مطالعات محیطی هفت حصار شماره بیست و هفتم/ سال هفتم/ بهار ۱۳۹۸
صفحات ۴۲-۲۹

تحلیل ساختار عناصر شهری «در دنیای تو ساعت چند است؟» با مروری بر ارتباط شهر و سینما[1]

حدیث لقمانی*، ایرج اعتصام**، حسین ذبیحی***

تاریخ دریافت مقاله: ۹۷/۱۲/۲
تاریخ پذیرش مقاله: ۹۸/۲/۹

[Downloaded from hafthesar.iauh.ac.ir on 2026-11-06]

چکیده

بازنمایی شهر و باز تعریف واقعیت‌های زمانی، مکانی، و فضایی در رسانه های مختلفی چون سینما بـه دلیـل درگیـر نمـودن ذهـن و اندیشـه ناخودآگاه بیننده می تواند نقش مهمی در شکل‌گیری تصویر شهر، شناخت آن و تعریف هنجارها و ناهنجارهای الگوهای رفتـاری شـهری ایفـا کند. پژوهش حاضر با هدف تاثیر رسانه های جمعی و به طور خاص سینما به عنوان یکی از قوی‌ترین و مهـم‌تـرین ابزارهـای بیـانی فضـای شهری در جهت برانگیختن احساسات، شکل دادن ادراکات و تصورات و آگاهی شهروندان به عنوان مخاطب و بازتعریف فضـاها و الگوهـای اجتماعی و در نتیجه احساس تعلق و تعصب به فضا انجام شده است. از این رو روش مورد استفاده در تحقیق روش کیفـی اسـت و از تکنیـک تحلیل محتوا استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که در سینمای ایران، کمتر به ارزش‌های زیبایی شناسـانه و مفهـوم‌گـرای معمـاری و فضاهای شهری توجه شده و اغلب به عنوان عنصری صرفا بصری مورد استفاده قرار گرفته است. جز محـدودی از مـوارد، فیلمهـا بـه نـدرت توانسته اند به طور شایسته به ارائه تصویری از شهر که در خور تعریف آن از جنبه های مختلف فرم، عملکرد و معنـا باشـد، بپردازنـد. بـا ایـن وجود، کم نیستند فیلم هایی که فضاها و معماری در آن کارکرد مفهومی و زیبایی شناسانه دارد. این تحقیق بـه شناسـایی عناصـر معمـاری و شهرسازی فیلم "در دنیای تو ساعت چند است؟" به عنوان نمونه‌ای موفق در جهت انتخاب لوکیشن‌های شهری شهر رشت و انزلی و بازنمایی فضاهای شهری آنها به مخاطب به منظور معرفی، شناخت و برانگیختن حس نوستالژیک شهروندان و انتقال مفـاهیمی چـون حـس تعلـق و تعصب به فضا و... به وی پرداخته شده است.

واژگان کلیدی

شهر، سینما، فیلم، فضای شهری

* دانشجوی دکتری، گروه شهرسازی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
** استاد تمام، گروه معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
*** دانشیار، گروه شهرسازی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۱- این مقاله برگرفته از پایان‌نامه دکتری نگارنده اول، به راهنمایی و مشاوره نگارندگان دوم و سوم با عنوان تاویل شهرسازان و سینماگران معاصر از فضاهای شهری می‌باشد.

[DOR: 20.1001.1.23225602.1398.7.27.5.5]

مقدمه

مقاله حاضر به بررسی رابطه ای که در طول تاریخ سینما بین این رسانه هنری و شهر وجود داشته و همچنان وجود دارد، می پردازد. رابطه ای که به سبب آن، زوایای گوناگون شهرهای مختلف جهان در فیلم های سینمایی مختلف ظاهر گشته و در بسیاری از موارد، قضاوت بصری از آنها ارائه شده است. از اواخر قرن نوزدهم اهمیت سینما و شهر در بسیاری از مقاطع بهم متصل شده است، از نظر موضوعی: سینما از آغاز شکل گیری، همواره به سبب بازنمایی فضاهای متمایز، سبک زندگی و شرایط زندگی انسان در شهر، امری قابل ملاحظه بوده است. از نظر فرم، سینما از طریق استفاده از میزانسن، انتخاب لوکیشن، نورپردازی، تصویر برداری و ادیت، قدرت قابل توجه و متمایزی در به تصویر کشیدن و بیان پیچیدگی های فضایی، تنوع، تفاوت ها و پویایی های اجتماعی شهر داشته است. رابطه شهر و سینما راه ارزشمندی برای تحقیق و بحث درباره مسائل کلیدی برای مطالعه اشتراکات در بررسی جامعه و فرهنگ شهر از نظر موضوع، فرم و الگوهای رفتاری از گذشته تا به امروز باز می‌کند. سینما به عنوان رسانه فراگیر ارتباطات اجتماعی معاصر، می‌تواند نقش عمده‌ای در شناخت شهرهای مهم از زوایای جدید بدست داده و در دستیابی به روشی مناسب برای تحلیل تصویر شهر در فیلم های سینمایی کمک کننده باشد.

فیلم، یکی از ابزارها در حیطه رسانه های تصویری، در به تصویر کشیدن شهر، فضاهای شهری و عناصر شهری از قبیل خیابان، میدان، مراکز خرید، پاتوق ها، کافه ها و... است که مشخصه بارز آن عبارت است از نزدیک بودن به واقعیت. فیلم به عنوان ابزاری واجد ویژگی های بصری یک اثر هنری و ایجاد مجموعه احساس هایی که سینمای داستانی می تواند در مخاطب ایجاد کند، می تواند بهترین درک از فضاها را برای مخاطب ایجاد کند. در این پژوهش تلاش شده است تا به تحلیل عناصر و ساختار فضای شهری لوکیشن های فیلم "در دنیای تو ساعت چند است" در چارچوب نظرات شهرسازان معروف بپردازد. یکی از مهم ترین نظریه پردازان فضای شهری که مولفه های معنا، فرم و عملکرد را دسته بندی کرده و به معرفی دقیق آن پرداخته است متیوکرمونا است. چارچوبی که وی تبیین کرده است می‌تواند به عنوان راهنمایی مناسب برای فیلمسازان برای انتقال مفاهیم کالبدی، عملکردی، و معنایی شهر به شمار آید. وی موضوعات طراحی شهری را در ۵ بعد شامل ابعاد بصری- ادراکی، فضایی-کالبدی، حرکتی-دسترسی، اقتصادی اجتماعی مدیریتی، عملکردی-فعالیتی، زیست محیطی مطرح کرده است.آنچه مسلم است زمانی که ارائه فضاهای شهری بر مبنای مدل و چارچوبی علمی و دقیق صورت پذیرد، نتیجه نهایی از کیفیت و بازخوردی مطلوب تر برخوردار خواهد شد. فیلم "در دنیای تو ساعت چند است" را که در سال ۱۳۹۶ در فضاهای شهری رشت و انزلی تولید شده اند می توان به عنوان نمونه ای موفق در به نمایش کشیدن فضاهای شهری و بناهای شهرهای شمال کشور و انتقال معنا و مفاهیم از طریق سکانس های مختلف به مخاطب دانست. در بسیاری از فیلم ها، مخاطبان با فقدان فضاهای شهری در فیلم و محدود شدن در فضاهای داخلی و یا ترکیبی ناهماهنگ و حتی نادرست از معماری فضای شهری رو به رو می شوند، آشفتگی ایی که معلول نداشتن چارچوب صحیح از شناخت مفهوم فضای شهری است.

بازنمایی موفق فضاهای شهری در فیلم " در دنیای تو ساعت چند است" موضوع اصلی این تحقیق است که برای مشخص کردن ویژگی‌های آن، به تحلیل سکانس های حاوی فضای شهری آن پرداخته شده است.

مبانی نظری

فضا و نحوه ادراک آن

برای درک نظریه لوفور(Heri Lefebvre) مشهورترین نظریه پرداز درباره تولید فضاهای شهری، در باب فضا، به ویژه فضاهای شهری، توجه به سه رویکرد از اهمیت خاصی برخوردار است: ۱- رویکرد اول شامل برداشت خاصی از دیالکتیک است که مختص به خود لوفور است. دیالکتیک لوفور بر خلاف هگل و مارکس و بر خلاف معنای واژه دوگانه نیست بلکه سه گانه است. ۲- رویکرد دوم درک فضا به عنوان متن است. این نگاه که ریشه در نظریه زبان دارد، فضا را از مفهومی صرفا انضمامی به سمت مفهومی انتزاعی تر سوق داده است. با این رویکرد فضا را می توان به عنوان یک متن مورد توجه قرار داد و هر متنی دارای ساختارهای درونی خاص خود است. پس فضا زبان خاص خود را دارد و باید از این زبان رمزگشایی کرد. ۳- رویکرد سوم نگاه پدیدار شناسانه به فضا به طور عام و فضای شهری به طور خاص است که لوفور تحت تاثیر نظریه پردازانی همچون موریس مرلوپونتی و گاستون باشلار به آن دست می یابد. این نوع نظریه پردازی در باب فضاهای شهری عمدتا بر معناهایی که این فضاها برای ساکنان آن دارد، متمرکز می شود. به سخن دیگر بر جایگاه فضا در زیست – جهان افراد تاکید دارد. لوفور بر این نکته انگشت می گذارد که برای شناخت فضاها نباید این سه بعد را جداگانه مورد بررسی قرار داد، بلکه باید آنها را در رابطه با یکدیگر درک کرد.از نظر لوفور فضا یک تولید اجتماعی است. به منظور فهم عمیق این نظریه بنیادین قبل از هر چیز ضروری است که این برداشت

[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1398.7.27.5.5]

رایج که فضا یک واقعیت مادی خود بنیاد است، از میان برداشته شود. به همین خاطر است که لوفور از مفهوم تولید فضا استفاده می کند و فضا را منوط به واقعیت اجتماعی می سازد. معنی این حرف این است که فضا فی نفسه نمی تواند وضعیت معرفت شناسی باشد. فضا قائم به ذات وجود ندارد، بلکه تولید می شود. (Shmidn,2008). از طرف دیگر به زعم لوفور تولید اجتماعی زمانبند است. همین امر لزوم توجه به فرآیندهای تاریخی و گذشته فضا را نمایان می سازد. بر اساس این دو دیدگاه، در نظریه لوفور، جامعه و در نتیجه شهر به یک کلیت زمانی و فضایی که منحصرا از پیکرها یا ماده و یا مجموعه ای از اعمال و کردار صرف تشکیل شده باشد دلالت ندارد، بلکه انسان ها با قابلیت های جسمانی خود، حساسیت ها و تخیلاتشان، افکار و ایدئولوژی هایشان در این فضا حضور دارند. بنابراین فضا و زمان سازه های مادی نیستند بلکه می توان آن ها را به عنوان یکپارچه کننده کنش اجتماعی درک کرد. به همین دلیل است که لوفور فضا را تولیدی اجتماعی می داند، از سوی دیگر این فضاها دریافته(Perceived)، پنداشته(Conceived) و زیسته(lived) می شوند، در واقع لوفور دسترسی پدیدارشناسانه به ابعاد تولید فضا را با مفاهیم دریافته' پنداشته و زیسته نشان داد. این سه گانه هم فردی و هم اجتماعی اند، نه تنها برای تولید نفس سازنده است بلکه برای تولید جامعه نیز اساسی است. این سه مفهوم بیانگر فعالیت و فرایندهای اجتماعی و فردی همزمان است.

فضای دریافته: فضا دارای جنبه های قابل دریافتی است که می تواند به وسیله حواس پنجگانه درک شوند. این دریافتن جزء یکپارچه ای از هر عمل فضایی است. در بردارنده هر چیزی است که خود را برای حواس مطرح می کند، نه تنها دیدن بلکه شنیدن، بوییدن، چشیدن و لمس کردن. این جنبه قابل دریافت حسی فضا مستقیما با مادیت "عناصری" ارتباط دارد که "فضا" را می سازد. (همان).

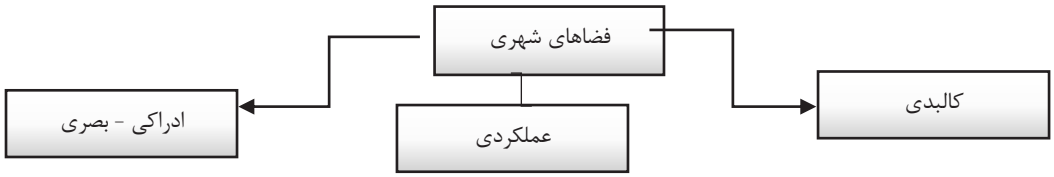
فضای پنداشته: فضا نمی تواند بدون این که حس شده باشد (همان چیزی که لوفور فضای دریافته می نامد) پنداشته شود. کنار هم قرار دادن عناصر برای شکل دادن به یک " محل" آن چیزی است که به مثابه فضا در نظر گرفته می شود. فضایی که اندیشیدنی مرتبط با دانش را فرض می گیرد.

فضای زیسته: سومین بعد تولید فضا تجربه زیست شده فضا است. این بعد دلالت بر دنیایی دارد که توسط انسان‌ها در اعمال زندگی روزمره‌شان تجربه می شود. از این لحاظ لوفور صریح است: تجربه زیسته یا تجربه عملی اجازه نمی دهد که از طریق تحلیل های نظری به اتمام برسد. همیشه یک امر مازاد، یک باقیمانده، یک امر غیر قابل بیان و غیر قابل تحلیل باقی می ماند. اما این باقیمانده های ارزشمند فقط از طریق ابزارهای هنری قابل بیان هستند.

از نظر لوفور عمده نظریه ها در رشته های متفاوت، تنها به یکی از ابعاد بالا توجه کرده اند و بعد سوم اغلب مغفول مانده است. در حالی که برای تحلیل فضاهای شهری توجه به این سه بعد و تعامل دیالکتیکی (یا به عبارت درست تر تریالیکتیکی) آن ها با یکدیگر از اهمیت بالایی برخوردار است.

مولفه های یک پدیده مانند فضای شهری در شکل عام خود شامل فرم، عملکرد و معنای آن است.فرم به معنی شکل و ظاهر آن، عملکرد به طور معمول فایده آن و معنا، ارزش، مفهوم و پیام عقلی یا احساسی آن پدیده است. بنابراین فرم جنبه قابل احساس یک پدیده است که شامل شاخص های کالبدی و غیر کالبدی می شود که فقط در غالب زمان و مکان ادراک می گردد(پاکزاد، ۱۳۹۴:۹۶). اکثریت نظریه پردازان فضای شهری، عملکرد را نیز یکی از مولفه های فضای شهری می دانند و آن را خاصیتی در هر پدیده یا فضای شهری تعریف می کنند که می تواند به صورت بالقوه یا بالفعل در رفع نیاز انسانها موثر باشد. معنا نیز از دیگر مولفه های فضای شهری است که لینچ آن را خاصیتی از محیط می‌داند که می تواند فرد را به دیگر جنبه های زندگی مرتبط سازد (لینچ،۱۳۷۶). در کنار این مباحث می توان از شدت، قدرت، پایداری، وحدت فضایی نام برد که مفاهیم کیفیت را برای مخاطب ایجاد می نماید. این مفاهیم ادراکی که از طریق نسبت هایی در اشکال و ابعاد عناصر بنیادی شکل می گیرند ایجاد کننده احساسی هستند که تحت عنوان کیفیت های ادراکی مخاطب در فضا نامیده می شوند. فضای شهری، عرصه ایفای نقش بازیگرانی است که هریک به عنوان کنشگرانی از جامعه خود محسوب می شوند. نقش های مثبت و گاهی منفی، نقش‌های پررنگ و گاهی کمرنگ، نقش های عام و گاهی خاص. فضای شهری به مفهوم صحنه ای است که فعالیت های عمومی زندگی شهری در آنها به وقوع می پیوندند. خیابانها، میادین و پارک های یک شهر فعالیت های انسانی را شکل می دهند. این فضاهای پویا در مقابل فضاهای ثابت و بی تحرک محل کار و سکونت اجزای اصلی و حیاتی یک شهر را تشکیل داده و شبکه های حرکت، مراکز ارتباطی و فضاهای عمومی بازی و تفریح را در شهر تامین می کنند(بحرینی،۱۳۷۷:۳۱۳). فضای شهری برای کرمونا، در برگیرنده تفاوت های مفهومی، فرمی (شکلی) و عملکردی است. او در تبیین این موارد به این طبقه بندی اشاره می نماید: بعد مورفولوژیکی، بعد اداراکی، بعد بصری، بعد اجتماعی، بعد عملکردی و بعد زمان. در نتیجه در جست و جوی مان به دنبال مفهومی از فضا، به این نتیجه رسیده ایم که در درک فضای شهری باید ابعاد فیزیکی کالبدی، عملکردی، بصری و ادراکی آن را هم زمان به حساب آورد.

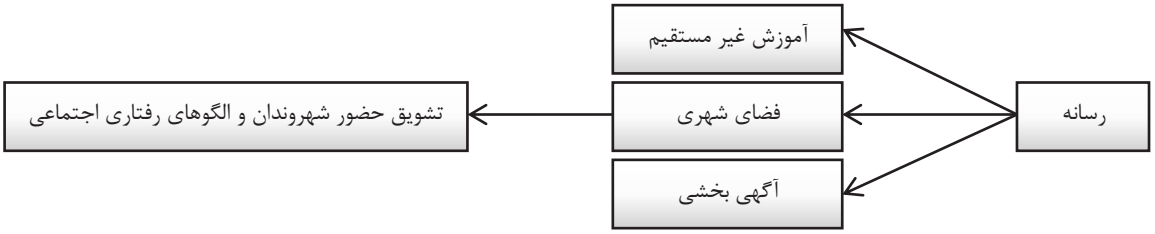
[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1398.7.27.5.5]



نمودار ۱- مولفه های مربوط به فضاهای شهری

رسانه

رسانه به هر ابزار یا نهاد مادی و غیر مادی که حامل پیام بوده اطلاق می گردد. منتها به شرط آنکه پیامی کـه منتشـر مـی کنـد از مقبولیـت اجتماعی برخوردار باشد و مورد پذیرش جامعه قرار بگیرد. به این سبب رسانه می تواند به نوعی الگوی رفتاری در مخاطب ایجاد کند، اما نکته مهم این است که الگوها در علم فرهنگ، عمومی خوانده نمی شوند در صورتی که کسب تایید و مقبولیت و استمرار آنها طی چنـد نسـل و در صورتی که مورد تایید حداکثر جامعه قرار گیرند قابلیت تبدیل شدن به بخشی از فرهنگ را دارد، می شوند(صادق فریـد،۱۷:۱۳۸۶). سـورین و تانگارد نیز معتقدند که رسانه های جمعی تصاویر اذهان ما را شکل می دهند(سورین و تانگارد،۳۵۴:۱۳۸۱). رسانه ها گرایش به این دارند کـه روایت های یکسان و نسبتا مورد وفاق از واقعیات اجتماعی ارائه و مخاطبان خود را نیز سازگار با آن "فرهنگ پذیر" کند(مهدیزاده:۲۰:۱۳۸۴). همچنین رسانه ها معمولا در به وجود آوردن الگوهای رفتاری بسیار موثر هستند. قصه ها، کتاب ها و فیلم ها مسلما در تقلید افراد نقش دارند. در واقع قدرت رسانه بیش از آنکه معطوف به دقت، صحت و جزئیات و امانت تصویر باشد، مربوط به اثـری اسـت کـه روایـت تصـویری بـر ادراکات، تصورات و متعاقب آن واکنش و الگوهای رفتاری اشخاص باقی می گذارد. عکس العمل هایی حسـی کـه منجـر بـه ایجـاد افکـار و عواطفی می شود که به نوبه خود پذیرش پاره ای از هنجارها و ناهنجارهای شهری را برای مخاطب تسهیل می کند. در مجموع رسانه ها می توانند به عنوان ابزای برای بیان تصویری پدیده های اجتماعی مانند شهر به فرایند تعریف، بازتعریف، معنابخشی و معنایابی وباید و نبایدهای الگوهایی رفتاری شهروندی در فضاهای شهری کمک کنند.



نمودار ۲ – نقش رسانه بر شهروندان

نظریات تاثیر رسانه بر مخاطبان

به نظر می‌رسد از میان مطالعات مربوط به جنبه های مختلف فراگرد ارتباط جمعی، مطالعات انجام شده در مورد اثرات رسانه ها بیش از همـه مورد توجه بوده است. این امر دلایل زیادی دارد، هدف بخش عمده ای از تحقیقات این بوده است که از رسانه ها برای نفوذ در مردم اسـتفاده شود تا کاری را انجام دهند که در حالت عادی ممکن است نتوانند انجام دهند. اولین نظریه پردازان نظریه ارتباطات بر تاثیر قوی و بـی قیـد و شرط رسانه بر مخاطب تاکید داشتند و اعتقاد داشتند که مخاطبان به مثابه توده هایی هستند که از رسانه به صورت منفعلانه تاثیر می پذیرند. پژوهش های نظریه پردازان ارتباطات جمعی که موافق تاثیرات رسانه های جمعی بر روی مخاطبان خود هستند منجر به ارائه و تولیـد نظریـه هایی شده که مهمترین آنها " نظریه تزریقی" و "نظریه کشت" شده است.

نظریه تزریقی: دوران شکوفایی نظریه تزریقی طی سالهای ۱۹۳۰-۱۹۴۰ یعنی در خلال دو جنگ بین المللی بوده اسـت و رادیـو و سـینما عوامل مهمی در شکل گیری این نظریه به شمار می رود.ا ین نظریه بر قدرت نامحدود پیام رسانه ها استوار است و عقیده دارد کـه اگـر پیـام خوب درک و ارائه گردد، بیشترین تاثیر را بر مخاطب می گذارد. در این نظریه مخاطب منفعل است و جامعه به صورت اتم هایی مجـزا بـدون روابط اجتماعی در نظر گرفته می شود. این نظریه حکایت از این دارد که افراد در برابر پیام های ارتباط جمعی فوق العاده شـکننده انـد. طبـق نظریه تزریقی اگر "پیام به هدف برسد" اثر مطلوب را خواهد داشت(ورنر و دیگران، ۱۷۶:۱۳۸۱). نظریه تزریقی وسایل ارتباط جمعی را ماننـد یک سرنگ حجیم فرض می کند که می تواند محتوا ی پیام خود را مانند ترکیبی شیمیایی به مخاطبان تزریق کند. رسانه گرایش بر ایـن دارد

[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1398.7.27.5.5]

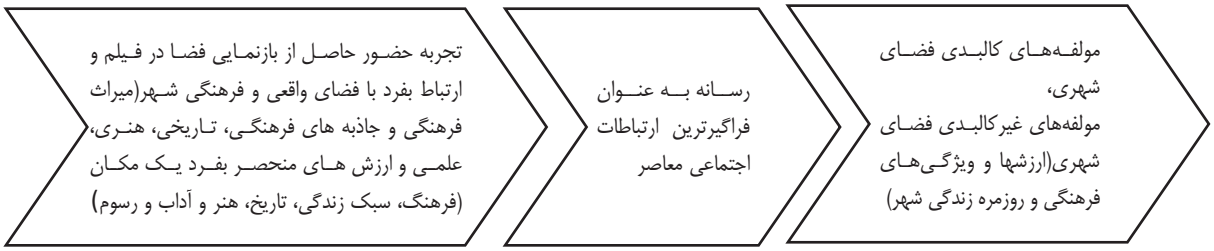
که روایت های یکسان و نسبتا مورد وفاق از واقعیت های اجتماعی ارائه دهد و مخاطبان را سازگار با آن فرهنگ پذیر کند. گربنر پیش بینی می کند که رسانه به خاطر ماهیت نظام مند پیامش و پایداریش در طول زمان تاثیر قدرتمندی دارد و به همین دلیل وی رسانه را شکل دهندگان جامعه می شناسد. استدلال گربنر این است که رسانه به صورت بازوی اصلی فرهنگ جامعه در آمده است.

نظریه کاشت: نظریه پردازان استدلال می کنند که رسانه اثرات دراز مدت دارد. اثرات تدریجی و غیر مستقیم اما متراکم و با اهمیت و تماشای زیاد تلویزیون به عنوان " کاشت" نگرش هایی دیده می شود که بیشتر با جهانی که برنامه های تلویزیونی به تصویر می کشند همانند است تا جهان واقعی(مهدی زاده،۲۰:۱۳۸۴). بنابراین می توان چنین نتیجه گرفت که امروزه رسانه ها می توانند خود را به عنوان رهبران فکری جامعه شهری در شکل گیری تصاویر و دریافت های ذهنی مردم از وقایع و پدیده های پیرامون خود، معرفی کنند.

ارتباط میان شهر و سینما

سینما خود محصول جامعه مدرن است، از این رو سینما از آغاز با کلان شهرهای مدرن پیوند خورد و تصویر تقریبا تمامی پایتخت های مشهور جهان بسیار زود در این رسانه ثبت شد. در واقع سینما نیز مانند دیگر هنرها و البته با قابلیت هایی به مراتب وسیع تر، پشت سر نهادن تجارب اولیه به سرعت متوجه شهر و شهرنشینان جامعه مدرن، نه فقط به عنوان زمینه داستان، بلکه به مثابه " موضوع" هنر سینما شد. " لیکن سینما فراتر و عمیق تر از سایر هنرها امکان رسوخ در اعماق لایه های پنهان زندگی شهری را به دست آورد"(مسعودی،۷۷:۱۳۸۵). در واقع، سینمای شهر محور تصویر ذهنی و نحوه ادراک افراد را از محیط شهر، ابعاد و زوایای پنهان آن عوض کرده و گسترش داده است. در یک کلام، رسانه سینما به سازنده اصلی ذهنیت انسان از شهر بدل شده است. (همان). تماشاگر آنچه بر روی صحنه تلویزیون و یا بر روی اکران سینما می بیند تصاویر یا سلسله تصاویری انتخاب شده از دیدگاه دوربین و زاویه سلیقه و نگرش کارگردان می باشد. تماشاگر این صحنه در واقع با گزارشی دست دوم از واقعیت خارجی روبه رو است که معنی و مفهوم آن را در ارتباط و متناسب با معیارهای درونی خود از طریق بازسازی ذهنی به دست می آورد(طباطبایی،۴۷:۱۳۸۴). فیلم بیش از هر هنر دیگری به مخاطب احساس واقعی بودن می بخشد. این امر چند دلیل دارد. اول قدرت سینما در بازآفرینی حرکت است. حرکت خود به خود و بدون کمک هیچ عامل دیگر، جاذبه و لطف خاص دارد که نظر انسان را بی اختیار جلب می کند. در سینما ترکیب های گرافیک وقتی که به حرکت در می آیند زنده می شوند و در مورد سینما و تلویزیون هر دو، حرکت مقاومت انتقادی بیننده را کم می کندو باعث می شود که تصویر با قدرت بیشتری خود را تحمیل کند و به بیننده احساس قوی تری از واقعیت ببخشد. بنابراین با وجود این، ما صحنه های ساخته شده در استودیو را با تمام حقه های سینمایی و حتی با دکورهای کاملا غیر طبیعی اش باور می کنیم و می پذیریم. یک فضا می تواند از دید دوربین به هزاران شکل متفاوت مورد کنکاش قرار گیرد. فیلم ساز می تواند شباهت و یا هم سانی این هزار دید و یا تمایز و نا هم خوانی درونی آنها را نشان دهد، اما از دید یک بیننده عادی فضا تنها به یک شکل درک می شود و تصور او از جزئیات و احساسات و مفهوم مستتر در فضا چیزی بسیاری کلی و تفسیر ناپذیر و کاملا وابسته به انگاره های کلی و دریافت های تغییر ناپذیر اولیه است. او نمی تواند یک فضا را هربار به شکلی دیگر تجربه کند یا این تجربه را به هر صورت از آن خود کند. یک چشم عادی غالبا محدود به برداشتی عام از یک فضاست که به سختی به جزئیات روز و بنیادین آن تجزیه می شود(وایزمن،۱۸:۱۳۸۸).

نمودار ۳-ارتباط میان مفهوم رسانه، شهر، شهروندان و فضای شهری



بنابراین می توان چنین نتیجه گرفت که امروزه رسانه‌ها و فیلمها نقش بسیار مهمی در شناخت فضاهای شهری، مکان‌ها، ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی و آداب رسوم آنها دارند و نیز از این طریق می توانند در ذهن شهروندان نقش ببندند و در القای الگوهای رفتاری مناسب شهری تاثیرگذار باشد. با استفاده از رسانه و به طور اخص سینما و قدرت فوق العاده آن در بیان جزئیات تصاویر، این امکان برای مخاطبان فراهم می آید که تصاویر تقریبا یکسانی از ابعاد فیزیکی و کالبدی فضاهای شهری و برای همه مخاطبان به جهت معرفی، شناخت دقیق، تصمیم برای حضورپذیری، رفتار با فضا و تقویت احساس های مرتبط با فضا همچون حس تعلق و... فراهم گردد. این موضوع کاملا مورد اعتبار قرار گرفته است تا جایی که ثابت شده است عوامل مختلفی در فیلم ها، تغییرات مثبتی را در گرایش ها و تمایلات مردم و تغییرات رفتاری بیشتری را در جهت ترغیب بینندگان ایجاد نموده اند.

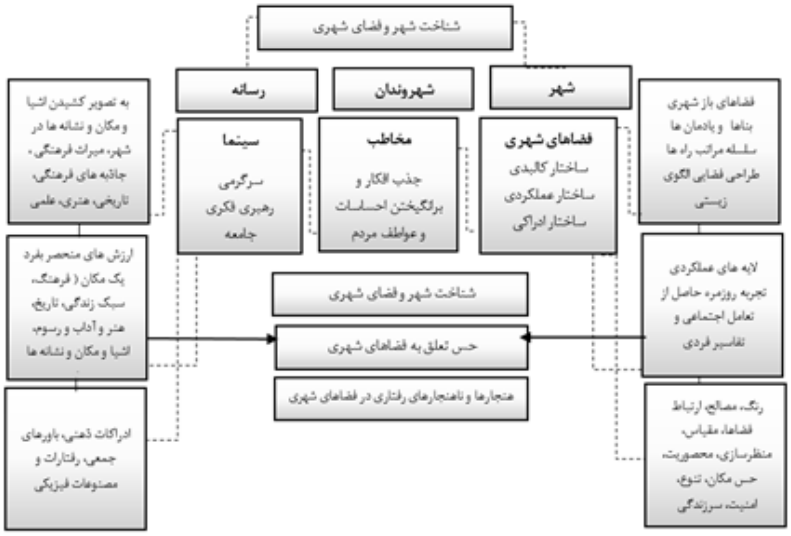
[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1398.7.27.5.5]

صاحب نظران بسیاری تا کنون بر اهمیت سینما و تاثیر آن بر شهر، جامعه و فرهنگ بحث کرده اند. شهر همواره اهمیت ویژه ای در درک این نکته داشته که دگرگونی اجتماعی چگونه خود را نمایان می کند و مطالعات شهری سراغ مطالعه فیلم ها به عنوان چشم انداز فرهنگی بازنمایی شهرها رفته است چرا که همان طور که مارک شیل(Mark Shiel) و تونی فیتزماریس(Tuoni Fitzmaurice) اشاره می‌کنند: "سینما فرم فضایی خلاقانه فرهنگ است (Shiel, m and Fitzmaurice,T:2001:6). پیوند میان شهر و سینما پیوندی است دو سویه و مستحکم با قدمتی بیش از یک سده. سینما از نخستین روزهای پیدایش خود، اواخر قرن نوزدهم، تاکنون همواره خود را نسبت با شهر و فضاهای شهری تعریف کرده است. سینما عنصر نو- ارتباطی را برای گفت و گو با تماشاگر شهر نو پرداز قرن نوزدهمی بر می گزیند، برداشت های سینمایی در مکان های عمومی شهری نظیر تالارهای موسیقی، کافه ها، سالن ها و نمایشگاه های هنری، ضبط می شوند و به نمایش گذاشته می شوند، اولین فیلم ها نیز تصاویری مستند از فضاهای عمومی نظیر خیابان ها، ایستگاه های قطار و نمایشگاه های جهانی را ثبت می‌کنند (حبیبی،۱۳۹۴:۹). تام گانینگ(Tom Gunning)، استاد تاریخ سینمای دانشگاه شیکاگو، به نکته جالبی اشاره کرد: "تقریبا تمامی فیلم ها، مستندهایی از تردد انبوه مردم از خیابان ها به مکان های عمومی و برعکس، خیابان های شلوغ و تردد اتومبیل ها و قطارها هستند.گویی عنصر خیابان در سینما بدل به اسطوره ای جذاب و بی پایان شده است"(وایزمن،۱۳۸۸:۲۶).

تا پیش از اختراع سینما، جلوه هایی ساکن و ایستا از شهر و زندگی در نقاشی های رئالیستی و امپرسیونیستی قرن هجده و نوزده میلادی دیده می شد، با اختراع عکاسی، شهر، فضاهای شهری و موضوع عکس های دهه های آخر قرن نوزدهم میلادی می شوند. ولی این سینماست که با ارائه تصاویر متحرک، امکان ثبت و ضبط نه فقط سویه های فرار، گریز پا و نادیدنی زندگی مدرن شهری را به معنای دقیق کلمه فراهم می آورد، بلکه کالبد و فضای شهری نوپرداز را نیز به نمایش می گذارد، معماری و معماری شهری بی آنکه خود طلب کنند، موضوع صحنه آرایی فیلم ها می شوند. اگر تا پیش از ابداع سینما و حتی عکاسی، درک و تصور مردمان از شهرهای دور و سرزمین های نا آشنا تنها به واسطه سفرنامه و داستان و روایت و گزارش های نوشتاری گه گاه همراه با تصاویری بیش و کم واقعی ممکن می شد، با ورود سینما به صحنه زندگی مردمان، این تصویر ذهنی نمودی عینی و واقعی پیدا می کند و برای همگان به نمایش درمی‌آید. از آن پس دیگر پاریس و برلین و لندن و شهرهای دوردست، شهرهایی خیالی و بر ساخته ذهن خوانندگان داستان و سفرنامه ها نبودند، بلکه قالب و منظر آشنا به خود گرفتند و عینیت یافتند، می شد آنها را دید، با دیدن تجربه شان کرد و می شد در این تجربه با دیگری شریک و سهیم شد و مهم تر آنکه می شد فضای نو و نوپردازی شده شهری را دید و درک کرد، می شد به درون کالبد معماری شهری نو و نوپرداز رفت، می شد کالبد شهر مدرن را با همه حواس درک کرد و طالب آن شد. سینما نیز همواره در کلی ترین تعریف خود نوعی بازنمایی واقعیت و تخیل است. واقعیتی که در عینیت جهان مادی جریان دارد و زندگی عادی را در خود می گیرد و تخیلی که سعی در به نمایش درآوردن و تاکید بر زندگی رویدادی و دراماتیک دارد. معماری و معماری شهری، کالبد و تن شهر برای حلول هر دو زندگی است و سینما بستری بدیع برای بازخوانی رابطه کالبد و روان شهر مدرن است. این بازخوانی، نیازمند خلاقیت و تفکر است، امری که سینماگران متفکر بدان پرداختند و به روش های مختلف و با ایجاد شیوه های بدیع سینمایی در مقاطع مختلف تاریخ سینما خلاقیت های متنوعی برای بازتعریف شهر و تن و روان آن بر روی پرده سینما انجام دادند. برخی با گرایش به فنون نوین تدوین (مونتاژ) و برخی با شیوه های صحنه پردازی (میزانسن) و دوربین متحرک و نمای بلند. اما همه در یک نکته اشتراک نظر داشتند که می توان با سینما واقعیت های زمانی، مکانی و فضایی جدید را به گونه ایی بازتعریف کرد که در هیچ هنر دیگری مشابه ندارد. تماشاگر با روند پیشرفت و حرکت درونی فیلم قدم در مسیر کشف رویدادهای تازه می گذارد و با سفری عینی و ذهنی به ساختارهای مکانی فضایی فیلم به کشف و شهود می پردازند. در این سفر راهنمای وی روند قصه، حرکت دوربین و مهم تر از همه صحنه پردازی است. آرایش فضایی مکانی مملو از معماری شهری نوآور (مدرنیست) و نوپرداز (مدرنیزه) است. فضا مکان هایی با معماری ویژه و مبشر جهانی نو با هنجارها و رفتارهای فردی و جمعی کاملا جدید، فضاها، هنجارها و رفتارهای شهری در مکان هایی متفاوت با آنچه قبلا بیننده تجربه کرده بود. فیلم بیننده را با خود به درون لایه‌های تو در توی مکان می کشاند و چهره ها و نیم رخ هایی بس متفاوت از کالبد معماری بنا و معماری شهر به او نشان می‌دهد. کالبد معماری و تن شهر جزئی لاینفک از داستان فیلم می‌شود، با نشانه‌ها و نشانی‌های خاص(حبیبی،۱۳۹۴:۱۱). مطمئنا یکی از مهم ترین دلایل جذابیت نقش مایه های شهری برای نخستین فیلم سازان، واقعیت عینی و قابل فهم این فضاها برای ایشان بوده است. " نخستین فیلم ها، همچون نخستین عکس ها، چیزی بیش از مستندهایی واقعی و زندگی نگارانه نبودند و کوشش چندانی برای بلاغت زیبایی شناختی در آن ها دیده نمی شد. به این ترتیب، سینمای آغازین در وهله نخست وظیفه ثبت تاریخی تجربیات بصری افراد را بر عهده گرفت و " واقعیت" مترادف و هم ارزش حقیقت دانسته شد(وایزمن،۱۳۸۸:۲۵).

می توان گفت که رابطه میان سینما و شهر، سابقه ای بسیار طولانی دارد. از آنجا که سینما از لحظه ظهور خود، برای طراحی لوکیشن ها از فضاهای شهری و معماری کمک گرفت. شاید استفاده از این فضاها صرفا برای ایجاد بستری برای رویداد داستان و به عنوان عامل جذابیت فیلم بود اما بسیارند فیلمسازانی که با توجه به عناصر جذاب معماری و امکانات شهری، در چارچوب علمی و به شکل اندیشیدنه‌تری به استفاده از معماری و فضاهای شهری به‌منظور شناخت فضاهای شهری متعدد و متنوع و نمایاندن مفاهیم معنایی و نشانه‌ای آنها به مخاطب روی آوردند.

[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1398.7.27.5.5]



نمودار ۴- تاثیر هنر سینما در شناخت و ادراک مخاطب از فضاهای شهری

روش تحقیق

از این رو، پژوهش حاضر می کوشد تا، ابتدا محسوس ترین جلوه های تصویرها یا نماها در یک فیلم شهری را مورد تحلیل قرار دهد. این مرحله از تحلیل در این پژوهش تحت عنوان مقوله های عینی دیده شده است. در این وجه از تحلیل، شاخص های کالبدی، فرمی مد نظر قرار می گیرند. این که که اساسا شهرها در فیلم چگونه دیده شده اند و این که کم و کیف نمایش شهر با استفاده از تکنیک های سینمایی، زاویه دوربین، فاصله آن با سوژه، حامل آن، ترنزیشن نماها، تدوین و... چگونه می باشد. همانطور که ذکر شد، مواردی از این دست در هر فیلم سینمایی، نوع نگاه مورد نظر فیلمساز را برای بیننده می سازد. اما برای استخراج تصویری از شهر، تجزیه آن به عناصر متشکله اش کافی نیست. این تجزیه مقدمه ترکیبی است که پایه رسیدن به معنا و محتوای کلی تصویر را فراهم می آورد. روش رسیدن به این معنای کلی تحلیل محتواست. " تحلیل محتوا به عنوان یک روش عبارت است از شناخت و برجسته سازی محورها یا خطوط اصلی یک متن یا متون مکتوب، یا یک مجموعه از سخنرانی ها، سلسله ای از تصاویر نوارها، وصیت نامه ها، نامه های خصوصی، سوال های باز یک پرسینامه و... ودر مواردی چند تحلیل توصیفی یا تشریحی است که در نهایت تحلیلی وصفی را به دست می دهد. در این روش، شناخت دقیق فکر، ورای مکان و زمان و فراتر رفتن حجاب زبان مورد توجه است"(ساروخانی،۲۸۴-۲۸۱). در این پژوهش تلاش می گردد با اجتناب از کمی گرایی و البته با مدنظر قرار دادن شدت و قلت حضور عناصر و اجزای شهری در فیلم، تمرکز تحلیل در ابتدا بر ابعاد عینی تصویر شهر در فیلم و در سطح تحلیلی تر بر ارتباط میان عناصر شهری و معنای مستتر در آن ها قرار گیرد.برای تحلیل دقیق تر هر تصویر، تعدادی فیلم که ارئه دهنده تصویر شهر می باشند انتخاب شده و مورد بررسی دقیق (تحلیل محتوای ساخت گرایانه از طریق نشانه شناسی) قرار می گیرند. بدین منظور روش نمونه گیری در این تحقیق به صورت غیر احتمالی بوده و این فرایند تا انجا پیش می رود که ضمن در نظر گرفتن اسناد پیشین، اغنای تئوریک پیش بیاید. به عبارت دیگر، در این نمونه گیری، آنچه بیش از تعمیم آماری مد نظر است، تعمیق نظری است. در همین راستا در این پژوهش ابتدا فیلم هایی که در آنها شهر قابلا رویت بوده در قالب فرایندی که در بالا شرح داده شد انتخاب گردید، سپس در بین آنها تصویرهایی مختلف از شهر شناسایی شده و با استفاده از مهم ترین فیلم های ارائه دهنده آن تصویر مورد تحلیل قرار گرفته است. روش این تحقیق بر پایه تحلیل محتوای سکانس های حاوی فضای شهری در فیلم " در دنیای تو ساعت چند است؟"، شناخت فضاهای شهری آن و معرفی ویژگی های بارز آن تدوین شده است. در این میان فیلم در دنیای تو ساعت چند است به عنوان فیلم شهری موفق در بازتعریف فضاهای شهر رشت به عنوان یکی از موفق ترین فیلم ها در این پژوهش معرفی گشته است.

یافته‌ها

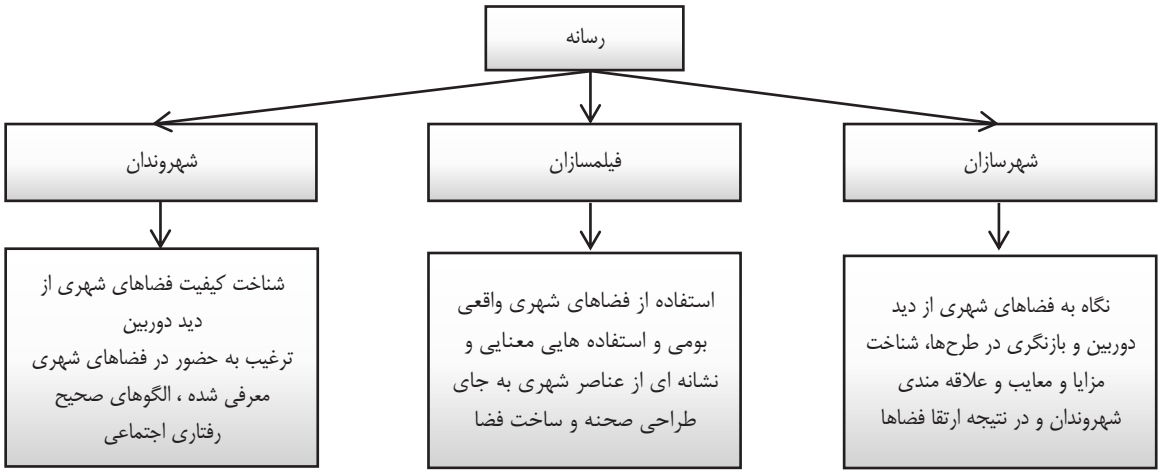
فیلم در دنیای تو ساعت چند است داستانی ساده دارد، اما معنا در آن با ساز و کار روان کاوانه ای القا می شود که ساختار روایی اش را پیچیده می کند. وقایع فیلم حول بازگشت زنی به نام گیله گل به شهر رشت و خانه پدری اش شکل می گیرد. گیله گل مدت ۲۰ سال را در فرانسه زندگی کرده و اکنون سالها پس از مرگ پدر و پنج سال پس از مرگ مادری که حتی در مراسم خاکسپاری اش نتوانست شرکت کند، با حسی

[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1398.7.27.5.5]

از نوستالژی به زادگاهش سفر کرده است. در این سفر او به دیدار اشخاص و مکان هایی می رود که در این مدت طولانی فقط تصاویری کم رنگ از آنها در ذهنش باقی مانده بود. این فیلم با به تصویر کشیدن ساختار فضایی- مکانی شهر و محلات قدیمی و با هویت شهر رشت به بازآفرینی هویت گمشده این محلات کمک می کند و بی توجهی به آنها را مورد انتقاد قرار می دهد و با برانگیختن حس تعلق مخاطب وی را به سوی بازآفرینی این مفاهیم و ارزشها هدایت می کند.

مخاطبان زیادی تاکنون، با سینما گذارهای زمانی – مکانی بسیاری به شهرها داشته اند و از این طریق، بسیاری از مکان ها، شخصیت ها و ویژگی های اجتماعی و فرهنگی این شهرها را شناخته اند که گاه شاید از سفر واقعی به آن ها مفیدتر باشد(وایزمن، ۵۹:۱۳۸۸). لنزها، فیلترها، ابزار متحرک ساز و نورپردازی می توانند دریافت بصری بیشتری از دید انسانی داشته باشند. آن‌ها می‌توانند واقعیت های یک شهر را به شکلی آشکار کنند که تا به حال هیچ شهروندی آن را ندیده و هیچ شهرسازی به آن فکر نکرده باشد. (همان، ۴۰). فیلمساز در فیلم "در دنیای تو ساعت چند است" کوشش می کند علاوه بر پیشبرد روایت داستان، تصویری از محیطی که در آن تربیت شده و یا تصوری که از آن دارد، به بهترین نحو ممکن به مخاطب ارائه دهد و می کوشد با بیان تصاویری کاملا سنجیده شهر را حتی برای کسانی که آن را تجربه نکرده اند به بهترین شکل ممکن توصیف کند.و بدین منظور، از ابتدا با نکاتی ظریفانه به ویژگی های اقلیمی شهرهای شمالی، بارش‌های ریز، پوشش های گیاهی و بومی منطقه، نشانه های شهری، عملکردها، الگوهای رفتاری، کالبد محله و... به جهت معرفی آن به مخاطب می‌پردازد. همزمان با توجه به زیبایی شناسی و مفاهیم این فضاها، با زوایایی ویژه به کالبدهای با هویت اما فرسوده محله هشدار می دهد اگرچه قصد فیلمساز برانگیختن حس تعلق تماشاگر نسبت به محل زیست وی بوده اما اغفال وی از این جنبه ها سبب تضعیف نقش فضاهای شهری در پیشبرد فیلم شده است.

نمودار ۵- تاویل شهرسازان و فیلمسازان معاصر از فضاهای شهری



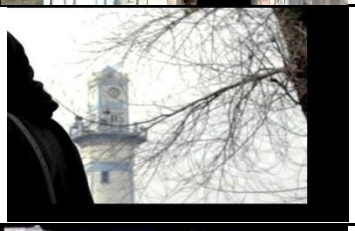
در این راستا ریلی، وندرون معتقدند جاذبه های موجود در فیلم تنها به دلیل جذابیت فیزیکی زیبا و بدیع نیست بلکه به دلایل متفاوت، فرار از زندگی روزمره و حس نوستالژیک نیز می باشد. این تصاویر از فضاهای موجود با ظرافت و نگاه تیزبینانه فیلمساز، گاه حس زیبایی شناسی و حس تعلق به فضا را در مخاطب بر می انگیزد و گاه حس نوستالژی را همگام با شخصیت اصلی فیلم در نگریستن به کالبدی که دیگر با کیفیت سابق خود وجود ندارد و نشان از فرسودگی و عدم ماندگاری ابنیه در فضای شهری می‌دهد و نشان از ماندگاری و تداوم کالبد در طول زمان دارد، نشان می دهد. نتیجه چنین بازنمایی فضاهای شهری در سینما، می تواند علاوه بر آگاهی بخشی به طراحان و برنامه ریزان از فضاهایی که خود خلق کرده اند و مزایا و معایب آن، به درک بیشتر مردم عادی از انواع فضاهایی که در آن قرار می گیرند و القای هنجارها و ناهنجارهای رفتاری بسیار مفید واقع شود. و حتی با بازتعریف دوباره کالبد و ارزشها در فیلم‌ها می‌توان به بهتر و زیباتر جلوه دادن مکان‌های معمولی (مثل ساختمان‌ها، خیابان‌ها و پارک‌ها) که در اثر تکرار و روزمرگی، کیفیت و جذابیت خود را از دست داده‌اند کمک نمود و پتانسیل لازم برای ترغیب حضورپذیری شهروندان به آن مکان را ایجاد کرد. سینما هم چنین می تواند شناختی از تصویر شهر مورد نظر در فیلم برای اشخاصی ارائه دهد که آن فضا راتجربه نکرده اند. با مثبت نشان دادن فضا در فیلمها، بیننده از طریق شناخت و ارتباط غیر مستقیم با لوکیشن ها ادراکات فردی بیشتری را از فضا دریافت و مخاطب را با هدف تجربه کردن آن به خود جذب کند. و بدین ترتیب ارتباطی قوی بین جهان واقعی و جهان رسانه ای شکل می گیرد.

[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1398.7.27.5.5]

بررسی عناصر کالبدی

بعد	تحلیل	تصویر
کالبدی	▪ توجه به تعریف وروی شهر و معرفی شرایط جوی و آب و هوایی شهر رشت به زیبایی تمام با بارانهای ریز نشان از ذوق هنری و درک درست فیلمساز از شرایط جوی منطقه و بارانهای همیشه حاکم بر این شهر است.	
	▪ بخش زیادی از فیلم به دلیل محتوای آن، در محله ای از شهر رشت با نام ساغرسازان رخ میدهد. بدین جهت فیلمساز با گرفتن نماهای نزدیک (CLOSE UP) فضاهای مختلف و متنوع، شناختی کامل از ساختار فضایی و کالبد شهر رشت و بالاخص محله ساغریسازان به مخاطب ارائه می دهد. گره اصلی ورودی شهر، گره مرکزی شهر و بازار در جوار آن، راه‌های اصلی، و محلات به عنوان عناصری منسجم که سازمان فضایی شهر رشت را تشکیل داده داده اند و بافت محله ساغریسازان به عنوان یکی از محلات قدیمی و واجد هویت و چگونگی ارتباط بین عناصر سازمان فضایی به خوبی در فیلم به نمایش کشیده شده اند.	
	▪ بخش زیادی از فیلم در فضاهای باز و عمومی معروف شهر رشت و انزلی، مانند راه‌ها، پل غازیان و اسکله (واقع در انزلی) و لبه دریا می گذرد.	
	▪ ساختمان تاریخی شهرداری رشت و معماری خاص آن، و نماد برج ساعت در ابتدای فیلم معرفی می گردد، اولین کیفیتی که فیلمساز در ستایش فضای شهری به عنوان عنصری برای تداوم تاریخی و غنای حسی به کار برده است.	
	▪ حسرت شخصیت فیلم در نگریستن به کالبدی که دیگر با کیفیت سابق خود وجود ندارد، نشان از فرسودگی و عدم ماندگاری ابنیه در فضای شهری می دهد. در واقع ساختمانها و سبک آنها نشان از ماندگاری و تداوم کالبد در طول زمان دارد.	
	▪ پله به عنوان فضای شهری به عنوان عنصری برای مکث و تعامل معرفی می شود.	
	▪ از عناصر کالبدی کوچه می‌توان به مصالح بومی جداره، محصوریت، مقیاس انسانی، نوع دانه بندی رنگ غالب که در ترکیب با جداره های سبز و درختان درون بافت محلات نام برد.	
	▪ در تمام طول فیلم شاهد پوشش و عناصر گیاهی منطبق بر ناحیه هستیم که علاوه بر تعریف شرایط ویژه منطقه، در تلطیف فضاهای شهری و انسانی نمودن فضاها نقش ویژه‌ای ایفا می کند.	

[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1398.7.27.5.5]

▪ یکی از نکات قابل توجه در این فیلم، توجه به محلات قدیمی و بـا اصـالت و واجـد ارزشهای هویتی و کیفیت هایی چون خرده فضای سبز در این می‌باشد که به کـرات در فیلم مشاهده می‌شود. قسمت اعظم فیلم بـه‌دلیـل محتـوای آن در محلـه ساغریسـازان می‌گذرد. بنابراین شناخت کاملی از ساختار فضایی کالبدی آن به مخاطب ارائه می دهد.	
▪ کیفیت هایی همچون پیوستگی و انسجام فضایی ساختار محله، محصوریت در محله و گشایش فضایی از حرکت از محله به سمت مسیرهای اصلی، در فیلم به تصویر کشیده شده است. اولین ذهنیت بیننده از مشاهده این سکانس‌ها تلقی نوعی حس امنیت چـه از لحاظ عینی و چه ذهنی را به دنبال دارد.	
▪ توجه به نشانه‌های شهری، مانند ساعت شهرداری که رشت و انزلی کـه بـه عنـوان نمادها و نشانه‌های بصری در شهر تعریف شده اند.	
▪ فیلمساز با گرفتن نماهایی متفاوت از راسته‌های مختلف بازار رشت، راسته‌هایی چون راسته ماهی‌فروشان و... هویت این شهر و بازار بزرگ آن را به خوبی به تصویر می‌کشد.	

بررسی عناصر عملکردی

بعد	تحلیل	تصویر
عملکـــــــــردی	▪ از عملکردهای موجود در فیلم و آنچه وجه تمایز سازمان عملکردی فـیلم بـا سـایر فیلمهاست استفاده از کاربری های چندگانه در فیلم می باشد. مغازه‌ای قاب سازی کـه در ساعاتی خاص از شبانه روز محلی برای آموزش زبان فرانسه و تاکید بر فعالیت هـای آموزشی است.	
	▪ از ساختار عملکردی غالب بر این فیلم می توان از فعالیت هایی همچون فرودگاه و ترمینال می توان نام برد.	
	در عملکردهای مرتبط به وضعیت حمل و نقل که به اشاره و استفاده از وسایل حمـل و نقل عمومی می پردازد اولین ذهنیت بیننده از مشاهده این سکانس که بـا نشـان دادن کمک یک آشنا، تلقی نوعی حس امنیت از لحاظ عینی و ذهنی را القا می کند.	

[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]

[DOR: 20.1001.1.23225602.1398.7.27.5.5]



■ از جمله عملکردهایی که فیلمساز به عنوان عملکردهای فضای شهری تعریف می کند کاربری های تجاری از خرده کاربری در مقیاس (محله) تا مقیاس شهر می باشدکه عملکردهایی است به تامین نیاز ساکنین می پردازد.البته تمرکز فیلمساز بیشتر بر تعریف عملکردهای محلی و عملکردهایی چون اغذیه فروشی، آرایشگاه و... است.



■ اشاره به فعالیت ها و عملکرهای بومی مانند صید ماهی و پرندگان، اسکله، گمرک از نقطه نظر فیلمساز نادیده نمانده است. که البته این عملکردها از جنبه های توریستی نیز مد نظر است



■ خرده کاربری هایی قدیمی در سطح محله، که بیشتر بهانه ای است برای ایجادتعاملات اجتماعی را نیز به وجود می آورد، مورد استفاده قشر جدید نیست اما حس نوستالژی محله را به خوبی حفظ می کند

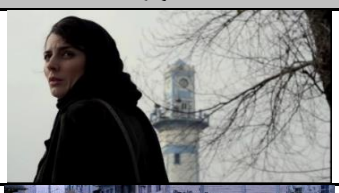


■ از فعالیت و الگوهای شهروندان فعالیت هایی مانند بازدید از لبه رودخانه، تجمع، نشستن، حرکت کردن و سایر فعالیت ها که طیف گسترده ای از رویدادها را در فیلم رقم می زنند می توان اشاره نمود.



■ اشاره به کافه های محلی قدیمی به عنوان پاتوق های اجتماعی

بررسی عناصر ادراکی- بصری

بعد	تحلیل	تصویر
ادراکی بصری	■ از نشانه های بصری مانند ساختمان شهرداری رشت، ساختمان شهرداری انزلی به عنوان نمادهای شهری در پس زمینه، که علاوه بر ایجاد سازمان بصری در تداعی و القای معنا برای مخاطب نیز نقش به سزایی دارد.	
	■ آنچه برای بیننده از سازمان ادراکی ترمینال تداعی می شود، سرگشتگی شخصیت فیلم در فضا به دلیل عدم وجود خوانایی آن وسپس کمک یک اشنا به منزله امنیت ذهنی و الگوی رفتاری مردم این شهر می باشد.	

[Downloaded from hafthesar.iaubushehr.ac.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]

[DOR: 20.1001.1.22225602.1398.7.27.5.5]



■ کلوزآپ و شات لانگ هایی از درختان سرسبز و فضاهای سبز بسیار که اشاره به موقعیت جغرافیایی، وضعیت آب و هوایی و مقتضیات آن دارد. توجه مکرر به عناصری چون درختان و گیاهان فضایی دوست داشتنی و خوشایند و آرام در تقابل با زندگی پر هرج و مرج و ماشینی امروز ارائه می دهد گویی در فضایی فارغ از هیاهوی شهر اتفاقات رخ می دهد.



■ توجه به کریدورهای بصری بسیار در فیلم همچون نمای پل غازیان، رشته‌کوه‌ها و...



■ فیلمساز گاها توجه به درونگرایی شهری با نشان دادن پنجره های روشن و بی توجهی به نمای بیرونی صراحتا به تصویر می کشد.



■ فیلم از ساختاری نشانه‌ای و معنا گرا جهت برانگیختن احساس نوستالژیک مخاطب برخوردار است و بدین منظور با استفاده از فضاهای متعدد گوناگون همچون ساختمان شهرداری، بازار و فضاهای با ارزش متعدد با تعاملات اجتماعی متفاوت علاوه بر ایجاد ساختاری هویتی و بازآفرینی ارزشهای نهفته در آن در ذهن مخاطب، سعی در بر انگیختن حس نوستالژی وی دارد.



نشانه های متعدد شهری مانند ساختمانهای خاص، بازار و راسته های هویتی که علاوه بر راهنما برای یافتن مسیرهای پیرامونی به فرد، حس مکان، تعلق خاطر و هویت و اصالت منطقه را تقویت می نماید. به دلیل توجه و تمرکز بر عناصر هویتی، فیلمی غنی از نمادها و نشانه های فضای شهری است. این نمادها و نشانه ها چه در فضای خیابانها و چه در سطح محله مفهوم فضای شهری مناسبی را ارئه می دهد.

■ تصاویر فضاهای شهری و ارزش آنها به گونه ای با اهمیت جلوه داده شده اند. به گونه‌ای که این تصاویر تصویر مناسبی از فضای واقعی در ذهن مخاطبی که فضا را نیز به صورت عینی تجربه نکرده است به وجود می آورد.



■ اشاره به وجود فضاهای بازی که نقش مکث و توقف داشته اند در تقابل با فضاهایی که نقش عبوری مانند خیابان دارند، در نگاه فیلمساز دیده می شود

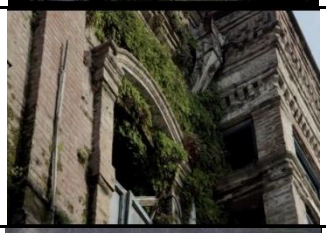


■ اشاره به فضاها به گونه ای که فیلمساز توانسته است از مفهوم فضاهای باز دلنشین با استفاده از دریا، طبیعت، بازی پرندگان و... برای القای مفهوم جریان زیبایی در فضا و در زندگی را به ذهن مخاطب متبادر کند.



■ این فیلم به مولفه هایی از قبیل کفسازی، علائم و مبلمان شهری توجه داشته و فیلمساز توانسته است به درستی یک از معدودترین فضاهای شهری را شناسایی و به مخاطب معرفی کند.

[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1398.7.27.5.5]

	▪ در این فیلم ترکیب متنوعی از ویژگی‌های‌بصری همچون تناسبات بصری جداره‌ها، نظم و هماهنگی و... وجود دارد که ایجاد کننده حس زیبایی شناسی در فیلم هستند. از نظر ادراکی هم فیلم در همین فضاها به وجود می آید و علیرغم برخوردهایی که در فیلم وجود دارد فضای ادراکی فیلم مبتنی بر یک آرامش و نظم پنهان در جامعه است.
	▪ عدم وجود تراکم و تنوع که در ادراکات ذهنی مردم نقش بسزایی دارند در این فیلم به چشم می خورد. بنابراین اگرچه قصد فیلمساز برانگیختن حس تعلق تماشاگر نسبت به محل زیست وی بوده اما اغفال وی از این جنبه ها سبب تضعیف نقش فضاهای شهری در پیشبرد فیلم شده است.
	▪ توجه به ویژگی های اقلیمی باران های فراوان که در واقعی نوعی معرف و شخصیت و عناصر طبیعی تعلق آفرین در فضا است با ظرافت تمام در نگاه فیلمساز در معرفی این شهر مشهود است.

نتیجه‌گیری

سینما تا حد زیادی به علت قدرت فیلم در ارائه، تغییر و تقویت تصاویر فضاهای شهری با شهر پیوند خورده است. از سویی، یکی از کارکردهای سینما آشنا سازی و آگاهی‌دهی به مخاطبین بوده و از سویی دیگر یکی از موضاعات جهت ارتقا کیفیت فضاهای شهری حضورپذیری شهروندان در فضاهای شهری می‌باشد. مخصوصاً این که اکثر فیلم های سینمایی موجب جلب توجه مردم به بسیاری از مکان‌ها، اشیا و موضوعاتی می شوند که در فیلم به نمایش درآمده و تعدادی از آنها مردم را برای حضور به مکان هایی که در آنجا فیلمبرداری شده اند ترغیب می کنند. هرچند فیلم های سینمایی هدف اصلی شان ترغیب مردم برای بازدید از این مکان‌ها نیست، اما رسانه می تواند میزان آگاهی نسبت به شهر، فضاهای شهری و جاذبه‌های آن را از طریق پرده سینما در نزد مخاطبین افزایش داده و در فرآیند تصمیم سازی مخاطبین در انتخاب مقاصدشان برای حضور و الگوهای رفتاری مناسب با فضا تاثیرگذار باشند. هر انسان تصویری از شهر و محل زندگی خود، شهرهای کشور خود و دیگر شهرها دارد. این تصور ناشی از عوامل مختلفی می باشد از جمله تجربه زیسته انسان ها، تجربیات و نقل‌های دیگران، مطالب خوانده شده و تصویرهای دیده شده و...، در یک دسته بندی شهر در ذهن انسان با سه منبع شناختی تجربه زیسته، تحقیقات و مطالب خوانده شده و تصویرهای ساخته شده شکل می گیرد که شکل سوم موضوع در دنیای امروز مهم ترین شکل می باشد. بخش زیادی از تصوری که شهروندان یک شهر از آن دارند، یا افرادی از همان ملیت و در سطوح بالاتر تصوری که مردم جهان از یک مکان دارند، تحت تاثیر تصاویر ساخته شده از آن مکان و شیوه ارائه آنهاست. از سوی دیگر شناخت شهرها، فضاها، بناها و مسئله‌های شهری، و نهادینه کردن مجموعه آگاهی ها و الگوهای رفتاری درست بسیار تحت تاثیر ابزارهای رسانه‌ای است. سینما به عنوان فرستنده‌ای قوی و قدرتمند می‌تواند پیام های گوناگونی از مکان، فضا و زمان را به بیننده که در واقع همان افراد استفاده کنندگان از فضاهای شهری در شهر هستند منتقل کند. از این رو فیلم ها نقش بسیار مهمی در تاثیرگذاری بر تصویر و دریافت های ذهنی مردم از یک فضای شهری دارند. همانطور که بوتلر می گوید فیلم ها به عنوان رسانه های تصویری برای مصرف کنندگان آن از اهمیت بیشتری نسبت به منابع نوشتاری اطلاعات برخوردارند چرا که سطح باورپذیری بالاتری را دارا می باشند. حال آنکه شهری که در اکثر فیلم هایی که در سینمای ایران به تصویر کشیده می شود محلی است که در آن شخصیت ها روابطی کوتاه و ناپایدارند، فضای نا امنی است که آرزوهای ساکنانش را سرکوب می‌کند و آنها را برای دست یابی به خواسته هایشان به مکانی خارج از خود سوق می دهد و به فضاهای شهری فقط به عنوان پس زمینه ایی برای رویداد داستان توجه می شود. تکنیک های سینمایی در فیلم ها می تواند تا به روح زندگی دست پیدا کند و فیلم ها می توانند به عنوان منابعی مفید مد نظر شهرسازان قرار گیرند. چه بسا ناگفته ها و ناپیداهای بسیاری درباره شهرها از دل فیلم ها پدیدار شود. سینما می تواند با استفاده از قدرتی که در کنترل دارد، زاویه دید جدیدی در معرض شهرسازان بگذارد و با بیانی انتقادی از شهرها و فضاهای درون آن و انسان هایی که در آن زندگی می‌کنند، یا چیزی که فیلمساز و مخاطب تحت عنوان شهر و فضای شهری درک می‌کنند ویا حتی انگاره‌ای که از شهر مطلوب دارد رابه شهرسازان، و به شهروندان به عنوان استفاده کنندگان از فضا، به منظور شناسایی، برانگیختن حس زیبایی شناسی، حس تعلق و تصورات ذهنی و در نهایت هنجارها و ناهنجارهای اجتماعی و... القا کنند.

[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]
[DOR: 20.1001.1.22225602.1398.7.27.5.5]

فهرست منابع

– اولسون، ج.، سون، و.(۱۳۹۷). کاربرد نظریه های ارتباطات، ترجمه علی دهقان. انتشارات علمی و فرهنگی تهران.
– بحرینی، ح.(۱۳۷۷).فرآیند طراحی شهری. انتشارات دانشگاه تهران.
– بل، س. (۱۳۹۴). عناصر طراحی بصری در منظر. مترجم: محمدرضا مثنوی. چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران.
– پاکزاد، ج.(۱۳۹۴). مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری. انتشارات شهیدی، تهران.
– ساروخانی، ب. (۱۳۸۵). روش های تحقیق در علوم اجتماعی. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی تهران.
– سورین، و.، و تانگارد، ج.(۱۳۹۶). نظریه های ارتباطات، علیرضا دهقان. دانشگاه تهران. تهران.
– طباطبایی، غ.ر. (۱۳۸۴). تکنیک سینما. انتشارات انجمن سینمای جوان.
– حبیبی، م.، فرهمندیان، ح.، و پور محمدرضا، ن. (۱۳۹۴). خاطره شهر. انتشارات ناهید. تهران.
– کرمونا.م. (۱۳۹۱). مکان های عمومی، فضاهای شهری، ترجمه فریبا قرائی، مهشید شکوهی، زهرا اهری، اسماعیل صالحی. دانشگاه هنر تهران. تهران
– لینچ، ک.(۱۳۸۷). سیمای شهر، ترجمه منوچهر مزینی. چاپ هشتم. انتشارات دانشگاه تهران.
– مدنی‌پور، ع.(۱۳۸۷). فضاهای عمومی و خصوصی شهر، ترجمه فرشاد نوریان. چاپ اول. انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی شهری. تهران.
– مدنی‌پور، ع.(۱۳۸۹). طراحی فضای شهری، ترجمه فرهاد مرتضایی. انتشارات شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری. تهران.
– مسعودی، ا. (۱۳۸۵). شهر در زیبایی شناسی سینما. جستارهای شهرسازی. شماره هفدهم و هجدهم. صص ۸۱–۷۷.
– مهدی زاده، س.م.(۱۳۹۲). نظریه های رسانه اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی. انتشارات همشهری.
– نسر، ج. (۱۳۹۳). تصویر ذهنی ارزیابانه از شهر، مترجم: مسعود اسدی محل چالی. چاپ اول. انتشارات آرمانشهر. تهران.
– وایزمن، ه. (۱۳۸۸). شهر در افق دید، در کتاب " سینما و معماری"، ترجمه شهرام جعفری نژاد. چاپ دوم. انتشارات سروش– کانون اندیشه پژوهش های سیما.تهران.
-Carmona, matthew, " contemporary public spaces: critique and classification , part two: classification", journal of urban design, no. 15:2, pp:157-173,2010
-Carmona, matthew et al, living places: caring for quality, the Bartlett school of planning,London: UCL office of the deputy prime minister,2004.
-Carmona, matthew, health, tim, oc, taner,tiesdell,steve, public spaces, urban spaces: the dimensions of urban design, oxford: architectural press, 2003.
-Shiel, M.(2001). Cinema and the city History and Theory, in cinema and the city: films and urban societies in a Global context, Oxford : Blackwell.
-Shmidn,chirstain.(2008)." heri lefebvres`s theory of the space : towards a three- dimensional dialetic" in space , different, everyday life, London, ledge.

[Downloaded from hafthesar.iau.ir at 19:49 +0430 on Saturday August 29th 2020]
[DOR: 20.1001.1.23225602.1398.7.27.5.5]