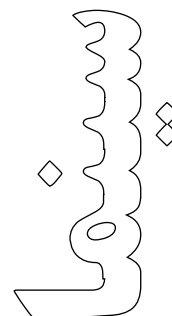


مخاطب فیلم / تماشاگر فیلم:

جایگاه مخاطب در مطالعات سینمایی

مسعود اوحدی

چگونه است که گروه‌هایی از مخاطبان سینما، دو یا چند دسته از تماشاگران یک فیلم خاص، با آن که همه ناظر نمایشی واحد بوده‌اند اما لزوماً تجربه مشترک یا واحدی از آن ندارند؟ این پرسش از نظر ماهیت، پرسشی پژوهشی، یعنی سزاوار پژوهش است و سزاواری آن تاکنون به بخشی بسیار مهم از مطالعات سینمایی، که همان مطالعه و پژوهش در درک و دریافت اثر سینمایی باشد، شکل داده است. این بخش مطالعاتی، به عنوان شروع، فرض را بر این قرار داده که تماشاگر سینما صرفاً پذیرای نورهای پرده یا گیرنده اصوات تالار نمایش فیلم نیست. تماشاگران سینما، بر اساس آن چه را که باخود به تماشای فیلم می‌آورند پاسخ‌ها، یا واکنش‌های مختلفی دارند تا بدان جا که یک فیلم واحد از لحاظ نوع و تعدد تجربه‌هایی که به تماشاگرانش می‌دهد مبدل به چندین فیلم گوناگون می‌شود. این تجربه‌های گوناگون در برخورد تماشاگران آثار کلاسیک سینما که زمانی تماشاگران معاصر آن آثار بوده‌اند و تماشاگران جوان‌تر امروزه وضوح مشهود است: فیلم‌هایی که از نظر تماشاگران معاصر آثار کلاسیک خاطرات گرم و مطبوع جوانی آنهاست، از نظر نسلی که فرزندان آنها هستند. خاطرات جهانی متفاوت است. خوش بینی، بدبینی، تلخی و شیرینی این فیلم‌ها، که گاه سخت معصومانه، یا سخت ساده‌انگارانه به نظر می‌آیند، تماشاگران جوان‌تر را به حیرت و امید دارند. نحوه نگرش سینمای کلاسیک به مسائل نژادی و جنسی - حتی وقتی که فیلم‌های این سینما علم ضد تبعیض به‌هوا بلند می‌کنند - از نظر تماشاگر امروزی به شکل ساده لوحانه‌ای تبعیض‌گرا است. حضور سیاهان، اقلیت‌های قومی و زنانی که در زمان نخستین حضور فیلم بر پرده سینماها، موجب خنده تماشاگران می‌شد،



همان زمان در نزد فرهنگ‌های دیگر و اکنون در نزد تقریباً همه تماشاگران حرفه‌ای سینما، تنها یادآور ساده لوحی یا دید ناپخته و تبعیض‌آمیز مؤلف اثر است.

آیا می‌توان گفت که یک فیلم واحد معانی مختلفی برای مخاطبان مختلف دارد؟

ممکن است وقتی ما در مورد معنی و مفهوم یک فیلم خاص با دیگران اختلاف نظر داریم آنها را به "نگرفتن" معنای فیلم یا "بد فهمی" آن متهم کنیم. با اینکه این احتمال همواره وجود دارد اما اختلاف نظر در مورد معنای فیلم همیشه مربوط به سوء تفاهم یا عدم درک آن نیست: در بسیاری از موارد همه تماشاگران به راحتی معنی و مفهوم فیلم را درک می‌کنند اما **عملکرد** یا **هدف** دگرگونه‌ای را از آن معنی و مفهوم درک می‌کنند. همه تماشاگران یک فیلم به راحتی می‌فهمند که مثلاً سوءظن پدر در مورد همسر آینده فرزندش دلیل یا دلیلی دیگر بر عشق پدرانۀ اوست، اما میزان اهمیت این مسئله در نزد تماشاگران متفاوت است و این تفاوت‌ها بر اهمیت درک و تفاهم ما با آثار سینمایی تأکید می‌گذارند.

معنای یک فیلم صرفاً در محدوده آن محصور نیست. هیچ فیلمی تنها یک معنای "انگ" و "سراسر" ندارد که هر تماشاگری بتواند "به درستی" به آن دست پیدا کند. بلکه، **معناهای** یک فیلم را تماشاگرانی که با آن تعامل دارند می‌سازند (مبحث تولید معنا از سوی تماشاگر، که این جا مجال شرح و بسط آن را نداریم). عوامل بسیاری بر این قبیل تعامل‌ها اثر می‌گذارند که ماهیتشان عمدتاً فرهنگی است: عواملی مثل پس زمینه فردی، پس زمینه اجتماعی، تمایلات و آرزوها، و گرایش‌ها جانبدارانه تماشاگر، شیوه ساخت و بازاریابی فیلم، اینکه تماشاگران دیگر چگونه به آن واکنش نشان می‌دهند، و سرانجام جو فرهنگی که فیلم مورد نظر در آن نمود یافته است. در نتیجه، یک فیلم واحد می‌تواند برای مخاطبان مختلف در یک زمان واحد معناهای متفاوتی داشته باشد، و در عین حال نیز می‌تواند برای مخاطب واحد در زمان‌های متفاوت معانی متفاوت داشته باشد.

