**تئاتر صرفاً تجاری یا تجاری فرهیخته؟!**

ایران تئاتر- **فرهنگ فربد**: آیا «الیور توئیست» را باید دید؟ در صورت دیدن این اثر نمایشی خوانش ما از آن چگونه باید باشد؟

مسلماً در دنیای کنونی هنر و اثر هنری به عنوان یک محصول و یا کالا بسیار حائز اهمیت است و محصولات هنری و فرهنگی کشور ما نیز از جریان­های اقتصادی مستثنی نیستند. بنابراین هر اثری که تولید می­شود حتی در عالی­ترین شکل آن برای مخاطب و جذب آن خواهد بود. اما آنچه در اینجا حائز اهمیت است، در نظر گرفتن بازار هدف و گستردگی و طیف بازارِ محصول هنری است.

به عنوان مثال ممکن است میزان مخاطب یک اثر نمایشی حتی با استانداردهای نمایشی بالا، محدودتر و کم­تر از اثری با استانداردهای هنری پایین­تر باشد؛ به عبارتی دیگر در این رویکرد این بازار است که کیفیت محصول را تعیین می­کند. در این میان خالقان آثار هنری و کارگردانان اثر نمایشی به شرط آنکه قصد اجرای عمومی داشته باشند باید رویکرد خود در خلق اثرشان نسبت به بازار بدانند و با این آگاهی که «اثر من» قرار است کدام گروه یا طبقۀ اجتماعی را مخاطب قرار دهد، اثر نمایشی خود را خلق نمایند. لازم به ذکر است، که این نگاه فقط منوط به تئاتر نمی­شود و دیگر هنرها مانند موسیقی و سینما را نیز دربرمی­گیرد.

بنابراین این کارگردان و یا تهیه­کننده است که اثر خود را با توجه به ویژگی­های بازار هدف خود عرضه­ می­کند و تجربه نشان داده است که هر چه بازار هدف وسیع­تر باشد و سهم بیشتری را از بازار بخواهد، کیفیت هنری اثر، تحت تأثیر قرار می­گیرد زیرا باید پاسخگوی سلایق متنوع­تر و جریان­های غالب یک جامعه باشد. - مسلماً می­توان با بررسی آثار هنری یک دورۀ تاریخی و اجتماعی، جریانها و حتی خواست­های طبقات اجتماعی آن دوران را شناخت زیرا در نگاه بازار و صنعت هنری این نیاز مخاطبان است که کیفیت محصول خود را تعیین می­کند- با این توضیحات، نمایش «الیور توئیست» را باید اثری بدانیم که به دنبال سهم بازار بیشتر است و به همین دلیل برای آنکه بتواند مخاطب بیشتری جذب کند باید ویژگی­های اثر خود را با جریانات رایج اجتماعی همسو سازد بنابراین اگر «کیفیت» را به عنوان یک شاخص اندازه­گیری یک اثر هنری بدانیم، این شاخص دستخوش و تحت تأثیر عوامل و ویژگی­های دیگری مانند آواز، رقص، موسیقی و قرار خواهد گرفت (البته اگر نتوان این عوامل را در بالا بردن کیفیت اثر بکار بست). باید بدانیم که ساخت اینگونه آثار در تاریخ تئاتر برای نخستین بار نیست. به عنوان نمونه، می­توان در سدۀ بیستم از کمدی موزیکال به عنوان اختصاصی­ترین تولید امریکا نام برد که مردمی­ترین شکل نمایشی در ایالات متحده به شمار می­آمد و «وودویل­[[1]](#footnote-1)»ها و «گرلی شو» نیز از نمونه­های بارز آن هستند. و یا در سال 1896 سندیکای تئاتر در نیویورک تأسیس شد که عملاً کار ادارۀ تئاتر در امریکا را بر عهده گرفت و در انتخاب نمایش­نامه نفوذ بسیار داشت و از پذیرفتن آثار غیرتجاری امتناع می­کرد؛ در نتیجه بین سال­های 1900 تا 1915 تئاتر امریکا بشدت تجاری شده بود.[[2]](#footnote-2) اما اگر برخلاف نظریۀ بازار و نیاز بازار، و از دیدگاه برنامه­ریزی راهبردی، رسالت و چشم­انداز هنرمند تئاتر را در برانگیزاندن افکار و آگاه­سازی اجتماعی ببینیم، در این صورت باید از تئاتر صرفاً تجاری فاصله بگیریم زیرا با این رویکرد کارگردان به مثابۀ هنرمند به مانند پزشک جامعه می­ماند که باید بیماری­های فرهنگی یک جامعه را رصد کند و برای درمان آنها نسخه­ای بنویسد نه آنکه برای رضایت مخاطب و کسب درآمد و ارزش بیشتر از مشتری، آنقدر بازار هدف خود را در ارائۀ یک اثر وسیع ببیند تا دیگر رسالت درمانگری خود را فراموش کند. در نتیجه پدید آمدن اثری مانند الیور توئیست برایند سلیقۀ تجاری سندیکای تئاتر با رویکرد تجاری است نه با رویکرد برانگیزانندۀ افکار اجتماعی.

