



یغماگران متن و هواخواهان

هنری جنکینز

Henry Jenkins

1

کوتاهی از زندگی جنکینز



کوتاهی از زندگی جنکینز

- متولد ۱۹۵۸، ایالت جرجیا آمریکا
- محقق رسانه
- استاد ارتباطات، روزنامه نگاری و هنرهای سینمایی
- تحصیل کرده در دانشگاه‌های ایالت جرجیا، ویسکونسین - مادیسون و لویس (University of Wisconsin-Madison, Georgia State University, University of Iowa)
- برخی کتاب‌ها:



Converge...
Culture
2006



Textual
poachers
1992



Fans,
Bloggers,
and Gam...
2006



What
Made
Pistachio
Nuts?
1989



Confronting
the
Challeng...
2009



دیدگاه‌ها



- درباره فرهنگ هواخواهی دیدگاه مثبتی دارد.
- هواخواهان دوستداران سرسخت شخصیت‌های رسانه‌اند (مثل یک بازیگر، شخصیت ورزشی یا برنامه تلویزیونی و ...) که دارای کردار معنادار و با اهمیتی هستند.
- جنکینز متأثر از دوسرتو و جان فیسک است.
- جنکینز معتقد است هواخواهان برای زایش فرهنگی و تعامل اجتماعی فعالانه با متون رسانه‌ای برخورد می‌کنند.



منتقدان هواخواهی



- هواخواهی از عناصر رسانه‌ای ملازم **عدم بلوغ و کوتاه‌فکری** و متأثر از فرهنگ توده است.
- هواخواهی رسانه‌ای نوعی **عوام‌فریبی و استثمار** مخاطبان توسط **صنایع رسانه‌ای** است که به منظور تقویت رابطه مخاطب یا محصول رسانه‌ای یا افزایش شهرت آن محصول ایجاد می‌شود و نهایتاً باعث سود بیشتر مالکان است. (مک کوایل)



در برابر منقدان ...

هواخواهی از نظر جنکینز، دوسر تو و فیسک

هواخواهی از نظر جنکینز، دوسرتو و فیسک

- هواخواهان دارای کردار معنادار و با اهمیت هستند.
- برخورد فعالانه‌ای با متون رسانه‌ای دارند.
- هواخواهی نشانه‌ی قدرت خلاقانه مخاطبان است.
- هواخواهان مفاهیم جدید را از رسانه فهم می‌کنند.
- آن‌ها برای خود هویت اجتماعی ایجاد می‌کنند و از دام فریب رسانه خود را رها می‌سازند.
- هواخواهان، خود تولید کننده عناصر رسانه‌ای هستند.
- هواخواهان معناسازی می‌کنند تا با همدیگر مرادده داشته باشند.
- در مقایسه با ملال زدگان، زندگی پرشورتری دارند، قید و بند کمتری دارند و تفکرشان عمیق‌تر است.
- هواخواهی نقدی است بر فرهنگ مصرفی.



■ دوسرتو معتقد است هواخواهان همچون **خانه به دوشانی** هستند، آزاد و فارغ‌البال که از متنی به متن دیگر **مهاجرت** می‌کنند و در یک متن غرق نمی‌شوند و بارمزگشایی متن‌ها بصورت توافقی با تقابلی **هدایت نمی‌شوند** و با ارزیابی روابطشان با متون رسانه‌ای معنا را به نفع خودشان **بازسازی** می‌کنند.



سه ویژگی فرهنگ هواخواهی

1. نزدیک کردن متون به **تجربه** خودشان: متن روح هوادار را تسخیر نمی‌کند بلکه **هواداران روح متن را تسخیر** می‌کنند، از راه تبدیل محتوای متون رسانه‌ای به جزئی از زندگی روزمره.
2. تأثیر بازخوانی متن در فرهنگ هواخواهی: هواخواهن نه تنها متن را می‌خوانند بلکه آن را **مستمراً از نو** قرائت می‌کنند که باعث تغییران همه‌جانبه متن می‌شود.
3. قرائت اجتماعی متن‌های رسانه: برخلاف معمول که خواندن فرایندی انفرادی است، هواخواهان در فرایندی اجتماعی قرائت می‌کنند. هواخواهان در **اجتماع** برای مراوده بیشتر، از متن تولید معنا می‌کنند.

استوری: تفاوت هواخواهان با مخاطبین عادی

1. شدت مشارکت فکری و عاطفی در ارزش‌های هواخواهان
2. چارچوب ارزش‌های تحول‌یابنده برای خوانندگان عادی



از دید استوری

تفاوت‌های نظر جنکینز و دوسرتو

12



تفاوت‌های نظر جنکینز و دوسرتو

1. به اعتقاد جنکینز قرائت هواخواهان بوسیله بحث با دیگر هواخواهان مستمر و مداوم است، بر خلاف قرائت عامه که معناسازی موقت است.

2. در دیدگاه هواخواهی هیچ تمایزی بین خواننده و نویسنده وجود ندارد و فرهنگ هواخواهی صرفاً به مصرف مربوط نمی‌شود بلکه تولید متون را نیز در بر می‌گیرد: ترانه، شعر، رمان و ...



روش‌های بازنگاری
هواخواهان از نمایش‌های
تلویزیونی از دید جنکینز

روش‌های بازنگاری هواخواهان از تلویزیون

1. زمینه‌سازی مجدد: پر کردن **خلاء روایت** پخش شده از رسانه
2. بسط دوره زمانی مجموعه: پیشینه شخصیت را معلوم می‌کنند
3. کانونی‌سازی مجدد: توجه به شخصیت‌های **حاشیه‌ای**
4. تعدیل اخلاقی: وارونه کردن اخلاقی (تبدیل افراد شرور به خوب)
5. تغییر ژانر: تبدیل روایت علمی-تخیلی به عاشقانه
6. گذار: شخصیت یک برنامه در برنامه‌ای دیگر
7. جابجایی شخصیت‌ها: شخصیت‌ها در موقعیت‌های جدید
8. شخصی کردن روایت: حضور نویسنده در یک قسمت برنامه
9. تشدید عواطف: بحران عاطفی برای شخصیت‌ها
10. شهوانی‌سازی: جنبه شهوانی زندگی یک شخصیت



به اعتقاد جنکینز:

- هواخواهی **نقدی** است بر اشکال متعارف فرهنگ مصرفی.
- جنبه فوق العاده فرهنگ هواخواهی، مبارزه برای دگرگون ساختن، ایجاد **فرهنگ مشارکتی و مقاومت** در برابر الزام‌های امروزی است.
- در مقاله مخاطبان تعاملی: محیط دیجیتال باعث افزایش سرعت ارتباط میان هواخواهان و در نتیجه، افزایش فعال‌گرایی مخاطبان شده‌است.



نمونہ ہا





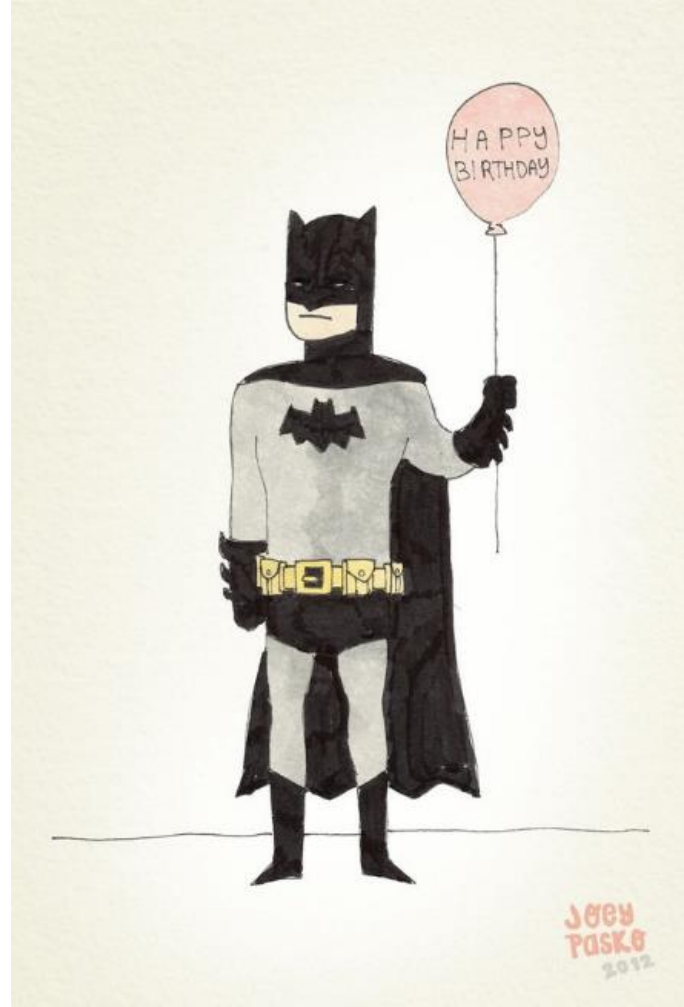
18





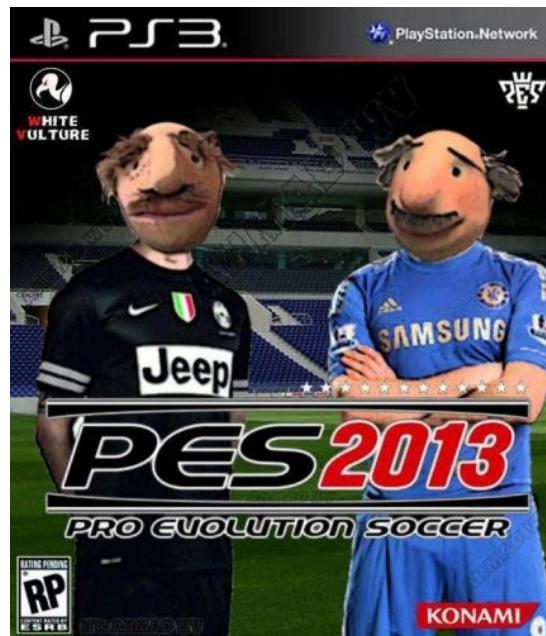
19





20





21

