

بررسی هویت‌سازی از طریق تأثیر جایگاه خواننده بر مخاطب

امیرحسن ندایی^۱

چکیده:

موسیقی تصویر **Music Video**، قالبی نسبتاً جدید و بسیار تأثیرگذار در برنامه‌سازی و تلویزیونی‌ترین شکل استفاده از موسیقی است. موسیقی تصویر به‌عنوان شکلی جذاب، اکنون در بسیاری از شبکه‌های تلویزیونی غرب جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است. این پدیده، ابزار جدیدی برای گسترش امکانات بیانی در فرم‌های پیشرو فیلم‌سازی و هنرهای رسانه‌ای است. اما نکته مهم، تأثیر انکارناپذیر این پدیده بر ذهن مخاطب است. به‌خصوص از این نظر که مخاطبان این پدیده را غالباً جوانان تشکیل می‌دهند. پرسش اصلی این پژوهش آن است که زمینه‌های نشانه‌شناسانه موسیقی تصویر و حضور ستاره (خواننده)، تا چه حد برای هویت‌سازی در ذهن مخاطب (که غالباً طیف نوجوان و جوان را در برمی‌گیرد) تأثیرگذارند؟ از این رو این مقاله در پی آن است تا چهارچوبی نشانه‌شناسانه برای درک هویت‌سازی در موسیقی تصویر، به‌عنوان پدیده‌ای همه‌گیر و عامه‌پسند **Popular**، بیابد. مبنای بحث در این مقاله، قطعات موسیقی تصویر غربی است که اجراکننده (خواننده) نقشی کلیدی در آن‌ها ایفا می‌کند. در چنین حالتی ارائه تصویری یک قطعه موسیقی، به حضور خواننده به‌عنوان راوی، شخصیت داستانی و خالق جهان درون اثر، در نوعی حالت آرمانی، و القای تفکرات مورد نظر سیاست‌گذاران رسانه‌ای غرب، بسیار وابسته است. در واقع موسیقی تصویر نشانه‌های جدیدی را برای ارتباط با مخاطب ساخته و رمزگان‌هایی را به‌کارگرفته که بر ناخودآگاه تماشاگر تأثیر می‌گذارد. این رمزگان‌ها، بنا به گفته پژوهش‌گران علوم رسانه‌ای، زمینه‌ای مناسب را برای هویت‌سازی و القای ایدئولوژی‌های خاص بر ذهن جوانان پدید می‌آورند. ایدئولوژی‌هایی که گاه در غالب یک تفکر منحنی (تقابل یا هنجارهای فرهنگی جامعه) و گاه در هیئت فرهنگ‌های مصرفی (برای وابسته‌سازی بیش‌تر جوانان) نمود می‌یابند. از این رو در این مقاله پس از مرور تاریخ موسیقی تصویر، به نشانه‌شناسی عناصر اثرگذار آن و سپس به‌عنوان پدیده‌ای که هر روز جلوه‌ای نو می‌یابد، می‌پردازیم و سپس سیستم و کارکرد ستاره‌سازی در موسیقی تصویر بررسی شده و در نهایت عملکرد این سیستم در خلق جهانی آرمانی برای جذب بیننده و ساخت هویتی تازه برای او تحلیل می‌شود. بررسی کارکردهای اثرگذاری این پدیده، از مهم‌ترین بحث‌های آکادمیک امروز جهان در علوم رسانه‌ای، هنرهای بصری و روان‌شناسی اجتماعی است.

واژگان کلیدی: موسیقی تصویر، هویت‌سازی در رسانه، سیستم ستاره‌سازی، نشانه‌شناسی شخصیت در تلویزیون.

مقدمه

موسیقی تصویری^۱، قالبی نسبتاً جدید در برنامه‌سازی و تلویزیونی‌ترین شکل استفاده از موسیقی است. در این قالب، موسیقی باید تبدیل به پدیده‌ای دیداری^۲ بشود. این شکل از بیان تصویری که از آغاز دهه ۸۰ متولد شد، به سرعت مورد استقبال قرار گرفت و در مدت زمانی بسیار کوتاه شبکه‌های تلویزیونی را تسخیر کرد و هم‌چنان که آیروف اشاره می‌کند، تمامی اشکال بصری، از آگهی‌های تجاری تا فیلم‌های سینمایی را به شدت متحول کرد (Ayeroff, 2000:7).

از خصوصیات بارز موسیقی تصویری، تأثیر بر فکر مخاطب و شکل‌دهی ذهنی او است. رابطه موسیقی تصویری با موسیقی پاپ سبب شده تا نسل جوان، مخاطبان اصلی این پدیده باشند. از این‌رو تمامی سیاست‌گذاران رسانه‌ای در جهان با توجه به تأثیرگذاری نافذ این پدیده بر اذهان جوانان به دنبال القای افکار خاص، چه از نظر ایدئولوژیک و چه از نظر گسترش فرهنگ مصرفی، بوده‌اند (Vernallis, 2004:113-5). موسیقی تصویری فرهنگ جوان نسل جدید را شکل می‌دهد (Kaplan, 1989:8) و از این طریق «تمدنی تازه بنیان می‌نهد که در تقابل با تمدن‌های پیشین است» (Kaplan, 1989:30).

نکته مهم در این میان حضور اجراکننده موسیقی است. حضور فیزیکی خواننده و جلوه ظاهری او از طریق سیستم ستاره‌سازی تأثیری مضاعف بر ذهن بیننده می‌گذارد و در اینجا هدف، ایجاد نوعی هم‌ذات‌پنداری در مخاطب است. از این‌روست که در نهایت نوع موسیقی، طرز لباس پوشیدن، رفتار، کلام و حتی طرز فکر خواننده به بیننده منتقل می‌شود و او دیگر تنها خریدار موسیقی نیست بلکه همه آن‌چه را که با خواننده ارائه می‌شود نیز می‌خرد. این مسئله خود نکته مهمی در بررسی‌های روان‌شناسانه علوم رسانه‌ای است.

موسیقی تصویری اغلب به‌عنوان پدیده‌ای مطلقاً پست‌مدرن شناخته می‌شود. این پدیده همیشه به‌عنوان جلوه‌ای از هنر پاپ مطرح شده و سرعت، خلاء مفهومی و جلوه هویت‌سازی جنسیتی آن مهم‌ترین ویژگی‌های ظاهری آن بوده‌اند (Kaplan, 1989:95). این نکات، مسائلی بوده‌اند که همیشه در بررسی‌های آکادمیک

-
1. Music Video
 2. Visual

مورد توجه قرار گرفته‌اند. از دیدگاه فردریک جیمسون، موسیقی تصویر به‌عنوان زمینه‌ای شیزوفرنیک از "نشانه‌های بدون تداوم معنایی"، "نامربوط و فاقد تمرکز" مطرح می‌شود. آندره گودوین از آن‌ها به‌عنوان "هرزه‌نگاری نمادین"، "تصاویر تزیینی الکترونیکی"، و نوعی جلوه "نوفاشیسم" نام می‌برد (Goodwin, 1993) و مایکل شور آن را جلوه "آغاز انحطاط" و "مضامین بدون عمق" می‌داند که از "تصاویری کلیشه‌ای" شکل می‌گیرند (Shore, 1984). حال آن که نظریه پردازانی چون آن کاپلان، استاد پژوهش‌های رسانه‌ای ادبیات معاصر اروپا و آمریکا و نظریه‌های فرهنگی در دانشگاه راتجز، آن را پدیده‌ای "هویت‌ساز و اثرگذار بر نسل جوان" می‌دانند (Kaplan, 1989)، یا مارشاکیندر، استاد دانشگاه کالیفرنیا جنوبی در زمینه علوم ارتباطات، موسیقی تصویر را وسیله‌ای برای القای ایدئولوژی‌های مختلف ارزیابی می‌کند (Kinder, 1984).

نکته مهم آن است که موسیقی تصویر در تمامی لایه‌های جامعه جوان جهانی نفوذ کرده و به صورت پدیده‌ای فراگیر خود را در عرصه‌های گوناگون تحمیل کرده است. این واقعیت کهام‌تی‌وی^۱ به صورت عرصه‌ای درآمده که فرهنگ جوان، خود را در آن به نمایش گذاشته و گسترش می‌دهد، نه تنها موسیقی تصویر را به صورت ابزاری تأثیرگذار و فراگیر در توسعه صنعت موسیقی درآورده، بلکه آن را به پدیده‌ای در القای تفکرات ایدئولوژیک خاص بدل می‌کند (Kaplan, 1989:7). موسیقی تصویر، با به‌کارگیری کارگردانان و استعدادهای جوان در فیلم‌سازی به رسانه‌ای تبدیل شده که از صرف قطعات تجاری و سرگرم‌کننده فراتر رفته و به درون بنیان‌های فرهنگی جامعه نفوذ کرده است (Kinder, 1984). این نکته‌ای است که به سادگی نمی‌توان از آن گذشت، حتی اگر آن را به‌عنوان فرمی هنری محسوب نکنیم. از طرف دیگر بسیاری از فیلم‌سازان حرفه‌ای عرصه سینما، این پدیده را به‌عنوان زمینه‌ای برای تجربه آزموده‌اند. استیون اسپیلبرگ^۲، اسپایک جونز^۳، مارتین اسکورسیسی^۴، و دیوید فینچر^۱ از جمله

1. MTV, Music Television
2. Steven Spielberg
3. Spike Jonze
4. Martin Scorsese

کارگردانانی بوده‌اند که عرصه موسیقی تصویر را آزموده‌اند. موسیقی تصویر امروز جشنواره‌های مستقل خاص خود را نیز دارد و اکنون در مرکز توجه اقتصادی، هنری قرار گرفته و توان جلب عامه مردم را نیز داراست (Kaplan, 1989:13).

