رسانه / فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی
Rasanch
نوع مقاله: پژوهشی
DOI: 10.22034/BMSP.2022.295702.1578
http//qjmn.farhang.gov.ir
Vol. 34, No 2, Summer 2023

ظرفیت‌های اقتباس برای نویسندگی در کتاب صوتی

(مطالعهٔ موردی روی کتاب قطار به موقع رسید از هاینریش بُل)

نوشتهٔ
سمیه کشوری*
مجید شریف‌خدایی**
محمد اخگری***

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۲۸
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۱۱

چکیده

امروزه کتاب صوتی به کمک انسان معاصر آمده است. بنابراین باید به عنوان یک رسانهٔ مستقل عمل کند. رسانهٔ جدید، باید روایت جدیدی ارائه دهد. اینجا اهمیت نویسندهٔ کتاب صوتی مشخص می‌شود. این پژوهش با روش تحلیل محتوای کیفی و مطالعهٔ موردی بنابر نظریهٔ لیندا هاچن انجام شده است. هاچن، به پهنهٔ مطالعات اقتباس وسعت بیشتری می‌دهد، و رابطهٔ خطی و سلسله‌مراتبی اقتباس را کنار می‌گذارد و مدل جدیدی به نام بینامتنیت مطرح می‌کند. هاچن مسئلهٔ ارزش‌گذاری را از موضوع اقتباس حذف می‌کند و اقتباس را، نه به عنوان محصول نهایی که اتفاق افتاده، بلکه یک فرایند می‌بیند. به نظر می‌رسد تجربیات رسانهٔ رادیو برای تولید کتاب صوتی کمک‌کننده است. بنابراین، کتاب صوتی به جایگاه اندیشمندانه‌تری دست می‌یابد. اقتباس مقوله‌ای است که در عرصه‌های ادبی، هنری و رسانه‌ای ورود کرده، و کتاب‌های صوتی ظرفیت‌های شگرفی در این زمینه دارند. اقتباس در سطوح مختلف صورت می‌گیرد. به عبارتی، اقتباس در وهلهٔ نخست با تغییر ماده اتفاق می‌افتد، چون فرایندی است که از یک رسانه به رسانهٔ دیگر صورت می‌گیرد. بنابراین می‌تواند پا را فراتر بگذارد. همچنین کتاب صوتی برای جذب مخاطب و حفظ جایگاه خود، باید دست به بازآفرینی بزند. نویسندهٔ اقتباس شنیداری، با پرواز تخیل خود در راستای طرح داستان، بازآفرینی می‌کند. پایه و اساس بازآفرینی، تخیل است. اثر بازآفریده، اثری است مستقل و تازه. وقتی به کتاب صوتی، موسیقی، افکت اضافه می‌شود، اثر خودبه‌خود رنگ و بوی اقتباس می‌گیرد. در نتیجه اقتباس در سراسر کتاب صوتی جاری است، از شروع گرفته تا پایان.

کلیدواژه: کتاب صوتی، اقتباس، تخیل، روایت.

* کارشناس ارشد رادیو گرایش نویسندگی، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صداوسیما (نویسنده مسئول)، تهران، ایران Sami.Keshvari@gmail.com
** استادیار گروه رادیو، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صداوسیما تهران، ایران
majidsharifkhodaei@gmail.com
*** استادیار گروه رادیو، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون دانشگاه صداوسیما، تهران ایران akhgari@iribu.ac.ir

مقدمه

مفهوم رسانه در دنیای امروز، نسبت به سال‌های گذشته، تغییرهای اساسی پیدا کرده است؛ به عبارتی دنیای امروز دنیای رسانه‌هاست، و با گذشت زمان همچنان به ظرفیت رسانه‌ها اضافه می‌شود و تحول‌ها به شکل سریعی، ثانیه‌ای اتفاق می‌افتد.

از آنجایی که هر رسانه ابزار خاص خود را برای انتقال پیام لازم دارد، شاید بتوان گفت کتاب صوتی ابزار قدرتمندی، کنار مشغلهٔ انسان معاصر است، به عبارت دیگر کتاب صوتی، بدون خدشه وارد کردن به مشغلهٔ انسان معاصر، می‌تواند دست همراهش را بگیرد و او را در تخیل انسان‌ها و کتاب‌ها پرواز دهد. با همین دنیای رقابتی رسانه‌ها، ذهنیت بشر نسبت به گذشته فعلیت بیشتری برای پرواز پیدا کرده است، در واقع واقعیت و تخیل نیازهای انسان معاصر برای بقا و زندگی هستند (سایت ایران تئاتر، ۱۳۹۷).

«خیال» و «تخیل» جوهرهٔ اصلی هنر و ادبیات هستند. تخیل یکی از بنیادی‌ترین عناصر زیبایی‌شناسی است که در هنرهای تصویری و کلامی بسیاری به آن پرداخته‌اند. مفهوم پیچیدهٔ تخیل در عرصهٔ علوم انسانی هم معنایی ویژه یافته است؛ بنابراین تخیل را می‌توان بنیادی‌ترین عامل در خلق تجربه‌های شهودی، کشفی، کشف ساختارهای واقعیت و خلق ساختارهای زیبایی‌شناختی دانست. تخیل با آنکه از واقعیت می‌گریزد، اما ریشه‌هایش را از واقعیت می‌گیرد. این است که همیشه بین واقعیت و فراواقعیت در گردش است (جهاندیده، ۱۳۸۷ :۱۴۱).

با این تفاسیر رسانهٔ کتاب صوتی برای بقای خود، به امر تخیل نیاز دارد که جوهرهٔ اصلی هنر و ادبیات است؛ و اقتباس یک نوع تخیل است. به عبارت دیگر پایه و اساس بازآفرینی، تخیل است و اثر بازآفریده، اثری است مستقل، تازه و بدیع.

نظریهٔ لودویگ یگر

برخی از محققان در تعریف کتاب صوتی، دو بعدی بودن آن را مورد توجه قرار داده‌اند. لودویگ یگر کتاب صوتی را پیوند ناهمگون عناصر مختلف می‌داند که به واسطهٔ ویژگی‌های خاصش، به‌ویژه اختصاصات رسانه‌ای شناخته می‌شود. یگر بر این عقیده است که میان متن اصلی کتاب و آنچه شنوندهٔ کتاب صوتی می‌شنود، ترتیبی رسانه‌ای وارد می‌شود که مقولهٔ دیگری را غیر از متن اصلی برای شنیدن منتقل می‌کند و گویی متن با ترتیبات رسانه‌ای برای شنیدن آماده می‌شود. به عبارت دیگر متن از یک هویت متنی نوشتاری به یک هویت آوایی ـ شنیداری تبدیل می‌شود. یگر پیشنهاد می‌کند که این تغییر هویت از نسخهٔ متنی به نسخهٔ صوتی را که برای گویندگی ساخته و پرداخته شده، «صوتی ـ ادبی‌شده» بنامیم (اخگری، ۱۳۹۹ :۵۱؛ به نقل از Jager, 2014: 23).

به سخن دیگر، متن کتاب صوتی با کمک گفتار گوینده، تنظیم و با بهره‌گیری از ابزارهای فنی تولید می‌شود و از مجموع همهٔ این ترکیب‌ها و پیوندها «واقعهٔ شنیداری» برای شنونده پدید می‌آید.

متن شنیداری چیزی غیر از متن مکتوب اولیه است. صدای گوینده صرفاً انتقال‌دهندهٔ متن شنیداری نیست، بلکه صدا با نوع اجرا، جنس و رنگ خاص خود، اتحادی جداناشدنی با متن ایجاد می‌کند. متن شـنیداری با توجه به سبک گفتار، اجرا، دراماتورژی و کارگردانی به گونه‌ای صوتی ادبی تبدیل می‌شود (اخگری ۱۳۹۹؛ به نقل از Pinto, 2017: 94).

نظریهٔ لیندا هاچن

لیندا هاچن فراگیر بودن اقتباس را در تمام اشـکال مختلف رسـانه‌ای و هنری بررسی می‌کند و می‌گوید اگر تصور می‌کنید اقتباس صرفاً در مورد رمان‌ها و فیلم‌ها قابل ادراک است، سخت در اشتباه‌اید. اقتباس همواره سبک اصلی قصه‌گویی بوده و این شایستگی را دارد که در تمام انواع خود مطالعه و طیف وسیعی را شامل شود.

هاچن بر این عقیده اسـت که اقتباس، راز بقای متن اسـت و می‌گوید متن می‌ماند، چون اقتبـاس می‌شـود. او در راسـتای همه‌گیر بودن اقتبـاس مدام آثار هنری مثل اپرا، موسـیقی و بازی‌هـای کامپیوتری را مثال می‌زند و می‌گوید، اقتباس در عصر جدید افسارگسـیخته شـده است؛ به این معنی که اگر اقتباس را فقط برای رمان و فیلم‌ها مد نظر قرار دهیم، نمی‌توان جاذبهٔ اقتباس و حتی ماهیت آن را درک کرد. بر همین اسـاس بحث وفاداری و حقیر شمردن اقتباس را مطرح می‌کند، و این دو مسئله را به چالش می‌کشد.

به نظر خانم هاچن اقتباس یک پدیدهٔ ظاهری و صوری نیست، بلکه یک فرایند است. در همین راسـتا باید روی مسـلم‌انگاری‌های انتقادی خط بطلان کشید و به چگونگی مواجههٔ رسانه‌های مختلـف با عناصری از قبیل زاویهٔ دید، بیرونی/درونی بودن، زمان، آیرونی، ابهام، اسـتعاره‌ها و نمادها و همچنین سکوت و حذف پرداخت. همهٔ این موارد نکاتی است که در نویسندگی کتاب صوتی نیز همواره باید مد نظر قرار داد. بنابراین اقتباس در هر رسانه‌ای که صورت پذیرد، همانند اثر اصلی قابل دقت و بررسی است و به همان اندازه نیز قابل اعتنا و پراهمیت است.

روندی که در تولید کتاب صوتی در پیش گرفته شده، مثل روخوانی صرف و یا تلخیص از کتاب و تبدیل آن به کتاب صوتی، مقوله‌ای نیست که خلاقیتی به همراه داشته باشد.

کتاب صوتی یک رسانهٔ قدرتمند به‌مثابهٔ یک رسانهٔ مستقل و آزاد

تاریخ ادبیات ایران با ادبیات شـفاهی شـروع شد و بعد به سـمت ادبیات مکتوب پیش رفت. درواقع شـنوندگان، گفتار شفاهی را از گویندگان می‌شنیدند و به خاطر می‌سپردند و دوباره این سـخنان را برای دیگران نقل می‌کردند. ما کنار قصه‌های مادربزرگ‌ها و مادرمان بزرگ شده‌ایم، قصه‌هایی از سرزمین‌های عجیب با مردمانی از جنس خودمان.

ما در عصر حاضر شـاهد آن هسـتیم که ادبیات ما، دوباره در حال رفتن به سـمت ادبیات

شـفاهی است. با این حال باید توجه داشته باشـیم که این ادبیات شفاهی با آن ادبیات شفاهی خیلی فرق می‌کند و دو درک و آگاهی کاملاً متفاوت را برای انسان به دنبال دارد. در دنیای جدید هیچ متنی شـبیه متن دیگری نیست و حتی تلخیص یعنی یک آگاهی جدید؛ اینکه گفته می‌شود کتاب صوتی برخی آثار، از خود اثر مکتوب بیشتر شنیده و خوانده می‌شود به دلیل همین درک و آگاهی جدید و متفاوت است.

کتاب صوتی رسـانه‌ای اسـت که در سـنت روایت‌های شفاهی بشـر برای انتقال دانش و اطلاعات و سـرگرمی ریشـه دارد و برای بازتولید متن در قالب شنیداری از جلوه‌های صوتی، موسـیقی، گفتار و سـکوت بهره می‌گیرد کـه از این منظر در مقولهٔ هنـر و ادبیات صوتی جای می‌گیرد (اخگری، ۱۴:۹۹).

مزیت بزرگی که رسانهٔ کتاب صوتی، نسبت به رسانه‌های قدرتمند دیگر دارد، دادن آزادی عمل به انسان معاصر است. کتاب صوتی هیچ‌گاه انسان را در بند خود قرار نمی‌دهد، هیچ‌گاه تمام حواس آدمی را از او نمی‌گیرد؛ بلکه همچنان که به انسـان آگاهی می‌بخشـد، به او اجازه می‌دهد از زمان و وقت خود استفاده‌های بی‌شماری بکند؛ امکانی که رسانه‌های تصویری از ارائهٔ آن عاجزند.

کتاب صوتی از انسـان معاصر یک انسـان چند بعدی می‌سـازد، انسـانی که با گوش فکر می‌کنـد، تخیل می‌بافد، ذهنش عروج پیدا می‌کند، کلمه می‌شـنود و تصویرش را بنابر زیسـت و نـگارش خـود از زندگی در ذهن خود می‌بیند؛ و در کنار همـهٔ این‌ها به کار و فعالیت مربوط به زندگی معاصر می‌پردازد. رسـانهٔ شـنیداری و به طور اخص کتاب صوتی از این منظر رسانهٔ قدرتمند و سـازنده‌ای اسـت. به عبارت دیگر کتاب گویا می‌تواند به عنوان رسانه‌ای مستقل و گونه‌ای از قالب‌های برنامه‌سـازی رادیویی کارکرد داشـته باشـد. در میان عناصر صوتی، کلام مهم‌ترین رکن صوتی قالب کتاب گویا اسـت و به ترتیب موسیقی، جلوه‌های صوتی و سکوت دارای کارکرد هستند (بلدی فروشانی و دیگران، ۱۳۹۸: ۱۳۱).

اقتباس لازمهٔ کتاب صوتی

در روزگاری که بسیاری از اندیشمندان مانند آندره بازن، دادلی اندرو، لیندا سیگر و لیندا هاچن اقتبـاس را ابزاری برای گسـترش هنرهای نوظهور به طور اخص سـینما می‌دانند، چرا کتاب صوتی از ظرفیت بی‌نهایت اقتباس برای گسترش و شکوفایی هرچه بیشتر خود استفاده نکند؟

شـونبرگ، آهنگ‌ساز، موسیقی‌دان و نظریه‌پرداز، می‌گوید لازم نیست که از «هنر نو» سخن بگوییم: اگر هنر اسـت، پس نو اسـت. به عبارت دیگر جهان هنر همچنان با ملاک نو بودن به پویش خود ادامه می‌دهد.

گرچه اقتباس مقولهٔ نو و تازه‌ای نیست، ولی تاریخ نشان می‌دهد اقتباس، هر وقت بخواهد در هنری پا بگذارد معمولا مخالفان و موافقان سرسخت خودش را دارد.

ســاندرو بُکولا در کتاب هنر مدرنیسم در فصل "پایان مدرنیسم" از اقتباس صحبت می‌کند و می‌گوید: اجزای اندیشه و سبک آفریده‌های پیشین با همان خلوص اصلی‌شان مورد استفاده و اقتباس قرار نمی‌گیرند، بلکه با فرم‌های قالب ناهمگون، طوری با هم طوری آمیخته می‌شوند که ماهیت مرامنامه‌ای پیشین را از دست می‌دهند. غالباً انواع رشته‌های هنری (نقاشی، عکاسی، مجسمه‌سازی، نمایشــگری، معماری و طراحی) را در هم می‌آمیزد تا اثری چندرسانه‌ای پدید آورد. گرچه ســاندرو بکولا در این کتاب از هنرهایی غیر از هنر شــنیداری مثال می‌آورد، ولی غیر قابل انکار اســت که رشــته‌های هنری، همیشه پنجه‌درپنجهٔ هم مسیر شکوفایی خود را طی کرده‌اند و کتاب صوتی نیز از این قاعده مستثنا نیست.

روند تاریخی اقتباس نشان می‌دهد، باید آن را به عنوان یک پدیدهٔ همه‌گیر پذیرفت که باعث قدرتمند شــدن کتاب صوتی می‌شــود نه تضعیف آن. کتاب صوتی یک پدیدهٔ نوظهور است که بســیار سریع‌تر از رســانه‌های دیگر مخاطب‌های خود را پیدا کرده است، بنابراین باید بیشتر از رسانه‌های دیگر تازه و نو شود و خود را از بندِ باید و نبایدها رها کند. شاید برای اینکه ثابت کنیم اقتباس لازمهٔ کتاب صوتی است، لازم است دوباره به تعریف اقتباس از منظر رسانه برگردیم.

بینش دوگانه: تعریف اقتباس

بــا توجه به پیچیدگی آنچه می‌تواند مورد اقتباس قرار گیرد و ابزارهای اقتباس، عده‌ای ســعی می‌کنند واژگان جدید جعل کنند تا جایگزین ســادگی گیج‌کنندهٔ کلمهٔ «اقتباس» شــود (هاچن، ۱۳۹۶). اما درنهایت بیشتر آن‌ها به شکست در این راه اعتراف دارند: بی‌دلیل نیست که این کلمه پایدار بوده. اما علیرغم ســادگی اولیه‌ای که ممکن اســت از ظاهر اقتباس به نظر برسد، تعریف آن در حقیقت بسیار سخت است. همان‌طور که پیش از این دیدیم، این سختی تا حدودی ناشی از آن اســت که ما واژهٔ واحدی را برای فرایند و محصول آن به کار می‌بریم. اقتباس، به عنوان یک محصول، می‌تواند تعریفی صوری داشته باشد. اما به عنوان فرایند آفرینش و دریافت، باید جنبه‌های دیگر آن مورد توجه قرار گیرد، به همین دلیل است که نقطه‌نظرات متفاوتی که قبلاً در این باره مطرح شده، برای مورد بحث قرار دادن و تعریف اقتباس لازم‌اند.

سطح یک اقتباس (تغییر ماده)

از یک رسانه به رسانهٔ دیگر

در کتــاب صوتی، خواه یا ناخواه فرایند تلخیص صورت می‌گیرد، به عبارت دیگر تلخیص یک روش رایــج در ارائهٔ متن برای کتاب صوتی اســت. ولی تلخیص در اصل، اقتباس محســوب نمی‌شــود. بحثی که اینجا مطرح می‌شود شــکل‌های مختلف اقتباس است که کتاب صوتی نیز ناگزیر به آن تن می‌دهد.

شـــکل ســـاده‌ای از اقتباس، زمانی اتفاق می‌افتد که یک اثر را از یک رســـانه به رسانهٔ دیگر تغییر می‌دهیم. مثلاً زمانی که فیلمی از روی رمانی ســـاخته می‌شـــود؛ همواره این ســـؤال پیش می‌آید که مادهٔ اصلی کتاب چیســـت؟ جواب مشـــخص است، کلمه. نویسنده با استفاده از کلمه فضای داســـتان خود را ترســـیم می‌کند، او در این راه توصیف می‌کند، خلق می‌کند و می‌میراند، آن هم فقط با کلمه‌ها. حالا همین رمان، که مادهٔ اصلی آن کلمه اســـت، قرار است به فیلم تبدیل شـــود. مادهٔ اصلی فیلم چیست؟ جواب مشخص است، تصویر. کارگردان با استفاده از تصویر، فضا و داســـتان فیلم خود را به مخاطب نشان می‌دهد. بنابراین نویسنده در این راه، یعنی تبدیل رمان به فیلم، باید مادهٔ کلمه را به مادهٔ تصویر تبدیل کند، و این کار یعنی اقتباس.

نیل ورما در کتاب تئاتر ذهن، مادهٔ رســـانهٔ شـــنیداری مثل رادیو را صدا ـ تصویر[1] می‌داند. مادهٔ رادیو کلمه (به معنیِ مطلقِ کلمه) نیست و به اشتباه گفته می‌شود مادهٔ رادیو کلام است. در آثار مکتوب که ماده‌اش کلمه اســـت، ما کلمـــه را می‌بینیم و لمس می‌کنیم، اما در رادیو یک مادهٔ شنیداری استعمال می‌شود که نه قابل لمس است نه قابل دیدن.

برای تفهیم مفهوم صدا ـ تصویر بهتر است با یک مثال شروع کنیم: وقتی به ما گفته می‌شود هویج، در ذهن ما تصویر هویج به وجود می‌آید. تصویر هویج مستقیم‌ترین نشانه‌ای است که از کلمهٔ هویج در ذهن‌مان ساخته می‌شود، و این به دلیلِ قراردادهای تصویری است که در کودکی به ما آموزش داده شده است، که وقتی گفته می‌شد هویج به ما تصویر یا شکل هویج نشان داده می‌شـــد. حال اگر به من ســـیب‌زمینی نشان داده می‌شد و گفته می‌شد این هویج است، از این به بعد، من به محض اینکه کلمهٔ هویج را می‌شنیدم تصویر سیب‌زمینی در ذهنم نقش می‌بست. از این منظر باید متوجه تفاوت مادهٔ رادیو نسبت به مادهٔ رسانه‌های دیگر شده باشیم و مفهوم صدا ـ تصویر برای ما روشن شده باشد.

در ادامهٔ همین بحث، وقتی به کسی گفته می‌شود یک «شب سرد بارانی»، تصویر یک شب سرد بارانی تو، با تصویر شب سرد بارانی دوست تو، یا یک فرد دیگر متفاوت است. حالا این تفاوت در تصویر می‌تواند علت‌های گوناگونی داشـــته باشد، یکی از آن‌ها می‌تواند بنا بر تجربهٔ زیســـتی تو از یک شـــب سرد بارانی باشد، تجربه‌ای که برای فرد دیگر با یک زیست دیگر قطعاً متفاوت از توست. بنابراین ما اینجا با دو صدا ـ تصویر متفاوت روبه‌رو می‌شویم.

در رسانهٔ تصویری مانند تلویزیون وقتی «یک شب سرد بارانی» را به ما نشان می‌دهد، همهٔ مخاطبان فقط همان یک شب سرد بارانی را می‌بینند و همان را هم تصور می‌کنند و ما به تعداد همهٔ آدم‌ها یک شب سرد بارانی نداریم، ولی در رسانه‌ای مانند رادیو ما به اندازهٔ همهٔ مخاطبان «یک شب سرد بارانی» داریم.

بسیاری از اندیشمندان بر این باورند که وقتی مادهٔ اثری تغییر کرد، دیگر آن اثر اولیه وجود

1. Soundimage

ندارد؛ بنابراین وقتی مادهٔ رسانه تغییر کرد، رسانهٔ جدید دیگر رسانهٔ اولیه نیست. به عبارت دیگر، جوهر (هستهٔ وجودی) و عَرَض (صفاتی که به جوهر الصاق می‌شود) مادهٔ اولیه تغییر کرده است، در واقع جوهر ماده تغییر کرده و دیگر آن اولیه نیست. مثلاً وقتی بخار به مایع یا مایع به جامد تبدیل می‌شود، دیگر این مایع یا جامد همان مادهٔ اولیه‌شان نیستند، حتی اگر این مایع یا جامد دوباره به بخار یا مایع تبدیل شوند، باز هم به همان مادهٔ اولیه‌شان برنمی‌گردند چون جوهرش عوض شده است. بسیاری از اندیشمندان بر این باورند که اقتباس صورت گرفته است. در کتاب صوتی هم وضع به همین شکل است، وقتی مادهٔ بصری به مادهٔ صوتی تبدیل می‌شود، دیگر آن مادهٔ بصری وجود ندارد؛ چون از تصویر به صوت رسیده است. وقتی رمان را که یک رسانهٔ مکتوب است، به رسانهٔ شنیداری مثل کتاب صوتی تبدیل می‌کنیم، مادهٔ کلمه به مادهٔ صدا ـ تصویر بدل شده و ماهیت کلمه از بین رفته است؛ بنابراین این تغییر ماده همان اقتباس محسوب می‌شود.

در بین بسیاری از تهیه‌کنندگان و نویسندگان رادیو برای اقتباس شنیداری که انجام می‌شود، نام تنظیم را برگزیده‌اند؛ در حالی‌که این نام‌گذاری اشتباه است. کلمهٔ تنظیم از موسیقی آمده است و زمانی به کار می‌رود که آهنگساز ملودی خاصی را برای مثلاً فلوت تنظیم می‌کند، در واقع ملودی را در گسترهٔ صوتی فلوت می‌برد. نویسندگان رادیو هم همین کلمه را از موسیقی گرفته‌اند و برای نویسندگی در کتاب صوتی استفاده می‌کنند، در حالی‌که جایگاه کلمهٔ تنظیم شاید در آهنگسازی درست باشد ولی در نویسندگی کتاب صوتی خیر. چون همان‌طور که مفصل توضیح داده شد در روند نویسندگی کتاب صوتی ماده تغییر می‌کند و تغییر ماده همان اقتباس است.

سطح دو اقتباس

در اقتباس اتفاقی که می‌افتد، این است که نویسنده در خیلی از مواقع، مواردی را که می‌تواند با کلمه بیان کند، ممکن است در رسانهٔ شنیداری نتواند بیان کند. مثلاً گاهی نویسنده با کتابی مواجه می‌شود که پر از توصیف‌هایی از مکان جغرافیایی، و آدرس و جزئیات مکانی است. شنوندهٔ کتاب صوتی، وقتی با این توصیف‌ها روبه‌رو می‌شود، وسط داستان گم می‌شود و حتی ممکن است فراموش کند کتاب دربارهٔ چه حرف می‌زده است. به عبارت دیگر آن حجم از توصیف‌ها در رسانهٔ شنیداری برای مغز قابل درک نیست و شنونده بعد از مدتی دیگر با داستان همراه نمی‌شود؛ بنابراین نویسندهٔ رسانهٔ شنیداری مجبور است متن را ساده کند تا برای مغز قابل درک و فهم باشد. این خود نوعی اقتباس است که در اقل خودش اتفاق می‌افتد. یعنی مدیوم‌ها و نشانه‌های کلامی را به تصویری تبدیل کنی که برای مغز و ذهن قابل درک و هضم باشد.

به عبارت دیگر، در متن کتاب صوتی تغییرهایی انجام می‌شود که متن برای شنونده قابل

درک باشد و این دومین سطح از اقتباس است. این کار از وقتی نمایش رادیویی در رادیو باب شـد، بین نویسندگان رادیو مرسـوم بود. آنها جمله‌ها یا تکه‌های غیر قابل فهم را در چارچوب رسـانهٔ شنیداری، طوری تغییر می‌دادند که برای مخاطب رادیو قابل درک باشد. در اینجا درجه و شـدت اقتباس بیشتر از تغییر مادهٔ صرف است. بنابراین در اقتباس سطح دو بحث دیگری به نام توانایی درک مطرح می‌شود.

سطح سه اقتباس (اقتباس به‌عنوان فرایند)

تفسیر خلاقی اقتباس‌کننده / آفرینش تفسیری

در سـطح سه از اقتباس، نویسـنده نمی‌خواهد صرفاً مادهٔ رسانه را تغییر دهد، یا در ادامه، قصه را بهبود ببخشـد؛ بلکه می‌خواهد فقط پلات قصه، درون‌مایه و اتمسـفر قصه را منتقل کند، و جاهایـی از قصه را کوتـاه کند، یا مواردی را به قصه اضافه کند کـه حتی در متن اصلی وجود ندارد. نویسندهٔ همهٔ این کارها را در راستای حفظ پلات قصه، درون‌مایه و اتمسفر قصه انجام می‌دهـد، نـه چیز دیگر. البته بایـد بیان کرد که همهٔ این کارها باید در راسـتای فهم کتاب برای شـنیدن انجام گیرد. به عبارتی، اقتباس سـطح سه نوعی تفسـیر دوباره و آفرینش دوباره است. اقتباس سـطح سه به معنی دگرگون کردن و تغییر پلات قصه نیست، بلکه به معنی پر بار کردن و تقویت خط داستانی همان قصه است.

مثلاً کتاب بازیکن شماره یک از «ارنست کلاین» پر از ارجاع‌ها و فکت‌های دههٔ ۸۰ آمریکا اسـت که شـنوندهٔ کتاب صوتی ممکن است با دههٔ ۸۰ آمریکا آشنا نباشـد و البته امری عادی اسـت، اما این ارجاع‌ها در طول کتاب صوتی ممکن است باعث سردرگمی شنونده شود؛ پس نویسـنده در اقتباس شـنیداری باید این ارجاع‌ها را در طول کتاب توضیح دهد و مطالبی را به آن اضافه کند. در واقع نویسـنده، باید مثل یک دراماتورژی عمل کند و بنابر تجربه‌های زیستی مخاطبـش، مـواردی را به کتاب صوتی اضافه یا کم کند؛ در واقـع متن را جوری تغییر دهد که برای مخاطب قابل فهم و درک باشـد. برای روشـن کردن مثال بالا باید بگوییم مثل این اسـت کـه ارجاع‌های کتابی را که در دهـهٔ ۶۰ ایران می‌گذرد، برای مخاطبان آمریکایی توضیح بدهی؛ یک راه آن است که موقعیت‌های کلامی یا صوتی خلق کنی تا مخاطب بفهمد کتاب دربارهٔ چه حرف می‌زند. بنابراین مفاهیم زیادی وجود دارد که نویسنده مجبور است در طول اقتباس مدام آن را توضیح دهد.

اقتباس سطح چهار (اقتباس آزاد)

در اقتباس آزاد، نویسندهٔ اقتباسی یـک ایـده، موقعیت یا یک شخصیت را از منبع ادبی گرفته و آن را به گونهٔ مستقلی، در یک روایت بدیع همراه با فضا، مکان، زمـان و شخصیت‌های جدید

و در کشـاکش روابط تازه‌ای می‌پروراند (سـتاری، ۱۳۹۶). به عبارتی در اقتباس آزاد، نویسنده می‌کوشد در دورن‌مایه تغییر ایجاد کند.

اقتباس آزاد معمولاً به دو دسـتهٔ اقتباس وفادارانه و غیر وفادارانه تقسـیم‌بندی می‌شود؛ در اقتباس وفادار به متن، نویسـندهٔ اقتباسـی تلاش می‌کند با حفظ روح اثر اصلی، تا حد ممکن، منبع ادبی را در قالب هنر و رسانهٔ مورد نظر، مثل سینما یا رادیو و کتاب صوتی، بازآفرینی کند. اقتباس غیر وفادارانه در شـکل نهایی، شـباهت دوری با اثر مورد اقتباس دارد و تنها در حکم سکوی پرشی برای نویسنده است تا تخیل خود را به پرواز در آورد.

مطالعهٔ موردی روی کتاب قطار به موقع رسید از هاینریش بُل

نگارنده بر اسـاس نظریهٔ هاچن، رمان قطار به موقع رسـید را در دو وضعیت نوشـتاری و کتاب صوتی مورد مطالعه و تحلیل قرار داد و سطوح اقتباس و همچنین مقوله‌ها و تفاوت‌های هر یک را بر اساس نظریهٔ لیندا هاچن بررسی کرد؛ و درنهایت در تجزیه و تحلیل به چنین یافته‌هایی رسید:

جدول ۱. بررسی سطوح اقتباس در کتاب صوتی قطار به موقع رسید بر اساس نظریهٔ لیندا هاچن

سطوح اقتباس	کتاب صوتی قطار به موقع رسید
سطح یک اقتباس (تغییر ماده)	مادهٔ کتاب قطار به موقع رسید کلمه است. مادهٔ کتاب صوتی قطار به موقع رسید (صدا ـ تصویر) است. شکل ساده‌ای از اقتباس، زمانی اتفاق می‌افتد که یک اثر را از یک رسانه به رسانهٔ دیگر تغییر می‌دهیم، که در این حین ناگزیر مادهٔ رسانه نیز تغییر می‌کند. با این تفاسیر، مادهٔ کتاب قطار به موقع رسید حین کتاب صوتی شدن، تغییر کرده است؛ بنابراین از سطح اول اقتباس عبور کرده است.
سطح دو اقتباس (توانایی درک) (تعریف قصه بنا بر چارچوب رسانهٔ مقصد که همان کتاب صوتی است.)	در کتاب صوتی قطار به موقع رسید توصیف‌های زیادی از واگویه‌های آندره‌آس شنیده می‌شود که در اثر اصلی وجود ندارد. گویا نویسندهٔ اقتباس شنیداری گاهی مجبور شده برای درک بهتر شنونده و همراهی بیشتر او با شخصیت اصلی، دست به تصویری کردن حالات آندره‌آس بزند. بنابراین کتاب صوتی قطار به موقع رسید از سطح دوم اقتباس نیز عبور کرده است.
سطح سه اقتباس (اقتباس به عنوان فرآیند) (آفرینش تفسیری)	در کتاب صوتی قطار به موقع رسید، نویسندهٔ اقتباس شنیداری ذره‌بین خود را فقط روی شخصیت اصلی گذاشته است، در حالی‌که که در کتاب به شخصیت‌های فرعی نیز گریزی زده است. به عبارت دیگر پرداختن صرف به شخصیت اصلی در کتاب صوتی، آندره‌آس را تنهاتر نشان داده است، و این یعنی نویسندهٔ اقتباس شنیداری تفسیر خود را در کتاب صوتی دخیل کرده، که البته تفسیر درستی است. در واقع کتاب صوتی، تنهایی انسان معاصر را در جنگی بی‌سرانجام بهتر نشان داده است.
اقتباس سطح چهار (اقتباس آزاد)	کتاب صوتی قطار به موقع رسید، از این سطح از اقتباس عبور نکرده است.

مقوله‌ها در کتاب صوتی قطار به موقع رسید از هاینریش بُل

مقوله‌ها شامل شروع، زمان و مکان، شخصیت‌ها و تحلیل شخصیت‌ها، تطابق فرهنگی، حذف و اضافه، پایان است.

جدول ۲. مقوله‌ها و تحلیل مقوله‌ها در متن و کتاب صوتی

مقوله‌ها در کتاب و کتاب صوتی قطار به موقع رسید	تحلیل مقوله‌ها در کتاب قطار به موقع رسید	تحلیل مقوله‌ها در کتاب صوتی قطار به موقع رسید
شروع	۱. کتاب، داستان را از ایستگاه راه آهن شروع کرده است. ۲. موتیف «به‌زودی» ما در خلال خوانش کتاب متوجه می‌شویم وقایع در جنگ جهانی دوم می‌گذرد. در ادامه توسط شخصیت اصلی، یعنی آندره‌آس، متوجه جزئیات زمان و تاریخ وقایع می‌شویم.	۱. کتاب صوتی، داستان را از خانه‌ای که آجربه‌آجرش آلوده به گناه است، شروع کرده است (با توصیف آن مکان.) ۲. اجرای موتیف «خیلی‌زود» در شروع و بخش‌بخش واگویه‌های آندره‌آس.
زمان	ما در خلال خوانش کتاب متوجه می‌شویم وقایع در جنگ جهانی دوم می‌گذرد. در ادامه توسط شخصیت اصلی یعنی آندره‌آس متوجه جزئیات زمان و تاریخ وقایع می‌شویم.	در کتاب صوتی به طور مستقیم و در همان ابتدا، نویسنده به زمان وقوع اتفاق اشاره می‌کند (پاریس سال هزار و نهصد و چهل و سه، دو سال قبل از اتمام جنگ جهانی دوم. چهارشنبهٔ گذشته)
مکان	در کتاب بیشتر وقایع در مکان قطار و واگویه‌های آندره‌آس در قطار می‌گذرد؛ تا جایی که بالاخره قطار می‌ایستد و در ادامه به آشنایی اولینا و آندره‌آس می‌پردازد. با این حال نقطهٔ اوج کتاب، آشنایی آندره‌آس با اولینا و تصمیم دراماتیک او برای فرار است.	در کتاب صوتی بیشتر وقایع در مکان فلاکت‌خانه می‌گذرد. در واقع کتاب صوتی با نقطهٔ اوج کتاب، داستانش را شروع کرده است تا مخاطب را با یک سؤال دراماتیک (خب بعدش چی می‌شه؟) با خود همراه کند. گویا نویسندهٔ اقتباس شنیداری این کار را بر اساس ویژگی رسانهٔ کتاب صوتی انجام داده است.
شخصیت‌ها	شخصیت اصلی: آندره‌آس شخصیت‌های فرعی: ریش‌نتراشیده (ویلی)، مو بوره، اولینا	شخصیت اصلی: آندره‌آس شخصیت‌های فرعی: ویلی، اولینا
تحلیل شخصیت‌ها	در کتاب شخصیت‌های فرعی ابتدا، با ویژگی ظاهری معرفی می‌شوند، سپس وقتی همان مشخصهٔ ظاهری را از دست می‌دهند، نویسنده اسم‌شان را فاش می‌کند؛ مثل شخصیت فرعی ریش‌نتراشیده که از یک‌دوم به بعد وقتی ریشش را می‌تراشد، نویسنده نام ویلی را برای او برمی‌گزیند.	همان اول نامش (ویلی) گفته می‌شود. به عبارت دیگر در کتاب صوتی داستان با دیالوگ ویلی با شخصت اصلی، یعنی آندره‌آس شروع می‌شود، و روی مشخصات ظاهری شخصیت‌ها مانور نمی‌دهد. شخصت مو بور هم در کتاب صوتی حذف شده است.

تطابق فرهنگی	فاحشه‌خانه (فلاکت‌خانه) ورق‌بازی	توصیف مکان بر اســاس فرهنگ جامعه و اقتضائات فرهنگــی ایران مثل: «خونه‌ای که آجربه‌آجرش آلوده به گناه» شــطرنج (مهره‌ها و به کار بردن اصطلاح کیش و مات).
پایان	داستان خطی تعریف می‌شود.	کتاب صوتی از چرخه، یعنی بازگشــت به گذشته[2] و رفتن به آینده[3]، استفاده می‌کند تا به نوعی بازگوکنندهٔ حالت‌های شخصیت اصلی یعنی آندره‌آس باشــد و روی همان شخصیت تمرکز کند.

روایت و تخیل در کتاب صوتی

قصه‌هــا زندگی مــا را احاطه کرده‌اند. در کودکی اســاطیر و قصه‌های پریــان را می‌آموزیم. در بزرگســالی قصهٔ کوتاه، رمان، تاریخ و زندگینامه می‌خوانیم. مذهب، فلســفه و علم، جهان‌بینی خود را از خلال قصه‌های تمثیلی بیان می‌کنند.

کتاب‌های صوتی قصــه می‌گویند، همچنان‌که فیلم‌ها و نمایش‌هــای تلویزیونی، قصه‌های مصور، نقاشــی‌ها، رقص و بســیاری پدیده‌های فرهنگی دیگر. بخش زیادی از صحبت‌های ما شــامل یک نوع یا نوع دیگری از قصه اســت. یادآوری یک رویداد در گذشــته یا تعریف یک لطیفه. همچنان‌که وقتی کودک بودیم پای قصه‌های مادربزرگ‌هایمان کنار کرســی می‌نشستیم و گوش می‌ســپردیم و در ذهن‌مان به ســفرهای دور و دراز می‌رفتیم، جای قهرمان داســتان قصه می‌جنگیدیم، عاشــق می‌شــدیم، زخم می‌خوردیم، گریه می‌کردیــم، می‌خندیدیم و ... حتی به نوشته‌های روزنامه‌ها هم قصه می‌گویند؛ و وقتی ما توضیح بیشتری راجع به چیزی می‌خواهیم، می‌پرســیم «خب، داســتان از چه قرار اســت؟». ما حتی در خواب هم گریزی از قصه نداریم، چون اغلب، رویاهای خود را به صورت روایت‌های کوچک تجربه می‌کنیم و آن‌ها را در قالب قصه‌ها یادآوری و بازگو می‌کنیم. شــاید روایت، یک شیوهٔ بنیادی است برای آنکه انسان از کار دنیا سر در آورد.

روایت عبارت است از زنجیره‌ای از رویدادهای علّی واقع در زمان و فضا. بنابراین روایت آن چیزی است که معمولاً از اصطلاح داستان مستفاد می‌شود. نوعاً روایت با یک موقعیت آغاز می‌شــود؛ بر اســاس یک الگوی علت و معلولی، تحول‌هایی اتفــاق می‌افتد، در پایان موقعیت جدیدی ایجاد می‌شــود که پایان‌بخش روایت اســت. همهٔ اجزای این تعریف ـ علیت، زمان و فضا ـ در روایت‌های بیشتر رسانه‌ها مهم هستند، ولی علیت و زمان اهمیت مرکزی دارند.

2. Flashback
3. Flash Forward

روایت در فرهنگ لانگ‌من یعنی هنر بازگویی داستان؛ و بازگویی داستان توسط هر فرد انجام می‌شود، انسان‌هایی که هر کدام تفسیر و برداشت خود را از داستان دارند؛ و این تعریف چقدر به اقتباس نزدیک است. اگر هنر بازگویی داستان، در کنار کتاب صوتی قرار بگیرد، شاهکاری اتفاق می‌افتد به نام اقتباس؛ و داستان‌ها و روایت‌ها جز در سایهٔ تخیل پیش نمی‌روند. تخیل جوهرهٔ اصلی هنر و ادبیات است. تخیل یکی از بنیادی‌ترین عناصر زیبایی‌شناسی است که در هنرهای تصویری و کلامی بسیاری به آن پرداخته‌اند.

بنابراین اقتباس، بازگو کردن داستان بر اساس تخیل است که روح اثر در آن حفظ می‌شود و با نگاهی به تفاوت‌های فرهنگی و جغرافیایی جوامع پیش می‌رود.

نتیجه‌گیری

نویسندهٔ اقتباس شنیداری، با پرواز دادن تخیل خود، و ضرورت بازنگری در مفاهیم در راستای طرح داستان، دست به بازآفرینی می‌زند. پایه و اساس بازآفرینی، تخیل و ضرورت پرداختن به مفاهیم نو است؛ و اثر بازآفریده، اثری مستقل و تازه است. از طرف دیگر، وقتی به کتاب صوتی، موسیقی، افکت و ... اضافه می‌شود، اثر خودبه‌خود رنگ و بوی اقتباس می‌گیرد. درنتیجه اقتباس در سراسر کتاب صوتی جاری و ساری است، از شروع کتاب صوتی گرفته تا پایان آن.

برای نویسندگی در اقتباس کتاب صوتی باید به این نکته‌ها توجه کرد: (مثال‌هایی که در نتایج آورده می‌شود کتاب‌های صوتی‌ای هستند که در کتاب گویای ایران صدا پخش شده‌اند).

۱. تکنیک هوک یا قلاب، اولین بیان، اولین واکنش، اولین اتفاق، و در کل اولین صفحهٔ متن شما، اگر خوب باشد، باعث می‌شود که خواننده به صفحهٔ دوم برود؛ اگر نه، صفحهٔ دوم و سوم و بقیه خوانده نمی‌شوند، حتی اگر بسیار زیبا باشند، و این اصلاً ناعادلانه نیست. با مثال متوجه می‌شوید که چرا ناعادلانه نیست: «فرض کنید در یک مرکز خرید بزرگ هستید. حق انتخاب شما بسیار بالاست. همهٔ مغازه‌ها خوب به نظر می‌رسند. پشت ویترین یکی از مغازه‌ها می‌ایستید. اگر مغازه‌دار، بهترین و شیک‌ترین اجناس خود را در قفسه‌های داخل مغازه‌اش چیده باشد و فقط اجناس معمولی را پشت ویترین گذاشته باشد، در حقیقت این شانس را از خودش می‌گیرد که شما وارد مغازهٔ او شوید. شما وارد مغازهٔ بعدی می‌شوید که بهترین و شیک‌ترین اجناسش را پشت ویترین گذاشته تا در اولین نگاه، آن‌ها را ببینید. در واقع آن مغازه‌دار دومی، از تکنیک هوک استفاده کرده؛ هوک به معنای قلاب». بنابراین بهتر است نویسنده دراماتیک‌تر و تأثیرگذارتر شروع کند، این مثال مصداق شروع کتاب صوتی قطار به موقع رسید، است. شروع کتاب صوتی بهتر است طوری باشد که مخاطب را به شنیدن ادامهٔ داستان ترغیب کند، یا به عبارتی او را میخکوب کند. شاید کتاب مکتوب مثل رمان شروع وسوسه‌انگیزی نداشته باشد، ولی معمولاً مخاطب، کتاب را کنار نمی‌گذارد

و ادامــه می‌دهد تا داســتان را بخواند، ولی در کتاب صوتی معمــولاً مخاطب آزادی عمل بیشــتری دارد و کتاب صوتی را متوقف می‌کند و معمولاً گوش نمی‌دهد. البته شروع، حتماً لازم نیست میخکوب‌کننده باشد، ولی بهتر است میخکوب‌کننده باشد! به چه دلیل؟ به دلیل تفاوت رسانه‌ها.

۲. قاعــدهٔ تجاهل‌العــارف، قاعده‌ای که می‌گویــد امام باید در مواجهه بــا ضعیف‌ترین مردم و بــا قوی‌ترین مــردم، حد وســط را رعایت کند، و مســائل را توضیح دهــد، حتی اگر فکر می‌کنــد مردم آن را می‌دانند. مثلاً وقتی می‌گوییم «شکســپیر گفت»، بایــد در ادامه بگوییم «شکســپیر، نمایش‌نامه‌نویس معروف انگلیسی گفت» چرا؟ چون شاید دو نفر شکسپیر را اصلاً نشناسند و فرصت جست‌وجو هم دربارهٔ این شخص را نداشته باشند. حذف و اضافه کردن در کتاب صوتی نیز از موردی اســت که باید همواره مورد توجه نویسنده قرار بگیرد. نگاه نویســنده باید مانند کسی باشــد که مثلاً می‌خواهد قصه‌ای را تعریف کند که مخاطب چیزی از آن نمی‌داند.

۳. دراماتورژی کردن نوعی فن و هنر نگارش متن است. در معنی، مطالعه و تحلیل و تفسیر متن بــرای اجراهــای جدید با توجه به مخاطب و زمان و مکان نیــز به کار می‌رود. درماتورژی چــه کار می‌کند؟ او بینامتن یــک فرهنگ را که حاوی معنی اســت، مطابق با فهم مخاطب بــا فرهنگــی دیگر تغییر می‌دهد. فرهنگ اقتباس با تکیه بــر وضعیت فرهنگی الگوی مورد اقتبــاس، با اصرار بر موجودیت اقتباس در وجه متن یــا وجهی که به متنیت درآمده، برای بازنمایی قائل به حدود و ثغوری اســت. نویســنده برای ترســیم یک امر غیر اخلاقی باید وضعیت و حدود فرهنگی جامعهٔ خود را در نظر بگیرد.

۴. دراماتیــک کــردن داســتانی، معمولاً بیان واکنش در عملکرد اســت، به عبارتی داســتانی یا نمایشــی کردن اثر اســت. حالت و نوع نوشــتاری یک اثر هنری به منظور نشــان دادن یا به تصویر کشــیدن اســت. مثلاً کتاب کجا میریــم بابا اثر ژان لویی فورنیــه، یک روایت از واقعیت‌های زندگی است. داستان این کتاب راجع به زندگی خود نویسنده است که تجربهٔ داشــتن دو فرزند معلول را بدون هیچ‌گونه اغراق یا تحریک احساســاتی با خواننده‌هایش در میان می‌گذارد. این کتاب ضد داســتان اســت، به عبارتی داســتان و پلات خاصی ندارد و نویســنده مطالبی را دربارهٔ معلولیت فرزندانش به خوانندگانش می‌گوید. ولی نویســندهٔ اقتباس شنیداری، در کتاب صوتی، اثر را دراماتیک کرده است و مخاطب را از خوانندگان به سمت فرزندان نویسنده تغییر داده و بار احساسی بیشتری به اثر بخشیده است، به عبارتی به آن پلات و داستان اضافه کرده است.

۵. تطبیق فرهنگی، یکی از الزام‌های یک جامعه است و باید به آن نگاه علمی داشت. به عبارت دیگر حق هر جامعهٔ فرهنگی اســت که بخواهد امور و مسائل را با جامعهٔ خود تطبیق دهد.

در این مرحله ممکن است حذف و اضافه صورت بگیرد. اگرچه در کتاب صوتی ترجیح بر این است که حتی‌الامکان حذف و اضافه صورت نگیرد، اما گاهی برای حفظ شئونات باید از تصویر ذهنی مخاطب کم شود، و از نماد و سمبل استفاده شود. هر تصویر از نشانه‌ای یا مجموعه‌ای از نشانه‌ها شکل گرفته است. چگونه به معنای این نشانه‌ها پی می‌بریم؟ دلالت دسته‌ای از نشانه‌ها را، گویا بنا به قراردادهایی پذیرفته‌ایم، یعنی در مورد آن‌ها با دیگران نظر مشترکی داریم؛ اما بر سر معنای نشانه‌های دیداری بسیاری با تماشاگران دیگر هم‌رأی نیستیم (احمدی، ۱۳۷۱). با این حال نکتهٔ مهم این است که ما دو جور نشانه‌ها را قرارداد می‌کنیم: یک. از شکل نوشتاری یا صوتی در ذهنمان به یک مدلول می‌رسیم؛ دو. یا به صورت ایماژ یا ایمیج یا تصویر، یا به صورت کلمه. در حذف تلاش می‌شود پیرنگ اصلی نگه داشته شود و پیرنگ‌های فرعی را به طور کلی از ساختار اثر حذف کند. پس حذف‌ها در پیرنگ هم شامل تطبیق فرهنگی می‌شود، هم شامل حذف به دلیل کمبود زمان. به عبارت دیگر نویسنده به جای اینکه تصویر ارائه دهد و در ذهن مخاطب بازنمایی تصویری ایجاد کند، از بازنمایی کلامی استفاده می‌کند. مثلاً فرض کنید در داستانی یک امر غیراخلاقی اتفاق می‌افتد، نویسنده می‌تواند صحنه را با تکه‌تصاویر تشریح کند که مخاطب تصور کند، ولی این مطابق ارزش‌ها و فرهنگ جامعهٔ ایران نیست؛ بنابراین نویسنده باید تصاویر را با بازنمایی کلامی منتقل کند: به عبارت دیگر نویسنده به جای بازنمایی تصویری از بازنمایی کلامی استفاده می‌کند.

۶. پایان: در کتاب صوتی الزامی برای تغییر پایان وجود ندارد؛ گاهی کتاب یک اثر درخشان و قابل اعتنا است، اما نویسنده پایان بی‌نهایت تلخی برای آن انتخاب کرده است. در اقتباس می‌توان این پایان را تغییر داد. مثلاً در کتاب کنار دریا اثر ورونیک اولمی، داستان مادری با دو بچه است که برای تعطیلات به کنار دریا می‌روند؛ مادر درنهایت فرزندان خود را می‌کشد تا از رنج زندگی رهایشان کند. در کتاب صوتی کنار دریا، پایان تغییر داده شده است. در کتاب صوتی مادر از خواب بیدار می‌شود و در خیابان می‌دود تا به یک کلیسا می‌رسد؛ او در کلیسا با خداوند حرف می‌زند و قول می‌دهد زن قوی‌تری باشد. اقتباس‌کنندهٔ شنیداری ترجیح داده تا وضعیت ملتهب جامعه‌اش را در نظر بگیرد و از ناامیدی و خودکشی حرف نزند، او یک رهایی و امید را در انتهای کتاب صوتی برای شنونده گذاشته است.

© Authors, Published by Bureau of Media Studies and Planning. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

منابع

احمدی، بابک. ۱۳۹۶. از نشانه‌های تصویری تا متن به سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری. چاپ شانزدهم. تهران: مرکز.

اخگری، محمد. ۱۳۹۹. کتاب صوتی از رسانه تا هنر. چاپ اول. تهران: دانشگاه صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران.

ایران تئاتر. ۱۳۹۸. «نگاهی به نمایش حشره به کارگردانی مهیار قزل سقلو».

بُکولا، ساندرو. ۱۳۹۷. هنر مدرنیسم. ترجمهٔ رویین پاکباز و هلیا دارابی. چاپ هفتم. تهران: فرهنگ معاصر.

بلدی فروشانی، زهرا، محمد اخگری، و مجید شریف‌خدایی. "زیبایی‌شناسی عناصر تولیدی روزنامه و مجلهٔ شنیداری در رادیو اینترنتی". رسانه. ۳۰، ۲ (۱۳۹۸): ۱۲۷ ـ ۱۴۴.

جهاندیده، سینا. "ساختار و ساخت‌آفرینی تخیل". ادب پژوهی. ۲، ۴ (۱۳۸۷): ۱۴۱ ـ ۱۶۶.

ستاری، محمد. " اقتباس ادبی در سینمای ایران". (۱۳۹۶): دسترسی در http://www.irna.ir

هاچن، لیندا (۱۳۹۶). نظریه‌ای در باب اقتباس. ترجمهٔ مهسا خداکرمی. تهران: مرکز.

Verma, Neil. 2012. *Theater of the Mind: Imagination, Aesthetics, and American Radio Drama*. Amazon: American.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی