سینما و تلویزیون به عنوان وسایل ارتباط جمعی

جان الیس

سینما و تلویزیون اغلب به عنوان رسانه هایی تبادل‌پذیر در نظر گرفته می شوند که در رقابتی مستقیم با یکدیگرند. این مقاله راجع به تفاوت های آنان بحث می کند؛ تفاوتهایی در نقش اجتماعی، شکل تشکیلات حقوقی و همچنین رویه های زیبایی شناختی آنها. مشاهده می شود که سینما و تلویزیون در عین اختلاف، مکمل یکدیگر نیز هستند. آنها از حیث جنس به عنوان یک کالا و از نظر زیبایی شناختی به راههایی مشخص دست یافته اند. (مجموعه و برنامه های دنباله دار تلویزیون و فیلمهای بلند در سینما) شکل روایی و نمایش حوادث و آدمها در این دو رسانه کاملاً متفاوت است. این محصولات متفاوت، از بازاریابی متفاوتی برخوردارند و همچنین از مخاطبان خود می خواهند که به نحو متفاوتی با آنان روبرو شوند. این دو رسانه به طور مستقیم با یکدیگر رقیب نیستند؛ تلویزیون نمی تواند سینما را محو کند، مگر زمانی که سینما قادر به حذف تئاتر باشد. امّا آنها در حوزه هایی وسیع، به یکدیگر وابسته اند. سینما به پول تلویزیون برای سرمایه گذاری در تولید فیلم نیاز دارد؛ تلویزیون نیز به فیلمهای سینمایی به عنوان یک نقطهٔ رجوع برای کارهای تولیدیش و منبع تغزیه ای برای پخش، نیازمند است. این وابستگی کامل، به سینما امکاناتی داده است که قبل از دورهٔ تلویزیون برای آن مهیا نبود؛ تلویزیون می تواند با موضوعات هیجان انگیزی سر و کار داشته باشد و آنها را نیز به نحو هیجان انگیزی ارائه دهد؛ تلویزیون می تواند تنوع وسیعی از سلائق به اصطلاح خاص را به خود جذب کند. امّا سینما به تصوری از آنچه که یک فیلم را تشکیل می دهد، بسنده کرده است. (یک واحد خود بسنده، جهانشمول و قابل هضم که در زمانی به اندازهٔ دو ساعت عرضه می شود). چنین تصوری میراث گذشتهٔ آن است. این تصور به طور کامل مناسب نیازهای تلویزیون است امّا از ویژگی های سینما به عنوان یک رخداد عمومی، در اندازه های واقعی آن بهره نمی گیرد. یک سینمای مستقل در انگلستان شروع به کشف شکلی از سینما که مناسب دوره ای فراسوی تلویزیون باشد، کرده است؛ دورهٔ ویدئوهای خانگی.

ملاحظات بلا واسطه ای وجود دارند که بحث هایی را مهیا می سازند و آن به خاطر موقعیتی است که سبب وجود آنها می شود. تلویزیون پدیدهٔ دشوار و مشکل آفرینی است که نوشتن دربارهٔ آن سخت است. مگر اینکه همان روش مؤثری را پیش بگیریم که کلیوجیمز در قالب نقد به آن پرداخته است. تلویزیون گسترده و همیشه زنده است: صرف نظر از اینکه مخاطبش به چه کاری مشغول است، تلویزیون در عملکرد او تأثیر زیادی می گذارد. کوشش های یک منتقد برای فهم تلویزیون به شکست می انجامد، چرا که این کارها به کوشش های جنون آمیز شبیه است که دانستن همه چیز را به ما سنجاق می کنند.

حقیقت این است که نرخ نمایش فیلمها به لحاظ تجاری آنقدر زیاد است که از امکانات فیزیکی یک منتقد برای تماشای آنها تجاوز می کند. حتی در شهری مثل لندن نیز آدمها محروم به نظر می آیند. هنوز میراث سالها تحقیقات جدی و کارهای تاریخی بر روی سینما از میزان این ازدیاد نرخ نکاسته‌است؛ مسئله ای که البته به نظر می آید دربارهٔ تلویزیون مصداق ندارد. هنگام نوشتن دربارهٔ

سینما به طور کامل به توانایی مواد و مآخذ قابل اعتماد و امکان به دست آوردن آسان طیف وسیعی از مواد تاریخ سینما که به من در انجام این بحثها کمک می کردند، آگاه بودم. امّا وقت نوشتن دربارهٔ تلویزیون، به خاطر خاطرات دوران کودکیم به مراتب از آگاهی بیشتری برخوردار بودم که این منابع نسبت به راههایی غیرمقبول و شک آفرین، قابل اعتمادتر بودند. روشی که من برای فکر کردن به پرسش های زیباشناختی مربوط به تلویزیون در پیش داشتم، ایجاد هماهنگی بین دانش و فرضیه ای بود که ممکن است از آن خودم باشد، هرچند که به این مسئله شک دارم. یک روش می توانست، مقایسه باشد: در نظر گرفتن آن چیزهایی که در ارتباط با مفهوم سینما انجام و امتحان شده است؛ کوشش هایی که از دیدگاه های نشانه شناسانهٔ اولیه در اوایل دههٔ هفتاد آغاز و به طور کامل بسط و گسترش یافته است. چنین کارهایی با احساس من از تلویزیون مطابقت کامل دارد. نتایج حاضر، به عنوان نتایجی مکشوفانه و نه بیاناتی قاطع، به توجه‌ای تازه روی تلویزیون منجر می شود.

به نظر می رسد که استراتژی ایجاد اصل تعمیم پذیری امری ضروری باشد. چرا که تا بحال کوشش های ناچیزی برای تعریف اساسی سینما و تلویزیون به عنوان نهادها اقتصادی- هنری صورت گرفته است. خوانندگان قادرند که اصل تعمیم پذیری را در برابر تجربیات و عقاید از پیش تعیین شدهٔ خویش آزمایش کنند. از طرفی دیگر روایات و گزارشات ویژه (معمولی ترین راه نوشتن دربارهٔ هر دو رسانه) می توانند مدعی اعتباری خاص برای خودشان باشند. اعتباری که یک شاهد عینی از آن برخوردار است. اصل تعمیم پذیری ضمن نمایش آنها، از نخوت و تکبر آنها می کاهد؛ هرچند که آنها سعی می کنند همه چیز را از آن خود کنند: گذشته، حال و آینده. امّا به نظر می رسد که نقطهٔ مبهمی دربارهٔ استراتژی که سابقاً به کار گرفته شده بود، نباشد. با محدود کردن بیان یک مسئله محصور کردن آن از سؤالهایی شک آور در واقع از روشنی آن مفهوم می کاهیم. در عوض، با امید برگشت برخی از دسته های اصل تعمیم پذیری اجازه می دهیم که بعضی از آنها نیز از دست بروند. در واقع ما این کار را به عوض پناه بردن به آن سوی بیان برخی موقعیت ها انجام می دهیم که مسبب چنین بحثهایی شده اند.

من به تلویزیون از دیدگاهی بسیار معمولی، همچون یک مخاطب نزدیک شده ام. تجربیات من از تولیدات تلویزیونی، تنها به تولید چند برنامهٔ «آسان» محدود می شود و نگرش عمومی به برنامه های تلویزیونی را نیز مدیون تجربیاتم از سینما هستم. طبیعت تلویزیون این است که همه چیز را پوشش می دهد و هر فرد از مخاطبانش، اغلب به عنوان یک کارشناس با آن روبرو می شود. بعضی جهات، خصیصهٔ عمومیت دادن تلویزیون، چیزهایی را برای بیننده پوشش خواهد داد که در واقع از دانش و تجربهٔ شخصی او سرچشمه می گیرد. از چنین جهتی، تلویزیون نسبتاً تکه تکه و ناکافی به نظر می آید. امتزاج تجربیات بسیار اندک من از تولیدات تلویزیونی با اطلاعات تقریباً فراوانم از سینما، می تواند برای من مجموعه عقاید و نظراتی را راجع به تلویزیون فراهم آورد؛ همان طور که از چنین طریقی هر بیننده ای می تواند دربارهٔ تلویزیون عقایدی داشته باشد. من به تلویزیون به عنوان یک عضو از مخاطبان سینما روبرو شده ام.

به خلاف سینما که به خاطر وجوه تجاریش، رسانه ای جهانشمول است، تلویزیون امّا، فعالیتی اساساً ملی است که جمعیت وسیعی از مخاطبان همان کشور را پوشش میدهد. تلویزیون زندگی خصوصی آدمهایی هم جنس است که در واقع حس صمیمیت آنها و زمینه های به ظاهر بی اهمیت زندگی روزانه را تعریف کرده و به زودی فراموش می شود و ممکن است برای آدمهایی خارج از این مدار بی معنی به نظر آید. به طور کلی منحصر به فرد بودن تلویزیون هر کشوری، معضل دیگری است که ممکن است برای کسی که دربارهٔ تلویزیون تحقیق می کند، پیش آید. این بدان معناست، هر تحقیقی که هدفش رفتن به فراسوی تماشای تلویزیون و تحلیل برنامه ها و مجموعه های مستقل باشد، با مشکل مواجه خواهد شد. برای تأمل کامل روی پدیدهٔ تلویزیون یک کشور خاص و کشف چگونگی کارهای تولیدی و همچنین ارتباط آن با اقتصاد و زندگی اجتماعی همان کشور، لازم است که برای مدتی طولانی در آن کشور زندگی کرد. همچنین، منظورم این است که هر برنامه ای که از آن به عنوان یک نمونه استفاده شده، ممکن است برای بعضی از خوانندگان معنایی را متبادر نسازد.

نمایش غیرمنتظرهٔ اغلب برنامه های نامتعارف تلویزیون کشوری دیگر، می تواند فکرهای تازه‌ای را دربارهٔ پدیده تلویزیون به ذهن انتقال دهد. این «فرآیند»ی است که ریموند ویلیانز آن را ایجاد شوک فرهنگی در مخاطبی می پندارد که مشغول تماشای تلویزیون آمریکاست. دیدن تلویزیون یک کشور دیگر، تأثیر زیادی در عجیب جلوه دادن چیزهایی دارد که ما به طور طبیعی آنها را واقعی می پنداریم. طبیعت تلویزیون این است که زندگی خصوصی یک ملت را محدود کرده، مخاطبان را نسبت به خود معتاد کرده و به ناگهان به مجموعه حوادثی غیرقابل توضیح و ناسازگار با زندگی بدل می شود. حتی بدون این «شوک فرهنگی» چیزهایی که ما از این فاصله به آنها نائل می شویم، صرفاً حاصل روبرو بودن با نگرش مضحک و متناقض به دنیایی است که تلویزیون نمایش می دهد و خود آن را گرایشی ارزشمند می پندارد.

سه مفهوم کلی که به خیلی از بحث هایی دربارهٔ رسانه های جمعی مرتبط می شوند و به طور مستقیم در بقیه متن با آنها روبرو نمی شویم. اول، فرض اینکه هم سینما و هم تلویزیون باید مطابق با مفهوم نارسای رئالیسم باشند. دوّم، فرض اینکه تکنولوژی، استفاده هایی که جامعه از آن می کند را معین می سازد. و سوّم، پذیرش این مسئله که سینما و تلویزیون تأثیراتی خاص و فراوان در جامعهٔ مدرن دارد.

رئالیسم

نظریات رئالیسم از مهمترین ابزارهای قضاوت دربارهٔ تولیدات فیلم و تلویزیون هستند؛ همچنین آنان پایه های قدرتمندی را برای پیشرفت اشکال جدید استفاده از این دو رسانه و درک چگونگی کارکرد آنها، تشکیل می دهند.

بر بادرفته

رئالیسم انتظاراتی که باید یک نمایش ویژه برای تجسم بخشیدن واقعی به یک شخصیت و رخداد فراهم آورد را مشخص می کند. در زیر لایهٔ این حشو و زوائد می تواند مجموعه ای از انتظارات وجود داشته باشد. یک نمایش ویژه (فیلم و یا یک برنامهٔ تلویزیونی) باید لااقل از یک دقت سطحی برخوردار باشد. آن برنامه باید از تصوری که ما انتظار وقوع آن را داریم، تبعیت کند. همچنین باید به اندازهٔ کافی خودش را به ما ـ به عنوان یک مخاطب ـ توضیح دهد. و همینطور باید مطابق روان شناختی و انگیزه های شخصیت باشد. هرکدام از این انتظارات با یکدیگر متفاوت هستند. چیزی برای برحذر داشتن بیش از یک تقاضا از یک نمایش ویژه وجود ندارد. در واقع قسمت پیچیدهٔ استفاده از واژه رئالیسم از این حقیقت منتج می شود که وقتی انتظار رئالیسم از یک نمایش را داریم، بیش از یک نوع رئالیسمی است که طلب کرده ایم. بنابراین وقتی چنین بحثی بسط پیدا می کند، برای ما روشن می شود که اولاً، برای آن برنامه ای که از دقتی سطحی برخوردار است، کافی نیست که تنها روی خودش متمرکز باشد. یک برنامه حتی باید روی لباسها، دکورها و دیگر وسایل صحنه نیز دقت داشته باشد. و این موضوعی است که رادیو تایمز در ارتباط با درامهای تاریخی تلویزیون به آن پرداخته است. تصور کنید چه اتفاقی می افتد اگر دگمه ای به اشتباه روی یک یونیفورم دوخته شده باشد. دیگر نظریه های رئالیسم به پس آوردهایی از این نوع احتیاج دارند. هرچند که آنها می توانند از طرق مختلف کارکرد داشته باشند. ثانیاً، آن نمایشی که ما از آن انتظار وقوع تصورمان را داریم، شاید محافظه کارانه ترین نوع نمایش باشد. آن برنامه، میلی از تماشاگر را به نمایش می گذارد که خواهان تطابق نمایش با احساس عمومی تصدیق شده ای در ارتباط با حوادث است. آن برنامه می خواهد که سیاست به عنوان موضوعی برای سیاستمداران پرقدرت نمایش گذاشته شود و نه برای کوشش های تودهٔ مردم. آن برنامه می خواهد که جنگ جهانگیر دوّم را به عنوان کشمکش های متفقین با تقوا در رقابتی با آلمانی های شیطان صفت و ژاپنی های غیرانسان نشان دهد.

سومین مفهوم رئالیسم باز هم متفاوت است. آن مفهوم می تواند در برگیرندهٔ اختلافهای زیادی با نظریات پذیرفته شده باشد. امّا واژه هایی که بکار می گیرد نشان می دهد که چنین نمایشهایی می توانند مورد پذیرش مخاطب به عنوان نمایشهایی واقع گرا باشند. کسانی هستند که معتقدند رئالیسم برابر است با کوششهایی در جهت تجسم دادن چیزها به همان نحوی که وجود داشته و دارند. برای این عده، این معیار از رئالیسم می تواند به عنوان آنتی رئالیسم در نظر گرفته شود. اینکه یک نمایش باید خودش را به شکلی بسنده به مخاطب توضیح دهد، متعارض با

میلی است که خواهان نشان دادن چیزها به همان شکلی که بوده اند، می باشد. در پرداخت یک فیلم و یا یک برنامهٔ تلویزیونی همیشه توافقی بین گرایش هایی‌رسم می شود که این توافق به مخاطب توضیح داده شده و همیشه به نفع او تمام می شود. نیاز به توضیح، نیازی است برای انگیزه مناسب حوادثی که در بسترهایی مختلف اتفاق افتاده اند. و آنها باید طوری دیده شوند که سببیّتی قابل توضیح و ارتباطی کافی با یکدیگر داشته باشند. از نظر طبیعی، وقتی شخصی با چتری باز در خیابان قدم می زند، باید هوا بارانی باشد. نظریهٔ چهارم رئالیسم شکلی متغیر دارد. به جای تقاضای اینکه همهٔ حوادث باید به درون شکلی ریخته شوند تا خودشان را به واسطهٔ انگیزهٔ مشخص هر کنش توضیح دهند، انگیزهٔ حوادث روی روانشناسی شخصیت افراد متمرکز می شود؛ اشخاصی که به عنوان نقاطی متحد در نمایش در نظر گرفته می شوند که در آن حوادثی غیرواقعی و مرموز اتفاق می افتد. این چیزی است که خیلی از فیلمهای ترسناک را از خلال یک شکل واقعی سر و پا نگه داشته است. همین مسئله برای کمدی هایی بی شمار، وحدتی می آفریند که حوادث آنها کمتر قابل قبول به نظر می آیند.

بنابراین رئالیسمی وجود ندارد. امّا نه، رئالیسمهایی وجود دارند؛ مجموعه ای از بحث ها، توجیه ها و روندهایی برای تولید نمایشهای متشابه. درخواست از ایدهٔ رئالیسم برای توجیه یک نمایش ویژه، احتمالاً بیش از یکی از این بحث ها را در بر می گیرد. امّا این موقعیت به همین سادگی نیست، چرا که هرکدام از این مفاهیم به مفاهیم متغیر فراوانی وابسته اند که به آنها اختصاص دارند. امروز، بر باد رفته مثال آشکاری است که اکثر بینندگان آن را غیرواقعی می پندارند. هر نظریه ای به قضاوتهایی تاریخی و ویژه وابسته است. آنها مطلق نیستند و به قاعده و قرارداد مربوط می شوند. طبق قاعدهٔ نمایش، آنها تمایل به تنوع بیشتر دارند. هر مفهوم از رئالیسم قاعدهٔ قدیمی و جدید خود را خواهد داشت که هر کدام، سلیقه ای متفاوت را شامل می شود و همچنین امکان تعارض هایی بین تماشاگران را فراهم می آورد. هرچند که شکلی ویژه از توجیهات رئالیسم می تواند مورد موافقت دو طرف واقع شود. افزون بر این، می توان در این باره بحث کرد که یک اثر، مقداری واقعگراست که قواعد نمایش را به منظور رسیدن به یک زمینهٔ جدید از واقعیت می شکند. بنابراین فیلمهای روسلینی نیز که حوادث را به شکلی اختیاری و نه از راه هایی قراردادی نشان می دهند، می توانند رئالیست محسوب شوند. بدون در نظر گرفتن قواعد نمایش، واقعیت را باید از پس سنگینیِ راکد یک فیلم پیدا کرد. این یقیناً بحثی است که آندره با زن از آن برای توضیح کارهای روسلینی استفاده می کند.

سخنان گفته شده، اشاره به این مسئله دارند که نظریه رئالیسم یک فرض ساده نیست و نتیجهٔ آن فقط توانایی دوربین برای ضبط نور و ثبت ارتعاشات میکروفن روی نوار نخواهد بود در عوض می تواند به عنوان شبکهٔ پیچیده ای از قواعد نمایش و انتظارات مخاطب در نظر گرفته شود. هنوز قواعد و عقیدهٔ رئالیسم، روش مفیدی برای مطالعهٔ صدا و تصاویر متحرک است و همچنین شامل تقاضایی اساسی می شود که جامعهٔ ما از فیلمها و نمایش های تلویزیونی اش دارد. انتظاراتی بسیار خاص، از این دایره خارج است. توسل به نظریات رئالیسم از سوی مخاطبان، نهادهای تلویزیونی و تماشاگران، تقریباً واکنشی طبیعی است. آن اطمینان می دهد که فیلم و تصاویر ویدئویی به این منظور ادامه پیدا می کنند، تا به راهی ویژه به عنوان تصاویر یکپارچه از واقعیتی خاص مربوط می شوند. نظریه رئالیسم قصد دارد عناصر مختلفی که باعث ترکیب صدا و تصویر می شود را متحد سازد؛ نظریه رئالیسم آنها را با یکدیگر متحد می کند و چنین اتحادی براساس قواعد رئالیسم که خود قطعاتی ویژه از واقعیت هستند، صورت می گیرد. واقعیت به عنوان جوهرهٔ موضوع و مواد نمایش در نظر گرفته می شود. این، کوششهای مختلف برای تولید استفاده های متفاوت از ترکیب صدا و تصویر و گرایشهای متفاوت تماشاگران را به تأخیر می اندازد. قواعد رئالیسم (و قاعده ای که باید واقعگرا باشد) از درک رویاهای دیوانه وار آیزنشتاین در فیلم سرمایه جلوگیری می کند. باید درک کرد که این فیلم گرایش او برای استفادهٔ تحلیل گرانه از صدا و تصویر به منظور نمایش واقعیتی خود بسنده نشان می دهد.

از نظر ماهوی، رئالیسم روشی برای ایجاد نمایش یکپارچه است؛ هر معیار از رئالیسم، هدفش ترکیب همهٔ عناصر نمایش و هماهنگ ساختن کامل آنهاست. این، از مطالعه تصویر و بررسی آن به منظور درک عناصر مختلف، کشمکش های ممکن و ترکیبات آن در دیگر هنرهای تصویری است. فیلم و ویدئو پتانسیل زیادی برای تولید ترکیبات عناصری را دارند که وقتی به صورت یک واقعیت ویژه با یکدیگر متحد می شوند، معانی گسترده ای را فراهم می آورند. با افزایش انعطاف پذیری و قابلیت دسترسی ویدئوها در خانه، کوشش برای خلق چنین اشکالی، یک ضرورت

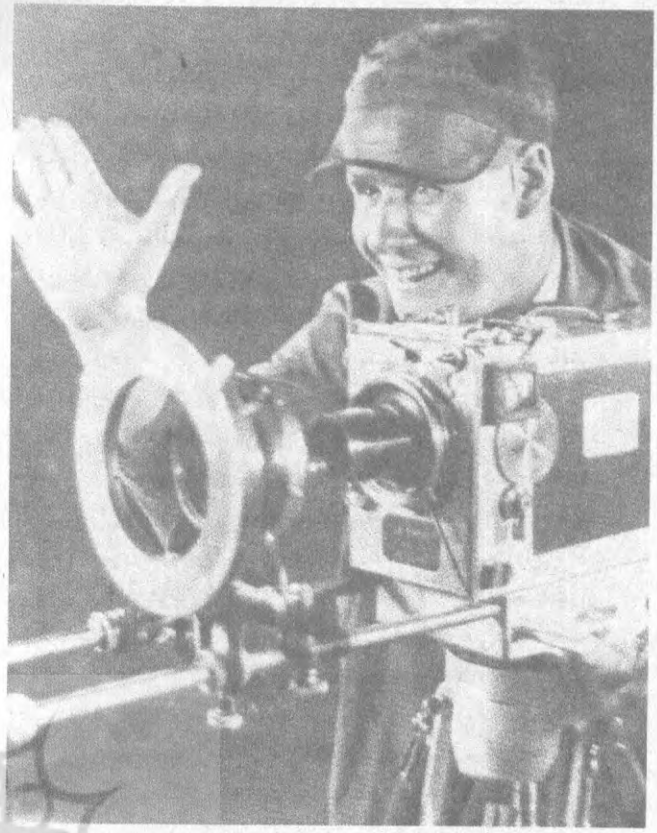
شده است. همچنین با تجهیزات ویدئو، امکان این عمل حاصل شده که مردم بتوانند صحنه های فیلم ها را انتخاب، حذف و تکرار کنند. این مسئله اجازه می دهد که به یک نمایش ویدئویی با دقت تحلیلی بیشتری نگریسته شود که البته این امر در محدودهٔ سینما و تلویزیون هنوز صورت نگرفته است. پیشرفت قابل امکانی که در شرف وقوع است، ترقی مهارت های پیشرفته، مطالعه و عادت به درک تصاویر به عنوان ترکیبات معنی داری است که نشان از یک واقعیت خارجی دارند؛ عقایدی که به طور سنتی به رئالیسم پیوند می خورند، به نظر می آیند که ترویج یک چنین گرایشی را به تأخیر می اندازند.

تکنولوژی

به نظر می رسد که تکنولوژی های جدید و پیشرفته همیشه سبب آشفتگی اندیشه هایی خام دربارهٔ تأثیرات شان می شوند. این امر دربارهٔ همهٔ انواع تکنولوژی های ویدئوای مصداق دارد. تکنولوژی سینما نیز در آغاز کارش با چنین چیزی روبرو شد. بر اساس سلیقه تان می توانید پیشگویی های ترسناکی را فراهم آورید. یک پیش بینی آخرالزمانی وجود دارد که معتقد است، ویدئوهای خانگی و کابلی به کار سینما و تلویزیون خاتمه خواهند داد. با تکنولوژی ویدئو در خانه، می توان به هر عملی چشم دوخت و تمرکز کامپیوتر برای ارائه انواع اطلاعات می تواند آزادیهای شخصیِ بجا مانده برای غربیها را از بین ببرد. برنامه های انتشاریافته توسط صاحبان کارخانه ها، امکان انجام هرکاری به وسیلهٔ ویدئوهای کابلیِ دوسویه را فراهم کرده است. (خرید، رأی دادن و اجتماعی کردنِ امور) بنابراین دیگر لازم نیست که کسی به خیابان های ناامن رفته و با وسایل نقلیه عمومی خراب رفت وآمد کند.

بدون در نظر گرفتن عوامل احتمالی، همهٔ این کاربردها با اجرای پتانسیل مکانیکی یک اختراع در آینده صورت می گیرند. برای خیلی از مردمی که بر جنبه های ناخوش آیند تکنولوژی اصرار می ورزند و یا از آن غافل می شوند، اختلافها و پیچیدگی های فرهنگ مدرن نادیده گرفته می شود. این پیش بینی ها، چنین حقیقتی را نادیده می گیرند که بالاخره تکنولوژی به وسیلهٔ جامعه ای که آن را پذیرفته است، استفاده شده و به کار می آید. سینما و تلویزیون نمونه هایی مناسب برای این پروسه و پیچیدگی هایش را فراهم می اورند. پیش از این، رایج بود که دربارهٔ مرگ قریب الوقوع سینما زیر فشار تلویزیون صحبت می شد. امروزه آشکار شده که این فرضیهٔ آخرالزمانی به وقوع نخواهد پیوست. شاید سینما به خاطر تلویزیون تغییر شکل داده باشد، امّا این موضوعی متفاوت است. چیزی وجود ندارد که نشان دهد تکنولوژی ها، چگونگی استفاده شان را به جامعه هایی که آنها را اختراع کرده اند، دیکته کرده باشند هرچند که جامعه ها، به طرز شگرفی توسط آنها تغییر کرده اند؛ مثلاً تغییر جامعهٔ حاضر آمریکا و اروپا به خاطر سینما و جامعه غرب بعد از جنگ توسط تلویزیون. سینمای خانگی امری کاملاً امکان پذیر است؛ پژوکتورهای ۱۶ و ۸ میلی متری به واحدهای خانگی فروخته و کرایه داده می شوند. امروزه با کرایهٔ فیلمها از فروشگاه های محلی، سینما به شکلی کامل امکان پذیر شده است. در زمانی که آپارات ها مطرح شدند، سرمایه گذاریهای عظیمی شروع شد. تا آن زمان، تولیدات گوناگون، خانواده ها و یا مالکیت های فردی تکنولوژی به عنوان یک استراتژی صنعتی پیشرفت نکرده بودند. به همین نحو، تلویزیون عمومی نیز امکان پذیر شده است. در واقع در کشورهای جهان سوّم، سازمانها، نظریه مالکیت خانگی گیرنده های تلویزیون را مضحک جلوه می دهند. در دههٔ پنجاه در بریتانیا، تلویزیون عمومی دارای یک شبکهٔ پخش بود که اکثر حوادث ورزشی اعم از مسابقات بوکس و اسب دوانی را برای مخاطبان در سراسر شهرها بازتاب می داد و سپس روی پردهٔ سینما به نمایش درمی آمد. تکنولوژی خود به تنهایی استفاده از آن را مشخص نمی کند؛ تکنولوژی براساس نمونه های غالب در استفاده هایی مناسب از آن کامل می شود. (و یا شاید به خاطر اختراعات بی شمار هرگز کامل نمی شود.) و همینطور بر اساس شکلهایی امتزاج یافته با نهادهای اجتماعی که می توانند در یک ردیف قرار بگیرند. بنابراین تلویزیون با استفاده خانگی و افزایش تکنولوژیهمراستامی شود (و به آن سو متمایل می گردد) و بر خانه و خانواده به عنوان جایگاهی برای استفاده از آن تأکید می ورزید. سینما با شکلهای عمومی تفریح مثل واریته ها و موزیک هال ها که جایگاه لذت عمومی وایدئولوژیهای جمعی غیرمذهبی هستند، مرتبط می شود. ما شاهد پیشرفت تکنولوژیهای جدید درارتباط با تلویزیونی هستیم که ممکن است به طرف استفاده خانگی از آن، سوای پخش عمومی حرکت کند. بیشتر از یک تکنولوژی در صحنه های پیشرفت یافتهٔ سرمایه داری وجود دارد. کارشناسان با پیش بینی هایی در آینده در کشمکش هستند. امّا اغلب آنها اشتباهاتی اساسی دارند چرا که آنها به جای تمرکز روی طبیعت نهادینه شدن یک کالا، اساس

سرگئی آیزنشتاین



کارشان را بر یک تکنولوژی تنها استوار می کنند.

به طور مساوی یک عقیده نافذ و عمومی در پیشرفت تکنولوژیکی وجود دارد و آن، این است که اندیشهٔ کلی تکنولوژی، تحت انواع انگیزه های آنی به طور مستمر درحال پیشرفت است. در سینما، این مسئله با عقایدی دربارهٔ رئالیسم و پیش گویی هایی مبهم در ارتباط با تغییر و تحولات صورت می پذیرد. عقیدهٔ تعمیم پذیری این است که فیلمها به طور عمومی در حال واقعی تر شدن هستند. چرا که فیلمهای قدیمی دیگر متقاعد کننده نیستند. در این جا، تکنولوژی و زیباشناختی در قالب یک زوج مرگ آور با یکدیگر ترکیب می شوند. در واقع می توان بیان کرد که پیچیدگی نهاد سینما و فشار قیمت ها با یکدیگر ترکیب شده اند تا کیفیت تصاویر سینمایی را به جای پیشرفت آنها، کاهش دهند. ازدیاد طرح های وایداسکرین در دههٔ پنجاه، به کار گذاشتن پرده ها در سینماهایی انجامید که قبلاً به آنها مجهز نبودند. این حقیقت را باید در نظر داشت که تفاوت های مواد بین تصاویر سینمایی و تلویزیونی به اساس مبانی استفاده هایی تکنولوژیکی وضع نمی شود، بلکه از تکوین و پیشرفت ویژهٔ آنها نشأت می گیرد. سینما هم اندازهٔ پرده و هم محدودهٔ استفاده از نگاتیو را کاهش داده است.

مسئله تکنولوژی این است که یک تکنولوژی پیچیده تر ممکن است، پدیدار شود. به ویژه، لازم است که یادآور شویم که مقایسه هایی که بین سینما و تلویزیون در این مقاله انجام گرفته است، مقایسه هایی بین تکنولوژیهای مربوط به آنها نیست، بلکه مقایسه ای بین استفاده هایی نمونه ای از تکنولوژیهایی است که در جامعهٔ غرب رواج دارد.

اثرات

ظاهراً منابعی ویژه ندارند؛ آنها همیشه ـ و قبلاً ـ وجود داشته اند. آنها به طرز ماهرانه ای قابلیت انتقال به پدیده هایی جدید و تداخل در حوادث تازه را دارند. توانایی این احساس عمومی، دقیقاً درانعطاف پذیری و نامرئی بودن آن نهفته است.

سینما و تلویزیون از طریق پروسه خاموش تحولات که بی وقفه در حال انجام است، به قلمروی ایدئولوژی قدم می گذارد. گاهی اوقات به طور شتابزده گمان می شود که این رسانه ها ـ مانند هر رسانهٔ دیگری ـ آفرینشگر بر ایدئولوژی هستند که در واقع این طور نیست. کار آنها درگیر شدن با پروسه ای از تجدیدنظرها در لایه های اجتماع و درک اولیهٔ جهان هستی است. مفاهیم ایدئولوژیکی که یک جامعه برای خودش می آفریند، نمی تواند به عنوان مفاهیمی یکپارچه در نظر گرفته شود؛ مثلاً ایدئولوژی بورژوازی که مجموعه ای واحد از تعاریف همه چیز است، به خاطر مفاهیمش فرومی ریزد. امّا، اختلافهای ثابتی بین انواع متفاوت مفاهیم و اعتقادات، بین کشف های جدید و عادت های قدیم و بین آنچه در یک بخش از دانش و دیگر بخشها اتفاق می افتد، وجود دارد. اگر اثرات رسانه های گروهی را پیگیری کنیم، خواهیم دریافت که این اثرات در نحوه مشارکت آنها در فرایند نهفته ای است که از طریق روشهای خاص، تغییرات و ترکیبات نوین مفاهیم ایدئولوژیکی ارائه می شود.

اثرات ویژه ای که سینما و برنامه های تلویزیونی بر تولید ایدئولوژی دارند، به این صورت است: اول، اثرات مستقیم از تکرار آزاردهندهٔ مفاهیم خاص و حوزه های مربوطه و بی اعتنایی به دیگر موارد؛ دوّم، خلق حوزه ها و یا اشکال ویژه ای از مفاهیم و الگوهایی کلی از تفکر که در هر دو رسانه به چشم می خورد؛ سوّم، خلق یک وضعیت خاص یا عقیده در برابر وقایع و نحوه ای که آنها بیننده را با توجه به رفتارهایی خاص درمقابل وقایع قرار می دهند.

برنامه تلویزیونی در پوشش خبری اش به طور آزاردهنده ای مطالعه روی اثرات رسانه ای، تحقیقاتی معمولی دربارهٔ تلویزیون است. اولین بار، ثابت شد که بچه ها نسبت به فعالیت ها و گرایشات مختلف شرطی می شوند. اما امروزه، تحقیقات این امر را تأیید می کنند که تحقیقات غیرآزمایشی توان اثبات خیلی از راه ها را ندارند. مطالعه روی اثرات رسانه ای با تحقیق مخاطبان، برای تأیید کار آگهی دهندگان یکی می شود؛ آگهی دهندگانی که ممکن

است آگهی های شان اثراتی پیشگویانه در یک قفسه سوپرمارکت داشته باشد. به هرصورت حلقه هایی که جستجو می شوند، به نظر خیلی دور می رسند. سینما و تلویزیون اثرات مختلفی دارند، امّا این اثرات پراکنده تر از آنی هستند که معمولاً تحقیقات آنها را می پذیرند. آنها با خلق و حمایت از مفاهیم در جامعه مدرن (قلمروی ایدئولوژی) مجبور به انجام کارشان با اعمالی مستقیم نیست به افراد هستند.

سینما و تلویزیون مفاهیمی که جامعه مدرن عرضه می دارد را ارزیابی می کنند؛ شبکه ای از تعریف ها و تصوراتی که احساس هایی را وارد جهان می کنند. برای هر کدام از این رسانه ها، چنین مفاهیمی از جایی دیگر می آیند. به جای خلق هرکدام از رسانه ها و گفتارهای شخصی ها باید بپذیریم که آنها پیش از این هم در همین هوایی که تنفس می کنیم، وجود داشته اند. در اغلب اوقات چنین مفاهیمی ابداً به عنوان یک مفهوم پدیدار نمی شوند. در واقع آنها به عنوان احساسهای عمومی پذیرفته شده و یک نوع افق طبیعی زندگی، آن سوی چیزهایی غیرقابل فکر ظاهر می شوند. این شبکه از مفاهیم، اعتقادات و تعریف های همیشگی، مفهوم خاصی از «وقایع مهم» را تکرار می کند که به دو دسته تقسیم می شود؛ فعالیتهای دولت و هر عملی که ممکن است امری استثنایی قلمداد شود. این تعریف گاه، به نظر می رسد که به واسطهٔ کارشناسانی که در ارتباط با تولید اخبار می باشند، بسیار محدود شده است. آنها تصور می کنند که تلویزیون تصویری بسیار تیره از جهان ارائه می دهد که از بحرانی به بحرانی دیگر در نوسان است. بنابراین، چاره اندیشی برنامه سازان در قبال «خبرخوش» به مثابه اقدامات خوب دولت و هر کنشی که بتوان آن را استثنایی و مایه سربلندی دانست، می باشد. بدین سان تمرکز بر اخبار به عنوان وقایع خارج از جریان زندگی معمول، حتی مورد حمایت کسانی است که به دنبال تغییر ماهیت اخبار می باشند. تصور و درک خبر پرهیاهو که تلویزیون و اکثر روزنامه ها از آن استفاده می کنند (این دو رسانه یکدیگر تغذیه می کنند) باعث تمرکز و توجه بسیار بر یک جنبه از واقعه می گردد و بنابراین وقایعی که در این «بین» اتفاق می افتند، نادیده گرفته می شوند. تکرارها به طور برابر در ذهن و درک خانواده اثر می گذارند که در تبلیغات تلوبزیونی، درام تلویزیونی و فیلمهای سینمایی مشابه از این امر استفاده می شود. هرکدام، گستره ای خاص از هستهٔ خانواده (زوج و فرزندشان) را نشانه می روند که بدین نحوه مانع توجه به دیگر اشکال زندگی به عنوان موردی به غیر از استثناهای کمیک و تراژدی شخصی می شوند.

گسترهٔ ژانرهایی که سینما و تلویزیون ارائه می دهند، ابزارهای قوی ای به لحاظ طبقه بندی کنش و واکنش در دنیا هستند: امور جاری و کمدی موقعیت؛ ملودرام و مستند، فیلم های جنائی و پورنوگرافی. کلیه این شاخصهای عام ناموافق از یک رسانهٔ مشترک استفاده می کنند. هرکدام از آنها شکل خاصی از توجه و گسترهٔ ویژه ای از تأکیدها و عدم آگاهی ها را عرضه می کنند. این امتیازات خاص به وسیلهٔ رسانه ها، تأثیراتی بسیار واقعی بر نحوه تعریف و تصویر وقایع دارند. برای مثال، کافیست که به عملکرد برنامه های تلویزیونی دربارهٔ تاریخ قرن بیستم توجه کنید. سینما و تلویزیون یک اثر دیگر هم دارند. آنها با اندکی تفاوت نسبت به یکدیگر، روشهایی خاص در نشان دادن حوادث دارند. با وجود اینکه ممکن است تلویزیون و سینما وقایعی خاص را با دوربین و ضبط صوت ارائه دهند، امّا آنها خود، حوادث را نمی سازند. منابع حوادث و مفاهیم حاصل از آنها، در واقع در جای دیگری قرار دارد. با این وجود آنها، حوادث و مفاهیم را برای یک دیدگاه حاص می سازند: در واقع آنها را برای یک تماشاچی ویژه عرفه می دارند. اثر اصلی سینما و تلویزیون در این است که حوادث را برای بیننده طوری وضع می کنند که وی در موقعیت «امنیت از طریق دانش» قرار دارد. حوادث به گونه ای برای بیننده شرح شرح داده می شوند که رخ داده اند و تمام عناصر لازم جهت فهمیدن او فراهم می شود. سینما و تلویزیون از روشهایی قابل فهم استفاده می کنند: اطلاعات اصلی را بیننده دارد و بقیه هم باید همیشه بر قرار و ایجاد گردد. بولتن خبری تلویزیون همیشه بیان می کند که «نخست وزیر، خانم تاچر...» امّا فرض بر این است که بیننده می داند که نخست وزیر کیست. این اهداف، بیننده را در شرایطی قرار می دهد که او را قادر می سازد تا کلیه حوادثی که رخ داده است را درک کند. بیننده دارای دورنمایی نسبت به حوادثی است که به صورت یک سلسله رخداد اتفاق افتاده است. خط سیر واقعی مجموعه حوادث یکی پس از دیگری می تواند باعث عدم یقین و اطمینان و یا حتی سردرگمی بیننده گردد: ژانرهای ترسناک و اسرارآمیز دقیقاً به همین شیوه عمل کرده و علت لذت بردن بیننده نیز در همین مسئله نهفته است. امّا لذتی هم وجود دارد که به وسیلهٔ داشتن اطمینان و دانش کامل فراهم می شود: همه چیز در جای خود قرار گرفته و بیننده با تصویری برخورد می کند که جامع و کامل است. بیننده به طور مساوی از حوادث جدا نگه داشته می شود. تدوین، تحرکی در دیدگاه فیزیکی قصه ایجاد می کند که مقدار آن از دید فیزیکی هریک از شخصیتهای قصه بیشتر است. روایت می تواند اطلاعات بیشتری از اشخاص ارائه دهد. به همین دلیل، برنامه های واقعی، روشهایی جهت کمک هایی خاص به بیننده را فراهم می آورند. این کار با استفاده از تکنیک صدای خارج قاب در یک فیلم مستند و همچنین با صحبت مستقیم شخصی که در استودیو حاضر است، انجام می شود. بیننده به جای شرکت در حوادث، از آنها فاصله می گیرد تا بتواند در مورد آنها قضاوت کرده و حوادث را مورد ارزیابی قرار می دهد و به این ترتیب از طرفداری آنها پرهیز می کند. اگر قرار باشد که اثرات سینما و تلویزیون را برشمریم، به این ترتیب است: ترکیب حوادث برای رسیدن به شکل ویژه ای از درک متن و ایجاد شکلی ویژه از دیدگاه تماشاگر. از ترکیب چنین وضعیتی تمام امکانات برای تمایل به سمت علاقه های ویژه و مخالفت با آنها ایجاد می شود: و سرمایه گذاری کلان بر روی شکل های ویژهٔ داستانی و غیرداستانی صورت می گیرد. اهمیت تکرار تعاریف ویژه، ساختمان شبکهٔ سازمان اصلی و تشکیل موقعیتهای ویژه برای تماشاچی را می توان به اثرات سینما و تلویزیون نسبت داد. □

ترجمه: حمید گرشاسبی