با در نظر گرفتن توانایی‌های هنری، اقتصادی و حتی ایدئولوژیک این پدیده، ضروری است که نشانه‌شناسی موسیقی تصویر و کارکرد متنی آن بر جامعه را از جایگاهی ژرف‌تر بررسی کنیم. برای بررسی نشانه‌های پدیده‌ای چندبُعدی مانند موسیقی تصویر، باید این نشانه‌ها را از دیدگاه‌های گوناگون حسی مطالعه کرد. در پژوهش‌های فرهنگی به دلیل گستردگی مفاهیم نگرشی آن‌ها، می‌توان به قرائت‌های متنوعی دست یافت. در درجه اول نکته قابل توجه، یافتن عاملی است که تخلیه روانی مخاطب از طریق آن صورت می‌گیرد. این عامل در قطعات گوناگون موسیقی تصویر یکی بوده و عاملی است که نقش کانونی در ساختار موسیقی تصویر بازی می‌کند. با نگاهی دقیق به تمامی قطعات موسیقی تصویر (صرف نظر از سبک، نوع یا شکل موسیقی) این نکته جلب توجه می‌کند که مرکز بصری، صوتی، روایی، ارتباطی و اجتماعی تمامی موسیقی‌تصویرها حول یک عامل می‌چرخد: شخصیت خواننده (ستاره). تمامی جلوه جذاب و پر زرق و برق قطعات موسیقی‌تصویرها توسط ستاره‌ای ایجاد می‌شود که در مرکز توجه مخاطب است و جایگاهی والا را در ذهن او اشغال می‌کند. آن کاپلان جایگاه خواننده را در موسیقی‌تصویرها با خدایان آرتک‌ها مقایسه می‌کند (Kaplan, 1986:109). این مقایسه اغراق‌آمیز نشان می‌دهد که بدون شک نقش خواننده را در تأثیرگذاری بر مخاطب نمی‌توان انکار کرد.

از طرف دیگر با مطالعه دقیق موسیقی تصویر و تأثیر گسترده آن بر طیف وسیع مخاطبان (که گاه حتی افرادی با سنین بالاتر را نیز دربرمی‌گیرد). تصاویری که در موسیقی‌تصویرها بدون داشتن تداوم منطقی ظاهری کنار هم چیده می‌شوند، از نظر معنایی، تداومی خاص را دنبال می‌کنند ضمن آن که حتی بدون در نظر گرفتن آن‌ها، حضور خواننده خود نخی ارتباطی میان اجزای ساختاری موسیقی‌تصویرها است. جلوه

تجربی موسیقی تصویر به حدی است که گاه هر بیننده‌ای را مسحور می‌کند و عوامل تصویری با به‌کارگیری فناوری مناسب، ذهن مخاطب را در هر سطح و جایگاهی تحت تاثیر خود قرار می‌دهد.

مروری بر تاریخ تحول موسیقی تصویر

درباره تاریخ پدید آمدن موسیقی تصویر نظرات متفاوتی ارائه شده است. برخی از محققان معتقدند موسیقی تصویر از لحظه‌ای که ام‌تی‌وی نخستین پخش خود را در سال ۱۹۸۱ آغاز کرد، متولد شده است (Kaplan, 1989: 1-8).

بر اساس نظریه‌ای دیگر اولین موسیقی تصویر قطعه راپسودی بوهمی از گروه کوئین^۱ بوده که در سال ۱۹۷۵ به کارگردانی بروس گورز^۲ ساخته شد (Clark, 2004: longroadmedia.com). بعضی دیگر نیز ریشه‌های آن را در نخستین فیلم‌های کوتاه یا بلند که در آن موسیقی نقش مهمی ایفا کرده، جستجو می‌کنند. در این نظریه اولین شکل ارائه موسیقی تصویر در سال ۱۹۱۱ و با فیلمی براساس سمفونی پرومته^۳ اثر الکساندر اسکریابین^۴ مطرح می‌شود و سپس در فیلم کارتونی سمفونی مسخره^۵ والت دیزنی جلوه‌ای متفاوت می‌یابد. از این دیدگاه مهم‌ترین جلوه این پدیده در فیلم الکساندر نوسکی^۶ به کارگردانی سرگئی آیزنشتاین^۷ و محصول ۱۹۳۸ دیده می‌شود که در آن صحنه‌های نبرد تماماً بر مبنای موسیقی طراحی شده اند (Middleton, 2002: 91). اما واقعیت آن است که موسیقی تصویر به شکلی که امروز ما می‌شناسیم به‌طور دقیق در روز اول ماه اوت ۱۹۸۱ با پخش اولین موسیقی تصویر تاریخ تلویزیون به نام ویدیو ستاره‌های رادیویی را کشت^۸، متولد شد. آنچه دیگران مطرح کرده‌اند تنها زمینه‌های شکل‌گیری موسیقی تصویر را دربرمی‌گیرد. تاثیرگذاری

1. Queen's Bohemian Rhapsody
2. Bruce Gowers
3. Prometheus, Poem of Fire
4. Alexander Scriabin
5. Silly Symphony
6. Alexander Nevsky
7. Sergei Eisenstein
8. Buggles' Video Killed the Radio Stars

فرهنگی توسط موسیقی تصویر، جلب مخاطب و شکل‌گیری سیستم ستاره‌سازی از طریق آن، مهم‌ترین اهداف موسیقی تصویر محسوب می‌شوند که ام‌تی‌وی آغازگر آن است. هر چند شبکه تلویزیونی نمی‌توانست بدون وجود داشتن موسیقی تصویر (پیش از راه‌اندازی) پایه‌گذاری شود. اما مطرح شدن پدیده موسیقی تصویر، جهانی شدن آن، تأثیرگذاری بی‌تردید بر مخاطب، شکل‌گیری فرم‌های هنری و متنوع آن و سازوکار تولید و پخش این پدیده بدون آمدن شبکه تلویزیونی ام‌تی‌وی ناممکن بود.

پیش از آغاز به کار ام‌تی‌وی، موسیقی تصویر به صورت پراکنده در شبکه‌های تلویزیونی پخش می‌شد اما زمان پخش مشخصی نداشت و هدف خاصی جز سرگرمی و پر کردن ساعات شبکه‌ها را دنبال نمی‌کرد.^۲ البته تلاش‌هایی در سال‌های دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ به صورت شوهای تلویزیونی صورت گرفت و نمونه‌های پراکنده‌ای نیز ساخته شد، مانند برنامه برترین‌های پاپ^۱، اما همه این برنامه‌ها موقت بودند و تداوم و تکرار به عنوان عنصر ساختاری برنامه‌ها اعمال نمی‌شد. ضمن آن‌که در اکثر موارد این شوها تنها به برنامه‌هایی نازل تبدیل شدند که اجراکنندگان و خوانندگان معروف تمایلی به حضور دائم در آن‌ها نشان نمی‌دادند و از سوی دیگر اغلب قطعات پخش شده در این شوها، قطعات اجرایی^۳ بودند که خواننده بر روی صحنه، مانند کنسرت زنده، قطعه‌ای را اجرا می‌کرد و می‌رفت، بدون هیچ تأثیرگذاری جانبی. تولید موسیقی تصویر به صورت مستقل تحولی در این زمینه ایجاد کرد و امکانات هنری و بصری متفاوتی را نسبت به اجرای صحنه‌ای برای آرایه موسیقی پدید آورد. از این دیدگاه قطعه Paperback writer از گروه بیتل‌ها^۲ به عنوان نخستین موسیقی تصویر که از تلویزیون پخش شده، مطرح می‌شود.

قبل از آن نیز دستگاه‌هایی ساخته شده بود که با انداختن یک سکه، قطعه‌ای تصویری برای یک موسیقی پخش می‌کرد (Cook, 1995:5). در این دستگاه‌ها هیچ خواننده معروفی دیده نمی‌شد و شامل قطعات کوتاه نمایشی یا رقص می‌شد. در آن

1. Top of the Pops
2. The Beatles

دوره مطرح شدن یک ستاره به هیچ وجه در کانون توجه نبود و جذابیت خود دستگاه کافی به نظر می‌رسید (Cook, 1995:5). هر چند به نظر می‌رسد شکل ارائه تصویر، موضوعات و شیوه سرگرم‌کنندگی این قطعات کوتاه بعدها در ارائه شکل ظاهری قطعات موسیقی تصویر بی‌تأثیر نبوده باشد.

نوزایی عناصر بیانی در موسیقی تصویر و ارتباط با مخاطب

برای رسیدن به یک ساختمان نظری مناسب از نظر تاریخی که بتواند جایگاه موسیقی تصویر را تبیین کند، ابتدا باید جایگاه موسیقی تصویر را در میان رسانه‌های جهان معاصر ارزیابی کنیم. بدون شک موسیقی تصویر زیرمجموعه رسانه تلویزیون و نوعی فیلم کوچک^۱ محسوب می‌شود (Kaplan, 1989:1-2). البته از آن‌جا که موسیقی تصویر از تلویزیون آغاز شد و بعد در سینما تأثیر گذاشت، می‌توان آن را به نوعی برنامه‌سازی برای تلویزیون یا شیوه‌ای برای بصری کردن رادیو (از نظر ارتباطش با موسیقی) نیز در نظر گرفت. اما مسئله این‌جاست که هیچ‌کدام از این جایگاه‌ها زمینه‌ای کافی برای تعریف و کارکرد موسیقی تصویر به دست نمی‌دهد. به دلیل آن که موسیقی تصویر از طریق تمامی رسانه‌ها (تلویزیون، سینما، اینترنت، ویدیو، دی‌وی‌دی، و...) قابل دسترسی و مشاهده است باید آن را فرمی مستقل ارزیابی کرد که با همه رسانه‌های اصلی ارتباط مستقیم دارد. در واقع موسیقی تصویر، پدیده‌ای پویا و انعطاف‌پذیر است که می‌تواند خود را با تمامی پیشرفت‌های تاریخی رسانه‌ای و زیرمتن‌های فرهنگی هم‌خوان کند (Williams, 1990:11). هر چند ابزار، مخاطب و شیوه تهیه و تولید آن در تأثیرگذاری و ایجاد زیرمتن هر قطعه موسیقی تصویر اهمیت بسیار زیادی دارند (Williams, 1990:11).

