

متن و مخاطب



نوردر آدورنو

میرا احمد میراحسان

توجه ما را به خود جلب می‌کند. در واقع وقتی کریستین تامپسن می‌کوشد اثبات کند نتوفر مالیسم مدل ارتباط را در هنر کنار می‌گذارد، تلاش بیهوده‌ای را شکل می‌دهد تا نوعی از رابطه‌ی فرستنده، رسانه و گیرنده را با کنش اصلی‌ای انتقال پیام که در کاربرد عملی رسانه مستتر است، در مورد هنر نفی کند. در حالی که میزان وضوح پیام ربطی به مؤثر بودن آن ندارد و ما در هنر و سینما می‌توانیم با پذیرش ناگزیر وجود متن، آفریننده‌ی متن و مخاطب متن، شکل دیگر شده و غیر کاربردی همان مدل ارتباطی را پی‌گیری کرده و در ضمن در هر حال به ناچار درباره‌ی آرمان تأثیر متن در آفرینش هنری تسلیم شویم. هر چند مؤثر بودن اثر هنری با راه‌های گوناگون و نگرش‌های گوناگون در دستگاه‌های گوناگون تولید اثر خلاق می‌تواند مفاهیم و

گفتمان مخاطب‌گرایی عملاً در درون خود دارای ساختاری مثلی متشکل از متن و ماتن و مخاطب و در واقع همان متن و مؤلف و مخاطب است. به محض آن که ما از مخاطب به‌طور کلی و هنر به‌طور خاص و سینما به‌نحو‌ای خاص سخن می‌گوییم، وارد حوزه‌ای از ارتباط شده‌ایم که اثر، آفریننده‌ی اثر و مخاطب اثر را در بر می‌گیرد. در مقیاس عام پیام، پیام‌دهنده و پیام‌رسان و در مقیاس خاص و اخص شکل‌های غیر کاربردی این رابطه‌ی مثلی

مصدق‌های گوناگونی داشته باشد. این بحث ماهیت اثر هنری و نحوه‌ی ارتباطش با مدل ارتباط و نقد نئوفرمالیسم را همین جا نگاه داریم تا سپس پس از تمهیداتی به آن بازگردیم تا سوء تفاهماتی را مورد پرسش قرار دهیم که «شکستن حفاظ شیشه‌ای» و دوستانی ایجاد کرده‌اند که با شوق آن آرا را در برابر نظریه‌ی هنر والا مورد دفاع قرار داده‌اند و با مفاهیم مبهم خود و به بهانه‌ی فرایند شکل‌گیری غیر کاربردی و سرشار از سرخوشی فیلم، تمایز هنر والا و سرشار از زیبایی و معنویت و یکه بودن را با آثار کلیشه‌ای سرگرم‌کننده که ماهرانه به اجرا درآمده‌اند، از میان بردارند.

متأثر از بحث‌های ادبیات چیست سارتر از یک سو جستارهای هنر اجتماعی جنبش چپ جهانی بود. شکل تازه‌تر این مخاطب‌گرایی اخیراً در ایران تحت پوشش یک نگرش دینی پدیدار است و در برابر هنر آوانگارد قد علم کرده‌است و در ضمن یک نگرش دینی چپ، اما با رویکرد به سینمای هالیوودی از سوی دیگر تمایل خود را به هنر مخاطب‌گرا به نمایش گذارده‌است. اگرچه جریان نخست از بقایای یک منظر ایدئولوژیک در گفتمان مخاطب‌گرایی سود می‌جوید، اما کاملاً آشکار است که امروز دچار نوعی گسست، وادادگی و درغلتیدن از یک سر افراط به سر تفریط دیگر است و شعار جلب مخاطب به هر قیمت، حتی به

بحث مخاطب‌گرایی با دو سویه‌ی متفاوت می‌تواند مطرح شود. سویه‌ی نخست، در حوزه‌ی زیبایی‌شناسی معاصر، حاوی اشارتی فلسفی به انضمام دستامدهای نشانه‌شناسانه است. این بحث تاریخچه‌ی خود را دارد و همواره از زمان افلاطون تا به امروز با تغییر قیافه در کانون جستارهای هنری حضور داشته است.

سویه‌ی دیگر بحث، سویه‌ای اجتماعی است و هر چند با قلمرو نخست در ارتباط است، اما دارای منظری ساده‌تر، عمومی‌تر و گاه سرشتی سیاسی است

بحث مخاطب‌گرایی با دو سویه‌ی متفاوت می‌تواند مطرح شود. سویه‌ی نخست، در حوزه‌ی زیبایی‌شناسی معاصر، حاوی اشارتی فلسفی به انضمام دستامدهای نشانه‌شناسانه است. این بحث تاریخچه‌ی خود را دارد و همواره از زمان افلاطون تا به امروز با تغییر قیافه در کانون جستارهای هنری حضور داشته است.

سویه‌ی دیگر بحث، سویه‌ای اجتماعی است و هر چند با قلمرو نخست در ارتباط است، اما دارای منظری ساده‌تر، عمومی‌تر و گاه سرشتی سیاسی است. مخاطب‌گرایی در این منظر میان ما دست‌کم با سه تجربه‌ی مهم درآمیخته است. اول جستار ادبیات رالیسم سوسیالیستی، دوم نظرگاه‌های فاشیستی/ نازیستی و سوم جستار هنر و ادبیات متعهد که به‌ویژه در سه دهه‌ی پیش از انقلاب اسلامی در ایران جایگاهی معتبر داشت و خود

قیمت لودگی‌های غیراخلاقی در مجموعه‌های تلویزیونی و سینمای کودک و... رایج و چراغ راهنمای خود قرار داده‌است. در حالی که مخاطب‌گرایی جریان چپ دینی دارای درکی لیبرالیستی به انضمام افشاگری‌های رادیکال اجتماعی به زیان رقیب و پیروی از شعارهای جنبش اصلاح‌طلبی و شکستن خط قرمزهای سابق را در نظر گرفته و از آن پیروی می‌کنند. در این میان مشکل جستارهای مخاطب‌گرویی در سویه‌ی اجتماعی و تحت تأثیر جناح‌های سیاسی رسمی، میان‌مایگی دیدگاه‌ها و نیات و مقاصد و بی‌توجهی به تحلیل ژرف از مفهوم نوین مخاطب‌گرایی در هنر معاصر است. جنبه‌ی دیگر آن که این مخاطب‌گرایی متوسط‌الابعاد، در هر حال به تعالی عناصر هنر مردمی و مخاطب‌گرا و تولید فیلمی با ساختار بصری و روایی سالم کم توجه است، جلب مخاطب به هر قیمت همواره خطر

ابتدال روزافزون را پیش رو دارد. به مصداق‌های این مخاطب‌گرایی نیز پس از جستارهای بنیادین در سویی‌ی نخست که سویی‌ی عمیق‌تر و زیبایی‌شناسانه‌ی بحث در خصوص مخاطب است باز خواهیم گشت، اما مفهوم ژرف مخاطب‌گرایی، آیا وقتی امروز ما درباره‌ی مخاطبان اثر هنری به طور کلی و به خصوص سینما سخن می‌گوییم، مفهوم مورد نظر ما، همان مفهومی است که در سده‌ی نوزدهم و پیش از ظهور هنر عمومی فن آورانه وجود داشت؟ آیا این مخاطبان، همان مخاطبانی هستند که در تئوری هنر متعدد و جامعه‌گرای چپ هم چون ریشه‌ی بالقوه‌ی هنر طبقاتی و ارکان اصلی محتوا و مخاطب هنر آلیستی یا رالیسم سوسیالیستی مطرح بودند؟ و حال با همان رویکرد جامعه‌شناسانه مورد تحلیل و ارجاع دوباره قرار گرفته‌اند؟

حقیقت آن است که شالوده‌ی تئوری مخاطب نوین زبان‌شناسی است و شاخه‌ی معناپردازی و مقدم بر آن نشانه‌شناسی در شکل‌گیری تئوری امروزین مخاطب‌گرایی (و نیز تئوری ضد مخاطب‌گرایی) نقش بنیادین دارند. آن هنری که اساس ماهیت آن بر معماری معنا از سوی مخاطب استوار است، و آن فیلمی که عمیقاً از پندار معنای فی‌نفسه می‌گریزد و به موضوعی لنفسه بدل می‌شود که برای من مخاطب موجودیت ویژه دارد و در آگاهی من شکل می‌گیرد و هر مخاطب در امتزاج با اثر مذکور، جهان معنوی تازه‌ای می‌آفریند و آن فیلمی که معنای کامل نهاده شده در خود را نفی می‌کند و به سخره می‌گیرد و اساس کارکرد ذهن شناسنده را در برابر موضوع مورد شناسایی، کارکردی فعال، سیال و تأثیرگذار می‌نامد و به شناخت و فراتر از آن تأویلی با منظری هستی‌شناسانه می‌نگرد، همه و همه به مایک چیز را گوشزد کرده است: این که مخاطب در شکل‌گیری اثر برای خود و معنا دادن به آن اصلاً شناسنده‌ای منفعل نیست که وظیفه‌اش کشف معنای فیلم باشد. بنا به همه‌ی دانش مربوط به هستی‌نشانه‌ها در قلمرو زبان، و عدم امکان معنای عینی، و سرشت ذهنی‌ای آگاهی، ما ناگزیریم بپذیریم هیچ اثری عیناً به ذهن ما منتقل نمی‌شود. ذهن ما تصاویری از فیلم را بنا به ظرفیت و ویژگی خود کسب می‌کند و بدان معنا می‌بخشد و معماری معنا خواه‌ناخواه به نحو غیرقطعی و نسبی محصول ذهن مخاطبان جداگانه و تمایزهای این اذهان و منطق حاکم بر مناسبات

بین‌الذهانی است.

به این ترتیب فیلم چه اثری سرگرم‌کننده و معمولی باشد و چه بهره‌مند از ذایقه‌ی زیبایی‌شناسانه‌ی متعال به هر حال موجودیت خود را در ذهن مخاطبان بر اساس ویژگی‌ها و خصوصیات ذهن آن‌ها معنی می‌کند. این است معنای مخاطب‌گرایی از یک هویت و ریشه‌ی فلسفی/زیبایی‌شناسانه برخوردار است.

این نگره برای تفهیم و تفاهم از فیلم به مثابه‌ی یک نظام نشانه‌شناسانه و یک نظام زبان‌شناسانه حرف به میان می‌آورد تا مفهوم و نقش مخاطب را بر این اساس و وضوح بخشد و برسیدن به سرشت تأویلی مناسبات تماشاگران و فیلم، به ارزش معناپردازی مخاطب تأکید ورزد. بدیهی است ما مخاطب فرهیخته و دانشور و مطلع و دارای تخیل زیبایی‌شناسانه‌ی نیرومند و مخاطب معمولی و عامی داریم و بدیهی است که معناپردازی این دو از هم متفاوت و به درجه‌ی احاطه و مهارت و دانشوری تقرب تأویل تأویل‌کننده‌ی ماهرتر، به اثر و روح آن بیش‌تر از ادراک سطحی و عامیانه خواهد بود.

چرا مخاطب فیلم، مهم است. شاید دوستداران جستارهای اقتصادی سینما، فوراً بگویند برای آن که فیلم اگر نفروشد، و مخاطبان انبوهی جلب نکند، ورشکست و نابود می‌شود. در منطق گردش کار سرمایه و منطق بدیهی سرمایه‌داری این ساده‌ترین پاسخ و عامیانه‌ترین نوع تلقی از رابطه‌ی فیلم و مخاطب است.

به نظر می‌رسد خود سرمایه‌گذاران بیش از هر کس دلواپس سودآوری و سودآوری فیلم‌اند و ارزش عملی و عینی آن را خوب می‌دانند، و اشتباه هم نمی‌کنند؛ اما از منظر زیبایی‌شناسی فلسفی، پاسخ ما کاملاً متفاوت است، زیرا پاسخ سرمایه‌دارانه اهمیت مخاطب را صرفاً در قالب مقوله‌ی سودآوری کالا طرح می‌کند، اما از نظر رابطه‌ی سوژه و ابژه، مخاطب خود مؤلفی تازه است. فهم نقش زبان فیلم، انواع دلالت‌ها، انواع نشانه‌ها، مناسبات همزمانی و در زمانی و نیز جانشینی و همنشینی، شکل‌گیری معنا، معناشناسی و معناپردازی روی هم بیش از هر زمان نشان می‌دهد فیلم به‌طور ذاتی با مخاطب شکل می‌گیرد و با مخاطب فرایند معنا بخشی‌اش به کمال می‌رسد.

بحث مخاطب سپس از منظر تاریخی، اجتماعی و پیدایش هنر دوران مدرن یعنی هنر عکاسانه، هنر فن آورانه و در حقیقت هنری متناسب با مدرنیته و سرشت جهانشمولی و همگانیت و عمومیت آن مطرح می شود و جذب مخاطبان وسیع مردمی و روحیه‌ی دمکراتیک تحولات فنی برای هماوایی با ذات دمکراتیک هنر فن آورانه از این منظر اهمیت جهانی می یابد. در این جا هم جستار بنیامین و آدرنو درباره‌ی عمومی شدن مصرف هنر به وسیله فن آوری های نو و پیدایش هنر فن آورانه قابل توجه خواهد بود.

اما بحث مخاطب از منظر نشانه شناسی ناظر است به پایان دوران عینیت معنای فیلم. زمانی که فیلم ها دارای معانی ثابت و عینی شمرده می شدند و ساختار، شگردها و فرم آن ها بایستی با توضیح منتقد دانای کل به سنجش درمی آمد، مخاطبان اهمیتی نداشتند؛ بلکه منتقدان و مؤلف اثر مهم بودند، زیرا فیلم ساز مؤلف صیاد زیبایی و معنا و شگردهای نو بود و منتقد فیلم شناس هم آن را کشف می کرد و در اختیار انبوه تماشاگران فیلم شناس قرار می داد. اهمیت این تماشاگران تنها در رشد اسکناس هایی بود که به جیب تهیه کننده سرازیر می کردند و تلاش برای سرگرم کردن (فریب و گول زدن؟) آن ها و کشاندن شان به سالن تاریک سینما پیش از این نبود که حضورشان «سود» را و حیات فیلم را تضمین می کرد. از نظر زیبایی شناسی، معماری معنا، و خود فیلم، آن ها موجوداتی کاملاً منفعل و بی اهمیت شمرده می شدند.

