بینندهٔ فیلم

آلن برگالا، ترجمهٔ محمد گذرآبادی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

بینندهٔ فیلم را از زوایای مختلفی می‌توان نگریست. یک راه این است که بینندگان را به عنوان عامه مردم، مخاطبان سینما، یا مخاطبان یک فیلم خاص در نظر بگیریم. به بیان دیگر، بیننده را می‌توان بخشی از یک «جمعیت» (به معنای جامعه‌شناختی آن) تلقی کرد که در یک فعالیت اجتماعی- رفتن به سینما- شرکت می‌کند. این مخاطب (یا جمعیت) را می‌توان از حیث آماری، اقتصادی و جامعه‌شناختی تحلیل کرد. اما چنین رویکردی در مطالعهٔ بینندگان فیلم، در واقع رویکردی است برای مطالعهٔ آن‌ها به منزلهٔ گروه‌های انسانی؛ و ما در این مقاله، به عامهٔ مخاطبان سینما به این معنا، علاقه‌ای نداریم؛ زیرا چنین رویکردهایی عمدتاً از بنیادها و اهداف نظری‌ای سرچشمه می‌گیرد که ارتباط چندانی با دید زیباشناختی‌تر ما ندارد. بی‌شک نمی‌توان کنش و واکنش میان تکامل مخاطبان سینما و تکامل عام زیباشناسی فیلم‌ها را نادیده گرفت. در تحقیقات جدید، علاقهٔ تاریخی به مخاطبان، به طرق مختلف با مطالعات در زمینهٔ دریافت (reception) ترکیب شده است. در حال حاضر، بسیاری از نظریه‌پردازان و تاریخ‌نگاران فمینیست افق‌های جدیدی را در مطالعات مربوطه به زنان و بینندگی (Spectatorship)

می‌گشایند (نظیر کتاب *خانه جایی است که قلب آن جاست*، تدوین‌کننده: کریستین گلدهیل). به علاوه، مطالعات در زمینهٔ سینمای اولیه، همچنان اطلاعات جدیدی را دربارهٔ نخستین بینندگان فیلم فراهم می‌کند که یک نمونهٔ آن شمارهٔ یازده نشریهٔ آیریس، با عنوان «مخاطبان اولیهٔ سینما» (تابستان ۱۹۹۰)، ویراستهٔ دانلد کرافتن است.

کانون توجه ما در این نوشتار رابطهٔ بیننده با فیلم به عنوان یک تجربهٔ فردی، روان‌شناختی و زیباشناختی، یا به عبارتی یک تجربهٔ ذهنی است. به دیگر سخن، موضوع بحث ما نه بینندهٔ آماری که سوژه بیننده (subject - Spectator) است. در دههٔ اخیر دربارهٔ مسألهٔ سوژه ـ بیننده، خاصه از دیدگاه روان‌کاوانه، به وفور بحث شده است، و ما این رویکرد را به اختصار بررسی خواهیم کرد. اما عجالتاً باید شمایی کلی از مباحث و رویکردهایی که پیوند تاریخی با مسألهٔ بینندگی فیلم دارد، ترسیم کنیم.

شرایط توهم بازنمایی

پایان قرن نوزدهم، علاوه بر اختراع سینما شاهد ظهور یک رشتهٔ جدید علمی نیز بود؛ روان‌شناسی تجربی (که نخستین آزمایشگاه آن را ویلهلم وونت به سال ۱۸۷۹ تأسیس کرد.) این رشته در ۱۱۰ سال گذشته گسترش زیادی یافته است. اما می‌توان گفت که دوران پیدایش سینمای صامت و سپس، تکاملش تا مرحلهٔ یک شکل هنریِ مستقل و کامل ـ یا به عبارتی تا دهه‌های ۱۹۱۰ و ۱۹۲۰ ـ همزمان است با ظهور نظریه‌های مهم در زمینهٔ ادراک حسی، خاصه ادراک بصری. بدون توجه به مشهورترین این نظریه‌ها یعنی نظریه گشتالت، نمی‌توان جایگاه دو محققی را شناخت که یکی در سال ۱۹۱۶ و دیگری در آغاز دههٔ ۱۹۳۰ به بررسی پدیدهٔ توهم بازنمایی سینما و شرایط روان‌شناختیِ لازم برای بروز این توهم در بیننده پرداختند: این دو کسی نیستند جز هوگو مانستربرگ و رُدلف آرنهایم.

بی‌شک هوگومانستربرگ اولین نظریه‌پرداز سینما به معنی واقعیِ کلمه است؛ هر چند که تحصیلاتش وی را در ردیف فیلسوفان و روان‌شناسان قرار می‌داد (او یکی از شاگردان وونت بود)، و کتاب‌هایی که در زمینهٔ روان‌شناسی کاربردی نگاشته است عصارهٔ کار اویند. او در کتاب مختصر اما بی‌نهایت دشوارش *فیلم: مطالعه‌ای روان‌شناختی* در وهلهٔ نخست به دریافت بیننده از فیلم یا، دقیق‌تر، روابط میان ماهیت ابزار سینما و، از یک سو، ساختار فیلم‌ها و، از سوی دیگر، مقولات عمدهٔ ذهن بشر (که نمایندهٔ فلسفی آن آرمان‌گرایی آلمانی، به ویژه امانوئل کانت است) علاقه نشان می‌دهد.

یکی از بزرگ‌ترین امتیازهای مانستربرگ این است که ثابت کرد، می‌توان پدیدهٔ تولید حرکت ظاهری را (که برای سینما اهمیت بنیادین دارد) نه بر اساس خاصیت دوامِ دید در شبکیه، بلکه بر اساس یکی از ویژگی‌های مغز (پدیدهٔ فای) توضیح داد. بنابراین، مانستربرگ مبنایی را ـ که البته غالباً به فراموشی سپرده می‌شود ـ برای نظریه‌پردازیِ مدرن در زمینهٔ پدیدهٔ حرکت ادراک شده، به وجود آورد. وی سپس بر اساس چنین توصیفی از پدیدهٔ حرکت به عنوان یکی از ویژگی‌های ذهن بشر، سینما را در کل فرایندی ذهنی یا هنر ذهن تعریف کرد. پس، از دید او سینما هنری بود که از چند فعالیت ذهنی مهم سرچشمه می‌گرفت:

توجه: فیلم نوعی ثبت است و طبق همان فرایندهایی شکل می‌گیرد که ذهن به وسیلهٔ آن‌ها به واقعیت معنا می‌دهد. (مثلاً مانستربرگ نمای درشت یا تأکید زوایای مختلف دوربین را به همین نحو توضیح می‌دهد.)

حافظه و تخیل: این دو فعالیت به اتفاق درک فشردگی یا کش‌آمدن زمان، مفهوم ضرباهنگ، امکان رجوع به گذشته، بازنمایی رؤیاها ـ و ـ به شکلی کلی‌تر، خودِ اختراع تدوین را ممکن می‌سازد.

عاطفه: و بالاخره عاطفه، مرحلهٔ نهایی روان‌شناسی، که به درون خود روایت انتقال یافته است، از دید مانستربرگ پیچیده‌ترین واحد سینمایی است؛ می‌توان آن را بر اساس ساده‌ترین واحدها تحلیل کرد و با این حال معرف درجهٔ پیچیدگی عواطف انسانی است.

بنابراین، سینما در کل از توهم سادهٔ حرکت تا گسترهٔ کامل و پیچیدهٔ عواطف، و با توسل به پدیده‌های روان‌شناسی حتی نظیر توجه و خاطره، ساخته شده است تا ذهن بشر را با تقلید از ساز و کارهای آن، مخاطب قرار دهد. به زبان

روان‌شناسی، فیلم نه بر روی نوار سلولوئید یا پرده ـ بلکه فقط در ذهن ـ که بدان واقعیت می‌بخشد، وجود دارد. صورت‌بندی نظریهٔ اصلی مانستربرگ از این قرار است: «فتوپلی با غلبه بر شکل‌های جهان خارج یعنی فضا، زمان و علیّت، و با منطبق ساختن حوادث با شکل‌های درونی ذهن یعنی توجه، خاطره، تخیل و عاطفه، داستان بشر را برایمان نقل می‌کند.»[1] این سخن بیشتر مبیّن نوعی تلقی از سینماست تا روان‌شناسیِ بیننده؛ اما با وجود این، جایگاه بسیار دقیقی را برای بیننده در نظر می‌گیرد؛ بیننده کسی است که فیلم (لااقل فیلم زیباشناختی) بهترین کارکرد را برای او دارد. از ابتدایی‌ترین مراحل بازتولید حرکت تا پیچیده‌ترین مراحل عواطف و داستان‌گویی، همه چیز ساخته شده است تا کارکرد ذهن بیننده را بازسازی و بازنمایی کند. لذا نقش بیننده تحقق بخشیدن به فیلمی آرمانی و انتزاعی است که تنها برای، و به واسطهٔ بیننده وجود دارد. رودلف آرنهایم در وهلهٔ نخست به عنوان منتقد هنری و متخصص روان‌شناسی ادراک شهرت دارد. آرنهایم بنابر آموزه‌های مکتب گشتالت که با آن ارتباط داشت، بر این واقعیت تأکید می‌کرد که بینایی ما صرفاً به تحریک شبکیه محدود نمی‌شود، بلکه پدیده‌ای است ذهنی که پهنهٔ کاملی از ادراک‌ها، تداعی‌ها و یادسپاری‌ها را شامل می‌شود. پس به نوعی می‌توان گفت که ما بیش از آن چیزی می‌بینیم که چشم‌های‌مان به ما نشان می‌دهند. به عنوان مثال، گرچه اشیا با دور شدن از ما در ظاهر کوچک می‌شوند، اما ذهن ما این کوچک شدن را جبران می‌کند، یا دقیق‌تر بگوییم، آن را بر حسب فاصله تعبیر می‌کند.

