

# راهنمای تماشای فیلم

■ دیوید بوردول

جدیدی به آن افزوده شده. همچنین ضمیمه‌ای نیز به کتاب اضافه شده که به قلم دیوید بوردول است و نامش را گذاشته‌اند «راهنمای تماشای فیلم» [Film Viewer's Guide] که به مسائلی بسیار ساده و شاید بدیهی ولی خواندنی می‌پردازد. این جزوه دو فصل دارد: اولی «تماشای فیلم» است و دومی «نوشتن درباره فیلم». از آنجا که دوستان آن مباحث «مفاهیم نقد فیلم» همچنان به این بحث‌ها علاقه نشان می‌دهند، از این پس می‌کوشیم این جزوه دو قسمتی و پس از آن بخش‌های جدید کتاب هنر فیلم و کتاب‌های دیگر بوردول و تامسن را به تناوب در قالب مباحث مستقل در مجله بیاوریم.

م.ا.

کتاب هنر فیلم را حالا دیگر کم‌تر کسی است که نشناسد؛ همان کتابی که مبنای صفحات «مفاهیم نقد فیلم» بود و بعدها به صورت پیوسته منتشر شد. بوردول و تامسن آدم‌های عجیبی‌اند، چون از سال ۱۹۷۹ تا به حال هفت چاپ از این کتاب منتشر شده که در هر چاپ بدون استثنا نسبت به چاپ‌های قبلی اصلاحاتی به عمل آمده. مبنای چاپ مقالات مفاهیم نقد فیلم چاپ سوم و چهارم هنر فیلم بود. در نمایشگاه کتاب امسال، چاپ هفتم کتاب هنر فیلم به دست‌مان رسید که با چاپ‌های قبلی تفاوت‌هایی اساسی دارد، از جمله گرافیک کتاب به کلی زیور و رو شده و در فصل‌های مربوط به تحلیل فیلم و تاریخ سینما سرفصل‌های

Photo: Graig Potton



## فصل اول: تماشای فیلم منظور از تماشای فیلم چیست؟

### کلیت فیلم

کتاب هنر فیلم تأکیدش بر این است که برای درک فیلم، باید آن را به عنوان یک کل در نظر گرفت. برخی بخش‌های فیلم ممکن است به خودی خود جذاب باشند، اما فیلم همچون یک سیستم فراگیر عمل می‌کند، و هر بخشی از آن معنای غایی‌اش را در این کل می‌یابد. به همین منظور است که در فصل‌های دوم و چهارم کتاب، به مفاهیم فراگیر فرم و سبک پرداخته‌ایم. چه برای تفریح به تماشای فیلم نشست‌اید چه به منظور درکی عمیق‌تر، چه این فیلم بخشی از سرگرمی آخر شب تلویزیون باشد چه تکلیف کلاسی، در صورتی درک کاملی از آن خواهید داشت که به شکلی فراگیر دریابید که اجزای مختلف آن چگونه به هم متصل شده‌اند. معنی این حرف این است که عادت کنیم که هر بخش، هر قدر کوچک، را مرتبط با بقیه فیلم در نظر بگیریم.

مثلاً، دو جمله از دیالوگ‌های جری مگ گوایر [کامرون

کرو] در زبان روزمره آمریکایی‌ها اصطلاح شده. جمله «پول را به من نشان بده!» کلیشه شده، و «تو مرا کامل می‌کنی» در برنامه‌های کم‌دی هجو شده. اگر این جمله‌ها را جدا از فیلم در نظر بگیریم، دست‌انداختن این جمله‌ها کاری ندارد. اما در کلیت فیلم، این جمله‌ها نقش پیچیده‌ای ایفا می‌کنند. «پول را به من نشان بده!» در وهله اول جمله بامزه‌ای است که راد تیدول به کار می‌گیرد تا با آن جری را سوگند دهد که برای او وکیل خوبی باشد. راد می‌خواهد پول جمع کند تا در سال‌هایی که دیگر نمی‌تواند فوتبال بازی کند، خانواده‌اش در رفاه باشند. این یک دغدغه جدی است، اما می‌دانیم که یک وجه از شخصیت جری نمی‌خواهد ورزش تماماً در خدمت دغدغه‌های مالی باشد. او این امکان را از نظر گذرانده که با موکلینش مثل دوست رفتار کند. در نتیجه با این که جری می‌پذیرد که به راد کمک کند تا حقوق بیش‌تری بگیرد، پیش‌بینی می‌کنیم که میان آن‌ها کشمکش پیش خواهد آمد. همچنان که روایت پیش می‌رود، راد درمی‌یابد که توقع او برای دریافت حقوق بیش‌تر، مستلزم آن است که او فقط به خود و خانواده‌اش فکر نکند، بلکه

به فکر تیمش هم باشد.

«تو مرا کامل می‌کنی» وقتی بیان می‌شود که جری و دوروتی از شرکتی که در آن کار می‌کردند، استعفا داده‌اند و با یک تابلوی دوگانه مخصوص کرولال‌ها مواجه می‌شوند. دوروتی زبان اشارات آمریکایی را بلد است و می‌تواند این اشارات را ترجمه کند؛ دانشی که ما را متوجه می‌کند که او آدمی دلسوز است. در سطح کلی‌تر، این دیالوگ چکیده موقعیت دوروتی و جری است. زن از «بیان میسیونری» مرد جاخورده، که نشان می‌دهد آرمان‌گرایی زن در رویای مرد که می‌خواهد یک بنگاه ورزشی خصوصی دایر کند، تجلی یافته. از سوی دیگر، جری باید بفهمد که دوروتی دارد چه چیزی را به او پیشنهاد می‌کند. مرد پسر زن را دوست دارد و زن اعتماد به نفس را به مرد بازگردانده، اما مرد برای عشق ورزیدن به زن آمادگی ندارد. دوروتی مرد را با این تعبیر، «مردی که تقریباً مرد شده»، به سمت شدن هدایت می‌کند. در پایان فیلم، وقتی مرد در اتافی پر از زنانی ناشاد از روابط‌شان، تأکید می‌کند که، «تو مرا کامل می‌کنی»، تأیید می‌کند که به زن احتیاج دارد تا بهترین





وجه وجودش را ارضا کند. این جمله نیز مثل جمله اول، معنای عمیقش را در روند جلورفتن پیرنگ به دست می آورد.

