سایه‌های متحرک

سینما مذهب

به‌مثابه‌ی فرآورده‌های فرهنگی

مارگارت ر. مایلز
ترجمه‌ی شاپور عظیمی

Moving Shadows:
Religion and Film
as Cultural products

سینمای امروزی به طرزی غریب در تصویری باستانی پیش‌بینی شده است. اسطوره‌ی غار افلاتون توصیف تقریباً دقیقی از سینما است. با گذراندن تصاویری از مقابل منبع نوری که پشت تماشاگرانی نشسته درتاریکی و جداازیکدیگر قرارگرفته، سایه‌های متحرک بر دیوار مقابل آن‌ها می‌افتد. افلاتون می‌نویسد:

> به انسان‌هایی بیندیش ساکن غاری زیرزمین که کل پهنه‌ی آن رو به سوی نور دارد. آن‌ها از کودکی در این غار بوده‌اند و غل و زنجیر بر پا و گردن دارند، به طوری که مجبورند بی‌حرکت بمانند و مستقیم چشم به مقابلشان بدوزند و حتی نمی‌توانند سرِ خود را به این سو و آن سو بگردانند. پشت بر آن‌ها آتشی تندَ می‌سوزد و نور تولید می‌کند و میان آتش و انسان‌های دست‌وپابسته راهرویی مرتفع هست که کناره‌اش پرده‌ای کوتاه آویخته شده؛ پرده‌ای مانند آن‌چه خیمه‌شب‌باز هنگام نمایش

عروسکی، خود را پشتش پنهان می‌کند. حال مجسم کن افرادی را که اشکالی در دست دارند و طوری پشت این پرده حرکت می‌کنند که تصویر آن‌ها روی پرده می‌افتد؛ تصویر انسان‌ها و حیوان‌هایی چوبی و سنگی و همه نوع اشیا دست‌ساز؛ و افراد حامل این اشکال گاهی سخن می‌گویند و گاهی نه.

گلوکوس گفت: «چه تصویر عجیبی و چه زندانیان غریبی!» سقراط گفت: «آن‌ها همچون مایند».

در اسطوره‌ی غار، به دشواری بررسی تصاویر سینمایی نیز اشاره شده است: «زندانیِ تنها زمانی آزاد می‌شود و قدم به میان روشنایی روز می‌گذارد که «مجبور به این کار باشد»: «وقتی بند از پایِ یکی از آن‌ها برمی‌دارند و مجبورش می‌کنند بایستد، سر بچرخاند، به راه بیفتد و به سوی نور نگاه کند، زندانی رهاشده از این اَعمال رنج بسیار می‌کشد و نور آن‌قدر چشمش را می‌زند که نمی‌تواند اشیائی را که تا آن زمان تنها سایه‌شان را دیده تشخیص دهد».[1]

این اسطوره نیز، همچون همه‌ی قیاس‌ها، فقط استعاره‌ی ناقصی است برای اشاره به تفاوت فیلم‌دیدن برای سرگرمی و فیلم‌دیدن برای بررسیِ نقادانه‌ی آن. درواقع، فقط به شکلی استعاری می‌توان تماشاگران را این‌طور توصیف کرد که به صندلی‌شان زنجیر شده و نمی‌دانند آن‌چه بر پرده می‌بینند واقعیت ندارد. حتی فهیم‌ترین ناقدان نیز بر خلاف زندانیِ اسطوره‌ی افلاتون در پایان، «مستقیماً به خورشید» چشم نمی‌دوزند. بااین همه، سازوکار و جلوه‌های سینما به طرزی غریب ـ و با فاصله‌ی تقریباً بیست وسه قرن ـ در اسطوره‌ی غار پیش‌بینی و توصیف شده است.

فیلم از همان بدو تولد با مذهب رابطه‌ای قوی برقرار کرد. عکس متحرک را کشیشی از کلیسای اسقفی پروتستان با نام هانیبَال گودْوین (Hannibal Goodwin) ابداع کرد و نخستین نمایش آن با عنوان **تعزیه‌ی اوبرامرگو** در سی‌ویک ژانویه‌ی ۱۸۹۸ بر پرده رفت.[2] این فیلم مستقیماً از تعزیه‌های قرون‌وسطایی الگوبرداری شده و حاوی سیزده تابلوی یک‌دقیقه‌ای از محاکمه و مرگ مسیح بود. یکی دیگر از فیلم‌های اولیه با عنوان **وسوسه‌ی سن آنتونی** (۱۹۰۲) با تصویر راهبی آغاز می‌شود که دست‌نوشته‌ای باستانی را می‌خواند. ناگهان زنی برهنه می‌بیند، اما تا به سویش می‌رود، زن تبدیل به اسکلت می‌شود! نخستین سالن سینما در ۱۹۱۳ در برادوی افتتاح شد و در ۱۹۱۶، ۲۱ هزار سالن نمایش سینما در ایالاتَ متحده وجود داشت.[3] در ۱۹۲۳، سسیل ب. دو میل فیلم ده فرمان را با هزینه‌ی باورنکردنی یک‌ونیم میلیون دلار ساخت.

رفته‌رفته توده‌ای از تماشاگران در آمریکا ظهور می‌کرد که برایشان مذهب و رؤیا و خیال‌پردازی در هم تنیده شده بود. تقارن مذهب و نمایش امر تازه‌ای نبود، و تصادفی نبود که نخستین داستان‌های سینمایی مذهبی بودند. فیلم از همان آغاز همچون نمایش مذهبیِ سده‌های پیش‌تر به عنوان ابزاری قدرتمند برای ایجاد و پرداختن به گرایش مذهبی نه فقط در فرد، بلکه در جامعه شناخته شد.

تاریخ «نمایش و سرگرمی» عمومی به هدف بزرگ‌تری نیز اشاره دارد.[4] مارتا نوسبام (Martha Nussbaum) انتظاراتِ تماشاگران نمایش یونان را چنین توصیف می‌کند:

> مردم برای این به دیدن تراژدی نمی‌رفتند تا توجه‌شان از زندگی روزمره منحرف شود یا در خیالات فروروند و مسائل نگران کننده‌ی زندگی خود را فراموش کنند. آن‌ها به دیدن تراژدی می‌رفتند تا در فرایند جمعیِ کاوش، تعمق و احساسات شرکت کنند و به نتایج شخصی و اجتماعیِ مهم برسند.[5]

نمی‌توان تعیین کرد که این هدف تمام تماشاگران یونانی بوده یا نه، اما این‌که نمایش را می‌شَد این‌قدر جدی گرفت نشان می‌دهد از سینما هم می‌توان چنین انتظاری را داشت. زیرا فیلم نیز همچون نمایش کلاسیک، نمایانگر طبقه و رفتار و علایق خاصِ شخصیت‌های خود است و غالباً کاوشی است در عواطفَ بشری.[6] به علاوه، فیلم‌های سینمایی شخصیت‌ها را در موقعیت‌ها و مخمصه‌هایی نشان می‌دهند که غالباً شباهت زیادی به زندگی خود ما دارند و آن گونه مسائل اجتماعی را پیش چشم ما می‌آورند که به هیچ شکل دیگری نمی‌توان آن‌ها را با این قدرت و تاثیر نشان داد.

همان‌طور که نوسبام به طرزی متقاعدکننده توصیف کرده است، در یونان باستان نظر غالب بر این بود که تئاتر یک مسئله‌ی اساسی را مطرح و بررسی می‌کند؛ این مسئله که «انسان‌ها چگونه باید زندگی کنند.»

> واکنش نشان‌دادن [به اجرای یک تراژدی] به معنای پذیرش و مشارکت در شیوه‌ای زندگی بود ـ شیوه‌ای از زندگی... که تا حد زیادی شامل تامل و تعمیق جمعی درباره‌ی مسائل اخلاقی و اجتماعی بود... واکنش مناسب به اجرای یک تراژدی هم مستلزم احساس بود و هم تفکر نقادانه؛ و این دو پیوندی نزدیک با یکدیگر داشتند.[۷]

به گمانم، پُر بی‌راه نیست اگر بگوییم فیلم‌های سینمایی نیز اگر نه آشکارا که تلویحاً به این مسئله می‌پردازند که انسان چگونه باید زندگی کند. شاید برخی ایراد بگیرند که تراژدی‌های یونانی به اعتبار آن‌که کشمکشی قهرمانانه و حماسی را به تصویر می‌کشند، بارها بیش از فیلم‌های عامه‌پسند ارزش تحلیل و نقد متفکرانه را دارند. به نظر من، این برداشت پیش از هر چیزی، از آن‌جا آمده که تراژدی‌های یونانی را هم جامعه‌ی یونانی و هم زنجیره‌ی بزرگی از متفکران و روشنفکران بزرگ از عهد باستان تاکنون جدی و در خور تعمق تلقی کرده‌اند. اما اگر داستان یک تراژدی یونانی را به اندازه‌ی طرح یک فیلم خلاصه کنیم، آن‌گاه به دشواری می‌توان عمق و محتوایی در آن دید. برای مثال، تراژدی **مده**[۱] داستان زنی است که همسرش را زنی جوان‌تر اغوا می‌کند و او برای انتقام فرزندانش را می‌کشد. در پایان، ارابه‌ای از آسمان فرود می‌آید و او را با خود می‌برد. درواقع، اگر توجه ما تنها معطوف به واکنش در نمایش تراژدی یونانی باشد، این تراژدی بیش از این دو سه خط چیزی ندارد.

از سوی دیگر، فیلم‌های عامه‌پسند به پرسش «چگونه باید زندگی کنیم؟» پاسخ‌هایی گوناگون می‌دهند که برخی از آن‌ها خیلی شبهه‌انگیز و برخی دیگر بسیار عمیق و پرمحتواست. آیا رفتاری که در فیلمی با زرق‌وبرق تمام به نمایش درمی‌آید، پاسخی (تلویحی) به این پرسش نیست؟ احتمالاً تماشاگران یونانی بیش از سینماروهای اواخر قرن بیستم این پرسش جدّی را در لایه‌های درونی نمایش تشخیص می‌دادند. اما مطمئناً فیلم‌های عامه‌پسند ـ از **شاهد تا بیگانه‌ی ۳**ـ نیز به شیوه‌های گوناگون در پی پاسخ به این پرسش‌اند.

بنابراین، به آسانی نمی‌توان فیلم‌های عامه‌پسند امروزی و نمایش یونانی را بر اساس محتوایشان از یکدیگر متمایز ساخت. اما نظر نوسبام بر این است که تماشاگران یونانی با **انتظار و توقع** به تئاتر می‌رفتند که با شخصیت‌ها همذات‌پنداری کنند و پاسخ نمایشنامه را به این پرسش «که باید چگونه زندگی کنیم» بسنجند. به همین ترتیب، یکی از بزرگ‌ترین لذت‌های سینما برای تماشاگران امروزی تفکر و بحث درباره‌ی فیلمی است که دیده‌اند. اگر تئاتر برای یونانیان عهد باستان وسیله‌ی تفریح و سرگرمی نبود، سینما هم برای بسیاری از آمریکایی‌ها سرگرمی «صرف» ـ خالی از اندیشه ـ نیست.

توصیف نوسبام از تماشاگران یونانی یاری‌مان می‌کند آن تماشاگران قرن بیستمی را درک کنیم که دوست دارند درباره‌ی فیلم‌های عامه‌پسند عمیقاً فکر و گفت‌وگو کنند. اما تماشاگرانی که از بحث جدّی درباره‌ی فیلم‌ها لذت می‌برند، تنها کسانی نیستند که برای یافتن شیوه‌ی درست زندگی و ارزش‌های آن، فیلم می‌بینند. آن‌ها جزء عده‌ی معدودی هستند که آگاهانه این کار را می‌کنند و نه فقط فیلم را **خوب می‌گیرند**، بلکه تصویری را که از زندگی در فیلم ارائه می‌شود، نقادانه ارزیابی می‌کنند. تماشاگر تنها در صورتی می‌تواند تصمیم بگیرد که ارزش‌های موجود در فیلمی را بپذیرد، رد کند، یا به کار بندد که پرسش مربوط به شیوه‌ی درست زندگی را هنگام تماشا و تفکر درباره‌ی فیلم آگاهانه مد نظر داشته باشد. در غیر این صورت، فقط تصویر روی تصویر و پاسخ روی پاسخ تلنبار می‌شود، بی‌آن که تماشاگر بتواند از میان پاسخ‌های بالقوه به پرسش «باید چگونه زندگی کنیم»، یکی را انتخاب کند.

البته تماشاگران یونانی پنج قرن پیش از میلاد و آمریکایی‌های قرن بیستمی با یکدیگر تفاوت‌هایی اساسی دارند که دو تای آن‌ها بسیار آموزنده است. نخست این‌که یک جنبه‌ی مهم تراژدی یونانی زمان و مکان آن بود. درواقع، تئاتر باستان «در خلال جشنواره‌ای اجتماعی ـ مذهبی» برگزار می‌شد که آرایه‌های آن تماشاگران را از این مسئله آگاه می‌کرد که ارزش‌های جامعه‌شان بررسی می‌شود و انتقال می‌یابد.[۸] اما

تماشاگران امروزی نشانه‌ای نمی‌بینند که دال بر آن باشد که فیلمی که می‌بینند مربوط است به پرسش‌هایی مهم درباره‌ی شیوه‌ی زندگی‌شان.

دوم این که آمریکایی‌های قرن بیستمی سینمارفتن را فعالیتی اجتماعی یا اشتراکی نمی‌دانند. در سالن تاریک سینما، هر فرد به طرزی مؤثر از دیگران جدا و دور می‌شود. در کنار یکدیگر می‌نشینیم، اما نمی‌توانیم تماس چشمی داشته باشیم یا در طول نمایش فیلم با همدیگر حرف بزنیم. درمقابل، تماشاگران عهد باستان «در روشنایی روز می‌نشستند و در آن سوی صحنه و ارکستر، چهره‌ی همشهریانشان را می‌دیدند».[9] آن‌ها در آن واحد، کنش روی صحنه را می‌دیدند، غلیان احساسات و عواطف را در خود حس می‌کردند و واکنش همشهریان خود را هم مشاهده می‌کردند.

واضح است که سینماروهای قرن بیستمی از آن موقعیت مذهبی و اشتراکی که عمق و جدیت نمایش را به تماشاگران یونانی القا می‌کرد، بی‌بهره‌اند. آیا ما که هم دوست داریم سرگرم شویم و هم درباره‌ی پرسش «چگونه باید زندگی کنیم؟» بیندیشیم می‌توانیم از فیلم‌های امروزی اطلاعاتی درباره‌ی زندگی خود کسب کنیم؟ به گمان من می‌توانیم. آیا می‌توانیم پرسش مورد نظر را هم مربوط به خیر عام بدانیم و هم مربوط به رشد و شکوفایی فردی؟ به گمان من باید این‌طور باشد. دریافت‌ها و برداشت‌های ذهنی و فردی تماشاگران هنگام نقد و بحث جمعی درباره‌ی فیلم‌ها دگرگون و متحول می‌شود. همان‌طور که سقراط برای کاوش در ابعاد مختلف و معانی ضمنی رای و نظر دیگران نیاز به مخاطب ـ دوست ـ داشت، سینماروها نیز نیاز به دوستانی دارند تا با آن‌ها درباره‌ی معانی چندگانه‌ی فیلم‌ها بحث و جدل کنند. تماشاگران امروزی حتی پیش از تاویل و تفسیر فیلم نیاز به کسی دارند تا به کمکش فیلم را بازسازی کنند، یعنی جزئیاتی را که فراموش کرده‌اند، آهنگ صدای شخصیت‌ها، زاویه‌ی دوربین، طرز قرارگرفتن بازیگران، لبه‌ی صدا، قاب‌بندی و حالات چهره‌ی شخصیت‌ها را به یاد آورند. برای به‌یادآوردن مسائل و دل‌مشغولی‌های جامعه در زمان تولید و پخش فیلم و مناسبت فیلم با آن‌ها نیز نیاز به مخاطب است.

بحث درباره‌ی فیلم‌ها از جنبه‌ی دیگری نیز ارزشمند است: جبران نقاط کوری که هر کس به ناگزیر دارد. اغلب آمریکایی‌ها تمام عمر با دقت و توجه فیلم می‌بینند، و هریک انبانی از اطلاعات و تداعی‌های سینمایی دارند که خاص خودشان است و دیگری ندارد. به بیان دیگر، اگرچه هر کس هنگام فیلم‌دیدن آمادگی کامل و اطلاعات فراوان دارد، کسی را نمی‌توان یافت که بر این آثار سینمایی بی‌شمار «نظارت کامل» یا «تفوق و احاطه» داشته باشد.

از این گذشته، ما درعین حال که اطلاعات شخصی وسیعی درباره‌ی فیلم‌های سینمایی داریم، خوب هم تربیت شده‌ایم که به قواعد سینمایی به شکلی قابل پیش‌بینی واکنش نشان دهیم. بحث جدّی درباره‌ی فیلم به ما کمک می‌کند این واکنش‌های قالبی و قابل‌پیش‌بینی را به چالش بطلبیم و حتی تغییر دهیم. وقتی فرد یاد می‌گیرد راهبردهای سینمایی برانگیزاننده ـ یا دست‌کم خطدهنده به ـ این واکنش‌ها را زیر سؤال ببرد و بازبینی کند، آن‌گاه لذت تماشای فیلم به شکلی ظریف دوچندان می‌شود و فیلم‌دیدن از حالت منفعل، شکلی فعال و نقادانه به خود می‌گیرد.

بنابراین، برداشت‌های تماشاگر از فیلم‌ها در آن واحد هم محصول آموخته‌ها و تجارب او در زندگی است و هم پیامد قواعد سینمایی و عادات او در فیلم‌دیدن. این نکته به این معنا نیست که احساس پرشوری را که فیلم در فرد برمی‌انگیزد، باید کنار گذاشت یا دست‌کم گرفت. برعکس، این احساس پرشور را باید نقطه‌ی آغاز کاوش و شناخت آن راهبردهای سینمایی دانست که باعث آن شده‌اند. توجه جدّی به فیلم دو هدف دارد: اول این‌که توانایی تحلیل فیلم قوه‌ی نقد و داوری فرد را بارور می‌کند؛ دوم این که فیلم‌ها بر ما آشکار می‌کنند هر جامعه چگونه خود را به خود نشان می‌دهد. جامعه با تحلیل مناسبت نمایش مضامین مکرر با برنامه‌ریزی‌های اجتماعی و نهادی خود، منافع و دل‌مشغولی‌های عمومی و ترس‌ها و آرمان‌های خود را می‌شناسد.

اگر فیلم را در وهله‌ی اول نه «وسیله‌ی سرگرمی»، بلکه عامل انتقادی نقش‌ها، انتظارات، ارزش‌ها و ساخت جامعه بدانیم، نقش لذت چه خواهد بود؟ لورا مالوی در مقاله‌ای با عنوان «لذت بصری و سینمای روایی» که در ۱۹۷۵

منتشر شد، این حکم خارق عادت را صادر کرده که برای به چالش طلبیدن «بنیان فیلم‌های جریان غالب»، پیش از هر چیز باید لذت حاصل از تماشای فیلم را «تخریب کرد».[10] این حکم، به نظر من، برای درک مذهب و ارزش‌های انسانی در فیلم‌های عامه‌پسند بسیار مسئله ساز است. درواقع، به زبان غیرمذهبی، این حکم یادآور عدم اعتماد و پرهیز مسیحیان قدیم از لذت است و ما را به ریاضت بصری فرامی‌خواند و بر این پیش‌فرض استوار است که انسان تنها در غیاب لذت، قادر به آموختن است.

اما من با دید دیگری به قضیه نگاه می‌کنم. برای تحلیل فیلم، مجبور نیستیم لذت بصری را انکار یا تخریب کنیم؛ تنها باید لذت را از ابزارهای اولیه‌ی تاویل و تفسیر به شمار آوریم. مطمئناً باید ادعای تلویحی هر فیلم برای سرگرم کردن یا بازنمایی واقعیت را بررسی کرد. اما این فرض که تنها کارکرد لذت بصری اغوا و ترغیب تماشاگران به پذیرش بی‌چون‌وچرای ارزش‌های مطرح در فیلم است، تجربه‌ی تماشاگران را مخدوش می‌کند و انگیزه‌ی اولیه برای تحلیل فیلم را از بین می‌برد. درواقع، لذت بصری نقطه‌ی آغاز تحلیل فیلم است، چرا که فیلم به واسطه‌ی لذت بصری است که ارزش‌های مورد نظر خود را انتقال می‌دهد. رولان بارت در جایی خاطرنشان کرده است که فرد در همان لحظه‌ای پیام فرهنگی را «می‌گیرد» که به لذت می‌رسد.

لذت تماشای فیلم را به جای ازبین بردن، باید بررسی و بازبینی کرد. لذت را به دو طریق می‌توان بررسی کرد: ۱) شناسایی راهبردها یا تمهیدات سینمایی مولّد لذت ؛ ۲) با درپیش گرفتن شیوه‌ای نقادانه، یا توانایی شناختن پیش‌فرض‌ها و ارزش‌هایی که شالوده‌ی واکنش‌های فرد به فیلم را تشکیل می‌دهند؛ زیرا فیلم به تنهایی در بردارنده‌ی معنای خود نیست؛ تماشاگر و فیلم به اتفاق معنای فیلم را خلق می‌کنند.

اما این نکته به آن معنا نیست که هر فیلمی می‌تواند بی‌نهایت تاویل و تفسیر داشته باشد. در فیلم‌ها، مطمئناً تلاش می‌شود تماشاگران آن‌چه را که کارگردان می‌خواهد، ببینند. ابزار اولیه‌ی سینما برای انتقال معنا قواعد سینمایی است، همان تعامل سبک‌زده و تکرارشونده‌ی بازیگران که تماشاگران از رهگذر دیدن فیلم‌های بسیار در ژانر مربوط به آن آشنایی کامل دارند[...] این جا تنها یک نمونه کفایت می‌کند: در فیلم‌های سینمایی رُمانتیک و ملودرام، ما انتظار پایان و جمع‌بندی را داریم و بنا بر قواعد هالیوود، ممکن است حتی انتظار «پایان خوش» را داشته باشیم که معمولاً همان رسیدن زن و مرد به یکدیگر است. هنگامی که چنین پایانی از ما دریغ شود، ممکن است با احساس نارضایتی از سالن سینما بیرون بیاییم.

فیلم‌سازان خارج از حیطه‌ی جریان غالب سینما غالباً قواعد سینمایی را واژگون یا رد می‌کنند تا آن‌ها را به رخ ما بکشند و فاش کنند. برای مثال، در پایان فیلم **صحنه‌های سرد زمستان** از جون میکلین سیلور، زن و شوهر از یکدیگر جدا می‌شوند که این باعث گلایه‌ی برخی از تماشاگران شد که فیلم پایان ندارد. فیلم پایان داشت و حتی با توجه به موقعیتی که در فیلم تصویر می‌شود، پایان آن خوش بود؛ اما به دلیل انتظار تماشاگران که فقط وقتی زوج به هم می‌رسند فیلم پایان خوش دارد، این فیلم ناتمام به نظر می‌رسید. در فیلم **دوست دخترها** اثر کلودیا ویل نیز این قاعده‌ی سینمایی که «ازدواج برابر است با پایان خوش»، دگرگون می‌شود. در این فیلم، ازدواج یک زن باعث وقفه در کار و جلوگیری از رشد شخصیتش می‌شود و بر رابطه‌اش با یک دوست زن تاثیر منفی می‌گذارد. اغلب ناخشنودی تماشاگران نخستین نشانه‌ی این است که یک قاعده‌ی سینمایی مختل شده است.

پس به طور خلاصه، جدی گرفتن فیلم به معنای آن نیست که تحلیل جایگزین لذت و سرگرمی شود. برعکس، باید لذت (و عدم لذت) را جدّی گرفت، بررسی کرد و راهبردهایی را که باعث آن‌ها می‌شود، شناسایی نمود.

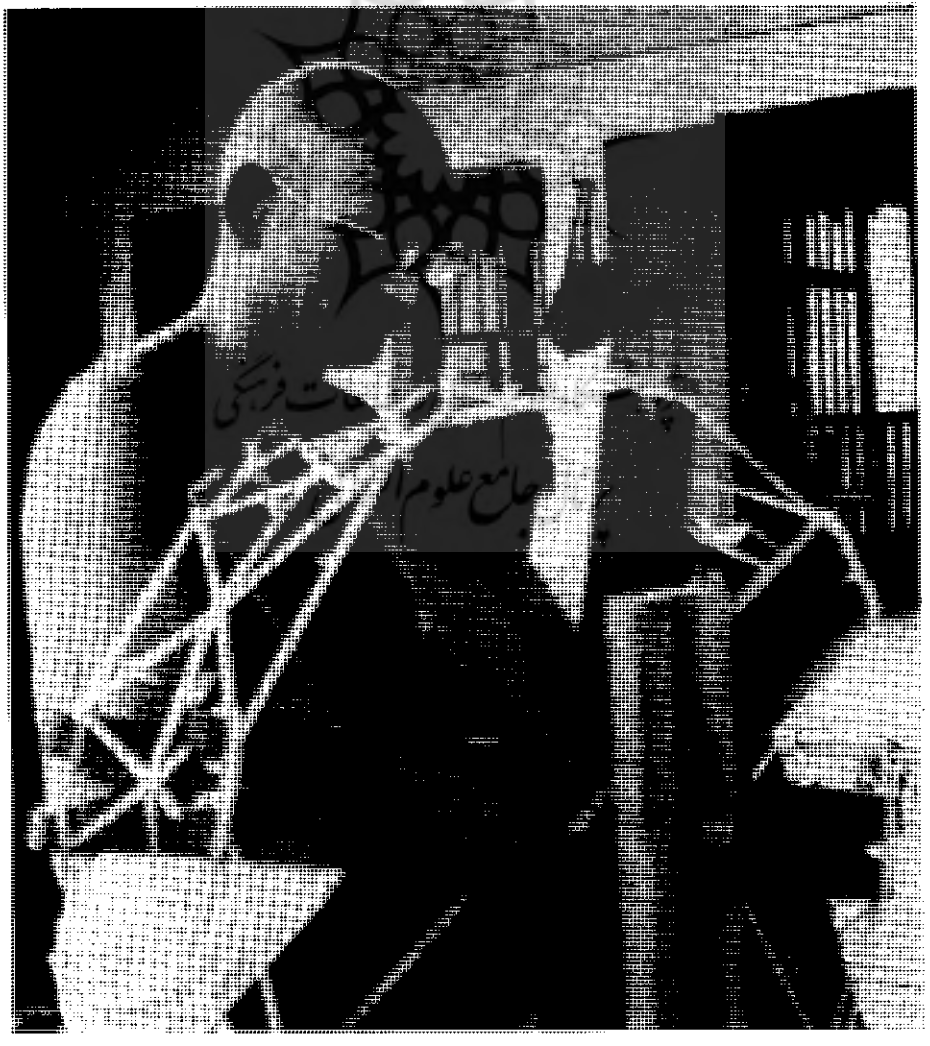
بااین حال، مقاومت در برابر ارزش‌هایی که فیلم‌ها تبلیغ می‌کنند و سرباززدن از بررسی تصویری که از مذهب و انگیزه‌ی مذهبی ارائه می‌کنند، امری رایج است. این گفته‌ی مارکس که «نقد مذهب شرط لازم همه نوع نقد است» باعث شک و بدبینی فراگیری نسبت به مذهب و اثرات آن شد[11] که در جبهه‌گیری هالیوود نسبت به مذهب نیز آشکار است. بدبینی و عدم اعتماد مارکس نسبت به مذهب را نظریه‌پردازان و ناقدان نیز به شکلی گسترده و غیرنقادانه پذیرفته‌اند.[12] در ادبیات دانشگاهی و ادبیات

عامه‌پسند، ایمان مذهبی غالباً به صورت امری کورکورانه و غیرعقلانی و مبتنی بر تمنایی احمقانه برای تعالی یا جاودانگی تصویر می‌شود[...][13] اشکال ظریف و نه‌چندان ظریف جبهه گیری هالیوود در فیلم‌ها را [می‌توان] با جزئیات بیش‌تر و به شکلی مشروح بررسی کرد[...][14]

از این گذشته، رسانه‌های خبری و اطلاعاتی غالباً میان تعهدات مذهبی مختلف تمایز قائل نمی‌شوند و همه‌ی اَشکال وابستگی مذهبی را خطری بالقوه یا بالفعل برای «بی طَرَفی» و آزادی جامعه می‌دانند.[15] توجه رسانه‌ها مَعمولاً به شکل بنیادگرایای مذهب معطوف است، شاید به این دلیل که این شکل -چه مسیحی، چه یهودی و چه اسلامی -باعث شدیدترین کنش‌های علنی در طرفداران خود می‌شود. مذهب آزاداندیشانه یا مذهبی که خود را به نقد می‌کشد، معمولاً از سوی رسانه‌ها، که واقعیت را برای بسیاری از آمریکایی‌ها تعریف و تعیین می‌کنند، نادیده گرفته می‌شود. اما باید توجه داشت که اَشکال مختلف مذهب دیدگاه‌های مشخص آشکاری نسبت به زندگی اجتماعی و خیر عام دارند.

رسانه‌ها غالباً مذهب را در قالب نهادهای ضعیف و معیوب، اسطوره‌های غیرمعتبر و مذهبی‌های فاسد و خطاکار نمایش می‌دهند. اما با این رویه، بخش اعظم مذهب نادیده گرفته می‌شود و راه کاوش در کارکرد ایمان مذهبی در زندگی و جوامع بشری بسته می‌شود. مذهب در مقام یک نهاد فرهنگی باید کار فرهنگی کند، به برنامه‌ریزی اجتماعی افراد کمک کند و راه‌های مناسب را برای بررسی

■ گاندی، ۱۹۸۲



زندگی افراد و جامعه‌ی مذهبی و دیگران نشان دهد. بررسی مذهب به مثابه‌ی فرآورده‌ای فرهنگی این پرسش را پیش می‌کشد که مذهب چگونه عمل می‌کند؟

فیلم‌ها نیز همچون مذهب جهت‌گیری و نگرش شخصیت‌های خود را نسبت به جهان توصیف و تعریف می‌کنند. آن‌ها این پرسش را پیش می‌کشند که «زندگی فلان شخصیت **چه نتیجه‌ای** دارد؟» و آیا ارزش‌های او و کسانی که با او زندگی می‌کنند، مناسب و کارآمد است؟ ارزش‌ها و روابط مشترک در فیلم و مذهب را می‌توان بخش‌هایی از یک بافت فرهنگیِ واحد دانست. اما برای روشن ساختن پیوند آن‌ها به برداشت مناسب‌تری از جهت‌گیری مذهبی و نقش مذهب در زندگی انسان نیازمندیم. من در قسمت دیگری از همین فصل برداشتی منقح از مذهب ارائه خواهم کرد.

از سوی دیگر، به دلیل ساخت اجتماعی و نهادیِ پژوهش‌های جَدی، پژوهشگران معمولاً در برابر جستن و بررسی مسائل جَدی در فیلم‌های عامه‌پسند مقاومت نشان می‌دهند. بنابر سنتی که از زمان ظهور غرب تاکنون به عنوان ماهیتی فرهنگی و فکری به حیات خود ادامه داده است، احساسات و عواطف قوی و شدید ابزار مناسبی برای آموزش و پرورش فکری به شمار نمی‌روند و فیلم‌های سینمایی هم درگیری عاطفی انسان‌ها را نشان می‌دهند و هم به آن دامن می‌زنند. سنت ضدتراژدی غرب، که افلاتون بنیانش گذاشت، همیشه خَرد و عقلانیت را معتبر دانسته و کاربرد عقل و منطق را بَه همراه احساس نکوهش کرده است. این سنت همواره از احساس واهمه داشته و خواسته است تا حد ممکن از حیطه‌ی تصمیم‌گیری‌های عمومی و خصوصی حذف شود. از دید طرفداران سنت ضدتراژدی، احساس و به‌ویژه احساساتَ عمیق و پرشور مشکوک و خطرناک است و بر فرد و جامعه به طور بالقوه اثر منفی دارد. اما سنت تراژدی که در نمایش یونانی به بهترین شکل آمده است، «تقویت عنصر رقت و عاطفه را در انسان»[۱۶] ارزشمند و مفید می‌داند.

از عصر روشنگری به این سو، سنت ضدتراژدی تلاش کرده آرمان بی‌طرفی در گفتمان همگانی را تثبیت کند و احساسات و عاطفه را به حوزه‌یَ شخصیِ سرگرمی براند.[۱۷] از این گذشته، حوزه‌ی عمومی سیاست و قانون و نهادها وابسته به مردان نشان داده شده است و احساسات و عواطف وابسته به زنان. و با توجه به سنت کهن تراژدی، واکنشی که تصاویر قدرتمند درام در انسان برمی‌انگیزد همان احساس عمیق و پرشورَ است.

فیلم نیز همچون تراژدی کهن، محملی جدی برای پژوهش و بررسی به شمار نرفته است، چرا که تصور می‌شود به جای خرد، احساس رقت و همدردی را در انسان برمی‌انگیزد. به همین ترتیب، ناقدان سینمایی نیز معمولاً هنگام بحث درباره‌ی برداشت‌های خود از یک فیلم بر دیدگاهی مشترک تکیه می‌کنند. بنابراین، در پژوهش جدی درباره‌ی فیلم‌های عامه‌پسند، پیش از هر چیز باید بی‌طرفی نسبی خود را ثابت کرد؛ شیوه‌ای برای تحلیل فیلم‌ها اختیار کرد که بی‌طرفی و غیبت در آن بالاترین میزان را دارد و از خوانش ذهنی و شخصی و امپرسونیستی[اثرپذیر] پرهیز کرد. اگرچه فکر نمی‌کنم احساس و عاطفه صلاحیت دخالت در تصمیم‌گیری‌ها و اعمال انسان را نداشته باشد، می‌پذیرم که در تفسیرهای ارزشی نباید به احساس مشترک فرضی متوسل شد، بلکه باید تلاش کرد زمینه‌ای قابل بحثَ و عینی برای نقد فیلم فراهم شود.

و سرانجام این‌که چون فیلم‌های عامه‌پسند برای پژوهش جَدی فاقد ارزش دانسته می‌شود، بررسی مقوله‌ی مذهب و ارزش‌ها در فیلم نیز نادرست شمرده می‌شود. در این مورد، دو ایراد مطرح می‌شود: یکی آن‌که از پژوهش درباره‌ی فیلم‌های عامه‌پسند درکی والا و ارزشمند عاید فرد نمی‌شود و دیگر آن‌که دقت پژوهش در فیلم‌ها لذت تماشای آن‌ها را از بین می‌برد.

بااین حال، این نکته را که تحلیل فیلم عامه‌پسند «حال آدم را می‌گیرد» و لذت تماشای آن را زایل می‌کند، نمی‌توان دست‌کم گرفت. این نکته دلالت بر نیاز انسان به لذت و اشتیاق به آسایش و سرگرمی دارد. باید توجه داشت که لذت سرگرمی با لذت تحلیل یکی نیست. هر کس که مدتی نقَد فیلم تدریس کَرده باشد، قوت و عمق عادتِ جاافتاده‌ی سرگرمی دانستن فیلم را تایید خواهد کرد. بنابراین، برای خوانندگان، تحمل بررسی فیلم‌های عامه‌پسند امروزی به مثابه‌ی انتقال‌دهنده‌ی دیدگاه‌ها و ارزش‌ها و پژوهش درباره‌ی لذت آسان نخواهد بود. اما از سوی دیگر، دلایل خوبی ـ مانند خودشناسی و درک

جامعه‌ی آمریکا ـ هم هست که می‌تواند افرادی را که از سرگرمی به‌واقع لذت می‌برند، وا دارد درباره‌ی آن‌چه بر پرده‌ی سینما می‌بینند عمیقاً بیندیشند.

نکته‌ی مهم[...]این است که مذهب اساساً باید بیانگر نوعی وابستگی و پیوند میان افراد، خانواده‌ها، گروه‌ها و جوامع و میان آن‌ها و دنیای طبیعی باشد. مذاهب همچنین تصویری از آن کل بزرگ‌تر را ارائه می‌کنند که همه‌ی موجودات زنده در چارچوب آن با یکدیگر پیوند می‌یابند. درک این پیوند و وابستگی، شالوده‌ی باورها و روایت‌ها و نهادهای مذهبی به شمار می‌رود. تعریف مذهب از این وجه به معنای آن است که روابط و اَعمال اعضای گروه‌های مذهبی و همین‌طور دیدگاه آن‌ها نسبت به افراد خارج از گروه، نیاز به بررسی دارد. بنابراین، درک نژاد، جنسیت، طبقه و جهت‌گیری جنسی افراد فرع بر دیدگاه‌های مذهبی نیست، بلکه به **عنوان شیوه‌ای عینی برای ابراز دیدگاه‌های مذهبی** در شناخت ارزش‌های مذهبی نقشی اساسی دارد. عطش روحی و درونی همان‌قدر که از ایمان و اعتقاد ناقص سرچشمه می‌گیرد، زاییده‌ی روابط فاقد برابری و نهادها و برنامه‌ریزی‌های اجتماعی ناعادلانه نیز هست.

اگر مذهب اساساً به روابط و شبکه‌ای از وابستگی‌ها مربوط است، پس باید به ارزش‌هایی هم که افراد بر اساس آن‌ها رابطه برقرار می‌کنند مربوط باشد. پذیرش این امر که گروه‌های مذهبی اساساً با تدوین و بررسی و کاربرد عملی **ارزش‌ها** سروکار دارند، به معنای صحنه گذاشتن بر یکی از کارکردهای همگانی مذهب، یعنی بررسی نقادانه‌ی ارزش‌های غیرمذهبی و یافتن بدیل برای آن‌ها نیز هست. در مسیحیت که از لحاظ تعداد پیروان در آمریکای شمالی مذهب غالب است، احساسات و دیدگاه‌های دوگانه‌ای نسبت به جامعه‌ی غیرمذهبی وجود دارد. مسیحیان لیبرال بدون دید انتقادی، حتی در زمانی که موقتاً از مسائل این فرهنگ دور می‌شوند، تا حد زیادی با جامعه‌ی غیردینی سازش می‌کنند. هیچ‌یک از این دو موضع رابطه‌ی نقادانه و مسئولانه با فرهنگ عامه را تشویق و تبلیغ نمی‌کند.

مذهب در فیلم‌های عامه‌پسند امروزی به‌ندرت نقش برجسته‌ای دارد و این بیانگر تصویر غیرمذهبی‌ای است که جامعه در ملاء عام از خود نشان می‌دهد. بااین حال، این ادعا که جامعه‌ی آمریکا اصلاً گرایش مذهبی ندارد، مبالغه است. این جامعه همچنین نخبه‌گراست و وضعیت آن از منطقه‌ای به منطقه‌ی دیگر فرق می‌کند. ممکن است این ادعا توصیف تقریباً دقیقی از ساحل غربی یا شرقی آمریکا باشد، اما در بخش وسیعی از نواحی میانی ایالات متحده هنوز هم یکشنبه‌ها صبح پیش از ساعت یازده در خیابان‌ها ترافیک سنگینی به راه می‌افتد.

آمریکایی‌ها ممکن است نسبت به مذهب احساسی دوگانه داشته باشند، اما به آن بی‌علاقه نیستند. تعداد مقاله‌هایی که در مطبوعات محلی و عامه‌پسند درباره‌ی تحلیل دیدگاه‌ها و اَعمال مذهبی به چاپ می‌رسد، نشان می‌دهد که مذهب مشغله‌ی ذهنی آمریکایی‌هاست. مجله‌ی **ریدرز دایجست (Reader's Digest)** که از لحاظ تیراژ و محبوبیت در ایالات متحده مقام دوم را دارد، در اواخر دهه‌ی ۱۹۸۰ مقاله‌ای با عنوان «ما چقدر مذهبی هستیم؟» چاپ کرد. ۴۸ درصد پاسخ‌دهندگان به این سؤال معتقد بودند «علاقه‌ی مردم ایالات متحده به مذهب روزبه‌روز افزایش می‌یابد.»[۱۸] این نکته به معنای افزایشی ۳۰۰ درصدی نسبت به یک نظرخواهی مربوط به ۱۹۷۰ بود. اگرچه به دشواری می‌توان دقیقاً مشخص کرد که علائم «مذهبی‌بودن» چیست، مناقشه‌ی دولت آمریکا در ۱۹۹۴ بر سر قانونی که نمازخواندن را در مدارس و ادارات دولتی مجاز می‌شمرد، نشان دهنده‌ی احیای توجه و علاقه‌ی مردم به مذهب بود. از این گذشته در ۱۹۸۶، ۱۱۰۰ ایستگاه رادیویی مذهبی، ۲۰۰ شبکه‌ی تلویزیونی مذهبی و ۴۱۰۰ فروشگاه کتاب‌های مذهبی در ایالات متحده دایر بود. تعداد اعضای کلیساها نیز وجود «علاقه‌ی روزافزون مردم» را تایید می‌کند. درست است که در مقابل افزایش اعضای کلیساهای بنیادگرا (۳۵ درصد) و کنیسه‌های اُرتدوکس (۱۰۰ درصد)، تعداد اعضای کلیساهای پروتستان و تعداد کاتولیک‌هایی که در مراسم عشای ربانی شرکت می‌کنند کاهش یافته است، اما در یک نظرخواهی عمومی، ۷۶ درصد از آمریکایی‌ها اعلام کردند سال قبل از آن در مراسم مذهبی شرکت کردند و ۹۵ درصد آن‌ها اظهار کردند به خدا یا روحی کیهانی ایمان دارند.[۱۹] درواقع، به‌رغم کاهش محبوبیتِ مذهب پروتستان، ظاهراً مذهب بار دیگر در

ایالات متحده رونق می گیرد.

فیلم های هالیوود در دهه ی گذشته بیانگر این فرضیه‌اند که آمریکایی ها آن قدر که ادعا می شود غیرمذهبی و سکولار نیستند. درست است که در فیلم های عامه پسند غالباً از مذهب با احترام یاد نمی شود، اما دست کم همیشه در آن ها حضور دارد. شکل پرداختن به مذهب در فیلم **بی پرده (هاردکور)** که در ۱۹۷۹ ساخته شد ـ و در گیشه شکست خورد ـ در فیلم های دهه ی ۱۹۸۰ تکرار شد. قهرمان فیلم که یک کشیش هلندی است، به دنبال دختر نوجوانش که ناپدید شده می گردد. او حدس می زند دخترش را یک گروه تهیه کننده ی فیلم های سکسی ربوده است و به همین دلیل از یک فاحشه ی نوجوان برای یافتن او کمک می خواهد. هنگامی که آن ها منتظر رسیدن اتوبوس اند، زن جوان برای گذراندن وقت از کشیش می خواهد اعتقادات مذهبی اش را برای او شرح دهد. مرد اصول کالوینیست ها[۲۰] را برای او برمی شمرد...: انحطاط کامل، رستگاری بدون شایستگی، کفاره ی محدود، لطف و رحمت فراوان و استقامت قدیسان. زن جوان که اصلاً درک نمی کند چطور سرنوشت ازلی فرد و رستگاری یا عذابش «پیش از آفرینش این دنیا» تعیین شده، با غم و اندوه می گوید: «من را بگو که فکر می کردم به من ترکمون زدن!» گه گاه نیز از مذهب برای نشان دادن اهمیت بیش تر مسائل «واقعی» مثل سکس و قدرت و مالکیت استفاده می شود. بعضی اوقات هم شخصیت های فیلم با شور بسیار و از روی بی فکری به ایمان مذهبی خود می چسبند و معمولاً باعث خسارات شخصی و اجتماعی می شوند.

[...] فیلم برخلاف نقاشی و نمایشنامه، شی ای بی زمان و ابدی نیست، بلکه در بستر شرایط تاریخی عینی تولید می شود و واکنش مخاطبان را برمی انگیزد. بنابراین، فیلم ها را نمی توان بدون ارجاع به آن آرمان ها و نگرانی هایی اجتماعی که باعث تولید و موفقیت یا عدم موفقیتشان در گیشه[۲۱] می شود، به درستی تحلیل کرد. اگرچه مقایسه ی فیلم های متعلق به دهه های مختلف خالی از فایده و جذابیت نیست، ولی باید بگویم این کار بدون یادآوری آن علائق و دل مشغولی هایی اجتماعی که باعث تولید فیلم ها شده است، به درستی انجام شدنی نیست [...] به گمانم، نخستین و مهم ترین خاستگاه یک فیلم، نه فیلم های پیش از آن، بلکه دنیای همگانی رخدادها و نهادها و لایه های چندگانه ی ارزش ها و رفتارهاست.

به دشواری می توان موفقیت فیلمی را در گیشه پیش بینی کرد.[۲۲] در این زمینه، دست اندرکاران اشتباه های جبران ناپذیری کرده اند. گه گاه فیلم های مستقل و کم هزینه فراتر از انتظار همگان به موفقیت دست یافته اند و فیلم هایی که ظاهراً چیزی کم نداشتند، ناموفق از آب در آمده اند. نظر من این است که فیلم هایی در گیشه به موفقیت دست می یابند که نگرانی های اجتماعی مهم جامعه را شناسایی می کند و راه حلی احتمالی برای آن ها ارائه می دهد. [...] در هیاهوی گفت وگوی توده ی مردم نقش داشته اند. کارگردان راه حل موقعیتی را تصور می کند و فیلم آن را به تصویر می کشد و از همین رهگذر تماشاگران به تصویری عینی تر از آن مسئله و روش مقابله با آن می رسند.[۲۳]

اگر واقعاً موفقیت یک فیلم در گیشه تا حدی زیادی به تصویر درست آن از موقعیت یا مسئله ای بستگی دارد که مردم را در آن زمان نگران و مشغول کرده است، پس فیلم هایی هم که همین چند سال قبل ساخته شده اند، به علاقه ی تماشاگران به مهارت بازیگران و کارگردان و عوامل فنی آن ها وابسته اند. به بیان دیگر، حتی فیلم هایی که قدری از عمرشان می گذرد ممکن است تماشاگران را کسل کنند، چرا که مسائلی را که بررسی می کنند همانی نیست که تماشاگران اکنون با آن ها روبه رویند.

[...] اگر منظور از «تفسیر» این باشد که مضمون یا مسئله ای خاص معنای واقعی فیلم است، من در پی آن نیستم که فیلم هایی خاص را تفسیر کنم. دیگر آن که در پی اثبات این نیستم که فیلم های عامه پسند امروزی به طورکلی مغرضانه و تبعیض آمیزند، اما نشان خواهم داد که نمایش کاریکاتوری از مذهب و اعمال اجتماعی و نهادی زیان بار است.

تاکید من بر تفسیر غیرمذهبی از مضامین مذهبی، همچون آن تجربه ی پیش از مرگ در فیلم **رستاخیز** یا صحنه ی جالب توجه رستاخیز غیردینی در پایان فیلم **همراه قدیمی** نیز نیست. دیگر آن که به شناسایی مضامین مذهبی ـ مثل بخشایش، رحمت و رستگاری ـ در فیلم های هالیوودی نیز علاقه ای ندارم. ممکن است فیلم ها به تماشاگران کمک کنند عملکرد این واقعیت ها را در زندگی

روزمره بشناسند، امّا غالباً نقش مایه های مذهبی در خود بیننده اند؛ یعنی شناسایی آن ها مستلزم دیدگاه و زبان الهی و کلامی است. بنابراین، خود را به غالب تماشاگران نشان نخواهند داد.

مروری گذرا بر فیلم های عامه پسند دهه ی ۱۹۸۰ و اوایل دهه ی ۱۹۹۰ چند الگوی کلی را در پرداخت مذهب در فیلم ها آشکار می کند:

۱- هیچ «فیلم ازمُدافتاده درباره ی تقدیس و تکریم مذهب» (مثل فیلم **بزرگ ترین داستانی که تاکنون نقل شده**) در گیشه موفق نشده است.[۲۴] بااین حال، چند فیلم درباره ی مذهب و رهبران دینی تهیه شده است مانند **آخرین وسوسه ی مسیح** که به گفته ی تام اُبرین (Tom Brien) (منتقد فیلم) «دوباره نشان داد می توان تابوی هالیوود... از دهه ی ۶۰ به این سو را کنار گذاشت و باز فیلمی جدی درباره ی مذهب ساخت».[۲۵] بر خلاف فیلم های قدیمی، فیلم های اخیر درباره ی مسیحیت تا حد زیادی سنت شکنانه اند: عیسی یا به شکل «مردی واقعی» تصویر می شود که اوهام و خیالات جنسی آزارش می دهد، یا به شکل شخصیتی رسانه ای (**عیسی مسیح فوق ستاره** که ابتدا در براوی و با موفقیت به روی صحنه رفت)، یا به شکل یک سیاه پوست آمریکایی شهرنشین امروزی (**برادری از سیاره ای دیگر**) و یا به شکل ناقد مصرف گرایی در جامعه ی سرمایه داری امروز (**مسیح مونترآل**). فیلم های مربوط به رهبران دینی که در گیشه هم به موفقیت نسبی دست یافتند، عبارت اند از **بر گزیده** که دو شکل از یهودیت را نشان می داد و **گاندی**.

۲- چندتایی از فیلم ها که جامعه را از دیدگاهی مذهبی نقد می کردند، در گیشه هم به موفقیت نسبی دست یافته اند (**رومرو، ارابه های آتشی، و پیاده روی طولانی تا خانه**).

۳- چند فیلم (مثل **روز بعد** که برای تلویزیون ساخته شد و **عهد**) مذهب را در برابر رنج بشری و هرج و مرج اجتماعی ناتوان و بی تاثیر نشان داده اند. کشیش فیلم **عهد** با لکنت می گوید: «ما پاسخ همه ی سؤالات را نمی دانیم... داریم سعی می کنیم پاسخ آن ها را بیابیم». در فیلم های هالیوودی، با منابع مذهبی موجود برای تصمیم گیری های اخلاقی نیز با شک و تردید برخورد می شود. در فیلم های عامه پسند، این طور نشان داده می شود که کم تر احتمال دارد انتخاب های اخلاقی افراد که بر جامعه تاثیر می گذارد انگیزه ای مذهبی داشته باشد. درواقع، در فیلم ها، این طور به نظر می رسد که تصمیمات اخلاقی مؤثر بر نهادها، سیاست ملی و جهانی و اقتصاد نیاز به خاستگاهی پیچیده تر از اصول سنتی مذهب دارد. جراح فیلم **کوما** می گوید: «بیمارستان ها مثل کلیساها هستند...[برای] یک ملت مریض که برای کمک گرفتن به ما رو می کنند.» بسیاری از فیلم های دهه ی اخیر به تلویح نشان می دهند مقامات مذهبی جای خود را به روان کاوان، درمانگران روان، سیاستمداران، وکیلان و تاجران داده اند.

۴- مذهب در فیلم های هالیوودی دهه ی ۱۹۸۰ مکرر به عنوان مسئله ای اجتماعی نشان داده شده است (**مسیح مونترآل، همه پرنده اند، داستان پیشخدمت، روز بعد، تب جنگل** و **سرخوشی**). شور و احساس مذهبی، هنگامی که به صورت رفتاری برانگیزاننده در می آمد، نوعاً متحجرانه و نسنجیده نشان داده می شد (**ردای سیاه، ماموریت، سرخوشی**).

۵- در اندکی از فیلم ها، شخصیت ها انگیزه ای مذهبی داشتند؛ اما فقط به استثنای یک مورد (**شاهد**،[۲۶] هیچ کدام آن ها در گیشه به موفقیت دست نیافتند (**سفر به بانتیفول، ضیافت بابت، Tender Mercies**).[۲۷] این فیلم ها معمولاً انگیزه ی مذهبی را امری فردی و شخصی نشان می دادند، نه گروهی (**رومرو، ارابه های آتش، رادی سیاه، ماموریت**). مذهب گروهی هم در صورت نمایش به شکل مذهب غالب نشان داده نمی شد (**پیاده روی طولانی تا خانه، بر گزیده**). شاید به این دلیل که گفتمان همگانی آمریکایی ها پُر است از اشارات و الفاظ مربوط به فردیت. آمریکایی های مذهبی فکر می کنند **فردی** مذهبی هستند، نه عضوی از جامعه ای مذهبی. اما همان طور که فرد اینگلیس گفته است: «ساختارهای بزرگ جامعه دائماً در وجود ما در حال فعالیت اند، و تنها راه رهایی ما از آن ها این است که آن ها را در حال فعالیت نشان دهیم».[۲۸]

۶- مذاهب دیگر از دیدگاه فرهنگ غالب مسیحی نمایش داده شده اند. **بدون دخترم هرگز**... نمونه ی بارز نمایش غیرمسئولانه ی مسلمانان در فیلم های عامه پسند است.

۷- فیلم هایی که آشکارا پیام می دادند، در گیشه شکست خورده اند. فیلم های «بسیار جدی» با دو استثنای **فهرست شیندلر**، **فیلادلفیا** با این که نقدهایی مثبت بر آن ها نوشته شده ـ حتی هزینه ی ساختشان را هم در نیاورده اند (**آخرین روزهای شِه نو**، **روغن لورنزو**، **زن خطرناک**، **فصل سفیدِ خشک**، **فریاد بزن آزادی**).

برخلاف برداشت بسیار منفی فیلم های عامه پسند از **مذهب**، این گونه فیلم ها بسیار به **ارزش ها** گرایش دارند؛ یعنی به آن «کالاهای مادی و نسبی و اجتماعی و سیاسی که فرد یا افراد آن ها را از اجزای اساسیِ "زندگی خوب" می شمارند».[۲۹] ارزش ها عبارت اند از دیدگاه ها، عقاید، پای بندی های نهادی و رفتارهای خاص جنسی و اجتماعی که مردم ضروری یا دست کم شایسته ی تلاش و فعالیت می دانند. ارزش ها همان چیزهایی است که افراد می خواهند در جامعه بدیهی فرض شود. به بیان دیگر، ارزش های دیگران را می توان مورد شک و تردید قرار داد و رد کرد ـ و اغلب چنین می شود ـ اما ارزش های خود ما ظاهراً از یک نوع درستی «آشکار» یا «طبیعی» برخوردارند. اما تجربه و بررسی تجربه ـ نمایش تجربیات ما و دیگران ـ مدام ارزش های اکتسابی را زیر سؤال می برد. ارزش ها دائماً توسط افراد و جوامع مبادله می شوند؛ برخی از آن ها به چالش طبیده می شوند و آن ها که دیگر مناسب به نظر نمی رسند کنار می روند و جای خود را به «کالاهایی» دیگر می دهند.

به طور خلاصه، برای درک ارزش های رایج در جامعه در هر زمان، فرهنگ رسانه ای ابزار مناسبی برای شروع است. کارگردان ها بارها این نکته را که فیلم ها ارزش ها را منتقل می کنند، انکار کرده اند. سام گلدوین گفته ای دارد که بارها نقل شده است: «هرکس دنبال پیام می گردد، به سینما نیاید؛ برود به وسترن یونیون (Western Union).» واضح است فیلم ها برای رسیدن به موفقیت باید تماشاگران را سرگرم کنند. اما این پژوهش بسیار مدیون اشاره ی مهم رولان بارت است که پیش تر هم نقل قول شد و آن این که فَرد پیام فرهنگی را درست در لحظه ای «می گیرد» که به لذت دست می یابد. درواقع، پیام فرهنگی در پوشش لذت ارائه می شود، بنابراین هر چه لذت بیش تر باشد، کم تر متوجه پیام می شویم.

قدری تامل و تفکر آشکار می کند که مشکلات زندگیِ اجتماعی در آمریکا محصول عمده ی فیلم های عامه پسند است. اگر فیلمی رفتاری بسیار رایج اما مسئله ساز برای جامعه را نشان دهد، حتی اگر آشکارا آن رفتار را زیر سؤال نبرد، باز هم بسیاری از مردم به دیدن آن علاقه نشان خواهند داد. تنها اندکی از فیلم های عامه پسند بی شمار که مستقیماً مسائل و تردیدهای زندگی معاصر را نشان می دهند، عبارت اند از: **تب جنگل** که به

مسئله‌ی مواد مخدر و فقر درون شهری و نژادپرستی می‌پردازد؛ **چیزی وحشی** که مسئله‌ی مواد مخدر و سکس نامطمئن و بی‌قانونی را بررسی می‌کند؛ **استار ترک ۴: سفر به خانه** که داستانش حول محور بحران زیست‌محیطی می‌چرخد؛ **قصر سفید** و **تلما و لوئیز** که به مسئله‌ی رانندگی در حال مستی و سکس نامطمئن می‌پردازند. نژادپرستی مسئله‌ی اصلی فیلم‌های **پیاده‌روی طولانی تا خانه، تب جنگل، کار درست را انجام بده** و **N the Hood Boyz** است. در غالب فیلم‌های عامه‌پسند از جمله **تلما و لوئیز** و **پیانو**، تبعیض جنسی به عنوان امری عادی ـ آزاردهنده، اما «همان‌طور که همه جا هست» ـ تصویر می‌شود.

[...] فیلم‌هایی که رفتارهای مسئله‌ساز را به تصویر می‌کشند، همیشه هم در خدمت ترویج و تشویق آن رفتارها نیستند. با توجه به بافت اجتماعی فیلم‌های خاص، می‌توان دقیقاً مشخص کرد که فیلم با نگاهی غیرانتقادی یک رفتار اجتماعیِ مخرب را به تصویر می‌کشد یا می‌خواهد هزینه‌های فردی و اجتماعی آن رفتار را آشکار کند و حتی بدیلی برای آن پیشنهاد کند.[۳۰] پیش‌تر نیز گفتم که مسئله‌ی مهم دیگری هم در میان است و آن استفاده‌ی تماشاگر از فیلم است که آن را فقط «سرگرمی» می‌داند یا ابزاری برای یافتن روش درست زندگی.

انتقاد از فیلم‌ها کار آسانی است، چرا که تعداد اندکی از آن‌ها بی‌عیب و نقص‌اند. اغلب آن‌ها به خوبی مسائل را مطرح می‌کنند و برخی دیگر به خوبی این کار را انجام نمی‌دهند. اقلیت‌های نژادی، قومی، مذهبی و یا جنسی جامعه‌ی آمریکا، که علایق و منافعشان چندین دهه با سوءبرداشت به تصویر کشیده شده، از هر تلاشی برای نمایش دقیق و دل‌سوزانه‌ای خود استقبال می‌کنند.[۳۱] فیلم‌هایی را که تلاش می‌کنند با صداقت و امانت مسئله‌ی افراد حاشیه‌ی جامعه و استضعاف آن‌ها را مطرح کنند، باید به خاطر شهامت سازندگانشان ستود.

افلاتون گفته است «من در طلب تصاویرم». ما هم همین‌طور. پیش از آن‌که یک شیوه‌ی زندگی را در ذهن مجسم کنیم، نمی‌توانیم آن را در پیش بگیریم، و انبان تخیّل پر است از تصویر. «به گمان من، فیلم‌های عامه‌پسند باید به مردم کمک کنند روابطی متنوع و جامعه‌ای سخاوتمند را مجسم کنند. تا وقتی قواعد سینمای هالیوود تمایلاتی محدود را تکرار می‌کند و مکرر نکات مطلوب و خیالی را به تصویر می‌کشد، فیلم‌های عامه‌پسند تخیّل جمعی را در تنگنا خواهد گذاشت و میزان ذخیره‌ی نمادهای جامعه را کاهش خواهد داد.

همان‌طور که ج. هیلیس میلر نیز اشاره کرده، در رویکرد پژوهش‌های فرهنگی فرض بر این است که فرآورده‌های فرهنگیِ یک زمان یا دوره‌ی معین «در تاریخ، زبان و ساختار طبقاتیِ خاص و شیوه‌های خاص تولید و توزیع و مصرف ریشه دارند».[۳۲] منتقد فرهنگی برخلاف منتقد فیلم فقط به بررسی فیلم به عنوان «متنی» مستقل بسنده نمی‌کند، بلکه در مقام مورخ جامعه‌ی معاصر، آن لحظه‌ی خاص فرهنگی را که فیلم در آن زاده شده است نیز بررسی می‌کند.[۳۳] برخلاف شیوه‌های رایج نقد فیلم که فیلم را فقط به مثابه‌ی متن بررسی می‌کنند ـ مانند شیوه‌های روان‌کاوانه، نشانه‌شناسانه، مارکسیستی، فمینیستی، [زن‌باورانه] نظریه‌ی مؤلف و یا نقد ژانرمحور ـ رویکرد پژوهش‌های فرهنگی، فیلم را به عنوان فرآورده‌ای اَشکال اجتماعی، جنسی، مذهبی، سیاسی و نهادی بررسی می‌کند.

ریچارد جانسون در مقاله‌ی مهم خود با عنوان «بالاخره پژوهش فرهنگی چیست؟» که در ۱۹۸۷ چاپ شد، یک شیوه‌ی تاریخیِ دقیق و کامل را برای بررسیِ جوامع معاصر تشریح کرده است.[۳۴] به گفته‌ی او، این رویکرد «چرخه‌ی زندگی» فیلم، از تولید و توزیع تا دریافت و خود فیلم، را بررسی می‌کند. «بررسی بافت فرهنگی نه برای این است که اثر دوباره در آن حل شود، بلکه برای آن است که تمایزات اثر با آثار دیگر شناسایی شود.»[۳۵]

نظریه‌پردازان فرهنگ در مورد تماشاگر نیز نظر متفاوتی دارند[...] در این جا، فقط اشاره می‌کنم که منتقدان فرهنگی مخاطبان فیلم را نه گیرنده‌های منفعل اطلاعات و ارزش‌ها، بلکه مفسر فعال فیلم می‌دانند. فرض این منتقدان بر این است که تماشاگران به واسطه‌ی افزودن جنبه‌های پیچیده‌ای به امر تماشای فیلم، نگاه‌های متفاوتی به فیلم‌ها دارند: موقعیت اجتماعی، نژاد، طبقه، گرایش جنسی، جنسیت، تحصیلات و سن تنها تعدادی از متغیرهای بالقوه‌ای‌اند که بر دیدگاه تماشاگران تاثیر می‌گذارند. از این گذشته، تماشاگران پیش از هر چیز، افرادی اجتماعی تلقی

می‌شوند تا افرادی مستقل. از همین روست که بافت اجتماعی و تاریخی تولید و توزیع و دریافت فیلم حائز اهمیت است. و سرانجام این‌که پژوهش‌های فرهنگی بیش‌تر درگیر فرهنگ عامه و مردمی است تا به اصطلاح هنرهای زیبا که نسبتاً مخاطبان کم‌تری دارند.[۳۶]

رویکرد پژوهش‌های فرهنگی به رسانه‌ها، پژوهشگران را به جست‌وجوی فراتر از «برداشت‌ها» و به سوی توصیف دقیق و مدلل «مکالمه»ی گسترده‌ی اجتماعی که فیلم تنها یک وجه آن است، فرامی‌خواند. نظریه‌پردازان فرهنگ رویکردهای دیگر به نقد فیلم، مانند رویکرد روان‌کارانه، مارکسیستی، مؤلف‌گرایانه یا زن‌باورانه، را رد نمی‌کنند، بلکه آن‌ها را مولد تصاویری روشنگر اما جانبدارانه از عملکرد سینما در جامعه می‌دانند. بنابراین به زبان ساده‌تر، رویکرد پژوهش‌های فرهنگی نیازمند جمع‌آوری اطلاعات درباره‌ی سرمایه‌گذاری و تولید فیلم، نمایش آن در سینماها، نیت کارگردان که در مصاحبه‌های او آشکار می‌شود، میزان درآمد فیلم و نظرات گوناگونی است که در نقدها ابراز می‌شود. این رویکرد همچنین فیلم‌نامه، حرکت و زاویه‌ی دوربین، روایت و لبه‌ی صدای فیلم را تحلیل می‌کند.

دیگر این‌که «فضای فرهنگی» که هر فیلم در اختیار می‌گیرد، باید شامل آن‌چه باربارا کلینگر «گریز» می‌نامد، یعنی تبلیغات و مصاحبه‌ها و پیش‌پرده‌های فیلم نیز باشد. این سه مورد موضوع فیلم و «هویت قابل‌مصرف» آن را به تصویر می‌کشند و تلاش می‌کنند علاقه‌ی تماشاگران بیش‌تری را به فیلم جلب کنند و به این ترتیب توضیح می‌دهند چرا مخاطبان باید بخواهند فیلم را ببینند. تبلیغات سینمایی در رسانه‌ها، غالب آمریکایی‌ها را با موضوع فیلم‌های پُرفروش آشنا می‌کنند. درواقع، موفقیت فیلم در گیشه به گریزهای آن بستگی دارد.[۳۷][...]

تمام پیام‌های فرهنگی زمان‌مندند، به لحظه‌ای تاریخی اشاره می‌کنند و به تداعی‌های بصری و دیدگاه‌های خاص تماشاگرانی بستگی دارند که علاقه‌شان به فیلم باعث موفقیت آن در گیشه می‌شود. بنابراین، هرگز نمی‌توان پیام‌های فرهنگی یک فیلم را به طور کامل معین کرد، بلکه تنها می‌توان به آن‌ها اشاره کرد. درواقع، ممکن است روش من، یعنی قراردادن فیلم در چارچوبی تاریخی از علایق و نگرانی‌های جامعه برای خواننده‌ی متفکری که به نکات بیش‌تری درباره‌ی فیلم‌ها برخورده یا گفت‌وگوهای متفاوتی درباره‌ی آن‌ها داشته است، قانع‌کننده نباشد. از آن‌جا که رویکرد پژوهش‌های فرهنگی برای این‌که دقیق و روشنگر باشد، باید تعیین کند چه ویژگی‌هایی از جامعه برای بازسازی تداعی‌های فیلم لازم است، همیشه این احتمال هست که جنبه‌ی مهمی از تجربیات جامعه در این میان از قلم بیفتد و گه‌گاه نمی‌توان به تمام اطلاعات مورد نیاز دست یافت. اما وقتی بافت لازم به‌درستی شناخته شود، رویکرد پژوهش‌های فرهنگی به نقد فیلم، کارکردهای فیلم‌های عامه‌پسند را در جامعه‌ی آمریکا آشکار می‌سازد[...]

رشد و محبوبیت فیلم‌های عامه‌پسند از لحاظ تاریخی و جغرافیایی با رهایی جامعه از نظارت کلیسا مقارن شد. سینما حوزه‌ی همگانی جدیدی ایجاد کرد که در آن ارزش‌ها هیئت «سرگرمی» به خود گرفتند، مدون شدند، رواج یافتند و مبادله شدند و به این ترتیب «جماعت نمازگزاران کلیسا» به «مخاطبان» تبدیل شد. این حوزه‌ی همگانی میدانی است که اقلیت‌های مختلف می‌توانند در آن با یکدیگر گفت‌وگو و رقابت کنند و موقتاً متحد شوند.

[...] در حال حاضر بررسی ارزش‌ها و تعهدات اخلاقی نه در کلیساها و کنیسه‌ها و مساجد، بلکه در مقابل چشمان «جماعت نمازگزار» در سالن‌های سینما صورت می‌گیرد. آمریکای شمالی ـ حتی آن‌ها که وابستگی مذهبی نیز دارند ـ اکنون به جای کلیساها در مقابل پرده‌ی سینما و صفحه‌ی تلویزیون جمع می‌شوند تا جوانب اخلاقی زندگی آمریکایی را بسنجند. مذهب و سینما علاقه و توجهی **مشترک** به ارزش‌ها دارند. نگاه کردن به مذهب و ارزش‌ها در «فیلم‌ها» از دریچه‌ی رویکرد پژوهش‌های فرهنگی می‌تواند اهمیت واردکردن دیدگاه‌های مذهبی مهم به گفتمان عامه‌ی مردم را ثابت کند. و سرانجام این‌که سینما به آمریکایی‌ها کمک می‌کند آن پرسش کهن و ازلیِ بشر، یعنی «چگونه باید زندگی کنیم؟» را لحاظ کنند.

یادداشت‌ها

* برگرفته از منبع زیر:

Margaret R. Miles "Moving Shadows: Religion and Film as Cultural Products , in Margaret R. Miles, ***Seeing and Believing: Religion and Value in the Movies*** (Boston: Beacon Press , 1996), pp. 445-25.

۱- افلاتون، **جمهوری** 514aff VII

2- Ronald Holloway, ***Beyond the Image*** (Geneva: World Council of Churches in Cooperation With Interfilm , 1977), p. 48.

۳- همان، ص۷۵.

۴- من در این‌جا کلمه‌ی «سرگرمی» را درگیومه می‌گذارم، زیرا در سراسر این اثر این فرض را که سرگرمی تماشاگر را بی‌هیچ تأثیری درگیر می‌کند، به چالش می‌طلبم.

5- Martha Nassbaum, ***Loves Knowledge*** (New York: Oxford University Press, 1990), p. 15.

۶- همان‌جا.

۷- همان، ص۱۶.

۸- همان‌جا.

۹- همان، صص۱۶-۱۵.

10- Laura Mulvey, "Visual Pleasure and Narrative Cinema", ***Screen*** (1975) 16:3, pp. 6-18;

همچنین رک:

Laura Mulvey, "Afterthoughts on ´Visual Pleasure and Narative Cinema´ Inspired by King Vidor's ***Duel in the Sun*** (1946)", ***Framework*** (1989), pp. 29-38.

11- Karl Marx, ***Critique of Hegel´s "Philosophy of Right"***, trans. Annette Jolin and Joseph O'Malley (Cambridge: Cambridge University Press, 1977), p. 131.

12- Amy Newman , "Feminist Social Criticism and Marx´s Theoy of Religion", ***Hypatia*** (Fall 1994), p. 15

13- Martha Nussbaum , ***The Therapy of Desire: Theory and Practice in Hellenistic Ethics*** (Princeton: Princeton University Press, 1994);

مارتا نوسبام در این کتاب (***درمان لذت: نظریه و عمل در اخلاق هلینستی***)، مکرر کار دقیق و صبورانه‌ی خرد و بحث فلسفی را در مقابل مذهب می‌گذارد که «زندگی خوب را به دعا واگذار می‌کند و به همین سبب پیامدهای آن نه قابل‌کنترل است و نه در دسترس عقل و منطق بشر» (۵۰). همچنین رک صص ۲۱۷، ۲۳۳، ۲۶۱ و ۴۸۹. بااین‌حال، دل‌مشغولی‌اش در ***شناخت عشق*** (***Love´s Knowledge***) به «نجات‌یافتن زندگی ما»، که منظورش از آن «رسیدن انسان به زندگی‌ای فارغ از دردها و آشفتگی‌های تحمل‌ناپذیر بشری» (۸۴) است، بسیار شبیه خیلی از اهداف این‌جهانیِ مذهب است.

14- David F. Prindle, ***Risky Business: The Political Economy of Hollywood*** (San Francisco: Westview Press, 1993); دیوید ف. پریندل در این کتاب (***کار خطرناک: اقتصادی سیاسی هالیوود***)، به بحث درباره‌ی جهت‌گیری لیبرال هالیوود می‌پردازد و نتیجه می‌گیرد که «هیچ نیروی مخالفِ سازمانی در کار نیست تا سلطه‌ی چپی گروه‌های سیاسی هالیوود را متعادل سازد» (۱۰۸).

15- Iris Marion Young, "Impartiality and the Civic Public: Some Implications of Feminist Critiques of Moral and Political Theory", ***Praxis International*** (1986) 5, p. 4.

۱۶- نوسبام، ***درمان***...، ص۹۲. رفت و همدردی مستلزم آن است که ۱) «فرد مورد همدردی باید سزاوار مصیبتی که برسرش می‌آید تلقی نشود»، و ۲) «فردی که همدردی می‌کند باید باور کند که خود نیز به شکلی در معرض آسیب و مصیبت است» (۸۷).

۱۷- در مقاله‌ی «بی‌طرفی» ("Impartiality")، آیریس م. یانگ بی‌طرفی را آرمانِ گفتمان عمومی معرفی می‌کند: «بی‌طرفی بیانگر یک دیدگاه عقلانی منفک از همه‌ی علایق و تمایلات است. بی‌طرفی یعنی توانایی دیدن کل... بنابراین، فردِ عاقلِ بی‌طرف بیرون و بالای موقعیتی قرار دارد که درباره‌اش اندیشه می‌کند و هیچ نفعی در آن موقعیت ندارد» (۳۹۳).

18- Ronald Schiller, "How Religious Are We?", ***Reader´s Digest*** (May 1986), p. 102; Jeffery L. Sheler, "Spiritual America", ***U.S. News and World Report*** (April 4, 1994);

جفری ل. شِلر در این مقاله ("آمریکای معنوی")، از پژوهشی با عنوان ***کلیساسازی آمریکا: ۱۹۹۰-۱۷۷۶*** (***The Churching of America: 1776-1990***) نقل قول می‌کند که در ۱۹۹۲ توسط دو جامعه‌شناس به نام‌های راجرفینک (Roger Finke) و رادنی استارک (Rodney Stark) انجام شده است. بنابر یافته‌های

فینک و استارک، آمریکا در حال حاضر از ۱۷۷۶ مذهبی‌تر است. آن‌ها تخمین زده‌اند که اکنون ۶۸ درصد آمریکایی‌ها «عضو یک کلیسا یا کنیسه‌اند.»

۱۹- شیلر، ص ۱۲۸. پژوهش‌های دیگر بیانگر یافته‌های مبهمی است. یکی از مقالات نشریه‌ی ***جمعیت‌شناسی آمریکا*** ***(American Demographics)*** در سال ۱۹۸۸ بیانگر افزایش فروشگاه‌های کتاب‌های دینی و مذهبی و کاهش درصد افرادی است که می‌گویند هر روز انجیل می‌خوانند. همچنین در ۱۹۸۸، مؤسسه‌ی گالوپ در پژوهشی با عنوان «آمریکای بی‌کلیسا» متوجه افزایش (از ۴۱ تا ۴۴ درصد در یک دوره‌ی ده‌ساله) تعداد کسانی شد که خود را مستقل از کلیسا می‌دانند:

"Church Membership Down", ***The Christian Century*** (Auyust 3, 1988), 105, p. 696.

نووال د. گِلن در مقاله‌ای در ۱۹۸۷ در ***فصلنامه‌ی دیدگاه عمومی*** نتیجه می‌گیرد: «به نظر می‌رسد... تنها نتیجه‌ی صادقانه‌ای که درمورد غیرمذهبی‌شدن اخیر ایالات متحده می‌شود گرفت این است که به یک نتیجه‌ی ساده و تعصب‌آمیز نمی‌توان رسید... در این میان، نیاز به ارزیابی دقیق و عینی شواهد جنبی فراوان است تا به درک خوبی از آن چه بر سر مذهب در ایالات متحده در چند دهه‌ی اخیر آمده است برسیم.»:

Noval D. Glenn, 'Trend in 'No Religion' Respondents to U.S. National Surveys, Late 1950's to early 1980's, ***Public Opinion Quertarly*** (Fall 1987), 51, pp. 293-314.

۲۰. (***بیناب***): کالونیسیم فرقه‌ای است مسیحی که اصول و تعالیم جان کالوین یا پیروانش را تبلیغ می‌کند و بر مقدربودن سرنوشت از قبل، حاکمیت خداوند، وثوق متون مقدس و مهربانی تأکید می‌ورزد.

۲۱- اما اشاره به محدودیت‌های آمار گیشه مهم است. «اجاره برای خانه سهم زیادی از درآمدهای ناخالص گیشه‌ی شمال آمریکا را به توزیع‌کنندگان بازمی‌گرداند. درواقع، به نظر می‌رسد گیشه‌ی نمایش خانگی مهم‌تر و مهم‌تر می‌شود ـ اکنون معرف حدود ۳۰ درصد از عواید متوسط پایانی فیلم است.» با این وجود، ارقام اجاره‌ی خانگی در تعیین این‌که کدام فیلم تبدیل به ویدئو می‌شود یا بیش‌ترین درآمد گیشه‌ی خارجی را به دست می‌آورد، تأثیرگذار است. «پنج تا هفت سال طول می‌کشد تا یک فیلم در هر سرزمینی از تمام بازارهایش بگذرد.» در ۱۹۹۳، اجاره‌ی نوار ویدئویی خیلی بیش‌تر از اجاره‌ی نمایش‌ها شد و به ۱۱/۲ میلیارد دلار رسید و درآمدهای ناخالص خارجی در همان سال بالغ بر ۵۲ درصد از کل درآمدهای ناخالص جهانی در ۱۹۹۳ شد:

Anne Thompson, "Scent of Green", ***Film Comment*** (March-April 1994), p. 79.

۲۲ـ برای بحث درباره‌ی فیلم به عنوان «خطرناک‌ترین هنر» رک

Prindle, ***Risky Business,***

به‌ویژه فصل ۲.

۲۳ـ درباره‌ی فیلم‌های ساخته‌شده برای تلویزیون، پیش از هر چیز، به این دلیل بحث نمی‌کنم که نیاز به تحلیلی متفاوت دارند، تحلیلی که کل نمایش، از جمله آگهی‌های میان فیلم، را لحاظ کند.

24- Tom O'Brien, ***The Screening of America: Morvies and Values from 'Rocky' to 'Rainman'*** (New York: Continuum, 1990), p. 198.

۲۵- همان، ۱۸۷.

۲۶ ـ فیلم ***شاهد*** در حدود پنج‌ماه در جدول فیلم‌های پرفروش قرار داشت، یک ماه مقام اول را داشت و ۲۲۶۵۷۲۹ دلار فروش کرد.

۲۷- ***Tender Mercies*** نظر منتقدان را جلب کرد و برای رابرات دووال یک جایزه‌ی اسکار به ارمغان آورد، اما در گیشه شکست خورد.

28- Inglis, ***Media Theory***, p.144. (Oxfoed: Basil Blackwell, 1990), p. 144.

۲۹ـ «ارزش‌ها را نمی‌توان باورهایی جهانی (درباره‌ی شیوه‌های مطلوب رفتار و شخصیت) دانست که شالوده‌ی فرآیندهای رفتاری و نظری را تشکیل می‌دهند:

Boris Becker, Barbara Brewer, Bodie Dickerson, and Rosemary Magee, "The Influence of Personal Values on Movie References", ***Current Research in Film: Audiences, Economics, and Law,*** (1985), 1, p. 38.

۳۰ ـ من در سراسر این کتاب [کتابی که این مقاله از آن اقتباس شده است] به ارزش‌های مربوط به نژاد و جنسیت و طبقه در فیلم‌های دهه‌ی ۸۰ و اوایل دهه‌ی ۹۰ خواهم پرداخت. امیدوارم دیگران این مقولات را در دو ژانر جنگی و علمی-تخیلی، که من بررسی نکرده‌ام، بررسی کنند.

۳۱- رک:

Jacqueline Bobo, "Reading Through the Text: The Black Woman as Audience";

ایـن مقاله‌ی ژاکلین بـوبو («خـوانش مـتن: زن سیاه‌پوست در مـقام مـخاطب») کـاوشی است در بـاب «واکـنش بسـیار مـطلوب زنـان سیاه‌پوست» به فیلم ***رنگ ارغوانی*** اسپیلبرگ، به رغـم «خـنثی‌سازیِ» زنانِ سیاه‌پوستِ رمانِ آلیس‌واکر، در ***سینمای سیاه‌پوستان آمریکا***:

Alice Walker, ***Black American Cinema***, ed. Manthia Diawara (New York: Routledge,1993), p. 272.

32- J. Hillis Miller, ***Illustration*** (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1992), p. 10.

۳۳- من کلاً با تعریف کلیفورد گیرتز از فـرهنگ در کـتاب تـفسیر فرهنگ‌ها موافقم:

Chifford Geertz, ***Interpretaion of Cultures*** (New York: Basic Books, 1973);

او می‌گوید: فرهنگ «الگوی معانیِ موجود در نمادهاست که با تـاریخ انتقال می‌یابد، نظامی از مفاهیم ارثی که به شـکل نمادین بیان می‌شود و انسان‌ها به واسطه‌ی آن با یکـدیگر ارتـباط بـرقرار مـی‌کنند و دانش و دیدگاه‌های خود دربـاره‌ی زنـدگی را ارتـقا مـی‌دهند» (۸۹). در کـتاب ***نظریه‌ی فرهنگ: مقالاتی دربـاره‌ی ذهـن، خـود و عـاطفه***، تـعریف موجزتری ارائه شـده است: «فرهنگ عبارت است از نظام‌های معنایی مشترک»:

Robert A. LeVine and Richard A. Shweder (eds.), ***Culture Theory: Essays on Mind, Self, and Emotion*** (Chicago: Aldine, 1984).

34- Richard Johnson, "What is Cultural Studies Anyway? "***Social Text*** (1987), 16.

35. Miller, ***Illustratio***n. p. 56.

۳۶- واژه‌ی «عامه‌پـسند» [popular] تا دقیقاً تعریف نشود، هـیچ معنایی ندارد؛ از این گذشته، «شیء عامه‌پسند» موجود و ماهیتی یگانه نیـست. مقصود از این واژه آن فرآورده‌های فـرهنگی رایج در حـوزه‌ی همگانی یا فرآورده‌هایی است که مخاطبانی گسـترده بـه آن دسـترسی دارند. ریموند ویلیامز هم به همین ترتیب هشدار می‌دهد که «این فرض که واژه‌ی "عامه‌پسند" یک مبنای مشترک واقعی دارد چیزی عایدمان نمی‌کند»:

Raymond Williams, "Cinema and Socialism", ***The Politics of Modernism*** (London: Verso, 1989), p. 109.

37- Barbara Klinger, "Digressions at the Cinema:

Reception and Mass Culture", ***Cinema Journal*** (Summer 1989) 28:4, p. 5.