیز شده؛ ایجاد تمایز و برجسته بودن سوره و همین‌طور اهمیت رخداد</p> <p>واقع‌نمایی بصری به واسطه عدم انتزاع و اغراق، رسمیت و جدیت را می‌نماید؛ روایت واقع‌گرایانه از صحنه</p>
	<p>پُر آیند تمامی نمونه‌ها با توجه به معنای باز نمودی</p> <p>به‌نوعی رویداد و صحنه را گزارش می‌کند</p> <p>ظرفیت خودبیان‌گری و خود روایت‌گری با زبان بصری گویا و همگانی را زمینه‌سازی می‌کند</p>	<p>پُر آیند تمامی نمونه‌ها با توجه به معنای تعاملی</p> <p>سازنده فضای ملموس و احساس برانگیز</p> <p>ساخت منابع مختلف نشانه‌ای از طریق عناصر آشنا و رمزگان را فراهم می‌کند</p>	<p>پُر آیند تمامی نمونه‌ها با توجه به معنای متنی</p> <p>شبکه‌ای از روابط معنای میان عناصر، اشیاء و افراد را ایجاد می‌کند</p> <p>ایجاد اثرات و محرک‌های حسی و توجه‌برانگیز</p> <p>ایجاد فرآیند نظام‌مند، هدفمند و بازگو کننده از واقعیت</p>



## نتیجه‌گیری

پرسش اصلی پژوهش آن است که وجه ارتباطی و معنایی در ساختار بصری و بیانی عکس‌های خبری مربوط به خبرگزاری فرانسه از منظر الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر چه ویژگی‌هایی دارد؟ و نتایج این شناخت از نظر کاربردی چه مواردی را شامل می‌شود؟ طی بررسی‌های انجام شده، جامعه هدف یعنی عکس‌های خبری خبرگزاری فرانسه، در زیرگونه‌های منتخب، در سطح معنای بازنمودی، دارای ماهیت بیانی روایی است؛ منشاء بیانی این ماهیت، کنش‌آنی و واکنش رفتاری و روایی مجموعه عناصر صحنه و سپس فراگرد ارتباطی عینی و ضمنی می‌باشد. این شبکه‌ی ارتباطی میان عناصر - افراد و اشیاء، ماهیت ارتباط محور عناصر بصری خبر را معلوم می‌کند. باتوجه به اینکه نمونه‌های پژوهش با اطلاعات بصری حامل - و رمزگان و مفاهیم بصری دارای تأثیر و تأثر آمیخته شده، بیننده نسبت به عکس‌های خبری، به نتیجه‌ی کلی از یک نمایش حادث شده می‌رسد؛ بنابراین ماهیت توصیفی در آن، از ارزش پائین‌تری برخوردار است. از این‌رو وجه روایت‌نگاری غالب است و نیز از برآیند آن می‌توان ماهیت ارتباطی و پیام‌رسان عکاسی خبری را استنتاج کرد.

همچنین در سطح معنای تعاملی، واکنش‌های آنی و در لحظه، تعیین‌کننده‌ی موقعیت و جایگاه اجتماعی عناصر و اجزای عکس خبری به‌شمار می‌رود؛ این موقعیت‌ها اغلب درصدد همراه کردن و همذات‌پنداری مخاطب تصویر با وضعیت حاکم در صحنه است و بیشتر در آن، کنش‌ها - واکنش‌های عملکردی و فرآیندهای روایی به‌عنوان نقطه عطف عکس خبری، مطرح بوده است. مثلاً، از نظر نمای تصویری، طوری انتخاب کادر صورت گرفته که بیننده خود را بخشی از ماجرا احساس کند. همچنین با موازی قراردادن زاویه دید و استفاده از نمای متوسط - هم فضای رویداد و صحنه گزارش شده و هم بستر برقراری فاصله اجتماعی نزدیک با سوژه‌ها فراهم گردیده است. درواقع، چگونگی تثبیت صحنه با زوایا و قاب بندی در نظر گرفته شده، می‌تواند موضع رویداد و عناصر درون قاب را برای مخاطب خبر مشخص کند و این مسئله با رسالت رسانه‌ای خبر، نیز همسو می‌باشد.

باید گفت نمونه‌های پژوهش در سطح معنای متنی، مشتمل بر عناصر پویا، نقاط فعال و اطلاعات اصلی و فرعی بوده که اثرات و محرک‌های حسی و توجه برانگیز را برعهده دارد. در ادامه، مدالیت<sup>۴</sup> یا صدق‌نمایی طبیعت‌گرا در نمونه‌ها، از نظر تعامل با مخاطب، از اهمیت بالایی برخوردار بوده است؛ چراکه این خصیصه در قالب وجه‌نمایی، در پی جلب حداکثر میزان همدلی با مخاطب بوده تا ویژگی‌های بازگوکننده از واقعیت و متأثر کردن را تشدید کند و نیز احساس مخاطب را برانگیزد. افزون بر این، به‌موجب چگونگی استقرار عناصر، اشیاء، افراد و به‌طورکلی، پدیده‌های ملموس و غیرملموس شکل یافته و نمود پیدا کرده - بیننده‌ی عکس خبری، به درجه بندی عناصر تصویری خبر رهنمون می‌شود. هرچند که این اتفاق حاصل تفاعل ذهن و عین است، اما مضاف بر این، باتوجه به فضاسازی و بازنمایی کاملاً لحظه‌ای از رخداد، با تأثیرات رنگ، نور، کنتراست و اشباع، همراه با بخش‌ها و نقاط پیرامونی سوژه (پیش‌زمینه با عناصر محرک و پس‌زمینه محرک) - این بازنمایی، طبیعی و واقعی به نظر می‌رسد؛ بنابراین به باور و تفکر عینی مخاطب نیز نزدیک می‌شود.

شایان ذکر است که در این میان، این عکاس است که در ساخت معنا نقش دارد و روابط موجود را پیدا می‌کند و وجه معنایی و خبری آن را نمود می‌بخشد. چراکه محسوسات و پدیده‌ها باتوجه به ربط عمیقی که با عینیت موجود در محیط و طبیعت دارند، ارتباط منسجم برقرار می‌سازند و آنگاه نتیجه این ارتباط به فرایند ایجاد معنا در ذهن ما منجر می‌شود. به این ترتیب با علم به اینکه چنین فرآیندی در عکاسی خبری دخیل است، این مدیوم بیان‌گرا با ارزش‌ها و پارامترهای قابل تبیین، بازتعریف می‌شود (رجوع به جدول ۴، ردیف برآیند نمونه‌ها باتوجه به الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر).

در جهت پیشنهاد پژوهش باید گفت، در پی بررسی وجوه مختلف عناصر ساختاری و بصری تصویر و واکاوی

آن نسبت به جنبه‌های مختلف ترکیب‌بندی، مُدالیت، زاویه دید، کادربندی و طیفی از حالت‌ها، به یک همبستگی و تعریف به خصوصی از پیوستگی نشانه‌ها می‌رسیم که به رهنمون استقرایی منتج می‌شود و وجود درکی سلسله‌مراتبی از عناصر تصویری خبر را حکایت می‌کند. به این ترتیب پژوهش حاضر برپایه‌ی فرآیندی کاربردی، عکاسان خبری را مخاطب قرار می‌دهد تا به آنها نتایج الگوواره‌ی پژوهش را به صورت راهبردی برای بدل شدن به موقعیت بالفعل پیشنهاد نماید. این پژوهش ظرفیت‌های بالقوه‌ای را به شیوه‌ی سلسله‌مراتبی جهت افزایش توانایی‌های ذهنی و عینی در رویارویی با عناصر ملموس و عوامل ناملموس صحنه‌ی خبری ارائه می‌دهد؛ تا اطلاعات بی‌شماری از رویدادهای خبری در قالب کدها، رمزگان و نشانه‌های بصری در چشم‌اندازی ارتباطی با ظرفیت‌های معنایی عاملان اجتماعی از دریچه‌ی دوربین عکاسی ارزشگذاری شود و در لحظه‌ای خاص، به روایت بپیوندد. این امر کمک می‌کند تا عکاسان خبری برای اقدامات عملیاتی خود به‌طور نظام‌مند و هدفمند مراتبی را قائل باشند تا ضمن گریز از سردرگمی، تعاملات مابین انسان‌ها و جهان پدیداری و تصویری را بشناسند و در قاب تصویر بگنجانند تا بدین طریق مجموعه‌ای از روابط با زبان تصویر برای مخاطبان‌اش حامل حس و خبری تأثیرگذار باشد.

### پی‌نوشت‌ها

1. Genre
2. Photojournalism/ News Photography
۳. متن صرفاً به نوشتار در حوزه‌ی نشانه‌های زبانی اطلاق نمی‌شود، بلکه نشانه‌شناسان هر اثری را در رسانه‌های گوناگون، «متن» تلقی می‌کنند. همچنین به مورد ملاحظه قرار گرفتن آن از لحاظ معنایی و تفسیر کردن، «خوانش» گفته می‌شود (یزدانی، ۱۳۹۶: ۵۶).
۴. مفهومی که در نشانه‌شناسی اجتماعی برای توصیف ابزاری به جهت فرآیند معناسازی استفاده می‌شود که می‌توان از آن برای برقراری ارتباط استفاده کرد. خواه از نظر فیزیولوژیکی تولید شوند، مانند دستگاه صوتی، ایجاد حالات چهره و حرکات یا از نظر فناوری مانند قلم، جوهر یا برنامه‌های رایانه‌ای و روش‌هایی که با آن می‌توان این منابع نشانه‌شناختی را سازماندهی کرد (Mohamed Elhamy, 2022:23).
5. Agence France-Presse (AFP)- (Founded: 1835)
6. Subgenres
7. Ideological
8. Iconography
9. Michael Halliday (1925-2018)
10. Gunther Kress (1940-2019)
11. Theo van Leeuwen (born 1947)
12. Charles Sanders Peirce
13. Indro Moerdisuroso
14. Visual Grammar
15. Kress
16. van Leeuwen
17. Visual social semiotics
18. Metafunction
19. Representation
20. Interactive
21. Compounded
22. Context
23. Layout

۲۴. Image-Maker: شخص یا گروهی که تصویر را ایجاد می‌کند.

۲۵. Image-Viewers: شخص یا جامعه‌ای که از تصویر استفاده می‌کنند.

26. Formulate
  27. Dialectical
  28. Spot news photojournalism
  29. General news photojournalism
  30. Feature photojournalism
  31. Sports photojournalism
  32. Portrait/personality photojournalism
  33. Illustration photojournalism
  34. photojournalism Picture story
  35. Ronaldo Schemidt
  36. Caracas
۳۷. کنش در اینجا حالتی دوجانبه دارد؛ به عبارتی مشمول فرآیندی است که دارای فرستنده‌ی پیام و گیرنده می‌باشد و دیگر ادامه نمی‌یابد.
38. Pedro Pardo
  39. Chittagong
۴۰. ارتباط ممکن است از جنس کنش باشد که حاصل جریان است. گاهی ممکن است به صورت چندجانبه یا فراگرد (پیام یا هر چیزی از فرستنده به گیرنده می‌رسد و گیرنده دوباره پیامی را در جواب فرستنده می‌فرستد) باشد که حاصل کنش متقابل است. اما چنانچه فراتر از فراگرد باشد، از جنس ارتباط تراکنشی است.
41. Modality

### فهرست منابع

- احسانی، مریم (۱۳۹۸). بررسی عکس‌های غیرجنگی دهه‌ی ۶۰ در مطبوعات ایران (مطالعه‌ی نمونه‌ای: مجله‌ی عکس و روزنامه‌ی کیهان؛ سال‌های ۶۷-۶۵). استاد راهنما: حامد طاهری‌کیا، پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته علوم انسانی، دانشگاه تحصیلات تکمیلی علوم پایه زنجان.
- اردکانی فرد، زهرا؛ رضوی‌زاده، سیدنورالدین (۱۴۰۰). زنان تأثیرگذار اینستاگرامی؛ زنانگی بازنمایی شده در صفحات زنان اینفلوئنسر ایرانی، زن در فرهنگ و هنر، دوره ۱۳، شماره ۱، ۶۵-۹۰.
- بیت، دیوید (۱۳۹۸). مفاهیم عکاسی: شرح واژه‌ها و اصطلاحات کلیدی تاریخ و نظریه‌ی عکاسی تا امروز. مترجم: محمدرضا رئیسی و مارال زیاری، چاپ دوم، تهران: انتشارات حرفه نویسنده.
- حسن پور اسلانی، محسن؛ صدیقی، بهرنگ (۱۳۹۲). مردانگی در قاب نشانه‌شناسی اجتماعی مردانگی در عکاسی مطبوعاتی دهه‌های ۵۰ و ۶۰ خورشیدی، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۱۴، شماره ۴، ۳۴-۳.
- شایسته، نوید (۱۳۹۸). تحلیل عکس‌های علی فریدونی از جنگ ایران و عراق بر اساس الگوی نشانه‌شناسی اجتماعی گونتر کرس و تئو ون لیوون. استاد راهنما: فرشاد عسگری‌کیا، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته عکاسی، دانشگاه هنر سوره.
- عمادالدین، علیرضا (۱۳۹۹). نشانه‌شناسی عکس خبری، فصلنامه علمی رسانه، دوره ۳۱، شماره ۱، ۹۸-۷۳.
- فرزین، علیرضا؛ خانیکی، هادی؛ فرقانی، مهدی (۱۴۰۰). عکاسی خبری در بستر شبکه‌های اجتماعی: نظریه ارزش‌نمایی بنیامین و ریزوماتیک دلوز، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ۱۷، شماره ۶۲، ۲۵-۱۱.
- کرس، گونتر؛ ون لیوون، تئو (۱۳۹۸). خوانش تصاویر: دستور طراحی بصری. ترجمه‌ی سجاد کبگانی، چاپ دوم، تهران: هنرنو.
- مهدی‌زاده، علیرضا (۱۴۰۰ الف). بررسی ویژگی‌های عکس مستند هنری، نشریه جلوه هنر (علمی-ترویجی)، تابستان ۱۴۰۰، شماره ۳۱، ۸۷-۷۲.
- مهدی‌زاده، علیرضا (۱۴۰۰ ب). تحلیل کارکردهای زبانی عکس‌های خبری، فصلنامه علمی رسانه، دوره ۳۲، شماره ۱، ۱۷۲-۱۵۱.
- یزدانی، علیرضا (۱۳۹۶). درآمدی بر نشانه‌شناسی گرافیک معاصر ایران. تهران: نشر نظر.
- Bezemer, J. & C. Jewitt (2009). *Social Semiotics*. In: Handbook of Pragmatics: 2009 Installment. Jan-Ola Östman, Jef Verschueren and Eline Versluys (eds). Amsterdam: John Benjamins.
- Domingo, Myrrh et al. (2014). *Multimodal social semiotics: Writing in online contexts*. In: The Routledge Handbook of Contemporary Literary Studies. Routledge, London.
- Ehab Fakhr Eldin, Nouran (2017). *Interpreting Visual Images : A Socio-Semiotic Approach to Facebook*

Images, *Journal of Scientific Research in Art*, 18(5), 1-62.

- Feng, Debing (2016). Book review, Photojournalism: A Social Semiotic Approach, *International Journal of Communication*, 10, 4506–4511.
- Ghasemi, Shima Sadat (2023). A Mini Review of Social Semiotic and Critical Visual Studies in Language-Related Fields of Study. *International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science*, 12(4), 268-281.
- Hodge, R. & G. Kress (1988). *Social Semiotics*. Polity Press, New York, USA.
- Jewitt, C. & Oyama, R. (1990) Visual Meaning: A Social Semiotic Approach. A Hand Book of Visual Analysis. In: Van Leeuwen, T. and Jewitt, C., Eds., *Sage Publications, London*, 134-136.
- Jewitt, C.; Bezemer, J.; O'Halloran, K. (2016). *Introducing Multimodality*. Routledge, London.
- Kędra, Joanna (2016). Enhancing visual literacy through interpretation of photo-genres: toward a genre typology of journalistic photographs. *Journal of Media Practice*, 17(1), 28-47.
- Kobre, Ken (2008). *Photojournalism: The Professionals' Approach*. 6th ed. Boston, MA: Focal Press.
- Kress, Gunther & Leeuwen, T. Van (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. second edition, New York: Routledge.
- Leeuwen, T. Van (2005). *Introducing Social Semiotics*. New York: Routledge.
- Lester, Paul Martin (1999). *Photojournalism: An Ethical Approach*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Matumoto, André de Oliveira & Gonçalves-Segundo, Paulo Roberto (2022). Towards a social-semiotic approach to visual analysis of two-dimensional games: a toolkit. *Texto Livre: Linguagem e Tecnologia*, 15, 1-18.
- Moerdisuroso, Indro (2017). Social Semiotics and Visual Grammar: A Contemporary Approach to Visual Text Research, *International Journal of Creative and Arts Studies*, 1(1), 80- 91.
- Mohamed Elhamy, Hassan (2022). *Social Semiotics for Social Media Visuals: A Framework for Analysis and Interpretation*. In: Handbook of Research on Advanced Research Methodologies for a Digital Society, IGI-global, Beijing, China.
- Newton, Julianne H. (1998). The burden of visual truth: The role of photojournalism in mediating reality. *Visual Communication Quarterly*, 5(4), 4–9.
- Seevinck, J. (2015). *Theories of Visual Communication: Week Five* [Lecture Notes]. Retrieved from [https://blackboard.qut.edu.au/bbcswebdav/pid-6470547-dt-content-rid\\_6822957\\_1/courses/DXB402\\_16se2/Semiotics2VSS%202016BB.pdf](https://blackboard.qut.edu.au/bbcswebdav/pid-6470547-dt-content-rid_6822957_1/courses/DXB402_16se2/Semiotics2VSS%202016BB.pdf)

## URLs:

- URL1. <https://www.theguardian.com/media/gallery/2018/apr/13/world-press-photo-contest-2018-the-winning-pictures> (Accessed: 2023/03/10)
- URL2. <https://www.bbc.com/news/in-pictures-50728680> (Accessed: 2023/03/02)
- URL3. <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2024/may/31/the-week-around-the-world-in-20-pictures> (Accessed: 2025/01/02)
- URL4. <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2024/apr/05/the-week-around-the-world-in-20-pictures> (Accessed: 2025/01/02)
- URL5. <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2024/sep/20/the-week-around-the-world-in-20-pictures> (Accessed: 2025/01/02)
- URL6. <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2024/nov/29/the-week-around-the-world-in-20-pictures> (Accessed: 2025/01/01)