هدف در تمامی این زمینه‌ها در نهایت اثرگذاری بر مخاطب است. گروه هدف در موسیقی تصویرها جوانان هستند. ام‌تی‌وی گروه سنی هدف خود را "دوازده تا سی و چهارسال" معرفی می‌کند، و شبکه وی‌اچ‌وان^۲ مخاطبانی در حداصل سنین "بیست و

1. Mini film
2. VH-1

پنج تا چهل و نه سال" را هدف قرار می‌دهد (Kaplan, 1989:2). گروه جوان، به عقیده اغلب محققان، گروهی هستند که به دلیل شرایط سنی خاص خود به دنبال هویت می‌گردند و حاضرند به خاطر به دست آوردن آن هر هزینه‌ای را بپردازند (Kaplan, 1989:25) و مخاطبان بزرگسال در پی ارضای تمنیات و آرزوهای درونی خود هستند (Kaplan, 1989:101). کاپلان به گزارش‌هایی که از نوجوانان و علاقه‌شان به ام‌تی‌وی به دست آمده اشاره می‌کند و معتقد است که «تقریباً تمامی نوجوانان به این شبکه و شبکه‌های مشابه در طول روز و شب، و حتی در حال انجام تکالیف درسی‌شان، برای آرامش و لذت، نگاه می‌کنند» (Kaplan, 1989:20). نکته بسیار مهم و در واقع مسأله اصلی، مفهوم تجربه مشاهده موسیقی تصویر است. هر مخاطب بسته به پس‌زمینه روانی، فرهنگی، اجتماعی و طبقاتی خود در لحظه تماشا، مفهومی متفاوت برداشت می‌کند. این پس‌زمینه اصلی‌ترین عاملی است که تمامی عناصر موجود در موسیقی تصویر را تحلیل کرده و اجزای قطعه از آن طریق، مخاطب را به سمت انگیزش عاطفی و تأثیر موردنظر سوق می‌دهد. تعامل میان عناصر موجود در موسیقی تصویر و پس‌زمینه ذهنی مخاطب سبب می‌شود، تماشاگر به جای تعویض کانال تلویزیونی، خیره به صفحه تلویزیونی بماند و حتی در هنگام گوش کردن به موسیقی (به تنهایی) تصاویر موسیقی تصویر آن را در ذهن باز آفرینی کند (Kaplan, 1989:84). این تعامل در نهایت به نوعی دنباله‌روی می‌انجامد و تماشاگر در حرکات، شیوه آرایش مو و طرز لباس پوشیدن از ستاره مورد علاقه خود تقلید کند. کاپلان به این نکته اشاره می‌کند که چگونه مخاطبان نوجوان با تقلید از لباس، حرکات، اعمال و تفکرات ارائه شده توسط ستاره، برای خود هویتی نو می‌سازند (Kaplan, 1989:19-20). همین کارکرد است که در مطالعات فرهنگی، نوعی سازوکار ستاره‌سازی در رسانه‌ها را مورد بحث قرار می‌دهد که عیناً می‌توان آن را به ویژگی‌های موسیقی تصویر تعمیم داد (Cavell, 1979).

سازوکاری که در مباحث فرهنگی از آن سخن می‌رود، یکی از عناصر اصلی رسانه است. جلوه‌ای است که در هر رسانه‌ای تولید شده و پس از به وجود آمدن، توان بازتولید خود را به طور خودکار داراست (Kaplan, 1989:21). این پدیده در نهایت با

عناصر تأثیرگذار خود به صورت فزاینده‌ای جنبه خودانگیخته^۱ می‌یابند (Kaplan, 1989:34). از این‌روست که موسیقی‌تصویرها با درهم‌ریزی بنیان‌های فرهنگی و عدم تأکید بر ملیتی خاص زمینه‌ای را برای همگانی‌شدن مضامین فرهنگی موردنظرشان پدید می‌آورند. به‌عنوان مثال گاه استفاده از عناصر شرقی تلاشی است برای شکستن مرزهای فرهنگی. در موسیقی‌تصویر سیاه یا سفید^۲، خواننده در مکان‌های گوناگونی از مناطق مختلف جهان به اجرا می‌پردازد. مثلاً در جایی در کنار سرخ‌پوستان امریکایی است، و لحظه‌ای بعد در کنار رقصنده‌ای هندی، و در پایان نیز چهره انسان‌هایی از ملیت‌ها و نژادهای گوناگون در حال خواندن اشعار قطعه به هم تبدیل می‌شوند. در این شرایط مرزهای فرهنگی، ملیتی و فکری شکسته می‌شوند. این فقدان تمرکز بر روی فرهنگی خاص نوعی راهبرد آگاهانه است برای رسیدن به اهداف مصرف‌گرایانه و در عین حال ایدئولوژیک که نهایت خواسته سیاست‌گزاران است. عدم تمرکز موسیقی‌تصویرها بر روی فرهنگی خاص، نوعی درهم‌آمیزی فرهنگی پدید می‌آورد که در نهایت به گيجی مخاطب می‌انجامد. از این طریق بنیان‌های پذیرفته‌شده پیشین تجزیه شده و به هیچ بدل می‌شوند و در نتیجه تمامی آن‌ها هنجارهای پذیرفته‌شده از میان می‌روند. در این‌حالت خواننده دیگر به مرزی خاص و کشوری مشخص تعلق ندارد و خصیصه‌ای جهانی می‌یابد.

نشانه‌شناسی عناصر تأثیرگذار بر مخاطب

مهم‌ترین اثر قطعات موسیقی‌تصویر، ایجاد نوعی جلب توجه بر روی خواننده برای بیننده است. کادر تصویر، چه کسی را در مرکز توجه قرار می‌دهد؟ بیننده در نخستین نگاه که را می‌بیند؟ خواننده (ستاره). طرز لباس پوشیدن، طراحی حرکات و نورپردازی به‌گونه‌ای است که ستاره را در مرکز توجه قرار می‌دهد، زیرا اوست که حرکات متفاوت دارد و مستقیم به دوربین (تماشاگر) نگاه می‌کند. به همین دلیل تماشاگر در بسیاری لحظات، به طور ناخودآگاه، لب خود را نیز مانند خواننده حرکت می‌دهد و

1. Self-reflexive
2. Black or White

این ساده‌ترین عکس‌العمل عاطفی تماشاگر است نسبت به خواننده. به این ترتیب خواننده نه تنها در مرکز توجه بصری^۱، بلکه در مرکز توجه صوتی^۲ تماشاگر نیز قرار می‌گیرد (Kaplan, 1989: 20-1).

گسترش ام‌تی‌وی و رشد آن به دلیل تأثیرگذاری این تلویزیون بر فرهنگ جوان صورت گرفت. هر چند فیلم‌های موزیکال، به‌خصوص فیلم‌های الویس پریسلی^۳، را نباید در شکل‌دهی فرهنگ و سبک زندگی جوانان‌ای که متأثر از موسیقی راک بود نادیده گرفت (Kaplan, 1989: 9).

هم‌چنین فیلم‌های موزیکال با سبکی برکلی^۴ با زرق و برق خاص تصویری‌شان در به‌کارگیری نماهای هوایی، استفاده از تصاویر تجربیدی کلایدوسکوپ^۵، حرکات دوربین و شیوه مونتاز، بر شکل‌گیری موسیقی تصویرها موثر بودند (Cook, 1995: 274). در این فیلم‌ها سکانس‌های ساده رقص به «فیلم‌های تجربی با نوعی دریافت انتزاعی» از تصویر تبدیل شدند و دیگر هیچ شباهتی به فیلم‌های موزیکال اولیه نداشتند (Cook, 1995: 275). هم‌سان‌سازی حرکت و موسیقی در فیلم‌های انیمیشن والت دیزنی زمینه‌ای دیگر بود که «ترکیب صدا و تصویر را به شکلی گویا وارد سینما کرد» (Cook, 1995: 276). این‌ها عناصری بودند که در قطعات موسیقی تصویر بازتاب یافتند. شیوه‌های مونتازی در مکتب مونتاز روسی نیز که از آن به‌عنوان نوعی ساختگرایی^۶ و شکل‌گرایی^۷ نام برده می‌شود، بیش از آن که به بیان قصه کمک کند جلوه‌ای از نمادگرایی^۸ را به تصویر می‌کشند.

تأثیر این شیوه‌های مونتازی در موسیقی تصویر به مراتب بیش‌تر از سینمای داستان‌گو بوده است (Cook, 1995: 143). آیزنشتاین، از طریق مونتاز سریع تصاویر و استفاده از شیوه مونتاز جاذبه‌ای^۹، و تأثیر بصری چشم‌گیر آن به دنبال ایجاد جلوه‌ای

1. Visual
2. Auditive
3. Elvis Presley
4. Busby Berkeley
5. Kaleidoscope
6. Constructivism
7. Formalism
8. Symbolism
9. Attraction

شاعرانه، نمادین و استعاره‌ای بود که اثر نهایی خود را در ذهن بیننده می‌گذاشت. این همان کارکرد گشتالتی تصویر در سینما است که سبب می‌شود ذهن تماشاگر به صورت ناخودآگاه به سمت مفاهیمی برود که فیلم‌ساز در پی القای آن است. پیوند سریع تصاویر در این شیوه موتناژی قدرت فکر و تصمیم‌گیری آگاهانه را از تماشاگر می‌گیرد و در نهایت همه چیز در ناآگاه ذهن او ثبت می‌شود. موسیقی تصویر دقیقاً به دنبال همین تأثیرگذاری است (Kaplan, 1989: 3-4).

به این ترتیب تصویری ایده‌آلی از خواننده (ستاره) در ذهن مخاطب ایجاد می‌شود که از طریق موتناژ سریع و غیرروایی جاذبه‌ها به وجود آمده است (Gunning, 1991: 138). تأثیر هیپنوتیک این شیوه به گونه‌ای است که دیگر محققان موسیقی تصویر نیز به تأثیر شگرف آن اشاره کرده‌اند. در این حالت نوعی خیرگی جنسیتی در مخاطب پدید می‌آید که توان چشم برداشتن از تلویزیون را ندارد و نوعی انگیزش عاطفی را در درون خود احساس می‌کند (Kaplan, 1989: 89). فراموش نکنیم که نقطه تأکید بصری در تمامی این حالت‌ها شخص خواننده است. این بسیار فراتر از کارکرد تصاویر ایستا و ساکن فیلم‌های اولیه است و از قابلیت‌های بصری خواننده به تمامی استفاده می‌کند.

اما نکته‌ای که تقریباً همه نظریه‌پردازان موسیقی تصویر بر آن اتفاق نظر دارند، آن است که این پدیده با جلوه نمادین خود، تأثیری غیرقابل انکار بر ناخودآگاه مخاطب دارد. موسیقی تصویر نشانه‌ها و رمزهای جدیدی را برای ارتباط با مخاطب ساخته است (Kinder, 1984).

