

شماره فیلمنامه نویسی

علی میرزایی



آنچه که اساس و پایه تولید یک فیلم است و ما از آن به فیلمنامه یاد می‌کنیم، نباید و نمی‌تواند به شکل یک اثر هنری مجزا مورد بررسی قرار بگیرد. پرداختن جداگانه به این عنصر تشکیل دهنده فیلم مثل این است که منبع نور در فضای آماده فیلم‌برداری را یک اثر هنری بدانیم و روی آن بحث کنیم. ولی فیلمنامه‌نویس، هنرمند است و هنر او در این است که بتواند عناصر شنیداری موجود در داستان را به تصویر

دریابورد و بتواند برای مفاهیم ذهنی موجود در داستان، مصادیق عینی پیدا کند و این زاویه‌ای است که در بررسی فیلم‌نامه و تمرکز بر میزان عینیت بخشیدن به مفاهیم ذهنی مورد نظر نویسنده آن، بسیار به کار خواهد آمد. اساساً فیلم‌نامه و نمایش‌نامه به بدنه «ادبیات روایی» (Narrative Literature) تعلق دارند که عبارتند از: رمان، داستان کوتاه، حماسه و... فیلم‌نامه و نمایش‌نامه، داستانی (a story) را نقل می‌کنند. «داستان» متشکل است از توالی حوادثی که در آن افرادی کارهایی انجام می‌دهند، حرف‌هایی می‌زنند و وقایعی بر آن‌ها روی می‌دهد. اساس داستان بر وصف گذاشته شده است ولیکن در فیلم و نمایش بر «کنش و عمل» تأکید می‌شود، حوادث گذشته و نیز اندیشه‌ها و احساسات افراد نسبت به آن‌ها، باعث ایجاد حوادث حال و آینده می‌شود. توالی کامل این حوادث به یک کنش (Action) شکل می‌دهد و یک کنش کامل، تغییر کاملی را در زندگی افراد اصلی درگیر با آن، باز می‌نمایاند. پس داستان نمایشی (Dramatic story) شروعی دارد که از طریق یک رشته حوادث، واکنش‌ها و

اندیشه‌ها به یک پایان منجر می‌شود.

مخاطب باید به تصور روشنی از شخصیت‌ها و محیطی که کنش در آن واقع می‌شود دست یابد و به روابط شخصیت‌ها با یکدیگر به دقت توجه نماید. این توجه نتیجه علاقه‌ای است که در مخاطب نسبت به اثر ایجاد می‌شود و سپس این علاقه حفظ شده و منجر به ایجاد تأثیرات عاطفی در او می‌گردد.

فیلم‌نامه‌نویس باید بداند که بینندگان مجموعه‌های تلویزیونی، همواره با ویژگی‌های یکسان اما واجد شدت و ضعفی روبرو هستند. مثل، تعابیر مختلفی که علاقه‌مندان شعر از حضرت حافظ دارند. موضوعی که اگر زمانی بر اساس زندگی او فیلمی ساخته شود، قطعاً با حافظ‌های ساخته و تصویر شده در اذهان سایر مردم یکی نیست! آیا واقعاً کسی که به قصد ساختن یک فیلم به زندگی حافظ نزدیک می‌شود می‌تواند تصویر ذهنی خود را با تصویر عینی‌اش منطبق کند... و به توفیق برسد؟ این جاست که فیلم‌نامه‌نویس - و البته فیلم‌ساز - موظف و مکلف به دانستن زبان تصویر می‌شوند و برای دست یافتن به آن باید تمرین و رنج را تحمل کنند تا

ببینند چگونه می‌توان از این عناصر که در اختیارشان هست، به یک ترکیب بصری مشخص برسند.

این بدان معنی است که هرگاه دو رنگ اصلی «زرد» و «قرمز» را به طور مجزا در منظر مخاطب قرار دهیم، فرصتی ایجاد کرده‌ایم که معنای متجلی شده در ذهن مخاطب، با معنای مورد نظر هنرمند تفاوت‌های اساسی پیدا کند؛ یعنی، مخاطب از ترکیب دو رنگ مزبور به راحتی می‌تواند در ذهن خود تونالیته‌های بسیاری از رنگ «نارنجی» را ایجاد کند. ولی این خاصیت هنرمند است که از ترکیب دو رنگ شخصاً تونالیته از رنگ نارنجی را در منظر مخاطب قرار دهد و مخاطب بنا به میزان درک و دریافت خود با واقعیت رنگ نارنجی ارتباط برقرار نماید.

به نظر حقیر یکی از مشکل‌های اساسی در این است، که ما به تعریف مشخصی از سینما و تلویزیون به عنوان یک رسانه ارتباط جمعی نرسیده‌ایم و مانند بسیاری از چیزهای دیگر که در زندگی روزمره ما حضور دارند و تکلیف مشخصی با آن‌ها نداریم می‌باشند، زیرا از ابتدا بر

اساس نیازهای ما تأمین نشده‌اند. نیاز در جایی دیگر منجر به پیدایش یک امکان می‌گردد، که به واسطه گسترده‌گی ارتباطات در جهان امروز، حضور این امکان در زندگی افراد جهان اجتناب‌ناپذیر است. و در این جاست که امکان بر اساس نیاز دیگری در زندگی ما حضور پیدا کرده و حال باید برای آن، نیاز ایجاد کنیم و این؛ یعنی، ۱۸۰ درجه تفاوت در استفاده از امکانات موجود. این موضوع آن‌قدر وسیع می‌گردد تا جایی که در ساخت و تولید برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی، به نمونه‌برداری بدون تحلیل بسنده می‌کنیم و تبدیل به آن چیزی می‌شود که امروز پس از گذشت بیش از دو دهه از انقلاب اسلامی با آن مواجه‌ایم و بازگشتی حقیرانه به نمونه‌برداری و ساخت فیلم‌های قبل از انقلاب نموده‌ایم. شاید این سؤال مطرح شود که در سینمای پس از انقلاب آثار قابل اعتنایی داشته‌ایم؟ و حضور در عرصه‌های بین‌المللی سینمایی، مبتنی بر این مطلب است؟ باید گفت این لایه بیرونی موضوع است ولی آن‌چه که واقعیت دارد این است که وقتی به بررسی این مقوله می‌پردازیم باید توجه داشته باشیم که در یک

کمپوزسیون (ترکیب) کلی چه اتفاقی افتاده است. در صورتی هم که فیلم‌سازان سینمای پس از انقلاب را هنرمندان درجه یک فرض کنیم، در کمپوزسیون کلی نتیجه آن است که گویی یک سری نوازنده ماهر و توانا داریم که در کنار یکدیگر بدون آنکه قطعه مشخصی برایشان نوشته شده باشد، هر یک به نواختن قطعه‌ای به دلخواه خود پرداخته است، که برآیند آن هیچ تصویر درستی از اجرای یک قطعه موسیقی نخواهد بود. لذا اگر قدری به مضامین فیلم‌های مطرح شده در جشنواره‌های جهان توجه کنیم متوجه می‌شویم که از دو حال خارج نیستند، یا از جنس فیلم‌های یادشده هستند و یا این‌که بهترین خوراک برای تبلیغ علیه وضعیت موجود جامعه و مملکت می‌باشند. در این راستا باید توجه داشته باشیم که بدون هیچ تعارفی سرمایه‌سازی، از حیث به کارگیری شایسته زبان تصویر، سینمای امریکا است. ولی با این همه سینمای امریکا با همه توانایی‌اش در این زمینه، وقتی اقدام به ساخت فیلمی علیه مملکت ما می‌کند نتیجه آن «بدون دخترم هرگز» می‌شود که از ضعف‌های خاص خود برخوردار است. ضمن این‌که همه

دنیا متوجه هستند که یک فیلم امریکایی است. ولی وقتی فیلمی توسط هنرمند متمهد ایرانی تحت عنوان «بچه‌های آسمان» ساخته می‌شود بلافاصله تا پای اسکار هم می‌رود. زیرا هیچ‌کس بهتر از خود ما نمی‌تواند علیه خودمان تبلیغ کند و فقر و بدبختی مملکتی که طلایه‌دار بزرگ‌ترین مبارزه قرن اخیر علیه استبداد و استعمار بود را به تصویر بکشد. و به همین خاطر مورد توجه دشمنان ما قرار می‌گیرد. و نتیجه این می‌شود که همین فیلم‌های مطرح یا در راستای نیازهای دیگران و نه نیازهای خود ما تعریف می‌شوند. یا اینکه تصویری از سرزمین ما ارائه می‌دهد که بی‌انگرموضوعاتی چون فقر، تلخ‌کامی و... می‌باشند. برای مثال، در شرایطی که از این مملکت سالانه نیروهای مستعد و فعال در المپیادهای گوناگون علمی کسب مقام می‌کنند و اینترنت هم حضور گسترده یافته است در این فیلم‌ها مشکلی در حد «تخته سیاه» و یا «یک جفت کفش ورزشی»، تمامی شیرازه حیات را از هم می‌پاشد.

در تولید و ارسال این‌گونه فیلم‌ها به جهان خارج، شاید مشکلی نباشد، ولیکن به گونه‌ای

احساس وطن‌فروشی تصویری وجود دارد. به تعبیر دیگر نمایش مجموعه‌های تاریخی، پاسخ به نیاز تصویری بینندگان تلویزیون است. باید باشد... نمی‌گویم هست ولی باید باشد. این پاسخ شاید ناشی از علاقه عموم مردم به شخصیت‌های مذهبی و مقدسات باشد، اما خطری هم آن را تهدید می‌کند و آن این که اگر چنین مضامینی مورد پرداخت و پرورش مناسب قرار نگیرد حریم و حرمتشان شکسته می‌شود و هر قدر این شخصیت‌ها مهم‌تر و اثرگذارتر باشند، نزدیک شدن به حقیقت حضور آن‌ها و فیلم ساختن براساس زندگی آن‌ها دشوارتر و خطیرتر است. تنها یک گام لرزان برای حرکت به سوی چنین مضامینی می‌تواند ضربه‌های جبران‌ناپذیری را به فرهنگی، با سابقه‌ای دیرین و کهن بزند. این تجربه تاریخی را می‌توان از سینمای غرب مثال آورد. سینمایی که در دوره‌ای از عمر آن با به تصویر کشیدن پیامبران بزرگی همچون حضرت موسی علیه السلام و حضرت مسیح علیه السلام مقدمات ارایه دیدگاه‌های متفاوت تری را فراهم آوردند. ساخته شدن فیلمی با مشخصه‌های «آخرین وسوسه مسیح» ساخته مارتین

اسکورسزی نیز رهاورد چنین واکنش‌هایی است. مشکل مجموعه‌های تاریخی که در تلویزیون ساخته شده؛ نظیر «تسنااترین سردار» یا «امام علی علیه السلام» در درازمدت و به سبب تأثیری که تصویرشان بر ضمیر ناخودآگاه بینندگان می‌گذارد، بروز خواهد کرد. تماشاگرانی که مجموعه امام علی علیه السلام را دیده‌اند چقدر با زندگی معنوی و مادی، عرفان و روحیات آن حضرت آشنا شده‌اند؟ چگونه می‌توان سیمای مهربان و معصوم حضرت علی علیه السلام را برای تماشاگران تلویزیون به نمایش گذاشت؟ چگونه می‌توان گریه‌های شبانه او و فریادکردن‌هایش در چاه را به تصویر کشید؟ در حالی که امام علیه السلام عمدتاً در این مشخصه‌ها تعریف می‌شود! نکته‌ای که در این جا باید مدنظر قرار گیرد این است که مخاطب آشنا به موضوع مطرح شده در مواجهه با آن، کمبودهای کار را بر اساس تجربه‌های ذهنی خود بازسازی می‌کند و در نتیجه اگر کمبودی در پرداخت شخصیت‌ها، موضوعات و فضای کارهای مذهبی وجود داشته باشد با توجه به این مطلب و میزان دانش و اعتقاد مخاطب ترمیم می‌شود، و از طرفی نیز زیاد درگیر

کار به لحاظ ساختار فنی و تکنیکی نمی‌شود. ولی باید توجه داشت، ماهیت تلویزیون و سینما به عنوان یک رسانه ارتباط جمعی ایجاب می‌کند که در پرداخت موضوعات عام، طیف گسترده مخاطب‌های جهانی را در نظر بگیرد. زیرا با پخش یک فیلم، بلافاصله دسترسی هرکس در سراسر جهان به آن میسر است. حال این سؤال پیش می‌آید: برای مخاطبی که اطلاعی در زمینه اسلام ندارد چه تصویری از شخصیت‌ها و موضوعات این‌گونه سریال‌ها در ذهنش نقش می‌بندد و چه دریافتی از اختلافات اساسی بین حق و باطل برایش متصور می‌شود؟ ضمن این‌که این‌گونه مخاطبان بر اساس کنش و عمل نمایش و توجه به آن به دریافت لازم می‌رسند. حال در سریالی مانند مجموعه «ولایت عشق» که از نظر ساختار نمایشی مشکلات خاص خود را دارد تکلیف چیست؟ برای مثال، عمده ماجرا بر اساس روایت، از طریق بازیگران در لباس‌های تاریخی و فضاهای تاریخی بیان می‌شود نه بر اساس کنش و عمل آن‌ها. و از طرف دیگر لباس‌های یکسان و چهره‌پردازی‌های نزدیک به هم، یک مخاطب نا آشنا را دچار سردرگمی

می‌کند. و در جایی که بر اساس کنش پیش می‌رود تصویری مخدوش از شخصیت ارائه شده می‌دهد؛ مثلاً، همسر فضل بن سهل دست خود را زخمی می‌کند که به فضل بن سهل موضوعی بدیهی را بفهماند. در این جا تحلیلی که مخاطب از این دو شخصیت خواهد داشت این است که همسر سهل فردی عادی و معمولی نیست و به نوعی دچار «خودآزاری» است و شخص فضل بن سهل فردی کودن است که باید برای فهم یک مسئله عادی، عملاً تجربه کند.

در مقابل هر روزه شاهد تولید فیلم‌هایی در جهان غرب هستیم که با ظرافت تمام به صورت تلویحی تأثیرات عاطفی بر مخاطب گذاشته و در راستای نوع تفکر و ایدئولوژی خود نتایج لازم را بهره‌مند می‌شوند؛ مثلاً، در فیلم «وکیل مدافع شیطان» با بازی ال پاجینو به نوعی طرح موضوع می‌کند که در پایان مخاطب خود را در یک برهوت سرگشتگی به سمت برتری تفکر اومانیستی سوق دهد. و یا این‌که در فیلم «سلول» ساخته تارسم در روند یک فیلم به ظاهر روانشناسانه، به نوعی تفکر مذهبی ماورایی را محکوم به فنا می‌داند و با استفاده از وسایل و ابزار

سینمایی، دنیایی سورئالیستی از دنیای انسان کاتولیک در مقابل واقعیت دنیای بیرونی ارائه می دهد و در پایان با نابود شدن انسان خود آزار محصول تفکر مذهبی، در کارگه گشایی می شود و جالب این جاست که هرگاه به دنیای سورئالیستی ذهن شخصیت مزبور وارد می شود، حال و هوا و موسیقی فیلم به شدت شرقی شده و گویی شخصیت یاد شده، نماد دنیای شرق نیز می باشد و لذا در جهان امروز نمی تواند محلی از اعراب داشته باشد.

حال ببینید در مقابل نمونه کارهای وطنی که مثال زدم، این گونه فیلم ها که هم زمان با دنیای غرب در ایران نیز به وفور دست به دست می شود با چه شدتی می تواند انگیزه های لازم را در اذهان مخاطبانش برای قضاوت و منطقی یابی تفکر و ایدئولوژی های گوناگون ایجاد کند. و از آن جایی که مشهور است یک تصویر به اندازه هزار کلمه مؤثر است، تا چه اندازه در لابه لای سطور و کلمات سرد و خشک نوشتار موفق خواهیم بود که تأثیرات متقابل ایجاد کنیم؟

برای کسانی که در زمینه هنرهای تصویری فعالیت می کنند آشنایی به زبان تصویر اجباری

است. امروز ما در دنیایی زندگی می کنیم که حلقه بین آدم ها و جوامع بشری، تصویر است و اگر بین کشورها مقابله ای هم صورت بگیرد، چنین مبارزه ای «تصویری» است و ... شاید دیگر ابزار مکانیزه نظامی تعریف مشخصی در کشورگشایی و سیطره یافتن نداشته باشد. فراموش نکنید که تصویر، قدرت تحلیل را از مخاطب می گیرد، ذهن او را بمباران می کند و فرصت تجزیه اجزای موضوع را از او سلب می کند. حالا این پرسش پیش می آید که صرف حضور این عنصر به جای عناصر لازم در مدل های ارتباطی و سایل ارتباط جمعی کفایت می کند؟ من معتقدم که نه، زیرا حضور این عناصر منجر به یک جریان ارتباطی می شود ولی لازمه برقرار شدن ارتباط، اعتقاد مخاطب به فرستنده پیام ارتباطی است.

هنرمندان عرصه تصویر باید مخاطب خود را بشناسند و به نیاز او اشراف داشته باشند. آن ها باید بدانند که مخاطبشان موجود بالنده و پویایی است که در لحظه حرکت می کند و از برخورد و تقابل او با سایر آدم ها است که فرهنگ شکل می گیرد. آن ها باید دست به دست مخاطب خود

و جلوتر از او باشند و البته زمانی می‌توانند جلوتر از او حرکت کنند که بتوانند روحیه‌اش را بشناسند و از جامعه پیرامونش تحلیل مناسب و دقیقی داشته باشند.

باید کاری کرد تا فیلم‌نامه‌نویسان شخصیت‌های تاریخی را از صافی ذهن خود عبور ندهیم.

این نکته که به بالا رفتن سطح شعور و درک هنرمند برمی‌گردد. زمانی که مخاطب خود را کم توقع کنیم و سطح توقع او از خودمان را در یک حد نگه داریم، نیازی به هیچ رنج و ممارستی نخواهیم داشت! در حال حاضر اغلب دیده می‌شود که به جای کمک به سطح توقع تماشاگر، تصاویر کارت تبریک‌گونه به خورد او داده می‌شود تا چنین ضعفی پوشانده شود. به عنوان نمونه نمایش بخش‌هایی از فیلم‌های سراسر خشونت و پر زرد و خورد غربی در برنامه‌های سینمایی تلویزیون مانند سینمای ۹۰ و... ناشی از ایجاد تلاش برای ایجاد یک جذابیت کاذب بصری برای تماشاگران است؛ تماشاگرانی که در پی این ایجاد جذابیت و برای یافتن نوار ویدیویی آن فیلم‌ها جست‌وجوی

خستگی‌ناپذیری را آغاز می‌کنند!

این شاید به «خودباختگی» بعضی از ما برمی‌گردد که هر چیز جذابی خیلی زود تأثیرگذاری‌اش را به رخمان می‌کشد...

و البته این مطلب در تمامی عرصه‌های زندگی امروز ما به چشم می‌خورد و فقط به حوزه فرهنگ و هنر بسنده نمی‌کند. خوب که توجه کنیم، می‌بینیم که اطراف ما را «امکانات» بی‌شماری احاطه کرده که هیچ تعریف مشخصی از آن‌ها نداریم و به‌طور طبیعی وقتی تعریفی از شیء بودن موضوع نداشته باشیم کاربرد آن‌هم ناقص خواهد بود؛ مثلاً، در حوزه همین سینما، ما پس از گذشت نزدیک به دو دهه از پیروزی انقلاب به این جا می‌رسیم که «سینمای دینی» راه بیاندازیم. به نظر حقیر اصل این مطلب جای اشکال دارد. چرا که در جامعه‌ای که نظام ساختاری آن مبتنی بر تفکر مذهبی احیا شده است، موضوعات غیردینی چه مفهومی دارد. در جامعه‌ای این چنین در حوزه فرهنگ و هنر که جای خود دارد، می‌بایست در تمامی بخش‌ها مثل تولیدات صنعتی نیز رد و اثر تفکر دینی محسوس باشد. وقتی به این سطح رسید آن وقت

همه چیزش از جمله هنر و سینمایش هم، دینی خواهد شد. آن وقت دیگر لازم نیست بگردیم و کشف کنیم که چه ژانر و نوع سینمایی؛ مثلاً، سینمای دفاع مقدّس و... می‌تواند قابلیت دینی شدن را داشته باشد. در این وضعیت هر نوع فیلمی، سینمای دینی خواهد بود. و به دلیل عدم شناخت. مثل عدم شناخت مان از ابزاری مثل ماهواره. وسیله‌ای که در کشورگشایی‌های دوران معاصر نقش اساسی را ایفا می‌کند و تنها، کسانی می‌توانند از آن بهره مناسب بگیرند که برای شلیک کردن با آن به فکر چاره باشند، نه برای خنثی کردن آن!

شاید باید گفت این ابزاری است که برای به کار گرفتن آن باید جامعه را شناخت؛ جامعه‌ای که مقطعی از تاریخ آن مورد بررسی قرار می‌گیرد و داشتن شناخت از آن در حال حاضر لوازم اصلی کار محسوب می‌شود.

در این مسیر وقتی به بررسی آثار می‌نشینیم، این‌گونه حس می‌شود که افراد مختلف در مقاطع تاریخی متفاوت از حیات جامعه «بیخ زده» اند و از نظرگاه آن‌ها جامعه امروز نادیده گرفته می‌شود. به عنوان مثال فکر می‌کنید تا چه حد

درباره جوانان و مسائل آنان موفق بوده‌ایم و اگر پاسخ‌تان موفقیت است این پرسش پیش می‌آید که چرا با تمام تلاشی که صورت گرفته هنوز نتوانسته‌ایم بر بسیاری از جوانانی که با انقلاب متولد شده و رشد کرده‌اند آن قدر اثرگذار باشیم که ارتباطشان را با موسیقی دهه پنجاه قطع کنیم؟ شاید این اشکال را بتوان در این مهم یافت که هنرمند مارنچ و زحمت حضور در زندگی جوانان را به خود نمی‌دهد و اگر تحقیقی هم انجام می‌دهد، بیش‌تر کتابخانه‌ای است و نه میدانی! این حرف شامل خیلی‌هاست. چرا که وقتی مسأله در حد تأثیرات امواج ماهواره‌ای باشد، محدوده عملکرد آن نیز به نسبت کم است. ضمن این‌که مخاطبان آن به لحاظ آن که تعریفی از رفتارها و مناسبات این تصاویر در جامعه خودمان نمی‌یابند، با وسواس و احتیاط به سوی آن می‌روند. ولی وقتی همین امواج تصویری برای ساخت نمونه‌های ضعیف به الگو تبدیل می‌شود، آن را تا دور افتاده‌ترین نقاط مملکت تعمیم داده‌ایم. ضمن آن‌که مخاطبانش دیگر با وسواس و احتیاط به آن نمی‌نگرند زیرا در جامعه خودمان برایش تعریف یافته‌اند. نتیجه آن هم اتفاقی است

که نامش را تهاجم فرهنگی گذاشته ایم و متأسفانه به خاطر انفعال درون، از بیرون به وقوع می پیوندد! به عقیده من در وهله نخست باید شیوه‌های تبلیغات را شناسایی کنیم و سپس در راستای آن طوری عمل کنیم که غیر مستقیم و تلویحی در ضمیر ناخود آگاه مخاطب رسوب کند و هر زمان که امکان آن میسر شد، در جهت ارتقای فرهنگی بروز کند.

متأسفانه عملکرد مسئولان نشان می دهد که در مورد یک جریان، مثل تب، تند عمل می کنند؛ یک تب همه را می گیرد و... همه به سریش حرکت می کنند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی