

جایگاه تدوین در ویدئوآرت

رسول معرک نژاد

کارشناسی ارشد نقاشی، پژوهشگر

است که نسبت به سینما متفاوت عمل می‌کند.

ویدئوآرتیست خود را مجاز می‌داند از تدوین‌های کلاسیک پارادایم ساختارگرا همانند نظام تدوین پودوفکین یا آیزنشتین یا ترکیبی از آن‌ها را مورد استفاده قرار دهد و هم چنین آن‌ها از دانش‌های نشانه‌شناسی و روان‌شناسی در تدوین بهره ببرد تا بدین ترتیب بتواند ذهن مخاطب را به دلالت‌های پنهان و حتی روابط بینامتنی اثرش نزدیک کند؛ از شیوه تدوین پودوفکین در هدایت روانی مخاطب برای دریافت روایت؛ و از شیوه آیزنشتین برای دریافت مفاهیم اثر و ساخت واقعیت جدید استفاده می‌کند. در اندیشه پودوفکین، فرآیند ادراک اثر با تدوین در ذهن مخاطب به پیش می‌رود و از آن با عنوان «روان‌شناسی تداعی گرا»^[7] یاد می‌کند. وی به سه گونه تدوین اشاره دارد آنچه به تدوین در ویدئوآرت نزدیک است «تدوین نسبی»^[8] است. این نوع تدوین خود بر پنج نوع است و از آن میان نوع «نمادگرایی» و «همزمانی»^[9] آن در تدوین ویدئو کارکرد بیشتری پیدا می‌کند. نوع نمادگرایی به تعبیر آیزنشتین «مونتاژ متفکرانه» است زیرا آیزنشتین بر دریافت خلاقه مخاطب تأکید بیشتری دارد و از اصطلاح «تدوین عاطفی» بهره می‌برد. به عبارتی وی با تکنیک تدوین، می‌خواهد واکنش‌های عاطفی در بیننده ایجاد کند.

به نظر می‌رسد تدوین از منظر نظریه مؤلف به تدوین در ویدئوآرت سازگارتر است. در دوره ساختارگرایی باز و دهه ۱۹۶۰ میلادی اندرو ساریس^[10] اصول نظریه مؤلف را بیان کرد. آن‌گونه که ساختار فیلم بر نیروی کنترل‌کنندگی کارگردان استوار است و دو ویژگی عمده برای آن برمی‌شمرد؛ نخست توان‌مندی در شناخت و درک و کاربرد اصول تکنیکی تا اثر به «بیان‌گری»^[11] نزدیک شود؛ و دوم بهره‌گیری از شیوه‌های تکنیک شخصی و فردی (سبک) هنرمند و آن‌چه در وی درونی شده است که در این صورت توانایی و دانایی هنرمند از رسانه تصویری و جهان‌بینی‌اش در بیان‌گری اثرش مؤثر واقع می‌شود. برای این‌گونه تدوین سه اصل ذکر شده است؛ ۱- توانایی تکنیکی؛ ۲- تمایزگرایی و ۳- معناسازی درونی. البته در سینما و فیلم‌سازی ایرادهایی بر نظریه مؤلف وارد می‌شود از آن جمله اینکه فیلمنامه از شخص دیگری است، بنابراین ایده اثر از آن کارگردان نیست؛ و

این مطلب در حد پاسخ به یک پرسش است: اینکه رابطه ویدئوآرت با تدوین^[1] چگونه است؟ و نمایان کند کدام گونه از تدوین در ویدئوآرت کاربرد دارد و بیشتر اشاره به تدوین پودوفکین^[2]، آیزنشتین^[3] و نظریه مؤلف^[4] دارد.

برای بیان چگونگی تدوین در ویدئوآرت نخست باید به تعریف و کاربرد آن اشاره کرد. ویدئوآرت از هنرهایی است که در پارادایم پساساختارگرا بروز یافت. اثری که در زیر مجموعه هنر مفهومی قرار می‌گیرد و در شکل و فرم و ارائه می‌خواهد مفهوم، اعتراضی و یا طرح سؤالی را نمایش دهد و بسیار اندک هستند آثار ویدئوآرت که فقط به انتقال فرم و بیان زیباشناسانه از جنبه لذت‌جویانه پرداخته باشند. از طرفی ویدئوآرت، هنری است که از تعریف‌پذیری گریزان است و دایم در حال آشنازدایی است. اگرچه از نشانه‌های تصویری، نوشتاری، صوتی و موسیقایی و کلامی بهره می‌برد و به نوعی رسانه تصویری است اما از قرارگیری در هر زیر مجموعه از رسانه‌های تعریف شده مبرا است و به نوعی آنچه نمایش می‌دهد نماینده دلالت‌های پنهان با استفاده از ایجاز، مجاز، استعاره، کنایه، ایهام و ابهام است و این آرایه‌ها را در نوع نقش و کارکرد مستتر دارد. به‌زعم جیمز موناکو^[5] هنر رسانه‌ای در دنیای امروز همانا ویدئوآرت است که همه هنرمندان را وادار می‌کند به آن روی آورند.

ویدئوآرت، رسانه‌ای تصویری است که نماها و صداها در آن دخیل هستند و همین امر وجود تدوین را توجیه می‌کند. از آنجا که کارکرد ویدئوآرت سرگرمی نیست و بیشتر عواطف، اندیشه و احساسات مخاطب را برای انتقال مفهومی که مدنظر دارد از بیان هیجانی و تشویش‌گری تا شاعرانگی تحریک می‌کند، و هم‌چنین با انواع متفاوتی از ویدئوها مواجهیم از ویدئوآرت تک‌کاناله و تجربی تا ویدئو انیمیشن، ویدئو پرفورمنس و ویدئو چیدمان، بنابراین کارکرد تدوین در گزینش اندازه نماها، سرعت نماها، حتی زیباشناسی و کادربندی نیز متفاوت است. ویدئو در هر نوع و با هر اندیشه‌ای ارائه شده باشد در راستای تصویری است که بتواند مخاطبش را به واکنش، تعامل، این‌همانی و هم‌حسی وادارد. چراکه ویدئوآرت نوعی زبان است. به اندیشه کوبیت^[6] ویدئوآرت رسانه‌ای چند لایه

1- Editing

2- Vsevolod I Pudovkin (1893-1953)

3- Sergei M. Eisenstein (1898-1948)

4- Auteur theory

5- Jamea Monaco

6- Sean Cubitt

7- Associationalist Psychology

8- Relational Editing

9- Simultaneity

10- Andrew Sarris

11- Expressive





اعوجاج زمان (۲)، ویدئوپرفورمنس، گالری آپادانا، اصفهان ۱۳۹۱، رسول معرک‌نژاد

می‌دهند. این بیان را می‌توان در حوزه ویدئوآرت با هنرمندان فرم‌گرا و مفهوم‌گرا معادل‌سازی کرد. به‌زعم رابرت استم^{۱۳} نظریه مؤلف برگرفته از مجموعه‌ای تفکرات است که شامل این موارد می‌شوند:

- ۱- نخمه‌گرایی؛
- ۲- تصویرگری و مخالفت با رسانه تصویری؛
- ۳- بیگانه‌سازی سیاسی؛ و
- ۴- واکنش علیه دیدگاه سنتی؛ که همه اینها در تدوین ویدئوآرت منجر به پدیدایی ترکیبی از شیوه‌رمانتیک و برداشت‌های فرمالیستی شده است.

تدوین ویدئوآرت تا حد زیادی با نوع تدوین در فیلم، فیلم کوتاه، فیلم تلویزیونی، آگهی و تیزر تلویزیونی متفاوت است از این لحاظ که در موارد یاد شده، تدوین در راستای روایت خطی، مکانی و زمانی شکل می‌گیرد (البته ویدئوآرت هم می‌تواند این‌گونه باشد اما نه الزاماً)؛ از طرفی ویدئو با آگهی‌های تبلیغاتی و تلویزیونی در جدال است زیرا یکی از مهم‌ترین کارکردهای آگهی‌ها تحمیل، تلقین و ترغیب مخاطب برای خرید و استفاده از کالای مورد نظر است و با آن که ویدئوآرت نیز کارش تلقین اندیشه هنرمند به مخاطب و ترغیب او به تفکر است اما اثر شکل ارائه کالا به خود نمی‌گیرد که بخواهد برای فروش و ارائه جنس به تبلیغ و ارائه دست بزند. از این‌رو اثر ویدئوآرت یک‌جانبه نیست و تا حد زیادی تأویل‌پذیر است. به نوعی این تأویل‌پذیری و تکثر معنایی به چند کانونی شدن اثر منجر می‌شود و تکثر توجه را مدنظر دارد. تدوین و برش نماها و صداها در ویدئوآرت بخشی از یک کنش را نمایش می‌دهند تا مخاطب را وادارد زمان و مکان شخصی و روایت خودش را بازپابد، در این صورت مخاطب بیشتری (و نه فقط عام‌تر) را مدنظر دارد زیرا



اعوجاج زمان (۱)، ویدئوچیدمان، موزه هنرهای معاصر، اصفهان ۱۳۹۰، گالری آپادانا، اصفهان ۱۳۹۱، رسول معرک‌نژاد

از آن‌رو که ساخت فیلم باید در بیشتر مواقع به صورتی باشد که جذب مخاطب کند تا بتواند هزینه‌های مالی و پولی فیلم بازگشت کند نظریه مؤلف به این جنبه اثر بی‌وجه است. اما همین عدم توجه بخشی از ویدئوآرت را به خود اختصاص می‌دهد. از آن‌رو که تا حد زیادی ویدئوآرت به ایده هنرمند وابسته است و در بیشتر مواقع بازگشت مالی مدنظر نیست، بنابراین می‌توان اثر ویدئوآرت را به ویژه در تدوین به نظریه مؤلف نزدیک‌تر دانست اگرچه امروز نیز حامیان مالی برای ساخت ویدئوآرت نقش مهمی دارند اما اثر از ایده تا اجرا و ارائه در اختیار هنرمند است. به اندیشه بیل نیکولز^{۱۲} دو طیف کارگردان در نظریه مؤلف وجود دارند؛ ۱- آنانی که به درونمایه اثر توجه دارند؛ و ۲- آن‌هایی که به میزانشن و سبک توجه نشان

13- Robert Stam

12- Bill Nickols

مخاطب می‌تواند در ارتباط بین‌انسان‌ها، بینارشته‌ای و بینافرهنگی اثر قرار گیرد.

در فرهنگ بصری ویدئوآرت گونه‌ای سرپیچی و طغیان از زیبایی‌شناسی قراردادی تصویر وجود دارد. از آن‌رو که ویدئوآرت همیشه از تعریف گریزان است در وجه تدوین نیز دستخوش چنین تغییری هست اما باید توجه داشت که مهم‌ترین کار تدوین در ویدئوآرت بیان حقیقت پنهانی است که در ذهن مخاطب جاری و ساری می‌شود و برای مدتی -یا مدت‌ها- ذهن وی را درگیر خود می‌کند. زیرا یکی از ویژگی‌های ویدئوآرت تأثیرگذاری است. از طرفی، اثر با دیده شدن از طرف مخاطب تکمیل می‌شود. به عبارتی برداشت ذهنی مخاطب امتداد تدوین ویدئوآرت می‌شود. بنابراین کاربرد تدوین در ویدئوآرت فقط در جابه‌جایی و افکت‌های فاصله‌گذاری نماهای مختلف نیست زیرا گاه یک ویدئوآرت تنها



اعوجاج زمان (۱). ویدئو چیدمان. موزه هنرهای معاصر: اصفهان، ۱۳۹۰، گالری آپادانا، اصفهان ۱۳۹۱، رسول معرک‌نژاد



آب، موزه حمام علیقلی آقا، اصفهان، ۱۳۹۲، پل خواجو، اصفهان، ۱۳۹۳، رسول معرک‌نژاد

یک پلان یا یک نما است که در این‌صورت تدوین در قبل از برداشت تصویری نهفته است و همان ابتدای تصویربرداری تدوین شکل گرفته است. برای نمونه، اولین ویدئوی نام جون پایک^[۱۴] که در سال ۱۹۶۵ میلادی از حضور پاپ در نیویورک تصویربرداری کرد و در همان شب به نمایش گذاشت. ویدئو موجود نمایش زمان واقعی^[۱۵] و بدون تدوین بود.

با تعمیم نظر رابرت استم بر ویدئوآرت، تدوین در ویدئو عملی را در مخاطب ایجاد می‌کند که از آن با عنوان احساسی دیدن/ دیده‌شدن می‌توان نام برد؛ تعاملی میان فقدان و کمال مکمل. در

نهایت ویدئوآرت تمام نظریه‌های رسانه‌ای کلاسیک را درهم می‌ریزد و نظریه‌های تدوین نیز از آن مستثنی نیست. به اندیشه پیتر گریناوی^[۱۶] هنرمند حوزه رسانه و مفهومی برآنچه «ناواقعیت مجازی» است توجه دارد و همان‌گونه که آمد ویدئوآرتیست فارغ از کلیشه‌های رایج؛ و حتی الگوهای خود ویدئو عمل می‌کند. از آن‌رو که «ایده» بخش آغازین ساخت ویدئوآرت است و نقش مهمی در انجام ویدئو دارد، تدوین اولیه در ذهن هنرمند شکل گرفته است. البته حین تصویربرداری و در ادامه با انجام تدوین، این جابه‌جایی در نماها و صداها آن قدر صورت می‌پذیرند و برش می‌خورند تا به نتیجه مطلوب برسند. نتیجه مطلوب برای ویدئوآرتیست آن هنگام است که دریابد اثرش مخاطب را درگیر و دچار می‌کند آن‌چنان که با خارج شدن مخاطب از فضای نمایش ویدئو، اثر هم‌چنان برای مدت‌ها ذهن مخاطب را رها نکند. از آن‌رو که بیشتر ویدئوآرتیست‌ها (و نه همه آن‌ها) آگاهی چندانی از نحوه تدوین کلاسیک و معمول ندارند و حتی اگر این آگاهی وجود داشته باشد سعی در فراموشی آن دارند؛ به گمان من از این منظر ویدئوآرتیست‌ها در تدوین به بیان حسی خود رجوع می‌کنند؛ نوعی واکنش امپرسیونیستی. می‌توان این‌گونه آورد که در ویدئوآرت نوعی سرپیچی از زیبایی‌شناسی قراردادی وجود دارد و بدین ترتیب نسبت به قراردادهای پیشین الگوپذیری بسیار کمتری دارد. از طرفی این رسانه هنری با مسایل اجتماعی-فرهنگی آمیخته است و از آن‌رو فن‌آوری نو، مخاطب و بیننده نو

نیز می‌سازد. ■

منابع

- ۱- استم، رابرت؛ مقدمه‌ای بر نظریه فیلم؛ گروه مترجمان؛ انتشارات سوره مهر؛ تهران، ۱۳۸۳.
- ۲- آندرو، دالدی؛ تئوری‌های اساسی فیلم؛ مسعود مدنی؛ انتشارات رهروان پویش؛ تهران، ۱۳۸۷.
- ۳- توماس، ساری (زیر نظر)؛ فیلم و فرهنگ، سینما و بیستر اجتماعی آن؛ مجید اختر؛ انتشارات سمت، تهران، ۱۳۸۳.
- ۴- تیودور، اندرو؛ تئوری‌های سینما؛ رحیم قاسمیان؛ انتشارات سروش؛ تهران، ۱۳۷۵.
- ۵- راش، مایکل؛ رسانه‌های نوین در هنر قرن بیستم؛ بیتا روشنی؛ نشر نظر؛ تهران، ۱۳۸۹.
- ۶- رایتمس، کارل و گوین میلار؛ فن تدوین فیلم؛ وازریک درساهاکیان؛ انتشارات سروش؛ تهران، ۱۳۸۹.
- ۷- کالکر، رابرت؛ فیلم، فرم و فرهنگ؛ بابک تبرایی؛ انتشارات بنیاد سینمایی فارابی؛ تهران، ۱۳۸۴.
- ۸- کوپیت، شون؛ رسانه‌های ویدئویی به مثابه هنر و فرهنگ؛ مهوش تابش؛ انتشارات ایثارگران؛ تهران، ۱۳۷۷.
- ۹- کیسبی، یو. آلی؛ درک فیلم؛ بهمن طاهری؛ نشر چشمه؛ تهران، ۱۳۷۳.
- ۱۰- موناکو، جیمز؛ چگونه درک فیلم؛ حمید احمدی لاری؛ انتشارات بنیاد سینمایی فارابی؛ تهران، ۱۳۷۱.
- ۱۱- نیکولز، بیل؛ ساخت گزینی. نشانه‌شناسی، سینما؛ علاءالدین طباطبایی؛ انتشارات هرمس؛ تهران، ۱۳۷۸.
- ۱۲- وولن، پیتر؛ نشانه‌ها و معنا در سینما، عبدالله تربیت و بهمن طاهری؛ انتشارات سروش؛ تهران، ۱۳۶۹.

14- Nam June Paik

15- Real Time

16- Peter Greenaway