شکل فراگیر فیلم می تواند هر عنصری را اهمیت ببخشد. سکانس عنوان بندی را در نظر بگیرید. حداقل این است که عنوان بندی می تواند نوعی فضا را ایجاد کند، مثل اورتور در اپرا یا کنسرت. عنوان رعدا ساسی ترمیناتور دو: روز داوری [جیمز کامرون] در میان پرتوی آتش فلز گذاخته شکل می گیرد که به آرامی بزرگ می شود در حالی که سازه های کوبه ای فلزی مارش پرتب و تاب را آغاز کرده اند. این نما تجسم شعله های یک جنگ هسته ای است، خطر یک درگیری فیزیکی، نبرد با ماشین، و موضوع فیلم که به ماشین های انسان نما می پردازد. برعکس، همچنان که در کتاب اشاره شده، عنوان بندی

بعضی ها می گویند تماشای فیلم به خاطر جنبه های تکنیکی، آن ها را از تعقیب داستان باز می دارد، و این نیز راست است که خیلی از فیلم ها می کوشند توجه تماشاگر را به سبک جلب نکنند. اما می توانید بیاموزید که هم تکنیک را ببینید، هم داستان را تعقیب کنید. این انجام دادن چند کار به شکل توأمان، مثل حرف زدن در حین رانندگی است. تمرین می خواهد.

در سنت لوییز به دیدنم بیا [وینست مینه لی] نمایانگر نوستالژی یک خانواده صمیمی در ابتدای قرن بیستم است. در هفت، دیوید فینچر می خواهد از همان ابتدا تماشاگرش را دچار تشویش کند، به خصوص به این دلیل که ضد قهرمان فیلم خیلی دیر در فیلم ظاهر می شود، بنابراین از طراح گرافیکش، کلی کوپر، خواسته که یک عنوان بندی پر از کات و خشن طراحی کند که نمایانگر مثله کردن و جتون باشد.

عنوان بندی همچنین می تواند پیش بینی موتیف هایی باشد که در داستان فیلم ظاهر خواهند شد. بسیاری از فیلم های هیجکاک، عنوان بندی شان توسط سال باس طراحی شده بود، که در یافتن طرح هایی که بر جنبه هایی از فیلم تأکید کند، صاحب نیوغ بود. باس برای سرگیجه عنوان بندی اش را با تصویری از یک ماریچ طراحی کرد، که در آن بر موتیف تصویر (یک چشم بزرگ) و ترس قهرمان فیلم از سقوط (از آن برج شوم) تأکید شده بود. در عنوان بندی شمال از شمال غربی، باس خطوطی متقاطع تصویر کرد که در ابتدا خطوط طولی و عرضی بودند (این فیلم درباره سفر بود) و بعد بدل می شد به نمای عمومی یک آسمان خراش نیویورک. عنوان بندی ساده تر باس برای روانی شامل حروفی سفید بود که به شکل زیپ داخل و خارج تصویر می آمد در زمینه سیاه، که پیش بینی میله های پنجره و خطوط بزرگراه در بخش اول فیلم بود.

عنوان بندی کلی کوپر برای مأموریت غیرممکن ابرایان دی پالمو نیز پیشگویی اکشنی است که از راه خواهد رسید، ساندریچ شدن نام ها در میان سیل تصاویری که بعدتر در فیلم خواهیم دید، که همگی معرف مفهوم خیانت و رمانس است. (عنوان بندی بدل می شود به تیزر فیلم.) شخصیت های کارتونی عنوان بندی اگر مرا گرفتی [اسپیلبرگ] تأکید بر موتیف تعقیب و مغالزه است، و کل سکانس یادآور فضای دهه ۱۹۶۰ است که ماجرای فیلم در آن اتفاق می افتد، و دورانی که این نوع عنوان بندی های کارتونی رواج داشت.

به همین ترتیب، عنوان بندی پایانی می تواند در روند کلی فیلم مشارکت کند. همچنان که عنوان بندی آغازین می تواند وسط یک صحنه ظاهر شود، صحنه پایانی فیلم نیز می تواند زیر عناوین پایانی ادامه بیاید. سکوت بره ها [جانانان دمی] در تمام طول عنوان بندی پایانی اش تماشاگرش را با نمایش دکتر لکتر میخکوب می کند، که دارد دکتری را که از او پول گرفته بوده تعقیب می کند و هر دو در میان جمعیت ناپدید می شوند، و معلوم است که قربانی بعدی لکتر، دکتر است. در عنوان بندی پایانی آرماگدون تصاویری از فیلم برداری عروسی آن زوج جوان را شاهدیم، صحنه ای که پیرنگ را به انتها می رساند. **A Bug's Life** [جان لاسهتر، آندرو استنتن ۱۹۹۸] در عنوان بندی پایانی اش که همچو نماهای مردودی است که در پایان کمدهای به نمایش درمی آید، تماشاگرش را سرگرم می کند.

و برخی فیلمسازان زیرکانه پس از انتهای عنوان بندی پایانی صحنه ای را می گنجاندند تا به نوعی از تماشاگرانی که بلافاصله سینما را ترک نکرده اند، تشکر کنند. **هوایما!** [جیم آبراهامز، دیوید زوکر، جری زوکر/ ۱۹۸۰] از نخستین فیلم هایی بود که یک شوخی را برای صحنه پس از عنوان بندی نگه داشت، شگردی که جان هیوز در

بسیاری فیلم های دیگرش نیز به کار برد. برعکس، تاکشی کیتانو در عنوان بندی پایانی فیلم **سانتین**، با نمایش یک چشم انداز زیبا، پایان خشن فیلم را تعدیل کرده است. هر بخش از یک فیلم، حتی لحظات آغازین و پایانی آن، می تواند در کلیت فیلم نقشی ایفا کند.

## همان ابتدا: لوگوها و عنوان بندی

اغلب فیلم ها به شکلی استاندارد آغاز می شوند. ابتدا لوگوهای معرفی کمپانی های پخش کننده و تهیه کننده می آیند. پخش کننده های مهم، لوگوهای شان در تمام دنیا شناخته شده - «کوه» کمپانی پارامونت، «شیره» MGM، «خانم مجسمه آزادی» کلمبیا، «سپره» برادران وارنر، «کره ای» یونیورسال، حروف بزرگ و فورتورستی فاکس قرن بیستم. کمپانی تهیه کننده فیلم همچنین می گوید تصویری زنده و به یادماندنی را به عنوان لوگو انتخاب کند، مثل کمپانی آمبلین اسپیلبرگ که لوگوش را از فیلم **ET** انتخاب کرده: تصویر ضد نور دو چرخه ای در زمینه ماه. همچنین لوگو می تواند در فیلم نقشی فرمی، سبکی یا تماتیک ایفا کند. در نمای افتتاحیه **مهاجمان صندوقچه گم شده** اسپیلبرگ، لوگوی کوه پارامونت دیزالو می شود به یک کوه واقعی، و در ابتدای **ماتریکس**، سپر کمپانی برادران وارنر ته رنگ آبی و زردش را از دست می دهد و به یک تخته مدار سبز بدل می شود که مناسب ماجراهای است که از پی خواهد آمد.

تا دهه ۱۹۵۰، فیلم های سینمایی از یک فرمت پیروی می کردند: عنوان بندی طولانی در ابتدا، و کلمه «پایان» در انتها، که پس از آن، اغلب اسامی بازیگران و نقش های شان می آمد. در دهه ۱۹۵۰، برخی فیلم ها از سکانس های پیش از عنوان بندی استفاده کردند، یک یا دو صحنه که قبل از ظاهر شدن عناوین تماشاگر را درگیر فیلم می کرد. بعدها فیلمسازان از استراتژی دیگری پیروی کردند که هنوز رایج است: داستان را شروع می کنند و عناوین را روی تصویر سپر اسپیلبرگ می کنند، مثل **جری مگوایر**. برعکس، امروزه در کم تر فیلمی، کلمه «پایان» به چشم می خورد، یک فیدبک طولانی و اوج گرفتن موسیقی برای یادآوری پایان فیلم کافی است.

در چند دهه نخست، اسامی دست اندرکاران فیلم به شکل گزیده ذکر می شد، تقریباً همه صدها آدمی که در ساختن فیلم مشارکت داشتند، جزو کارمندان استودیو محسوب می شدند، و در نتیجه اسم شان ذکر نمی شد. وقتی در دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، استودیوها به کمپانی های پخش کننده بدل شدند، همه کارکنان شان از ستاره ها تا نجاران، به کارکنان آزاد بدل شدند، و نام شان به عنوان بندی اضافه شد. اکنون هر کسی که در فیلم مشارکت دارد، در هر سطحی که باشد، نامش باید در عنوان بندی ذکر شود. نتیجه این که فرمت جدیدی شکل گرفته، در عنوان بندی ابتدایی (که به آن «عنوان بندی اصلی» می گویند) فهرست آدم های کلیدی ذکر می شود: بازیگران اصلی، نویسندگان فیلم نامه، فیلم بردار، سازندگان جلوه های ویژه، تدوین گران، تهیه کنندگان، و طبق سنت در انتها، کارگردان. عنوان بندی کامل (یا «عنوان بندی آخر») در انتهای فیلم به شکل رول می آید، تقریباً همیشه به شکل حروف سفید ریز در زمینه سیاه. در مورد آدم های اصلی، جای قرار گرفتن نام در عنوان بندی در قرارداد ذکر می شود.

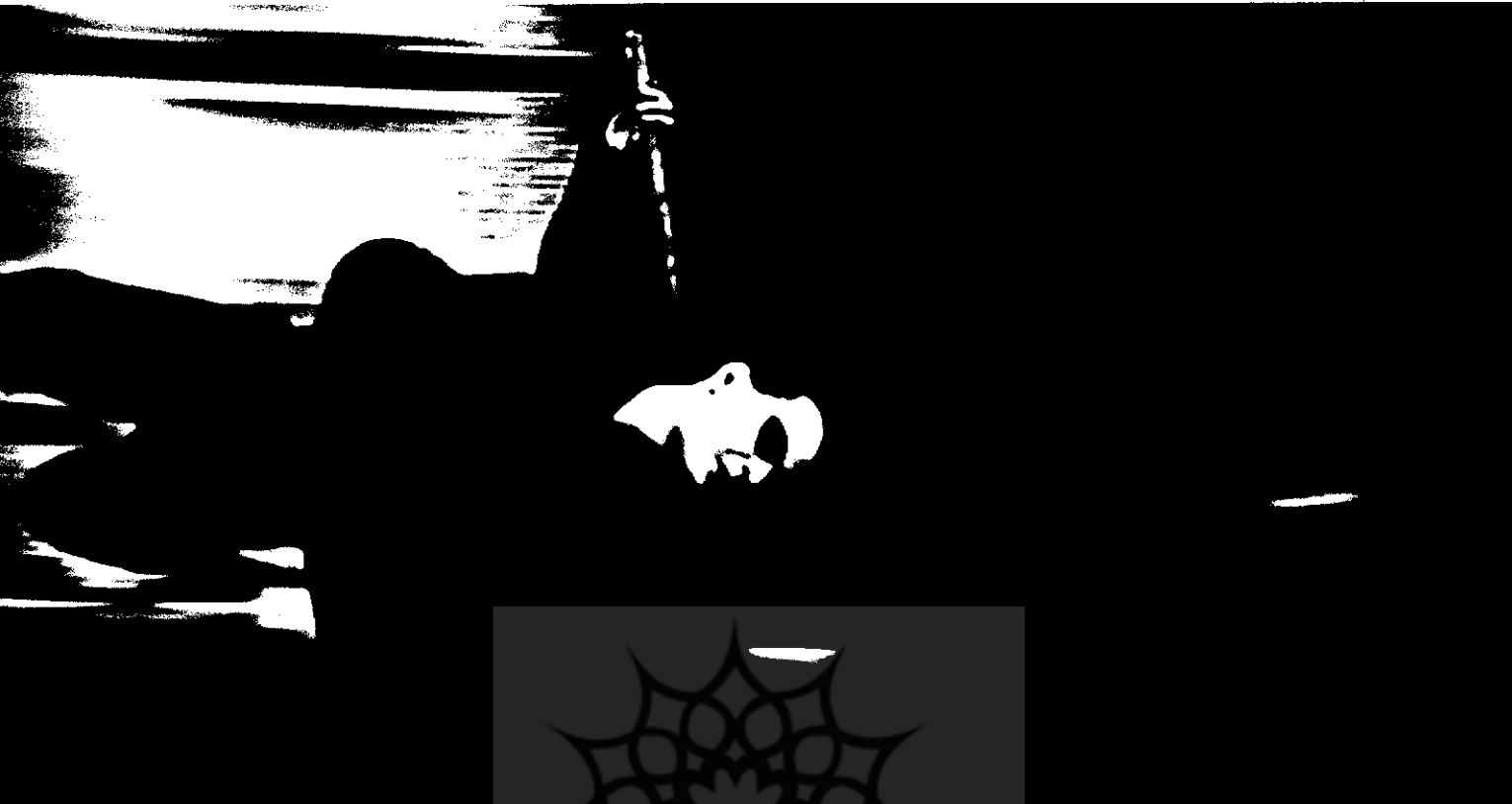


Photo: Melinda Sue

آنونس‌های استاندارد دو یا سه دقیقه‌اند. با این که معمولاً ریتم تداوین‌شان خیلی سریع است، سعی می‌کنند بیش از تیزر، حال‌وهوای فیلم را نشان دهند. آنونس ستاره‌های فیلم را معرفی می‌کند، ژانر فیلم را مشخص می‌کند، و به خط داستانی فیلم اشاره می‌کند. آنونس‌ها گاهی زیاده‌روی می‌کنند؛ خیلی از سینماورها شکایت می‌کنند که آنونس‌ها پیچ‌های داستانی فیلم را لو داده‌اند.

آنونس‌ها را معمولاً به کمک برداشت‌های اضافی نماها می‌سازند، بنابراین این آنونس‌ها معمولاً دقیقاً همان نماهایی را نشان نمی‌دهند که در فیلم اصلی هست. گاهی تصاویر و دیالوگ‌های آنونس در فیلم اصلی نیست، چون تغییرات آخرین لحظه باعث حذف آن‌ها شده. موسیقی، که جزو آخرین عناصر مراحل پس از تولید محسوب می‌شود، به ندرت در آنونس شنیده می‌شود، و در آنونس از موسیقی‌های ژنریک یا برخی آثار کلاسیک دم دست استفاده می‌شود. (کارمینا بورونا محبوبیت خاصی دارد.) همچنین چون نماهای جلوه‌های ویژه معمولاً در تولید خیلی دیر به نتیجه می‌رسد، آنونس‌ها اغلب فاقد این نماها هستند.

آنونس‌ها آن نوع انتظاری را که اسپیلبرگ تجربه سینمارفتن را به آن ربط می‌دهد، افزایش می‌دهد. طرفداران جنگ ستارگان بارها و بارها به دیدن **Meet Joe Black** رفتند تا فقط آنونس شیخ تهدید را تماشا کنند و به این ترتیب این آنونس به فروش **Meet Joe Black** کمک کرد. جرج لوکاس که می‌دانست برخی طرفداران فیلم می‌کشند آنونس فیلم را بخزند یا بدزدند، اصرار کرد که سالن‌ها بایستی آنونس را پس بدهند و گرنه فیلم اصلی را به آن‌ها نخواهد داد! رواج اینترنت به کمپانی‌های

که سالن به آن تعلق دارد. اما همیشه فیلم‌های کوتاهی نیز پخش می‌شود که معرفی فیلم‌های دیگری است که در شهر به نمایش درآمده یا خواهد آمد. تماشاگران به این فیلم‌ها می‌گویند «پیش‌برده» یا «به‌زودی» در حالی که در صنعت سینما به آن می‌گویند «آنونس» [تریلر] (چون این فیلم‌ها فیلم اصلی را مثل تریلر دنبال خود می‌کشند.) امروزه تهیه یک آنونس در سینمای بدنه‌ای هالیوود می‌تواند نیم میلیون دلار هزینه دربر داشته باشد. چرا این کار سرمایه‌گذاری خوبی محسوب می‌شود؟ چون آنونس‌ها در بازاریابی فیلم نقش مهمی دارند. آن‌ها سینماورهای حرفه‌ای را هدف قرار می‌دهند. آنونس می‌تواند یک سلیقه خاص را هدف قرار دهد، به این ترتیب که آنونس یک فیلم ترسناک را پیش از یک فیلم ترسناک نمایش دهند. اغلب این‌طور است که سینماها مجبورند آنونس فیلمی را پخش کنند که فیلمش را دارند نمایش می‌دهند. کمپانی آرتیزان آنونس‌های متعددی را در کنار نسخه‌های پروژه جادوگر بلر نمایش داد تا موفقیت آن فیلم به موفقیت فیلم‌های دیگر این کمپانی نیز کمک کند. دو نوع آنونس هست. یکی که کوتاه‌تر است، تیزر نام دارد - شاید سی ثانیه بیش‌تر نباشد. فقط اشاره‌ای به فیلم است. تیزر می‌تواند فقط چند نما باشد، همراه با موسیقی فضا‌ساز، و لوگوی فیلم، به اضافه آدرس اینترنتی. در برخی تیزرها به‌ویژه از نماهایی استفاده می‌شود که در فیلم از آن‌ها استفاده نشده، مثل فیلم **SOUTH PARK: BIGGER, LONGER, AND UNCUT** [تری پارکر/۱۹۹۹] تیزرهایی که در آمریکا به‌ویژه برای اکران تابستان ساخته می‌شوند، ممکن است از ماه‌ها قبل از اکران فیلم به نمایش درآیند.

## کجا فیلم تماشا کنیم تجربه سالن سینما

بخشی از لذت تماشای فیلم به تجربه سینمارفتن ربط پیدا می‌کند. آستین اسپیلبرگ می‌گوید: «من دلم می‌خواهد مثل بقیه در صف بایستم، چون این کار انتظار ایجاد می‌کند.» حضور تماشاگران دیگر می‌تواند تماشای یک فیلم ضعیف را لذت‌بخش کند. اسپیلبرگ می‌گوید: «اگر تماشاگرانی از فیلم خوش‌شان بیاید و تو خوش‌شان نباشی، آن‌ها تشویقت می‌کنند که تعصبت را کنار بگذاری و به نسبت اوقات تنها فیلم دیدن، از آن لذت بیش‌تری ببری.» به خصوص فیلم‌های کم‌دلی از این ویژگی استفاده فراوانی می‌برند. فیلم **مری یک چیزش هست** [بابی و پیتر فارلی] در ویدئویی حس‌وحال به نظر می‌رسد، اما همین فیلم در سینما خنده‌ای بی‌وقفه پدید می‌آورد. تا سال‌های متعادی در تاریخ سینما، نمایش فیلم سینمایی فقط بخشی از نمایش بود. در کنار فیلم اصلی، فیلم‌های خبری، علمی، فیلم‌های کوتاه کم‌دلی (با حضور کسانی چون سه کله‌پوک یا کوچولوهای خبیث)، کارتون و حتی تئاترهای ژنده به نمایش درمی‌آمد. سالن‌های سینما در آمریکا در دهه ۱۹۳۰ محل مجادله‌ها و افشاکاری‌ها بودند، و گاهی حتی وسط فیلم نمایش پخش می‌کردند. تلویزیون با پخش خبر، کارتون، واریته و مسابقه و مستندهای آموزشی به شکل مجانی، همه معادلات را به هم زد. از دهه ۱۹۷۰ به بعد، سالن‌های سینما دیگر به ندرت چیزی اضافی پخش می‌کنند. شاید آگهی‌های محلی پخش شود، و تبلیغ برای مارک‌هایی چون کوکاکولا، و یک فیلم کوتاه درباره زنجیره سینماهایی



تا دهه ۱۹۵۰، فیلم‌های سینمایی از یک فرمت پیروی می‌کردند: عنوان‌بندی طولانی در ابتدا، و کلمه «پایان» در انتها... امروزه در کم‌تر فیلمی، کلمه «پایان» به چشم می‌خورد، یک فیداووت طولانی و اوج گرفتن موسیقی برای یادآوری پایان فیلم کافی است.

فیلم اجازه داده که آنونس‌ها را در وب‌سایت‌هایشان قرار دهند، گاهی حتی اجازه می‌دهند که آدم‌ها این آنونس‌ها را download کنند. در این استراتژی تشدید هیجان تماشاگر، اندی ولری و اچفسکی گامی جلوتر هم رفتند. آن‌ها **ماتریکس** را ساختند که مجموعه‌ای بود از فیلم‌های کوتاه بالباس‌های ماتریکس که پیش از نمایش از **Matrix Reloaded** به نمایش درآمد. این فیلم‌های کوتاه همراه با چیزهای دیگر روی DVD قرار داده شده که می‌تواند سود مالی فیلم را افزایش دهد.

### ویدئوی خانگی

کتاب هنر فیلم در صفحه ۲۱ تا ۲۳ درباره تفاوت‌های فیلم در سینما و فیلم در ویدئو بحث کرده است. حرف چندانی باقی نمانده، جز چند توصیه:

۱. هنگام اجاره ویدئو، از نسخه‌های «پن و اسکن» پرهیز کنید. در عوض، به نسخه‌های لثرباکس روی بیاورید، که روی جعبه (با عنوان «وایداسکرین») مشخص شده. اگر با این جمله روبه‌رو شدید که «این نسخه با تلویزیون شما تطبیق داده شده»، این نسخه لثرباکس نیست.
۲. برخی از اجاره‌دهندگان ویدئو در آمریکا، نسخه‌های تعدیل شده به لحاظ جنسیت و خشونت را اجاره می‌دهند. این نسخه‌های تعدیل شده معمولاً روی‌شان اشاره‌ای به این نکته نشده و دیالوگ‌ها و موسیقی و تصاویرشان ممکن است با فیلم اصلی متفاوت باشد. آن‌ها نسخه‌های قابل اعتمادی برای مطالعات سینمایی، و حتی تماشا، نیستند. دنبال کپی اصلی باشید.
۳. ممکن است نسخه کات کارگردان از فیلمی وجود داشته باشد. چه این گونه نسخه‌ها و چه نسخه اصلی، هر

در زمان نمایش فیلم دیده‌اند، بنابراین اهمیت تاریخی دارد، اما نسخه کات کارگردان چیزی است که کارگردان ترجیح می‌دهد. اما تماشا کنیم. در مواردی نظیر **Blade Runner** [ریدلی اسکات]، این تفاوت جزئی است. اگر نویسنده سینمایی هستید، سعی کنید هر دو نسخه را ببینید و در نوشته‌تان ذکر کنید که روی کدام نسخه متمرکز شده‌اید. بدیختانه همیشه هر دو نسخه در دسترس نیست؛ مثلاً فیلم **آخرین بازمانده موهیکان**، نسخه کات کارگردان جایگزین نسخه سینمایی شده است.

۴. وقتی نسخه ویدئویی فیلم را می‌بینید، به‌خاطر داشته باشید که این نسخه کاملاً با نسخه سینمایی آن متفاوت است. به‌عنوان یک قاعده، رنگ و نور از نسخه فیلم روشن‌تر است. رنگ‌های خاکستری یا ملایم، اشباع‌شده‌تر به نظر می‌رسد. سایه‌روشن‌ها کاملاً سیاه می‌شوند، در حالی که در نسخه فیلم سیاهی‌شان تدریجی‌تر است. رنگ سرخ ممکن است آتشین‌تر شود. در DVDها، لبه‌ها ممکن است زیادی تیز شوند و بافت‌های نرم، زبرتر به نظر برسند. DVDها همچنین ممکن است در تصویر تخریب‌های دیجیتال پدید بیاورند، در صحنه‌های سریع تصویر خط‌خطی شود یا در سیاهی‌ها، تصویر ارغوانی شود.

۵. اگر برای‌تان ممکن است ابتدا فیلم را در سینما ببینید، بعد در ویدئو!

### DVD، تلویزیون و اینترنت

DVDها نه فقط صدا و تصویر برتری همراه می‌آورند، بلکه اطلاعاتی را فراهم می‌کنند که نشان می‌دهد فیلم چگونه ساخته شده. حالا دیگر عادی شده که DVD شامل مصالح اضافی باشد: آنونس، پوستر، اطلاعات درباره کارهای قبلی ستاره‌ها و کارگردان، ویدئوهای موزیکال، و فیلم‌های کوتاه پشت صحنه. در برخی از این فیلم‌ها گفتاری اضافه شده که درباره نحوه فیلم‌برداری یک صحنه یا مونتاژ آن توضیح می‌دهد. فیلم‌های انیمیشن یا فیلم‌هایی که از جلوه‌های ویژه کامپیوتری استفاده شده، اغلب قدم به قدم نشان می‌دهند که چگونه به تصویر نهایی

Photo: Andrew Cooper



رسیده‌اند.

**ماتریکس** و **باشگاه مشت‌زنی** [فیچر] از اولین فیلم‌هایی بودند که دیسک‌های‌شان صحنه‌های اضافی داشت، اما پس از آن شرکت **هیولا** [پیتز داکتر ۲۰۰۱] و **گزارش اقلیت** [اسپیلبرگ] و شاید **فهرمان همه دوران‌ها** ارباب **حلقه‌ها**، **پاران حلقه**، نیز به آن‌ها پیوستند. این مجموعه‌ها نه فقط شامل برداشت‌های اوتی‌ست بلکه صحنه‌ها را از زاویه‌های دیگری نشان می‌دهد و بیننده درمی‌یابد که تدوین‌گران چرا به این انتخاب رسیده‌اند. نسخه‌های DVD فیلم‌های با اسم و رسم کم‌تر نیز اطلاعات باارزشی را به بیننده منتقل می‌کنند. **Murder by Numbers** بیننده را به سر صحنه می‌برد و درباره فیلم‌برداری و قاب‌بندی، نورپردازی و دکور توضیح می‌دهد.

بینندگان از تلویزیون‌های کابلی و ماهواره‌ای می‌توانند از روند فیلمسازی اطلاعات بیش‌تری به دست بیاورند. جدا از کانال‌های مربوط به جلوه‌های ویژه و فیلم‌های مستند، دو کانال به شکل مرتب پشت صحنه فیلم‌ها را نشان می‌دهد. سری برنامه‌های «با فیلمساز» در کانال ایندپندنت فیلم کار کارگردان را سر صحنه نشان می‌دهد، و هر اپیزود از برنامه «کالبدشکافی یک صحنه» در کانال ساندنس به یک سکانس از یک فیلم می‌پردازد، و اجزای کار اعضای تیم را بررسی می‌کند.

### فیلم روی اینترنت

از اواخر دهه ۱۹۹۰ برخی فیلم‌ها روی اینترنت هم هست، اما با شتاب گرفتن ادعاعات این قضیه از ۱۹۹۹ شکل جدی‌تری به خود گرفت. فیلم‌های کوتاه قابل download روی ifilm و atomfilms شدند. sightsound.com اولین سایت اجاره فیلم سینمایی به صورت دیجیتال بود؛ سینمادوست‌ها نسخه‌های کش‌رفته **شیخ تهیدید** و **ماتریکس** را برای هم پست کردند؛ و برای اولین بار یک فیلم به وسیله یک پخش‌کننده اینترنتی تهیه شد (Quantum Project). تا سال ۲۰۰۳، صدها نسخه غیر قانونی فیلم روی اینترنت موجود بود، و پخش‌کننده‌های بزرگ تلاش می‌کنند که فیلم‌ها را به وسیله اینترنت هم پخش کنند. اما فیلم‌های سینمایی معمولاً بین ۴ تا ۸ گیگابایت حجم دارند و برای رسیدن به کیفیت DVD، سرعت download برای آینده قابل پیش‌بینی بسیار اندک است.

اما، برخی صاحب‌نظران، مثل راجر ابرت، پیش‌بینی می‌کنند که پخش اینترنتی فیلم‌ها می‌تواند نوع جدیدی از نمایش فیلم را به وجود بیاورد. استودیو می‌تواند همزمان با پخش فیلم در سالن‌های سینما آن را روی اینترنت بگذارد و بهای کم‌تری تقاضا کند؛ تا حدی شبیه نسخه‌های جلد شمشیر و گالینگور در کتاب. کسی که فیلم را روی اینترنت دید و خوشش آمد می‌تواند تصمیم بگیرد که برود سینما تا به تجربه کامل‌تری از تماشای فیلم دست یابد. شاید برخی فیلم‌های کم‌طرفدارتر فقط روی اینترنت توزیع شوند، مثل برخی کتاب‌ها که فقط با جلد شمشیر چاپ می‌شوند. به‌هر حال، فیلم‌هایی که برای اینترنت ساخته می‌شوند یا به وسیله اینترنت پخش می‌شوند همچنان همان فرم، سبک و مضمونی را دارند که در سالن‌ها.

### سایت‌های اینترنتی فیلم

هر فهرستی از سایت‌های اینترنتی به‌زودی منسوخ می‌شوند، اما در این جا به سایت‌های مهمی که فیلم اجاره



برگزار می‌شود که برخی از آن‌ها در دوروبر خودتان است. تورنتو، مونرال، ونکوور، شیکاگو، نیویورک، سان‌فرانسیسکو، میامی، آستین، سیاتل، فورت‌لادردیل و بسیاری شهرهای دیگر آمریکا برای خودشان جشنواره سینمایی دارند. همین‌طور شهرهای انگلستان (لندن، کمبریج، شفیلد، منچستر)، اسکاتلند (ادینبورگ)، ایرلند (دوبلین، کورک)، نیوزیلند (اوکلند، ولینگتن) و استرالیا (آدلاید، بریسبن، ملبورن، سیدنی). اروپا، آسیا، آفریقا، و آمریکای لاتین ده‌ها جشنواره دارند.

جشنواره‌ها اغلب بر یک مضمون یا ژانر متمرکز می‌شوند. برخی جشنواره‌ها به انیمیشن، فانتزی و زمینه علمی‌تخیلی، فیلم‌نوار («Shots in the Dark» در ناتینگهام، انگلستان)، فرهنگ آسیا، فرهنگ آفریقا، کارگردان‌های اول، زندگی هم‌جنس‌گرایان، مستند، محیط، حقوق بشر، سینمای تجربی، و ترمیم‌های سینمایی اختصاص دارند. حتی برخی جشنواره‌ها اختصاص دارند به فیلم‌هایی که دیگر جشنواره‌ها آن‌ها را نپذیرفته‌اند (جشنواره فیلم The Rough and Ruined در آمستردام، ونکوور و مینیا پولیس در تابستان‌ها). سلیقه سینمایی شما هر چه که باشد، شاید جشنواره‌ای مناسب سلیقه شما وجود داشته باشد.

جشنواره‌های سینمایی هیجان‌انگیز را به اوج می‌رسانند. تماشاگران از تماشای فیلم‌های جدید یا ترمیم فیلم‌های قدیمی به ذوق می‌آیند. فیلمسازان در جشنواره

روزنامه یا اینترنت نگاهی بیندازید تا بفهمید دوروبرتان چه اتفاقات هیجان‌انگیزی می‌افتد.

**گروه‌های دانشجویی، دیارتان‌های دانشگاهی، یا گروه‌های علاقه‌مند کلوب‌هایی را تشکیل می‌دهند.** فارغ‌التحصیلی که موفق شده وارد صنعت سینما شود برمی‌گردد به آن جمع تا درباره تجربیاتش صحبت کند. اگر جمعی را سراغ‌ندارید چرا خودتان برای تاسیس چنین کلوبی دست‌به‌کار نمی‌شوید؟

موزه‌ها و مراکز هنری اغلب به شکل مداوم برنامه‌های نمایش فیلم دارند، معمولاً آخر هفته‌ها. بسیاری از این انستیتو‌ها به دلیل نمایش فیلم‌هایی که دسترسی به آن‌ها مشکل است، در جهان مشهور شده‌اند. مثلاً مرکز فیلم مدرسه انستیتوی هنری شیکاگو، طبق سنت فیلم‌های هنر کنگی و ایرانی نمایش می‌دهد. انستیتوی هنر معاصر لندن محل برگزاری مرور فیلم‌های تجربی‌ست. سینماتک اونتاریوی تورنتو، موزه هنر معاصر فیلادلفیا، آرشیو فیلم هاروارد، سینماتک لس‌آنجلس، آرشیو فیلم پاسیفیک در برکلی، نشنال فیلم تیتر BFI لندن - این مراکز و بسیاری مراکز دیگر به معرفی فیلم‌ها و فیلمسازان می‌پردازند.

**جشنواره‌ها.** شاید نتوانید به جشنواره ساندس (در اواخر ژانویه)، یا کن (در اواسط مه)، یا ونیز (در اواخر اوت) راه یابید، اما بیش از پانصد جشنواره سینمایی در جهان

می‌دهند یا فیلم‌ها به شکل مجانی در آن‌ها قابل دسترسی‌ست، اشاره می‌کنیم.

atomfilms.com فیلم‌های انیمیشن و کوتاه  
dfilm.com فیلم‌های کوتاه مستقل و تجربی  
iffilm.com فیلم‌های کوتاه مستقل  
mdle.com / ClassicFilms فیلم‌های صامت  
mediatrip.com فیلم‌های سینمایی، کوتاه، ویدئوهای موزیکال، و گفت‌وگو با فیلمسازان  
reeluniverse.com فیلم‌های کوتاه  
rivalquest.comsuper8 فیلم‌های سوپر 8  
rs6.loc.govpaprmPIXhome فیلم‌های صامت آمریکایی

کتابخانه کنگره  
shortbuzz فیلم‌های کوتاه مستقل  
shortends.com فیلم‌های کوتاه  
sightsound.com فیلم‌های سینمایی و کوتاه کلاسیک یا غیر متعارف‌هایی معاصر  
therewvenue.com فیلم‌های کوتاه تجربی و مستقل  
Yahoo!Broadcast کلاسیک‌های کم‌هزینه و تجربی

### فرهنگ سینمایی محلی

آن‌قدر وابسته به سالن‌های مولتی‌پلکس، ویدئوی خانگی و مودم اینترنت‌تان نشوید که از دوروبر خودتان غافل شوید. بسیاری از شهرهای کوچک و بزرگ و کالج‌ها برای فرهنگ‌های سینمایی محلی دارند. کافی‌ست به



Photo: Graig Potton

حضور می‌یابند تا به سوالات جواب دهند و اغلب‌شان در دسترس‌اند. توی صف‌ها دوستی‌های بسیاری شکل می‌گیرد.

اطلاعات مربوط به جشنواره‌ها را می‌توانید در کتاب *Guide to Film Festival* (شیکاگو ریویو پرس، ۱۹۹۸) و *Ultimate Film Festival Survival* (لس آنجلس: لانگ آیلند، ۱۹۹۹) پیدا کنید. برای کسب آخرین اطلاعات هم می‌توانید به تقویمی که نشریه *وریٹی* فراهم کرده مراجعه کنید: [www.variety.com](http://www.variety.com)

بهترین مرجع اطلاعاتی درباره فرهنگ سینمای جهان - جشنواره‌ها، آرشوها، جوایز، کتاب‌ها، مدارس سینمایی، و سینماهای ملی - در سالنامه *International Film Guide* و *Variety* تألیف پیتر کاوی است.

## چگونه فیلم تماشا کنیم

### تقویت حافظه و یادداشت‌برداری

کتاب هنر فیلم هدفش این بوده که نشان دهد در فیلم در پی چه چیزی باشید، اما اگر می‌خواهید درباره سینما مطلب بنویسید، دل‌تان می‌خواهد با تمرکز ویژه‌ای فیلم ببینید یک استراتژی، تقویت حافظه سینمایی است. برخی آدم‌ها ذاتاً توانایی به‌یاد آوردن دیالوگ‌ها را دارند، اما همه می‌توانند آن‌چه را که از تجربه تماشای یک فیلم به‌خاطر می‌سپارند، افزایش دهند. می‌توانید تصمیم بگیرید که به جنبه‌های خاصی از تکنیک سینما توجه کنید.

مثلاً، اگر تصمیم بگیرید **آریاب حلقه‌ها** یا **آریان حلقه** را از نظر الگوهای رنگ در طراحی صحنه و فیلم‌برداری تماشا کنید، متوجه می‌شوید که مکان‌ها از هم متمایز شده‌اند. آندرو لژنی فیلم‌بردار فیلم و گروهش تصاویر را به شکل

دیجیتالی دستکاری کرده‌اند تا به کنتراستی زنده دست یابند. دنیای بهشتی منطقه شابر در یک ناحیه روستایی سرسبز فیلم‌برداری شده، اما طیف‌های زرد-سبز را تقویت کرده‌اند تا جلوه‌ای بهارانه‌تر پیدا کند. این جلوه ناگهان در فصل شبانه جنگل، که در آن سواران سیاه به هابیت‌ها حمله می‌کنند، ناپدید می‌شود و یک نور آبی تند جای آن را می‌گیرد. رنگ نارنجی شعله‌های بخاری بلبو بگینز در صحنه‌های اول فیلم، با هاله سبز آتش تهدیدگر مهمانخانه پانی به کلی متفاوت است. ورود به منطقه ریوندل حال‌وهوایی پاییزی دارد، در حالی که تلاش ناکام یاران حلقه برای گذشتن از کوه‌ها در میان برفی با سفیدی خیره‌کننده اتفاق می‌افتد. بلافاصله پس از آن، گروه وارد معادن دلگیر موریامی‌شود. لژنی و کارگردان (پیتر جکسن) شرح داده‌اند که خواسته‌اند هراس آن مکان را با پریده‌رنگ‌بودن چهره‌ها منتقل کنند؛ چهره‌هایی شبیه چهره جسد. می‌توانید این الگوها و کنتراست‌ها را در تمام سه‌گانه آریاب حلقه‌ها پیگیری کنید. همچنان که تکنولوژی دیجیتال تغییرات پس از تولید را آسان‌تر کرده، هر چه می‌گذرد فیلم‌ها بیش‌تر از این الگوهای رنگی استفاده می‌کنند.

بعضی‌ها می‌گویند تماشای فیلم به‌خاطر جنبه‌های تکنیکی، آن‌ها را از تعقیب داستان باز می‌دارد، و این نیز راست است که خیلی از فیلم‌ها می‌کوشند توجه تماشاگر را به سبک جلب نکنند. اما می‌توانید بیاموزید که هم تکنیک را ببینید، هم داستان را تعقیب کنید. این انجام‌دادن چند کار به شکل تومان، مثل حرف‌زدن در حین رانندگی‌ست. تمرین می‌خواهد.

اما در هر لحظه‌ای، در فیلم خیلی چیزها اتفاق می‌افتد؛

سخت است که بخواهیم همه‌چیز را یک دفعه ببینیم. برای همین مفید است که روی چیز خاصی متمرکز شوید، وانگهی، اگر می‌خواهید فیلمی را بررسی کنید، چه بخواهید درباره‌اش مطلب بنویسید چه برای عمیق‌تر شدن درک‌تان از فیلم این کار را بکنید، باید چند بار آن را ببینید. همه‌مان می‌دانیم که چه‌قدر تماشای چندباره فیلم‌هایی که دوست داریم می‌تواند لذتی غیر منتظره برای‌مان به ارمغان بیاورد. صحنه‌ای که بی‌توجه از کنارش گذشته‌اید، وقتی کارگردش بر شما آشکار می‌شود، بدل می‌شود به صحنه مورد علاقه‌تان. ظرفت‌های پیرنگ یا بازی‌ها، وقتی ادامه ماجرا را می‌دانید، جلوه دیگری می‌یابد.

وقتی می‌خواهید درباره فیلمی بنویسید، تماشای چندباره آن ضروری‌ست، و نیز یادداشت‌برداری. از آن‌جا که فیلم‌ها سرشار از اطلاعات تصویری و صوتی هستند، یادداشت کمک می‌کند که نکات کلیدی یادتان بماند. چگونه یادداشت برمی‌دارید؟ اگر دارید ویدئو تماشا می‌کنید، مشکل نیست؛ می‌توانید نوار را نگه دارید، برگردانید و دوباره تماشا کنید. گرچه گاهی مجبورید موقع تماشا یادداشت بردارید. این‌جا دیگر نباید در قید جمله‌پردازی باشید، چرا که فقط خودتان باید از این‌ها سر در بیاورید. سعی کنید بی‌آن‌که چشم از تصویر بردارید، یادداشت‌برداری کنید؛ از حد خوانایی کلمات متعجب خواهید شد. می‌توانید از قلم‌های چراغ‌دار استفاده کنید که نور اندکی روی کاغذ می‌تابانند و بدون مزاحمت برای دیگران کارتان را راه می‌اندازند.

اما شاید پرسید اگر نکته‌ای دستگیرم نشد، از چی یادداشت بردارم؟ این برمی‌گردد به روند نوشتن‌تان، که موضوع بخش بعدی این جزوه است. ▶

## تازه‌های نشر:

مرغ دریایی  
(نمایش نامه)  
آنتوان چخوف  
ترجمه کامران فانی  
نشر قطره  
۱۰۰۰ تومان

سه خواهر  
(نمایش نامه)  
آنتوان چخوف  
ترجمه دکتر سعید حمیدیان - کامران فانی  
نشر قطره  
۱۲۰۰ تومان

گاوخونی  
(یک داستان)  
جعفر مدرس صادقی  
نشر مرکز  
۱۰۰۰ تومان

غزل گیسو  
(یک مشت ورد عاشقانه)  
رضا اکبری  
انتشارات دلشدگان  
۷۰۰ تومان

با دهان بند سکوت  
و پنج نمایش نامه دیگر  
محمد چرم شیر  
شرکت شبکه آفتاب کیش  
کارگاه تئاتر ایران  
۱۵۰۰ تومان



در مصر برف نمی‌بارد  
محمد چرم شیر  
شرکت شبکه آفتاب کیش  
کارگاه تئاتر ایران  
۱۰۰۰ تومان

داستان شاهدخت سرزمین ابدیت  
(رمان)  
آرش حجازی

انتشارات کاروان  
۲۴۰۰ تومان

روز رستاخیز  
(نمایش نامه)

بر اساس رمان محشر صفری، نوشته‌ی



تادئوش کرونیتسکی  
بازخوانی: فرهاد مهندس پور - محمد  
چرم شیر  
نشر دورود - کارگاه تئاتر ایران  
۶۰۰ تومان

جن جنوبی  
فرزاد آبادی  
نشر آروج  
۸۰۰ تومان

دادخواهی حیوانات  
نزد پادشاه بریان  
از ستم آدمیان  
از رسائل اخوان الصفا  
ترجمه عبدالمحمد آینی  
نشر نی  
۱۶۰۰ تومان

تولان  
فریبا وفی  
نشر مرکز  
۱۶۰۰ تومان

ایمان یا بی‌ایمانی؟  
مکاتبات او میر تو آکو و کاردینال مارتینی  
ترجمه علی اصغر بهرامی  
نشر نی  
۱۰۰۰ تومان

صادره از آبادان  
(مجموعه شعر)  
کوروش کرم پور  
نشر نگینا  
۲۰۰۰ تومان

سطرهایی که تیره نمی‌شوند  
(مجموعه داستان)  
مرتضی حاتمی

## مثنوی معنوی، نسخه آلمانی

برای اولین بار متن کامل شش دفتر مثنوی معنوی مولانا جلال‌الدین رومی در سه مجلد توسط ژیل سهرابی و کاوه دلیرآذر و برنهارد مهیر ترجمه و منتشر شده است. (نام ژیل سهرابی را به عنوان بازیگر سریال طلاق در سال‌های پیش از انقلاب به یاد داریم. او بعدها به آلمان رفت و تا همین دو سال پیش ساکن آن کشور بود). ناشر کتاب نیز ژیل سهرابی و کاوه دلیرآذر هستند. این ترجمه (که اسم دیگری نیز به نام «پیامبر عشق» برای آن انتخاب شده) مستقیماً از متن فارسی مثنوی نیکلسن (با توجه به متن انگلیسی و فرانسوی) به نثر ترجمه شده و در آن از کتاب مرجعی چون شرح مثنوی استاد فروزان‌فر و شرح مثنوی دکتر استعلامی و غیره استفاده شده. این ترجمه در محافل دانشگاهی آلمان و اتریش و سویس مورد توجه قرار گرفته و در روزنامه فرانکفورتر آلگمانیه معرفی و نقد شده است. خانم سهرابی و آقای دلیرآذر در کتاب دیگری پنج داستان از شیخ اشراق را نیز با عنوان «مونس العشاق» در سال ۲۰۰۳ به آلمانی منتشر کرده‌اند.

نشر ژنگ  
۶۵۰ تومان

نشر دیگر  
۱۵۰۰ تومان

تو... شب... باد... باید باشد...  
(مجموعه شعر)  
شهاب موسوی زاده  
نشر آتا  
۷۰۰ تومان

بوف کور (متن اصلی)  
صادق هدایت  
انتشارات صادق هدایت  
۹۹۹ تومان



پیشخدمت  
(۱۰۰ سال سینما - ۱۰۰ فیلم نامه)  
هارولد پینتر  
ترجمه شعله آذر  
نشر نی  
۱۶۰۰ تومان



مارکسیسم و نقد ادبی  
تری ایگلتون  
ترجمه اکبر معصوم بیگی  
نشر دیگر  
۱۰۰۰ تومان

نازارین، فرشته‌ی فناکننده، شمعون صحرا  
(سه فیلمنامه)  
لویس بونوئل  
مترجمان: گیلدا ایروانلو، شیوا مقانلو، پیام  
یزدانجو  
نشر دیگر  
۱۸۰۰ تومان

نامه‌های مارکسیسم گورکی  
مترجم: حسین نیر