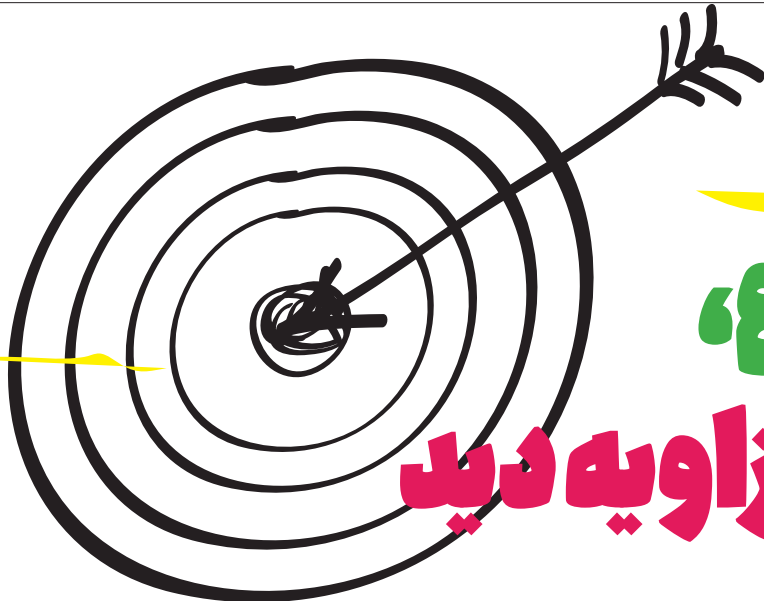


بایدهای طنزنویسی

گفتاری در باب موضوع،

سوژه، نقطه کانونی و زاویه دید



ناشی از عدم انتخاب زاویه دید مناسب است. زاویه دید همان گفتار مناسبی است که به دل مخاطب می‌نشیند. فراموش نکنیم که به طور کلی ما از زاویه دید به نقطه کانونی می‌رسیم. همان طور که گفته شد انتخاب زاویه دید اشتباه نه تنها نمی‌تواند نقطه کانونی را به مخاطب منتقل کند؛ بلکه ممکن است نتیجه عکس بدهد و دقیقاً مخاطب را به سمتی مخالف بکشاند. زاویه دید مناسب بیش از آنکه حاصل خلاقیت باشد، حاصل منطق نویسنده است که تنها با مطالعه و تجربه فراوان می‌توان به آن رسید.

اکنون چند مثال از نقطه کانونی و زاویه دید بخوانیم

عدم یادگیری دانش آموز در آموزش غیر حضوری؛ عدم ارتباط مستقیم دانش آموز با معلم و هم‌کلاسی‌ها باعث ضعیف‌تر شدن فرآیند یادگیری او می‌شود.

پولی شدن آموزش و موفقیت؛ سرنوشت نوجوان با استعدادی که توانایی مالی شرکت در آزمون‌های آزمایشی و تهیه کتاب و... کمک آموزشی را ندارد چه می‌شود؟

کمرشکن بودن هزینه‌های ازدواج و مقدمات آن؛ سال‌ها طول می‌کشد تا از نظر مالی یک جوان تحصیل کرده بتواند مسکنی معمولی تهیه کند.

مبتذل شدن سینمای طنز امروز؛ محتوای بسیاری از فیلم‌های سینمایی طنز امروز برای نوجوانان بدآموزی دارند.

می‌شود مهم‌ترین رکن هر متن طنز (یا از نظر من هرگونه خلقی) است. برای اینکه بدانید نقطه کانونی چیست، فرض کنید در مقابل نویسنده یک مطلب قرار گرفته‌اید. از او بپرسید «این متن را نوشتی که بگویی...؟» جواب نویسنده به این سؤال دقیقاً نقطه کانونی مطلبش را مشخص می‌کند. بنابراین کلماتی مانند هدف، پیام و... همه در انتقال کامل مفهوم نقطه کانونی ناتوانند. در واقع نقطه کانونی این همه هست و این نیست. اگر نویسنده‌ای برای پول بنویسد، یا ایجاد جنجال یا تخریب، باز هم باید مطلبش نقطه کانونی داشته باشد، در غیر این صورت نیتش لوم می‌رود. دقت کنید که در زمان نوشتن، گاهی اول سوژه و موضوع مشخص می‌شود و در ادامه نقطه کانونی؛ اما گاهی اول نقطه کانونی را انتخاب می‌کنیم که معمولاً در متن‌های بسیار هدفمند و به اصطلاح نقطه‌زن چنین است. بسیار دیده می‌شود نویسنده بدون اینکه نقطه کانونی مشخصی داشته باشد شروع به نوشتن می‌کند. این اتفاق خصوصاً در زمان استفاده از قالب داستان (بلند و کوتاه) رایج است؛ اما بیش از آن که سازنده باشد، مخرب است. حضور نقطه کانونی مانند شاغولی است که از ابتدا تا انتهای ساخت دیوار متن، اجازه کج شدن را به آن نمی‌دهد. حالا چند مثال از نقطه کانونی بخوانیم. نقطه کانونی در مورد آموزش غیر حضوری می‌تواند عدم یادگیری دانش آموز در این نوع آموزش، در مورد مدارس غیر انتفاعی پولی شدن آموزش و موفقیت، در مورد ازدواج کمرشکن بودن هزینه‌ها و مقدمات آن و در مورد فیلم طنز مبتذل شدن سینمای طنز امروز باشد. نقطه کانونی متن همان چیزی است که می‌خواهیم مخاطبمان آن را درک کرده و در موردش آگاهی پیدا کند.

زاویه دید

اگر نقطه کانونی را نقطه وسط یک چهارراه بدانیم که می‌خواهیم به آن جا برویم، خیابان‌های اطراف همان زاویه‌های دید متن ما هستند. انتخاب اینکه ما چگونه و با چه منطقی مخاطب را به نقطه کانونی برسانیم در واقع انتخاب زاویه دید مطلب ماست. بی‌شمار دیده می‌شود که نویسنده به رغم اینکه در موضع حق قرار گرفته است؛ اما در القای حرفش به مخاطب ناتوان است. این مسئله

یکبار توفیق داشتم ساخته شدن یک سرویس بهداشتی را از نزدیک ببینم. از همان مرحله اول که بنا روی زمین گچ می‌ریخت و جای پی‌ها را مشخص می‌کرد، تا کندن پایه و پرکردنش با سنگ و ملات، تا نخ سفیدی که مسیر آجرها را ردیف به ردیف تنظیم می‌کرد، تا شاغول سرآهنی و مخروطی شکل، تا ترازوی که مطمئن می‌شد کاشی‌ها کج نصب نشده‌اند. این‌ها را گفتم که بگویم حتی برای خلق مکانی که قرار است آنجا گلاب به رویتان بله، باید بسیاری چیزها را «متر» کرد و جایشان را با ضربدر نشان داد. پس طبیعی است که انتظار داشته باشیم چنین مقدماتی برای خلق یک اثر ادبی هم نیاز است. با این مقدمه به توضیح برخی از مهم‌ترین شاغول و ترازهای یک «متن طنز» می‌پردازیم.

موضوع و سوژه

این دو تا را نه می‌شود از هم جدا کرد و نه می‌شود یکی دانست. در بسیاری از موارد هم به جای یکدیگر به کار می‌روند. اصولاً موضوع بستر اصلی متن ماست. جواب این سؤال که به طور کلی ما در چه «حوزه» ای در حال نوشتن هستیم، در واقع موضوع نوشته ما را مشخص می‌کند. مثلاً فضای مجازی، تحصیل، استعمار، جوانان، سینما و... همه می‌توانند موضوعی برای متن طنز ما باشند (توجه کنید که هر کدام از این موارد می‌توانند در جایی دیگر سوژه هم باشند و این دسته‌بندی مطلق نیست) مثلاً وقتی نشریه‌ای منتشر می‌شود که در حوزه سینما فعالیت می‌کند، دقیقاً موضوع آن نشریه سینماست؛ اما در سمت دیگر سوژه نسبت به موضوع نگاهی جزئی‌تر دارد و به اصطلاح دقیقاً دست را می‌گذارد آن‌جا که درد می‌کند. سوژه خاص‌تر است و به نوعی در مورد یک اتفاق خاص و بخشی منتخب از موضوع صحبت می‌کند. برای مثال در مورد نمونه‌هایی که گفته شد «فیلترینگ یا آموزش غیرحضوری»، «کنکور یا مدارس غیرانتفاعی»، «جنایات انگلیس در ایران در خلال جنگ جهانی یا آفریقای زیر سلطه»، «بیکاری یا ازدواج» و «فیلم طنز یا مسعودده نمکی» می‌توانند به عنوان سوژه مطرح شوند.

در مورد موضوع و سوژه باید به چند نکته اشاره کرد. یک اینکه گاهی سوژه می‌تواند موضوع سوژه‌ای دیگر باشد و همان طور که گفته شد دسته‌بندی‌ها مطلق نیست. دو اینکه سوژه همیشه از دل موضوع بیرون می‌آید و زیرمجموعه آن است. سه اینکه به طور کلی هرچه متن ماکوتاه‌تر (مطبوعاتی‌تر) باشد، اهمیت سوژه در آن بیشتر است، ولی هرچه بلندتر (کتاب‌تر) باشد، موضوع در آن برجسته‌تر خواهد بود. چهار اینکه با انتخاب سوژه، موضوع هم در ناخودآگاه نویسنده انتخاب شده است، اما نویسنده باید آن را برای خود روشن کند. پنج (که یکی از مهم‌ترین موارد در این بخش است) این است که برای نوشتن یک متن طنز خوب، ما باید اول نسبت به موضوع اطلاعات کافی و مطالعات لازم را داشته باشیم، سپس در مورد سوژه تحقیق کنیم. دقیقاً اینجاست که اهمیت تفکیک موضوع و سوژه به خوبی مشخص می‌شود. تسلط نویسنده بر موضوع فرق یک متن طنز خوب و پخته را با متنی سطحی مشخص می‌کند.

نقطه کانونی

نقطه کانونی که گه‌گاه به عنوان پیام، هدف، محتوا و... هم شناخته

