



# سینما و ارتباطات

ران موترام  
ترجمه: بتول خدابخش

اشاره

اگرچه امروزه بسیاری از گونه‌های ارتباط جمعی از اهمیت سینما کاسته‌اند، با این حال، حداقل از زمان چارلی چاپلین و باستر کیتون، فیلم یک وسیله ارتباطی فوق‌العاده در ایالات متحده بوده و در جماهیر شوروی نیز، پس از انقلاب ۱۹۱۷ به نحوی مشابه و فعال در سطحی انبوه گسترش یافته است. تلویزیون به طور مؤثر سینما را وارد خانه‌ها کرد و تأثیر این پدیده برای اولین بینندگان تلویزیون، درست مثل آن بود که شخصاً صاحب تئاتر باشند. تصویر چندان روشن نبود، صدا نیز وضوح زیادی نداشت، اما این کمبودها در مقایسه با مزیت‌هایی چون عدم اجبار به سینما رفتن و پرداخت پول، قابل قبول بود. زیرا در آن زمان، بیشتر مردم درست نمی‌دانستند که بابت این خدمات چقدر پول پرداخت کرده‌اند، از کالاهای تبلیغ شده در تلویزیون گرفته تا سریال‌های تلویزیونی.

با این حال، سینما روز به روز جاذبه‌های بیشتری پیدا کرد. گرچه بسیاری از شبکه‌های مستقل تلویزیونی و ایستگاه‌های کابلی، چیزی جز برنامه‌های ابتدایی از فیلم‌های قدیمی و جدید نیستند و کم‌دیها و سریال‌ها نیز تنها شکل‌های پذیرفته شده‌ای از فیلم‌ها، تئاترها و متون ادبی مشهورند.

طبعاً متخصصان و پژوهشگران سینما، فرهنگ اصطلاحات خود را بر پایه ارزش بخشیدن به فیلم به عنوان یکی از هنرها و تحقیر مداوم رسانه‌های عمومی گسترش داده‌اند و این نیز یکی دیگر از نمونه‌های رایج تقسیم‌بندی «فرهنگ بالا» و «فرهنگ پایین» است. کانون است. نتیجه آنکه متخصصان فیلم تقریباً به طور کامل روی فیلم به عنوان یک اصل تأکید کرده و فیلم را با استفاده از استانداردهای هنری، به عنوان یک کار هنری مطرح نمودند. در این روند، گاه نقش کارگردان فیلم مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. همان‌گونه که یک زمان نویسنده یا شاعر در عالم ادبیات، اما نقش ارزنده فیلمبردار، صدابردار و لشکر کوچکی از متخصصانی که حضورشان در تهیه یک فیلم ضروری است، کاملاً نادیده گرفته می‌شود. همچنین به محتوای فیلم به عنوان یک وسیله ارتباطی و طبعاً به اهمیت مخاطب، فرهنگ، سیاست و اقتصاد نیز عملاً به عنوان اموری بی‌ارزش، بی‌توجهی شده است.

آنچه موترام عرضه می‌کند، تحلیلهایی از نوع «تحقیقات سینمایی» سنتی نیست. نخستین مقوله وی در زمینه نقد فیلم، تفسیر و تعریف آن به عنوان یک هنر است. اما وی به این مجموعه، دو بعد دیگر هم اضافه می‌کند: صنعت فیلم و زبان فیلم. «صنعت» فیلم (تعریفی که از اصطلاح «صنعت فرهنگی» مکتب فرانکفورت اقتباس شده)، اشاره به ماهیت جمعی تولید فیلم دارد، که شامل بعد تجاری و سرمایه‌گذاری‌های عظیم وال استریت می‌شود که هرنمایشی بدان نیاز دارد. (در یک تحقیق کلاسیک که پاودر میگر در سال ۱۹۶۰ در مورد هالیوود انجام داد، به این مسئله، عنوان «کارخانه رویایی» داده شده است.)

زبان سینما مقوله‌ای پیچیده‌تر است، زیرا این امر در برگرفته یادگیری اصطلاحات غالباً دشوار معناشناسی است) معناشناسی به طور خلاصه، شیوه‌ای از تحلیل ارتباطی است که تأکید آن بر نشانه‌ها و نحوه انتقال معانی توسط آنهاست. این نشانه‌ها می‌تواند هر موضوعی را دربرگیرد: گلی سرخ که عاشقی به معشوق خود هدیه می‌کند، یا اسباب‌بازی‌های کودکان که بیانگر نقش‌های جنسی آنهاست (اسباب‌بازی برای پسرها، عروسک برای دخترها)، یا لباس‌های آخرین مد و معماری مخوف و رعب‌آور زندانها. برای یک متخصص علم معانی، فرهنگ ما مملو از نشانه‌هاست، و وظیفه هر متخصصی تلاش برای بازنمایندن مکانیسم پیچیده‌ای است که به نشانه‌ها امکان می‌دهد که معانی را به ما منتقل کنند. یک فیلم، مجموعه‌ای پیچیده از نشانه‌هاست. فیلم تا حدی براساس شیوه سنتی تولید و ایجاد معانی از طریق نشانه‌ها ساخته شده است («زبان» فیلم) و تا حدی در مورد یک فیلم نو و تازه با استفاده از نشانه‌های جدید یا با ایجاد تغییر در نشانه‌های قدیمی. بنابراین، دریافتن





این نکته که فیلم از طریق شیوه‌های خاص به کارگیری نشانه‌ها ارتباط برقرار می‌کند (شیوه‌های متفاوت با شیوه به کار گرفته شدن نشانه‌ها، در یک نمایش تئاتر یا یک قطعه موسیقی)، خود عنصری مهم در فهم این امر است که چگونه فیلم به عنوان یک رسانه همگانی عمل می‌کند.

### ● برخی ملاحظات اساسی

در سال ۱۸۸۵، زمانی که برادران لومیر اولین نمایشگاه تصاویر متحرک را در پاریس دایر کردند، دوربین به عنوان واقعیتی ثابت از فرهنگ جدید پذیرفته شده بود، اما آنچه برادران لومیر عرضه کردند، چیزی کاملاً متفاوت بود: تصاویر حرکت کردند، زمان گذشت، واقعیت به طریقی خود را به صحنه منتقل کرد. برادران لومیر دستگاه خود را «سینماتوگراف» نامیدند که برگرفته از واژه یونانی «کینماتو» (حرکت) و «گرافین» (نوشتن) بود. «نوشتن در حرکت»، هم تعریفی علمی بود که ریشه در طبیعت خود دستگاه داشت و هم در آن یک تناسب و مشابهت زبان شناختی در مقایسه کاربرد دستگاه با عمل نوشتن به چشم می‌خورد. امروز، سه واژه در انگلیسی غالبند: فیلم، سینما و مووی (فیلم، تصویر متحرک). همه این واژه‌ها بریک پدیده اطلاق می‌شوند، اما برای برخی منتقدان، معانی ودلالاتی ضمنی متفاوتی دارند.

نامگذاری، اولین قدم در ساخت یک نظریه است، نظامی که به وسیله آن طبیعت اشیاء قابل

### ● متخصصان و پژوهشگران سینما، فرهنگ اصطلاحات خود را

بر پایه ارزش بخشیدن به فیلم

به عنوان یکی از هنرها

و تحقیر مداوم رسانه‌های عمومی گسترش داده‌اند.

● در همه فیلمها سه کارکرد اصلی دیده می‌شود: کارکرد هنری، کارکرد صنعتی و کارکرد ارتباطی.

توصیف است.

منتقد بزرگ فرانسوی آندره بازن، مسئله اصلی را مطرح می‌کند که به طور ضمنی در نامگذاری اولیه این رسانه و ماشینهای آن تجلی یافته و تاکنون محور اصلی همه بحثهای هنری و زیباشناسانه و استفاده از فیلم بوده است: «سینما چیست؟»<sup>(۱)</sup> اینکه چطور این رسانه در متن فرهنگی پیچیده‌ای که خود بخشی از آن است عمل می‌کند، ارتباطی تنگاتنگ و نزدیک با این سؤال دارد. از همان آغاز، فیلم ابزار تحقیق علمی بوده است، یک وسیله تفریحی، نوعی سرمایه‌گذاری، مدرکی مستند، یک کانال ارتباطی، یک شکل دهنده عقیدتی، تعیین کننده سلیقه‌ها و یک موضوع هنری. در حقیقت، فیلم می‌تواند همه این ویژگیها را در آن واحد داشته باشد.

در همه فیلمها سه کارکرد اصلی دیده می‌شود: کارکرد هنری، کارکرد صنعتی و کارکرد ارتباطی. به عنوان هنر، بعضی فیلمها ساختاری داستانی دارند، یعنی با کنار هم گذاشتن یک سری حادثه و اتفاق به ساخت یک داستان کمک می‌کنند. بعضی فیلمها غیر داستانی هستند و مطالب خود را برای مسائلی چون اطلاعات، معانی بیان، یا زیبایی صرف شکل می‌دهند. به عنوان صنعت، فیلمها بخشی از تولید اقتصادی یک جامعه‌اند و باید در رابطه با سایر تولیدات مورد توجه قرار گیرند. به عنوان ارتباط، فیلمها بخشی مهم از سیستمی هستند که افراد و گروهها به وسیله آن پیامهای خود را منتقل می‌کنند.

کارکرد هنری به ماهیت و ساختمان عناصر رسمی هر رسانه مربوط می‌شود: ترکیب، رنگ، صدا، مونتاژ، نور، دکور، حرکت و موقعیت دوربین و اجزا و تنظیم زمان و فضا. به عنوان یک مقوله هنری، فیلم باید در رابطه با نقاشی، مجسمه‌سازی، عکاسی، رقص، تئاتر، ادبیات و موسیقی مورد توجه قرار گیرد. برای آنکه یک فیلم هنر محسوب شود، باید علی‌رغم وجود ابعاد دیگر، بعد هنری آن غالب باشد.<sup>(۲)</sup>

ماهیت و سرشت دقیق بعد صنعتی آن، این است که فیلمها ساخته دست انسان هستند، کالاهایی که تولید آنها به منظور مصرف صورت گرفته است. در سیستمهای سرمایه‌داری، محرک اصلی در صنعت فیلمهای تجاری سود است و نوع فیلمهایی که اجازه تولید می‌یابند تا حد زیادی به میزان توانایی آنها در سوددهی بستگی دارد. سرمایه‌گذاری سازمانها و افراد در زمینه فیلم، دقیقاً به همان دلیل صورت می‌گیرد که در سایر زمینه‌های تبلیغاتی اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کنند. در سیستمهای سوسیالیستی با کنترل دولتی در صنعت فیلم، هدف از فیلمسازی ایفای یک نقش اجتماعی مناسب می‌باشد. البته در هر دو سیستم سرمایه‌داری و سوسیالیستی، فیلمها با ظرافتی ساخته می‌شوند که این منظور را آشکار نکنند. به عنوان مثال، در سینمای مستقل که اغلب طلایه‌دار علاقه و تمایل است، ضرورتاً فیلم به منظور سوددهی تولید نمی‌شود و یا این مسئله امری حاشیهای در تولید فیلم است. حتی در سینمای رسمی هر دو سیستم سرمایه‌داری و سوسیالیستی، جایی نیز برای فیلمهایی که مطابق شیوه، موضوع یا روند سیاسی موجود نباشند، در نظر گرفته می‌شود. در سینمای آمریکا، فیلمهایی مثل در انتظار شب ساخته «استن براکچ» (۱۹۵۸) و طول موج از «مایکل اسنوو» (۱۹۶۷)، کاملاً مستقل از ملاحظات تجاری ساخته شدند، در حالی که فیلم سرخها ساخته «وارن بیتی» که از تولیدات پرهزینه در صنعت فیلمسازی سرمایه‌داری به شمار می‌آید، سبکی ناهمگون دارد و به طرز عجیبی با جنبش کمونیستهای آمریکا و انقلاب روسیه همدردی می‌کند.

