

# مستند خلاق تئوری و عمل

ویلمادی یانگ، اریک نادسن، جری راتول

مترجم: حمید احمدی لاری

این کتاب، ترجمه‌ای است از:

creative documentary

Theory and Parctice

Wilma De Jong, Erik Knudsen, Jerry Rothwell

First edition published in Great Britain in 2012

۷	درباره نویسندگان .....
۱۱	سپاسگزاری .....
۱۵	پیش‌گفتار .....
۲۹	بخش اول: مستند خلاق .....
۳۱	فصل یکم: خلاقیت چیست؟ .....
۴۹	فصل دوم: مستند خلاق .....
۷۳	فصل سوم: صنایع خلاق و مستند .....
۱۰۵	فصل چهارم: حرفه شورانگیز: .....
۱۳۱	بخش دوم: روش‌های گسترش .....
۱۳۳	فصل پنجم: گسترش [پرداخت] ایده .....
۱۴۹	فصل ششم: از ایده تا سرهم کردن قصه .....
۱۶۹	بخش سوم: راهبردهای روایی .....
۱۷۱	فصل هفتم: ماهیت قصه‌ها و روایات .....
۱۸۷	فصل هشتم: زندگی قصه تعریف نمی‌کند .....
۲۳۷	فصل نهم: روایت کلاسیک .....

۲۶۳	فصل دهم: روایت متعالی یا روایت شاعرانه
۲۸۷	فصل یازدهم: قواعد سینمایی
۳۲۱	فصل دوازدهم: رسانه‌های جدید، قالب‌های تازه مستند
۳۴۳	بخش چهارم: استراتژی‌های تولید
۳۴۵	فصل سیزدهم: کارگردانی
۳۷۳	فصل چهاردهم: دوربین و فیلمبرداری
۴۱۷	فصل پانزدهم: روش‌های مصاحبه
۴۴۳	فصل شانزدهم: استفاده درست و نادرست
۴۷۳	فصل هفدهم: ذن و هنر تدوین مستند
۵۱۳	فصل هجدهم: حس حضور در محل
۵۵۱	بخش چهارم: روش‌های توزیع
۵۵۳	فصل نوزدهم: محیط‌های آنلاین، قابل حمل و همگرا
۵۸۱	ضمایم: نگاهی کلی به تاریخ سینمای مستند
۶۲۷	کتابشناسی
۶۳۵	وبسایت‌های مفید

## معرفی

این فصل روش‌هایی از تعمق در «جهان جادویی» خلاقیت ارائه می‌کند و به کند و کاو در فرآیند خلق می‌پردازد. هر چند «خلاقیت» نیز مثل «آزادی»، «حق انتخاب» و «دموکراسی» واژه‌ای است الهام‌بخش و برانگیزنده، در عین حال مبهم و ناروشن هم هست. این واژه بارها با مسامحه و به شکلی غیردقیق به کار رفته است. متداول‌ترین مفهوم خلاقیت به خلق آثار هنری مربوط است. آدم‌های خلاق را دارای خصوصیتی ذاتی می‌دانند که سایرین ندارند. این معدود آدم‌های مستعد و خلاق با امثال ما موجودات فانی فرق دارند.

مفهوم خلاقیت به عنوان استعدادی فردی که تنها در اختیار افراد معدودی قرار دارد همچنان تصور جا افتاده‌ای است. به نظر می‌آید این استعداد در هنر، در مواجهه با مشکلات و موانع زندگی روزمره، یا به عنوان مثال در وجود دانشمندان متجلی می‌شود. در حال حاضر، بسیاری از نوشته‌های مربوط به خلاقیت به مواردی از قبیل، حل مشکلات و مسائل، ابداعات تازه، یا نوآوری و ابتکار در تولید یا ایده‌پردازی و از این قبیل مسائل مربوط اند. ابداع و نوآوری اغلب به حوزه‌های تجاری، علمی و یافنی نسبت داده می‌شود. به عنوان مثال، اصطلاح بسیار متداول «صنایع خلاقه»، خلاقیت را به حوزه‌های تجاری پیوند می‌زند. ریچارد فلوریدا، جامعه‌شناس آمریکایی می‌گوید [۲۰۰۵: ۵] امروزه خلاقیت سرچشمه بی‌چون و چرای همه محاسن ناشی از رقابت است. بنا به ادعای فلوریدا زمانی کیفیت یا در دسترس بودن کالا و خدمات سرچشمه بی‌چون و چرای محاسن ناشی از رقابت بوده است، اما امروزه این موقعیت یکسره در اختیار خلاقیت است.

تا همین اواخر، تصور بر این بود که خلاقیت در همه حال و همه جا امکان شکوفایی دارد، البته در حوزه‌های تجاری تقاضا برای تولیدات صنعتی، پایه‌های خلاقیت «راستین» را سست می‌کند. اما می‌توان ادعا کرد که دست‌اندرکاران رسانه‌های جدید و پدیدآورندگان بازی‌های کامپیوتری و ابداعات فناوری تازه‌ای مثل آیفون و آی‌پد و موفقیت فیلم‌های خلاق در حوزه صنعت، این تصور را به چالش می‌کشند. برعکس، فیلم‌های پر فروش هالیوودی و برنامه‌ها و نمایش‌های تلویزیون‌های واقع‌نما ثابت می‌کند که خلاقیت از این منظر، یعنی

«ایده‌های خلاقه‌ای را می‌توان خلاقیتی تجاری نامید که مخاطبان وسیعی به خود جذب می‌کند. ظاهراً اصطلاح خلاقیت زمانی که از زمینه یا حوزه فرهنگی خود منتزع می‌شود، مفهومی فی‌نفسه بی‌معنی است.

