



چگونگی باز نمایر شهر در ادبیات و سینما: تهران و پاریس

سید ابولحسن ریاضی
آنیتا صالح بلوردی

www.ketab.ir

ریاضی، سیدابوالحسن، ۱۳۳۹-

چگونگی بازنمایی شهر در ادبیات و سینما: تهران و پاریس

سیدابوالحسن ریاضی، آنتا صالح بلوردی،

تهران: نشر ثالث، ۱۴۰۰.

۲۶۸ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۰۵-۶۸۳-۰

شهرها و شهرستان‌ها در سینما

تهران در سینما

شهرها و شهرستان‌ها در ادبیات

تهران در ادبیات

سینما - فرانسه - نقد و تفسیر

سینما - ایران - نقد و تفسیر

پاریس (فرانسه) در سینما

پاریس (فرانسه) در ادبیات

صالح بلوردی، آنتا، ۱۳۵۶-

رده‌بندی کنگره: PN1۹۹۵/۹

رده‌بندی دیویی: ۷۹۱/۴۳۶۲۱۷۳۲

شماره کتابشناسی ملی: ۷۶۳۵۶۶۸



چگونگی بازنمایی شهر در ادبیات و سینما: تهران و پاریس

سیدابوالحسن ریاضی، آنتینا صالح بلوردی

صفحه آرایی: مهسا خوش نیت

مجموعه هنر، موسیقی، سینما، تئاتر

طراح جلد: حمید باهو

چاپ اول: ۱۴۰۰ / ۵۵۰ نسخه

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: نشر ثالث

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۰۵-۶۸۳-۰

ISBN: 978-600-405-683-0

کلیه حقوق محفوظ و متعلق به نشر ثالث است.

قیمت: ۷۲۰۰۰ تومان

دفتر مرکزی: خیابان کریمخان زند / بین ایرانشهر و ماهشهر / شماره ۱۵۰ / طبقه چهارم

فروشگاه شماره یک: خیابان کریمخان زند / بین ایرانشهر و ماهشهر / شماره ۱۴۸

فروشگاه شماره دو: اتوبان شهید همت / مجتمع ایران مال / طبقه G3 / شماره ۱۸۳

فروشگاه شماره سه: پاسداران / میدان هروی / مجتمع هدیش مال

فروشگاه شماره چهار: خیابان فرشته / آقا بزرگی / باغ ریشه / شماره ۳۱

تلفن گویا: ۸۸۳۱۰۷۰ - ۸۸۳۱۰۵۰ - ۸۸۳۰۲۴۳۷ - ۷ - ۸۸۳۲۵۳۷۶

آدرس سایت: www.salesspublication.com

آدرس اینستاگرام: [salesspublication](https://www.instagram.com/salesspublication)

فهرست

مقدمه.....	۹
فضای حقیقی.....	۱۱
فضای بازسازی شده در رمان و سینما.....	۱۲
فصل اول: مرور ادبیات و مطالعه اسنادی و شناسایی شاخص های بومی منظر	
ذهنی شهر به منظور تمرکز بر ادبیات داستانی و سینمایی.....	۱۵
۱. پیشگفتار و ادبیات تحقیق.....	۱۵
۲. پیشینه تحقیق.....	۲۴
۳. بازنمایی و شاخص های منظر ذهنی و فیزیکی شهر.....	۳۱
۱-۳ مشاهده و بازنمایی ذهنی از فضا.....	۳۲
۲-۳ تصویر بصری/ سمبولیکی.....	۳۳
۳-۳ تصویر و فعالیت.....	۳۵
۴-۳ متغیرهای مؤثر در بازنمایی شناختی بومی.....	۳۷
۱. نظریه نمایشی اروین گافمن.....	۴۰
۲. انتخاب داستان و فیلم با مرکزیت شهر.....	۴۴
انتخاب فیلم ایرانی.....	۴۶

انتخاب داستان ایرانی.....	۴۶
انتخاب فیلم فرانسوی.....	۴۷
انتخاب داستان فرانسوی.....	۵۱

فصل دوم: مطالعه و بازیابی آثار فروشنده و آخرین تانگو در پاریس از منظر اجتماعی، معرفت‌شناسی و نشانه‌شناسی و کدگذاری متغیرها برای تحلیل یافته‌های تحقیق.....

۱. مقدمه.....	۵۵
۲. پیشینه سینما و منظر ذهنی شهر.....	۶۰
۳. تشابه شهر و سینما.....	۶۴
۴. روش‌شناسی.....	۶۸
۴-۱ روش‌شناسی تحلیل فضاهای شهری.....	۶۸
۴-۲ روش پدیدارشناسی فضایی.....	۷۲
۴-۳ روش‌شناسی نشانه‌شناسی.....	۷۵
۴-۴ جمع‌بندی مؤلفه‌ها و شاخص‌های فضایی با توجه به چارچوب‌های	
تئوریکي.....	۸۱
۶. تحلیل فیلم فروشنده.....	۸۲
خلاصه فیلم.....	۸۲
تصویری از تهران امروز در فروشنده.....	۸۲
بخش‌بندی و تحلیل فیلم.....	۸۵
۷. تحلیل فیلم آخرین تانگو در پاریس.....	۱۲۲
۸. جمع‌بندی فیلم فروشنده و آخرین تانگو در پاریس.....	۱۶۶

فصل سوم: مطالعه بازنمایی شهر در آثار عادت می‌کنیم و خیابان بوتیک‌های خاموش.....

۱. مقدمه.....	۱۷۱
---------------	-----

۱۷۳.....	۲. پیشینه ادبیات فضایی در ایران
۱۷۶.....	۳. روش تحلیل فضا در ادبیات
۱۸۴.....	۴. نمونه‌های شهرشناسی در شعر و داستان
۱۸۶.....	۵. تحلیل عادت می‌کنیم اثر زویا پیرزاد
۱۸۷.....	۱-۵. گشودن عادت می‌کنیم
۱۸۷.....	عنوان و فصل اول داستان
۱۸۹.....	۲-۵. شهر در رمان عادت می‌کنیم
۱۹۱.....	تهران قدیم، شهر موزه تهران
۱۹۲.....	تهران ایدئولوژیک
۱۹۲.....	شهر سرمایه‌داران برج‌ساز شهر بی‌هویت
۱۹۳.....	شهر خاطره‌ها و هویت‌های در حال فراموشی
۱۹۴.....	چالش میان سنت و مدرنیسم
۱۹۶.....	۶. پاریس در خیابان بوتیک‌های خاموش، اثر پاتریک مودیانو
۱۹۷.....	۱-۶. دقت، نظم و بایگانی تاریخی
۱۹۸.....	۲-۶. شهر خاطره‌ها
۱۹۹.....	۳-۶. شهر مهاجران
۲۰۰.....	۴-۶. شهر هتل‌ها و توریست‌ها
۲۰۱.....	۵-۶. بی‌چهرگی
۲۰۱.....	۶-۶. سن چشم‌انداز ابدی پاریس
۲۰۲.....	۷-۶. نشانه‌های از میان رفته
	۷. جمع‌بندی داستان شهر در عادت می‌کنیم و خیابان بوتیک‌های
۲۰۳.....	خاموش
	فصل چهارم: ارائه مدلی از چگونگی شکل‌گیری ارتباط بین فضای شهر،
۲۰۷.....	آثار و ذهنیت مخاطب
۲۰۷.....	۲. مقدمه: فضای اجتماعی و القای فرهنگ

۲۰۹.....	۲. ارتباط بین شهر، آثار و ذهنیت مخاطب
۲۰۹.....	۲-۱ خالق اثر: کنشگر بازنمایی
۲۱۱.....	۲-۲ تأثیرات رسانه
۲۱۱.....	اثرات حقیقت
۲۱۲.....	استنادات مبتنی بر حقیقت اطلاعات
۲۱۴.....	قرارداد ارتباطات رسانه‌ای
۲۱۵.....	داده‌های بیرونی
۲۱۷.....	داده‌های درونی
۲۱۷.....	حقیقت و وضوح در واقع
۲۲۰.....	۲-۳ باور عامه/ هدف‌گیری مخاطب
۲۲۱.....	تأثیر حقیقت‌نمایی و باور عامه
۲۲۲.....	۳. شهر: تفاوت فرهنگی و تعلقات سمبولیکی
	۴. خصوصیات طبیعی و فرهنگی و بازنمایی شهر در ایران متمرکز بر
۲۲۴.....	ادبیات داستانی و سینما از منظر ذهنی، پدیدآورنده
۲۲۸.....	۵. مدل مفهومی ادراک مخاطب از رسانه
۲۳۱.....	۶. نگاه غیرایرانی به تهران و نگاه غیرفرانسوی به پاریس
۲۳۲.....	۶-۱ نقطه‌نظر بینندگان غیر ایرانی فیلم «فروشنده»
۲۴۱.....	۶-۲ نقطه‌نظر خوانندگان غیر ایرانی رمان «عادت می‌کنیم»
۲۴۶.....	۶-۳ نقطه‌نظر بینندگان ایرانی فیلم «آخرین تانگو در پاریس»
۲۵۵.....	۶-۴ نقطه‌نظر خوانندگان ایرانی رمان خیابان بوتیک‌های خاموش
۲۶۱.....	منابع و مآخذ

مقدمه

هیچ متنی بدون پیش‌متن نیست یا آغاز و پایانی برای متون متصور نیست. شهر ابرمتنی چندلایه و پیچیده است. متنی که خود دربردارنده لایه‌های پیچیده‌ای از انسان‌ها و روابط انسانی در سطوح مختلف جامعه است. فضاهای شهری و فرهنگ‌های موجود در آن بخش عظیمی از زندگی روزمره شهروندان را تشکیل می‌دهند. بی‌شک شناخت کاربردهای این فضا در حوزه‌های متفاوت و بهره‌گیری از نظریه‌های روز دنیا به کارشناسان، متخصصان و دغدغه‌مندان زندگی شهری و در نتیجه به ارتقا و بهینه‌سازی سطح زندگی شهروندان کمک می‌کند. حال در مواجهه با متن‌های ادبی و سینمایی، نخستین پرسش این است که ابزار ما در برابر شهر به مثابه متن چیست؟ و دومین پرسش این‌که چگونه این ابزارها، لایه‌های متفاوت متن را به شکلی موشکافی می‌کنند که بتوان از تصویر ذهنی مصرف‌کننده فضا و تماشاگر به مرحله تولید و کنشگر رسیده و آن را درک کرد؟

رمان/داستان / فیلم شهری بجز شهر و فضاهای شهری یک عنصر مهم‌تر هم دارد؛ انسان شهری مدرن و دگرگونی‌هایش. از این دگرگونی است که می‌شود گفت رمان/داستان / فیلم شهری عناصری از رفتارهای متغیر انسانی را بازنمود می‌کند و همین تغییر «من»‌های انسانی بازنمایی شهر را ناممکن می‌کند. در انتها، ما با یک تصویر از شهر روبرو نیستیم و موزاییکی از بازنمایی‌ها و روایت‌های بسیار گوناگون

وجود دارد که اعتبار هر روایت محل تردید است. نویسنده / کارگردان چه جایگاهی در روایت دارد؟ روایتی که بسته به زمان و مکان خوانش، پیشینه و تجربه زیسته خواننده/ بیننده، اعتقادات خواننده / بیننده و عوامل بسیار دیگری اعتبار می‌یابد، نماینده چه «من»هایی است؟ و نویسنده / کارگردان در چه چرخه‌ای می‌تواند از این «من کاغذی و نمایشی» به ساختن «من واقعی» در متنی همچون شهر برسد؟

با چنین زاویه دیدی شهر می‌تواند نقش یک شخصیت را ایفا کرده، شهرنشینی و ارزش‌های آن را بازتاب داده و تصور ما را نسبت به شهر، تاریخ و فرهنگش شکل دهد. شهروندسازی و فرهنگ‌سازی از قرن‌ها پیش در پیکره تئاتر و ادبیات وجود داشته است و هدف این طرح بررسی چگونگی شکل‌گیری زیبایی‌شناختی و اخلاقی فرهنگ از ورای مکان‌هاست. در ابتدا، جستجوی «زبان مرجع مشترک» در دو کشور ایران و فرانسه مورد کنکاش قرار می‌گیرد زیرا از ابتدای قرن ۱۹، ارتباطات تجاری و علمی مستلزم ارتباطات جهانی هستند. معمولاً در این زمینه‌ها سعی می‌شود زبان تکنیکی مشترکی پیدا شود. در نتیجه برهه‌های خاص زمانی و مکانی در زبانی که آن را شکل می‌دهد در نظر گرفته شده و از خلال تغییرات، حقیقت جستجو می‌شود شهرها از طریق تصویر و کلام به یکدیگر نزدیک می‌شوند اما هر کدام خصوصیتی دارند، تحولاتی را طی کرده‌اند و از خلال کلمات در تولیدات فرهنگی ادبیات و سینما نمود پیدا کرده‌اند. تفکر و هوشمندی در شهر ریشه دوانده است.

روش تحقیق توصیفی و توضیحی بوده و شامل موارد زیر است:

- جمع‌آوری داده‌ها و منابع موجود (داده‌های کتابخانه‌ای در خصوص دانش، تاریخ هنری تولید فرهنگی، غیره).
- تخمین تئوری‌ها، رد یا قبول توصیفات، روشن‌سازی روندهای تحلیل، تهیه داده جدید.

داده‌ها به شکل بینارشته‌ای و از نقطه‌نظرهای کارشناسی رشته‌های متفاوت علوم

انسانی و اجتماعی از جمله، نشانه‌شناسی، ادبیات تطبیقی و جغرافیای انسانی تحلیل و تفسیر می‌شوند. از آن‌جا که حوزه‌های ادبیات و سینما به شکل متفاوتی از کلام و زبان تصویر بهره می‌برند، بنابراین در رویکرد سینمایی از روش‌شناسی تحلیل فضاهای شهری و روش‌شناسی نشانه‌شناسی و در رویکرد ادبی، از روش‌شناسی فضای خیالی، روایت‌شناسی فضایی و جغرافیای ادبی بهره خواهیم برد.

به عقیده میتران، فضا نه تنها ظرف است، محصول تعاملات و روابط کنشگران است. بنابراین یک اثر، در ارتباطش با نویسنده، با خواننده، با عناصر دیگر سازنده داستان شناخته می‌شود. این تعریف، مبنای فصل‌بندی تحقیق گردیده است. ابتدا رویکرد ذهنی مخاطب وابسته به شناخت واقعی او از شهر به عنوان یک شهروند و سپس وابسته به شناخت پیشینی است که از رسانه‌ها کسب کرده است. لذا، این دو مقوله با تکیه بر نظریات کون و شارودو در فصل‌های یک و چهار و با تفکیک فضای حقیقی و تأثیرات رسانه مجازی مورد بحث قرار می‌گیرند.

فضای حقیقی

این فضا، نمایانگر فضای زیسته است.

کون در بازنمایی شناختی شهروندان از مناظر شهر معتقد است که هر فردی بازنمایی خاص خود را دارد. تصاویری که فرد از محیط اطراف خود دارد از تعاملاتی برگرفته شده‌اند که بین مشاهده‌گر و محیط اطرافش ایجاد گردیده است. بنابراین فاکتورهای دخیل شامل سه مورد هستند: سوژه، محیط و کنشی که سوژه را به محیط مرتبط می‌کنند.

علاوه بر این، تشریح آداب زندگی روزمره در نظریه نمایشی اروین گافمن نوعی استعاره صحنه‌سازی تئاترگونه برای توصیف نقش‌های کنشگران و آداب آن‌ها در این فضا است. گافمن تعامل را موضوع مورد بحث خود قرار داده و نشان می‌دهد چگونه تعاملات منجر به آشکارسازی اشکال کدبندی اجتماعی و تعادل اجتماعی می‌گردد.