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های موسیقی تصویر، قدرت آن در شکل دادن تصاویر خیالی (نوعی رویایی در بیداری) در ذهن مخاطب است. تصویری که با هر بار گوش کردن به موسیقی، در ذهن، دوباره شکل می‌گیرد. موسیقی، به طور کلی، تصاویر رویاگون را به ذهن متبادر می‌سازد که برآمده از دل احساسات درونی ما است و جلوه‌ای تخیلی و رویایی دارند (Kaplan, 1989: 135). از این‌روست که بیش‌تر تصاویری که در موسیقی تصویر استفاده می‌شوند، فضاهایی رویایی و ذهنی دارند. تصاویر ذهنی موسیقی همیشه واضح نیستند. یکی از وظایف موسیقی تصویری درک

آسان و عینی کردن این تصاویر سنجش ناپذیر است (Vernallis, 2004:94). اما این روند چگونه رخ می‌دهد؟

روند تأثیر تصویر بر ذهن

شکل دادن تصاویر خیالی در ذهن مخاطب مهم‌ترین خصوصیت موسیقی تصویر است. تصاویری که دارای ویژگی خودانگیزگی هستند و می‌توانند دوباره در ذهن جان بگیرند (Kaplan, 1989:34). تجربه تماشاگر و گوش کردن به یک موسیقی تصویر خاص در تلویزیون هم این نکته را در مورد چنین عملکردی در مغز به اثبات می‌رساند (Kaplan, 1989:135). با تکرار این تجربه در زمانی کوتاه، مخاطب، چنین ارتباط ذهنی را در مغز خود تقویت می‌کند و پس از آن هنگامی که چنین بیننده‌ای آن قطعه خاص را از رادیو یا هر وسیله دیگری که فاقد ویژگی تصویری است، می‌شنود، حضور موسیقی به تنهایی، همان تصاویر را در ذهن تداعی می‌کند؛ البته همراه با احساس تمایل به دوباره دیدن آن موسیقی تصویر خاص (Kinder, 1984). این در واقع خود شکل بنیادین یادگیری و تأثیرگذاری از طریق شرطی‌سازی است.

در موسیقی تصویر این نکته که ما اجراکننده قطعه را (هم‌چون یک کنسرت زنده) می‌بینیم یا خیر اصلاً مهم نیست. در بسیاری از موسیقی‌تصویرهایی که بر اساس قطعات مختلف موسیقی ساخته می‌شوند، هیچگونه تأکیدی بر اجراکننده (در حال اجرای قطعه) صورت نمی‌گیرد بلکه به صورت بازیگر یک داستان به تصویر کشیده می‌شود. موسیقی‌تصویرها در طول زمان تحولی اساسی یافتند و جلوه‌های ویژه تصویری، حالتی متفاوت در آن‌ها پدید آوردند اما در بسیاری موارد هنوز شکل بنیادین خود را در استفاده از اجراکنندگان قطعات حفظ کرده‌اند (Vernallis, 2004:83).

در بیش‌تر قطعات موسیقی تصویر آنچه ما می‌بینیم زنجیره‌ای از تصاویر متفاوت و گاه غیرقابل مقایسه است؛ تصاویری که در فضا و زمان خاصی جریان ندارند و ساختاری شبیه فرم رویاهامان یافته‌اند. گرچه ریتم و ضرباهنگ مونتاژ تصاویر بر اساس ضربات موسیقی شکل می‌گیرند، اما روند جریان موسیقی و اشعار به یکی شدن هویت و معنا با چنین تصاویر نامربوط به یکدیگر کمک می‌کنند (گاه این عملکرد

به وسیله یک گفتار متن که به اشعار یا تصاویر اضافه شده نیز صورت می گیرد) (Vernallis, 2004: 204-5). این خصوصیت سبب می شود تا تصاویر به ظاهر نامربوط به هم به صورت تصاویری پیوسته و در ارتباط با متن موسیقی و اشعار آن در آیند. چنین ساختاری این نکته مهم را به اثبات می رساند که «تصویر» اساساً بنیادی ترین منبع ایجاد لذت است (Kaplan, 1989: 22) و به همین دلیل است که زمانی که مخاطب در حال تماشای تلویزیون نیست و تنها به موسیقی گوش می دهد و تصاویر را نمی بیند، همان تصاویر قبلی در ذهن او تداعی می شوند (Kinder, 1984). در تمامی برنامه های تلویزیون ترکیبات تصویری از امتیاز ویژه ای نسبت به صورت برخوردارند؛ شرایطی که عوامل فرهنگی، تاریخی و روانی، خصوصیات آن را تعیین می کنند و مخاطبان تلویزیون در آن حق انتخاب دارند (Kaplan, 1989: 89). پیچیدگی ساختار تصاویر در موسیقی تصویر عملکرد اصلی خود را در حافظه می یابند و به همین دلیل تکرار مداوم آن ها (برای جای گیری تصاویر و مفاهیم در ذهن) از اصلی ترین ضروریات پخش این گونه برنامه ها است (Kaplan, 1989: 7).

موسیقی تصویر می تواند تماشاگران را برای دیدن تصاویر خیالی شان تحریک کند. یادآوری تصاویری که یک فرد قبلاً آن ها را دیده است، اولین گام در این روند محسوب می شود؛ روندی که بارها شاهد تأثیر گذاری آن بر مخاطبان نوجوان بوده ایم، که چگونه درباره این که کدام یک زودتر و بهتر جزئیات موسیقی تصویر آن قطعه خاص را به یاد می آورند، با هم به بازی و رقابت پرداخته اند (Kaplan, 1989: 35). نمونه دیگر در تأثیر پذیری تماشاگران نوجوان از شکل ظاهری خوانندگان، تلاش برای هویت سازی بر اساس آنان و در نتیجه گسترش فرهنگ مصرفی است (Kaplan, 1989: 22). از این رو حتی بسیاری از خوانندگان در اجراهای زنده تلاش می کنند تا فضای موسیقی تصویرهای معروف خود را بازسازی کنند تا تصاویر آن موسیقی تصویرها دوباره در ذهن مخاطبان باز آفرینی شود.

موسیقی تصویر، شنونده را به مبارزه ای برای به خاطر آوردن تصاویر غایب دعوت می کند. آیا می توانی در حین شنیدن نیز یک تماشاگر باشی و مجموعه تصاویر و اصوات را دوباره تجربه کنی؟ زیرا تا انتهای یک موسیقی تصویر، ما احساساتی

درهم آمیخته را تجربه می‌کنیم که از طریق بازی با تصاویر آفریده شده‌اند (Kaplan, 1989:101). این بازی سبب می‌شود تا مخاطب همواره توجه خود را به سمت شبکه‌هایی که این موسیقی‌تصویرها را پخش می‌کنند، معطوف کند.

اگر موسیقی‌تصویر با بخش‌های گوناگون زندگی خواننده همراه شود، نوعی احساس نزدیکی میان او و خواننده ایجاد می‌شود که در نتیجه آن علاقه‌مندی بیش‌تری نیز در او نسبت به آن خواننده خاص به وجود می‌آید. هنگامی که تماشاگران، خواننده را در مکان‌هایی هم‌چون رستورانی که می‌شناسند یا اتاق خانوادگی‌اش، حیاط خانه‌اش، استودیوی تلویزیونی و حتی فضایی ناشناخته می‌بیند در واقع این تماشاگر است که همراه با آن خواننده بخشی از تاریخچه خصوصی او را پی‌گیری می‌کند (Kaplan, 1989:18). از این راه با همذات‌پنداری میان مخاطب و خواننده شیوه زندگی و تمامی عناصر مربوط به ستاره به هویت تازه او مبدل می‌شود.

در طی پخش یک برنامه خاص، تماشاگر باید حضوری همه‌جانبه داشته باشد. این احساس به‌خصوص در موسیقی‌تصویرها قدرت خاصی می‌یابد؛ جایی که حضور همه‌جانبه مخاطب اولین و مهم‌ترین ویژگی الزامی آن است. پخش تلویزیونی از شکل سنتی ساخت فیلم، مجزا است، در این حالت باید حضور چشمان بیننده در هر لحظه از آن اتفاق یا برنامه خاص، مورد نظر قرار گیرد (Vernallis, 2004:110). در واقع شکل ارائه آن باید بر حضور خودآگاه بیننده تأکید ورزد.

این احساس خاص در حضور همه‌جانبه مخاطب، حتی در ساخت نمایش‌ها و فیلم‌ها نیز مورد توجه قرار می‌گیرد، که جلوه‌ای از کارکرد ناخودآگاه جمعی است. استفاده از صدای ضبط شده خنده‌ها و یا خطاب قرار دادن تماشاگر به صورت دوم‌شخص در آگهی‌های تبلیغاتی، اخبار، برنامه‌های تلویزیونی و برنامه‌های کودکان، همه و همه از جمله همین عوامل هستند. استفاده از حضور همه‌جانبه مخاطب در موسیقی‌تصویرها با نگاه خواننده به دوربین (تماشاگر) و خطاب قرار دادن او و یا از طریق روایت یک داستان جذاب و عاطفی شکل می‌گیرد (Kinder, 1984).

بیننده تلویزیون دو نقش اصلی ایفا می‌کند: اول، در مقام تماشاگر یا شنونده خاص که تصاویر و صداها را در بخش آگاه ذهن‌اش می‌بیند و می‌شنود و آن‌ها را به خاطر

می‌سپارد. دوم، در مقام عضوی از مخاطبان گروهی و اجتماعی (یکی از اهالی دهکده جهانی) که ارتباط آرزوها و ایدئولوژی خود را با دیگران قسمت می‌کند (Kinder, 1984). این همان جنبه از تلاش برای یکسان‌سازی هویتی در جوانان است. در یکی سازی ویژگی‌های عمومی و خصوصی، این نقش دوگانه، عملکردی دوگانه نیز می‌یابد: نخست، ورود تصاویر تلویزیون به درون زندگی ذهنی تماشاگر و ترکیب آن‌ها با تصاویر ذهنی او؛ دوم، جایگاه‌سازی مخاطب در بازار جهانی و در مکانی که او به‌عنوان مصرف‌کننده بالقوه، تصاویر تلویزیونی را دریافت می‌کند و این‌ها به خواسته‌ها و در نهایت هویت او بدل می‌شوند. این یکی از ارکان اساسی اقتصادی سرمایه‌داری است. به دلیل سلطه تبلیغات بر تلویزیون، همه چیز باید در خدمت هدف اصلی یعنی ورود فرهنگ مصرفی به جامعه قرار گیرد (Kaplan, 1989:12).

بررسی روان‌شناختی ساخت‌شکنی ۱ در موسیقی تصویر

تفاوت بنیادین موسیقی تصویر با ساختار کلاسیک فیلم‌ها از طول زمان کوتاه آن نشأت می‌گیرد. در واقع جذابیت سینما بر اساس نظر برخی نظریه‌پردازان از تمایلات درونی تماشاگر نسبت به مسئله Voyeurism و Fetishism نشأت می‌گیرد (Kaplan, 1989:91-3). به عبارت دیگر هنگام تماشای یک فیلم، حسی که ما را به دیدن فیلم ترغیب می‌کند نوعی حس کنجکاوی نسبت به زندگی دیگران است. این حس در تئاتر نیز وجود دارد و از آن به دیوار چهارم تعبیر می‌شود که در حقیقت گویی دیوار چهارم خانه یک فرد برداشته شده و تماشاگر به تماشای وقایع درون آن می‌پردازد. این حس از دوره کودکی به نوعی در همه افراد وجود داشته است. آن کاپلان، نظریه‌پرداز ویدیوکلپ می‌نویسد: "تمام ساختار رسانه‌ی سینما، با نمایش آن در یک سالن تاریک و تصاویری بزرگ بر پرده‌ای روشن شکل می‌گیرد که در واقع با اضافه کردن میل به Voyeurism به این مجموعه، جذابیت آن به خاطر بازگشت

تمايلات دوران کودکی به وجود می‌آید" (Kaplan, 1989:103). اما این ویژگی در موسیقی تصویر چگونه به کار گرفته می‌شود؟ کاپلان از قول ژاک لاکان^۱، روان‌کاو فرانسوی می‌گوید: "سینما یک آینه بازنماست. زیرا نظریه لاکان درباره این که چگونه ذهن از طریق زبان مادری شکل می‌گیرد، در نظریه‌های اخیر فیلم مؤثر بوده است. از نظر لاکان، تصویر کمبودها، به خصوص، هر دو جنس را به احساسی خاص در توهم یکی شدن با مادر فرو می‌برد. آن چه لاکان «تصویر آینه‌ای^۲» می‌نامد (لحظه‌ای که کودک برای نخستین بار با تصویر خود در آینه ارتباط برقرار می‌کند) به آگاهی فرد نسبت به توهم یکی شدن با مادر اشاره دارد. کودک، در آن لحظه متوجه می‌شود که با مادر خود تفاوت دارد (در آینه، تصویر کودک، در آغوش مادر دیده می‌شود)؛ او همچنین تصویر آینه‌ای خویش را نیز بازمی‌شناسد (که لاکان به آن تصویر ایده‌آل^۳ می‌گوید)؛ ذات و وجودی که از خودش جدا است. ذهن در این شرایط دچار شکاف می‌شود (میان مادر و غیرمادر؛ این سوی آینه و آن سوی آینه).

این نکته مهم را باید بدانیم که خود ایده‌آل^۴ کودک که از طریق این تصویر آینه‌ای شکل می‌گیرد به طور کامل این تصور را نمی‌یابد که تصویر مادرش یک تصویر دیگر است؛ او به این ترتیب نگاه خودش را به عنوان نگاه «دیگری» نمادپردازی می‌کند و از این رو تمايلات اش نسبت به مادر تحریک می‌شود، تمايلاتی که تأثیری محکم بر زندگی او می‌گذارد" (Kaplan, 1989:42-3). این احساس جداافتادگی احساسی است که در تمام عمر با ما همراه است و به اشکال گوناگون سعی در ارضای آن داریم.

این نمادپردازی مادر به عنوان دیگری، از نظر لاکان، یک تجربه عمومی است و برای آن که یک فرد پا به دنیای انسان‌ها بگذارد ضروری است. این جداسازی که

-
1. Jacques Marie Lacan
 2. Mirror-Phase
 3. Ideal Image
 4. Ideal Ego

میزان نمادپردازی بستگی به آن دارد، روندی الزامی است. اما اگر کودک دست از خیال پردازی بردارد، این «زمان» است که در نهایت زوج کودک/ مادر را از هم جدا می کند. به این ترتیب تصویر آینه ای، کودک را برای ورود به دنیای واقعی نمادها، طی سال های زندگی اش آماده می کند (مقصود لاکان از دنیای نمادها، مجموعه زبان، نشانه ها، تصویر، اشاره ها، صداها و غیره است)، که در آن کودک موقعیت خود را به صورت یک جنس مشخص درمی یابد (و موقعیت را با واژه «او»، «تو» و «آن» درک می کند) (Kaplan, 1989: 119-35). کاپلان با ذکر نمونه ای از یکی از موسیقی تصویرهای مشهور^۲ جایگاه ستاره را در موسیقی تصویر با جایگاه ناخودآگاه مادر در ذهن تماشاگر می سنجد و نتیجه می گیرد که مخاطب بی آن که متوجه این روند (به صورت آگاهانه) باشد ستاره را با مادر جدا شده خود جایگزین کرده و آمال و آرزوهای خود را در او می بیند (Kaplan, 1989: 95-100).

از سوی دیگر رولان بارت^۳ نیز به این مسئله اشاره می کند که بیننده یک فیلم تلاش می کند تا از درون تصویری که بر پرده افتاده، در درون خود به نوعی احساس کمال برسد (Kaplan, 1989: 24-5). از این رو موسیقی تصویر تلاش می کند تا اندازه ای ذهن را در موقعیت دوگانه ای که از ناآگاهی توهمی صحنه برای یکی شدن با تصویر ایده آل ایجاد می شود، قرار دهد.

به عبارت دیگر ما در جهانی قرار می گیریم که در آن تخیل و واقعیت در نوعی واقعیت توهمی به یکدیگر می رسند و در نهایت به این باور می رسیم که همه تخیلات از یک واقعیت اصلی نشأت می گیرد و این همان جهت ساخت شکنانه است. موسیقی تصویر و شبکه هایی که به طور ۲۴ ساعته به پخش آن اختصاص دارند، با زمینه فاقد تمرکز آن، با محدود کردن اشیا در درون یک سیستم، با بخش هایی که همه به هم مربوط اند و بی پایان نیز هستند، مرزها را درهم می ریزند، قالب ها را می شکنند و جهانی نوین را بنیان می گذارند؛ جهان نوینی که مبنای آن ستاره است.

1. She/he

2. Paul Young's "Every Time You Go Away"

3. Roland Barthes

کارکرد سیستم ستاره‌سازی

ستاره‌سازی همیشه به نوعی در تاریخ غرب حضور داشته است. خدایان یونان باستان و قدیسین قرون وسطی و امپراتوران دوره‌های مختلف همگی چنین کارکردی داشتند. همه آنان جلوه‌ای ایده‌آل یا الگویی از شجاعت و قدرت، ایثار و پارسایی یا شایستگی و عدالت محسوب می‌شدند و مردم عادی از آنان هویت خویش را می‌ساختند. سیستم ستاره‌سازی که از قرن بیستم آغاز شد دقیقاً همان اهداف را، به‌نوعی، دنبال می‌کرد. ستاره‌های سینما و موسیقی پاپ همگی نمونه یک انسان عادی و در عین حال ممتاز را به تصویر می‌کشیدند که از میان عامه مردم برخوردار است. ستاره‌ها مفهوم هویت را برای مخاطبان‌شان جلوه‌گر می‌کنند، که از درون رؤیای موفقیت، با فریبندگی سربرآورده‌اند (Kaplan, 1989:27). این خصوصیات ستاره‌ها، چه در فیلم و چه در موسیقی پاپ، در موسیقی تصویر با یکدیگر ترکیب می‌شوند.

خواننده‌های موسیقی پاپ همیشه نسبت به اعضای گروه نوازندگان و همچنین جمعیتی که آن‌ها را احاطه می‌کنند، برتری دارند. حتی از نظر موسیقایی، صدای آنان بالاتر از صدای ارکستر قرار می‌گیرد و طبیعی است که حالتی انسانی‌تر (نسبت به صدای ساز) دارند. اگر به اجرای یک قطعه موسیقی پاپ توجه کنید، محل قرارگیری خواننده که جلوتر از بقیه است، مؤید همین امتیاز و برتری آنان است. حتی گاهی ارکستر در تاریکی پس‌زمینه یا در محلی خاص مخفی می‌شود (Kaplan, 1989:19). اگر خوانندگان را با جمعیت تماشاگر مقایسه کنیم باز هم بیش‌تر متوجه این برتری و تفوق می‌شویم. زیرا محل او نیز بالاتر از جمعیت قرار دارد و نوری متمرکز سبب جلب توجه مخاطب می‌شود. جالب است که در این شرایط حتی اگر بخواهیم نمی‌توانیم ستاره را بر روی صحنه و زیر نورباران پر زرق و برق آن نبینیم. از سوی دیگر ستاره روی صحنه پرتحرک‌ترین فرد است. تنها اوست که می‌خواند، با سرعت روی صحنه به اطراف می‌رود و حرکت می‌کند. در این حالت شنونده تنها خیره به او، حرکات‌اش را نگاه می‌کند و اگر صدایی تولید کند، یا تشویق ستاره است یا تقلید صدا و آواز او (Kaplan, 1989:19-20).

هنگامی که به گذشته باز می‌گردیم، نخستین جلوه متفاوت از ارائه یک خواننده به گروهی از مردم زمانی بود که گرامافون و سپس رادیو اختراع شدند. اختراع گرامافون سبب شد تا صدای خواننده از حضور فیزیکی او جدا شود. این مسئله اگر برای آن دوره معجزه به حساب نیاید اما حتماً خصوصیتی مافوق طبیعی محسوب می‌شده است. این مسئله سبب ایجاد هاله‌ای برگرد خواننده می‌شد زیرا او را دارای برتری نسبت به انسان‌های عادی می‌کرد. اختراع گرامافون و رادیو سبب شد که صدای خواننده به داخل خانه‌ها بی‌آید و در تمامی لحظات زندگی با شنونده خود شریک شود. پس از آن سینما و تلویزیون نیز همین کار را کردند. طرفداران یک ستاره با او احساس نزدیکی می‌کنند و این احساس در نوعی جلوه پرستشی ظاهر می‌شود. به این معنی که طرفداران، عکس‌ها، وسایل و هر چه که به ستاره مورد علاقه‌شان مربوط باشد، جمع می‌کنند تا ارتباط خود را با او حفظ کنند. از این طریق ستاره به نوعی بت بدل می‌شود. برای آن که تصویر ستاره با انتظارات عمومی همخوان شود، نوعی شمایل‌شناسی عکس متداول شد تا جهان عکس را از محیط پیرامونی جدا کند و هر آن چه هست بر روی ستاره متمرکز شود. این شمایل‌شناسی جلوه‌ای از ستاره است تا او را در ذهن طرفدارانش پا بر جا نگه دارد؛ چه در شمایلی بی‌حالت و عمودی (شبیبه نقاشی‌های دوره بیزانس) و چه در حالت‌های گوناگون در زندگی عادی. از سوی دیگر این تصاویر اثباتی بر وجود واقعی ستاره‌اند (جدای از اجراهای صحنه‌ای یا تصویر روی پرده) (Butler, 1991:49).

وجود ستارگان در مرزی میان واقعیت و رؤیا شکل می‌گیرد و این بر اساس شخصیتی که در فیلم‌ها دارند ساخته می‌شود (Cook, 1995:40). ستارگان، مانند خدایان باستانی‌اند تنها با این تفاوت که معبد آن‌ها، سالن سینما است (Butler, 1991:49). نگاهی کلی به عکس‌های ستارگان هالیود در دوره طلایی دهه ۱۹۴۰ مؤید این مسئله است. کادربندی، نوع لباس، آرایش و نورپردازی، همگی در خدمت جدا کردن ستاره از دنیای عادی پیرامون او هستند. همه چیز در پی آن است که ستاره را در مرکز توجه بیننده قرار دهد.

روند تصویرپردازی ستارگان موسیقی در موسیقی تصویر، ترکیبی از هر دو حالت سینما و موسیقی است زیرا در موسیقی تصویر هم صدا و هم تصویر نقشی مهم ایفا می‌کنند. سازوکار عملکرد موسیقی تصویر در جهت خلق ستاره است، نه نمایش تنهای آن. ستاره‌ها بازتاب رویاها، امیدها و آمال اجتماعی در یک دوره خاص و از دیدگاهی انسان‌شناسانه هستند (Dyer, 1979:6). این مسئله به نوعی ناخودآگاه جمعی باز می‌گردد و گاه زمینه‌های سیاسی یا اقتصادی در کنار زمینه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند. بدیهی است که ساخته شدن ستاره‌ها فقط نتیجه نیاز عمومی و مسائل اجتماعی نیست، بلکه راهبردهای شرکت‌های تولید فیلم و موسیقی نیازمند این سازوکار هستند (از نظر اقتصادی). از دیدگاه سیاسی نیز ستاره‌ها، نوعی نخبگان بی‌خطر محسوب می‌شوند که می‌توانند در خدمت بسط ایدئولوژی حاکم قرار گیرند، اگر چه تصاویر متنوع ستارگان همیشه بر یک مسیر حرکت نمی‌کند و جلوه‌های متفاوتی به خود می‌گیرد (Hall, 1980).

این حقیقت که ستاره‌ها از نظر فکری و ایدئولوژیک اثرگذارند، از طریق عنصر همذات‌پنداری قابل توضیح است. به عبارت دیگر بیننده خود را با ستاره روی پرده یکی می‌پندارد و به او وابستگی عاطفی پیدا می‌کند. این دل‌بستگی و یکی پنداشتن در همه زمینه‌ها (حرف‌زدن، حرکات و رفتار و حتی لباس پوشیدن) نمود پیدا می‌کند (Mulvey, 1988). این بدیهی است که وقتی ستاره در خودروهای شیک، لباس‌های گران‌قیمت و خانه‌های اشرافی دیده می‌شود، همذات‌پنداری خودبه‌خود خصوصیتی سرمایه‌داری می‌یابد و بیننده به داشتن چنین چیزهایی تمایل پیدا می‌کند (Kaplan, 1989:30). موسیقی تصویرها برای اغلب مخاطبان آرزوهای جدیدی به همراه می‌آورند (آرزوی زندگی پرزرق و برق، دکوراسیون مدرن، چیزهای لوکس - خودروهای گران‌قیمت، لباس‌های رنگارنگ، جواهرات، مبل‌مان امروزی) (Kaplan, 1989:30).

این حس الزاماً بنیانی مادی ندارد و می تواند به زیرفرهنگ های خاصی که بیننده به آن ها تعلق دارد نیز متکی باشد. هم چنان که می تواند بنیان یک ضدیت با هنجارهای اجتماعی را پی ریزی کند؛ تضاد نسل جوان با نسل گذشته (مانند موسیقی تصویر پاپا موعظه نکن^۱) یا تضاد مرد و زن (مانند موسیقی تصویر عروسی سفید^۲) یا بنیان های طغیان گرانه بر علیه نظم موجود (مانند موسیقی تصویر رادیو گاگا^۳) (Kaplan, 1989: 130, 106, 64).

سازوکار همذات پنداری در این حالت خصوصیتی عینیتی می یابد که می توان آن را جلوه ای از نوعی فتیشیسم^۴ دانست که با خیرگی تماشاگر به صفحه تلویزیون پدید می آید (Kaplan, 1989: 61). همین مسئله سبب می شود که عینی شدن نیاز در قطعات موسیقی تصویر به مراتب بیش از سینما نمود یابد؛ زیرا در فیلم های داستانی، عنصر روایت سبب کم شدن این احساسات می شود (Mulvey, 1988).

ذکر چند مثال در این جا ضروری است. یکی از نمونه های ضدیت با زیرساخت ها و هنجارهای اجتماعی مطرح شده توسط این گروه، تفسیری است بر اصرار زنان (دختران) جوان بر زیر پا گذاشتن محدودیت هایی، که والدین شان (و هنجارهای اجتماعی) بر آن ها اعمال می کنند.

در موسیقی تصویر وقت به وقت^۵ این مفهوم به صورتی پیچیده و مبهم خود را نشان می دهد. خواننده (که یک دختر جوان است) تصمیم به جدایی از نامزد را خود دارد. اما مسئله مهم آن است که قطعه، عشق قهرمان زن ماجرا را نسبت به نامزدش با عشق او نسبت به مادرش درهم می آمیزد. هنگامی که برای نخستین بار دختر با نامزدش دچار مشکل می شود، تصویری از مادر در مقابل او ظاهر می شود، تا به او آرامش بخشد. هنگام جدایی از نامزد، بار دیگر چهره مادر دختر ظاهر می شود و این بار در حالت وداع. جایی دیگر نیز دختر، مادر را در حال جارو کشیدن کف اتاق تصور می کند.

1. Madonna's Papa Don't Preach
2. Billy Idol's White Wedding
3. Queen's Radio Ga Ga
4. fetishism
5. Cyndi Lauper's Time after Time

مسئله اصلی با این نوع نمایش مادر، آن است که ضمن به تصویر کشیدن رابطه نزدیک مادر و دختر، مادر با نمادهایی که نشانگر ضعف یک زن سنتی است نشان داده می‌شود. او در جایگاهی ستم‌دیده و مظلوم نمایانده می‌شود و با جلوه‌ای احساساتی و کاملاً حاکی از ضعف، که نشان می‌دهد توان کمک به دختر خود را ندارد و پیش از داشتن هر نوع قدرت یا توان ایجاد تغییر در وضعیت دختر، تنها برای او دلسوزی می‌کند.

آنچه در این قطعه به نمایش درمی‌آید، جلوه‌ای از نوعی تقسیم‌بندی میان نسل دیروز و خواسته‌های نسل امروز است که به مخاطبان هم سن و سال ستاره القا می‌شود. به عبارت بهتر در این موسیقی تصویر، هم‌چنان که چهره‌ای ضعیف و تحت‌سلطه از زن سنتی به تصویر درمی‌آید (مادر)، چهره‌ای از دختری امروزی نیز که پایبند سنت‌های والدین خود نیست نیز به تصویر کشیده می‌شود (ستاره) و مسئله آن است که این دختر امروزی همان قهرمانی است که قرار است مخاطب با او همذات‌پنداری کند و از او الگو بردارد.

کاپلان با اشاره به برخی موسیقی‌تصویرهایی که موضوع زن را در محوریت خود قرار می‌دهند، می‌نویسد که: "این موسیقی‌تصویرها همگی به خاطر ارائه موقعیت‌های جانشین مضمونی / روایی زنانه خود اهمیت دارند، حتی اگر تصاویر جانشین نداشته باشند" (Kaplan, 1989:130). این ویژگی، اهمیت بسیاری دارد. زیرا به‌عنوان مثال در این جا مبین محدودیت‌های سیاست‌های فمینیستی در آزادی انسانی هستند که از طریق رمزگان‌های قراردادی تأثیرگذار تصویری، توصیف می‌شوند.

یکی از مهم‌ترین جلوه‌های این سیاست‌های فمینیستی تشویق دختران در سرپیچی از سنت‌ها و رد ارزش‌های مورد قبول والدین و به عبارت دیگر نسل‌های پیشین است. کاپلان در این زمینه تأکید می‌کند که تلویزیون و موسیقی‌تصویرها نه تنها نسل جوان زنان را به چنین رفتاری تشویق می‌کند بلکه "پدر و مادرها را نیز به پذیرفتن این قواعد تازه زندگی دعوت می‌کند" (Kaplan, 1989:150).

نمونه چنین مفهومی در یکی از موسیقی‌تصویرهای بسیار معروف به نام *پاپا موعظه* نکن به شکلی خاص به تصویر کشیده شده است. در این قطعه، قهرمان زن، دخترنوجوانی به ظاهر با اراده و محکم است که با عاشق شدن و سپس باردار

شدن‌اش، تلاش می‌کند تا کودک خود را حفظ کند. این قهرمان که به صورت دختر نوجوانی با شلوار جین و بلوز راه‌راه نشان داده می‌شود، دختری وابسته به پدر است، و در طول قطعه به نوعی تحول (از نوع مورد انتظار سیاست‌گزاران فرهنگی غرب) می‌رسد. اما در لابه‌لای قطعه تصویر قهرمان با لباسی تنگ و سیاه نیز نمایانده می‌شود که به نوعی تصویرگر چهره بد دختر نیز هست. هر چند هیچ عمل و کنش خاصی دال بر بد بودن او نشان داده نمی‌شود اما سیاه بودن لباس و حرکات اغواگرانه‌اش می‌تواند نمادی از این بد بودن تلقی شود. این قطعه آشکارا مرز میان یک دوشیزه پاکدامن با یک زن بدکاره را مخدوش می‌کند و این همان جلوه اثرگذار سیاست‌های هویت‌سازانه است. قهرمان، دختری بدکاره نیست اما دختر نوجوانی است که عاشق و سپس بدون ازدواج باردار شده، و حال، احترام به قراردادهای اجتماعی و سنت‌ها را نفی می‌کند و می‌خواهد کودک خود را نگه داشته و به همین شکل زندگی کند. پدر با این عمل دختر به شدت مخالف است. اما نکته مهم نهفته در این قطعه در صحنه پایانی آن است. این صحنه از یک توافق تدریجی میان پدر و دختر حکایت دارد، و نمای پایانی، آن‌ها را در آغوش هم نشان می‌دهد. این، نکته مهمی است که رفع اختلاف میان پدر و دختر زمانی صورت می‌گیرد که پدر تصمیم می‌گیرد نرم شود، نه دختر. قهرمان به سادگی از سر نهادن به خواسته‌های پدر سر باز می‌زند، چون اصرار دارد که خودش باشد. موفقیت سریع و گسترده این قطعه نشان از همدلی تماشاگران نوجوان با آن داشت و به این معنا بود که قهرمان در جایگاه بسیاری از نوجوانان امروزی قرار گرفته، به خصوص آنان که به طبقات متوسط و پایین اجتماع تعلق دارند. این قطعه نوعی راهکار به چنین دختران جوانی ارائه می‌کند که در نهایت هویت نسل آن‌ها را می‌سازد. در موسیقی تصویرهایی که زن قهرمان به عنوان نماد و نماینده نسلی خاص از جوانان مطرح می‌شود "پاکدامنی سنتی به هجو کشیده شده و از این طریق قطب‌بندی‌های معمول (میان خوب و بد) دیگر دوام زیادی نمی‌آورند" (Kaplan, 1989: 130). قرار گرفتن این قهرمانان زن در جایگاه‌های مختلف و مشاغل غیرسنتی به تماشاگر زن می‌فهماند که زنان چه جایگاهی دارند، کجا باید بروند و آرمان آن‌ها چیست؟ این مسئله از طریق درهم‌آمیزی زمینه‌های مختلف و جایگزینی موقعیت‌های قدیمی

(به‌عنوان زن خانه‌دار و مادر ایده‌آل) به‌وسیله موقعیت‌های جدید صورت می‌گیرد (Vernallis, 2004:108). از این رو ستاره به جلوه‌ای از آرمان‌های مخاطب بدل می‌شود. اما این جهان آرمانی از طریق چه سازوکاری ایجاد می‌شود؟

عملکرد ستاره (خواننده) در خلق جهانی آرمانی برای بیننده

همان‌طور که آمد، کارکرد اصلی موسیقی تصویر در خلق ستاره‌ها نمود می‌یابد. در قطعات موسیقی تصویر مجموعه‌ای از جذابیت‌ها و عناصر فریبنده به کار گرفته می‌شود تا ستاره به آرمانی برای تماشاگر بدل شود و از این دیدگاه همه چیز در خدمت این کارکرد قرار می‌گیرد (Kaplan, 1989:61). بنابراین موسیقی تصویر تلاش می‌کند تا جهانی آرمانی پدید آورد که در آن ستاره نماینده و انگیزش آن است. این مشابه همان حالتی است که در فیلم‌های موزیکال رخ می‌دهد. در فیلم‌های موزیکال صحنه‌های رقص و آواز، روایت را به تعویق می‌اندازند تا همان فضای ایده‌آل و آرمانی را بسازند (Dyer, 1979:28).

نمونه‌چنین برخورداری را در اغلب فیلم‌های موزیکال می‌توان دید. به‌عنوان مثال در فیلم اشک‌ها و لبخندها^۱ هنگامی که بازیگر اصلی شروع به خواندن می‌کند، در جایی قایقرانان و در جایی دیگر درشکه‌چی با او همراه می‌شوند و این نمود همین جهان آرمانی است. نمونه‌جالب و قابل‌تامل این مسئله در فیلم رقصنده در تاریکی^۲ دیده می‌شود. بیورک^۳ (زن قهرمان داستان) در این فیلم، هنگامی که می‌خواهد از سختی‌ها و مرارت‌های جهان پیرامونی‌اش فرار کرده و کوری‌اش را فراموش کند، به دنیای موسیقی پناه می‌برد و در آن لحظه (مثلاً در کارخانه پرس فلزات یا کنار ریل راه‌آهن) همه (کارگران، دوستان یا قایقرانان) با او همراه می‌شوند و جهان آرمانی او که از همه سختی‌ها و شداید تهی است، شکل می‌گیرد. در این بخش‌ها، آواز و موسیقی نوعی نقطه‌گذاری است میان جهان داستان (که گاه با سختی همراه است) و جهان ایده‌آل‌ها

1. Sound of Music
2. Dancer in the Dark
3. Bjork

و آرزوها. تصور و تخیل جهان آرمانی در فیلم‌های موزیکال بیش تر به یک احساس درونی و یک تأثیر اشاره دارد تا انگاره‌ای هستی‌شناسانه و نظری از جهانی با الگوها و قوانین معمول و مرسوم (Dyer,1979:35). این همان عنصر فرآر در هنرهای سرگرم‌کننده است که سبب می‌شود مخاطب از جهان واقعی پیرامون خود خارج شود و به دنیای رؤیاها پناه ببرد تا سختی‌های زندگی خود را فراموش کند.

خصوصیات این جهان آرمانی سبب می‌شود تا دنیای بیننده در آن لحظات تغییر یابد و خستگی به انرژی، خلاء درونی به سرشاری، تیرگی به شفافیت، و فروریختگی به انسجام بدل شود (Dyer,1979:42). "این خصوصیات با دو گروه نشانه‌های عینی و غیرعینی نمایانده می‌شوند. نشانه‌های عینی نشانه‌هایی هستند که در داستان، عناصر صحنه، شخصیت و لباس و مانند آن نمود می‌یابند و مستقیماً از سوی تماشاگر درک می‌شوند. نشانه‌های غیرعینی، عناصری هستند مانند رنگ‌ها، نورپردازی، زاویه دوربین، موتناژ، جلوه‌های ویژه و از همه مهم‌تر موسیقی که به‌طور مشخص و مجرد دیده نمی‌شوند و به طور غیرمستقیم تأثیر می‌گذارند" (Dyer,1979:44). اگر چه این نشانه‌ها همگی در خدمت رساندن معنا هستند، اما به‌طور مستقیم توسط مخاطب دیده نمی‌شوند و به صورت جانبی بر ناخودآگاه او اثر می‌گذارند. این نشانه‌های غیرعینی با درون‌مایه قدرت‌مندی برای شکل‌دهی جهان آرمانی، بر مخاطب به شدت مؤثرند و از آن جایی که این نشانه‌ها (غیرعینی) گاه اصلاً به‌عنوان نشانه به حساب نمی‌آیند، استفاده آسان‌تری برای تأثیرگذاری بر مخاطب دارند. به عبارت دیگر نشانه‌های غیرعینی بر ناخودآگاه بیننده اثر می‌گذارند و بیننده بدون آن که بداند، تحت تأثیر آن‌ها قرار می‌گیرد.

نشانه‌های غیرعینی در خلق فضا برای ایجاد هویتی تازه نیز مؤثرند. در نورپردازی، نور قوی^۱ یا نور خفیف^۲ در خلق فضای شاد یا عاشقانه یا غم‌انگیز مؤثرند؛ هم‌چنان که لباس و رنگ می‌تواند در زیبایی ظاهری شخصیت و محیط وی تأثیرگذار باشند. لنزهای تله یا زاویه از پایین بر جایگاه و اهمیت شخصیت تأثیر می‌گذارند. ضمن آن که این تأثیرگذاری فقط در تصاویر (نماها) به خودی خود نمود نمی‌یابند، بلکه ارتباط میان

1. High Key

2. Low Key

نماها نیز معانی خاصی را می‌توانند پدید آورند. مونتاز (تدوین) در موسیقی تصویر اهمیت بسیار زیادی دارد زیرا مفاهیم از طریق کنار هم قرارگرفتن نماها ایجاد و منتقل می‌شوند.

در موسیقی تصویرها حرکات و آواز ستاره، در کنار روایت، شکل‌دهنده جهان درون اثر یا به عبارتی همان جهان آرمانی است. به همین دلیل است که جهان آرمانی درون موسیقی تصویرها به مراتب فراتر از آن چیزی است که در فیلم‌های موزیکال وجود دارد. این بخشی از جهان بصری درون موسیقی تصویر است که در ظاهر هیچ ربطی به جهان بیرون ندارد، اما چنین تأثیری را از خود بر جای می‌گذارند و جهان آرمانی خود را به جهان بیرونی و واقعی انتقال می‌دهند. این همان تمایزی است که ورنالیس از آن به‌عنوان تفاوت میان «گفتن»^۱ و «نگفتن»^۲ بلکه «نشان دادن»^۳ نام می‌برد (Vernallis, 2004:3). به‌همین دلیل است که خواننده در طول قطعه، تمام مدت، بیننده را مورد خطاب قرار می‌دهد (به سمت دوربین اشاره می‌کند). در چنین شرایطی خواننده، راوی می‌شود. او روایت‌گر جهان آرمانی خویش است و از این رهگذر پلی ارتباطی میان جهان آرمانی با زندگی واقعی برقرار می‌کند.

هنگامی که تنها «گفتن» موردنظر است، طرح، شعر، راوی، شخصیت‌پردازی و طرح صحنه و لباس و همه عناصر دیداری موجود در اثر اهمیت می‌یابد. اما نکته مهم در موسیقی تصویرها «نشان دادن» است (Vernallis, 2004:3-4). در این حالت، مجموعه نشانه‌های غیرعینی به کمک نشانه‌های عینی آمده و آن‌ها را در ناخودآگاه تماشاگر نهادینه می‌کنند. به این ترتیب مجموعه این نشانه‌ها جهان آرمانی ستاره را در ذهن مخاطب شکل می‌دهند.

-
1. Telling
 2. Not Telling
 3. Showing

نتیجه گیری

ستاره در حال خواندن، جهانی به ظاهر شاعرانه از نور و رنگ، شادی و سرشاری، اطمینان خاطر و وفور نعمت و دوستی و همیاری می آفریند. او بیننده را به ساختن جهانی مشابه دنیایی که خود در آن زندگی می کند، ترغیب می کند. بدیهی است که ورود به این جهان تنها با خریدن قطعه موسیقی امکان پذیر نیست بلکه وارد شدن به این فضا، مستلزم پیروی از تمامی قواعدی است که خواننده آن‌ها را وضع می کند. به عبارت دیگر، تنها با لباس پوشیدن، راه رفتن و دنباله روی از تفکر طرح شده توسط خواننده، امکان خلق جهانی مشابه برای مخاطب به وجود می آید. به این ترتیب نکته ای که در آغاز بحث مورد اشاره قرار گرفت، روشن می شود؛ موسیقی تصویرها از این دیدگاه تنها قطعات تصویری برای سرگرمی و فروش قطعات موسیقی نیستند بلکه تمامی عناصر جهان درون آن‌ها نیز فروخته می شود و از این طریق هویتی تازه برای مخاطب خلق می کند. این فقط به پیروی از ظاهر ستاره نیز محدود نمی شود بلکه همان طور که در مثال های پیشین دیدیم مخاطب با مفاهیم مطرح شده در اثر نیز ارتباط برقرار کرده و از این راه هویت فکری او نیز دستخوش تغییر می شود. تغییر در این هویت (ظاهری و فکری) در ناخودآگاه تماشاگر ایجاد می شود و او بی آن که متوجه باشد به درون جهانی پا می گذارد که برای آن تدارک دیده شده است. همان گونه که نظریه پردازانی چون کیندر، کاپلان و ورنالیس به آن اشاره می کنند با موسیقی تصویرها می توان ایدئولوژی خاصی را که سیاست گزاران فرهنگی تبلیغ می کنند به مخاطب القا کرد.

موسیقی به طور مستقیم با شنونده ارتباط برقرار می کند و احساسات او را بدون هیچ نوع واسطه ای تحریک می کند. تلویزیون نیز به عنوان رسانه ای تصویری با طیف وسیعی از مخاطبان روبرو است. عوامل چون نشانه های عینی و غیرعینی در ساخت موسیقی تصویر موثرند که این خصوصیت با توجه به ویژگی های فرهنگی، دینی و هنری شکل می گیرند. درک و تعیین قابلیت ها، شیوه بیانی، عناصر بیانی و جلوه بصری آن‌ها است که می تواند کاربرد این پدیده و ابعاد نفوذ آن را بر مخاطبان نمایان سازد و از این طریق ارتباط میان تصویر، موسیقی و مخاطب از طریق ستاره به شکلی واضح نمود

می‌یابد زیرا خواننده (ستاره) مهم‌ترین پل ارتباطی میان فصول یک موسیقی‌تصویر، و هدف آن خلق جهان آرمانی درون اثر و ساخت هویت برای مخاطب است.

ستاره‌ها در قطعات موسیقی‌تصویر دیدگاه‌های گوناگونی را به بیننده، بسته به جنسیت، پایگاه طبقاتی، و جایگاه اجتماعی او، منتقل می‌کنند. به عبارت دیگر، بینندگان با خصوصیات متفاوت، دیدگاه‌های گوناگونی نسبت به تصویر می‌یابند و این دیدگاه در مورد یک نوع خاص از موسیقی‌تصویری با نوع دیگر متفاوت است.

در موسیقی‌تصویرها، تصاویر به گونه‌ای انتخاب می‌شوند و کنار هم قرار می‌گیرند که بتوانند بخش خاصی از مجموعه احساسات درونی بیننده را در هنگام تماشای موسیقی‌تصویر تحریک کنند. به این ترتیب، مهم‌ترین عملکرد ذهنی این قطعات زمانی آشکار می‌شود که احساس پدید آمده در شنونده یک قطعه موسیقی در آغاز احساسی ضعیف (اما مشترک) باشد و اضافه‌شدن تصویر، به بیننده در جلوه بیش‌تر آن احساس و ایجاد آگاهی نسبت به آن، کمک کند. این احساس مکاشفه در مخاطب در نهایت به درک او از احساسات درونی و خودانگیختگی آن، و پدید آمدن یک هویت تازه منتهی می‌شود. این سازوکار سبب می‌شود تا موسیقی‌تصویر در بخش ناآگاه ذهن او باقی بماند، و در هنگام آگاهی، تمامی آن احساس، دوباره و به طور کامل در درون‌اش زنده شود. به این ترتیب، احساس لذت از مکاشفه‌ای درونی و درک و شناخت، در مخاطب، نوعی ارضای درونی را برای او به وجود می‌آورد که از طریق آن، بسته به مضمونی که در قطعه ارائه می‌شود، می‌توان نوع تفکر و سلیقه او را نیز شکل و جهت داد.

در ساخت هر موسیقی‌تصویر، ذهنیت و مفهومی خاص دنبال می‌شود و این زمینه‌ای است که از پیش مشخص می‌شود. به دلیل وجود مخاطبان و تمایل برای فروش قطعات و تأثیر بر روی گروه‌های مختلف بیننده، ساختار موسیقی‌تصویرها به گونه‌ای است که مخاطبان هر چه بیش‌تری را دربرگیرند. این مسئله سبب می‌شود که تفکرات خصوصی و فردی برای تطبیق با تمایلات عمومی، مورد استفاده قرار گیرند و در کلیت خود، با جامعه ارتباط برقرار کنند و عمومیت یابند. از این طریق هویت تازه‌ای که عرضه شده، عمومیت می‌یابد.

گروه اصلی که هدف تأثیرگذاری در موسیقی تصویرها هستند، گروه سنی نوجوانان و جوانان اند. آن چنان که نظریه پردازان این پدیده معتقدند، برای این گروه خاص باید آثاری از تمدنی بر جای گذاشته شود که از تمدن‌های پیشین تأثیرگذارتر باشد. نگاهی دقیق به ساختار اغلب موسیقی تصویرها نشان می‌دهد که عدم تمرکز آن‌ها بر روی فرهنگی خاص، نوعی درهم آمیزی فرهنگی پدید می‌آورد که در نهایت به گیجی مخاطب می‌انجامد. این حس نوعی تمایل به تجزیه است برای بازگشت به هیچ، و در نتیجه از میان بردن تمامی هنجارهای پذیرفته شده پیشین. این، تمایل به حمله به تمامی شکل‌های موجود است و در عین حال، خلق حرکتی به سوی این تجزیه، حرکتی به سوی تمامی شکل‌های وابسته است. این مسئله جلوه‌ای ذاتی و عینی نمی‌یابد. موسیقی تصویر فقط قادر است شکلی قطعی را بنمایاند که هنوز در تکامل است، مستقل از روند تولید اثر. از این رو جلوه‌ای مولد و آفریننده و در عین حال نابودگر و ویران کننده به وجود می‌آید و به این ترتیب میان دو نهایت پوچی از یک سو و ساختاری روشن و هدفمند از سوی دیگر در نوسان است. این پدیده در پی درکی ارگانیک از اثر نیست، بلکه با ساختاری چندوجهی سر و کار دارد که مخاطب باید ادراک خویش را از آن دریافت کند: نوعی معنا که نمی‌تواند خود، معنایی واحد و مفرد را طرح کند، بلکه هر لحظه می‌شکند و ویران می‌شود، و از نو زاده می‌شود. در این حالت ضدزیبایی‌شناسی عنصری ساختاری از خود زیبایی می‌شود. گم‌کردگی هویت در میان نسل جوان نیز ناشی از همین است. از این رو نسل جوان به صورت ناخودآگاه به مخالفت با همه آن چه به‌عنوان هنجار توسط جامعه پذیرفته شده برمی‌خیزد.

جوانان خود به این نکته اذعان دارند، ضمن آن که قطعات موسیقی تصویر را در ظاهر برای آرامش و لذت نگاه می‌کنند، تجربه نشان داده است که موسیقی تصویرها چون به مثابه سرگرمی مفرح و اغلب در اوقات فراغت دیده می‌شوند، از نظر روان‌شناسی تأثیر به مراتب قوی‌تری بر ضمیر ناخودآگاه مخاطب می‌گذارند. ضمن آن که این برنامه‌ها نوعی پس‌زمینه ذهنی (که قابل ارجاع نیز هست) و نوعی درگیر شدن با تمناهای ارضاننده و کمبودهای بیننده را ایجاد می‌کنند، و از طریق ارضای ظاهری

آن‌ها هویتی تازه برای او می‌آفرینند که چون جایگزین نداشته‌های او می‌شود، تا پایان عمر همراه او خواهد بود.

از این رو پیشنهاد می‌شود:

- ساخت نمونه‌های سنجیده و برنامه‌ریزی شده بر اساس موسیقی خوب و انتخاب‌شده که بتواند هویت واقعی و عناصر اجتماعی درست را به مخاطب جوان بر اساس نیازهای او منتقل کند، ضروری است. برای ساخت این آثار باید موارد زیر را در نظر داشت.

- توجه به رده‌های سنی خاص به‌عنوان مخاطبان هدف.
- شکل‌گیری زیرساخت‌های برنامه‌ای و مدیریتی درست برای ساخت این نمونه‌ها.
- سرمایه‌گذاری در تمامی زمینه‌های پژوهشی علمی و عملی که جنبه کاربردی داشته باشند. این سرمایه‌گذاری باید مطابق نیاز باشد و در آن به بازگشت معنوی توجه کرد که در نهایت بازگشت مادی را نیز به دنبال خواهد داشت.
- دعوت از روان‌شناسان و پژوهشگران، و برنامه‌سازان صاحب‌نظر برای ارائه نمونه‌های صحیح.

- امکان پخش درست این برنامه‌ها از طریق رسانه ملی و شبکه ویدیویی کشور.
بدیهی است بدون توجه به زمینه‌های فوق و نمونه‌سازی صحیح نمی‌توان انتظار داشت که تنها با برگزاری سمینار و ارائه بخشنامه‌ها جلوی این هجمه گسترده فرهنگی را گرفت.

منابع

- Ayeroff, Jeff, (2000), "Thirty Frames per Second; The Visionary Art of the Music Video", Adams, New York
- Butler, Jeremy G. , (1991), "Star texts: Image and Performance", Wayne State University Press, Dertroit, PP. 49-66.

- Cavell, Stanley, (1979), "The World Viewed", Harvard University Press, Cambridge
- Cook, David, (1995), "A History of Narrative Film", W. W, Norton & Company, New York
- Dyer, Richard, (1979), "Stars", British Film Institute (BFI) Publishing, London.
- Goodwin, Andrew, (1993), "Dancing in the Destruction Factory", Routledge, London.
- Gunning, Tom, (1991), D. W. Griffith and Origin of Narrative Cinema, University Press of Illinois, Urbana.
- Hall, Stuart, (1991), "Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism", Duke University Press, Durham.
- Kaplan, Ann, (1989), "Rocking Around the Clock", Routledge, London.
- Kinder, Marsha, (1984), "Music Video and Spectator: Television, Ideology and Dream", Film Quarterly, Vol. 38, No. 1, University of California Press, PP. 2-15.
- Middleton, Richard, (2002), "Studying Popular Music", Open University Press, Bukingham.
- Mulvey, Laura, (1988), "Feminism and Film Theory", Routledge, New York.
- Shore, Michael, (1984), "The Rolling Stone Book of Video", Sedgwick & Jachson Ltd. , London.
- Williams, Raymond, (1990), "Television Technology and Cultural Form", Routledge, London.
- Vernallis, Carol, (2004) "Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context", New York, Columbia University Press.

www.tiger.edu/~cnemph1/history.htm

www.longroadmedia.com; Clark, Vivienne (2004), "History of Music Video", 'Teaching Music Video', BFI. (British Film Institute).

www.wikipedia.com/music video

