

داستان بازاری، داستان نویسنده بازاری

کامران پارسی نژاد

مقاله

پروپاگاندای ادبی و سیاسی
پرتال جلال نظامی

۸

داستان بازاری، داستان نویسنده بازاری
داستان ادبی و داستان تجلی
کامران پارسی نژاد
مصرف طرح مسائل
از دوریا: ادیبان و صاحب
استفاده درست و صحیح
ظرف گرفته نویسنده این
Commercial literature
مجانانگی و جذاب
دیگری چون ادبیات
لذت بردن، وقت گذر

arrête pas au toit de votre maison.
assurez-vous des risques de l'habitation
vous séjournerez chez une vieille tante de
visitez de la région de Barcelone, peu importe:
même que vous restiez à la maison.
www.millett.com
intermediate literature

از دیرباز ادیبان و صاحب‌نظران ادبیات در جهان، تقسیم‌بندی‌های بسیار کلی اما جامعی را برای وادی ادبیات و حتی انواع داستان در نظر گرفته‌اند. این افراد با توجه به گرایش‌ها، علایق و نوع جهان‌بینی و مخاطبین آثار ادبی، توانستند ادبیات را به دو گونه ادبیات بازاری و ادبیات باکیفیت (Quality literature و Commercial literature) تقسیم کنند. در این میان، برای ادبیات بازاری و باکیفیت، نام‌های دیگری چون ادبیات تفریحی (Escape literature) و ادبیات تحلیلی (Interpretive literature) نیز ساخته شد.

اندیشمندان عرصه ادبیات، بر همین اساس، انواع داستان و رمان را هم گونه‌بندی کردند؛ و بدین ترتیب، داستان بازاری، داستان تفریحی، داستان ادبی و داستان تحلیلی متولد گشتند.

همان‌طور که از اسم انواع داستان فوق مشخص است، داستان ادبی به مجموعه آثاری اطلاق می‌شود که نویسنده تمام هم خود را مصروف طرح مسائل عمیق و پیچیده زندگی، خلق داستانی منسجم با اسکلت‌بندی پایدار، ایجاد ارتباط منطقی میان سازه‌های داستانی، استفاده درست و صحیح از واژگان، و خلق تصاویری بدیع از منظری خاص می‌کند. در صورتی که داستان بازاری، به مسائل سطحی و ساده زندگی می‌پردازد، و صرفاً قصد دارد اوقات فراغت خواننده را به نحو دلپذیر پر کند. این گونه آثار، از خواننده نمی‌خواهد تا در طول داستان به تفکر و اندیشه بپردازد، و اصطلاحاً داستان را تحلیل موشکافانه کند. در این قبیل آثار، نویسنده تنها می‌خواهد یک سلسله حوادث هیجان‌انگیز و جذاب خلق کند. او به خوبی می‌داند که خوانندگان آثارش در پی چه هستند؛ حادثه و دنبال کردن رویدادهای داستانی، هیجان، لذت بردن، وقت‌گذرانی، تفریح، همذات‌پنداری یا شخصیت اصلی داستان و...

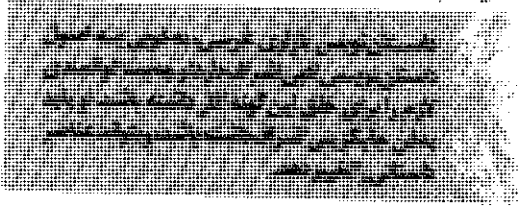
لازم به ذکر است، موارد گفته‌شده، در داستان تحلیلی هم وجود دارد؛ اما اصل و هدف نیست. بلکه جزء کوچکی از هدف خواننده تحلیلگر، لذت بردن از داستان و همذات‌پنداری است. خواننده آثار ادبی، با توجه به شرایط پدیدآمده، گاه با شخصیت‌های منفی یا فرعی داستان هم همذات‌پنداری می‌کند. در صورتی که خواننده آثار بازاری، تنها در پی شخصیت اصلی داستان است، و همواره او را موفق و پیروز می‌خواهد.

در دهه اخیر و حتی پیش از آن، داستانهای بازاری بی‌شماری در غرب خلق شدند. این در حالی بود که نویسنده‌های این گونه آثار، به صراحت به این مسئله اعتراف می‌کردند؛ و از اینکه آنها را نویسنده داستان بازاری قلمداد کنند، ابایی نداشتند. در صورتی که در ایران، این اصطلاح بد تعبیر شده؛ و غالباً، نویسنده‌ها از اینکه آثارشان را «بازاری» خطاب کنند، شدیداً دلخور و ناراحت می‌شوند.

پدید آمدن چنین دگرگونی‌ای در عرصه ادبیات (یعنی گرایش بیش از حد تصور نویسندگان به خلق آثار بازاری) به شرایط اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی... ملل مختلف بازمی‌گردد. نویسنده داستان بازاری، به عمد و با میل و گرایش درونی خود، تصمیم می‌گیرد این گونه آثار را خلق کند. در عین حال که، در زمینه تولید آثار ادبی ارزشمند، در خود ناتوانی احساس نمی‌کند. درحالی که عدم خلق آثار ارزشمند تحلیلی توسط نویسنده، در ایران، حمل بر ناتوانی و نداشتن آگاهی لازم قلمداد می‌شود. در غرب، هر نویسنده‌ای، پیش از آنکه به طور جدی به خلق آثار خود بپردازد، خود را بر سر یک دوراهی می‌بیند، او می‌بایست یک راه را انتخاب کند. یا داستان بازاری خلق کند یا داستان صرفاً ادبی و خاص. کمتر دیده شده که نویسنده‌ای بتواند در دو عرصه وارد شده و قلم بزند و به موفقیت هم برسد. او می‌داند که داستان بازاری در جهان مخاطبین بیشتری دارد و لاجرم ثروت و شهرت زیادی می‌تواند نصیب نویسنده

کند. در صورتی که آثار ادبی غنی و ارزشمند، که دارای پیچیدگی‌هایی در طرح و مضمون‌اند، آن چنان مخاطب ندارند؛ تنها معدودی اندیشمند و متفکر، در پی آنها هستند.

نویسنده داستان بازاری، بیشتر در پی کسب پول و چاپ سریع آثار خود است. اما این مسئله باعث نمی‌شود تا او بسیار ناآگاهانه دست به کار شود، و هیچ قانون و معیاری را برای خلق داستانش در نظر نگیرد. خلق آثار ادبی و تحلیلی، نیازمند پیروی از قوانین و اصولی خاص است. آثار بازاری نیز برای خود قوانینی خاص دارد، که نویسنده برای رسیدن به آمالی خود، باید آنها را رعایت کند. نویسنده این گونه آثار، درحقیقت



باید خواننده و ناشر آثار خود را راضی کند. بدین منظور، نویسنده آثار بازاری، باید تکنیک خاصی را مد نظر داشته باشد، و دقیقاً اصول داستان بازاری‌نویسی را رعایت کند.

برخی به اشتباه گمان می‌کنند که هر کس بتواند یک جمله یا یک بند (پاراگراف) را به درستی بنویسد و تا حدودی به عناصر داستانی آشنا باشد، می‌تواند داستان بازاری خلق کند.

در مرحله نخست، نویسنده داستان بازاری باید معیارهای اصولی حاکم بر داستان تحلیلی را نقض کند و از این قوانین، فاصله بگیرد. نقض قوانین، مستلزم داشتن آگاهی کافی به اصول داستان‌نویسی تحلیلی است. برای شکست دشمن، باید او را خوب شناخت. داستان‌نویس بازاری غربی، به خوبی به اصول داستان‌نویسی ادبی اشراف دارد؛ و چه‌بسا توانمندی لازم را برای خلق این گونه آثار داشته باشد. او باید به فن جایگزینی اشراف داشته باشد، و بتواند عناصر داستانی را تغییر دهد. او باید حتی شناخت کافی از ناشر آثارش داشته باشد؛ و بداند که در هر دوره و زمانی، مردم عامی، طالب چه نوع داستان‌هایی هستند.

منتقدین و صاحب‌نظران وادی ادبیات، بدین منظور اصول و قوانینی را منظور داشته‌اند، که می‌تواند راهگشای نویسنده رمان بازاری باشد. این قوانین، در غالب داستان‌های تفریحی، پلیسی، خیالی، ماجراجویانه، رمانس... هم می‌تواند وجود داشته باشد.

ناشران این گونه آثار هم، به سهم خود، از بازار کتاب و گرایش و تمایلات خواننده آثار بازاری اطلاع کافی دارند، و می‌دانند داستان بازاری از چه ویژگی‌هایی باید برخوردار باشد و چه نوع مضامینی در این قبیل آثار طرح گردد.

معمولاً نویسنده‌های داستان بازاری، که به دلایل مختلف حاضر به پیروی از قوانین مطروحه نیستند، چه از روی ناآگاهی و چه از صداقتی که در وجود خود احساس می‌کنند، در اندک زمانی باید با وادی داستان‌نویسی خداحافظی کنند. این افراد، چونان مسافرانی هستند که راهی را برگزیده‌اند، اما در میانه آن بازمانده‌اند، و یا به‌طور کلی از مسیر اصلی خود منحرف شده‌اند.

همان‌طور که ذکر شد، بسیاری از مردم، داستان را برای لذت و گذران وقت می‌خوانند. این گرایش به داستان، حتی در میان برخی دانشجویان عرصه‌های مختلف علمی (غیر از علوم انسانی)، وجود دارد. این افراد گمان می‌کنند که داستان، تنها گذران اوقات است؛ و غالباً چنین اظهار می‌کنند که داستان نمی‌خوانند، چون وقت مطالعه داستان را ندارند و

بی کار نیستند.

خواننده داستانهای بازاری نمی‌خواهد با مفاهیم پیچیده روبه‌رو شود، ذهن شخصیت‌های داستانی را تحلیل، و به نثر و ساختار داستان توجه کند. نویسنده داستان بازاری، با علم بر این مسئله، هنگام خلق داستان خود، به قوانین زیر توجه دارد:

«خلق یک شخصیت بسیار محبوب، دوست‌داشتنی و قابل اعتماد، که بتواند بر مشکلات و سختی‌های پیش روی خود فایز آید. او باید با حوادث غریب، بزرگ و ظاهراً غیر قابل حل دست و پنجه نرم کند. در این راستا، او باید شخصاً با مشکلات عظیم و پیچیده روبه‌رو شود، و از کسی یاری نگیرد. بسیاری از داستانهای بازاری که فروش خوبی نداشته‌اند، به سبب عدم پیروی نویسندگانشان از قوانین ذکر شده است. معمولاً نویسندگان این گونه آثار، به چنین اصولی پایبند نبوده‌اند:

الف) شخصیت اصلی داستانشان، به اندازه کافی محبوب و دوست‌داشتنی نبوده است.

ب) شخصیت اصلی، به تنهایی مشکلات خود را برطرف نکرده، و در پایان راه، افراد و گروه‌های خاصی چون پلیس، به کمک او آمده‌اند.

ج) داستان فاقد حوادث بسیار و پشت سر هم بوده است.

د) حوادث داستانی، به اندازه کافی تکان‌دهنده و عجیب نبوده‌اند.

ه) پایان داستان، قابل پیش‌بینی بوده است.

و) هدف، به اندازه کافی ارزشمند نبوده است.

پلیس، پیش از آنکه شخصیت اصلی داستان به قتل رسد. از سوی دیگر، نویسنده داستان بازاری باید تمام هم خود را مصروف بیان حالات، احساسات و عواطف شخصیت اصلی داستان کند. لازم نیست او روحیه و حالات درونی تمام شخصیت‌های داستانی را بیان کند، خواننده داستان بازاری دوست دارد هنگام با شخصیت اصلی داستان پیش برود. با او بگریزد، بخندد، دچار هیجان شود، بترسد و رنج ببرد. خواننده پس از سهیم شدن در حالات روحی قهرمان داستان، درست زمانی که قهرمان، پیروز از میدان بیرون می‌آید، دچار لذتی خاص می‌شود. او احساس می‌کند خودش تمامی این مصائب را پشت سر گذاشته، و اصطلاحاً، قهرمان داستان است.

در داستان بازاری، نویسنده باید بسیار کوشش کند تا پایان داستان، قابل پیش‌بینی نباشد. خواننده به هیچ عنوان نباید دست او را بخواند. خلق این گونه آثار، شباهت زیادی به بازی شطرنج دارد. نویسنده یک سوی میز نشسته است و خواننده سوی دیگر میز. خواننده در این بازی، حتی نباید حرکت بعدی نویسنده را حدس بزند. اصولاً هر چه خواننده غافلگیرتر شود، بیشتر به داستان علاقه‌مند می‌شود.

البته خواننده داستان بازاری می‌داند که در پایان، قهرمانش پیروز خواهد شد، با این حال دوست دارد در هر لحظه، با صحنه یا حادثه غیر قابل پیش‌بینی‌ای مواجه شود.

جدا از این اهداف، شخصیت اصلی داستان نباید پیش پا افتاده و ابله باشد. خواننده، هیچ علاقه‌ای به دنبال کردن یک ماجرای ساده، ندارد. به‌طور مثال، او دوست ندارد قهرمان داستانش تنها در پی کسب یک شغل ساده باشد، و به‌خاطر آن، هزار ترفند و حيله را به کار گیرد. برای خواننده داستان رمان، در حال حاضر، بسیار سخت است شخصیت زنی را به خواننده بقبولاند که برای تصاحب یک مرد ثروتمند و زیبا، هرگونه تحقیری را بپذیرد.

از سویی دیگر، خواننده داستان بازاری دوست دارد در همان بخش آغازین داستان، با شخصیت اصلی داستان و شخصیت‌های فرعی دیگر آشنا شود. ایجاد هرگونه پیچیدگی در معرفی شخصیت‌ها، به نفع نویسنده داستان بازاری نیست. نویسنده، همچنین باید ماجرای اصلی داستان خود را در همان ابتدا در اختیار خواننده قرار دهد. خواننده داستان، در پی همذات‌پنداری و مواجه شدن با رویدادهایی است که قرار است سدا راه شوند. از این‌رو، او به هیچ عنوان حوصله پیدا کردن شخصیت اصلی و شناسایی او را ندارد، و دوست دارد بلافاصله، فرد مذکور در مقابل دیدگانش حاضر شود.

خواننده در همان ابتدا سؤالاتی دارد، که می‌خواهد بلافاصله، جواب آنها را پیدا کند: شخصیت اصلی داستان کیست؟ چه خصوصیات اخلاقی دارد؟ مرد است یا زن؟ پادشاه است یا برده؟ داستان در کجا اتفاق می‌افتد؟ حوادث در چه دوره و زمانی روی می‌دهد؟

جالب این است که غالب خوانندگان حرفه‌ای داستانهای بازاری، در انتخاب داستانهای مورد علاقه خود، اشتیاه نمی‌کنند. آنها به‌راحتی با خواندن عنوان داستان و تصویری که روی جلد کتاب نقش بسته است، می‌توانند به ماهیت و نوع داستان پی ببرند. از این‌رو، غالب داستانهای بازاری، دارای تصویری روی جلد هستند. معمولاً این گونه آثار، تصاویر بسیاری هم در لابه‌لای صفحات کتاب دارند، تا خواننده بتواند در شرایط خاص، بهتر، از قدرت تخیل خود استفاده کند.

لازم به ذکر است، تصویر روی جلد، بسیار حائز اهمیت است؛ و ناشر می‌تواند سرمایه‌گذاری زیادی در این راستا انجام دهد. عنوان داستانهای بازاری نیز حائز اهمیت است، و باید کنجکاوی

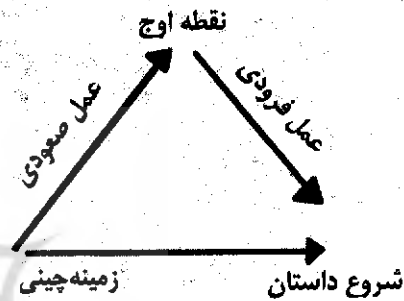
خواننده داستانهای بازاری قصد ندارد هر رویداد داستانی را به چالش بکشد و درباره آن تفکر کند. از این‌رو، نویسنده داستان بازاری، می‌تواند به‌راحتی رویدادهای زیادی را در اثر خود منظور کند، و آن چنان، مقید به ارائه دلایل مختلف برای بروز هر حادثه نباشد. خواننده داستان بازاری تنها می‌خواهد بداند چه اتفاق دیگری برای تنها شخصیت اصلی داستان قرار است روی دهد، و در پایان، سرنوشت او چیست، او البته به سرنوشت سایر شخصیت‌ها نیز علاقه‌مند است؛ اما بیشتر دوست دارد خود را در وجود شخصیت اصلی داستان بیابد، و از منظر او به حوادث داستانی نگاه کند، و عملاً خود را در مصاف با حوادث ببیند. از این‌رو، طبیعی است که او قهرمانی آرمانی را طلب می‌کند، و دوست دارد شخصیت اصلی داستان، فاقد هرگونه ایرادی باشد، چراکه انسان همواره کمالگراست، و در هنگام همذات‌پنداری، می‌خواهد بهترینها باشد.

خلق چنین شخصیتی در داستان، لاجرم طرح و اسکلت‌بندی خاصی را به وجود می‌آورد. درحقیقت، نویسنده برای خلق چنین فردی، باید یک سلسله حوادث خاص را در نظر بگیرد. همچنین، خواننده داستان، دوست دارد قهرمان او، کاری بس بزرگ و پرمخاطره انجام دهد؛ کاری که خود فرد، توانایی انجامش را ندارد. اگر قرار است او با یک خرس بزرگ درگیر شود، بهتر است این نزاع، در شرایط بسیار سختی صورت گیرد. مثلاً کنار یک دره عمیق؛ و خرس، بسیار قدرتمند و باهوش باشد. خواننده داستان، همان‌طور که در بالا ذکر شد، دوست ندارد فرد مذکور با یاری دیگران به مصاف خصم برود. از این‌رو، حتی امدادهای غیبی و یا به‌وجود آمدن یک حادثه به نفع شخصیت اصلی خواننده را دلسرده می‌کند. مثلاً سر رسیدن

خواننده را افزایش دهد. داستانهای وسترن، فضایی، علمی، رمانتیک، اسرارآمیز یا جنایی، به راحتی قابل شناسایی هستند، و تصویر روی جلد و عنوان داستان، می‌تواند نوع داستان را مشخص سازد.

چنانچه از این، نویسنده داستان بازاری یا تفریحی، باید از همان ابتدای داستان، حادثه‌های بسیار بزرگ و تکان‌دهنده پدید آورد. خواننده داستان بازاری، آدم گریزپایی است. او به آنی داستان را رها می‌کند، و شاید دیگر به سراغ آن نیاید. به همین دلیل، نویسنده باید بسیار تلاش کند تا در صحنه‌های اولیه، حالت تعلیق بسیار شدیدی را در داستان ایجاد کند. او باید در داستانش نقاط اوج بسیاری را در نظر بگیرد. یعنی به جای خلق یک نقطه اوج و یک عمل صعودی و نزولی، چندین عمل صعودی و نزولی را در نظر بگیرد. به گونه‌ای که خواننده هر بار تصور کند به پایان راه رسیده است.

طرح داستانهای تحلیلی، به شرح زیر است:



در صورتی که طرح داستانهای بازاری به شرح زیر است:



شروع داستان

نویسنده داستان بازاری، پس از پایان کار، حتماً باید داستانش را شخصاً بررسی و نواقص آن را برطرف کند. او در پی آن، باید اثر را به چند نفر خواننده بازاری بسند بدهد و نظر آنها را درباره شخصیت اصلی، نوع روابط او با دیگران، حوادث و حالت هیجان در داستان، جویا شود. نویسنده حرفه‌ای بازاری نویسی، به خوبی می‌داند که در میان داستان‌نویسان این وادی هم، نویسنده خوب و بد وجود دارد. او باید کاملاً مطمئن شود که داستانی موافق میل غالب مردم خلق کرده است. هر قدر داستان او مخاطبین بیشتری را به دست آورد، نویسنده، موفق تر خواهد بود.

علاوه بر این، نویسنده داستان بازاری باید در توصیف چهره قهرمان خود بسیار دقت کند. خواننده این گونه آثار، دوست دارد با فردی بسیار زیبا، خوش اندام و قوی مواجه شود. او همچنین برای شخصیت اصلی

خود، باید یک شخصیت دیگر را هم در نظر بگیرد، که جنس مخالف اوست. به عبارتی دیگر، هر شخصیت اصلی مرد داستان باید با یک شخصیت اصلی زن داستان مواجه شود. از این رو، در غالب داستانهای بازاری خارجی، خواننده غالباً به روابط احساسی میان این دو، توجه دارد. پسر، دختری را ملاقات کند. پسر، دختری را از دست دهد. پسر، دختری را به دست آورد.

افراد ذکر شده باید آدمهایی بسیار اجتماعی، فعال و پرهیاهویی باشند. در کلام افراد ذکر شده، غالباً طنز زیبایی وجود دارد. همچنین، رفتار و منش آنها بسیار ظریف توصیف می‌شود. این افراد باید در پایان، به خواسته ایده‌آل و خوب خود برسند. چرا که آنها با بدبها در ستیز بوده‌اند و سعی داشته‌اند در مقابل خصم و نیروهای پلید بایستند. چنین افرادی، لاجرم باید جوان باشند.

در غالب داستانهای بازاری، شخصیت اصلی داستان، بسیار جوان است. این افراد، علی‌رغم مبارزه با دشمن، از روحیه بسیار حساس و رمانتیک برخوردار هستند، و به سرعت به شخصیت اصلی جنس مخالف خود، علاقه‌مند می‌شوند. در این ارتباط، این افراد به فرد مذکور همواره وفادار هستند، و هیچ‌گاه در صدد تیرنگ و فریب او بر نمی‌آیند.

شخصیت مقابل شخصیت اصلی نیز باید از چنین ویژگیهایی برخوردار باشد. تنها تفاوت این دو در این است که فرد مذکور، به عنوان شخصیت برتر و اصلی داستان است، و بیشتر، او به مصاف رویدادهای داستانی می‌رود.

در این راستا، اندیشه شخصی، تمایلات درونی و تجربیات فردی، به باری نویسنده نمی‌آید. او قرار نیست به جهان و رویدادهای آن، از منظری جدید نگاه کند، و بر آن باشد تا اندوخته‌های خود را از جهان هستی بیان کند. او همواره باید در پی جلب نظر خواننده و ناشر باشد، و با توجه به تحولات روزگار خود و نیاز روز، داستانهای خود را تدوین کند.

در پایان، ویژگیهای داستان بازاری یا تفریحی، به اختصار بیان می‌شود: تا بدین ترتیب، نویسنده‌گانی که قصد دارند به این وادی وارد شوند، شناخت بهتری از الگوی طرح داستان بازاری پیدا کنند:

۱. داستان بازاری صرفاً برای لذت‌جویی خواننده خلق شده است.
۲. این گونه داستانها به خواننده کمک می‌کنند تا اوقات فراغت خود را به خوبی سپری کنند.

۳. داستان بازاری در صدد است تا خواننده را، حتی برای ساعتی، از حقایق پیرامونش دور سازد.

۴. داستان بازاری کمک می‌کند تا خواننده برای ساعتی، غمهای زندگی خود را به دست فراموشی بسپارد.

(این به آن معنا نیست که داستان تفریحی از بیان حقایق زندگی غافل باشد و صرفاً بیانگر رویدادهای غیر قابل حس و غیر قابل باور باشد.)

در این میان، خوانندگان این گونه آثار، به سطحی‌نگری و ساده‌اندیشی متهم هستند. برخی نویسندگان داستان بر آن هستند تا میان این دو گروه اصلی داستان، پلی برقرار سازند. یعنی میان داستان تحلیلی و تفریحی، تلفیقی ایجاد کنند. به هر صورت، هر یک از قالبهای یادشده، دارای ویژگیهای خاص خود است، و نویسنده از ابتدا باید مسیر اصلی خود را انتخاب کند.

مسئله اساسی دیگر، قضاوت مخاطبان ژانر داستان تحلیلی نسبت به نویسندگانی است که نوع داستان بازاری را برای نوشتن انتخاب می‌کنند. باید دانست که در شکل درست قضیه، این افراد می‌توانند در راستای خلق آثار برتر توانمند باشند، اما با آگاهی کامل و شناخت اصولی، به چنین شیوه‌ای رو آورده، و لاجرم، به قوانین داستان بازاری نویسی پایبندند.