اثری مانند الیور توئیست را باید از دو جنبه بررسی کرد تا به شناخت بهتری از آن برسیم: 1. هنری و تحلیل اثر 2. «سازمانی»

بر اساس رویکرد نخست، باید دانست که اینگونه آثار معمولاً دارای سه ویژگی بارز:

1. «موسیقی»، «رقص» و «طنز» هستند تا بیش از پیش برای مخاطب جذابیت­های دیداری و شنیداری را پدید آورند.
2. معمولاً پرسوناژها در اینگونه آثار در حد «تیپ» باقی می­مانند و به «شخصیت» نمی­رسند تا مخاطب به راحتی بتواند در یک درک عمومی و کم چالش آنها را بپذیرد و به عبارتی دیگر، آشنازدایی جایگزین همذات پنداری می­شود.
3. این آثار معمولاً دارای روایتی خطی و فارغ از روابط علی و معلولی پیچیده هستند که بازهم برای سهولت در برقراری ارتباط مخاطب با اثر کاربرد دارد.
4. این آثار معمولاً به علت داشتن عوامل متعدد «انسانی» و «فناورانه» هزینه­های قابل توجهی را متحمل می­شوند و در نتیجه برای جبران این هزینه­ها و بازگشت سرمایه، دارای بلیت­های گران­ هستند و برای آنکه بتوانند تضمینی برای فروش خود داشته باشند، متوسل به سلبریتی­ها می­شوند تا بتوانند بازگشت سرمایه را در سبد سرمایه­گذاری خود تضمین کنند.
5. طراحی صحنه از دیگر عوامل پرطمطراق و پرهزینۀ این آثار است تا بتواند مخاطب را مجذوب خود کند بنابراین رویکردهای نشانه­شناسانه و خلاقانۀ کمتری در این طراحی­ صحنۀ این آثار به چشم می­خورد.

بررسی جنبۀ «سازمانی» اثری مانند الیور توئیست نیز حائز اهمیت است. «اندازۀ» گروه، یعنی میزان قابل توجه نیروی انسانی در اینگونه آثار بسیار مهم است و در مقایسه با نمایش­های رایج در دیگر سالن­ها دارای بزرگی چشم­گیری می­شود. بیان این مطلب از آن جهت مهم است که اساساً ساختار یک گروه تئاتری «ارگانیکی» است؛ یعنی کارگردان به عنوان مدیر گروه با همۀ عوامل در ارتباط مستقیم است و وظیفۀ هدایت مستقیم عوامل انسانی خود را برعهده دارد ولی در اثری مانند الیورتوئیست که اندازۀ گروه به شکل چشمگیری افزایش یافته است به تدریج ساختار گروه از ارگانیکی به «مکانیکی» تغییر می­یابد؛ بدان معنا که کارگردان برای آنکه بتواند همۀ عوامل را هدایت کند و نظارت بر کنش عوامل خود داشته باشد، مجبور به انتخاب مدیران میانی به عنوان حلقه­های واسط با دیگر عوامل نمایش است تا بتواند تمرکز خود را بیشتر و حیطۀ نظارت خود را کوچک­تر کند. بنابراین مدیریت و سازماندهی چنین گروه بزرگی در یک مدت زمان کوتاه برای رسیدن به یک اجرای عمومی کار آسانی نخواهد بود و می­تواند منجر به پایین آمدن کیفیت اثر شود تا هر چه زودتر کار به نتیجه برسد و هزینه­های سرمایه­گذار افزایش نیابد. از سوی دیگر برای یک سرمایه­گذار، سرمایه­گذاری در چنین سبدی می­تواند با وجود سلبریتی­ها جذاب باشد تا از یک سو، بتواند رزومۀ کاری خود را بیش از پیش پربار نشان دهد و از سوی دیگر بازگشت سرمایه در یک زمان مشخص دو ماهه (طول اجرای نمایش) برایش تضمین شده باشد؛ در نتیجه باید خواست­های سرمایه­گذار به عنوان یکی از مهمترین عوامل شکل­گیری اینگونه آثار در نظر گرفته شود که فطعاً می­تواند بر کیفیت اثر بگذارد.

در نتیجه می­توان گفت هیچ تئاتر و یا اثر نمایشی وجود ندارد که برای ساخته شدن، مخاطب و نیازهای مشتریان خود را در نظر نگیرد ولی این تفاوت وجود دارد که استراتژی کارگردان مانند اثر «الیور توئیست» صرفاً تجاری باشد و سهم بیشتری از بازار بخواهد و یا آنکه ضمن رویکرد تجاری و کوچک دیدن سهم بازار اما دغدغۀ آگاه­سازی اجتماعی را مانند اثر «فعل» به کارگردانی محمد رضایی­راد در خود داشته باشد که مصداق چنین جریانی را می­توان در تقابل «برادوِی» و «آف. برادوِی» مشاهده نمود. اعتقاد من این است که این تضاد و تعارض نه تنها مخرب نیست بلکه می­تواند فرصتی برای سازندگی باشد؛ بدان معنا که جریان­های تئاتر در طول زمان استراتژی­های خود را برای انتخاب یک نمایشنامه و درنتیجه اجرای آن بدانند و از سوی دیگر به مخاطبان و جامعه این فرصت انتخاب داده می­شود تا تدریجاً جایگاه خود را در مواجه با آثار هنری متوجه شوند و در طول زمان بیش از پیش پی خواهند برد که باید اثر هنری را که هم راستا با «سبک زندگی[[3]](#footnote-3)»­شان باشد، برگزینند چراکه در دنیای کنونی کالاها و محصولات فرهنگی و غیرفرهنگی یک جامعه و طبقات آن معرف سبک زندگی آن جامعه خواهد بود.

**نویسنده:**

**فرهنگ فربد**

**7/10/96**

1. عنوان یکی از اشکال نمایشی محبوب امریکایی­ها در اواخر سدۀ نوزدهم و اوایل قرن بیستم است. [↑](#footnote-ref-1)
2. نک. فروتن، برکه. (1391). *سه جریان تئاتری معاصر امریکا (برادوی، آف. برادوی، آف. آف. برادوی)*. تهران: افراز. 23-26. [↑](#footnote-ref-2)
3. Lifestyle [↑](#footnote-ref-3)