



قصه و عناصر آن^۱

عبارات “روایت”، “داستان” و “قصه”، بعضاً توسط افراد مختلف، در معانی مختلفی به کار می‌روند. مثلاً برخی قصه را بدون ساختار منسجم و عامیانه می‌دانند که با خرافات و خیال‌پردازی‌های عوامانه همراه است، و داستان را منسجم، با تدوین حرفه‌ای و روشمند. ما در این متن قصه، داستان و روایت را به یک معنا بکار می‌بریم؛ هر چند تلویحاً در تبیینی که انجام می‌دهیم، ویژگی‌های “داستان خوب و روشمند” مد نظر قرار می‌گیرد. البته پس از تبیینی عمومی از مفهوم قصه، با تمایل زاویه خبر و روایت خبری، به آن نگاه می‌کنیم. به همین دلیل از واژه “قصه” یا “داستان”، به مفهوم عام آن، و از واژه “روایت”، در جایگاه خبر و خبرنگاری، استفاده می‌کنیم؛ ولی بیش از این به تبیین تفاوت ماهیتی و لغوی و ریشه‌های این سه واژه نمی‌پردازیم.

^۱ - قسمتی از کتاب در حال تدوین در روایتگری در تربیت و کتاب فرازهای تحول - اردوان مجیدی -

تیرماه ۱۴۰۲.

روایت، داستان یا قصه، ترکیبی مرتب و پی در پی از وقایع و رخدادها



شکل گک-۱۳ - بافت، شخصیت پردازی و پیرنگ در نبرد رستم و اژدها در خوان سوم

است. قصه معمولا در ترکیب بندی چند شخصیت که گاه یک یا چند نفر از آنها، نقش قهرمان، و یک یا چند نفر از آنها، نقش ضد قهرمان را دارند، حول یک یا چند محور مشخص دور می زند.

یکی از مهمترین عناصر قصه، شخصیت پردازی آن است. وقتی می گوئید "علی رفت"، یک قصه ساده را بیان می کنید. اما علی که بود؟ چرا رفت؟ انگیزه اش از رفتن چه بود؟ کی رفت؟ رفتن او چه اهمیتی دارد؟ کجا رفت؟ چگونه رفت؟ اینها سوالاتی اگر قصه شما شخصیت پردازی و پی رنگ مناسبی داشته باشد، به آنها جواب می دهد.

طرح یا پیرنگ^۱، یکی دیگر از مهم ترین عناصر هر داستان است. پیرنگ قوام دهنده یک داستان است که از مجموعه حوادث اصلی و فرعی متعدّد و رابطه علت و معلولی آنها تشکیل شده، و با ترسیم وابستگی میان حوادث داستان، نشان می دهد هر حادثه به چه دلیل اتفاق افتاده و بعد از آن نیز چه حوادثی و به چه دلیل اتفاق می افتد. پیرنگ حوادث را در داستان چنان تنظیم و ترکیب می کند که در نظر خواننده منطقی جلوه کند. بهترین طرح، طرحی است که برای جلب **تمایل و کشش مخاطب**، کنجکاوای مخاطب را برای حوادث بعدی برانگیزد، و حوادث را به گونه ای تنظیم کند که مخاطب به صورت معمول انتظار نداشت.

زمانی روایت شما کامل است که بتوانید شخصیت شخصیت های اصلی که در روایت ایفای نقش می کنند، را به خوبی برای مخاطب روشن کرده باشید، و زنجیره حوادث روایت را به صورت موثری تنظیم کنید، که مخاطب اولاً از **منطق** ماجرا آگاه شود، و ثانياً **تمایل** به دنبال کردن روایت شما را داشته باشد، و ثالثاً به خوبی با **فضای** روایت شما **ارتباط** برقرار کند.

و البته برای این کار لازم است تا قصه **بافت^۲** مناسبی داشته باشد. بافت جدا از موضوع و مضمون، شامل تصویرپردازی، استعاره، فضا و رنگ، لحن، ضرباهنگ و نظایر آن می شود. بافت می تواند با ترکیب کلماتی که در قصه به کار رفته، فضائی از نظر روانی متفاوت را ترسیم کند، که زمینه استقرار الگوهای ادراکی و بخصوص الگوهای هیجانی آن را فراهم کند. به عنوان مثال با ترکیب و فضا سازی کلماتی

Plot - ۱

Texture - ۲

که می توانند خشن، نرم، مودبانه، عامیانه، ثقیل، رسمی، یا بی ادبانه باشند، قصه می تواند بافتی تهاجمی، محکم، لطیف، یا عاطفی، داشته باشد^۱.

