

چی فیلمینوویسیم؟

ویسپویش، سال ۲، شماره ۲



«بیایید فیلمنامه بنویسیم!»

بخش دوم

نوشته: سرکان یرتم

(فیلمنامه‌نویس و استاد فیلمنامه‌نویسی از ترکیه)

ترجمه: امید کمالی

قدم اول

وقتی فرشته الهام چوب جادویی خود را به کله ما نزند، بعید است که ایده مفیدی واردش شود.

حالا این الهام چگونه نازل می‌شود؟ فکر می‌کنی یک فرشته زیبا با چوب جادو به سراغات می‌آید و با گفتن «بیا عزیزم!» چند ضربه ملایم به سرت می‌زند و... پوف! عجیب‌ترین افکار به ذهن‌ات می‌رسند؟ این دقیقاً همان چیزی است که اساطیر یونانی-می‌گویند. در میان ایزدان یونان باستان نه پری یا الهه (موزا) بودند که الهام‌بخش هنرمندان به شمار می‌رفتند.

به عنوان مثال «اراتو» الهه شعر و «مِلپومِن» الهه موسیقی و آواز بود، همچنین فرشته‌ای به نام «پولیمینیا» برای نمایش‌های آیینی وجود داشت و مسئول بخش طالع‌بینی هم

برای نوشتن فیلمنامه، به یک ایده خوب نیاز دارید. ولی یک ایده خوب از کجا می‌آید؟ معمولاً در یک لحظه خاص در ذهن شما جرقه می‌زند. به این می‌گوییم الهام...

الهام

الهام به معنی «وحی» یا «احساسات و افکار عالم بالا که خداوند بر قلب پیامبران نازل می‌کند» است. ولی اگر پیامبر هم نباشیم، ممکن است این «احساسات و اندیشه‌های آسمانی» در قالب عواطف و افکار خاص به سرمان بزند. پس «الهام» همان افکاری است که به شکل برنامه‌ریزی نشده به ذهن ما خطور می‌کنند. مهم نیست که چقدر سعی کنیم در ذهن خود به ایده‌ای برسیم؛ تا

«اورانیا» بود. متأسفانه الهه فیلمنامه نداشتند ولی اگر داشتند حتماً اسمش «سناریا» بود! (شوخی با کلمه سناریو به معنی فیلمنامه)

بله ما فیلمنامه‌نویس‌ها فرشته الهام نداریم، اما هرکس ممکن است جای او را پیدا کند: برخی از نویسندگان در اتاق مطالعه‌ی خانه خود می‌نویسند، بعضی فقط می‌توانند روی چهارپایه‌ای در ساحل دریا بنویسند، کسانی حتماً باید در کافه‌ای که پاتوق همیشگی‌شان شده بنویسند، درحالی‌که برخی هم می‌توانند در هر جایی بنویسند. نه تنها مکان‌ها، بلکه زنان یا مردانی هم ممکن است الهام‌بخش شاعران یا نقاش‌ها باشند.

در مورد من، یک فنجان قهوه‌ی بخارپز همراه با صدای امواج ساحل دریا و... برای به رقص آوردن قلم روی کاغذ کافی است. اگر به اینها خیره شوم به‌زودی سروکله فرشته و چوب کوچکش پیدا می‌شود که ایده‌های عالی در گوشم زمزمه کند. شما هم باید محل فرشته خود یا هر چیزی را که باعث الهام می‌شود، پیدا کنید. آن را پیدا کنید و به خاطر بسپارید.

دانستن منبع الهام یعنی شناخت خود. کسی که خودش را نشناسد نمی‌تواند موفق شود. برخی افراد می‌دانند که چه چیزهایی الهام‌بخش آنهاست و خلاقیت‌شان را تحریک می‌کند. بعضی‌ها هم به یک صفحه‌ی سفید زل می‌زنند و می‌گویند «الهام نمی‌آید!» که این بیشتر یعنی که شما نمی‌دانید ایده بعدی چه زمانی می‌آید. بسیار مهم است که آدم، فرشته‌ی الهام

خودش را بشناسد و با آن کنار بیاید. با او نمی‌شود لجبازی کرد. بلکه باید برایش ارزش قائل شوید و شرایط مناسبی برای آمدنش ایجاد کنید. او مثل یک عاشق حسّاس و زودرنج است که با کوچک‌ترین بهانه‌ای می‌گذارد و می‌رود. می‌پرسید آن شرایطی که فرشته دوست دارد چیست؟ باید بگویم کتابی در این باره وجود ندارد، اگر بود یک دایره‌المعارفِ عظیم ۱۵-۲۰ جلدی می‌شد! چون الهام برای هرکس یک پدیده‌ی منحصر به فرد است، درست مانند سلیقه و علاقه، یا حتی اثر انگشت. به همین دلیل کسی که سعی کند شرایط الهام یک نویسنده دیگر را به کار گیرد، انگار لباسی چند سایز گشاد یا تنگ‌تر پوشیده؛ مگر اینکه مهارت خیاطی برای اندازه‌کردن این لباس به تن خودش را بلد باشد. نویسندگان بااستعداد از مجموعه‌ای الهاماتِ ترکیبی استفاده می‌کنند و هیچ علاقه ثابتی ندارند.

توصیه من به شما این است که همیشه در همان محیط یا شرایطی که در آن احساس راحتی و آرامش می‌کنید، بنویسید و باور داشته باشید که این کار، خلاقیت شما را افزایش می‌دهد. به عنوان مثال، ممکن است یک روز در کافه‌ای بنشینید که نَفَسِ تازه کنید و تا به قهوه لب زدید، چیزی به ذهن شما برسد. ممکن است اینجا همان جایی باشد که فرشته‌ی شما در آن سرگردان است. مگر افسانه «هری پاتر» هم در یک کافه نوشته نشده؟ پس بد نیست گاهی یک خودکار و دفترچه بردارید و در زمان‌های مشخص به کافه‌های مختلف سر بزنید. برای

پیدا کردنش باید هزاران مکان، فضا یا محیط مختلف را امتحان کنید. هیچ کس نمی‌داند که پری کجا به او «سلام» خواهد گفت.

به یاد داشته باشید: پری الهام مثل یک حیوان خانگی نیست که کنترلش در دست شما باشد. او یک حیوان وحشی است! این حیوان وحشی گاهی اوقات مثل پروانه فقط چند ساعت عمر می‌کند، بعضی وقت‌ها هم مثل یک شیر جوان، ماه‌ها در ذهن نویسنده جولان می‌دهد و نعره می‌کشد. به همین دلیل است که زمان و ضرباهنگ نوشتن نویسنده تغییر می‌کند. بفهمید که خصوصیات پری الهام شما شبیه کدام حیوان است و با همان شرایط از او نگهداری کنید. به او غذا بدهید و مراقبش باشید. خلاصه اینکه برای نوشتن یک فیلمنامه خوب، ابتدا پری الهام خودتان را پیدا کنید، او را بشناسید و هر کاری که می‌توانید برای کنار آمدن با او انجام دهید.

حالا، فرض کنید او آمده و یک فکر عالی را در گوش شما زمزمه کرده است. بعدش چه باید کرد؟ تبدیل آن فکر به یک ایده‌ی مفید! اما چگونه؟

ایده

نولان بوشنل (مهندس و مخترع آمریکایی و مالک شرکت بازی‌سازی آتاری) می‌گوید: همه، موقع دوش گرفتن، ایده‌های عالی به ذهن‌شان می‌رسد، اما فقط کنش‌گرانی موفق هستند که وقتی بیرون آمدند و خودشان را خشک کردند، روی آن ایده‌ها کار می‌کنند! من عاشق این جمله هستم: «ایده‌ی خوب،

شروع همه‌چیز است.»

ایده، نخستین پله‌ی موفقیت است و اگر نردبان، پله‌ی اول نداشته باشد، نمی‌توانید از آن بالا بروید. پس برای یک فیلمنامه خوب در گام اول به یک ایده‌ی خوب نیاز داریم. در سینما، ایده‌ی خوب به ایده‌ای می‌گویند که نه تنها خلاقانه بلکه سودآور هم باشند؛ یعنی میلیون‌ها نفر در تمام دنیا از آن خوش‌شان بیاید. اگر چنین ایده خوبی پیدا کنید، ممکن است تبدیل به یک داستان خوب شود و همه فیلمنامه‌های خوب به داستان‌های خوب نیاز دارند.

حالا ببینیم چگونه یک نفر ممکن است بتواند ایده‌های خلاقانه و سودآور تولید کند؟ کلید جادویی این است: «با چشم‌های باز و گوش‌های تیز تحقیق کن!»

کنجکاوی، تحقیق و شاید کمی پیله بودن باعث می‌شود به همه چیز فکر کنید. یادتان باشد که این افکار قرار است به ایده‌هایی تبدیل شوند که پول هم در بیاورند. تماشای زیاد فیلم در کنار توجه به آدم‌های مختلف و شناختن آنها معمولاً موضوعات مختلفی را به ذهن شما می‌آورند. کاری که باید بکنید این است که یکی از آنها را بیرون بکشید و درباره‌شان فکر کنید.

مثلاً در سال ۲۰۱۳ فیلمی به نام «بدن‌های داغ» روی پرده رفت، فروش کرد و ۱۱۷ میلیون دلار عاید سازندگان‌ش شد. ایده‌ی این فیلم، عشق میان یک زامبی و یک دختر عجیب و غریب است: ایده‌ای که از پیوند بین یک نوع فیلم پرطرفدار و شناخت یک تیپ شخصیتی خاص ایجاد شده. آیا آن را



دیده‌اید؟... چی؟!... فیلم‌های زامبی دوست ندارید و نگاه نمی‌کنید؟ برای‌تان متأسفم! چون زامبی‌ها خیلی خیلی به دست‌اندرکاران سینما نان رسانده‌اند. از آنجایی که منبع ایده شما هستید، باید منبع را مدام تغذیه کنید و این تغذیه چیزی نیست جز:

۱- زیاد فیلم دیدن

۲- درباره آدم‌ها کنجکاوی کردن

می‌خواهم ایده‌ای را که همین الان به ذهنم رسید، با شما در میان بگذارم. من بیشتر از ۲۰۰ فیلم با موضوع قاتلان زنجیره‌ای دیده‌ام که همه آنها در نهایت دستگیر می‌شوند. حالا اگر یک قاتل زنجیره‌ای پیدا شود که قاتلان زنجیره‌ای را شکار می‌کند، چه؟ این مثال‌ها چند نمونه از ایده‌پردازی با ترکیب کردن موضوعات مختلف هستند.

حالا فرض کنیم مثل خود من که تلاش می‌کنم اما هنوز موفق نشده‌ام، به هر دلیلی نتوانستید ایده جذابی خلق کنید. می‌توانم راه دیگری را به شما پیشنهاد کنم: «ایده‌ها را قرض بگیرید.» اشتباه نکنید! نمی‌گویم کِش بروید یا بدزدید، فقط قرض بگیرید. اما چطور؟ ممکن است اطراف خودتان به ایده‌های جالبی برخوردید که جان می‌دهند برای یک فیلمنامه عالی، ولی مال شما نیستند. مثلاً آن را در کتابی می‌خوانید، یا یک دوست برای‌تان تعریف می‌کند. در این صورت شما باید ایده را با اطلاع و اجازه‌ی صاحبش به فیلمنامه تبدیل کنید. شاید حتماً نام او را هم کنار خودتان به عنوان «بر اساس

ایده‌ای از...» بیاورید و سهمی از فروش فیلمنامه به او بدهید یا حداقل در بخش قدردانی به نام او اشاره کنید؛ در هر حال حتماً باید به او اعتباری متناسب با ایده‌اش بدهید. بعد از آن به شما بستگی دارد که که ایده را خودتان به فیلمنامه تبدیل کنید یا آن را به فیلمنامه‌نویسانی ارائه بدهید که ممکن است از آن خوش‌شان بیاید.

بسیاری از فیلمنامه‌نویسان براساس ایده‌هایی که مال خودشان نیست ولی دوست‌شان دارند، فیلمنامه‌های عالی نوشته‌اند. به نظر من این یک همکاری ایده‌آل است. اگر بخش «خلاقیت» را ندارید، از دیگران بگیرید و با آنچه دارید یعنی بخش «مهارت» ترکیب کنید!

شخصیتی در کتابی که خوانده‌اید، وقایع اطراف‌تان، دوست یکی از دوستان‌تان یا خبری که از تلویزیون دیده‌اید، هر کدام می‌توانند یک ایده باشند و کسانی که آنها را روی کاغذ بیاورند، ممکن است میلیون‌ها دلار کاسب شوند. اصلاً هم نباید ماجرای فوق‌العاده و حیرت‌انگیزی باشد. مگر بارها در سینما با چشم‌های خیس، روزهای آخر یک دختر بیمار سرطانی را تماشا نکرده‌ایم؟ در آن لحظه، هیچ برای‌مان مهم نیست که این ایده از کجا آمده یا چه کسی آن را مطرح کرده است. تنها کاری که باید بکنید این است که جستجو کنید و بیابید. فیلمنامه‌نویسان خوب، «شکارچیان ایده»‌ی با استعدادی هستند و می‌توانند ایده‌های جذّاب را بو بکشند، پیدا کنند و روی کاغذ بیاورند. من به شما توصیه می‌کنم که

شکارچی شوید.

علت اینکه من این قدر روی ایده تاکید می‌کنم این است که هرچقدر هم که فیلمنامه‌نویس خوبی باشید، اگر ایده‌های مناسبی پیدا نکنید هرگز از حد متوسط بالاتر نخواهید رفت. اما اگر یک ایده خوب پیدا کنید، خواهید دید که فیلمنامه مثل رودی خروشان در ذهن‌تان جاری می‌شود و بعد، میلیون‌ها نفر از فیلم آن لذت خواهند بُرد:

- چه باحال می‌شد اگر که یک باغ وحش دایناسورها داشتیم!

این ایده، [از رُمّانی نوشته مایکل کرایتون] سرآغاز فیلم «پارک ژوراسیک» بود که بیش از ۷۰۰ میلیون دلار در گیشه فروش داشت و تهیه‌کننده را میلیونر کرد.

- آدمی را مجسم کن که به جای بزرگ‌تر و پیر شدن، جوان و جوان‌تر شود!

از این ایده، فیلم «مورِد عجیب بنجامین باتن» را ساختند و بیش از ۱۵۰ میلیون دلار به دست آوردند.

- آیا می‌شود با دخالت در گذشته، از بلایای بزرگ آینده جلوگیری کرد؟

بله! این پرسش، الهام‌بخش فیلمنامه‌نویس «دژاوو» بود که پنج میلیون دلار برایش به ارمغان آورد و به عنوان گران‌ترین فیلمنامه‌ی تاریخ سینما ثبت شد. (البته بیش از ۲۰۰ میلیون دلار هم نصیب تهیه‌کننده کرد!)

اما یک نکته: یک ایده‌ی خوب، می‌تواند جرقه یک انفجار میلیون دلاری را بزند. شما ایده‌ای به ذهن‌تان خطور کرده و می‌خواهید آن را با افراد باتجربه به اشتراک بگذارید و نظرات آنها را بگیرید. به شدت توصیه

می‌کنم که «ایده» خودتان را به شکل ناامن با کسی درمیان نگذارید بلکه این کار را پس از ثبت رسمی آن انجام دهید. به این ترتیب، ایده‌ی شما دارای حق بهره‌برداری (کپی رایت) می‌شود و از سوءاستفاده افراد سودجو در امان می‌ماند.

در بخش‌های بعدی با اینکه «حق بهره‌برداری از یک ایده چیست؟» آشنا خواهید شد. فقط یادتان باشد: همان‌طور که بارها تکرار کردم، ایده‌های خوب، همیشه سودآور هستند و به همین دلیل، ارزش ثبت کردن را دارند. بنابراین محافظت از آنها، آسان‌تر از ورود به دعوای حقوقی است. باید بدانید که حتی فیلمنامه‌نویس‌های معروف هم قبل از اتمام فیلمنامه، ثبت اثر و گرفتن رضایت تهیه‌کننده، ایده‌شان را جایی مطرح نمی‌کنند، چون ممکن است به گوش آدم‌های سوءاستفاده‌گر برسد. حتی در زمان فیلمبرداری، تمام عوامل فیلم مجبورند قرارداد رازداری را امضا کنند تا از لو رفتن داستان جلوگیری شود.

این کار در سریال‌های تلویزیونی محبوبی که اخیراً به صورت فصل به فصل فیلمبرداری می‌شوند نیز مرسوم است. پس باز هم توصیه می‌کنم تا قبل از ثبت «ایده» خود، در تعریف کردنش برای دیگران محتاط باشید. ایده، ساده‌ترین کالایی است که می‌تواند تبدیل به پول شود. بنابراین اگر ذهن‌لق باشید، هیچ عجیب نیست که یک روز، بی‌خبر پوسترهای فیلمی را ببینید که از روی ایده‌ی شما نوشته و ساخته‌اند! آن وقت، گفتن اینکه «اما این ایده، مال من

بود» و شکایت کردن، هیچ فایده‌ای ندارد. بهتر است همیشه ایده‌ها و نوشته‌های خودتان را جایی ثبت کنید.

این بخش را با جمله‌ی معروف جان اشتاین‌بک به پایان می‌برم: «ایده‌ها مثل خرگوش هستند. اگر دو تایی آنها را بگیرید و پرورش دهید، به زودی ده‌ها خرگوش خواهید داشت.»

پایان قسمت دوم