

در پیج و خم تولید فیلم

● سعید عقیقی

- مدیریت تولید فیلم
- نوشته: باستین کلو
- مترجم: تقی علیزاده
- انتشارات بنیاد سینمایی فارابی
- چاپ اول، ۱۳۷۷



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

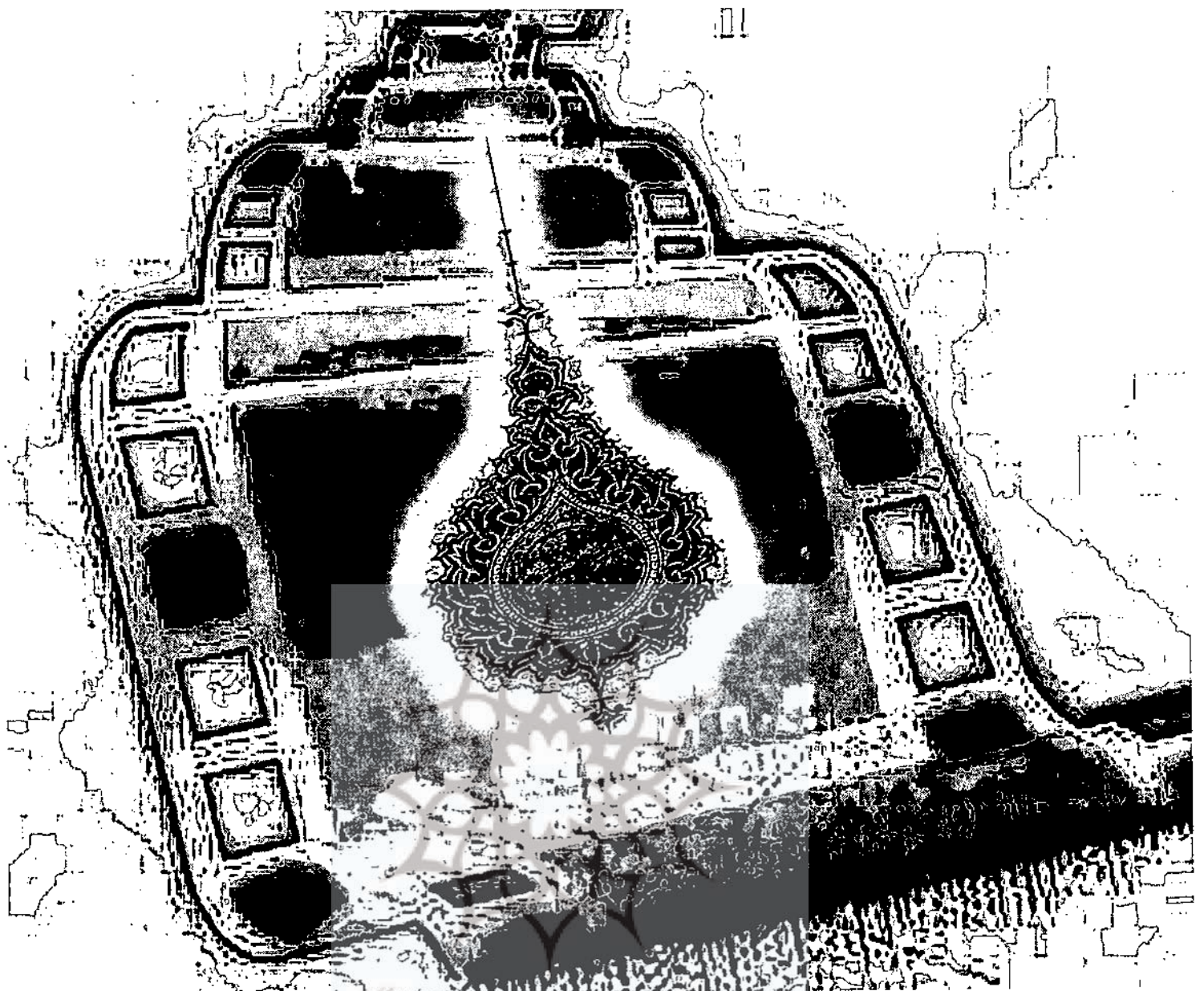
تقسیم‌بندی‌های خود را ارائه می‌دهد. در فصل سوم یعنی تدارک برای تولید، تجزیه فیلمنامه نخستین مرحله تدارک را تشکیل می‌دهد. اگر فیلمنامه کامل در دسترس نباشد، طبعاً تخمین برآورد هزینه‌های قبلی بر اساس چنین فیلمنامه‌ای بسیار دشوار خواهد بود. بنابراین، تجزیه کامل فیلمنامه به وسایل، عناصر، اجزاء، شخصیت‌ها، مکان‌ها و موقعیت‌های هر صحنه از فیلمنامه، لازم و ضروری به نظر می‌رسد.

فصل چهارم یعنی توصیه‌های ویژه به تولیدات با بودجه پایین، با تذکری به جا شروع می‌شود که تشریح‌کننده وضعیت فیلمسازی در سینمای آمریکا و تفاوت صرف چنین بودجه‌ای در فیلم‌های تجاری استودیویی و فیلم‌های مستقل و خارج از سیستم تولید سینمای استودیویی - یا به بیان بهتر، «سینمای تهیه‌کننده» - در آمریکاست: «واژه بودجه پایین برای افراد مختلف، معانی متفاوتی را تداعی می‌کند. برای یک استودیوی عظیم یا شرکت بزرگ تولیدی، یک

در زمینه معرفی و شرح وظایف مدیر تولید می‌رسد. به ویژه که نخست در همین فصل اول، این مقدمات را توضیح می‌دهد تا به مرور، پیچیدگی‌ها و فراز و فرودهای این حرفه را در فصول بعدی آشکار کند.

در فصل بعدی یعنی اقتصاد تولید، فرایند مدیریت تولید به چهار بخش تقسیم می‌شود و سپس به تفکیک مورد بررسی قرار می‌گیرد. این چهار بخش عبارت است از: ۱. بسط و توسعه ۲. پیش تولید ۳. فیلمبرداری ۴. پس تولید. شاید به نظر برسد که این کتاب به طور کاملاً اختصاصی برای شرایط ویژه تولید فیلم در سینمای آمریکا نوشته شده است و برای همان جا هم کاربرد دارد. در صورتی که قواعد خاص حاکم بر تولید فیلم در سیستم جریان اصلی فیلمسازی و مجرای اصلی تولید فیلم (یا در اصطلاح، Main stream)، چندان به مرزهای جغرافیایی مربوط نیست و به همین ترتیب، کتاب در این بخش، جنبه‌هایی مشترک و عام‌شمول را در برنامه‌ریزی تولید یک فیلم در محدوده سینمای تجاری در نظر می‌گیرد و بر همین مبنا نیز

مدیریت تولید فیلم کتابی است تازه، جذاب، ضروری و کاربردی. مهم‌ترین نکته کتاب همین صفت آخری است؛ یعنی کاربردی بودن. جمله‌های ملیح و جذاب شروع کتاب به نوعی توضیح‌دهنده کاربرد آن است: «افراد بسیار کمی از کودکی با فکر «مدیر تولید» شدن بزرگ می‌شوند. همه می‌دانند یک کارگردان یا تهیه‌کننده چه می‌کند. همه نسبت به بازیگر یا ستاره فیلم علاقه‌مند هستند. حتی مدیریت فیلمبرداری هم عموماً یک حرفه شناخته شده است. اما چه کسی می‌داند که وظایف یک «مدیر تولید» چیست؟ کتاب به درستی در آغاز بر روی اساسی‌ترین نکته یعنی «ناشناخته بودن» این حرفه پردر دسترس انگشت می‌گذارد و سعی می‌کند آن را به سادگی و روشنی معرفی کند و در این راه موفق هم می‌شود، چون تعریف مشخصی از مدیر تولید ارائه می‌دهد و این حرفه را طبق قوانین تصویب شده موجود در اتحادیه کارگردان‌های آمریکا معرفی می‌کند، نه بر اساس مفهومی ذهنی، تجربی و غیرقابل درک. بر همین اساس، کتاب به قابلیت مؤثری



ژورنال علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

نشان می‌دهد که همه چیز برخلاف تصور غالب، باید بر اساس قوانین مدون و مشخص صورت بگیرد و یکی از دلایل حس بی‌اعتنایی، باری به هر جهت بودن و جدی نگرفتن کار که در فیلم‌های ایرانی موج می‌زند، نداشتن تصویر درستی از امنیت شغلی و تلقی توأم با تعارف از کار در یک پروژه هنری - تجاری است.

در فصل نهم، فرم‌های بودجه و بودجه‌بندی تولید بررسی می‌شود و در دو فصل آخر کتاب، نکته‌هایی درباره بیمه و ضمانت‌های اتمام کار آمده است که برای دست‌اندرکاران حرفه‌ای سینما نکات آموزنده و کاربردی فراوانی دارد.

مدیریت تولید فیلم کتاب تخصصی و آموزشی مناسبی با ترجمه‌ای ساده و قابل درک برای اهل تولید فیلم در همه جای دنیا است؛ از آن نمونه‌های مناسبی که شاید الان در ایران با آن برخورد شایسته‌ای نشود، اما مزایای استفاده از نکات آن و به کار بستن آموزه‌هایش - در صورت استفاده و به کارگیری - در سال‌های بعد روشن خواهد شد. □

تمایل دارد، مع‌هذا به نظر می‌رسد همواره جایی برای فیلم‌های خاص مستقل، آن‌ها که دیدگاه‌های تازه و منحصر به فردی دارند، آن‌ها که احتمالاً با روابط انسانی سر و کار دارند، آن‌ها که در جذب مخاطبان موفق هستند و آن‌ها که به سوی موفقیت اقتصادی می‌روند وجود دارد «تجربه ساخته شدن فیلم‌های مستقلی چون فارگو یا رازها و دروغ‌ها که چند برابر هزینه تولیدشان فروش کرده‌اند، درستی نظر باستین کلو را به اثبات می‌رساند.

در فصل پنجم، نویسنده به تشریح و توضیح محل‌های فیلمبرداری می‌پردازد و ارتباط مدیر تولید با مکان‌یابی و عوامل مکانی به تفصیل بررسی می‌شود و در فصل ششم یعنی اتحادیه‌ها، انجمن‌ها و اتحادیه‌های صنفی خاصی که مدیر تولید باید به طور مداوم با آن‌ها در تماس باشد معرفی می‌شود. فصل هشتم ویژه عوامل سازنده فیلم است و در آن، قراردادهای و تعهدات گروه سازنده مورد توجه واقع می‌شود. چاپ نمونه‌هایی از متن قراردادهای تهیه‌کننده با عوامل سازنده فیلم،

بودجه ۷ میلیون دلاری، پایین محسوب می‌شود و چنین فیلم‌هایی را واقعاً دارای ارزش تلاش نمی‌دانند و تولید آن‌ها با سیستم استودیویی از نظر اقتصادی ممکن نیست. از سوی دیگر، برای یک فیلمساز مستقل، یک بودجه ۷ میلیون دلاری، معمولاً احساس راحتی شدیدی به دنبال می‌آورد. با وجود این، امروزه، حتی چنین مبالغ کوچکی به دشواری زیاد توسط تهیه‌کنندگان یا فیلمسازان مستقل تأمین می‌شود.

راستش توضیحات این فصل را بیش از هر کس دیگر باید برای تهیه‌کنندگان، فیلمسازان و توریسین‌های هم‌وطن‌مان بخوانند. در سال‌های اخیر، این نکته که «فیلم خوب یعنی فیلم پرفروش» در میان اغلب صاحب‌نظران سینما در ایران رواج پیدا کرده است. جالب است که نظر باستین کلو در کتاب مدیریت تولید فیلم؛ به مراتب واقع‌بینانه‌تر و یا مقوله «تحلیل موفقیت یا عدم موفقیت یک فیلم» سازگارتر است. او می‌نویسد: با این که بازار فعلی به سوی فیلم‌هایی با بودجه عظیم، با جلوه‌های ویژه غیرعادی و هنرپیشگان پرفروش