عناصر اصلی داستان موثر

هاون^۲ با اشاره به اینکه طرح و پیرنگ داستان، اگر دارای هشت عنصر اساسی نباشد، هیجان ایجاد نمی کند و بی تاثیر و بی ارزش است، این هشت عنصر اساسی ساختار داستان موثر را اینگونه ترسیم می کند:

۱. شخصیت‌ها: شخصیت‌هایی که وقایع اصلی داستان پیرامون افکار و رفتارهای آنها شکل می گیرد. یک شخصیت اصلی داستانی موثر باید یک فرد فیزیکی دارای اراده، و توانایی عمل در حمایت از آن اراده، و قادر به برقراری ارتباط باشد، که مخاطب بتواند با او ارتباط برقرار کرده، و همذات پنداری کند. اگر مخاطبان، به شخصیت های داستان توجه نشان دهند، به داستان نیز توجه نشان خواهند داد، و گرنه آن داستان برایشان اهمیتی نخواهد داشت. شخصیت داستان باید به حدی برای مخاطب جالب باشد، که دغدغه پیدا کنند و بخواهند بفهمند که برای او چه اتفاقی می افتد.

۱- در مورد ویژگیهای قصه، پیرنگ، بافت و سایر خصوصیات آن از جمله نگاه کنید به (میرصادقی، ۹۴) و (تقوی کوتنائی، ۹۶).

۲- (هاون و تیرانداز، ۱۴۰۱). مطالب این بند و بند دیگر کلا از این منبع انتخاب و با تصرف مختصر و اضافات محدود، نقل شده است.

۲. صفات شخصیتها: ویژگیهایی که شخصیت پنهان شده در زیر پوسته ظاهری آن شخصیت داستان را آشکار می کنند. هنگامی که این ترکیب از ویژگیهای منحصر به فرد و جالب، مخاطبان را به یک شخصیت جذب می کند، آنها تمایل دارند که درگیر بمانند، حتی اگر هیچ اتفاقی در داستان رخ ندهد.

۳. هدف: آنچه که یک شخصیت در یک داستان نیاز دارد، می خواهد انجام دهد، یا بدست آورد. اگر می خواهیم رفتار را به درستی درک کنیم، ابتدا باید باورها و اهداف را درک کنیم. هر عمل و رویداد در یک داستان، توسط مخاطب بر اساس تاثیر آن بر توانایی شخصیت داستان برای دستیابی به هدف تفسیر می شود. داستانها زمانی به پایان می رسند، که هدف اصلی شخصیت اصلی به هر طریق حاصل شود.

بخصوص توجه به این نکته مهم است که بسیاری از نویسندگان داستان، علیرغم اهمیت هدف، آن را فراموش کرده و مستقیماً به سراغ عمل می روند. دلیل خطای آنها این است که آنها اهداف خود را به قدری خوب و عمیق می شناسند، که به محض شروع نوشتن یا ارائه، فراموش می کنند که دیگران نمی توانند آنها را ببینند. اهداف موثر، فیزیکی و ملموس هستند. مفاهیم غیر مشخص و غیر ملموس (خوشبختی، آرامش، موفقیت و غیره) اهداف داستانی ضعیفی ایجاد می کنند. خوانندگان نمی توانند تصور کنند که چنین اهدافی چگونه به نظر می رسند.

هدف باید قابل توجه و منطقی باشد. در داستان مشهور بینوایان، هدف ژان والژان در دزدیدن یک نان، سیرکردن خانواده خود و دختر خردسالش است. سیاستهای ناعادلانه و ظالمانه پادشاه فرانسه، و بیچارگی مردم، در پشت ماجرای آن، اینگونه این هدف را توجیه می کند. اینگونه می شود که شما با او همذات پنداری می کنید. اما اگر ژان والژان به دلیل عادت به خلافهای کوچک دزدی می کند، دیگر کسی با او همذات پنداری نمی کند.

۴. انگیزه ها: مجموعه محرک هائی که یک هدف را برای یک شخصیت، مهم می کنند. اهداف و انگیزه ها، منبع اصلی تعلیق داستان هستند. انگیزه ها، پاسخ به این سوال هستند که ”چرا آنها باید به آن هدف برسند؟“. معمولا اینگونه است که هر هدفی، توسط شبکه پیچیده ای از انگیزه های در هم تنیده، پشتیبانی می شود.

انگیزه یکی از اولین چیزهائی است که تداس هر فرد، در صورتی که منبع داستان به صورت شفاف آن را ارائه نکند، خودش اختراع و استنباط می کند. و مطالعات نشان داده که هر مخاطبان، تقریبا همیشه، وقتی انگیزه را استنباط می کنند، اشتباه می کنند. یعنی انگیزه ای که استنباط می کنند، با انگیزه مورد نظر نویسنده مطابقت ندارد. اما نکته بدتر این است که آنها عموما انگیزه های شوم و منفی بیشتری به آن چیزی که سازندگان داستان در نظر داشتند، تصور می کنند.

انگیزه یک عنصر کلیدی برای همدلی همذات پنداری است. تنها با جابجائی چند عنصر سازه از اطلاعات مربوط به انگیزه شخصیت‌ها در داستان، می‌توان مخاطب را ترغیب کرد که با یک شخصیت داستانی همذات پنداری کند، یا او را رد کند، و با او به عنوان دشمن یا رقیب رفتار کند. انگیزه یکی از قدرتمندترین عناصر داستان است، و در عین حال یکی از مواردی است که معمولاً نادیده گرفته می‌شود. انگیزه‌ها مستقیماً با مغز و قلب مخاطب ارتباط دارند.

انگیزه در پیوند با هدف، تعلیق اساسی داستان را نیز ایجاد می‌کند. تعلیق (معلق بودن بین سوالی که داستان باعث شده ما به آن اهمیت دهیم و پاسخ به آن سوال) یک احساس است. احساسی که ما به طور معمول هنگام خواندن یا گوش دادن به یک داستان مهیج، تجربه می‌کنیم.

تعلیق و هیجان، دو عامل اصلی ریتم و کشش داستان هستند. ریتم و کشش چیزی است که خوانندگان را وادار می‌کند، تا پایان داستان، با شما همراه باشند. هیجان با ریسک و خطر (در ارتباط مشترک با مشکلات و درگیری‌هایی که آنها را ایجاد می‌کند) ایجاد می‌شود. تعلیق عمدتاً از اهداف و انگیزه ناشی می‌شود.

هر چه انگیزه‌های داستانی هدف را از "خواستن"، به "نیاز حیاتی مطلق" تغییر دهند، تعلیق داستان بیشتر می‌شود. وقتی انگیزه‌های قوی‌تری برای تبدیل یک هدف از یک خواسته صرف به ضرورت مطلق استفاده می‌کنید، فوراً علاقه، همدلی، و حمایت مخاطب را ایجاد می‌کنید، و مخاطب

فورا شروع به همذات پنداری با شخصیت اصلی، و همدردی و طلب موفقیت می کند.

حتی در داستانهایی که شخصیت اصلی داستان یک بدکار است (نظیر یک سارق)، و انگیزه او نجات از تمهیداتی است که پلیس برای به دام انداختن او ایجاد کرده، و اگر دستگیر شود، عمر خود را از دست می دهد، مخاطب تقریباً همواره با سارق همذات پنداری می کند، نه پلیس؛ و تمایل دارد که سارق بتواند فرار کند. مگر آنکه دستگیر کردن آن سارق برای نجات انسانها یا پلیس یا موضوع مهم دیگری حیاتی نشان داده شود. در چنین صورتی خواهد بود که مخاطب با پلیس همذات پنداری می کند، و تمایل دارد که سارق را دستگیر کند.

۵. تضادها، درگیری‌ها و مشکلات: مجموعه موانعی که بین یک شخصیت، و یک مشکل قرار دارند. موانع رسیدن شخصیت داستان به هدف. تنها دو چیز وجود دارد که می تواند شخصیت را از رسیدن به هدف باز دارد؛ مشکلات و درگیری‌ها. مشکل هر چیزی است که مانع رسیدن یک شخصیت به هدف می شود (حتی به طور موقت). تضاد، درگیری و تعارض، مشکلی است که یک شخصیت را در تقابل مستقیم با شخصیت یا موجودی دیگر در داستان قرار می دهد.

اصل داستان در این درگیری‌ها شکل می گیرد. اگر این کار آنقدر آسان بود که نیاز به هیچ تلاش و مبارزه ای نبود، و هیچ مانعی برای غلبه بر آن وجود نداشت، پس چرا در مورد آن به دیگران بگوئیم؟

مشکلات تنها زمانی مرتبط با ساختار داستان هستند، که به عنوان مانعی بین شخصیت و هدف عمل کنند. هر کدام از شخصیتها که با موانع بیشتری مواجه است، امکان جلب همدردی و همذات پنداری مخاطب بیشتری دارد. اگر در یک داستان سرقت، این فقط سارق باشد که مشکلات عدیده ای برای او بوجود می آید، و او یکی یکی آنها را حل می کند، مخاطب با او همذات پنداری می کند. اما اگر این مشکلات سر راه پلیس برای به دام انداختن سارق پیش بیاید، مخاطب با پلیس همذات پنداری می کند.

۶. ریسک و خطر: احتمال شکست (ریسک) و پیامدهای شکست (خطر)، ناشی از مشکلات و درگیری هائی که یک شخصیت باید با آن روبرو شود. ریسک و خطر، منبع اصلی هیجان داستان هستند. هیجان و تعلیق، منابع اصلی کشش داستان هستند. اگر پلیس یا دزد، در برخورد با مشکلات و موانع، هیچ ریسک و خطر دلهره آوری را تجربه نکند، برخورد و حل کردن با آن مشکلات، هیچ اهمیتی برای مخاطب نخواهد داشت، و هیجانی را در داستان تجربه نخواهد کرد.

۷. مبارزات: توالی وقایعی که یک شخصیت برای رسیدن به هدفی که در صحنه اوج قرار دارد، در مقابله با آخرین و بزرگترین مانع، برای او رخ می دهد و برای آن مبارزه می کند. کار برای شخصیت داستان نباید آسان باشد. هر چه بیشتر مبارزه کند و رنج بکشد، مخاطب شما همدل تر و حمایت کننده تر می شود. با افزایش تعلیق و هیجان، کشش داستان بیشتر می شود.

انواع مختلف مبارزه می تواند این هیجان و ریتم داستان را افزایش دهد. مبارزه درونی نظیر تردید بین چند تصمیم، بین اهداف رقابتی، از خودگذشتگی در مقابل دیگران، عدم اطمینان، کمبود اطلاعات، مواجهه بیش از حد (یا عدم مواجهه با) وظایف، ترسها و غیره، و مبارزه بیرونی نظیر مبارزه با دشمنان، با عموم، با دولتها و شخصیت‌های مرجع، با رئیس و همکاران، با طوفان، جنگل، خشکسالی، ارتش مورچه‌ها، در برابر بی عدالتی و فقر، بیماری، و غیره. احساس نکنید مبارزه کردن، نشانه ضعف است؛ مبارزه یک قدرت است. یک فضیلت است. دارائی و عنصر حیاتی داستان است.

۸. جزئیات: توصیفگرهای شخصیت، حسی، منظره و رویداد خاص، که برای ایجاد هدایت، و کنترل تصاویر داستانی گیرندگان استفاده می شود. جزئیات داستان، تصاویری را در ذهن مخاطب ایجاد می کند. هر تصویری که تا به حال با شنیدن یا خواندن داستانی در ذهن و حافظه خود " دیده‌اید"، از جزئیات ناشی شده است. ما داستان را می‌سازیم، اما جزئیات را می‌نویسیم؛ جزئیات شخصیت، جزئیات حسی، جزئیات منظره، و جزئیات رویداد (عمل). مخاطب با مواجهه با جزئیات، انگار داستان را به صورت فیزیکی تجربه می‌کند. یکی از پرتکرارترین اصول توصیه شده داستان نویسی، آن است که "نشان بده؛ نگوی!". همانند چراغی که روی صحنه نمایش روی یک نقطه صحنه متمرکز شده و توجه همه بینندگان را نقاط دیگر صحنه حذف کرده و به آن نقطه متمرکز می‌کند، جزئیات،

آنچه را که مخاطب می بیند، و آنچه را که نمی بیند، کنترل می کند. مخاطبان داستان نیز فقط آنچه را که شما برایشان با جزئیات کامل توصیف می کنید، می بینند و حفظ می کنند. جزئیات، نورافکن داستان شما هستند. جزئیات، تصاویر را ایجاد می کنند. اما همچنان به شما اجازه می دهند تا تصاویر ذهنی مخاطبان خود را هنگام تجسم مطالب، کنترل و یا محدود کنید. در نوشتن داستان، جزئیات آخرین عنصری است که باید روی آن تمرکز شود. پس از آنکه داستان با هفت عنصر دیگر، قوام خود را یافت، حالا به جزئیات پردازید و آنها را مشخص کنید. روی تک تک جزئیات کار کنید تا بهترین تصویر ممکن را ترسیم کنید. هر یک از جزئیات را خاص تر، غیر معمول، منحصر به فرد و واضح تر کنید. اما باید مراقب باشید که برای جزئیات باید هزینه پرداخت کنید. جزئیات، سرعت داستان را کم می کنند و اندکی از انرژی و هیجان داستان را بیرون می کشند. جزئیات برای تصویر سازی داستان لازم است، اما باید کمترین هزینه را برای مزایای آن پرداخت. این نوعی تجزیه و تحلیل هزینه و فایده است.

الحمد لله رب العالمین