به این ترتیب، فیلمی مثل "برباد رفته" یا نظایر آن اگر در ورای تجربه نوستالژیک با سینما نگرینسته شود، اثری نژاد پرستانه است که بر پاسخ‌های زیباشناختی ما تأثیر دیگری می‌گذارد. در سال‌های اخیر، سینما اندیشان و سایر اندیشمندان فرهنگی عناصر بررسی و مطالعه در درک و دریافت فیلم را بیش از پیش در آثارشان جای داده‌اند. ببینیم کار بررسی و مطالعه در درک و دریافت فیلم چیست؟

بررسی دریافت و "پذیرش" فیلم (از سوی تماشاگر) به کاوش در انواع و اقسام شیوه‌هایی که طی آنها تماشاگران خاص از نظر تاریخی به فیلم‌ها و سایر آثار هنری پاسخ داده‌اند و نیز دلایل آنها برای پاسخ‌های مذکور می‌پردازد. بررسی دریافت فیلم به ما می‌آموزد که همه معنای یک فیلم معانی ثابتی نیستند، بلکه تا حدودی به واسطه زمینه و بافت مشاهده شکل گرفته‌اند و می‌توانند جا به جا شوند، همچنان که تماشاگران در طول زمان تغییر می‌کنند. با توجه به اینکه فیلم به هر حال دارای ساختار روایی است یعنی عناصر پی رنگ آن طوری آرایش یافته‌اند که فرآیند روایت می‌تواند از نقطه‌ای آغاز شده و در نقطه دیگری پایان گیرد و ضمناً فیلم دارای ساختار شکلی (یا فضایی) است، به زبان ساده می‌توانیم بگوئیم معنا و دلالت یک چنین ساختارهایی در **خود** فیلم است. اما، همچنان که پژوهش‌های انجام شده در زمینه پذیرش و دریافت فیلم نشان

مخاطب فیلم...



می دهد، این فقط جزیی از داستان است. تماشاگران سینما گیرندگان منفعل فیلم نیستند، بلکه شرکت کنندگان فعال در تولید آن دلالت مورد بحث اند. معنا صرفاً مبتنی بر متن نیست، بلکه ضمناً مبتنی بر نتیجه فرآیند تعامل متن و بافت یا زمینه متن است. دریافت، جزیی مهم از آن بافت است و شامل مواردی از این قبیل است که مثلاً فیلم در چه نوع تالار سینما یا اتاق نمایش فیلم به نمایش در آمده، فیلم چگونه تبلیغ شده، و چگونه به رویدادهای جاری مربوط می شود. مطالعه در دریافت فیلم می تواند ضمناً ما را در احتراز از کلی بافی های ساده پسندانه درباره معنای منحصر به فرد یک فیلم، یا این قبیل فرضیات که تنها یک معنی واجد اعتبار است، یاری رساند.

مطالعه در دریافت اثر در ضمن، می تواند به ما کمک کند که از کلی بافی ساده پسندانه درباره یک معنی مختصر به فرد فیلم، یا این فرض که فقط یک معنی واجد اعتبار است پرهیز کنیم. مطالعه در امر دریافت می تواند ما را در درک شیوه های پیچیده ای که طی آنها آثار سینمایی در زمان های مختلف و توسط افرادی از نژادها، طبقات اجتماعی، گروه های قومی، و جنسیت متفاوت فهم می شوند، توانا سازد. مطالعه در نحوه پذیرش و دریافت فیلم مبتنی بر این نیست که معنای مستقل و رسمی یک فیلم چیست، یا فیلمساز چه می خواسته بگوید، یا اینکه بعضی از منتقدین در مورد آنچه گفته اند، بلکه اساس این مطالعات بر این است که فیلم مورد نظر عملاً از نظر تماشاگران مختلف چه معنایی را اتخاذ کرده است البته باید در نظر داشت که تفاوت یا جا به جایی معانی در نزد تماشاگران مختلف و در زمان های مختلف، لزوماً نتیجه رویدادهای تاریخی و فرهنگی و یا حتی تفاوت های تاریخی و فرهنگی نیست، جا به جایی معنای می تواند حاصل چگونگی تأثیر تغییرات در خود جهان سینما باشد. نسخه صامت فیلم *شیخ اپرا* (۱۹۲۵) که در آن سال ها فیلمی ترسناک قلمداد می شد از نظر تماشاگران امروزی (تماشاگران نسخه سال

۲۰۰۳ آن) فیلمی از مد افتاده و حتی بدون آنکه قصد خندانند داشته باشد خنده دار است. چرا که زمینه و بافت دریافت امروزی تماشاگران آن قدر از فیلم‌هایی که عملاً ترس را درغایی‌ترین اشکال آن تصویر کرده‌اند، و یا فیلم‌هایی که موضوعشان در گذشته "تابو" قلمداد می‌شد آکنده است که فیلم‌های قدیمی‌تری مثل **شیخ اپرا** خیلی رام و ملایم به نظر می‌آیند.

بیشتر فیلم‌ها به سرعت حائز تصویری مردم پسند از فیلمی با معناهای محدود می‌شوند. عوامل بسیاری بر ظهور چنین تصویری تأثیر می‌گذارند. در نخستین مرحله، فیلمسازان سعی می‌کنند طوری به فیلم‌شان شکل بدهند که همان‌طور که خود انتظار دارند تماشاگران آنها را "دریافت" کنند. وقتی کار تولید فیلم به پایان می‌رسد، آنها جلسات نمایش خصوصی فیلم، یا پیش-تماشای فیلم را ترتیب می‌دهند که طی آنها از تماشاگران خواسته می‌شود پاسخ‌ها یا واکنش-هایشان را نسبت به فیلم ثبت کنند. غالباً، استودیوها یا کارگردانان بر اساس نتایج این نمایش‌های آزمایشی تغییراتی در فیلم به وجود می‌آورند. اگر این تماشاگران فیلم را خیلی طولانی دریافت کرده‌اند، احتمالاً آن را کوتاه می‌کنند. اگر فیلم را مبهم شمرده‌اند، سازندگان سعی می‌کنند مسائل اصلی آن را روشن کنند، اگر تصورشان بر این است که فیلم "نیازمند" چیزی، مثل مجازات سنگین‌تر برای فلان شخصیت آن است، سعی خواهند کرد آن فرجام را به فیلم بیفزایند. همه تلاش‌هایی که در جهت تأثیر گذاشتن بر تماشاگر و نحوه درک و دریافت او از فیلم صورت می‌گیرد- از ساختن خود فیلم تا بازاریابی آن و حتی اعتراضات علنی علیه آن، همه مثال‌هایی از تلاش در جهت شکل دادن به پاسخ تماشاگران و به وجود آوردن قرائتی قطعی به دلخواه سازندگان فیلم است. اما گاه فیلم‌های پاسخ‌هایی برمی‌انگیزند که سازندگان و بازاریابان آنها اصلاً انتظارش را ندارند. واکنش‌های منتقدین حرفه‌ای سینما غالباً در این طبقه جای می‌گیرند. ماجرای فیلم "دروازه بهشت" (۱۹۸۰) اثر **مایکل چی می‌نو** نمونه‌ای این گونه فیلم‌هاست: این فیلم در زمان خود، فیلمی به‌غایت پر هزینه بود باقی بماند که در آخرین لحظه پیش از موعد نمایش‌اش کار تولید آن به پایان رسید. منتقدین آمریکایی که در میان آنان منتقدین معتبر و صاحب نام نشریاتی مثل **نیویورک تایمز** هم بودند، همگی به اتفاق فیلم را به باد حمله گرفتند و آن را فاجعه‌ای عظیم و اتلاف مافوق تصور پول نامیدند. در نتیجه، فیلم را از برنامه نمایش سینماها حذف کردند و با یک تدوین مجدد جهت پخش در آمریکا، آن را به طور عمده به دست قیچی سپردند: معهدا، تعجبی نبود که فیلم به طور مفتضحانه‌ای در گیشه شکست خورد. یک چنین موردی، اعتراض تقریباً به اتفاق و به طور نامعمول تند-روانه منتقدین، مردم را در وضعیتی قرار داد که فیلم را نه به عنوان یک اثر حماسی جدی بلکه به عنوان یک شکست در پروژه‌ای خودخواهانه در نظر بگیرند که باید از آن احتراز کرد.

اما، در عین حال، خود این منتقدین در موضعی قرار داشتند که آن موضع هم تحت شرایط تاریخی بود و همین شرایط به واکنش تند آنان شکل داده بود. نکته ویژه از این لحاظ، موقعیت کارگران فیلم، **مایکل چی می‌نو** بود. **چی می‌نو** به گروه جدیدی از کارگردانان مؤلف در سینمای آمریکا تعلق داشت که خود را هنرمندانی جدی می‌انگاشتند و برای به دست گرفتن کنترل کامل بر فیلم‌هایشان مبارزه می‌کردند. این گروه از فیلمسازان نه تنها اغلب اوقات اعتنای چندانی به برنامه-های تولید و هزینه‌های اضافه بر بودجه مقرر فیلم نداشتند بلکه فیلم‌هایی می‌ساختند که خیلی-

ها در صنعت فیلم آمریکا آنها را متظاهرانه و حتی دشوار از نظر درک تلقی می‌کردند. فیلم‌های این گروه جدید مؤلفین شدیداً تحت تأثیر سینمای هنری اروپا بود و اشارات و ارجاعاتی به فیلم‌های قدیمی و گاه ناشناخته داشت. واکنش انتقادی به فیلم **چی می‌نو** تا حدود زیادی محصول آرزوی قلبی جامعه منتقدین رسمی و عرفی آمریکا بود که مثال عبرتی از این فیلمسازان جوان بسازند و آنها و امثال آنها را هدایت کنند! به این ترتیب، شاید بسیاری از منتقدین در واقع به چیزی بسیار بزرگتر از آن چه که به زعم خودشان، منظور فیلم بود واکنش نشان می‌دادند. بعدها، تماشاگرانی که بخت دیدن فیلم را با تدوین اصلی آن یافتند غالباً از این که چه چیزی موجب انگیزش آن واکنش انتقادی قدرتمندی شد متحیر و متعجب می‌شدند، چون به نظر نمی‌رسید چیزی در مورد خود این فیلم وجود داشته باشد که محکوم کردن آن را به عنوان یکی از بدترین فیلم‌های تاریخ سینما توجیه کند. در واقع، نمایش نسخه اصلی و دست نخورده این فیلم در پاریس، تحسین منتقدین و موفقیت تجاری آن را به دنبال داشت. می‌توان تحلیل‌های بی‌شماری در چارچوب مطالعات دریافت در نزد مخاطب فیلم و در مورد آثار کلیدی، متوسط و حتی نازل سینما منظور داشت که در هر یک با توجه به جایگاه تاریخی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیبا شناختی فیلم‌ها و نتایج آماری و تاریخی به دست آمده از آنها به داده‌های غنی‌تر و عمیق‌تری در مورد مقوله دریافت اثر دست یافت.

گرایش‌های فرقه‌ای، بالا گرفتن تب یک پدیده یا مد، پدیدار شدن انبوه طرفداران و دوستداران یک روند یا پدیده ای نو، آنگاه که به جمع تماشاگران فیلم رسوخ کنند، حتی سازندگان بسیار دوراندیش آن را غافلگیر خواهد کرد. از این رهگذر، مطالعات دریافت فیلم صاحب شاخه مهم بررسی گرایش‌ها و شیفتگی‌های گروهی مخاطبان سینما می‌شود. با این پیش در آمد، اکنون باید چشم اندازی از مبناهای تئوریک دانش و تکنیک بررسی مخاطبان سینما و مقوله دریافت اثر سینمایی به عنوان متن ارائه داد. باید دید این دانش بالنسبه جدید، به چه دستاوردهایی نائل شده، و اهمیت‌ها و ضرورت‌های آن چیستند.

پرسش‌های قدیمی، تئوری‌های جدید:

در ماهیت رابطه فیلم و تماشاگر

رابطه بین فیلم‌ها و تماشاگران‌شان شاید در اساس کلید تئوری فیلم باشد، دلیل‌اش هم این است که این رابطه در ذیل هر عنوان یا موضوع مربوط به تئوری فیلم مورد اشاره قرار می‌گیرد. به هر حال رابطه مذکور در دو شکل اصلی تحلیل بیان می‌شود؛ یکی شکل پژوهش مخاطب (تماشاگر) و دیگری تئوری تماشاگری. پژوهش مخاطب عمدتاً با تعداد و رفتار مردمانی که در برابر متن روی پرده نشسته‌اند سروکار دارد؛ این مردمان از کجا آمده بودند، چند نفر بودند، و به عنوان پی آمد حضورشان چه کردند؟ تماشاگران در این شکل تحلیل، یک مفهوم مورد تجربه‌اند که از طریق ابزار پژوهشی برگرفته از جامعه‌شناسی، آمار انسانی، روان‌شناسی اجتماعی و بازاریابی شناخته یا درک می‌شوند. از سوی دیگر، تئوری تماشاگری نیز با فرضیاتی پیرامون تأثیرات فیلم‌ها بر مردم سروکار دارد، ولی به جای پرسش، آزمایش، و اندازه‌گیری آنان، از دانش تحلیل روانکاوانه برای کاوش در اینکه چگونه یک مبارزه درونی بر سر شکل‌گیری ذهنیت بر

پرده سینما و در روان بینندگان نقش می‌بندد و تحقق می‌پذیرد بهره می‌گیرد. تماشاگر در این شکل تحلیل به صورت یک مفهوم نقش گرفته از طریق روایت فهم می‌شود که می‌توان او را از طریق ترکیب تحلیل متنی و تحلیل فرویدی (در ماهیت نگاه یا چشم‌دوژی (Gaze) شناخت. سه ساحت اصلی برای تعریف و تبیین تماشاگر یا مخاطب سینما وجود دارد که عبارتند از: صنعت فیلم، دولت (حکومت) و نقد. در این مفهوم، تماشاگر موجودی مصنوعی، و مخلوق انواع و اقسام عوامل و واسطه‌هایی است که بر این مصنوع یا مخلوق ساخته خود عمل می‌کنند. به قول جان هارتلی John Hartley انرژی که در پژوهش‌های آکادمیک و تحقیقات صنعت فیلم صرف کندوکاو در مسئله تماشاگران می‌شود گویای چیزی بزرگ‌تر و قدرتمندتر از صرفاً جست‌وجوی داده‌هاست..... جست‌وجو به دنبال معرفت در این باره، در واقع جست‌وجوی چیزی خاص است که عملاً همان معرفت موجودات است.

بسیاری از مباحث مربوط به مخاطب سینما زائیده یا نشانه‌نگرانی است: مثلاً آنان که در سوگ فرهنگ مدنی در آمریکا نشسته‌اند، مسئله افزایش خشونت و تنزل عضویت در انجمن‌های والدین و معلمان را با تماشای بسیار زیاد فیلم مرتبط می‌کنند- این وضع همانقدر امروزه مصداق دارد که در گذشته مصداق داشت، یعنی هنگامی که بنیاد مطالعاتی پین Payne در دهه ۱۹۳۰ آشوبی از لحاظ ارائه نتایج پژوهش‌های علوم اجتماعی ایجاد کرد. این پژوهش‌ها که محور آنها جوانان بود، به انگیزه مسئله "هراس از تصویر" Iconophobia چه از جنبه آکادمیک و چه از جنبه خانوادگی، و این نظر که گروه‌های بزرگی از مردم در فراسوی کنترل حکومت و طبقات حاکم با فرهنگ مردم پسند درگیرند، این نگرانی را ابراز کردند که ممکن است مردم و مشخصاً جوانان گمراه و منحرف شوند. حتی پیش از آن جنجال هم، در اشکال مختلف انتقاد اجتماعی، فیلم‌ها را با قمار و اسب دوانی مربوط می‌کردند. مبنای انتقاد این بود که هنرهای مردم پسند و دارای جنبه-های تجاری برای همیشه زندگی منظم و بسامان شهری را مورد تهدید قرار داده است. اما از سوی دیگر، طرفداران رفرم اجتماعی به سینما به عنوان عرصه‌ای بالقوه جهت تعالی اخلاق می‌نگریستند، آنها معتقد بودند که ممکن است فیلم‌ها بتوانند جوانان را به جنون بکشانند، اما از آن طرف می‌توانند حس مسئولیت اجتماعی را در آنها برانگیزانند. (بروس آستین و جیمز و بستر).

بنابراین، نخستین پژوهش‌ها در زمینه مخاطبان سینما به انگیزه چنان نگرانی‌هایی، یعنی نگرانی‌ها درباره عواقب محبوبیت فوق‌العاده این رسانه- به ویژه در میان کودکان و نوجوانان- صورت گرفت. اهمیت سینما به عنوان یک منبع فرهنگی نخستین بار توسط امیلی آلتن لو در اثرش به نام درباره جامعه شناسی سینما (۱۹۱۴) مورد بحث قرار گرفت. آلتن لو معتقد بود که سینما به عنوان یک فضای اجتماعی برای تجربیات و اشکال ارتباطی، که تا حدود زیادی از سایر حیطه‌های اجتماعی منفک است، عمل می‌کند. توانایی بالقوه سینما در نفوذ بر توده‌ها محور مهم-ترین پژوهش‌های انجام شده درباره تئوری‌های مربوط به فیلم- که منظور همان فیلم به عنوان یک شکل متنی، مثل تئوری فیلم در دوران شوروی است- بود. اما یکی از پرنفوذترین پروژه‌های پژوهش تجربی درباره تماشاگران سینما از آن همان بنیاد مطالعاتی پین در سال ۱۹۲۸ بود. پژوهش در تماشاگران سینما، خارج از محافل آکادمیک و به صورت پژوهش‌های انتفاعی، در طول سال‌های دهه‌های ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ به ظهور رسید. در انگلستان و در طول این دو دهه، انواع

مخاطب فیلم...

مطالعات در مورد مخاطبان سینما انجام گرفت که محور آنها عمدتاً بررسی گروه‌های انتخابی نمونه از میان تماشاگران سینما بود. (مثل، پروژه بررسی فراگیر تماشاگران سینما در سال ۱۹۳۷-). از سال‌های دهه ۱۹۵۰ به بعد، تلویزیون نقش سینما به عنوان منبع اصلی سرگرمی مردم پسند را به خود اختصاص داد، و در نتیجه، تلویزیون به صورت موضوع مورد مطالعه‌ای بسیار شبیه آن چه که قبلاً در مورد سینما دیده می‌شد درآمد: حالا علمای علوم اجتماعی توجه خود را به سینما و اثرات آن از دست داده بودند.

هنگامی که مطالعات سینمایی در سال‌های دهه ۱۹۶۰ به صورت یک رشته آکادمیک تثبیت شد، پژوهش‌های انجام شده در آن صرفاً از نوع پژوهش‌های زیبایی‌شناختی بود و به پژوهش و بررسی فیلم به عنوان متن از یک سو، و مطالعه در باب مؤلفین سینما از سوی دیگر، اختصاص داشت پژوهش‌های جامعه‌شناختی درباره تماشاگران سینما اصلاً نامربوط قلمداد می‌شد. مخاطب یا تماشاگر سینما بار دیگر در سال‌های دهه ۱۹۷۰ در صحنه تئوری فیلم ظاهر شد، اما این بار مخاطب سینما نه لزوماً در بستر تئوری متن یا تئوری مؤلف، بلکه در بستر تحلیل‌های نشانه‌شناسی و بعداً در تحلیل‌های روانکاوانه پدیدار شد. بیننده در این تحلیل‌ها همچنان به صورت یک پدیده انتزاعی، یا به صورت بیننده مورد اشاره در متن (اثر) یا بیننده آرمانی باقی ماند. مطالعات مبتنی بر تجربه در مورد تماشاگران واقعی یا عین یک بار دیگر دو مضمون مطالعات

قوم‌نگاری در فرهنگ معاصر که تحت رهبری مکتب بیرمنگام انجام می‌پذیرفت بازایی شد. سال‌های دو دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ موج تازه‌ای از توجه به موضوع تماشاگران فیلم را با خود آورد. حالا دیگر دیدگاه‌ها نسبت به آن دیدگاه منحصر به فرد، کلی‌گرا و یکنواخت که مخاطب سینما را موضوع ماشین و ابزار پیچیده سینما می‌دید تغییر کرده و به دیدگاه‌هایی متفاوت و متنوع تبدیل شده بود. حالا بحث و مناظره در این باره ابعاد بزرگ‌تری یافته و مخاطب به عنوان بیننده حیطة بسیار مهمی از تحقیقات و بررسی‌ها را در



اختیار گرفته بود. در این مورد چندین خط فکری قابل تشخیص بود: در انگلستان این رهیافت با مطالعات فرهنگی قرین بوده است: در فرانسه (و تا حدودی نیز در ایالات متحده)، مخاطب به عنوان بیننده با اصطلاح پراگماتیگز Pragmatics، یعنی کاربردشناسی آن چه که به "زبان سینما"

معروف است همراه بوده، و گاه خود را به عنوان امتداد روان- نشانه‌شناسی متز ch. Mets شناسانده است؛ در ایالات متحده، شناخت‌شناسی و کاربردشناسی بدل نشانه‌شناسی متز بوده- اند، با توجه به اینکه در نشانه‌شناسی متز بیننده به شکل تجربی، به عنوان یک وجود منطقی و مستقل که از وضع ذهنی و چارچوب‌های کلی تبعیت می‌کند مورد مطالعه قرار می‌گیرد. با این نیم نگاه به تاریخ پژوهش‌های تماشاگر - محور در سینما، مسلم است که این گونه پژوهش‌ها عرصه‌ای تماماً نو در پژوهش نیست. اما احساس ضرورت برای یافتن چشم اندازهای جدید همچنان به اعتبار خود باقی است.

به جز اشارات اندک و پراکنده در مورد تماشاگران تاریخی سینما - تماشاگران نخستین فیلم- های لومیر یا تماشاگران نخستین آثار سینمای ناطق و چند اشاره دیگر چنین به نظر می‌رسد که تاریخ سینما به گونه‌ای نوشته شده که گویی فیلم‌ها اصلاً تماشاگر نداشته یا فیلم‌ها را همه به طریقی یکسان دیده‌اند یا اگر دیده شده‌اند و هرکسی آنها را دیده، به حال تاریخ سینما از تاریخ میلیارد‌ها مردمی که عملاً از سال ۱۸۹۴ فیلم‌ها را دیده یا دریافت می‌کرده‌اند متمایز و مرجح است.

در سال ۱۹۹۰ رابرت. سی. آلن از اینکه مقوله مخاطب فیلم‌چقدر کم در برنامه‌های درسی رشته سینما و پژوهش‌های تاریخی مربوطه بازتاب یافته در شگفت بود. این خلاء پژوهشی اکنون تا حدودی پر شده است. آثار پژوهشی مهمی درباره تماشاگر تاریخی (غالباً اولیه) سینما در همین دهه گذشته، و به‌ویژه در ایالات متحده و بریتانیا توسط پژوهشگرانی چون استیگر، هنسن و استیسی پدید آمده که بیشتر آنها به شکلی با رهیافت مطالعات فرهنگی مرتبط است. به عنوان مثال، جکی استلسی پژوهش روانکاوانه را با رهیافت مطالعات فرهنگی ترکیب کرده و پرس‌وجوی تحقیقاتی خود را به تماشاگران زن از جنبه ویژگی تاریخی و ملی آنان و با تمرکز خاص بر سال‌های دهه‌های ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰ در بریتانیا اختصاص داده است. خانم استیسی تأکید خود را متوجه محدودیت‌های تحلیل روانکاوانه می‌کند و با ارائه شرحی تاریخی از روابط تماشاگر و ستاره سینما بسیاری از مطلق‌گرایی‌های دانش روانکاوی را به زیر پرسش می‌برد. از سوی دیگر، جنت استیگر به نوعی تاریخ‌نگاری ماتریالیستی از مقوله دریافت فیلم می‌پردازد. اما میریام هنسن دوگانگی بین تماشاگر ساختار گرفته از سوی متن و فرد سینمارو را به چالش می- کشد. او هم بر نیاز به مفهوم سازی یا تصور از تماشاگری به عنوان فرآیندی که واسطه بین دو سطح است تأکید می‌کند، از نظر خانم هنسن تماشاگر یک طرف سوم در رابطه فیلم و تماشاگر است که بعد از اجتماعی و تجربیاتی دریافتی سینمایی جمعی را تشکیل می‌دهد.

درعین حال، ویلیام اوریکیو و رابرت پی یرسون باز هم رهیافت دیگری در برابر تماشاگران اولیه سینما اتخاذ کرده و تأکیدشان را بر ساخت‌های استنتاجی تماشاگران که خود دوره تاریخی مورد نظر آنها را به وجود آورده می‌گذرانند. از این لحاظ، به ویژه ساخت‌هایی از تماشاگران که به نحوی باهم در رقابت‌اند، مثل روحانیون کلیسا، صنعت فیلم، رفرمیست‌های پیشرو، و حرفه‌ای- ها بیشتر مد نظر بوده‌اند. در مطالعات مربوط به سینمای اروپا، کار بر روی مسئله تماشاگران سینما همچنان توسعه نیافته و بیشتر "محلی" باقی مانده است.

مخاطب فیلم...

تماشاگران معاصر

کار پژوهشی در خصوص تماشاگران سینما و در محدوده مطالعات سینمایی هنوز هم عمدتاً کاری در زمینه تاریخ است، در واقع به تماشاگران معاصر یا امروزمین سینما توجه بسیار کمی ابراز می‌شود. تنها تعداد بالنسبه اندکی از این مطالعات به تماشاگر واقعی (نه تماشاگر انتزاعی) فیلم-های امروز نظر دارد. دانشگاهیان و پژوهشگرانی که در محدوده رسانه‌ها و مطالعات سینمایی کار می‌کنند و در عمل به پژوهش در مقوله تماشاگران معاصر سینما می‌پردازند از پس زمینه‌های گوناگون وارد این حیطه شده‌اند. در محدوده ارتباطات فراگیر، با فیلم به عنوان یکی از وجوه فرهنگ فراگیر و هنر فراگیر، یا به عنوان نوعی فرهنگ رسانه‌ای برخورد کرده‌اند (در این مورد می‌توان به پژوهش جاری آستین مراجعه کرد). جامعه شناسان سینما رفتن را بیشتر به مثابه یک فعالیت اجتماعی می‌بینند تا موقعیتی برای دیدن فیلم‌هایی خاص، چنان که دیدن یک فیلم بد می‌تواند به همان اندازه دیدن فیلم خوب رضایت‌بخش باشد. سینما رفتن از دید جامعه شناسان به مثابه مجموعه‌ای از تجربه‌های ریشه گرفته در جریان زندگی مردم است نه تجربه‌ای زیبا شناختی (داچرتی و دیگران).

بروس آستین در کتاب شناسی و مجموعه کتاب‌های خود به نام پژوهش‌های جاری در زمینه سینما مجموعه عظیمی از پژوهش‌های علوم اجتماعی تجربی را با رهیافت‌های روان‌شناختی، بازاریابی، کاربردهای مشخص، و رهیافت با مبنای ارضاء کنندگی، گردآورده است. این پژوهش‌ها روش‌های معمول علوم اجتماعی کمی، مثل پیمایش و تجربه را به کار گرفته‌اند.

یک رهیافت مبتنی بر مطالعات فرهنگی برخلاف این علوم اجتماعی تحصيلی (یا همان پوزیتیویست) می‌تواند شاخص‌طریقی در شکافتن پرده آهنین حائل بین مطالعات سینمایی و مطالعات تلویزیونی/رسانه‌های گروهی باشد، و در حقیقت همین کار را از چندی پیش انجام داده است (مثل اثر استیسی به نام خیال‌پردازی). در این جا متدهای کار کیفی و/یا قومی شناختی است.

بوردول و کارول از جمله اندیشمندان مهم در نوع رهیافت شناختاری‌اند که در سال‌های دهه ۱۹۸۰ وارد پیش زمینه این گونه مطالعات شدند و از آن زمان تاکنون به یکی از بزرگ‌ترین بحث‌ها و مناظرات نظری در مطالعات سینمایی اخیر، که همان رهیافت شناختار درمقابل رهیافت روان‌تحلیلی باشد، توان و شکوفایی بخشیده‌اند.

این مؤلفین مطالعات سینمایی بیننده فیلم را در مقام وجودی مستقل، خود گردان و منطقی که از وضع ذهنی و چارچوب‌های کلی پیروی



می‌کند مورد تحلیل قرار می‌دهند.

و سرانجام اینکه، یک نیروی محرکه مهم برای پژوهش تماشاگر، صنعت فیلم است، که همیشه توجهی مشتاقانه به تماشاگران سینما داشته، و حاصل این توجه پژوهش‌های بازاریابی در

امر بازرگانی فیلم بوده است.

محققان مختلف در مورد دلایل نبود توجه به مقوله تماشاگر معاصر در مطالعات سینمایی گمانه‌زنی کرده‌اند. به گمان استادلر توجه به فلسفه اومانیستی، ظهور نخستین تئوری‌های فیلم به عنوان شاخه‌ای از زیبایی‌شناسی قرن نوزدهم، تثبیت فیلم‌روایی/داستانی به عنوان مدل یا پارادایم غالب چه در تولید فیلم و چه در تئوری آن، و نیز مؤلف‌گرا، در جمله آن عوامل مؤثر و کارساز در پدید آمدن چنان عدم توجهی بوده است. از نظر استیسی، محوریت تحلیل روانکاوانه، که به تجربه تحلیل متن، یعنی تجربه روش شناختی غالب، مربوط می‌شود خود یک دلیل در حاشیه رفتن نسبی پژوهش در مقوله تماشاگر است. افزون بر این، دلایل عملی و پرسش‌های سیاسی در باب روابط قدرت بین پژوهشگر و تماشاگر سینما را نیز باید ذکر کرد.

مطالعات فمینیستی سینما همچنان در مورد تجربه‌گرایی این قبیل مطالعات در شک و تردید به سر می‌برد. این امر منجر به گونه‌ای بی‌اعتنایی خام دستانه نسبت به حضور زنان در میان تماشاگران سینما شده است، گویی که هرگونه پژوهشی پیرامون سینماورها باید لزوماً درگیر و بند منفی تجربه‌گرایی بیفتد (اصطلاح تجربه‌گرایی یا گرایش به اصالت تجربه empiricism غالباً به طور سردستی برای رد برخی از طبقه بندهای پژوهش مثل همین مطالعات در باب تماشاگر سینما به کار رفته است). به نظر استیسی، منبع این نوع مطالعه، یعنی تماشاگران سینما را طوری دیده‌اند که این گونه پژوهش را به عنوان پژوهش تجربی تعریف کند، حال چه پژوهشگر در محدوده این شناخت‌شناسی کار بکند یا نکند. آن چه در این خط استدلال تجربی شمرده می‌شود بیشتر معادل تجزیه‌گراست و با همین عنوان هم آن را رد می‌کنند. برخی از پژوهشگران علوم ارتباطات همچون آستین به عوامل دیگری، همچون اشاعه و پذیرش سریع و گسترده تلویزیون، که همه‌توجهات احتمالاً معطوف به فیلم را دزدیده است، اشاره می‌کنند. به طور کلی، پژوهش‌های مربوط به مخاطب سینما که در محدوده صنعت فیلم انجام گرفته، همچنان اسلوب و صورت غالب تحلیل تماشاگر در مطالعات سینمایی است و فواید احتمالی مطالعات فرهنگی به ویژه از لحاظ قوم‌نگاری، هنوز کشف نشده است. در حالی که نیاز به اکتشاف این فواید حس می‌شود.

استیسی و مارتین بارکر معتقدند که دلایل کافی برای رویکردی با قید فوریت به مطالعه و بررسی تماشاگران سینما وجود دارد. یک دلیل برای چنین رویکردی ارائه‌وزنه متقابل انتقادی در برابر صنعت فیلم است که از پژوهش تماشاگر به انواع و اقسام روش‌های استراتژیکی و تاکتیکی استفاده می‌کند تا تولید را پیش‌برد و استراتژی‌های تبلیغاتی خود را معین کند. دلیل دوم این است که باید موازنه‌ای در برابر ادعاهای شایع در افکار عمومی نسبت به آن چه که "خطرات" سینما نام گرفته به وجود آورد. و دلیل سوم، معترف شدن به این حقیقت است که تمامی پژوهش‌های آکادمیک درباره تماشاگران سینما و کلی‌تر از آن تجربه‌ها و کارهای فرهنگی - حاوی گمانه‌زنی‌هایی درباره مخاطبان "ضمنی" است. گذشته از این، مطالعات مربوط به تماشاگران سینما می‌تواند چشم‌اندازهای تازه‌ای برای تحلیل بحث‌های ساختاری، همچون بحث بنیادین در باب موقعیت سینمای یک قاره یا حوزه جغرافیایی و مخاطبانانش، (مثلاً، سینمای اروپا و تماشاگران آن) بگشاید.

مخاطب فیلم...

در عین حال، این خطر هم وجود دارد که رهیافت مذکور به تفکری انتزاعی از تئوری‌های پیشین منتهی شود. کرافتون در اشاره به این خطر می‌گوید که می‌توان پیوستاری را در نظر گرفت که فرد تاریخی خریدار بلیت سینما را در یک طرف، و تماشاگر به عنوان یک پدیده‌ی انتزاعی فراگیر را در طرف دیگر قرار می‌دهد. فرد بیننده تماشاگر خواهد بود و سینما رو تاریخی مخاطب، اصطلاح نخست عینی یا متعین و اصطلاح دوم انتزاعی است. با این گفته کرافتون می‌توانیم این دوگانگی یا دو ارزشی‌اشتباهی و مسئله ساز را رفع کنیم و راه رفع این دو ارزشی مقاومت در برابر در نظر گرفتن تماشاگران سینما به عنوان انتزاعات کلی یا فراگیر است.

تماشاگران فیلم در مطالعات تلویزیونی

در مطالعات تلویزیونی حجم وسیعی از ادبیات این رشته که بر مبنای رهیافت‌های نظری متفاوت قرار دارند به مقوله تماشاگران تلویزیون و ویدئو اختصاص یافته است (مثل، اثر پژوهشی مورلی، تلویزیون، مخاطبان و مطالعات فرهنگی). در این جا به ویژه باید از سهمی که این مطالعات در پژوهش‌های مربوط به تماشاگران فیلم دارد یاد کرد، چرا که مطالعات مربوط به تماشاگران سینما هنوز خیلی چیزها را باید از مطالعات تلویزیونی بیاموزد. مطالعات تلویزیونی، در سطحی روش شناختی در طول دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ امکانات پژوهش تجربی کیفی در پیرامون مخاطبان را به طور کامل کاویده یا کشف کرده است. با در نظر داشتن یک چنین حجمی از نظرات کارشناسانه درباره روشی که غالباً از طریق آزمون و خطا حاصل آمده و تحولاتی را پشت سر گذاشته، پژوهشگران درگیری در مطالعه تماشاگران سینما می‌توانند از گام گذاشتن در همان مشکلات و دام‌هایی که مطالعات تلویزیونی آنها را تجربه کرده بر حذر باشند و انگیزه کافی برای کار گرفت انحصاراً بینش‌های عالی و تکامل یافته در رشته مطالعاتی خود کسب کنند. مطالعات تلویزیونی به عنوان رهیافت خود حائز اهمیت بسیار است، با توجه به اینکه مشاهده فیلم دیگر عمدتاً یک تجربه "سینما رو" نیست. در جایی که سینما رفتن در بسیاری از نقاط دنیا سیر نزولی پیموده، روند مشاهده فیلم عملاً چنین نبوده و سیر آن احتمالاً از همیشه صعودی‌تر بوده است. هم چنان که الساسر Elsaesser خاطر نشان می‌کند، به نظر می‌رسد سینما در عرض بیست سال گذشته دچار از دست دادن استقلال و خود مختاری بوده و در طول این مدت تلویزیون به فرهنگ فیلم نوعی اکسیژن داده که همان (اکسیژن) موجب تغییر طبیعت‌اش شده است. فیلم هم اکنون در زمینه‌ها و مضامین گوناگونی مصرف می‌شود: در سینما، در تلویزیون در ویدئو و دی.وی.دی، بر صفحه نمایشگر رایانه، و نظایر آنها. بر اهمیت مضمون مصرف فیلم باید تأکید شود: تماشاگر فیلم در "کاخ‌های سینما" یا در اتاق نشیمن و در مضمون خانگی اصلاً تجربه‌های مشابهی نیستند. تعامل بین این رسانه‌ها وقتی جالب‌تر می‌شود که ما در تجربه فیلم‌ها بر اساس مبدأ آنها (اروپا در مقابل آمریکا) با تفاوت‌ها درگیر شویم، زیرا اصولاً فیلم‌های داستانی آمریکایی، اعم از سینمایی یا سریال، در تلویزیون‌های اروپا نقشی برجسته دارند. از زمانی که انحصار سکونت فیلم در سالن سینما متوقف شده و فیلم از طریق تلویزیون و ویدئو به خانه‌های مردم راه یافته، سینما به صورت جزئی پیوسته مهم‌تر در زندگی روزمره جوانان جلوه کرده است. از آن جا که اکنون فیلم‌ها را خیلی بیشتر از آنکه در سالن سینما می‌بینند از تلویزیون مشاهده و به

صورت ویدئو (نوار، DVD و...) گردآوری می‌کنند، هیچ معنایی ندارد که بین معرفت مربوط به تماشاگران سینما و سایر رسانه‌ها مرزبندی کنیم. این خود دلیلی دیگر است در پاسخ به این پرسش که چرا مطالعات تلویزیونی می‌تواند سهمی اساسی در پژوهش پیرامون تماشاگران معاصر سینما داشته باشد. در این معنا، مفهوم مخاطب سینما یا تماشاگر سینما دیگر مفهومی کاملاً درخور و مناسب نیست. گذشته از این، تماشای ویدئو در نوع خودش که عمل یا تجربه اجتماعی است. مردم با گردآوری و ذخیره کردن ویدئوها و دی.وی.دی‌ها تعریف جدیدی از اصطلاح "سینمادوست" ارائه می‌دهند.

مضمون یا زمینه تماشای تلویزیون (که عمدتاً مضمونی خانگی است) نشان داده که نقشی تعیین‌کننده در معانی ایجاد شده توسط تماشاگران دارد (مورلی، تلویزیون خانوادگی). این استدلال را می‌توان به شکل مفید در ارتباط با سینما و در محدوده مطالعات سینما، که رابطه اجتماعی سینما روی عملاً در آن به فراموشی سپرده شده، مورد تحقیق قرار داد. در واقع مدتی است که نیاز به یک برداشت سینمایی از اثر دیوید مورلی تلویزیون خانوادگی حس می‌شود. مسلم است که پژوهش‌های مربوط به تماشاگر معاصر فیلم با پرسش‌ها و شاخه‌های مطالعاتی به مراتب متعددتری نسبت به مخاطب فیلم (به طور کلی) روبه‌روست. نباید فراموش کرد که مطالعات سینمایی در رشته "تماشاگر فیلم" به دستاوردهای ارزشمندی به ویژه از لحاظ رویکرد مردم‌شناسی و قوم‌نگاری در این رشته دست یافته است. اما پرداختن به این دستاوردها و پرسش‌ها مربوط به آنها، البته مجال دیگری می‌خواهد.