### خلاقیت: «بدعت» و «ارزش»

دستاورد‌های روانشناختی نوین «خلاقیت» را از استعداد و معدود افراد مستعدی که شاهکار خلق می‌کنند، جدا می‌داند. این مفهوم روز به روز بیشتر پذیرفته می‌شود که خلاقیت، ظرفیت ذاتی انسان است و می‌توان آن را از طریق آموزش و یا قرار دادن فرد در محیط شکوفاکننده، افزایش داد. شاید رویکرد فراگیری لازم است که هم آدم‌های خیلی بااستعداد را در بر بگیرد و هم افرادی که هیچ نشانی از نبوغ و استعداد نشان نمی‌دهند. محیط آموزشی یا اجتماعی می‌تواند خلاقیت را تقویت یا در شرایطی که تنها همان نگاه بسته همیشگی و تکرار طوطی‌وار مطالب و دانش و نگرش موجود ارج و قرب داشته باشد، سرکوب کند.

دو تعریف زیر ممکن است بتوانند واژه خلاقیت را به شکلی خلاق تعریف کنند. «خلاقیت» یعنی توانایی تولید اثری که هم بدیع (یا اصیل و غیرمنتظره) باشد و هم «متناسب» (یا کارآمد و با ملاحظه الزامات کاری، انعطاف‌پذیر)، (اشترنبرگ، ۳: ۱۹۹۹). این تعریف حاصل سی سال پژوهش‌های روانشناختی است. جامعه برای حل مشکلات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی خود به خلاقیت نیاز دارد. امروزه عبارات «مدیر خلاق» یا «سرپرست خلاق» به وفور به کار گرفته می‌شوند. واژه «خلاق» امروزه در معنایی بسیار گسترده‌تر از یک محصول هنری به کار می‌رود.

دوالف و بایلی،<sup>۱</sup> خلاقیت را به صورت «تخیل مشترک» تعریف می‌کنند (۵: ۱۹۹۹). آن‌ها می‌گویند «تخیل یعنی ابداع. خلاقیت امر مشترکی است میان مخاطب، همکاران و سایر دانشجویان و استادانی که بخشی از آن هستند.»

اینجا، دو وجه مهم‌تر عبارت‌اند از «ابداع» و «ارزش» یا کاربرد. وجه دوم ممکن است شناخته‌شده نباشد و حتی از طرف هنرمندان و فیلم‌سازان با مخالفت هم‌روبه‌رو شود، اما یک فیلم مستند یا اثر هنری بخشی از تولیدات یک حوزه فرهنگی خاص هستند (جنکینز، ۲۰۰۲) که در آن سنت‌های خاصی مسلط‌اند و هنجارها و ارزش‌هایی وجود دارند که این محصولات خلاقه بر اساس آن‌ها مورد قضاوت قرار می‌گیرند. همه ما ماجرای هنرمندانی را شنیده‌ایم که اثرشان تنها پس از مرگ به عنوان اثری بدیع و اصیل شناخته شده است. تابلو «دوشیزگان آوینیون» از پابلو پیکاسو سال‌های طولانی پس از خلق اثر بود که به عنوان اثری اصیل و شاید انقلابی شناخته شد. اما نکته اینجاست که فقط با خلاق نامیدن یک اثر، آن را خلاق نمی‌دانند. محصولات خلاقه بخشی از یک حوزه تولیدات فرهنگی‌اند. این آثار نه پدیده‌ای تک و جدا افتاده‌اند و نه در خلاء به وجود آمده‌اند.

با وجود اهمیت زمینه اجتماعی و فرهنگی یک محصول خلاقه، یک اثر هنری، یک فیلم، یا یک قطعه موسیقی در عین حال محصول ذهن فردی خاص هم هست. این اثر بیان خلاقیت فردی است و بنابراین واجد ارزشی ذاتی است که از حوزه فرهنگی تولید تأثیر نمی‌گیرد و تحت تأثیر آن تغییر نمی‌یابد. در چنین زمینه‌ای، این نکته را هم نباید از یاد برد که افراد خلاق بر اساس انگیزه‌ای ذاتی و درونی عمل می‌کنند. این نکته به این معنی است که انگیزه‌های بیرونی، مثلاً پول و شهرت، اهمیتی کمتر از انگیزه درونی برای خلق دارند. سوای این، همین نکته نشان می‌دهد که چرا خلاقیت به مدتی چنین طولانی یک کنش غیر تجاری محسوب شده است.

امروزه در محیط‌های کاری و به خصوص در تولیدات رسانه‌ها، از خلاقیت گروهی صحبت می‌شود. گروه تولید در تبادل نظر گروهی یا هر شکل دیگری از تکنیک‌های بحث دسته‌جمعی - برای خلق ایده‌ای تازه، بهبود ایده‌ای قدیمی و یا یافتن ترکیبی از ایده‌های مختلف - به گفت‌وگو می‌پردازند. معمولاً مجموعه‌های کم‌مدی تلویزیونی یا ملودرام‌های سبک تلویزیونی به شکل جمعی و توسط گروهی نویسنده نوشته می‌شود که هر کدام دیالوگ و یا موقعیت کم‌مدی متفاوتی را ارائه می‌کنند. در این موارد، یک شخص خاص منبع و منشاء