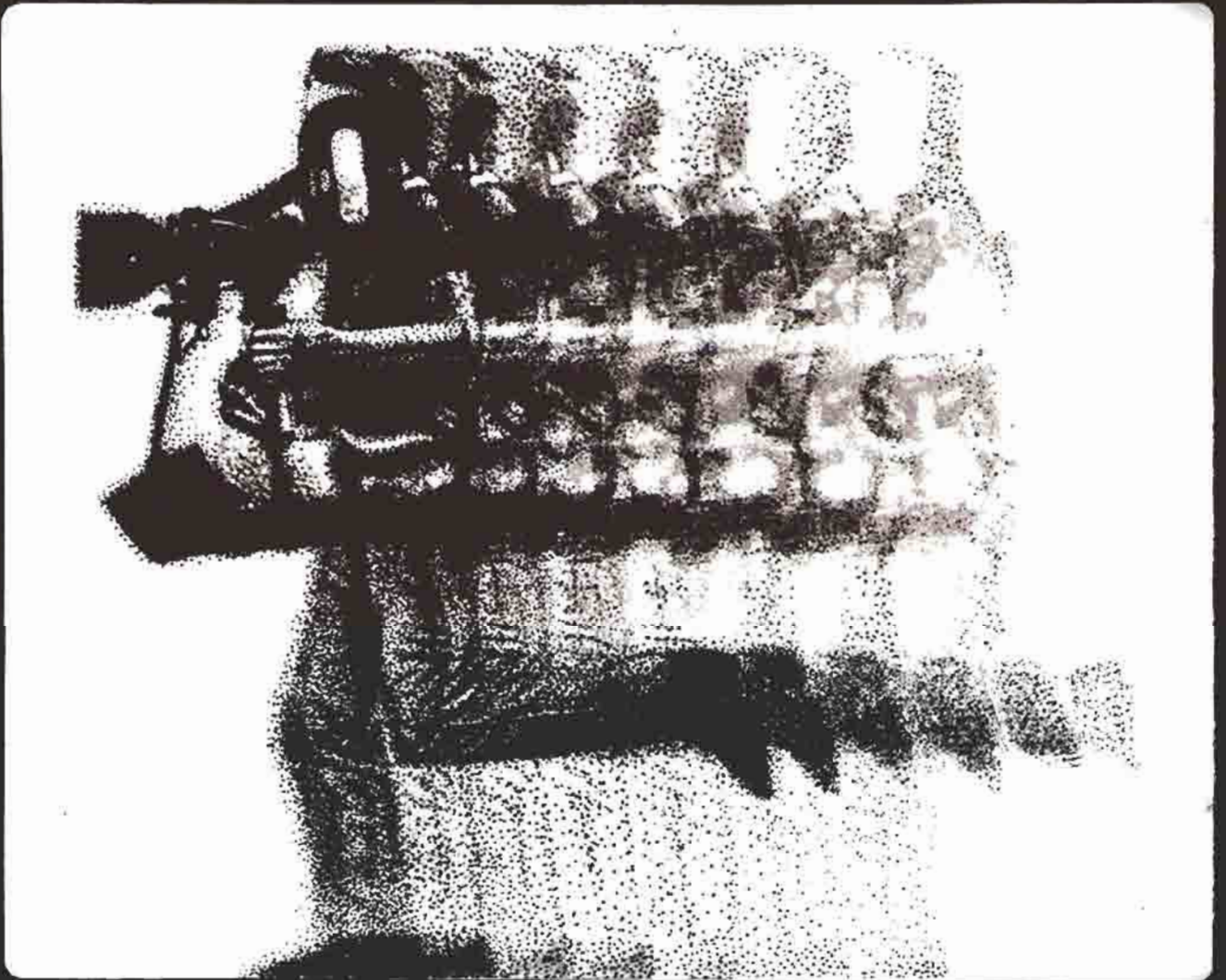




فیلم مستند

حمید نفیسی





فیلم مستند

اصول سینمای مستند

حمید نفیسی

حقوق باز نشر الکترونیکی این کتاب توسط پدیدآورنده آن
به صورت اختصاصی در اختیار باشگاه ادبیات قرار داده شده است.

باشگاه ادبیات

ویراستاران: محمود مصاحب، ابراهیم رهبر عربانی

دستیار ویرایش: زینبده نوبری

ناظر چاپ: تقی مرندی

طراح روی جلد: محمد حسین فرجی

طراح کتاب و صفحه آرا: فریدون شاکری

تهیه عکسها از: منصور پاکزاد، بهزاد محتشمی

این کتاب در سه هزار نسخه در تیرماه ۲۰۳۷ در چاپخانه مرکز تولید انتشارات دانشگاه آزاد ایران
به چاپ رسید.

همه حقوق محفوظ است.

پیشگفتار

بخش اول

فیلم مستند و فیلم داستانی ۳

بخش دوم

مقدمه پایه‌های اقتصادی فیلم مستند ۲۵

فصل اول. حمایت مالی دولت از فیلم مستند ۳۹

فصل دوم. حمایت مالی صنایع و شرکتها از فیلم مستند ۴۷

فصل سوم. حمایت مالی ایستگاهها و شبکه‌های
رادیو تلویزیونی از فیلم مستند ۵۷

فصل چهارم. حمایت سازمانهای بین‌المللی از فیلم مستند ۶۷

فصل پنجم. حمایت مالی نهادهای اجتماعی از فیلم مستند ۶۹

بخش سوم

۷۷	مقدمه روشهای سینمای مستند
۸۱	فصل اول. فیلمبرداری با استفاده از فیلمنامه
۸۳	فصل دوم. بازسازی
۸۷	فصل سوم. نظیره سازی
۹۱	فصل چهارم. نمایشی کردن
۹۷	فصل پنجم. مصاحبه و گفتگو
۱۰۱	فصل ششم. روایت
۱۰۹	فصل هفتم. گردآوری
۱۱۵	فصل هشتم. بدیهه سازی
۱۱۹	فصل نهم. سینمای پنهانکار
۱۲۱	فصل دهم. فیلم خبری سینمایی
۱۵۳	فصل یازدهم. مستند تلویزیونی
۱۷۵	ارجاعات

پیشگفتار

نه سال پیش در دانشگاه کالیفرنیا در لوس آنجلس در کلاس درسی که به بررسی تاریخ سینمای مستند اختصاص داشت شرکت می کردم. از همان اوان اندیشه تهیه کتابی در زمینه سینمای مستند به ذهنم راه یافت و این فکر بتدریج قوت گرفت و انسجام پذیرفت. در سال ۲۵۳۲ که تدریس درس «مستند سازی» را بر عهده گرفتم، متوجه شدم که جای کتابی جامع در این موضوع به زبان فارسی خالی است. به زبان انگلیسی نیز کتابی جامع که هم اصول و روشهای تهیه و تولید فیلمهای مستند را بشناساند و هم تاریخ نشو و نمای آن را باز گوید وجود نداشت. از این رو اندیشه دیرین بیش از پیش قوام گرفت.

بررسیهای بنیادی چندین سال طول کشید. صدها کتاب و مقاله به زبانهای خارجی، بویژه به زبان انگلیسی، را از نظر گذراندم. با اینکه دسترسی یافتن به بسیاری از فیلمها بسی دشوار بود، بیش از سیصد فیلم از آثار برجسته سینمای مستند جهان را دیدم و مرور کردم. تعداد زیادی مصاحبه با سینماگران معاصر ایران و امریکا و فرانسه انجام دادم. از موزه ها، کتابخانه ها و فیلمخانه های مهمی بازدید کردم. بدین سان مواد کار فراهم آمد. و سرانجام برای تحلیل و تدوین آنها و نگارش کتاب بیش از دو سال وقت صرف شد.

کتاب در دو جلد عرضه می گردد. در جلد اول، تعریفها و پایه های اقتصادی فیلم مستند و همچنین روشهای سینمایی که در این نوع فیلم به کار می رود با ذکر مثالها و شواهد متعدد بررسی و توصیف شده است. در این باب کوشیدم تا نخست به زبانی ساده ویژگیهای سینمای مستند را بر شمارم و فرق سینمای مستند و سینمای داستانی را نشان دهم. سپس به یکی از مهمترین جنبه های سینمای مستند (یا هر نوع سینمای دیگر)، یعنی پایه های اقتصادی آن، پرداختم. سرمایه بر تهیه و تولید و توزیع بشدت تأثیر می گذارد و باعث روی دادن تغییرهایی در پیام و شکل فیلم می شود. در پایان، روشها و شگردهایی چون بازسازی، نظیره سازی، نمایشی کردن، مصاحبه، گفتگو،

روایت، گردآوری، بدیهه‌سازی و سینمای پنهانکار- که بسیاری از آنها در سینمای داستانی ریشه دارد- و نحوه بهره‌برداری از آنها در سینمای مستند را بررسی کردم. کوشیدم تا در هر مورد فی المجلس شاهدهی از يك یا چند فیلم نمونه وار بیاورم. جلد دوم کتاب به تاریخ سینمای مستند از آغاز تا اواسط سال ۱۹۷۷ میلادی (۲۵۳۶ شاهنشاهی) اختصاص داده شده است. سینمای مستند، که در پی شکار واقعیت و شکافتن آن است، بیش از هر نوع سینمای دیگر، از جنبشهای سیاسی، اجتماعی و هنری دوران خود تأثیر پذیرفته است. از این رو سینماگر فیلم مستند، در هر دوره، از لحاظ موضع‌گیری نسبت به گذشته یا پیشبینی آینده، نقشهای متفاوتی اختیار کرده است. روند نقشها نیز از واقعه نگاری ساده در اوایل سده بیستم آغاز می‌شود و به جانبدارانانه‌ترین و ستیهنده‌ترین شکل سیاسی و اجتماعی خود در دهه ۱۹۷۰ می‌رسد. بی‌گمان این متحولترین سینما، همچنان با گذشت روزها و پیدایش موجهای اجتماعی و تکنولوژیکی تازه بتازه، در آینده نیز دستخوش تحولاتی شگرف خواهد شد.

در اینجا برای راهنمایی خواننده تذکر چند نکته را در باب شیوه تنظیم پاره‌ای از مواد کتاب لازم می‌دانم:

۱. عنوان هر فیلم را در متن به فارسی و در پانویس به زبان انگلیسی و یا به زبان اصلی آورده‌ام. عنوان فیلم به زبان انگلیسی یا اصلی را فقط نخستین باری که از آن یاد شده است، ذکر کرده‌ام.

۲. سال توزیع هر فیلم را، فقط نخستین باری که از فیلم نام برده شده، درون پرانتز پس از عنوان فیلم آورده‌ام. در مورد سال توزیع پاره‌ای از فیلمها اختلاف نظرهایی وجود دارد. در این کتاب، شایعترین آنها نقل شده است.

۳. از سینماگران متعددی از کشورهای مختلف جهان در این کتاب نام برده‌ام و کوشیده‌ام که تلفظ رایج در کشور سینماگر را بیاورم. با این همه با فرصت و منابعی که در اختیار داشتم همواره در به دست آوردن این تلفظ موفق نبوده‌ام.

۴. بسیاری از فیلمهایی که در این کتاب از آنها یاد شده است هرگز در ایران به روی پرده نیامده‌اند. به جبران این کمبود و برای اینکه خواننده در جریان موضوع «داستان» فیلم قرار گیرد، معمولاً کوشیده‌ام تا خلاصه‌ای از محتوای فیلم بدهم. منظور توصیف کامل و محتوای فیلمها نبوده است و اصولاً چنین توصیفی از حوصله این کتاب بیرون است. امید است که با گسترش فعالیتهای باشگاههای فیلم و فیلمخانه‌ها و همچنین شبکه‌های تلویزیونی در کشور، به نمایش گذاردن فیلمهای مستند برجسته جهان، بیش از پیش امکانپذیر و با اقبال عامه روبه‌رو گردد.

۵. به منظور زنده کردن فضا و حال و هوای فیلمها برای خواننده و آشناساختن آنان با سینماگران مهم و فیلمهای مستند، تصاویر متعددی از سینماگران و فیلمهایشان در کتاب آورده‌ام. این تصاویر را از خود سینماگران، از کتابها، مجلات و بسیاری اوقات با صرف وقت و زحمت زیاد از تک تصویرهای خود فیلمها (که بسیاری از آنها قدیمی و کهنه‌اند) گرفته‌ام.

۶. کوشیده‌ام تا کتاب دیدی جهانی داشته باشد و از فیلمهای مستند برجسته کشورهای مختلف گفتگو کند. با این همه چون در باره فیلمهای مستند مواد کافی انتشار نیافته است و به اطلاعات موثق و دست اول در باره آنها و همچنین به بسیاری از خود این فیلمها، به علت نامناسب و محدود بودن نظام توزیع و مشکلات ممیزی، دسترسی نیست، بررسی پاره‌ای از آنها برایم میسر نشد، هر چند تلاش کرده‌ام فیلم مستند مهمی از قلم نیفتد.

با توجه به وسعت فعالیتهای سینماگران فیلمهای مستند امریکایی و انگلیسی و اطلاعات پرمایه و عمیقی که درباره دستاوردهای آنان وجود دارد، در پاره‌ای موارد، شواهد بیشتری از این کشورها، مخصوصاً امریکا به دست داده‌ام.

۷. فیلمهای مستند ایرانی نه جداگانه بلکه در بخشهای مختلف کتاب به همراه فیلمهای سینماگران کشورهای دیگر بررسی شده‌اند. با اختیار این روش خواسته‌ام، به خواننده امکان دهم تا به فیلمهای ایرانی در چار چوب تاریخ سینمای مستند بنگرد و از نظر شرایط اجتماعی هنری و فنی، آنها را با دیگر فعالیتهای هم‌دوره‌شان مقایسه کند. در عین حال در همین چار چوب به فیلمهای ایرانی بیشتر توجه داشته‌ام و به تفصیل و بسط بیشتری به تشریح و انتقاد از آنها پرداخته‌ام.

۸. در تعیین سال تهیه یا توزیع فیلمهای ایرانی با مشکلات زیادی روبه‌رو شدم. به دست آوردن این معلومات از سازمانهای تهیه کننده و حتی از خود سینماگران عموماً به آسانی میسر نبود. مواد چاپی مختلف (مقالات مجله‌ها و روزنامه‌ها و یا کتابها) نیز برای يك فیلم تاریخهای متفاوتی (گاهی با فرق بیش از ۵ سال) ارائه می‌دادند. در این مورد تاریخی را که در جامعه سینمایی پذیرفته‌تر بود نقل کردم.

تهیه کتابی به شکل حاضر، بدون کمک بیدریغ عده زیادی مقدور نمی‌بود. اسامی همه آنان در جای خود فهرست شده است. در اینجا نیز از زحماتی که در مراحل ویرایش، تولید و چاپ کتاب متحمل شده‌اند و دقتی که به کار برده‌اند، تشکر می‌کنم.

سر انجام لازم است از جناب آقای عبدالرحیم احمدی ریاست دانشگاه آزاد ایران که اجازه دادند از تسهیلات و امکانات دانشگاه برای ویرایش این کتاب و چاپ هر چه نفیستر آن استفاده شود، سپاسگزاری کنم.

درآمد به چاپ دوم

حمید نفیسی

چاپ اول کتاب دو جلدی "فیلم مستند" در سال 1357 همزمان با انقلاب به وقوع پیوست و به زودی کمیاب و نایاب شد. من خود همان زمان برای بهره جویی از مرخصی مطالعاتی به آمریکا رفته بودم و همان جا ماندگار شدم. در آنجا من نیز دستخوش کمیابی این کتاب شدم، چون فقط دو نسخه از آن به دستم رسید که یک نسخه را به کتابخانه دانشگاه یوسی ال ای اعطا کردم.

به زودی دانشگاه آزاد ایران منحل شد و بخش های آن در دانشگاه های دیگر ادغام شد و سازمان تولید انتشارات دانشگاه که ناشر این کتاب بود، گویا به مرکز نشر دانشگاهی تبدیل شد. انقلاب فرهنگی و ارزشی و تغییر و تحول های نظام آموزش عالی موجب شد که دیگر این کتاب تجدید چاپ نشود گو اینکه در جلسه ای مدیر نشر دانشگاهی اظهار علاقه به این کار کرد به شرط حذف تعدادی از عکس ها و به روز آوردن مطالب کتاب.

تا سال ها بعد دوستان و دانشجویان علاقمند و سینماگران مستند را که می دیدم از این کتاب با علاقه و احترام یاد می کردند و از دست به دست گرداندن نسخ آن و یا زیراکس کردن تمام یا قسمت هایی از آن سخن می گفتند. اما من نه علاقه ای به حذف عکس ها و نه فرصت نوشتن بخش های جدید برای کتاب داشتم. زندگی من در غربت به راه دیگری افتاده بود و سینمای مستند نیز دستخوش تغییر و تحولات سیاسی، اقتصادی، تکنولوژیکی غریب شده بود. بهتر این بود که کتاب همان گونه که ابتدا طرح ریزی شده بود تجدید چاپ شود. این فرصت پیش نیاند تا اینکه آقای امیر عزتی، سی و پنج سال بعد از اولین چاپ پیشنهاد چاپ دوباره این کتاب را مطرح کردند. چاپ دوم این کتاب توسط باشگاه ادبیات در خارج از کشور و به صورت اینترنتی خود نشان دهنده پاره ای از این تحولات شگرف- نه تنها در صنعت سینمای مستند بکه در صنعت چاپ و روند جهانی شدن- است. به جاست که در این فرصت از کوشش های آقای عزتی تشکر کنم.

چاپ اینترنتی "فیلم مستند" چند ماه بعد از چاپ کاغذی کتاب چهار جلدی ام به نام تاریخ اجتماعی سینمای ایران* در آمریکا اتفاق می افتد که چند بخش آن به سینمای مستند ایران از آغاز یعنی از سال 1897 تا سال 2010 میلادی تخصیص داده شده است. بدین ترتیب امیدوارم که این کتاب جدید آرزوی به روز آوردن و بازنگری تئوریک در سینمای مستند ایران را برآورده کرده باشد.

* A Social History of Iranian Cinema, Duke University Press (2011-2012)

Volume 1: The Artisanal Era, 1897-1941

Volume 2: The Industrializing Years, 1941-1978

Volume 3: The Islamicate Period, 1978-1984

Volume 4: The Globalizing Era, 1984-2010

بخش اول

فیلم مستند و فیلم داستانی

تا کنون تعاریف مختلف و متعددی در مورد فیلم مستند ارائه شده است که به تعدادی از آنها در زیر اشاره می‌شود.
جان گریسن، سینماگر انگلیسی که بعضی او را پدر سینمای مستند خوانده‌اند، فیلم مستند را «گزارش و تفسیر خلاق واقعیت» (۱) تعریف کرده است. و پرلورنتس^۲، سینماگر معروف



جان گریسن: گزارش و تفسیر خلاق واقعیت

امریکایی و سازنده فیلمهایی چون *خیشی که دشتهارا شیار زد*^۱ و *رودخانه*^۲، فیلم مستند را قبلمی واقعی که از عاملهای درام برخوردار باشد (۲) می‌داند. پال روتا^۳، سینماگر انگلیسی و نویسنده چندین کتاب درباره فیلم مستند از جمله *فیلم مستند* (۳) و *مروری بر سینما از آغاز تا کنون* (۴)، برای فیلم مستند تعریف «فیلمی که زندگی واقعی مردم را به نحوی خلاق با توجه به شرایط اجتماعی نمودار سازد» (۵) را ارائه داده است.

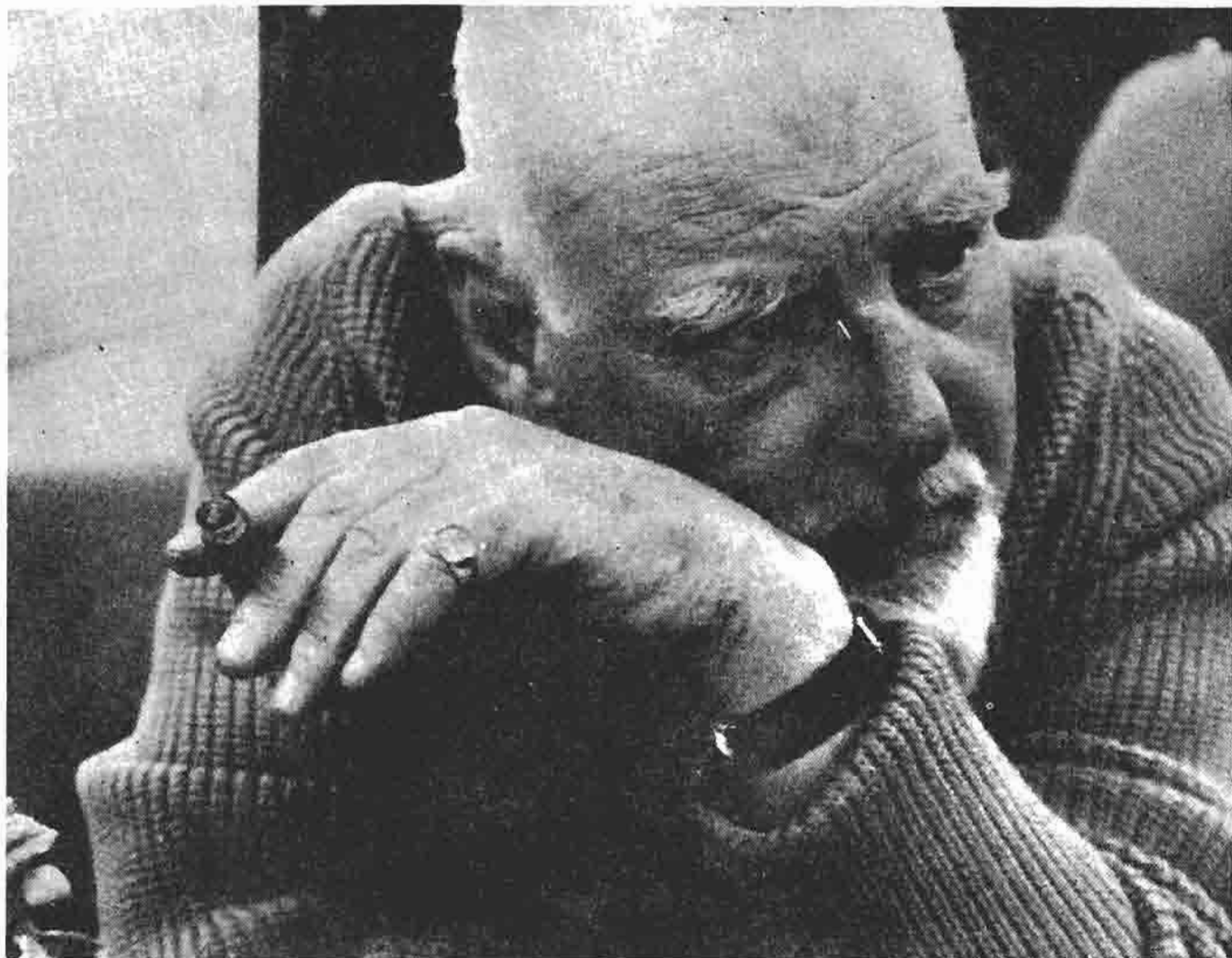


پروپرتس: فیلمی واقعی که از عوامل درام برخوردار باشد

«آکادمی هنرها و علوم سینمایی امریکا» نیز فیلم مستند را این طور تعریف کرده است:

«فیلم مستند فیلمی است که موضوعهای تاریخی، اجتماعی، علمی و اقتصادی را بررسی کند. فیلمبرداری مستند یا در هنگام وقوع حوادث یا بعداً، توسط بازسازی آنها، انجام می‌گیرد. در این نوع فیلم، اهمیت محتوای واقعی بیش از محتوای سرگرم کننده است» (۶).

1. *The Plow that Broke the Planes* 2. *River* 3. Paul Rotha
4. *The Academy of Motion Picture Arts and Sciences*



پال روتا: فیلمی که زندگی واقعی مردم را به نحوی خلاق با توجه به شرایط اجتماعی نمودار می‌سازد

و بالآخره «اتحادیه جهانی فیلمهای مستند»^۱ چنین تعریفی را برای فیلم مستند آورده است: فیلم مستند شامل تمامی روشهایی است که برای ضبط جنبه‌های مختلف واقعیت روی نوار فیلم به کار می‌روند. این گونه فیلمها احساس و تفکر را بر می‌انگیزند و گزارش حقیقی و راستینی از واقعیت ارائه می‌دهند یا به تفسیری صادقانه و موجه، پس از رخ دادن رویدادها، اکتفا می‌کنند. هدف این فیلمها برانگیختن میل و رغبت تماشاگر نسبت به توسعه دانش و ادراک خود و مطرح کردن واقعی مسائل گوناگون زندگی و ارائه راه‌حلهای آنها از نقطه نظرهای فرهنگی و اقتصادی است.» (۷)

تفاوت‌های فیلم مستند با فیلم داستانی

فیلم مستند از چندین جهت با فیلم داستانی تفاوت دارد که به طور خلاصه عبارتند از: تفاوت در هدف، نظرگاهها و مسئولیتهای سینماگر، تفاوت در نحوه تولید، تفاوت در نوع وسیله‌هایی که به کار می‌روند، تفاوت در نحوه توزیع، تفاوت در ترکیب و رابطه گروه تولید.

الف) هدف و نظرگاهها

گیرسِن پاره‌ای از اصول فیلم مستند و تفاوت‌های آن را با فیلم داستانی به شکل اعلامیه‌ای این چنین بیان کرده است:

۱. ما معتقدیم که قابلیت سینما برای جستجو، مشاهده و انتخاب لحظه‌های زندگی، می‌تواند در به وجود آوردن و گسترش هنری ارزشمند و نوین به کار گرفته شود. فیلمهای استودیویی [اغلب فیلمهای داستانی آن زمان در استودیوها ساخته می‌شدند.] این امکانات و قابلیت‌ها را برای نشان دادن دنیای واقعی روی پرده سینما نادیده می‌گیرند و در عوض به ضبط داستانهایی که توسط بازیگرها در مقابل دکور بازی می‌شوند، می‌پردازند. اما فیلم مستند رویدادهای واقعی را که در موقعیتها و شرایط واقعی اتفاق می‌افتند ضبط می‌کند.

۲. ما معتقدیم که استفاده از آمه‌های اصلی یا بومی به عنوان بازیگر و همچنین استفاده از صحنه‌های اصلی یا بومی برای نشان دادن و تفسیر واقعیت‌های جهان امروز مؤثرتر هستند. این عوامل امکانهای زیادتری را برای فیلمبرداری در اختیار سینمای مستند می‌گذارند و به این نوع فیلمسازی در تفسیر رویدادهای پیچیده و شگفت‌آور قدرتی، بیش از آنکه بتوان آن رویدادها را در استودیو بازسازی کرد، می‌دهند.

۳. ما معتقدیم که مطالب و فیلمهایی که به این ترتیب از زندگی طبیعی و دست نخورده برداشته می‌شوند بهتر و واقع‌بینانه‌تر از فیلمهایی هستند که در آنها وقایع به صورت داستان درآمده و بازیگری شده‌اند. به بیان دیگر، حرکتها و ایما و اشاره‌های تمرین نشده و فی‌البداهه روی پرده برای تماشاگر از ارزش خاصی برخوردارست. علاوه بر این، فیلم مستند می‌تواند رابطه‌ای چنان نزدیک با تماشاگر ایجاد کند که حقه‌های سینمایی و برداشتها و بازیگریهای شسته و رفته هنریشه‌ها مطلقاً قادر به چنین کاری نیست. ادعای من این است که سینماگر فیلم مستند، با توجه به استفاده از واقعیت زنده و طبیعی، می‌تواند از خلاقیت و نیروی ابتکار خویش هم کمک بگیرد (۸).

از تعریفهای قبلی و مطالب بالا چنین استنباط می‌شود که هدف فیلم مستند تنها سرگرمی بیننده نیست، بلکه قصد نهایی آن شناساندن مسائل زندگی به تماشاگر و بالا بردن توانایی او برای

عمل کردن آگاهانه است، و فیلم مستند، به طور کلی، موضوعهای واقعی و آدمهای واقعی را - حین انجام کارهای روزانه شان - نشان می‌دهد. موضوع فیلم مستند موضوعی واقعی است و به هیچ وجه انتزاعی نیست، آدمهایی که در آن ظاهر می‌شوند، بازیگر سینما و یا تئاتر نیستند بلکه، همان طور که به کارهای معمولی و روزمره خود مشغولند، از آنها فیلمبرداری می‌شود. بسیاری از موضوعهای مورد علاقه سینماگر فیلم مستند، موضوعهایی هستند که یا خیلی زودگذرند یا اینکه بیش از یک بار اتفاق نمی‌افتند. این امر مشکلاتی در کار سینماگر ایجاد می‌کند که در قسمت «نحوه تولید» شرح آن خواهد آمد.

ب) مسئولیتهای سینماگر

می‌دانیم هدف سینمای داستانی سرگرم کردن تماشاگر و به دست آوردن درآمد بیشتر و در نتیجه جذب تعداد تماشاگر زیادتر است. برای رسیدن به این مقصود، سینماگر سینمای داستانی از همه وسایل و عوامل استفاده می‌کند. پاره‌ای از این وسایل و عوامل، که در تاریخ سینما برای بیان بهتر و سرگرمی و جلب تماشاگر به کار رفته، عبارتند از: داستانپردازی، بازیگری، ویرایش موازی صحنه‌ها، حرکت‌های دوربین، موزیک، صدا، رنگ و انواع مختلف فیلم مانند پاناورژن^۱، سینما سکوپ^۲، ۷۰ میلیمتری، فیلمهای سه بعدی و دستاویزهایی مانند سکس، خشونت، وحشت، عظمت، تعقیب، ماجراجویی، مضحکه و مانند آن.

برای سینماگر فیلم داستانی، مطابقت داشتن واقعیت فیلم با واقعیت خاصی در جهان خارج از اهمیت زیادی برخوردار نیست. برعکس، سینماگر سینمای مستند فقط از آن دسته از عوامل بالا استفاده می‌کند که بتواند واقعیت مورد نظر را هرچه روشنتر و با کمترین دست کاری روی فیلم ضبط کند.

مطابقت فیلم با واقعیت خارج از فیلم یکی از چهار مسئولیت سینماگر فیلم مستند است که باید درحین ساختن فیلم به آنها توجه کامل داشته باشد وگرنه نزد تماشاگر ارج و اعتباری نخواهد داشت و فیلمش به عنوان يك فیلم مستند واقعی قابل قبول نخواهد بود. این مسئولیتهای عبارتند از:

۱. مسئولیت سینماگر در مقابل واقعیت خارج از فیلم - به این معنی که فیلم مستند باید با واقعیت خارج از خودش یعنی با واقعیت آدمها و مکانهایی که از آنها فیلمبرداری می‌شود مطابقت و هماهنگی داشته باشد. این تطابق و هماهنگی اگر نه در مورد تطبیق ظاهری، حداقل بایستی در مورد تطبیق باطنی بین تصویرهای فیلم شده و واقعیت دنیای خارج وجود داشته باشد.

۲. مسئولیت در به وجود آوردن تطابق و هماهنگی واقعیت درون چارچوب نماهای فیلم: هر

فیلم دارای واقعیتی درونی است غیر از واقعیت بیرونی که از آن فیلمبرداری شده است. این واقعیت درونی مربوط به فضا و زمان فیلم و بار عاطفی آنهاست. درست است که فیلم از روی واقعیت برداشته می‌شود، اما هنگامی که واقعیت روی نوار فیلم ضبط شد، دیگر واقعیت نیست، بلکه تصویرهایی از واقعیت است که با دید سینماگر برداشته شده و روی فیلم ضبط گردیده است. هر واقعیتی از زبانی که توسط آن بیان می‌شود، تأثیر می‌پذیرد. سینما زبانی مخصوص به خود دارد، و سینماگر فیلم مستند نیز از ویژگیهای زبان سینما در شناخت و بیان واقعیت بیرونی استفاده می‌کند. برای تأثیر بیشتر لازم است که این زبان سینمایی از تسلسل و هماهنگی برخوردار باشد. پس مسئولیت سینماگر فیلم مستند، هم در مطابقت دادن و هماهنگ کردن فیلم با واقعیت خارج است و هم در مطابقت دادن و هماهنگ کردن واقعیت با ویژگیهای زبان سینما.

۳. مسئولیت در هماهنگ کردن دید و شناخت خود با واقعیت خارج: سینماگر، مثل هر هنرمندی، به واسطه عوامل اجتماعی و ارثی و وسایل مورد استفاده اش صاحب دید و شناخت مشخصی است. به عبارت دیگر، سینماگر همیشه، هر چقدر هم بخواهد بیطرف باشد، باز عقیده و دیدی دارد که این طرز تلقی و دید (حتی به طور ناخودآگاه) در نحوه برخورد او با واقعیت و برداشت او از آن اثر می‌گذارد. هنرمند باید این دید و شناخت را بشناسد و آن را از مرحله حسی به مرحله عینی انتقال دهد و به آن پایبند و معتقد باشد.

در اینجا این نکته را نباید ناگفته گذارد، که علاوه بر دید و نظر کارگردان، دستها و مغزهای دیگری نیز در ساختن فیلم و در تغییر دادن واقعیت دخالت دارند. برای مثال می‌توان از فیلمبردار نام برد که در انتخاب عدسی، زاویه دوربین، سرعت گردش فیلم، نورپردازی و ترکیب نماها و در نحوه ضبط واقعیت روی فیلم به کارگردان کمک می‌کند؛ یا ویراستار فیلم که هنگام به هم پیوستن نماها و صحنه‌ها، با کوتاه و بلند کردن، پهلوی هم قراردادن صحنه‌ها و آهنگ ویرایش^۲ خود در نحوه ارائه واقعیت تغییر به وجود می‌آورد، یا صدابردار که به سهم خود، با استفاده از وسایل و شگردهای حرفه‌اش، در این تغییرات سهم بسزایی دارد. علاوه بر اینها، موضوع بسیار مهم دیگر اینکه دوربین (حداقل در حال حاضر) هرگز نمی‌تواند تمامی آنچه را که هست ضبط کند. این امر به نوع عدسی، ساختمان دوربین، نور و نوع فیلم بستگی دارد. گذشته از این، حضور خود دوربین و دیگر وسایل و آدمهای گروه فیلمبرداری نیز در نحوه عمل آدمهای فیلم تأثیر زیادی می‌گذارند و آنها را (حتی به طور ناخودآگاه) به بازیگری در مقابل دوربین وامی‌دارند. برای کاهش اثر حضور دوربین در آدمهای فیلم، از روشهای دوربین پنهانی یا عادت دادن افراد به حضور دوربین می‌توان استفاده کرد.

قبلاً یادآور شدیم که بسیاری عقیده دارند که سینماگر، در برخورد با محیط و برداشت از آن،

باید پابند عینیت و بیطرف باشد. این عقیده سابقه‌ای طولانی و مباحثه‌انگیز دارد، به طوری که اندی وارهاال^۱ فیلمساز امریکایی از این موضوع ناراحت است که چرا نمی‌توان دوربین را روشن و در حال فیلمبرداری برای مدت ۲۴ ساعت رها کرد. به عقیده او اغلب اتفاقاتی جالب توجه درست هنگامی اتفاق می‌افتند که دوربین خاموش است. ژان لوک گودارد^۲، فیلمساز فرانسوی، در ضمن تأیید این عقیده با گفته خود به آن عمق خاصی می‌بخشد. او می‌گوید:

«ایده آل من این است که با یک برداشت آنچه را که به درد می‌خورد ضبط کنم. اگر مجبور شوم برداشتهای متعدد بگیرم، فیلم ناقص می‌شود. آنچه که فوری و آنی است، در عین شانس و اتفاقی بودن قاطع هم هست. آنچه که من می‌خواهم این است که به طور شانس‌ی و اتفاقی بودن قاطع هم باشم.» (۹)

اما اگر بخصوص نظریه وارهاال را بسط دهیم، متوجه می‌شویم که فیلمی که بخواهد تمامی واقعیت ظاهری را آن‌چنان که هست نشان دهد، دیگر جالب توجه نیست و خسته‌کننده و ملال‌آور از آب در خواهد آمد. مانند بعضی از فیلمهای اولیه خود وارهاال به نامهای خواب^۳ (۱۹۶۳) و عمارت امپایر استیت^۴ (۱۹۶۴). در فیلم خواب ۶ ساعت تمام شخصی را در حال خوابیدن می‌بینیم (۱۰) و در فیلم امپایر استیت، این عمارت از چند زاویه مختلف به مدت ۸ ساعت روی پرده نشان داده می‌شود. این نوع فیلمها واقعیت ظاهری را نشان می‌دهند اما چون خسته‌کننده و ملال‌آورند، تماشاگر نمی‌تواند به درون موضوع رسوخ کند و، در نتیجه، موجب به وجود آمدن آگاهی و شناخت تازه‌ای در تماشاگر نمی‌شوند. پس آنها که عقیده دارند با گذاشتن دوربین در جلوی واقعیت، به نشان دادن نفس و جوهر آن واقعیت موفق می‌شوند، اندکی به ساده‌لوحی گرویده‌اند.

به هر حال، سینماگر فیلم مستند باید به دنبال کشف علت و معلول موضوع باشد و، در حین کار خویش، برای به وجود آوردن تطابق و هماهنگی بین فیلم و واقعیت بیرونی شناخت خود را نیز در کار آورد و جبهه بگیرد. گذار در همین مورد عقیده دارد که دو خصیصه مهم سینما ادراک و حساسیت آن است. به عقیده او سینمای بیطرف از این دو عامل مهم تهی است و بدین جهت فقط به خدمت ضبط تصاویر ظاهری و سطحی درمی‌آید. او در مورد ریچارد لیکاک^۵، سینماگر سینمای بیواسطه امریکا، می‌گوید که نبود ذهنیت در کار او، سرانجام کارش را به عدم عینیت می‌کشاند (۱۱). سینماگر باید بداند چه می‌خواهد تا در هنگام رو به رو شدن با عقاید و آراء مبهم بتواند از تصاویر روشن و گویا استفاده جوید.

همه موضوعهای ذکر شده در بالا مربوط به موقعی است که موضوع فیلم طوری باشد که حداقل بتوان از صورت ظاهر آن فیلمبرداری کرد. ولی موضوعهایی هم هستند که نمی‌توان باسانی با فیلمبرداری از ظاهرشان به حالت‌های درونیشان پی برد: مثلاً حالت دیوانه‌ها، شیفته‌ها، یا آنها که مثلاً ال. اس. دی. استعمال می‌کنند. با قرار دادن دوربین در مقابل کسی که ال. اس. دی. خورده است هرگز نمی‌توان به آنچه درون کاسه سرش می‌گذرد پی برد، بلکه باید به نحو دیگری به درون این واقعیت ظاهری رخنه کرد. نشان دادن واقعیت برونی به اندازه ارائه واقعیت درونی مهم نیست. مثلاً در این مورد بخصوص، سینماگر خود می‌تواند ال. اس. دی. بخورد تا بتواند از اثر احساسات و افکاری که در اثر این دارو به انسان دست می‌دهد آگاه شود، و سپس، بر پایه این آگاهی و شناخت تجربی و عملی، بتواند واقعیت اثر استعمال ال. اس. دی. را در فیلمی نشان دهد.

پال کلی^۱ در کتاب *خاطره‌ها* در این باره می‌نویسد:

«بعضی هرگز به حقیقت گویی آینه [هنر] من پی نخواهند برد. بگذار به اینان بگویم که وظیفه من نشان دادن ظاهر واقعیت نیست. (چرا که این کار از صفحه عکاسی هم برمی‌آید.) بلکه وظیفه من این است که به درون واقعیت رخنه کنم. آینه هنر من تا قلب رسوخ می‌کند و در آن به کاوش می‌پردازد. من پیام راروی پیشانی و در گوشه‌های دهان نقش می‌کنم. صورتهای انسانهای من، واقعیت از صورتهای حقیقی آنها هستند.» (۱۲)

۴. مسئولیت در مقابل برداشت و عقیده تماشاگر نسبت به چگونگی واقعیت و نحوه نشان دادن آن در فیلم: سینماگر فیلم مستند باید به عقیده‌های تماشاگر نسبت به چگونگی فیلم مستند احترام بگذارد و گر نه فیلمش اعتبار و قدرت قابل قبول بودن را، که برای فیلم مستند امری حیاتی است، از دست خواهد داد. فیلم باید از نقطه نظر سبک و روش، تطابق با واقعیت خارج، تطابق و هماهنگی ساختمان فیلم، هماهنگی در دید، شناخت و بیان کارگردان، و از همه این جهات برای تماشاگر قابل قبول باشد و تماشاگر دروغ و تزویر و حيله‌ای از طرف کارگردان در تغییر غیر موجه واقعیت احساس نکند.

برای اینکه سینماگر بتواند به انتظارات بیننده از فیلم مستند پاسخ گوید، بایستی که بینندگان مورد نظر خود را بشناسد و از احساسها و عاطفه‌ها و روال کلی عقیده‌های آنها مطلع باشد. در این صورت، سینماگر می‌تواند در فیلم خود از هر نوع سبک و از هر نوع ابزار و عامل زیباشناسی، که به بهترین و قابل قبولترین و معتبرترین وجه موضوع فیلم را روشن سازد، استفاده جوید. تعیین اینکه چه چیز شامل بهترین، قابل قبولترین و معتبرترین وجه و سبک نشان دادن موضوع فیلم می‌شود، دشوار است و برای آن معیاری جهانی و همگانی وجود ندارد.

در اینجا می‌توان گفت که تماشاگران - مخصوصاً آنهایی که در جامعه‌ای با سابقه طولانی فیلمسازی زندگی می‌کنند - تفاوت‌هایی بین روش و سبک فیلم مستند و فیلم داستانی قایلند و اگر سینماگر به ادراک و احساس تماشاگر نسبت به این نوع فیلمها احترام گذارد، آن وقت، از لحاظ بیننده، فیلمش قابل باور و قبول خواهد بود. مثلاً نیرنگهای سینمایی (افکتها) بیشتر مخصوص فیلمهای داستانی تصور می‌شود و اگر سینماگر فیلم مستندی از چنین عواملی سود جوید، به اعتبار و قابلیت باور کردن فیلم خود لطمه وارد می‌کند.

عامل دیگری که از نقطه نظر مردم عادی در شکار کردن واقعیت اعتبار دارد، استفاده از مجلسنهای طولانی و غیر منقطع است که در طی آن تماشاگر احساس می‌کند که با واقعیتی بدون دخل و تصرف رو به رو است. درام در سینمای مستند از درام خود واقعیت سرچشمه می‌گیرد و نه از نحوه فیلمبرداری یا ویرایش نماها و صحنه‌ها.

طریقه دیگر، استفاده از صدای اصلی صحنه به طور همزمان^۲ در فیلمبرداری (به عوض صدای دوباره که بعد از فیلمبرداری اضافه می‌شود) است. صدای همزمان به اعتبار واقعیت فیلم می‌افزاید.

پ) نحوه تولید

تفاوت دیگر بین فیلم مستند و داستانی در نحوه تولید این دو نوع فیلم است. سینماگر فیلم غیر مستند یا داستانی، قبل از فیلمبرداری، با فکری شروع می‌کند و آن را به صورت فیلمنامه‌ای در می‌آورد و برای فیلمبرداری آماده می‌کند. پس از تمرین^۳ مفصل (با دوربین و بازیگرها) از موضوع و فکر خود فیلمبرداری می‌کند. سپس، در حین ویرایش، سعی می‌کند فیلم را هر چه بیشتر به موضوع و فکر اولیه خود نزدیکتر سازد. در ساختن فیلم مستند - مخصوصاً اگر از روش سینمای بیواسطه استفاده شود - سینماگر معمولاً همه این مراحل را نمی‌گذراند و مثلاً به اصطلاح، فیلمنامه‌اش را به خاطر شرایط موضوعی، ذهنی، محیطی، فنی و انسانی، پس از فیلمبرداری یعنی در هنگام ویرایش می‌سازد. در فیلم مستند، سینماگر بدون اینکه خود را در چارچوب پیشداوریها و رایهای از قبل تعیین شده قرار دهد، با دیدی قاطع و سریع با واقعیت درگیر می‌شود و برداشتهای خود را به صورت ۲۴ حقیقت در ثانیه (به قول گذار)، به تماشاگر عرضه می‌کند.

فیلمبرداری فیلم مستند معمولاً در خارج از استودیو انجام می‌گیرد. فیلمبرداری در خارج از استودیو سینماگر مستند را عملاً با مشکلات زیادی روبه‌رو می‌کند که اغلب آنها دشواریهای محیط هستند. در محیط بسته استودیو - همچنان که مرسوم بسیاری از فیلمهای داستانی است - بیشتر عوامل فیلمی قابل پیشبینی و کنترل هستند و می‌توانند، بنابر موقعیت و تمایل کارگردان، تغییرپذیرند. این عوامل عبارتند از: صدا، نور، دمای محیط، ابر، باد، باران، ارتعاشها و غیره. ولی

هنگام کار در خارج از استودیو، تمامی این عوامل که در استودیو در بند و قابل کنترل هستند، ناگهان آزاد می‌شوند. در چنین شرایطی، باید کوشش به عمل آورد تا از وسایلی استفاده شود که بتوان تنها صدای هنریشه‌ها - یا آدمهای فیلم - را ضبط کرد و نه صدای اضافی مردم اطراف صحنه یا صدای ترافیک یا صدای هواپیمایی را که از بالای سر می‌گذرد، یا اینکه بتوان فضای بسیار وسیعی را در بیرون از استودیو و با وجود کمبود برق و کمبود و سنگینی وسیله‌های نورپردازی، نور داد، یا اینکه بتوان، با عواملی که کمتر قابل کنترل هستند، مانند دمای هوا، ابر، توفان یا باران مبارزه کرد.

زمان در هنگام فیلمبرداری از موضوعهای واقعی، عاملی بسیار مهم ولی گذراست. بسیاری از موضوعها، بدون مقدمه یا چنان سرعت اتفاق می‌افتند، که سینماگر وقت کافی برای تمرین حرکت‌های دوربین و آدمها، انجام وظیفه‌های قبل از تولید، از قبیل فیلمنامه نویسی و صحنه بندی، ندارد و باید بتواند از شناخت، خلاقیت سریع و مهارت عملی خود استفاده کند. بسیاری از موضوعها فقط در مکانی مشخص یا باهستگی اتفاق نمی‌افتند، بلکه در فضا و در حال حرکت نیز اتفاق می‌افتند. در نتیجه، سینماگر فیلم مستند باید بتواند با آسانی با کمک وسیله‌های خود - چون دوربین، نورافکن و ضبط صوت - موضوع را به نحو احسن دنبال، و به عمق آن رسوخ کند. انجام این امر با وجود وسایل بزرگ و سنگین فیلمبرداری، چنان که رسم فیلمهای داستانی است، با آسانی امکانپذیر نیست.

در بسیاری از مکانهای مورد نظر فیلمبردار سینمای مستند، برای فیلمبرداری نور کافی وجود ندارد و در عین حال فیلمبردار نه وقت و نه امکانهای کافی در اختیار دارد که بتواند نور اضافی فراهم کند. دیگر اینکه، به خاطر مشخصه‌های موضوع، سینماگر ممکن است نخواهد یا نتواند از نوری جز نور واقعی در صحنه استفاده کند.

ت) وسیله‌ها

خوشبختانه در چند دهه اخیر، صنعت ساختن وسیله‌های فیلمسازی بسرعت شگرفی پیشرفت کرده و توانسته است تقریباً تمامی مسائل اشاره شده را به نحوی برای فیلمساز مستند حل کند. با به وجود آمدن دوربینها، ضبط صوتها و چراغهای کوچک قابل حمل و دقیق، بسیاری از مشکلاتی ذکر شده از میان برداشته شده است. مثلاً دوربینهای ۱۶ میلیمتری سبک و بسیار دقیق اکلاًر^۲ مدل ا.سی. ال^۲. یا بولیو^۲ و یا دوربین سی.سی. پی. ۱۶^۲، هم برای فیلمبرداری صامت و هم برای صدا برداری همزمان به کار می‌روند. این دوربینها سبک وزن اند و براحتی روی دست یا روی شانه جای می‌گیرند. در ساختمان و طرح کلی این دوربینها نیازهای فیلمبرداری متحرک و سریع، که از خاصیت‌های فیلمبرداری مستند هستند، در نظر گرفته شده است. ضبط صوت ناگرا مدل ۴ کوچک

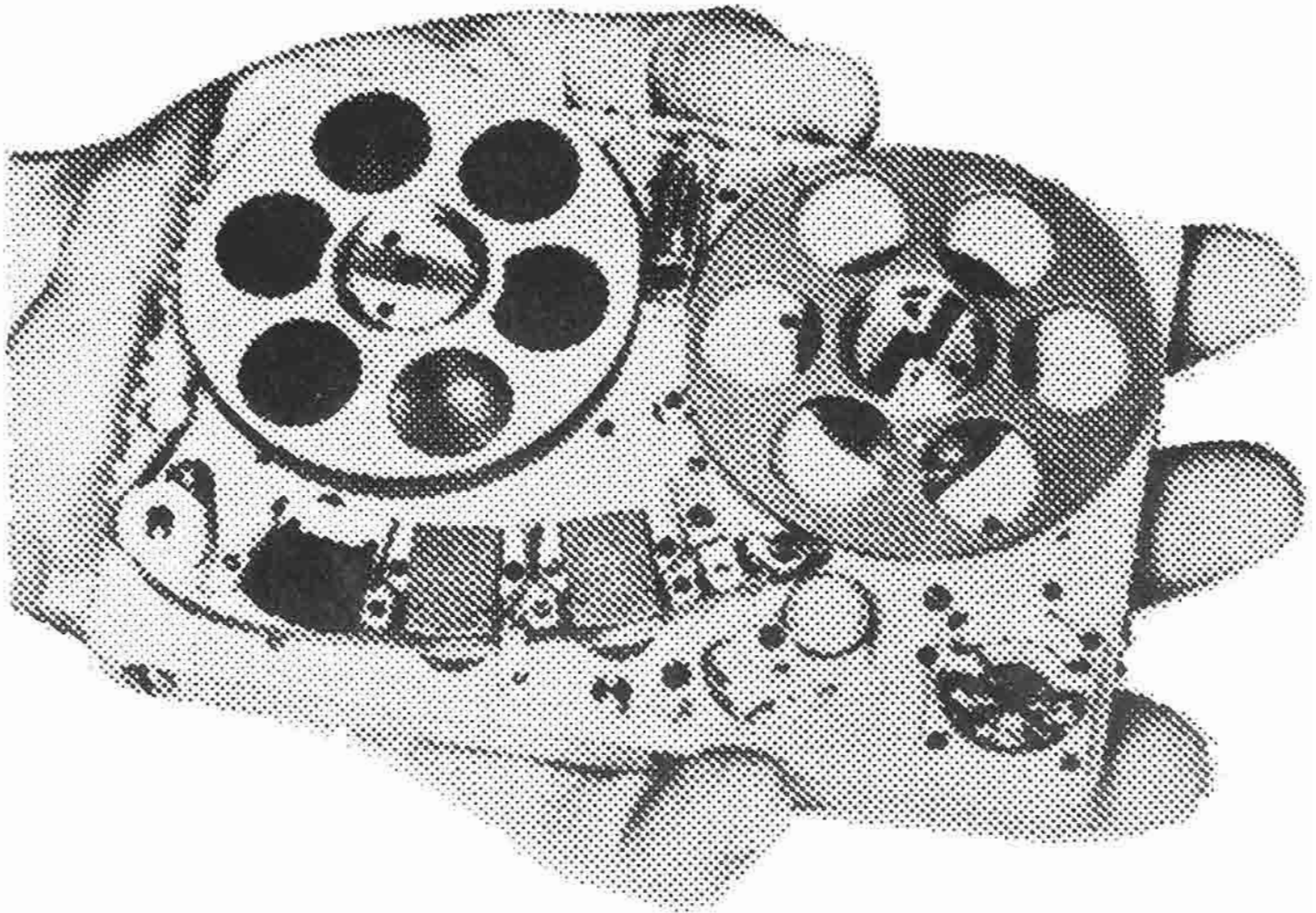


توربین سی پی ۱۶ هنگام عمل

ولی بسیار دقیق می باشد و کار با آن از قابلیت انعطاف زیادی برخوردار است. [ضبط صوت ناگرا مدل های اس. ان. و اس. ان. اس. تماماً در کف دست جای می گیرند.] همین طور هر روز میکروفونهای کوچک و قوی جدیدتری به بازار می آیند. استفاده از چراغهای کوارتز، موضوع فیلمبرداری در خارج از استودیو را بسیار آسانتر از قبیل کرده است، زیرا این چراغها سبک و کوچک اند و نورشان قوی است و می توان شدت و میدان پخش نورشان را نیز کنترل کرد. دیگر اینکه برای فیلمبرداری در مکانهای کم نور و تاریک، فیلمهای بسیار حساسی ساخته شده اند، و بادر نظر گرفتن امکان بالا بردن حساسیت^۱ این فیلمها، می توان تقریباً در هر نور طبیعی، بدون کمک از نور اضافی، فیلمبرداری کرد.

از دهه ۱۹۶۰ به بعد تغییرات شگرفی در وسایل تلویزیونی و ویدیو^۲ در زمینه های مورد بحث به عمل آمده است، به طوری که از نظر وزن، کارکرد و قیمت بهبودیهای کمی و کیفی فراوانی در

1. Push 2. Video



ضبط صوت ناگرا اس. ان. در کف دست جا می‌گیرد

آنها حاصل شده و ناگهان ویدیو را به صورت رقیب سینما در زمینه مستندسازی در آورده است. یکی از مهمترین این تغییرها، به بازار آمدن وسیله‌های ضبط و بازیابی تلویزیونی قابل حمل است. ایستگاهها و استودیوهای تلویزیونی حرفه‌ای معمولاً از وسیله‌های ضبط کواد روپلکس^۱ که پهنای نوار آن ۲ اینچ است استفاده می‌کنند. این گونه وسیله‌ها خیلی پیچیده، بزرگ، سنگین و گران هستند و به محیطی احتیاج دارند که دما، رطوبت و گرد و خاک آن کاملاً کنترل می‌شوند؛ در

1. Quadplex



دوربین تلویزیونی قابل حمل سونی هنگام عمل

حالی که وسیله‌های ویدیویی مورد بحث سبک، کوچک و ارزان، و قابل حمل به همه جا هستند. دستگاه ضبط این گونه وسیله‌های قابل حمل، به وسیله تسمه‌ای روی شانه آویزان، و به وسیله کابلی به دوربین کوچکی متصل می‌شود که براحتی می‌توان آن را در دست نگاه داشت. در جلوی این دوربین نیز میکروفونی برای ضبط صدا تعبیه شده است. دوربین و دستگاه ضبط تصویر و صدا احتیاجی به نیروی برق خارجی ندارند، بلکه از باتریهای کوچکی استفاده می‌کنند که درون دستگاه ضبط نصب شده‌اند. «شرکت آکایی» ژاپنی نوعی از این دستگاههای قابل حمل ویدیو را می‌سازد که از نواری به پهنای نوار معمولی ضبط صوتهای خانگی یعنی $\frac{1}{4}$ اینچ، استفاده می‌کند. منظریاب^۲ این دوربین از نوع نوری^۳ است - مانند دوربین فیلمبرداری - و در نتیجه خیلی سبک است.

نوع دیگری از سیستم قابل حمل تلویزیونی را شرکت‌های ژاپنی ناسیونال^۴، سونی^۵ و جی.وی.سی^۶ می‌سازند که از نوار $\frac{1}{4}$ اینچی استفاده می‌کنند. دوربین پاره‌ای از این مدلها از نوع الکترونیکی است و در نتیجه دوربین آنها اندکی سنگینتر از دوربین نوری است، ولی تعداد خطوط تلویزیونی در این سیستم بیشتر از سیستم آکایی می‌باشد و در نتیجه تصویر اندکی واضحتر است. برای بازبینی تصویرهای ضبط شده در سر صحنه، هم از مانیتور^۷ کوچک (در مورد آکایی و جی.وی.سی.) و هم از خود منظریاب (در مورد سونی) می‌توان استفاده کرد. برای بازبینیهای ممتد و ویرایش الکترونیکی، هر دو سیستم وسیله‌های جداگانه‌ای دارند که در مورد سونی و ناسیونال خیلی پیشرفت کرده است و با آن می‌توان ویرایش الکترونیک و درجهای^۸ صدا و تصویر را نیز انجام داد.

به طور کلی می‌توان گفت که استفاده از وسیله‌های پیشرفته و کارآمد اما کوچک در ابتدا بیشتر مورد نظر سینماگران فیلم مستند بود و هنوز هم هست، چه آنها که به سینما علاقه دارند و چه آنها که به تلویزیون. ولی مدتی است که بعضی از شرکت‌های بزرگ فیلمسازی اروپایی و امریکایی از وسیله‌های ذکر شده برای کارهای داستانی خود نیز استفاده می‌کنند. بعضی از این شرکتها برای اینکه بتوانند از خاصیت بازبینی آنی ویدیو استفاده کنند، روی دوربین فیلمبرداری خود یک دوربین و دستگاه ضبط تصویر کوچک ویدیو نیز نصب می‌کنند. همان نوری که به عدسی دوربین فیلمبرداری می‌تابد به دوربین ویدیو نیز می‌تابد. بعد از هر برداشت، فوراً به تصویر ضبط شده روی نوار ویدیو نگاهی می‌افکنند، اگر مطابق نظرشان بود که هیچ وگرنه برداشت دیگری می‌گیرند. این روش که ترکیبی از فیلم و ویدیو است، فیلمبرداری فیلمهای داستانی را آسانتر و مطمئنتر کرده است.

از دهه ۱۹۶۰ به بعد در فیلمهای داستانی نیز، به خاطر علاقه به فیلمبرداری در خارج از

1. Akai 2. Viewfinder 3. Optical 4. National 5. Sony 6. J.V.C. 7. Monitor
8. Inserts

استودیو، قابلیت تحرك وسايل فيلمبرداری به صورت يك عامل مهم درآمده به طوری که واحدهای سیاری مخصوص فيلمبرداری ساخته شدند که می توانند تمامی وسیله های يك استودیوی كامل را در خود بگنجانند. «شرکت سینه موبیل»^۱ در امریکا یکی از پایه گذاران و پیشگامان چنین سیستمهایی است. البته باید گفت که شرکتهای تلویزیونی سالهاست از وجود واحدهای سیار تلویزیونی برای ضبط و همچنین پخش مستقیم برنامه ها استفاده می کنند.

ث) نحوه توزیع

راههای توزیع و نمایش فیلمهای مستند، با تفاوتهایی، همان راههای توزیع و نمایش فیلمهای داستانی هستند. در زیر به مهمترین راههای توزیع و نمایش فیلم اشاره می شود.

۱. توزیع و نشان دادن فیلم در سینماهای عمومی: بسیاری از شرکتهای بزرگ تولید فیلم مانند «متروگلدوین مایر(ام. جی. ام.)»،^۱ «فاکس قرن بیستم»،^۲ «یونایتد آرتیست»^۳ و «برادران وارنر»^۴ خود توزیع کننده فیلم نیز هستند. شبکه های توزیع این شرکتهای وسیع اند و در مقیاس جهانی فعالیت می کنند. تقریباً همه فیلمهایی که این شرکتهای توزیع می کنند از نوع فیلمهای داستانی هستند. تعداد سینماهای عمومی در امریکا (که شامل سینماهای ماشین رو^۵ نیز می شود) ۲۵،۰۰۰ عدد است (۱۳).

۲. توزیع و نشان دادن فیلم در سینماهای ویژه: در دهه ۱۹۶۰، گروههای متعددی برای توزیع و نشان دادن فیلمهای غیرتجارتی و مستند به وجود آمدند. این گروهها، فیلمهای خود را در سینماهای کوچک، مدرسه ها، دانشگاهها، انجمنها و باشگاههای ویژه سینما، موزه ها و مانند آن به نمایش می گذارند. از جمله این گروهها، که در توزیع و نمایش فیلمهای مستند دست دارند، گروههای سینما ۵ نیوزریل^۶ و آدیوبراندون^۷ را می توان نام برد. در سالهای اخیر تعداد انجمنها و باشگاههایی که به نشان دادن فیلمهای مستند یا غیرمستند می پردازند، بسیار افزایش یافته است. به طور مثال، تعداد این باشگاهها در انگلستان در سال ۱۹۷۶ به ۷۰۰ عدد رسیده است، و با توجه به نسبت تعداد سینماهای این کشور حدود ۱۴۰۰، معلوم می شود که در مقابل هر دو سینما يك باشگاه فیلم به وجود آمده است (۱۴).

۳. توزیع و پخش فیلم از راه تلویزیون: اشتهای تمام نشدنی تلویزیون برای پیدا کردن مطلب

- | | | |
|----------------------|----------------------------------|------------------------|
| 1. Cinemobile System | 2. Metro Goldwyn Mayer (M. G.M.) | 3. 20 th Century Fox |
| 4. United Artist | 5. Warner Brothers | 6. Drive _ in Theaters |
| 8. Newsreel | 9. Audio Brandon Films | 7. Cinema 5 |

باعث شده که تلویزیون دست به طرف سینما دراز کند. در امریکا بسیاری از فیلمهای سینمایی حداقل يك بار از تلویزیون پخش می‌شوند. نشان دادن بعضی از این فیلمها مستلزم پرداخت هزینه‌ای گزاف می‌باشد؛ [چند سال پیش «سازمان رادیو تلویزیون امریکا» بیش از دویلمیون دلار برای نشان دادن فیلم *پل رودخانه کوایی* پرداخت کرد.] و این امر موجب شده است که خود شرکتهای تلویزیونی به تولید وسیع فیلمهای طولانی داستانی دست بزنند (۱۵). و از هنرپیشه‌های معروفی چون جیمزاستوارت^۱، تونی کورتیس^۲، راک هودسن^۳، شرلی مک‌لین^۴ استفاده کنند. دستمزدی که شرکتهای ایستگاههای تلویزیونی به این هنرپیشه‌ها می‌پردازند رقم کوچکی نیست. مثلاً راک هودسن برای بازیگری در هر برنامه از فیلمهای مجموعه تلویزیونی *مک میلان*^۵ مبلغ ۵۰'۰۰۰ دلار و پیتر فاک^۶، هنرپیشه اصلی مجموعه تلویزیونی *کلمبو*^۷ برای بازیگری در هر کدام از برنامه‌های این مجموعه مبلغ ۱۲۵'۰۰۰ دلار دریافت می‌کنند (۱۶).

سازمانها و ایستگاههای تلویزیونی علاوه بر تولید فیلمهای داستانی به تولید فیلمهای مستند نیز دست می‌زنند. موضوع بسیاری از این فیلمها از میان موضوعهایی انتخاب می‌شوند که در خبرهای روز منعکس می‌شوند، و اغلب اوقات تولید این فیلمها به عهده بخش خبری این سازمانهاست. این گونه فیلمها، معمولاً در روزها و ساعت‌های معینی به‌طور مرتب پخش می‌شوند. برای مثال می‌توان برنامه‌های جهان‌نما^۸، وسط هفته^۹، در سراسر کشور^{۱۰} و در سراسر جهان^{۱۱} را که توسط «سازمان سخن پراکنی بریتانیا (بی. بی. سی.)» تهیه و پخش می‌شود، یا برنامه‌های ۶۰ دقیقه^{۱۲} و سی. بی. اس. گزارش می‌دهد^{۱۳} را که «سازمان رادیو تلویزیون کلمبیا» در امریکا تهیه و پخش می‌کند، نام برد.

این سازمانها و ایستگاهها به ساختن مجموعه (سریال)^{۱۴}های مستند نیز علاقه‌مندند. و برای اینکه بتوانند از عهده هزینه زیاد این مجموعه‌ها برآیند و، هم پس از نمایش در تلویزیون، آنها را در بازارهای جهان توزیع کنند، دست به تولید مشترک زده‌اند. مثلاً «سازمان سخن پراکنی بریتانیا» با مشارکت شرکت فیلمسازی «برادران وارنر» سه مجموعه فیلم مستند بزرگ تهیه کرده است: از دیدگاه بومیها^{۱۵} (۱۹۷۵) مجموعه‌ای هفت ساعته درباره بومیهای اولیه و هنرهایشان، حیات روی کره زمین^{۱۶} (۱۹۷۷) مجموعه‌ای سیزده ساعته درباره داستان تکامل حیات در روی کره زمین، انجیل و باستانشناسی^{۱۷} (۱۹۷۶) مجموعه‌ای پنج ساعته درباره اطلاعاتی که باستانشناسان

-
- | | | |
|---|-------------------------------|-----------------------|
| 1. American Broadcasting Company, Inc., (ABC) | 2. James Stewart | 3. Tony Curtis |
| 4. Rock Hudson | 5. Shirley Maclaine | 6. Mc Millan and Wife |
| 7. Peter Falk | | |
| 8. Columbo | 9. Panorama | 10. Midweek |
| 11. Nationwide | 12. Worldwide | |
| 13. British Broadcasting Corporation (B B C) | 14. 60 Minutes | 15. CBS Reports |
| 16. Columbia Broadcasting System (C B S) | 17. Television Serials | 18. The Tribal Eye |
| 19. Life on Earth | 20. The Bible and Archaeology | |

توانسته اند در رد یا تأیید مطالبهای انجیل به دست آورند (۱۷).

علاوه بر ایستگاههای تلویزیونی که برنامه‌های خود را توسط امواج در هوا پخش می‌کنند، شرکت‌های تلویزیونی کابلی^۱ نیز وجود دارند که برنامه‌های خود را از کابل مخصوصی به خانه‌های مشترکان ارسال می‌دارند. چون تلویزیون کابلی در آینده امکان پخش ۸۰ برنامه (کانال) را در آن واحد خواهد داشت بزودی به عنوان یکی از قویترین و مهمترین وسیله‌های توزیع پیام در خواهد آمد. هم اکنون تلویزیونهای کابلی در امریکا به پخش جدیدترین فیلمهای سینمایی می‌پردازند. تلویزیونهای کابلی در امریکا، طبق قانون ارتباطات مجبورند چند کانال خود را برایگان در اختیار درخواست کننده‌ها - کسانی که می‌خواهند اثر خود را در تلویزیون به نمایش بگذارند - قرار دهند. این افراد می‌توانند پیامهای خود را بدون سانسور به نمایش درآورند، خواه پیامشان فیلم مستند باشد، خواه فیلم سوپر ۸ از افراد خانواده، خواه فیلم جنسی، خواه اسلاید، خواه هر نوع پیام دیگر. هم اکنون در تلویزیون کابلی مانهاتان^۲ در شهر نیویورک شخصی به نام گلدستاین^۳ برنامه‌ای جنسی به نام سکس در نیمه شب^۴ را سه شب در هفته برای مشترکهای خود پخش می‌کند (۱۸). همین شرکت فیلمها و برنامه‌های مستند، سیاسی و هنری زیادی را نیز نشان می‌دهد.

۴. علاوه بر منابع بالا که در توزیع فیلم دست دارند، مدتی است که هتلها و شرکت‌های هواپیمایی نیز به پخش فیلم پرداخته‌اند. اهمیت تجارتي این سازمانها برای شرکت‌های توزیع فیلم آنقدر زیاد است که قسمتهایی از بعضی از فیلمهای سینمایی را برای نمایش در هواپیماها به طور ویژه ویرایش می‌کنند تا مبدا موجب هراس و یا ناراحتی مسافرها شود. مثلاً برای نشان دادن فیلم *رابطه فرانسوی*^۵ حرفهای رکیک بازیگران را در جاهایی که امکان داشت، به غروند و سروصدای طبیعی سر صحنه تبدیل کردند یا، به علت درگیری با دولت یونان، از نشان دادن فیلم «Z» خودداری کردند (۱۹). واضح است فیلمهایی مورد علاقه هتلها و شرکت‌های هواپیمایی هستند که داستانی و سرگرم کننده باشند.

۵. سازمانهای بین‌المللی و فستیوالها: سازمانهای بین‌المللی مانند یونسکو و فستیوالهای متعدد سینمایی نیز در توزیع و به نمایش گذاردن فیلمها دست دارند. یونسکو بیشتر به توزیع فیلمهای آموزشی و مستند می‌پردازد. هم اکنون نیز دهها فستیوال به کار بررسی و توزیع انواع فیلمها اشتغال دارند. تعداد این فستیوالها آنقدر زیاد است که برای هر نوع فیلم حداقل يك یا چند فستیوال مهم وجود دارد. به عده‌ای از آنها در زیر اشاره می‌شود:

-
1. Cable Television 2. Manhattan Cable TV 3. Al Goldstein 4. *Midnight Blue*
5. *The French Connection*

فیلمهای کوتاه و آموزشی: فستیوال فیلم امریکایی؛
 فیلمهای مربوط به کودکان: فستیوال فیلم نوجوانان و کودکان تهران؛
 فیلمهای سینمایی: فستیوال کان، برلین، تهران و لوس آنجلس؛
 فیلمهای مستند و کوتاه: فستیوال کراکو، لایزیگ؛
 فیلمهای تجربی: فستیوال یکدفعه هم ادینبرو؛
 فیلمهای زنده نمایی: فستیوال بین‌المللی فیلمهای زنده نمایی نیویورک؛
 فیلمهای ورزشی: فستیوال فیلمهای ورزشی اوپرهاوزن.^۲
 بسیاری از این فستیوالها علاوه بر برنامه‌های ذکر شده، برنامه‌های جنبی دیگری نیز دارند که انواع دیگر فیلم را نیز از آن طریق به نمایش می‌گذارند (۲۰).

۶. جدیدترین شیوه توزیع فیلم، استفاده از کاست تلویزیونی^۴ و توزیع آن بین دارندگان دستگاه نمایش کاست تلویزیونی^۵ است. با پایین آمدن قیمت دستگاههای ضبط و نمایش تصویر، همه روزه امکان خریداری این وسیله‌ها برای مردم عادی بیشتر می‌شود و به همین ترتیب نیز علاقه توزیع کننده‌های فیلم به انتقال فیلمها بر روی نوار کاست افزایش می‌یابد. بدین ترتیب، در آینده خرید و استفاده از کاست تصویر و مخصوصاً صفحه تصویر^۶ آسانی و ارزانی کتاب خواهد بود و انواع و اقسام موضوعها را نیز در بر خواهد گرفت.

چون هدف فیلمهای مستند نشان دادن و بررسی واقعیت است و واقعیت نیز مشتری زیادی ندارد، در نتیجه تعداد تماشاگران فیلمهای مستند همیشه خیلی کمتر از تعداد تماشاگران فیلمهای داستانی است. به همین جهت نیز، سینماهایی که فیلمهای داستانی را نشان می‌دهند از ارائه فیلمهای مستند سرباز می‌زنند. در سطح جهانی نیز فیلمهای مستند به واسطه موضوع، برداشت و دیدی که از واقعیت دارند، از توزیع جمعی و جهانی فیلمهای داستانی برخوردار نیستند و فقط گاهگاهی در تلویزیون، یا در سینماهای ویژه به نمایش در می‌آیند. تلویزیون کابلی، کاست و صفحه تصویر در آینده در توزیع فیلمهای مستند نقش مهمی خواهند داشت.

ج) رابطه اعضای گروه تولید

در نحوه تولید و همکاریهای اعضای گروه تولید، نیز تفاوتی بین سینمای مستند و سینمای داستانی وجود دارد. بسیاری از اوقات فیلم مستند با همکاری بسیار نزدیک و شدید اعضای یک گروه کوچک تولید می‌شود. این گروه کوچک نه به خاطر به دست آوردن پول و مقام و جاه بیشتر یا مقررات اتحادیه‌ای، بلکه به خاطر عقاید و آرمانهای مشترک به هم پیوسته‌اند و با هم همکاری

1. Cracow 2. Edinburgh 3. Oberhausen 4. Video Cassette 5. Video Cassette Player

6. Video Disk

می‌کنند. در اینجا رابطه اعضای گروه با یکدیگر از خود کامگی کارگردان، حسابگرها و دیوانسالاری استودیوها و شرکتهای فیلمبرداری نسبتاً بدور است. بسیاری از اوقات، نوع موضوع و دید کارگردان ایجاب می‌کند که فیلمهای مستند توسط يك یا دو نفر به وجود آیند. باید گفت وسیله‌های قابل حمل فیلمبرداری نیز این امکان را می‌دهند که فیلم شخصی باشد.

بخش دوم

پایه‌های اقتصادی فیلم مستند

مقدمه

سینما قبل از اینکه پدیده‌ای اجتماعی، ارتباطی و هنری باشد، پدیده‌ای است فنی و اقتصادی. بسیاری از دست اندرکاران و منتقدان سینما نیز به جای «هنر» از آن به عنوان «صنعت» نام می‌برند. وقتی از این دیدگاه به سینما بنگریم، متوجه می‌شویم که این صنعت سه مرحله اساسی تهیه^۱ و تولید^۲، توزیع^۳ و نمایش^۴ را طی می‌کند. سینمای مستند گرچه به اندازه سینمای داستانی «تجارتی» نیست، اما حقیقت این است که سینمای مستند نیز گرفتار معادلات اقتصادی است و مثل سینمای داستانی باید مراحل سه گانه تهیه و تولید، توزیع و نمایش را بگذراند.

برای روشن شدن جنبه‌های مختلف اقتصاد فیلم - چه داستانی و چه مستند به طور نمونه و به اختصار سینمای امریکا را مورد بررسی قرار می‌دهیم. لازم به یادآوری است که آنچه در اینجا در مورد سینمای امریکا گفته می‌شود، در مورد سینمای اغلب کشورهای صنعتی جهان آزاد نیز کمابیش صدق می‌کند.

تولید هر فیلم به وجود عوامل سرمایه، فکر و فیلمنامه، نیروی انسانی (تهیه کننده، کارگردان، بازیگر، کارکنان فنی و غیره)، وسیله و بالأخره سازمان و مقررات تولید بستگی دارد. در فیلم داستانی، چون هدف سرگرم کردن تماشاگر و در نتیجه به دست آوردن سود بیشتر است، سرمایه و سازمان تولید در آن نقش اساسی دارند.

در ابتدای شروع سینما، برای ساختن فیلم نیاز به سرمایه گزافی نبود. هزینه تولید فیلم برای موضوعهای دو حلقه‌ای [طول نمایش ۲۰ دقیقه] در سال ۱۹۱۲ پانصد تا هزار دلار و برای

موضوعهای ۵ حلقه‌ای [طول نمایش ۵۰ دقیقه] در سال ۱۹۱۵ دوازده هزار تا بیست هزار دلار بود (۱). در اثر استقبال مردم از فیلم و گسترش سریع سینما، سرمایه لازم برای تولید فیلمها نیز سرعت افزایش یافت. به طوری که هزینه فیلم در امریکا در سال ۱۹۲۱ از هشتاد و شش میلیون دلار گذشت. این رقم در سال ۱۹۲۹ به ۱۸۴,۰۰۰,۰۰۰، در سال ۱۹۳۹ به ۲۱۵,۰۰۰,۰۰۰ و سرانجام در سال ۱۹۷۰ به ۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰ دلار رسید.

سرمایه لازم برای ساختن يك فیلم به نحوی خاص به عوامل چند گانه تولید اختصاص می‌یابد. در جدول شماره ۱ تقسیم بندی بودجه‌ای فیلمهای داستانی به عوامل چند گانه تولید نشان داده شده است (۲).

جدول ۱. تقسیم بندی بودجه‌ای فیلمهای داستانی

ردیف	هزینه فعالیتهای تولیدی	درصد کل بودجه فیلم
۱	فکر و فیلمنامه	۵
۲	تهیه و تولید	۵
۳	دکور و دیگر اثاثیه و اشیاء صحنه	۳۵
۴	بازیگرها	۲۰
۵	هزینه ثابت (بالا سری)	۲۰
۶	مالیات بر درآمد	۵
۷	درآمد خالص (پس از مالیات)	۱۰

شرکتها (استودیوها)ی فیلمبرداری معتقدند که اگر درآمد فیلمی کمتر از ۲/۵ برابر سرمایه تولید آن فیلم باشد، از نظر اقتصادی به صرفه نیست (۳). بانگاهی به درآمد پر فروشترین فیلمها، زیاد بودن درآمد و در نتیجه میزان سرمایه گذاری برای آنها مشخص می‌شود. جدول شماره ۲ مربوط به درآمد پرفروشترین ده فیلم در امریکا و کانادا تا اول سال ۱۹۷۶ است (۴).

اگر از درآمد يك يك فیلمها بگذریم و به درآمد کلی سینماها نگاه کنیم باز به همان نتیجه زیاد بودن درآمد کار فیلمسازی می‌رسیم. طبق آخرین آمار منتشر شده، در امریکا، در سال ۱۹۷۳، دریافتی حدود ۱۰,۰۰۰ سینمای معمولی و ۵,۰۰۰ سینمای ماشین رو موجود، بالغ بر ۲۹۲,۰۰۰,۰۰۰ دلار بوده است (۵).

قسمت اعظم سرمایه گذاری سینمای داستانی امریکا به چند شرکت تولید و توزیع فیلم اختصاص دارد، مثل شرکتهای «ام. جی. ام»، «برادران وارنر»، «فاکس قرن بیستم»،

جدول ۲. درآمد پرفروشترین ده فیلم امریکا و کانادا تا اول سال ۱۹۷۶

درآمد به دلار	نام فیلم	ردیف
۱۰۲,۶۵۰,۰۰۰	آرواره‌ها ^۱	۱
۸۵,۷۴۷,۱۸۴	پدر خوانده ^۲	۲
۷۸,۴۰۰,۰۰۰	اشکها و لبخندها ^۳	۳
۷۴,۲۳۶,۰۰۰	بر باد رفته ^۴	۴
۷۲,۱۰۰,۰۰۰	نیش ^۵	۵
۷۱,۷۱۵,۰۰۰	جن زده ^۶	۷
۵۵,۰۰۰,۰۰۰	آسمان‌خراش جهنمی ^۷	۷
۵۰,۰۰۰,۰۰۰	داستان عشق ^۸	۸
۴۹,۹۷۸,۰۰۰	گراجویت (فارغ‌التحصیل) ^۹	۹
۴۶,۲۳۲,۰۰۰	دکتر ژواگو ^{۱۰}	۱۰

«کلمبیایکچرز»، «آر. ک. او»، «پارامونت»^{۱۱} و «یونیورسال»^{۱۲}

مطلب مهمی که باید یادآور شد، این است که خود این شرکت‌های سینمایی نیز متعلق به شرکت‌های عظیم دیگری هستند. تولید فیلم‌های پرخرج و کم درآمد در دهه ۱۹۶۰ شرکت‌های سینمایی بزرگ را تقریباً به زانو در آورد و موجب شد که دیگر کمتر شرکت‌ها به تولید این گونه فیلم‌ها دست بزنند. هزینه تولید فیلم کلتوپاترا (۱۹۶۳) ۴۱ میلیون دلار و درآمد آن رقمی بسیار کمتر بود. ضعف مالی شرکت‌های سینمایی در این دوره به حدی رسید که بسیاری از آنها توسط شرکت‌های عظیم‌تر چند ملیتی که فعالیت عمده پاره‌ای از آنها اصلاً در زمینه‌های سینمایی و تلویزیونی نیست، خریداری شدند. مثلاً در حال حاضر شرکت سینمایی «پارامونت»، متعلق به شرکت «گلف و وسترن»^{۱۳} و یونیورسال متعلق به «ام. سی. ا.»^{۱۴} و یونایتد آرتیست متعلق به شرکت

1. Jaws 2. The Godfather 3. The Sound of Music 4. Gone with the Wind

5. The Sting 6. The Exorcist 7. Towering Inferno 8. Love Story

9. The Graduate 10. Doctor Zivago 11. Columbia Pictures

12. Radio- Keith- Orpheum (RKO) 13. Paramount 14. Universal 15. Gulf and Western

16. Music Corporation of America (MCA)

«ترانس امریکا» هستند (۶). و بالأخره «برادران وارنر» به «شرکت خدمات ملی کینی» و «ام. جی. ام.» به «شرکت سرمایه‌گذاری تراسیندا»^۱ تعلق دارد (۷).
در حقیقت قدرت سرمایه‌گذاری شرکت‌های سینمایی با پیوستن به شرکت‌های صنعتی و تجاری مادر، بشدت افزایش یافته است، به طوری که این شرکتها اکنون می‌توانند به تولید فیلم‌های پر هزینه بپردازند.

سرمایه‌گذاری و درآمد سینما و حیثیت و اعتبار فیلمسازی همیشه در مرتبه بالایی نبوده، بلکه سینما بتدریج به وضعیت امروزی خود رسیده است. چون سینما يك وسیله سرگرمی عمومی است و همه طبقات اجتماع از آن استفاده می‌کنند، از بدو تولد به عنوان يك تجارت پرسود و رونق مورد توجه سرمایه‌داران قرار گرفت، و از همان ابتدا شرکت‌های سینمایی برای جلب توجه بیشتر مردم، به فکر بهبود مکان نمایش و جلای فیلم افتادند. تاریخ سینما این موضوع را بخوبی نشان می‌دهد.
از سال‌های قبل از جنگ جهانی اول، بسیاری از سینماها کم‌کم از حالت محل‌های کوچک و بی‌اهمیت با صندلی‌های ناراحت، به صورت سالن‌های راحت و مجلل درآمدند: «به طوری که سینما استراند، با طلاکاریها و مرمرها و قالب‌های ضخیم و چلچراغ‌های بلورین و پرده‌های اصیل نقاشی که به دیوارش آویزان بود، با صندلی‌ها و نیمکت‌های راحت و مجلل و هیئت نوازندگان ۳۰ نفری برای فیلم‌های طویل و ارگ بزرگی برای فیلم‌های کوتاه، شکوه و جلال تازه‌ای به تماشاگران سینما عرضه کرد...» (۸) به موازات مجلل شدن مکان‌های نمایش فیلم، شرکتها سعی کردند این شکوه و جلال را در محتوای فیلمها نیز وارد کنند. جنگ جهانی اول و درد و رنج منتج از آن نیز موجب شد که زندگی پرزرق و برق و عشق‌ها و رؤیاهای ستاره‌های سینما مورد توجه تماشاگران جنگ‌زده قرار گیرد. استودیوهای سینمایی از این فرصت استفاده کردند و به قول آرتورنایت از سال ۱۹۱۵ تا ۱۹۲۰ تهیه و فروش خنده و عشق بازی و رؤیا را به صورت يك صنعت بزرگ درآوردند.

به طور کلی بررسیهایی که در امریکا شده است نشان می‌دهد که در زمانهایی که جامعه با بحران‌های اجتماعی و اقتصادی یا روحی رو در رو است، علاقه به سرگرمی و سینما رفتن بالا می‌رود. برای مثال در دوران بحران اقتصادی امریکا در سالهای ۱۹۷۴-۱۹۷۵ تعداد تماشاگران بسرعت بالا رفت، به طوری که به رکورد تعداد تماشاگران سال‌های قبل از پیدایش تلویزیون نزدیک شد. این موضوع موجب شد که میزان سرمایه‌گذاری برای تهیه فیلم از طرف شرکت‌های سینمایی و شرکت‌های مادر بالا رود. در این سال تعداد ۲۰ فیلم داستانی (دو برابر تعداد فیلم سال‌های ۱۹۷۳-۱۹۷۴) (۹)، که سرمایه هر کدام به طور میانگین بیش از ۳/۵ میلیون دلار بود تهیه شد. و جالب توجه این است که با بهتر شدن نسبی وضع اقتصادی امریکا، از اوایل سال ۱۹۷۶ مراجعان

1. Transamerican Corporation 2. Kinney National Service
3. Tracinda Investment Company

سینماها ده درصد کم شدند ولی، در همین مدت، درآمد فیلمهای پرخرج همچنان افزایش یافت. مثلاً هزینه ساختن پدرخوانده (محصول پارامونت) شش میلیون دلار بود ولی درآمد آن تا اواسط سال ۱۹۷۶ به ۱۴۵ میلیون دلار رسید؛ و همین طور نیز درآمد فیلم آرواره‌ها (محصول ۱۹۷۵ یونیورسال) با هزینه تولید ۹ میلیون دلار در اولین دور نمایش بین‌المللی خود رقمی در حدود ۱۸۰ میلیون دلار تخمین زده شد. یا درآمد فیلم مردان ریاست‌جمهوری (محصول ۱۹۷۶ برادران وارنر) با هزینه تولید شش میلیون دلار در اولین شش هفته نمایشش در آمریکا و کانادا ۱۴ میلیون دلار بیشتر از درآمد پدرخوانده در همین مدت بوده است (۱۰). گاهی نیز تولید فیلمهای پرخرج در همین سالها با شکست رو به رو شده است. مثل فیلم خانم خوشبخت (محصول ۱۹۷۴ فاکس قرن بیستم). با وجود این شرکتهای سینمایی به تولید این گونه فیلمها ادامه می‌دهند. مثلاً جن زده^۵ که سرمایه تولید آن را برادران وارنر می‌پردازند، رقمی در حدود ده میلیون دلار برآورد شده است یا سرمایه فیلمهای روزی که جهان پایان یافت^۶ یا انبوه حشرات^۷ که به توسط همین استودیو سرمایه‌گذاری می‌شود، هر کدام به دوازده میلیون دلار می‌رسد. بودجه اولیه فیلم کینگ کونگ^۸ که توسط پارامونت در سال ۱۹۷۷ ساخته شده، در حدود ۲۴ میلیون دلار بود (۱۱). یونایتد آرטיست در سال ۱۹۷۷ دو فیلم پرخرج تهیه کرد که بودجه هر کدام حداقل ۳۰ میلیون دلار بوده است. این فیلمها عبارتند از: يك پل اضافه^۹ و آخرالزمان رسیده است^{۱۰} (به کارگردانی فرانسیس فورد کوپولا).

شرکتها و استودیوهای سینمایی بزرگ در طول عمر این صنعت برای مطمئن شدن از گردش سریع سرمایه و سود حاصل از آن از راههای مختلفی استفاده کردند. در سالهای بعد از جنگ جهانی اول، شرکتهای سینمایی در توزیع و نمایش وارد شدند. برای این کار به خرید محللهای مناسب از جمله تماشاخانه‌های مهم شهرهای بزرگ پرداختند. در اینجا باید یادآور شد که این قضیه جنبه دیگری نیز پیدا کرد: استقبال از خرید تماشاخانه‌ها توسط شرکتهای پاره‌ای از سینماداران را به فکر تولید فیلم انداخت. مثلاً در سال ۱۹۲۰ یکی از صاحبان سینماها به نام مارکوس لو^۸ برای اینکه سینماهای زنجیره‌ایش بدون فیلم نمانند، تصمیم به خرید يك استودیوی فیلمبرداری گرفت. نام این استودیو «مترو» بود که بعدها به صورت شرکت متروگلدوین مایر درآمد. شرکتهای سینمایی، علاوه بر حیطه توزیع فیلم، به راه دیگری که جلب توجه هرچه بیشتر تماشاگر فیلم بود نیز قدم نهادند. هرچه تعداد تماشاگر بیشتر شود، سود سرمایه‌گذار نیز به همان نسبت افزایش می‌یابد. شرکتهای بزرگ سینمایی تصمیم گرفتند که فیلمها را طوری ساخته و پرداخته کنند که مورد پسند تعداد بیشتری از تماشاگران واقع شود. یکی از شگردهایشان برای این کار، قالبی کردن موضوعها و شخصیتهای فیلمها بود. این مسئله در فیلمهای داستانی تلویزیونی به

1. *All the President's Men* 2. *Lucky Lady* 3. *The Day the World Ended* 4. *The Swarm*
5. *King Kong* 6. *A Bridge Too Far* 7. *Apocalypse Now* 8. *Marcus Lowe*

نحو بازی به چشم می‌خورد. بررسیهای مختلف نشان داده‌اند که $\frac{3}{4}$ - آدماهای اصلی پربیننده‌ترین فیلمهای تلویزیونی امریکا مرد هستند (۱۲). آنها شخصیتی قوی، پویا و مغرور دارند و اغلبشان بدون همسر، از طبقه متوسط یا بالا، سفیدپوست و بین سنهای ۲۰ تا ۳۰ سالگی‌اند. زنهایی که در این فیلمها نشان داده می‌شوند، اغلب به عاشق شدن، خیالبافی و امور خانوادگی علاقه مندند و معمولاً ضعیف و رام و عروسک وارند. در دنیای واقعی، شخصیتها پیچیده و انگیزه رفتار و اعمال مردم مبهم و ناآشکار است، در فیلمهای تلویزیونی، برعکس، شخصیتها يك بعدی و مسائل زندگی به طور ساده‌ای دور از حقیقت نشان داده می‌شوند. این گونه فیلمها، آرمانهای معمولی و اعتقادات پذیرفته شده را ارائه می‌کنند و از پرداختن به موضوعها و برداشتهای تازه‌ای که موجب نارضایتی دسته معینی از تماشاگران (گروههای مذهبی، سیاسی، شغلی، سنی و جنسی) و شرکتهای آگهی دهنده به تلویزیون شود، می‌پرهیزند.

مجموعه‌های فیلمهای تلویزیونی بونانزا، دود اسلحه، چاپارل، کلاس ۲۲۲ از این دسته فیلمها هستند. موضوعها و شخصیتهای این فیلمها آنقدر قالبی و باسمة‌ای‌اند که چند سال پیش گروهی در دانشگاه ام. آی. تی،^۱ فیلمنامه‌های آزمایشی متعددی برای مجموعه بونانزا با کمک کامپیوتر تهیه کردند. کامپیوتر باسانی می‌تواند شخصیتها، موضوعها، مکانها و رویدادهای باسمة‌ای این نوع برنامه‌ها را با هم تطبیق دهد و فیلمنامه‌های تازه‌ای ارائه کند.

گاهگاهی، فیلمی با موضوع و شخصیت یا شخصیتهای تازه‌ای ارائه می‌شود. اگر این فیلم با استقبال تماشاگران مواجه شود - این مطلبی است که از درآمد گیشه‌ها معلوم می‌شود - آن وقت این نوع موضوع و شخصیت یا شخصیتها یکبارہ مد می‌شود و فیلمهای متعددی به تاسی از فیلم موفق در همان روال ساخته می‌شوند. به این ترتیب، موضوع و شخصیت تازه دیروز به موضوع و شخصیت باسمة‌ای امروز تبدیل می‌شوند (۱۳).

علاوه بر باسمة‌ای کردن فیلمها، پاره‌ای از شرکتهای، قبل از سرمایه‌گذاری روی فیلم، می‌خواهند تا اندازه زیادی از تأثیر فیلم و میزان مقبولیتش در نزد عامه آگاه شوند. آنها، برای سنجش نظرها و انتظار تماشاگران نسبت به فیلم، از روشهای آماری مختلفی استفاده می‌کنند. شرکتهایی مانند «سان کلاسیک پیکچرز»، «پاسیفیک اینترنشنال انترپرایزیز»^۲ و «امریکن نیشنال انترپرایزیز»^۳، روش «اطمینان یافتن از واکنش تماشاگر را نسبت به فیلم» به صورت يك روش علمی در آورده‌اند. این شرکتهای پیش از تهیه، تولید و توزیع فیلم، با استفاده از سیستمها و برنامه‌های کامپیوتری خاصی، به ارزیابی بازار فیلم می‌پردازند تا معین کنند چه نوع فیلم با چه نوع داستان و چه نوع شخصیتهایی فروش بیشتری دارند. پس از تعیین مناسبترین فیلم برای

1. Bonanza 2. Gun Smoke 3. High Chapparal 4. Room 222

5. Massachusetts Institute of Technology (MIT) 6. Sun Classic Pictures

7. Pacific International Enterprises 8. American National Enterprises

مناسبترین گروه از تماشاگران، فیلم تولید می شود و در يك سالن نمایش خاص در هالیوود به اسم پریویوهاوس^۱ به نمایش در می آید. در این سالن، تماشاگران با چرخاندن پیچ خاصی واکنشهای مثبت و منفی خود را نسبت به صحنه های مختلف فیلم و آگهیهای سینمایی مربوط به آن نشان می دهند. برای اطمینان بیشتر با تماشاگران مصاحبه هایی نیز انجام می شود. پس از این مرحله، آگهیهای سینمایی فیلم و خود فیلم در يك محله که شامل تماشاگران مورد نظر فیلم است برای آزمایش به نمایش در می آید و واکنشهای این تماشاگران نسبت به فیلم ارزیابی می شود. در پایان این فرایند است که، به قول یکی از نمایندگان شرکت سان کلاسیک بیکچرز، می توان سود نهایی فیلم را حتی تا آخرین ۵۰ دلار آن، تخمین زد (۱۴).

به این ترتیب، شرکتها مراقب سود و زیان خود هستند - سود و زیانی که همراه با استثمار است. در این معرکه سوداگری اغلب تماشاگر است که سرش بی کلاه می ماند، و در پاره ای از وقتها هم بازیگر فیلم، که بازی را می بازد. گردانندگان سینمای تجارتي در پاسخ اینکه چرا فیلمهایشان از نظر موضوع محدودند، می گویند: ما هر چه را که مردم دوست دارند و می خواهند تحویلشان می دهیم و صحت مدعا هم استقبال آنها از فیلمهاست. اما آیا استقبال مردم از فیلمها الزاماً می تواند دلیل علاقه واقعی آنها باشد؟ یا اینکه نشان دهنده نظام و سیاست ایجاد کمبود مصنوعی از جانب شرکتهاست؟ تماشاگر نیازمند سرگرمی مجبور است يك یا چند فیلم از فهرست فیلمهای موجود را انتخاب کند و در نتیجه موجب بالا رفتن درآمد آن فیلمها می شود. از طرفی علاقه تماشاگر تحت تأثیر شدید تبلیغات مطبوعاتی، رادیویی، تلویزیونی و سینمایی شرکتها تولید و توزیع فیلم است. وقتی فیلم *گلوی عمیق*^۲ (۱۹۷۳) که يك فیلم سطحی و مبتذل جنسی است، در نیویورک توزیع شد، فیلم *آخرین تانگو در پاریس*^۳ (۱۹۷۳) نیز بر پرده بود. این دو فیلم از نظر سبک کار، دید سینمایی، و شناخت اجتماعی بسیار متفاوتند. اما در یکی از روزنامه های پر انتشار نیویورک، منتقدی این دو فیلم را با هم مقایسه کرده بود. پس از این مقایسه که یا به عمد یا به سهو انجام گرفته بود، هرجا صحبت از *آخرین تانگو* به میان می آمد از *گلوی عمیق* نیز یاد می شد. و چون فیلم *آخرین تانگو* محبوبیت و معروفیت خاصی به دست آورده بود، *گلوی عمیق* نیز از این شهرت استفاده کرد و به صورت فیلمی بسیار معروف درآمد، به طوری که بر خلاف اغلب این نوع فیلمهای جنسی، برای صاحبش میلیونها دلار به ارمغان آورد. جالب توجه اینجاست که بازیگران این نوع فیلمهای جنسی عموماً دستمزد ناچیزی دریافت می کنند و حق دیگری نیز برای دریافت مبلغ بیشتر، پس از توزیع، ندارند، مثلاً درآمد فیلم *معروف شیطان و خانم جونز*^۴ (۱۹۷۳) در همان سال بالغ بر ده میلیون دلار شد، در حالی که هنریشه اصلی آن خانم جورجینا اسپلین^۵ برای بازیگری در این فیلم فقط مبلغ ۵۰۰ دلار اجرت دریافت کرده بود

1. Preview House 2. Deep Throat 3. Last Tango in Paris

4. The Devil and Mrs. Jones 5. Georgina Spellvin

(۱۵). و در آمد دیگری از این فیلم جز شهرت نام خود به دست نیاورد - و این یعنی همان است شمار بازیگر.

مسئله دیگر اینکه سینمای تجارتي و داستاني، مانند اغلب نهادهای دیگر تجارتي، به طور مستقیم یا غیر مستقیم در حفظ نظام موجود و تحکیم فرهنگ مرسوم سهم بسزایی دارد. به این دلیل کمتر فیلمی داستانی دیده می‌شود که موضوعات تلخی مانند فقر، بیکاری، تفاوت‌های دایم‌التزاید بین داراها و ندارها، مشکلات ماشینی شدن، مسکن، تغذیه، اختلافات نژادی و مذهبی، ازدیاد جمعیت، آلودگی محیط، رابطه کشورهای جهان سوم با جهان صنعتی را به طور دقیق مطرح کند و بخواهد که علل اساسی آنها را بجوید یا راه حلی ارائه دهد. سینمای داستانی اگر چنین موضوعاتی را به بحث بگذارد، می‌باید بسیاری از نهادهای اجتماعی و دولتی را نیز مورد بحث و مذاقه قرار دهد و در نتیجه از همکاری و حمایت گردانندگان نظام موجود بی بهره خواهد ماند. به این ترتیب، می‌بینیم که با وارد شدن استودیوها به حیطه تولید، توزیع و نمایش فیلم و باسماهی شدن فیلمها، سینما کم کم به صورت يك صنعت عظیم درآمد. برای اداره این صنعت - که هر سال در آن میلیونها دلار سرمایه گذاری و تعداد زیادی فیلم تولید می‌شد - يك سازمان صنعتی کاراً مورد نیاز بود. به همین جهت نیز استودیوهای بزرگ سینمایی بزودی به صورت «کارخانه»هایی در آمدند که «محصول»شان فیلم بود. رفته رفته نام «کارخانه رؤیاسازی» به عنوان مرکز صنعت سینما روی هالیوود نهاده شد. طبیعی است که فیلمهایی که توسط این استودیوها تهیه، تولید، توزیع و نمایش داده می‌شدند کمتر مهر شخصیت کارگردانها را برخوردار داشتند، بلکه بیشتر تحت تأثیر و کنترل مقررات، معیارها، حس زیبایی شناسی و انگیزه بازاریابی استودیوها بودند.

هدف این استودیوها، مانند هر سازمان و یا کارخانه تولیدی دیگر، ایجاد سود بیشتر بود و برای کارایی افزونتر در آنها تقسیم کار به عمل آمد به طوری که يك استودیو از تعدادی بخشهای متفاوت تشکیل می‌شد، مانند بخشهای نویسنده‌ها، بازیگرها، فیلمبردارها، صدا بردارها، وسایل، اثاثیه. فعالیتهای این بخشها و افراد مربوط به آنها در طی سال توسط مدیران استودیو تنظیم می‌شد. بسیاری از کارگردانهایی که در این کارخانه‌های رؤیاسازی کار می‌کردند مانند دیگر کارمندان و کارکنان به استخدام این استودیوها در می‌آمدند و فیلمنامه‌هایی را که دریافت می‌کردند، مانند يك تکنیسین ماشین زده با سعی و دقت ولی بدون انگیزه و شور به اتمام می‌رساندند و فیلم برداشته شده را برای ویرایش تحویل بخش ویرایش فیلم می‌دادند (۱۶). تقسیم کار و کنترل شدید استودیوها خود در سرعت کار و ادامه تولید و توزیع فیلمهایی که موضوعها و شخصیتهای قالبی و باسماهی داشتند، تأثیر زیادی گذارد.

ولی اوضاع نتوانست مدتی طولانی به این منوال ادامه پیدا کند. از اواسط دهه ۱۹۴۰ به بعد کارخانه‌های فیلمسازی هالیوود با واقعیتهای جدید اقتصادی و سیاسی روبرو شدند که بتدریج در ماهیت و روش کارشان تغییرات بسیار زیادی به وجود آورد. یکی از مهمترین واقعیتهای این بود

که در دهه‌های ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰ دادگاه‌های امریکا به انحصارگرایی شرکتها و استودیوهای سینمایی بزرگ پایان دادند، بدین ترتیب که تولید فیلم را از توزیع آن جدا کردند. این امر موجب شد که صاحبان سینما دیگر، مانند پیش، مجبور به نمایش دادن هر نوع فیلمی که شرکتها و استودیوهای بزرگ به طور یکجا به آنها می‌دادند نبودند و می‌توانستند در نشان دادن فیلمها سلیقه و اختیار خود را اعمال کنند. از سوی دیگر، چون توزیع کنندگان دیگر صاحب سینما نبودند، هیچ‌گونه اجباری در تولید تعداد زیادی فیلم احساس نمی‌کردند. بدین ترتیب، برنامه تولید فیلمها از ۵۰ فیلم در سال به ۱۵ تا ۲۰ فیلم در سال تقلیل پیدا کرد و نظام کارخانه‌ای و سرعت دیوانه‌وار تولید نیز به همین نسبت ضعیف شد. برای مثال، شرکتها و استودیوهای فیلمسازی امریکا در سال ۱۹۵۱ تعداد ۳۹۱ فیلم داستانی بلند تولید کردند، در حالی که این رقم در سال ۱۹۶۰ به ۱۵۴ فیلم تقلیل یافت (۱۷).

واقعیت دیگر، گسترش فیلمسازی توسط شبکه‌های تلویزیونی بود که با شروع بخش سرتاسری در ۱۹۵۱ به صورت رقیب بزرگ استودیوهای فیلمسازی درآمد. در واقع کارخانه‌های فیلمسازی که توسط استودیوها برای فیلمهای داستانی سینمایی به وجود آمده بودند، بتدریج به سازمانهای تلویزیونی منتقل شدند و تلویزیون صاحب کارخانه رؤیاسازی دهه‌های ۶۰ و ۷۰ شد. کم شدن تولید فیلمها، می‌بایست به استودیوها این اجازه را می‌داد که فرصت زیادتری صرف تعداد کمتری فیلم کنند و، در نتیجه شانس زیادتری برای تولید فیلمهای بهتر داشته باشند. اما، چون هدف اصلی افزایش درآمد هرچه بیشتر است، هالیوود نتوانسته است از این فرصت خوب نیز به طرز مناسبی استفاده کند و کیفیت فیلمها و نوع برداشت از موضوع و شخصیتها را به طرز چشمگیری بالا برد. در واقع تولید کمتر، تهیه کنندگان هالیوود را به سوی تولید فیلمهای مجلتر و پرخرجتر سوق داده است (۱۸).

تغییر قوانین و رقابت تلویزیون و عوامل دیگر موجب شده‌اند که استودیوهای سینمایی بزرگ بتدریج دست از تولید وسیع فیلمها بردارند و به صورت منابع سرمایه‌گذاری برای تهیه کنندگان (۱۹) مستقل درآیند و تجهیزات لازم را برای تولید فیلم در اختیار آنها قرار دهند.

علاوه بر سرمایه‌گذاری، نقش عمده دیگر شرکتهای سینمایی در حال حاضر توزیع وسیع و جهانی فیلم است ولی درست در همین جاست که شرکتهای توزیع کننده با تهیه کنندگان مستقل اصطکاک پیدا می‌کنند. چون توزیع کننده فقط توزیع آن دسته فیلمهایی را قبول می‌کند که تقریباً مطمئن باشد که تماشاگر از آنها استقبال خواهد کرد. ولی آنچه توزیع کننده به عنوان فیلم موفق در نظر دارد ممکن است با آنچه مورد نظر تهیه کننده است تفاوت بسیار داشته باشد. به این ترتیب، با وجود اینکه توزیع کننده در تولید فیلم دست ندارد، کنترل و تأثیر وی روی محتوی و برداشت فیلمها ادامه می‌یابد. در عین حال، چون تهیه کننده در انتخاب محتوا و نوع موضوع و برداشت از شخصیتها، به آزادی نسبی رسیده است، می‌خواهد از نیروی خلاقه خود استفاده کند و از موضوعهای تکراری و باسمة‌ای پرهیزد، ولی وابستگی وی به سرمایه‌گذار و توزیع کننده،

محدودیتها و مشکلات فراوانی را در سر راهش به وجود می‌آورد. این مشکلات عبارتند از: (۱) موضوعات تازه و جالبی را انتخاب کند؛ (۲) این موضوعات موجب ضرر و زیان سرمایه‌گذار و توزیع‌کننده نشوند؛ (۳) برداشت کارگردان از این موضوعات طوری باشد که فیلم گرفتار سانسور نشود.

جوزف کنراد^۱، نویسنده معروف انگلیسی، نصیحتی برای نویسندگان رمان و داستان دارد که به کار تهیه‌کنندگانی که در راه اتخاذ تصمیم برای تهیه فیلم مردد، و از هر طرف آماج نیروها و فشارهای مختلف هستند نیز می‌آید، او چنین می‌گوید:

«اگر وجدان نویسنده‌ای پاک و راحت باشد، پاسخ وی به آنهایی که خود را در کمال عقل می‌دانند و در جستجوی سود آنی یا به دنبال تهذیب اخلاق، پند و اندرز و سرگرمی هستند و می‌خواهند در يك چشم برهم زدن ترغیب و اصلاح شوند یا با ترس و افسون آشنا گردند، باید این طور باشد: «کار من این است که سعی کنم با نوشتن کلمات شما را به شنیدن وادارم و در شما احساس به وجود آورم و از همه مهمتر شما را وادار به دیدن و فهمیدن کنم» (۲۰) همین و بس. این مهمترین وظیفه نویسنده است؛ و اگر من در این کار موفق شوم، شما به میزان شایستگی خود دچار حس تشویش، ترس، افسون، همدردی و هر چیز دیگری که خواستارش هستید خواهید شد. شاید هم نظری به واقعیت بیندازید - واقعیتی که فراموش کرده‌اید توجه به آن را جزء خواسته‌های خود عنوان کنید.» (۲۱)

سانسور در صنعت سینمای امریکا دارای معانی متفاوتی است و می‌تواند به انواع محدودیت‌هایی که بر يك فیلم تحمیل می‌شود اطلاق گردد. روش‌های مهمی که برای کنترل و محدود کردن فیلمها در امریکا اعمال می‌شوند، عبارتند از:

۱. رده بندی فیلمها توسط صنعت سینما: صنعت سینما از سال ۱۹۶۸ مقررات ویژه‌ای وضع کرده که هدف از آنها، آگاه کردن و راهنمایی بزرگتران خانواده در انتخاب فیلمهایی است که فرزندانشان می‌بینند. طبق این مقررات فیلمها به چهار دسته تقسیم شده‌اند.

الف) فیلمهای G^۱: تماشای فیلمهایی که با حرف G مشخص شده‌اند برای عموم مناسب است.

ب) فیلمهای PG^۲: تماشای فیلمهایی که با حرفهای PG مشخص شده‌اند، در صورتی مناسبند که بزرگترها قبلاً درباره آنها تحقیق کرده باشند.

پ) فیلمهای 'R': تماشای فیلمهایی که با حرف R مشخص شده اند، دارای محدودیتند. یعنی کسانی که کمتر از ۱۷ سال دارند باید همراه بزرگتران خانواده به دیدن این فیلمها بروند.

ت) فیلمهای 'X': تماشای فیلمهایی که با حرف X مشخص شده اند، به هیچ وجه برای کسانی که از ۱۷ سال کمتر دارند جایز نیست.

سه دسته اول، بیشتر برای آگاه کردن و راهنمایی بزرگتران خانواده است. اما دسته آخر یک نوع محدودیت و سانسور جدی فیلم به شمار می رود و اجرای مقررات آن سروصدا و انتقادات زیادی را باعث شده است. مقصود اصلی گردانندگان سینما از وضع چنین مقرراتی این بود که نشان دهند ضوابط و محدودیتهای خاصی برای کنترل محتوای فیلمها وجود دارند و دیگر احتیاجی به سانسور فیلمها توسط سازمان جداگانه‌ای نیست (۲۲).

با وجود مشکلات و بحثهایی که دسته بندی فیلمها به وجود آورده است، این روش در حال حاضر معمولترین راه کنترل محتوای فیلمها در امریکاست.

۲. سانسور فیلمها قبل از نمایش: این کار مدتها یکی از مؤثرترین راههای کنترل محتوای فیلمها به شمار می رفت. فیلم قبل از نمایش به هیئتی متشکل از اعضای دولت فدرال و یا سازمانهای ایالتی و یا شهری - نشان داده می شد، تا آن هیئت درباره مناسب بودن محتوای آن قضاوت کند. خوشبختانه در اثر تصمیماتی که دیوانعالی امریکا در دهه ۱۹۶۰ گرفته است، کمتر از این روش برای سانسور فیلمهای ساخت امریکا استفاده می شود، اما هنوز در مورد کنترل فیلمهای ساخت خارج از امریکا استفاده از این روش به طور جدی ادامه دارد.

۳. قانون رعایت عفت عمومی در فیلمها: ایالتهای مختلف امریکا هر کدام قوانینی برای جلوگیری از نمایش فیلمهای هرزه و وقیح در ایالت خود وضع کرده اند. سرپیچی از این قوانین جرم محسوب می شود و خاطی قابل تعقیب است. این نوع سانسور بعد از نمایش عمومی فیلم اعمال می شود، به این ترتیب که وقتی فیلمی به نمایش درآمد و احیاناً از نظر رعایت نکردن عفت عمومی سروصدایی ایجاد کرد، مسئولان امر ایالت، با استفاده از قوانین مذکور، نسبت به منع نمایش آن فیلم اقدام می کنند.

تعریف فیلم هرزه و وقیح در تاریخ سینمای امریکا تغییرات زیادی به خود دیده است و تازه ترین تصمیم درباره آن را در سال ۱۹۷۳ دیوانعالی امریکا گرفته است. طبق این تصمیم، هر ایالت و ناحیه ای می تواند تعبیر و برداشت و تعریف خاصی از فیلم هرزه و وقیح داشته باشد که بستگی به نظر قاضی دارد. تأثیر این قانون بسیار وسیع و غیر قابل پیشبینی بود و سؤالات زیادی را پیش آورده است. مثلاً آیا باید برای هر ناحیه و ایالتی نسخه جداگانه ای از یک فیلم تهیه کرد که

منطبق با برداشت آن ناحیه و ایالت از هرزه و وقیح نبودن فیلم باشد؟ نمی توان آگهیهای تبلیغاتی فیلمها را در سطح کشور پخش کرد، یا باید برای هر ناحیه به طور جداگانه آگهی تبلیغاتی فیلم ساخت؟ آیا تهیه کنندگان، توزیع کنندگان، نمایش دهندگان تحت تعقیب قانونی قوانین متفاوت ایالات مختلف و دستور قاضیهای متفاوتند؟ به قول مایکل می بر جواب همه این سؤاها مثبت است (۲۳).

۴. رده بندی فیلمها توسط نهادهای عمومی: در اینجا سازمانهای ایالتی و شهری به جای گردانندگان صنعت سینما فیلمها را از نظر مناسب بودن تماشای آنها برای سنین مختلف دسته بندی می کنند. این کار علاوه بر اشکال متعدد بودن نظر سازمانهای ایالات و شهرهای مختلف، خطر دیگری نیز دارد که عبارت است از سوء استفاده دارندگان مقامات سیاسی و دولتی که کار قضاوت درباره رده بندی فیلمها به آنها واگذار شده، یا کسانی که در پی به دست آوردن این مقامات هستند. مقامات مذکور ممکن است برای اجرای نظرات خود صاحبان سینماها را به دلایل بی اساس مورد اذیت و آزار متوالی قرار دهند. مثلاً ممکن است پلیس به بهانه جستجو و دستگیری ولگردها و فاحشه ها به بازرسی سالن نمایش بپردازد؛ یا اداره آتشنشانی، سینمایی را که تا آن زمان از نظر ایمنی در مقابل آتسسوزی نقصی نداشته است، ناگهان به دلایل ساختگی - مثلاً خراب بودن سیستم سیم کشی - نامناسب تشخیص دهد؛ یا شهرداری برای سینماهایی که فیلمهای نوع X را نمایش می دهند از نظر منطقه بندی شهری اشکالاتی ایجاد کند (۲۴).

۵. کنترل نمایش فیلم توسط پلیس: گاهگاهی پلیس، با استفاده از قدرت قانونی خود، به نوعی سانسور قبل از نمایش فیلم دست می زند؛ یا، با استفاده از قانون رعایت عفت عمومی، نمایش فیلم را محدود می کند. این نوع کنترل معایب زیادی دارد، چون به حدی قوانین مختلف فدرال، ایالتی یا شهری وجود دارند که پلیس می تواند به بهانه هر کدام از آنها نمایش فیلمی را که به عللی با آن مخالف است، دچار اشکال کند.

۶. کنترل غیر مستقیم فیلم توسط نهادهای اجتماعی: نهادهای اجتماعی، مانند گروههای مذهبی یا سیاسی، با دسته بندی کردن فیلمها، انتشار مقاله و پوستره های تبلیغاتی یا تظاهرات خیابانی و حمل پلاکاردها در جلو سینماها نوعی سانسور را در مورد فیلمها اعمال می کنند.

۷. کنترل فرزندان توسط بزرگترها: بزرگترها، با اجازه دادن یا ندادن به فرزندانشان برای تماشای فیلمهای خاص، به نوعی سانسور غیر مستقیم محتوای فیلم دست می زنند.

۸. سانسور فیلم توسط ایستگاههای تلویزیونی: بسیاری از ایستگاههای تلویزیونی امریکا،

علاوه بر رعایت قوانین جزائی کشوری و محلی در مورد فیلمها - از جمله قانون رعایت عفت عمومی یا توهین آمیز نبودن فیلم نسبت به شخص یا نهادهای اجتماعی - ضوابط اختیاری خاصی را نیز که توسط هیئت رادیو و تلویزیون ملی، جهت کنترل محتوای برنامه‌ها و فیلمها تنظیم شده مجری می‌دارند. همچنین، رضایت شرکتی‌هایی که آگهیهای تجاریشان از تلویزیون پخش می‌شود نسبت به محتوای فیلم، مورد نظر ایستگاههای تلویزیونی است. به این ترتیب، بسیاری از فیلمهای سینمایی برای پخش از تلویزیون طوری ویرایش می‌شوند که با ضوابط پخش از تلویزیون مطابقت داشته باشند.

به طور کلی، تا زمانی که هدف صنعت سینما به دست آوردن سود هر چه بیشتر، بدون توجه به طرح و شناخت مسائل اجتماعی و راه حل آنها باشد، سینما جز وسیله‌ای برای تخدیر و استثمار مالی و روانی تماشاگران و بسیاری از بازیگرها و جز وسیله‌ای برای حفظ و بقای وضع موجود نیست.

سینمای مستند نیز کمابیش دچار همان حسابها و ضوابط و فشارهایی است که گریبانگیر سینمای داستانی است. متأسفانه در طول تاریخ سینما، وضع اقتصادی فیلم مستند چندان تغییر نکرده است. سینمای مستند، سینمایی جدی است، هدفش تنها سرگرمی نیست، بلکه بررسی موضوعات اجتماعی و مسائل مربوط به آنهاست. بدیهی است که فیلم این گونه سینما مشتری چندان ندارد. درآمد فیلم مستند از فروش بلیت، معمولاً از هزینه تولید و توزیعش کمتر است. نظام تولید و توزیع مستقر نیز، چه از نظر مالی و چه از نظر آرمانی، برای حمایت از فیلم مستند علاقه زیادی نشان نمی‌دهد. فیلمهای مستند در سینماهای کشورهای امریکایی و اروپایی به عنوان فیلم اصلی نمایش داده نمی‌شوند. محل نمایش آنها بیشتر در دانشگاهها، مدارس، فیلمخانه‌های ویژه (محل‌های کوچک با بلیت ارزان) یا تلویزیونهای آموزشی است. از طرفی سانسور فیلم مستند، مسئله‌ای مهم و اجتناب ناپذیر است و بیشک سرمایه‌گذاری فیلم مستند را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

به این ترتیب است که سینمای مستند از نظر اقتصادی نمی‌تواند روی پای خود بایستد، و از ابتدای تولد ناچار از حمایت مالی^۱ دیگران برخوردار بوده است. حمایت مالی از فیلم مستند به چند صورت زیر است:

۱. حمایت مالی دولت از فیلم مستند؛
۲. حمایت مالی صنایع و شرکتها از فیلم مستند؛
۳. حمایت مالی ایستگاهها و شبکه‌های رادیو - تلویزیونی از فیلم مستند؛
۴. حمایت مالی سازمانهای بین‌المللی از فیلم مستند؛
۵. حمایت مالی نهادهای اجتماعی از فیلم مستند.

حمایت مالی دولت از فیلم مستند

وقتی دولتها از قدرت نفوذ فیلم مستند بر تماشاگران آگاه شدند، به حمایت از آن برخاستند. دولتها می‌خواهند از طریق فیلم مستند زندگی مردم کشورهای خود را موفقیت‌آمیز و امیدوار کننده تصویر کنند.

حمایت مالی دولتها در کشورهای مختلف از راههای متفاوت انجام می‌گیرد. در بعضی از کشورها، دولتها در وزارتخانه‌هایی چون وزارت اطلاعات، آموزش و پرورش و فرهنگ و هنر [در کشور دانمارک در سالها قبل در وزارت دادگستری] بخشهای معینی دایر کردند که کارشان ساختن فیلم مستند است. در امریکا وزارتخانه خاص یا بخش خاصی برای این کار وجود ندارد، بلکه وزارتخانه‌ها و سازمانهای مختلف دولتی هر کدام به طور مستقل می‌توانند به تولید فیلم مستند پردازند، و در بسیاری از اوقات این کار را با به خدمت گرفتن بخش خصوصی به انجام برسانند. تنها سازمان دولتی امریکا که بخش متشکل و متمرکزی برای ساختن فیلم دارد، ارتش امریکا است. ارتش امریکا استودیوهای فیلمبرداری و تلویزیونی و رادیویی بسیار مجهزی دارد و در حال حاضر یکی از بزرگترین تولید کنندگان و توزیع کنندگان فیلم است (۱).

حمایت دولت و ارتش از سینمای مستند در حوالی جنگ جهانی دوم منجر به ساختن تعداد زیادی فیلم مستند تبلیغی شد که در بخش مربوط درباره آنها صحبت خواهد شد. این امر در عین حال موجب همکاری سینماگران نیرومندی چون فرانک کپرا^۱ و جان هوستن^۲ برای ساختن فیلمهای مستند گردید، و زمینه مناسبی نیز برای تجربه اندوزی و ابداع روشها و اختراع وسایل جدید فیلمبرداری به وجود آورد. مثلاً جان هوستن در فیلم نبرد سان پیترو^۳ (۱۹۴۴) روشی را به کار برد که بعدها به نام سینمای بیواسطه معروف شد. وی از دوربین تازه به بازار آمده بولکس ۱۶ میلیمتری

1. Frank Capra

2. John Huston

3. *The Battle of San Pietro*



نبرد سان پیترو

استفاده کرد. سرگذشت این فیلم و فیلم دیگر زمان جنگ هوستن به نام *بگذار بدرخشند* (۱۹۴۵) بخوبی نشان دهنده درگیریهایی است که حمایت دولت از فیلم مستند به وجود می آورد. هوستن برای فیلمبرداری *نبرد سان پیترو*، با دوربین قابل حمل خود به قلب صحنه های جنگ می رود، به نحوی واضح و فراموش نشدنی جنگیدن و فداکاری سربازان پیاده را در این فیلم نشان می دهد و در آخر نیز نشان می دهد که چگونه اجساد را در گونی می ریزند. تنظیم صدا طوری بود که صدای سربازانی که کشته شده بودند - صدا قبل از صحنه های جنگ ضبط شده بود - به همراه تصویر اجسادشان ارائه می شد.

مستولان ارتش آمریکا از این نحوه فیلمسازی و از این نوع تنظیم صدا بسختی خشمگین شدند و دستور ویرایش دوباره فیلم و تعویض صدا را دادند و نمایش فیلم را به تأخیر انداختند. این فیلم وقتی نشان داده شد که دیگر تقریباً جنگ جهانی دوم به اتمام رسیده بود. خود هوستن بعدها نقل کرد که در حین نمایش فیلم برای ژنرالها، یکی از آنها گفته بود که «... این فیلم، یک فیلم صلح گرایانه است. برضد جنگ است. برضد این جنگ.» و هوستن هم جواب داده بود «خوب، ژنرال، اگر من زمانی فیلمی بسازم که به نفع جنگ باشد، امید دارم شما مرا بیرون بیندازید و

تیرباران کنید.» (۲)

قصد هوستن از ساختن این فیلم ضدیت با جنگ نبود، بلکه بیان احساسات خود نسبت به مردانی بود که در این جنگ درگیر بودند. این طرز تلقی در فیلم بعدی او *بگذار بدرخشد* نیز نمایان است. ارتش آمریکا می‌خواست با ساختن فیلم *بگذار بدرخشد* به سازمانهای صنعتی امریکایی نشان دهد که سربازهایی که در اثر جنگ اعصابشان ضعیف شده، دیوانه نیستند و می‌توانند نامزدهای مناسبی برای استخدام باشند. در اینجا هوستن از روش دوربین پنهانی استفاده کرد و فرایند مداوا و بهبودی این سربازان را در يك بیمارستان ارتش ضبط کرد، و به این ترتیب، توانست صحنه‌های شادببخش و رقت‌انگیز زیادی از پیشرفت‌ها و شکستهای مداوای سربازان را به نمایش بگذارد. در يك صحنه مردی که قدرت تکلم خود را از دست داده است وقتی متوجه می‌شود که می‌تواند صحبت کند با شگفتی صدا بلند می‌کند و می‌گوید «من می‌توانم صحبت کنم، می‌توانم صحبت کنم. گوش کنید، می‌توانم صحبت کنم. خدای من گوش کنید می‌توانم صحبت کنم. هیچ باکیم نیست. خدای من گوش کنید.» (۳)

تمام کسانی که از آنها فیلمبرداری شده بود به پخش آن رضایت دادند. اما ارتش آمریکا به دلایل مختلف، توزیع آن را ممنوع کرد. دلایل ارتش آمریکا این بود که هوستن فیلمی که منظور این سازمان بوده به وجود نیاورده و در واقع در ساختن آن تا اندازه‌ای شیطنت و دغل بازی به خرج داده است. در ضمن وزارت جنگ آمریکا نمی‌خواست که با نشان دادن این فیلم انتظارات مردم و سربازان را برای بهبودی از امراض صعب‌العلاج بالا ببرد (۴).

نمونه‌های بالا رابطه سینماگر فیلم مستند را با سازمان متشکلی چون ارتش نمایان می‌سازد. ولی واکنش ارتش آمریکا در برابر فیلمهای هوستن غیرمنتظره نبود. سینماگران فیلمهای مستند که از حمایت مالی غیر نظامیان نیز برخوردار بوده‌اند متوجه خواست این سازمانها برای کنترل، تغییر پیام و سانسور فیلمها شده‌اند. البته واکنش سازمانهای غیرنظامی دولتی معمولاً با آزادیهای بیشتری همراه بوده یا به صورتی بسیار ظریف و پنهان تجلی کرده است. برای مثال به همکاری سینماگر امریکایی پرلورتنس با دولت امریکا اشاره می‌شود.

در سالهای بعد از بحران اقتصادی آمریکا و درست قبل از جنگ جهانی دوم، پرلورتنس، فرانکلین روزولت رئیس جمهور وقت آمریکا را به تشکیل يك واحد فیلم مستند ترغیب کرد. این واحد که به نام «خدمات فیلم ایالات متحده (یو. اس. اف. اس)» معروف شد در ۱۹۳۸ به وجود آمد و با سرپرستی و تدبیر لورتنس به مرکزی پیشرو برای ساختن فیلمهای مستند در آمریکا مبدل شد. خود لورتنس، با برخورداری از حمایت دولت، سه فیلم مهم ساخت به نامهای *خیشی که دشتها را شیار زد* (۱۹۳۶)، *رودخانه* (۱۹۳۷) و *پیکار برای زنده ماندن*^۲ (۱۹۴۰). در *خیشی که دشتها را شیار زد*، لورتنس اثرات بحران اقتصادی آمریکا را بر جامعه و



خیشی که دشته‌ها را شیار زد

خشکی محیطی که بسیاری از ایالات آمریکا را در خود فرو برده بود نشان می‌دهد. برداشت او از واقعیت اجتماعی آن زمان شباهت زیادی به برداشت جان اشتاین بک در کتاب *خوشه‌های خشم* دارد.

موفقترین فیلم لورنتس *رودخانه* است که در آن تاریخچه رودخانه می‌سی‌سی‌پی که از مجموع رودها و جویبارهای کوچک به وجود می‌آید، نشان داده می‌شود؛ همچنین، به طرز فراموش نشدنی آشکار می‌شود که چگونه استفاده بی‌رویه از جنگلها و علفزارها به ایجاد سیل‌های خانمان برانداز منتهی و موجب فرسایش و از بین رفتن خاک می‌شود؛ و در بخش آخر فیلم، فعالیتهای «سازمان آبادانی دره تنسی» را برای بهبود و نگاهداری محیط اطراف رودخانه نشان می‌دهد.

با وجود حمایت دولت و شخص رئیس‌جمهور آمریکا از این فیلم، به علل سیاسی، توزیع آن با ناراحتیها و دشواریهایی همراه بود. هنگامی که *رودخانه* نامزد جایزه اسکار برای بهترین فیلم کوتاه شده بود، گردانندگان صنعت سینما در هالیوود، از جمله والت دیسنی، با آن مخالفت کردند. دلیلشان هم این بود که اعطای جایزه اسکار به فیلمی که از حمایت دولت برخوردار است، سابقه

نامناسبی برای رقابت بین دولت و بخش خصوصی به وجود می‌آورد (۵). اما سینماگرانی چون گریسن و فلهرتی از این فیلم استقبال کردند، و در سال ۱۹۳۸ رودخانه برنده جایزه بهترین فیلم مستند از فستیوال ونیز شد، در حالی که فیلمی مثل المپیا^۱ (۱۹۳۸) ساخته لنی ریفنشتال^۲ رقیب آن بود.

«سازمان اطلاعات آمریکا»^۳ به فعالیت بسیار وسیعی در خارج آمریکا مشغول است و برنامه‌های رادیویی- تلویزیونی و فیلمهای مستند فراوانی را تولید و توزیع می‌کند. طبق قانون خاصی، چون فیلمهای این سازمان جنبه تبلیغاتی دارند و فقط برای استفاده خارجیان، در بیرون از مرزهای آمریکا تهیه می‌شوند، نباید در داخل آمریکا پخش گردند.

برخلاف آمریکا، در انگلستان حمایت دولت از فیلمسازی از ابتدا به صورت متمرکزی انجام می‌گرفت. در دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ در انگلستان دو واحد فیلمسازی توسط دولت ایجاد شد که با پیشتازی کسانی چون گریسن به سینمای مستند روح و شور بخشید. اولین واحد- از نظر قدمت- در سال ۱۹۲۸ در «هیئت بازاریابی امپراطوری»^۴ و دومی پس از منحل شدن اولی، در سال ۱۹۳۴ در «اداره پست انگلستان»^۵ به وجود آمد. هدف کلی این دو واحد شناساندن انگلستان و راه و رسم زندگی ساکنانش به مردم جهان و تبلیغ برای نظامها و رسانه‌های جدید ارتباطی و مخابراتی بود. به این ترتیب فیلمهای زیادی برای تبلیغ و بهبود روابط عمومی دولت انگلستان تولید شد. ولی، با این همه، کیفیت بسیاری از آنها طوری است که جزء بهترین فیلمهای مستند به شمار می‌آیند.

واحد فیلمسازی که در هیئت بازاریابی امپراطوری در انگلستان به وجود آمد تنها واحد فیلمسازی بود- البته بجز در شوروی- که به صورت يك گروه متشکل و پایدار به ساختن فیلمهای مستند به طور گروهی دست زد، با برخورداری از رهبری و آرمانهای گریسن، به صورت يك واحد فیلمسازی پویا و بزرگ درآمد. گریسن عقیده داشت که منشأ نیروی محرکه و تأثیر بخشی فیلم مستند در نشان دادن واقعیت طبیعی زندگی و ارائه راه حلهای عملی است نه در پرداختن به مسائل زیبایی شناسی و داستانی.

گریسن به همکاران خود در گروه فیلم می‌گفت که از «زیبایی شناسی بازی» بپرهیزند. وی معتقد بود که این گروه فیلمساز مستند در مرحله اول مبلغ هستند و در مرحله دوم سینماگر. او می‌گفت هنر يك چکش است نه يك آینه. هری وات^۶، یکی از همکاران گریسن، نیز زمانی گفت: «هر فیلمی که ما می‌ساختیم براین پایه استوار بود که تصویری از زندگی طبقه کارگر را- جدا از طرز تلقی سرمایه داری و دوره ادوارد و ویکتوریا- به نمایش گذاریم.» (۶)

1. Olympia 2. Leni Riefenstahl 3. United States Information Agency (USIA)

4. Empire Marketing Board (EMB) 5. General Post Office (GPO) 6. Harry Watt



مشکلات مسکن

با همین دید بود که فیلمهایی چون مشکلات مسکن^۱ (۱۹۳۵) و رگه های زغال^۲ (۱۹۳۶) ساخته شدند و برای بهبود زندگی مردم ندا سردادند. ولی این نوع فیلمها حامی اصلی خود یعنی دولت انگلیس را نسبت به کمونیست بودن سازندگان آنها مشکوک و مظنون کرد. وات می گوید: «اغلب افراد گروه ما کمونیست نبودند، اما همه مان سوسیالیست بودیم و مطمئن هستیم که همه مان پرونده داشتیم.» ادعای وی باید درست بوده باشد، زیرا تا مدتی پلیس مخفی، نماینده های خود را به عنوان کارآموز در قسمت ویرایش این گروه به کار گمارده بود (۷).

افرادی که هسته اولیه گروه فیلم هیئت بازاریابی را تشکیل دادند بعدها خود جزء سینماگران مهم سینمای مستند درآمدند. تعدادی از این افراد عبارتند از: بسیل رایت^۳، هری وات، آلبرتو کاولکانتی^۴، ادگر انستی^۵، پال روتا، جان تیلر^۶ و استوارت لگ^۷.

نمونه هایی که از حمایت مالی دولتهای امریکا و انگلیس از لورنتس و گریسن آورده ایم، نحوه همکاری سینماگران فیلمهای مستند را با دولتها بوضوح نشان می دهد. در کشورهایی که دولت برای حمایت از فیلم مستند به تشکیل واحد فیلمسازی خاصی دست زده است، توانسته

1. *Housing Problems* 2. *Coal Face* 3. Basil Wright 4. Alberto Cavalcanti
5. Edgar Ansty 6. John Taylor 7. Stuart Legg

است در عین اینکه کنترل خود را نسبت به محتوای فیلمها اعمال کند، به پیشرفت سینمای مستند نیز کمک شایانی بکند. نمونه بارز و زنده این وضع، حمایت دولت کانادا از فیلم مستند است. در کانادا وظیفه حمایت از کارهای سینماگران مستند به عهده «هیئت ملی فیلم کانادا»^۱ که يك سازمان دولتی است واگذار شد. در سال ۱۹۳۸ دولت کانادا از جان گریسن خواست که طرحی برای تشکیل سازمانی ارائه دهد که هدف آن تهیه، تولید و توزیع فیلمهای مستند باشد. به این ترتیب، هیئت ملی فیلم کانادا در ۱۹۳۹ به وجود آمد، و گریسن به عنوان اولین سرپرست آن مشغول به کار شده، این کار را تا ۱۹۴۵ ادامه داد. وی معتقد بود که این هیئت باید از فیلم به نحوی استفاده کند که هرگز از آن این گونه استفاده نشده است. به این معنی که فیلمسازی باید از روشی منظم و علمی پیروی کند و فیلم باید بتواند به عنوان يك نظام آموزش ملی و عمومی مکمل نظام آموزشی موجود کانادا باشد. وی در مقاله‌ای چنین نوشت: «مهم این است که هیئت ملی فیلم به صورت يك سازمان خدمت‌دهنده به مردم کانادا درآید و کوشش کند که فهم مردم را نسبت به کشورشان بالا برد و در بسیج افکار و نیروی ملی برای به وجود آوردن آینده کانادا مؤثر افتد... يك ملت به همان اندازه دارای اهمیت است که نظام آموزشی آن حائز اهمیت باشد.» (۸)

برای پیاده کردن هدفهای بالا هیئت فیلم به تهیه و تولید دو مجموعه عظیم فیلم به نامهای *کانادا پیش می‌رود*^۲ و *دنیای پر تحرك*^۳ همت گماشت.

مجموعه اول به شرح فعاليتها و پیشرفتهای کانادا تخصیص داده شده بود، و مجموعه دوم که شباهتی به سلسله فیلمهای مجموعه *گنر زمان*^۴ در امریکا داشت، به نشان دادن اخبار کانادا و فیلمهایی از رویدادهای جهان اختصاص یافته بود.

سینماگران تحت نظارت و با کمک هیئت ملی فیلم، فیلمهای زیاد و متنوعی ساختند، مانند فیلمهای معروف *نورمن مک لارن*^۵، سلسله فیلمهای مجموعه *مکانیسم مغز انسان*^۶ که شامل فیلمهای *احساس شکست*^۷ (۱۹۴۷)، *احساس خصومت*^۸ (۱۹۴۸) و *احساس افسردگی*^۹ (۱۹۵۰) بود. بعد از جنگ جهانی دوم سینماگران هیئت فیلم بیشتر به ساختن فیلمهای مستند درباره شخصیتها و شرایط اجتماعی شخصیتها پرداختند. از این میان می‌توان از فیلمهای *سوزن بان قطار*^{۱۰} (۱۹۵۴) و *پسر تنها*^{۱۱} (۱۹۶۲) نام برد. با ساختن این گونه فیلمها، هیئت ملی فیلم کانادا توانست به صورت یکی از پویاترین و پیشروترین سازمانهای فیلمسازی درآید.

از نقطه نظر توزیع، گریسن درهای زیادی را به روی فیلم مستند باز کرد، به طوری که بسیاری از فیلمهای بالا و دیگر فیلمهای ساخته هیئت فیلم را در سینماها، مدرسه‌ها، واحدهای

1. National Film Board of Canada 2. *Canada Carries on* 3. *World in Action*

4. *March of Time* 5. *Norman Mc Laren* 6. *Mental Mechanism*

7. *The Feeling of Rejection* 8. *The Feeling of Hostility* 9. *The Feeling of Depression*

10. *Paul Tomkowitz: Street Railway Switchman* 11. *Lonely Boy*

سیار نمایش و کارخانه‌ها برای میلیون‌ها نفر به نمایش گذاردند. به این ترتیب، حمایت دولت از این سازمان در پیشبرد سینمای مستند در کانادا تأثیر مهمی داشت.

در کشورهای اروپای شرقی، معمولاً دولت يك شرکت فیلم دولتی به وجود می‌آورد که در بخشهای مختلف آن تمامی کارهای فیلمی کشور - از جمله ساختن فیلم برای کودکان، نوجوانان، فیلمهای مستند و داستانی - انجام می‌گیرد. این امر با مالکیت تمامی کارهای تولید و توزیع توسط دولت در این کشورها صورت می‌گیرد. چون در کشورهای اروپای شرقی دولت می‌تواند نظرها، عقاید و آرمانهای خود را از طریق فیلمهای داستانی نیز نشان دهد، تأکید بر فیلمهای مستند در این کشورها کمتر از کشورهای دیگر اروپا و امریکاست؛ فیلمهای مستندی هم که ساخته می‌شوند بیشتر جنبه تبلیغاتی دارند.

به طور خلاصه می‌توان گفت که حمایت و پشتیبانی مالی دولتها از سینماگران - چه داستانی و چه مستند - در به وجود آمدن و گسترش صنعت سینما مخصوصاً سینمای مستند سهم بسزایی داشته است. طبیعی است که سازمانی که از ساختن فیلمها حمایت می‌کند و هزینه آنها را نیز می‌پردازد، می‌خواهد محتوای آنها با آرمانهایش مطابقت داشته باشد. اثرات این خواستن در کشورهای مختلف به صورت گوناگون متجلی شده است. در بعضی کشورها دولت با تشکیل واحد فیلمسازی متشکل و متمرکزی بر ساختن فیلم نظارت داشته است و در جاهای دیگر نظارت خود را بر فیلم مستند از طریق سازمانهای مختلف به طور غیررسمی اعمال کرده است. همچنین در بعضی کشورها سینماگران با وجود حمایت مالی دولت توانسته‌اند با آزادی نسبی فیلم تهیه کنند و در کشورهای دیگر فشار دولت موجب گسترش فیلمهای تبلیغاتی شده است. اگر سینماگری نخواهد به این نوع فشارها تن در دهد بایستی به منابع دیگری برای حمایت مالی فیلم چشم بدوزد.

حمایت مالی صنایع و شرکتها از فیلم مستند

از صنایع و شرکتها باید به عنوان یکی از منابع غیردولتی نام برد که در گذشته از فیلم مستند حمایت می کردند و هنوز هم می کنند. صنایع و شرکتها از فیلم به چند منظور پشتیبانی می کنند:

۱. آموزش نیروی انسانی مورد نیاز؛
۲. توزیع اطلاعات، تشریح و معرفی روشهای جدید ابداعی شرکت؛
۳. معرفی محصولات کارخانه و شرکت؛
۴. بالا بردن وجهه و حیثیت شرکت؛
۵. بهبود روابط انسانی بین کارکنان.

صنایع و شرکتها ممکن است از فیلم مستند تصور خاصی داشته باشند و، بر اساس این تصور، توقعات و انتظاراتشان از کارگردان شکل بگیرد. برای اینکه رابطه سینماگر مستند با سازمان صنعتی سفارش دهنده به نحو صحیحی پایه گذاری شود، لازم است سینماگر مستند به نکاتی چند توجه داشته باشد. آنتونی جی، سینماگر مستند انگلیسی که فیلمهای متعددی تحت حمایت شرکتهای صنعتی ساخته است، در این مورد عقایدی دارد که فهرست وار ذکر می شوند.

۱. مسئله اول این است که سینماگر اطمینان پیدا کند شرکتهای حمایت کننده، هدف مشخصی دارند. وی می گوید: من همیشه از حمایت کننده فیلم سؤال می کنم که اگر قرار باشد تماشاگر پس از دیدن فیلم يك جمله یا يك مفهوم یادش بماند، آن جمله و یا آن مفهوم چه باید باشد.

اگر نتوانست به این سؤال پاسخ دهد، دیگر فیلمی در کار نخواهد بود.

۲. سینماگر باید به مدیران شرکتهای حمایت کننده بفهماند که او نمی تواند در فیلمش برای آنها تبلیغ کند یا نحوه اداره و مدیریت آنها را بستاید. بنابراین نباید از او چنین انتظاری داشته باشند.

۳. برای حل فوری مشکلاتی که در هر مرحله از ساختن فیلم در داخل شرکت به وجود می آید، سینماگر باید از حمایت و پشتیبانی بالاترین مقام شرکت برخوردار باشد.

۴. پس از مشخص شدن هدف و موضوع فیلم، سینماگر باید با موضوع کاملاً آشنا شود. این کار با مطالعه مطالب مربوط و بازدیدهای متوالی و متعدد از مکان و موضوع مورد نظر صورت می گیرد.

۵. تهیه فیلمنامه و تعیین روش کار برای تصویر کردن موضوع، مرحله های بعدی هستند که با در نظر گرفتن نوع شرکت، هدف و موضوع فیلم و مشخصات تماشاگر انجام می شود.

۶. اگر بازیکنان فیلم از افراد خود شرکت باشند، فیلم طبیعیتر و واقعیتر خواهد بود. او می گوید: «من هرگز از بازیکنان فیلمم، که از میان کارگران کارخانه انتخاب می شدند، نمی خواستم که این طور یا آن طور باشند و به طریق خاصی رفتار و صحبت کنند. همیشه از آنها می پرسیدم، اگر شما در فلان موقعیت قرار بگیرید، چه رفتاری دارید و چه حرفهایی می زنید. به این ترتیب «بازی» آنها خیلی طبیعی و منطقی از آب در می آید.» (۱)

یکی از مشخصات فیلمهای حمایت شده از طرف صنایع و شرکتها این است که توزیع بیشتر آنها محدود به داخل این شرکتها و سازمانهاست و معمولاً مانند فیلمهای حمایت شده از طرف دولت، در سینماهای دولتی یا تجارتي و در تلویزیونها نشان داده نمی شوند. زیرا این گونه فیلمها - مخصوصاً آن دسته که مربوط به آموزش و تشریح روشهای جدید می شوند - یا برای تماشاگر معمولی خیلی فنی هستند، یا، اگر برای تماشاگر معمولی ساخته شوند، آنگاه برای متخصصان به اندازه کافی فنی و علمی نخواهند بود.

با وجود این، از آغاز صنعت سینما تاکنون، صنایع و شرکتها برای بالا بردن وجهه عمومی خود و به دست آوردن سود غیر مستقیم، از فیلمهای مستندی نیز حمایت مالی کرده اند که برای استفاده عموم تهیه شده است، و به این ترتیب، در شکوفا شدن این نوع سینما نقش مهمی داشته اند.

حمایت برادران رویون^۱ از رابرت فلهرتی^۲ موجب شد که او بتواند یکی از مهمترین فیلمهای مستند یعنی *ننوک شمالی*^۳ (۱۹۲۲) را تهیه کند. شرکت نفت شل نیز از گریسن کمک خواست که یک واحد فیلم برای آن شرکت به وجود آورد. این کار در ۱۹۳۴ انجام گرفت و از آن پس واحد فیلم شل با سرعت به تولید فیلمهای مستند و علمی پرداخت. از ابتدا، به ظاهر، سیاست شرکت شل در جهت فیلمهای تبلیغاتی نبود، فقط به این بسنده شده بود که نام و علامت شرکت در ابتدا و انتهای فیلم آورده شود، ولی، در عمل، بسیاری از موضوعاتی که برای فیلمبرداری انتخاب می شدند، موضوعاتی بودند که به نحوی به صنعت نفت و صنایع جنبی آن، مانند اتومبیل سازی و هواپیما سازی مربوط بودند. از نام فیلمهای اولیه که توسط واحد فیلم شل ساخته شده اند می توان به این موضوع پی برد: *فرودگاه*^۴ (۱۹۳۵)، *پرواز با نیروی موتور*^۵ (۱۹۵۱)، *تاریخچه هلیکوپتر*^۶ (۱۹۵۱)، *مسابقه اتومبیل رانی گران پری*^۷ (۱۹۴۹)، *بیست و یکمین مسابقه اتومبیلرانی مونت کارلو*^۸ (۱۹۵۱). در سال ۱۹۴۷ واحد فیلم شل یک سلسله فیلمهای آموزشی به نام *هواپیما چگونه پرواز می کند*^۹ نیز برای استفاده در کلاسهای درس تهیه کرد.

روآوردن کمپانی شل به تهیه داروهای حشره کش سبب به وجود آمدن تعدادی فیلم بسیار جالب، مثل *دنیای رقیب*^{۱۰} (۱۹۵۵)، شد که رقابت بین انسان و حشرات را نشان می دهد. این فیلم توسط سینماگر معروف هلندی به نام برت هانسترا^{۱۱} ساخته شد. صحنه های آن در کشورهای مختلف مانند مصر، عراق، سودان و اوگاندا به طرز جالب و مهیجانه ای فیلمبرداری شده اند. هواپیمای ملخی کوچکی داروهای حشره کش را به روی توفانی از میلیونها ملخ فرو می ریزد. تعداد ملخها آنقدر زیاد است که در اثر برخوردشان به شیشه جلو خلبان، روی شیشه از جسدهای آنها پر می شود و به کار انداختن برف پاک کن نیز طرفی نمی بندد. فیلمبرداری در چنین شرایطی مستلزم تهور زیادی است. بدیهی است که در میان صدای پروانه ها و موتور هواپیما نمی شود صدای برخورد ملخها به شیشه را به صورت همزمان ضبط کرد. این صداها بعداً به طرز جالبی بازسازی شدند. با قرار دادن یک ورقه پلاستیکی روی سیمهای لخت یک بیانو و انداختن نخود روی ورقه پلاستیکی، صدای برخورد ملخها با شیشه هواپیما به طرز کاملاً واقعی به نظر می رسد تهیه و ضبط شد.

تهیه چنین فیلمهایی موجب شد که شرکت شل وجهه و حیثیت زیادی در میان مردم به عنوان یک شرکت مسئول که در زمینه های فن شناسی^{۱۲} و علوم پیشگام است به دست آورد. بعد از جنگ جهانی دوم، علاوه بر شرکت شل، شرکتهای بزرگ و چند ملیتی دیگر مانند

1. Revillon Frères
2. Robert Flaherty
3. *Nanook of the North*
4. *Airport*
5. *Powered Flight*
6. *History of the Helicopter*
7. *Grand Prix*
8. *21 th Monte Carlo Rally*
9. *How an Airplane Flies*
10. *The Rival World*
11. Bert Haanstra
12. Technology



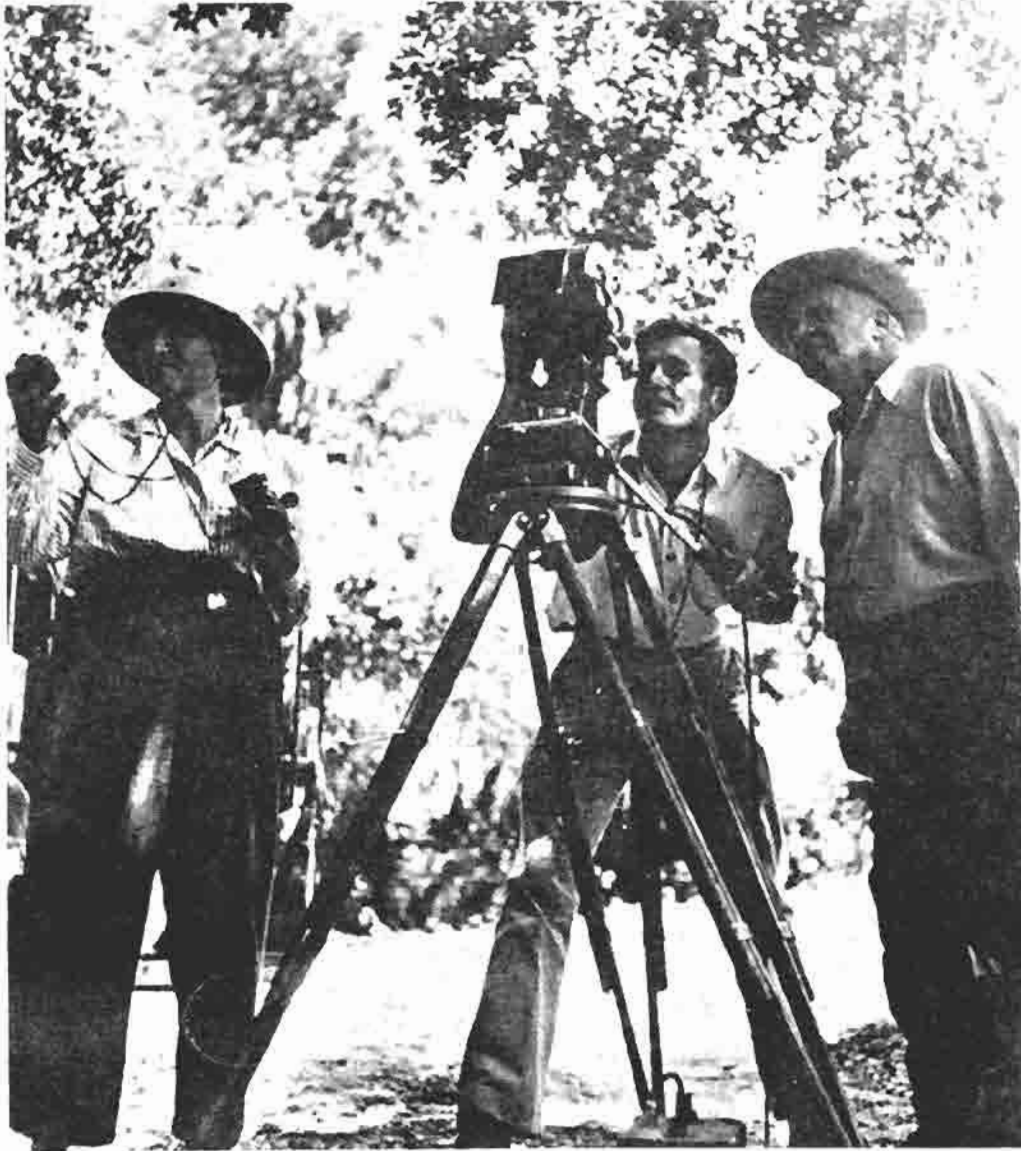
داستان لویزیانا

شرکت نفت استاندارد (نیوجرسی) از سینماگران مستند حمایت می کردند. این حمایت موجب به وجود آمدن یکی از فیلمهای بسیار معروف آن زمان یعنی *داستان لویزیانا*^۱ (۱۹۴۸) به کارگردانی رابرت فلهرتی شد. چون این فیلم نمونه موفق و بارزی از حمایت سازمانهای صنعتی از سینماگران مستند است در خور تشریح مفصلتری است (۲).

در سال ۱۹۴۶، پس از گفتگوهای اولیه بین مسئولان شرکت نفت استاندارد و فلهرتی، قراردادی بین آنها منعقد شد و شرکت مبلغی در حدود ۲۵۸،۰۰۰ دلار در اختیار فلهرتی گذاشت. مفاد قرارداد طوری بود که بسیاری را به تعجب واداشت: شرکت موافقت کرده بود که اگر موضوع انتخابی فلهرتی در زمینه های اکتشاف نفت باشد، وی در ساختن فیلم از آزادی کامل برخوردار است بدون اینکه لازم باشد حتی اسمی از شرکت در فیلم ببرد. علاوه بر آن، حق مالکیت و حق توزیع فیلم نیز به فلهرتی واگذار شده بود.

پس از بازدید از محلهای مختلف، فلهرتی مجذوب زمینهای مردابی ایالت لویزیانا- در امریکا- شد و تصمیم گرفت که فیلمش را از دید پسرکی از اهالی بومی آن ناحیه بسازد. فلهرتی در هر کدام از فیلمهای مستند طولانی پیشین خود *نوک شمالی*، *موآنا*^۲ (۱۹۲۶) و *مرد ارانی*^۳

1. *Louisiana Story* 2. *Moana* 3. *Man of Aran*



رابرت فلهرتی، ریچارد لیکاک و فرانسیس فلهرتی هنگام فیلمبرداری داستان لویزیانا

(۱۹۳۴) - شیوه زندگی کسانی را نشان داده بود که در اثر صنعتی شدن در خطر انهدام و نابودی قرار گرفته بودند. ولی در فیلم لویزیانا او نشان داد که صنعتی شدن اگر در ابتدا سبب پریشانی زندگی ساکنان یک محل شود، سرانجام سعادت به دنبال خواهد داشت. فیلم، پسرک بومی را سوار بر قایق کوچک خود نشان می دهد که آرام آرام در حال گذشتن از زیر برگها و شاخه های درختهای رودخانه است و حیوان تربیت یافته وی (راکون) مشغول

بازیگوشی. صحنه‌های آرام زندگی پسرک و خانواده کشاورز او با ورود کارگران و مهندسان نفت و سروصدای انفجار و وسیله‌های حفر چاه و فشار فوران نفت به هم می‌خورد. پسرک برای مقابله با این همه ماشین آلات و فعالیتهای نامأنوس و غیر قابل ادراک، به جادو و افسانه‌های محلی پناه می‌برد، ولی بزودی متوجه می‌شود که، برخلاف ماشین آلات، کارگرانی که آنها را به کار می‌گیرند، حالتی انسانی و دوستانه دارند. کارگران بالأخره فوران چاه را رام می‌کنند و از آن نقطه می‌روند و زندگی را به حالت آرام پیشین خود باز می‌گردانند.

با نظری به زندگی خود فلهرتی، روشن می‌شود که وی يك ساخت غیر واقعی و افسانه‌ای را بر فیلم تحمیل کرده است که ریشه در کودکیش دارد. این فیلم که ریچارد لیکاک فیلمبرداری آن، هلن وان دانگن^۱ ویرایش آن و ویرجیل تامسن ساختن موسیقی متن آن را به عهده داشتند، تأثیر زیادی روی تماشاگران گذاشت. به قول اریک بارنو، نیاوردن اسم شرکت نفت استاندارد به عنوان پشتیبان مالی فیلم، همه از روی بخشندگی و سخاوت نبود، زیرا یکی از مسائلی که این شرکت با آن درگیری داشت، نگرانی مردم از فعالیتهای آن در اکتشاف نفت و از بین بردن محیط زیست بود. فیلمی که فلهرتی ساخت به نحوی این پیام را به تماشاگران می‌داد که اکتشافات نفتی ممکن است برای مدتی کوتاه آسایش و آرامش يك محل دست نخورده و زیبا را به هم بزند، اما این تأثیر دائمی نیست و منجر به نابودی محیط زیست نخواهد شد، بلکه در رفاه آن ناحیه نیز تأثیر نیکویی خواهد داشت. به این ترتیب، حامی مالی این فیلم، در عین حمایت از يك فیلم خوب و ارزشمند، به طرز زیرکانه و جالبی پیام خود را نیز در فیلم وارد کرد.

نمونه بارز دیگری از حمایت صنایع و شرکتهای تجارتي از فیلم مستند، فیلم سرود سرنديپ^۲ (۱۹۳۵) است که تهیه کننده آن گریسن بود و کارگردانی، فیلمبرداری و ویرایش آن را بسیل رایت برعهده داشت. پشتیبان مالی فیلم نیز هیئت تبلیغاتی چای سری لانکا^۳ بود. این فیلم از چهار بخش تشکیل شده است که هر کدام به وسیله عنوانی از دیگری جدا شده اند. این بخشها عبارتند از: (۱) بودا، (۲) سرزمین بکر، (۳) صدای تجارت، (۴) جامه يك خدا.

تماشای این فیلم نشان می‌دهد که رایت و گریسن تحت تأثیر فرهنگ و مردم سری لانکا قرار گرفته بودند، به طوری که نقش تجارت و حمایت از صنعت کشت چای فقط در بخش سوم فیلم - موقعی که فعالیتهای بازرگانی دربانند صدا وارد می‌شوند - انجام می‌گیرد.

دو بخش اول با تصویرهای بسیار زیبا و رؤیایی، کوهستانهای سری لانکا و آداب و رسوم مذهبی مردمش را نشان می‌دهند و گفتار شیوایی نیز آنها را همراهی می‌کند. بخش سوم نیز هنوز مردم سری لانکا را نشان می‌دهد اما صدای مربوط به شلوغی بازار، بورس چای، سفارش تلفنی، پرداخت صورتحساب و مانند آن است که آرامش و لطافت تصویرها را بر هم می‌زند. در این قسمت فیلم تضاد بین تصویر و صدا به نحو مؤثری ارائه شده است. در بخش چهارم، تصویر به



یسیل رایت هنگام فیلمبرداری سرود سرنیدیب

نشان دادن کشتیها و بارگیری آنها می پردازد، در آخر، دوباره به صحنه‌هایی از نیایش و پرستش بودا و زیبایی مردم سری لانکا باز می گردد.

با وجود سفارشی بودن این فیلم، تأثیری که بعد از تماشای آن در بیننده باقی می ماند مربوط به شیوه زندگی و آداب و رسوم مردم سری لانکا است نه تجارت چای. سرود سرنیدیب با همکاری نزدیک عده زیادی ساخته شد و خود نمونه‌ای است از فیلمسازی مشترک و گروهی، که یکی از مشخصات سینمای مستند است. صداهایی که در بخش سوم فیلم شنیده می شوند مخلوطی است از صداهای کاوالکانتی، گریسن، لگ و رایت.

در طی جنگ جهانی دوم تولید فیلمهای کوتاه که از حمایت صنایع و شرکتها برخوردار بودند سرعت افزایش یافت به طوری که در امریکا تعداد این فیلمها به ۴۰۰۰ عدد در سال رسید. پاره‌ای از فیلمها روشهای علمی و تحقیقی جدید را نشان می دادند، در نتیجه، توزیعشان محدود به جوامع علمی و فنی بود، ولی بسیاری نیز با پشتیبانی وسیع شرکتها در باشگاهها، کلیساها، مدرسه‌ها و سینماها به نمایش درآمدند. این فیلمها توسط توزیع کننده‌های فیلم به رایگان در اختیار سازمانهای نمایش دهنده گذارده می شدند، اما خود توزیع کننده‌ها، برای هر جلسه نمایش که ترتیب داده می شد، حق الزحمه‌ای دریافت می کردند. این حق الزحمه برای هر بار نمایش در سینماها ۷/۵ تا ۱۵ دلار و برای هر بار نمایش در مدرسه‌ها، کلیساها و باشگاهها ۲ تا ۳/۵



سرود سردیپ

دلار بود. به این ترتیب تولید و توزیع فیلمهای کوتاه - که بسیاری از آنها مستند بودند - بعد از جنگ و تا اواسط سالهای دهه ۱۹۵۰ به صورت صنعتی وسیع درآمد. به طوری که شرکت «خدمات فیلمهای ناطق جدید» که فعالیت آن در زمینه توزیع فیلمهای حمایت شده از طرف صنایع بود، گزارش داد که تا اواسط دهه ۱۹۵۰ فیلمهایی که توزیع آن بر عهده این شرکت بوده، در ۱۹۶۰۰۰۰ سینمای معمولی و سینمای ماشین رو، در ۵۳,۰۰۰ مدرسه و دانشکده، در ۳۶۶,۰۰۰ کلیسا و در ۳۶۶,۰۰۰ باشگاه جوانها نمایش داده شده اند.

با رشد سریع تلویزیون و کمبود برنامه برای نمایش از تلویزیون، توزیع کنندگان فیلمهای حمایت شده از طرف صنایع، فوراً به ایستگاههای تلویزیونی رو آوردند، به طوری که در ۱۹۵۶ در

حدود ۹۹ درصد از ایستگاههای تلویزیونی آمریکا از این نوع فیلمها نمایش می‌دادند. چنانچه گفتیم، حمایت و پشتیبانی مالی از فیلمهای مستند یا علمی سطح بالا موجب افزایش حیثیت شرکت حامی می‌شود. مثلاً شرکت زیراکس با حمایت از دو مجموعه تلویزیونی آموزشی به نامهای تملن^۱ (۱۹۷۲) و امریکا^۲ (۱۹۷۳) که هم از نظر قالب و هم از نظر محتوی از کیفیت بالا برخوردار هستند، توانست به طرز باورنکردنی حیثیت عمومی شرکت را در نزد طبقه روشنفکر بالا ببرد.

حمایت صنایع از فیلم مستند گاهی موجب شده است که فیلم مستند به صورت یک روزنامه داخلی شرکت حمایت‌کننده درآید و، در نتیجه، در بهبود روابط انسانی و افزایش تولید مؤثر افتد. نمونه جالب این موضوع کاری است که در شوروی در دهه ۱۹۳۰ انجام می‌گرفت. به این ترتیب که گروههای متعدد سینماگران به اردوگاههای کارگران که روی طرحهای عظیم ساختمانی کار می‌کردند فرستاده می‌شدند تا از نحوه کار کارگران فیلمبرداری کنند. پس از ظهور، چاپ و ویرایش فیلمها در محل، همانجا آنها را به کارگران نشان می‌دادند و در نتیجه تصویری واقعی از پیشرفت فعالیتهای قسمتهای مختلف را پیش روی آنها می‌گذاشتند.

به این ترتیب در طول تاریخ، شرکتهای تجارتي و صنعتی از فیلمهای مستند حمایت مالی فراوانی کرده‌اند. علل این حمایت آموزش کارمندها، معرفی روشهای جدید، آگهی برای محصولات و بهبود روابط انسانی بین کارمندان و بالا بردن وجهه و حیثیت شرکتهای در انتظار عمومی بوده است. ولی، چون معمولاً هدف این شرکتهای در حمایت از فیلم مستند به دست آوردن سود بیشتر از طریق فروش مستقیم نیست، سینماگران را در استفاده از امکانات هنری و سینمایی تا حدی آزاد می‌گذارند. در نتیجه شرکتهای تجارتي و صنعتی در شکوفایی سینمای مستند نقش مهمی داشته‌اند.

فصل سوم

حمایت مالی ایستگاهها و شبکه‌های رادیو تلویزیونی از فیلم مستند

با گسترش تلویزیون به عنوان مهیبتترین وسیله ارتباط عصر حاضر، سینماگران فیلمهای مستند نیز راهی نو برای تأمین سرمایه تولید و توزیع فیلمهای خود یافته‌اند. برای روشن شدن نقش تلویزیون در حمایت از فیلمهای مستند به عنوان مثال، حمایت نظام تلویزیونی امریکا را از فیلم مستند به طور مشروح بیان می‌کنیم. در امریکا پوشش و رخنه تلویزیون در تمامی سطوح جامعه، گسترش یافته است. برای مثال به جدول زیر که در آن تعداد ایستگاههای تلویزیونی امریکا در سال ۱۹۷۴ نشان داده شده است توجه کنید (۱).

جدول ۳. تعداد ایستگاههای تلویزیونی امریکا در سال ۱۹۷۴

ایستگاههای تلویزیونی	سیستم تلویزیونی یو.اچ.اف. ^۱	سیستم تلویزیونی وی.اچ.اف. ^۲
ایستگاههای تجارتي	۱۹۳	۵۱۴
ایستگاههای آموزشی	۱۴۲	۹۱
جمع	۳۳۵	۶۰۵

با نگاهی به جدول بالا روشن می‌شود که در سال ۱۹۷۴ تعداد ایستگاههای تلویزیونی در امریکا ۹۴۰ عدد بوده است. تعداد دستگاههای تلویزیون خانه‌ها نیز در این سال ۱۱۷,۱۰۰,۰۰۰

1. Ultra High Frequency (UHF) 2. Very High Frequency (VHF)

میلیون بود (۲) اگر رقم تعداد تلویزیون را بر رقم تعداد خانواده‌ها در آمریکا - ۶۹۸۵۹۰۰۰ در سال ۱۹۷۴ - بخش کنیم (۳)، متوجه می‌شویم که در هر ده خانه هفده دستگاه تلویزیون وجود دارد که سهم هر خانواده عدد ۱/۷ می‌شود. تعداد ایستگاهها و کانالهای تلویزیونی در شهرهای بزرگ آمریکا زیاد است به طور مثال در شهر لوس‌آنجلس در کالیفرنیا بیش از ۱۲ ایستگاه تلویزیونی وجود دارد که تعدادی از آنها به پخش ۲۴ ساعته برنامه‌ها ادامه می‌دهند. از این رقمها می‌توان به پوشش و رخنه وسیع رسانه تلویزیون در آمریکا پی برد.

در آمریکا سه شبکه تلویزیونی تجارتي عمده به نامهای «سازمان رادیو تلویزیون کلمبیا (سی. بی. اس.)»، «سازمان رادیو تلویزیون ملی (ان. بی. سی.)»،^۱ «سازمان رادیو تلویزیون آمریکا (ا. بی. سی.)»،^۲ وجود دارد و يك شبکه سرتاسری رادیو تلویزیونی آموزشی به نام، «سازمان رادیو تلویزیون عمومی (پی. بی. سی.)»،^۳ همه ایستگاههای جدول شماره ۳، متعلق یا وابسته به این شبکه‌ها نیستند. ولی نزدیک به $\frac{2}{3}$ ایستگاههای تلویزیونی متعلق یا وابسته به یکی از شبکه‌ها می‌باشند. بقیه ایستگاهها مستقلند و برنامه‌های مورد نظر را خود تولید می‌کنند یا از سازمانهای تولیدی دیگر می‌خرند.

قانون ارتباطات آمریکا، مورخ ۱۹۳۴، وظایف ایستگاههای رادیو تلویزیونی را تولید برنامه‌هایی می‌داند که به منظور رعایت مصالح عمومی، آسایش عمومی و نیاز عمومی ساخته شده باشند. این قانون، به طور ضمنی، تولید اخبار و برنامه‌های مستند را جزء وظایف این ایستگاهها به شمار آورده است. در آمریکا ایستگاههای تلویزیونی [و همچنین رادیویی] دارای پروانه کسب هستند که هر سه سال يك بار باید آن را تمدید کنند و، برای این کار، باید در مقابل «هیئت فدرال ارتباطات»^۴ از کار خود دفاع کنند. در صورتی که این هیئت تصویب کند که ایستگاه مورد بحث از عهده انجام وظایف مندرج در قانون ارتباطات بر آمده است، پروانه آن ایستگاه برای مدت سه سال دیگر تمدید می‌شود.

گو اینکه این هیئت در طول عمر خود - از ۱۹۳۴ به این طرف - فقط تعداد بسیار معدودی از پروانه‌های پخش ایستگاهها را لغو کرده است، ترس از اینکه شاید این هیئت باز هم، حتی به طور نادر، دست به چنین کاری بزند موجب شده که ایستگاههای تلویزیونی - چه مستقل و چه شبکه‌ای - گاه گاه برای پرکردن جیره برنامه‌های خدمتی و برنامه‌هایی که برای رعایت مصالح عمومی، آسایش عمومی و نیاز عمومی باید ساخته شوند، به تهیه و تولید برنامه‌های خبری، فرهنگی و مستند سطح بالا اقدام کنند. به طور خلاصه انگیزه بیشتر این ایستگاهها این است که در آخر سه سال، هنگام ارائه ترازنامه کار خود به هیئت فدرال ارتباطات، بتوانند سابقه خدمت خود

1. Columbia Broadcasting System, Inc (CBS) 2. National Broadcasting Company, Inc (NBC)

3. American Broadcasting Company, Inc (ABC) 4. Public Broadcasting Service (PBS)

5. Federal Communications Commission (FCC)

را نشان دهند وگرنه تولید برنامه‌های فرهنگی، خبری و مخصوصاً فیلمهای مستند از نظر استفاده مالی برای این ایستگاهها مقرون به صرفه نبوده بلکه همیشه همراه با ضرر نیز می‌باشد. به طور کلی می‌توان گفت که سازمانهای تلویزیونی امریکا به چند دلیل از ساختن فیلمهای خبری و مستند حمایت و استقبال می‌کنند:

۱. تمدید کردن پروانه پخش سه ساله؛
۲. کسب حیثیت و آبروی بیشتر (و در نتیجه به دست آوردن آگهی بیشتر)؛
۳. صرفاً برای ادای دین و تعهدی که پاره‌ای از مدیران عامل این سازمانها، از نظر وظیفه‌یک دستگاه خبری در قبال تماشاگران، احساس می‌کنند.

تاریخچه فیلم مستند تلویزیونی در امریکا، نقش این گونه فیلمها را در چارچوب شبکه‌های رادیو تلویزیونی تجارتي امریکا بروشنی نشان می‌دهد.

در اولین سالهای پس از جنگ جهانی دوم رقابت بین کشورهای سرمایه‌داری و سوسیالیست در تمام زمینه‌ها شدت روبه افزایش نهاد و این کشمکش و رقابت سیاسی به کنترل هر چه بیشتر رسانه‌های ارتباط گروهی منتهی شد. سینمای مستند نیز از این کنترل بی بهره نماند و هم در شکل و هم در محتوی تحت تأثیر شدید قرار گرفت. کنترل محتوای فیلمها به طور اعم در کشورهای سوسیالیستی و کمونیستی مانند روسیه شوروی امر تازه‌ای نبود، به همین جهت افزایش کنترل رسانه‌ها، آنچنان که جامعه‌های غربی را تحت تأثیر قرار داد، در روسیه شوروی اثری نداشت. در امریکا که سنگ «آزادی» و «کشورهای جهان آزاد» را به سینه می‌زدند، تشکیل «کمیته‌های فعالیتهای ضد امریکایی» در مجلس نمایندگان در سال ۱۹۴۷ موجب بروز مشکلات بزرگ اجتماعی شد. هدف این کمیته بررسی گرایش کمونیستی در میان سینماگران امریکا بود. این کمیته، با وجود سروصدا و تبلیغات زیاد، نتوانست بی به اسرار زیادی ببرد ولی بسیاری از فیلمنامه‌نویسها را به جرم امتناع از بیان عقاید سیاسی و لو دادن همکاری‌شان به زندان فرستاد. این کار، گردانندگان صنعت سینما را ترساند، به طوری که تعدادی از آنها به ساختن فیلمهای «ضد کمونیستی» پرداختند و نام سینماگرانی را که از همکاری برای ساختن این گونه فیلمها، سرباز می‌زدند در فهرستهای سیاه آوردند (۴).

در اوایل سال ۱۹۵۰ در سنای امریکا اتفاق دیگری نیز افتاد. سناتور جوزف مک‌کارتی^۱ به آتشی که کمیته‌های فعالیتهای ضد امریکایی روشن کرده بود دامن زد و روی اداره اطلاعات جنگ وزارت کشور امریکا که هنوز برای خارج امریکا فیلم و برنامه‌های رادیو-تلویزیونی می‌ساخت انگشت گذاشت. در همین زمان گروهی از کارمندان سابق اداره آگاهی فدرال (اف. بی. آی.)



فرد فرندلی

امریکا نیز، کتاب قطوری به نام دست نشانندگان سرخ (۵) تهیه کردند که در آن، فهرست نام ۱۵۱ نفر نویسنده (فیلمنامه نویس) و کارگردان معروف و دیگر کارمندان صنعت فیلم به عنوان خرابکار کمونیستی ذکر شده بود. این کار موجب شد که بسیاری از این آدمها یا کارشان را از دست بدهند، یا به کشورهای خارج پناه ببرند و یا اصلاً شغل خود را عوض کنند (۶). جرم این اشخاص حمایت از انقلابیها در اسپانیا، اعتقاد به برابری نژادی، دوستی امریکا و روسیه شوروی و شناسایی سیاسی چین کمونیست بود.

سالهای اول ظهور تلویزیون در امریکا با فعالیتهای ضد کمونیستی مذکور همزمان شد. بدیهی است که این وقایع در شکل دادن به این رسانه جدید و نوپا تأثیر بسزایی داشتند. تهیه و پخش مجموعه برنامه‌های مستندنگاهی به رویدادهای روز^۱ که از سال ۱۹۵۱ شروع شد عکس العمل جامعه امریکا را به طور کلی و دست اندرکاران رسانه‌های گروهی را بالاخص نسبت به فعالیتهای مک کارتی و همکارانش نشان می‌دهد. این مجموعه برنامه که به طور هفتگی پخش می‌شد، توسط ادوارد آر. مورو^۲ و فرد فرندلی^۳ و با حمایت مالی «شرکت آلومینیوم سازی

1. See it Now 2. Edward R. Murrow 3. Fred Friendly



ادوارد آر. مورو در نگاهی به رویدادهای روز

امریکا (الکوا)»^۱ برای سازمان رادیو تلویزیون کلمبیا تهیه می‌شد. این شرکت تازه از زیر بار پرونده‌ای قضایی مبنی بر انحصارگرایی بیرون آمده بود و می‌خواست حیثیت لکه‌دار شده‌اش را دوباره به دست آورد. برای این کار، تصمیم به حمایت از مورو گرفت که خبرنگار محبوب و مورد احترامی بود. گزارشهای رادیویی مورو در زمان جنگ جهانی دوم [مخصوصاً آن دسته گزارشهایی را که در حین بمباران لندن توسط نازیها، از روی پشت بامها و از خیابانها فرستاده بود] او را به صورت فردی استثنایی و نمونه‌ای بارز از صداقت و فراست حرفه‌ای در آورده بود. او با احاطه‌ای که در نحوه استفاده از رسانه رادیو داشت، «تصویر» دقیق و واقع‌گرایانه از مقاومت و مبارزه مردم انگلیس در برابر حمله ارتش و نیروی هوایی نازیها به دست داد. برای مثال، برای اینکه گزارش‌گیری در مورد عکس‌العمل مردم انگلیس در حین یک بمباران شدید ارائه کند، میکروفون را بالای پیاده‌رو نگاه می‌داشت. صدایی که به گوش می‌رسید صدای پای انگلیسیها بود که به طور منظم و بدون عجله به طرف پناهگاهها پیش می‌رفتند (۷).

پس از جنگ، مورو و فرندلی یک مجموعه برنامه رادیویی مستند به نام صدای رویدادهای روز^۲ تهیه کردند که از شبکه رادیو تلویزیون کلمبیا پخش می‌شد. بعدها این مجموعه برنامه به

1. American Aluminium Company (ALCOA)

2. Hear it Now

صورت الگوی مجموعه تلویزیونی **نگاهی به رویدادهای روز** درآمد که سازندگان آن نیز خود مورو و فرندلی بودند (۸). **نگاهی به رویدادهای روز** در دو سال اول عمرش معرفیتی پیدا نکرد، تا اینکه در اواخر سال ۱۹۵۳ تعدادی از برنامه‌های آن به بررسی فعالیتها و تهمتهای مک‌کارتی و همکاریانش اختصاص یافت. اولین آنها به نام **پرونده میلورادولویچ**^۱ (۱۹۵۳) دربارهٔ اخراج یک ستوان نیروی هوایی از ارتش امریکا بود. جرم این ستوان این بود که با خواهر و پدرش که «مجلات خطرناک» می‌خوانده‌اند، معاشرت داشته است (۹). دومین برنامه به نام **مباحثه در ایندیاناپولیس**^۲ (۱۹۵۳)، کوشش گروههای طرفدار برابری نژادی را برای تشکیل جلسه بحث و گفتگو و درگیری آنها را با گروههای به اصطلاح وطنخواه نشان می‌داد. سومین برنامه به نام **گزارشی دربارهٔ سناتور مک‌کارتی**^۳ (۱۹۵۴)، مجموعه‌ای از فیلمهای گرد آورده بود که در آن گفته‌ها، تهمتها و افتراهای سناتور از زبان خود او شنیده می‌شد. تناقض عجیب و بی‌پایه بودن بسیاری از این گفته‌ها و ضعف مک‌کارتی در ثابت کردن تهمتهایش [علی‌رغم ادعاهای متعددش در این مورد] به برنامه نیرو و برندگی خاصی بخشید. جالب این بود که هیچ کدام از مدیران شبکه رادیو تلویزیون کلمبیا نمی‌خواستند این برنامه را قبل از نشان دادن آن از شبکه ببینند، تا در تهیه یا حتی در تأیید آن شریک قلمداد نشوند. با وجود این، شب قبل از پخش برنامه، رئیس شبکه تلویزیونی به مورو تلفنی گفت: «اد، من امروز از تو حمایت و پشتیبانی می‌کنم و فردا نیز این کار را خواهم کرد.» برنامه در ساعت ۳۰-۱۰ شب ۹ مارس ۱۹۵۴ از تلویزیون پخش شد. مورو در این برنامه علاوه بر ارائه گفته‌های مک‌کارتی، کارها و عملیات او را در زمینه تاریخ اجتماعی امریکا بررسی کرد. برای مثال پاره‌ای از گفتارهای این برنامه ذکر می‌شود:

«ما با ترس، با ترس از یکدیگر، نمی‌توانیم زندگی کنیم. ما از ترس به عصر بیفکری و عدم منطق سوق داده نخواهیم شد. اگر نگاهی به تاریخ ملی و آرمانهایمان بیندازیم و در آنها عمیقاً به کاوش بپردازیم، به یاد خواهیم آورد که اجداد ما آدمهای ترسو و بزدرلی نبودند. آنها از نوشتن، گفتن و معاشرت کردن با یکدیگر واهمه‌ای نداشتند و در دفاع از آرمانهای درستی که موقتاً کنار گذاشته شده بودند نیز هراسی به خود راه نمی‌دادند...» (۱۰)

مک‌کارتی وقتی از قدرت تلویزیون در تحت تأثیر قرار دادن تماشاگران و شکل دادن به عقاید و باورهای آنها آگاه شد، برای پاسخگویی به برنامه مورو از مدیران شبکه رادیو تلویزیون کلمبیا درخواست وقت کرد. این درخواست مورد قبول واقع شد، ولی مک‌کارتی موقعیت مناسبی برای پاسخگویی نداشت، چون مجبور بود تهمتها و گفته‌های خودش را خودش جواب دهد. در واقع صحنه‌های مستند و گفته‌های خود او سرانجام سبب شکستش شدند. مک‌کارتی، در مدتی که

1. *The Case Against Milo Radulovich* (A0589839)

2. *Argument at Indianapolis* 3. *Report on Senator Mc Carthy*



سائور جوزف مت کارنی و همکاری در گزارشی درباره سناتور مک کارتی

میدان را در دست داشت، علاوه بر مردم عادی، ارتش آمریکا و بسیاری از سرکرده‌های حزب جمهوریخواه را نیز از خود ناراضی کرده بود. برنامه مورو موج انتقاد را علیه مک کارتی برانگیخت، به طوری که رفتار گذشته مک کارتی تحت بررسی و مطالعه قرار گرفت و ستاره‌اش بسرعت رو به افول گذاشت. مک کارتی در سال ۱۹۵۷ به طور ناگهانی درگذشت.

البته همه مردم، چه در خارج و چه در داخل شبکه رادیو تلویزیون کلمبیا، از برنامه مورو و فرندلی به یک اندازه استقبال نکردند. چند روز پس از پخش برنامه، رئیس خبر شبکه، فرندلی را به اتاق خود خواند و به او گفت: «خیلیها فکر می‌کنند که برنامه شما به قیمت از دست رفتن شبکه تمام خواهد شد.» فرندلی به صد هزار تلگرام تبریکی که برای او و مورو رسیده بود، اشاره کرد. ولی رئیس خبر شبکه گزارش یک مؤسسه آمار را نشان وی داد که در آن نوشته شده بود که اغلب مردم بیشتر به حرفهای مک کارتی اعتقاد دارند تا به حرفهای مورو، و اینکه ۳۳ درصد مردم مورو را کمونیست یا طرفدار کمونیسم تصور می‌کنند.

این برنامه و چند برنامه دیگر، به مدیریت شبکه فهماند که وجودنگاهی به رویدادهای روز و مورو هر دو باعث ددسراند. به این ترتیب بتدریج از قدرت و آزادی عمل مورو کاسته شد. در سال ۱۹۵۵ شرکت الکوآ، که تا آن زمان پشتیبان مالی این برنامه بود، تحت فشار همکاران مک کارتی از حمایت برنامه خودداری کرد. از آن پس، شرکتهای بزرگ از حمایت این گونه

برنامه‌های مستند و کاوشگرانه سرپاز زدند و در عوض به برنامه‌های سرگرم کننده روی آوردند. در سال ۱۹۵۸ سی مجموعه تلویزیونی که حاوی برنامه‌های وسترن، درام و مسابقه‌های مختلف هوش بودند، شبکه‌های رادیو - تلویزیونی امریکا را پر کردند. در این میان دیگر جایی برای نگاهی به رویدادهای روز نبود، به طوری که در همان سال پخش آن متوقف شد.

در اکتبر ۱۹۵۸ مورو در جلسه‌ای که در آن رؤسای خبر ایستگاههای رادیو تلویزیونی امریکا شرکت داشتند سخنرانی ایراد کرده در ضمن آن در باره برنامه‌های سطحی شبکه‌ها چنین گفت:

«...اگر صد سال دیگر تاریخ‌نویسانی وجود داشته باشند و نسخه‌هایی از برنامه‌هایی که در عرض هفته از سه شبکه رادیو تلویزیونی پخش می‌شوند نیز وجود داشته باشند، این تاریخ نویسها، در میان برنامه‌ها، فیلمهایی سیاه و سفید یا رنگی خواهند یافت که فساد، زوال و فرار از واقعیت در آنها نقش بسته است.... اگر ما همچنان به این نحوه تولید برنامه ادامه دهیم، تاریخ انتقامش را از ما خواهد گرفت و ما را به کیفر اعمال خود خواهد رساند.»

(۱۱)

در سال ۱۹۶۰ جان کندی رئیس جمهور وقت امریکا مورو را به سرپرستی آژانس اطلاعاتی امریکا منصوب کرد. مورو در سال ۱۹۶۵، در اثر ابتلاء به سرطان ریه، و پس از يك بیماری طولانی درگذشت.

در سالهای دهه ۱۹۶۰ قدرت نظامی امریکا در اطراف جهان به طرز شگرفی افزایش پیدا کرد، و همراه آن، علایق اقتصادی شرکتهای بزرگ و چند ملیتی امریکایی نیز در سراسر جهان گسترش یافت. در این میان شبکه‌های رادیو - تلویزیونی تجارتي نیز، به صورت ابزارهای تجارت بسیار عظیمی در آمدند که مایل بودند وضع موجود حفظ شود. به این جهت، به برنامه‌ها و فیلمهای مستندی که موجب می‌شدند آب از آب تکان بخورد رو نشان نمی‌دادند. سینماگران مستند و خبرگزاران، دیگر از استقلالی که مورو در تهیه برنامه داشت برخوردار نبودند، و شبکه‌های رادیو - تلویزیونی فقط برنامه‌های مستندی را که خود در ساختن آن دست داشتند نشان می‌دادند. به این ترتیب فیلمهای مستند تلویزیونی، لبه برنده و کاوشگرانه خود را از دست دادند و «عینیت گرا» شدند. در بسیاری از فیلمهای مستندی که درباره انقلابها و آشوبهای کشورهای مختلف تهیه می‌شد، نظرها و طرز تلقی راجع به موضوعات، همانهایی بودند که مقامات رسمی دولت امریکا داشتند.

گاهگاهی فیلمهای مستند تلویزیونی کاوشگرانه‌ای مانند *درو شرم‌آور* (۱۹۶۰) و *سرگذشت يك دکه شرط‌بندی*^۲ (۱۹۶۱) ساخته می‌شد که سروصدا و بحث و گفتگوی زیادی را برمی‌انگیخت. فیلم *درو شرم‌آور*، که توسط دیوید لو^۳ برای شبکه رادیو تلویزیون کلمبیا تهیه شده

1. *Harvest of Shame*2. *Biography of a Bookie Joint*3. *David Lowe*

بود، سبب توفانی در مجلس امریکا شد و دولت سعی کرد از نمایش آن در خارج از امریکا جلوگیری کند. همین‌طور فیلم *آنگولا: سفری به میدان جنگ*^۱ (۱۹۶۱) که توسط سینماگر مستند امریکایی، رابرت یانگ^۲، برای شبکه رادیو تلویزیونی ملی ساخته شده بود با اشکالات زیادی مواجه شد. این فیلم ظلم و تعدی سربازان پرتغالی را در درهم کوبیدن انقلابی که برضد آنها در آنگولا توسط افریقاییان به وجود آمده بود بخوبی نشان می‌دهد. اما شبکه رادیو تلویزیون ملی صحنه‌هایی را که در آن استفاده سربازان پرتغالی را از بمبهای آتشنا (نی‌پام)^۳، ساخت امریکا، بروشنی نشان می‌داد از فیلم بیرون آورد. دلیل شبکه این بود که شوروی ممکن است از این صحنه‌ها برضد امریکا استفاده تبلیغاتی بکند (۱۲).

با اینکه دوره مک‌کارتی و اختناق سپری شده، وضع تغییر کرده است و دیگر فهرست سیاهی در کار نیست، ولی مثالهایی که ذکر شدند فیلمهای مستند تلویزیونی کاوشگرانه انگشت شماری هستند و به هیچ وجه نمی‌توانند نشان دهنده بخش اعظم فیلمهای مستند تلویزیونی باشند که «بی‌آزار» و آرامند.

اولین و مهمترین هدف شبکه‌های تلویزیونی، و بخصوص شبکه‌های تلویزیونی تجارتي امریکا، به دست آوردن سود و منفعت بیشتر است. آنها به پخش آگهیهای تجارتي به مدت زیاد (بیشتر از ۶ دقیقه در هر ساعت) می‌پردازند و برای بعضی از آگهیها درآمدی بالغ بر صدها هزار دلار دارند. علاوه بر آگهیها، فعالیت این ایستگاههای تجارتي بر ارائه برنامه‌های سرگرم کننده و فیلمهای باسماه‌ای استوار است و ارائه اطلاعات، اخبار و فیلمهای مستند در مرحله دوم اهمیت قرار دارد. چون تماشاگران شبکه‌های تلویزیونی را انبوهی از مردم تشکیل می‌دهند که بالغ برده‌ها میلیون می‌شوند، و از طرفی، هزینه تولید برنامه‌ها از طریق درآمد نمایش آگهیهای تجارتي تأمین می‌شود، گردانندگان ایستگاهها و شبکه‌ها نمی‌خواهند برنامه‌هایی نشان دهند که گروه متشکلی از تماشاگران (گروههای سیاسی، دینی، سنی، جنسی و مانند آن) را ناراضی کنند یا آگهی دهندگان را برنجانند. به این جهت، ایستگاهها و شبکه‌ها از فیلمهای مستند کاوشگر حمایت چندانی نمی‌کنند. اگر هم به این کار دست می‌زنند به دلیل این است که می‌خواهند در موقع تجدید پروانه کسب، سابقه‌ای در خدمت به مردم و آگاه کردن آنها داشته باشند، یا حداقل به این دلیل که، با حمایت کردن از این نوع فیلمها - به عنوان سازمانی که در خدمت مردم است، برای حقوق آنها می‌جنگد و برای آگاه کردنشان قدم بر می‌دارد - کسب وجهه و حیثیت کنند. این امر (کسب وجهه و حیثیت) نیز به طور غیر مستقیم سبب می‌شود که آگهیهای زیادتری به آن ایستگاهها و شبکه‌های تلویزیونی داده شود، و در نتیجه، درآمد آنها افزونتر گردد.

1. *Angola: Journey to a War*

2. Robert Young

3. Napalm

فصل چهارم

حمایت سازمانهای بین‌المللی از فیلم مستند

در میان سازمانهای بین‌المللی که به ساختن فیلم مستند کمک کرده‌اند باید از سازمان ملل متحد و بخشهای مختلف آن مخصوصاً یونسکو و یونیسف نام برد. یونیسف، با همکاری شرکتهای مختلفی چون هیئت ملی فیلم کانادا، «رادیو تلویزیون ژاپن»، سازمان رادیو تلویزیون عمومی در آمریکا، و یا سازمان سخن پراکنی بریتانیا فیلمهای مستند متعددی راجع به وضعیت و شرایط زندگی کشورهای در حال رشد، تهیه کرده است. متأسفانه بیشتر این فیلمها سطحی هستند و چون سازندگان آنها غیربومی‌اند و با فرهنگ و وضعیت زندگی در این کشورها، چنانکه باید و شاید، آشنایی ندارند، در نتیجه نگاهشان اجمالی، و معطوف به ظاهر موضوعات است. علاوه بر آن، پاره‌ای از این فیلمها، نشان‌دهنده نظرات فیلمسازان و دولتهای جهان صنعتی و سرمایه‌داری نسبت به کشورهای جهان سوم است، و معیارهایی که ملاک قرار گرفته‌اند، اغلب معیارهای کشورهای سازنده فیلم - کشورهای صنعتی - هستند.

دلیل دیگری که سبب می‌شود فیلمهای مستند حمایت شده از طرف بخشهای مختلف سازمان ملل متحد نتوانند به عمق مسائل جهان سوم بپردازند، این است که این سازمان به خاطر ماهیت بین‌المللیش، نمی‌خواهد یا نمی‌تواند با تهیه فیلمهای مستند کاوشگرانه (که احتمالاً انتقادی خواهند بود) کشورهای عضو را که درآمد مالی و هزینه سازمان را تأمین می‌کنند، برنجاند. به این ترتیب در تهیه این گونه فیلمها، مسائل سیاسی بر ساخت و برداشت آنها سایه می‌افکند. در عین حال، کمبود بودجه سازمان ملل نیز عامل دیگری است که در برداشت سطحی فیلم اثر می‌گذارد. نکات ذکر شده بیشتر در مورد فیلمهایی است که وضعیت اجتماعی کشورهای جهان سوم را نشان می‌دهند. اما وقتی موضوع فیلم بررسی مسائل کلی مانند آلودگی محیط، بزهکاری جوانان،

بیسوادی و بررسی بیماریها باشد، آنگاه فیلمسازان فیلم مستند [به خاطر ماهیت و امکانات سازمان ملل متحد] از نوعی آزادی برخوردار می‌شوند که تحت حمایت دولتها و صنایع و شرکتهای یا شبکه‌های تلویزیونی کشورها برای آنها امکانپذیر نیست. توزیع فیلمهای یونسکو و یونسف از راه سینماهای مدارس، انجمنهای خیریه، ایستگاههای تلویزیونی و مانند آن انجام می‌گیرد. سازمانهای مختلف وابسته به سازمان ملل متحد چندین فیلم درباره ایران ساخته‌اند که به چهار عدد آنها در زیر اشاره می‌شود: فیلم *تعقیب اژدها*^۱ (۱۹۶۶) که با همکاری دولت ایران ساخته شده است، کوششهای دولت ایران را در ریشه‌کن کردن قاچاق تریاک، مرفین و هروئین، نشان می‌دهد (۱).

فیلم *اطلاعات از مدفوع*^۲ (۱۹۶۶)، فعالیتهای پژوهشی مؤسسه رازی را در تعیین آن دسته از انگلهای داخلی که هر ساله موجب مرگ و میر تعداد زیادی بز و گوسفند [این تعداد ۴۰ میلیون در سال تخمین زده شده است]. می‌شدند، نشان می‌دهد. فیلم *ایران - روح تغییر*^۳ (۱۹۷۰) که با همکاری سازمان رادیو تلویزیون ژاپن ساخته شده است، روحیه تغییر و پیشرفت در ایران را، از ورای نقشی که سپاهیان دانش [مخصوصاً زنان] به عهده دارند، به نمایش می‌گذارد. و بالأخره فیلم *از زمان کورش تا کنون*^۴ (۱۹۷۱) که با همکاری سازمان رادیو تلویزیون بریتانیا تهیه شده است، بیست و پنج قرن تاریخ ایران را از ورای آثار تاریخی که به جا مانده‌اند، به تماشاگر عرضه می‌کند (۲).

1. *Chasing the Dragon* 2. *Facts from Feces* 3. *Spirit of Change - Iran*
4. *Since the Days of Cyrus*

حمایت مالی نهادهای اجتماعی از فیلم مستند

نهادهای اجتماعی مانند اتحادیه‌های کارگران، شهرداریها یا سازمانهایی که در مورد بهبود محیط زیست، مبارزه با گرسنگی و فقر، محدودیت مسابقه تسلیحاتی، جلوگیری از ازدیاد نسل و تبلیغ مذاهب مختلف فعالیت دارند، برای پیشبرد هدفهای خود از فیلم مستند استفاده می‌کنند. از این نظر حمایت این نهادها از فیلم مستند روز به روز در حال گسترش است.

در عین حال گروهها یا کالجوزهایی که جبهه‌گیریها و گرایشهای مختلف دارند [مانند کمونهای سیاسی، فرهنگی، هنری و دینی]، با استفاده از درآمد شخصی گروه یا با برخورداری از حمایت مالی اشخاص و مؤسسه‌های خیریه دیگر، به تهیه و توزیع فیلمهای مستند دست می‌زنند. کمونهای فرهنگی و اجتماعی مانند کمون‌الیس‌آیلند^۱ در لوس‌آنجلس، انت‌فارم^۲ در سانفرانسیسکو، یا کالجوزها و کمونهای سیاسی و سینمایی مانند «کالجوز فیلمسازی سانفرانسیسکو»^۳ و «کالجوز فیلمسازی پاسیفیک»^۴ که هر دو در سانفرانسیسکو قرار دارند و سازمان فیلمسازی «نیوزریل» که مرکز اصلی آن در نیویورک است، به تولید برنامه‌های تلویزیونی و فیلمهای سیاسی و مستند متعهد مشغول هستند و در این راه از وسایل قابل حمل فیلمبرداری و تصویر برداری (۱) استفاده می‌کنند. توزیع این گونه فیلمها و نوارها به طور غیررسمی انجام می‌گیرد و درآمدهای که از این راه عاید سازندگان این فیلمها می‌شود، چندان زیاد نیست.

توزیع این گونه فیلمها به طور کلی بیشتر از راه سفارشات که از طرف خواستاران جوان و دانشجو به کمونها می‌رسد، یا از طریق شرکتهای توزیع کوچک مانند آدیوبراندون، سینماپنج، «انجمن فیلمهای خلاق»^۵، «مرکز توزیع فیلمهای فیلمسازها»^۶، «شرکت تعاونی فیلمسازها»^۷،

1. Ellis Island 2. Antfarm 3. San Francisco Film Collective 4. Pacific Film Collective
5. Creative Film Society 6. Film - makers' Distribution Center 7. Film - makers' Cooperative

«شرکت تعاونی کانیون سینما» و سازمان نیوزریل صورت می‌گیرد.

چندین سال است که علاوه بر نهادهای اجتماعی و کمونهای گروهی، گروههای ویدیویی متعددی در امریکای شمالی، کانادا، ژاپن و اروپا در حال رویدن و گسترش اند. هدف بسیاری از آنها، مانند کمونهای جمعی نشان دادن جنبه‌های مختلف فرهنگ جوانها، بررسی و تحلیل موقعیتهای اجتماعی و ترغیب تماشاگران برای شرکت در فعالیتهای اجتماعی و سیاسی است. برای این کار، آنها از وسایل قابل حمل تلویزیونی استفاده می‌کنند. این نوع گروهها در گذشته، حتی در ۱۰ سال پیش، نمی‌توانستند شکل بگیرند، زیرا وسایل تولید و توزیع فیلم و نوار تلویزیونی، به واسطه وزن و پیچیدگی زیاد و همچنین گرانی قیمت، مطلقاً در دست صاحبان سرمایه بود. ولی، با تکامل وسایل قابل حمل تصویربرداری، انحصار تولید و توزیع از دست صاحبان کارتهای ارتباط جمعی خارج شد.

گو اینکه بسیاری از کارهایی که این گروهها ارائه می‌کنند ابتدایی و برای تفریح، سرگرمی و تجربه است، در این میان کوششهایی جدی و اساسی نیز صورت گرفته است: مانند فیلمهای متعدد نهضت مقاومت در امریکا و اروپا، که با سبک خاص تأثیر پذیرفته از فیلم مستند خبری و سینمای بیواسطه، شرایط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را بدون افسانه‌پردازی بررسی، و زوایای پنهان آن را آشکار می‌کنند، و حتی بعضی اوقات، راههایی برای عمل پیش پای تماشاگر می‌گذارند. چون معمولاً هدف این سازمانها بدست آوردن درآمد هر چه بیشتر نیست، در نتیجه نحوه برخورد و برداشت آنها از واقعیت نیز با برداشت سینماگران تجارتي تفاوت دارد و بعضی از فیلمهایشان از عمق، تجزیه و تحلیل و تعهد بیشتری برخوردار است. هم اکنون در اروپا، امریکا، کانادا و ژاپن بالغ بر ۳۰۰ گروه به ثبت رسیده از این نوع وجود دارند و به صورت يك شبکه عظیم اطلاعاتی و ارتباطی غیر منظم و غیر رسمی مشغول فعالیت می‌باشند (۲). این گروهها نوارها و فیلمهای خود را در محله‌ها و سینماهای ویژه به نمایش می‌گذارند و بتازگی کوششهای پی‌گیری نیز برای توزیع و نمایش فیلمهای خود از تلویزیونهای کابلی به عمل آورده‌اند.

تلویزیون کابلی در حال حاضر نشان‌دهنده آخرین مرحله پیشرفت تکنولوژی ارتباط گروهی در امریکاست که در حد اعتلای خود، از ادغام نظام کامپیوتر، تلویزیون، رادیو و کابل به وجود آمده است.

کاربرد این نوع نظام بسیار وسیع و عظیم است و همه نظامهای ارتباطی دیگر جامعه را تحت تأثیر قرار خواهد داد.

تلویزیون کابلی در ابتدا برای تقویت علامت (سیگنال) تلویزیونی در نقاط پرنشیب و فراز، به وجود آمد. ولی، بزودی از حالت يك تقویت کننده ساده و خنثی خارج شد و با گسترش دستگاهها و نظامهای مخصوص خود، به جرگه تولیدکننده و پخش کننده‌های برنامه‌های رادیو - تلویزیونی

پیوست. به طور بسیار ساده، تفاوت‌های اصلی بین نظام رادیو-تلویزیون معمولی و رادیو تلویزیون کابلی عبارتند از:

۱. پخش در رادیو تلویزیون معمولی از راه امواج هوا صورت می‌گیرد ولی همین کار در مورد رادیو تلویزیون کابلی از راه کابلی انجام می‌گیرد که، مانند سیم تلفن، برنامه‌ها را از ایستگاه رادیو تلویزیون به خانه یا محل کار مشتری می‌آورد.

۲. تلویزیون کابلی به خاطر خصوصیت فنی خاص خود در آینده نزدیک می‌تواند از راه یک کابل، در حدود ۸۰ برنامه [کانال] تلویزیون و تعداد زیادی ایستگاههای رادیو را به مشتریان خود ارائه دهد، و نیز می‌تواند برنامه‌ها و کانالها را از ایستگاههای مختلف (سراسر کشور یا جهان) بگیرد و در دسترس مشتری قرار دهد.

۳. تلویزیون کابلی با کمک یک کامپیوتر مرکزی می‌تواند در کمک به خدمات عمومی - مانند نام‌نویسی دانشجویان، رأی‌دادن در انتخابات، آشپزی، آشناسانی، حفاظت از خانه‌ها و اموال اشخاص، خرید از فروشگاهها، استفاده از کتابخانه‌ها و غیره نقش عمده‌ای داشته باشد. کاربرد این نوع سیستم که بر آن نام تلویزیون دوطرفه^۱ نهاده اند وسیع است و بدون شک در آینده نزدیک به صورت یک ضربه ناگهانی تکنولوژیکی عظیم ظاهر خواهد شد (۳).

یکی از اثراتی که این نوع تلویزیون روی صنعت تلویزیون و سینمای تجاری خواهد گذارد این است که تولید و توزیع فیلم را تا اندازه‌ای از دست انحصارگرایان صنعت فیلم و تلویزیون درخواهد آورد. به طور مثال، هم اکنون بزرگترین شبکه تلویزیونی کابلی در امریکا به نام تله پرامپتر یک کمپانی مستقل است و به هیچ کدام از شرکتها و استودیوهای بزرگ فیلم و تلویزیون امریکا تعلق ندارد. قانون تازه‌ای نیز در امریکا پیدایش سازمانهای تلویزیون کابلی مستقل را آسانتر و محتملتر ساخته است. طبق این قانون، ایستگاههای رادیو تلویزیونی کابلی شهرهای بزرگ امریکا موظف اند که یک یا چند کانال خود را به رایگان در اختیار عموم بگذارند تا مردم عادی بتوانند عقاید و نظرات خود را، بدون واسطه و به طور مستقیم، در اختیار همشهریان خود بگذارند. در حال حاضر در امریکا، با استفاده از این قانون، فیلمها و نوارهای مستند و خبری بسیاری

1. Channel 2. Two-way Television

۳. Teleprompter. در امریکا در دهه ۱۹۷۰ فقط چند شرکت محدود به تجربه با نظام تلویزیون دوطرفه دست زدند. از این میان از شرکت Theta-com می‌توان نام برد که در شهر El Segundo واقع در ایالت کالیفرنیا به یک رشته آزمایشات وسیع در این زمینه مبادرت ورزیده است.

توسط افراد معمولی، سینماگرهای آماتور یا گروههای مختلف مثل گروههای اجتماعی، سیاسی و دینی تولید، و توسط تلویزیونهای کابلی پخش می‌شوند. یکی از مهمترین این گروهها در امریکا گروه تاپ ولیوتی وی^۱ است، که با همکاری افرادی مانند مایکل شمبرگ^۲ به تولید برنامه‌های تلویزیونی بر روی نوار نیم اینچ تلویزیونی مشغولند.

شمبرگ در مورد تولید برنامه‌های تلویزیونی گروه خودشان چنین اظهارنظر می‌کند:

«در اواخر ۱۹۶۹، با ظهور دستگاه ضبط تصویر تلویزیونی قابل حمل سونی، تولید برنامه‌های تلویزیونی دچار تغییری اساسی شد. به طوری که تولید غیر متمرکز برنامه‌ها توسط گروههای آزاد علاقه‌مند به کار با تلویزیون، امکانپذیر گشت. اما توزیع مواد تولید شده وضع دیگری داشت.»

او می‌گوید: «ما فکر می‌کردیم که توزیع برنامه‌ها نیز شامل این تغییر خواهد بود و غیرمتمرکز خواهد شد. اما اشتباه می‌کردیم.» (۴) توزیع وسیع مواد تصویری کاری است که به سرمایه و سازمان متشکلی نیازمند است، به همین جهت نیز شبکه‌های ارتباطی که توسط این گروهها برای توزیع نوارها و کاستهای تلویزیونی^۳ به وجود آمده‌اند، هنوز نتوانسته‌اند، به طوری که انتظار می‌رفت، از عهده توزیع وسیع این گونه مواد برآیند. اما تلویزیونهای کابلی در مدت کوتاهی که از عمرشان گذشته است نشان داده‌اند که می‌توانند مفری برای توزیع و نمایش این گونه برنامه‌ها و نوادهای تجربی باشند. به همین جهت نیز تاپ ولیوتی وی مانند بسیاری دیگر از این نوع گروهها با سازمانهای تلویزیون کابلی همکاریهای وسیعی را شروع کرده است. مثلاً تاپ ولیوتی وی در سال ۱۹۷۲ از مراسم و جریانات برگزاری انتخابات ریاست جمهوری امریکا دو برنامه تلویزیونی مستند تهیه کرد که از شبکه تلویزیون کابلی تله پرامپتر پخش شد. این برنامه‌ها همان موضوعهایی را مورد بررسی قرار دادند که شبکه‌های تلویزیونی تجارتي امریکا نیز بررسی می‌کردند، منتها چون گرایش افراد این گروه با خبرگزارهای شبکه‌های تلویزیونی متفاوت بود - هدف آنها از این برنامه‌ها نیز درآمد زیاد نبود - و با وسایل بسیار سبک و قابل حمل سونی نیز کار می‌کردند، توانستند برنامه‌هایی تهیه کنند که، بدون ادعای عینی و بیطرف بودن، احساس روانی شرکت کنندگان در مراسم انتخابات را بخوبی نشان دهند. چون هزینه تولید این گونه برنامه‌ها و فیلمهای مستند کم است، و چون آگاهی تازه‌ای حداقل در میان جوانها به وجود آمده که می‌توان از فیلم و تلویزیون به صورت يك حربه مؤثر سیاسی و اجتماعی استفاده جست، و از آنجا که تعداد کانالهای تلویزیون کابلی زیاد است و پخش و توزیع برنامه و فیلم از آن طریق با امکانات زیادتر و

1. Top Value TV (TV TV) 2. Michael Shamberg

3. Video Tape (کاست تلویزیونی) Video Cassette (تلویزیونی)

قیمت ارزانتری مقدور است، لذا با توجه به همه این دلایل به نظر می‌رسد که تلویزیون کابلی در آینده به پیدایش يك جنبش بزرگ مستندسازی در کشورهایی که در آنها نظام تلویزیون کابلی پیشرفت کرده است بینجامد.

بخش سوم

روشهای سینمای مستند

مقدمه

هدف سینمای مستند، شکار واقعیت، نشان دادن و بررسی پیشامدها با حداقل دستکاری و همچنین تشویق تماشاگر به عمل است. ولی، با وجود این، گاهی این نوع فیلم نیز مثل انواع دیگر فیلم در تماشاگران واکنشهای متفاوتی برمی انگیزد که همیشه با نظر سینماگر هماهنگ نیست. واکنشهای معمولی تماشاگران را می توان به چند دسته زیر تقسیم کرد (۱).

بی تفاوتی

بی تفاوتی موقعی در تماشاگر به وجود می آید که سینماگر نتوانسته باشد اهمیت موضوع فیلم را به وی بقبولاند یا اینکه موضوع فیلم به دلایل خاص اجتماعی، اقتصادی یا شخصی مورد توجه تماشاگر قرار نگرفته باشد.

تغییر عقیده

اگر قبل از تماشای يك فیلم، آرمانها و عقاید سینماگر و تماشاگر با هم مطابقت داشته باشند، فیلم نیز بتواند نیازهای فکری و اجتماعی تماشاگر را برآورده کند و به سؤالی که در زمان دیدن فیلم ذهن تماشاگر را به خود معطوف داشته اند، جواب گوید، و شرایط نیز مناسب باشند، آن وقت، در اثر دیدن فیلم، تماشاگر متقاعد خواهد شد و تغییر عقیده خواهد داد.

تقویت باورها

بسیاری از اوقات، موضوع و برداشت فیلم طوری است که موجب تأیید و تقویت باورهای تماشاگر می شود و او را در اعتقادات خود استوارتر می سازد.

واکنش منفی

در پاره‌ای از مواقع پیام فیلم و نوع ارائه آن طوری است که موجب می‌شود تماشاگر نسبت به فیلم واکنشی منفی از خود نشان دهد که با هدف سینماگر تناقض دارد. برای اینکه سینماگر بتواند با فیلم خود تماشاگر را به نحوی تحت تأثیر قرار دهد که به تغییر عقاید وی بینجامد و مهمتر از همه او را به عمل برانگیزاند می‌تواند از عوامل زیر سود جوید:

حس نوع دوستی: با استفاده از حس نوع دوستی تماشاگر می‌توان وی را به عمل تشویق کرد. نشان دادن موضوعات مبتلا به مردمی که گرفتار موقعیتهای خاصی هستند، به سینماگر کمک می‌کند که بتواند حس نوع دوستی و رقت و همدردی تماشاگر را نسبت به آن موضوعات برانگیزد. به طوری که تماشاگر، پس از دیدن فیلم به طریقی که سینماگر پیشنهاد می‌کند، آماده کمک و خدمت به هم‌نوع خود باشد. این راه موقعی مثمر ثمر است که سینماگر شباهت کافی و لازم را بین موضوعات فیلم و وضعیت و شرایط زندگی تماشاگر ایجاد کند.

حس ترس، خشم و تنفر: ترس، خشم یا تنفر نیز از عواطفی هستند که انسان را وادار به عکس العمل می‌کنند. سینماگر می‌تواند در فیلمش آدمهایی را که خصوصیاتشان با خصوصیات تماشاگران شباهت دارند، در موقعیتهای خطرناک و پرترس و دلهره قرار دهد، به طوری که تماشاگر برانگیخته شود و با آدمهای فیلم احساس همدردی کند، و آماده شود تا پیشنهادهای عملی سینماگر را برای از بین بردن موقعیتهای نامساعد بپذیرد. بسیاری از فیلمهای مستندی که در زمان جنگ جهانی دوم در امریکا و انگلیس تولید شدند، با استفاده از این عوامل، مردم را به پیوستن به ارتش و جنگ با دشمن تشویق کردند. توسل به این عوامل در زمان صلح چندان مؤثر نیست، مگر اینکه دولتها بتوانند چنین وانمود کنند که دشمن واحدی در کمین شهروندان است یا اینکه آنچه موجب ترس، خشم یا تنفر شهروندان می‌شود يك عامل واقعی و مهم همگانی است. شاید بتوان گفت که یکی از نتایج نشان دادن مرتب صحنه‌های شورشهای خیابانی سیاهان امریکا توسط فیلمهای مستند خبری تلویزیونی این بود که وحشت و دلهره در دل شهروندان سفید پوست امریکایی بیفتد و موجب شود که در رأی دادن به قوانین و مقررات برابری نژادی و در اجرای آنها تسریع به عمل آید.

اما اگر از عامل ترس، خشم و تنفر بیش از حد استفاده شود ممکن است موجب عکس العمل منفی تماشاگران گردد، به طوری که خودبخود و ناآگاهانه از توجه به مطالب مهم و بنیادی فیلم خودداری کنند یا اینکه از سر تخاصم با فیلم، دست به عملی مغایر نظر سینماگر بزنند.

وعده: گاهی با قول، وعده و وعید می‌توان تماشاگر را تحت تأثیر قرار داد و وی را برای کار خاصی آماده کرد. از این عامل بیشتر در آگهیهای تجارتي و فیلمهای تبلیغی استفاده می‌شود.

در این گونه فیلمها به تماشاگر وعده داده می شود که اگر از محصولات شرکت خاصی استفاده کند مشکلی برطرف خواهد شد. سیاستمداران انگلیسی و امریکایی نیز در موقع انتخابات مجلس یا ریاست جمهوری همیشه از این عامل استفاده می کنند و قول می دهند که در صورت انتخاب به مقام مورد نظر اشکالات رأی دهندگان را برطرف خواهند کرد.

تشویق به ادامه دادن راه: سینماگر می تواند فیلم خود را طوری تنظیم کند که هماهنگ با وضع موجود باشد و، در نتیجه تماشاگر را به ادامه دادن راهی که قبلاً انتخاب کرده است تشویق کند. در آگهیهای تجارتي از این عامل برای تشویق مصرف کنندگان به ادامه خریدن محصولات مورد نظر استفاده می شود.

در سینمای مستند نیز استفاده از این عامل در فیلمهایی که از حمایت مالی دولتها برخوردار هستند یا در فیلمهای تبلیغی رواج دارد. در این فیلمها اهمیت رضایت تماشاگر از وضع موجود برای وی روشن می شود.

عواملی که نام برده شدند، در طول تاریخ سینما و در روشهای سینمایی مختلف به کار گرفته شده اند، تا هرچه بیشتر رفتار تماشاگر را تحت تأثیر قرار دهند.

روشهای سینمایی با پیدایش سینما به وجود آمده اند و همپای آن رشد و تنوع پیدا کرده اند و کم کم به صورت آحاد اصلی و القبای کار در آمده اند. این روشها همیشه تابع متغیرهایی مانند نوع وسیله، سرمایه، مشخصه های سینماگر، مشخصه های تماشاگر، وضع اجتماعی و موضوع فیلم بوده اند. به همین جهت نیز، با به وجود آمدن تغییراتی در این متغیرها، که ناشی از تحولات اجتماعی، آشنایی بیشتر تماشاگر با سینما، به بازار آمدن وسایل سبک و قابل حمل و کار آهستند، روشهای مورد استفاده دچار تحول شده اند و به ابداع روشهای جدید یا تکامل روشهای پیشین، مانند روش سینمای بیواسطه یا سینمای شاهد، نمایشی کردن رویدادها، بدیهه سازی و پخش زنده تلویزیونی، انجامیده اند. در عین حال روش انتخاب شده نیز به نوبه خود روی فیلم و متغیرهای مذکور تأثیر می گذارد و رابطه ای دوجانبه به وجود می آید.

فصل اول

فیلمبرداری با استفاده از فیلمنامه

موضوعهای فیلمهای مستند، اغلب رویدادها و پيشامدهای متغیر و زودگذر هستند و سینماگر، برای ضبط آنها بر روی فیلم، نمی‌تواند از قبل فیلمنامه‌ای داشته باشد، بلکه باید با ادراک تیز و دوربین فرزند خود از لحظه‌های وقوع حوادث حداکثر استفاده را کرده و آنها را بر روی فیلم بیاورد. سینمای مستند خبری و سینمای بیواسطه یا سینمای شاهد بهترین نمونه‌های این گونه فیلمها هستند.

اما سینمای مستند همه این نیست و فقط با این نوع موضوعهای گذرا سروکار ندارد، بلکه بسیاری از اوقات به موضوعهایی می‌پردازد که تا اندازه زیادی قابل پیشبینی و کنترل هستند. در چنین مواقعی، سینماگر، برای افزایش کنترل و هماهنگی صحنه‌های فیلم با رویدادها، به روش و روال منظم تولید فیلم که امروزه در صنعت سینما مرسوم است، متوسل می‌شود. با روش استفاده از فیلمنامه، سینماگر در مورد موضوع معینی، پس از مشاهده، شناخت و تحقیق عمیق و دست اول به نگارش فیلمنامه می‌پردازد. چون این فیلمنامه بر پایه شناخت قبلی موضوع استوار است، از داستانپردازی بدور است و در نتیجه انعکاس واقعی از آن موضوع است. نوشتن فیلمنامه در این گونه موارد، علاوه بر اینکه به سینماگر کمک می‌کند تا تصویر دقیقی از موضوع داشته باشد. به او این امکان را نیز می‌دهد که بتواند بودجه، وسایل مورد نیاز و نیروی انسانی لازم را با دقت برآورد کند.

در واقع فیلم مستندی که با روش استفاده از فیلمنامه ساخته می‌شود مانند يك فیلم سینمایی مراحل مختلف تهیه و تولید را به طور منظم طی می‌کند (۱).

مهمترین روشهایی که تا کنون مورد استفاده سینماگران مستند بوده‌اند، عبارتند از: فیلمبرداری با استفاده از فیلمنامه، بازسازی، نظیره‌سازی، نمایشی کردن رویدادها، مصاحبه، گفتگو، گفتار، گردآوری، بدیهه‌سازی، سینمای پنهانی، فیلم خبری و مستند تلویزیونی.

فصل دوم

بازسازی^۱

باز سازی یعنی به وجود آوردن دوباره يك رویداد پس از رخ دادن آن برای فیلمبرداری، به طوری که این بازسازی با اصل رویداد تطابق کامل داشته باشد. به طور کلی روش بازسازی هم در مورد رویدادها و پیشامدهایی که در گذشته اتفاق افتاده اند به کار می‌رود و هم در مورد رویدادها و پیشامدهای زمان حال که به عللی فیلمبرداری از آنها امکانپذیر نیست.

در مورد پیشامدهای گذشته، سینماگر می‌تواند، با استفاده از منابع دیداری و شنیداری به جا مانده از آن پیشامدها، دوباره آنها را روی نوار فیلم زنده کند. این منابع شامل عکس، فیلم، نقاشی، موسیقی، ادبیات، گفتار و مانند آن است. این روش در بازسازی رویدادهای تاریخی مورد استفاده فراوان داشته است. در عین حال موقعیتهایی هم پیش می‌آید که سینماگر، به تهیه فیلم مستند از رویدادهای گذشته علاقه مند هست ولی منابع دیداری و شنیداری زیادی از آن رویدادها به جا نمانده است. در چنین موقعیتهایی سینماگر، برپایه داده‌ها و اطلاعات موجود، موضوع مورد نظر را به صورت فیلمنامه‌ای درمی‌آورد که توسط آن ماهیت موضوع با کمترین دستکاری و تحریف به تماشاگر القاء شود.

نمونه بارزی از این نوع استفاده از روش بازسازی، فیلم *نبرد الجزیره*^۲ (۱۹۶۸) ساخته جیلوپونته کوروو^۳ است. در این فیلم پونته کوروو همه يك شهر و بسیاری از ساکنان آن را برای نشان دادن جنگ الجزایریها در شهر الجزیره برضد سربازهای فرانسوی، بسیج می‌کند. فیلمنامه براساس رویدادها و واقعیتهای این جنگ طولانی تهیه شده است. صحنه آرای، نورپردازی، بزک،

1. Re - Creation, Re - enactment

2. *La Bataille d'Alger*

3. Gilo Pontecorvo



نبرد الجزیره

حرکات و اعمال بازیگرها همه در شرایطی چنان واقعی اجرا می‌شوند که تماشاگر بزودی از یاد می‌برد که ناظر یک بازسازی از رویدادهای گذشته است. در این فیلم، پونته کوروو هم شهامت و از جان گذشتگی الجزایریها و هم قساوت و سخت دلی آنها را نشان می‌دهد. مثلاً، در صحنه‌ای، یک افسر فرانسوی از دلاوری آنها سخن می‌گوید، و در صحنه‌ای دیگر که یک زن الجزایری مشغول کار گذاردن بمب در یک کافه است، دوربین پونته کوروو به سوی زن انقلابی، مردها، زنها و حتی بچه‌هایی که در کافه گرد آمده‌اند و عنقریب منهدم خواهند شد، معطوف می‌شود.

بازسازی واقعیت در سینمای مستند روش تازه‌ای نیست. اما استفاده از این روش از همان ابتدا موجب اعتراض شدید مستند گرایان مشکل‌پسند و ناب‌گرا قرار گرفته است. هنگامی که فلهرتی برای نشان دادن نمای داخلی خانه یخی تنوک در فیلم *تنوک شمالی* (۱۹۲۲) مجبور شد خانه را به دو نیم کند یا وقتی که بسیل رایت به قول خودش، برای نشان دادن نمای داخلی قطار پستی در فیلم *پست شبانه* (۱۹۳۶)، مجبور شد این صحنه را با استفاده از دکور در استودیو خلق کند (۱) پاره‌ای از مستند گرایان لب به شکایت گشودند و اظهار داشتند که بازسازی به معنای قلب کردن و دستکاری واقعیت است و در نتیجه عملی مردود و غیرقابل قبول به شمار می‌رود. در مورد بازسازی مستند از پیشامدهای گذشته، این انتقاد موردی ندارد و در باره بازسازی

پیشامدها و موضوعات روز نیز این مطلب را می‌توان گفت که سینماگر مستند همیشه در شرایط و موقعیتهایی قرار ندارد که بتواند در حین اتفاق افتادن پیشامدها، همه آنها را روی فیلم ضبط کند یا، به علل کمبود بودجه و فضا و محدودیت امکانات دیگر، قادر نیست پاره‌ای از موضوعات را عیناً ضبط کند؛ در چنین موقعیتهایی چاره‌ای جز بازسازی نیست. چون هدف سینماگر از بازسازی نزدیکتر شدن به روح و احساس پیشامدهاست، در این صورت بازسازی وی به نظر تماشاگر واقعگرایانه، معتبر و باور کردنی خواهد آمد. در چنین شرایطی می‌تواند از عهده‌دو مسئولیت از مسئولیتهای خود برآید: تطابق واقعیت درون فیلم با واقعیت خارج از فیلم، و تطابق واقعیت فیلم با انتظارات تماشاگر از یک فیلم مستند.

این نوع بازسازی رویدادهای زمان حال، در این اواخر مورد توجه سینماگران سینمای داستانی نیز قرار گرفته است و فیلمهایی چون *مردان ریاست جمهور* (۱۹۷۶) به کارگردانی آلن پکولا^۱ تهیه شده است. این فیلم «داستان» دو خبرنگار (کارل برنستین^۲ و باب وودوارد^۳) روزنامه *واشنگتن پست* است که در برملا کردن افتضاح و اترگیت^۴ نقش اساسی داشتند. با وجود اینکه فیلم، داستانی است اما رویدادها و صحنه‌های مهم همه بر پایه آنچه واقعاً اتفاق افتاده است و توسط این دو خبرنگار نوشته شده است، بدقت بازسازی شده‌اند. مثلاً برادران وارنر مبلغی در حدود ۴۵۰,۰۰۰ دلار خرج بازسازی اتاق خبرنگاران کرد و در این راه از هیچ کوششی باز نایستاد. به طوری که حتی زباله‌های این اتاق را نیز از ساختمان اصلی اداره *واشنگتن پست* (واقع در واشنگتن) به صحنه فیلمبرداری در کالیفرنیا منتقل کردند تا واقع‌نمایی صحنه‌ها حفظ شود (۲).

1. Alan Pakula

2. Carl Bernstein

3. Bob Woodward

4. The Watergate Scandal.

نظیره سازی^۱

نظیره سازی یعنی به وجود آوردن از پیش رویدادهایی که ممکن است در آینده اتفاق بیفتد. در واقع نظیره سازی يك نوع آینده نگری است که طی آن، سینماگر بر پایه اطلاعات موجود، وضع آینده را پیشبینی می کند و آن را به صورت فیلمی ارائه می دهد.

هنرمندان همیشه می خواسته اند آینده را تصویر کنند، اما بیشتر اوقات تصور آنها از دنیای آینده بر پایه افسانه و خیال بوده است. سینماگران مستند نیز مانند هنرمندان دیگر، به آینده نظر دارند، منتها آنها می خواهند تصویری واقعی از آینده پیش روی تماشاگر بگذارند و به همین جهت از نظیره سازی استفاده می کنند. در نگاه اول، این طور به نظر می رسد که مفهوم فیلم مستند با نظیره سازی مغایرت دارد. ولی باید توجه داشت که در فیلم مستند که از این روش استفاده می کند موضوع، پیشامدها و شخصیت‌های نظیره سازی شده همه در داده‌ها، اطلاعات و اسناد مربوط به آن موضوع ریشه دارند. در این نوع سینما، سینماگر داده‌ها را گردآوری، تجزیه و تحلیل و تفسیر می کند و، به این ترتیب، مسیری را که به آینده منتهی می شود، مشخص می سازد. معمولاً هدف از این گونه نظیره سازی‌های مستند، این است که مشکلاتی را که ادامه وضع حال برای آیندگان به بار خواهد آورد طوری متبلور کنند که مسئولان امر وادار به بهبود وضع فعلی شوند.

در واقع در این نوع فیلم، سینماگر مستند از رسالت خود که نشان دادن واقعی وضع موجود باشد، فراتر می رود و پی آمد و تأثیر این وضع را در آینده نیز مجسم می کند. طبیعی است که این دایره هنگامی کامل می شود که سینماگر، پس از تصویر کردن آینده، راههایی نیز جهت بهبود وضع موجود و در نتیجه جلوگیری از خطاهای آینده پیشنهاد کند.



بازی جنگ

نمونه بارز این نوع فیلم، بازی جنگ^۱ (۱۹۶۶) است که توسط پیتر واتکینز^۲ برای سازمان سخن پراکنی بریتانیا (بی. بی. سی) ساخته شده است. هدف فیلم واتکینز اثبات آسیب پذیری انگلستان است در برابر يك حمله اتمی، و فاجعه اقتصادی و اجتماعی که این حمله به بار خواهد آورد. بالأخره وادار کردن تماشاگر است به بررسی باورهای خود نسبت به مسئله منع سلاحهای اتمی و قدم گذاردن در راه مخالفت با مسابقه تسلیحات اتمی. در ابتدای فیلم، واتکینز، با استفاده از نقشه جغرافیایی، آسیب پذیری انگلستان را در برابر يك حمله اتمی دشمن نشان می دهد، و برای اینکه این آسیب پذیری را به نحو مؤثری مجسم کند، به عنوان نمونه از يك بحران جهانی یعنی مسئله برلن که منجر به رویارویی دو قدرت بزرگ یعنی امریکا و شوروی می شود کمک می گیرد. در نتیجه این بحران، نیروهای متحد در اروپا از سلاحهای اتمی استفاده می کنند. این امر به نوبه خود موجب می شود که انگلستان نیز متقابلاً آماج يك حمله اتمی شوروی قرار گیرد. واتکینز به دنبال این وضعیت نشان می دهد که چگونه برنامه های اضطراری دفاع ملی در مقابل چنین فاجعه خانمان براندازی بی اثر هستند و حتی گاهی نیز مضحك و ساده لوحانه به نظر می رسند. با استفاده از آمار و ارقام موجود و همچنین با کمک گرفتن از تجربیات وسیع و تلخ

1. *The War Game*

2. Peter Watkins

بمبارانهای جنگ جهانی دوم، اثرات يك حمله اتمی را بر روی جامعه و نهادهای اجتماعی و دولتی انگلیس به نحو مؤثر و کوبنده ای ترسیم می کند. واتکینز در ساختن این فیلم، انواع روشهای سینمایی را به کار می گیرد: مصاحبه های خبری با مردم کوچه و خیابان، مصاحبه با مسئولان امر، صحنه های کوتاه و نمایشی شده که هر کدام به نوعی در بیان موضوع مورد نظر سینماگر مؤثر هستند. این صحنه ها، همراه با گفتارهایی که از میان گفته ها یا نوشته های دانشمندان، رهبران مذهبی یا دستورالعملهای سازمانهای دفاع ملی انتخاب شده اند، و همچنین همراه با صحنه های جنگ، که به نظر می آید با روش فیلم خبری مستند از عملیات واقعی جنگ گرفته شده اند، هر لحظه فیلم را آکنده از احساس عدم کفایت سازمانها و کافی نبودن برنامه های اضطراری دولت انگلیس در مقابله با يك جنگ هسته ای می کند.

علاوه بر ساخت خاص این فیلم مسئله ای که به فیلم اعتبار و آیت می بخشد این است که آنچه ارائه می شود مستند به سند یا گفته یکی از اشخاص یا سازمانهای مهم دولتی و یا ملی انگلیس است. بدون شك اعتبار این نوع فیلم بستگی مستقیم به میزان و اعتبار تحقیقاتی دارد که بر پایه آن فیلم - و آینده مجسم شده در آن - بنا شده است. خود واتکینز در این مورد در مصاحبه ای چنین گفته است:

«هرچه بیشتر فیلم می سازم، بیشتر به تحقیق گرایش پیدا می کنم. تمایل روز افزون من این است که در فیلمسازی برای تحقیق بنیادی و عمقی اهمیت بیشتری قابل شوم. در مورد بازی جنگ مجبور بودم. مقدار زیادی تحقیقات اولیه را انجام دهم، زیرا هیچ کس تا آن زمان همه اطلاعات لازم را، به صورتی که باسانی در دسترس باشد، جمع آوری نکرده بود. کتابهای متعددی درباره اثرات بمبهای هسته ای نوشته شده بودند، اما فقط تعداد معدودی از آنها در دسترس مردم عادی بودند.» (۱)

در مورد این فیلم، تحقیقات واتکینز در دو جهت کلی تحقیقات فنی و اجتماعی پیش می رفتند. در زمینه تحقیقات فنی، او برای آشنایی بیشتر با فضا و حالت محل واقعه به برلین می رود، و سپس با استادان رشته های بیولوژی، پزشکی و رادیولوژی دانشگاه لندن ملاقات می کند و تحقیقات فنی دامنه داری را با کمک مؤسسه مطالعات استراتژیک لندن در مورد انواع راکتها، اثرات بمباران هسته ای بر روی گلبولهای سفید و قرمز خون، اثرات رادیو اکتیویته، دماهایی که مردمک چشم را در فاصله های مختلف ذوب می کنند، و مانند آن انجام می دهد. انجام تحقیقات درباره مطالب روز یا مطالبی که به عللی درباره اشاعه آنها در بین عموم، حساسیت وجود دارد، سینماگر را با مشکلات زیادی رو به رو می سازد. واتکینز نیز در تحقیقات راجع به فیلمش از این امر مستثنا نبود. او برای به دست آوردن اطلاعات بیشتر و دقیقتر درباره برنامه های دفاع ملی دولت، به هنگام موقعیتهای اضطراری، به وزارت کشور انگلیس که مسئول این برنامه هاست مراجعه کرد. ولی بزودی از طریق بی. بی. سی متوجه شد که قدم به حیطه

حساسی گذارده است و بهتر است تحقیقاتش را در این باره رها کند. در این میان سازمان امدادی آشنشانی ناحیه کنت با وجود منع وزارت کشور، اطلاعات لازم را در اختیار وی می‌گذارد (۲). از نقطه نظر جامعه شناسی نیز، واتکینز به مطالعه گزارشات مربوط به اثرات دو بمب اتمی که دولت امریکا بر روی دو شهر ناکازاکی و هیروشیما ژاپن انداخته بود یا بمبارانهای وسیع شهر درسدن آلمان پرداخت. ولی بزودی متوجه شد که اطلاعات زیادی در مورد جنبه‌های اجتماعی و روانی اثرات جنگهای اتمی در دست نیست. به این جهت، به جای مطالعه کتابها و متنها، به بحث و گفتگو با نویسندگان، شاعران، موسیقیدانها و به طور کلی هنرمندان روی آورد و از آنها خواست که درباره توطئه سکوتی که در مورد منع استفاده از بمب اتمی وجود دارد و نیز در مورد نقش خودشان در ادامه این توطئه صحبت کنند.

در فیلم بازی جنگ تعداد ۴۰۰ نفر شرکت داشتند ولی هیچ کدام بازیگر حرفه‌ای نبودند و به قول واتکینز قریب ۵۰ درصد آنها قبلاً هرگز در مقابل دوربین ظاهر نشده بودند. با وجود این، به واسطه اعتقادشان به هدف فیلم، به طرز کار گروهی و جمعی واتکینز و به خاطر علاقه به شرکت در ساختن این فیلم و بیان عقاید خودشان در مورد موضوع فیلم و بالأخره به خاطر نداشتن زمینه و مرده ریگ سنگین بازیگری حرفه‌ای، توانستند به یک نوع هماهنگی فکری و واقعگرایی خاص دست یابند.

متأسفانه فیلم بازی جنگ هرگز توسط سازمانی که حامی مالی آن بود، یعنی بی.بی.سی، به نمایش گذارده نشد. اما این سازمان، پس از فشارهای زیاد، اجازه پخش این فیلم را برای نمایش در سینماها - و نه در تلویزیون - داد. درگیری واتکینز بر سر این فیلم موجب شد که وی از کار خود در بی.بی.سی استعفا کند و به طور آزاد به ساختن فیلمهای مستند نظیره سازی آینده نگر خود بپردازد. از آن زمان به بعد وی تعدادی فیلم مانند حق ویژه^۱ (۱۹۶۷)، قهرمانها^۲ (۱۹۶۸) و پارک مجازات^۳ (۱۹۷۱) و زندگی و آثار ادوارد مانچ^۴ (۱۹۷۶) تهیه کرده است (۳).

در فیلم مستند، گاهگاهی نظیره سازی واقعیهای زمان حال نیز به علت مشکلات فنی یا اجتماعی و سیاسی، روشی اجتناب ناپذیر است. به این ترتیب، از این روش برای نشان دادن رویدادهای زمان حال یا آنچه پیشینی می‌شود در آینده اتفاق خواهد افتاد، استفاده می‌شود. مهمترین اصل در هر نوع استفاده از این روش این است که نظیره سازی، روح و ماهیت پیشامدها را با کمترین حد دستکاری و تحریف به نحوی نمودار سازد که فیلم بتواند از هماهنگی و یکدستی مناسبی برخوردار باشد؛ و در عین حال، اعتماد تماشاگر را نسبت به محتوای مورد بحث جلب کند. چه در بازسازی و چه در نظیره سازی، ممکن است سینماگر، برای جالبتر کردن فیلم خود، از روش نمایشی کردن استفاده کند.

فصل چهارم

نمایشی کردن^۱

بسیاری از اوقات سینماگر فیلم مستند، برای نشان دادن رویدادها - خصوصاً آن دسته از رویدادها که در گذشته اتفاق افتاده اند - آنها را به صورت يك فیلم نمایشی شده به تماشاگر ارائه می‌دهد. هدف سینماگر از به کار بردن روش نمایشی کردن، قویتر و مؤثرتر کردن پیام فیلم و ملموستر کردن هرچه بیشتر موضوع فیلم برای تماشاگر است، بدون اینکه در واقعیت رویدادها خدشه‌ای وارد شود یا تحریف عمده‌ای صورت گیرد.

تفاوت فیلم نمایشی شده مستند و فیلم داستانی درام در این است که در مورد نوع اول، سینماگر سعی می‌کند موضوع، شخصیتها و موقعیت نمایشی انتخاب شده بر پایه واقعیت‌های موجود باشد، به طوری که ماهیت و حالت واقعی، بدون تحریف به تماشاگر القاء شود. برعکس در فیلم داستانی درام، موضوع، شخصیتها و موقعیت‌های فیلم بر پایه تخیل و آرمانهای سینماگر استوارند و الزامی به هماهنگی کامل با واقعیت‌های اتفاق افتاده ندارند.

توفیق در کار نمایشی کردن دشوار است. سینماگر، برای نزدیکتر شدن به موضوع، ممکن است از بازیگران حرفه‌ای استفاده نکند و از خود مردم عادی بخواهد که در نقش خودشان ظاهر شوند. در این شرایط «بازیگرها» یا آدمهای فیلم مجبور خواهند بود که یا گفتارهای نوشته شده را به زبان آورند یا اینکه، در صورت اجازه کارگردان، گفتارهای نوشته را به زبان مرسوم خود بیان کنند. آدمهای عادی معدودی هستند که می‌توانند گفتار نوشته شده را به نحو طبیعی و راحت ادا کنند یا قدرت ابتکار، اعتماد بنفس یا تجربه لازم را در «خودمانی» کردن آن و بدیهه‌گویی داشته باشند. به این جهت سینماگران به استفاده از روایت دست می‌زنند.



برکت زمین

مسئله دیگر در نمایشی کردن فیلمهای مستند، استفاده از بازیگر در نقش آدمهای واقعی است. هرچقدر که بازیگر با نقش و شخصیتی که ایفای نقش وی را به عهده دارد، آشنایی داشته باشد باز از دو جهت دچار اشکال می شود: اول، کمتر بازیگر معمولی است که بتواند نحوه بیان و زبان طبیعی آدمی که نقش او را به عهده دارد تقلید کند و از عهده ادای آن به طور راحت و طبیعی برآید. دوم، بازیگرها بندرت می توانند مهارتهایی را که یک آدم واقعی در انجام وظایف خود دارد، از خود نشان دهند. در نتیجه، تماشاگر بسختی باور خواهد کرد که این بازیگر واقعاً همان شخصی است که ادعا دارد هست و به این ترتیب به اعتبار فیلم مستند لطمه فراوان وارد می شود.

فیلم *برکت زمین*^۱ (۱۹۵۴) که توسط هربرت بیبرمان^۲ ساخته شده است، نمونه موفق از نمایشی کردن یک وضعیت اجتماعی واقعی است. این فیلم مربوط به اعتصاب کارگران شهری معدنی در ایالت مکزیکو امریکاست. کارگران اغلب از مهاجران مکزیک هستند که برای به دست آوردن شرایط بهتر و امنتر کار و همچنین برای برابری مزدشان با دیگر کارگران سفیدپوست، دست به اعتصاب زده اند. سینماگر، برای بررسی عمیق موضوع، یک زن و شوهر به نامهای «اسپرانزا» و «رامون» را به عنوان شخصیتهای اصلی فیلم بر می گزیند و روایت فیلم را نیز به

1. *Salt of the Earth*

2. Herbert Biberman

«اسپرانزا» می‌سپارد. در این فیلم بحثها و گفتگوهای زن و شوهر و بقیه کارگران، اعتصاب آنها، درگیریشان با پلیس و بالأخره زندانی شدن تعدادی از آنها نشان داده می‌شود. چون بسیاری از درخواستهای کارگران مهاجر مکزیکی مورد توجه سایر کارگران که سفیدپوست و سیاهپوست هستند نیز هست، در آخر فیلم همه کارگران متحداً به اعتصاب اقدام می‌کنند و سرانجام در به‌دست آوردن حقوق خود موفق می‌شوند.

اغلب «بازیگر»های این فیلم کارگران معدن هستند که خود یا خانواده‌شان قبلاً درگیر مشکلات و تجربیاتی شده بودند که در فیلم پیش می‌آیند. نقش کارگران سفیدپوست را بیشتر اوقات ساکنان شهر مورد نظر به‌عهده داشتند، نقش اسپرانزا را یک بازیگر حرفه‌ای به نحو شایسته و طبیعی بازی کرد؛ و نقش رامون توسط یک کارگر مهاجر مکزیکی (که شاید خود رامون بود) اجرا شد (۱).

بیرمان توانست در این فیلم بر مشکلات استفاده توأم از آدمهای معمولی و بازیگرهای غیر حرفه‌ای و حرفه‌ای فایق آید و یک فیلم نمایشی شده ارائه دهد. این فیلم درست همزمان با رقابت امریکا و شوروی و جنگ سرد بین این دو ابر قدرت و حساسیتهای ناشی از آن تهیه شده بود. این مسئله موجب شد که به این فیلم بلافاصله برچسب کمونیستی بودن بزنند و توزیع عمومی آن در حدود یک دهه به طول بینجامد. با این وجود برکت زمین معروفیت بین‌المللی به‌دست آورد و تعدادی جایزه بین‌المللی را نیز به خود اختصاص داد.

نمونه موفق دیگری از یک فیلم مستند نمایشی شده، فیلم *کتی به خانه‌ات برگرد*^۱ (۱۹۶۶) است که توسط کن لوچ^۲ از روی فیلمنامه جرمی سنفرد^۳ کارگردانی شد. موضوع فیلم مربوط به وضعیت اسفناک خانواده‌های انگلیسی است - خانواده‌هایی که به عللی خانه‌های خود را از دست می‌دهند و مجبور می‌شوند در بدترین، تحقیرآمیزترین و شرم‌آورترین شرایط به زندگی از هم پاشیده خود ادامه دهند. وقایع فیلم همه بر پایه تحقیقات دامنه‌دار و دست اول نویسنده فیلمنامه‌اند، و با واقعیت زندگی این دسته از مردم انگلیس مطابقت کامل دارند.

برای ملموس و روشن‌تر کردن موضوع، نویسنده فیلمنامه، اعضای یک خانواده متوسط انگلیسی را به عنوان شخصیت‌های اصلی انتخاب می‌کند. به قول وی فیلم *کتی به خانه‌ات برگرد*، داستان دختری است که با امید و آرزو به لندن می‌آید، خانواده‌ای تشکیل می‌دهد، ولی بزودی در اثر یک رشته پیشامدهای متوالی و پیچیده خانواده‌اش - شوهر، فرزندان و همه - را از دست می‌دهد (۲). *کتی* با مرد خوش قیافه‌ای ازدواج می‌کند، در آپارتمان مجلل و زیبایی اقامت می‌گزیند و بزودی صاحب کودکی می‌شود. ولی صاحب آپارتمان از اجاره دادن آپارتمان به خانواده‌های بچه‌دار سرباز می‌زند: به این ترتیب *کتی* و خانواده مجبور به نقل مکان می‌شوند. از اینجا به بعد سیر نزولی خانواده جوان و خوشبخت به اعماق اجتماع امری اجتناب‌ناپذیر و سریع جلوه



کتی به خانه‌ات برگرد

می‌کند. شوهر کتی در اثر تصادف اُتومبیل کارش را از دست می‌دهد و درآمد خانواده به حداقل می‌رسد. خانواده کتی خانه مناسبی در محله فقیرنشینها پیدا می‌کنند ولی بزودی آن را نیز از دست می‌دهند. بعداً در یکی از خانه‌های سیار مسکن می‌گزینند ولی تعدادی از این خانه‌ها آتش می‌گیرند و یکی از بچه‌های خانواده کتی طعمه آتش می‌شود. مقامات مسئول نیز خانه‌ها را از آنها می‌گیرند و به جای دیگر منتقل می‌کنند. کتی سعی می‌کند در چند جای دیگر سقفی برای خانواده‌اش دست و پا کند ولی موفق نمی‌شود و بالاخره در یکی از خانه‌هایی که برای افراد بیخانمان به وجود آمده، اطراق می‌کند. طبق مقرراتی که در انگلیس وجود دارند در این نوع خانه‌ها فقط زنان با بچه‌هاشان می‌توانند راه یابند. شوهر کتی که نتوانسته بود کار مناسبی برای

خود به دست آورد، بزودی ناپدید می‌شود و کتی را هم که بدون کمک شوهرش از عهدهٔ مخارج ناچیز خانواده بر نمی‌آید از بچه‌هایش جدا می‌کنند و او را بیرون می‌اندازند. به قول نویسنده «تقریباً همهٔ صحنه‌های فیلم بر پایهٔ پیشامدهایی هستند که واقعاً اتفاق افتاده‌اند.» (۳) و وی آنها را در داستان زندگی کتی به نحوی به هم پیوند داده است که شرایط زندگی این افراد بیخانمان بروشنی و با صحت و اعتبار نمودار می‌شود. نحوهٔ استفادهٔ سنفرد از روش نمایشی کردن بخوبی نمایانگر مشکلاتی است که به کار بردن این روش به دنبال دارد. در ضمن راه حل وی با آنچه در پیش گفته ایم تفاوت دارد و نشان می‌دهد که در صورت مناسب بودن شرایط می‌توان از بازیگران حرفه‌ای در نمایشی و دراماتیزه کردن فیلمهای مستند استفاده کرد، بدون اینکه به صحت فیلم و هماهنگی آن با رویدادهای واقعی لطمه‌ای وارد شود. برای روشن کردن موضوع، ترجمهٔ آزادی از بخش کوتاهی از مصاحبهٔ سنفرد عیناً نقل می‌شود:

سنفرد: با خود تصمیم گرفتم که فیلمنامه‌ای در این باره بنویسم. نظرم این بود که در این فیلم از بسیاری از روشهای سینمای مستند استفاده شود و با وجود این، فیلم يك روال داستانی که توسط بازیگرهای حرفه‌ای اجرا می‌شود، داشته باشد.

مصاحبه‌کننده (روزنتال): چرا تصمیم گرفتید از بازیگرهای حرفه‌ای استفاده کنید؟

سنفرد: آدمهای واقعی قدرت بیان ضعیفی دارند مخصوصاً هنگامی که ناگهان با فاجعه‌ای مواجه می‌شوند. گرچه يك فیلم مستند واقعی که از آدمهای واقعی به عنوان بازیگر استفاده می‌کند می‌تواند لحظات پر از احساس را نشان دهد این لحظات زودگذرند و نمی‌توانند در سراسر فیلم ادامه یابند. ولی يك بازیگر با يك فیلمنامهٔ واقعی گریبانگیر این مسئله نیست (۴).

کتی به خانه‌ات برگرد چندین بار توسط سازمان سخن پراکنی بریتانیا نمایش داده شد، و به قول روزنتال یکی از مهمترین و مؤثرترین فیلمهای مستند نمایشی شده دربارهٔ وضع زندگی و شرایط اجتماعی انگلیس است که تاکنون توسط این سازمان پخش شده است. تأثیر این فیلم به حدی بود که در پاره‌ای از شهرها، مانند شهر بیرمنگام، مؤسساتی که به افراد بیخانمان پناه می‌دهند از جدا کردن پدرها از همسر و فرزندانشان دست برداشتند و اجازه دادند که پدرانی که از خانوادهٔ خود جدا بودند به میان آنها باز گردند. لحظهٔ بازگشت پدرها به میان خانواده‌شان آنقدر سنفرد را تحت تأثیر قرارداد که وی در مصاحبهٔ خود اظهار داشت «لحظهٔ تأثرانگیز عجیبی بود. بخت با من یار بود که در این لحظهٔ شادی و سرور حضور داشتم زیرا این لحظهٔ بتنهایی، نه فقط زحمتهای مرا در نوشتن کتی جبران کرد، بلکه زنده بودنم را نیز توجیه کرد.» (۵)

فصل پنجم

مصاحبه^۱ و گفتگو^۲

مصاحبه وسیله بسیار مؤثری است برای به دست آوردن اطلاعات در کوتاهترین مدت؛ و به همین جهت، در سینمای مستند از آن استفاده بسیار می‌شود. اما بعضی از سینماگران به اصول استفاده از این روش توجه زیادی نمی‌کنند و از مصاحبه به عنوان يك عصاره برای آسانتر کردن کار و ادامه کاهلی خویش - کمک می‌جویند، به طوری که بسیاری از فیلمهای مستند (مخصوصاً فیلمهای مستند تلویزیونی) پر از مصاحبه‌های متعدد پرحرف و ایستا هستند. مصاحبه نمی‌تواند جانشین تصویر شود. مصاحبه در مقایسه با تصویر، مانند ادبیات در مقام مقایسه با سینماست. محتوای سینما تنها نوشته، گفتار، مصاحبه و گفتگو نیست، بلکه تصویر و حرکت نیز هست. فقط در هنگامی از مصاحبه - یا از هر کدام از ادوات دیگر سینمایی - باید استفاده کرد که نتوان از راه دیگری به روشن کردن مطلب پرداخت.

با استفاده از روشهای خاصی می‌توان مصاحبه را به صورت يك ارتباط پویای متقابل درآورد. مثلاً مصاحبه می‌تواند در محلها، زمانها و حالتهاى مختلف (ایستاده، نشسته، خوابیده، در حال راه رفتن، اتومبیلرانی و غیره) انجام گیرد. برای بیان يك جریان پیچیده که درباره آنها یگانگی آرا وجود ندارد، می‌توان پس از فیلمبرداری از آن جریان، مصاحبه جزء به جزء دونفر را که با هم تفاوت عقیده دارند، بدون اینکه با هم رودررو شوند، طوری در کنار هم قرار داد که گویی این دو در يك جلسه‌اند و یکی دارد پاسخ دیگری را می‌دهد. این شگرد، عامل درام را نیز در يك مصاحبه که ممکن است به خودی خود یکنواخت باشد، وارد، و به روشنگری عقاید ارائه شده کمک می‌کند.

شخصیت مصاحبه کننده یا مجری، یکی از عوامل بسیار مهم در يك برنامه یا فیلم مستند است، زیرا در اعتبار بخشیدن و قابل قبول ساختن مطالب ارائه شده نقش عمده ای دارد. علاوه بر شخصیت مصاحبه کننده که هم بر روی تماشاگر و هم بر روی مصاحبه شونده تأثیر می گذارد، نکاتی نیز وجود دارند که مصاحبه کننده با استفاده از آنها می تواند مصاحبه های بهتر و شیرین تری را اجرا کند و، در نتیجه، اطلاعات ناب و جالبتری را ارائه دهد. نکاتی که مصاحبه کننده در حین مصاحبه باید بدانها توجه کند، عبارتند از:

۱. سؤالات باید طوری طرحریزی شوند که دقیق و موجز باشند.
۲. سؤالات نباید دوپهلو باشند. برعکس، معنی آنها باید برای مصاحبه شونده و تماشاگر کاملاً روشن و واضح باشد. بهتر است در هر سؤال فقط موضوع واحدی مطرح شود.
۳. سؤالات باید هماهنگ و بر پایه فکر و نگرش خاصی منظم شده باشند. نوع و نظم سؤالات نیز بسته به آگاهی مصاحبه کننده و نیز به مطالعاتی است که مصاحبه کننده نسبت به عقاید و آراء مصاحبه شونده انجام داده است. هرچه اطلاعات مصاحبه کننده از رفتار و عقاید مصاحبه شونده زیادتر و کاملتر باشد، سؤالات او بجایز و دقیقتر خواهد بود. در طول مصاحبه، و هر جا که لازم باشد، مصاحبه کننده می تواند از سؤالاتی که یادداشت کرده است استفاده کند؛ اما، اگر او مصاحبه کننده آگاهی نیز باشد، ممکن است در حین مصاحبه در اثر گفته های مصاحبه شونده سر رشته عقاید وی به دستش بیاید و سؤالات تازه ای به نظرش برسند که از آنها استفاده کند. البته بعداً دوباره می تواند به سؤالات یادداشت شده خود برگردد.
۴. مصاحبه کننده نباید کلیه پرسشهای خود را بزودی انجام دهد، بلکه همیشه باید سؤالاتی ذخیره داشته باشد.

۵. افراد متفاوت به موضوعات متفاوت علاقه مند هستند و در اثر موضوعات متفاوت برانگیخته می شوند.

۶. مصاحبه کننده باید با دقت به صحبت های مصاحبه شونده گوش دهد و سعی نکند که برای حرف های مصاحبه شونده جواب پیشینی کند و مصاحبه را با جملات و عقاید خود مکرراً قطع نماید. يك مصاحبه کننده خوب، يك شنونده خوب نیز هست.

۷. گفتگو را با تکیه کلامهای بی‌معنی مانند: بله، هوم، متوجه هستم، نباید قطع کرد. باید گذاشت مصاحبه شونده حرفش را به طور کامل بزند.

۸. گاهی نوع موضوع ایجاب می‌کند که مصاحبه کننده در بند يك چارچوب خشك مقرر و معین نباشد، بلکه حتی مصاحبه را به مباحثه‌ای پرشور و پرهیجان تبدیل کند.

۹. مصاحبه کننده باید دقت کند که همه سؤالات مهم خود را در لحظات اول مصاحبه مطرح نکند. بلکه بهتر است، ترتیب سؤالات را طوری بدهد که عامل نمایشی و غیر منتظره بودن در مجموع آنها حفظ شود. برای مثال اگر پنج سؤال وجود داشته باشند که مهمترین آنها اولی و کم ارزشترین شان پنجمی باشد، برای گریز از یکنواختی بهتر است که آنها را به این ترتیب تنظیم کند: ۲، ۴، ۵، ۳، ۱ یا ۲، ۳، ۴، ۵، ۱ (از راست به چپ)

۱۰. مصاحبه کننده باید از طرح سؤالاتی که جوابشان در خودشان مستتر است بپرهیزد. بدیهی است که اگر سؤالات هم جالب و هم خوب تنظیم شده باشند، اما مصاحبه شونده آدم جالبی نباشد و مطلبی هم برای گفتن نداشته باشد، آن وقت مصاحبه، یکنواخت و بی‌معنی جلوه خواهد کرد (۱). برعکس گاهی شخصی مصاحبه شونده یا موضوع مورد بحث آنقدر جالب است که فیلم به خودی خود تماشاگر را می‌گیرد و جلب می‌کند. نمونه‌های این نوع فیلمهای مستند مصاحبه‌ای عبارتند از: *سیمای جیسون*^۱ (۱۹۶۷) یا *مصاحبه با سربازان بازگشته از جنگ در می‌لای*^۲ (۱۹۷۰). فیلم مستندی که از روش مصاحبه استفاده زیاد کرده است، فیلم *غم و همدردی*^۳ (۱۹۷۰) ساخته مارسل اوفولس^۴ است. این فیلم مربوط به اشغال فرانسه توسط نازیها در دوره جنگ جهانی دوم است. در این فیلم صحنه‌های واقعی جنگ و گفتگوهای گرا و گهگاه غیر منتظره اوفولس با بازماندگان جنگ به نحو مؤثری درهم آمیخته شده‌اند. مهارت اوفولس در مصاحبه با این افراد موجب شده است که از خطر بزرگ مصاحبه‌های تمرین نشده‌های بی‌یاد. اگر مصاحبه طوری باشد که فقط به جوابهای ساده و سطحی بسنده شود، آن وقت به قول مارکوری یز، سینماگر گرفتار یکی از خطرات عمده سینمای بیواسطه خواهد شد که پاره‌ای از حقیقت، به نظر حقیقت تام و تمام می‌نماید (۲).

در مصاحبه‌های این فیلم هم اوفولس به پاسخهای سطحی متقاعد نمی‌شود و با تردستی سعی می‌کند که به کنه احساسات و آرمانهای این افراد برسد و فداکاری، شهامت، بردباری، ترس،

1. *Portrait of Jason*2. *Interviews with My Lai Veterans*3. *The Sorrow and the Pity*

4. Marcel Ophuls

مزدوری و پست فطرتی آنها را نمایان سازد. پاره‌ای از مصاحبه شوندگان باسانی به مصاحبه‌تن در دادند؛ پاره‌ای دیگر مقاومت کردند؛ و دسته‌ای نیز بیشتر یا کمتر از میزان مورد نظر همگام بودند. مثلاً قرار بود مصاحبه‌مندس فرانس نخست وزیر اسبق فرانسه فقط نیم ساعت باشد، ولی مصاحبه‌اش ۷ ساعت به طول انجامید.

با به وجود آمدن سینمای بیواسطه، روش مصاحبه به عنوان یکی از مهمترین ابزارهای کار سینماگر مستند درآمد. اما اگر غرض از مصاحبه، تنها به دست آوردن اطلاعات باشد، فیلم، خسته کننده، یکنواخت و بی‌اثر می‌شود. برعکس، موضوع گیرا، موقعیت جالب و شخصیت توجه برانگیز مصاحبه‌شونده، به مصاحبه‌شور و نیروی خاصی می‌بخشد. به همین جهت سینماگران سینمای بیواسطه، در فیلمهای مستند مربوط به زندگینامه افراد به مصاحبه توجه زیادی دارند. در این مورد می‌توان از فیلم *هفته نامه‌ای. اف. ستون*^۱ (۱۹۷۳) که درباره روزنامه‌نگار و نویسنده معروف مطبوعات امریکا توسط جری براک^۲ جونور^۳ ساخته شده است، نام برد.

علاوه بر مصاحبه، گفتگو و بحث، روش دیگری است که سینماگر فیلم مستند با استفاده از آن می‌تواند به اطلاعات دست اول برسد. گفتگو و بحث بین چند نفر درباره یک موضوع واحد، فرصت خوبی به دست سینماگر مستند می‌دهد که موضوع را در کوتاهترین مدت به نحو متنوع و پرشوری ارائه نماید. از بسیاری جهات نکات مورد استفاده در مصاحبه در مورد گفتگو نیز صدق می‌کند. تفاوت مهم مصاحبه و گفتگو این است که در مصاحبه، سینماگر معمولاً در زمان واحد با یک نفر بیشتر سروکار ندارد و از نظر تنظیم و پی‌گیری سؤالات و همچنین فیلمبرداری کارش آسانتر است؛ برعکس، در گفتگو که رقابت و کنشهای اجتماعی کار گروهی، بین گفتگوکننده‌ها بشدت بروز می‌کنند، هم تنظیم حرفها و هم فیلمبرداری، نورپردازی و صداپردازی به مراتب مشکلتر است. به همین جهت، استفاده از گفتگو بیشتر در برنامه‌های تلویزیونی که در آنها امکان نورپردازی عمومی، صداپردازی و استفاده از چند دوربین در آن واحد وجود دارد، بیشتر به کار می‌رود.

فصل ششم

روایت^۱

نوشته یکی از قدیمترین روشهای بیان در سینمای مستند است. در دوره سینمای صامت، به واسطه نبودن صدا در فیلم، سینماگران برای بیان روشن و دقیق موضوع، از روشهای بصری زیاد کمک می گرفتند و در فیلمبرداری، بازیگری و ویرایش فیلمها دقت و وسواس فراوانی به خرج می دادند. به همین جهت، در این دوره، سینما به یک زبان بصری و سینمایی متعالی دست یافت. فیلمهای سینماگران بزرگ این دوره مانند گریفیث^۲، آیزنشتاین^۳، پودوفکین^۴، پر از راه حلهای بصری و سینمایی ناب برای بیان موضوعهای مشکل و پیچیده بود. با وجود این، در همین زمان بسیاری از سینماگران برای جبران کمبود صدا، به منظور تشریح صحنه یا بیان گفتگوهای بازیگرها، شروع به استفاده از نوعی نوشته^۵ که بین صحنه های فیلم قرار می گرفتند، کردند. این روش هم در فیلمهای داستانی و هم در فیلمهای مستند به کار می رفت. نمونه ای از این روش فیلم مستند *علفزار*^۶ (۱۹۲۵) است که توسط ارنست شودساک^۷ فیلمبرداری و توسط مریان سی. کوپر^۸ کارگردانی شده است. این فیلم که جریان کوچ ایل بختیاری را از سردسیر به گرمسیر و عبور آنها را از کوههای پر برف زردکوه و رودخانه خروشان کارون نشان می دهد، یکی از فیلمهای کلاسیک صامت است که برای تشریح تصویرها از نوشته های متعددی استفاده کرده است. در بسیاری جاها نوشته ها خوب به کار رفته اند و به فهم تصویرها کمک می کنند. مثلاً در فیلم، زنی گوساله بر پشت، در حال بالا رفتن از صخره های کوه است [یادآور داستان بهرام گور و دختری که گاو بر پشت از پلکان

-
1. Narration
 2. David Wark Griffith
 3. Sergei Mikhailovich Eisenstein
 4. Vselvod Illianorovich Pudvokin
 5. Caption
 6. Grass
 7. Ernest B. Schoedsack
 8. Marian C. Cooper

خانه‌ای بالا می‌رود، از هفت پیکر نظامی [برداشتی که از این منظره گرفته شده بسیار کوتاه و گذراست و ممکن است تماشاگر آن طور که باید و شاید متوجه تصویر نشود. اما نوشته قبل از این برداشت، به تماشاگر تذکر و توجه لازم را می‌دهد که به تصویر بعدی دقیق شود. یا نوشته در ستایش مقاومت ایل بختیاری است که خارج از موضوع نیست. یا طنز است که اگر قوت لازم را ندارد ضرری هم به فیلم نمی‌رساند، مثل صحنه‌ای که شتری در کاروانسرا بین شترهای دیگر نشسته است. توله‌سگ بسیار کوچکی به او نزدیک می‌شود. شتر سرش را نزدیک می‌آورد و توله‌سگ را بو می‌کند. نوشته می‌آید: «صبح بخیر». اما گاهی نوشته نامناسب و مضحک است. مثل اصطلاح «یا علی» که بدون اینکه کارگردان به مفهوم و کاربرد آن در زبان فارسی آگاه باشد، چند جا به کار رفته است.

علفزار





يك ششم دنيا

ژیگا ورتوف^۱ توریسین و سینماگر بزرگ شوروی از نوشته به نحو بسیار جالب و معنی داری در فیلم استفاده می کند. مثلاً نوشته های فیلم *یک ششم دنیا*^۲ (۱۹۲۶) طوری به کار رفته اند که آمدن صدا را به سینما نوید می دهند. تا آن زمان در اغلب فیلمهایی که از نوشته ها در فیلم استفاده می کردند، هر نوشته *یک* یا چند برداشت و صحنه محدود بعدی را تشریح می کرد؛ ولی برخلاف روش جاری آن زمان، ورتوف در فیلم *یک ششم دنیا* از تعداد زیادی نوشته یا عبارتهای کوتاه که شباهت به شعرهای والت ویتمن^۳ - شاعر امریکایی مورد علاقه وی - دارد، استفاده می جوید. این نوشته ها صحنه های طولانی را شرح می دهند. همچنان که فیلم، سرزمینها و مردم شوروی را سرعت نشان می دهد، نوشته های فیلم نیز با همان سرعت تماشاگران را مورد خطاب قرار می دهند: «شما که در روستاها زندگی می کنید... شما که در سرزمینهای سردسیر و یخ زده هستید... شما اهالی ازبکستان... شما اهالی کالمیک...» سپس نوبت خطاب به صاحبان حرفه ها و درجات سنی مختلف می رسد و بالاخره نوشته با *یک* جمله طولانی که ظاهراً چند دقیقه طول می کشد، این طور پایان می یابد: «شما صاحبان *یک ششم دنیا* هستید.» (۱) با این روش، ورتوف گوناگونی و عظمت کشور پهناور شوروی را به مردمان آن یادآور شد.

1. Dziga Vertov

2. *One Sixth of World (Shestayay Chast Mira)*

3. Walt Whitman

این فیلم در شوروی موفقیت زیادی به دست آورد، ولی موفقیتش به کشور شوروی محدود نشد و در خارج نیز چه مردم عادی و چه سینماگران از آن استقبال کردند. به طوری که کریس مارکر^۱ - سینماگر سینمای مبارز فرانسه - درباره این فیلم گفت: «وقت آن رسیده است که از ژینگاورتوف تقدیر کنیم. اگر از من بخواهند، بهترین ده فیلم مستند دنیا را انتخاب کنم، این کار را کار عبثی می دانم. اما اگر قرار باشد فقط یک فیلم انتخاب کنم، بدون شک این فیلم، فیلم یک ششم دنیا خواهد بود.» (۲)

در دهه ۱۹۲۰ با فیلمهایی چون، *خیابان رویاها*^۲ (۱۹۲۱)، (ساخته گریفیث)، *دون ژوان*^۳ (۱۹۲۶) و *خواننده جاز*^۴ (۱۹۲۷) صدا به طور جدی وارد صحنه سینما شد. باب شدن فیلمهای «سراسر ناطق»، به پیشرفت روشهای شنیداری در فیلمها کمک فراوان کرد، اما خود به طور کلی موجب پسرفت نسبتاً طولانی هنر سینما شد.

دوربینهای آن زمان، در حین فیلمبرداری، سروصدای زیادی تولید می کردند. برای اینکه از ضبط این صداها در حین فیلمبرداری جلوگیری شود، مجبور شدند دوربین را در محفظه ای حبس کنند. به این جهت دوربین، حرکت، پویایی و کنجکاوی خود را از دست داد و بنده صدا شد؛ و چندین دهه طول کشید تا توانست از این قید رها شود.

پس از ظهور صدا، سینماگران مستند نیز، به جای استفاده از نوشته، شروع به استفاده از روایت کردند. در روایت، صدای گوینده با تصویر می تواند دو نوع رابطه مهم داشته باشد؛ از یک سو می تواند، ضمن حمایت از محتوای تصاویر، اطلاعات جنبی و اضافی در اختیار تماشاگر قرار دهد؛ و از سوی دیگر، می تواند، با دادن اطلاعات اضافی، تصاویر را نقض و خلاف آنها را بیان کند. به هر صورت، اگر قرار باشد روایت همان چیزی را بگوید که تصویر بخوبی آن را نشان می دهد هم نقض غرض در استفاده از روایت و هم بی اعتمادی در کارآیی فیلم شده است. استفاده از روایت کار نسبتاً آسانی است و ناراحتیها و دردسرهای فنی و تولیدی ضبط صدای همزمان را ندارد. از این نظر، بسیاری از سینماگران مستند از روایت استفاده می کنند. حتی بسیاری نیز، با استفاده از آن تنبلی خویش را ادامه می دهند. ارائه روایت ممکن است توسط یک مجری که خود در فیلم ظاهر می شود انجام گیرد یا توسط گوینده ای که در فیلم نقشی ندارد (روایت ناظر). تاکنون برای استفاده از روایت در فیلم طریقه های گوناگونی ابداع شده است که به تعدادی از آنها اشاره می شود (۳).

روایت شاعرانه

بدیهی است که این نوع روایت فقط برای موضوعات و موقعیتهای خاصی مناسب است و نمی توان در همه جا و در همه موارد از آن استفاده کرد. نمونه خوب استفاده از روایت شاعرانه،

فیلم رودخانه است که در طی آن، همچنان که تصویر چگونگی به وجود آمدن تدریجی رودخانه عظیم می‌سی‌سی‌پی را از پیوستن جویبارها، نهرها و آبشارهای کوچک نشان می‌دهد، روایت نیز به طرزی شاعرانه تصویر را همراهی و تقویت می‌کند.

نمونه‌ای از روایت این فیلم:

از دورترین نقطه غرب ایالت آیداهو،^۱

از قله‌های پر برف جبال راکی^۲،

از دورترین نقطه شرق ایالت نیویورک،

از گردنه‌های پر پیچ و خم جبال الگینی^۳

از ایالت مینه‌سوتا، از همه اینها می‌سی‌سی‌پی می‌گذرد و پس از طی فاصله‌ای به طول

۲،۵۰۰ مایل به خلیج می‌ریزد.

همه آبهای دوسوم قاره را با خود می‌برد،

همه جویبارها و سیلابها را،

همه نهرها را،

همه آبهایی را که دوسوم قاره را طی می‌کنند، می‌سی‌سی‌پی با خود می‌برد و به خلیج مکزیک

می‌ریزد (۴).

روایت فیلم پست شبانه ساخته بسیل رایت و هری وات نیز، پر از لحظاتی است که صدا مانند تصویر به کار گرفته شده و هماهنگ با ویرایش تصویرها پیش می‌رود. قطار در حرکت است. روایت شاعرانه آدن^۴ شاعر معروف انگلیسی همراه با حرکت چرخهای قطار ادا، و باریتم قطار تند و آهسته می‌شود.

روایت اول شخص

در این نوع روایت صحنه‌های فیلم از زبان یکی از افرادی که در فیلم شرکت دارند تشریح می‌شود. طبیعی است که توجه این گونه فیلم بیشتر بر افراد است تا به وضعیت و شرایط اجتماعی به طور کلی، چرا که فیلم ظاهراً از دید این افراد بیان می‌شود. فیلمهایی که از این نوع روایت استفاده می‌کنند، حالتی شخصی و فردی دارند.

روایت توصیفی

در این نوع روایت، گوینده صحنه‌های فیلم را توصیف می‌کند. اطلاعات اضافی که گوینده در اختیار تماشاگر می‌گذارد، یا برای مؤثرتر کردن مفاد تصویرهاست یا اینکه خود بتنهایی برای تماشاگر سودمند است.

1. Idaho

2. Rockies

3. Alleghenies

4. W. H. Auden

روایت تشریحی

در این نوع روایت، که بیشتر در فیلمهای آموزشی به کار می‌رود، گوینده فرایند خاصی را بدقت شرح می‌دهد. مثلاً ممکن است طرز ساختن یا طرز کار دستگاه یا شیء یا موادی را برای تماشاگر تشریح کند. چون هدف این گونه فیلم آموزش جریان خاصی به تماشاگر است، روایت و سادگی و سلاست آن عامل اساسی موفقیت فیلم محسوب می‌شود.

روایت چند صدایی

این يك نوع روایت مختلط و مرکب است، و در آن از صدای چندین نفر برای بیان مطلب استفاده می‌شود. گویندگان ممکن است خود در فیلم ظاهر شوند یا اینکه فقط صدایشان شنیده شود. مصاحبه‌های خبری تلویزیونی با مردم کوچک و خیابان از این نوع روایت به شمار می‌آید. یکی از فیلمهای مستند که در آن از این روش به نحو مؤثری استفاده شده، فیلم سرزمین موعود^۱ (۱۹۴۵) ساخته پال روتا است.

در فیلم *افتخار حقیقی*^۲ (۱۹۴۵) نیز که در زمان جنگ جهانی دوم توسط کارول رید^۳ و گارسن کی ناین^۴ ساخته شده است، با استفاده از این نوع روایت، احساس و عقاید سربازان متفقین در حمله و مقابله با سربازان دشمن بخوبی بیان شده است. قسمت اعظم صدای این فیلم را خنده، شوخی، فحاشی و اظهار نظرهای مختلف سربازان تشکیل می‌دهد.

روایت تبلیغاتی

در این نوع روایت، تماشاگر دعوت می‌شود که طبق پیشنهاد فیلم عمل کند. این نوع روایت در آگهیهای تجارتي مورد استفاده فراوان دارد و علاوه بر این، در فیلم مستند تبلیغاتی نیز از دیر زمان مورد توجه بوده است. مخصوصاً در زمان جنگ از آن برای بسیج مردم و تشویق کردن آنها به شرکت در جنگ و پیوستن به خدمت زیر پرچم استفاده زیاد شده است. در این گونه فیلمهای مستند تبلیغی، بسیاری از اوقات روایت و موسیقی برای تحسین کردن یا قلب کردن مسخره کردن موضوع به کار می‌رود. مثلاً در فیلم *دیوار برلین*^۵ که توسط دولت آلمان شرقی در مورد برپا کردن دیوار برلین ساخته شده است، هنگام نشان دادن مقامات رسمی کشوری و لشگری و سربازان و مردم عادی آلمان شرقی، موسیقی زیبا و متین باخ، برامس و بتهوون جریان دارد و هنگام نشان دادن سربازان آمریکایی که در حال جویدن آدامس هستند، موسیقی پر سروصدا و پر هرج و مرج جدید به گوش می‌رسد. برای روایت فیلم نیز از دو نوع روایت ناظر استفاده شده است که یکی با لهجه و لحن ادبی و صحیح يك انگلیسی و دیگری با لهجه و لحن غیر رسمی و خیابانی يك آمریکایی است (۵).



دیوار برلین

در فیلمهای تبلیغی امریکایی نیز که در زمان جنگ ساخته شده اند روایت ناظر معمولاً با صدای بسیار بلند و غرا ادا می شود و اظهار نظرهایی که در مورد موسولینی، هیتلر و هیرو هیتو (امپراطور وقت ژاپن) می شود، بیشتر جنبه تهمت زدن، فحاشی و تحقیر دارد. باید در نظر داشت که رده بندی روایت، چنانچه گفته شد، همه انواع را در بر نمی گیرد. بسیاری از اوقات فیلمها از مخلوطی از این روایتها استفاده می کنند یا نوع شناخته شده ای را به نحو تازه ای به کار می برند.

روایت فیلمهای لیندزی اندرسن^۱ به نامهای، هر روز جز روز کریسمس^۲ (۱۹۵۷) و بچه های پنجشنبه^۳ (۱۹۵۳) از این دسته اند.

روایت در این فیلمها در عین اینکه پر از احساس، شگفتی و رقت است، از دید عینی و کاوشگرانه ای نیز برخوردار است و باسانی نمی توان آن را در هیچ کدام از رده بندیهای بالا به حساب آورد.

1. Lindsay Anderson 2. *Every Day Except Christmas* 3. *Thursday's Children*

گردآوری^۱

در این روش قطعات مختلف فیلم که به طریق مستند در محلها و زمانهای مختلف و توسط افراد مختلف گرفته شده اند، جمع آوری، و سپس تحت یک موضوع معین ویرایش می شوند؛ این روش از ابتدا در سینمای مستند مورد توجه بوده است. در دهه های اول و دوم قرن بیستم در روسیه شوروی سینماگرانی چون ژیگاورتوف و استرشوب^۲ از این روش استفاده کردند. در دوران جنگ جهانی دوم نیز فیلمسازانی مانند فرانک کپرا در امریکا و پال روتا و روی بولتینگ^۳ در انگلیس برای تشویق و برانگیختن سربازان و همچنین مردم عادی به دفاع از میهن و حمایت از نیروهای متفقین به استفاده از این روش دست زدند. از جنگ جهانی دوم تا کنون نیز سینماگران مستقل و سازمانهای رادیو-تلویزیونی مختلف، با به کارگرفتن این روش، فیلمهای متعددی ساخته اند. ژیگاورتوف در اکتبر ۱۹۱۷ به کمیته فیلم انقلاب پیوست و به صورت ویراستار فیلم این کمیته درآمد.

کار وی این بود که فقط فیلمهایی را که از جبهه های مختلف جنگ انقلاب روسیه به دست می رسید طوری با هم تألیف و ویرایش کند که به صورت فیلمهای کامل و قابل فهمی برای سربازان و مردم عادی درآیند. ورتوف بدین دلیل، علاوه بر ویرایش این فیلمها، از نوشته های توضیحی نیز برای همبستگی فیلمی و تشریح موضوع فیلم استفاده می کرد. این فیلمهای گردآورده، در قطارها و کشتیها برای مردم عادی و نیروهایی که در جنگ درگیر بودند به نمایش گذارده می شدند.

ورتوف علاوه بر ساختن فیلمهای مستند خبری و همچنین فیلمهای خبری که بعداً ساخت و

سینما حقیقت نام گرفت، تعدادی فیلمهای طولانی نیز با استفاده از روش گردآوری، به وجود آورد. از جمله این فیلمها سالگرد انقلاب^۱ (۱۹۱۹) و تاریخچه جنگ داخلی^۲ (۱۹۲۱) را می توان نام برد.

همزمان با فعالیتهای ورتوف، خانم شوب عهده دار آماده کردن فیلمهای خارجی برای نمایش در روسیه شوروی بود. ولی وی علاقه مند بود در زمینه فیلمهای مستند مخصوصاً فیلمهای گردآوری کار کند و بزودی نیز به این کار پرداخت (۱). شوب پس از تقاضاهای متعدد، توانست به آرشیو فیلمهای گرفته شده پیش از انقلاب و بعد از انقلاب دست یابد. در این آرشیو وی به يك مجموعه از فیلمهای «ضد انقلابی» برخورد که خود نیکلای دوم تزار روسیه و یا فیلمبرداران دیگر برداشته بودند. این مجموعه بعداً قسمت اعظم فیلم مستند طولانی و جذاب سقوط سلسله رومانوف^۳ (۱۹۲۷) اثر شوب را تشکیل داد. فیلمهای این مجموعه مربوط به ۱۹۱۲ تا ۱۹۱۷ بودند و جشنهای تولد، مسابقه های تنیس و قایقرانی و یا مراسم متعددی را که در قصر تزار اتفاق می افتاد نشان می دادند. ولی شوب این قطعات را با قطعات دیگری که جنگها، اعتصابها، کارخانه های اسلحه سازی، دستگیری آشوبگران، صف گرسنه ها برای دریافت غذا و نان را نشان می دادند، به نحو مؤثری با هم تلفیق کرد. به طوری که به قول اریک بارتو قطعات فیلمهای ضدانقلابی، در جهت حمایت از انقلاب تأثیر شدیدی روی مردم گذاشتند (۲).

استقبال شایان مردم از سقوط سلسله رومانوف سبب شد شوب دو فیلم گردآوری دیگر نیز راجع به تاریخ روسیه تهیه کند. جاده بزرگ^۴ (۱۹۲۷) که سالهای ۱۹۱۷ تا ۱۹۲۷ را از طریق قطعات گردآوری شده نشان می دهد، و روسیه زمان نیکلای دوم و لئو تولستوی^۵ (۱۹۲۸) که مربوط به سالهای ۱۸۹۶ تا ۱۹۱۲ است. این سه فیلم با هم تاریخچه جامع روسیه و روسیه شوروی را از ابتدای سینما تا ۱۹۲۸ تشکیل می دهند.

گو اینکه در سالهای قبل از جنگ جهانی دوم مجموعه فیلمهای مستند خبری گذر زمان شامل فیلمهایی بود که توسط فیلمبرداران مختلف از نقاط گوناگون جهان گرفته شده بودند، فیلم گردآوری به معنی اصلی و به عنوان يك فیلم کامل با موضوع واحد، فقط در زمان جنگ جهانی دوم دوباره نضج گرفت.

فرانک کیرا، سینماگر فیلمهای سینمایی، برای تهیه يك مجموعه فیلم مستند به خدمت گرفته شده بود. نتیجه کار وی هفت فیلم مستند گردآوری تحت نام کلی چرا می جنگیم^۶ است. این فیلمها

1. Anniversary of the Revolution (Godovshchina Revolutsii)

2. History of the Civil War (Istoriya Grazhdanskoi Voini)

3. The Fall of the Romanov Dynasty (Padeniye Dinaste Romanovich)

4. The Great Road (Vehky Put)

5. The Russia of Nicholas II and Leo Tolstoy

(Rossiya Nikolaya II i Lev Tolstoy)

6. Why We Fight



پیروزی در صحرا

عبارتند از: پیش درآمد جنگ^۱ (۱۹۴۲)، حمله نازیها^۲ (۱۹۴۲)، تفرقه بینداز و حکومت کن^۳ (۱۹۴۳)، نبرد بریتانیا^۴ (۱۹۴۳)، نبرد روسیه^۵ (۱۹۴۳)، نبرد چین^۶ (۱۹۴۴) و بالاخره آخرین فیلم به نام جنگ به امریکا کشیده می‌شود^۷ (۱۹۴۵).

قسمت اعظم این فیلمها را صحنه‌هایی تشکیل می‌دهند که قبلاً توسط فیلمبرداران ارتش کشورهای مختلف فیلمبرداری شده بودند. با وجود این، پاره‌ای از صحنه‌ها یا بازسازی شده‌اند یا اینکه از فیلمهای داستانی برداشته شده‌اند. از زنده‌نمایی نیز برای نشان دادن حرکت ارتشها در صحنه‌های جنگ روی نقشه استفاده زیادی شده است. این صحنه‌ها را استودیوهای والت دیزنی^۸ تهیه کردند. صدای این فیلمها نیز بیشتر شامل روایت ناظر میهن پرستانه و جملات کلی پرطمطراق است.

در انگلیس در سالهای جنگ جهانی دوم از روش گردآوری برای ساختن فیلمهایی مانند فیلمهای مجموعه چرا می‌جنگیم استفاده زیادی شد. مثلاً در سال ۱۹۴۳ جان مانک^۹ با کمک واحد فیلم فرانک کپرا فیلم پیروزی در تونس^{۱۰} (۱۹۴۴) را تهیه کرد و در همان سال روی بولتینگ فیلم معروف پیروزی در صحرا^{۱۱} (۱۹۴۳) را ارائه داد.

-
1. *Prelude to War* 2. *The Nazi's Strike* 3. *Divide and Conquer* 4. *The Battle of Britain*
 5. *The Battle of Russia* 6. *The Battle of China* 7. *War Comes to America*
 8. *Walt Disney* 9. *John Monk* 9. *Tunisian Victory* 11. *Desert Victory*

در همین سالها روش گردآوری برای موضوعات دیگری نیز مورد توجه سینماگران انگلیسی قرار گرفت، از جمله پال روتا سه فیلم که مربوط به مسائل بعد از جنگ (مسکن، تغذیه و گرسنگی) بود به نامهای *دنیای پریبرکت*^۱ (۱۹۴۳)، *سرزمین موعود* (۱۹۴۵) و *دنیای غنی است*^۲ (۱۹۴۷) ساخت.

دنیای پریبرکت مسئله جهانی تغذیه را به میان می کشد، قسمت اعظم این فیلم که فیلمنامه آن را روتا و اریک نایت نوشته اند، از فیلمهای موجود تشکیل شده اند و روتا آنها را با مهارت به هم پیوند زده است (۳). *دنیای غنی است*، عنوان طعنه آمیزی است برای فیلمی که مسئله عظیم گرسنگی بعد از جنگ جهانی دوم را مطرح کرده است. فیلمنامه *دنیای غنی است* نوشته کالدرمارشال^۳ است و مانند فیلم دیگر روتا، *سرزمین موعود* گفتارهای آن چند صدایی است، اما نسبت به *سرزمین موعود* از روش ساده تری استفاده شده است و به این جهت اغتشاش و پیچیدگی آن را ندارد. اشکال عمده بسیاری از فیلمهای روتا این است که ساخت پیچیده ای را برای فیلمهای خود انتخاب می کند و سعی دارد که در یک فیلم از انواع روش و شگردهای فیلم مستند - که ممکن است با هم تناقض داشته باشند - استفاده کند (۴). البته روتا در این کار خود نظمی را رعایت می کند. رعایت نظم به خودی خود واجد ارزش است. اما نظم مورد نظر روتا بر پایه یک نوع نظم کتابی و نوشتاری استوار است، و در عمل حالت زنده و سینمایی لازم را ندارد. نتیجه این می شود که بعضی از فیلمهای وی، آنچنان که باید، برای تماشاگر واضح و روشن نیستند.

در فیلمهای گردآوری، مشکل اساسی، دسترسی به صحنه های فیلم شده مورد نظری است که در کشورهای مختلف تهیه شده اند. روتا اخیراً در مصاحبه ای از این مشکل سخن گفته است.

«پیدا کردن این قطعه فیلمها خیلی مشکل بود و من به هیچ کس نخواهم گفت که چگونه آنها را به دست آوردم.... من از وجود این فیلمها در کتابخانه های کشورهای مختلف دنیا آگاهی داشتم. تازه وقتی هم که فیلمها را به دست بیاوری، استفاده از آنها بمراتب مشکلتر است، زیرا کشورهای ذیربط نمی خواهند که از این فیلمها استفاده شود. مثلاً در فیلم *دنیای غنی است* که به دنبال *دنیای پریبرکت* تهیه شده، صحنه هایی از قحطی در بنگال وجود دارند که واقعاً رقت انگیز و پریشان کننده هستند. دولت هندوستان به هر وسیله ای متوسل شد که از بهره بردای من از این صحنه ها جلوگیری کند. اما نتوانست کاری از پیش ببرد و من از آنها استفاده کردم. به شما نخواهم گفت که از کجا این صحنه ها را به دست آوردم. مهم این است که آنها را به دست آوردم و از آنها استفاده کردم و هیچ اتفاقی هم نیفتاد.» (۵)

در جنگ جهانی دوم، فیلم در آلمان با الهام از نظریات پاول یوزف گوبلز^۴ به صورت یکی از

1. *World of Plenty* 2. *The World Is Rich* 3. Eric Knight 4. Arthur Calder Marshall
5. Paul Joseph Goebbels



پیروزی در اوکراین

حربه‌های مهم جنگ درآمد. سینماگران آلمانی، با استفاده از فیلمهایی که توسط فیلمبرداران مختلف از جبهه‌های جنگ می‌رسید، فیلمهای میهنی و تبلیغی زیادی ساختند و در این زمینه از دو روش گردآوری و مستند خبری کمک گرفتند. فیلم شروع آتش جنگ^۱ (۱۹۴۰) که توسط هانس برترام^۲ ساخته شد، از قطعه فیلمهایی تشکیل شده بود که در حمله به لهستان توسط فیلمبرداران آلمانی گرفته شده بودند. این فیلم که برای نیروی هوایی آلمان ساخته شده بود، نقش نیروی هوایی را در درهم شکستن لهستان نشان می‌داد. گفتار یا با غرور و طمطراق یا با لحن شاعرانه نیروی برتر آلمانیها را به رخ تماشاگر می‌کشید. در صحنه‌ای که جنگنده‌های آلمانی را پس از يك مأموریت هوایی موفق در حال بازگشت به سوی وطن نشان می‌داد، گفتار فیلم چنین بود:

«جنگنده‌های ما مانند نازیهای اصیل بر فراز زمینهای فتح شده جست و خیزکنان در پروازند.» (۶) فیلمهایی که از حمله لهستان گرفته شده بودند، در تهیه فیلم دیگری نیز به کار رفتند. فیلم جنگ در لهستان^۳ (۱۹۴۰) اثر فریتس هیپلر^۴ مربوط به نقش نیروی زمینی آلمان در شکست لهستان بود و مانند شروع آتش جنگ، نشان می‌داد که سرنوشت ملت‌هایی که خشم نازیها را بر می‌انگیزند و آنها را به تلافی وامی‌دارند، چه هست.

-
1. *Baptism of Fire* (Feuertaufe) 2. Hans Bertram
 3. *Campaign in Poland* (Feldzug in Polen) 4. Fritz Hippler

در دوران جنگ جهانی دوم، سینماگران معروف سینمای روسیه نیز به ندای وطن گوش دادند و شروع به ساختن فیلمهای مستند کردند، تعدادی از این سینماگران که فیلمهای مستند گردآوری و تهیه کردند، عبارتند از الکساندر دووژنکوف^۱ که فیلمهای نبرد برای نجات اوکراین^۲ (۱۹۴۳) و پیروزی در اوکراین^۳ (۱۹۴۵) و سرگئی یوتکویچ^۴ که فیلم فرانسه آزاد شده^۵ (۱۹۴۴) را ساختند. رومان کارمن^۶، فیلمبردار معروف فیلمهای مستند روسی نیز فیلم لنینگراد می جنگد^۷ (۱۹۴۲) را ساخت که در آن لحظات شگفت انگیز مبارزه و مقاومت دلیرانه مردم لنینگراد را در مقابل حملات ارتش نازیها نشان می داد.

به طور کلی در زمان جنگ جهانی دوم گردآوری برای تنظیم صحنه های متعددی که توسط فیلمبرداران مختلف از صحنه های جنگ گرفته شده بود و همچنین برای تشریح آرمانهای کشورها و برای نشان دادن شکستها و پیروزیها و بسیج سربازان و مردم عادی روش مناسب و مؤثری شناخته شده بود.

سالها بعد از جنگ جهانی دوم، سینماگران مختلف که از وجود آرشیوها و خزانه های فیلمهای خبری و مستند وسیع آگاه شده بودند، روش گردآوری را گسترش دادند و به ساختن فیلمهای گردآوری تاریخی به مقیاس وسیع همت گماشتند. پیشرفتهای فنی برای «کش آوردن» فیلمهایی که با سرعت ۱۶ نما در ثانیه گرفته شده بودند، به استفاده از این آرشیوهای تاریخی کمک زیادی کرد. پیشرفت وسیع تلویزیون و ولع آن برای خوراک و برنامه نیز موجب پیدایش تعدادی مجموعه های فیلم گردآوری تاریخی شد.

1. Alexander Dovzhenkov

2. *The Fight for our Soviet Ukraine (Bitva Za Nashu Sovietskoyu Ukrainu)* 3. *Victory in the Ukraine and the Expulsion of the Germans from the Boundaries of the Ukraian Soviet Earth (Pobeda na Pravoberezhnoi Ukrainei Izgnaiye Nemetsikh Zakhvatchikov za Predeli Ukrainskikh Sovietskikh zemel)*

4. Sergei Yutkevitch 5. *Liberated France (Osvobozhdjennaja Franzija)*

6. Roman Karmen 7. *Leningrad at War (Leningrad V Borbe)*

فصل هشتم

بدیهه سازی^۱

در روش بدیهه سازی فیلمنامه مدونی وجود ندارد، بلکه بازیگران خود به زیر و بمهای شخصیت و همچنین موقعیت افرادی که می‌خواهند نقش آنها را بازی کنند کاملاً آگاه می‌شوند و سپس در زمان فیلمبرداری شخصیت خود را با هویت آن نقشها یکی می‌کنند و در موقعیتهای متفاوت آنچنان واکنش فی‌البداهه‌ای از خود نشان می‌دهند که گویی خود آن شخصیتها هستند که در شرایط و موقعیتهای واقعی قرار دارند. یا اگر فیلمنامه مدونی وجود دارد، باز هم آدمهای فیلم، در موقعیتهای مختلف، به مناسبت به بدیهه‌سازی می‌پردازند. یا اینکه فیلمنامه از نظر دارا بودن همه گفتگوها کامل نیست و بازیگران ضمن فیلمبرداری، برپایه شناختشان از شخصیتها، گفتگوها را کامل می‌کنند. نقش کارگردان نیز در این گونه فیلمها بیشتر آن است که محیط طبیعی و مناسبی به وجود آورد تا بازیگران بتوانند براحتی در قالب نقشهای خود فرو روند و به خلاقیتهای فی‌البداهه بپردازند. طبق این تعریف، فیلم بدیهه‌سازی به معنی واقعی کلمه يك فیلم مستند نیست و، با وجود این، بدیهه‌سازی را جزء روشهای فیلم مستند به شمار می‌آورند. چون این نوع فیلم نیز در واقع سندی است از لحظاتی که بازیگران بدیهه‌سازی کرده‌اند، و چون مبنای بدیهه‌سازی آنها نیز بر پایه فهم و درک کامل و یکی شدن با شخصیتها بوده است، لحظاتشان سرشار است از طرز رفتار و واکنش شخصیتها در موقعیتهای و شرایط مختلف.

در سینما کسی که بیش از همه از این روش استفاده کرده است، سینماگر و بازیگر امریکایی جان کسودیس^۲ است. مهمترین فیلمهایی که وی با این روش ساخته است، عبارتند از: سایه‌ها^۳ (۱۹۶۰؛ اولین فیلم وی)، صورتها^۴ (۱۹۶۸)، شوهرها^۵ (۱۹۶۹)، زنی تحت سلطه^۶ (۱۹۷۵) و

1. Improvisation 2. John Cassavetes 3. *Shadows* 4. *Faces* 5. *Husbands*
6. *A Woman under the Influence*



قتل شرط بند چینی^۱ (۱۹۷۶). کسودیس در این فیلمها با موفقیت بازیگران خود را در موقعیتهای حساس و بحرانی قرار می دهد و واکنش آنها را نسبت به یکدیگر و نسبت به این موقعیتهای روی فیلم ضبط می کند. مثلاً در صورتها، افول، شکست و از هم پاشیدن زندگی زناشویی زن و شوهری را می بینیم که برای بهبود وضعیت خود به آدمهای دیگر و روابط دیگر پناه می برند. یا، در شوهرها، سه شوهر امریکایی (بن گازارا، پیترفاک و خود کسودیس) را يك شب، خارج از خانه، در آغوش زندگی شبانه لندن نشان می دهد. رویدادهای این يك شب، از درگیریهای شخصیتهای فیلم با همدیگر و دیگران و لحظات حساس و ستوه آوری تشکیل شده که در عین حال فشار روحی شخصیتهای فیلم و نارضایتی آنها را از زندگی در خود مستتر دارند. در زنی تحت سلطه، مشکلات تقسیم کار و وظایف زن و شوهر در روابط اجتماعی و خانوادگی و بالأخره خرد شدن و اضمحلال در يك نظام سرمایه داری نشان داده می شود (۱).

کسودیس سعی می کند در هنگام فیلمبرداری بازی و اعمال بازیگران خود را کنترل نکند. به قول خودش «راستش من به کسی [از بازیگران] کمک نمی کنم، چون اگر به بازیگری کمک کنی، آن وقت شخصیت او را خراب کرده ای.» (۲)

یکی از اشکالات عمده این نوع فیلمسازی وقت زیادی است که پس از اتمام فیلمبرداری باید صرف ویرایش صحنه های گرفته شده کرد. به طور مثال، فیلمبرداری صورتها - که در طی آن بازیگران در تولید فیلم نیز شرکت داشتند - شش ماه طول کشید، اما تنظیم صحنه ها و ویرایش فیلم سه سال و نیم وقت گرفت (۳). فیلمهای زنی تحت سلطه و قتل شرط بند چینی شاید مؤثرترین فیلمهای کسودیس باشند. نظر اندروساریس^۲ منتقد معروف امریکایی در مورد جنبه های مثبت و خوب کار کسودیس هنوز هم صائب است. او می گوید: «کسودیس در بهترین کارهایش با موضوع فیلم خود رابطه احساسی ایجاد می کند و ساده ترین و ناچیزترین بازیگرانش را به صورت آدمهای زنده و پرشور و احساس درمی آورد.» (۴) کسودیس در این دو فیلم آخر توانسته است تا اندازه زیادی به آدمهای فیلم خود روح و احساس مورد نظر ساریس را ببخشد و از افراط کاریها و یکنواختی فیلمهای سابقش نیز پرهیز کند.

→ صورتها

سینمای پنهانکار

استفاده از سینما و دوربین پنهانی^۱ برای شکار لحظات زودگذر زندگی از دیر باز مورد توجه سینماگران مستند بوده است. ژیکا ورتوف هنگام تهیه مجموعه فیلمهای سینما - چشم پاره ای اوقات از دوربین پنهانی برای فیلمبرداری از زندگی روزمره مردم عادی کمک می گرفت. با پیشرفت وسایل فیلمبرداری و صدا برداری، کار ضبط واقعیت بدون آگاهی نقش آفرینان فیلم، امکانپذیر شد و عدسیهای دورنگر (تله) و زوم و میکروفونهای تفنگی بسیار حساس، امکان شکار واقعیت را از راه دور به وجود آوردند. علاوه براین، ظهور و رواج سیستمهای ترانزیستوری و قطعات الکترونیکی بسیار کوچک این آزادی را به سینماگران علاقه مند به روش سینمای پنهانی داد که وسایل کار خود را باسانی از چشم نقش آفرینان فیلم مخفی کنند.

حضور دوربین، میکروفونها و افراد گروه فیلمبرداری در سر صحنه یکی از مشکلات مهم سینمای مستند را به وجود می آورد، زیرا این عوامل روی آمه‌های عادی (که موضوع فیلم مستند هستند) تأثیر زیاد می گذارند و رفتار و کارهای آنها را دگرگون می کنند. یکی از روشهایی که توسط آن می توان اثر این عوامل سینمایی را بر روی آمه‌های فیلم تا حدودی کاست، استفاده از روش سینمای پنهانی است و یکی از بارزترین، معروفترین و تجاریترین مثالهای این نوع سینما، مجموعه فیلمهای تلویزیونی دوربین پنهانکار^۲ (۱۹۶۸ - ۱۹۴۷) است که به مدت بیست و یک سال به طور هفتگی از شبکه‌های تلویزیونی ا. بی. سی. سی. وی. اس. امریکا پخش می شد (۱). این مجموعه برنامه که به دنباله مجموعه برنامه ای رادیویی به نام میکروفون پنهانکار^۳ است و مانند آن مجموعه، توسط الن فنت^۴ تهیه می شد. به طور کلی، در این برنامه‌های تلویزیونی، فنت از سه نوع فرمول یا الگو برای ضبط واقعیت بر روی فیلم استفاده می کرد:

1. Hidden Camera 2. Candid Camera 3. The Candid Microphone 4. Allen Funt

۱. دوربین نقش شاهد ساده‌ای را به عهده داشت و رفتار و کارهای عادی و روزانه مردم را، بدون آگاهی آنها ضبط می‌کرد. مثلاً دوربین، با استفاده از يك آینه مخصوص، دختری را در حال بزك کردن و به اصطلاح به خود رسیدن نشان می‌داد.

۲. دوربین حقه‌هایی را که فروشندگان برای فروش و کلاه گذاشتن سر مشتری می‌زدند، برملا می‌کرد.

۳. فیلم واکنش مردم عادی را نسبت به شرایط و موقعیتهای غیرعادی یا بحرانی که گروه فنت به‌طور مصنوعی برای آنها به‌وجود می‌آوردند، نشان می‌داد.

به این ترتیب، مثلاً در يك قطعه فیلم، واکنش مردم هنگام پست کردن نامه نسبت به صندوق پستی که حرف می‌زد دیده می‌شد. واکنش اغلب افرادی که صدای درون صندوق را که ندا می‌داد «آقا (خانم) لطفاً کمک کنین از اینجا بیرون بیام، اینجا گیر افتادم. لطفاً کمک کنین» می‌شنیدند، این بود که پس از چند لحظه تردید وانمود می‌کردند که اصلاً صدایی نشنیده‌اند و نامه را در صندوق می‌انداختند.

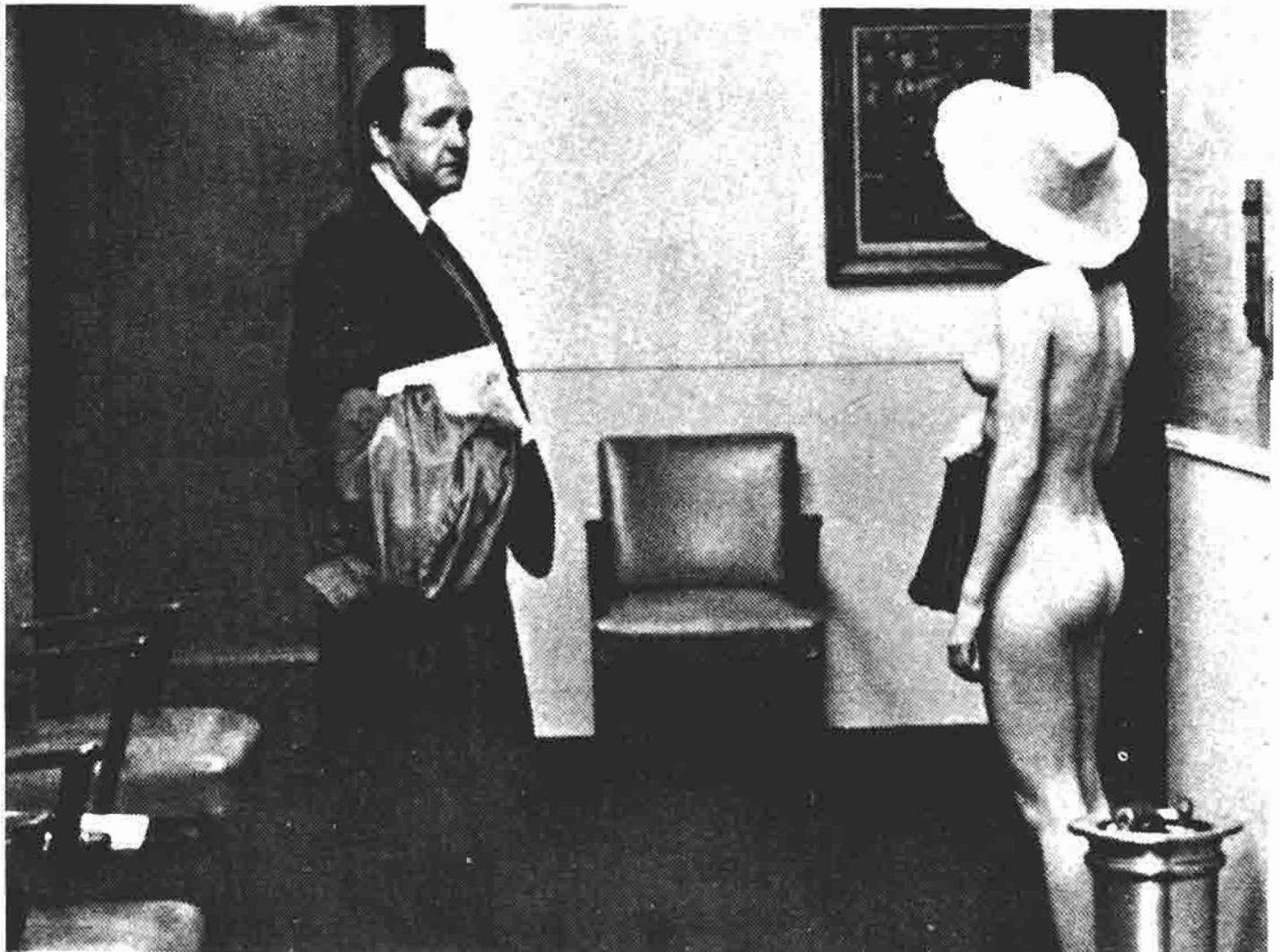
در همین موقعیتهای ساختگی بسیاری از اوقات امکان افشا و آفتابی شدن غیرمنتظره واقعیت زنده و خام زندگی به‌وجود می‌آمد و لحظات مستند واقعی و نابی پیش روی تماشاگر قرار می‌گرفت. در موفقیت این برنامه همین بس که بین سالهای ۱۹۶۰ و ۱۹۶۴ جزء بهترین و محبوبترین ده برنامه تلویزیونی امریکا شناخته شد.

پس از اتمام دوره این برنامه در تلویزیون، فنت به سینما رو آورد و در سال ۱۹۷۰ فیلمی به نام *واکنش شما در مقابل يك خانم عریان چیست*؟ تهیه کرد که پر از صحنه‌هایی است که در آنها واکنش مردم عادی در مقابل مسائل و وضعیتهای جنسی نشان داده می‌شوند. مثلاً واکنش مردانی در برابر خانمی که کاملاً عریان است و در حین خروج از آسانسور فقط کیف دستی (که حاوی میکروفون است) در دست دارد یا واکنش مردانی که در زیر نردبانی ایستاده‌اند و آن را برای خانمی که يك دامن خیلی کوتاه پوشیده است محکم نگه می‌دارند. در پاره‌ای از صحنه‌ها، فنت دختران و پسرانی را نشان می‌دهد که از آنها فیلمبرداری شده و حال دارند ضمن تماشای این صحنه‌ها راجع به آنها بحث می‌کنند یا پدر و مادرانی که مشغول تماشای این صحنه‌ها هستند و عکس‌العملهای مختلف دارند.

الن فنت در مصاحبه‌ای در باره روش پنهان کردن وسایل فیلمبرداری نکات زیر را گوشزد می‌کند:

«پنهان کردن وسایل فیلمبرداری، در مقایسه با پرت کردن حواس آدمهای فیلم، در کارها از اهمیت کمتری برخوردارست. تقریباً در اغلب موارد و موقعیتهای پنهان کردن وسایل فیلمبرداری مهم نیست. اما در مقابل، چیزی که اهمیت دارد این است که موقعیتی به وجود آید تا موضوع یا آدمهای فیلم از حضور وسایل فیلمبرداری آگاه و یا خبر نشوند. اشکال ما نه دوربین و نه میکروفون، بلکه نورپردازی است. فیلمی که ما به کار می‌بریم رنگی است و با وجود به کار بردن حساسترین فیلم سی و پنج میلیمتری، باز نورپردازی مسئله‌ای به وجود می‌آورد. عادیترین کاری که می‌کنیم این است که محلهایی را که نمی‌خواهیم از آنجا فیلمبرداری کنیم زیاده‌تر از محلهای مورد نظر نورپردازی می‌کنیم. یعنی اگر می‌خواهیم از محل «الف» فیلمبرداری کنیم، کاری می‌کنیم که محل «ب» مشکوک (غیر عادی) جلوه کند و به این ترتیب آنها از محلهای نور زیاد ناخواسته فرار می‌کنند و به محلی که نور مناسب دارد و برای فیلمبرداری مورد نظر است پناه می‌برند... باز تکرار می‌کنم، اصل اساسی در مخفی کردن دوربین یا میکروفون این است که وقت زیادی صرف این کار نشود. در عوض، اولاً باید يك واقعه واقعاً جذاب و گیرا در محل فیلمبرداری به وجود آورد (به طوری که آدمهای فیلم به وسایل فیلمبرداری و نورپردازی توجه نکنند)، و دوم اینکه يك مجری انتخاب کرد که دارای چنان خصایص جالب و سرگرم کننده‌ای باشد که فرصت ندهد موضوع یا آدمهای فیلم توجه خود را به وسایل معطوف کنند...» (۲)

واکنش شما در مقابل يك خانم عریان چیست؟



از خصوصیت‌های دیگر استفاده از روش سینمای پنهانی این است که به اجبار نسبت فیلم گرفته شده به فیلم قابل استفاده به طرز غیرعادی زیاد است، به طوری که از نسبت معمولی سینمای مستند نیز فراتر می‌رود. مثلاً قسمت اعظم صحنه‌های فیلم *واکنش شما...* با نسبت ۲۰۰ به یک گرفته شده است (۳). یکی دیگر از مسائل، گرفتن اجازه پخش از کسانی است که تصویر آنها در فیلم نشان داده می‌شود. این مسئله در کشورهای اروپایی و همچنین امریکا مشکل بزرگی برای سینماگر مستند به وجود آورده است. گوا اینکه تازگیها بعضی از سینماگران مانند هکسل وکسلر^۱ (فیلمبردار معروف و کارگردان فیلم *رسانه سرد*^۲) معتقدند که هر کس در یک رویداد عمومی شرکت کند و از او فیلمبرداری شود، احتیاجی به گرفتن اجازه از او برای نشان دادن فیلم نیست. با وجود این، افرادی مثل الن فنت معتقدند که برای جلوگیری از دردسرهای بعدی، بجاست که از همه کسانی که به نحو آشکاری در فیلمهای مستند ظاهر می‌شوند، اجازه پخش فیلم به دست آورد. به قول فنت گرفتن اجازه پخش مستلزم پرداخت وجهی به فرد مورد نظر است: «اگر شخصی از دادن اجازه پخش خودداری کند، من اصلاً دردسر فرستادن فیلم را برای ظهور نیز به خود نمی‌دهم.» (۴)

فیلم خبری سینمایی^۱

خبر همیشه مورد توجه مردم بوده است. سینما نیز، از بدو پیدایش، به جهان و رویدادهایی که در آن می‌گذشت چشم دوخت و آنها را برای خبررسانی به سینه سپرد. ابتدا مانند نوزادی که تازه چشم به جهان گشوده است، شیفته‌عادیترین حرکات و اعمال شد. عنوان اولین فیلمها گویای این موضوع است: خروج کارگران از کارخانه^۲ (۱۸۹۵)، ورود قطار به ایستگاه، غذا دادن به بچه^۳ (۱۸۹۵) و خیابان ریوبلیک^۴ از ساخته‌های برادران لومیر در فرانسه، دریای توفانی ساحل دوور^۵ (۱۸۹۶) و واکسی هنگام کار در خیابانهای لندن^۶ (۱۸۹۶) ساخته رابرت پال در انگلیس، آتشسوزی در اودسا^۷ (۱۸۹۸)، مسکوسیلزده^۸ (۱۸۹۸)، شنا در رودخانه مسکو در حرارت ۲۰^۹ درجه^۱ (۱۸۹۸)، کی یف زیبا^{۱۰} (۱۸۹۸) شبکه راه آهن مسکو^{۱۱} (۱۸۹۸) که همه توسط گروه پاته در سال ۱۸۹۸ در روسیه دوره تزار تهیه شده بودند (۱).

فیلمهای اولیه ادیسن که از نمایش هنرمندان معزوف آن زمان مانند انی اوکلی^{۱۲} و بوفالوبیل^{۱۳} تهیه کرده بود، نیز جزء این دسته از فیلمهای خبری اولیه به حساب می‌آیند (۲). در همه این فیلمها مردم عادی سرگرم فعالیت روزانه‌شان نشان داده می‌شوند. در این زمان سینما هنوز نوزادی بیش نبود و زبان تصویری گسترش نیافته بود؛ مردم هم تنها به دیدن تصاویر

-
1. Newsreel
 2. Workers Leaving the Lumière Factory (La Sortie des Usines)
 3. Feeding the Baby (Le Repas de Bébé)
 4. Rue de la République
 5. A Rough Sea at Dover
 6. Shoe Black at Work in a London Street
 7. Fire in Odessa
 8. Moscow Flooded
 9. Swimming in the Moscow River at 20 Degrees
 10. Picturesque Kiev
 11. The Moscow Railway System
 12. Annie Oakley
 13. Buffalo Bill



غذا دادن به بچه

واقعی متحرك قناعت می کردند و از آنها لذت سرشار می بردند. نگاهی به نظریات نویسندگان آن روز نسبت به این فیلمها تازگی و جذابیت این رسانه جدید را بخوبی اثبات می کند. به عنوان مثال واکنش منتقد هنری يك روزنامه اسکاتلندی چنین بود:

«این فیلمها آنقدر زنده و واقعی بودند که شخص مسحور تماشای آنها می شد. تصاویر و مناظر کاملاً واضح بودند، رفتار آنها آنقدر واقعی نشان داده می شد که در چند مورد تماشاگران نمی توانستند از اظهار شگفتی خودداری کنند. حتی، در بعضی مواقع، از دیدن تصاویری که با سرعت از جلوی چشمانشان می گذشت از شدت تعجب از جا می پریدند.»
(۳)

ماکسیم گورکی نویسنده روسی نیز در سال ۱۸۹۶، بعد از تماشای فیلمهای لومیر در مسکو، در مقاله شگفت انگیزی احساس خود را نسبت به این اختراع خالی از رنگ و کلام چنین بیان کرد:

«من به رستوران اومون^۱ رفته بودم. دستگاه سینما توگراف لومیر را دیدم و عکسهایی را که

به حرکت در می‌آورد تماشا کردم. تأثیر فوق‌العاده‌ای که این دستگاه و تصویرهای آن بر جای می‌گذارند بقدری پیچیده و منحصر به فرد است که شك دارم بتوانم تمام جزئیات آن را شرح دهم. به هر حال سعی خواهم کرد اساس کار این دستگاه را بیان کنم. وقتی چراغهای سالن، که دستگاه اختراعی لومیر در آن گذاشته شده، خاموش می‌شوند، ناگهان تصویر خاکستری رنگ بزرگی - خیابانی در پاریس! - چون سایه‌ای از يك گراور ناقص روی پرده ظاهر می‌شود. وقتی به تصویر خیره می‌شوی، کالسکه‌ها، ساختمانها و مردم را در حالتهای مختلف می‌بینی که منجمد و بی‌حرکت ایستاده‌اند. هرچه در تصویر دیده می‌شود - از جمله آسمان بالای سر - همگی خاکستری است. تا اینجا با دیدن این صحنه آشنا هیچ کس نمی‌تواند اتفاق تازه‌ای را پیشبینی کند، زیرا تصویر خیابانهای پاریس را بارها همه دیده‌اند. ولی ناگهان حرکت عجیبی روی پرده ظاهر می‌شود و تصویر جان می‌گیرد. کالسکه‌ها که در گوشه دوری قرار گرفته‌اند مستقیماً به طرف تماشاگر که در تاریکی نشسته است به حرکت در می‌آیند. در جای دیگری مردم که در نقطه دوری ایستاده‌اند بتدریج جلو می‌آیند و بزرگ می‌شوند. در قسمت جلو تصویر چند کودک سرگرم بازی با سگ هستند، دوچرخه‌سوارها با سرعت حرکت می‌کنند و اشخاص پیاده، در حالی که راه خود را از میان کالسکه‌ها باز می‌کنند، از وسط خیابان می‌گذرند. همه این صحنه‌ها پر از تحرك و جنبش‌اند و بسرعت از اطراف پرده از نظرها محو می‌شوند. این صحنه‌ها با سکوت عجیبی همراه‌اند، به طوری که هیچ صدایی از چرخهای کالسکه‌ها، گامهای اشخاص یا سخن گفتن آنها به گوش نمی‌رسد، حتی از سروصدای موزون و پیچیده‌ای که معمولاً در اثر حرکت مردم به وجود می‌آید اثری نیست. وزش باد، شاخ و برگ خاکستری رنگ درختان را بدون هیچ صدایی به جنبش در می‌آورد، و مردمی که تصویرشان سیاه‌رنگ (ضد نور) به نظر می‌رسد بدون صدا، روی زمینه خاکستری رنگ بآرامی حرکت می‌کنند. گویی بیرحمانه به سکوت ابدی و محرومیت از تمام رنگهای زندگی محکوم شده‌اند.» (۴)

تولستوی نویسنده بزرگ روسی نیز پس از دیدن اولین فیلمهای ساخته شده، درباره اثر فیلم بر روی نگارش و نویسندگی و همچنین درباره جذابیت تماشای حرکت و واقعیت خام و اثرات منتج از آن چنین گفت:

«با این حال من تا حدی به این تغییر سریع صحنه‌ها [یعنی فیلم] که آمیزه‌ای از احساس و تجربه است علاقه‌مند شده‌ام. هرچه هست بمراتب از این نگارش سنگین و طولانی که ما به آن عادت داریم بهتر و به زندگی نزدیکتر است. در زندگی نیز هرگونه تغییر و جابجایی، برق‌آسا از جلوی چشمانمان می‌گذرد و احساسات درونی مانند گردباد بسرعت، تمامی وجودمان را به خود می‌پیچاند. سینما به راز حرکت دست یافته است و این فوق‌العاده است.» (۵)

آنچه که در این تصاویر اولیه به چشم می‌خورد مردم و موقعیتهای عادی هستند نه آنچه امروزه بدان اصطلاح «خبر» اطلاق می‌شود. این امر در ابتدا برای مردم جذابیت داشت اما این جذابیت نیز بتدریج کاهش یافت و، در نتیجه، سینماگران اولیه به فکر استفاده از موقعیتهای، رویدادها و شخصیت‌های معروف و مهم - یعنی موضوعات خبری - افتادند. برای مثال، برت ایگرز^۱ انگلیسی از مراسم افتتاح رسمی کانال کی‌یل^۲ که توسط امپراطور ویلهلم دوم در ۲۰ ژوئن ۱۸۹۵ انجام گرفت و دوبله^۳ از مراسم تاجگذاری تزار نیکلای دوم در ماه مه ۱۸۹۰ فیلمبرداری کردند و چارلز پاتنه، فیلم ورود تزار به پاریس^۴ (۱۸۹۶) و لئون گومان^۵ فیلم رژه چهاردهم ژوئیه^۶ (۱۸۹۶) را در فرانسه ساختند. در آمریکا فیلمهای مسابقات مشت زنی مورد توجه خاص قرار گرفتند و ادیسن و همکارانش در ژوئیه ۱۸۹۴ برای اولین بار، یک مسابقه مشت زنی را در مقابل دوربین ثابت خود در استودیوی ادیسن فیلمبرداری کردند. چند ماه بعد ایناک رکتور^۷، همکار ادیسن، اولین فیلم خبری دروغین را تهیه کرد. این فیلم مربوط به یک مسابقه مشت زنی بود که طبق قرار قبلی، برنده و بازنده آن تعیین شده بود. مشت زن برنده جیمز کوربت^۸ قهرمان وقت جهان بود و برای اولین بار در تاریخ سینما برای بازی در فیلم قرارداد امضا کرد و مبلغ ۴۷۵۰ دلار برای دو روز فیلمبرداری دریافت کرد (۶).

بین سالهای ۱۸۹۶ و ۱۹۰۰ در آمریکا سه شرکت به نامهای ادیسن، ویتاگراف^۹ و بیوگراف^{۱۰} در تهیه و نمایش فیلمهای خبری با هم رقابت شدید داشتند. در این مدت شرکت ادیسن تعداد ۲۵۰ فیلم خبری را به نام خود به ثبت رساند. (به عللی که معلوم نیست، هیچ کدام از دو کمپانی دیگر این کار را نکردند) (۷).

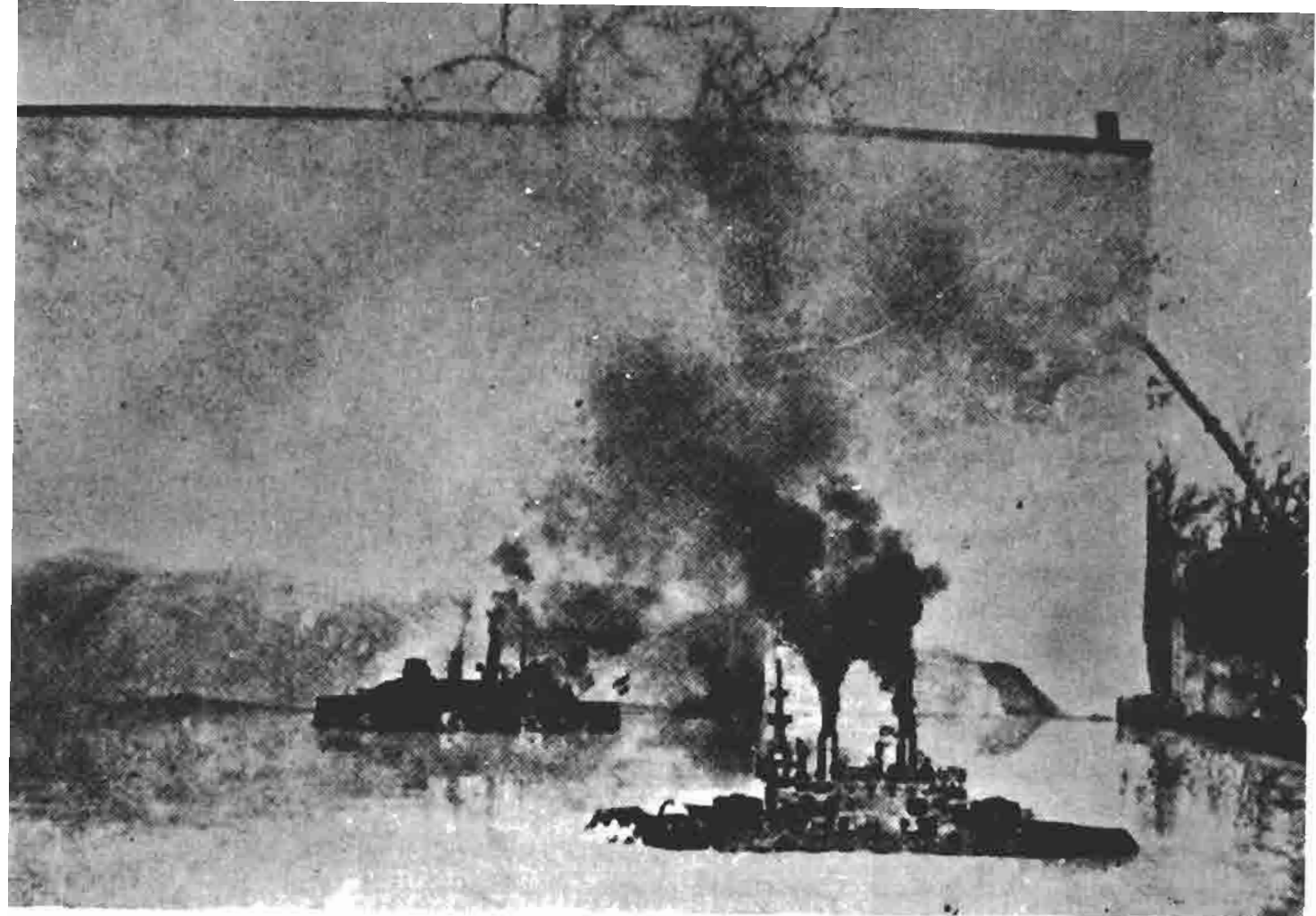
در همین سالها در فرانسه برادران لومیر، با اعزام فیلمبرداران متعدد به اقصی نقاط جهان، از رویدادهای کشورهای مختلف فیلمهای خبری تهیه کردند و به مردم خود آن کشورها و همچنین مردم فرانسه نشان دادند.

جنگ بین آمریکا و اسپانیا (۸) در سالهای اواخر قرن نوزدهم، هم برای روزنامه‌ها و هم برای شرکتهای فیلمسازی که دست اندر کار ساختن فیلمهای خبری بودند واقعه مهمی بود. وقایع جنگ که برای اولین بار توسط فیلم به صورت زنده به تماشاگران عرضه می‌شد روی آنها تأثیر شگرفی گذاشت. به طور مثال وقتی شرکت ویتاگراف فیلمی از عزیمت سربازان آمریکایی را به سوی کوبا چند ساعت بعد از خود واقعه به تماشاگران نشان داد، تأثیر آن فوق العاده بود.

1. Birt Acres 2. Kiel Canal 3. Francis Doublier 4. *The Czar's Arrival in Paris*

5. Leon Gaumont 6. *The Fourth of July Parade* 7. Enoch Rector 8. James Corbett

9. Vitagraph 10. Biograph



صحنه‌ای تقلبی از نبرد خلیج سانتیاگو که توسط ای. اج. آمت در مقابل دوربین، آماده فیلمبرداری شد (۱۸۹۹).

«آن شب در [سینما] پاستور، تماشاگران برای اولین بار فرزندانشان را روی پرده در حال رژه به سوی میدانهای جنگ می‌دیدند و از فکر جنگ اسپانیا به وجد آمده بودند، به طوری که با سروصدا و غوغای عجیبی شروع به ابراز احساسات و پا کوبیدن کردند. تا کنون [سینما] پاستور چنین شی را به خود ندیده بود.» (۹)

در شرایطی که مردم چنین عکس‌العمل پرشوری نسبت به مسائل مربوط به جنگ نشان می‌دادند، رقابت بین این سه کمپانی برای جلب مشتری و فروش بیشتر شدت گرفت و هر کدام فیلمهای متعددی به مردم عرضه کردند و مدعی شدند که این فیلمها سربازان امریکایی را در حال جنگ در جبهه کوبا نشان می‌دهند. اما، به قول ریموند فیلدینگ، در کتاب جامع فیلم خبری در امریکا، «پاره‌ای از این فیلمها واقعی، اما بیشترشان آشکارا تقلبی بودند.» (۱۰) سینماگران خوش ذوقی چون البرت اسمیت در استودیوهای ویتاگراف به بازسازی پاره‌ای از صحنه‌های جنگ پرداختند و آنها را به عنوان صحنه‌های واقعی به مردم خوش باور و بی‌تجربه در زمینه نیرنگهای سینمایی، ارائه کردند. شرح چگونگی تهیه صحنه‌های نبرد خلیج سانتیاگو (۱۸۹۸) در کوبا توسط خود اسمیت نکات جالبی را در این مورد روشن می‌کند.

«در این موقع در خیابانهای نیویورک دستفروشها عکسهای بزرگ و قطوری از کشتیهای ناوگان اسپانیاییها و امریکایی را می فروختند. ما از هر کدام یکی خریدیم و عکس کشتیها را با قیچی از تصاویر اصلی جدا کردیم، سپس میزی را وارونه کردیم و در آن یکی از چارچوبهای ساخته بلاکتون (همکاراسمیث) را که روی آن کاناو کشیده شده بود کار گذاریم و آن را به ارتفاع $2\frac{1}{4}$ سانتیمتر از آب پر کردیم. برای اینکه بتوانیم عکسهای بریده شده کشتیها را در آب به حالت ایستاده نگه داریم، آنها را به زهوارهای چوبی به ابعاد $2\frac{1}{4}$ سانتیمتر در $2\frac{1}{4}$ سانتیمتر میخ کردیم. به این ترتیب در پشت هر کشتی تاقچه کوچکی به وجود آمد و ما روی هر تاقچه مقدار کمی باروت ریختیم. فکر کردیم برای يك درگیری و جنگ دریایی به این اهمیت احتیاج به مقدار زیادتری باروت هست و به این جهت پشت هر تاقچه سه انگشت باروت ریختیم. برای زمینه پشت کشتیها، بلاکتون تصویر چند ابر سفید را روی مقوایی آبی رنگ با عجله کشید. آن وقت به هر کدام از این کشتیها که به آرامی در خلیج لنگر انداخته بودند نخ نازکی بستیم تا بتوانیم در موقع مناسب و به ترتیب معین آنها را از جلوی دوربین به کنار بکشیم. اکنون موقع دمیدن دود به درون صحنه رسیده بود. اما برای پیدا کردن کسی که بتواند این کار را بکند نمی توانستیم از دایره دوستان خودمان بیرون برویم وگرنه رازمان فاش می شد. به همین جهت خانم بلاکتون را صدا زدیم و او - در زمانی که زنان برضد سیگار کشیدن برخاسته بودند - خودش داوطلب کشیدن سیگار شد. يك پادو با محبت استودیو نیز گفت که او نیز سیگار برگی دود خواهد کرد. این از نظر ما مناسب بود چون به دود زیادتر سیگار برگ نیز احتیاج داشتیم. بالاخره يك قطعه کتان را در الکل فرو بردیم و آن را به نوك سیم نازکی که از دید دوربین پنهان می ماند وصل کردیم. بلاکتون که خود را در آن طرف میز که دورتر از همه به دوربین بود پنهان کرده بود، با سیم مخصوص باروتها را آتش زد، و به این ترتیب، جنگ شروع شد. خانم بلاکتون که سیگار می کشید و مرتب سرفه می کرد دود و دم خوبی به پا کرد. جیم (آقای بلاکتون) از نظر هماهنگی زمانی، قرار مناسبی با خانم بلاکتون گذارده بود به طوری که خانم بلاکتون تقریباً همزمان با انفجارها دود را به درون صحنه می دمید....

فیلمها و عدسیهای آن زمان به اندازه کافی ابتدایی بودند که نقایص مدل مینیاتوری ما را نشان ندهند. بعلاوه طول فیلم بیش از دو دقیقه نبود و مجالی برای مطالعه و انتقاد به دست نمی داد... به مدت چندین هفته [سینمای] پاستور و دو سینمای پرا کتور از تماشاگر پر بودند. من و جیم وقتی هیجان و شور تماشاگران را در اثر تماشای نبرد خلیج سانتیاگو (۱۸۹۸) دیدیم، بتدریج حالت پشیمانی و عذاب وجدان خود را نیز فراموش کردیم.» (۱۱)

هزینه تولید این فیلم «مستند» خبری درست ۱،۹۸ دلار شد! (۱۲) اما اسمیث تنها سینماگری نبود که واقعه های دروغین را به عنوان رویداد اصلی نشان می داد، یا باز سازی دروغین يك صحنه را به جای تصویر واقعی خود آن صحنه به نمایش می گذاشت. شرکت های بیوگراف و ادیسن و سینماگران متعددی نیز به این کار دست می زدند. به طوری که در دهه اول قرن بیستم دروغ و تزویر به نحو شگفت آوری در سینمای مستند رخنه کرد. سینماگران از ساده لوحی و نیروی تخیل تماشاگران، نقایص وسایل و مواد فیلمبرداری و کوتاه بودن مدت این فیلمهای خبری سوء استفاده



ماکی که برای فیلمبرداری زلزله سانفرانسیسکو به کار برده شد.

می کردند و ساختمانها، افراد و موقعیتهای دیگری را به دروغ به جای ساختمانها، افراد و موقعیتهای مورد نظر جا می زدند. مثلاً در سال ۱۹۰۸ تئودور روزولت، رئیس جمهور وقت امریکا، سفر پر سرو صدایی برای شکار به آفریقا کرد. فیلمبرداری به نام ویلیام سلینگ^۲ در شهر شیکاگو مردی را که شبیه روزولت بود یافت و او را در جنگلی که در استودیوی خود به وجود آورده بود روانه شکار کرد و عده ای سیاه امریکایی را نیز به عنوان یاربر آفریقایی به کار گرفت. در آخر فیلم سلینگ، بدل روزولت با شیری رو به رو می شود و او را در مقابل دوربین با تیر می کشد. سلینگ کار را طوری برنامه ریزی کرده بود که نمایش آن با اخبار روزنامه ها در مورد شکار شیر در آفریقا توسط روزولت همزمان شود. در عنوان فیلم، شکار حیوانات وحشی در آفریقا^۳ (۱۹۰۷) و در خود فیلم نیز نامی از روزولت برده نشده بود اما این موضوعات به هیچ وجه کمکی به افشای صحنه سازیهای سینماگر نمی کنند، تازه امکاناتی به وجود می آورند که این تصور برای مردم پیش آید که بدل روزولت خود اوست و فیلم نیز درباره سفر پر ماجرای روزولت به آفریقا تهیه شده است (۱۳).

سینماگران خوش ذوق این دوره به بازسازی موضوعات انسانی اکتفا نکردند و حتی مصیبتهای طبیعی را نیز به حیطة بازسازیهای دروغین خود وارد کردند. از جمله زلزله سانفرانسیسکو^۴ (۱۹۰۶)، آتشفشانی کوه پله^۵ (۱۹۰۶) توسط ادیسن و ملیس و آتشفشانی کوه وسوویوس^۶ (۱۹۰۵) توسط بیوگراف به دروغ دوباره سازی شدند.

1. Theodore Roosevelt 2. William Selig 3. *Hunting Big Game in Africa*

4. *San Francisco Earthquake* 5. *Eruption of Mt. Pelée* 6. *Eruption of Mt. Vesuvius*

جنگ بوئرها (۱۴) (۱۹۰۲ - ۱۸۹۹) نیز فرصت خوبی برای سینماگران فیلمهای خبری بود. بر خلاف اسمیت و ادیسن و دیگر شرکتهای سازنده فیلمهای مستند خبری در امریکا، دیکسون^۱ که خود قبلاً دستیار ادیسن بود، تحت حمایت شرکت بیوگراف انگلستان به افریقا رفت و صحنه های جنگ بوئر را با واقعیتگرایی و صحت روی فیلم ضبط کرد (۱۵). گاری حامل وسایل دیکسون همیشه مانند یکی از ابزارهای ثابت جنگ در خطوط اول جبهه حاضر بود. فیلمهایی که او از صحنه های جنگ، سربازان در حال تیراندازی، آمبولانسها، زندانیهای بوئر و رهبران جنگ تهیه کرد، با وضوح، جنبه های مختلف این جنگ را تشریح می کنند. کارهای واقعگرایانه دیکسون و بعضی از سینماگران انگلیسی، پس از دغلبازهای اسمیت و دیگران، هوای تازه ای در کار تهیه فیلمهای خبری بود.

جالب اینجاست که علاوه بر مردم عادی، بسیاری از منتقدان و صاحب نظران نیز فیلمهای خبری تقلبی را واقعی به حساب می آوردند و به آنها اطمینان می کردند. مثلاً، در سال ۱۹۱۱ نویسنده ای چنین نوشت: «دوربین نمی تواند دروغ بگوید، زیرا وسیله ای است که آنچه را که اتفاق می افتد فقط ضبط می کند.» (۱۶)

دلایل متعددی برای اعتماد مردم نسبت به صحت و واقعی بودن این فیلمها وجود داشتند که عبارتند از:

۱. فیلم رسانه ای جدید بود و تماشاگران تجربه و ضوابطی برای بررسی و ارزیابی آن نداشتند.

۲. نواقص و سادگی وسایل اولیه فیلمبرداری و حساسیت کم فیلمها در ده سال اول پیدایش سینما، موجب شدند که تصاویری که روی فیلم ضبط می شدند به اندازه کافی واضح و روشن نباشند و در نتیجه تماشاگر کم تجربه فریب ظاهر این تصاویر را بخورد.

۳. طول فیلمهای اولیه بسیار کوتاه بود به طوری که زمان نمایش بسیاری از فیلمها بیش از یک دقیقه طول نمی کشید. در این زمان کم، تماشاگر فرصتی برای ارزیابی و توجه به واقعی بودن یا نبودن صحنه ها نمی توانست داشته باشد.

۴. کمبود مجموعه های عکس و فیلم از رویدادهای مختلف، مقایسه و ارزیابی صحت و سقم صحنه های فیلم شده را با آنچه واقعاً اتفاق افتاده بود مشکل و غیر ممکن می ساخت.

۵. تعیین صحت و سقم پاره‌ای از صحنه‌های تقلبی، مخصوصاً آن دسته که اصلاً اتفاق نیفتاده بودند و فقط برای دوربین اجرا شده بودند، بدون همکاری و افشاگری خود شرکت کنندگان و سازندگان این فیلمهای «خبری» امکانپذیر نبود.

۶. به نظر می‌رسد که فیلمبرداران اولیه سینما، ثبت بدون خدشه وقایع و گزارشگری بدون دستکاری رویدادها را جزء وظیفه خود نمی‌دانستند. گواه این امر، حرفهای فیلمبرداران این دوره است که با صراحت و بی‌پردگی و حتی غرور خاصی، تجربیات خود را در زمینه اجرا و ضبط صحنه‌های تقلبی تشریح می‌کنند (۱۷).

البته در اروپا، مخصوصاً در فرانسه، هم فیلمهای خبری مشتریان زیادی داشتند، ولی سینماگران اروپایی بیشتر به ضبط واقعی رویدادها تمایل نشان می‌دادند تا به دوباره سازی دروغین آنها.

به هر صورت لازم است که در ارزیابی فیلمهای خبری اولیه دقت بیشتری به عمل آید و از منابع و مآخذ تصویری متعدد - اگر وجود داشته باشند - در این مورد استفاده شود.

به‌طورکلی تا این زمان آنچه فیلم خبری تهیه می‌شد، شامل فیلمهای کوتاهی بود که هر کدام به یک موضوع اختصاص داشت و نمایش آنها نیز طبق برنامه‌زمانی منظمی نبود. معروف است که در آمریکا در سال ۱۹۰۹ لئون فرانکونی^۱ نماینده شرکت برادران پاته - که قدیمترین و فعالترین شرکت سینمایی اروپا بود - در حین تماشای فیلم مراسم سوگند خوردن ویلیام تافت که به ریاست جمهوری آمریکا انتخاب شده بود، به این فکر افتاد که یک «جنگ» هفتگی فیلم از رویدادهای خبری روز تهیه کند و به عموم نشان دهد. او این فکر را در شرکت پاته مطرح و آنها را به اجرای آن تشویق کرد. در ۱۹۰۹ یا ۱۹۱۰ شرکت پاته، اولین فیلم خبری به معنای واقعی را که باید به آن فیلم خبری سینمایی گفت تهیه کرد. این فیلم وقایع روز از شرکت پاته^۲ نام داشت و در تماشاخانه‌ای به همین نام در پاریس به نمایش در آمد. این محل از آن به بعد فقط برای نشان دادن وقایع روز مورد استفاده قرار می‌گرفت.

در سال ۱۹۱۰ شرکت پاته شعبه‌ای در انگلستان باز کرد و به تهیه و نمایش فیلم خبری سینمایی به اسم مجله زنده^۳ یا مجله پاته^۴ پرداخت.

ریموند فیلدینگ در کتاب مهم خود می‌گوید که او پس از تحقیقات و بررسیهای فراوان به این نتیجه رسیده است که اولین فیلم خبری سینمایی آمریکا توسط شرکت پاته در سال ۱۹۱۱ با نام هفته نامه پاته^۵ در آمریکا تهیه شده است. آگهی مربوط به این هفته نامه به‌طور خلاصه تعریف

1. Leon Franconi 2. The Pathé Journal 3. The Animated Gazette

4. The Pathé Gazette 5. Pathé's Weekly

آگهی مربوط به هفته نامه پاته،

اولین فیلم خبری سینمایی آمریکا

PATHE FRERES
FILMS

**Announcement
Extraordinary!**

THE GREATEST NEWS EVER PUBLISHED
FOR THE MOTION PICTURE EXHIBITORS.

**PATHE'S
WEEKLY**

A FILM ISSUED EVERY TUESDAY, MADE UP
OF SHORT SCENES OF GREAT INTERNATIONAL
EVENTS OF UNIVERSAL INTEREST FROM
ALL OVER THE WORLD. AN ILLUSTRATED
MAGAZINE ON A FILM. THE NEWS OF THE
WORLD IN PICTURES.

BOOK IT! INSIST ON IT!

IT MEANS BIGGER, BETTER BUSINESS

فیلم خبری سینمایی را به دست می دهد و تفاوت های آن را با فیلم های خبری که تا آن زمان تهیه شده بودند نشان می دهد: «هفته نامه پاته فیلمی است که هر هفته در روزهای سه شنبه نمایش داده می شود. این فیلم شامل صحنه های کوتاهی است از رویدادهای بین المللی که مورد توجه همه در تمام دنیاست. مجله مصوری است که روی فیلم ضبط شده و اخبار جهان را به وسیله تصویر گزارش می کند.» (۱۸)

به این ترتیب از ۱۹۱۰ به بعد فیلم خبری سینمایی با تعریف جامعتری ادامه پیدا کرد. هر شماره از فیلم خبری سینمایی شامل چند بخش بود و هر بخش به موضوع خاصی می پرداخت. طول این فیلمها زیاد نبود به طوری که هفته نامه های پاته اغلب در حدود ۲۰۰ فوت بودند. نمایش این فیلمها در سینماهای مخصوص به صورت مرتب و منظم انجام می گرفت، به طوری که در هر هفته حداقل یک یا دوبار نمایش داده می شدند. استقبال تماشاگران از این وضعیت جدید به حدی بود که در ۱۹۱۴ شرکت پاته شروع به نمایش روزانه هفته نامه خود کرد. به همین جهت نیز نام آن را از هفته نامه پاته به اخبار روزانه پاته^۱ تغییر داد. ولی بزودی کمبود فیلم خام که در اثر جنگ

1. *Pathé Daily News*

THE MOVING PICTURE WORLD 103

WHIZZ! BANG! SMASH!

Watch For Lucky Saturday, February 28th

Startling News Pictures of the World's Big Happenings Every Week

On Saturday, February 28, the first big gun will be fired. On Saturday, February 28, you will see the first big result of Hearst's army of trained newspaper men working in conjunction with the famous Selig Motion Picture Makers. Every week in the year, beginning February 28, 1914, the big events of the whole world will be caught in the happening by Selig moving picture cameras, operated by the trained news gatherers of Hearst's great International News Service which covers the entire globe, and these news pictures, thrilling with live news interest in every foot of film, will be released to you weekly under the title of

HEARST - SELIG NEWS PICTORIAL

This giant combination of the greatest newspaper organization in the world—in which are found world famous correspondents and news gatherers who send as a glance the vital, dramatic features in the thrilling events that happen every week—this giant combination of that globe-encircling newspaper organization with the Selig Polyscope Company's matchless facilities as producers, makes the HEARST-SELIG NEWS PICTORIAL the biggest event in the entire moving picture world today.

Get your orders in. Don't slip a cog on this. Don't be the last in your locality to exhibit a real news reel—**BE THE FIRST TO SHOW THE HEARST-SELIG NEWS PICTORIAL.**

MAKE YOUR BOOKINGS NOW!

**SELIG POLYSCOPE COMPANY
CHICAGO**

آگهی مربوط به اخبار مصور.

شرکت هرست - سلینگ

جهانی اول به وجود آمده بود، موجب شد که فیلمها دوباره به طور هفتگی تحت نام اخبار پاته^۱ نمایش داده شوند (۱۹).

موفقیت اولیه شرکت پاته موجب شد که شرکتهای دیگری نیز سرعت به آن تاسی جویند و فیلمهای خبری سینمایی به بازار ارائه کنند. در سال ۱۹۱۱ ماهنامه رویدادهای جدید از شرکت ویتاگراف^۲، در ۱۹۱۲ هفته نامه گومان^۳، در ۱۹۱۲ هفته نامه میوچوال^۴، در ۱۹۱۸ کینوگرامز^۵، در ۱۹۱۴ اخبار مصور شرکت هرست - سلینگ^۶، در ۱۹۱۸ فیلم خبری سینمایی بین المللی^۷ (احتمالاً در تاریخ سینما این اولین بار بود که رسماً به این نوع فیلم، فیلم خبری سینمایی گفته می شد)، در ۱۹۱۳ هفته نامه زنده شرکت یونیورسال^۸ و بالأخره در ۱۹۱۹ اخبار از شرکت فاکس^۹ به بازار آمدند. همان طور که از نام بسیاری از این فیلمهای خبری سینمایی پیداست، شرکتهای بزرگ فیلمبرداری و مطبوعاتی به تهیه این نوع فیلمها روی آوردند. ولی، چنان که

1. Pathé News
2. The Vitagraph Monthly of Current Events
3. Gaumont Weekly
4. The Mutual Weekly
5. Kinograms
6. Hearst - Selig News Pictorial
7. The International Newsreel
8. The Universal Animated Weekly
9. Fox News

آگهی مربوط به اخبار از شرکت فاکس

FOX NEWS
THE ALL-AMERICAN
PICTURE RECORD

It is with great pride that Fox Film Corporation calls attention to
FOX NEWS
recognized, and justly so, as
"MIGHTIEST OF ALL"

We will enter every first-class market where there is a chance to secure the best news and service by signing a contract for the entire country, thereby securing a home-like franchise.

FOX NEWS, which gets the public, entertaining and enlightening right into Mr. Vanoni, the director and creator of Fox Film XI, at Rome, the last and the will of the people, Mary in London, and which is a weekly picture story, is a source of information and interest to everyone during the season. It is better accepted in order to secure service and news. We will present only the best news. Personal advertising will be placed in the same line.

Having a large staff of correspondents stationed all over the world, and all the other news agencies together, FOX NEWS is prepared to give comprehensive news to the public and to the radio service. The staff of editors, film writers and camera men is large enough to cover all continents and the world. Fox News is the only news service that can be seen every day.

Having a large staff of correspondents stationed all over the world, and all the other news agencies together, FOX NEWS is prepared to give comprehensive news to the public and to the radio service. The staff of editors, film writers and camera men is large enough to cover all continents and the world. Fox News is the only news service that can be seen every day.

می‌دانیم، تهیه فیلمهای خبری بعدها فقط در دست این شرکتها نماند بلکه شرکتهای دیگری نیز کارشان فیلمسازی یا تهیه خبر نبود به این کار دست زدند.

فیلمهای خبری سینمایی این زمان که همه صامت بودند، خواستاران زیادی داشتند و پاره‌ای از شرکتها چون پاته و فاکس سازمانهای وسیعی برای تهیه فیلم و جلب مشتری به وجود آوردند. شرکت پاته در سال ۱۹۱۴ تعداد سی و هفت فیلمبردار داشت و ۶۰ شعبه در شهرهای عمده آمریکا و اروپا دایر کرده بود. شرکت فاکس که به صورت یکی از قویترین سازمانهای تولید کننده فیلم خبری سینمایی در آمده بود، در سال ۱۹۲۲ تعداد ۱۰۰۸ فیلمبردار را در اقصی نقاط دنیا جهت تهیه فیلم برای اخبار از شرکت فاکس به کار گرفته بود و مقدار فیلمی که از این فیلمبرداران به لابراتوارهای این شرکت می‌رسید رقمی در حدود ۶۰۰۰۰۰ فوت در هفته بود (۲۰).

در دوران جنگ جهانی اول (۱۹۱۸ - ۱۹۱۴) فیلمهای خبری سینمایی زیادی که از کیفیت خوب برخوردار باشند تهیه نشدند. این امر دلایل متعددی داشت که در زیر به تعدادی از آنها اشاره می‌شود (۲۱).

۱. صاحب منصبان ارتش از کار سینماگران غیر نظامی در صحنه‌های جنگ جلوگیری

می کردند: زیرا اولاً نمی توانستند سلامت سینماگران را تضمین کنند. دوربینهای بزرگ سینماگران، با عدسیهای دورنگر، که روی سه پایه نصب می شدند، شباهت زیادی به وسایل جنگی داشتند و در گذشته تعدادی از سینماگران به اشتباه هدف گلوله های دشمن قرار گرفته بودند؛ ثانیاً نمی خواستند از راه فیلمهای خبری سینمایی وضعیت سربازان و ارتش آنها به دشمن نشان داده شود. اگر هم به سینماگر غیر نظامی اجازه فیلمبرداری از صحنه های جنگ را می دادند، خودشان فیلم را ظاهر و چاپ می کردند و پس از بررسیهای لازم آن را به سینماگر بر می گرداندند.

اغلب فیلمهای امریکایی مربوط به جنگ جهانی اول توسط فیلمبرداران ارتش فیلمبرداری شد. بسیاری از این فیلمها هرگز به بازار سینما آورده نشد.



۲. محدودیت فیلمبرداری و نشان دادن صحنه‌های جنگ، در ابتدا يك امر نظامی بود ولی بزودی جنبه سیاسی وسیعی پیدا کرد و به صورت سانسور شدید مطبوعات و سینماگران درآمد. در انگلستان و امریکا نشان دادن فیلمهای پاره‌ای از صحنه‌های جنگ ممنوع شد و در عوض، صاحبان سینماها برای ارضاء تماشاگران، فیلمهای داستانی مربوط به جنگ را به آنها عرضه می‌کردند. محدودیت و سانسور فیلمها موجب شد که بازسازی دروغین صحنه‌های جنگ بشدت ادامه پیدا کند به طوری که نماینده شرکت یونیورسال در نامه‌ای چنین اعلام کرد:

«هر چه [فیلم] مهم که در امریکا [از وقایع جنگ] نشان داده می‌شود تقلبی است... رفتن فیلمبرداران به نقاط جالب توجه اکیداً ممنوع شده است. گرفتن حتی يك عکس کوچک، کار برجسته و متهورانه‌ای است. شنیده‌ام که بعضی از افسران به سربازان خود دستور داده‌اند که همه خبرنگاران انگلیسی را بکشند؛ بسیاری از آنها هر کسی را که با دوربین می‌بینند - بدون توجه به هویتش - با تیر می‌زنند.» (۲۲)

۳. فیلمبرداری واقعی از صحنه‌های جنگ امری پر مخاطره بود و فیلمبرداران برای به دست آوردن چند حلقه فیلم مجبور بودند زندگی خود را به خطر بیندازند. ولی با تمام این اوصاف بسیاری از مسئولین شرکتهای سینمایی برای اینکه تماشاگران را از دیدن صحنه‌های مشمئز کننده و خشونت آمیز جنگ به وحشت نیندازند جالبترین صحنه‌ها - که برای گرفتن آن فیلمبرداران زندگی خود را به خطر انداخته بودند - را حذف می‌کردند.

۴. فیلم هنوز به عنوان يك رسانه خبری و اطلاعاتی پذیرفته نشده بود و فیلمبرداران از حقوق و مزایای همانند خبرنگاران مطبوعات بهره‌مند نبودند.

۵. دولتها در پیدایش يك نظام تولید و توزیع مؤثر و کارآ برای فیلمهای خبری استقبالی نمی‌کردند.

۶. چون سینما يك صنعت تازه بود، هنوز فیلمبرداران تجربه کافی و لازم برای فیلمبرداری در شرایط نامساعد و دشوار جنگ را نداشتند و کمبود وسایل و مواد فیلمبرداری مناسب نیز ضبط وقایع را مشکل و کیفیت کار را پایین می‌آورد. با وجود این، جنگ جهانی اول از چند جهت به پیشبرد فیلم خبری و به طور کلی سینمای مستند کمک کرد:

۱. فیلمبرداری از صحنه‌های جنگ سبب ابداعات و اختراعات جدیدی در زمینه وسایل فیلمبرداری و نحوه استفاده از آنها شد. استفاده از عدسیهای دورنگر مورد توجه خاص

فیلمبرداران قرار گرفت، زیرا می توانستند به وسیله آن از فاصله ۵۵۰ متری تصاویر روشن و واضح بگیرند. اختراع دوربین هوای فشرده^۱ توسط کازیمیر دوپروژینسکی^۲، کار فیلمبرداری از صحنه های متحرک جنگ را آسانتر کرد. برای فیلمبرداری با این دوربین احتیاجی به چرخاندن دسته دوربین نبود، بلکه از يك منبع هوای فشرده که امکان فیلمبرداری چندین حلقه فیلم را می داد، استفاده می شد. پر کردن منبع نیز توسط يك پمپ پایی ده دقیقه وقت می گرفت. از مشخصات دیگر این دوربین این بود که بر روی دست حمل می شد، قابلیت حمل کاست فیلم ۴۰۰ فوتی را داشت و روی آن دستگاهی نصب شده بود که تعادل آن را در حالت افقی باسانی حفظ می کرد. واقعه رقت انگیزی که در اینجا نقل می شود مناسب بودن دوربین هوای فشرده را برای فیلمبرداری از صحنه های جنگ نشان می دهد:

دوپره، فیلمبردار فرانسوی، مأمور فیلمبرداری از صحنه های جنگ وردن (۲۳) شده بود. ظاهراً وی روی زمین نشسته بود و تازه شروع به فیلمبرداری از صحنه کارزار کرده بود که در اثر اصابت گلوله یا قطعه ای از نارنجک کشته می شود. اما دوربین وی سالم می ماند و به طور خودکار تعادل خود را حفظ می کند و تا مدتی پس از مرگ دوپره، به فیلمبرداری از صحنه های جنگ ادامه می دهد.

۲. جنگ جهانی اول محیط و فضای مناسبی برای کارآموزی و تربیت سینماگران آینده آمریکا به وجود آورد. از این میان افراد زیر را می توان نام برد. یوزف فون اشترنبرگ^۳، هال مور^۴، ویکتور فلمینگ^۵ و ارنست شود ساک.

در ۱۴ آوریل ۱۹۱۷، هشت روز بعد از ورود آمریکا به جنگ اول، ویلسن رئیس جمهور آمریکا، در ارتش پیاده آمریکا کمیته ای با نام «کمیته اطلاعات عمومی» به وجود آورد. وظیفه بخش فیلم این کمیته تهیه، تولید و توزیع فیلمهای مربوط به جنگ بود. تحت رهنمونهای این کمیته بیش از ۶۰۰ نفر فیلمبردار، عکاس و تکنیسین از صحنه های جنگ فیلم و عکس تهیه می کردند که به طور مرتب به مطبوعات و سینماها داده می شد.

در روسیه شوروی، همچنان که تهیه کننده معروف روسی آلکساندر خانزونکو^۶ گفته است، انقلابیون در ابتدای انقلاب و در بحبوحه درگیریها فراموش کردند از فیلم استفاده کنند:

«انقلاب فوریه (۱۹۱۷) با شادی و سرور از طرف کارگران صنعت فیلم استقبال شد. با وجود این، در بحبوحه اغتشاش روزهای اول همه فراموش کردند که فیلم بردارند تا ماه مارس طول کشید تا اینکه فیلمبرداران به خود آمدند و دوربینهای خود را به خیابانها بردند.» (۲۴)

1. Aeroscope Camera 2. Kasimir de Proszynski 3. J. A. Dupre

4. Joseph Von Sternberg 5. Hal Mohr 6. Victor Fleming 7. Alexander Khanzhonkov

اما فیلم خبری در روسیه نیز مانند امریکا، انگلیس و فرانسه سابقه طولانی دارد. در اوایل قرن حاضر شرکتهای بیگانه مانند پاته، لومیر و گومان از زندگی مردمان روسیه فیلمبرداری می‌کردند و آنها را در روسیه و در کشورهای خود به نمایش می‌گذارند.

بزودی شرکتهای پاته و گومان برای پیشبرد مقاصد خود دست به کاری زدند که شرایط مناسب را برای پیدایش سینمای بومی در روسیه به وجود آورد. جی لیدا در کتاب مهم خود به نام کینو (۲۵) (که درباره صنعت سینما قبل و بعد از انقلاب است) می‌نویسد، پاته و گومان، برای تسریع در ظهور و چاپ فیلمهای خبری سینمایی خود که در روسیه تهیه می‌شدند و همچنین برای تهیه عنوان روسی فیلمهایی که از خارج به روسیه وارد می‌کردند، اقدام به تأسیس لابراتوارهای ظهور و چاپ فیلم کردند. در این شرایط آنچه که برای پیدایش صنعت سینمای بومی روسی کم بود، فقط يك جرعه بود که در پاییز سال ۱۹۰۷ توسط درانکوف زده شد و صنعت سینما در روسیه به وجود آمد. در این سال روزنامه‌ها يك آگهی چاپ کردند که در آن درانکوف تأسیس يك استودیوی سینمایی را به مردم مژده داده بود. در این آگهی درانکوف اعلام کرد که این استودیو از موضوعات و رویدادهای روز و از مناظر شهر و روستا هر هفته به مردم روسیه فیلم عرضه خواهد کرد. چند ماه بعد از اعلام تأسیس این استودیو شرکت پاته، فیلم *قزاقهای دون*^۱ (۱۹۰۸) را که ۱۳۵ متر طول داشت و در آن چابکی و مهارت سوارکاران روس نشان داده می‌شد، به بازار روسیه ارائه داد. این فیلم با استقبال شدید مردم رو به رو شد، به طوری که در کمتر از دو هفته دوپست نسخه از آن به قیمت نسخه‌ای ۷۴ روبل به فروش رفت. اما درانکوف نیز بزودی به میدان آمد و از ۱۹۰۸ به بعد هفده فیلم از روسیه و زندگی و رویدادهای آن تهیه کرد که مورد توجه مردم قرار گرفت. مقایسه عنوان فیلمهای درانکوف با عنوان فیلمهای شرکت پاته، نشان می‌دهد که درانکوف از شامه تیزتری در مورد سلیقه مردم روسیه برخوردار بود.

در همین زمان رقابت شدیدی بین درانکوف و کون ژانکوف در تهیه فیلم - مخصوصاً فیلمهای خبری سینمایی - در گرفت که به یاد آورنده رقابتهای لومیر، ادیسن، ویتاگراف، گومان، بیوگراف و دیگر شرکتهای سازنده فیلمهای خبری در کشورهای غربی است. در این میان درانکوف با تهیه فیلمهای دست اول - مانند فیلمی به مناسبت هشتادمین سال تولد تولستوی نویسنده مشهور روس - بر رقیب خود پیشی گرفت. تولستوی که به طور کلی از عکاسها متنفر بود به اصرار و با نقشه قبلی زنش توسط درانکوف فیلمبرداری شد. دختر تولستوی مراسم فیلمبرداری را که در ۲۸ اوت ۱۹۰۸ اتفاق افتاد چنین تعریف می‌کند:

«عکاسان [فیلمبرداران] - که همیشه حضورشان نشان دهنده رویدادهای فراموش نشدنی است - بتدریج به خانه ما وارد شدند. به یاد می‌آورم که پدرم در ایوان خانه نشسته بود و

پاهایش را که از فرط خستگی دردمی کرد، دراز کرده بود؛ و مادرم داشت به طرفش می آمد تا از او بخواهد که به فیلمبرداری تن در دهد. پدرم صورتش را در هم کشید و خواست که عدم رضایت خود را نشان دهد، اما فیلمبرداران قسم خوردند که او را مشوش نکنند و از او نخواهند که در مقابل دوربین خودنمایی کند. آنها از روی چمن و از ایوان از پدرم فیلمبرداری کردند، در حالی که او ساکت نشسته بود و با نگاهی غمناک به جلو می نگریست.» (۲۶)

لنین در اوایل سال ۱۹۲۲ لوناچارسکی را نزد خود خواند و درباره مشکلات صنعت سینما در شوروی با وی گفتگو کرد. در این جلسه لوناچارسکی عدم امکانات لازم برای تهیه، تولید و توزیع وسیع فیلم را در شوروی یادآور شد. لنین اظهار داشت که برای گسترش سینما باید کوشش

لئون تولستوی در فیلمی که در انکوف از وی گرفت (۱۹۰۸).



فراوان شود، ولی باید تناسبی بین فیلمهای سرگرمی و علمی وجود داشته باشد. لوناچارسکی سپس می‌گوید که لنین چنین گفت:

«تولید فیلمهای جدید که سرشار از افکار و آرمانهای کمونیستی و [نیز] منعکس‌کننده واقعیت زندگی در شوروی باشند باید از فیلمهای خبری سینمایی شروع شود... اگر فیلمهای خبری سینمایی خوب و فیلمهای آموزشی جدی داشته باشیم، این موضوع که مردم اکنون دارند توسط فیلمهای بیهوده رایج سرگرم می‌شوند اهمیتی ندارد. البته با همه اینها سانسور لازم است. فیلمهای غیرانقلابی و خلاف اخلاق نباید جایی داشته باشند.» (۲۷)

در ۲۱ مه ۱۹۲۲ با نمایش اولین شماره مجموعه فیلمهای خبری سینمایی *حقیقت*^۱ توسط ژیگا ورتوف، آرزوی لنین جامه عمل پوشید. از این مجموعه تعداد ۲۱ فیلم نمایش داده شد. فیلمبرداران و خبرنگاران متعددی که در نقاط مختلف کشور پراکنده شده بودند، تحت نظارت عمومی ورتوف و با الهام از آرمانهای انقلاب، از زندگی مردم عادی فیلمبرداری می‌کردند و فیلمها را برای تنظیم و تدوین نهایی به لابراتوار ورتوف که واقع در زیرزمین نمناکی بود می‌فرستادند. ورتوف وضعیت این لابراتوار را چنین توصیف می‌کند:

«زیرزمینی در وسط شهر داشتیم که تاریک و نمناک بود و کف خاکی آن گودالهایی داشت که در هر پس و پیش شدن در آن می‌افتادی. موشهای بزرگ و گرسنه روی پاهایمان جست و خیز می‌کردند. در سقف زیرزمین پنجره‌ای کار گذارده شده بود که به پیاده رو خیابان راه داشت و در پایین، روی زمین، جویبار کوچکی از چکه لوله‌های آب به وجود آمده بود. باید مواظب می‌بودی که فیلم با هیچ چیز جز با میز تماس پیدا نکند، وگرنه خیس می‌شد. نم فراوان نمی‌گذاشت که حلقه‌های فیلم که این چنین با عشق و علاقه ویرایش شده بودند، به هم خوب بچسبند، و قیچها و دستگاههای برش مان نیز زنگ می‌زد.» (۲۸)

تحت چنین شرایط نامناسبی فیلمهای مجموعه *سینما حقیقت* تهیه می‌شدند. این مجموعه طلایه‌دار سینمای پرشور ورتوف هست که بعدها به شکل متعالی در فیلمهای مجموعه *سینما چشم*^۲ و *مردی با دوربین فیلمبرداری*^۳ (۱۹۲۹) متجلی شد. در ۱۹۲۴ گروهی از سینماگران آماتور به تهیه یک مجموعه فیلم خبری سینمایی به نام *سینمای کارگر دست زدند*. این فیلمها با استقبال شدید تماشاگران روبه‌رو شد. یکی از این تماشاگران پس از دیدن اولین مجموعه فیلمها چنین نوشت:

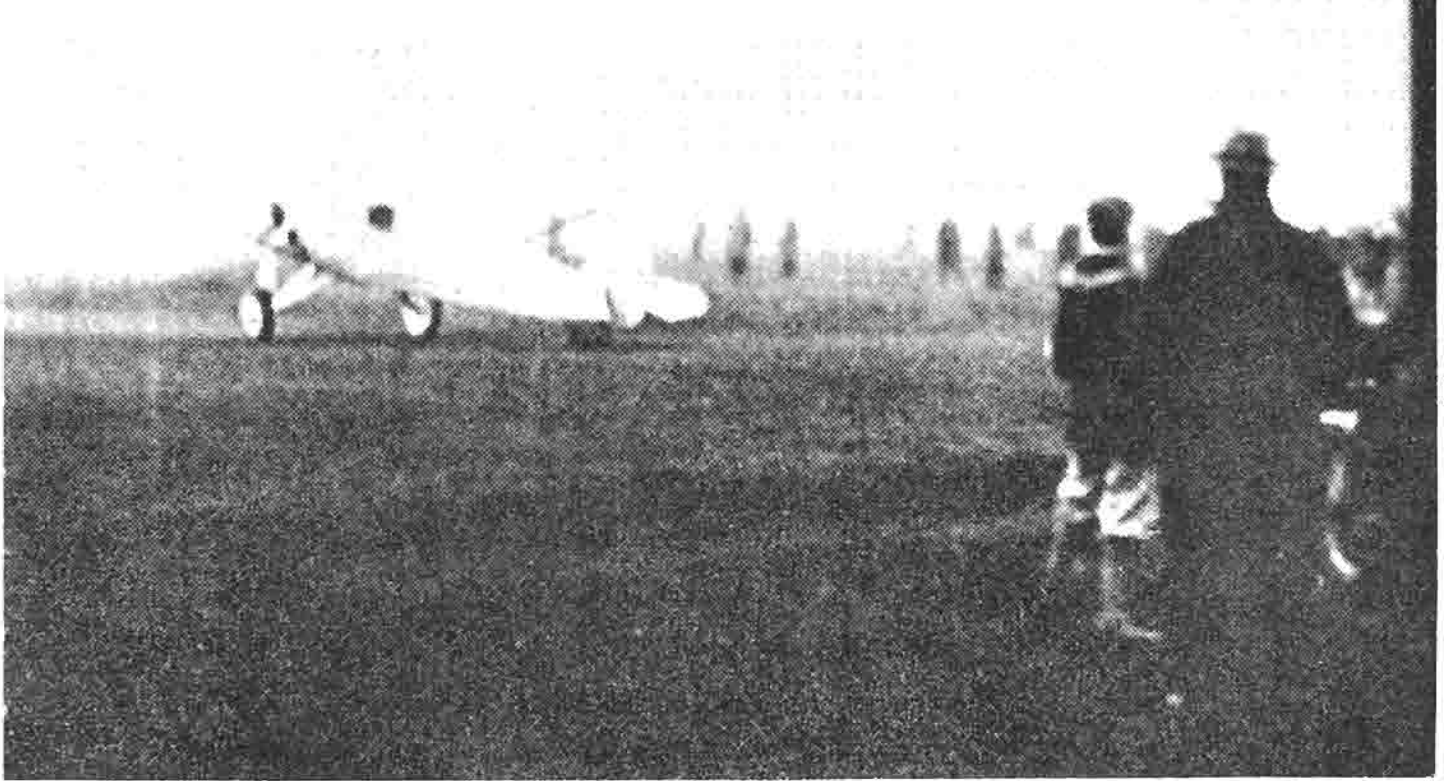
1. *Film Truth (Kino - Pravda)* 2. *Cinema Eye (Kino - Glaz)* 3. *Man with a Movie Camera*

«فیلمهای سینمای کارگر جنبه‌های اجتماعی دارند و مبتنی بر زندگی هستند. این فیلمها توجه خود را به جنبه‌های روانی، اجتماعی و پیشرفتهای صنعتی کارگران متمرکز خواهند کرد. مخصوصاً به نمایش موضوعات و رویدادهای روز، مانند میتینگها، جشنواره‌ها، نمایشهای ژیمناستیک، اعتراضهای دسته‌جمعی، دادگاههای سیاسی و مراسم مهم دیگر توجه خواهند داشت.» (۲۹)

پس از جنگ جهانی اول صنعت فیلم آمریکا که کمتر از رقبای اروپایی خود ضرر و زیان دیده بود، قویتر از پیش، بازارهای آمریکا و اروپا را در اختیار گرفت. سینماگران و بازیگران معروف اروپا به سوی آمریکا رخت بر بستند و بتدریج پشت صنعت سینما در اروپا مخصوصاً در فرانسه شکسته شد و شرکتهای نیرومند سینمایی آن زمان، چون پاته شروع به فروش استودیوها، کارخانه‌ها، لابراتوارها و وسایل فیلمسازی خود کردند (۳۰). سینماگران آمریکایی نیز، که میدان را در اروپا بدون رقیب واقعی یافتند، بسرعت به آنجا روی آوردند و دفترهای نمایندگی متعددی تأسیس کردند. در عین حال نظام کارشان را نیز شبیه نظام خبرگزاری و خبرنگاری روزنامه‌های بزرگ کردند. سرعت، کارایی و کیفیت بهتر در فیلمهای خبری سینمایی این دوره مرهون این تغییرات است. شباهت الگوی فیلمها به شکل و طرز تنظیم خبر در روزنامه‌های آن روز نیز از همین جا ناشی می‌شود.

در ۱۹۲۲ تئودورکیس^۱ و ارل سپانیبل^۲ با کمک لی دفارست^۳، نظام ضبط صدا روی حاشیه فیلم را که دفارست اختراع کرده بود تکمیل کردند و در سال ۱۹۲۶ آن را به شرکت فیلم فاکس فروختند. شرکت برای استفاده از این نظام جدید شرکت مویتون فاکس^۴ را به وجود آورد و اولین فیلم خبری سینمایی ناطق خود را در ۲۱ ژانویه ۱۹۲۷، بیش از هشت ماه قبل از به بازار آمدن فیلم خواننده جاز (۱۹۲۷) - که به عنوان اولین فیلم ناطق معروف شده است - به تماشاگران عرضه کرد (۳۱). یکی از اولین و مهمترین فیلمهای خبری سینمایی ناطق که توسط «مویتون» نشان داده شد، فیلم آغاز پرواز چارلز لیندبرگ ماجراجوی متهور آمریکایی بود که در ۲۰ مه ۱۹۲۷ با يك هواپیمای يك موتور ملخی اقیانوس اطلس را در مدت کوتاهی پیمود. این يك فیلم ساده و ایستا بود و از يك تصویر طولانی تشکیل می‌شد که در آن حرکت افقی دوربین، حرکت هواپیمای لیندبرگ را روی باند و به پرواز درآمدن آن را نشان می‌داد. صدای فیلم برای تماشاگران آن روز مناسب و قابل قبول بود و فیلم با موفقیت مالی فراوانی روبه‌رو شد. در همین سال شرکت فاکس، فیلم خبری سینمایی ناطق خود را به نام اخبار ناطق شرکت فاکس^۵ به بازار وارد کرد و از آن پس به‌طور مرتب در سینماها، اخبار و رویدادهای تازه به این وسیله به تماشاگران عرضه می‌شد. بیشتر این فیلمها مقامات مهم یا هنرمندان را نشان می‌دادند. معروفترین اینها مصاحبه

1. Theodore Case 2. Earl Sponable 3. Lee De Forest 4. Fox Movietone Corporation
5. Fox Movietone News



پرواز چارلز لیندبرگ، یکی از اولین و مهمترین فیلمهای خبری سینمایی ناطق

برناردشا نویسنده نام‌آور انگلیسی است. برناردشا که مخالف ضبط مصاحبه روی فیلم بود، به شرطی با این کار موافقت کرد که خودش به اصطلاح «تولید» فیلم را به عهده بگیرد. طبق «فیلمنامه»ی خود شا مصاحبه کننده [دوربین] او را در باغ خانه اش هنگام تفکر و قدم زدن می‌یابد. شا که از دیدن دوربین «متعجب» می‌شود به تماشاگران سلام می‌کند و سپس دربارهٔ موضوعات مختلف داد سخن می‌دهد و صورتک در می‌آورد و ادای موسولینی را در می‌آورد. این فیلم مورد توجه خاص تماشاگران مخصوصاً ادبا و نویسندگان قرار گرفت (۳۲).

بزودی روایت و موسیقی به فیلم خبری سینمایی اضافه شد و هماهنگی بیشتری بین قطعات مختلف يك فیلم خبری سینمایی به وجود آمد. همان‌گونه که در دوران اولیهٔ این نوع فیلم، سینماگران در موقع احتیاج از صحنه‌های ساختگی استفاده می‌کردند، در دورهٔ صدا نیز در جاهایی که صدای واقعی صحنه در دست نبود، سینماگران از نیرنگهای صوتی استفاده کردند. در دههٔ ۱۹۳۰ بازسازی دروغین صدای فیلمهای خبری سینمایی گسترش زیادی پیدا کرد. به طوری که بسیاری از صداهای «واقعی» در استودیوها به وجود می‌آمدند و ضبط می‌شدند. در آخر دههٔ ۱۹۳۰ فقط ۵ مجموعه فیلم خبری سینمایی در امریکا باقی ماند: اخبار ناطق فاکس، اخبار ناطق هرست^۱ (که بعداً نام آن به اخبار روز تغییر کرد)، اخبار پارامونت^۲ (چشم و گوش جهان)، اخبار پاته و اخبار یونیورسال^۳. اغلب این شرکتها شعباتی نیز در کشورهای مختلف دایر کرده بودند و در پاره‌ای از شهرهای بزرگ اروپا به تولید و نمایش فیلمهای خبری سینمایی می‌پرداختند. برای این کار يك نظام وسیع اقتصادی که شباهتی به نظام شرکتهای چندملیتی امروز داشت به وجود آمده بود.

وجود صدا به ساخت فیلم خبری سینمایی کمک زیادی نکرد. کماکان طول فیلم خبری سینمایی در آمریکا در حدود ده دقیقه بود و از قطعات مختلف جدا از هم تشکیل می‌شد. نظم این قطعات نیز مانند روزنامه‌ها طوری بود که ابتدا مهمترین قطعه فیلم (یاخبر) قرار می‌گرفت و سپس قطعات دیگر، به ترتیب اهمیت، پشت سرهم ردیف می‌شدند. کوشش زیادی هم در به وجود آوردن هماهنگی بین صحنه‌ها و قطعه‌ها انجام نمی‌گرفت و، در بسیاری از اوقات، فقط از عنوان برای به وجود آوردن همبستگی بین قطعات مختلف کمک گرفته می‌شد.

اما فیلم خبری سینمایی در همه کشورهای به این ترتیب نبود. در اواخر دهه ۱۹۳۰ دولت آلمان مجموعه فیلم خبری سینمایی آلمانی را به بازار آورد. ساخت و نظم قطعات فیلم این مجموعه کاملاً با ساخت و نظم همپای امریکایی خود تفاوت داشت. برخلاف نظم فیلم خبری سینمایی امریکایی که ملهم از روزنامه‌نگاری بود، ساخت این فیلمها بیشتر از اصول سینما پیروی می‌کرد، به طوری که مهمترین مطلب در آخر فیلم نشان داده می‌شد و از ویرایش ماهرانه برای رسیدن به نقطه اوج فیلم استفاده می‌شد. همچنین برای هماهنگی بین قطعات فیلم، آلمانیها با ذوق و سلیقه خاصی از محو و محو ظهور، موسیقی و روایت استفاده می‌کردند. طول فیلم خبری سینمایی آلمانی قابل انعطاف بود، معمولاً طول این فیلمها بیش از ۲۰ دقیقه - دو برابر فیلمهای خبری سینمایی ساخت آمریکا - بود، اما در مواقع ضروری به ۴۰ دقیقه هم می‌رسید. علاوه بر این، فیلم خبری سینمایی آلمانی بیشتر از همپای امریکایی خود به موضوعات جدی می‌پرداخت و توسط تماشاگران نیز به عنوان يك امر جدی تلقی می‌شد.

در دهه ۱۹۳۰ آمریکا با بحران اقتصادی و اجتماعی وسیعی رو به رو شد. اعتصابات، گرسنگی، فقر و بیکاری به سرحد نهایی خود رسیده بود. شرکتهای بزرگ سینمایی به منظور حفظ منافع خود از ارائه مطالب سیاسی و واقعی در فیلمهای خود احتراز می‌کردند، به طوری که شرکت فاکس اعلام کرده‌یچ کدام از سینماهایش فیلمهای خبری بحث‌انگیز نشان نخواهند داد (۳۳). اما در همین دوره دو عامل موجب گسترش فیلم خبری سینمایی در آمریکا شد. اولین عامل تأسیس باشگاههای سینمایی بود. پاره‌ای از این باشگاهها مانند «اتحادیه ملی عکس و فیلم»، به تهیه فیلمهای مستند و خبری سینمایی پرداختند که کاملاً بحث‌انگیز بودند و از مسایل سیاسی و آرمانهای خاصی جانبداری می‌کردند. مثلاً این اتحادیه يك مجموعه فیلم خبری سینمایی به نام فیلم خبری سینمایی کارگران^۵ (۱۹۳۱) تهیه کرد که در پاره‌ای از سینماها به طور مرتب نمایش داده می‌شد (۳۴). دومین عامل، ظهور مجموعه فیلمهای خبری سینمایی گذر زمان در سال ۱۹۳۵ بود. پایه‌گذار این مجموعه یکی از فیلمبرداران فیلمهای خبری پیشین، به نام لوئیس دوروشمانت^۶ بود که آن را برای مؤسسه‌ای که منتشر کننده مجلات تایم و فورچون بود،

1. *The German Newsreel (Die Deutsche Wochenschan)* 2. Fade 3. Dissolve
4. National Film and Photo League 5. *Worker's Newsreel* 6. Louis de Rochemont

تهیه می‌کرد. برای این مجموعه هر ماه يك فیلم جدید تهیه و به بازار عرضه می‌شد. عمر این مجموعه جالب توجه، دراز بود و تا ۱۹۵۱ ادامه پیدا کرد. در زمانی که فیلمهای خبری دیگر امریکا از نشان دادن مشکلات و مسائل روزمره جامعه بحران زده امریکا رو می‌گرداندند، گذر زمان مجموعه‌ای از مسائل مربوط به گرسنگی، افول اقتصادی و اجتماعی و شارلاتانیهای سیاسی را پیش روی تماشاگر می‌گذاشت، و این کار را با سبک و روش زنده و پرشور و با اعتماد به نفس و با تهور انجام می‌داد، به همین جهت، تماشاگران زیادی داشت. اثر این فیلمها آنچنان بود که واکنش شدیدی در مقامات دولتی به وجود آورد و موجب شد که «شدیدترین و سخت گیرترین برنامه سانسور در دنیا که تا کنون گریبانگیر يك مجموعه فیلم شده است» (۳۵) به این مجموعه فیلم تحمیل شود.

در اینجا تفاوت‌های عمده گنر زمان و فیلمهای خبری سینمایی مرسوم ذکر می‌شود: (۳۶)

۱. برخلاف فیلمهای خبری سینمایی سنتی که هر هفته دو شماره از آنها منتشر می‌شد، مجموعه گنر زمان ماهانه بود و بنابراین ادعای آخرین گزارش و تازه ترین اخبار را نداشت.

۲. تعداد مطالبی که در هر فیلم مجموعه گنر زمان نمایش داده می‌شد، محدود بود و از ۱۹۳۸ به بعد به يك مطلب در هر فیلم کاهش پیدا کرد، در حالی که در فیلم خبری سینمایی سنتی تعداد مطالب تا دوازده عدد می‌رسید.

۳. طول فیلمهای مجموعه گنر زمان بیش از ۲۰ دقیقه بود در حالی که فیلمهای خبری سینمایی در امریکا اغلب ۱۰ دقیقه و حتی کوتاهتر بودند.

۴. گنر زمان مطالب خود را با ارائه نقشه، نمودار، عنوانها و روایت‌های مناسب تشریح و تفسیر می‌کرد، در حالی که اغلب فیلمهای خبری سینمایی معمولی فقط به ضبط ساده و سطحی رویدادها بسنده می‌کردند.

۵. هزینه تولید هر فیلم گنر زمان رقمی بین ۵۰ تا ۷۵ هزار دلار می‌شد، در حالی که میانگین هزینه فیلمهای خبری سینمایی معمولی بین ۱۰ تا ۱۲ هزار دلار بود.

۶. فیلمهای خبری سینمایی و گنر زمان هر دو به باز سازی رویدادها می‌پرداختند ولی گنر زمان از این روش بیشتر استفاده می‌کرد، به طوری که بعضی اوقات اصلاً از صحنه‌های واقعی اثری نبود. در مواقع مقتضی نیز گاهگاهی از بدل افراد سرشناس به عنوان خود افراد استفاده می‌شد.

۷. هدف گذر زمان این بود که يك مجموعه فیلم بحث‌انگیز باشد و مسائل اجتماعی و اقتصادی را به نحو پرشوری ارائه دهد، در حالی که فیلم خبری سینمایی اغلب اوقات از ارائه مطالب بحث‌انگیز و سیاسی پرهیز می‌کرد.

۸. گذر زمان آشکارا از افراد یا موضوعات جانبداری می‌کرد، ولی فیلم خبری سینمایی حداقل آشکارا به این کار دست نمی‌زد.

۹. گذر زمان يك مجموعه فیلم خبری بود که فکر، ساخت و آهنگ فیلمهای دراماتیک را داشت؛ برعکس، فیلم خبری سینمایی در امریکا جز قطعات پشت سرهمی درباره موضوعات متفاوت، چیز دیگری نبود و ساختی چون ساخت روزنامه‌ها داشت.

شاید به علت این تفاوتها بود که گذر زمان آن طور که انتظار می‌رفت اثر قابل توجهی بر فیلمهای خبری سینمایی زمان خود نگذاشت.

ورود صدا به سینما نیز در گسترش و بالا بردن کیفیت فیلم خبری سینمایی کمک زیادی نکرد، چرا که از آن نیز به عنوان عاملی برای افزایش ثقل کاری سینماگران و ادامه تبلی و ارزانکاری استفاده شد.

به این ترتیب، فیلم خبری سینمایی بسرعت به صورت يك مجموعه فیلم سطحی، مبتذل، باسماهی و گمراه کننده در آمد و هر چه زمان پیش می‌رفت در سرگرم کردن تماشاگران هم، که با زبان بیچیده و فنی سینما آشنا شده بودند، نمی‌توانست موفق باشد. علاوه بر این، چون این نوع فیلم، از طرف توزیع کنندگان، فقط به عنوان فیلمی جنبی و برای پر کردن برنامه زمانی سینماها عرضه می‌شد، همچنان جنبی و بی‌اهمیت نیز باقی ماند. کمبود رقابت در میان شرکتهای محدود سازنده فیلمهای خبری سینمایی، افزایش شدت سانسور فیلمها، استفاده از شگردهای نامناسب که در دوره جنگ جهانی دوم نضج گرفت و بالأخره رقابت روزافزون تلویزیون همه از دلایل افول تدریجی فیلم خبری سینمایی بودند.

در مورد کمبود رقابت دو دلیل عمده وجود دارد: اول اینکه، بر خلاف دوره سینمای صامت که فیلمبرداران برای به دست آوردن اخبار به صورت انحصاری با هم رقابت می‌کردند، پس از ورود صدا، چنین کاری - به دست آوردن خبرهای انحصاری - تقریباً بی‌معنی شد. در این دوره اغلب رویدادهای بزرگ علمی، هنری، سیاسی و اجتماعی قابل پیشبینی بودند و طبق برنامه قبلی اجرا می‌شدند. در ابتدا همه فیلمبرداران شرکتهای بزرگ از این رویدادها فیلمبرداری می‌کردند، ولی بزودی به جای رقابت، به همکاری پرداختند و به معاوضه فیلم با یکدیگر دست زدند. دیگر احتیاجی نبود که همه فیلمبرداران شرکتهای بزرگ در ضبط يك رویداد شرکت کنند بلکه کافی بود یکی از آنها این کار را بکنند و فیلم را در دسترس بگذارند. دوم اینکه در دهه ۱۹۳۰

اتحادیه‌های صنف فیلمبرداران به وجود آمدند. این اتحادیه‌ها، که همه فیلمبرداران در آن عضو بودند، روحیه همکاری با همدیگر و حفظ منافع مشترك را بیش از پیش ترغیب و تشویق می‌کردند. با ظهور صدا و تشدید مسائل و بحرانهای اقتصادی و سیاسی در سالهای دهه ۱۹۳۰، سانسور فیلمهای خبری سینمایی نیز شدت گرفت. سانسور به راههای زیر اعمال می‌شد (۳۷):

۱. کنترل و محدود کردن رفت و آمد فیلمبردار به محل واقعه. (سانسور قبل از ضبط)؛

۲. کنترل فیلم گرفته شده (سانسور پس از ضبط)؛

۳. کنترل فیلمبردار و محتوای فیلم توسط شرکت سازنده فیلم خبری سینمایی (سانسور داخلی)؛

۴. کنترل توزیع و نمایش فیلم در سینماها.

انواع محدودیتهای بالا نه تنها توسط دولت و سازمانهای امریکایی اعمال می‌شد، بلکه توسط بسیاری از کشورهای اروپایی و آسیایی نیز اجرا می‌گردید و کار فیلمبرداران فیلمهای خبری سینمایی را بسیار محدود می‌کرد. در امریکا کوشش برای کنترل و سانسور فیلمها با عکس العمل شدید پاره ای از شرکتهای سازنده فیلم خبری سینمایی روبه‌رو شد و موجب اقامه دعوای قانونی متعددی گردید. با وجود این، برای محدود کردن نمایش فیلمها و کنترل فیلمبرداران کماکان از روشها و شگردهای مختلف استفاده می‌شد.

جنگ جهانی دوم موجب تغییراتی در نظام تولید فیلم خبری در امریکا شد. قسمت اعظم فیلمهای خبری آن زمان یا توسط فیلمبرداران ارتش امریکا یا توسط فیلمبرداران شرکتهای سازنده فیلم خبری، تحت نظارت ارتش، گرفته می‌شد. تجزیه و تحلیل محتوای فیلمهای خبری که بین سالهای ۱۹۴۲ تا ۱۹۴۶ در امریکا تهیه می‌شدند، نشان می‌دهد که ۷۳٫۹ درصد آنها به نحوی از انحابه جنگ جهانی دوم مربوط می‌شوند (۳۸). فیلمهای خبری که به این ترتیب تهیه می‌شدند از نظر فنی و وضوح تصویر و از نظر واقعی بودن و نزدیک بودن به حوادث و رویدادها در سطح بالا قرار داشتند. فیلم خبری سینمایی، از این نظر، پس از سالها دوباره به عنوان سینمایی جدی و قابل بحث مورد توجه قرار گرفت. تماشاگران عادی از دیدن صحنه‌های واقعی جنگ و کارزار در جبهه‌های مختلف اروپا تحت تأثیر شدید قرار می‌گرفتند و احساس نزدیکی با نیروهای متفقین و مردم شهرهای جنگ زده اروپا می‌کردند. منتقدین فیلم نیز دوباره دست به بررسی و

ارزیابی فیلم خبری زدند و از آن به عنوان يك شکل معتبر و مهم سینما یاد کردند. مثلاً جیمز اگی^۱ منتقد معروف مجله نیشن^۲ درباره فیلم خبری چنین نوشت:

«حتی ضعیف‌ترین آنها [فیلمهای خبری] قادر به نشان دادن موضوعاتی هست که عالیترین فیلم غیرخبری جنگی از عهده آن برنخواهد آمد.» (۳۹)



حتی ضعیف‌ترین فیلم خبری جنگی قادر به نشان دادن موضوعاتی است که عالیترین فیلم غیر خبری جنگی از عهده آن برنخواهد آمد. يك صحنه از دومین جنگ چین و ژاپن، اوت ۱۹۳۷

اما به دلایل چندی که ذکر می‌شود، جنگ جهانی دوم رویهم رفته بر فیلم خبری امریکا اثرات منفی انکارناپذیری گذاشت.

۱. رقابت بین فیلمبرداران و شرکتهای سازنده فیلم خبری به حداقل نقصان رفت، زیرا محتوی واحد بود و درصد عظیمی از فیلمهای خبری توسط ارتش تهیه می‌شد و در اختیار این شرکتهای قرار می‌گرفت.

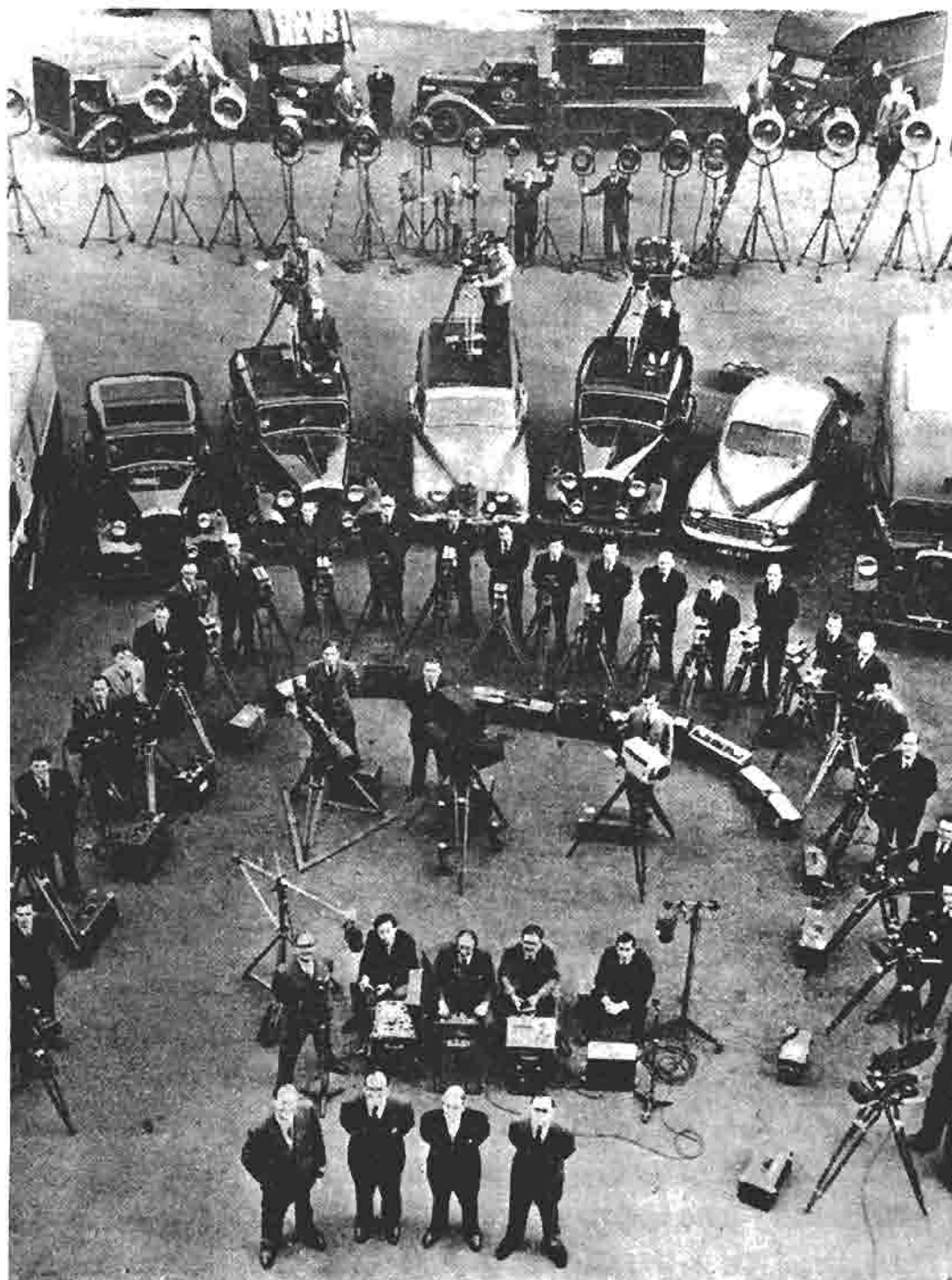
۲. محتوای واحد سبب شد یکنواختی شدیدی در فیلمهای شرکتهای مختلف به وجود آید.

۳. سانسور فیلمهای خبری به نهایت رسید، به طوری که همه فیلمهای گرفته شده ابتدا برای بررسی به واشنگتن ارسال می‌شد (فیلم حمله ژاپنها به بندر پرل در هاوایی تا يك سال بعد از این حمله برای نمایش آزاد نشد).

۴. به علت کمبود فیلم خام، طول فیلمهای خبری کوتاهتر از پیش شد.

۵. به منظور یکپارچه کردن مملکت و تشدید حس وطنپرستی، ارائه مطالب سیاسی بحث انگیز و ناخوش آیند توسط فیلمهای خبری بسیار محدود شد.

مهمترین مسئله در مورد فیلم خبری سینمایی رقابت تلویزیون به عنوان تولید کننده و توزیع کننده فیلم خبری است که بتدریج قوت می‌گرفت و سازندگان فیلمهای خبری سینمایی را غافلگیر می‌کرد. در دهه ۱۹۳۰ سازمانهای تلویزیونی به نشان دادن برنامه‌های خبری به صورت زنده یا فیلم شده دست زدند. مثلاً در آلمان بازیهای المپیک ۱۹۳۶ برلن به صورت زنده برای ساکنان شهر پخش شد. سازمان رادیو تلویزیون بریتانیا نیز در ۱۹۳۷ مراسم تاجگذاری جورج ششم را به طور زنده در لندن در ناحیه‌ای به طول و عرض ۷۵۰۰ مایل مربع پخش کرد (۴۰). آلمانیها در ۱۹۳۵ يك مجموعه فیلم خبری به نام *آینه رویدادهای روز* را سه روز در هفته از تلویزیون برلن پخش می‌کردند. برای ضبط و پخش فوری رویدادها نیز يك واحد سیار ساخته بودند که شامل وسایل فیلمبرداری، يك لابراتواری که در عرض يك دقیقه فیلم گرفته شده را ظاهر می‌کرد، و دستگاههای الکترونیک تلویزیونی برای ارسال تصاویر از راه کابل به برلن بود. این تصاویر سپس از طریق آنتن برای ساکنان برلن پخش می‌شد. نویسنده‌ای در ۱۹۳۵ در یکی از روزنامه‌های سینمایی امریکا نظر خود را در باره واحد سیار آلمانیها چنین متذکر شد:



تاجگذاری الیزابت دوم، ملکه انگلستان در ۱۹۵۳، یکی از آخرین فرصتهای طلایی را در اختیار شرکتهای فیلمهای خبری سینمایی گذاشت. در این عکس وسایل و نیروی انسانی که تنها توسط شرکت پاته برای فیلمبرداری از این رویداد بسیج شده بود، نشان داده شده است.

«فیلم خبری معمولی نمی‌تواند در مقابل فیلم خبری [تلویزیونی] که با يك دقیقه یا حتی ۵ دقیقه تأخیر آماده می‌شود، قد علم کند. بنابراین، تنها امید صنعت فیلم خبری این است که شگردهای تولید فیلم خبری را بهبود بخشد.» (۴۱)

این عقیده آنقدر به واقعیت نزدیک بود که در حکم يك پیشبینی برای سرنوشت فیلم خبری سینمایی به شمار می‌رفت. پس از جنگ جهانی دوم، با گسترش و تکامل روزافزون وسایل فنی و الکترونیکی، هم کیفیت تصاویر تلویزیونی و هم شگرد تولید تلویزیونی پیشرفت فراوان کرد. علاوه بر این، خبرگزاران و مفسران معروف و باتجربه رادیو بتدریج به تلویزیون روی آوردند و در بالابردن کیفیت فیلمهای خبری تلویزیونی نقش عمده‌ای را به عهده گرفتند.

همچنان که نقش تلویزیون در فراهم آوردن فیلمهای خبری نیرومندتر می‌شد، فیلم خبری سینمایی با درج‌ازدن و استفاده از روشها و شگردهای قدیمی، بتدریج اهمیت خود را از دست داد به طوری که بزودی سینماها از نشان دادن فیلمهای خبری به طور در بست دست کشیدند و شرکتهای سازنده فیلم خبری نیز شروع به فروش فیلمهای خود به ایستگاههای تلویزیونی کردند. مثلاً فیلم خبری اخبار روز که توسط «ام.جی.ام.» تهیه می‌شد، به طور مرتب در اختیار ادوارد آر. مور و مجموعه تلویزیونی وی نگاهمی به رویدادهای روز قرار می‌گرفت. بتدریج شرکتهای سازنده فیلم خبری دست از تولید فیلم خبری نیز کشیدند. در ۱۹۵۱ گذر زمان گنجینه فیلمهای ذقیمت خود را که به دومیلیون فوت می‌رسید به شبکه رادیو تلویزیونی ملی امریکا فروخت. بقیه شرکتهای نیز بتدریج از تولید فیلم خبری دست کشیدند، تا اینکه آخرین آنها، فیلم خبری یونیورسال، در ۲۶ دسامبر ۱۹۶۷ کار خود را متوقف کرد و به دوران پرتلاطم فیلم خبری در امریکا پایان داد (۴۲).

با افول فیلم خبری سینمایی، وظیفه ارائه و تفسیر خبر به صورت مصور، به تلویزیون محول شد. تلویزیون نیز، با امکانات مالی و فنی بیشتر، سازمان خبرگزاری مجهزتر، سرعت و کارایی در ضبط و پخش رویدادها و نیروی انسانی با تجربه که از رادیو و فیلم خبری سینمایی به ارث برده بود، از این فرصت به نحو احسن استفاده کرد و فیلم خبری و برنامه‌های اخبار را به صورت برنامه‌های متعدد و طولانی درآورد. به طوری که هم اکنون در پاره‌ای از شهرهای بزرگ امریکا ایستگاههای تلویزیونی چندین ساعت از برنامه روزانه خود را به پخش خبرها و فیلمهای خبری تلویزیونی تخصیص می‌دهند. در چنین وضعیتی دیگر جایی برای فیلم خبری سینمایی از نوعی که تاکنون دیده ایم نیست.

فصل یازدهم

مستند تلویزیونی^۱

از اواسط دهه ۱۹۳۰ که کشورهای آلمان و انگلیس دست به تهیه و پخش فیلمهای مستند تلویزیونی، اعم از برنامه‌های زنده^۲ و فیلمهای خبری زدند، بتدریج تلویزیون هم به عنوان تهیه کننده و هم به عنوان پخش کننده عظیم این گونه مستندها درآمد. امکانات اقتصادی و فنی تلویزیون آنقدر زیاد است که علی‌رغم محدودیتهای سیاسی و تجارتي که در اغلب کشورها برآن تحمیل می‌شود، توانسته است در تولید و مخصوصاً نمایش فیلمهای مستند نقشی اساسی داشته باشد. به این ترتیب، تلویزیون یکی از مهمترین عوامل پیشرفت سینمای مستند است. این پیشرفت فقط به خاطر پخش سریع و همه‌گیر این رسانه نیست، بلکه تلویزیون تنوعی در شکل، صناعت و روند مستندسازی به وجود آورده است. اشکالی که مستند تلویزیونی تاکنون به خود گرفته، متعدّداند که به شرح آنها می‌پردازیم.

الف) فیلم خبری تلویزیونی^۳

فیلم خبری تلویزیونی، معمولاً موضوعاتی را که از نقطه نظر خبری مهم هستند مورد توجه قرار می‌دهد. این موضوعات ممکن است جنبه محلی، ملی یا بین‌المللی داشته باشند. نحوه ارائه فیلمها معمولاً به صورت مجموعه‌های تلویزیونی و نحوه پخش آنها اغلب از راه شبکه‌های سراسری رادیو تلویزیونی است.

تفاوتهای عمده فیلم خبری تلویزیونی با فیلم خبری سینمایی عبارتند از:

-
1. Television documentary
 2. Live program
 3. News documentary

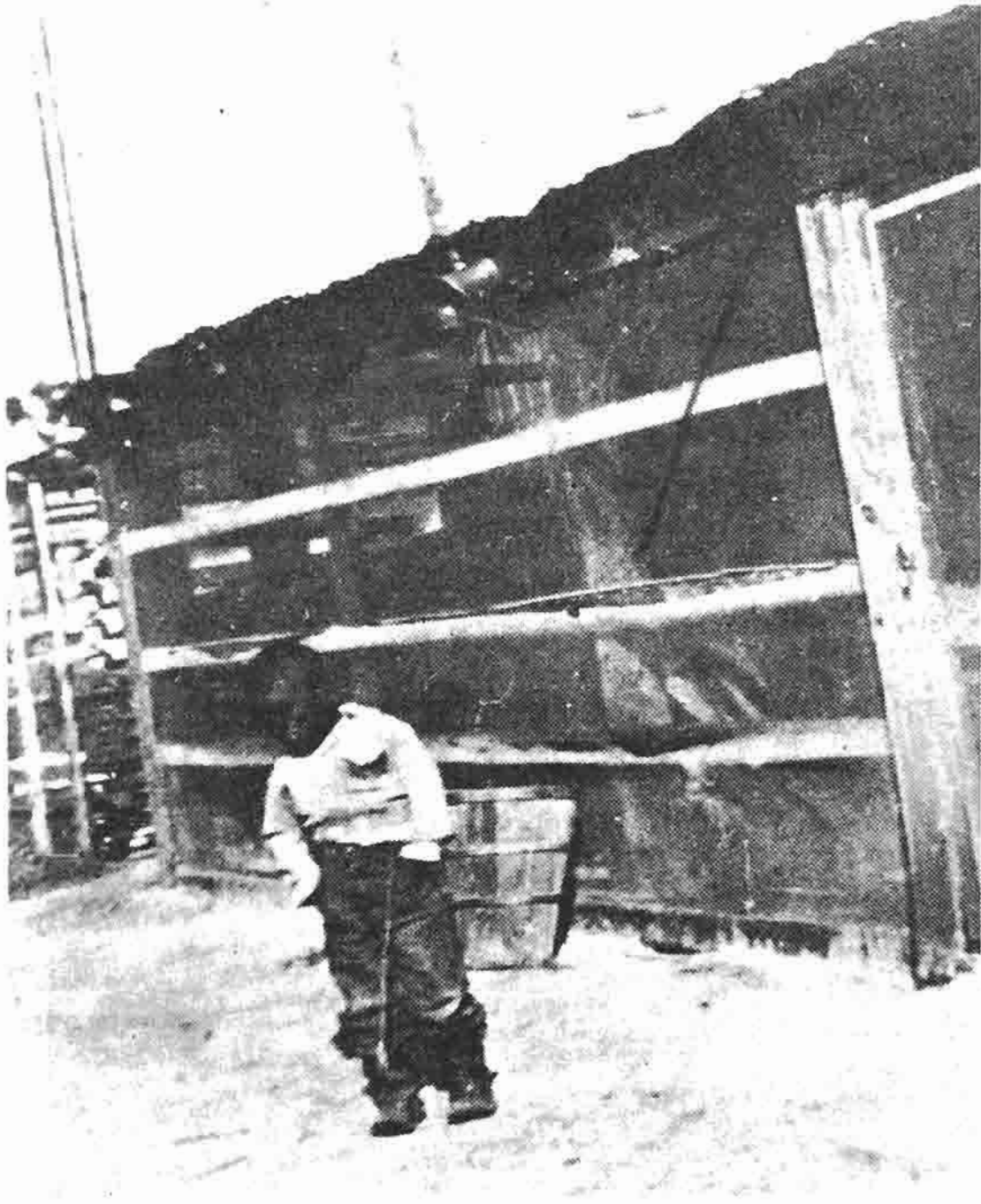
۱. فیلم خبری تلویزیونی معمولاً طولانیتر از فیلم خبری سینمایی است و به صورت مجموعه تلویزیونی پخش می‌شود.

۲. هدف فیلم خبری تلویزیونی ارائه اطلاعات، روشنگری موضوع، موشکافی مسائل خبری و افشا کردن نابهنجاریهای اجتماعی است. به همین جهت فیلم خبری تلویزیونی نیز مانند فیلم خبری سینمایی، معمولاً یک یا چند موضوع محدود را مورد بحث قرار می‌دهد و از پرداختن به موضوعات متعدد و مختلف خبری پرهیز می‌کند.

۳. به عکس فیلم خبری سینمایی، در فیلم خبری تلویزیونی، معمولاً از روایتگری که بسیاری اوقات در صحنه حضور دارد استفاده می‌شود.

چون تهیه فیلم خبری تلویزیونی مستلزم سازمان خبرگزاری و فیلمبرداری مفصل و سرمایه‌گذاری وسیعی است، فقط سازمانهای بزرگ و سرمایه‌دار رادیو تلویزیونی می‌توانند به این کار پردازند. به همین جهت فیلم مستند خبری بیشتر از همه جا در امریکا پا گرفته و رشد کرده است. از میان برنامه‌ها و فیلمهایی که با این روش ساخته شده‌اند می‌توان از این مجموعه‌های خبری نام برد: **نگاهی به رویدادهای روز (۱۹۵۸-۱۹۵۱)** که توسط ادوارد مورو برای شرکت رادیو تلویزیونی کلمبیا تهیه می‌شد و **سی. بی. اس. گزارش می‌دهد (۱۹۵۹ تاکنون)** کتاب سفید **ان. بی. سی. (۱۹۶۰)** و **نمای نزدیک^۱ متعلق به شبکه رادیو تلویزیونی امریکا. نگاهی به رویدادهای روز** که در بخش سوم فصل این کتاب از آن صحبت شد، اولین برنامه‌ای بود که از فیلم خبری تلویزیونی استفاده کرد. این برنامه پایه‌گذار معیارها و الگوهای تولیدی فراوانی در این زمینه شد. مجموعه‌های خبری تلویزیونی دیگر با برخورداری از ابداعات مورو و فرندلی^۲ به گسترش این نوع روش کار پرداختند. موفقیت **نگاهی به رویدادهای روز** که مشکلات و درگیریهایی برای مورو به وجود آورده بود، موجب شد که شبکه **سی. بی. اس.** مجموعه خبری جدید خود، **سی. بی. اس. گزارش می‌دهد**، را از حالت بحث‌انگیز و جدلی برنامه قبلی خارج کند. فرندلی که تهیه‌کننده این مجموعه جدید بود، معتقد بود که این برنامه، فیلم مستند واقعی نیست، بلکه فیلم مستندی است که در آن عامل داستان و داستانی‌پردازی نیز در نظر گرفته شده. وی در این مورد چنین می‌گوید: «با وجود اینکه این برنامه‌ها بر پایه حقیقت بنا شده‌اند، لازم است که از داستان و عوامل بنیادی داستان که مقدمه، متن و نتیجه است، بهره‌مند باشند.» (۱) با این دید، تعداد زیادی برنامه‌های مستند خبری برای این مجموعه ساخته شد.

پاره‌ای از این برنامه‌ها جنبه تشریحی دارند، مانند **سرگذشت یک موشک (۱۹۵۹)**. پاره‌ای



درو شرم آور

مصاحبه با اشخاص سرشناس و خبرسازند، مانند کریسمس در کره (۱۹۵۲) (گفتگو با آیزنهاور)؛ بعضی نیز زندگینامه اند، مانند زندگینامه سرطان و مشقات شارل دوگل. در دو فیلم اخیر، با وجود حفظ جنبه های واقعی و خبری مطلب، عوامل داستانی که به آنها اضافه شده اند، تحرك و جذابیت خاصی به فیلمها بخشیده اند.

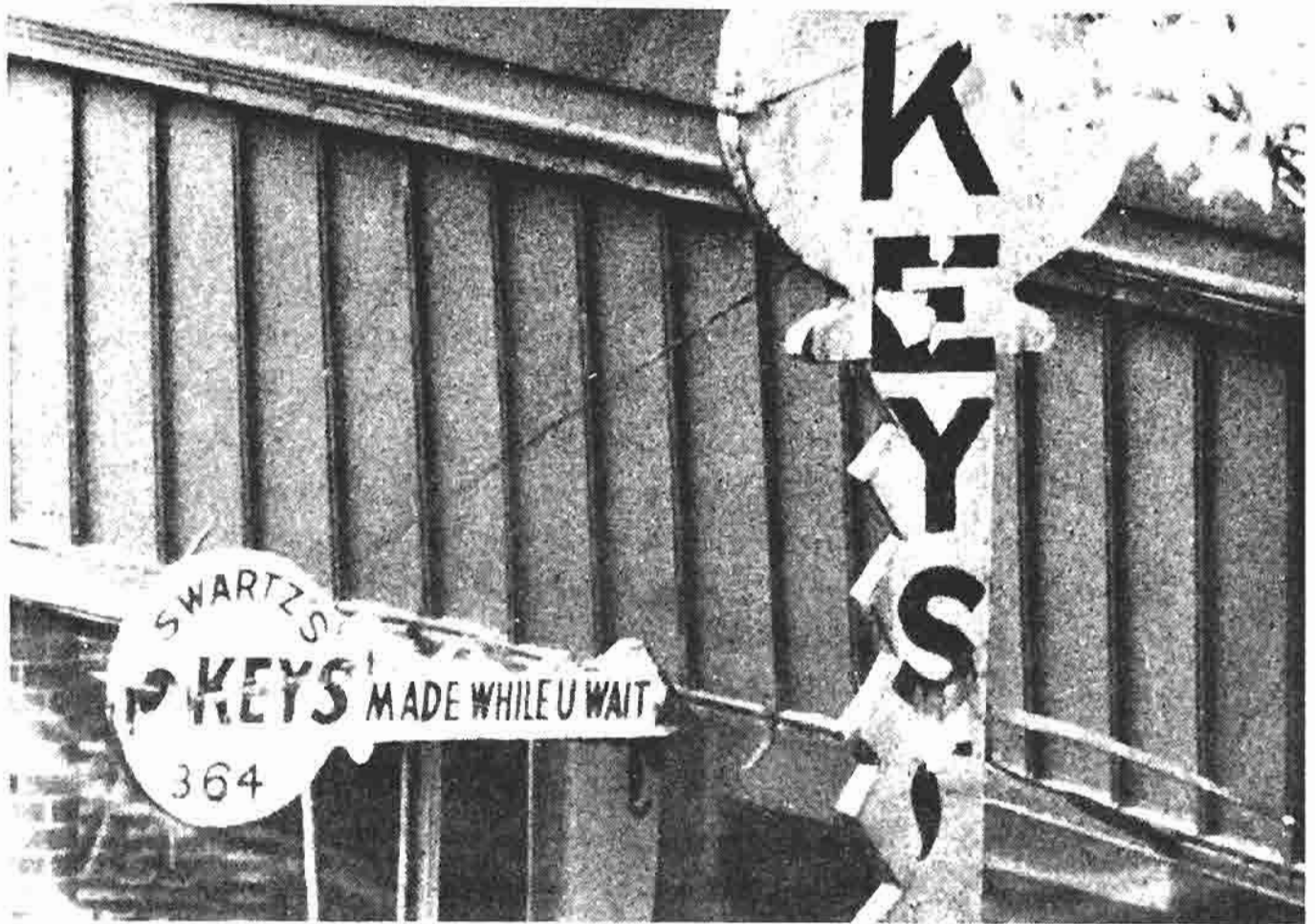
اما علاوه بر موضوعات ذکر شده که خالی از جدل بودند، برنامه های جدلی و بحث انگیز نیز ساخته شدند. از جمله درو شرم آور (۱۹۶۰) که درباره وضعیت اسفناک زندگی کارگران مهاجر در امریکا بود و سرو و صدای زیادی برپا کرد. در این برنامه تهیه کننده دیویدلو و روایتگر

ادوارد مورو، کارگران مهاجر را در فلوریدا در خانه‌های کثیف و پر از موش، و مشغول کار مشقت بار و یکنواختشان نشان می‌دهند و وضع آنها را با خانواده‌های مرفه همان ناحیه مقایسه می‌کنند. حتی، در صحنه‌هایی با یک ویرایش مقایسه‌ای، نقل و انتقال کارگران را از منازلشان به مزارع و حمل و نقل حیوانات و احشام را دنبال هم می‌گذارند. در این صحنه‌ها - همچنان که در موقع حمل احشام در راه‌های نامناسب، ماشینهای باری برای آب دادن به احشام هرچهار ساعت یک بار مدت کوتاهی توقف می‌کنند، - همان طور هم در موقع نقل و انتقال کارگران مهاجر که در ماشینها و اتوبوسهای پرجمعیت تلبار شده اند هر ده ساعت یک بار، فرصتی برای آب خوردن و استراحت به آنها می‌دهند.

برای بیننده در سراسر برنامه روشن است که طراحان و مجریان این فیلم نسبت به موضوع

درو شرم‌آور





سرگذشت يك دکه شرط بندی

اجتماعی که مطرح می کنند دید و آرمان خاصی دارند و، علاوه بر این، در پی کتمان کردن حقایق نیستند. در آخر نیز، همان گونه که در جامعترین تعریف فیلم مستند آمده است، به ارائه راه حل‌های اساسی که شامل پیشنهاد وضع قوانین جدید برای بهبود مسئله مطرح شده است، دست می زنند. اما، متعاقب پخش این برنامه از شبکه سی. بی. اس. واکنش شدیدی بروز کرد، بسیاری از جانبداری شدید مورو از کارگران مهاجر شکایت داشتند و از نحوه تنظیم مطالب مانند ویرایش موازی مقایسه‌ای نقل و انتقال کارگران و حمل احشام ناراضی بودند. رومن فرانک^۱ تهیه کننده برنامه‌های اخبار سازمان رادیو تلویزیون ملی جواب این شکایتها را چنین داد:

«تصاویر مانند کلمات هستند: آنها خود حقیقت نیستند، فقط نشانه‌اند. هر تصویر که انتخاب می شود، نقطه نظری را ایجاد می کند... مسئله مهم، عینیت نیست، بلکه مسئول بودن (انتخاب کننده) است. عینیت پرده‌ای است که ما در پشت آن پنهان می شویم. عینیت فقط يك کلمه است. این نوع برنامه‌ها را نمی توان به وسیله ماشینهای خودکار تهیه کرد، آنها باید به دست انسانها ساخته شوند. انسانها نیز طبیعتاً از خود واکنش نشان می دهند و کسانی که هیچ گونه نظر و رغبتی نداشته باشند، بی ارزشند.» (۲)

در سرگذشت يك دکه شرط بندی (۱۹۶۱) تهیه کننده و نویسنده برنامه جی مک مولن^۲ با

1. Reuven Frank 2. Jay McMullen

دیدنی کاوشگرانه به يك دكه كلیدسازی که در عین حال محل شرط بندیهای غیرقانونی نیز هست می‌نگرد و قماربازی را به عنوان مسئله‌ای ملی و اجتماعی مطرح می‌کند. برای ساختن این فیلم مك مولن گروه خود را از نیویورک به شهر بستن برد و با کمک دوربینهای مخفی به ضبط رفت و آمد و نحوه شرط بندیها پرداخت. حتی، برای روشننگری بیشتر موضوع، دوربین کوچکی را درون يك جعبه كوچك حمل ناهار کارگران پنهان کرد و آن را مخفیانه به دكه كلیدسازی فرستاد.

فرندلی که تهیه‌کننده ارشد برنامه سی.بی.اس. گزارش می‌دهد بود و همه این برنامه‌ها تحت نظر و راهنماییهای کلی او تهیه می‌شد، روش مصاحبه را با افرادی که به کار عادیشان مشغول‌اند به عنوان يك روش اساسی و پیچیده در فیلم مستند گسترش داد. برای مثال وی بزودی مصاحبه‌کننده را در فیلمها حذف کرد و به عوض، گفته‌های آدمهای فیلم را با ویرایشی حساب‌شده پشت سرهم قرار داد. به این ترتیب خط سیر فکری، تناقض‌گوییها یا هماهنگیهایی که در گفته‌های مصاحبه شونده‌ها وجود داشتند، بدون واسطه، روشن و آشکار می‌شدند. آهنگ ویرایش نیز از آهنگ گفته‌هایی که ردوبدل می‌شدند پیروی می‌کرد و به آن جان می‌بخشید. در عین حال، استفاده از روایت و تفسیرهای بجا موجب می‌شد که این روش مصاحبه از وسعت و جامعیت بیشتری برخوردار باشد و تماشاگر هم در موضوع وارد شود و هم به کمک تفسیرهای بموقع به چارچوب و سابقه ذهنی و اجتماعی آن پی ببرد.

سازمان رادیو تلویزیون ملی (ان.بی.سی.) نیز با ارائه فیلمهای خبری تلویزیونی متعدد در چارچوب مجموعه کتاب سفید به پیشبرد مستند تلویزیونی کمک شایانی کرد. فیلمهایی چون *پاناما: منطقه خطر*^۱ (۱۹۶۰)، *آنگولا: سفری به میدان جنگ* (۱۹۶۱)، *نبرد نیوبرگ*^۲ (۱۹۶۲) و *تجارت قمار*^۳ (۱۹۶۳) با استفاده از تکنیکهای جدید مصاحبه، موسیقی، فیلمبرداری و ویرایش، هر کدام به نوبه خود در این پیشرفت، سهمی داشتند. پیدایش روشهای جدید در فیلم مستند تلویزیونی، ناشی از خلاقیت تهیه‌کنندگان، کارگردانان و دیگر افراد گروه فیلم، تجربه و تمرین و بالاخره تحولات فنی در وسایل فیلمبرداری و صدابرداری بود. اما در دهه ۱۹۶۰ تحولات فنی بیش از هر چیز دیگر جان تازه‌ای به فیلم مستند تلویزیونی بخشید (۳). مهندسان و پژوهشگران ان.بی.سی. در وسایل فیلمبرداری و صدابرداری معمول آن زمان (دوربینهای اوریکون و آری فلکس) تغییراتی به وجود آوردند که موجب حمل آسانتر دوربین و امکان ضبط صدای همزمان در شرایط و در صحنه‌های مختلف شد. فیلم *تجارت قمار*، که با استفاده از این وسایل ساخته شد، قدرت دوربین و وسایل جدید را در ضبط موضوعات و رویدادهای غیر منتظره، نشان می‌دهد. برای مثال در آخر این فیلم صحنه‌ای است که آرتور زیگارت^۴ تهیه‌کننده و کارگردان فیلم، دو نفر شهروند معمولی را در حال بحث در يك سوپر مارکت نشان می‌دهد. بحث این دو سرعت داغ

1. *Panama: Danger Zone* 2. *The Battle of Newburgh* 3. *The Business of Gambling*
4. *Arthure Zegart*



نبرد نیویورک

می‌شود و موضوع بالا می‌گیرد، به طوری که این دو با هم گلاویز می‌شوند. وسایل فیلم و صداپردازی در این زمان به حدی از تحرك نسبی رسیده بودند و موضوع مورد بحث نیز برای آدمهای این فیلم آنقدر حیاتی بود که به نظر می‌رسید آنها به يك باره حضور دوربین و ضبط صوت و گروه تولید را فراموش کرده بودند.

در همین سالها رابرت درو^۱ با همکاری ریچارد لیکاک، گرگوری شاکر^۲، جیمز لیسکم^۳ و هوپ رایدن^۴ [که بیشتر آنها خبرنگاران مجله لایف بودند] گروهی برای ساختن فیلمهای مستند تشکیل دادند و برای این کار قراردادی با سازمان رادیو تلویزیون امریکا (ا.بی.سی.) بستند.

آنچه در تحول وسایل و روش کار در سی.بی.اس. و ان.بی.سی. به وجود آمده بود، توسط این گروه کوچک سرعت تکامل پیدا کرد. «دوربین متحرك»، «دوربین زنده» و روش «سینمای بیواسطه» در سینمای مستند امریکا از روشهای ابداعی این گروه بود. تفاوت عمده مجموعه‌نمایی نزدیک که درو برای آن فیلم می‌ساخت و دیگر مجموعه‌های تلویزیونی، تفاوت دید سینمایی بود. هدف از ساختن این فیلمها در حرفهای درو مشخص است که می‌گوید می‌خواهم «فیلمهایی بسازم که از منطق سینمایی بهره‌مند باشند. فیلمهایی که در آنها موضوع و رویداد، از طریق

1. Robert Drew 2. Gregory Shuker 3. James Lipscomb 4. Hope Rayden

تصویر بیان شوند، نه فیلمهایی که موضوع را از طریق منطق کلام، منطق سخنرانی، منطق نوشته یا مصاحبه بیان کنند.» (۴)

بنابراین، در فیلمهای درو دوربین، متحرک و کنجکاو است؛ وی از اینکه گاهگاهی تصویر واضح نباشد و حرکات آن سریع و لرزان باشند، نمی‌هراسد. صدا نیز همان گونه که در سر صحنه ادا می‌شود و در تحت همان شرایط ضبط می‌شود و روایت به حداقل نقصان می‌یابد. برای بیان موضوع به جای روایتگر، از دوربین استفاده می‌شود.

به این ترتیب، بتدریج زبان سینما از راه این برنامه‌ها متحول شد. پاره‌ای از فیلمهایی که این گروه برای نمای نزدیک ساختند، عبارتند از: *یانکی، نه!* (۱۹۶۰)، *بچه‌ها تماشا می‌کردند*^۱ (۱۹۶۰) و *بحران*^۲ (۱۹۶۳).

جان سکانداری^۳ که تهیه‌کننده ارشد مجموعه *نمای نزدیک* بود، علاوه بر استفاده از گروه درو، گروه دیگری نیز در خود ا. بی. سی. فراهم کرده بود که به تهیه فیلمهای مستند متعددی برای تلویزیون می‌پرداختند. سکانداری معتقد بود که موضوعاتی که انسانها را در حال مبارزه در مقابل شدايد و سختیها نشان می‌دهند، بهترین موضوعات برای فیلم مستند خبری تلویزیونی هستند (۵). در فیلمهایی که توسط این گروهها ساخته می‌شدند، به منظور نشان دادن يك مسئله اجتماعی بزرگ، مانند انقلاب کشاورزان در برزیل یا نژادپرستی در امریکا، يك خانواده کشاورز یا يك نفر سیاهپوست درگیر با مسئله به عنوان نماینده انتخاب می‌شد و همه جوانب مسئله از ورای زندگی و از دید افراد این خانواده یا این شخص مورد بررسی قرار می‌گرفت. مهمترین فیلم این گروه خود *رابه جای من بگذارید*^۴ (۱۹۶۲)، نام دارد که درباره مسئله سیاهان در امریکاست. این فیلم، که کارگردانی آن را نیکلاس وبستر به عهده داشت، به عنوان يك فیلم کلاسیک درباره مسئله نژادپرستی در امریکا شناخته شده است. در این فیلم، سیاهان مختلف، داستان زندگی و نظریات خود را نسبت به وضعیتشان به زبان خود بیان می‌کنند. روایت فیلم بیشتر به زبان اول شخص مفرد است و این امر حساسیت و واقعی بودن آنچه را که گفته می‌شود دوچندان می‌کند. اما وبستر، به جای اینکه موضوع فیلم (سیاهان) و دوربین را مانند گروه درو درگیر در رویدادها نشان دهد و در زمان و لحظه زندگی کند، از آن فاصله می‌گیرد و با استفاده از روایت اول شخص مفرد که به زبان و لهجه خود سیاهان است موضوع را به نحوی منطقی بیان می‌کند. به این ترتیب، بیان درو احساساتیر و بیان سکانداری، منطقیتر است.

در انگلستان نیز مجموعه‌های مستند خبری متعددی برای تلویزیون تهیه شدند. تحقیقات ویژه^۵ (۱۹۵۷-۱۹۵۲) شباهت زیادی به نگاهی به رویدادهای روز داشت. گزارشگر سیار^۶

1. *Yanqui, No!* 2. *The Children Were Watching*

3. *Crisis: Behind a Presidential Commitment* 4. John Secondari 5. *Walk in My Shoes*

6. *Special Enquiry* 7. *Roving Report*



نیکلاس وبستر هنگام فیلمبرداری خود را به جای من بگذارید

(۱۹۵۷-۱۹۶۳) موضوعات خبری روز را با همان سادگی گزارشهای خبری، گزارش می کرد. در عوض *نوگرافکن*^۱ (۱۹۵۸-۱۹۶۰) سعی بر این داشت که به کنه مطلب بپردازد و شرایطی را که موجب به وجود آمدن رویداد یا «خبر» شده اند برای تماشاگر روشن سازد. *دنیای پرتحرک* (۱۹۶۲)

1. *Searchlight*

که سرپرستی تهیه آن را تیم هیوات^۱ بر عهده داشت به صورت يك مجموعه مستند مهم هفتگی درآمد. بخش این برنامه توسط «سازمان تلویزیون مستقل» انجام می گرفت. این مجموعه چنان جایی در میان مردم برای خود باز کرده بود که از بین رفتن آن غیر قابل تصور بود (۶). طول این برنامه معمولاً نیمساعت بود، اما گاهگاهی، به مناسبت موضوع، طولانیتر می شد. موضوعات مورد بررسی نیز متعدد بودند و معمولاً به شخصیتها و رویدادهای روز انگلیس یا کشورهای دیگر اختصاص داشتند. از نظر شگرد کار نیز، این مجموعه برنامه، مانند مجموعه‌های کتاب سفید و نمای نزدیک از گزارشگر و مصاحبه‌گری که خودش در فیلم ظاهر شود [روایتگر درون صحنه] اصولاً استفاده نمی کردند، بلکه از گفته‌های خود آدمهای فیلم که به طور همزمان ضبط شده بودند برای بیان موضوع کمک می گرفتند. آهنگ سریع و ویرایش و جهت‌گیریهای قاطع فیلم برله یا به نفع موضوعات فیلم، این مجموعه فیلم را به صورت يك مجموعه بحث‌انگیز و جالب توجه در آورد. البته همین جهت‌گیریها چند بار موجب لغو نمایش پاره‌ای از فیلمهای این مجموعه از تلویزیون شد: يك بار فیلمی که در آن هزینه‌های دفاعی انگلیس مطرح شده بود و دیگر بار هم فیلمی که درباره کمکهای مالی دولت به ورزشکاران بود به بهانه عینی نبودن و اینکه همه نظرها آورده نشده، نشان داده نشدند. نورمن سوالو در کتاب تلویزیون خبری خود در این مورد اظهار عقیده می کند که ارائه نظریات مختلف در مورد يك موضوع، الزاماً نمی تواند موجب هویدا شدن حقیقت شود. این حرف خلاف نظر بسیاری از دست‌اندرکاران فیلمهای مستند تلویزیونی است که ارائه عقاید متناقض همه شرکت‌کنندگان را در يك موضوع بحث‌انگیز بهترین و منصفانه‌ترین راه می دانند. این افراد معتقدند که اگر همه داده‌ها در اختیار تماشاگر گذارده شوند، تماشاگر خود می تواند تصمیم بگیرد که کدام طرف و جناح بحقتر است. «اما تأسف در این است که او [تماشاگر] به احتمال زیاد، به هیچ وجه چنین کاری نخواهد کرد، زیرا حقیقت الزاماً در فاصله‌ای مساوی بین دو عقیده متناقض قرار نگرفته است. به زبان سیاست، ممکن است حقیقت در جناح چپ یا در جناح راست نهفته باشد.» (۷)

«سازمان رادیو تلویزیون بریتانیا» نیز مجموعه‌های متعددی در زمینه مستند خبری تلویزیونی ارائه داده است و هم اکنون وسط هفته، سراسر کشور، اخبار روز و سراسر جهان به طور هفتگی فیلمهای مستند تلویزیونی راجع به موضوعات روز را که در سراسر انگلیس و جهان اتفاق می افتند ارائه می دهند.

به طور کلی، تلویزیون علاوه بر حمایت از مجموعه‌های فیلم مستند خبری، از برنامه‌ها و فیلمهای مستند تکی که درباره خبرها و موضوعات مهم روز تهیه شده‌اند نیز حمایت بسیار کرده است که - و ما، در بخشهای مختلف کتاب، از آنها صحبت خواهیم کرد.

ب) فیلم گردآوری تلویزیونی

هنگام افول فیلم خبری سینمایی، شرکتهای تلویزیونی با خرید بایگانیهای عکس و فیلم شرکتهای فیلم خبری، به گنجینه‌های بزرگ و ذیقیمتی دست یافتند. بعدها، تهیه‌کنندگان برنامه‌های تلویزیونی از این گنجینه‌های با ارزش و از فیلمهای دیگری که خود به دست آورده بودند برای تهیه فیلمهای گردآوری شده استفاده زیادی کردند. اولین و یکی از مهمترین نمونه‌های این نوع فیلم، مجموعه گردآورده تلویزیونی به نام *پیروزی در دریا*^۱ (۱۹۵۲) است که در سال ۱۹۵۲ توسط هنری سالومون^۲ برای سازمان رادیو تلویزیون ملی ساخته شد. این مجموعه که سراسر با عشق و علاقه سالومون به انسان و انسانیت عجین شده بود، درباره عملیات نیروی دریایی امریکا در جنگ جهانی دوم بود. برای تهیه این مجموعه، سالومون و همکارانش ۶۰ میلیون فوت فیلم را مورد بازبینی قرار دادند و از آن میان ۶۰،۰۰۰ فوت را برای استفاده در ۲۶ فیلم این مجموعه انتخاب کردند (۸). هر کدام از این فیلمها برای نشان دادن جنگ جهانی دوم، موضوعی بخصوص را در نظر می‌گرفت. مثلاً، در یکی، اهمیت رادار به عنوان سلاحی جنگی، و در دیگری نقش هوا و هواشناسی در جنگهای دریایی مطرح شده بود. در فیلمهای خبری سینمایی، قطعات فیلم بیشتر بارعایت تسلسل تاریخی رویدادها به دنبال هم ویرایش می‌شدند، در حالی که سالومون، تسلسل و هماهنگی در فیلمهایش را از راه موضوع اصلی به دست می‌داد. این تجربه در مجموعه دو فیلم گردآوری تلویزیونی نیز که وی برای سازمان رادیو تلویزیون ملی ساخت دنبال شد. هدف این مجموعه که *طرح بیستم*^۳ نام داشت، نمایش رویدادهای مهم قرن بیستم بود. تعدادی از فیلمهای این مجموعه عبارتند از: *کابوس سرخ*^۴ (۱۹۵۵)، درباره به وجود آمدن و گسترش کمونیسم در روسیه شوروی، *صلیب شکسته*^۵ (۱۹۵۶)، درباره ظهور و افول هیتلر، و *جنگ بزرگ*^۶ درباره جنگ جهانی اول. این فیلمها با استفاده از فیلمهای موجود و با روایت منصفانه و روشنگر، ویرایش و موسیقی زیبا و مخصوص به خود، تاریخ بندی قرن بیستم را به نحوی گویا و مؤثر بیان می‌کنند.

موفقیت فیلمهای گردآوری تلویزیونی «سازمان رادیو تلویزیون ملی» موجب شد که شرکتهای تلویزیونی دیگر، مخصوصاً شبکه‌ها، دست به تهیه فیلمهایی از این نوع بزنند. «سازمان رادیو تلویزیون کلمبیا» در سالهای ۵۷-۱۹۵۶ مجموعه گردآورده *نیروی هوایی*^۷ را روی صفحه تلویزیون آورد. تهیه کننده ارشد این مجموعه، پری وولف^۸ و همکاران دیگرش سیصد میلیون فوت فیلم را که طبق قراردادی از نیروی هوایی امریکا به دست آورده بودند، مورد بازبینی قرار دادند و از آن میان ۲۶ برنامه به روایتگری عمومی والتر کرانکایت^۹ تهیه کردند. موضوع اصلی، نشان دادن

1. *Victory at Sea* 2. Henry Salomon 3. *Project xx* 4. *Nightmare in Red*

5. *The Twisted Cross* 6. *The Great War* 7. *Air Power* 8. Perry Wolf 9. Walter Cronkite



صلیب شکسته

قدرت نیروی دریایی آمریکا از شروع هوانوردی تا آن زمان بود. به این ترتیب، فن کار برخلاف پیروزی در دریا که موضوعی بود، بیشتر بر پایهٔ تسلسل تاریخی تحولات نیروی هوایی قرار داشت. با وجود این، این دو مجموعه با هم شباهت زیادی داشتند، شباهتی که در نشان دادن واکنش آدمها در شرایط سخت و دشوار نهفته بود و احساس نمایشی فیلمها از مقابلهٔ انسان در مقابل نیروهای مخرب به دست می‌آمد.

قرن بیستم^۱ (۱۹۵۷) مجموعه‌ای از فیلمهای مستندی بود که در بسیاری از آنها از روش گردآوری استفاده شده بود. وسعت موضوعاتی که توسط این مجموعه مورد بحث قرار گرفت و نیز طولانی بودن مدت نمایش آن موجب شد که نام این مجموعه و تهیه‌کنندهٔ ارشد آن، برتون بنجمین^۲، در تاریخ فیلم مستند تلویزیونی ثبت شود.

سهم عمدهٔ این برنامه در پیشبرد سینمای مستند، استفاده از افراد شاهد^۳ است. افراد شاهد، همچنان که از اسمشان پیداست، کسانی هستند که در زمان وقوع واقعه در محل حضور داشته و شاهد اوضاع بوده‌اند. علاوه بر آن، قرن بیستم یک بار دیگر سنت استفاده از روایتگر و نشان دادن

1. *The Twentieth Century* 2. Burton Benjamin 3. Eye - witness

روایتگر را در فیلم به میان کشید. بدون شك، یکی از تفاوت‌های مهم فیلم مستند تلویزیونی و فیلم مستند سینمایی استفاده فیلم مستند تلویزیونی از روایتگر درون صحنه است. سازمان رادیو تلویزیون امریکا نیز در مسابقه تهیه مجموعه گرد آورده تلویزیونی شرکت کرد و تاریخچه جنگ جهانی دوم را به عنوان موضوع برگزید. اما این بار جنگ جهانی دوم از ورای نظریات و زندگی يك مرد یعنی وینستن چرچیل^۱ گفته می‌شد. این مجموعه که *سالهای دلاوری*^۲ (۱۹۶۰) نام داشت برپایه کتاب شش جلدی چرچیل ساخته شده بود و داستان و روایت هر ۲۶ فیلم نیمساعته آن نیز با استفاده از نوشته‌های خود چرچیل تهیه شده بود. روایتگر این مجموعه، بازیگر معروف ریچارد برتن بود و وی، حین خواندن بندهایی از نوشته‌های چرچیل، نحوه بیان و ادای چرچیل را شبیه سازی می‌کرد. در این مجموعه بیشتر از هر مجموعه گرد آورده دیگر از نقشه، زنده نمایی و عکس استفاده شده بود.

علاوه بر این نوع مستند گردآوری که بیشتر جنبه تاریخی یا خبری داشت، از روش گردآوری برای تهیه فیلمهای سرگرمی نیز استفاده می‌شد. نمونه بارز این کار، فیلمهای دیوید وولپر^۳ است. چون شرکتها و شبکه‌های بزرگ تلویزیونی تولید فیلمهای مستند خبری را در حیطه انحصار خود می‌دانستند، تهیه کننده‌های مستقل را برای ورود به این زمینه کار، راهی نبود. اما همین شرکتها از نشان دادن فیلمهایی که برای سرگرمی تهیه شده بودند ابایی نداشتند و در واقع کاملاً محتاج آن بودند. دیوید وولپر از این جای خالی استفاده کرد و توانست فیلمهایی چون *مسابقه برای تسخیر فضا*^۴ (۱۹۶۰) و *مجموعه هالیوود: سالهای طلایی*^۵ (۱۹۶۱)، *هالیوود: عصر شگفت‌انگیز*^۶ (۱۹۶۱) و *هالیوود: ستارگان بزرگ*^۷ (۱۹۶۱) را از شبکه رادیو تلویزیون ملی در امریکا پخش کند. بعدها فیلمهای دیگر وولپر نیز از بسیاری از شبکه‌ها و مراکز تلویزیونی محلی در امریکا پخش شدند.

دانلد هیات^۸، که پس از مرگ سالومون در ۱۹۵۷ جانشین او شد، به استفاده از عکس در فیلم مستند روی آورد. مثلاً برای فیلم *آقای لینکلن معرفی می‌شوند*^۹ (۱۹۵۹) وی و گروه پژوهش تعداد ۲۵،۰۰۰ عکس و تصویر چاپی مختلف را مورد بازبینی قرار دادند. این برنامه مورد توجه بسیار قرار گرفت و در اولین بار نمایش سی میلیون نفر تماشاگر داشت (۹). *امریکا از دید مارک تواین*^{۱۰} (۱۹۶۰) شامل ۳۵۰۰ عکس و حکاکی است و روایت آن از نوشته‌های مارک تواین درباره زندگی در اواخر قرن نوزدهم گرفته شده. نمونه بارز فیلم گردآوری که از عکسها و تصاویر بدون حرکت تشکیل شده، *فیلم غرب واقعی*^{۱۱} (۱۹۶۱) است که به توسط آن هیات داستان کشف

1. Winston Churchill 2. Winston Churchill: The Valiant Years 3. David Wolper

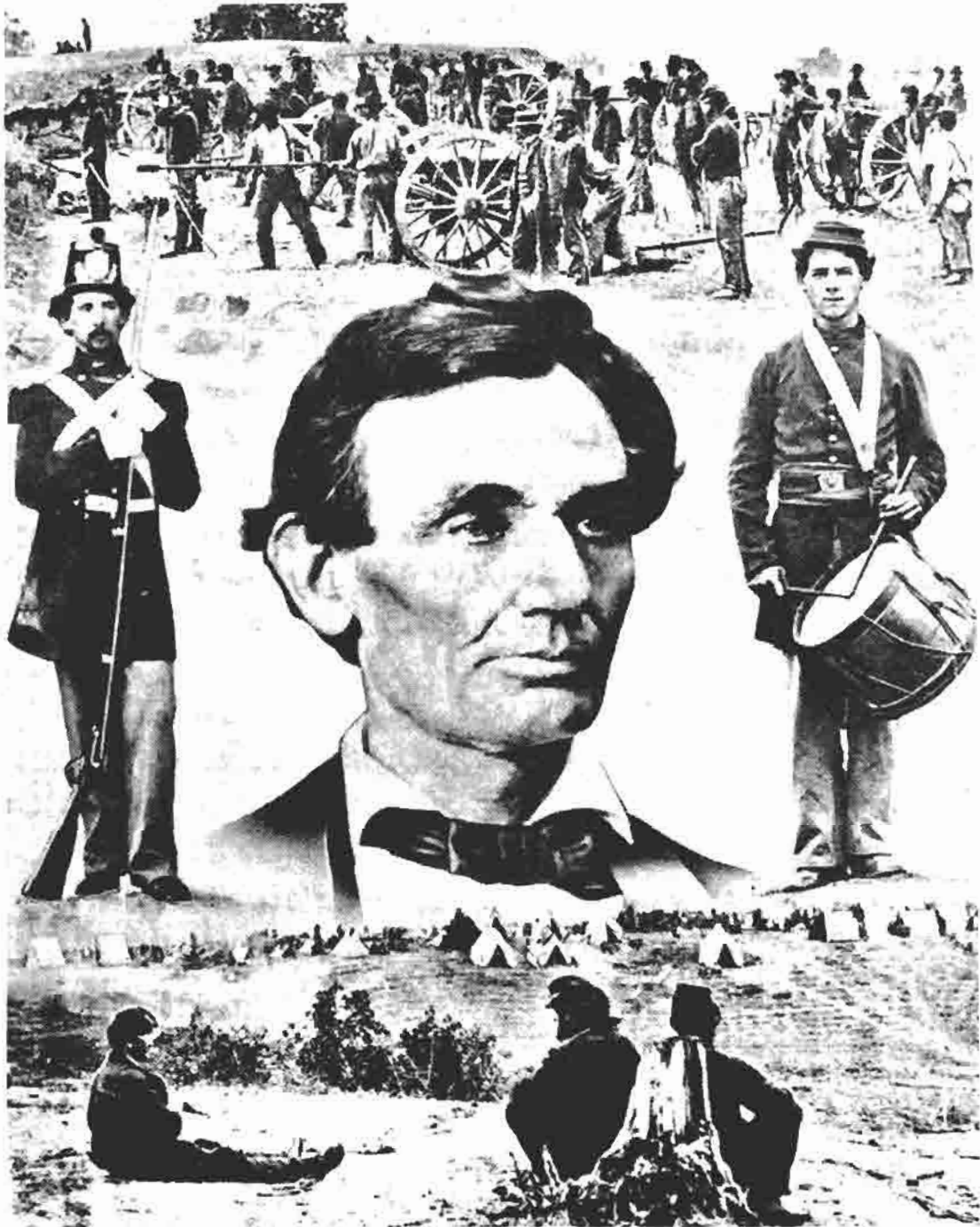
4. The Race for Space 5. Hollywood: The Golden Years 6. Hollywood: The Fabulous Era

7. Hollywood: The Great Stars 8. Donald Hyatt 9. Meet Mr. Lincoln

10. Mark Twain's America 11. The Real West

و پیروزی بر سرزمینهای غرب آمریکا را از راه عکسهای واقعی آن زمان بیان می کند. به عقیده او سینماگر باید به همان اندازه که به تصاویر متحرك احترام می گذارد، برای تصاویر ثابت و بیحرکت نیز احترام قائل شود:

آقای لینکلن معرفی می شوند.



«همیشه سعی ما بر این بوده است که در برنامه‌ها و فیلمهای تلویزیونی به نوعی سادگی دست یابیم. عکس، مخصوصاً چهره‌های خوب: ساده‌ترین و مؤثرترین وسیله برای ارتباط و القای احساس و حال و هوای يك موضوع است... [در فیلم] حالت صورت يك مرد در يك لحظه ناپدید می‌شود و، با محو شدن آن، احساس و حال و هوای آن لحظه نیز از بین می‌رود. چون این شگرد [استفاده از عکس] تحرك کمتری دارد، اغلب مؤثرتر است.» (۱۰)

در مورد استفاده از این تصاویر و عکسها در فیلم، وی معتقد است که باید از حرکات اضافی و بی‌هدف دوربین - برای به وجود آوردن احساس حرکت - پرهیز کرد. او می‌گوید: «من فقط وقتی دوربین را حرکت می‌دهم که دلیلی برای آن وجود داشته باشد - دلیلی برای حرکت کردن، نه حرکتی برای پنهان کردن عدم تحرك تصاویر.» (۱۱)

پ) مستند زندگینامه

تهیه فیلم برپایه سرگذشت و شرح حال افراد نیز یکی دیگر از ابداعات تلویزیون در پیشبرد فیلم مستند است. این نوع فیلم امروزه معمولاً پس از مرگ بزرگان و سرشناسان تهیه و در آن از مصاحبه، فیلم خبری، نوشته‌های خود فرد یا نوشته‌های دیگران درباره وی استفاده می‌شود. در واقع، شرح حال نوعی گردآوری تاریخی درباره يك شخص یا گروهی از افراد است. تعدادی از برنامه‌های مجموعه قرن بیستم به زندگینامه افرادی چون چرچیل، گاندی، موسولینی، روزولت و گورینگ اختصاص داشت. وولپر نیز تعدادی فیلم زندگینامه از افراد سرشناسی چون ترومن و رومل ارائه داد.

اما سازمانهای تلویزیونی به شرح احوال گذشتگان و از دست‌رفتگان بسنده نکردند بلکه دست به ضبط شرح احوال افراد زنده زدند. نمونه بارز این نوع فیلم مجموعه دنیای — (۱۹۶۲) است که توسط سازمان رادیو تلویزیون ملی ارائه شده است. در این مجموعه، هر بار دنیای یکی از افراد سرشناس مثل ژاکلین کندی، سوفیالورن، بیلی گراهام و موريس شوالیه در مقابل دوربین قرار گرفته است. و در آن، هم از روایت خارج از صحنه استفاده شده و هم از صحنه‌هایی که در آنها زندگی افراد مورد نظر توسط دوربین متحرك و کنجکاو بدون واسطه روی فیلم ضبط شده اند. دیوید وولپر نیز يك مجموعه ۲۸ برنامه‌ای به روش مستند زندگینامه به نام داستان زندگی — (۱۹۶۲) برای یونایتد آرتیست تهیه کرد. نکته جالب در مورد این مجموعه مستند این است که، برخلاف مستندهای زندگینامه مرسوم، کسانی که زندگینامه آنها به فیلم درآمده از میان افراد غیرسرشناس، ولی جالب توجه، انتخاب شده اند.

رابرت درو روش مستند زندگینامه را با آنچه خود «دوربین زنده» می‌نامید مخلوط کرد و يك



ادی

مجموعه ده برنامه ای درباره آدمهایی که در وضعیتهای بحرانی گرفتار شده بودند، ارائه داد. نام این مجموعه دوربین زنده^۱ بود و اعلام شده بود که این مجموعه، یک برنامه سرگرم کننده است. همکاران درو در گروه «دوربین زنده»، ریچارد لیکاک، دی. ا. پنی بیکر^۲ و گرگوری شاکر بودند. آگهی مربوط به این برنامه، ورتوف وار این مجموعه را چنین توصیف می کند: «بدون فیلمنامه» بدون تمرین ... برای اولین بار، دوربین یک انسان است. مانند یک انسان می بیند، می شنود و حرکت می کند (۱۲). در جای دیگر می گوید که «دوربین زنده» واقعاً به درون زندگی آدمها وارد می شود و لایه به لایه از فشار روحی و بحرانی آدمهای گرفتار و واکنش آنها پرده برمی دارد. مثلاً در ادی^۳ (۱۹۶۱) آماده شدن ادی ساکس^۴ را برای یک مسابقه اتومبیلرانی مهم و درجین^۵ (۱۹۶۲) حاضر شدن جین فوندا را برای یک نمایش نشان می دهد. در صندلی اعدام^۶ (۱۹۶۲) چند ساعتی که، در صورت اجرای حکم اعدام یک سیاهپوست به نام پال کرمپ^۷ می توانست چند ساعت آخر عمر او باشد، را به نحو مؤثری به نمایش می گذارد. پال کرمپ، ده سال پیش به خاطر کشتن یک نفر، به اعدام با صندلی الکتریکی محکوم شده بود ولی اعدام وی، بر اثر اقدامات قضایی متعدد

1. *The Living Camera* 2. D. A. Pennebaker 3. *Eddie* 4. *Eddie Sacks* 5. *Jane*
6. *The Chair* 7. *Paul Crump*

سالها به تعویق افتاده بود. فیلم، کوشش وکلای کرمپ را در تبدیل محکومیت وی از اعدام به زندان ابد نشان می‌دهد. دلیل وکلای کرمپ این بود که کرمپ در طول مدتی که در زندان بوده به حال عادی بازگشته و دیگر نمی‌تواند يك جانی به شمار آید. قسمت اعظم فیلم به نحوه کار و احساسات وکیل اصلی کرمپ اختصاص دارد و او را در دفترش، در حال صحبت با تلفن، با منشی و همکارانش نشان می‌دهد. لحظاتی وکیل کرمپ از حضور دوربین آگاه است و در لحظاتی دیگر کاملاً آن را فراموش می‌کند، به طوری که آرامی و بدون رودربایستی در مقابل دوربین می‌گرید. فیلم، جنگ وکلای مدافع و دادستان را در صحنه دادگاه بروشنی نشان می‌دهد. گو اینکه ممکن است در ابتدا به نظر برسد که فیلم دارد از کرمپ جانبداری می‌کند، ولی این جانبداری نیست، بلکه واقعیت موضوع و نحوه دفاع و شواهد ارائه شده در دادگاه است که به نفع کرمپ است. بعد از اینکه دادگاه رأی موافق صادر کرد، فرماندار ایالت ایلنوی حکم اعدام کرمپ را تخفیف داد. تفاوت این فیلم و فیلمهای دیگر تلویزیونی که برپایه دادگاههای قضایی ساخته شده اند، این است که همه صحنه‌ها و رویدادهای صندلی اعدام واقعی هستند و با دوربین چابک و ضبط صوت فرز گروه «دوربین زنده» ضبط شده اند. مهمتر از همه، انسانی که در این میان برای زنده ماندن تقلا می‌کند، يك انسان واقعی است که «نقش» خودش را به عهده دارد و بازیگری نمی‌کند.

ت) مستند اطلاعاتی

این نوع فیلم بیشتر درصدد ارائه اطلاعات جالب توجه به تماشاگر است و درباره شخص یا داستان یا واقعه خبری خاصی نیست. این روش از ابتدای شروع تلویزیون، حتی قبل از اختراع نوار تلویزیونی، مورد استفاده بود. در دهه ۱۹۵۰ مجموعه‌های مستند اطلاعاتی چون «جنگ» (۱۹۵۲)، «جستجو» (۱۹۴۸) و «دنیای پهناور پهناور»^۲ (۱۹۵۶) تهیه و از شبکه‌های تلویزیونی آمریکا پخش شدند.

دنیای پهناور پهناور در غیاب دستگاه ضبط تصویر تلویزیونی، برنامه‌ها و موقعیتهای مستند را به طور زنده برای تماشاگران پخش کرد. در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ نیز «سازمان رادیو تلویزیون کلمبیا» به تهیه و پخش مجموعه‌قرن بیست و یکم^۴ دست زد که هر برنامه آن به جنبه خاصی از زندگی انسان در قرن بیست و یکم اختصاص یافته بود. پیشینی آینده بشر در این فیلمها، همه برپایه تفحصات و پژوهشهای دانشمندان و کشفیات و اختراعات قرن حاضر استوار بود.

ث) جنگ تلویزیونی^۵

منظور از جنگ تلویزیونی برنامه‌ای است حاوی مطالب متعدد مربوط به رویدادهای روز.



گروه تهیه کننده ۶۰ دقیقه

این نوع برنامه معمولاً به صورت يك مجموعه برنامه به طور هفتگی، دوهفتگی یا ماهانه از تلویزیون پخش می شود. هر برنامه شامل چندین موضوع مختلف مستقل از یکدیگر است که مانند مقاله های يك مجله، بدون هماهنگی خاص پشت سرهم قرار گرفته اند. بعضی مطالب جدی، برخی خنده آور و تعدادی طنزآمیز و عده ای انتقادی - انتقادی هنری یا سیاسی - هستند. از این نظرگاه، شباهت زیادی بین فیلم خبری سینمایی و جنگ تلویزیونی وجود دارد. نمونه های این برنامه، که هنوز هم از تلویزیونهای امریکا پخش می شوند، عبارتند از: برنامه ۶۰ دقیقه^۱ که توسط «سازمان

1. *Sixty Minutes*

رادیو تلویزیون کلمبیا» [این برنامه در دو سال گذشته به صورت یکی از محبوبترین برنامه‌های تلویزیونی آمریکا در آمده است] (۱۳). اولین سه‌شنبه^۱ و آخر هفته^۲ که از شبکه رادیو تلویزیون ملی پخش می‌شوند.

ج) پخش زنده^۳

از ابتدای ظهور تلویزیون تا ۱۹۵۸ یعنی تا زمانی که دستگاه ضبط تصویر تلویزیونی^۴ به بازار وارد شد، تصاویری که توسط دوربین تلویزیون گرفته می‌شد، به طور مستقیم به آنتن پخش تلویزیونی منتقل و پخش می‌شد به طوری که پخش رویدادها، همزمان با وقوع آنها، مهمترین کار تلویزیون بود. با ظهور دستگاه ضبط تصویر تلویزیونی و امکان ویرایش الکترونیکی [بدون احتیاج به بریدن نوار] و همچنین استفاده روزافزون از فیلم در تلویزیون، پخش زنده رویدادها از طریق تلویزیون بشدت کاهش یافت. ولی بزودی پیشرفتهای سریع و شگفت‌انگیزی در صنعت تلویزیون و الکترونیک به وجود آمد که موجب شد دوباره پخش زنده در دهه ۱۹۶۰ و خصوصاً دهه ۱۹۷۰ در دو جهت مهم گسترش یابد: یکی در پخش مستقیم^۵ مسابقات و رویدادهای ورزشی، و دیگری در پخش مستقیم رویدادهای خبری. پخش مستقیم همیشه در مورد پخش يك برنامه به طور زنده - همزمان با اتفاق رویداد - هست، با این تفاوت که رویداد در خارج از استودیو اتفاق می‌افتد و از همانجا مستقیماً توسط دوربینها و واحدهای سیار تلویزیونی برای پخش به مرکز تلویزیونی ارسال می‌شود. از این نظر برای پخش يك برنامه که از طریق پخش مستقیم ارائه می‌شود ممکن است مجبور شوند برنامه‌های معمولی را متوقف سازند، تا به جای آن برنامه زنده را پخش کنند.

مهمترین برنامه تلویزیونی که به طور مرتب از پخش مستقیم رویدادهای ورزشی استفاده می‌کند برنامه دنیای پهناور ورزش^۶ است که سالهاست از «شبکه رادیو تلویزیون آمریکا» به طور هفتگی پخش می‌شود. این برنامه، یکشنبه‌ها پخش می‌شود، و چون در روزهای یکشنبه معمولاً چندین رویداد ورزشی مهم در نقاط مختلف آمریکا به طور تقریباً همزمان رخ می‌دهند، برگزارکنندگان این برنامه نیز، برای تنوع و جلب تماشاگر بیشتر، از پخش مستقیم و متناوب این رویدادها استفاده می‌کنند. مثلاً يك ربع از يك مسابقه اتومبیلرانی را نشان می‌دهند، سپس ده دقیقه از يك مسابقه فوتبال، بیست دقیقه از يك مسابقه تنیس و ده دقیقه از يك مسابقه دومیدانی و سپس باز به مسابقه اول باز می‌گردند، یا، در مواقعی که مسابقه یکتواخت می‌شود یا رویداد ورزشی دیگری به لحظات حساس می‌رسد، از يك مسابقه به مسابقه دیگر می‌جهند.

اجرای چنین برنامه‌ای، مانند اجرای برنامه‌های تلویزیونی مربوط به مسابقات المپیک، مستلزم سازمان بسیار وسیع فنی و خیرگزاری و نیروی انسانی متعدد و متبحر و بالأخره سرمایه

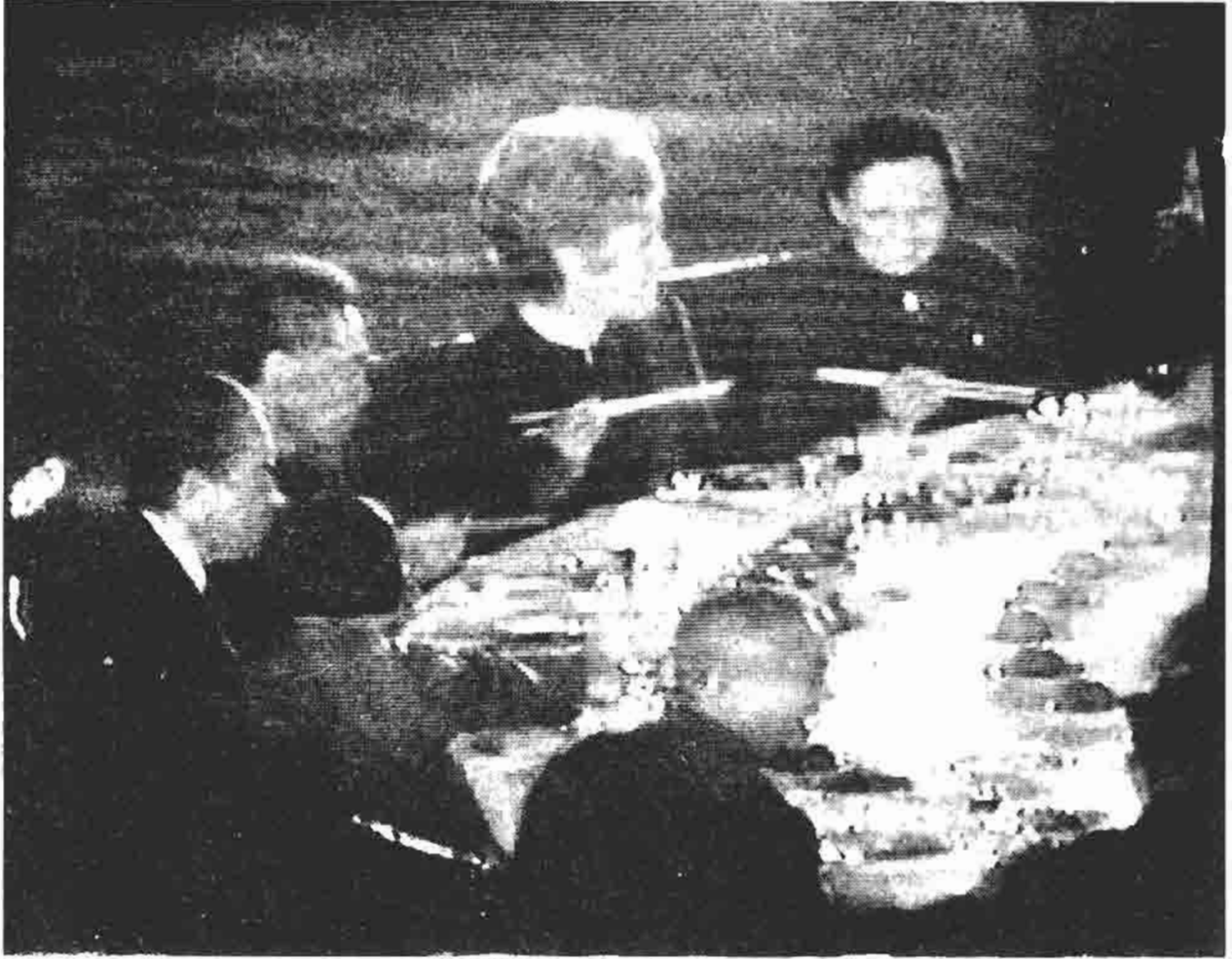
1. First Tuesday 2. Weekend 3. Live broadcast 4. Video tape recorder
5. Direct transmission 6. ABC's Wide World of Sports

اولیه معتابهی است. ناگفته نماند که صرف هزینه گزاف برای بخش این گونه برنامه‌ها درآمد شگفت‌آوری را نیز به دنبال دارد. مثلاً هزینه بخش برنامه‌های المپیک ۱۹۷۶ مونرآل برای «سازمان رادیو تلویزیون امریکا» که حق انحصاری بخش این برنامه‌ها را در امریکا داشت، به رقمی در حدود ۳۵ میلیون دلار رسید، در حالی که در آمد آن از طریق فروش آگهی بالغ به ۸۵ میلیون دلار شد (۱۴).

بخش مستقیم برنامه‌های خبری، شامل بخش وقایع سیاسی (بخش مراسم رأی‌دهی و انتخابات در امریکا و انگلیس، بخش بررسی‌های سنای امریکا در مورد افتضاح واترگیت) و رویدادهای خبری (مراسم تشییع جنازه جان‌کندی رئیس‌جمهور امریکا، مراسم عزاداری دوگل رئیس‌جمهور فرانسه و مائو رئیس‌جمهور چین) می‌شود. امکان بهره‌برداری وسیع از ماهواره‌های مخابراتی که هم اکنون همه کره زمین را زیر پوشش خود دارند، به این نوع برنامه مستند تلویزیونی اهمیت دائم‌التزایدی داده است و در آگاه کردن مردمان کشورهای مختلف با مسائل یکدیگر، سهم‌شدن در غم و شادی هم و نزدیکتر شدن آنها به یکدیگر کمک بسیار کرده است. شاید «دهکده جهانی» مارشال مک‌لوهان دارد به این وسیله جامه عمل می‌پوشد!

بخش زنده سوء قصد به هاروی آزوالد، قاتل پرزیدنت کنلی (۱۹۶۳)





پخش زنده سفر ریچارد نیکسون رئیس جمهور امریکا به چین (۱۹۷۲)
پخش زنده ماه نوردان امریکا از ماه



چ) اشکال دیگر مستند تلویزیونی

علاوه بر انواع مستند تلویزیونی که تاکنون نام برده شده است، تلویزیون به تهیه و پخش مستندهای دیگری نیز دست می‌زند. فیلمهای مستند مردم‌شناسی یا فیلمهایی که درباره طبیعت و جانوران ساخته می‌شوند از این دسته‌اند.

چون این نوع فیلمها معمولاً جنبه خبری ندارند، بسیاری اوقات سازمانهای تلویزیونی خود آنها را تهیه نمی‌کنند و ترجیح می‌دهند که فیلمهای ساخته شده توسط گروهها و سازمانهای دیگر را نشان دهند. در این مورد، نقش تلویزیون فقط به عنوان توزیع کننده است.

ارجاعات

بخش ۱. فیلم مستند و فیلم داستانی

1. MacCann, Richard D. "Documentary Film and Government", *The American Cinema*. Ed. Donald E. Staples, Washington D. C., 1973, p. 159.
2. Snyder, Robert L. *Pare Lorentz and the Documentary Film*. Norman, Oklahoma: University of Oklahoma Press, 1968, p. 3.
3. Rotha, Paul with Sinclair Road and Richard Griffith. *Documentary Film*. Revised. New York: Hastings, 1952.
4. Rotha, Paul. *The Film Till Now, a Survey of World Cinema*. London: Spring Books, 1967.
5. *Op. cit.* . Paul Rotha with Sinclair Road and-, *Documentary Film*. p. 105
6. Madsen, Roy Paul. *The Impact of Film, how ideas are communicated through cinema and television*. New York: McMillan Publishing Co., Inc., 1973, p. 317.
7. *Op. cit.* ,Robert L. Snyder, p. 3.
8. ترجمه آزادی از نوشته‌های گریسن از کتاب زیر:
Grierson on Documentary. Ed. Forsyth Hardy. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1966, pp. 140-147.
9. Youngblood, Gene. *Expanded Cinema*. New York: E.P. Dutton, and Co., Inc., 1970, p. 80.
10. Renan, Sheldon. *An Introduction to the American Underground Film*. New York: E.P. Dutton and Co., Inc., 1967, p. 193.
11. راود، ریچارد، گذار، ترجمه حسام اشرفی، تهران، سازمان چاپ و بخش پنجاه و یک، ۱۳۵۲، ص ۱۳۴.
12. Klee, Paul. *Diaries*. Ed. Flix Flee. Berkeley: University of California Press, 1964.
13. *Information Please Almanac*. 1975. Ed. Ann Golen Paul, (29th Edition). New York: Dan Golen Paul Associates, 1974.

۱۴. این موضوع توسط آقای جان چی تاك (John Chittock) خبرنگار فیلمهای مستند صنعتی روزنامه معتبر تایمز اقتصادی طی کنفرانس مربوط به «صفحه تلویزیونی» که در آوریل ۱۹۷۶ در لندن برگزار شد، عنوان گردید.
15. Zimmerman, Paul. "Movies on the Tube". *Newsweek*. April 10, 1972.
16. Sarlat, Paul. "Actors' Salaries: let's make a deal," *Film Comment*. July-August, 1975, p. 31.
۱۷. اطلاعات مربوط به سه فیلم اخیر توسط نماینده برادران وارنر در انگلستان، ضمن ملاقاتی در لندن در آوریل ۱۹۷۶ به نگارنده داده شد و یاره ای از آنها نیز در مقاله زیر تأیید گردید:
- Les Brown. "U.S. TV and film concerns increase investment in BBC Productions", *The New York Times*. March 9, 1976, p. 58M
- عنوانهای مذکور، عنوانهای موقت فیلمهاست و در زمان نگارش این کتاب، امکان تغییر در پاره ای از آنها وجود داشت.
18. "The Porno Plague", *Time*. April 5, 1976. p. 49.
19. Cooper, Arthur. "Flying Flicks", *Newsweek*. August 21, 1972, p. 35.
20. *International Film Guide, 1976*. Ed. Peter Cowie. New York: The Tantivy Press, 1976, pp. 375-396.

بخش ۲. پایه های اقتصادی فیلم مستند - مقدمه

۱. نایت، آرتور، تاریخ سینما ترجمه نجف دریا بندری، تهران، امیرکبیر، ۱۳۴۱، ص ۶۲.
2. Gertner, Richard. Ed., *International Motion Picture Almanac*. New York: Quigley Publishing Co., Inc., 1975, p. 36A.
3. Knight, Arthur. "U.S. Contemporary Cinema Scene", *The American Cinema*. Ed. Donald E. Staples. Voice of America Forum Series. Washington D.C.: United States Information Agency, 1973, p. 418.
4. Bacheller, Martin A. Editor in Chief, *The CBS News Almanac, 1977*. Maplewood, N.J.: Hammond Almanac, Inc., 1976, p. 842.
5. *Op. cit.*, Richard Gertner, p. 34A.
6. "Movies, Reaching for the Brass Ring", *Time*, May 31st, 1976, p. 42.
7. Toeplitz, Jerzy. *Hollywood and After*. (Trans.) Boleslaw Sulik from Polish. Chicago: Henry Regnery Co., 1974.
۸. نایت، آرتور: کتاب پیشین، ص ۶۲ و ۶۳.
9. *Op. cit.*, *Time*.
10. *Op. cit.*, *Time*.
11. Kroll, Jack. "Going Ape - again", *Newsweek*. December 20, 1976, p. 45.
12. Gerbner, George and Larry Gross, "The Scary World of TV's Heavy Viewer", *Psychology Today*. April, 1976, p. 44.

۱۳. برای بررسی بیشتر در مورد شخصیتها و موضوعهای باسمة ای در فیلمهای داستانی آمریکایی به کتاب زیر مراجعه شود:

Mancel, Frank. *Film Study, a Resource Guide*. Granbury, N.J.: Associated University Press Inc., 1973, pp. 88-123.

14. Kaba, Wayne. "Four - Walling", *Film Comment*. November - December, 1975, p. 30.
15. Zimmerman, Paul. "Queen of the Blues", *Newsweek*, September 17, 1973, p. 60.
16. Mast, Gerald. "The Studio Years", *The American Cinema*, Ed. Donald E. Staples, Voice of America Series. Washington D.C.: United States Information Agency, 1973, pp. 261-272.

۱۷. برای اطلاع بیشتر از تغییرهایی که در این دوره در نظام فیلمسازی هالیوود به وجود آمدند، به کتاب زیر مراجعه کنید:

MacCann, Richard Dyer. *Hollywood in Transition*. Boston: Houghton Mifflin Co., 1962.

18. Ibid. p. 118.
۱۹. تهیه کننده به شخص یا گروه یا سازمانی گفته می شود که سرمایه لازم و همه امکانات را برای تولید فراهم می کند و تصمیم نهایی را در مورد انتخاب فیلمنامه و کارگردان و آدمهای مؤثر تولید می گیرد.
۲۰. این حرفی است که گریفیث با الهام از کنراد همیشه آن را بر زبان می راند.
21. *Op. cit.*, Richard Dyer MacCann, pp. 140-141.
22. Mayer, Michael F. *The Film Industries, Practical Business / Legal Problems in Production, Distribution and Exhibition*. New York: Hastings House, Publishers, 1973, pp. 121-122.
23. Ibid. pp. 126-130.
24. Ibid. pp. 130-131.

فصل اول. حمایت مالی دولت از فیلم مستند

۱. تعداد کارکنان بخش فیلمسازی ارتش آمریکا به قدری زیاد است که در سالهای دهه ۱۹۷۰، صنعت سینما و تلویزیون تجارتي آمریکا به کمک اتحادیه های فیلمسازی به مقابله با بخش فیلمسازی ارتش آمریکا برخاستند و آن را در فشار قرار دادند. در سال ۱۹۷۳ میزان بیکاری در صنعت سینما و تلویزیون هالیوود به رقم وحشتناکی رسید. اتحادیه های سینمایی می خواستند بخش فیلمسازی ارتش آمریکا کارکنان رادیویی، تلویزیونی و سینمایی خود را از میان اعضای این اتحادیه ها برگزینند. یکی از علل مهم افزایش بیکاری، قوانین و رفتارها و عملکردهای خود این اتحادیه های هنری است. قوانین این اتحادیه ها بسیار خشک و تشریفاتی هستند. این اتحادیه ها که زمانی بسیار پیشرو بودند و برای به دست آوردن حقوق پایمال شده ضعیفا و هنرمندان کوشش کردند، اکنون به قدرت رسیده اند و فقط در فکر بقای وضع موجود و نفع خویش اند. ساعات کار، نحوه کار، مبهمی مرز مسئولیت اتحادیه های مختلف، افزایش سریع و نامتناسب مزایای شغلی، پیدایش تولید و توزیع کنندگان مستقل، فزونی آگاهی عمومی نسبت به فیلم خوب، رقابت تلویزیون و عوامل دیگر موجب شده اند که کارهای فیلمسازی آمریکا به خارج، به اروپا، آسیا یا افریقا منتقل شوند و کارکنان صنعت سینما و تلویزیون در آمریکا بیکار گردند.

2. Hughes Robert.(Ed.), *Film Book 1: The Audience and the Filmmaker*. New York: Grove, 1959, pp. 28-29.

3. Barnouw, Erik. *Documentary: a history of the non-fiction film*. New York: Oxford University Press, 1974, p. 164.
4. Ibid.
5. Barsam, Richard Meran. *Non-fiction film: a critical history*. London: George Allen and Unwin Ltd., 1973, pp. 98-108.
6. *Op. cit.*, Erik Barnouw.
7. *Op. cit.*, Erik Barnouw.
8. Grierson, John. *Grierson on Documentary*. Forsyth Hardy. (Ed.) Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1966, pp. 26-30.

فصل دوم. حمایت مالی صنایع و شرکتها از فیلم مستند

1. Rosenthal, Alan, *The New Documentary in Action: a casebook in filmmaking*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1971, pp. 238-248.

۲. برای نگارش این قسمت، علاوه بر چندین بار دیدن فیلم، از کتاب زیر استفاده شده است:

Barnouw, Erik. *Documentary: a history of non-fiction film*. New York: Oxford University Press, 1974, p. 276-279

فصل سوم. حمایت مالی ایستگاهها و شبکه‌های رادیوتلوویزیونی از فیلم مستند

1. *Information Please Almanac, Atlas and Yearbook, 1975*. Ann GolenPaul. New York: Dan GolenPaul Associates, 1974, p. 697.
2. Ibid.
3. Ibid. p. 709.
4. Cogley, John. *Report on Blacklisting, I: Movies*. Fund for the Republic, 1956.
5. *Red Channels: The Report of Communist Influence in Radio and Television*. New York: American Business Consultants, 1950.
6. Barnouw, Erik. *The Golden Web: a history of broadcasting in the United States*, V, II 1933-53. New York: Oxford University Press, 1968, pp. 253-283.
7. Halberstam, David. "CBS: The power and the profits". *Atlantic*, January 1976, p. 52.

۸. برای اطلاع بیشتر از زیروبمهای برنامه‌نگاهی به رویدادهای روز به کتاب زیر مراجعه کنید:

Friendly, Fred W. *Due to Circumstances Beyond Our Control...* New York: Random House, 1967, pp. 3-98.

9. Barnouw, Erik. *Tube of Plenty, The Education of American Television*. New York: Oxford University Press, 1975, p. 173.
10. Halberstam, David. "CBS: The Power and the Profits", *Atlantic*, January 1976, p. 70.
11. Ibid.

12. *Op. cit.*, Erik Barnouw, *Documentary: a history of non-fiction film*, p. 227.

فصل چهارم. حمایت سازمانهای بین‌المللی از فیلم مستند

1. *United Nations 16mm Film Catalogue 1975-76*. New York: U.N. Office of Public Information.
۲. برای آگاهی از فیلمهایی که تحت حمایت و نظارت سازمان ملل متحد ساخته شده‌اند، به منبع زیر مراجعه فرمایید:

United Nations Visual Information Board Secretariat, *Catalogue of Films by The United Nations Family on International Development*. Revised Edition. New York: United Nations, 1973.

فصل پنجم. حمایت مالی نهادهای اجتماعی از فیلم مستند

۱. منظور از تصویربرداری، کاری است که دوربین یا متصدی دوربین تلویزیونی انجام می‌دهد این اصطلاح در تلویزیون در برابر اصطلاح فیلمبرداری در صنعت فیلم به کار گرفته می‌شود.
2. Goldberg, Mike. *Video Exchange Directory*. Vol. II, Vancouver. B.C., 1972.

۳. برای اطلاع بیشتر در مورد تلویزیون کابلی به کتاب زیر مراجعه کنید:

On the Cable: The Television of Abundance. Report of the Sloan Commission on Cable Communications. New York: McGraw-Hill Book Company, 1971.

4. Epstein, Renee. "TFTV", *Film Comment*, September-October, 1975, p. 34.

بخش ۳. روشهای سینمای مستند - مقدمه

1. Madsen, Roy Paul. *The Impact of Film*. New York: MacMillan Publishing Co., Inc., 1973, pp. 323-326.

فصل اول. فیلمبرداری با استفاده از فیلمنامه

۱. برای آگاهی بیشتر از مراحل مختلف تهیه و تولید فیلم مستند به روس منظم مرسوم، به کتاب زیر رجوع کنید.

Badelley, W. Hugh. *The Technique of Documentary Film Production*. Revised Edition. New York: Hastings House Publishers, 1969.

فصل دوم. بازسازی

1. Wright, Basil. *The Long View: a personal perspective on world cinema*. London: Secker and Warburg, 1974, p. 504.
2. "Watergate on Film", *Time*, March 29, 1976, pp. 40-45.

فصل سوم. نظیره‌سازی

1. Watkins, Peter. "The War Game", *The New Documentary in Action; a casebook in*

- filmmaking*, by Alan Rosenthal. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1971, p. 154.
2. Ibid. pp. 154-55.
 3. Green, Galvin. "Punishment Park", *Cinéaste*, Vol. V, No. 2, Spring 1972, pp. 31-32. And: Jay Cocks. "Shades of Madness", *Time*, October 18, 1976, p. 62.

فصل چهارم. نمایشی کردن

1. McCormick, Ruth. "Salt of the Earth", *Cinéaste*. Vol. V, No. 4, Winter 1973, pp. 53-54.
2. Sandford, Jeremy. "Cathy Come Home", *The New Documentary in Action: a casebook in filmmaking*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1971, p. 170.
3. Ibid. p. 172.
4. Ibid. p. 168.
5. Ibid. p. 175.

فصل پنجم. مصاحبه و گفتگو

1. Bluem, William A. *Documentary in American Television*. New York: Hastings House, Publishers, 1965, pp. 270-274.
2. Marcorettes, Louis. *Living Cinema: a new directions in contemporary filmmaking*. London: George Allen and Unwin Ltd., 1970, pp. 151-152.

فصل ششم. روایت

1. Barnouw, Erik. *Documentary: a history of non-fiction film*. New York: Oxford University Press, 1974, pp. 59-60
2. Klane, Wolfgang and Manfred Lichtenstein (Eds.) *Sowjetischer Dokumentarfilm*. Berlin: Staatliches Filmarchiv der DDR, 1967, p. 70.
3. Madsen, Roy Paul. *The Impact of Film*. New York: MacMillan Publishing Co., Inc., 1973, pp. 107-110.
4. Ibid. p. 108.
5. Ibid. p. 411.

فصل هفتم. گردآوری

1. Leyda, Jay. *Films Beget Films*. New York: Hill and Wang, 1964, pp. 22-28.
2. Barnouw, Erik. *Documentary: a history of non-fiction film*. New York: Oxford University Press, 1974, p. 66.
3. Rotha, Paul. *Documentary Film*. London: Faber and Faber, 1952, p. 261.
4. Barsam, Richard Meran. *Non-fiction Film: A critical history*. New York: Hastings House,

Publishers, 1965, p. 211.

5. Sussex, Elizabeth. *The Rise and Fall of British Documentary*. Berkeley: University of California Press, 1975, p. 138.
6. *Op. cit.*, Erik Barnouw, *Documentary: a history of non-fiction film*.

فصل هشتم. بدیهه سازی

1. Michele, Russel. "A Woman Under the Influence", *Cinéaste*. Vol. VII, No. 1, Fall 1975, pp. 34-36.
2. Morgenstern, Joseph. "Pressure Cooker", *Newsweek*, Dec., 16, 1968, p. 58.
3. *Ibid.*
4. Sarris, Andrew. *The American Cinema*. New York: E. P. Dutton and Co., Inc., 1968, p. 209.

فصل نهم. سینمای پنهانکار

1. Funt, Allen. "What do you say to a naked lady?", *The New Documentary in Action: a casebook in filmmaking*, (Ed.) Alan Rosenthal. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, p. 252.
2. *Ibid.*
3. *Ibid.*
4. *Ibid.* p. 258.

فصل دهم. فیلم خبری سینمایی

1. Leyda, Jay. *Kino: a history of the Russian and Soviet film*. London: George Allen and Unwin Ltd., 1960, pp. 405-406.
2. Bowen, Harold G. "Thomas Alva Edison's Early Motion Picture Experiments", *Journal of the Society of Motion Picture and Television Engineers*, September 1955, p. 508.
3. Low, Rachel and Roger Manvell. *The History of the British Film I*. London: Allen and Unwin, 1948, p. 23.
4. *Op. cit.*, Jay Leyda. *Kino: a history of the Russian and Soviet film*.
5. *Ibid.* p. 407.
6. *Fielding, Raymond. The American Newsreel, 1911 - 1967*. Norman (USA): University of Oklahoma Press, 1972, pp. 9-10.
7. *Ibid.* P. 56.

۸. جنگ امریکا و اسپانیا (۱۸۹۸) برای رهایی کوبا از استعمار اسپانیا بود. صحنه این جنگ در کوبا بود.

9. Smith, Albert. *Two Reels and a Crank*. Garden City, N. Y.: Doubleday 1952, p. 56.

10. *Op. cit.*, Raymond Fielding.
 11. *Op. cit.*, Albert Smith, p. 66.
 12. *Op. cit.*, Raymond Fielding, p. 33.
 13. *Ibid.* p. 51.
۱۴. جنگ بین آفریقای جنوبی، ترانسوال و بریتانیای کبیر. بوئرها ساکنان هلندی الاصل آفریقای جنوبی بودند. بوئرها در این جنگ می‌خواستند از نفوذ بریتانیای کبیر که به منابع طبیعی آفریقای جنوبی چشم داشت جلوگیری کنند.
15. Strebel, Elizabeth Grottle. "Primitive Propaganda: The Boer War Films", *Sight and Sound*. Vol. 46, No. 1, Winter 1976-77, p. 45.
 16. *Op. cit.*, Raymond Fielding, *The American Newsreel, 1911-1967*, p. 43.
 17. *Ibid.* pp. 44-45.
 18. *Moving Picture World*, July 29, 1911, p. 179.
 19. *Op. cit.*, Raymond Fielding, *The American Newsreel, 1911-1967*, pp. 77-79.
 20. *Ibid.* p. 107.
 21. *Ibid.*
 22. *Ibid.* pp. 116-117.
۲۳. جنگ وردن جنگ فرسایشی آلمان و فرانسه در ۱۹۱۶.
24. *Op. cit.*, Raymond Fielding, p. 125.
 25. *Op. cit.*, Jay Leyda, pp. 31-33.
 26. *Ibid.* p. 33.
 27. *Ibid.* p. 161.
 28. *Ibid.*
 29. *Ibid.* pp. 166-167.
 30. *Op. cit.*, Raymond Fielding, p. 128.
 31. *Ibid.* p. 161.
 32. *Ibid.* p. 166.
 33. *Ibid.*
 34. Barnouw, Erik. *Documentary: a history of non-fiction film*. New York: Oxford University Press, 1974, p. 112.
 35. *Op. cit.*, Raymond Fielding, p. 231.
 36. *Ibid.* pp. 231-232.

37. Ibid. pp. 270-287.
38. Ibid. p. 289.
39. Ibid. p. 293.
40. *Motion Picture Herald*, June 5, 1937, p. 72.
41. *Op. cit.*, Raymond Fielding, p. 306
42. Ibid. p. 309.

فصل یازدهم. مستند تلویزیونی

1. Bluem, A. William. *Documentary in American Television*. New York: Hastings House, Publishers, 1965, p. 100.
2. Ibid. pp. 105-106.
3. Ibid. p. 117.
4. Ibid. p. 133.
5. Ibid.
6. Swallow, Norman. *Factual Television*. New York: Hastings House, Publishers, 1966, p. 84.
7. Ibid. p. 90.
8. *Op. cit.*, A. William Bluem, p. 147.
9. Ibid. p. 157.
10. Ibid. p. 159.
11. Ibid.
12. Ibid. p. 194.
13. Margulies, Lee. "The Year of the Magazine", *Los Angeles Times*, June 30, 1977, p. 21.
14. Fiddick, Peter. "TV Learns Montreal's Lessons" *The Guardian*, Monday, August 9th, 1976, p. 9.



<http://www.facebook.com/groups/BashgaheKetab/>

<http://bashgaheketab.blogspot.com/>