

ویدئو موسیقی

محمد حسین تمجیدی

با گذشت بیش از نیم قرن از عمر تلویزیون، این پدیده همچنان در معرض تحولات هنری و تکنولوژیک قرار دارد. این رسانه که زمانی با پخش زنده، آن هم به مدت کوتاهی در روز کار خود را آغاز کرد، امروز در اولین سال‌های هزاره‌ی سوم، توسط میلیون‌ها گیرنده و هزاران هزار ایستگاه پخش زمینی و ماهواره‌ای پاسخگوی خواسته‌های مخاطبین خود به صورت شبانه‌روزی است.

شاید روزی که مخترعین برای اولین بار این جعبه‌ی جادو را به آزمایش گذاشتند، هرگز به این حقیقت فکر نکرده بودند که این پدیده سال‌ها بعد به بزرگ‌ترین رسانه‌ی ارتباطی دنیا – تلویزیون – تبدیل خواهد شد. مهم‌ترین عنصری که تا امروز تلویزیون را در قلب و خانه‌ی انسان‌ها جای داده است تنوع و نوآوری در تهیه‌ی برنامه‌های تلویزیونی بوده است.

سال‌ها پیش در سیر تحولات سینما دو تئوری مؤلف و نوع (ژانر) مطرح شدند که بحث‌های گسترده‌ای به همراه داشتند. تلویزیون نیز که در دستور زبان و نحوه‌ی مواجهه با مخاطب بسیاری از قانونمندی‌های خود را از هنر سینما وام گرفته است، به دور از این نظریه‌ها نماند. امروزه برنامه‌های تلویزیونی در قالب‌های متفاوتی ساخته می‌شوند که هر یک به مرور ساختار خود را به دست آورده‌اند. در حال حاضر برنامه‌های تلویزیونی با تقسیم‌بندی‌هایی که مشخص‌کننده‌ی نوع این برنامه‌ها هستند شناخته می‌شوند – هر یک از این انواع مخاطب ویژه‌ی خود را دارد.

«ویدئو موسیقی» نیز یکی از جنجالی‌ترین انواع برنامه‌های تلویزیونی است که طی سال‌های اخیر به جهانیان معرفی شده است. در فرهنگ تلویزیون ایران نیز چندین سال است که این ژانر مطرح و در اشکال

مختلف نمایان شده است، که رفته رفته با عناوینی چون ویدئو کلیپ یا نماهنگ شناسایی می شود. شایان ذکر است که در مراجع اصلی از این پدیده با عنوان ویدئو موسیقی یاد می شود و تنها در مواردی که مطالعه‌ی خاص آکادمیک صورت گرفته است از واژه‌ی کلیپ در کنار ویدئو موسیقی نیز استفاده شده است. بحث در مقالاتی که از پی می آید بر سر واژگان نیست، بلکه تلاشی است با نگاه علمی و هنری به منظور ارائه‌ی شناخت بهتر به مخاطبین در خصوص این پدیده است.

در بخش اول از نگاه کتاب مفاهیم کلیدی در مطالعات تلویزیونی، تعریفی دانشنامه‌ای ارائه می شود. در ادامه‌ی بحث در بخش دوم از نگاه هنر به تلویزیون، خاستگاه‌های پسامدرنیسم در تلویزیون و ویدئو موسیقی را جست و جو می کنیم، و در نهایت با یک مطالعه‌ی موردی در خصوص MTV این بخش را به پایان می بریم. سومین و آخرین بخش، نگاهی است کاملاً آکادمیک در راستای تجزیه و تحلیل ویدئو موسیقی ها و دست یابی به تقسیمات و شیوه‌های عملکرد آن، که نگاه علمی نویسنده بیشترین کمک را به ما در جمع بندی موضوع می کند. در مجموع آنچه گرد آمده، تلاشی است برای دست یابی به مفاهیم زیبایی شناسانه و شناخت علمی و هنری از پدیده‌ی ویدئو موسیقی که امید است مورد قبول مخاطبین محترم قرار گیرد.

هنگامی که در سال ۱۹۸۱ MTV پا به عرصه‌ی وجود گذاشت، اولین پخش ویدئویی آن آوازی بود از گروه بریتانیایی «باگلز» با عنوان ویدئو شهرت رادیو را از بین برد، که روزهای افسانه‌ای هالیوود را به خاطر می آورد، روزهایی که به خاطر ورود صدا به سینما بسیاری از هنرپیشگان که صدای خوبی نداشتند تاب و تحمل این دوران انتقالی را نداشتند - عنوان این آهنگ به نوعی پیش گویی غلبه‌ی رسانه‌ی تلویزیون بر رسانه‌ی چون رادیو بود که صنعت موسیقی پاپ را در اختیار داشت. به نظر می رسد که ویدئو و جذبه‌ی تلویزیون شخصیت موسیقایی عده‌ای را از بین خواهد برد.

... و این گونه قصه آغاز شد.

بخش اول: ویدئو موسیقی به روایت دایرةالمعارف

ویدئو موسیقی تقریباً یک فرم برهنگی معاصر به شمار می رود. اولین ویدئو موسیقی ها در اوایل دهه‌ی ۱۹۸۰ و به عنوان ابزاری برای ارتقاء هنر پاپ طراحی و تولید شدند. ویدئو موسیقی به عنوان شاخه‌ای از یک فرم فرهنگی توصیف می شود که در آن، یک محصول صنعتی یا تجاری، موسیقی را با تصاویر ترکیب و گستره‌ی وسیعی از سبک‌های یک فرم بسیار مشخص از جریان وابسته به متن را تولید می کند. علم به اینکه ویدئو موسیقی ریشه‌های غیر قابل انکار تجاری دارد، بخش گسترده‌ای از نقد ادبی پیرامون آن بر این نظریه متمرکز شده که ویدئو موسیقی ها مروج یک فرهنگی تجاری و کالاگرا هستند. نظریه پردازانی چون «فیسک»^۱ (۱۹۸۷) و «کاپلن»^۲ (۱۹۸۷) به تشابهات مفهوم سبک و ساختار در ویدئو موسیقی و تبلیغات تجاری تلویزیون اشاراتی داشته اند. اگرچه این ایده که ویدئو موسیقی به طریقی

موسیقی پاپ را تجارتمندی کرده است نیاز به زمینه‌ی مطالعات گسترده‌تری در فرهنگ محبوب و مردمی و تاریخ موسیقی پاپ دارد.

