



افلاطون در رساله «جمهوری» می‌نویسد: «کودکان قادر نیستند بین آن چه صرفاً حکایت است و آن چه واقعیت دارد، تمایز قابل شوند و تغییر دادن نظریه‌هایی که در این سنین شکل می‌گیرد، معمولاً دشوار است. به همین دلیل، باید که اولین داستان‌هایی که کودک می‌شنود، اثر اخلاقی صحیح موردنظر را بر او بگذارد.»

این امر شاید امروزه با وجود رسانه‌ای فراگیر مانند تلویزیون، دشوار به نظر رسد. در سراسر دنیا، کودکان و نوجوانان خاص‌ترین مخاطب تلویزیون هستند و این واقعیت، گویای آن است که کودکان و نوجوانان، صرفاً برنامه‌های مخصوص خود را تماشا نمی‌کنند.

تفاوت کودکان و بزرگسالان در ارتباط با رسانه‌ها در این است که بزرگسالان در مقابل آن وسیله‌ای دفاعی دارند که کودک فاقد آن است و در نتیجه، قربانی بالقوه رسانه محسوب می‌شود و باید برای حفظ آینده او و جامعه تدبیری اندیشید. نفوذ رسانه تلویزیون و دغدغه‌های تربیتی جوامع مختلف درباره کیفیت تربیت نسل‌های آینده، موجب شده است که تاکنون مقوله کودک و ارتباط آن با تلویزیون، مورد تحقیقات بسیار قرار گیرد. بررسی‌های انجام شده در کشورهای مختلف، نشان‌دهنده حضور همه‌گیر این رسانه در میان خانواده‌هاست. برای مثال، در انگلستان حدود ۹۹ درصد منازل، حداقل دارای یک دستگاه تلویزیون هستند.^۱ افزایش تعداد دستگاه‌های تلویزیون در منزل نیز چشمگیر بوده است. در سال ۱۹۷۹، در انگلستان ۷۶ درصد منازل تنها یک دستگاه تلویزیون و ۲۴ درصد بیش از یک دستگاه تلویزیون داشتند؛ در حالی که در سال

۱۹۸۷، ۴۲ درصد خانوارها تنها یک دستگاه و ۵۷ درصد بیش از یک دستگاه تلویزیون در منزل داشتند. شایان ذکر است که خانواده‌هایی که فرزند دارند بیشتر به داشتن دستگاه تلویزیون دوم تمایل دارند. همچنین، درصد نسبتاً زیادی نیز دستگاه دوم را در اتاق خواب فرزندشان قرار داده‌اند.^۲

آمار مربوط به تعداد گیرنده‌های تلویزیون در منازل ایران - به ویژه تهران - نیز حاکی از گسترش نفوذ این رسانه در منازل مخاطبان بالقوه است. اطلاعات مربوط به آذرماه و دی‌ماه ۱۳۷۳ که مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما، در تحقیقی پیمایشی گردآورده است، نشان می‌دهد که ۹۹ درصد خانوارهای ساکن تهران، در منزل خود دستگاه تلویزیون دارند. از این تعداد ۶۰ درصد یک دستگاه و ۲۷ درصد دو دستگاه و بقیه بیش از دو دستگاه گیرنده تلویزیونی دارند.^۳

اطلاعات به دست آمده، از نحوه گذران اوقات فراغت در کشورهای مختلف، نشان می‌دهد که بخش عمده‌ای از اوقات فراغت کودکان و نوجوانان، صرف تماشای تلویزیون می‌شود. بر مبنای یافته‌های پژوهشی، در مورد چگونگی گذران اوقات فراغت کودکان و نوجوانان ۷ تا ۱۴ ساله تهرانی، تماشای تلویزیون یکی از زمینه‌های اصلی، اوقات فراغت کودکان و نوجوانان است. طبق آمار، ۹۹ درصد پاسخگویان نظرسنجی‌ها، اوقات فراغت تلویزیون تماشا می‌کنند. مقایسه این رقم با ارقام مربوط به دیگر فعالیت‌های گذران اوقات فراغت خواندن کتب درسی ۷۹ درصد، گوش کردن به نوار کاست ۶۲ درصد، گوش کردن به رادیو ۳۷ درصد، رفتن به سینما ۷۱ درصد، بازی کردن ۸۸ درصد و ...، نشان دهنده نقش حایز اهمیت این رسانه، در گذران اوقات فراغت کودکان و نوجوانان است.^۴

در عین حال، می‌باید این نکته را نیز مدنظر قرار داد که اگرچه نگرشی کیفی به ماهیت رسانه‌های تلویزیونی، از سوی پژوهندگان و نظریه‌پردازان با نوعی بدبینی همراه بوده است، چندان هم نمی‌باید کودک را در برابر تلویزیون، به مثابه خمیره‌ای مطلقاً منفعل در نظر گرفت. امروزه رسانه‌هایی مخرب‌تر - و اتفاقاً اقباسی - نیز وجود دارند که در ترویج خشونت و بی‌بندوباری شرکت می‌کنند. بازی‌های کامپیوتری - که غالباً صورت اقباسی شده یک اثر سینمایی، کلامیک استریپ یا داستانی از جمله این گونه رسانه‌ها هستند. در مقام مقایسه، می‌توان در هر حال تلویزیون را هنوز رسانه‌ای قابل کنترل دانست؛ هرچند افزایش سطح دانش عمومی در میان کودکان، گذار از مرحله علائق کودکانه به علائق بزرگسالانه را تسریع کرده و تاحدی اساساً همین سرعت گذار، موجب گرایش کودکان و نوجوانان به سایر برنامه‌های تلویزیونی است.

برای تشخیص آنچه برای کودک و نوجوان مناسب است، یکی از روش‌های شناخت، انگیزه‌ها و دلایل کودکان و نوجوانان برای تماشای تلویزیون است. بررسی انجام شده در ایران در سال ۱۳۷۵، بیان‌کننده دلایلی چون «افزایش اطلاعات علمی، بهداشتی و پزشکی»، «آگاهی از اخبار و جهان»، «افزایش اطلاعات حرفه‌ای، شغلی، تحصیلی، «حل مسائل و مشکلات خانواده، کودکان و نوجوانان»، «تقویت مبانی اخلاقی و مذهبی»، «آگاهی از اخبار و رویدادهای ورزشی»، «افزایش اطلاعات عمومی، (اقتصادی، سیاسی و اجتماعی)»، «سرگرمی و گذران اوقات فراغت»، «تغییر روحیه» و «تماشا از روی عادت» برای استفاده دختران و پسران دبیرستانی ساکن تهران از تلویزیون بوده است.^۵ البته در نظرسنجی اخیرالذکر، به درستی نمی‌توان مرزی را میان انگیزه‌های بزرگسالان با کودکان و نوجوانان یافت.

افزون بر این، گاه نظریه‌پردازان ادبی، کودکان را دارای نظام ارزش‌دواری بنیادین (فطری) می‌دانند. این عقیده، محدود به نگرشی بومی ایرانیان نیست و گاه در میان محققان غربی نیز مشاهده می‌شود. «ریچاردز» در این باره می‌نویسد: «ما به استثنای بعضی والدین و دایه‌ها، مدت‌ها از بروزات داورهای ارزشی در خردسالان مبهوت بوده‌ایم. انگیزه‌های آنان، خواهش‌هایشان، پسندهایشان و چیزهایی که گرامی می‌دارند، هم‌چنان که روان‌کاوان نشان داده‌اند، حتی آن کسانی را هم که نظرشان درباره انسانیت ایدئالیستی نیست، دچار ترس و وحشت می‌کند. حتی وقتی که قصه‌ها به قدر لازم تلخیص می‌شود، آن قدر چیزهای قابل توجیه و تأیید برای کودکان قادر به تأویلات (infants polypervers) باقی می‌ماند تا شکل واقعاً مؤثری را که بر همه تحقیقات روان‌شناختی آینده درباره ارزش حکمفرما خواهد بود، ارائه کنند.»^۶

بنابراین، هنگامی که درباره ویژگی‌های متن مناسب برای اقباس تلویزیونی اندیشیده می‌شود، با حوزه‌های مشترک میان بایدهای ادبیات کودک، بایدهای تلویزیون و آسیب‌ها و ملزومات این هر دو عرصه بر خورد صورت می‌گیرد. از سویی باید ساختارهای اقباسی تلویزیونی شناخته شود، از سویی قابلیت‌های دراماتیک رسانه تلویزیونی در قیاس با سایر رسانه‌ها مورد بررسی قرار گیرد و از سوی دیگر به مقوله اقباسی برای تلویزیون، از منظر کودک و نوجوان نگریسته شود.

در مجموع، می‌باید بر یک کارکرد حاشیه‌ای اما ناگزیر اقباسی تلویزیونی برای کودکان توجه داشت و آن، نقش اشاعه دهنده و تبلیغ‌گر تلویزیون در مسیر کتابخوانی است. در حقیقت، تلویزیون با مجموعه قابلیت‌های خود، بسیاری از رسانه‌های دیگر را در حاشیه قرار داده و همین امر موجب شده است منتقدان به وظیفه تبلیغ‌گری تلویزیون، برای رسانه‌های عمیق‌تر و فرهنگ‌سازتری نظیر کتاب بیندیشند.

**اطلاعات مربوط به
آذرماه و دی‌ماه ۱۳۷۳
که مرکز تحقیقات،
مطالعات و سنجش
برنامه‌ای صداوسیما،
در تحقیقی پیمایشی
گردآورده است،
نشان می‌دهد که
۹۹ درصد
خانوارهای
ساکن تهران،
در منزل خود دستگاه
تلویزیون دارند.
از این تعداد
۶۰ درصد
یک دستگاه و
۲۷ درصد دو دستگاه
و بقیه بیش
از دو دستگاه
گیرنده تلویزیونی
دارند**

مفهوم متن اقتباسی

در تعریف متن - مطابق ساختارگرایی نیمه دوم قرن بیستم - گفته شده است: «کلیه پدیده‌ها، حوادث، امور مقولات و موضوعات. پست مدرنیست‌ها هرچیزی را نوعی متن تلقی می‌کنند. علاوه بر این، در معنای فنی و زبان‌شناسیک، متن در واقع عبارت است از نوعی تقلیل گفتمانی مکان یا فضا، به شبکه‌های عملی از مخالفت‌ها و اعتراضات بی‌انگیزه (که ویژگی زبان‌شناسی، ساختاری و پرسپکتیوالیسم یا منظرگرایی بصری است). در فضای متنی، رخدادهای منفرد امور، در واقع نوعی واحدهای ارزشی یا هنجاری تلقی می‌شوند که باید آن‌ها را شناسایی و تصدیق نمود و برحسب معنی آن‌ها را در یک سیستم، رمززدایی کرد، نه این که آن‌ها را به مثابه حوادث و وقایع بنگریم.»^۷ این تعریف، اگرچه شامل تر و فراخ‌تر از مفهوم موردنظر ماست و در حقیقت به مفاهیم تحلیل گفتمان (Discourse analysis) پهلوی می‌زند، برای اندکی بازتر شدن تصور معنایی از «متن» راهگشاست.

در معنای خردتر و بسته‌تر، منابع اقتباسی تلویزیونی، می‌تواند داستان کوتاه، رمان، فیلم، نمایش‌نامه یا کامیک استریپ باشد. این متون ممکن است در تلویزیون، دنباله سازی شوند یا عیناً مورد اقتباس قرار گیرند. در دنباله‌سازی‌ها، گاه خطوط داستان جدید، با ارجاع به متن اصلی شکل می‌گیرد و یا با اقتباس شخصیت، یک شخصیت داستانی مشهور وارد معرکه‌ای تازه می‌شود و داستان تلویزیونی را صورت می‌بخشد.

تفاوت کودکان و

بزرگسالان

در ارتباط با

رسانه‌ها

در این است که

بزرگسالان

در مقابل آن

وسیله‌ای دفاعی

دارند که کودک فاقد

آن است و در نتیجه،

قربانی بالقوه

رسانه محسوب

می‌شود و باید

برای حفظ آینده او

و جامعه

تدبیری اندیشید

مناسبات تصویر دراماتیک با متن

اغلب متون دراماتیک تنظیم شده برای رادیو، تلویزیون و سینما براساس مطالبی شکل می‌گیرند که قبلاً در قالب دیگری مانند داستان کوتاه یا داستان بلند، بیوگرافی، گزارش یا نمایش‌نامه‌ی صحنه‌ای انتشار یافته‌اند. اقتباس از آثار سایر نویسندگان، برای نوشتن متن دراماتیک تصویری، امری بسیار متداول است. برای تصویرنامه‌هایی که تمام یا بخشی از محتوای آن، از آثار نویسندگان دیگر برگرفته شده است، نام‌های متفاوتی به کار برده می‌شود. این اسامی، به میزان وفاداری نویسنده متن دراماتیک تلویزیونی، به اصل داستان بستگی دارد. بالاترین میزان وفاداری به اصل داستان را اقتباس (Adaptation) می‌گویند. شاید بهترین توصیف این معنا، متعهد و ملزم بودن نویسنده متن تلویزیونی، به اصل داستانی است که سعی دارد تصویرنامه را با همان محتوا، ولی برای یک رسانه جدید بنویسد. تعهد این‌گونه نمایش‌نامه‌نویسان، هم‌چون تعهد مترجمان است که اندیشه و احساسات نویسنده را با کم‌ترین تغییر ممکن، به زبان دیگر بیان می‌کنند. اقتباس‌کننده تصویرنامه نمایشی، دو گونه مسؤلیت دارد. نخست این که در حد امکان، کیفیت اصل داستان را به خاطر داشته باشد و دوم آن که داستان را به نحوی تغییر دهد که برای رسانه جدید مناسب باشد. به عبارت دیگر، می‌توان گفت نویسندگان متون دراماتیک تلویزیونی، در حدی می‌توانند به اصل داستان وفادار باشند که رسانه جدید اجازه می‌دهد، زیرا برخی تغییرها در جهت انطباق با رسانه جدید ضروری است.

در برخی نمونه‌های دیگر، نویسنده متن دراماتیک تلویزیونی، در جهت وفادار بودن به اصل داستان به صورت کامل تلاش ندارد و براساس اندیشه و تفکر خویش، داستان را تغییر می‌دهد. در این صورت، اگر نمایش‌نامه‌نویس حداکثر الهام را گرفته باشد، به آن «اقتباس آزاد» (Freely Adapted) می‌گویند، اما چنانچه اصل داستان، توسن راهداری باشد که تخیل نویسنده بر آن نشسته است، به آن «آشاره» یا «پیشنهاد» (Suggested) گفته می‌شود.

ویژگی‌های اقتباس تلویزیونی

۱. از جمله چالش‌های جدی اقتباس، میزان وفاداری اثر، به متن اقتباسی است. هنگامی که دلایل مختلف صرف‌نظر کردن قالب‌های تصویری از متن اصلی ملاحظه شود، می‌توان دریافت که مهم‌ترین ویژگی رسانه‌هایی مانند سینما آن است که می‌باید حکمت یک اثر ادبی را در زمانی مشخص که در بالاترین حد از ۳ تا ۴ ساعت تجاوز نمی‌کنند، هماهنگ سازند و به مخاطب ارائه دهند. تلویزیون در قالب سریال‌ها، این توانایی را دارد که اثر ادبی را در چندین قسمت مجزا، اما مجموعاً در زمانی طولانی‌تر به مخاطب ارائه کند. این امر موجب می‌شود که رسانه تلویزیون در قالب سریال، قادر باشد از ضریب وفاداری بیشتری به اثر ادبی برخوردار شود.

در حقیقت، بخش‌های مختلف یک اثر ادبی که در روند اقتباسی‌های سینمایی حذف می‌شوند، در اقتباس‌های تلویزیونی قابل استفاده‌اند. به همین سبب، تلویزیون این قابلیت را داراست که بیشتر از سایر رسانه‌ها اصالت متن ادبی را حفظ کرده و به آن وفادار بماند.

۲. اقتباس تلویزیون این قابلیت را دارد که متون برگزیده ادبی را - که عمدتاً مردم از خواندن آن‌ها به دلایل مختلف

اجتناب می‌کنند - وارد عرصه عمومی کند؛ به طوری که مخاطب عام نیز از طریق ارتباط با این رسانه فراگیر، با متون سنگین ادبی مأنوس شود. این واقعیتی است که ساخت اقتباس‌ها در هر قالب هنری، مخاطبان را به خوانش و مطالعه متون اصلی علاقه‌مند می‌کند. بدین ترتیب، تلویزیون می‌تواند نقش اساسی در ارتقای سطح آگاهی‌ها و فرهنگ عمومی ایفا کند. این مطلب در مورد اقتباس‌های سینمایی نیز صدق می‌کند. چنان‌که گفته می‌شود: «نوع مخاطبان این دو زبان اغلب با یکدیگر فرق می‌کند؛ شرایط به خصوصی باید وجود داشته باشد تا مخاطبان سینما [و تلویزیون] بتوانند به همان سادگی مشاهده یک فیلم، نسبت به خواندن یک کتاب نیز اقدام کنند.

نبودن وقت کافی برای مطالعه کتاب، سادگی و سهولت مشاهده فیلم نسبت به مطالعه کتاب و از همه مهم‌تر وجود افراد کم سواد در میان تماشاچیان معمولی سینما [و مخاطبان تلویزیون] و محدود بودن امکانات آموزشی لازم برای افراد به منظور کتابخوان کردن آن‌ها، از جمله عواملی هستند که سبب افزایش مخاطبان سینما شده است.

با توجه به ویژگی‌های زبان فیلم می‌توان گفت که اغلب موضوعات داستانی بیان شده از طریق کتاب، قادر به بازگوشدن از طریق سینما هستند؛ به شرط این که این بیان مجدد و این انتقال مفاهیم از زبان ادبیات به زبان فیلم با مهارت انجام گیرد و شخص انتقال دهنده که همان کارگردان فیلم است، امکانات بیانی سینما و تلویزیون را به خوبی بشناسد و از تفاوت‌های آن با ادبیات و حتی تأثیر آن به خوبی آگاه باشد که در یک چنین شرایطی، ارزش یک اثر سینمایی [و تلویزیونی] اقتباس شده، کم‌تر از نوشته اولیه آن (قصه یا نمایش‌نامه) نیست و شخصیت هنری و فرهنگی کارگردان، هم ردیف با شخصیت نویسنده اصلی اثر و حتی به خاطر به کارگیری هنرهای گوناگون در بیان یک قصه، برتر از او خواهد بود.^۱

با توجه به این که مطالب پیش گفته، غالباً شامل مشترکات سینما و تلویزیون می‌شود، می‌توان - نظر به فراگیر بودن رسانه تلویزیون در قیاس با سینما - تأثیر فرهنگ از اقتباسی ادبی را در تلویزیون تشخیص داد. این تأثیر با میزان وفاداری اثر تلویزیونی به متن اصلی، رابطه مستقیم دارد.

۳. در اقتباس‌های تلویزیونی برای کودکان، این مزیت ویژه وجود دارد که علاوه بر متون ادبی مختص کودک و نوجوان، می‌توان اقتباس‌هایی به صورت فیلم - سریال یا انیمیشن برای کودکان انجام داد که از متون بزرگسال انتخاب شده باشند. علاوه بر این که این رویه کاملاً آشناست (اقتباس‌های انیمیشن از «بی‌نویان» و «یکتورهوگو»، «شرلوک هولمز» آرتور کانن دوپل و ...)، می‌توان با هر چه بیشتر کردن ابعاد فانتاستیک متون کلاسیک ادبی، آن‌ها را به صورت اقتباس‌های کاملاً خلاقه و به فراخور هاضمه ذهنی کودکان فراهم ساخت. این تأثیر از سویی موجب افزایش تمایل به کتابخوانی در کودکان شده و از سویی دانش ادبی ایشان را نسبت به آثار مهم ادبی جهان افزایش می‌دهد.

۴. ویژگی دیگر، به ابعاد روان‌شناختی ساختار فیلم - سریال، به لحاظ شکل‌گیری قوای ذهنی کودک و نوجوان مربوط می‌شود. الگوی مشهور روان‌شناسی گشتالت، بر کل‌نگری ذهن نسبت به پدیدارهای خارجی دلالت دارد. مطابق این دیدگاه، افراد موقعیت‌ها یا رویدادها را به صورت حاصل جمع تعداد زیادی عناصر جدا جدا درک نمی‌کنند، بلکه تصور آن‌ها از هر موقعیت، به صورت یک کل پویا (dynamic whole) است. این وضعیت، مانند شنیدن موسیقی است؛ زیرا هنگامی که آهنگی می‌شنویم، طبعاً ادراک ما از کل آهنگ است و نه از اجزای آن. این تأکید



بر درک پدیدار به صورت یک کل که چیزی بیش از مجموع اجزای خود است، به روان‌شناسی گشتالت (Gestalt) معروف است که برگرفته از واژه آلمانی گشتالت به معنی شکل یا هیأت است.^۹

توانایی این نگرش سیستمی در ذهن افراد، بخشی خود به خود و بخش دیگر اکتسابی و حاصل تمرین است. به عنوان مثال، تمامی افراد به نحو خودکار به گروه‌بندی یا مقوله‌بندی اشیاء تمایل دارند و به جای آن که اشیای اطراف خود را تک تک ببینند، غالباً آن‌ها را به صورت اجزایی از گروه‌های بزرگ‌تر مشاهده می‌کنند؛ مثلاً در قفسه کتاب‌ها، یک ردیف کتاب می‌بینند و نه تعدادی کتاب به صورت مجلدات مجزا. طبق نظر روان‌شناسی گشتالت، میل به تکمیل کردن مجموعه‌ای از اجزا به صورت کل در ذهن، حاصل پیوستاری از درک‌های جداگانه در تمامی افراد است.

تجربه دنیال کردن یک سریال داستانی تلویزیونی - در قالب انیمیشن یا فیلم - برای کودکان و نوجوانان، به معنای تقویت این نحوه نگرش سیستمیک است، بدین معنا که در روندی هفتگی یا روزانه، داستانی را به مرور در یک روند بطئی دنیال می‌کنند. این رخداد به معنای استمرار پیگیری یک روند است که در پس زمینه زندگی روزمره ادامه می‌یابد. این تمرین یا تجربه، قدرت پیوستگی بخشیدن به اتفاقات و روندهای مختلف را در یک بازه زمانی، به لحاظ روانی در کودک ارتقا می‌دهد. افزون بر این که کودک در مواجهه با سریال تلویزیونی، صرفاً به پیگیری منصفانه داستان نمی‌پردازد و می‌کوشد به نحو مستمر، ادامه داستان را در ذهن خود پرداخت کند. البته ویژگی اخیر به طور کلی شامل آن دسته از سریال‌های اقتباسی است که یک خط واحد داستانی را در پس خرده داستان‌های هر قسمت پی می‌گیرند.

این ویژگی امکان تفکیک زمینه را از متن زندگی روزمره برای کودک فراهم می‌سازد و در حقیقت، به زیست جهان او حجم و پرسپکتیو می‌بخشد؛ بدین معنا که وقایع را بنا به پایایی آن‌ها، در فاصله‌های ذهنی با یکدیگر قرار می‌دهد. برای تبیین بهتر این موضوع، بهتر است به بخشی از تئوری روان‌شناسی گشتالت مراجعه کنیم: «طبق نظر روان‌شناسی گشتالت، ما اشیاء را مطابق چند اصل ساده گروه‌بندی می‌کنیم؛ بعضی از این اصول عبارتند از: مشابهت / similarity (کتاب‌ها بیشتر از همه به کتاب‌ها شبیه‌اند تا به چراغ یا کامپیوتر یا میز و نظایر آن‌ها)، مجاورت / proximity (کتاب‌ها در یک قفسه و در کنار هم قرار گرفته‌اند) و تجربه‌های گذشته ما (مثلاً میز و صندلی در گذشته، غالباً با هم می‌آمده‌اند و بنابراین، آن‌ها را با هم گروه‌بندی می‌کنیم، اما صندلی و یخچال با هم گروه‌بندی نمی‌شوند، زیرا آن‌ها را در گذشته کمتر در کنار هم دیده‌ایم). دوم، متوجه خواهید شد که فوراً بعضی چیزها را به صورت برجسته‌تر - که به آن شکل (figure) گفته می‌شود و بعضی دیگر را صرفاً به صورت زمینه (ground) می‌بینید. معمولاً ما چیزهای رنگی، متحرک، با سروصدا، نورانی و مجاور را به صورت شکل و چیزهای بی‌رنگ، ساکن، عادی و دور را به صورت زمینه ادراک می‌کنیم. در یک استادیوم بزرگ، توجه ما به گروه‌های تشویق‌کننده، اگرچه ممکن است تعداد آن‌ها هم زیاد نباشد، جلب می‌شود؛ زیرا آن‌ها پر سروصدا و پر جنب‌وجوش‌اند و دست‌ها یا پرچم‌های خود را مرتباً حرکت می‌دهند. در حالی که بقیه جمعیت استادیوم را فقط به عنوان جمعیت و به صورت زمینه درک می‌کنیم.»^{۱۰}

حال این امر در مورد امور ذهنی نیز صدق می‌کند. فرضاً در زندگی یک کودک به لحاظ پایایی، امور به گروه‌های مختلف تقسیم می‌شوند. خانواده و پدر و مادر، تقریباً پایاترین عنصر زیست جهان کودک است و به همین جهت، بیشتر نقش زمینه‌ای ایفا می‌کند؛ به همان میزان که کمتر احساس می‌شود، بیشتر حضور دارد. به همین ترتیب، یک مهمانی شخصی در یک روز تعیین شده که در آن هم سن و سال‌های اقوام دور و نزدیک حضور دارند، یک پدیده کم پایا و میرا محسوب می‌شود و برجسته‌تر جلوه می‌کند. با این توضیحات، حضور سریال تلویزیونی در زیست جهان کودک، از سویی تصور بهتر و واقعی‌تری از زمان را برای او می‌سازد و از سویی به او اجازه لمس یک روند پیوسته در درون زندگی شخصی را می‌دهد.

۵. غالباً مشاهده کرده‌ایم که شخصیت‌های سریال‌های تلویزیونی کودکان، با چه سرعت حیرت‌انگیزی به الگوهای زنده تبدیل می‌شوند. توانایی چشمگیر الگوسازی برای کودکان، تا آن حد که در رسانه تلویزیون وجود دارد، در کمتر رسانه دیگری مشاهده می‌شود. هنگامی که کودک از طریق کتاب، کمیک استریپ یا فیلم سینمایی در جریان یک داستان قرار می‌گیرد، مخاطب شکلی از الگوسازی فردی و شخصی است. البته از یاد نباید برد که تجربه کشف یک الگوی کاملاً شخصی برای کودک، حایز اهمیت‌های خاص خویش است، اما آن‌چه در الگوسازی‌های تلویزیونی، به عنوان مشخصه و ممیزه این رسانه مطرح است، ویژگی بین‌الذاتی (intersubjective) آن است. این امر موجب می‌شود که کودک قادر باشد با همسالان خود، درباره شخصیت محبوب خود - یا شخصیت منفور همان سریال تلویزیونی - گفت‌وگو کند. به همین علت، مجموعه محصولات فرهنگی در دسترس کودکان یک نسل، بخشی از هویت آن نسل است. به عنوان مثال، افراد هم سن و سال و کسانی که در قالب یک نسل قرار می‌گیرند، همواره برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی یا کتاب‌ها و مجلات مشخصی را به یاد می‌آورند که ذهن آن‌ها را در گذشته به یکدیگر پیوند می‌داد. بنابراین، قابلیت الگوسازی اقتباس تلویزیونی، خود از جمله عوامل شکل‌دهنده هویت نسلی نیز محسوب می‌شود.

**تلویزیون
با مجموعه
قابلیت‌های
خود، بسیاری از
رسانه‌های دیگر را
در حاشیه
قرار داده
و همین امر
موجب شده است
منتقدان
به وظیفه تبلیغ‌گری
تلویزیون،
برای رسانه‌های
عمیق‌تر و
فرهنگ‌سازتری
نظیر کتاب
بینیدشند**



اشکال اقتباسی تلویزیونی برای کودکان

می‌توان اشکال اقتباسی تلویزیونی را بر مبنای فرایندی که روی متون اصلی رخ می‌دهد، به سه عنوان تقسیم کرد که در پی می‌آید. حتی در مواردی که هدف نویسنده اقتباس کننده، آن باشد که اثرش را بر اساس اصل داستان به مخاطبان ارائه دهد، باز هم می‌بایست وقت زیادی صرف تغییر داستان کند تا برای رسانه جدید مناسب شود. گرچه گاه می‌توان قسمت‌هایی از داستان اصلی را به صورت دست نخورده ارائه کرد - مانند برخی از گفت‌وگوها یا روایت‌ها - در اغلب این موارد نیز نیاز به تغییر وجود دارد.

۱. گسترش روایت

گاه اقتباس کننده، از طولانی کردن صحنه‌های متن اصلی برای تهیه متن اقتباسی ناگزیر می‌شود. این مورد عمدتاً در اقتباس از داستان‌های دینی و تاریخی رخ می‌دهد. داستان‌های دینی بیشتر به صورت جوهر مطلب و یا جوهر موضوع نقل شده‌اند و در متن اصلی، تنها طرح داستان وجود دارد. در متون تاریخی نیز گاه ابهاماتی درباره موقعیت‌ها و شخصیت‌ها مشاهده می‌شود که نیازمند بسط و گسترش است. در این گونه موارد، اقتباس کننده ناگزیر است برای آن که داستان پیکر کافی برای نمایش پیدا کند، حوادث و رویدادهای جنبی و شخصیت‌های فرعی یا ثانوی دیگری را با توجه به منابع و مأخذ دیگر به آن اضافه کند. افزون بر این، حتی در مواقعی که اقتباس کننده متن اصلی را کوتاه می‌کند، برای اتصال منطقی میان بخش‌های مختلف داستان، بخش‌هایی به آن می‌افزاید.^{۱۱}

همچنین اقتباسی‌هایی که برای کودک و نوجوان صورت می‌پذیرد، ممکن است یک داستان در کنار یک خط داستانی فانتاستیک روایت شود؛ به طوری که خط داستانی دوم، افزوده اقتباس کننده باشد. به عنوان مثال، گاه پیش می‌آید که در انیمیشن شخصیت‌های فرعی متعددی در قالب حیوانات، به داستان اصلی افزوده شوند تا میزان سرگرم‌کنندگی اثر را افزایش دهند. نمونه آشنای این مورد، انیمیشن «سیندرلا»ی کمپانی والت دیزنی است که در آن، بخش عمده‌ای از موقعیت‌ها، از طریق حیوانات که به صورت شخصیت‌های فرعی پرداخت شده‌اند، پیش می‌رود.

۲. فشرده‌سازی روایت

از جمله تغییرات متداولی که اقتباس کننده با آن روبه‌روست، فشرده و خلاصه کردن مواد داستان اصلی است. خصیصه اختصاصی کار اقتباس تلویزیونی، این است که بیش از دیگر شاخه‌های ادبیات، نویسنده می‌باید وقت خود را صرف به تصویر درآوردن رویدادها کند و آن‌ها را به صورتی مجسم سازد که در زندگی واقعی وجود دارند. مقصود این است که اقتباس کننده قادر نیست به اندازه یک نویسنده داستان، مطالب و مفاهیم را تنها در یک پاراگراف بیان کند. نویسندگان داستان ممکن است حوادث سال‌ها را تنها در چند صفحه ارائه دهند یا صحنه‌ای را توصیف کنند که هزاران شخصیت در آن مشارکت دارند، اما برای نویسنده رادیویی یا تلویزیونی که فضا و زمان محدودی در اختیار دارد و باید رویدادها را به صورت تصویری درآورد، لازم است که مطالب و سواد محتوای داستان خلاصه و فشرده شود. این فرایند در سه وجه ممکن می‌شود:

الف) حذف و نادیده گرفتن برخی از صحنه‌ها: برداشتن برخی از صحنه‌ها به طور کامل، یکی از راه‌های فشرده‌سازی داستان است. از این شیوه، برای آماده‌سازی داستان‌هایی که می‌خواهند در تلویزیون نمایش دهند ومدت آن بلندتر از زمان تعیین شده برای نمایش فیلم تلویزیونی است، استفاده می‌شود. اقتباس کننده تلویزیونی، در حذف برخی از صحنه‌ها نیاز به جست‌وجو و درک این مطلب دارد که حذف چه صحنه‌هایی از داستان به پیکر اصلی آن آسیب نمی‌رساند. این کار، همگام با بررسی و تغییر در کل داستان قابل اجراست.

ب) حذف قسمتی از محتوای داستان: در پرداخت برخی از داستان‌ها، موضوع‌های فرعی (Subplot) وجود دارد که می‌توان با حذف این موضوعات، داستان را کوتاه کرد؛ به شکی که به اصل داستان آسیبی وارد نشود. حذف این قسمت‌های فرعی، بهتر از فشرده نشان دادن آن‌هاست؛ زیرا فشرده‌گی ممکن است هم به اصل داستان و هم به داستان فرعی آسیب برساند. اقتباس کننده می‌باید در حذف موضوع‌ها یا داستان‌های فرعی، دقت کند تمام مسائلی که در ارتباط با این موضوع‌های فرعی هستند، از پیکره داستان اصلی جدا شوند تا موجب مغشوش شدن ذهن مخاطبان نشود و در تمام طول داستان، هیچ‌گونه ارجاعی به قسمت حذف شده وجود نداشته باشد.

در برخی از اقتباس‌ها، اقتباس کننده یک سری از رویدادها را که تم یا زمینه موضوعی یکسان دارند، برای برنامه نمایشی انتخاب می‌کند. حتی گاه برخی از نویسندگان تلویزیونی، از میان موضوع‌های متعددی که در متن داستان وجود دارد، تنها یک موضوع را برای نوشتن انتخاب می‌کنند.

ج) حذف یا ادغام شخصیت‌ها: زمانی که داستان‌های فرعی از یک داستان برداشته می‌شوند، همراه با آن

**نویسندگان متون
دراماتیک تلویزیونی،
در حدی می‌توانند
به اصل داستان
وفادار باشند
که رسانه جدید
اجازه می‌دهد،
زیرا برخی تغییرها
در جهت انطباق با
رسانه جدید
ضروری است**

شخصیت‌ها نیز به کنار می‌روند. به منظور کوتاه و فشرده کردن داستان برای نمایش، می‌توان شخصیت‌های ثانوی یا فرعی را که عملکردهای یکسانی در پرداخت داستان دارند، حذف و یا این که نقش دو یا چند تن از آن‌ها را به یک شخصیت واگذار کرد. این‌گونه ترکیب یا جوش دادن شخصیت‌ها را با یکدیگر، می‌توان در بسیاری از اقتباس‌های تلویزیونی که متن ما در آن‌ها دارای شخصیت‌های متعدد است، مشاهده کرد.

د) متراکم کردن یا خلاصه کردن صحنه‌ها: در بسیاری از داستان که نمایش‌نامه تلویزیونی از آن اقتباس می‌شود، صحنه‌هایی که ذات آن‌ها برای حفظ پیکره داستان موردنیاز بوده، حفظ شده، ولی جزئیات آن صحنه‌ها که موردنیاز نبوده‌اند، حذف گردیده است. نویسنده تلویزیون، برای کاهش و به هم‌فشرده‌گی برای تصمیم‌گیری درباره این که چه قسمتی از صحنه برای نمایش داستانی نگاه داشته و چه قسمتی حذف شود، نویسنده می‌باید دو مسئله را موردنظر قرار دهد اول این که مخاطبان تلویزیون انتظار دارند چه چیز ببینند یا بشنوند؟ به عبارت دیگر، چه شخصیت‌ها و چه صحنه‌هایی در اثر اصلی داستانی موردپسند مردم است. دوم این که چه قسمت‌هایی از ساختار داستان، قابلیت بیشتری برای تبدیل شدن به برنامه تلویزیونی دارد.

تلویزیون

در قالب سریال‌ها،

این توانایی را دارد

که اثر ادبی را در

چندین قسمت مجزا،

اما مجموعاً

در زمانی طولانی‌تر

به مخاطب ارائه کند.

این امر

موجب می‌شود که

رسانه تلویزیون

در قالب سریال،

قادر باشد

از ضریب وفاداری

بیشتری به اثر ادبی

برخوردار شود

۳. برگرفتن محتوای داستان

نویسنده تلویزیونی، از موارد نوشته شده در ادبیات بهره می‌برد و به منظور مناسب ساختن آن برای پخش از رسانه‌های الکترونیکی، می‌باید تغییرات دیگری در داستان به وجود آورد که ممکن است این تغییرات شامل موارد ذیل باشند:

الف) برگرداندن به زبان محاوره: نویسندگان تلویزیونی که از داستان کوتاه یا بلند و دیگر منابع داستانی بهره می‌برند، می‌باید مواد اولیه داستان را که به صورت روایت یا توصیف است، به شکل گفت‌وگو درآورند. در نوشتن گفت‌وگوها، نویسنده با معرفی اطلاعات موردنیاز از طریق گفت‌وگو روبه‌روست؛ بدون این که حاصل کلام این گفت‌وگوها برای نمایش سنگین باشد. نحوه گفت‌وگو در مقام اقتباسی بهتر است طبیعی و به شیوه زندگی عادی، اما درحالت نمایشی باشد؛ به ویژه در اقتباس‌های تلویزیونی برای کودکان، می‌باید عرف فراگیر تربیتی کودکان را در جامعه مدنظر قرار داد و از کاربرد گفت‌وگوهای غیرموذبانه و بدآموز پرهیز کرد.

ب) برگرداندن به موسیقی و جلوه‌های صوتی: کاربرد اصلی موسیقی و جلوه‌های صوتی در نمایش‌های رادیویی است، اما در اقتباس‌های تلویزیونی نیز موسیقی و جلوه‌های صوتی مورد استفاده قرار می‌گیرد. البته عملکرد اصلی موسیقی، اثر تأکیدی آن است که کامل‌کننده دیگر فنون نمایشی است. از موسیقی به ندرت به عنوان وسیله ارتباطی مستقیم استفاده می‌شود.

ج) برگرداندن به وسایل صحنه، لباس، شغل، عمل، رفتار: از جمله امتیازات اقتباس تلویزیونی، استفاده از مواد تصویری برای نمایش است. نویسنده داستان اصلی، ممکن است صفحه‌های بسیاری از کتاب را صرف تجسم بخشیدن به صحنه‌هایی کرده باشد که می‌خواهد به خواننده منتقل کند، اما طبیعی است که اقتباس‌کننده تلویزیونی، تا حد ممکن برای تجسم این توصیف‌ها، از مواد تصویری بهره می‌برد.

د) برگرداندن به روایت: ممکن است در اقتباسی تلویزیونی، بخش‌هایی از متن اصلی در قالب روایت (Narration) به مخاطب القا شود.^{۱۲}

پی‌نوشت:

۱. نیگو، مینو و دیگران: شناخت مخاطب تلویزیون (با رویکرد «استفاده و رضامندی»)، سروش، چاپ اول ۱۳۸۱، ص ۱۱۵.

۲. همان‌جا

۳. همان‌جا

۴. همان‌جا، ص ۱۱۶

۵. همان‌جا، ص ۱۲۴

۶. ریچاردز، آی. اصول نقد ادبی، سعید حمیدیان، انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ اول ۱۳۷۵، ص ۴۸

۷. نوزدی، حسینی: پست مدرنیته و پست مدرنیسم، نقش جهان، چاپ اول ۱۳۷۹، صص ۹-۷۲۸

۸. خیری، محمد: اقتباس برای فیلم‌نامه، سروش، چاپ اول ۱۳۶۸، ص ۴۸

۹. کریمی، یوسف: روان‌شناسی اجتماعی، ارسباران، چاپ هشتم، زمستان ۱۳۷۹، ص ۳۹

۱۰. همان‌جا، صص ۴۰-۳۹

۱۱. خزائلی، عدرا: نویسندگی برای رادیو و تلویزیون، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما، چاپ اول ۱۳۷۵، ص ۱۹۴

۱۲. برای مطالعه بیشتر ر.ک. به: هاجا، صص ۸-۱۹۰