بنابراین از دید آرنهایم مسایل اصلی سینما با پدیدهٔ بازتولید مکانیکی (فتوگرافیک) دنیا در ارتباط است. فیلم می‌تواند محرک‌هایی را شبیه به آن‌هایی که اندام‌های حسی ما (مثلاً چشمان‌مان) را متأثر می‌سازند، به طرزی خودکار بازتولید کند؛ اما این کار معجزه‌آسا را بدون اصلاحات فرایندهای ذهنی ما انجام می‌دهد. فیلم با آنچه از نظر مادی قابل مشاهده است، سروکار دارد؛ اما نه آنچه حقیقتاً در گسترهٔ بینایی انسان قرار می‌گیرد.

می‌توان دید که چگونه آرنهایم خود را به جنبش گشتالت متصل می‌کند. او بر این فرض تکیه می‌کند که در ادراک واقعیت، ذهن بشر نه تنها واقعیت را معنا می‌کند، بلکه ویژگی‌های فیزیکی واقعیت را نیز به آن می‌دهد. از این رو، رنگ، شکل، اندازه، تضاد، روشنایی و دیگر خصوصیات اشیا در جهان واقعی، به نوعی، محصول عملکردهای ذهن در طیِ فرایندهای ادراکی ماست. بنابراین، دیدن «یکی از فعالیت‌های خلاقهٔ ذهن است»[2] است.

با این همه، دیدگاه آرنهایم کمی معتدل‌تر از «ذهنگرایی»افراطی مانستربرگ است. در حقیقت، آرنهایم، هم ادراک حسی و هم هنر را متکی بر توانایی‌های ذهن برای سازماندهی تلقی می‌کند؛ اما جهان را (که موجب ادراک‌های حسی است) به برخی از اشکال سازماندهی، حساس می‌پندارد. گرچه حواس و مغز انسان به دنیا (به ویژه در قالب آثار هنری) شکل می‌دهد؛ اما به زعم آرنهایم ساختارهایی که مغز به دنیا تحمیل می‌کند، در نهایت بازتابی است از ساختارهایی که در طبیعت یافت می‌شوند. این ساختارها شامل شاکله‌های کلی نظیر اوج و فرود، تسلط و تبعیت، هماهنگی و ناهماهنگی و غیره می‌شود.

به رغم تکامل روان‌شناسی از دههٔ ۱۹۲۰ تاکنون، این نظریه‌ها (که در این‌جا به اختصار معرفی شدند) امروزه به هیچ وجه کهنه و منسوخ نیستند؛ بلکه حتی در آثار ژان میتری و برخی از نوشته‌های اولیهٔ کریستین متز تا حدی احیا و به روز شده‌اند. ضعف‌های آشکار این نظریه‌ها خاصه در گزینش‌های محدود زیباشناختی که مجاز می‌شمارند، بروز می‌کند. مانستربرگ، با آن سلسله مراتبی که برای پدیده‌های روان‌شناختیِ مورد استفاده در سینما قایل می‌شود، از همان ابتدا سینمای قصه‌گوی تجاری را متمایز می‌کند و تمام فیلم‌های مستند، آموزشی و تبلیغاتی را از دایرهٔ بحث خود بیرون می‌نهد. دیدگاه آرنهایم از او هم محدودتر است. آرنهایم احکام ارزشیِ بسیار سخت و حتی تبعیض‌آمیز ارائه می‌کند، خاصه این‌که نظامش باعث می‌شود تا او صرفاً سینمای صامت را بستاید و سینمای ناطق را که نوعی انحطاط و پیشرفتِ مخرب تلقی می‌کند ـ که بنابر نظریهٔ گشتالت موجب تضعیف محدودیت‌های خارجی می‌شود ـ به کلی مردود اعلام کند.

تا آن‌جا که گزینش‌های زیباشناختی یا انتقادی در نظر است، این گونه ارجحیت دادن‌ها بی‌تردید شایان بحث و گفتگوست. اما از سوی دیگر، این ادعاها فقط موجب تضعیف اعتبار کلیِ نظریهٔ ساز و کارهای روان‌شناختی توهم می‌شود ـ ساز و کارهایی که با ورود صدا عمیقاً دگرگون شدند، اما از میان نرفتند. به علاوه، به رغم جذابیت شدید این رویکردها، امروزه آن‌ها را عموماً ویژهٔ دوران «تصویر هنری» سینما تلقی می‌کنند و اغلب در ارتباط با سینمای تجربی احیا و استفاده می‌شوند.

کنش بیننده

پس می‌بینیم که نخستین روان‌شناسان فیلم، تقریباً به شکلی طبیعی، به هنری علاقه‌مند شدند که بسیاری از خصایصش، تشابه نسبی با ویژگی‌های طبیعی ذهن بشر داشتند. این مرحله از تحقیق که از بهت و حیرتی کم و بیش ساده‌دلانه نسبت به تشابه ظاهری سینما و ذهن سرچشمه می‌گرفت، خیلی زود جای خود را به رویکردی داد که هم عملی‌تر بود و هم مفیدتر. این رویکرد جدید را می‌توان این گونه ساده کرد: از آن‌جا که ساز و کارهای درونیِ بازنمایی در سینما، یادآور ساز و کارهای پدیده‌های بنیادین در روان‌شناسی است؛ چرا این شباهت را از زاویهٔ معکوس نگاه نکنیم؟ به عبارت دیگر، چگونه می‌توان با استفاده از بازنمایی سینمایی، موجب بروز عواطف شد؛ یا فیلم چگونه می‌تواند بر بیننده تأثیر بگذارد؟ این مسأله از همان ابتدا، تا حدی ناخودآگاه و تا حدی آگاهانه، در سینما مطرح شد و بر کار همهٔ فیلمسازان بزرگ تأثیر نهاد.

گرچه در نوشته‌های گریفیث هیچ‌گونه نظریه‌پردازی در این باره دیده نمی‌شود، اما می‌توان حدس زد که وی به تأثیر فیلم‌هایش فوق‌العاده حساس بوده است. روشن است که «ترفند نجات در آخرین لحظه» در نقطهٔ اوج فیلم *تولد یک ملت* (۱۹۱۵) (که در واقع بخش بزرگی از قصه را به خود اختصاص می‌دهد) از اضطرابی که با مونتاژ موازی خود در بیننده ایجاد کرده است، کاملاً آگاهانه بهره‌برداری می‌کند تا سبب همدلی با «ناجیان» کوکلوکس کلان شود.

اما گرچه بی‌تردید کارگردانان امریکایی برای اولین بار از

عواطف بیننده به خوبی بهره‌برداری کردند، با این همه در اروپا بود که جنبه‌های نظری کار آن‌ها، حقیقتاً صورت‌بندی شد. با وجود این‌که هالیوود شمار زیادی فیلم‌های کاملاً تبلیغاتی ساخت (علاوه بر *تولد یک ملت* می‌توانیم همه فیلم‌هایی را که برای توجیه و حمایت ایدئولوژیک از ورود ایالات متحده به جنگ جهانی اول به سال ۱۹۱۷ ساخته شدند، در این ردیف قرار دهیم)، این تبلیغات هرگز آن طور که باید و شاید توسط امریکایی‌ها تحلیل نشد. در اروپا، حتی علاقه به تأثیرگذاری بر بینندگان اَشکال بسیار متفاوتی به خود گرفت؛ و استفادهٔ گهگاه از برچسب‌هایی نظیر مکتب‌های امپرسیونیست فرانسوی (فیلمسازان «نخستین موج آوانگارد» نظیر لویی دلوک، ژان اپستین، آبل گانس، و مارسل لربیه) یا اکسپرسیونیست آلمانی، چیزی بیش از

بازی با الفاظ نیست.

بی‌تردید می‌توان در میان این گروه از کارگردانان و منتقدان فرانسوی و آلمانی، نوعی خودآگاهی را تشخیص داد که گهگاه در استفاده از ابزارهای روان‌شناختی در سینما بسیار هوشمندانه عمل می‌کرد. اما نظام‌مندترین شکل تفکر در این باره، دست‌کم در دههٔ ۱۹۲۰، نزد کارگردانان روسی مشاهده می‌شود. این پیشرفت به دو دلیل بود که رابطهٔ تنگاتنگی نیز با هم دارند. نخست، نهادینه شدن سینمای شوروی به عنوان ابزار بیان، ارتباط و نیز، آموزش و تبلیغ که نظارت دولت بر آن روز به روز افزایش می‌یافت (این معنای کاملِ جملهٔ مشهوری است که به لنین نسبت می‌دهند؛ «از میان همهٔ هنرها، سینما برای ما مهم‌ترین است.»)[۳] دوم، تأثیر قاطع تجربیات کولشف در زمینهٔ بیان سینمایی بر قابلیت‌های مونتاژ به عنوان ابزاری برای تحمیل معنایی واحد به توالی تصاویر.[۴]

تجربهٔ مشهور وی عبارت بود از چسباندن نماهای مختلف (میزی مملو از غذا، یک جسد، زنی برهنه و غیره) به نمای درشتی از چهرهٔ بی‌حالت یک بازیگر. نتیجه آن شد که نمای درشت چهرهٔ بازیگر در کنار نماهای مختلف، هر بار معنای تازه‌ای یافت. این آزمایش به «جلوهٔ کولشف» معروف است و غالباً دلیلی فرض می‌شود بر اثبات قدرت زبانی و ترکیبی (یا نحوی) سینما؛ اما علاوه بر آن، اولین باری بود که امکان هدایت واکنش‌های بیننده با استفادهٔ صحیح از مواد سینمایی به خوبی دانسته شد.

با توجه به مباحث نظری و انتقادی دههٔ ۱۹۲۰، کولشف هرگز نتوانست، دست‌کم به طور مستقیم، همهٔ نتایج برداشت خود از مونتاژ را بر فیلم و بینندهٔ آن پیش‌بینی کند. در واقع، یکی از شاگردان او، وسوالود پودوفکین، بود که این پیامدها را برای اولین بار به‌روشنی بیان کرد.

پودوفکین به سال ۱۹۲۶ در مقالهٔ کوتاهی دربارهٔ تکنیک فیلم نوشت:

> در روان‌شناسی قانونی هست که می‌گوید اگر یک احساس موجب بروز حرکتی خاص شود، با تقلید این حرکت می‌توان احساس مربوط به آن را ایجاد کرد... باید درک کنیم که تدوین، در واقع هدایت اجباری و عمدیِ افکار و تداعی‌های ذهنیِ بیننده است. اگر تدوین صرفاً ترکیب بی‌نظم و بی‌هدفی از قطعات مختلف باشد، بیننده چیزی از آن درک (دریافت) نخواهد کرد؛ اما اگر این قطعات بر اساس سیر مشخصی از حوادث یا یک سیر مفهومی درکنار هم چیده شوند، بسته به ضرباهنگ تند یا آرام‌شان، بیننده را هیجان‌زده یا آرام می‌کنند.[۵]

تردیدی نیست که برداشت پودوفکین از قدرت تدوین، ناپخته و ابتدایی است؛ زیرا به شکلی نسبتاً ساده‌انگارانه میان حوادث فیلم و عواطف اولیه، نوعی تناظر، یا حتی تشابه، می‌بیند. پودوفکین، دست‌کم به شکلی جهت‌گیرانه، امکان نوعی محاسبهٔ تحلیلیِ واکنش‌های بیننده را مطرح می‌کند که تا حدودی شبیه به برداشت‌های خشک ایزنشتین جوان از مباحث بازتاب‌شناسی است.

نکته اصلی، همچنان اثبات ایدهٔ تأثیرگذاریِ فیلم بر بیننده است. این ایدهٔ کلی اما نیرومند را، به شیوه‌هایی اندک متفاوت، تمام کارگردانان مهم دههٔ ۱۹۲۰ شوروی دنبال کردند.

در این‌جا به دو نمونه می‌پردازیم. ژیگاورتف (۱۹۲۵):

> «انتخاب واقعیات ثبت شده، لزوم تصمیم‌گیری را به کارگر یا کشاورز تلقین می‌کند.... واقعیاتی که سینماگر ـ شاهدان یا کارگر ـ گزارش‌گران سینما دست‌چین می‌کنند... به دست تدوین‌گران فیلم و بنا بر آموزش‌های حزب، سازماندهی می‌شوند.... ما واقعیاتِ (ریز و درشت) زندگیِ کارگران و دشمنان طبقاتی آن‌ها را که به دقت انتخاب، ثبت و سازماندهی شده‌اند، به سطح خودآگاه کارگران انتقال می‌دهیم.»[۶]

ایزنشتین (۱۹۲۵): «محصول هنری ... در درجهٔ نخست تراکتوری است که بنابر یک موضع‌گیری طبقاتی، بر روی روان بیننده کار می‌کند.»

طبیعتاً این ایده، به رغم قانع‌کننده بودنش، نمی‌تواند کاری را که با بیننده می‌شود، حقیقتاً محاسبه کند؛ به عبارت دیگر، نمی‌تواند به تسلطی واقعی و حساب شده بر شکل فیلم دست یابد. تلاش‌های فراوانی که برای رسیدن به چنین تسلطی انجام شده‌اند، همگی کم و بیش در پی تحقق بخشیدن به ایدهٔ نوعی فهرست از محرک‌های اولیه بوده‌اند

که تأثیرات‌شان قابل پیش‌بینی است. آن‌گاه فیلم، صرفاً باید آن‌ها را به شکلی معقول و منطقی ترکیب کند. این مفهوم، و مفاهیم دیگر، مبنایی شد برای تمام آن نمودارهای دقیق تدوین که طی این دوره توسط ایزنشتین، پودوفکین و دیگران ارائه شدند. پودوفکین نیز تلویحاً بخش بزرگی از آموزش خود را در قالب قواعدی در زمینهٔ بازیگری بر همین ایده بنیاد نهاد؛ قواعدی که به بازیگر توصیه می‌کنند هر حالت را به یک رشته حرکت‌های ساده تجزیه کند تا بتواند با سهولت بیشتری بر آن‌ها تسلط یابد. به همین ترتیب، قوانین کولشف در زمینهٔ میزانسن ـ از کارگردان می‌خواهند که ـ برای مثال، در صورت امکان حرکت‌های درون قاب را با حرکت‌های موازیِ لبه‌های قاب، منطبق کند تا درک آن برای بیننده آسان‌تر شود.

این «قواعد» که گاه بیشتر به عنوان آیین‌نامه ارائه می‌شدند، بی‌تردید بسیار اندک‌اند و امروز تا حدی زیر سؤال. به همین دلیل بهترین فیلمسازان شوروی پیوسته آن‌ها را تغییر می‌دادند و روش‌شان (اگرنه لزوماً نظریه‌شان) را در جهت کارآیی بیشتر فرم، ارتقا می‌بخشیدند. چون در این‌جا امکان تحلیل جزء به جزء کار آنان وجود ندارد، شما را یک بار دیگر به مجموع آثار ایزنشتین در دهه‌های ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ دربارهٔ مفهوم کل سازوار (organic whole) ارجاع می‌دهم. باید به اهمیتی نیز اشاره کرد که پودوفکین، به شکلی عملی‌تر، در سراسر دوران فیلمسازی خود برای کار بر روی زمان، ضرباهنگ و تنش قایل بود، کاری که همواره در راستای به حداکثر رساندن تأثیر عاطفی فیلم بر بیننده بود (برای مثال نگا: سکانس نهایی *مادر* [۱۹۲۶] و *توفان برفراز آسیا* [۱۹۲۹]).

بی‌شک این مرحله از تأمل دربارهٔ بینندهٔ فیلم، در وهلهٔ نخست به دلیل ماهیت مکانیکی نظریه‌های روان‌شناختیِ مرتبط با آن که منجر به بن‌بستی آشکار می‌شوند، هرگز به سرانجام نرسید. با این حال، این مرحله به دلیل گرایش خود به عقلانیت اهمیت خود را حفظ کرده است و شاید به استثنای رویکرد برخاسته از روان‌کاوی که در ادامه بدان خواهیم پرداخت، رقیبی برایش وجود نداشته باشد.

تمام کوشش‌های انجام شده در زمینهٔ هدایت بیننده، مبتنی بر مفهومی از تأثیر بود که از عوامل «تصویری» سرچشمه می‌گرفت و اختراع سینمای ناطق ـ فرمی سینمایی که در آن، دست‌کم در بدو پیدایش خودش، اساس معنا و در نتیجه اساس تأثیر بالقوه از طریق گفتگو تحقق می‌یافت ـ مرگ آن‌ها را تسریع کرد. سرانجام، مسألهٔ تأثیر سینما و شرطی کردن بیننده، گهگاه از دیدگاه‌های بسیار متفاوت انتقادی احیا شد؛ اما در چند دههٔ بعد تعمق دربارهٔ این تأثیر، هر چه بیشتر در حوزه‌های جامعه‌شناسی و / یا نظریه‌های ایدئولوژی صورت گرفت و نه از طریق هرگونه نظریه‌ای دربارهٔ سوژه ـ بیننده به عنوان واکنش‌های عاطفی به محرک‌های فیلم.

بیننده از دیدگاه مؤسسهٔ فیلم‌شناسی

بعد از جنگ جهانی دوم و در اوایل سال ۱۹۴۷ بود که در مؤسسهٔ فیلم‌شناسی، علاقهٔ تازه‌ای به بینندهٔ فیلم پیدا شد. استفاده‌های کاربردی از سینما در طی دههٔ ۱۹۳۰ و دوران جنگ جهانی دوم، تأثیر عاطفی تصاویر سینمایی را به‌ویژه در عرصهٔ تبلیغات ـ نشان داده بود. به گفتهٔ مارک سوریانو، یکی از دبیران گزارش مؤسسه، «تا پیش از مؤسسهٔ فیلم‌شناسی، همهٔ تلاش‌ها منحصر به اثبات یک حقیقت بنیادین بود؛ این‌که نمایش فیلم بر مخاطب تأثیر می‌گذارد. چگونه و چرای آن مطرح نمی‌شد. از این رو، مؤسسهٔ نوبنیاد فیلم‌شناسی به همین «چگونه و چرا» پرداخت.»[۷]

مؤسسهٔ فیلم‌شناسی را ژیلبر کوهن ـ سیت به سال ۱۹۴۷ بنیاد نهاد. وی که یک سال قبل از آن کتاب *رساله در باب اصول فلسفی سینما* را منتشر کرده بود، تلاش کرد تا دانشگاهیان و اعضای جامعهٔ سینما، از جمله کارگردانان، نویسندگان و منتقدان را تحت ریاست Mario Roques (پروفسوری از کالج فرانسه) گردهم آورد.

مؤسسه در تابستان ۱۹۴۷ شروع به انتشار *گزارش جهانی فیلم‌شناسی* کرد و بیست شمارهٔ آن ـ که انتشارش تا پایان دههٔ ۱۹۵۰ ادامه داشت ـ در مجموع مبنایی شد برای نظریه‌های بعدی در زمینهٔ سینما. در اولین شمارهٔ *گزارش جهانی فیلم‌شناسی* تعدادی از مقاله‌ها به مسألهٔ بینندگی اختصاص داشتند؛ از جمله مقالهٔ هنری والون با عنوان «برخی مسایل روانی ـ جسمی مطرح در سینما» و مقالهٔ ژان دپرون به نام

«سینما و همذات‌پنداری» که آشکارا نظریه‌های فروید در زمینهٔ همذات‌پنداری را مطرح می‌کند.

مطالعات مؤسسهٔ فیلم‌شناسی از ابتدا به شرایط روانی ـ جسمیِ ادراک تصاویر سینمایی گرایش داشت. در این مطالعات از روش‌های روان‌شناسی تجربی استفاده شد و برای مشاهدهٔ واکنش‌های بیننده در شرایط مختلف آزمون‌هایی ترتیب یافتند. به عنوان مثال، دکتر اولد فیلد به سال ۱۹۴۸ در مطالعه‌ای تحت عنوان «ادراک بصریِ تصاویر سینما، تلویزیون و رادار» بر آن شد تا مسایل روان‌شناختی ادراک تصاویر سینمایی را با مقایسهٔ آن‌ها با تکامل فن‌آوری رادار توضیح دهد. وی به مسألهٔ «تشابه دقیق» می‌پردازد؛ و با فرض وجود نوعی مقیاس برای تشابه، به ما یادآوری می‌کند که تصویر سینمایی، امری کاملاً فیزیکی و نتیجهٔ انتشار شدت‌های مختلف روشنایی بر روی سطح پرده است. اولد فیلد میزان وفاداری و دقت فتوگرافیک تصویر را بر اساس بافت نقطه‌ها و تغییر رابطهٔ میان کنتراست و جهت تعیین می‌کند. وی به صراحت عنوان می‌کند که تصویر روی پرده، نتیجهٔ یک فراشد روانی و قابل اندازه‌گیری و بررسی کمّی است؛ و این‌که معیارهای دقیق و عینی برای تعیین میزان وفاداری وجود دارد.

این ملاحظات موجب شدند وی نتیجه بگیرد که ادراک بصری صرفاً ثبت منفعلانهٔ یک محرک خارجی نیست؛ بلکه مستلزم فعالیت یک ذهن ادراک‌کننده است. عمل بینندگی شامل فراشدهای سامان‌بخشی است که هدف از آن حفظ یک ادراک متوازن است. به عنوان مثال، ساز و کارهای تثبیت باعث می‌شوند فارغ از فاصلهٔ پرده از بیننده، اندازهٔ ظاهری پرده و اشکال روی آن ثابت باقی بمانند.

وجه دومِ تحقیقات مؤسسهٔ فیلم‌شناسی در زمینهٔ ادراک سینمایی، مطالعهٔ تفاوت ادراک‌ها نزد انواع مختلف مخاطب است. برای مثال، مطالعات متعددی دربارهٔ نحوهٔ ادراک کودکان، مردم بدوی و جوانان ناسازگار صورت گرفت. در این مطالعات غالباً از موج‌نگاری مغز استفاده می‌شد و ادراک‌های بیننده از تصاویر تابانده شده و تحلیل می‌شدند.

این وجه از مطالعهٔ فیلم‌شناسان دربارهٔ بیننده، ما را مستقیماً بر «نشانه‌شناسی» پزشکی سوق می‌دهد. با این همه، اتین سورو فیلسوف مؤسسهٔ فیلم‌شناسی، دست‌کم با توجه به تحولات بعدی آن، شباهت زیادی به دیدگاه‌های مطرح شده در زمینهٔ زیباشناسیِ فیلم و بیننده دارد. وی در مطالعهٔ کلاسیک خود دربارهٔ «ساختار دنیای فیلم و واژگان فیلم‌شناسی» به تعریف سطوح مختلفی می‌پردازد که ـ به گفتهٔ او ـ در ساختار دنیای فیلم وجود دارند. سورو از میان این سطوح یکی را که به «واقعیات بینندگی» مربوط می‌شود، متمایز می‌کند.

به نظر سورو حوزهٔ بینندگی جایی است که عمل ذهنیِ درک دنیای فیلم (diegesis) بنابر اطلاعات ارائه شده بر روی پرده،

تحقق می‌یابد. وی تمام آن عناصر ذهنی را که سازندهٔ شخصیت روانی بیننده‌اند، عناصر بینندگی (یا عناصر مربوط به بیننده) می‌نامد. برای مثال، ادراک زمان فیلم از جنبهٔ زمان واقعی نمایش فیلم، امری عینی و قابل اندازه‌گیری، اما به لحاظ عناصر بینندگی، امری ذهنی است. این عناصر زمانی عمل می‌کنند که بیننده فیلم را کند یا خیلی سریع ارزیابی می‌کند. به علاوه، ممکن است میان دو حوزهٔ زمانی، نوعی گسست به وجود آید. مثلاً اکثر حوادث روی پرده شتاب زیادی پیدا کنند، چه بسا برخی بینندگان از پی‌گیری این ضرباهنگ تند بازمانند و کار منجر به قطع ارتباط شود. در این شرایط، آنان از درک آنچه روی می‌دهد، باز می‌مانند و دچار گیجی و سردرگمی می‌شوند. هنگام استفاده از جلوه‌های ویژه که ساختگی بودنشان ممکن است به باورپذیری‌شان لطمه وارد کند، دقیقاً چنین گسست و قطع ارتباطی روی می‌دهد. ❑

پانوشت‌ها:

1. Münsterberg, The Film: A Psychological Study, p. 74.
2. Rudolf Arnheim, art and Visual Perception, 46.
۳ـ به عقیدهٔ وانس کپلی هرگز ثابت نشده است که این جمله را حقیقتاً لنین گفته است؛ ن.ک:
Lenin and the Soviet Cinema: The Nationalization Decree Reconsidered, *Journal of Film and Video*, 42/2 (Summer 1990): pp 3 - 14.
4. See: Special issue 6 of *Iris*," The kuleshov effect" (1986), edited by Jacques Aumont.
5. Vsevolod Pudorkin, From Film Technique" in: *Film Theory and Critcism*, ed. Mast and cohen, p. 81.
6. Dziga Vertov, *kino - Eye*, trans. Kevin o'Brien, ed. Annette Michelson, pp. 49 - 50.
7. Marc Soriano, Lire, assister, *Revue Interna - tional de Filmologie*, 3 - 4 (october 1948): pp.299 - 304.