شاید قویترین بعد فیلم، بعد ارتباطی آن است. از ابتدا، فیلم به منظور انتقال پیامی برای تاثیر بر اعمال و افکار عده زیادی از مردم مورد استفاده قرار گرفته است.<sup>(۳)</sup> این جمله لنین رهبر انقلاب روسیه مشهور است: «برای ما فیلم مهمترین هنر است.» این عقیده، عملاً در انبوه فیلمهایی که در دهه اولیه انقلاب در شوروی ساخته شد، تجلی می‌یابد. در جریان هیجان سیاسی آن سالها، فیلم نقشی پیشگام در گسترش و تبلیغ پیام نظام جدید اجتماعی و هدایت آن کشور پهناور با آن همه ملیت‌های مختلف به یک هوشیاری انقلابی داشت. سایر کشورها نیز به این قدرت پی برده، و از فیلم، به ویژه در ایام جنگ برای پیشبرد اهداف فرهنگی و سیاسی خود بهره جستند. سینمای سیاسی در آثار کارگردانهای روسی مثل «آیزنشتاین» (اعتصاب، رزمناو پوتمکین، اکتبر)، «پودوفکین» (مادر)، انتهای خیابان پترزبورگ، توفان بر فراز آسیا)، «داوژنکو» (آرسنال، زمین) و «ورتوف» (یک ششم دنیا، مردی با دوربین فیلمبرداری) و فیلمسازان نازی «ریفنشتال» (المپیا، پیروزی اراده) و «هیلر» (یهودی سرگردان)، به اوج قدرت بیان خود بین دو جنگ جهانی دست یافت. با جنگ جهانی دوم، شکوفایی سینمای سیاسی در ایالات متحده آغاز شد، که بهترین نمونه آن، سریال چرا ما می‌جنگیم؟ از «فرانک کاپرا» است. اسناد و شواهد اجتماعی آمریکایی از دهه ۱۹۳۰ (رودخانه و خیشی که دشته را شکافت ساخته پارلورنتس، سرزمین از رابرت فلاهرتی)، اهداف خاص سیاسی داشتند که بیشتر در ارتباط با برنامه‌های جدید روزولت بود.

علاوه بر دولت‌ها، مؤسسات مختلف نیز برای اطلاع رسانی و انتقال و گسترش عقاید، از فیلم

استفاده می‌کنند. سازمانهای تجاری، تحصیلی و خیریه، اغلب از این رسانه برای ایجاد ارتباط عمومی به منظور فروش محصولات، جمع‌آوری پول و تأثیر بر آرای انتخاباتی بهره می‌جویند. حتی هنرمندان و روشنفکران به وسیله فیلم پیامهایی می‌فرستند که برای روشن کردن، متقاعد نمودن، سرگرمی یا تحریک مخاطبان درجات مورد نظر، طراحی شده‌اند. ارتباطهای پیچیده در لفافه‌های هنری و تفریحی، غالباً از مؤثرترین و دقیقترین نفوذ برخوردارند. در نهایت،

تمام فیلمها اسنادی اجتماعی و فرهنگی هستند که در ایجاد ارتباط با زمان ساخته شدنشان به ما کمک می‌کنند، حتی اگر هرگز هدف از ساختن آنها، ایجاد این نوع ارتباط نبوده باشد.

این سه کارکرد فیلم، وابسته به یکدیگر بوده و در یک چارچوب کلی فرهنگی، اقتصادی و تکنولوژیکی قرار دارند. فیلمها منعکس کننده قوانین فرهنگی جامعه‌ای هستند که در آن تولید می‌شدند. در نتیجه، فهم کلی این فیلمها برای مردم سایر کشورها و یا مناطق دشوار است. فیلمها همچنین محصول سیستمهای اقتصادی متفاوت یا اهدافی متفاوتند، و لذا روابط متفاوتی را با مخاطبان خود ایجاد می‌کنند. تکنولوژی به سرعت رو به رشد رسانه‌ها، با فراهم آوردن امکانات جدید برای ابراز عقیده فیلساز، و با امکان پذیر ساختن ایجاد ذایقه و انتظارات جدید در مخاطبان به تعیین نوع فیلمهایی که باید ساخته شوند، کمک می‌کند. به عنوان مثال، تولید صدا، ظهور رنگ و ائتلاف و ادغام سیستمهای ویدیویی و کامپیوتری، در تحویل فیلم و انتظارات مخاطب، تأثیری عمیق داشته است.

چه به یک فیلم به عنوان یک کار یا هنر فردی نگریسته شود یا یک تولید صنعتی یا پیامی در یک سیستم ارتباطی همگانی، مسئله این است که مخاطب فیلم چگونه آن را می‌فهمد. برای درک و دریافت این فرایند، توجه به چند تفاوت ساده بین فرد و رسانه‌های همگانی مفید است. اولین و بارزترین ویژگی این است که فرستنده پیام در فیلم به جای یک نفر، با توده عظیمی ارتباط داد. ویژگی دوم این است که وسیله ارتباط، بین فرستنده و گیرنده پیام، حایل می‌شود. سوم، در یک ارتباط فردی، یک زبان خاص، حامل اطلاعات است. هر رسانه گروهی واسطه، از جمله خود فیلم، زبانی خاص دارد. بنابراین برای فهم ارتباط، فرد باید بتواند این زبان را درک کند. مطرح کردن فیلم به عنوان یک زبان، یک ایده جدید نیست و حداقل به ۵۰ سال پیش باز می‌گردد و نخستین بار آن را فیلساز روس سرگئی آیزنشتاین مطرح کرد.<sup>(۴)</sup> از آنجا که زبان طبیعی، یک سیستم ارتباطی قدرتمند است، به تدریج خود را به عنوان معیاری برای سنجش سایر وسایل ارتباطی مطرح می‌کند. به هر جهت، تمام شاخصهای زبان طبیعی را در فیلم نمی‌توان دید. به عنوان مثال، هیچ معادل واقعی برای افعال گذشته یا آینده وجود ندارد. فیلم در زمان حال اتفاق می‌افتد، حتی اگر در آن تصویری از گذشته یا آینده، به واسطه «فلاش‌بک» یا «فلاش‌فورورد» عرضه شود. به هر جهت، تجربه این سکانسها در زمان حال است، به همان میزان که ساخت آنها در زمان حال صورت می‌گیرد. به بیان دیگر، درک صحنه‌های گذشته یا آینده، درکی روشنگرانه از تجسم گذشته یا آینده است.

تفاوتهای دیگری نیز بین زبان طبیعی و زبان فیلم وجود دارد. هر زبان از دو جزو ساخته شده است: سیستم زبان که شامل قوانین دستور زبان و ترکیب (نحو) و فرهنگ است، و قوه ناطقه و بیان، که استفاده شخصی از سیستم است. بدیهی است در فیلم، از بخش دوم استفاده می‌شود: فیلمهای انفرادی و تکی وجود دارند، پس افراد از «زبان» استفاده می‌کنند. به هر حال، آیا یک زبان عمومی سینمایی وجود دارد؟ آیا قوانین تأیید شده‌ای بر چگونگی ترکیب عناصر مختلف در زبان فیلم نظارت می‌کند؟ آیا قوانینی هست که معانی قراردادی برای موقعیتهای دوربین، تسکینکهای نور، تیرانزیت فیلمبرداری و شیوه‌های ادیت تعیین کند؟ علی‌رغم تلاشهایی که برای یافتن چنین مفاهیمی صورت گرفته، هیچ نتیجه‌ای حاصل نشده است. اگر فیلم یک زبان است، پس باید زبانی بدون سیستم و بیشتر شبیه قوه ناطقه باشد که با گذشت زمان خود را اصلاح می‌کند.

با این حال، اگر فیلم یک زبان «ابداعی» داشته باشد، چگونه می‌تواند برای عده زیادی از مردم قابل فهم باشد؟ اگرچه ممکن است فیلم مجموعه قواعد مدونی نداشته باشد، اما در آن سه ویژگی بارز وجود دارد که به مثابه قاعده و قانون عمل می‌کند:

الف. موضوع فیلم طبق مفاهیم قراردادی معینی - که طی سالها گسترش یافته‌اند - شکل گرفته و این مفاهیم به قدری عادی شده‌اند که مخاطبان حتی اگر از آنها اطلاعی نداشته باشند، ناخودآگاه در انتظار آنها هستند.

ب. تصاویر عکسبرداری شده آنقدر به واقعیت نزدیکند که به نظر می‌رسد با اصطلاحات مشابه قابل فهم هستند.

ج. فیلم، سایر زبانها و سیستمهای شبه زبانی مثل خود زبان طبیعی

و حالات و شیوه لباس را در هم می‌آمیزد و معانی از پیش تعیین شده‌ای را به فیلم می‌افزاید. این سه ویژگی، چنان ثابتاتی به فیلم می‌بخشند که در واقع امکان فهم فیلمها بی‌آنکه قوانین تعیین شده‌ای در ساختشان داشته باشند، فراهم می‌شود.

مجموعه قراردادهای، واقعیات تصویری و نشانه‌های فرهنگی به عنوان جانشینی برای سیستم زبانی، باعث می‌شود که ما فیلم را حداقل به عنوان «شبه زبان» بپذیریم. این مسئله همچنین اقتضا می‌کند که تصاویر فیلمی، هرچند که واقعی به نظر برسند، به عنوان خود واقعیت پذیرفته نشوند. یکسان شمردن فیلم با واقعیت، این حقیقت را که تصویر همیشه جانشین یا نشانه‌ای از واقعیت است، مخدوش می‌کند.

مانند همه نشانه‌ها، نشانه‌های تصویری سازنده فیلم، شامل دو قسمت است: دلالت کننده و - دلالت شونده. دلالت کننده - که بخش فیزیکی نشانه است -، گونه خاصی از خود تصویر و بیان آن به شمار می‌رود، دلالت شونده را نیز باید محتوای مفهومی کلامی یا آنچه با تصویر به آن اشاره می‌شود. برخلاف نشانه‌های کلامی که زبان طبیعی را می‌سازند، نشانه‌های فیلم قابل رویتند. آنها دارای ارتباطی ذاتی و طبیعی بین دلالت کننده و دلالت شونده هستند، به جای آنکه ضرورتاً ارتباط قراردادی بین حرف یک کلمه و معانی آن داشته باشند (آنچه طبیعی بین دلالت کننده و دلالت شونده است که سبب می‌شود در ذهن بیننده، تصویر فیلم با واقعیتی که عرضه می‌کند، مشتبه شود. به عنوان مثال، کلمه سیب اشاره به درک مفهوم یک نوع میوه دارد، در حالی که عکس یک سیب اشاره به بخشی مشخص از میوه واقعی دارد. این تفاوت، هم به قدرت نشانه‌های فیلم دلالت دارد، هم به ضعف آن.<sup>(۵)</sup> فیلم به عنوان بازتابی از دنیای مادی، از توانایی زیادی برخوردار است، اما قابلیتش در انتقال افکار و ایده‌ها شدیداً محدود است، زیرا برای چنین کاری باید بر واقع نمایی شدید خود غلبه کند.

به هر جهت، فیلم قدرت آن را دارد که فراتر از این رفته و یک عامل مؤثر و ثابت ارتباط شود. تصاویر فیلم ملزم نیستند خود را به مفاهیم ضمنی محدود کنند، اما می‌توانند ارتباط دهنده، پیشنهاد دهنده یا حتی نمادین باشند، و این یعنی دلالت ضمنی. این تصاویر ممکن است در واقع به درجه‌ای از رواج و عادی شدن برسند که بتوانند به وضوح و قطعیت کلمات دست پیدا کنند، با این حال، هرچه تصاویر فیلم معنادارتر شوند، «خواندن» فیلمها و نیز آموختن شیوه آگاهانه و هوشیارانه کشف نشانه‌های زبانی آنها، محتملتر و درعین حال ضروری‌تر می‌شود. البته باید چنین کاری را در بطن کلی فرهنگی اقتصادی و سیاسی که اولین بار ساخت فیلم را ممکن کرد، انجام داد.

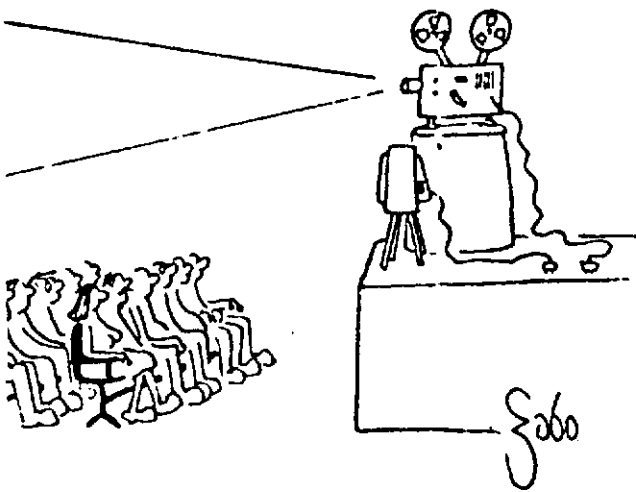
### ● شرح مختصر از تاریخچه فیلم در اروپا و ایالات متحده

فیلم، فرزند نامقدس پیوند بین هنر و تجارت است، و ابتکار و کنجکاری علمی، «ماما»ی این پیوند.

در ایالات متحده، فیلم محصول فکری مؤسسه توماس ادیسون و یک اعجاب علمی دیگر از جادوگر «منلوپارک»<sup>۲</sup> بود، و در فرانسه حاصل کار برادران لومیر، که تولید کنندگان لوازم عکاسی بودند.<sup>(۶)</sup> در هر دو مورد فیلم محصولی بود برای تولید و توزیع. با این حال، فیلمهایی که برادران لومیر با دستگاههای خود تولید می‌کردند، غالباً اسنادی کوتاه و محدود از مردم و حوادث بودند که نمی‌توان منکر ارزش هنری و بیان ناب آنها شد. فیلمهای کمپانی ادیسون، گرچه بیشتر مطابق ذوق و سلیقه عامه و نیز تلاش ادیسون برای انحصاری کردن صنعت نوپای فیلم بودند، با این حال در گسترش بعد زبانی پرستی این رسانه نیز سهمی داشتند.

تاریخ مخاطبان در ارتباط با این حوادث، مورد پژوهش و بررسی دقیق قرار نگرفته است. گفته می‌شود نخستین مخاطبان، مادام که درگیر تجربه مشاهده و تماشا بودماند، غالب اوقات نمی‌توانستند بین تصاویر متحرک شبه واقعی و خود زندگی تمایزی قایل شوند. واکنش مردم هنگام تماشای توقف قطار در فیلم، چنان بوده که گویا ممکن است قطار روی آنها بیاید. بسیاری از داستانهای اولیه، آشکارا مشکلاتی در زمینه فهم داستان فیلم و ارتباط بین شخصیتها ایجاد

می‌کردماند و در نتیجه، عده‌ای سخنران همزمان با نمایش فیلم روی پرده، مسایل را توضیح می‌دادند. به هر جهت، در مدت زمانی کوتاه، توده‌های باتجربه و عظیم از مخاطبان رسانه جدید، و در نتیجه یک تجارت قوی در سطح بین‌المللی در زمینه تصاویر متحرک به وجود آمد، به نحوی که مخاطبان آمریکایی می‌توانستند به طور عادی و منظم، فیلمهایی از فرانسه، ایتالیا، دانمارک، آلمان و انگلستان ببینند. همزمان با زیاد شدن تعداد و نوع فیلمها، برپیدگی آنها نیز افزوده شد. در فرانسه «ژرژ ملیس» مسئول سابق تئاتر و شعبده باز صحنه، در آغاز قرن، تولید فانتزیهای هنرمندانه را آغاز کرد. ملیس با استفاده از تجربیاتش در تکنیک ساخت و طراحی صحنه تئاتر، آثار جلودان ادبی چون سیندرلا و سفر به ماهزول ورن را به فیلمهای برجستهای تبدیل کرد که هریک تقریباً ۱۵ دقیقه طول می‌کشیدند. تولید کنندگان دیگر به جنبه‌های واقعی‌تر و ساخت مجموعه‌هایی که تقلیدی از نگاه مادی به جهان بود، رو می‌آوردند و غالباً دوربینهای خود را به جهان واقعی (بیرون از استودیوها) منتقل کردند. با آغاز جنگ جهانی اول، سلیقه مخاطبان محدودتر شده بود و فانتزیهای ملیس ناگزیر جای خود را به ملودرامهای عاطفی دادند. بهترین نمونه تمایل به توسعه و گسترش درامهای واقع‌گرایانه در قبل از جنگ جهانی اول، فیلم کارگردان آمریکایی «دیوید وارک گریفیث» است به نام پیدایش یک ملت، که از برخی جهات مشهور است. از نخستین فیلم این کارگردان به نام ماجراهای دالی، تا آثاری چون ویلای تک افتاده، گوشه‌های درگندم، جنگ، زن نقاشی شده، دختر وایمانشو و فنگداران



کوچه خوک، وی یک شیوه پیچیده داستانی، یک تکنیک نوشتار مبهم و یک سبک بازیگری ضرورتاً طبیعی را توسعه داد. وی همچنین از مکانهای واقعی اقتباسهای تاریخی و حوادث روز به طور وسیع استفاده کرد.

در طی ۱۵ سال بعد از نخستین پروژه‌های تصاویر متحرک، فیلم، خود را به عنوان یک صنعت شگفت در اروپا و آمریکا جا انداخته بود. رشد و توسعه در هر دو بازار داخلی و خارجی، افزایش فیلمهای سینمایی، گسترش و توسعه سیستم «استار» و رشد انحصاری فیلمهای ایالات متحده در صنعت جهانی که با وقفه در تولید اروپا - به خاطر بروز جنگ جهانی دوم - دو چندان شد، در این دوره چشمگیر بود. بین سالهای ۱۹۱۰ و ۱۹۲۰، انتقال تولید فیلم ایالات متحده از ساحل شرقی به غرب آغاز شد. فیلمسازان اروپایی در بحبوحه جنگ و تغییرات عمیق سیاسی، تلاشی را برای زنده ماندن آغاز کردند. در سال ۱۹۲۰، آخرین قدرت حاکم سقوط کرده بود. آلمان درگیر یک بحران اقتصادی شدید و تجربیای سخت در روند دموکراسی شد. روسیه حکومت مطلقه را رها کرد و راه انقلاب سوسیالیستی را پیش گرفت. به هر جهت، فیلم در دهه ۱۹۲۰ در بین هردو ملت (روسیه و آلمان) به رشد و پیشرفت‌هایی دست یافت. در آلمان، شکست در جنگ، دوران سخت اقتصادی و آزادیهای جدید سیاسی به هم درآمیختند تا انتقال مخاطبان و فیلمسازان را که هردو در جستجوی کنار آمدن و همگامی با فرهنگ در حال تغییر بودند، ممکن کنند. در اتحاد شوروی نسل جدیدی از فیلمسازان، آگاهانه در جهت احیای سینمایی آزاد و رها از ایده‌های رایج سرمایه‌داری پیش رفتند. سینمای ملی هر دو کشور برای پاسخگویی به اوضاع تاریخی - اجتماعی جدید، شروع به تکمیل و گشایش شیوه‌های جدید کرد.

در این میان، سینمای آمریکا سرگرم ساختن بنیاد هنری و صنعتی «هالیوود» بود. انتقال به ساحل غربی صورت گرفته و سیستم استودیو بنا گذاشته شده بود. سازمانهای عظیم تولیدی که تا چهل سال دیگر بر صنعت فیلمسازی ایالات متحده حکمرانی می‌کردند و نامشان برای کلیه مخاطبان آشنا و شناخته شده می‌شد، مراکز قدرت و نفوذ خود را پایه‌گذاری کردند. آنها این تغییر را در زمینه صدا نیز ایجاد کردند. این تغییر نیاز به پشتوانه مالی دلالت‌های نیویورک و سرمایه‌گذاری بانکها داشت و این امر، اختیار تصمیم‌گیریهای اقتصادی در زمینه این صنعت را برای همیشه به دست تاجران سپرد. این تغییر، همچنین ساخت مالی این بنیاد صنعتی را مستحکمتر کرد و به تحکیم حاکمیت هالیوود یاری رساند.

تماشای فیلم به عادت بدل شد که با جریانی مستمر از تولید

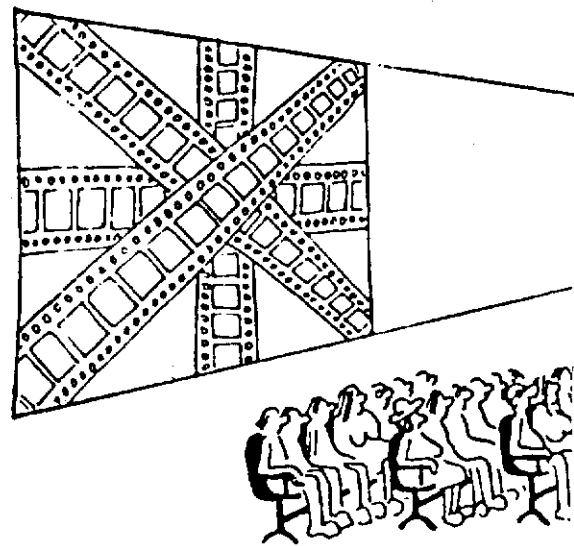
گونه‌های مشهور فیلم و با بازیگری هنرمندان بسیار معروف تغذیه می‌شد. تداوم ساخت چنین فیلمهایی - چه در شیوه و چه در موضوع - دلایل قابل توجهی داشت. غالباً ساخت این فیلمها تضمینی برای جلوگیری از رشد اعتراضهای اجتماعی برضد شرایط رکود و نابسامانیهای دهه ۱۹۳۰ بود. در این دوره، مجموعه‌ای به هم پیوسته از شیوه‌های داستانی توسعه یافت که شامل این ویژگیها بود: توالی تدریجی توپله، زاویه دید یکطرفه، انگیزش روان‌شناختی بازیگران که اساساً آنها را از متن واقعی اجتماعی جدا می‌کرد. بازیهای طبیعی قواعد و رسوم واقع‌گرایانه، ساختار نمایش سنتی و پایان‌بندیهای که به حل نهایی کلیه مشکلات مطرح شده در فیلم منتهی می‌انجامید. این ویژگیها، از زمانهای قرن نوزده گرفته شده‌اند. زمانهایی که تصویری ثابت، پایدار و ساده فهم از جهان عرضه می‌کنند، اما از جهان واقعی مخاطبان چیزی نشان نمی‌دهند. این شیوه، که از همان زمان به «کلاسیک» معروف شد، در زمان خود، شیوه غالب در همه کشورها بود. شاهد مدعای نفوذ و تأثیر این شیوه، این حقیقت است که ساخت بسیاری از فیلمهای معاصر با هدف مشابه، به همان شیوه و تکنیک صورت می‌گیرد.

در سال ۱۹۳۹، مردم جهان بار دیگر به یک جنگ جهانی کشیده شدند و به همراه خود فیلم را نیز درگیر این بحران کردند. نیاز به تبلیغات جنگ، تأثیری دو چندان بر حیات دوباره «استفاده مستند از فیلم» داشت. روی آوردن فیلم به مسئله جنگ و بها دادن به عکس گرفتن از واقعیتها افزایش یافت و این جنبش به دوران پس از جنگ نیز منتقل شد. نخستین نشانه‌ها در ایتالیا در سال ۱۹۴۵، همزمان با جنبشی که به «نئورالیسم» شهرت یافت، نمایان شد. یک نسل از فیلمسازان ایتالیایی، خسته و بیزار از تولیدهای استودیویی غیر واقعی در دوران فاشیستی، با دوربینهایشان به خیابانها رفتند و دست به کار تهیه درامهایی پیرامون مسایل و مشکلات روزمره طبقه کارگر شدند. این فیلمسازان به واسطه تعهد اجتماعی، دسترسی به فرمهای داستانی آمادگی برای رو در رویی با مخاطبان و ساختار سیاسی، می‌خواستند که از فیلم به عنوان ابزاری برای کتمان حقایق زمان و آرام کردن مخاطبان به کلی کنار گذاشته شود.

حتی صنعت هالیوود که بیش از همه با منافع تجاری درآمیخته بود، با ظهور آنچه که به عنوان «فیلم سیاه» شهرت یافت، از این شیوه نوین واقع‌گرایی تأثیر پذیرفت. فیلمهایی که در جستجوهای داستانی خود در مورد جرمها، انحرافات روانی، فساد سیاسی و ناآرامی عمومی، با

فیلمهای زیر، نمونه‌هایی از انواع فیلمهای مورد بحث در این مقاله می‌باشند. این فیلمها، از بهترین و مشهورترین نمونه‌هایی هستند که در حال حاضر در آمریکا در دسترسند. نام کارگردانها پس از نام فیلمها آمده است:

- برادران لومیر (۱۸۹۵-۱۸۹۶)  
کارگر آن در حال خروج از کارخانه لومیر  
رسیدن قطار اکسپرس به شهر لیون  
دیوار در حال ریزش
- کمپانی ادیسون  
زندگی یک آتش‌نشان آمریکایی، ادوین. اس. پورتر، ۱۹۰۳
- سینمای جدید اروپا  
فیلمهای پایونیر، ماکس اشکلادانووسکی، آلمان، ۱۹۸۶-۱۹۸۵  
سفر به ماه، ژرژ ملیس، فرانسه، ۱۹۰۲  
نجات یافته به دست ولگرد، سیسیل هپ ورت، انگلستان، ۱۹۰۵  
عروسی دون ژوان، هنریش بولتن-بیکرز، آلمان، ۱۹۰۹  
کجا می‌روی؟ انریکو گوانزونی، ایتالیا، ۱۹۱۲
- فیلمهای آلمانی دهه ۱۹۲۰  
دفتر دکتر کالیگاری، رابرت وینه، ۱۹۱۹  
نوسفراتو، فردریش ویلهلم مورناو، ۱۹۲۲
- فیلمهای روسی دهه ۱۹۲۰  
رزمانو بوتومکین، سرگی آیزنشتاین، ۱۹۲۵  
مادر، وسالود پودوفکین، ۱۹۲۶
- مردی با دوربین فیلمبرداری، ژیکاورتوف، ۱۹۲۹
- فیلمهای هالیوود از دهه ۱۹۲۰ تا دهه ۱۹۳۰  
ژنرال، باسترکیتون، ۱۹۲۷  
یک شب اتفاق افتاد، فرانک کاپرا، ۱۹۳۴  
دلچان، جان فورد، ۱۹۳۹
- نئورئالیسم ایتالیایی  
رُم شهر بی‌دفاع، روبرتو روسلینی، ۱۹۴۵  
دزدان دوچرخه، ویتوریودسیکا، ۱۹۴۸
- «فیلم سیاه» آمریکایی  
شاهین مالت، جان هیوستون، ۱۹۴۱  
بوسه مرگبار، رابرت آلدريج، ۱۹۵۵
- فیلمهای پیشگام آمریکایی از دهه ۱۹۵۰ تا دهه ۱۹۶۰  
حلقه سرگردان، استن براکچ، ۱۹۵۵  
یک فیلم، بروس کانر، ۱۹۵۸  
هجوم کژدم (عقرب برمی‌خیزد)، کنت انگر، ۱۹۶۳
- مدرسه فیلمسازی نیویورک  
یک آدم آرام، سیدنی می‌یرس، ۱۹۴۹  
در سایه درخت، لیونل راگوسین، ۱۹۵۶  
تفنگهای درختان، جوناس مکاس، ۱۹۶۱
- «موج نو» فرانسه  
هیروشوما عشق من، آلنزنه، ۱۹۵۸  
چهارصد ضربه، فرانسوا تروفو، ۱۹۵۹  
از نفس افتاده، ژان لوک گدار، ۱۹۵۹



آشکار کردن جنبه‌های پست و ناراحت‌کننده زندگی آمریکایی نداشتند. همچنین در دهه ۱۹۵۰، یک سینمای قومی مستقل و پیشگام شکل گرفت: تلاشی - نه چندان پایدار - به منظور ایجاد یک جانشین مناسب نیمه تجاری برای هالیوود، که «جوناس مکاس» منتقد و فیلمساز به آن «مدرسه فیلمسازی نیویورک» لقب داده است. با رو آوردن نئورئالیسم ایتالیایی به زیبایی‌پرستی، نسل جدیدی از منتقدان فرانسوی در اواخر دهه ۱۹۵۰ دست به کار فیلمسازی شدند و در نتیجه سینمایی جدید را پایه‌گذاری کردند. با وجود روی آوردن به گذشته، آنها فیلمهایی ساختند که اغلب سینمای کلاسیک را طرد می‌کرد و در راهی نوین گام برمی‌داشت که فیلمسازان سراسر جهان غرب، مشتاق پیروی از آن بودند. گرچه این «موج نو» که شامل فیلمسازی چون «آلنزنه»، «تروفو» و «گدار» بود، با خشونت‌های منتقدانه و مخالفت بیننده مواجه شد و مقبولیت صنعتی و تجاری پیدا نکرد، اما با سرعتی بسیار عجیب به درجاتی از موفقیت دست یافت. در نهایت، بدعت‌گذاری موج نو، زیربنای سینمای مدرن اروپا شد.

به پیروی از نوگرایان فرانسوی، جنبشهای جدید فیلم در انگلستان، ایتالیا، آلمان، لهستان، چکسلواکی، یوگسلاوی و مجارستان شکل گرفت. در شوروی نیز، کمی بعد از مرگ استالین، یک تجدید حیات در اواسط دهه ۱۹۵۰ شروع شد و تا دهه ۱۹۶۰ ادامه یافت. در ایالات متحده، جالبترین آثار کاملاً خارج از سینمای تجاری و به دست فیلمسازان مستقل که اساساً در نیویورک و سان‌فرانسیسکو متمرکز بودند، در تعاونیهای فیلمسازی خود آنها تولید شد. فیلمهای این سینمای مدرن، یک تجربه مشاهده عرضه کرد که کاملاً با تجربه مشابه در سینمای کلاسیک متفاوت بود: مخاطب تشویق نمی‌شد تا خود را با شخصیتها یکی کند و قرار نبود مخاطب فیلم را به عنوان خود زندگی ببیند، نه نمایشی از آن. فیلمها توجه تماشاگر را به این نکته جلب می‌کردند که او درگیر نوعی تعامل با فیلم است و از طریق این تعامل، موفق به کشف دنیایی تازه می‌شود. رابطه ضروری بین فیلم و تماشاگر، رابطه‌ای عملی و فعال بود، نه رابطه‌ای انفعالی و تأثیرپذیر. جهانی که عرضه می‌شد، جهانی بسته و ساده نبود که در آن کلیه درگیرها و مسایل در آخرین حلقه فیلم قابل حل باشد. سینمای جدید، سینمایی بود با پایانی باز، پیچیده و غالباً بی‌قرار و آشفته.

1. Bazin, A., *What is Cinema?* (2 vols), Berkeley: University of California Press, 1967.
2. Bordwell, D., & Thompson, K., *Film Art: An Introduction*. New York: Knopf, 1986.
3. Lotman, J., *Semiotics of Cinema*, Ann Arbor: Michigan Slavic Publishers, 1976.
4. Wollen, P., *Signs and Meaning in The Cinema*, Bloomington: Indiana University Press, 1976.
5. Eisenstein, S., *Film Form*, New York: Harcourt Brace, 1969.
6. Wolfen, p., 1978.
7. Allen, R., & Gomary, D., *Film History: Theory and Practice*, New York: Knopf, 1985.