

بررسی جایگاه ادبیات نوشتاری سینما

شهرلا زرلکی

گرفته است، در شرایطی است که تلویزیون در مدت زمان پخش برنامه‌های شبانه‌روزی خودش، ساعتی از نشان دادن تصاویر آگهی‌های تجاری غفلت نمی‌کند. چقدر خوب می‌بود اگر مسؤولان امور تبلیغاتی صدا و سیما، در کنار تبلیغ انواع و اقسام ماکارونی و پفک و پودر رخت شویی، دقایقی کوتاه را نیز به معرفی یک رمان ایرانی یا خارجی تازه منتشر شده اختصاص می‌دادند، تا بازار کتاب هم در ازدحام رنگارنگ کالاها، بهداشتی و خوراکی وارداتی و صادراتی، بی‌خریدار نماند. البته در این میان، یکی از علل کسادی بازار کتاب ترس اقتصادی ناشران است. مدیران مؤسسات انتشاراتی - بنابر دلایلی موجه و منطقی - حاضر نیستند بخشی از

سرمایه چاپ کتاب را به تبلیغ همان کتاب اختصاص دهند، زیرا تجربه ثابت کرده است که کتاب تنها کالای ارزانی است که مشتری ندارد و ارزان بودن مادی آن با توجه به ارزش معنوی و هم‌چنین در قیاس با اجناس و کالاهای تجاری، روشن و پذیرفتنی است. چاپ و انتشار یک کتاب غیربازاری که مخاطبین خاصی دارد و معرفی وسیع آن در سطح جامعه همواره با خطر از دست رفتن سرمایه همراه است و شاید ریشه

آن ترس در همین احساس خطر نهفته باشد. اما کسی چه می‌داند، شاید اگر معرفی و تبلیغ کتاب‌های منتشر شده، در سطح گسترده و از طریق رسانه‌هایی قوی و تأثیرگذار مانند تلویزیون انجام شود و کتاب نیز پا به پای سس گوجه فرهنگی و پنیر پیتزا، هر چند دقیقه یکبار در برابر دیدگان مردم قرار گیرد، آمار وحشتناک و تأسف‌بار میزان مطالعه سالانه تعدیل و امیدوار کننده شود.

یکی دیگر از چندین عامل عدم گرایش جوانان به مطالعه، شیوع تلویزیون زدگی است. تنوع شبکه‌های رو به تزاید تلویزیون و کثرت برنامه‌های سرگرم کننده‌ای که سطحی‌نگری را جایگزین تعمق و تأمل کرده است، سبب شیوع نوعی تبلی ذهنی در میان بینندگان جوان و علاقه‌مند شده است. ساعت‌ها خیره شدن به صفحه کوچک تلویزیون ذهن‌ها را هر روز بیش از پیش کوچک و کوچک‌تر می‌کند تا جایی که وضوح و عینیت حاضر و آماده برنامه‌های آموزشی و غیرآموزشی امکان نشودن و گسترش هرگونه ذهنیتی را از تماشاچی مستعد و کنجکاو می‌گیرد. برای «بیننده حرفه‌ای» لذت تماشای بی‌دردسر تصاویر متحرک و جذاب تلویزیون قابل مقایسه با زحمت ورق زدن کتاب‌های کهنه و سنگین نیست. در جهانی که

پرداختن به مقوله کتاب و کتابخوانی مستلزم سیری گذرا در پیشینه آداب و رسوم فرهنگی ایران و ایرانیان است. امروزه بر کسی پوشیده نیست که فرهنگ نقلی در ایران قدمتی دیرینه دارد. نشستن پای منبرهای داستان‌سرایی و قصه‌گویی و شنیدن حکایت‌ها و افسانه‌ها از دهان پدر بزرگ‌ها و مادر بزرگ‌ها در شب‌های سرد و سیاه زمستان یگانه سرگرمی لذت بخش باستانی‌ترین اجداد ما بوده است.

نقل دهان به دهان حکایت‌های پندآموز و قصه‌ها و شعرهای یک کتاب، با گذشت زمان به تدریج به یک عادت و پس از آن به یک سنت مبدل شد؛ نسبتی که ریشه در احترام و اعتقاد به «شنیدن» داشت. شنیدن آن‌چه بزرگ‌ترها و کتاب خوانده‌ها می‌گفتند. خوب گوش دادن و مخاطب مشتاق بودن هنری بود که رواج و گسترش بیش از حد آن، عرصه را بر خلاقیت تنگ کرد. و بدین ترتیب «فرهنگ شفاهی» متولد شد. فرهنگی که مولود کرسی نشینی‌های شبانه مردمان این مرز و بوم بود. خلاقیت و قدرت تخیل، دو مفهوم قابل تأمل در تعریف و تبیین واژه هنرند. هنرزاذه آهوی تیزیای خیال است.

آهویی که از آبشخور واقعیت آب می‌خورد و بر چمنزار سرسبز و زیبای حقیقت می‌تازد.

همان‌گونه که «نوشتن» را این روزها از صف حرفه‌ها و مشاغل گونه‌گون بیرون کشیده‌اند و در هیأت هنری ناب به تبعیدگاه جیب‌ها و کیف‌ها و چرک نویس‌ها فرستاده‌اند، پس می‌توان «خواندن» را نیز پنهانی و دور از چشم هنرمندان متعهد و غیرمتعهد، هنری ناب و نایاب تلقی کرد. ما بر این باوریم که در قرن تلویزیون زدگی و بازی‌های رایانه‌ای و به عبارت بهتر «رایانه بازی»، خوب کتاب خریدن و خوب کتاب خواندن، تنها کلاس هنری است که هنرجو ندارد و تنها هنری است که هیچ مؤسسه و سازمانی برای تبلیغ آن به عنوان یک ضرورت فرهنگی اقدام نمی‌کند. ایجاد یک سیستم تبلیغاتی گسترده و فوری در شرایط حاضر که گرایش به کتاب خواندن از اقبال و توجه عمومی برخوردار نیست، نیازی نامرئی است که اگر به زودی مورد عنایت و توجه مسؤولان و متولیان فرهنگ کشور قرار نگیرد، آسیبی جدی و عمیق به ریشه درخت تنومند و کهنسال فرهنگ ایرانی خواهد زد؛ آسیبی پنهان اما عمیق و این مسیر تغافل و تساهلی که جامعه در برابر بحران کتاب در پیش

✓ مدیران مؤسسات انتشاراتی -
حاضر نیستند بخشی از سرمایه
چاپ کتاب را به تبلیغ همان کتاب
اختصاص دهند زیرا تجربه ثابت
کرده است که کتاب تنها کالای
ارزانی است که مشتری ندارد.

همه چیزها در سطح اتفاق می افتد، اندیشیدن در دسر بزرگی است. تلویزیون نشینی جانشین شب نشینی شده است و در نتیجه فرهنگ تصویری به جای فرهنگ شفاهی گذشته به خانه ها راه یافته است. و همین عادت به دیدن و شنیدن، نیاز به کتاب را در انتهای صف عریض و طویل دل مشغولی ها و احتیاجات روزمره مردم قرار داده است.

در انبوه کتاب هایی که این روزها چاپ شده و روانه بازار می شود، دو گروه کتاب به چشم می خورد: کتاب های بازاری و کتاب های غیربازاری. کتاب های بازاری به علت انتخاب سوژه های عامه پسند و محتوایی ساده و سطحی از فروش بالایی برخوردارند. و اما کتاب های غیربازاری، آن هایی اند که یا در زوایای تاریک و پنهان و پرتین های روشن و بزرگ کتابفروشی ها خاک می خورند و یا کتاب هایی که در ازدحام نظم یافته انبار پخش، به انتظار مخاطب در صفا طولانی بر روی هم فشرده شده اند. البته گروه دیگری از کتاب ها مخاطبین اجباری دارند؛ کتاب های درسی و آموزشی از این گروهند. دانش آموزان و دانشجویان که در صدد قابل توجهی از جمعیت را تشکیل می دهند، با توفیقی از سر اجبار، خریداران همیشگی کتاب های آموزشی هستند، کتاب هایی که معلمان و استادان در لیستی بلند بالا «سفارش» می دهند.

و اما کتاب های سینمایی. سینما و جذابیت های آهن ربایی آن - در طول صد سال - گروه ها، صنف ها و تیپ های متفاوتی از جامعه را جذب خود کرده است. هنر هفتم تنها هنری است که علاقه مندان آن طیف وسیع و متنوعی از افراد اجتماع را در بر می گیرد. و این اشتیاق عمومی یا در حد یک تماشای پی گیر و مشتاق متوقف می شود و یا تا مرز بازیگری و کارگردانی پیش می رود و معمولاً در محدوده همان اولی (علاقه به بازیگری) باقی می ماند و فراتر نمی رود.

گرایش عمومی جامعه به فیلم و سینما سبب شده است که کتاب های سینمایی نیز با استقبال نسبی از جانب مردم رو به رو باشند و همین اقبال عمومی، ناشران را بر آن داشته است که لابه لای انبوه کتاب های زیر چاپ، هر از گاه به سینما نیز بپردازند. نگاهی گذرا به و پرتین کتابفروشی ها نشان می دهد که آمار کتاب هایی که موضوع سینما را انتخاب کرده اند، رو به افزایش است. در آغاز رواج انتشار کتاب های سینمایی، کار ترجمه کتاب های خارجی تألیف شده در این زمینه، رونق بیشتری داشت تا اینکه پس از سال ها همان مترجمان و هم چنین گروهی از نویسندگان و منتقدان مطبوعات سینمایی دست اندرکار تألیف کتاب های بسیاری در ارتباط با جهان سینما و سینماگران شدند. این تألیفات یا به هنر سینما و بررسی آن به عنوان یک فن می پردازد و یا زندگی نامه، معرفی و بررسی تطبیقی آثار یک فیلم ساز است. زمانی نیز ردیف کردن نام چند کارگردان در کنار هم و ذکر نام آثارشان با عنوان صدکارگردان و ... مد رابیح تألیف کتاب های سینمایی شد. و پس از آن نیز چاپ فیلم نامه فیلم های موفق به شکل کتابی سبک، کم حجم و ارزان بیشترین طرفدار را در میان قشر جوان و علاقه مند به سینما داشته و دارد.

این روزها اما، مسلسل نوبت چاپ مربوط به کتاب هایی است

که نه ترجمه اند و نه تألیف. قالب جدیدی در کار نشر پدید آمده است به نام «گردآوری».

گردآوری مجموعه منسجمی از نقدها و مصاحبه ها در یک کتاب، جایگزین ترجمه و تألیف شده است. بی تکلفی و آسان بودن کار جمع آوری چند مقاله از مجلات سینمایی و یک گپ مفصل و دوستانه با یک فیلم ساز موفق که موفقیت هایی در جشنواره های داخلی و خارجی کسب کرده است، می تواند بهانه کم دردسری برای تهیه و تنظیم یک کتاب باشد. البته این بهانه با انگیزه های توأمان مادی و معنوی تقویت می شود؛ و این انگیزه ها نیز تنها معلول یک علت هستند و آن شهرت و مجذوبیت یک اثر سینمایی است. حال این شهرت یا ناشی از جذب تماشاچی عام است و یا به سبب جذب جوایز خاص، نسبت معکوسی که همواره میان این دو عامل وجود داشته است، تنها در مواردی انگشت شمار و استثنائی تبدیل به نسبت مستقیم شده است. به عنوان مثال تأکید و یادآوری جوایز جشنواره ای در آگهی های تبلیغاتی یک فیلم، محرک مثبت و مؤثری برای جذب مخاطب بیش تر است. دامنه گسترده اهداف و نتایج جذب تماشاگر، به عالم کتاب نیز کشیده شده است. ناشران سینمایی از موفقیت یک فیلم در گیشه و یا جشنواره به مثابه

✓ تلویزیون نشینی جانشین شب نشینی

شده است و در نتیجه فرهنگ تصویری به جای فرهنگ شفاهی گذشته به خانه ها راه یافته است. و همین عادت به دیدن و شنیدن، نیاز به کتاب را در انتهای صف عریض و طویل دل مشغولی ها و احتیاجات روزمره مردم قرار داده است.

انگیزه ای قوی و سودمند برای چاپ و نشر کتاب سود جسته اند. و واضح است فیلم نامه ای که تصاویر متحرکش بر روی پرده نقره ای با استقبال فراوان رو به رو می شود، در قالب مکتوب و بر روی کاغذ سپید نیز جذاب و خواندنی خواهد بود. از طرفی این جذابیت در گرو نزدیک شدن فرهنگ مکتوب به فرهنگ تصویری است. کامل بودن و به کمال رسیدن روزگاری آرزوی دور و دراز بشر بود و هنر محصول تلاش تاریخی آدمی برای رسیدن به کمال است. به عبارت دیگر هنر زاده نیاز است؛ نیازی که روح را بی تاب و عطشناک یک زایش معنوی می کند. از طرفی مولود این زایش اگر بهره ای از کمال نداشته باشد، صاحب هنر را در کوره راه های وحشت و تاریکی، سرگردان خواهد کرد. اما از آن جا که ما انسان های کاملی نیستیم. آثاری که خلق می کنیم. نیز هیچ گاه به کمال مطلق نزدیک نخواهد شد و هر اثر هنری، تجسم تقلای ذهنی است که می کوشد کامل باشد و همین کشش و کوشش است که هنر نام گرفته است. با این تعریف اگر نوشتن را در انتهای صف هنرهای

هفتگانه جای دهیم، نویسنده هنرمند است و کتاب یک اثر هنری. با این استدلال، نوشتن نیز محصول یک نیاز معنوی است و هدفش تبلیغ و انتشار اندیشه‌ای است که راهبر آدمی به سوی کمال باشد. قرن بیست و یکم، قرن تحول نیازهای انسان است. از آغاز تاریخ تا امروز نیازهای بشر همواره در معرض تغییر و دگرگونی بوده‌اند. با نگاهی به پشت سر، حرکت تدریجی نیازمندی‌های انسان از مرحله‌ای به مرحله دیگر به خوبی قابل بررسی است. قرنی که گذشت را شاید بتوان بالاترین نقطه نمودار تحولات رو به پیشرفت آدمی دانست و معلوم است که سیر پیشرفت به همین نقطه محدود نخواهد شد. رهاورد سال صفر، سفری بی‌پایان در کهنکشان تاریخ و روشن شبکه اینترنت است. سالی که رایانه‌ها به جای مغزها فکر می‌کنند؛ سال حکومت رایانه‌هایی که سرانجام به صفر رسیده‌اند. سالی که نویسندگان جهان یا برای پرسش‌های ابدی خود پاسخی خواهند یافت و یا پرسش‌های بی‌تکلیف خود را در هیأت پاسخ‌های صریح و مطمئن به بنگاه‌های انتشاراتی خواهند فروخت.

✓ بسی تکلفی و آسان بودن کار
جمع‌آوری چند مقاله از مجلات
سینمایی و یک گپ مفصل و دوستانه
با یک فیلم‌ساز موفق که موفقیت‌هایی
در جشنواره‌های داخلی و خارجی
کسب کرده است، می‌تواند بهانه
کم‌دردسری برای تهیه و تنظیم یک
کتاب باشد.

سالی که بحران اقتصادی در مدت زمانی کوتاه سبب بحران فرهنگی می‌شود و دیگر از بطن حکومت استبدادی شاهکار هنری زاده نمی‌شود. بسیار شنیده‌ایم که محدودیت و اختناق سیاسی زمینه‌ساز آزادی معنوی انسان محدود در زندان بایدها و نیایدهاست، و در چنین شرایطی است که جاودانه‌ترین آثار هنری خلق شده‌اند، اما نباید فراموش کنیم که این شاهکار آفرینی تا زمانی ادامه دارد که استیصال مالی، آزادی خلاق روح را محدود نکند.

پرنویسی و محتوای سطحی کتاب‌ها، آشکارترین نشانه پز مردن خلاقیت است و خلاقیت شکوفا نخواهد شد، مگر اینکه هنرمند قادر به برآوردن ابتدائی‌ترین نیازهای روزانه خود باشد و اگر جز این باشد، کتاب دکان کوچکی می‌شود برای تأمین زندگی فقیرانه یک نویسنده که می‌کوشد با حساب سرانگشتی تعداد سطرها و صفحات کتاب و اندازه گرفتن نسبت قیان رقم تیراژ و حق و حقوق خود، کسری اجاره خانه سر برج را تخمین بزند. و بدین ترتیب پر کردن صفحه‌های سپید یک کتاب که تعداد صفحاتش در محاسبه‌ای مادی از قبل معین شده است، عادت به «پرنویسی» را در صنف ورشکسته

نویسندگان رواج داده است.

کتاب‌های سینمایی نیز از این قاعده مستثنی نیستند. چاپ انتشار رو به فزونی کتابهای سینمایی در قالب مجموعه‌ای از نقدها و نظرها راجع به یک فیلم‌ساز و بررسی و تحلیل آثار او از آغاز کارش تا امروز، نشانه پر رنگی از یک تصمیم شتابزده و ناگزیر برای پر کردن جای خالی تألیف و ترجمه است. دانش، تجربه و فرصت کافی، ابتدائی‌ترین و ضروری‌ترین ابزار کار یک مؤلف به شمار می‌روند. اما این روزها فرصت کمیاب است و دانش و سواد نایاب و گهگاه وجود یکی حضور دیگری را نفی می‌کند. بدین معنا که مترجم یا مؤلفی که از سواد و تجربه کافی برخوردار است، معمولاً در شرایط اضطراری نیازهای مادی، فرصت اندکی برای ارائه یک اثر خوب و ماندنی دارد و این در حالی است که کار «گردآوری» زحمت و فرصت کمتری می‌طلبد. جذابیت‌های این قالب مجدد در کار نشر کتاب‌های سینمایی چه از دیدگاه جذب مخاطب و چه از منظر سرعت عمل گردآورنده، دقت و تعمق بیش‌تری را ایجاب می‌کند؛ چه در انتخاب نقدهایی که در یک کتاب گنجانده می‌شوند و چه در نحوه مصاحبه و گفت‌وگویی که با یک شخصیت سینمایی انجام می‌شود. کتاب‌هایی که این روزها به شکل مجموعه‌هایی از نقد و مصاحبه در بازار نه چندان گرم کتاب مشاهده می‌کنیم، دقت و زحمت کافی در انتخاب و ویرایش نقدهای جمع‌آوری شده، به خرج نداده‌اند.

به جرأت می‌توان اعتراف کرد که بازار نقد در ایران رونق چندانی ندارد. جماعت ایرانی همواره در طول تاریخ از پشت عینک نقادی به مسائل سیاسی، فرهنگی و ... نگاه کرده‌اند. این نگاه منتقدانه، موروثی نسل‌هایی است که هیچ‌گاه نسبت به اتفاقات پیرامون خویش بی‌تفاوت نبوده‌اند و همیشه بد و خوب را در ترازوی نکته‌سنجی و انصاف اندازه گرفته‌اند. مردمی که بزرگ‌ترین و مدورترین میزگردهای اقتصادی - اجتماعی را در ازدحام صف نانوائی و فضای تاریک و آهنی اتوبوس برگزار می‌کنند و با لحنی کارشناسانه سانسور ناشیانه فیلم دیشب و گران شدن حتمی تخم مرغ پس فردا را با شرح و تحلیل به نقد و بررسی می‌نشینند. وقتی شهروندان هوشیار و گوش به زنگی که به عوام الناس معروفند، در حقیقت نقادانی زیرک و زرنگند، پس جایگاه و پایگاه صاحب نظرانی که به «منتقد» مشهورند، کجاست؟!

منتقد و نقد به معنای فنی آن در جامعه ما پایگاه و جایگاهی والاتر و گسترده‌تر از اوراق کاهی نشریات رنگارنگ ندارد. از میان انواع نقد، نقد سینمایی در مقایسه با نقد ادبی، جایگاهی به مراتب آبرومندتر دارد و این آبرو با آن گوشه چشم هر از گاه و پر از منت اهل هنر و مسؤولین فرهنگی به منتقد، و امدار جذابیت همه‌گیر سینماست. اما این جذابیت فراگیر و فریبنده از مرز علاقه به جمع‌آوری عکس‌های فلان بازیگر و خواندن فیلم‌نامه تازه فلان کارگردان پیش‌تر نمی‌رود. برای علاقه‌مندان عام سینما، واژه بازیگر، کارگردان و تهیه‌کننده معنایی ساده و روشن دارد، اما مفهوم هویت منتقد چیزی مشابه و مترادف همان خبرنگار و روزنامه‌نویس است. غربت مفهوم نقد و مبهم بودن کاربرد و نقش مهم و زیربنایی آن در پیشرفت و اعتلای صنعت سینما در ایران، سبب پایین آمدن آگاهی و

در نتیجه کم اقبالی نسبت به این فن شده است. کم اقبالی عمومی و بی‌توجهی مردم به نقدهایی که درباره فیلم و فیلم‌ساز محبوبشان در نشریات نوشته می‌شود، مدیران مسؤول نشریات را - با توجه به

✓ چاپ انتشار رو به فزونی کتاب‌های سینمایی در قالب مجموعه‌ای از نقدها و نظرها راجع به یک فیلم‌ساز و بررسی و تحلیل آثار او از آغاز کارش تا امروز، نشانه پر رنگی است از یک تصمیم شتابزده و ناگزیر برای پر کردن جای خالی تألیف و ترجمه.

روحیه ژورنالیستی‌شان - وادار کرده است که کمتر در این بخش سرمایه‌گذاری کنند. وجه ناچیز حق‌التحریر یک منتقد با سابقه، خود گواهی روشن و قطع بر این مدعاست.

یک مقایسه بی‌طرفانه بین نقد سینمایی در داخل و خارج از ایران، به خوبی نشانگر بی‌عنایتی مادی و معنوی مسئولین و مردم به مسئله نقد و منتقد در ایران است. برای منتقدی که در جهان همه فن حریف‌ها زندگی می‌کند و تنها هنرش نوشتن است (آن هم از نوع حرفه‌ای)، نداشتن انگیزه مالی و برخوردار نبودن از امکانات اولیه یک زندگی بی‌دغدغه و آرام، پیامدی جز سطحی‌نگری و شتابزدگی در نوشتن مقاله‌ها و یادداشت‌ها نخواهد داشت. و درست به همین خاطر است که این روزها کمیت مطالب نقدگونه بر کیفیت آن غلبه کرده است. رد پای منتقدین قدیمی به تدریج در مطبوعات کم رنگ شده و از آن نقدهای سنگین و وزین دوران پرویز دویلی خبری نیست. در اوضاع رو به وخامت شرایط اقتصادی و اجتماعی، مطالعه دقیق یک نوشته با نگاهی تحلیلی‌تر و انتقادگونه، به زحمتش نمی‌آورد. در عوض بازار خبرهای ورزشی، مصاحبه و صفحات حوادث داغ داغ است.

هر چند انگیزه مادی پس از انگیزه معنوی در درجه دوم اهمیت قرار دارد، اما امنیت مادی در شرایط بحران اقتصادی برترین انگیزه خوب نوشتن آن دسته از نویسندگان سینمایی است که از گزندش پول در امان مانده‌اند. شاهد مثال این گفتار، بخشی از مصاحبه یک منتقد است. منتقدی قدیمی و کهنه کار که می‌توان گفت در سرزمین حاصل خیز مطبوعات سینمایی حق آب و گل دارد! «... به گمان من نقد فیلم در جریان «تولید منتقد» بیش‌تر نقش دارد تا در تولید فیلم! چرایش هم بر می‌گردد به سیر صعودی قیمت‌ها از عدس و حشره‌کش بگیر تا هر آنچه حجم و وزن و طول و عرض دارد، بادو زاو و دهشاهی حق‌التحریر به من منتقد (من نوعی) حق بدهید که آب «رودخانه بی‌بازگشت» را برگردانم توی قابلمه نقدهای آبکی! می‌گویند نه، با پول دو تا نقد سر و ته مخارج یک زندگی معمولی

تک نفره را از این سر تا آن سر ماه به هم بچسباند تا اول و آخر هر ماه دو تا نقد درست و حسابی و جانانه تحویلشان بدهم. نقدهایی که از نظر صلابت و ظرافت و دقت تحلیلی تارگیسوی «پالین کیل» و موی «رابین وود» هم لای درزش نرودا...»

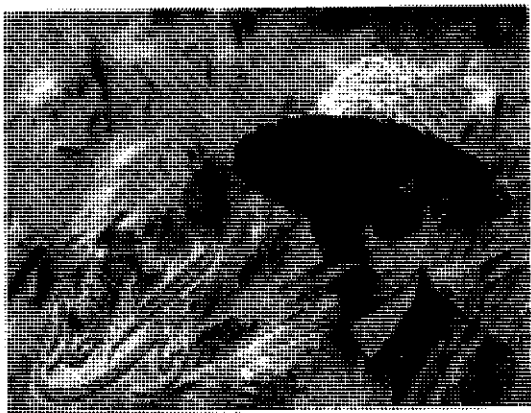
متأسفانه تازگی‌ها و بیروس بدحسابی و کم حسابی مطبوعات به جان کتاب‌های سینمایی نیز افتاده است. از زمانی که به سبب جذابیت مادی و معنوی کار نشر کتاب عده‌ای از منتقدان نشریات سینمایی به کارگردآوری مقاله‌ها و تهیه یک کتاب روی آوردند، همان خصلت نکوهیده که روزگاری در مذمتش داستان‌ها می‌گفتند، گریبان‌گیر خودشان شد. در کسب و کار نشریات شاید بتوان با هزار

✓ هر چند انگیزه مادی پس از انگیزه معنوی در درجه دوم اهمیت قرار دارد، اما امنیت مادی در شرایط بحران اقتصادی برترین انگیزه خوب نوشتن آن دسته از نویسندگان سینمایی است که از گزندش پول در امان مانده‌اند.

و یک دلیل ناموجه، کسری حق‌التحریر را موجه جلوه داد اما در مورد کتاب، استفاده از مقاله‌ای بدون کسب اجازه از نویسنده آن به هیچ وجه توجیه شدنی نیست و از منش و رفتار فرهنگی فرسنگ‌ها فاصله دارد. سادگی توروک نشریات سینمایی نو و کهنه و دست‌چین کردن چند مقاله و یادداشت با موضوعی مشترک، قابل قیاس با زحمت تمرکز و تعمق یک منتقد حرفه‌ای - برای نوشتن - نیست، پس چگونه است که تمام دستمزد کارگردآوری و تدوین چند مقاله در قالب یک کتاب، بدون کم و کاست به «گردآورنده» تعلق می‌گیرد؟ پس حق و حقوق نویسنده یا منتقدی که سفارش نوشتن یک نقد سینمایی را تحت فشار منگنه «رافقت» پذیرفته است، کجای صورت حساب عریض و طویل ناشر قرار می‌گیرد؟ البته گشودن گره ابهام این پرسش‌ها، جواب راضی‌کننده‌ای برای نارضایتی آن گروه از نویسندگان بی‌خیر نیست که هر از گاه با ورق زدن کتابی تازه منتشر شده و دیدن نام خود در صفحه فهرست، غافلگیر می‌شوند. در یک جمع‌بندی نهایی، می‌توان چنین نتیجه گرفت که فضای نیمه تاریکی که میان نویسندگان خلاق و مستعد از یک سو و صاحبان نشر و نشریات از سوی دیگر فاصله انداخته است، تنها یک بازتاب دارد؛ بازتابی کم رنگ و کم سو که در مدت زمان طولانی، منجر به یک کم‌دی پنهان خواهد شد؛ کوری چشمه زاینده خلاقیت و خشکسالی ناگزیری که ریشه نهال نارس فرهنگ و هنر معاصر را به کندی خواهد پوساند.

... و هنرمندان و نویسندگان ما در فضای ناامن اقتصادی، همچنان در قید تکرار ترجیح بند معروف «غم نان اگر بگذارد»

... نه، خدا سکوت نکرده است!



□ رنگ خدا (فیلمنامه، گفت و گو، نقد) مجید مجیدی، به کوشش مسعود فراستی انتشارات فرهنگ کاوش، چاپ اول ۱۳۷۸، ۳۳۰۰ نسخه.

کتاب حاضر از سه بخش تشکیل شده است. بخش اول به فیلمنامه و چند عکس از فیلم اختصاص داده شده و بخش دوم گفت و گویی است با مجید مجیدی و فصل نهایی در برگزیده گزیده نقدهایی است راجع به فیلم رنگ خدا. اسامی منتقدینی که یادداشت نقد گونه‌شان در این کتاب آمده از این قرار است: تهماسب صلح‌جو، جواد طوسی، رضا درستکار، پرویز جاهد، شیرین جم، محسن سیف، خسرو دهقان و مسعود فراستی.

سراغاز کتاب پس از پیشگفتار ناشر، یک مقدمه سه چهار صفحه‌ای آمده است با عنوان «از نگاه کارگردان». در این مقدمه، فیلمساز شکل‌گیری طرح اولیه فیلمنامه رنگ خدا را شرح می‌دهد و با توصیف کشف و شهودی که در پیدایش جرعه اولیه، نقش داشته است، از خدا، هستی و انسان سخن می‌گوید و سرانجام به نتیجه‌ای استعاره‌ای می‌رسد و آن این‌که «نابینای واقعی ما هستیم»

قبل از پرداختن به فیلمنامه ذکر چند نکته ضروری به نظر می‌رسد: ۱- پس از موفقیت چشمگیر بچه‌های آسمان در چند جشنواره داخلی و خارجی و رفتن تا مرز جایزه اسکار، رنگ خدا با جذابیت‌های جشنواره پسندش انگیزه دیگری را برای چاپ و انتشار یک کتاب قوت بخشید.

۲- نشر فرهنگ کاوش که ذوق و سلیقه‌اش در انتخاب موضوع کتاب‌های سینمایی، قابل تحسین است، این بار کتابی روانه بازار کرده است که ظاهر خوش آب و رنگش مخاطبین خود را از پشت ویرترین کتابفروشی، شناسایی خواهد کرد.

۳- گفت و گویی که در بخش دوم کتاب آمده است، در حقیقت یک گپ طولانی دوستانه و پر از وقفه است که عوض شدن موضوع گفت و گو و فاصله افتادن میان بخش‌های مختلف بحث، نشانگر وقفه‌های زمانی ایجاد شده در طول مدت زمان گفت و گو است. از طرفی دوستانه بودن بیش از حد این گپ، سبب شده است، گویش محاوره‌ای و به اصطلاح «خودمانی» این گفت و گو، توسط تنظیم کننده کتاب، بازنویسی و ویرایش نشود. یکدست نبودن ویرایش و وجود غلط‌های فاحش دستوری و لغوی از دیگر معایب این کتاب است که در یک مطالعه شتابزده از نظر دور نمی‌ماند چه رسد به نگاهی موشکافانه و دقیق.

۴- ای کاش گردآورنده کتاب در انتخاب نقدها دقت و وسواس بیشتری به خرج می‌داد، زیرا به جز یکی دو نقد جاندار، بقیه نقدها یا در هول و هیجان روزهای جشنواره نوشته شده‌اند و یا حاصل شتابزدگی و سمبل کاری دوستانی است که لای فشار منگنه «رفاقت» حاضر به نوشتن چند سطر شده‌اند.

... و اما فیلمنامه؛ نمای عنوان‌بندی با یک شعر عرفانی آغاز

می‌شود و این شروع به تنهایی، شناسنامه مضمونی فیلم جدید مجیدی است. انگار این فیلم‌ساز پس از عبور از مرز باریک دغدغه‌های اجتماعی، به منشی درونگرا رسیده است.

ای تو پیدا و تو پنهانم / جز تو یاری دگر نمی‌خواهم ... این بیت شعر به همراه نوای موسیقی بر زمینه سیاه، نمایش بی‌برده تنهایی است. شکوه تنهایی و رسیدن به کشف و شهود. تنهایی و مکاشفه در رنگ خدا با حضور پسر بچه نابینایی که به دنبال خدا می‌گردد، به اوج می‌رسد.

در آثار قبلی مجیدی، عرفان در چهره‌ای اجتماعی تر ظاهر شده بود و اینک آرام و آهسته به سوی عرفانی فردی گام بر می‌دارد. در فیلم کوتاه «خدا می‌آید»، حضور خدا را در اداره پست احساس می‌کنیم. و این احساس زمانی به حقیقت نزدیک می‌شود که دوربین از پشت سر، به شانه‌های لرزان از حق‌گریه آن کارمند زن، نگاه می‌کند و سرانجام پاسخ خدا به آن نامه بی‌نشانی در «اجتماعی» از آدم‌های ساده و مهربان، شکل می‌گیرد و حضورش جایی تجسم کامل می‌یابد که آمبولانس (نمادی از همت و شفقت مردم) از خم جاده خاکی پدیدار می‌شود. در بچه‌های آسمان نیز رگه‌هایی از عرفان اجتماعی در فداکاری و شفقت پسر نسبت به خواهرش، نمودی محسوس دارد.

رنگ خدا اما تأکید مؤکدی است بر نوعی از تنهایی، یک تنهایی بی‌نیاز و متعالی. آشتی محمد (پسر بچه نابینا) با طبیعت و نفرت و فرار او از جامعه شهری نشانگر اشتیاق او به مکاشفه‌ای است در عمق بکر طبیعت. اما این اشتیاق بیش‌تر در ناخودآگاه محمد جریان دارد. او بی‌آنکه خود بداند به سمت رودخانه، دریا و جنگل کشیده می‌شود. محمد ظاهراً از تنهایی خود دل‌تنگ است و این دل‌تنگی در سکانس معروف «شکایت از خدا» محمد و تماشاچی را با یک حس مشترک، به گریستن و می‌دارد. قهرمان نابینای فیلم در بسیاری از نماها، انگار با کسی حرف می‌زند. او در تمام مدت، زمزمه‌ای آرام دارد. زمزمه‌ای که برای ما نامفهوم است. گاهی جواب دارکوب‌ها را