

## تحلیل ساختار عناصر شهری «در دنیای تو ساعت چند است؟» با مروری بر ارتباط شهر و سینما<sup>۱</sup>

حیدث لقمانی\*، ایرج اعتصام\*\*، حسین ذبیحی\*\*\*

تاریخ دریافت مقاله: ۹۷/۱۲/۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۸/۲/۹

### چکیده

بازنمایی شهر و باز تعریف واقعیت‌های زمانی، مکانی، و فضایی در رسانه‌های مختلفی چون سینما به دلیل درگیر نمودن ذهن و اندیشه ناخودآگاه بیننده می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری تصویر شهر، شناخت آن و تعریف هنجارها و ناهنجارهای الگوهای رفتاری شهری ایفا کند. پژوهش حاضر با هدف تاثیر رسانه‌های جمعی و به طور خاص سینما به عنوان یکی از قوی‌ترین و مهم‌ترین ابزارهای بیانی فضای شهری در جهت برانگیختن احساسات، شکل دادن ادراکات و تصورات و آگاهی شهروندان به عنوان مخاطب و بازتعریف فضاهای و الگوهای اجتماعی و در نتیجه احساس تعلق و تصب به فضا انجام شده است. از این رو روش مورد استفاده در تحقیق روش کیفی است و از تکنیک تحلیل محتوا استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که در سینمای ایران، کمتر به ارزش‌های زیبایی شناسانه و مفهوم‌گرایی معماری و فضاهای شهری توجه شده و اغلب به عنوان عنصری صرفاً بصری مورد استفاده قرار گرفته است. جز محدودی از موارد، فیلمها به ندرت توانسته اند به طور شایسته به ارائه تصویری از شهر که در خور تعریف آن از جنبه‌های مختلف فرم، عملکرد و معنا باشد، پردازنند. با این وجود، کم نیستند فیلم‌هایی که فضاهای و معماری در آن کارکرد مفهومی و زیبایی شناسانه دارد. این تحقیق به شناسایی عناصر معماری 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 شهر وندان و انتقال مفاهیمی چون حس تعلق و تعصب به فضا و... به وی پرداخته شده است.

### وازگان 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 نگارنده‌گان دوم و سوم با عنوان تاویل شهرسازان و سینماگران معاصر از فضاهای شهری می‌باشد.

## مقدمة

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، زوایایی گوناگون شهرهای مختلف جهان در فیلم های سینمایی مختلف ظاهر گشته و در بسیاری از موارد، قضاویت 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 تمایزی، سبک زندگی و شرایط زندگی انسان در شهر، امری قابل ملاحظه بوده است. از نظر فرم، سینما از طریق استفاده از میزانس، 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 می کند. سینما به عنوان رسانه فراگیر ارتباطات اجتماعی معاصر، می تواند نقش عمده ای در شناخت شهرهای مهم از زوایای جدید بدست داده و در دستیابی، به روشن، 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 شهری، 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 واحد 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 فضاهای 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 پردازد. 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 متیو کرمونا است. چارچوبی که وی تبیین کرده است می تواند 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 بنایی 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 ناهمانه‌گ و حتی نادرست از معماری فضای شهری رو به رو می شوند، آشفتگی ایی که معلول نداشتن چارچوب صحیح از ساخت 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 سکانس‌های 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 برخلاف هگل و مارکس و برخلاف 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 صرفاً اضمایی به سمت مفهومی انتزاعی تر سوق داده است. با این رویکرد فضا را می‌توان 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 ملوبونتی و گاستون باشلار به آن دست می‌یابد. این نوع نظریه پردازی در باب فضاهای شهری عمده‌تا بر معناهایی که این فضاهای برای ساکنان آن دارد، متمرکز می‌شود. به سخن دیگر بر جایگاه فضا در زیست - جهان افراد تاکید دارد. لوفور بر این نکته انگشت می‌گذارد که برای شناخت فضاهای 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 بیناییدن قبل از هر چیز ضروری است که این برداشت

رایج که فضا یک واقعیت مادی خود بنیاد است، از میان برداشته شود. به همین خاطر است که لوفور از مفهوم تولید فضا استفاده می‌کند و فضا را منوط به واقعیت اجتماعی می‌سازد. معنی این حرف این است که فضای نفسی نمی‌تواند وضعیت معرفت شناسی باشد. فضا قائم به ذات وجود ندارد، بلکه تولید می‌شود. (Shmidn, 2008). از طرف دیگر به زعم لوفور تولید اجتماعی زمانبند است. همین امر لزوم توجه به فرآیندهای تاریخی و گذشته فضا را نمایان می‌سازد. بر اساس این دو دیدگام، در نظریه لوفور، جامعه و در نتیجه شهر به یک کلیت زمانی و فضایی که منحصراً از پیکرهای ما و یا مجموعه ای از اعمال و کردار صرف تشکیل شده باشد دلالت ندارد، بلکه انسان‌ها با قابلیت‌های جسمانی خود، حساسیت‌ها و تخیلاتشان، افکار و ایدئولوژی‌هایشان در این فضا حضور دارند. بنابراین فضا و زمان سازه‌های مادی نیستند بلکه می‌توان آن‌ها را به عنوان یکپارچه کننده کنش اجتماعی درک کرد. به همین دلیل است که لوفور فضا را تولیدی اجتماعی می‌داند، از سوی دیگر این فضاهای دریافتی (Perceived)، پنداشته (Conceived) و زیسته (lived) می‌شوند، در واقع لوفور دسترسی پدیدارشناسانه به ابعاد تولید فضا را با مفاهیم دریافتی، پنداشته و زیسته نشان داد. این سه گانه هم فردی و هم اجتماعی است، نه تنها برای تولید نفس سازنده است بلکه برای تولید جامعه نیز اساسی است. این سه مفهوم بیانگر فعالیت و فرایندهای اجتماعی و فردی همزممان است.

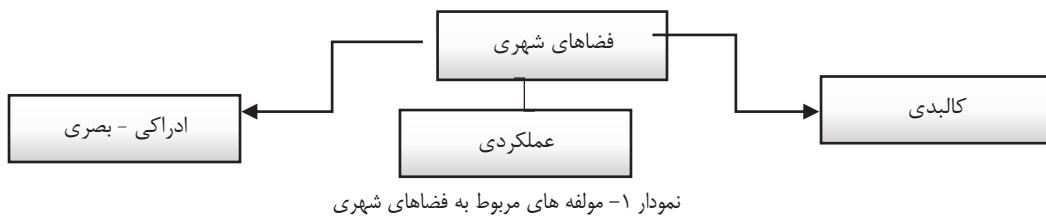
فضای دریافتی: فضا دارای جنبه‌های قابل دریافتی است که می‌تواند به وسیله حواس پنجگانه درک شوند. این دریافتی جزء یکپارچه‌ای از هر عمل فضایی است. در بردارنده هر چیزی است که خود را برای حواس مطرح می‌کند، نه تنها دیدن بلکه شنیدن، بوییدن، چشیدن و لمس کردن. این جنبه قابل دریافت حسی فضا مستقیماً با مادیت "عناصری" ارتباط دارد که "فضای را می‌سازد. (همان).

فضای پنداشته: فضا نمی‌تواند بدون این که حس شده باشد (همان چیزی که لوفور فضای دریافتی می‌نماید) پنداشته شود. کنار هم قرار دادن عناصر برای شکل دادن به یک " محل" آن چیزی است که به مثابه فضا در نظر گرفته می‌شود. فضایی که اندیشیدنی مرتبط با دانش را فرض می‌گیرد.

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 می‌شود. از این لحاظ لوفور صریح است: تجربه زیسته یا تجربه عملی اجازه نمی‌دهد که از طریق تحلیل‌های نظری به اتمام برسد. همیشه یک امر مازاد، یک باقیمانده، یک امر غیر قابل بیان و غیر قابل تحلیل باقی می‌ماند. اما این باقیمانده‌های ارزشمند فقط از طریق ابزارهای هنری قابل بیان هستند.

از نظر لوفور عمدۀ نظریه‌ها در رشتۀ‌های 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 تربالیکتیکی) آن‌ها با یکدیگر از اهمیت بالایی برخوردار است.

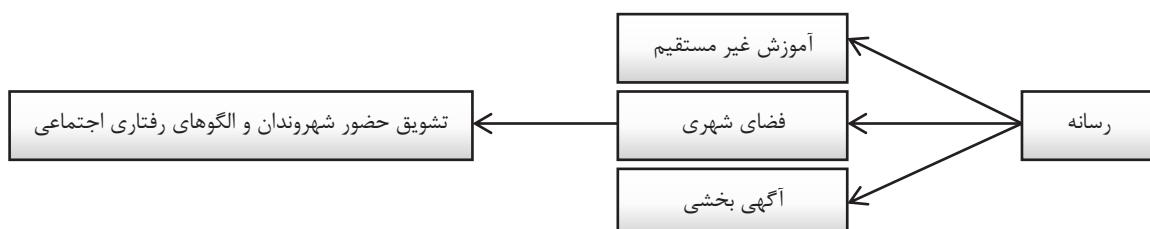
مولفه‌های یک پدیده مانند فضای شهری در شکل عام خود شامل فرم، عملکرد و معنای آن است. فرم به معنی شکل و ظاهر آن، عملکرد به طور معمول فایده آن و معنا، ارزش، مفهوم و پیام عقلی یا احساسی آن پدیده است. بنابراین فرم جنبه قابل احساس یک پدیده است که شامل شاخص‌های کالبدی و غیر کالبدی می‌شود که فقط در غالب زمان و مکان ادراک می‌گردد (پاکزاد، ۱۳۹۴:۹۶). اکثریت نظریه‌پردازان فضای شهری، عملکرد را نیز یکی از مولفه‌های فضای شهری می‌دانند و آن را خاصیتی در هر پدیده یا فضای شهری تعریف می‌کنند که می‌تواند به صورت بالقوه یا بالفعل در رفع نیاز انسانها موثر باشد. معنا نیز از دیگر مولفه‌های فضای شهری است که لینچ آن را خاصیتی از محیط می‌داند که می‌تواند فرد را به دیگر جنبه‌های زندگی مرتبط سازد (لينچ، ۱۳۷۶). در کنار این مباحث می‌توان از شدت، قدرت، پایداری، وحدت فضایی نام برد که مفاهیم کیفیت را برای مخاطب ایجاد می‌نماید. این مفاهیم ادراکی که از طریق نسبت‌هایی در اشکال و ابعاد عناصر بیانی شکل می‌گیرند ایجاد کننده احساسی هستند که تحت عنوان کیفیت‌های ادراکی مخاطب در فضای نامیده می‌شوند. فضای شهری، عرصه ایفای نقش بازیگرانی است که هریک به عنوان کنشگرانی از جامعه خود محسوب می‌شوند. نقش‌های مثبت و گاهی منفی، نقش‌های پرنگ و گاهی کمرنگ، نقش‌های عام و گاهی خاص. فضای شهری به مفهوم صحنه ای است که فعالیت‌های عمومی زندگی شهری در آنها به وقوع می‌پیوندند. خیابانها، میدان‌ها و پارک‌های یک شهر فعالیت‌های انسانی را شکل می‌دهند. این فضاهای پویا در مقابل فضاهای ثابت و بی تحرک محل کار و سکونت اجزای اصلی و حیاتی یک شهر را تشکیل داده و شبکه‌های حرکت، مراکز ارتباطی و فضاهای عمومی بازی و تفریح را در شهر تامین می‌کنند (بحرینی، ۱۳۷۷:۳۱۳). فضای شهری برای کرمونا، در برگیرنده تفاوت‌های مفهومی، فرمی (شکلی) و عملکردی است. او در تبیین این موارد به این طبقه بندی اشاره می‌نماید: بعد مورفولوژیکی، بعد ادراکی، 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.



### نمودار ۱ - مولفه های مربوط به فضاهای شهری

رسانه

رسانه به هر ابزار یا نهاد مادی و غیر مادی که حامل پیام بوده اطلاق می‌گردد. منتهای به شرط آنکه پیامی که منتشر می‌کند از مقبولیت اجتماعی برخوردار باشد و مورد پذیرش جامعه قرار بگیرد. به این سبب رسانه می‌تواند به نوعی الگوی رفتاری در مخاطب ایجاد کند، اما نکته مهم این است که الگوها در علم فرهنگ، عمومی خوانده نمی‌شوند در صورتی که کسب تایید و مقبولیت و استمرار آنها طی چند نسل و در صورتی که مورد تایید حداکثر جامعه قرار گیرند قابلیت تبدیل شدن به بخشی از فرهنگ را دارد، می‌شوند (صادق فرید، ۱۷:۳۸۶). سورین و تانگارд نیز معتقدند که رسانه‌های جمعی تصاویر اذهان ما را شکل می‌دهند (سورین و تانگارد، ۱۳۸۱: ۳۵۴). رسانه‌ها گرایش به این دارند که روایت‌های یکسان و نسبتاً مورد وفاق از واقعیات اجتماعی ارائه و مخاطبان خود را نیز سازگار با آن "فرهنگ پذیر" کند (مهدیزاده، ۱۳۸۴: ۲۰). همچنین رسانه‌ها معمولاً در به وجود آوردن الگوهای رفتاری بسیار موثر هستند. قصه‌ها، کتاب‌ها و فیلم‌ها مسلماً در تقلید افراد نقش دارند. در واقع قدرت رسانه بیش از آنکه معطوف به دقت، صحت و جزئیات و امانت تصویر باشد، مربوط به اثری است که روایت تصویری بر ادراکات، تصوارات و متعاقب آن واکنش و الگوهای رفتاری اشخاص باقی می‌گذارد. عکس العمل‌هایی حسی که منجر به ایجاد افکار و عواطفی می‌شود که به نوبه خود پذیرش پاره‌ای از هنجارها و ناهنجارهای شهری را برای مخاطب تسهیل می‌کند. در مجموع رسانه‌ها می‌توانند به عنوان ابزار برای بیان تصویری پدیده‌های اجتماعی مانند شهر به فرایند تعریف، بازتعریف، معنابخشی و معنایابی و باید و نبایدهای الگوهایی رفتاری شهری در فضاهای شهری کمک کنند.



### **نحوه دل ۲ = نقش و سانه و شهر و ندان**

نظریات تاثیر رسانه بر مخاطبان

به نظر می‌رسد از میان مطالعات مربوط به جنبه‌های مختلف فرآگرد ارتباط جمعی، مطالعات انجام شده در مورد اثرات رسانه‌ها بیش از همه مورد توجه بوده است. این امر دلایل زیادی دارد، هدف بخش عمدۀ ای از تحقیقات این بوده است که از رسانه‌ها برای نفوذ در مردم استفاده شود تا کاری را انجام دهنند که در حالت عادی ممکن است نتوانند انجام دهنند. اولين نظریه پردازان نظریه ارتباطات بر تاثیر قوی و بی قید و شرط رسانه بر مخاطب تأکید داشتند و اعتقاد داشتند که مخاطبان به مثابه توده هایی هستند که از رسانه به صورت منغلاونه تاثیر می‌پذیرند. پژوهش‌های نظریه پردازان ارتباطات جمعی که موافق تاثیرات رسانه‌های جمعی بر روی مخاطبان خود هستند منجر به ارائه و تولید نظریه ها شده که مفهومی آنها "نظر به تراپه" و "نظر به کشت" شده است.

**نظریه تزربقی:** دوران شکوفایی نظریه تزربقی طی سالهای ۱۹۳۰-۱۹۴۰ یعنی در خلال دو جنگ بین المللی بوده است و رادیو و سینما عوامل مهمی در شکل گیری این نظریه به شمار می‌رود. این نظریه بر قدرت نامحدود پیام‌رسانه‌ها استوار است و عقیده دارد که اگر پیام خوب درک و ارائه گردد، بیشترین تاثیر را بر مخاطب می‌گذارد. در این نظریه مخاطب منفعل است و جامعه به صورت اتم‌هایی مجزا بدون روابط اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. این نظریه حکایت از این دارد که افراد در برابر پیام‌های ارتباط جمی فوق العاده شکننده‌اند. طبق نظریه تزربقی اگر "پیام به هدف برسد" اثر مطلوب را خواهد داشت (ورنر و دیگران، ۱۳۸۱: ۱۷۶). نظریه تزربقی وسائل ارتباط جمی را مانند یک سرنگ حجمی فرض می‌کند که می‌تواند محتوا‌ی پیام خود را مانند ترکیب شمیایی، به مخاطبان تزریق کند. رسانه‌گراییش بر این دارد

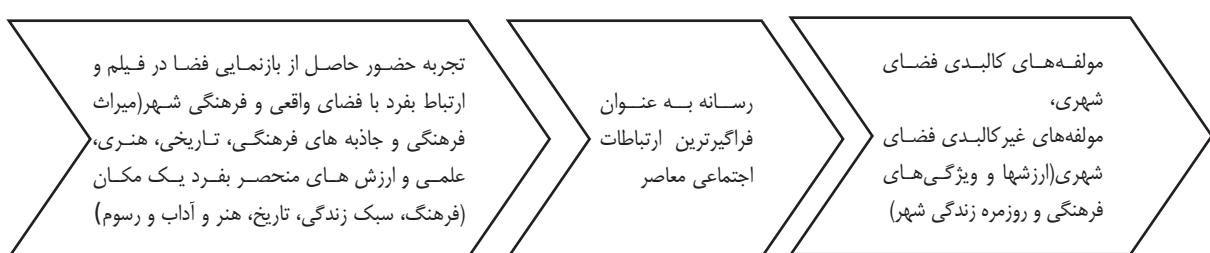
که روایت‌های یکسان و نسبتاً مورد وفاق از واقعیت‌های اجتماعی ارائه دهد و مخاطبان را سازگار با آن فرهنگ پذیر کند. گربنر پیش بینی می‌کند که رسانه به خاطر ماهیت نظام مند پیامش و پایداریش در طول زمان تاثیر قدرتمندی دارد و به همین دلیل وی رسانه را شکل دهنده‌گان جامعه می‌شناسد. استدلال گربنر این است که رسانه به صورت بازوی اصلی فرهنگ جامعه در آمده است.

**نظریه کاشت:** نظریه پردازان استدلال می‌کنند که رسانه اثرات دراز مدت دارد. اثرات تدریجی و غیر مستقیم اما متراکم و با اهمیت و تمایزی زیاد تلویزیون به عنوان "کاشت" نگرش‌هایی دیده می‌شود که بیشتر با جهانی که برنامه‌های تلویزیونی به تصویر می‌کشند همانند است تا جهان واقعی (مهدهی زاده، ۱۳۸۴: ۲۰). بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که امروزه رسانه‌ها می‌توانند خود را به عنوان رهبران فکری جامعه شهری در شکل گیری تصاویر و دریافت‌های ذهنی مردم از واقعی و پدیده‌های 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 تقریباً تمامی پایتخت‌های مشهور جهان بسیار زود در این رسانه ثبت شد. در واقع سینما نیز مانند دیگر هنرها و البته با قابلیت‌هایی به مراتب وسیع‌تر، پشت سر نهادن تجارب اولیه به سرعت متوجه شهر و شهرنشینیان جامعه مدرن، نه فقط به عنوان زمینه داستان، بلکه به مثابه "موضوع" هنر سینما شد. لیکن سینما فراتر و عمیق‌تر از سایر هنرها امکان رسوخ در اعماق لایه‌های پنهان زندگی شهری را به دست آورد" (مسعودی، ۱۳۸۵: ۷۷). 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 می‌بیند تصاویر یا سلسله تصاویری انتخاب شده از دیدگاه دوربین و زاویه سلیقه و نگرش کارگردان می‌باشد. 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 می‌آورد (طباطبایی، ۱۳۸۴: ۴۷). فیلم بیش از هر دیگری به مخاطب احساس واقعی بودن می‌بخشد. 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 می‌کند. در سینما ترکیب‌های گرافیک و قتنی که به حرکت در می‌آیند زنده می‌شوند و در مورد سینما و تلویزیون هر دو، حرکت مقاومت انتقادی بیننده را کم می‌کند و باعث می‌شود که تصویر با قدرت بیشتری خود را تحمل کند و به بیننده احساس قوی تری از واقعیت ببخشد. بنابراین با وجود این، ما صحنه‌های ساخته شده در استودیو را با تمام حقه‌های سینمایی و حتی با دکورهای کاملاً غیر طبیعی اش باور می‌کنیم و می‌پذیریم. یک فضا می‌تواند از دید دوربین به هزاران شکل متفاوت مورد کنکاش قرار گیرد. فیلم ساز می‌تواند شباهت و یا هم سانی این هزار دید و یا تمايز و نا هم خوانی درونی آنها را نشان دهد، اما از دید یک بیننده عادی فضای تهها به یک شکل درک می‌شود و تصور او از جزئیات و احساسات و مفهوم مستتر در فضا چیزی بسیاری کلی و تفسیر ناپذیر و کاملاً وابسته به انگاره‌های کلی و دریافت‌های تغییر ناپذیر اولیه است. او نمی‌تواند یک فضا را هربار به شکلی دیگر تجربه کند یا این تجربه را به هر صورت از آن خود کند. یک چشم عادی غالباً محدود به برداشتی عام از یک فضاست که به سختی به جزئیات روز و بنیادین آن تجزیه می‌شود (وایزن، ۱۳۸۸: ۱۸).

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

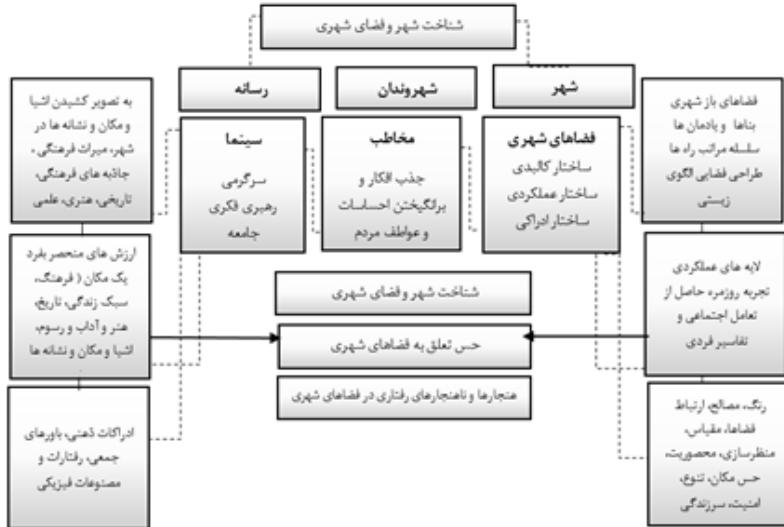


بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که امروزه رسانه‌ها و فیلم‌ها نقش بسیار مهمی در شناخت فضاهای شهری، مکان‌ها، ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی و آداب رسوم آنها دارند و نیز از این طریق می‌توانند در ذهن شهروندان نقش بینند و در القای الگوهای رفتاری مناسب شهری تاثیرگذار باشد. با استفاده از رسانه و به طور اخص سینما و قدرت فوق العاده آن در بیان جزئیات تصاویر، این امکان برای مخاطبان فراهم می‌آید که تصاویر تقریباً یکسانی از ابعاد فیزیکی و کالبدی فضاهای شهری و برای همه مخاطبان به جهت معنی، شناخت دقیق، تصمیم برای حضور پذیری، رفتار با فضا و تقویت احساس‌های مرتبه با فضا همچون حس تعلق و... فراهم گردد. این موضوع کاملاً مورد اعتبار قرار گرفته است تا جایی که ثابت شده است عوامل مختلفی در فیلم‌ها، تغییرات مثبتی را در گرایش‌ها و تمایلات مردم و تغییرات رفتاری بیشتری را در جهت تغییر بیننده‌گان ایجاد نموده‌اند.

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 می کنند: "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، اوخر 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 می کنند (حبیبی، ۱۳۹۴:۹). تام گانینگ (Tom Gunning)، استاد تاریخ سینمای دانشگاه شیکاگو، به نکته جالبی اشاره کرد: "تقریباً تمامی فیلم ها، مستندهایی از تردد انبوی 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" (وازنمن، 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 سینمات 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 درمی آید. از آن پس دیگر پاریس و برلین و لندن و شهرهای دوردست، شهرهایی خیالی و بر ساخته ذهن خواندنگان داستان و سفرنامه ها نبودند، بلکه قالب و منظر آشنا به خود گرفتند و عینیت یافتدند، 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 تعريف 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 تأکید 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 بازتعريف 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 ای بازتعريف کرد که در هیچ هنر دیگری مشابه ندارد. تماشاگر را 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 معماري ویژه و مبشر جهانی نو با هنجارها و رفتارهای فردی و جمعی کاملاً جدید، فضاهای هنجارها، رفتارهای شهری در مکان هایی متفاوت با آنچه قبله بیننده تجربه کرده بود. فیلم بیننده را با خود به درون لايههای تو در توی مکان می کشاند و چهره ها و نیم رخ هایی بس متفاوت از کالبد معماري بنا و معماري شهری به او نشان می دهد. کالبد معماري و تن شهر جزئی لاینفک از داستان فیلم می شود، با نشانه ها و نشانه های خاص (حبیبی، ۱۳۹۴:۱۱). مطمئناً یکی از مهم ترین دلایل جذابیت نقش مایه های شهری برای نخستین فیلم سازان، واقعیت عینی و قابل فهم این فضاهای 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" متداول و هم ارزش حقیقت دانسته شد (وازنمن، 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 معماري کمک گرفت. شاید استفاده از این فضاهای صرفا برای ایجاد بستری برای رویداد داستان و به عنوان عامل جذابیت فیلم بود اما بسیارند فیلمسازانی که با توجه به عناصر جذاب معماري و امکانات شهری، در چارچوب علمی و به شکل اندیشیدنها تری به استفاده از معماري و فضاهای شهری بهمنظور شناخت فضاهای شهری متعدد و متنوع و نمایاندن مقاهمی معنایی و نشانه ای آنها به مخاطب روی آوردن.



نمودار ۴- تأثیر 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 ناماها 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 شهراها 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 ناماها، 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 مشکله اش کافی نیست. این تجزیه مقدمه ترکیبی است که پایه رسیدن به معنا و محتوا کلی تصویر را فراهم می آورد. روش رسیدن به این معنای کلی تحلیل محتوای "تحلیل محتوا به عنوان یک روش عبارت است از شناخت و برگسته سازی محورها یا خطوط اصلی یک متن یا متنون مکتوب، یا یک مجموعه از سخنرانی ها، سلسله ای از تصاویر نوارها، وصیت نامه ها، نامه های خصوصی، سوال های باز یک پرسینامه و... و در 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، ۲۸۱-۲۸۴). 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 ارائه 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 استاد پیشین، اغایی 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 قابل 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.

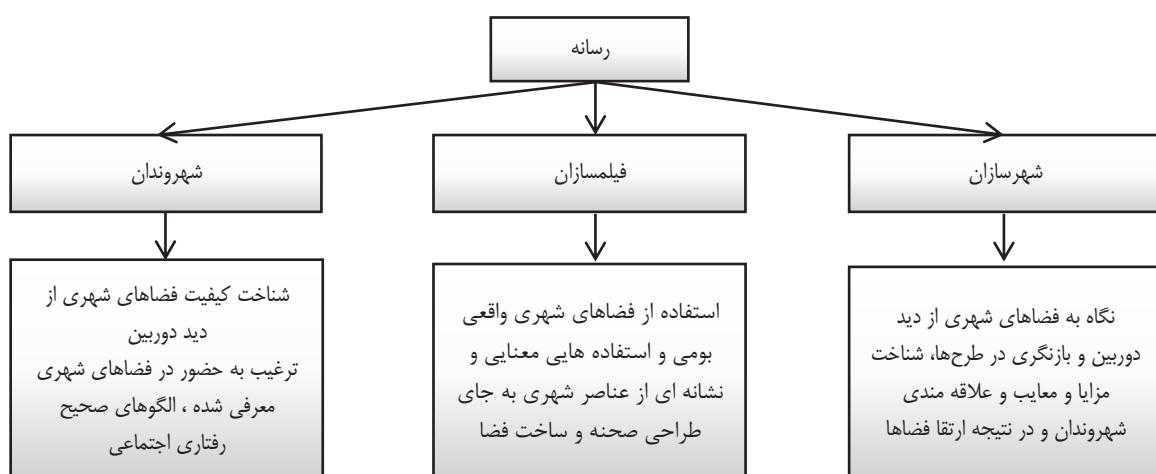
### یافته ها

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. واقعیت 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

از نوستالژی به زادگاهش سفر کرده است. در این سفر او به دیدار اشخاص و مکان‌هایی می‌رود 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 می‌کند و بی توجهی به آنها را مورد انتقاد قرار می‌دهد و با برانگیختن حس تعلق مخاطب وی را به سوی بازآفرینی این مفاهیم و ارزشها هدایت می‌کند.

مخاطبان زیادی تاکنون، با سینما گذارهای زمانی - مکانی بسیاری به شهرها داشته‌اند و از این طریق، بسیاری از مکان‌ها، شخصیت‌ها و ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی این شهرها را شناخته‌اند که گاه شاید از سفر واقعی به آن‌ها مفیدتر باشد (وایزمن، ۱۳۸۸: ۵۹). لنزها، فیلترها، ابزار متحرک ساز و نورپردازی می‌توانند دریافت بصیری بیشتری از دید انسانی داشته باشند. آن‌ها می‌توانند واقعیت‌های یک شهر را به شکلی آشکار کنند که تا به حال هیچ شهرهوندی آن را ندیده و هیچ شهرسازی به آن فکر نکرده باشد. (همان، ۴۰). فیلمساز در فیلم "در دنیای تو ساعت چند است" کوشش می‌کند 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 می‌کوشد با بیان تصاویری کاملاً مستحبه شهر را حتی برای کسانی که آن را تجربه نکرده اند به بهترین شکل ممکن توصیف کنند و بدین منظور، از ابتدا با نکاتی ظریفانه به ویژگی‌های اقلیمی شهرهای شمالی، بارش‌های ریز، پوشش‌های گیاهی و بومی منطقه، نشانه‌های شهری، عملکردها، الگوهای رفتاری، کالبد محله و... به جهت معرفی آن به مخاطب می‌پردازد. همزمان با توجه به زیبایی شناسی و مفاهیم این فضاهای، با زیبایی ویژه به کالبدی‌های با هویت اما فرسوده محله هشدار می‌دهد اگرچه قصد فیلمساز برانگیختن حس تعلق تماشاگر نسبت به محل زیست وی بوده اما اغفال وی از این جنبه‌ها 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 معتقد‌نند جاذبه‌های موجود در فیلم تنها به دلیل جذابیت فیزیکی زیبا و بدیع نیست بلکه به دلایل متفاوت، فرار از زندگی روزمره و حس نوستالژیک نیز می‌باشد. این تصاویر از فضاهای موجود با ظرافت و نگاه تیزبینانه فیلمساز، گاه حس زیبایی شناسی و حس تعلق به فضا را در مخاطب بر می‌انگیزد 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 اینی در فضای شهری می‌دهد و نشان از ماندگاری و تداوم کالبد در طول زمان دارد، نشان می‌دهد. نتیجه چنین بازنمایی فضاهای شهری در سینما، می‌تواند علاوه بر آگاهی بخشی به طراحان و برنامه‌ریزان از فضاهایی که خود خلق کرده اند و مزايا و معایب آن، به درک بیشتر مردم عادی از انواع فضاهایی که در آن قرار می‌گیرند 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 حضور پذیری شهروندان به آن مکان را ایجاد کرد. سینما هم چنین می‌تواند شناختی از تصویر شهر مورد نظر در فیلم برای اشخاصی ارائه دهد که آن فضا را تجربه نکرده اند. با مثبت نشان دادن فضا در فیلم‌ها، بیننده از طریق شناخت و ارتباط غیر مستقیم با لوکیشن‌ها 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 رسانه‌ای شکل می‌گیرد.

### بررسی عناصر کالبدی

تصویر	تحلیل	بعد
	<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>بخش زیادی از فیلم به دلیل محتوای آن، در محله‌ای 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 ساغرسازان به مخاطب ارائه می‌دهد. 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 اند و بافت محله ساغرسازان 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.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>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 می‌گذرد.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ساختمان تاریخی شهرداری رشت و معماری خاص آن، و نماد برج ساعت در ابتدای فیلم معرفی می‌گردد، اولین کیفیتی که فیلم‌ساز در ستایش فضای شهری به عنوان عنصری برای تداوم تاریخی و غنای حسی به کار برد است.</li> </ul>	کالبد
	<ul style="list-style-type: none"> <li>حسرت شخصیت فیلم در نگریستن به کالبدی که دیگر با کیفیت سابق خود وجود ندارد، نشان از فرسودگی و عدم ماندگاری اینیه در فضای شهری می‌دهد. در واقع ساختمانها و سبک آنها نشان از ماندگاری و تداوم کالبد در طول زمان دارد.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>پله به عنوان فضای شهری به عنوان عنصری برای مکث و تعامل معرفی می‌شود.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>از عناصر کالبدی کوچه می‌توان به مصالح بومی جداره، محصوریت، مقیاس انسانی، نوع دانه بندی رنگ غالب که در ترکیب با جداره‌های سبز و درختان درون بافت محلات نام برد.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>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 فضاهای نقش ویژه‌ای ایفا می‌کند.</li> </ul>	



■ یکی از نکات قابل توجه در این فیلم، توجه به محلات قدیمی و با اصالت و واجد ارزش‌های هویتی و کیفیت‌هایی چون خرد فضای سبز در این می‌باشد که به کرات در فیلم مشاهده می‌شود. قسمت اعظم فیلم به دلیل محتوای آن در محله ساغری‌سازان می‌گذرد. بنابراین شناخت کاملی از ساختار فضایی کالبدی آن به مخاطب ارائه می‌دهد.



■ کیفیت‌هایی همچون پیوستگی و انسجام فضایی ساختار محله، محصوریت در محله و گشاپیش 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 چه از لحظه عینی و چه ذهنی را به دنبال دارد.



■ توجه به نشانه‌های شهری، مانند ساعت شهرداری که رشت و انزلی که به عنوان 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.

### بورسی عناصر عملکردی

تصویر

تحلیل

بعد



■ از عملکردهای موجود در فیلم و آنچه وجه تمایز سازمان عملکردی فیلم با سایر فیلم‌های استفاده از کاربری‌های چندگانه در فیلم می‌باشد. معازه‌ای قاب سازی که در ساعتی خاص از شبانه روز محلی برای آموزش زبان فرانسه و تاکید بر فعالیت‌های آموزشی است.



■ از ساختار عملکردی غالب بر این فیلم می‌توان از فعالیت‌هایی همچون فرودگاه و ترمینال می‌توان نام برد.

عملکردی



در عملکردهای مرتبط به وضعیت حمل و نقل که به اشاره و استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی می‌پردازد اولین ذهنیت بیننده از مشاهده این سکانس که با نشان دادن کمک یک آشنا، تلقی نوعی حس امنیت از لحظه عینی و ذهنی را القا می‌کند.



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



■ اشاره به فعالیت‌ها و عملکردهای بومی مانند صید ماهی و پرندگان، اسکله، گمرک از نقطه نظر فیلمساز نادیده نمانده است. که البته این عملکردها از جنبه‌های توریستی نیز مد نظر است



■ خرده کاربری‌های قدیمی در سطح محله، که بیشتر بهانه‌ای است برای ایجاد تعاملات اجتماعی را نیز به وجود می‌آورد، مورد استفاده قشر جدید نیست اما حس نوستalgی محله را به خوبی حفظ می‌کند

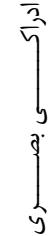


■ از فعالیت‌و الگوهای شهروندان فعالیت‌هایی مانند بازدید از لبه رودخانه، تجمع، نشستن، حرکت کردن و سایر فعالیت‌ها که طیف گسترده‌ای از رویدادها را در فیلم رقم می‌زنند می‌توان اشاره نمود.



■ اشاره به کافه‌های محلی قدیمی به عنوان پاتوق‌های اجتماعی

### بررسی عناصر ادراکی - بصری

تصویر	تحلیل	بعد
	<p>■ از نشانه‌های بصری مانند ساختمان شهرداری رشت، ساختمان شهرداری ازبیلی 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.</p>	
	<p>■ آنچه برای بیننده از سازمان ادراکی ترمیث تداعی می‌شود، سرگشتنگی شخصیت فیلم در فضای عدم وجود خوانایی آن وسیس کمک یک اشنا به منزله امنیت ذهنی و الگوی رفتاری مردم این شهر می‌باشد.</p>	



- کلوزآپ و شات لانگ هایی از درختان سرسیز 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 مقابل با زندگی پر هرج و مرج و ماشینی امروز ارائه می دهد گویی در فضایی فارغ از هیاهوی شهر انفاقات رخ می دهد.



- توجه به کریدورهای بصری بسیار در فیلم همچون نمای پل غازیان، رشتہ کوهها و ...



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



- فیلم از ساختاری نشانه ای 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 ارزشها 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 راهنمایی 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 ارائه می دهد.

- تصاویر فضاهای شهری و ارزش آنها به گونه ای با اهمیت جلوه داده شده اند. به گونه ای 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 مقابل با فضاهایی که نقش عبوری مانند خیابان دارند، در نگاه فیلمساز دیده می شود



- اشاره به فضاهایی که فیلمساز توانسته است از مفهوم فضاهای باز دلنشیز با استفاده از دریا، طبیعت، بازی پرندگان و... برای القای مفهوم جریان زیبایی در فضا و در زندگی را به ذهن مخاطب مبارک است.



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



■ در این فیلم ترکیب متنوعی از ویژگی‌های بصری 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 فضاهای به وجود می‌آید 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 می‌خورد. بنابراین اگرچه قصد فیلمساز برانگیختن حس تعلق تماشاگر نسبت به محل زیست وی بوده اما اغفال وی از این جنبه‌ها سبب تضعیف نقش فضاهای شهری در پیشبرد فیلم شده است.



■ توجه به ویژگی‌های اقلیمی باران‌های 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، تعییر 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 موضوعات جهت ارتقا کیفیت فضاهای شهری حضور پذیری شهر و ندان در فضاهای شهری می‌باشد. مخصوصاً این که اکثر فیلم‌های سینمایی موجب جلب توجه مردم به بسیاری از مکان‌ها، اشیا و موضوعاتی می‌شوند که در فیلم به نمایش درآمده و تعدادی از آنها مردم را برای حضور به مکان‌هایی که در آنجا فیلمبرداری شده اند ترغیب می‌کنند. هرچند فیلم‌های سینمایی هدف اصلی مردم برای بازدید از این مکان‌ها نیست، اما رسانه‌های تواند میزان آگاهی نسبت به شهر، فضاهای شهری و جاذبه‌های آن را از طریق پرده سینما در نزد مخاطبین افزایش داده و در فرآیند تصمیم‌سازی 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 می‌باشد از جمله تجربه زیسته انسان‌ها، 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 می‌گیرد که شکل سوم موضوع در دنیای امروز مهم ترین شکل می‌باشد. بخش زیادی از تصوری که شهر و ندان یک شهر از آن دارند، یا افرادی از همان ملت 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، فضاهای، بناها و مسئله‌های شهری، و نهادینه کردن مجموعه آگاهی‌ها و الگوهای رفتاری درست بسیار تحت تاثیر ابزارهای رسانه‌ای است. سینما به عنوان فرستنده‌ای قوی و قدرتمند می‌تواند پیام‌های 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 فیلم‌ها نقش بسیار مهمی در تاثیرگذاری بر تصویر و دریافت‌های ذهنی مردم از یک فضای شهری دارند. همانطور که بوتلر می‌گوید فیلم‌ها به عنوان رسانه‌های تصویری برای مصرف کنندگان آن از اهمیت بیشتری نسبت به منابع نوشтарی اطلاعات برخوردارند چرا که سطح باورپذیری بالاتری را دارا می‌باشند. حال آنکه شهری که در اکثر فیلم‌هایی که در سینمای ایران به تصویر کشیده می‌شود محلی است که در آن شخصیت‌ها روابطی کوتاه و نایابارند، فضای ناامن است که آرزوهای ساکنانش را سرکوب می‌کند و آنها را برای دست یابی به خواسته‌هایشان به مکانی خارج از خود سوق می‌دهد و به فضاهای شهری فقط به عنوان پس زمینه ای برای رویداد داستان توجه می‌شود. تکنیک‌های سینمایی در فیلم‌ها می‌تواند تا به روح زندگی دست پیدا کند و فیلم‌ها می‌توانند به عنوان منابعی مفید مدنظر شهرسازان قرار گیرند. چه بسا ناگفته‌ها و نایابهای بسیاری درباره شهرها از دل فیلم‌ها پدیدار شود. سینما می‌تواند با استفاده از قدرتی که در کنترل دارد، زاویه دید جدیدی در معرض شهرسازان بگذارد و با بیانی اتفاقاتی از شهرها و فضاهای درون آن و انسان‌هایی 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 را به شهرسازان، و به شهر و ندان 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.

## 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 محمد رضا، ن. (۱۳۹۴). خاطره شهر. انتشارات ناهید. تهران.
- کرمونام. (۱۳۹۱). مکان های عمومی، فضاهای شهری، ترجمه فربیبا قرائی، مهشید شکوهی، زهرا اهری، اسماعیل صالحی. دانشگاه هنر تهران. تهران
- لینچ، ک.(۱۳۸۷). سیمای شهر، ترجمه منوچهر مزینی. چاپ هشتم، انتشارات دانشگاه تهران.
- مدنی پور، ع.(۱۳۸۷). فضاهای عمومی و خصوصی شهر، ترجمه فرشاد نوریان. چاپ اول. انتشارات شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری. تهران.
- مدنی پور، 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 ۷۷-۸۱.
- مهدی زاده، س.م.(۱۳۹۲). نظریه های رسانه اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی. انتشارات همشهری.
- نسر، ج. (۱۳۹۳). تصویر ذهنی ارزبانه از شهر، مترجم: مسعود اسدی محل جالی. چاپ اول. انتشارات آرمانشهر. تهران.
- واپزمن، ه. (۱۳۸۸). شهر در افق دید، در کتاب " سینما و معماری "، ترجمه شهرام جعفری نژاد. چاپ دوم. انتشارات سروش- کانون اندیشه پژوهش های سینما. 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.