

Το ενεργητικό κοινό: η ιδιότητα του θεατή, οι κοινωνικές σχέσεις και η εμπειρία του κινηματογράφου στην Ινδία¹

Η Ινδία είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός ταινιών στον κόσμο. Εκτιμάται ότι περίπου 800-1.000 ταινίες παράγονται κάθε χρόνο στην Ινδία σε σύγκριση με το Χόλιγουντ, το οποίο παράγει τις μισές (Sridhar & Mattoo, 1997). Ο ινδικός κινηματογράφος υφίσταται από το 1913, χρονιά που οι περισσότερες αναδρομικές προβολές εντοπίζουν τις πρώτες ινδικές ταινίες, τα μυθολογικά φιλμ του Phalke [σ.τ.ε.: Ο Dadasaheb Phalke (1870-1944) θεωρείται ο πατέρας του ινδικού κινηματογράφου]*. Παρά όμως το πρώιμο ξεκίνημά του, την πρωτοφανή παραγωγικότητα και τη συνεχή του επιτυχία, ο κινηματογράφος στην Ινδία απέκτησε την ιδιότητα της «βιομηχανίας» από την κυβέρνηση μόλις το 1998-99. Συνεπώς, για να περιγράψουμε αυτό το ετερογενές σώμα των επιχειρηματιών και των καλλιτεχνών είναι πιο σωστό να αναφερόμαστε στην ινδική επιχείρηση του κινηματογράφου. Αντίθετα από το Χόλιγουντ, η επιχείρηση του κινηματογράφου στην Ινδία είναι αποκεντρωμένη. Η Βομβάη, ή, όπως είναι ευρύτερα γνωστό, το Μπόλιγουντ (Bollywood), παράγει ταινίες στη γλώσσα Χίντι, οι οποίες είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς στην Ινδία αλλά και στο εξωτερικό. Η κινηματογραφική βιομηχανία της Βομβάης είναι πιο ευρέως γνωστή, αλλά και η Βεγγάλη, οι νότιες περιοχές της, η Karnataka, η Andhra Pradesh, η Tamil Nadu και η Kerala, παράγουν η καθεμία ταινίες στις τοπικές γλώσσες. Αυτές οι τοπικές παραγωγές ταινίες παρακολουθούνται φανατικά εντός των χωρικών και γλωσσικών συνόρων τους και έχουν πιο περιορισμένη αγορά σε εθνικό και διεθνές επίπεδο (σ.τ.ε.: στην Ινδία, εκτός από τις ταινίες στη γλώσσα Χίντι, γυρίζονται ταινίες και στις γλώσσες Ταμίλ, Μαλαγιάλα, Μαράτι, Μπενγκάλι, Τελούγκου, Κανάντα, Κονκάνι, Τούλου). Ο κινηματογράφος της Βομβάης πάντα έβρισκε αγορά στο εξωτερικό και οι ταινίες εξάγονται στην πρώην Σοβιετική

Η Lakshimi Srinivas είναι μεταδιδασκατορική ερευνήτρια και Λέκτορας της Κοινωνιολογίας στο Brandeis University. Τα ενδιαφέροντά της περιλαμβάνουν: Μέσα Επικοινωνίας και Μαζική Κουλτούρα, Λαϊκό Κινηματογράφο, Πολιτισμική Παγκοσμιοποίηση και Υπερεθνική Μετανάστευση.

* (Σημείωμα του επιμελητή). Οι ταινίες που έχουν παιχτεί στο ελληνικό εμπορικό κύκλωμα ή στην τηλεόραση εμφανίζονται με τον ελληνικό τίτλο τους και σε παρένθεση με τον πρωτότυπο. Αναφέρεται, επίσης, ο σκηνοθέτης και το έτος διανομής της ταινίας στο εμπορικό κύκλωμα. Σε αντίθετη περίπτωση, ιδιαίτερα σε ο.τι αφορά τις ινδικές ταινίες, terra incognita τόσο για τον δυτικό θεατή όσο και για τον μελετητή του κινηματογράφου, παρατίθεται ο πρωτότυπος τίτλος και εντός παρένθεσης η μετάφραση, όπου αυτό είναι δυνατόν, ο σκηνοθέτης και το έτος διανομής. Όπου υπάρχει μέσα στο κείμενο ιδιαίτερη επεξήγηση εντός παρένθεσης αναφέρεται ως σ.τ.ε.

Ένωση, στη Μέση Ανατολή, σε περιοχές της Αφρικής, στη Νοτιοανατολική Ασία, τη Μεσόγειο, την Καραϊβική και οπουδήποτε υπάρχουν ινδοί μετανάστες, στη Β. Αμερική, την Αυστραλία, το Χονγκ Κονγκ και το Ηνωμένο Βασίλειο. Πρόσφατα η αγορά στο εξωτερικό έχει επεκταθεί και οι ταινίες αναζητούν θεατές της διασποράς.

Οι κινηματογραφικές σπουδές στην Ινδία, στη βάση μιας δυτικής προκατάληψης, δεν φαίνεται να έχουν κάνει κάποια πρόοδο πέρα από μια υπόθεση περί αναπαράστασης της κοινωνικής πραγματικότητας και έρευνα των όποιων επιδράσεων. Διάφορες μελέτες στις ίδιες τις ταινίες αναλύουν το περιεχόμενο αναφορικά με τα ιδεολογικά μηνύματά του· άλλες μελετούν την ταινία ως μύθο. Υπάρχουν άπειρες εργασίες σχετικά με τους σκηνοθέτες, τους πρωταγωνιστές καθώς και αναδρομικές προβολές ταινιών. Οι πιο κοινωνιολογικά προσανατολισμένες μελέτες έχουν εξετάσει τις ταινίες είτε ως αντανάκλαση της κοινωνίας και της κοινωνικής αλλαγής, είτε ως μορφές έκφρασης ταυτότητας. Το κοινό δεν παρουσιάζεται σε αυτές τις μελέτες, αλλά υποβιβάζεται σε απλές αθροιστικές μεταβλητές τάξης ή φύλου. Οι ινδικές κινηματογραφικές σπουδές έχουν παραβλέψει την εμφανή και σφύζουσα κουλτούρα της υποδοχής έντονα διακριτής στον κινηματογράφο στην Ινδία. Μέχρι σήμερα καμία μελέτη δεν έχει εξερευνήσει την υποδοχή του κινηματογράφου όπως εκτυλίσσεται στους δημόσιους χώρους. Αγνοώντας το συμμετοχικό κοινό, οι σπουδές κινηματογράφου στην Ινδία δεν προσφέρουν μια ισορροπημένη εικόνα του ινδικού κινηματογράφου. Οι αναλύσεις που δεν λαμβάνουν υπόψη τους τα κοινωνικά και πολιτισμικά πλαίσια εντός των οποίων «καταναλώνεται» ο κινηματογράφος και που επιλέγουν να επιβάλλουν «εισαγόμενη» θεωρία σε τοπικά πλαίσια, παρερμηνεύουν το νόημα του κινηματογράφου και τα νοήματα που αυτός παράγει. Οι κινηματογραφικές σπουδές στην Ινδία εμφανίζονται κατευθυνόμενες από τις ευαισθησίες του μορφωμένου μεσοαστού αναλυτή, αυτού που πολλές φορές είναι ξένος στην κουλτούρα του λαϊκού κινηματογράφου, το οποίο παίρνει τη μορφή δημόσιας κουλτούρας. Ο γηγενής διάλογος μεταξύ κοινού και κινηματογράφου έχει λοιπόν περάσει απαρατήρητος.

Με το άρθρο αυτό² σκοπεύω να αναφερθώ σε αυτά τα κενά που υπάρχουν στην έρευνα, εξετάζοντας τον κινηματογράφο μέσω της φαινομενολογίας της ιδιότητας του θεατή. Το άρθρο αντλεί το υλικό του από την επιτόπια έρευνα που έγινε στην πόλη Μπανγκαλόρ, νότια της Ινδίας μεταξύ 1996 και 1998 (σ.τ.ε.: το Μπανγκαλόρ είναι πρωτεύουσα του ομόσπονδου κρατιδίου Καρνατάκα. Αριθμεί πάνω από έξι εκατ. πληθυσμού και είναι η πέμπτη μεγαλύτερη πόλη της Ινδίας. Είναι κέντρο πληροφορικής τεχνολογίας και αποκαλείται ως η Silicon Valley της Ινδίας). Χρησιμοποιώντας τις εθνογραφικές μεθόδους της συμμετοχικής παρατήρησης και των συνεντεύξεων, ερευνώ την υποδοχή του κινηματογράφου σε δημόσιους χώρους. Συνεπώς η ανάλυσή μου βασίζεται στο ευρύ κοινό παρά σε κάποια υποκουλτούρα ή ομάδα. Ενδεχόμενη σύγκριση με το κινηματογραφικό κοινό και την αντίστοιχη κουλτούρα των Ηνωμένων Πολιτειών θα έκανε πιο εμφανείς τις ιδιαιτερότητες του σχετικού φαινομένου στην Ινδία.

Η τυποποιημένη κινηματογραφική ταινία και το εξοικειωμένο κοινό

Ο λαϊκός κινηματογράφος απευθύνεται σε ένα κοινό που η ποικιλομορφία του είναι αδιανόητη γι' αυτούς που δεν γνωρίζουν την Ινδία. Η ινδική κυβέρνηση αναγνωρίζει 16 βασικές γλώσσες, αλλά στην ουσία υπάρχουν εκατοντάδες, η καθεμία με τις δικές της διαλέκτους. Οι θεατές διαφέρουν όχι μόνο αναφορικά με την κοινωνική τάξη, την κάστα, και το θρησκευτικό υπόβαθρο, αλλά και ως προς την τοπική κουλτούρα, την ηλικία (οι ταινίες προσελκύουν θεατές όλων των ηλικιακών ομάδων, και το οικογενειακό κοινό), το φύλο, το εκπαιδευτικό υπόβαθρο και περιλαμβάνουν αυτούς που ζουν στις αγροτικές περιοχές και τα αστικά κέντρα. Αντί να στοχεύουν σε συγκεκριμένες αγορές, όπως οι ταινίες του Χόλιγουντ, οι ινδικές ταινίες έχουν εκμεταλλευτεί αυτήν την ποικιλομορφία για πιο ευρεία απήχηση. Μόλις πρόσφατα παρουσιάστηκαν ενδείξεις τμηματοποιημένης αγοράς: το περιοδικό *India Today* (Ιαν. 2000) αναφέρει ότι το 1999 καμία ταινία δεν πήγε εισπρακτικά καλά και στα αγροτικά και στα αστικά κέντρα, φαινόμενο ανήκουστο στην εποχή των μεγάλων επιτυχιών του ινδικού κινηματογράφου. Ωστόσο, το κοινό σε όλη τη χώρα συνεχίζει να συρρέει στις κινηματογραφικές αίθουσες. Τη δεκαετία του 1990 εκτιμάται ότι καθημερινά κόβονταν 10 έως 15 εκατομμύρια εισιτήρια στην Ινδία. Ο ινδικός κινηματογράφος υπήρξε πάντα μεγάλος ανταγωνιστής του Χόλιγουντ και συνεχίζει ακόμα σε ολόκληρη τη χώρα, σε αντίθεση με τη Γαλλία όπου η αντίστοιχη βιομηχανία κινηματογράφου έχει δεχτεί ισχυρό πλήγμα λόγω της δημοτικότητας των εισαγόμενων χολιγουντιανών ταινιών. Οι ινδικές ταινίες φαίνεται ότι έχουν ένα ολοκληρωτικό αντίκτυπο στη χώρα και ότι διαμορφώνουν μία εθνική δημοσία κουλτούρα. Οι ταινίες στη γλώσσα Χίντι, οι οποίες γίνονται στο Μπόλινγκτον, είναι δημοφιλείς σε περιοχές της Ινδίας που δεν ομιλείται η Χίντι, άρα η γλώσσα δεν είναι εμπόδιο στην απήχηση της ταινίας. Οι ταινίες που γίνονται στη γλώσσα Ταμίλ στη Νότια Ινδία είτε μεταγλωττίζονται σε Χίντι ή σε άλλες γλώσσες, ή ξαναγυρίζονται σε Χίντι ή Τελούγκου με τους ίδιους πρωταγωνιστές και τα ίδια κινηματογραφικά συνεργεία.

Η δημοφιλής ταινία απευθύνεται στο εξοικειωμένο κοινό (Srinivas, 1998). Οι εξοικειωμένοι θεατές μπορούν να νοηθούν ως γνώστες της κουλτούρας του εμπορευματικού κινηματογράφου: ένα κοινό που έχει αναπτύξει μια σχέση με τις ταινίες η οποία βασίζεται σε μια μακρά εξοικείωση με αυτές. Οι κινηματογραφιστές, βασισμένοι στις προσδοκίες των εξοικειωμένων θεατών, φτιάχνουν ταινίες σε ένα είδος διαλόγου με αυτούς. Συνεπώς, οι προσδοκίες των εξοικειωμένων θεατών για τις ταινίες και την εμπειρία της κινηματογραφικής εξέδου διαμορφώνει την κουλτούρα της τελευταίας.

Οι ταινίες είναι μελοδραματικές με κωμικά στοιχεία και ένα δυνατό ρομαντικό θέμα. Σε αντίθεση με αυτές του Χόλιγουντ, οι ινδικές ταινίες δεν εντάσσονται σε ένα συγκεκριμένο είδος αφού προσφέρουν στο κοινό τους από οικογενειακά δράματα, ρομαντικές ιστορίες τύπου «το αγόρι συναντά το κορίτσι», σκηνές πάλης και καταδίωξης, μέχρι φαρσοκωμωδίες, λεκτική γυμναστική και γραφικό χιούμορ, όλα στην ίδια ταινία. Το κοινό αναφέρεται στις ταινίες με τη λέξη «masala», που σημαίνει «μείγμα μπαχαρικών», μια κατάλληλη φράση για να περιγράψουν ένα προϊόν το οποίο είναι ένα μείγμα συστατικών όπως μουσικοχορευτικές σκηνές, σκηνές πάλης και καταδίωξης, κωμικά διαλείμματα και θεάματα γλινδής, τα οποία διασκεδάζουν το κοινό για περίπου τρεις με τρεισήμισι ώρες. Οι θεατές μπο-

ρεί να ακουστούν να λένε «απλώς θέλω να δω μια masala» ή, όταν ερωτηθούν πώς ήταν η ταινία, ίσως απαντήσουν «Διασκεδαστική! Πραγματική masala!». Η ινδική δημοφιλής ταινία μπορεί να περιγραφεί σαν ένα ποτ πουρί, αφού δομείται όπως ένα βαριετέ, με λίγο απ' όλα για όλους, παρόως ομοιογενής και γραμμική αφήγηση που ακολουθεί μία μόνο θεματική. Οι κινηματογραφιστές υποστηρίζουν ότι το κοινό θέλει ποικιλία αντί αφήγησης μιας ιστορίας με συγκεκριμένη πλοκή ή συναισθηματική ομοιογένεια. Στις ινδικές ταινίες, μια τραγική σκηνή απότομα ακολουθείται από μια κωμική, η οποία αργότερα μετατρέπεται σε ρομαντικό χορό. Ακόμα και η πρόσφατη ταινία *Pukar* (Κραυγή, R. Santoshi, 2000), η οποία πραγματεύεται το θέμα της τρομοκρατίας και όπου ο ήρωας είναι αξιωματικός του ινδικού στρατού, έχει τρεις ή τέσσερις χορούς. Η αναπαράσταση ενός ερωτικού τριγώνου καταλαμβάνει σημαντική θέση στην ταινία μαζί με σκηνές οικογενειακής ζωής, αστεία, χιούμορ για τις συνειδητοποιημένες μεσαίες τάξεις και πολιτικούς στην Ινδία, καθώς και σκηνές πάλης που προσομοιάζουν με καβγάδες του δρόμου παρόω με στρατιωτική τακτική.

Ωστόσο, άλλο ένα χαρακτηριστικό του λαϊκού ινδικού κινηματογράφου είναι ότι όλες οι ταινίες είναι μουζικαλ. Για αυτούς που εργάζονται στην κινηματογραφική βιομηχανία είναι ξεκάθαρο ότι η τυποποιημένη ταινία είναι ποσοτικοποιημένο προϊόν. Μια ταινία τριών-τρεισήμισι ωρών αναμένεται να έχει τουλάχιστον έξι με οχτώ τραγούδια. Ακόμα και μια ταινία σαν το *Border* (Σύνορο, J. P. Dutta, 1997), με θέμα την ινδοπακιστανική διαμάχη, περιλαμβάνει σειρά σκηνών με τραγούδια που συνοδεύουν τα όνειρα και τις ονειροπολήσεις των ινδών στρατιωτών στο μέτωπο. Συχνά αυτά τα μουσικά διαλείμματα, χορογραφημένα όπως τα μουσικά βιντεοκλίπ, αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της αφήγησης. Πολλοί κινηματογραφιστές αρχίζουν με το να τραβούν ή να κινηματογραφούν τις σκηνές με τα τραγούδια δίχως να υπάρχει σενάριο όταν αρχίζει το γύρισμα, αλλά αυτό σταδιακά να εξελίσσεται εν καιρώ. Στη σημερινή αγορά, οι ταινίες γίνονται επιτυχίες ή πηγαίνουν άπατες ανάλογα με το αν τα τραγούδια αρέσουν στο κοινό ή όχι. Ένας σκηνοθέτης, περιμένοντας να προβληθεί η πρώτη εμπορική του ταινία masala, δήλωσε αγχωμένος ότι, ενώ δεν ήταν βέβαιος για την υποδοχή που θα είχε ταινία του, ήταν σίγουρος ότι η ταινία του περιελάμβανε κάποια τραγούδια που θα γίνονταν επιτυχίες.

Η δομή της ταινίας έχει ορισμένες απαιτήσεις από τους πρωταγωνιστές. Για παράδειγμα, η ευχέρεια προσαρμοστικότητας των κεντρικών χαρακτήρων είναι απαραίτητη προϋπόθεση, ενώ οι δευτερεύοντες χαρακτήρες αφορούν δεδομένους και εξειδικευμένους ρόλους όπως του κωμικού, ο οποίος είναι βοηθός και φίλος του ήρωα. Μιλώντας για τις απαιτήσεις του ρόλου του ως βασικός χαρακτήρας, ένας Κανάντα «σούπερ σταρ» (σ.τ.ε.: πρωταγωνιστής σε ταινία στη γλώσσα Κανάντα), συγκρίνοντας τον εαυτό του με τους χολιγουντιανούς συναδέλφους του, περιέγραψε τη δουλειά του ως «πολύ σκληρή», αφού «δεν μπορεί να είναι μόνο σύζυγος ή πατέρας» σε μια ταινία. Ως ήρωας πρέπει να είναι τα «πάντα: σύζυγος, εραστής, γιος, αδερφός» και θα πρέπει να χορεύει, να παλεύει και να κάνει κωμικές σκηνές, όλα στην ίδια ταινία. Η περιγραφή του ρόλου του ταιριάζει σε μια πολυπρόσωπη αφήγηση και έναν κεντρικό χαρακτήρα που μπορεί να προκαλεί διάφορα συναισθήματα, όπως υπαγορεύει η ινδική θεωρία των συναισθημάτων (βλ. Lynch, 1990).

Τα σχόλια του εξοικειωμένου κοινού για τις χολιγουντιανές ταινίες αποκαλύπτουν τις προσδοκίες του, οι οποίες βασίζονται στην παρακολούθηση του λαϊκού ινδικού κινηματο-

γράφου. Εκφράζουν το παράπονο ότι οι χολιγουντιανές ταινίες ή οι αγγλικές είναι «πολύ μικρές». Συνηθισμένοι σε ταινίες όπου οι σκηνές αλλάζουν γρήγορα και υπάρχει συνεχής δράση, τραγούδια και χορός, οι θεατές βρίσκουν τις «αγγλικές ταινίες ... βαρετές επειδή υπάρχει πολλή ομιλία, τίποτα δεν συμβαίνει ... ένας Χίντι θαμώνας αναρωτήθηκε πώς μπορούν οι άνθρωποι να βλέπουν "αγγλικές ταινίες" αφού "δεν είναι έντονα συναισθηματικές, τα πρόσωπα των ηρώων είναι άδεια"» (Srinivas, 1998: 327). Οι χολιγουντιανές ταινίες που προσελκύουν το μεγαλύτερο κοινό στην Ινδία είναι γρήγορων ρυθμών, δράσης και περιπέτειας, φαρσοκωμωδίες, είναι ταινίες γύρω από πολεμικές τέχνες και βασισμένες σε ειδικά εφέ, όπως το *Τζουράσικ Παρκ* (*Jurassic Park*, S. Spielberg, 1993).

Οι θαμώνες των κινηματογραφικών αιθουσών είναι συνηθισμένοι όχι μόνο σε ξαφνικές σκηνικές αλλαγές, αλλά και σε αλλαγές στην αφήγηση η οποία εναλλάσσεται μεταξύ πραγματικότητας και φαντασίας, σε χρόνο και χώρο. Με τα τεχνάσματα της «αναδρομής στο παρελθόν» και της «επιστροφής στο μέλλον», μια σκηνή στην αφήγηση του παρόντος ακολουθείται από μία αντίστοιχη του μακρινού παρελθόντος ή η πραγματικότητα συγχωνεύεται σε μια ονειρική σκηνική ακολουθία που εκφράζει τις επιθυμίες του χαρακτήρα, φόβους ή συναισθήματα που δεν μπορούν να εκφραστούν στην καθημερινή συζήτηση. Σε αυτές τις ακολουθίες όλα μοιάζουν πιθανά, καθώς οι άνθρωποι μεταμορφώνονται σε ζώα ή οι Θεοί εκδηλώνουν την παρουσία τους. Οι μουσικοχορευτικές σκηνές διευκολύνουν τον προσδιορισμό μια τέτοιας μη γραμμικής αφηγηματικής αναταράσσας, όπου το μαγικό και το υπερφυσικό μπορούν εύκολα να ενσωματωθούν με το εγκόσμιο και το γήινο. Πρόσφατα φαίνεται ότι οι χολιγουντιανές ταινίες έχουν αρχίσει να πειραματίζονται με αυτά τα τεχνάσματα. Η ταινία *Εκτός ελέγχου* (*Out of Sight*, S. Soderbergh, 1998) περιλαμβάνει αναδρομές και φαντασιακές σκηνές. Οι τελευταίες εμφανίζονται επίσης στην πρόσφατα προβαλλόμενη ταινία *Νοσοκόμα Μπέτυ* (*Nurse Betty*, N. LaBute, 2000), ενώ η ταινία *American Beauty* (S. Mendes, 1999), η οποία βραβεύτηκε από την Αμερικανική Ακαδημία Κινηματογράφου ως η καλύτερη ταινία, χρησιμοποιεί τη φαντασία, αναδρομές και λουλούδια, κάποια από τα τεχνάσματα που χρησιμοποιούνται συνεχώς από τους ινδούς κινηματογραφιστές.

Στις ινδικές ταινίες τα σκηνικά των μουσικοχορευτικών σκηνών είναι γεμάτα γλινδή και συχνά για το στήσιμό τους δαπανείται τεράστιο μερίδιο από τον προϋπολογισμό της ταινίας. Η ταινία *Jeans* (S. Shankar, 1998) διαφημίστηκε από μια μοναδική μουσικοχορευτική σκηνική ακολουθία, για την οποία οι πρωταγωνιστές πέταξαν στα Επτά Θαύματα του Κόσμου, και η οποία προωθήθηκε ως «η πιο δαπανηρή ινδική ταινία που γυρίστηκε ποτέ». Στα τέλη της δεκαετίας του 1990, οι ταινίες Μπόλινγκουντ περιείχαν το «τραγούδι σούπερ επιτυχία». Για τέτοιες μουσικοχορευτικές σκηνές, ένας χορογράφος, για ένα μόνο μουσικοχορευτικό διάλειμμα, έθεσε κατώτατο ποσό 25 λακς (lakhs) ρουπίες³ (*India Today*, 22 Ιουνίου 1998). Ο ίδιος χορογράφος μάζεψε 100 χορευτές και 150 καμήλες για μια σκηνή τραγουδιού (*India Today*, 22 Ιουνίου 1998). Για την ταινία *Barood* (P. Chakravorty, 1998), μια σκηνή τραγουδιού κόστισε 46 λακς ρουπίες και παρουσίαζε «μια ηφαιστειακή πόλη διαστημικής εποχής σε μορφή σταδίου, με πέντε ξεχωριστά διαζώματα, ενσωματωμένο φωτισμό, χωρητικότητας 8.000 καθισμάτων και δεινόσαυρους ύψους 9 μέτρων». Για την ταινία *Vinashak* (Καταστροφέας, R. Dewan, 1998), «οι χορευτές χοροπηδούσαν στην κορυφή ενός κρυστάλλινου τρούλου, ύψους 12 μέτρων και αξίας 60 λακς ρουπίες, φτιαγμένο από καθρέφτες και

ακρυλικό υλικό, ώστε να δώσει ένα φουτουριστικό αποτέλεσμα». Μια άλλη περιγραφή μουσικού εμβόλιμου δίνει έμφαση στο θέαμα της πολυτέλειας που θυμίζει Χόλιγουντ από τη δεκαετία του 1930 και μετά, «Εξακόσιοι άνθρωποι δούλευαν για 20 μέρες για να δημιουργήσουν την πεμπτούσια της χίμαιρας του Μπόλιγουντ. Ένα ρωμαϊκού ύφους στάδιο θεαμάτων, μια χαρακτηριστική (σ.τ.ε.: ιστορικός πολιτισμός της κοιλάδας του Ινδού ποταμού στα βορειοδυτικά της Ινδίας με σημαντικό κέντρο τη Χαράπα) κατασκευή, ισπανικού ρυθμού κολόνες και μια ελληνικού ρυθμού πισίνα με μισόγυμνες γυναίκες φιγούρες, που παραπέμπουν σε αυτές του Ρούμπεν, ζωγραφισμένες στους τοίχους, απλώνονται σε ακτίνα δύο χιλιομέτρων στην κινηματογραφική πόλη της Μουμπάι» (*India Today*, 22 Ιουνίου 1998).

Όπως και με τον πρώιμο Κινηματογράφο του Θεάματος (βλ. Gunning, 1990), τα μουσικά διαλείμματα αποτελούν τρόπους διασκέδασης του κοινού με θέαμα και ταξιδιωτικές αναφορές. Το κοινό, μαζί με τον ήρωα και την ηρωίδα, συχνά μεταφέρεται σε μακρινά μέρη όπως η Ελβετία (*Yes, Boss – Μάλιστα Αφεντικό*, A. Mirza, 1997), το Λας Βέγκας (*Pardes – Ξένη Γη*, S. Ghai, 1997), το Λονδίνο (*Dil Wale Dulhaniyan Le Jayenge – Αυτός που έχει Ψυχή θα Κερδίσει τη Νύφη*, A. Chopra, 1995), ή τη Νέα Υόρκη (*Aa Ab Laut Chalein – Ας Επιστρέψουμε Σπίτι Τώρα*, R. Kapoor, 1999) και σε κάτι που ύποπτα κι ανεξήγητα έμοιαζε με την έρημο στα νοτιοδυτικά των Ηνωμένων Πολιτειών, σε μια ταινία που το θέμα της ήταν η διασυννοριακή τρομοκρατία στην Ινδία (*Pukar*, ό.π.).

Οι κοινωνικές διαστάσεις της κινηματογραφικής εξόδου

Το ότι η κοινωνική εμπειρία της κινηματογραφικής εξόδου είναι εξίσου σημαντική, αν όχι πιο σημαντική, από την ίδια την ταινία, φαίνεται στους τρόπους με τους οποίους τα μέλη του κοινού συνθέτουν την εμπειρία καθώς και στον τρόπο με τον οποίο η προβολή της ταινίας οργανώνεται προβλέποντας τις κοινωνικές όψεις του γεγονότος. Ακόμα και στις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου η παρακολούθηση ταινιών είναι μια εξατομικευμένη και αρκετά πειθαρχημένη δραστηριότητα, όπου στις κινηματογραφικές αίθουσες το κοινό αναμένεται και αποδεικνύεται ότι είναι αρκετά ήσυχο και απορροφημένο από τις εικόνες της μεγάλης οθόνης και τον ήχο, το μάρκετινγκ των ταινιών έξυπνα επικεντρώνεται σε διάφορα «επιπρόσθετα σημεία», τα οποία το κοινό προσδοκά σαν μέρος της ευρύτερης κινηματογραφικής εμπειρίας. Έσοδα από την πώληση σνακ ή αναψυκτικών στον κινηματογράφο συχνά αυξάνουν τις πωλήσεις των εισιτηρίων και αρκετή προσοχή έχει δοθεί στο σχεδιασμό των καθισμάτων, τα οποία έχουν χερούλια με ειδική θήκη για να κρατούν τα πλαστικά ποτήρια, ή στην επιτυχημένη καινοτομία των αμφιθεατρικών καθισμάτων (Epstein, 1992). Πιο πρόσφατα, η έξαρση των εφηβικών ταινιών που στοχεύουν το νεανικό κομμάτι της αγοράς είναι χειροπιαστή απόδειξη της κοινωνικής φύσης της κινηματογραφικής εξόδου, όπου αναγνωρίζεται ότι είναι πιο πιθανό οι έφηβοι να αναζητήσουν ομαδικές και συλλογικές εμπειρίες σε σύγκριση με άλλες δημογραφικές ομάδες.

Στην Ινδία, η κοινωνική διάσταση του κινηματογραφικού γεγονότος φαίνεται να είναι υπερδιογκωμένη σε σχέση με αυτή της Δύσης. Δημόσιοι χώροι όπως οι κινηματογραφικές αίθουσες είναι κέντρα ομαδικής εμπειρίας σε αντίθεση με πολλές δυτικές κοινωνίες, όπου

είναι αποδεκτή πρακτική να βλέπει κάποιος μια ταινία ή να τρώει σε κάποιο εστιατόριο μόνος του. Η κινηματογραφική εμπειρία στην Ινδία αφορά οικογένειες, φίλους και συναδέλφους. Οι ομάδες αποτελούνται από 4, 8 ή ακόμα 10 άτομα και παραπάνω. Οι οικογένειες αποτελούνται από όλες τις ηλικίες, φέρνοντας στον κινηματογράφο ακόμα και τα βρέφη, και τα μικρά και οι ηλικιωμένοι αποτελούν και αυτοί μέλη της παρέας. Η συντροφικότητα στην κινηματογραφική έξοδο είναι εμφανής καθώς τα πλήθη αδειάζουν τις αίθουσες. Οι άνθρωποι εμφανίζονται σαν παρέα, γελάνε και συζητάνε μαζί. Οι άνδρες βγαίνουν καπνίζοντας, τα μπράτσα τους περασμένα σε αυτά των συντρόφων τους, γελώντας ή χέρι χέρι με τη/τον φίλη/-ο που έχουν πάει να δουν μαζί την ταινία. Οι γυναίκες βγαίνουν γελώντας και κουτσομπολεύοντας ή κρατούν το χέρι του συντρόφου τους ή των παιδιών. Οι οικογένειες βγαίνουν με τον πατέρα ή τη μητέρα να κρατά το παιδί, ή με τους ηλικιωμένους να συνοδεύονται προσεκτικά από κάποιο μέλος της οικογένειας καθώς κατεβαίνουν τις σκάλες.

Το πόσο εκτιμούνται οι κοινωνικές διαστάσεις της κινηματογραφικής εξόδου φαίνεται και στο ότι συχνά κάποιος πηγαίνει να δει μια ταινία που μπορεί να μην του αρέσει, αλλά πηγαίνει γιατί η υπόλοιπη παρέα θέλει να τη δει. Το παρακάτω απόσπασμα από τις σημειώσεις μου αποκαλύπτει πως αυτοί που πηγαίνουν κινηματογράφο σχεδιάζουν την έξοδό τους έτσι ώστε να προσαρμόζεται με αυτή της υπόλοιπης παρέας. Η ταινία είναι δευτερεύουσας σημασίας σε σχέση με την προτεραιότητα που δίνεται στο να είναι βολική η έξοδος για τα μέλη της παρέας, στο να είναι κοντά η αίθουσα και στην ευκολία πρόσβασης. Παρότι αυτή η κατασκευή της κινηματογραφικής εξόδου συναντάται και στη Δύση, η εμφάνιση στον κοινωνικό και ομαδικό χαρακτήρα του γεγονότος κάνει πιο εμφανές και συχνό το φαινόμενο στην Ινδία.

H Veena κι εγώ μιλάμε στο τηλέφωνο, συζητώντας την πιθανότητα να πάμε να δούμε μια ταινία σήμερα.

H V θέλει να δει την ταινία *Κάμα Σούτρα, Ο θρύλος του έρωτα* (*Kamasutra - A Tale of Love*, M. Nair, 1996). Μου λέει «Νομίζω ότι παίζεται στο Cauvery (αίθουσα)». Το Cauvery βρίσκεται στη γωνία δρόμου που μένει η V.

L: Νομίζω ότι ο Στίβεν Σήγκαλ παίζει στο Cauvery. Το *Κάμα Σούτρα* δεν παίζεται στο Galaxy: V: Στο Galaxy θα πρέπει να κλείσουμε από πριν. Κάποιος πρέπει να βγάλει τώρα τα εισιτήρια. (Η ώρα είναι 10 π.μ. και το Galaxy είναι πολύ πιο μακριά από το σπίτι της V απ' ό,τι το Cauvery.)

L: (Θυμάμαι ότι δεν έχω κλειδιά του σπιτιού μαζί μου) «Θα πήγαινα εγώ, αλλά θα πρέπει να μείνω σπίτι. Δεν μπορώ να κλειδώσω (το σπίτι) και να φύγω».

H V συνειδητοποιεί ότι είναι Παρασκευή. «Αυτό σημαίνει ότι οι ταινίες αλλάζουν σήμερα.» Με ρωτά αν έχω μαζί μου την *Indian Express* (εφημερίδα) και αν μπορώ να της πω τι παίζει στο Cauvery.

L: Παίζει μια καινούρια Χίντι ταινία, *Zor* (S. Sivan, 1997), με τη Sushmita Sen και τον Om Puri (Διαβάζω από την εφημερίδα).

V: (Εγκαταλείπει αμέσως την ιδέα να δούμε *Κάμα Σούτρα*): «Να πάω να κλείσω εισιτήρια για την προβολή των 2:30;» (Μπανγκαλόρ, 1997).

Το να διαλέγεις προβολές και συντρόφους για να δεις μια ταινία είναι ενδεικτικό του τρόπου με τον οποίο το κοινό χρησιμοποιεί δημιουργικά τις κοινωνικές σχέσεις για να κα-

τασκευάσει το γεγονός. Οι γυναίκες συχνά πηγαίνουν στις μεσημεριανές προβολές με φίλους ή φίλες τους, αλλά πηγαίνουν με την οικογένειά τους/τις συζύγους τους στην απογευματινή παράσταση (γνωστή επίσης και ως «Πρώτη Προβολή» στις 7:30μ.μ.) ή στη «Βραδινή Προβολή» στις 9:30 μ.μ.

Κατά τη διάρκεια της επιτόπιας έρευνάς μου διαπίστωσα ότι στις συζητήσεις για ταινίες, τα άτομα σταθερά συμπεριλάμβαναν στην κουβέντα τους τις εμπειρίες της παρέας και τις ιστορίες των φίλων και της οικογένειας. Από τις συζητήσεις αυτές φάνηκε ότι η κατασκευή της κινηματογραφικής έξοδου δεν αποτελεί σε καμιά περίπτωση μια μοναχική πράξη. Επίσης διαπίστωσα ότι οι ερωτήσεις σχετικά με την κινηματογραφική έξοδο προκαλούσαν αμηχανία. Πολλοί το βρήκαν παράξενο κάτι τέτοιο, αφού η ομαδική ή οικογενειακή εμπειρία είναι τόσο στενά συνυφασμένη με τη βίωση του ελεύθερου χρόνου σε δημόσιους χώρους. Πολλοί επέμεναν ότι ποτέ δεν είχαν πάει να δουν μόνοι τους ταινίες και κάποιοι ρωτούσαν γιατί να έκανε κανείς κάτι τέτοιο. Μια μεσοαστή κυρία ήταν εμφανώς αναστατωμένη όταν τη ρώτησα αν είχε πάει ποτέ μόνη της να δει ταινία. Με έμφαση μου είπε ότι για αυτήν η κινηματογραφική έξοδος χρειαζόταν παρέα και ότι «ποτέ, μα ποτέ» δεν θα πήγαινε μόνη· θα ήταν άσκοπο να κάνει κάτι τέτοιο. Κάποιοι μετέφρασαν ότι η ερώτηση αφορούσε ποιες ταινίες βλέπουν και με διαβεβαίωσαν ότι έβλεπαν μόνο ταινίες «που μπορείς να δεις με ολόκληρη την οικογένεια» ή εξηγούσαν ότι πηγαίνουν να δουν ταινίες «για διασκέδαση, οπότε συνήθως πηγαίνουμε μαζί». Γενικά, η αναζήτηση της μοναχικής κινηματογραφικής εμπειρίας θεωρείται αντικοινωνική και αφύσικη πράξη.

Τις γυναίκες στο Μπανγκαλόρ τις βλέπει κανείς να τριγυρνούν στην πόλη μόνες τους – οδηγώντας αυτοκίνητα ή δίκυκλα, μπαίνοντας σε λεωφορεία και άλλα είδη συγκοινωνίας, πηγαίνοντας στη δουλειά, κάνοντας θελήματα, πηγαίνοντας για ψώνια και ούτω καθεξής. Ωστόσο, οι γυναίκες σπάνια πάνε μόνες τους στον κινηματογράφο· την εμπειρία αυτή τη βιώνουν πιο πολύ σαν έξοδο με την οικογένεια και τις φίλες τους. Ακόμα και οι οικιακές βοηθοί, που μπορεί στα κλεφτά να δουν μια ταινία ενώ πηγαίνουν δήθεν σε θέλημα για τους εργοδότες τους, συχνά κανονίζουν συνάντηση με φίλους ή συγγενείς για να τη δουν μαζί. Οι άντρες όμως παραδέχτηκαν ότι βλέπουν ταινία μόνοι τους. Στα πλήθη που αδειάζουν τις κινηματογραφικές αίθουσες δεν είναι ασυνήθιστο να δει κανείς άντρες μόνους, όπως και εντός της αίθουσας μπορεί να δει κανείς άντρες να ψάχνουν για μονές κενές θέσεις. Ιδιαίτερα για τους άντρες των μικρομεσαίων και κατώτερων τάξεων, η κινηματογραφική έξοδος, αν και συχνά είναι ομαδικό γεγονός, δεν κατασκευάζεται απαραίτητα ως τέτοιο. Οι οδηγοί των autorickshaw (σ.τ.ε.: τρίκυκλα μηχανοκίνητα οχήματα προς μίσθωση, κλασικό μέσο μεταφοράς στην αστακή Ινδία, αντικατέστησαν τα παλαιά δίκυκλα ή τρίκυκλα οχήματα που έσερναν οι άνθρωποι), για παράδειγμα, είπαν ότι είχαν πάει να δουν μόνοι τους ταινίες, καθώς ενδιάμεσα στις κούρσες έκαναν ένα διάλειμμα και χώνονταν σε μια αίθουσα, κάποιες φορές για να δουν μόνο ένα μέρος μιας αγαπημένης τους ταινίας. Στην ανωνυμία που προσφέρει η κινηματογραφική αίθουσα, οι άντρες θεατές, μέσω των φανερών αντιδράσεων για την ταινία, με το να φωνάζουν και να μιλούν στην οθόνη, ακόμα και αν έχουν πάει μόνοι τους στον κινηματογράφο, μπορούν να κατασκευάσουν την ομαδική εμπειρία.

Οι ταινίες τροφοδοτούν την ομαδική παρακολούθηση καθώς προσπαθούν να παρέχουν κάτι για όλους. Αν και η συζήτηση για τον λαϊκό κινηματογράφο συχνά περιστρέφεται γύ-

ρω από τη χυδαιότητα, την αισχροτήτα και τη λογοκρισία, κινηματογραφιστές καθώς και ιδιοκτήτες των αιθουσών στο Μπανγκαλόρ, εξέφρασαν την ανησυχία τους για τις ταινίες που είχαν σκηνές ο οποίες άγγιζαν τα όρια του χυδαίου και του αισχρού, φοβούμενοι ότι θα έχαναν το γυναικείο και το οικογενειακό κοινό. Ένας σκηνοθέτης από τη Βομβάη είπε: «Πρέπει να είμαστε σωστοί και ευπρεπείς διασκεδαστές. Δεν θα πρέπει να ντρέπομαι να καθίσω με τα μέλη της οικογένειάς μου σε μια κινηματογραφική αίθουσα» (Σκηνοθέτης Yash Chopra στο *Express Magazine*, 26 Μαΐου 1997). Το κριτήριο της καταλληλότητας για οικογενειακή παρακολούθηση οδήγησε πολλούς σκηνοθέτες και παραγωγούς στο σημείο να αναγνωρίσουν την ταινία *Τιτανικός* (*Titanic*, J. Cameron, 1997) λόγω της ιστορίας και της μουσικής της, ως την ιδανική «ινδική» ταινία.

Απόδειξη ότι η κουβέντα για το ζήτημα αυτό δεν είναι απλώς ρητορική αποτελούν οι συζητήσεις με ανθρώπους που εργάζονται στον χώρο της δημιουργίας, διανομής και προβολής ταινιών. Δεδομένης της σπουδαιότητας του γυναικείου και οικογενειακού κοινού, αποτελεί μεγάλη ανακούφιση για τους ιδιοκτήτες των αιθουσών όταν η λογοκρισία κόβει σκηνές που θεωρούνται παρακινδυνευμένες. Όσοι ασχολούνται με τις προβολές και την κινηματογραφική βιομηχανία ανέφεραν προβλήματα που αντιμετώπισαν με την κανάντα ταινία *A*, (A, 1998 / σ.τ.ε.: Οι ταινίες στη γλώσσα Κανάντα, όπως επίσης στις γλώσσες Κονκά-νι και Τούλου, παράγονται στο ομόσπονδο κρατίδιο Καρνατάκα. Η Kannada Film Industry εδρεύει στην πόλη Μπανγκαλόρ και παράγει έναν σημαντικό αριθμό των ινδικών ταινιών, αν και δεν μπορεί να συγκριθεί με την παραγωγή και την έκταση του Μπόλιγουντ) η οποία προσέλκυσε τεράστιο αριθμό αντρών. Πολλοί θεώρησαν ότι ο τίτλος ήταν απωθητικός για το γυναικείο κοινό και άλλοι λανθασμένα πίστεψαν ότι η ταινία ήταν μόνο για «ενήλικες».

Τα κριτήρια της ευπρεπούς οικογενειακής διασκέδασης φαίνεται ότι μπορούν να αποτελέσουν τροχοπέδη για την εξέλιξη ενός πρωταγωνιστή και την καριέρα του ως ήθοποιού. Ένας κανάντα πρωταγωνιστής περιέγραψε το δίλημά του σχετικά με το πιστό του γυναικείο κοινό. Μια πρόσφατη ταινία του τον ήθελε να παίζει το ρόλο ενός συζύγου σε έναν προβληματικό γάμο. Προς έκπληξη του έλαβε οργισμένα γράμματα από γυναίκες θεατές που τον ρωτούσαν γιατί «είχε γίνει αισχρός», εφόσον ο ρόλος του απαιτούσε να γυρίσει και «σκηνές στην κρεβατοκάμαρα». Οι γυναίκες στο κοινό κατέκριναν τη σκηνή που βγάζει το πουνκάμισό του στις σκηνές της κρεβατοκάμαρας. «Με ρώτησαν: «Γιατί βγάζεις το πουνκάμισό σου και γυρίζεις τέτοιες σκηνές;»

Ο χώρος της κινηματογραφικής αίθουσας

Οι κινηματογραφικές αίθουσες στην Ινδία είναι χώροι έκφρασης της δημόσιας κουλτούρας και θεωρούνται μικρόκοσμοι της ινδικής κοινωνίας. Η πόλη Μπανγκαλόρ και τα περίχωρά της το 1997-8 είχαν περίπου 102 κινηματογραφικές αίθουσες (Srinivas, 1999). Το κοινό στην ουσία αποφασίζει να πάει σε μια κοντινή στο σπίτι τους αίθουσα, ή σε αίθουσα που βρίσκεται σε γνωστό τους σημείο στην πόλη. Συνεπώς η τοποθεσία μιας αίθουσας στην πόλη κανονίζει πάνω κάτω το πώς καταμερίζεται το κοινό. Στο Μπανγκαλόρ, η περιοχή που ονομάζεται «Majestic», γνωστή και ως Kempe Gowda Road, είναι το πιο παλιό τμήμα της πό-

λης ή αλλιώς *pettai*. Αυτή την περιοχή δεν την προτιμούν τόσο οι μορφωμένες αστικές τάξεις και το πιο δυτικοποιημένο τμήμα του πληθυσμού, οι οποίοι συχνάζουν σε αίθουσες στο «Cantonment», όπου συχνά προβάλλονται και χολιγουντιανές ταινίες. Οι πολυκινηματογράφοι (*multiplexes*) δεν έχουν κάνει την εμφάνισή τους ακόμα στο Μπανγκαλόρ. Σε ορισμένες περιοχές της πόλης, η εγγύτητα των αιθουσών –μερικές φορές τρεις και τέσσερις μαζί, η μία δίπλα ή απέναντι στην άλλη– λειτουργεί σαν πολυκινηματογράφος για το κοινό.

Οι εσωτερικοί χώροι των αιθουσών συνδράμουν στον ξεχωριστό χαρακτήρα της κουλτούρας της κινηματογραφικής εξόδου. Στο Μπανγκαλόρ οι αίθουσες αποτελούνται από 1.000 και περισσότερα καθίσματα. Κάποιες «μικρές αίθουσες» έχουν 600-700 καθίσματα. Προσφέρουν μια αμφιθεατρική οπτική εμπειρία με καθίσματα σε διαφορετικούς τομείς, όπως τον «Εξώστη», το «Πρώτο Διάζωμα» και το χαμηλότερο επίπεδο που βρίσκεται κοντά στην οθόνη που ονομάζεται «θέση του Γκάντι», όπου οι θέσεις διατίθενται σε διαφορετικές τιμές. Τον Εξώστη τον προτιμά η αστική τάξη, ενώ στα καθίσματα του χαμηλότερου επιπέδου κοντά στην οθόνη συνήθως συχνάζουν οι κατώτερες τάξεις, αυτές που οι αγγλόφωνες εφημερίδες στην Ινδία αποκαλούν «στοιχεία λούμπεν». Αυτή η παρατήρηση επιδέχεται αναπροσδιορισμού, αφού μπορεί να ισχύει για το κοινό γενικά, αλλά δεν ισχύει για τις τοπικές προβολές ταινιών, οι οποίες προσελκύουν οπαδούς και κοινό που ανήκει στις μικρομεσαίες και κατώτερες τάξεις. Σε αυτή την περίπτωση, ακόμα και τα άτομα χαμηλού εισοδήματος διατίθενται να πληρώσουν εισιτήρια για τον Εξώστη, ακόμα και αν τα βρουν στη «μαύρη αγορά». Υπάρχει επίσης και έμφυλος διαχωρισμός στην αίθουσα, αφού τα φθηνά εισιτήρια κοντά στην οθόνη τα μονοπωλούν οι άνδρες. Όταν οι γυναίκες πηγαίνουν στον κινηματογράφο, σπάνια τις βλέπει κανείς σε αυτές τις θέσεις. Οι ηλικιωμένοι αναπολούν τις εμπειρίες τους δεκαετίες πριν, όταν ολόκληρες σειρές καθισμάτων κρατούσαν ως «τα καθίσματα των κυριών», όπως επίσης και στα εκδοτήρια των εισιτηρίων υπήρχε η «ουρά των κυριών».

Οι άνθρωποι ντύνονται με τα καλά τους όταν πρόκειται να δουν μια ταινία, για να τους δουν αλλά και να δουν άλλους. Οι μεσοαστοί θεατές περιμένουν από αυτούς που κάθονται στις πρώτες θέσεις να φωνάζουν, να κάνουν φασαρία, και να υιοθετήσουν φανερά τις συμμετοχικές πρακτικές παρακολούθησης, ίδιες με αυτές του ελισαβετιανού θεάτρου, όπου το κοινό ήταν μέρος του θεάματος και το αντικείμενο σχολιασμών στην Αγγλία του 16ου αιώνα (Papp & Kirkland, 1988). Σε πολλές αίθουσες, αυτοί στον Εξώστη μπορούν κυριολεκτικά να κοιτάζουν το κοινό που κάθεται στο χαμηλότερο επίπεδο με τις φθηνές θέσεις, οι δραστηριότητες των οποίων γίνονται μέρος της κινηματογραφικής εμπειρίας για το κοινό του Εξώστη. Κατά τη διάρκεια ορισμένων σκηνών της ταινίας, το μεσοαστικό κοινό του Εξώστη κοιτάζει κάτω στους θεατές των χαμηλότερων τάξεων για συγκεκριμένες συμπεριφορές, όπως π.χ. το πέταγμα νομισμάτων στην οθόνη, ή πέταγμα σκισμένων δελτίων λόττο που υποδεικνύει την εκτίμησή τους για την ταινία ή ορισμένους ηθοποιούς. Όταν μιλούν για την κινηματογραφική τους εμπειρία, οι μεσοαστοί θεατές συχνά αναφέρονται στους «μπροστά», «στην κατώτερη τάξη», ή «στους υπηρέτες και στους οδηγούς», ή απλώς στην «θέση του Γκάντι», και σχολιάζουν την ασυγκράτητη συνήθειά τους να φωνάζουν, να γιουχαΐζουν, να σφυρίζουν και να κάνουν χυδαία σχόλια για την ταινία.

Η προβολή της ταινίας και το κοινωνικό κοινό

Στο Μπαγκαλόρ, όπως και σε άλλα μέρη της Ινδίας, η προβολή της ταινίας σχεδιάζεται και οργανώνεται πάντα έχοντας υπόψη το κοινωνικό κοινό. Επειδή η διάρκεια των ταινιών κυμαίνεται από τρεις έως τρεισήμισι ώρες, έχει οργανωθεί έτσι ώστε να υπάρχει και το διάλειμμα. Στα 10-15 λεπτά που διαρκεί το διάλειμμα, το κοινό αγοράζει κάτι να φάει ή να πιει, μαθαίνει νέα και ειδήσεις για το κρίκετ, ή απλώς συνομιλεί με φίλους. Παρακολουθούσα κάποιους θεατές που κατά τη διάρκεια του διαλείμματος αμέσως επανέρχονταν στην καθημερινότητά τους κάνοντας θελήματα σε κοντινά μαγαζιά.

Το κοινό είναι τόσο εξοικειωμένο στα διαλείμματα που ακόμα και οι χολιγουντιανές ταινίες, που διαρκούν περίπου 90 λεπτά, διακόπτονται στη μέση. Αν το διάλειμμα αργήσει για κάποιον λόγο, οι θεατές γίνονται ανήσυχοι και σηκώνονται. Αντί να προσέχουν την ταινία, συνεχίζουν τις συζητήσεις με τους φίλους τους στον πάγκο ή στους διαδρόμους. Η διοίκηση των κινηματογραφικών αιθουσών έχει βρει έναν τρόπο να επαναφέρει το απρόθυμο κοινό μετά το διάλειμμα στα καθίσματά τους. Πριν σβήσουν τα φώτα, χτυπά ένα κουδούνι και στα καθήκοντα των ταξιθετών είναι να πηγαίνουν στα πηγαδάκια των θεατών και να τους ενημερώνουν ότι η ταινία έχει αρχίσει.

Η κοινωνικοποίηση με φίλους και την οικογένεια έχει μεγαλύτερη προτεραιότητα από την παρακολούθηση της ταινίας. Σε αντίθεση με την προσηλωτική ακινησία του κοινού στις Ηνωμένες Πολιτείες, στις ινδικές αίθουσες υπάρχει μια συνεχής βαβούρα από συζητήσεις και φωνές παιδιών που γελάνε ή κλαίνε. Τα μέλη του κοινού δεν ικανοποιούνται μόνο με το να συζητάνε με φίλους τους μέσα στην αίθουσα. Τα κινητά τηλέφωνα είναι εν λόγω για τους θεατές που θέλουν να μιλήσουν με κάποιον εκτός της αίθουσας ή κάποιον στο σπίτι ενώ βλέπουν την ταινία. Γνωρίζοντας αυτό, κάποιες αίθουσες έχουν αναρτήσει ανακοινώσεις ζητώντας από το κοινό να κλείσουν τα κινητά τους τηλέφωνα στην αίθουσα. Η κινητικότητα του ινδικού κοινού είναι ένα άλλο χαρακτηριστικό της κουλτούρας που επηρεάζει την κινηματογραφική εμπειρία. Κατά τη διάρκεια της ταινίας, τα μέλη του κοινού κινούνται, πηγαίνουν τουαλέτα ή στον πάγκο, βγάζουν τα ανήσυχα παιδιά έξω. Συχνά θεατές κάνουν ένα διάλειμμα για τσιγάρο και συζητούν στο μπαρ.

Η επακόλουθη συλλογική εμπειρία της παρακολούθησης ταινιών, όπου η διαντίδραση είναι το κέντρο της εμπειρίας, είναι επομένως πολύ διαφορετική από τη συναισθηματική εμπειρία που έχει το δυτικό κοινό για τις χολιγουντιανές ταινίες, όπου οι θεατές καθλώνονται στη δράση και δεν περιμένουν οι διπλανοί θεατές να τους αποσπάσουν την προσοχή από την οθόνη.

Πρακτικές παρακολούθησης και η σύνθεση της κινηματογραφικής εμπειρίας

Οι εξοικειωμένοι θεατές χρησιμοποιούν μια αισθητική ή έναν τρόπο θέασης που θα μπορούσε να περιγραφεί ως «ενεργητικός». Η ενεργητική θέαση οικοδομεί μια συγκεκριμένη σχέση με την ταινία – για παράδειγμα, η ταινία δεν γίνεται αποδεκτή ως ολότητα ή σαν ένα τελειωμένο προϊόν. Το κοινό χρησιμοποιεί την ταινία ως πρώτη ύλη για να χτίσει τη δική του εμπειρία και στην πορεία ανακατασκευάζει την ταινία. Τέσσερις τέτοιες πρακτι-

κές που υιοθετεί το κοινό είναι αναγνωρίσιμες ως: «επιλεκτική παρακολούθηση», «συμμετοχική» και «παραστατική παρακολούθηση», και αυτή την οποία οι άνθρωποι της κινηματογραφικής βιομηχανίας αναφέρουν ως «κατ' επανάληψη παρακολούθηση». Παρακάτω θα αναλύσω την επιλεκτική παρακολούθηση –όπως έχω παρουσιάσει τον όρο σε προηγούμενο άρθρο (Srinivas, 1998)– και θα περιγράψω τις επακόλουθες πρακτικές της κατ' επανάληψη παρακολούθησης και της σύνθεσης της κινηματογραφικής εμπειρίας.

Επιλεκτική παρακολούθηση

Το ινδικό κοινό, αντί να δέχεται την ταινία σαν ολότητα ή σύνολο, επιλέγει τις σκηνές που θα παρακολουθήσει. Οι θεατές που θεωρούν ότι οι μουσικοχορευτικές σκηνές δεν έχουν ενδιαφέρον βγαίνουν από την αίθουσα όταν αυτές αρχίζουν και επιστρέφουν όταν έχουν τελειώσει. Σε άλλη περίπτωση, θεατές περιφέρονται έξω από την αίθουσα όταν υπάρχουν διάλογοι στην ταινία και επιστρέφουν για να δουν τις σκηνές χορού. Το κοινό φάνηκε να υιοθετεί αυτό το είδος αποσπασματικής παρακολούθησης όταν, κατά τη διάρκεια της ταινίας *Jeet*, (R. Kanwar, 1996), οι θεατές βγήκαν από την αίθουσα για να αποφυγούν τη «σοβαρή συζήτηση» μεταξύ κεντρικών χαρακτήρων και επέστρεψαν με φωνές ενθουσιασμού και σφυρίγματα όταν η σκηνή άλλαξε σε καβγά μεταξύ του ήρωα και του κακού.

...στις αίθουσες όπου προβαλλόταν η ταινία *Hindustani* (S. Shankar, 1996), η οποία είχε συζητηθεί από την ελίτ της διανοήσης ως ένα ιδεολογικό έργο με αμφισβητήσιμο κοινωνικό και πολιτικό μήνυμα, οι θεατές έδειξαν ενδιαφέρον για το εξωτικό μέρος της ταινίας, αφού έφυγαν από την αίθουσα μετά από μια μουσικοχορευτική σκηνή ιδιαίτερης γλιδής που διαδραματίστηκε στην Αυστραλία, και πολλοί από αυτούς ισχυρίστηκαν ότι η σκηνή αυτή ήταν ο μόνος λόγος που είχαν δει την ταινία επανειλημμένως. Στη διάρκεια του διαλείμματος άκουγες τους θεατές να μιλάνε έντονα για τα καγκουρό και το ρεαλιστικό μακιγιάζ που έδειχνε τον πρωταγωνιστή ηλικιωμένο, και που σίγουρα το είχαν κάνει ειδικοί μακιγιέρ από το Χόλιγουντ. (Srinivas, 1998: 329)

Ο περιπατητικός τρόπος παρακολούθησης του ινδικού κοινού έχει ομοιότητες με αυτόν των θεατών σε έργα του 16ου και 17ου αιώνα στο Παρίσι, οι οποίοι, σύμφωνα με περιγραφές, στέκονταν και περιφέρονταν κατά τη διάρκεια της παράστασης «ακριβώς όπως συνήθιζαν να κάνουν και εκτός του χώρου» (Mittman, 1984: 3). Οι θεατές, με το να μπαίνουν βγαίνουν στην αίθουσα, απορρίπτουν σκηνές που δεν τους ενδιαφέρουν, μια κίνηση που προσομοιάζει της παρέμβασης στο βίντεο, όπου πατάμε το κουμπί να τρέξει η ταινία, επιλέγοντας κομμάτια που θα κατασκευάσουν το όλο. Είναι λοιπόν εμφανής η διαδικασία κατασκευής .:. στο ινδικό κοινό.

Η επιλεκτική παρακολούθηση δεν αφορά μόνο τη μετακίνηση μέσα και έξω από την αίθουσα. Οι θεατές δίνουν διαφορετικό βαθμό προσοχής σε διαφορετικά σημεία της ταινίας. Πολλές φορές η συζήτηση μπροστά στην οθόνη παίρνει τη μορφή διαλείμματος, κατά τη διάρκεια του οποίου οι θεατές που προτιμούν τις μουσικοχορευτικές σκηνές κάνουν τις δικές τους συζητήσεις.

Απόδειξη αυτού του τρόπου παρακολούθησης αποτελεί και η αισθητική εκτίμηση της

ταινίας. Οι θεατές μπορεί να σιγομουρμουρίζουν τη μελωδία ή να χτυπούν τα δάχτυλά τους στο ρυθμό της μουσικής, ακόμα και όταν αυτή ακούγεται στο βάθος μιας έντονης ή τραγικής σκηνής. Αυτή η αισθητική εκτίμηση επεκτείνεται και στο σημείο όπου οι θεατές κοιτάζουν πέρα από την ταινία, στα πραγματικά μέρη που τη συγκροτούν, με έναν τρόπο που μπορεί να οριστεί ως «καταγραφικός τρόπος παρακολούθησης» (Sobchack, 1999), αφού κοιτώντας το τοπίο της ταινίας παρατηρούν «Κοίτα, είναι τόσο όμορφο (Melkote, ο τόπος που γυρίστηκε η ταινία)! Μπορούμε να πάμε όλοι μαζί εκεί για πικ νικ!»

Παρατηρώντας την ταινία, παρά τον κατασκευασμένο φανταστικό της κόσμο, οι θεατές ξεχωρίζουν μια σκηνή στην οποία αξιολογούν κομμάτια που σχετίζονται με την καθημερινή ζωή. Στο Μπανγκαλόρ, παρακολουθώντας την ταινία *Kurubana Raani* (R. Venkatesh, 1997), στη διάρκεια μιας τραγικής σκηνής όπου η ηρωίδα καταπίνει ένα μπουκαλάκι υπνωτικά χάπια για να αποφύγει τις προθέσεις του κακοποιού, μια θεατής απωθημένη από τη σωματική διάπλωση της ηρωίδας σχολίασε φωναχτά στον σύντροφό της «Βλέπεις πόσο πλαδαρή είναι;» Μια άλλη θεατής, που είχε πρόσφατα παραγγείλει μια τραπέζια για το σπίτι της, σχολίασε τη διακόσμηση και τα έπιπλα στο δωμάτιο. Και μετά, στη διάρκεια της σκηνής όπου η ηρωίδα, μετά την απόπειρα αυτοκτονίας, συνέρχεται στο νοσοκομείο και ο ήρωας φαίνεται να είναι συντετριμμένος, ένας θεατής δήλωσε δυνατά «Μου αρέσει αυτή η χρυσοποίκιλτη μπλουζα», την οποία φορούσε η ηρωίδα στη συγκεκριμένη σκηνή. Αυτός ο τρόπος της κατασκευής νοήματος δεν είναι βέβαια ειδοποιό στοιχείο του ινδικού κοινού. Ειδοποιό στοιχείο του ινδικού κοινού είναι ότι τα νοήματα γνωστοποιούνται και στους άλλους. Στο δυτικό κινηματογραφικό κοινό, οι θεατές κρατούν τις σκέψεις τους για τον εαυτό τους.

Με τον επιλεκτικό τρόπο παρακολούθησης οι εξοικειωμένοι θεατές δεν καταναλώνουν μια αφήγηση βάσει της δικής της συνέχειας και συνοχής. Οι πρακτικές τους τους επιτρέπουν να ενώσουν κομμάτια και να ανακατασκευάσουν ένα είδος διασκέδασης που θα ταιριάζει στο γούστο τους και τις ανάγκες τους. Ο κινηματογράφος γίνεται μια ομαδική κατασκευή, ιδιαίτερα σε τοπικό πλαίσιο, παρά ένα μαζικό προϊόν επικοινωνίας που είναι καθολικό. Συνεπώς, η «ταινία που βγαίνει από αυτή τη διαδικασία είναι αποτέλεσμα της διαδραστικότητας του κοινού, παρά μιας κατασκευής του κινηματογραφιστή που καταναλώνεται παθητικά από το κοινό. Σε αυτό το πλαίσιο, ο κινηματογράφος δεν αποτελεί ένα ομογενοποιημένο προϊόν· αλλά τα πολλαπλά είδη κοινού κατασκευάζουν διαφοροποιημένες εμπειρίες. Η εξήγηση ότι οι θεατές «αντιστέκονται» στα «κυρίαρχα μηνύματα» της ταινίας –μια εξήγηση που συναντάται στις πολιτισμικές σπουδές και στην ερμηνευτική σχολή της έρευνας για το κοινό, υπεύθυνη για τις θεωρίες αποκωδικοποίησης του κειμένου– απλώς πολώνει και απλουστεύει τους διάφορους τρόπους που έχει το κοινό να καταναλώνει ένα πολιτισμικό προϊόν, και ίσως, η θεωρία αυτή, να επιδίδει μια πρόθεση που είναι αμφισβητήσιμη. Επίσης πιστεύω ότι πολιτικοποιεί άσχολα μια δραστηριότητα που γίνεται στο πνεύμα του να περάσει κανείς τον ελεύθερο χρόνο του με την οικογένεια και τους φίλους του.

Η επιλεκτική παρακολούθηση επηρεάζει τη διοργάνωση των προβολών στις κινηματογραφικές αίθουσες. Εφόσον το κοινό βλέπει αποσπασματικά την ταινία, δεν είναι αναγκαίο να είναι στο κάθισμά τους όταν αρχίζει η ταινία. Τυπικά, οι θεατές συνεχίζουν να εισέρχονται στην αίθουσα, να εντοπίζουν το κάθισμα τους και να φωνάζουν στους φίλους τους αρκετά μετά την έναρξη της ταινίας. Πολλοί από τους σινεντεϊξιαζόμενους μου πα-

ραδέχτηκαν ότι τελευταία στιγμή αποφάσισαν το αν θα δουν την ταινία, μπαίνοντας στην αίθουσα κατά τη διάρκεια ή μετά το διάλειμμα. Μια φορά άκουσα μια συζήτηση αυτών που κάθονταν πίσω μου στην αίθουσα. Επειδή βρήκαν την πρώτη μιάμιση ώρα της ταινίας βαρετή, σκέφτονταν να πάνε να δουν μια άλλη σε άλλο σημείο της πόλης, και στην οποία θα έφταναν μία ώρα μετά την έναρξή της. Ο διευθυντής μιας αμερικανικής αίθουσας στη Μασαχουσέτη που είχε πάρει άδεια να προβάλλει ινδικές ταινίες τόνισε ότι όσον αφορά το θέμα αυτό οι ινδοί θεατές είναι πολύ διαφορετικοί από τους αμερικανούς, οι οποίοι δεν θα έχαναν ούτε πέντε λεπτά από την ταινία. Στην Ινδία οι ταξιθέτες έχουν φακό για να οδηγούν αυτούς που έρχονται, αφότου έχει αρχίσει η ταινία, στα καθίσματά τους. Στις αίθουσες τα φώτα δεν κλείνουν όταν αρχίζει η ταινία αλλά παραμένουν ανοιχτά 10 έως 15 λεπτά, μέχρι σταδιακά να καλυφτούν οι θέσεις.

Οι ίδιες οι ταινίες είναι έτσι δομημένες ώστε να ανταποκρίνονται σε αυτές τις πρακτικές παρακολούθησης. Συνήθως οι αφηγήσεις αρχίζουν με μουσικοχορευτικές σκηνές, που ίσως δελεάσουν τους θεατές να πάνε στα καθίσματά τους εγκαίρως, και που, αν τις χάσουν, δεν θα χάσουν σημαντικό μέρος της πλοκής, επομένως αυτό βολεύει αυτούς που φτάνουν αργότερα. Τα τραγούδια ακούγονται πολύ δυνατά έτσι ώστε να καλύπτουν αποτελεσματικά το θόρυβο που κάνει το κοινό. Το κοινό εγκαταλείπει την αίθουσα αμέσως μόλις τελειώνει η ταινία, συχνά πριν ολοκληρωθεί η τελευταία σκηνή, οι τίτλοι τέλους αρκετές φορές δεν εμφανίζονται στην οθόνη. Σε περισσότερες από μία ταινίες που παρακολούθησα, η τελευταία σκηνή άγωνα στο πρόσωπο του ήρωα, και η εμφάνιση αυτή ήταν σαν σινιάλο για τους θαυμαστές να χειροκροτήσουν, να σφυρίξουν και να φωνάξουν, και για τους θεατές ένδειξη να ετοιμαστούν να φύγουν.

Η διαδραστική φύση της σχέσης της ταινίας με τον θεατή είναι έκδηλη όταν το ινδικό κοινό παρακολουθεί μια χολιγουντιανή ταινία, γιατί οι χολιγουντιανές ταινίες δεν είναι δομημένες σύμφωνα με τον ινδικό τρόπο παρακολούθησης. Αναμένοντας το κοινό να είναι στις θέσεις του και να παρακολουθεί την οθόνη, οι χολιγουντιανές ταινίες συχνά ξεκινούν με ένα κρίσιμο γεγονός ή μια σημαντική σκηνή, περιμένοντας το κοινό να ησυχάσει και να παρακολουθήσει τις πρώτες σκηνές ώστε να καταλάβει από την αρχή περί τίνος πρόκειται η ταινία. Λόγω της εκτίμησης που έχουν οι ινδοί θαυμαστές των ταινιών του Τζέιμς Μποντ, ορισμένες φορές τονίζουν ότι θα πάνε «νωρίς» σε μια τέτοια ταινία για να μη χάσουν τις σημαντικές πρώτες σκηνές και το εισαγωγικό μουσικό κομμάτι. Συνήθως οι συζητήσεις του κοινού στις χολιγουντιανές ταινίες ακούγονται πολύ δυνατά, αφού κάτι τέτοιο δεν έχει προβλεφθεί, δεδομένου ότι κάτι τέτοιο δεν είναι αναμενόμενο, και συνεπώς δεν υπάρχει κάποια μουσική επένδυση για να υπερκαλύψει τις συζητήσεις.

Κατ' επανάληψη παρακολούθηση

Το Χόλιγουντ και το Μπόλιγουντ αναγνωρίζουν την αξία του κατ' επανάληψη κοινού. Η έννοια της «κατ' επανάληψη παρακολούθησης», ως περιγραφή του κοινού, με απασχόλησε όταν στην έρευνά μου ήρθα σε επαφή με διευθυντές κινηματογραφικών αιθουσών, διανομείς και κινηματογραφιστές, οι οποίοι αναφέρονταν σε «κατ' επανάληψη θεατές» ή

«κατ' επανάληψη κοινό». Ο όρος «κατ' επανάληψη θεατής» αναφέρεται σε έναν ακραιον τύπου θεατή που βλέπει την ίδια ταινία ξανά και ξανά, και που ξεχωρίζει από το ευρύ ινδικό κοινό που επίσης βλέπει ταινίες που του αρέσουν περισσότερο από μία φορά. Γεγονός που του επιτρέπει να έχει μια ιδιαίτερη εμπειρία της ταινίας (Kakar 1980, Iyer 1988).

Αν και η κατ' επανάληψη παρακολούθηση είναι κοινή πρακτική για το ινδικό κοινό, υπάρχουν ταινίες που κάποιες φορές αιχμαλωτίζουν την προσοχή του κοινού σε υπερβολικό βαθμό και που γίνονται «σούπερ επιτυχίες». Κάποιες από τις ταινίες που παίζονταν στις αίθουσες μήνες, κάποιες φορές και χρόνο λόγω ζήτησης από το κοινό είναι οι *Sholay* (R. Sippy, 1975), *Hum Aapke Hain Kaun* (S. R. Barjatya, 1994), *Dil Wale Dulhaniyan Le Jayenge* (A. Chopra, 1995) και *Bangarada Manusha* (Gopal-Lakshman ή Siddaligaiah [:], 1972, κανάντα ταινία).

Η κατ' επανάληψη παρακολούθηση συχνά προκύπτει «διά στόματος», αφού, όταν κάποιος λέει σε φίλο του ή σε μέλος της οικογένειας για την ταινία που έχει δει, την ξαναβλέπει με την εν λόγω συντροφιά. Με την κατ' επανάληψη παρακολούθηση το κοινό κατασκευάζει την κινηματογραφική εμπειρία ως κοινωνική, αφού τα άτομα πηγαίνουν στην ταινία είτε με την ίδια παρέα είτε συχνά και με διαφορετικούς ανθρώπους, γεγονός που διαφοροποιεί την εμπειρία. Όταν ρώτησα μια γυναίκα θεατή αν είχε δει την ταινία παραπάνω από μια φορά, αγανακτισμένη με πληροφόρησε ότι πήγε δεύτερη φορά να δει την ταινία γιατί «πήγα με άλλη παρέα». Το να βλέπει κανείς μια ταινία δεύτερη, τρίτη ή εικοστή πέμπτη φορά οδηγεί σε μια διαφορετική εμπειρία παρακολούθησης για τους κατ' επανάληψη θεατές καθώς και γι' αυτούς που ίσως να βλέπουν την ταινία πρώτη φορά.

Η κατ' επανάληψη παρακολούθηση προσωθεί τον συμμετοχικό και αναδραστικό τρόπο τον οποίο το ινδικό κοινό υιοθετεί στην επαφή του με τον λαϊκό κινηματογράφο. Οι κατ' επανάληψη θεατές είχαν χρόνο να δημιουργήσουν μια σχέση με τους χαρακτήρες και να τους μιλούν στην οθόνη καθώς και να τραγουδούν παράλληλα με τη μουσική της ταινίας. Φωνάζοντας δυνατά προβλέπουν τι θα γίνει μετά ή συνεχίζουν τη συζήτηση με έναν χαρακτήρα απαντώντας σε κάθε διάλογο με τον δικό τους αυτοσχέδιο τρόπο. Οι κατ' επανάληψη θεατές χειροκροτούν και ζητωκραυγάζουν δευτερόλεπτα πριν συμβεί ένα γεγονός στην οθόνη και κάνουν ηχητικά εφέ που προϋδεάζουν τους άλλους για τη σκηνή που θα ακολουθήσει, ενώ οι θεατές που πηγαίνουν πρώτη φορά το καταλαβαίνουν αφότου έχει περάσει η σκηνή. Στην αίθουσα δημιουργείται μια ατμόσφαιρα κοινότητας. Μια γυναίκα που είχε πάει να δει την εμπορική επιτυχία *Hum Aapke Hain Kaun*, η οποία έδειχνε την ιστορία ενός οικογενειακού γάμου, σχολίασε ότι «ήταν σαν να παρευρισκόταν και αυτή στο γάμο». Επειδή η ταινία παιζόταν στις αίθουσες σχεδόν έναν χρόνο, σε κάθε προβολή πήγαιναν συνήθως κατ' επανάληψη θεατές. Ένας θεατής περιέγραψε την εμπειρία του εντός της αίθουσας:

Όλοι όσοι πήγαν να τη δουν την είχαν ξαναδεί. [Στην αίθουσα] οι άνθρωποι έπιναν καφέ, μιλούσαν, ήξεραν πότε έμπαιναν τα τραγούδια στην ταινία και τα τραγουδούσαν. Υπήρχε συνεχής ομιλία, λες και γινόταν γάμος στην αίθουσα. Οι άνθρωποι έλεγαν [αναφερόμενοι στην εμφάνιση ενός χαρακτήρα] «αυτή η ξώπλατη μπλούζα είναι ωραία. έχω μία σε αυτό το σχέδιο». (Srinivas, 1998: 36)

Τέτοια σχόλια από τους εξοικειωμένους θεατές αντικρούουν το επιχείρημα ότι η κινηματογραφική έξοδος στην Ινδία είναι μια φυγή από την πραγματικότητα, μια υπόθεση που θεω-

ρείται γεγονός από πολλούς διανοούμενους που βρίσκονται εκτός της κοιλτούρας της λαϊκής κινηματογραφικής εξόδου στην Ινδία. Συχνά συναντούσα ακαδημαϊκούς που μου έλεγαν για τον ρόλο του κινηματογράφου να παρέχει στη μάζα μια φυγή από τη σκληρή πραγματικότητα. Κάποιοι από αυτούς τους ακαδημαϊκούς παραδέχτηκαν ότι δεν είχαν πάει ποτέ να δουν τις εν λόγω ταινίες, επειδή τους προβλημάτιζε η «ασυνέχεια» στην αφήγηση, ή θα έκαναν σχόλια του τύπου «είναι απαισίες! Τόσο χυδαίες!» και «Οι ήρωες είναι τόσο άσχημοι».

Κατά την παρουσίαση δεδομένων για την κατ' επανάληψη παρακολούθηση στις Ηνωμένες Πολιτείες ρωτήθηκαν για την ταινία *Τιτανικός*, η οποία ως γνωστό έχει προσελκύσει κατ' επανάληψη θεατές, πολλοί από τους οποίους είναι κορίτσια στην εφηβεία, θαυμάστριες του κ. Ντι Κάπριο. Ωστόσο, ταινίες όπως ο *Τιτανικός* και το *Σταρ Τρεκ, Πρώτη επαφή* (*Star Trek First Contact*, J. Frakes, 1996) αποτελούν εξαίρεση στην κινηματογραφική κοιλτούρα της Δύσης, ενώ στην Ινδία η κατ' επανάληψη παρακολούθηση είναι απλώς ένα καθημερινό φαινόμενο ανεξαρτήτου ηλικίας και φύλου. Το να παρακολουθεί κανείς μία αφήγηση της οποίας η ιστορία είναι γνωστή είναι κάτι που το ινδικό κοινό κάνει γενιές και γενιές. Παραστάσεις θρησκευτικών μύθων όπως του Ραμαγιάνα, του Κρίσνα Λίλα, χορευτικά δράματα την ιστορία των οποίων οι Ινδοί γνωρίζουν από την παιδική τους ηλικία, δημιουργούνται για ένα συμμετοχικό κοινό (Hein 1959, Booth 1995). Η επιλεκτική και η κατ' επανάληψη παρακολούθηση, πρακτικές μέσω των οποίων τα σύγχρονα μέσα μαζικής επικοινωνίας αναδιαμορφώνονται από τους θεατές, είναι ριζωμένες στην ινδική παράδοση και αποσκοπούν στο να κάνουν την κινηματογραφική εμπειρία πολιτισμικά ξεχωριστή.

Κινηματογράφος: μια συλλογική κατασκευή

Οι αναστοχασμοί του Sudhir Kakar για τις παιδικές του κινηματογραφικές εμπειρίες στην Ινδία τονίζουν τη σπουδαιότητα της συμμετοχής στη βίωση της κινηματογραφικής εμπειρίας. Γράφει:

Πάντα συμμετείχα στο αποδοκιμαστικό γέλιο που ακολουθούσε ένα τραχύ σχόλιο, ακόμα και αν δεν καταλάβαινα το ακριβές νόημα. Κι εγώ μαζί με τους άλλους κρατούσα την ανάσα μου στην πνιγνή σιωπή που ακολουθούσε μια ιδιαίτερα πειστική ερωτική σκηνή, και προσπαθούσα στα κρυφά να σφυριξώ με τη βοήθεια των δαχτύλων κάτω από τη γλώσσα σε σχήμα «Ο», προσπαθώντας να μιμηθώ τα καταπληκτικά σφυρίγματα που ακούγονταν στην αναπόφευκτη σκηνή όπου η ηρωίδα έπεφτε στο νερό ή εμφανιζόταν βρεγμένη. (1980: 12)

Στην αίθουσα οι εξοικειωμένοι θεατές περιμένουν να διαντιδράσουν με τους άλλους θεατές και με τα επί της οθόνης γεγονότα. Ένας από τους συνεντευξιζόμενους μου, όταν αφηγήθηκε μια κινηματογραφική έξοδο με την παρέα των είκοσι πέντε φίλων του από το πανεπιστήμιο, ανέφερε πόσο ενθουσιασμένος ήταν που είδε μια ταινία που αυτός και οι φίλοι του είχαν ξαναδεί, περιμένοντας μία μουσικοχορευτική σκηνή να ξεκινήσει ώστε να τραγουδήσουν όλοι μαζί, ή περιμένοντας γνωστούς διάλογους που είχαν απομνημονεύσει ώστε να τους επαναλάβουν δυνατά. Ένας Ινδός που παρακολουθούσε μια ταινία Χίντι σε μια αίθουσα της Μασαχουσέτης ανακάλυψε ότι το ασυνήθιστο ήρεμο κοινό δεν ανταποκρί-

θηκε στις προσδοκίες του όταν σχολίασε φωναχτά «Αυτοί οι άνθρωποι δεν ξέρουν να βλέπουν μια ταινία» και στη συνέχεια σφύριξε διαπεραστικά τη στιγμή όπου η ηρωίδα εμφανίστηκε στην οθόνη με μια κοντή φούστα. Οι ινδοί θεατές θεωρούν περιοριστική την εμπειρία της παρακολούθησης μιας χολιγουντιανής ταινίας στις Ηνωμένες Πολιτείες. Κατά τη διάρκεια της ταινίας *Θέλμα και Λουίζ* (*Thelma and Louise*, R. Scott, 1991) σε αίθουσα της Βοστώνης, ένας ινδός θεατής ταυτίστηκε με τη σκηνή όπου οι χαρακτήρες διασχίζουν την Οκλαχόμα με αυτοκίνητο, επειδή υπήρξε φοιτητής στο πανεπιστήμιο αυτής της πολιτείας. Οι ενθουσιώδεις φωνές του «Οκλαχόμα! Ε, παιδιά, αυτή είναι η Οκλαχόμα!» αποδοκιμάστηκαν και οι άνθρωποι στα μπροστινά καθίσματα του είπαν να σωπάσει. Όταν βγήκε από την αίθουσα, μια γυναίκα τον χτύπησε στον ώμο και του είπε ότι αυτή και ο φίλος της ήταν «πολύ αναστατωμένοι από τη συμπεριφορά του και τον συμβούλεψε "εάν ήμουν στη θέση σου θα σεβόμουν αυτούς που παρακολουθούν την ταινία"».

Στην Ινδία, ο διαδραστικός και συμμετοχικός τρόπος παρακολούθησης που υιοθετεί το κοινό επιτρέπει κάποιον είδους αυθόρμητη συμμετοχή όπου οι θεατές φωνάζουν σχόλια δυνατά προς την οθόνη, μιλούν στους χαρακτήρες, τους δίνουν συμβουλές και παίρνουν το μέρος κάποιου από αυτούς. Το κοινό «καταλαμβάνει» μια σκηνή και ανακατασκευάζει τη σημασία και τον αντίκτυπο της. Οι υπερβολικά δραματικές σκηνές συχνά διακωμωδούνται και οι θεατές χρησιμοποιούν το γέλιο και την ειρωνεία για να μετασχηματίσουν το νόημα και το συναίσθημα. Σε μια σκηνή όπου ο ήρωας στέκεται στο χέιλος του γκρεμού και λέει στην ηρωίδα ότι θα πηδήξει στο κενό εάν εκείνη δεν ανταποδώσει την αγάπη του, οι θεατές φωνάζουν «Kood ja» («Πήδα!»), προκαλώντας γέλιο στα άλλα μέλη του κοινού και υπονομεύοντας τις προθέσεις του κινηματογραφιστή. Επίσης δημιουργούνται διαντιδράσεις μεταξύ των θεατών. Μια γυναίκα έβαλε τα κλάματα κατά τη διάρκεια μιας συναισθηματικής σκηνής στην ταινία *Khamoshi* (Σιωπή, S. Leela Bhansali, 1996 – σ.τ.ε.: πιθανώς η ταινία είναι ριμέικ αυτής του R. C. Talwar, 1942, και αυτής του A. Sen, 1969, και οι τρεις σε γλώσσα Χίντι). Ακούγοντάς την, δύο άνδρες που κάθονταν κοντά της υποκρίνονταν ότι έκλαιγαν με λυγμούς, και η διαντίδραση αυτή έκανε τους άλλους να γελάσουν (Srinivas, 1998: 336).

Αυτές οι πρακτικές δεν περιορίζονται μόνο στην περίπτωση των ινδικών ταινιών. Όταν παρακολούθησα την ταινία *Air Force One* (W. Petersen, 1997) στο Λος Άντζελες, μου έκανε τρομερή εντύπωση η διαφορά στην εμπειρία της παρακολούθησης της ίδιας ταινίας στο Μπανγκάλور. Στο Λος Άντζελες η μισοάδεια αίθουσα ήταν σιωπηλή, πολλοί άνθρωποι είχαν πάει να την παρακολουθήσουν μόνοι τους και το να βρίσκεσαι στην αίθουσα δεν ήταν αρκετό να καταλάβει κανείς πως υποδέχτηκε το κοινό την ταινία. Κάποιος θα έπρεπε να υποθέσει ότι η προσοχή του κοινού στην οθόνη υποδηλώνει και κάποια απόλαυση της ταινίας, και το σιωπηρό και ευγενές χαμόγελο που προκάλεσαν κάνα δύο ανέκδοτα μεμονωμένων θεατών δήλωνε έναν βαθμό συναισθηματικής εμπλοκής με τη συγκεκριμένη σκηνή. Στο Μπανγκάλور η κινηματογραφική αίθουσα ήταν ασφυκτικά γεμάτη. Η ταμπέλα «αίθουσα πλήρης» περήφανα δήλωνε το κύρος της ταινίας και της κινηματογραφικής αίθουσας. Οι θεατές που περίμεναν να ανοίξουν οι πόρτες ενθουσιασμένοι καλούσαν τα μέλη της οικογένειάς και τους φίλους τους. Άκουσα το όνομα Χάρισον Φορντ να αναφέρεται πολλές φορές, μαζί με το όνομα του σκηνοθέτη. Ήταν φανερό ότι πολλοί είχαν ξαναδεί την ταινία και φράσεις όπως «πολύ καλό!», «τι αεροπλάνο!» και ούτω καθεξής ακούγονταν παντού. Μέσα

στην αίθουσα το κοινό μιλούσε καθ' όλη τη διάρκεια της ταινίας. Οι κατ' επανάληψη θεατές κατεύθυναν αυτούς που είχαν πάει πρώτη φορά στην ταινία, «κοίτα τι θα γίνει τώρα!», «νόμιζες ότι θα πήδαγε από το αεροπλάνο; Εγώ το ήξερα ότι ήταν ακόμη εκεί!», «αυτή η σκηνή έχει γέλιο» και έκαναν ηχητικά εφέ, όπως τον ήχο των πυροβολισμών, πριν ακόμα ακουστούν. Σε στιγμές έντασης, όπως όταν ο χαρακτήρας που υποδύεται ο Φορντ κρύβεται στο αεροπλάνο λίγα μέτρα από τον τρομοκράτη φύλακα, οι θεατές σφύριζαν συριστικά, νιαούριζαν δυνατά, ή έκαναν ανόητους ήχους προκαλώντας το γέλιο των άλλων θεατών. Αυτού του είδους το διαδραματιζόμενο χιούμορ γίνεται δεκτό με δυνατά και συλλογικά γέλια και χειροκρότημα. Πολλοί επανέλαβαν την τελική φράση στους φίλους τους: οι άνδρες χτύπαγαν ο ένας τον άλλο στους ώμους και τραντάζονταν στα καθίσματά τους γελώντας. Οι στιγμές της νίκης του «καλού» έναντι του «κακού» συνοδεύτηκαν από επιδοκιμαστικό χειροκρότημα και σφυρίγματα. Όταν έγινε διακοπή ρεύματος και η οθόνη μαύρισε, το κοινό έδειξε τη δυσαρέσκειά του φωνάζοντας στο προσωπικό της αίθουσας.

Ο σχολιασμός και η συμμετοχή είναι τρόποι μέσω των οποίων το κοινό ανακατασκευάζει την ταινία. Οι θεατές καταφέρνουν να εγγράψουν τον εαυτό τους στο «κείμενο» της ταινίας με το να κάνουν ηχητικά εφέ (του τρένου, συνοδεύοντας την εικόνα) ή με το να προσθέτουν διάλογο – είτε αυτοσχέδιο ή επαναλαμβανόμενο. Το να παρακολουθεί κανείς μια ταινία παραπάνω από μια φορά είναι ένα πρακτικό τέχνασμα, όπου η κάθε φορά γίνεται ευκαιρία να απομνημονεύσει κανείς τους διαλόγους. Με το να φωνάζει αποκρίσεις στον επί της οθόνης διάλογο, το κοινό κατασκευάζει έναν παράλληλο διάλογο που επεξεργάζεται το νόημα της ταινίας ή περιλαμβάνει μια συσχέτιση με τον ηθοποιό που κινείται μεταξύ του πλαισίου της αφήγησης και της κινηματογραφίας. Παρακολουθώντας μια σκηνή πάλης, για παράδειγμα, όταν ο κακός επιτίθεται ξαφνικά στον ήρωα, το κοινό φωνάζει στον ήρωα «Τώρα, κλώτσα τον!», και με το να το κάνουν αυτό δίνουν επίσης οδηγίες στον ηθοποιό χτίζοντας τη σκηνή της πάλης.

Το κοινό παρεμβαίνει διορθωτικά στην ταινία και όταν παρακολουθεί βίντεο στο σπίτι. Ένα άτομο αναλαμβάνει να «τρέχει» την ταινία, και κατά τη διάρκεια της παρακολούθησης δέχεται οδηγίες από τους άλλους πότε να την «τρέξει». Τον ρόλο του επιμελητή της ταινίας τον οικειοποιούνται και στις κινηματογραφικές αίθουσες, όπως όταν στη διάρκεια της ταινίας *Hum* (M. Anand, 1991) το κοινό δημιούργησε φασαρία απαιτώντας να ξαναπαιχτεί επανειλημμένα μια μουσικοχορευτική σκηνή, ενώ τραγουδούσαν και χόρευαν. Συζητήσεις με θεατές αποκάλυψαν ότι αυτό δεν ήταν ένα μεμονωμένο περιστατικό. Είναι γνωστό ότι το κοινό περιστασιακά σταματά την προβολή μιας ταινίας και απαιτεί ορισμένες σκηνές να προβληθούν σε επανάληψη.

Η κινηματογραφική βιομηχανία αναγκάζεται να αντιμετωπίσει το κοινό ως κριτικό. Άντρες θεατές των κατώτερων τάξεων είναι γνωστό ότι αφήνουν ανεξίτηλα σημάδια στις αίθουσες ξεσκίζοντας την ταπετσαρία από τα καθίσματα με ξυραφάκια και μαχαίρια όταν τους απογοητεύει η ταινία ή οι συνθήκες παρακολούθησης (π.χ. όταν γίνεται διακοπή ρεύματος). Οι ιδιοκτήτες των αιθουσών γνωρίζουν αυτές τις αναμενόμενες πράξεις του κοινού και για τον λόγο αυτόν έχουν φτιάξει τα καθίσματα κοντά στην οθόνη από σκληρό πλαστικό. Σε μια αίθουσα στο Μπανγκάλور, τα καθίσματα είναι φτιαγμένα από τσιμέντο.

Συμπεράσματα

Στις δυτικές κοινωνίες, το ευρύ κοινό είναι ήσυχο και αρκετά πειθαρχημένο στους τρόπους παρακολούθησης της ταινίας. Στις κινηματογραφικές αίθουσες οι άνθρωποι παρακολουθούν το μεγαλύτερο μέρος της ταινίας σιωπηλοί, και αυτή η αναμενόμενη σιωπηλή προσήλωση στα επί της οθόνης τεκταινόμενα αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό τους. Οι θεατές σπάνια μιλούν δυνατά και ποτέ δεν εμπλέκονται σε έναν φανερά διαδραστικό και ανθόρμητα εκφραστικό τρόπο υποδοχής της ταινίας όπως το κοινό στην Ινδία. Εναλλακτικές ή μεταμεσονύχτιες ταινίες συχνά αποτελούν περιπτώσεις συμμετοχικής παρακολούθησης. Αλλά, ακόμα και σε αυτό το πλαίσιο, παράδειγμα του οποίου είναι και το *Rocky Horror Picture Show* (J. Sharman, 1975) στις Ηνωμένες Πολιτείες, η συμμετοχή του κοινού είναι προσδιορισμένη και καθοδηγημένη σεναριακά.

Οι κινηματογραφικές σπουδές στη Δύση, οι οποίες μελετούν το κοινό που είναι σιωπηλό, ακόμα και βουβό, κατά την παρακολούθηση ταινίας, δεν κατάφεραν να έχουν πρόσβαση σε πρακτικές μαζικής υποδοχής σε δημόσιο χώρο. Για τον λόγο αυτόν το αντικείμενο μελέτης τους δεν πηγαίνει πιο πέρα από την ανάλυση των κινηματογραφικών κειμένων. Στο πλαίσιο αυτό, το κοινό, όπου αναφέρεται, θεωρείται είτε «αναγνώστης» κειμένων ή υποκείμενο της έρευνας αγοράς, μιας αγοράς που είναι υπερβολικά τμηματοποιημένη και προσανατολισμένη σε ανεύρεση ειδικού κοινού.

Δεδομένων των εμποδίων που θέτει το δυτικό κοινό σε μια εθνογραφική παρατήρηση των χώρων υποδοχής, οι ινδοί θεατές αποτελούν έναν στρατηγικό χώρο ανάδειξης αυτού που μέχρι τώρα αποτελούσε το «μαύρο κουτί» της υποδοχής των μέσων. Ο ινδικός κινηματογράφος και η κουλτούρα υποδοχής του αμφισβητούν πολλές βασικές υποθέσεις για τη μαζική κουλτούρα. Ο κινηματογράφος δεν φαίνεται να έχει απαραίτητα την ομογενοποιητική επίδραση που συνήθως έχουν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Αντίθετα, το κοινό εμπλέκεται σε διάφορες ερμηνείες του κινηματογραφικού περιεχομένου, τις οποίες τις αποκαλύπτει μέσω ομαδικής ή «συνολικής» παρακολούθησης. Οι διαντιδράσεις με άλλους θεατές –γνωστούς και αγνώστους– καθώς και οι συσχετισμοί με πραγματικά περιβάλλοντα και ήθοποιους προσφέρουν στο κοινό το πρίσμα μέσα από το οποίο «βλέπουν» την ταινία. Αντί για την απώλεια της κοινότητας και των διαπροσωπικών σχέσεων, που θεωρητικοί όπως οι Αντόρνο και Χορκχάιμερ (Adorno, 1991, Adorno & Horkheimer 1972) συνέδεσαν με την ανάπτυξη της μαζικής κουλτούρας στη Δύση, η περίπτωση της Ινδίας αποκαλύπτει τη δημιουργία κοινότητας και διαπροσωπικής διαντίδρασης μέσω της κατανάλωσης των μαζικών μέσων επικοινωνίας. Η συμμετοχική εμπλοκή στον κινηματογράφο επιτρέπει στο ινδικό κοινό να ανακατασκευάσει την ταινία, προσφέροντας μια εμπειρία που είναι ετερογενής και συναφής και που μπορεί να διαφέρει για κάθε παρακολούθηση. Το ινδικό κοινό είναι συνεπώς πιο κοντά στους παραγωγούς και λιγότερο αποξενωμένο από το προϊόν, σε σύγκριση με το αντίστοιχο δυτικό.

Μετάφραση: Παντελής Βατικιώτης

Σημειώσεις

1. (σ.τ.ε.) «The active audience: spectatorship, social relations and the experience of cinema in India», *Media, Culture and Society*, 2004, 24, σ. 155-173.

2. Ευχαριστώ τον Jack Katz και τη Vivian Sobchack για τις συζητήσεις και τα σχόλιά τους σε προηγούμενες εκδόχές του άρθρου· τους Hamsa Kalyani, Tulasi Srinivas και M.V. Narasimhan για τη βοήθειά τους στην επιτόπια έρευνα. Είμαι πραγματικά ευγνώμων τόσο στους κατοίκους της Μπανγκάλου όσο και σε αυτούς που εργάζονται στην κινηματογραφική βιομηχανία για τη φιλοξενία τους και τη φιλία τους. Παραμένω υπόχρεη στον M.N. Srinivas για την ενθάρρυνση και την καθοδήγηση του. Αποσπάσματα αυτού του άρθρου παρουσιάστηκαν στο *Third Annual Conference on Popular Culture*, Bowling Green State University, Μάιος 1999, στο συνέδριο *South Asia*, Madison, University of Wisconsin, Οκτώβριος 1999, και στο Williams College, τον Φεβρουάριο του 2000.

3. 1 lakh (λακ) ισοδυναμεί με 100.000 ρουπίες.

Βιβλιογραφικές παραπομπές

Adorno, T. (1991) *The Culture Industry*. London: Routledge.

Adorno, T. and M. Horkheimer (1972) *Dialectic of Enlightenment*. New York: Herder and Herder.

Booth, G. (1995) «Traditional Content and Narrative Structure in Hindi Commercial Cinema», *Asian Folklore Studies* 54: 169-90.

Epstein, E.J. (1992) «Multiplexities», *The New Yorker* 13 July 1998: 110-13.

Gargi, B. (1966) *Folk Theatre in India*. Seattle: University of Washington Press.

Gunning, T. (1990) «The Cinema of Attractions: Early Film, its Spectator and the Avant-Garde», στο Thomas Elsaesser (επιμ.) *Early Cinema: Space, Frame, Narrative*. London: British Film Institute.

Hein, N. (1959) «The Ram Lila», στο Milton Singer (επιμ.) *Traditional India: Structure and Change*. Philadelphia, PA: American Folklore Society.

Iyer, P. (1988) *Videonight in Kathmandu*. New York: Vintage Books.

Kakar, S. (1980) «The Ties that Bind: Family Relationships in the Mythology of Hindi Cinema», *India International Centre Quarterly* 8(1): 11-21.

Lynch, O. (1990) *Divine Passions: The Social Construction of Emotions in India*. Berkeley: University of California Press.

Mittman, B. (1984) *Spectators on the Paris Stage in the Seventeenth and Eighteenth Centuries*. Ann Arbor, MI: UMI Research Press.

Papp, J. and E. Kirkland (1988) *Shakespeare Alive*. New York: Bantam.

Sobchack, V. (1999) «Toward a Phenomenology of Non-Fictional Experience», στο Michael Renov and Jane Gaines (επιμ.) *Collecting Visible Evidence*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Sridhar, S.N. and N.K. Mattoo (1997) *Ananya: A Portrait of India*. New York: Associations of Indians in America, 1997.

Srinivas, L. (1998) «Active Viewing: An Ethnography of the Indian Film Audience», *Visual Anthropology* 11(4): 323-53.

— (1999) «Movie Magic: An Ethnography of the Cinematic Experience», unpublished dissertation, University of California, Los Angeles.