در دوران اپستاین و ایزنشتین، تماشاگران بیش از سوژه هایی برای آزمون های هوشمندانه‌ی فیلم سازان برای ایجاد تأثیرهای محیر العقول از خلال شگردهای تازه شان به شمار نمی آمدند، اما به محض این که سینما به مثابه یک سیستم نشانه شناسانه یا یک زبان مطرح می شود، سپس اهمیت مخاطبان هویدا می گردد. در این جا گفت و گویی در می گیرد که یک طرف آن تماشاگر است و هر تماشاگر به طور مستقل یک طرف گفت و گویی است که معنا از طریق رابطه‌ی دو جانبه‌ی شان منعقد می شود. از این لحظه به بعد اهمیت مخاطب چیز دیگری است، و با تجربه‌ی کهنه‌ی هنر مردم گرا و مسوول و مخاطبان طبقاتی آن کاملاً مجزا است.

در تئوری و مناسبات نو و تجربه‌ی جدیدی که محصول عملی هنر آوانگارد امروزی است، نقش مخاطب احساس و واقعیت و

باور و فرورفتن در فریب فیلم نیست. چه بسا سبک های پسامدرن عمیقاً با باور فیلم می ستیزند و می کوشند مخاطب همواره فاصله اش را با فروغلتیدن به دامچال فریب و غرق شدن عاطفی در جهان اثر حفظ کند. نقش مخاطب در این جا بیش از هر زمان آگاهانه، پرسش آمیز و متفاوت است؛ می توانم بگویم این تجربه‌ی واقعاً تئوری مسأله‌ی احساس و واقعیت متز را مورد تردید قرار می دهد و نشان می دهد مفهوم مخاطب در سینمای مستقل و فرهیخته تا چه میزان دچار تحول شده است و در برابر تئوری متز قدا علم کرده است:

یکی از مهم ترین مایل در میان مایل بی شمار نظریه های سینمایی، مسأله‌ی احساس و واقعیت در سینماست. چنان که تماشاگر آن را تجربه می کند. فیلم چنان احساسی در ما برمی انگیزد که گویی شاهد یک منظره‌ی تقریباً واقعی هستیم، و این کار را چنان که آلبرت لافای یادآور شده است، بهتر از یک رمان، نمایش نامه، یا نقاشی فیگو راتیو می کند. فیلم در بیننده یک سازو کار مشارکت عاطفی و دریافتی پدید می آورد (آدم تقریباً هیچ گاه از دیدن یک فیلم احساس خستگی نمی کند) فیلم به طور خودجوش حس باور بیننده را برمی انگیزد. البته نه به طور کامل، اما نیز و مندتر از سایر هنر ها و گاه گاه فیلم ها حتی به طور مطلق بسیار باور پذیرند. فیلم ها با مابه زبان سندیت واقعی سخن می گویند با استفاده از استدلال «چنین است». آن ها به راحتی از گزاره‌ای استفاده می کنند که یک زبان شناس آن را کاملاً خبری تلقی می کند و هم چنین از گزاره‌هایی که راحت با همان ارزش ظاهری شان پذیرفته می شوند. یک حالت فیلمیک داریم که حالت حضور است و تا حدود زیادی باور کردنی است. فیلم با «احساس و واقعیت» خود با چیرگی مستقیم بر حواس، بیش از تازه ترین نمایش نامه ها و رمان ها توان جلب توجه های مردم را دارد. می دانیم که آندره بازن به این توده گیر بودن هنر سینما اهمیت زیادی می داد. هر چند به هیچ روی غریب نیست که فیلم با ارزشی با شکست تجاری روبه رو شود، اما به طور کلی، سینما حتی در شکل های «پیشرفته‌ی» تجربی اش، مخاطبان گسترده‌ای دارد. آیا همین راد باره‌ی سایر هنر های دوران ما هم می توان گفت؟ آیا وقتی صحبت بر سر حلقه‌ی تنگ هواداران نقاشی انتزاعی، موسیقی سریال، جاز مدرن یا رمان نو فرانسه است؛ گروه های کوچکی از روشنفکران که وجه اشتراک اندکی حتی با قشر با فرهنگ جامعه دارند (چهره سده به توده های مردم) او علاوه بر این عمدتاً تشکیل شده اند از «شریک جرم» های هنرمند خالق اثر، از جمله این که برای او شناخته باشند یا ناشناخته آدم هایی هم تراز او و همکاران بالفعل یا

می‌گذرد و نقش بنیادی تری ایفا می‌کند یا مقولات مقدماتی تری را در بر می‌گیرد؟ آن مقدمه به نظر می‌رسد مربوط به سرشت نشانه‌شناسی دیداری و شنیداری فیلم است که متن را تشکیل می‌دهند و واقعی بودن یا فاصله‌ی با واقعی به نظر آمدن را به یکسان در بر می‌گیرند و از الگوی متر فرامی‌روند. فیلم‌سازی که مخاطب را «فریب» نمی‌دهد و به طور خارق‌العاده و ماهرانه به فاصله‌گذاری می‌پردازد تا تماشاگر ضمن وقوف به واقعیت فیلمیک و ناواقعی بودن ماجرای بر پرده، ماجرای غیرواقعی را جدی می‌گیرد صرفاً بر اساس همان سرشت فیلم به مثابه نظام نشانه‌شناختی موفق به این تأثیر نو و پرسش‌آمیز می‌شود. به نظر درست همین جا تمایز سینمای کیارستمی با سینمای واقع‌نما رقم می‌خورد و این تمایز به ما کمک می‌کند که با تسلیح معنوی نیرومندی وارد مقدمات مورد اشاره می‌شویم. زیرا احال حرکت تصویر و تصویر متحرک هم در خدمت ایجاد عینیت و هم آلود قرار نمی‌گیرد و حس ساختگی بودن و ساختگی نبودن هم‌نشینی مجموعه‌ای از نشانه‌های سرشار از زندگی به کار امر مهم تری می‌آید که همان گفت‌وگوی زنده‌ی مخاطب متن به طور جدی

بالقوه‌اش می‌تواند از مخاطب عام به معنای وسیع کلمه سخن گفت؟ گروهی از پیروان راتازمانی که به لحاظ شمار و تمایز اجتماعی، فرهنگی میان خالق اثر و مصرف‌کننده‌ی آن به حداقل معینی نرسیده باشند، نمی‌توان مخاطب تلقی کرد.

دلیل این که سینما می‌تواند روی شکاف میان هنر واقعی و مخاطب عام پل بزند یا به هر حال تا حدود زیادی این کار را بکند و این که فیلم‌سازان قادرند با دیگران نه تنها با دوستان خود (با کسانی که می‌توانستند دوست‌شان باشند) حرف بزنند این است که فیلم از جذابیت حضور و نزدیکی نیرومندی برخوردار است که توده‌های مردم را جذب و سالن‌های سینما را پر می‌کند. این پدیده که به احساس واقعیت در سینما ارتباط دارد، طبعاً دارای اهمیت زیباشناختی زیادی است؛ اما بنیان آن پیش از هر چیز روان‌شناختی است. احساس باور که چنین مستقیم است هم در فیلم‌های غیر معمولی و شگفت‌آور و هم در فیلم‌هایی که «رئالیستی» هستند، کار خود را می‌کند. هنر فانتزی تنها زمانی فانتزی است که بتواند ما را قانع کند (در غیر این صورت مسخره جلوه می‌کند).

به نظر می‌رسد بحث ماهوی مخاطب‌گرایی فیلم را حتی مقدم بر آرای متر از قدرت تا واقعیت در سینما باید فهم کرد که ناشی

بحث مخاطب از منظر تاریخی - اجتماعی و پیدایش هنر دوران مدرن یعنی هنر عکاسانه، هنر فن آوران و در حقیقت هنری متناسب با مدرنیته و سرشت جهانشمولی و همگانیت و عمومیت آن مطرح می‌شود و جذب مخاطبان وسیع مردمی و روحیه‌ی دمکراتیک تحولات فنی برای هماوایی با ذات دمکراتیک هنر فن آوران از این منظر اهمیت جهانی می‌یابد



دانشیار

است، چون ناتوانی فیلم‌ساز در اجراء این گفت‌وگو را به مخاطره می‌افکنند و از جدیت می‌اندازد نه آن که اهمیت آن در دریافت واقعیت عینی و فریب مخاطب در تعویض ساختار ذهنی تصاویر با ساختار توهم‌آلود عینی باشد.

جستار باز تولید و همذات‌پنداری هم در نتیجه در این مدل تازه‌ی رابطه‌ی متن و مخاطب، بحث منفی و قابل‌طرردی است. از

از آن است که به نظر می‌آید امر غیرواقع به واقعیت پیوسته است و جلوی چشم ما چنان که گویی رویدادی معمولی است. نه تصویر فرایندی خارق‌العاده که تنها در ذهن شکل می‌پذیرد. روی می‌دهد. آن مقدمه کجاست؟ چیزی که در قلمرو مخاطب‌گرایی ذاتی فیلم و مفهوم مخاطب در سینما، از توانمندی واقعی ساختن و واقعی نمودن برای آثار چه رئالیستی و چه غیررئالیستی، در

سوی دیگر تخیل تصویری در هر دو گروه آثاری که می‌کشند به صورت زندگی ملموس یا زندگی ساخته شده ظاهر شوند دارای اهمیت اساسی است. چه وقتی که فضاهای دایجسس [جهان داستانی] و ماده‌ی خام فیلم و فضای سالن ناهمگون اند و هیچ یک دیگری را در بر نمی‌گیرد و تأثیری بر آن ندارد و همه چیز چنان رخ می‌دهد که گویی یک جداره‌ی نامریی، اما نفوذناپذیر این دو دنیا را کاملاً از یکدیگر جدا نگاه می‌دارد؛ و چه وقتی که زمانی حاصل جمع دور ساخت‌های حسی تماشاگر در مدت نمایش فیلم به دو رشته‌ی کاملاً مجزا یعنی رشته‌ی دیداری (یعنی فیلم، دایجسس) و رشته‌ی مربوط به احساس ارگانسیم خود (احساس بدن خود و احساس دنیای واقعی) تقسیم نمی‌شود و تماشاگر تا حدی در فیلم غرق می‌شود، در هر حال ما مخاطبانی هستیم که در وهله‌ی اول درگیر هضم نشانه‌ها و گفت و گوها با دال‌ها و ادراک دلالت‌ها و مدلول‌ها به سیاق ویژه‌ی خود هستیم و با یک سیستم زبانی سر و کار داریم و مخاطبان آن به شمار می‌آئیم و زبان با عناصر بنیادین خود به واقعیت ماهوی فیلم اشاره می‌کند و آن ضرورت وجود مخاطبی است که روایت فیلم را فهم کند.

چه ما سینما را به صورت زبان، یا سیستم زبانی یا سیستم نشانه‌شناسانه که فعلاً در آن مناقشه نمی‌کنیم بنگریم در هر حال ذاتاً به یک ماهیت اساسی فیلم اشاره کرده‌ایم، هیچ زبان و سیستم زبانی بدون مخاطب معنا نمی‌دهد و از این جا نقش مخاطب نه به عنوان عامل خارجی و خریدار تضمین‌کننده‌ی بازگشت سرمایه، بلکه هم چون عنصری درونی و در متن هستی فیلم معنا می‌یابد. حال ما از رابطه‌ی هنر یا واقعیت طبق الگوی فهم چرنیشفسکی یا لوکاج برای درک نقش مخاطب استفاده نمی‌کنیم، بلکه بسی اساسی‌تر و فنی‌تر به ساختار و هستی فیلم برمی‌گردیم و از آن نقش و اهمیت یک‌ه‌ی مخاطب را به مثابه امری ضروری برای درگرفتن گفت و گو و تحقق فیلم و آرسی می‌کنیم و مهم‌تر از آن نقش مخاطب را مندرج در اساس سیستم نشانه‌شناسانه و هستی فیلم می‌یابیم. بدیهی است که ما بحث متن و مخاطب را که حال بر کانون نشانه پیش می‌رود به آرای مونژن فردینان دوسوسور (۱۸۵۷-۱۹۱۳) بکشانیم، زیرا همان‌طور که بارها گفته شده او یکی از نخستین کسانی است که بر اهمیت نشانه‌شناسی اشاره کرده است:

«نشانه‌شناسی به نظر سوسور علم پژوهش نظام‌های دلالت

معنایی است». زبان یکی از این نظام‌هاست. آدیان به یاری اشارات اندام‌های بدن، نظام پوشاک، نظام خوراک، نظام‌های نشانه‌ای فرهنگی (از سیمایچه‌های اقوام ابتدایی تا نظام نقاشی تجریدی معاصر و سینما) یا ابزارهای جدا از نوشتار و گفتار نیز با یکدیگر ارتباط می‌یابند. پاره‌ای از این ابزار به قاعده‌های تصویری مرتبط می‌شوند و شماری هم هیچ ارتباطی به این قواعد ندارند. نشانه‌شناسی علم شناخت این نظام‌های ارتباطی است. خود سوسور در درس‌هایی درباره‌ی زبان‌شناسی همگانی نوشت:

زبان نظامی از نشانه‌هاست که عقاید را بیان می‌کند، و از این رو قابل قیاس با نظام نگارش، الفبای ناشنایان، مناسک نمادین، اشکال (قواعد) رفتار مودبانه،

بحث نشانه‌شناسی به ما یادآوری می‌کند که فیلم پیش از هر چیز مجموعه‌ای از نشانه‌هاست و خواننده‌ی تصویر بر اساس قواعد خواندن تصویر عمل می‌کند، پس ما باید واقعاً به این که نشانه چیست، انواع نشانه‌های فیلم،

علامت‌های نظامی و غیره است... زبان‌شناسی تنها بخشی از این علم کلی نشانه‌شناسی است. می‌توان قوانینی را که به یاری نشانه‌شناسی کشف می‌شوند در مورد زبان‌شناسی نیز کارا دانست.»

اگرچه این قاعده بازگون شد، اما به هر حال سوسور پایه‌ی همه‌ی تحولاتی قرار گرفت که سپس با پی‌یرس و دیگران در نشانه‌شناسی با شتاب رخ داد و تقسیماتی هم چون نشانه‌های شمایی، نشانه‌های نمایه‌ای و نشانه‌های نمادین را مطرح کرد. وقتی که ما به سینما هم چون آمیزه‌ای از انواع نشانه‌های مذکور می‌نگریم فوراً درمی‌یابیم، مثل هر نظام نشانه‌ای در این جا هم حیات نشانه با فرض وجود مخاطب و برای مخاطب معنا دارد؛ و دقیقاً با درک نقش این انواع نشانه‌ها در هستی فیلم ما به مفاهیم تأویل و تأثیر دلالت‌نگر نشانه هم چون مورد تأویلی برمی‌خوریم که امروز در شالوده شکنی و هرمنوتیک مدرن نقش زیادی ایفا

سخنرانی ابتکاری است هنری و موضوع هیتلر مؤید همین تلقی است.

بحث حاضر باید نخست با ایده‌ی هنر عمومی و همگانی و مصرف وسیع هنر فن آورانه و مخاطبان انبوه آن دنبال شود و پس از آن به تحولات مخاطبان آثار هنری در آستانه‌ی سده‌ی بیست و یکم و پس از ظهور دوربین‌های دیجیتالی و عمومیت آفرینش سینمایی و تبدیل مخاطبان به تولیدگران ادامه یابد و سرانجام به تجربه‌ی ایرانی این تحولات، اشاره کند و سپس به بحث سینمای دارای مخاطب داخلی و سینمای فاقد مخاطب داخلی و همه‌ی مسایل مربوط به آن و نیز حواشی و منظر گروه رهبری و دولتی



بگمان

جدید از مفهوم مخاطب و نیز لوث شدن بحث مخاطب از سوی طرفداران سینمای عامه پسند، مورد تبیین پژوهشگرانه و مستدل قرار گیرد و موقعیت کنونی سینمای ما به طور کلی در ارتباط با مخاطب و گونه‌های مختلف آن از جمله سینمای مستقل و فرهنگی، سینمای عامه پسند (بدنه) سینمای کودک، سینمای داستان پرداز و ناداستان پرداز، سینمای با مخاطبان داخلی و سینمای با مخاطبان خارج و غیره بررسی شود. بدیهی است همه‌ی این موردها، نیازمند کتابی مفصل است.

اگر بخواهیم به صورت فشرده گام اول نسبت فیلم و مخاطب را مرور کنیم، برای درکی علمی و عمیق نخست باید در قالب رابطه‌ی نشانه‌های فیلمیک (دیداری و شنیداری) به مخاطب بیندیشیم. این نشانه‌ها چیست و مخاطبان چه ارتباطی با آن‌ها برقرار می‌کنند؟

می‌کند، اما مقدم بر آن‌ها توضیح دهنده‌ی رابطه‌ی متن فیلم و مخاطب و سازوکار ادراک غیرکاربردی فیلم از سوی مخاطبان بر اساس ساختار نشانه‌شناسانه است.

بدیهی است که بحث درباره‌ی مبانی نظریه‌ی نشانه‌ها و نظریه‌ی معنا در سینما گسترده و به همان نسبت به طور وسیع با مقوله‌ی مخاطب و مفهوم مخاطب در سینما وابسته است. ما زمانی که به مجموعه‌ی نشانه‌های دیداری و شنیداری و آوایی به مثابه‌ی می‌رسیم فوراً به منطق گفت و گوی باختین و به نشانه و معنا و لذت متن و رابطه‌ی نشانه و تأویل برمی‌خوریم که بیش از پیش نسبت متن و مخاطب را در سینما تبیین می‌کند و به مخاطب

دلالت ضمنی نشانه‌های تصویری و ویژگی بیان تصویری، رابطه‌ی مخاطبان این نشانه‌ها با معنا، روند پیدایش و پنهان شدن معنا در فیلم، نظام‌های نشانه‌شناسانه‌ی سینمای صامت و سینمای ناطق توجه کنیم، و درباره‌ی آن اطلاعات ضروری به دست آوریم

معنایی تازه می‌دهد. حال می‌بینیم مخاطب‌شناسی فیلم چقدر عمیق‌تر از آن ادراک ساده‌ای است که با ساده‌لوحی فراوان به نحو عامیانه همه‌ی مسایل فیلم و مخاطب را با میزان فروش و بازگشت سرمایه و جلب افراد بیش‌تری می‌کوشد توضیح دهد و تصور می‌کند فیلم‌هایی به عنوان آثار هنری آوانگارد وجود دارند که بی‌مخاطب‌اند و در نتیجه آثار بی‌اهمیتی هستند. در حالی که ما در این جا تنها با سطوح اصیل‌تری از مخاطب اثر هنری تماس داریم. واهمه‌ی کسانی چون هیتلر و استالین از این گونه آثار و از مخاطبان شان و کمر همت بستن در نابودی آن‌ها حال کاملاً قابل فهم است. همه‌ی جریان‌های توتالیتار از بیداری مخاطب واهمه دارند، آن‌ها توده‌های بی‌شکل گله‌وار و تابع القای ایدئولوژیک را ترجیح می‌دهند و در نتیجه اثر بیداری‌کننده و آگاهی‌بخش و مخاطبان کیفی و آگاه از نظر آن‌ها مردودند و بهتر است نباشند.

بحث نشانه‌شناسی به ما یادآوری می‌کند که فیلم پیش از هر چیز مجموعه‌ای از نشانه‌هاست و خواننده‌ی تصویر بر اساس قواعد خواندن تصویر عمل می‌کند، پس ما باید واقعاً به این که نشانه چیست، انواع نشانه‌های فیلم، دلالت ضمنی نشانه‌های تصویری و ویژگی بیان تصویری، رابطه‌ی مخاطبان این نشانه‌ها با معنا، روند پیدا و پنهان شدن معنا در فیلم، نظام‌های نشانه‌شناسانه‌ی سینمای صامت و سینمای ناطق توجه کنیم، و درباره‌ی آن اطلاعات ضروری به دست آوریم. ما نمی‌توانیم در عالی‌ترین موقعیت مدیریت و تعیین‌کننده‌ی تکلیف سینما و مخاطب عمل کنیم، در حالی که نسبت به این مفاهیم، عامیانه برخورد می‌کنیم و نه تنها به اهمیت آن پی نبرده‌ایم؛ بلکه اساس بحث مخاطب‌شناسی را تا سر حد دیدگاه یک دلال فروش تنزل می‌دهیم، ما بدون درک رابطه‌ی خاص مخاطب و زبان سینما، و درک سینما هم چون متن، یک متن آفریده شده. چه متن والای هنری، چه متنی برای سرگرمی عامه. نخواهیم توانست موضعی مترقی درباره‌ی مخاطب فیلم اتخاذ کنیم. ما تنها زمانی با دیدگاه فرهنگی به فیلم و مخاطبان آن خواهیم نگریند که مقوله‌ی پیچیده‌ی ارتباط ذهن مخاطب متن را با نگاه نو ادراک کرده به موضوع شناخت و تفسیر و تحلیل و مهم‌تر از آن سرشت تأویلی این ارتباط ببیندیشیم، این بحث‌ها به ما یادآوری می‌کند که نظام‌های نشانه‌شناسانه‌ی موجود در یک فیلم، چه طرفداران هنر عامه‌پسند بپذیرند و چه نپذیرند می‌تواند دارای ظرافت، ابداع و خلاقیت باشد که متقابلاً به مخاطب عمیق‌تری محتاج است. عده‌ای که صرفاً ناظر به وجه تجاری سینما هستند، نظیر بسیاری از تاجران به سود می‌اندیشند و حاضر نیستند این حقیقت بنیادین نشانه‌شناسانه را به رسمیت بشناسند و به آن اهمیتی دهند، زیرا امتیاز والایی در فیلمی که مخاطب عام را جلب نکند سودی برای جیب سرمایه‌دار ندارد؛ هر چند همواره فرهنگ بشری در گرو همین جنبه‌ی آفرینشگرانه؛ و ابداع‌آمیز و خلاقانه و نوآورانه‌ی کار انسانی (چه در حوزه‌ی هنر و چه علم...) قرار داشته است. پس سینمای فرهنگی ناگزیر باید از امتیاز حمایت نیروی سرمایه‌ی اجتماعی که در اختیار دولت است، برخوردار شود. این نخستین نکته‌ای است که درک فیلم به مثابه مجموعه‌ای از نشانه‌ها و مخاطبان گوناگون پیش می‌آورد. در این نقطه مسأله‌ی

ساده آن است که سینمای گویا از عملکرد نظام‌های نشانه‌شناسانه‌ی متفاوت شکل می‌گیرد و این نظام‌های نشانه‌شناسانه یا به نحو درست در حد دریافت عمومی‌ترین قشر تماشاگران متشکل می‌شوند که به طور بدیهی پاسخ خود را در صورت جذابیت برای آن‌ها به وسیله‌ی فروش سودآور دریافت خواهند کرد و یا شناخت سخن فیلمی و زبان ظریف و عمیق و لایه‌مند آن نیازمند سطح شعوری فراتر است تا نظام دلالت پیچیده‌ی آن اندیشیده شود و در این جا سینما نظیر هر هنر اصیل مخاطبان جدی‌تری لازم دارد. حذف این سینما به سبب محدودیت مخاطب عملکرد یک نظام اجتماعی فرهنگ ستیز و صرفاً سوداگر است که به بهانه‌ی منافع عمومی مذکر جهان اندیشگون هنر است، اما این جهان چه خواهیم چه نخواهیم وجود دارد. در همه جا، در حوزه‌ی علم، هنر، فعالیت‌های فرهنگی، در اقتصاد و سیاست و... دانایی متعال، خرد فشرده شده و خلاقیت پیشرو و علم و اندیشه‌ی مولد و نیروهای رهبری‌کننده در رأس قرار دارند و سطوح وسیع‌تر و لایه‌های کثیر و پرجمعیت همگان پله به پله قاعده‌ی هر می‌رامی سازند که هر چه به پایین می‌رویم، پیچیدگی ابداع و تفکر کم‌تر و استفاده از دستامدهای بالا و رأس هرم شکل ساده‌تری به خود می‌گیرد. عدم فهم این ارتباط به حذف حضور آزاد فرهیختگی و نیروهای فرهیخته در نظام‌های توتالیتر، بسته، ایدئولوژیک و بورکراتیک همواره فاجعه به بار آورده است. هم تجربه‌ی استالینی و هم تجربه‌ی هیتلری یعنی دو شکل برخورد ایدئولوژیک که به ظاهر به طرفداری از نیروهای مردمی با آوانگاردیسم و هنر پیشرو مقابله کرده و آن را حذف کردند و کوشیدند هنر عامه‌پسند را گسسته از اندیشه، به سود خود مصادره‌ی به مطلوب کنند، نشان کامل شکست‌نگاهی است که به بهانه‌ی مخاطب عامه و هنر عامه‌پسند با هنر پیشرو که مخاطب فرهیخته‌تر و اندیشمندتری دارد ستیز داشته است.

علت فروپاشی نگاه عوام‌گرا کاملاً بدیهی است و من استدلالم را با اشاره به سرشت نظام‌های نشانه‌شناسانه‌ی فیلمیک شروع می‌کنم تا ضرورت درک چند جنبه از مخاطب و پذیرش سینمای فرهیخته با مخاطبان فرهیخته را اثبات کنم. می‌دانیم که شناخت زبان سینما به ما خبر از نظام‌های نشانه‌شناسانه‌ی زیر



می دهد:

نظام نشانه‌های تصویری که مبتنی است بر دسته‌بندی‌های مشهور نشانه‌ها که یکی از نام‌دارترین آن‌ها دسته‌بندی پی‌یرس است. نظام نشانه‌های تصویری در سینما ما را از نشانه‌های شماییلی، نمایه‌ای و نمادین با خیر می‌سازد.

اگر نشانه‌های شماییلی نیازی به تعمق زیاد برای انتقال پیام ندارد، و اساساً بر اساس شباهت نشانه با موضوع استوار است، در مقابل نشانه‌های نمایه‌ای و نمادین نیاز به اندیشیدن دارد، زیرا نشانه‌های نمایه‌ای بر مبنای نوعی نسبت درونی و وجودی، شکلی از پیوستگی معنایی (و گاه علت و معلولی) میان موضوع و نشانه شناخته می‌شود و نشانه‌های نمادین به ویژه بر اساس قراردادهای

می‌شود و نشانه‌های نمادین به ویژه بر اساس قراردادهای نشانه‌شناسانه و روابط فرهنگی پیچیده‌تری شکل می‌گیرند و عموماً سرشار از دلالت‌های ضمنی هستند و چه بسا یک مرز نامعلومی برای تأویل آن‌ها وجود دارد که بسیار به فرزنگی و دانش و احاطه‌ی مخاطب در معماری معنا و معناپردازی حول‌شان وابسته است

اگر نشانه‌های شماییلی نیازی به تعمق زیاد برای انتقال پیام ندارد، و اساساً بر اساس شباهت نشانه با موضوع استوار است، در مقابل نشانه‌های نمایه‌ای و نمادین نیاز به اندیشیدن دارد، زیرا نشانه‌های نمایه‌ای بر مبنای نوعی نسبت درونی و وجودی، شکلی از پیوستگی معنایی (و گاه علت و معلولی) میان موضوع و نشانه شناخته

سرگرم می‌شوند وارد حوزه‌ی انسان‌های اندیشنده و متفکر می‌نماید. بدیهی است مثلاً در هنر به کار رفته در معماری اصفهان یا شعر حافظ افراد فرهیخته اعماق زیبایی و والایی و معانی ژرف‌تری را می‌کاوند تا مردمی که با سطح این هنر تماس می‌یابند و بهره‌ی فرهیختگان لذت و پرورش عالی‌تر روح و ذائقه‌ی معنوی بیش‌تری است تا کسانی که به آهنگ‌های مبتذل گوش می‌دهند و گوش‌شان به نوای علیزاده و صدای شجریان و باخ و بتهوون و شوئنبرگ و پاوارتی آشنایی ندارد.

به قول پیتر وولن به غنای زیبایی شناختی سینما از این امر ریشه می‌گیرد که در سینما هر سه بُعد نشانه جای گرفته است. به عقیده‌ی من چه نشانه‌های شماییلی، چه نمایه‌ای و چه نمادین می‌تواند متضمن دلالت ضمنی در هم‌نشینی‌ها باشد و لایه‌ای

نشانه‌شناسانه و روابط فرهنگی پیچیده‌تری شکل می‌گیرند و عموماً سرشار از دلالت‌های ضمنی هستند و چه بسا یک مرز نامعلومی برای تأویل آن‌ها وجود دارد که بسیار به فرزنگی و دانش و احاطه‌ی مخاطب در معماری معنا و معناپردازی حول‌شان وابسته است.

بدین سان ما تنها با اعمال ضد فرهنگی و جبری، می‌توانیم از ساحت تولید هنری این قلمرو تولید متعال و ظریف و عمیق‌تر را کنار بگذاریم و اصرار در سطحی کردن مردم داشته باشیم، زیرا هر چقدر که دانش و رفاه عمومی پیش رود؛ حضور هنر فرهیخته مخاطبان وسیع‌تری می‌یابد و در خدمت پرورش سلیقه‌ی زیبایی‌شناسی و خرد عمومی قشر بزرگ‌تری از مردم نقش ایفا می‌کند و توده‌های بیش‌تری را از عوام‌الناس که به آثار سطحی

باطنی و معنای سوم را برساند که نیازمند شعور و فهم بهتری از سطح عمومی است، و بدین سان بیش از پیش به رسمیت شناختن انواع مخاطب و نه تنها عامه، در سینما ضروری است، به خصوص که ما داعیه‌های فرهنگی فراوانی را حمل می‌کنیم. فکر می‌کنم که ما باید تنوع مخاطبان و پلورالیسم کیفی مخاطبان را باور کنیم و با مخاطبان فیلم‌های متعال که از الهام، نبوغ، زیبایی و حقیقت و ارزش‌های اخلاقی و نگاه بالاتری برخوردارند نستیزیم، آن‌ها را ندیده نگیریم، حذف نکنیم و بدانیم سرنوشت تعالی هنر در جامعه‌ی ایران بستگی به حیات و تداوم هنر متعال دارد، هر چند مخاطبان آن اقلیتی را تشکیل می‌دهند و تولید این آثار باید با سهمی از بهره‌ی عمومی تداوم یابد و در همه جای جهان فرهنگ متعال نیازمند حمایت است و وظیفه‌ی دولت مترقی و ملی‌پشتیبانی برای بقا و رشد آن است، زیرا تنها مستبدان و مدیران سطحی دولت‌های بسته با آن مخالف‌اند.

من مثالش را از سخنرانی افتتاحیه‌ی هیتلر در نمایشگاه بزرگ هنر مردمی آلمان می‌آورم.

نمایشگاه هنر منحط در تابستان ۱۹۳۷ در مونیخ برگزار شد و در آن نمونه‌ی آثار هنر آوانگارد به عنوان گواه انحطاط جنون‌زدگی عرضه شد. آثاری که هیتلر در ۱۹۳۵ درباره‌ی آن‌ها گفت آثار احمق‌ها، دروغگوها، یا جنایتکارانی که جای‌شان در بیمارستان‌ها یا زندان‌هاست.

در همان زمان نازی‌ها نمایشگاهی از هنر واقعی آلمانی در تخانه‌ی هنر آلمان باز هم در همان مونیخ برپا کردند. سخنرانی افتتاحیه‌ی هیتلر با عنوان نطق افتتاحیه‌ی پیشوا در نمایشگاه هنر در شماره‌ی ۷-۸ ژوئیه. اوت ۱۹۳۷ نشریه‌ی *Dritter Reich Die Kunst im* چاپ مونیخ انتشار یافت.

هیتلر درباره‌ی هنر فریخته که مخاطبان اندکی داشت گفت:

«آن سیل لجن و مدفوعی که در سال ۱۹۱۸ زندگی‌های ما را آلود، محصول شکست در جنگ نبود، بلکه فقط با آن فاجعه به سطح آمد. از طریق آن شکست یک پیکر کاملاً بیمار، گندیدگی و فساد خود را بر ملا ساخت. اکنون پس از فرو ریختن الگوهای اجتماعی، اقتصادی، و فرهنگی که فقط به ظاهر هم چنان کاربرد داشتند فرومایگی ریشه‌دار نهفته در آن‌ها تسلط یافته و این در واقع بر همه‌ی شوون زندگی ما غلبه کرده است.

۱... آیهودیان در این زمینه‌های فرهنگی بیش از هر زمینه‌ی دیگر آن وسایل و نهادهای ارتباطی را به تصاحب خود در آوردند که افکار عمومی را شکل می‌دهد و در نهایت به حاکمیت خود می‌گردد. یهودیت به واقع خیلی زیرک بود، به خصوص به کمک به اصطلاح نقد هنری در مطبوعات نفوذ کرد و نه تنها موفق به تشویق مفاهیم فطری مربوط به طبیعت و قلمرو هنر و نیز هدف‌های آن شد، بلکه مهم‌تر از آن احساس جامع و کلی در این عرصه را تضعیف و نابود کرد...

هنر از یک طرف به عنوان یک تجربه‌ی مشترک بین‌المللی تعریف می‌شد که به این ترتیب هر گونه فهم رابطه‌ی سازنده با یک گروه قومی را نابود می‌کرد. از طرف دیگر، بر رابطه‌ی آن با زمان تأکید داشت یعنی آن که دیگر هیچ هنری مربوط به ملت‌ها یا حتی نژادها وجود نداشت. مگر فقط یک هنر متعلق به زمان‌ها...!

مطابق چنین نظریه‌ای، هنر و فعالیت‌های هنری در واقع با کارهای دستی خیاط‌خانه‌های مدرن و صنایع مدسازی ما هم کاسه می‌شود و مطمئناً از این گفته پیروی می‌کند که هر سال یک چیز تازه: یک روز امپرسیونیسم، بعد فوتوریسم، کوبیسم شاید حتی دادائیسم و غیره. نتیجه‌ی بدترش این است که حتی برای جنون‌آمیزترین و احمقانه‌ترین مزخرفات هیولایی، باید هزاران عنوان و برچسب برای آن‌ها پیدا شود و در واقع هم پیدا شده است. اگر به یک معنا این کارها چنین حزن‌آور نبود، فهرست کردن همه‌ی این شعارها و کلیشه‌هایی که به وسیله‌شان این به اصطلاح «بتکاران هنری» و محصولات مزخرف‌شان تشریح و توصیف می‌شود می‌توانست خیلی خنده‌دار باشد».

اگر این نقل قول طولانی را بلافاصله مایل با نگاه لونا را چاوسکی درباره‌ی هنر طبقاتی و مردمی و تفکر لنین و به ویژه استالین، ژدانف و رومانف درباره‌ی هنر حزبی و هنر پرولتری مقایسه کنیم و با نگاه بیوه‌نی مائوتسه تنگ و لئوشانوجی و لین پیانو که اتفاقاً جناح‌های مختلف حزب کمونیست چین را تشکیل می‌دادند بسنجیم، در آن صورت پی به یک شالوده‌ی واحد در نگرش‌های مستبد و بسته‌ی ایدئولوژیک سوء استفاده کردن از مردم و نفی آوانگاردیسم می‌بریم، اما حتی پیش از آن‌ها چرنیشفسکی نفی‌کننده‌ی تئوری هنر ناب و خواهان هنر اجتماعی بود. پلخانف در کتاب *هنر و زندگی اجتماعی* با ستایش از این نظر چرنیشفسکی سخن می‌گوید:

«هنر برای هنر» در دوره‌ی ما همان قدر غریب و دور از ذهن



**سینمای عامه‌پسند در صورتی که
دروغ نباشند و ساختار درست و
جذاب داشته باشند با فروش عادی،
بهره‌ی خود را برده و پاداش خود
را گرفته‌اند**

سرانجام مجبور به مهاجرت شد.

نسبت سینما و مخاطب از جنبه‌های دیگر هم می‌تواند بررسی شود، به‌ویژه از منظر جدل آدرنو و بنیامین، و بحث هنر فن آورانه که برای نخستین بار هنر را از معبد مخاطبان اشرافی به عرصه‌ی عمومی کشاند.

اما خطای بزرگ آن است که بیندیشیم به سبب آن که سینما یک ابزار استفاده‌ی عمومی از هنر تصویری است در نتیجه باید نوع و گونه‌ی آثار اصیل و ژرف در آن حذف شود. حذف سینمای برگمن، درایر، برسُن، گذار، اُزو، کوروساوا،

است که «ثروت برای ثروت»، «علم برای علم» و جز این‌ها هر نوع فعالیت بشری باید در خدمت انسان باشد، و در غیر این صورت جز مشغله‌ای بس بی‌بهره و بی‌ثمر نخواهد بود... هنر هم باید هدفش یک خدمت مردمی باشد نه آن که به صورت انگیزه‌ی لذتی بی‌ثمر برای خواص باقی بماند.

البته پلخانف با همه‌ی تمایز و اختلاف منشویسم با بلشویسم و اختلاف امر با لنین، نظیر خود لنین و استالین دست به یک تحریف می‌زند، زیرا هنر ناب یا هنر فرمالیست و هنر برای هنر و نیز مخاطبان خود را در انسان‌ها می‌یابد نه حیوان و با بخشیدن احساس و لذت زیبایی‌شناختی به آن‌ها خدمت می‌کند و نه به حیوان و لذت زیبایی‌شناختی اتفاقاً از عالی‌ترین لذت‌های ویژه‌ی انسان است که در هنر آوانگارد و ناب و شکیل و خاص وجود دارد و تنها با رشد به مراحل عالی‌تر شعور هنری می‌توان از آن لذت برد.

ما همه می‌دانیم که تارکوفسکی چگونه قربانی همین نگرش هنر مردمی و عامه‌پسند شد و از کار در روسیه بازماند و با دستگاه عربض و طویل بوروکراتیک شوروی درگیر شد و

جیت رای، میز و گوشی، تارکوفسکی، وندرس، کیشلوفسکی، رُسلینی، ویسکوتی، فلینی، پازولینی، آنتونیونی، آلن رنه، آنیس واردا، کیارستمی، پناهی و انبوهی دیگر از فیلم سازان بزرگ جهان، که آثارشان نسبت به سینمای عامه پسند به استثنای آزو همواره بینندگان معدودی داشته، سینما را بدل به چه می کند؟ در این جامی توان به سوء تفاهم هایی اشاره کرد که در ایران به وسیله ی نگرش بوروکراتیک از یک سو، و تفکر سطحی سینماگران سینمای تجاری از دیگر سو درباره ی مخاطب دامن زده می شود. در زمان های گوناگون، این دیدگاه، در سینمای ایران حیات خود را در قتل سینمای فرهنگی دیده است، و چنین نگرشی واقعاً حیرت آور است. نخست این که سینمای عامه پسند در صورتی که دروغ نباشند و ساختار درست و جذاب داشته باشند با فروش عادی، بهره ی خود را برده و پاداش خود را گرفته اند دوم آن که چرا حضور این سینما با سینمای فرهنگی منافات داشته باشد؟ و حمایت از آن مستلزم نفی سینمای دیگر باشد، سوم این که آن چه در ایران به عنوان سینمای عامه پسند امتیازهای فراوانی را به خود اختصاص داده عموماً سینمایی نه چندان پرمخاطب و سرشار از ابتذال ساختاری و جنبه ی سر هم بندی بوده است.

اکنون می توانیم به مسأله ی معناپردازی مخاطب در تئوری های پست مدرنیستی نقد اشاره کنیم، و مخاطب را از منظر نو بررسی کنیم. در این منظر مخاطب فیلم قطب مقابل ساختن، و یک مصرف کننده ی منفعل نیست که نقش آن صرفاً لذت از ساخته ی کارگردان و نویسنده باشد؛ بلکه خود چون یک نیروی همدوش و برابر در امر ساختن دوباره ی فیلم شرکت می جوید و فیلمی را که دیده و در مغز او نقش بسته بنا به ظرفیت ذهنی اش معناپردازی و بازآفرینی می کند.

بدیهی است چنین فرایندی که هرمنوتیک مدرن، تأویل گری و شالوده شکنی را در بر می گیرد، نیازمند تماشاگرانی باسواد و قادر به اندیشیدن عمیق تر بوده و بدیهی است که این واقعیت هم گویای ضرورت دفاع از ابتکارات هنری و هنر فرهیخته است.

حل مسأله ی مخاطب در سینمای ما بستگی به حل بحران ساختاری سینما و از بین بردن عوامل گوناگون اجتماعی،

اقتصادی، سیاسی و فرهنگی منفی دارد. نباید با بریدن سر سینمای فرهیخته به بهانه ی سینمای کم مخاطب راه غلط و ویرانگر و آسان طلبانه ای را برگزید که هرگز راه حلی به شمار نمی آید، بر عکس با به رسمیت شناختن سینمایی نخبه گرا که مخاطبان بین المللی را جلب و از این طریق امکان حیات و سودآوری خود را تأمین می کند بحران موجود را تخفیف دهیم و به آن بانفی آزادی تولید همه نوع آثار، دامن نزنیم و مطمئن باشیم آزادی تولید همه گونه سینمای سالم و درست و از جمله سینمای آوانگارد هم شهادت به آزادمنشی نظم و مدیریت موجود داده ایم و هم از شدت ناخشنودی و بحران سینما کاسته ایم.