موسیقی پاپ مدت مدیدی است که محکوم به تجمل‌گرایی است (از اواخر قرن نوزدهم به بعد همراه با اختراع فونوگراف - گرامافون که قابلیت ضبط و پخش صفحات موسیقی [دیسک مومی] را ممکن ساخت) و همچنان به شکل‌های تجارتمندی متفاوتی در نظام سرمایه‌داری تولید، پخش، توزیع و مصرف به حیات خود ادامه داده است - خصوصاً از دهه‌ی ۱۹۵۰ که پیدایش فرهنگ نسل جوان صنایع وابسته به جوانان را به همراه آورد. برخی منتقدان عقیده دارند که تجربه‌ی بهره‌گیری از موسیقی به وسیله‌ی عناصر بصری ویدئو موسیقی تنزل یافته است. در ارتباط با این نقادی، چنین مطرح می‌شود که محدودیت آزادی تفسیرگرایانه‌ی شنونده را به همراه دارد، یعنی مفاهیم از طریق استفاده از تصاویر از پیش برای مخاطب تعریف می‌شوند.

مشکل اصلی با این نگرش‌ها این است که عناصر بصری ویدئو موسیقی بر مفاهیم شنیداری آن برتری یافته‌اند. پیش از تحولات و پیشرفت‌های تکنولوژیک (خصوصاً در نیمه‌ی پایانی قرن بیستم) موسیقی مفهوم بصری بودن خود را در اجرای زنده‌ی موسیقی پاپ تجربه کرده بود. حتی با اختراع صفحه‌ی موسیقی (گرامافون)، نوار کاست، و دستگاه‌های خانگی پخش موسیقی با سیستم استریو و دیسک (لوچ فشرده) موسیقی همیشه ارتباط خود را با تصویرسازی بصری از طریق مُد، هنر و عکاسی (جلد آلبوم‌های موسیقی) و البته جنبه‌های دیدنی اجراهای زنده، حفظ کرده است. تعدادی از نظریه‌پردازان پیشنهاداتی مطرح کرده‌اند که براساس آنها ویدئو موسیقی بر پایه‌ی شاخه‌های متعلقه، متون پسامدرن به شمار می‌آیند (فیسک، کاپلان، ۱۹۸۷). ویدئو موسیقی‌ها کدها (رمزپردازی‌ها) و قراردادهای اجرای چشم‌گیر زنده‌ی موسیقی را با هم ترکیب می‌کنند - نورپردازی اتمسفریک [فضاسازی کننده]، استفاده از بخار و دود مصنوعی [بخ خشک]، دود رنگی، انفجار، نورپردازی منقطع ... و نیز بهره‌گیری از جلوه‌های ویژه، تکنولوژی چندرسانه‌ای (مولتی‌مدیا) و جادوی تصویری در مرحله‌ی پس تولید [مونتاژ] است - (مثال این پدیده تدوین تصاویر با تکنیک‌های تدوین سریع نماها [مونتاژ ریتمیک، زوایای دوربین متنوع، کادراهای تصویری که ثابت می‌شوند است). سبک‌گزینش و منقطع ویدئو موسیقی نشانگر محوشدن مرزهای فرهنگی بین گذشته و حال (همه‌ی تصاویر معاصر به نظر می‌رسند) و فرهنگ محبوب و هنر متعالی است.

ویدئو موسیقی از هر آنچه منابع فرهنگی نامیده می‌شود به حجم سنگینی بهره برده است - فیلم‌های قدیمی، آگهی‌های تلویزیونی، فیلم‌های خبری، هنر مدرنیست و آوانگارد، مُد، انیمیشن و غیره. این بی‌نظمی در روابط درون‌متنی و درهم آمیختن سبک‌ها به نوعی تقلید ادبی، گردآوری آنچه نامرتبط است در کنار یکدیگر (کلاژ) و اشعار تقلیدی منجر می‌شود که از ذخیره‌ی تصویری یک فرهنگ چپاول می‌شوند. سپس آنها را دوباره سر هم و یا جابه‌جا می‌کنند، و این کار همراه با توجه زیرکانه به روانی متن صورت می‌گیرد. این همان دل‌کنند از روایت خطی و رمزها و قراردادهای واقع‌گرایانه است که باعث شکل‌گیری تقلید غیر خطی از تصاویر می‌شود (شوکر، ۱۹۹۴)، و تجربه‌ی یک نگاه شیزوفرنیک است در جایی که موقعیت دید (مطلب ترجیح‌دار) می‌تواند استقرار یابد.

کاپلان (۱۹۸۷) بحث در مورد MTV^۳ را به مجموعه‌ای از نگاه‌ها (یا نگاه گذرا) تعبیر می‌کند و مخاطب

نمونه MTV را غیر متمرکز و منقطع به شمار می‌آورد. برای پسامدرنیست‌ها ویدئو موسیقی (و به‌ویژه MTV) می‌تواند از طریق نوع مواجهه با فرهنگ بریده بریده‌ی جوان تعریف شود.

برخورد فمینیستی لوئیس در جهت تجزیه و تحلیل آثار ویدئو موسیقی بدین شکل مفید است که او بر کنار هم آمدن دو شکل فرهنگی تأکید می‌کند که این هر دو شکل فرهنگی سابقه‌ای در نگاه کالاگونه به انسان دارند - تلویزیون و موسیقی راک (ال. لوئیس، ۱۹۹۳). او عناصر درون ویدئو موسیقی‌ها را چنین شناسایی کرده که در آنها یک جوان بالغ را که از پیش تعریف شده می‌بینیم که در میان ویدئو موسیقی‌ها راه می‌رود و حرف می‌زند (می‌خواند)، و ساختار بصری حضور او حول و هوش روابطی زوج‌گونه است. لوئیس سپس به دنبال نشان دادن این موضوع است که چگونه هنرمندان با شمرده سخن گفتن، طوری که مخاطبین از گفتار متن لذت مناسب و مقتضی را ببرند، موفق عمل کرده‌اند - اگرچه ویدئو موسیقی‌ها نمی‌توانند به سادگی از طریق شاخصه‌های متن توضیح داده شوند و رابط‌های بین پسامدرنیسم و ویدئو موسیقی برای اثبات بسیار دشوارند (شوکر، ۱۹۹۴).

بیشترین برخوردها با تجزیه و تحلیل نقادانه‌ی ویدئو موسیقی‌ها تمایل به ارجحیت بخشیدن ابعاد فرم در قبال ابعاد شنیداری است؛ به عبارت دیگر تأثیر موسیقی به خودی خود همیشه باید به‌عنوان یک ابزار تجاری و صنعتی درک شود و بنابراین نیاز دارد که در مفهوم نهادهای عمل‌کننده در زمینه‌ی صنعت موسیقی همچون MTV در نظر گرفته شود.

اغلب نظریه‌پردازان تمایل داشته‌اند که ویدئو موسیقی را به‌عنوان عنصری که در درون خود متن دارد قلمداد کنند و توجهی به ابعاد تجاری و صنعتی فرم نداشته‌اند، همچنان که تأثیر موسیقی و اشعار، تصویر ستاره یا بازیگران، رابطه‌ی بین تلویزیون و موسیقی پاپ و تاریخ موسیقی پاپ را در کل رد کرده‌اند. به علاوه، طبیعت چندمعنایی ویدئو موسیقی‌ها، تنوع در میزان تفاوت درک آنها، و گستره‌ی احتمال وجود مطالب قابل مطالعه برای طرفداران و شنوندگان نیز لازم است که منظور شوند.

بخش دوم: تلویزیون پسامدرن

عبارت پسامدرن یا پسامدرنیست در ارتباط با تلویزیون، با چندین معنای مرتبط مورد استفاده قرار گرفته است، اما تفکیک دو واژه‌ی سازنده‌ی عبارت، نشان می‌دهد که درگیری اصلی در تشخیص یا تمیز بین هریک از واژه‌هاست. از آنجا که پسا به معنای بعد است و «مدرن» به معنای معاصر، بنابراین پسامدرن یا پسامدرنیست نشانگر نبودن است، اگر این نبودن مثبت تلقی شود (تلویزیون پسامدرن ممکن است تجربی، ابداع‌گر و هیجان‌انگیز باشد) یا منفی (تلویزیون پسامدرن ممکن است سطحی، بدون اندیشه یا مبتذل باشد). بحث در مورد تلویزیون در ارتباط با پسامدرنیسم راهی است برای تجزیه و تحلیل این که چگونه تلویزیون و فرهنگ به‌طور کلی تغییر یافته‌اند.

پسامدرنیسم به‌عنوان یک سبک

هنگامی که از عبارت «پسامدرنیست» برای توصیف فرم یا سبک تلویزیون استفاده می‌شود،

مشخص‌کننده‌ی نمایش خودآگاهی است که درون قراردادهای برنامه‌های تلویزیونی شکل می‌گیرد. مثالی که «اومبرتو اکو»^۴ از تلویزیون «پسامدرن» (۱۹۸۴) ارائه می‌کند هنگامی است که برنامه‌های تلویزیون به گونه‌ای ساخته شده باشند که تلویزیونی بودن چیزی را جشن بگیرند. بنابراین اکو جوایز اهدایی تلویزیون، جشن‌ها یا نمایش‌های گفت‌وگویی شخصیت‌های نامدار را «نئو - تلویزیون» می‌نامد. چنین برنامه‌هایی شخصیت‌هایی را نشان می‌دهند که خلق آنها بر صفحه‌ی تلویزیون صورت گرفته است، چراکه تلویزیون و برنامه‌هایش به سادگی تبدیل به وسیله‌ای شده‌اند که وجود تصنعی آنها را که به نظر می‌رسد در حباب تلویزیون شکل گرفته است در یک دنیای تلویزیونی تداوم ببخشند. برنامه‌های «نئو - تلویزیون» به یکدیگر مربوط می‌شوند و یکدیگر را مورد سرقط قرار می‌دهند. این برنامه‌ها درون‌متنی‌اند، بدین معنا که خودشان برای خودشان حکم انگل را دارند. اکو فصل جدیدی از شبیه‌سازی را توصیف می‌کند، جایی که تلویزیون از واقعیت جدا شده و دیگر رسانه‌ای نمایشگر نیست، بلکه دنیایی مجازی، مستقل و موجود است که هم عادی و هم هیجان‌انگیز است.

مطالعه‌ی موردی: MTV به‌عنوان تلویزیون پسامدرن

به نظر می‌رسد که MTV نمونه‌ای مطلوب از پسامدرنیسم است: موادی که پخش می‌کند سطحی است و براساس تصاویر تجمل‌گرایانه بدون هیچ «پیامی» - جز ترغیب به خرید چیز دیگری نیست. همین شاخصه‌ها، نظریه‌پرداز آمریکایی ای. ان. کاپلان را بر آن داشتند تا MTV را به‌عنوان یک فرم پسامدرن در یکی از اولین مطالعات اساسی در دهه‌ی ۱۹۸۰، تجزیه و تحلیل کند. کاپلان MTV را با سینما چنین مقایسه کرد:

«تفاوت‌های اصلی بین MTV و فیلم کلاسیک هالیوودی از ساختار ۲۴ ساعته و جریان مداوم این ایستگاه که سه یا چهار دقیقه بیشتر متن ندارد برمی‌خیزد...، و از قالب آواز تصویر».

(۱۹۸۷، ص. ۴۱)

یک تعریف پسامدرنیسم این است که اجتماع را به گونه‌ای توصیف می‌کند که تصاویر مقدم بر واقعیت‌اند: جایی که تجربیات واسطه‌ارائه شده به وسیله‌ی تلویزیون و سایر رسانه‌ها بیشتر سازنده‌ی تجربیات روزمره‌ی ما هستند و نقش بزرگ‌تری در شکل‌دهی مفروضات و ادراکات ما از واقعیت‌ها دارند تا آن تجربیاتی که ما خودمان شخصاً متحمل می‌شویم.

MTV برای بینندگان خود به صورت ۲۴ ساعته موسیقی فراهم می‌کند، این تزریق سرم‌وار آثار موسیقایی در ترکیب با مجموعه‌ای از تصاویر محدود از افراد معروف برای آنها تهیه می‌شود. کاپلان بحث می‌کند که این نوع بسط و توسعه با نمونه‌ای از هویت پسامدرن تطابق دارد:

شاید مربوط‌ترین نکته به بحث ما در مورد پسامدرنیسم در ویدئو موسیقی‌های MTV به‌طور کل محوشدن برتری بین یک «موضوع» نسبت به یک «تصویر» است. آنچه به نظر می‌رسد در حال رخ دادن است فقط تقلیل «خود» به یک «تصویر» است. بدین ترتیب به نظر می‌رسد تلویزیون در پایان مجموعه‌ای از تغییرات قرار گرفته است که در آغاز قرن جدید

شروع شدند و این پدیده به همراه فرم‌های مدرن تبلیغات صورت گرفت. (۱۹۸۷، ص. ۴۴)

MTV بخشی کلیدی از فرهنگ بسیار گسترده‌تر شهرت‌طلبی است که صنعت موسیقی با آن درگیر است، که شامل اینترنت، روزنامه، مجلات و رادیو نیز شده است. شهرت جلوه‌ی تجاری-کالایی شخصیت است، و نه تنها MTV این فرایند را وسعت می‌بخشد، بلکه خود را نیز یک کالا معرفی می‌کند که همراه با کانال‌های متعدد دیگر توسط مخاطبین چندین کاناله خریداری می‌شود. برای دستیابی به این فرایند، MTV نیاز دارد که شخصیت خود را جذاب جلوه دهد تا مخاطبین اقدام به خرید آن کنند. این مسئله چنین محقق می‌شود که به‌طور همزمان MTV بازاریابی جهانی حضور خود را با موسیقی جهانی و صنعت تفریحات درگیر می‌کند، و نیز مخاطبین منطقه‌ای را با ارائه‌ی گفتار و زبان آشنا برای آنها هدف قرار می‌دهد. MTV یک مارک (علامت) جهانی است و بنابراین شاخصه‌های سرمایه‌داری پسامدرنیسم جهانی را با مثال نشان می‌دهد، اگر چه ابعاد محلی دارد. MTV در هر منطقه که پخش می‌شود به گونه‌ی متفاوتی برنامه‌ریزی می‌شود، اگر چه قالب‌ها به‌طور کلی یکسان باقی می‌مانند. بسیاری از کالاهایی که در MTV تبلیغ می‌شوند کالاهای جهانی‌اند و تبلیغات در هر منطقه به همان زبان به نمایش در می‌آیند. بررسی آکادمیک و تحریر مقالات علمی MTV از اواخر دهه‌ی ۱۹۸۰ و اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰ آغاز شد که از آن زمان تاکنون MTV تغییرات اساسی داشته است و تقسیمات موسیقایی گسترده‌ای پیدا کرده است.

بخش سوم: شاعری دیداری شنیداری یا سالاد تجارتي تصاویر؟

ابعاد تجزیه و تحلیل ویدئو موسیقی

ویدئو موسیقی پدیده‌ای چندین وجهی و بسیار پرشاخ و برگ است. پاره‌ای از حقایق کلی پذیرفته شده در مورد ویدئو موسیقی‌ها عبارت‌اند از:

۱. ویدئو موسیقی‌ها از طریق صفحه‌ی نمایش تلویزیون و بلندگوهای این دستگاه ارتباط برقرار می‌کنند؛
۲. ویدئو موسیقی‌ها شکلی از فرهنگ سطح پائین محبوب‌اند؛
۳. درک و پذیرش ویدئو موسیقی به مخاطب آن بستگی دارد (ویدئو موسیقی‌ها ممکن است زیبا، زشت، هنری یا بیهوده باشند).

«مایکل شور»^۵ اضافه می‌کند که ویدئو موسیقی می‌تواند:

بازیافت سبک‌ها ... سطحی بودن درون‌مایه ... تجربه‌ی تحریک‌شده ... اطلاعات لبریز شده ...
 ... لاشخوری تصویر و سبک ... دمدمی ... زوال ... بزرگ‌نمایی آنی ... پوچی و لحظه ...
 بورش تصاویر و مردمان غیر معمولی ... مرگ درون‌مایه ... بیهوشی خشونت از طریق
 زیبایی‌ها ... سرعت، قدرت، دختران و ثروت ... موسیقی‌های کلاسیک داستان‌گویی ...
 تصویرگری کلیشه‌ای ... آلبوم هنری که زندگی را پیچیده می‌کند ... (۱۹۸۴، صص. ۹۹-۹۸)

برخوردهای نامتجانس بی‌شماری هنگام مطالعه‌ی درونی (تشریح) ویدئو موسیقی‌ها صورت می‌گیرد. یکی از رایج‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل این است که ویدئو موسیقی‌ها را به جعبه‌های سیاه و سفید تقسیم کنیم. تقریباً همه‌چیز به‌صورت عناصر متقابل قابل درک می‌شود - بیهودگی یا هنر، تجارب یا

خلاقیت، زن یا مرد، طبیعت‌گرایی یا ضد واقع‌گرایی، و غیره. هنگامی که این روش به‌طور کلی در قبال ویدئوموسیقی‌ها به‌کار گرفته شود، ویدئوها به دو گروه کلی تقسیم می‌شوند: کلیپ‌های نمایشی و کلیپ‌های مفهومی. اگر یک ویدئوموسیقی غالباً هنرمند را در حال بازی نشان دهد، یک کلیپ نمایشی است، و اگر چیز دیگری را نشان دهد و با بلندپروازی‌های هنری همراه باشد، یک کلیپ مفهومی است.

هنرمند ویدئوموسیقی به‌عنوان یک «تجسم اسطوره‌ای مدرن»

برای باز کردن ذهن مخاطبین (و دانشجویانم) روش اسطوره‌ای تجزیه و تحلیل را که در پی می‌آید، انتخاب کرده‌ام و آن را «تجسم اسطوره‌ای مدرن» نامیده‌ام. با نگاه از این زاویه دید، هنرمند ویدئوموسیقی به‌عنوان تجسم‌کننده - یا ترکیبی از نیروها و شخصیت‌های اسطوره‌ای که دارای سه شکل کلی‌اند - دیده می‌شود. هنرمند ویدئوموسیقی جنبه‌های متفاوت و نامتجانس از کهنکشان شناور ویدئوموسیقی را نمایش می‌دهد. در یک نوع نمایشی، اجراکننده در نقش خود ظاهر نمی‌شود، او در حال مادیت‌بخشیدن به عریان‌گرایی تجاری است. او فروشنده‌ی تصاویری می‌شود، که همه چیز را برای فروش عرضه می‌کند - فروش صدا، چهره، سبک زندگی، صفحات (موسیقی) و غیره. این عریان‌گرایی تجاری به دنبال موفقیت است و تلاش می‌کند جذبه‌ی شهرت را فراخواند، او آرزو می‌کند جرعه‌ای از شهرت را تجسم بخشد، و شمایی باشد در مرکز خلق آرزوها...

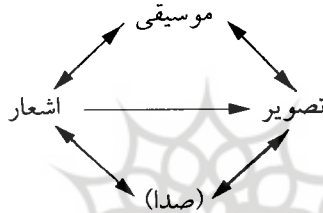
نوع دیگری از نمایش در جهان ویدئوموسیقی‌ها، آوازهای تلویزیونی‌اند. او رامش‌گر مدرن است که اشعاری معمولی را با استفاده از رسانه‌ی تلویزیون می‌خواند. آوازهای تلویزیونی نمایش‌گر داستان‌گویی است که به زبان شعر از تصاویر روی صفحه تلویزیون به جای تصاویر شخصی و درونی استفاده می‌کند. گاهی اوقات آواز تلویزیونی در خلال داستان شکل می‌گیرد، گاهی هم در دور دست قرار دارد و اضافه شدن تصاویر به او کمک می‌کند که قصه را بگوید. بزرگ‌ترین آوازهای تلویزیونی به شاعری دیداری - شنیداری منجر می‌شوند. آنها داستانی معمولی را به اشعار تبدیل می‌کنند که تصاویر روی صفحه تلویزیون را برای خلق داستانی در مورد مرگ و زندگی به کار می‌گیرند. اگرچه در اغلب موارد، آوازهای تلویزیونی فقط اندیشه‌ای است از بزرگی او و آرزوهای برآورده نشده‌اش...

در نوع سوم، اجراکننده فقط یک کاهن^۶ الکترونیک است. گاهی اوقات کاهن پدیدار نیست و فقط صدا و ریتم او باعث استقرار تصاویر می‌شود. او در بین اشکال مختلف جابه‌جا می‌شود. در یک لحظه کاهن الکترونیک اشیاء بی‌جان را پویانمایی می‌کند یا قهرمانان دوبعدی را جایگزین می‌کند (همانند کارتون‌های کم‌دیک)، لحظاتی دیگر هم او در حال جابه‌جایی در زمان است. کاهن در یک سفر غیرمادی از میان تصاویری که روشن و خاموش می‌شوند و نشان‌های جادویی ما را راهنمایی می‌کند.

و کاهن الکترونیک وعده می‌دهد که در هر چیزی که می‌بینیم یک معنای پنهان نهفته است: او نوید می‌دهد که در واقعیتی افسانه‌ای و جادویی زندگی می‌کنیم. ریتم و آوای کاهن الکترونیک خط زندگی را شکل می‌دهد که پیونددهنده‌ی صدا و تصویر است، و به‌طور هم‌زمان تجربیات جدیدی از سفر به خارج از فضا و زمان را آغاز می‌کند.

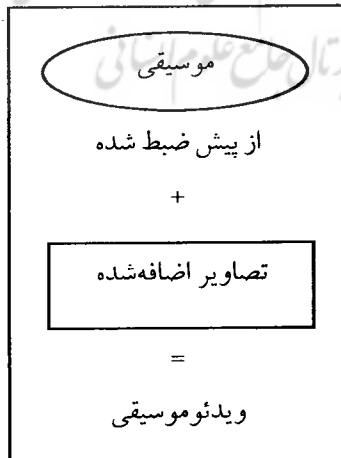
تجربه و تحلیل شنیداری و دیداری ویدئوموسیقی

پیچیدگی دست‌یابی به مفهوم در ویدئوموسیقی موضوع بسیار آشکاری است، چرا که چندین جریان اطلاع‌رسان دیداری و شنیداری در سازش بایکدیگر در کنار هم می‌آیند. این جریان‌ها در تعامل بایکدیگر و متوجهی معنایی که درک می‌شود، به‌عنوان یک بدنه‌ی واحد به‌وسیله‌ی چشم و گوش خلق می‌شود. برای تصویر کردن این جریان‌های اطلاع‌رسان در یک لحظه‌ی خاص، از مدلی که برای تجزیه و تحلیل ابداع کرده‌ایم استفاده می‌کنم. این مدل یک «نقشه‌ی خام» است که به سه جنبه‌ی موسیقی، متن (شعر) و تصویر، و چگونگی تعامل آنها اشاره می‌کند که نتیجه‌ی آن تولید معنا برای مخاطب «باسواد» است. اثرات صوتی در ویدئوموسیقی‌ها به همان شکلی که در سایر برنامه‌های تلویزیونی به کار گرفته می‌شوند کاربرد ندارند. — و اگر هم استفاده شوند اغلب در ابتدا یا انتهای ویدئوموسیقی حضور می‌یابند. ویدئوموسیقی یک فرم ارتباطی دیداری-شنیداری است که مفهوم آن از طریق حاملانی چون موسیقی، شعر و تصاویر متحرک خلق می‌شود.



موسیقی

ویدئوموسیقی از اضافه شدن تصاویر به موسیقی شکل می‌یابد. کارگردان ویدئوموسیقی تصاویری را برای آهنگی که وجود دارد خلق می‌کند. یک ویدئوموسیقی که فاقد روایت سلیس براساس تصاویر و اشعار باشد از جنبه‌های وحدت‌بخش که ویژگی مشخص موسیقی‌اند استفاده می‌کند. تصاویر به‌وسیله‌ی ضرب آهنگ و سایر شاخصه‌های موسیقایی در هم بافته می‌شوند. گاهی عناصر موسیقایی شکل‌دهنده‌ی تصاویر



متحرک‌اند. تصاویری همانند گام برداشتن اغلب با ضرب آهنگ درون موسیقی هماهنگ می‌شود و به نظر می‌رسد که افراد درون ویدئو موسیقی بر اساس موسیقی حرکت می‌کنند. عبارات ملودیک موسیقایی نیز ممکن است به وسیله‌ی حرکات عمودی یا افقی دوربین بصری شوند. تصویر نیز همچون موسیقی که در پیوستگی میزان‌ها دارای حرکت است، عمل می‌کند.

اشعار

اشعار و تصاویر برای خلق معنا تعامل می‌کنند. در بسیاری از ویدئو موسیقی‌ها، معنای جدیدی از طریق استعاره‌ها به اشعار معمولی اضافه می‌شود و این اغلب با پیچ و تاب سرگرم‌کننده‌ای شکل می‌گیرد. هنگامی که این ترکیب خوب عرضه شود، دم‌سازی اشعار و متن بعد جدیدی همچون خلق یک تجربه‌ی شاعرانه را بازمی‌گشاید. هرچه فاصله‌ی بین درون‌مایه‌ی اشعار و تصویرگری در زبان پیونددهنده‌ی استعاری بیشتر شود، درک و تفسیر مفهوم برای بینندگان دشوارتر می‌شود.

از طرف دیگر، پیوند استعاری آواز و تصاویر هنگامی رخ می‌دهد که تصویرسازی اشعار به سادگی ه‌وسيله‌ی تصویرپردازی بصری امکان‌پذیر باشد. مثلاً اگر در آواز به سگی اشاره شده ما یک سگ، و اگر به چپ‌ای اشاره شده، یک بچه را بر صفحه‌ی تلویزیون می‌بینیم، درست مثل سالادی از تصاویر داستان بصری گم می‌شود و قصه به وسیله‌ی موسیقی و آواز، و نه به وسیله‌ی داستان بصری مستقل، به پیش می‌رود.

تصویر

شکل‌های بصری به شکل‌های موسیقایی نزدیک‌اند. در شروع تجزیه و تحلیل تصویر، ایده‌ی بنیادی در ورای تصاویر (ویدئو) می‌بایست تشخیص داده شود تا مفهوم درونی ویدئو شناسایی شود. با دست‌کاری رنگ‌ها، چیدمان موتیوها، داستان ویدئو (فیلم)، البسه و سایر آرایه‌های بصری .. کارگردان ویدئو موسیقی ایده‌هایی خلق می‌کند که تکرار می‌شوند یا واریاسیونی^۷ (تنوعی) از آنها مورد استفاده قرار می‌گیرد. مفهوم نظم دوباره‌ی موتیوهای بصری به شکلی است که کار به صورت یک وحدت وجودی درک شود.

درک ویدئو موسیقی

به نظر می‌رسد هنگامی که انسان ویدئو موسیقی را شنیداری می‌بیند، لایه‌های متفاوتی برای درک آن وجود دارد. تعامل لایه‌های درکی می‌تواند غریزی، درون‌ذهنی و فردی باشد، که به نوبت جنبه‌های اجتماعی همچون خانواده، منطقه، کشور، زبان و غیره را فعال می‌کند. هنگامی که این لایه‌های متفاوت با خاطراتی مانند فردی و رفتار غریزی تعامل می‌کنند، تجزیه و تحلیل ویدئو موسیقی به فرایند پیچیده‌ای تبدیل می‌شود. متغیرهای موقعیت اغلب پدیدار می‌شوند و بیشتر اوقات درون‌مایه‌ای هستند. تجربیات من ه‌عنوان تعلیم‌دهنده‌ی ویدئو موسیقی چنین می‌نماید که بسیاری از افراد نسل جوان اگر آن هنرمند یا موسیقی را دوست نداشته باشند، به تماشای ویدئو موسیقی نخواهند نشست.

برای توضیح بیشتر می‌توان گفت که ویدئو موسیقی ممکن است تفسیری باشد از سه شکل ارائه آن

به صورت تصاویر متحرک: آواز خواندن نمایشی، داستان‌گویی تصویری و شکل غیر روایی هنر مدرن سنت سینمایی آواز خواندن نمایشی به قدمت اولین فیلم‌های ناطق سینماست - هنگامی که «آل جونسون»^۸ در سال ۱۹۲۷ در فیلم «خواننده‌ی جاز»^۹ ترانه‌ی «آه ماما»^{۱۰} را اجرا کرد. از آن تاریخ به بعد این نوع آواز خواندن نمایشی - همان شکل معروف کنسرت - در فیلم‌های سینمایی ادامه یافته است، که بیشترین نمود آن در فیلم‌های موزیکال و کنسرت‌های موسیقی مستند بوده است. اصلی‌ترین فرمول در ورای کنسرت‌های نمایشی جلب یک خواننده‌ی محبوب و قرار دادن او در دکورهای برگرفته شده از آواها و اشعارش هستند یا دکورهایی که مانند عملکرد دکورهای فیلم‌های موزیکال باشند. داستان‌گویی تصویری از اولین روزهای تاریخ سینما به درون زبان فیلم راه پیدا کرده و تا امروز آن را گسترش داده است. قوانین اساسی روایت بصری دنبال کردن داستان را آسان می‌کند: نمایی خارجی از یک پنجره، نمایی داخلی از یک اتاق، نمایی از یک زن و مرد، تصویر درشتی از یک چهره‌ی غمگین و اندوه‌ناک و غیره ...

اگر دنبال کردن یک داستان فیلم شده، بدون متن نگارش شده یا علائم شنیداری (در گفتار، موسیقی یا اثرات صوتی) امکان‌پذیر باشد، فیلم‌ساز گرامر روایت بصری را مورد استفاده قرار داده است.

در تقابل با سنت روایت بصری، هنر مدرن غیر روایی توسط نمایندگان هنر قرن بیستم شکل خود را پیدا کرده و باعث خلق فیلم‌های تجربی شده است که از میان آنها می‌توان به «باله‌ی مکانیکی»^{۱۱} اثر فرناند لژ و دادلی مورفی (۱۹۲۴)، و «ترکیب‌بندی آبی»^{۱۲} اثر اسکار فیشینگر (۱۹۳۴) اشاره کرد. این موفقیت‌های تجربی امروزه به بخشی از استاندارد تکنیک‌های روایت ویدئو موسیقی تبدیل شده‌اند. در یک ویدئو موسیقی کلاژ، تأویل، هنر انیمیشن تجربی، گرافیک کامپیوتری و ترکیب غیر منتظره تصاویر به چشم می‌خورد. از این نقطه نظر، محکم‌ترین استدلال زیبایی‌شناسانه در ویدئو موسیقی‌ها می‌تواند این‌گونه تفسیر شود که به عنوان محرک سنت‌های هنر مدرن و تفسیر فرهنگی سرکشی نسل جوان عمل می‌کند.



سبک‌های بصری ویدئو موسیقی

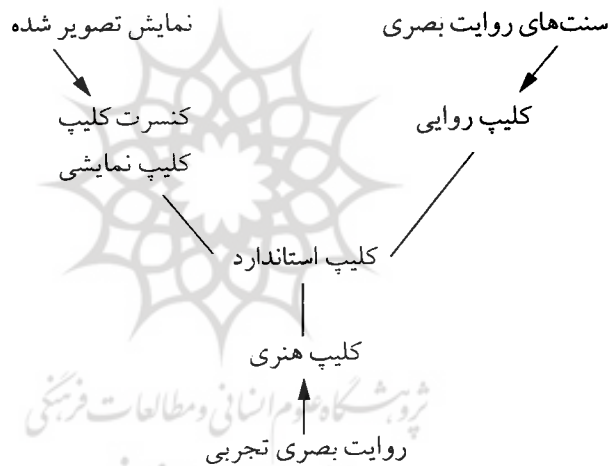
کلیپ استاندارد

به زعم من، کلیپ استاندارد یک ویدئو موسیقی است که کم‌وبیش سه سنت بصری زیر را در بر داشته باشد: خواننده‌ای در حال آواز خواندن تصویربرداری شده و با تصاویری پوشش داده شده است که این نمایش به شکل هنرمندانه‌ای تحت تأثیر سنت‌های فیلم تجربی است.

مفهوم استاندارد کلیپ دینامیک است و واریاسیون‌های متعددی دارد. خواننده ممکن است فعالانه در قصه شرکت کند در حالی که می‌تواند به‌طور هم‌زمان خارج از فضای ویدئو هم قرار بگیرد، و تفسیری خودانعکاس داشته باشد، یک خودجایگزین داشته باشد، به شخصیت کارتونی بدل شود، تغییر لباس دهد، به پرواز درآید، در هر زمان به هر نقطه‌ای پرش کند و تمهیدات دیگری این‌گونه داشته باشد. سه فرم محض (ناب) از سنت‌های ویدئوموسیقی قابل بحث و بررسی‌اند که عبارت‌اند از: کلیپ نمایشی، کلیپ روایی و کلیپ هنری^{۱۳}.

کلیپ نمایشی

اگر یک ویدئوموسیقی شامل بخش‌های متعدد تصویربرداری شده باشد، می‌توان آن را یک کلیپ نمایشی نامید. یک کلیپ نمایشی ویدئویی است که خواننده (خوانندگان) را در یک دکور یا بیشتر نشان می‌دهد. محل اجرا می‌تواند استودیو، اتاق تمرین یا مکان‌های معقول باشد. اما کلیپ‌های نمایشی در هر محلی رخ می‌دهند فضاهای بیرونی، و حتی قدم زدن در خیابان که کلیشه‌ای‌ترین نوع آن است.



کلیپ‌های نمایشی در سه نوع دسته‌بندی می‌شوند: نمایش آواز، نمایش رقص، و نمایش اجرای موسیقایی. غالباً ویدئوموسیقی اجرای آوازی را به همراه دارد. برخی ویدئوها آواز و رقص را ترکیب می‌کنند. کلیپ‌های اجرای موسیقی خیلی معمول نیستند اما گاهی شاهد وقوع‌شان هستیم. اجرای کنسرتی روی صحنه با تماشاگر بسیار شایع است و رده‌بندی خاصی دارد، که آن را کنسرت کلیپ می‌نامیم.

کلیپ روایی

اگر یک کلیپ ویدئوموسیقی به‌طور آشکار مشابه یک فیلم کوتاه صامت که موسیقی پس زمینه دارد درک شود می‌توانیم آن را کلیپ روایی بنامیم. یک کلیپ روایی داستان بصری ساده‌ای را به‌همراه دارد که

دنبال کردن آن دشوار نیست. یک کلیپ روایی محض دارای آواز خوانی به شکل سنکرون (سینک^{۱۴}) نیست.

کلیپ هنری

اگر یک کلیپ ویدئو موسیقی روایت بصری قابل درکی به همراه نداشته باشد و آواز آن ناسنکرون باشد می توان آن را یک کلیپ هنری محض دانست. تفاوت اصلی بین یک ویدئو موسیقی از نوع کلیپ هنری و یک ویدئو هنری معاصر در موسیقی است. در حالی که ویدئو موسیقی از موسیقی پاپ استفاده می کند، ویدئو هنری بیشتر از موسیقی مدرن و تجربی همچون موسیقی های الکترو آکوستیک استفاده می کند.

ارتباط بین ژانر (نوع) موسیقی و ژانر تصویری ویدئو موسیقی ضعیف است: هنگامی که به یک صفحه ی جدید موسیقی گوش می کنید ممکن است ژانر آن را شناسایی کنید اما به ندرت می توانید با همان سرعت تصاویر متحرک مرتبط با آن را درک و شناسایی کنید. اگرچه پاره ای از ارتباطات در این میان موجود است.

کلیپ های ویدئو موسیقی گاهی ممکن است کلیپ های هنری باشند. تکنیک تدوین در حرکات موزون آرام بیشتر اوقات میکس تصاویر است. ژانر موسیقی «هارد راک» معمولاً مشخصه های استاندارد کلیپ متشکل از نماهای کنسرت و نماهای روایی را به همراه دارد. تکرار تصاویر در یک ویدئو راک بسیار شبیه موسیقی است، و اصول شکل دهی آن را می توان انتزاعی نامید. ویدئو موسیقی ها اغلب به شکلی سازمان دهی پیدا می کنند که آن را تم و واریاسیون^{۱۵} می نامیم. این عبارت به موسیقی ای اطلاق می شود که یک ملودی یا یک موتو در آن دنبال شود. ویدئو موسیقی ها به شکل مشابهی کار می کنند و با استفاده از عناصر تصویری به صورت تماتیک عمل می کنند. عناصر تصویری بخش های کوچکی هستند که تصاویر متحرک است به آنها تقسیم شوند - زوم سریع به طرف موضوع و بازگشت از آن، برش های کوتاه، استفاده از رنگ، اشکال و حرکات دکور، فیلم های قدیمی، لباس و غیره.

کیفیت تجربیدی این عوامل بصری که به صورت ترکیبات تماتیک پشت سر هم قرار می گیرند نوعی فرم را خلق می کنند. غالباً مقدمه عناصر تصویری پایه ای را نمایش می دهد که رفته رفته به موتیوهای بصری تبدیل می شوند.

ویدئو موسیقی چیست

اندرو گوردوین^{۱۶} لیستی از نتایج تئوریکی که می توانند پایه های درک ویدئو موسیقی را ممکن کند ارائه می کند:

ژانر سینمایی، تبلیغات - فرم های جدید تلویزیونی، هنر بصری، کاغذ دیواری الکترونیک،
رؤیاها، پسامدرن، متن، تبلیغات نئو فاشیست پوچ گرایانه، شاعری متافیزیکی.

گاهی اوقات دانش پژوهان بیش از حد به دانش دست می یابند و به ابعاد تخصصی خود رجوع می کنند. ویدئو موسیقی قوانین و معاهدات خود را دارد که ضرورتاً قوانین سینمایی آن را دنبال نمی کنند. برای مثال جلوه های نور شبیه رعد و برق در پس زمینه ی تصویر به عنوان نگاهی به عناصر فیلم نوآر قلمداد شده است،

اگر چه ارتباط این عناصر بیشتر با جلوه‌های اجرای زنده نزدیکی دارد. در ویدئوموسیقی، روابط روایتی بسیار پیچیده‌اند و معنا می‌تواند از طریق تجربیات هر بیننده - شنونده و ذوق شخص او در روابط درون‌متنی، که ریشه در فرهنگ غربی و چندوجهی بودن دارد، به دست آید. من معتقدم که ویدئوموسیقی امروز فرم هنری و سنت‌های خاص خود را دارد و امید دارم که این فرم هنری به تئوری‌های خود دست پیدا خواهد کرد - نه فقط تئوری‌های کهنه که برای تناسب با ویدئوموسیقی‌ها ابتر شده باشند. من تلاش کردم که به جهت‌های درست برای مطالعه‌ی ویدئوموسیقی‌ها اشاره کنم. ویدئوموسیقی ذاتاً پدیده‌ای بی‌معنا، پوچ و بدون جذابیت نیست، بلکه پدیده‌ای جالب و خوشایند است؛ آنها همیشه چیزی را ارائه می‌کنند که ما نیاز داریم به آن نگاه کنیم و یا خودمان را در آن منعکس کنیم*.

پی‌نوشت‌ها

1. Fiske, J. Television Culture, Routledge (1987).
 2. Kaplan, E.A. Rocking Around the Clock Music Tv, Methuen (1987).
 3. Music Television
 4. Zrmberto Eco
 5. Shore, Michale
 6. Shaman
 7. Variation
 8. Al Jolson
 9. The Jazz Singer
 10. oh Mama
 11. Ballet Mecanique
 12. Composition in Blue
 13. Performance Clip, Narrative Clip, Art clip
 14. Sync
 15. Theme & Varialion
 16. Andrew Goodwin
- * . Muskiik sunta nr 2 - 1999 special lssae in English on Music Videos, The Finish society for Ethnomusicology' university of Helsinki, Finland.

منابع

1. Casey, B., Casey, N., Calvert, B., French, L. and Lewis, J. Television Studies: the key Concepts, Routledge (2002).
2. Bignell, J. An Introduction To Television Studies, Routledge (2004).
3. Calrsson, Sven E. Audiovisual Poetry or Commercial salad of Images, Muskiikin sunta (1999). Special issue on Music Video, WWW.musicvideo.nu
4. stockbridge, sally. intertextually: Video Music Clips & Historical Films.
5. Allen, R.C. (Ed.) The Television Studies: READER, Routledge (2004).
6. Butler, J. Television: Critical Methods and Applications, L. Earlbaum (2002).



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی