رویارویی تماشاگر و نمایش

رویارویی تماشاگر و نمایش

سخنرانان

دکتر فرشید ابراهیمیان، دکتر رحمت امینی،

آتیلا پسیانی، رضا کیانیان

پژوهشکده هنر و رسانه

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

رویارویی تماشاگر و نمایش

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

سخنرانان: دکتر فرشید ابراهیمیان، دکتر رحمت امینی، آتیلا پسیانی، رضا کیانیان

نوبت چاپ: اول ـ بهمن ۱۳۸۹

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۷۲۰۰ ریال

چاپخانه: طنین پاسارگاد

همهٔ حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.

در صورت تخلف پیگرد قانونی دارد

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر(عج)، خیابان دمشق، شمارهٔ ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

صندوق پستی ٦٤٧٤ ـ ١٤١٥٥ تلفن ٨٨٩١٩١٧٧ دورنگار ٨٨٨٩٣٠٧٦ Email: Nashr@ric.ir

سخن ناشر

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در راستای اهداف و وظایف خود اقدام به برگزاری نشست‌هایی با موضوع‌های مختلف در حوزه فرهنگ، هنر و ارتباطات می‌نماید تا از این رهگذر فضای گفت‌وگو و تبادل نظر میان نخبگان فرهنگی کشور، نقد و بررسی مسائل و مشکلات مبتلا به جامعه فراهم آید.

گزارش پیش‌رو با عنوان «رویارویی تماشاگر و نمایش»، نتیجه دو نشست است با عناوین: «بررسی و تحلیل نمایش پروفسور بوبوس» با سخنرانی دکتر رحمت امینی،آتیلا پسیانی، رضا کیانیان در تاریخ ۵ خرداد ۱۳۸۹ و نشست «مواجهه مخاطب با تئاتر با تحلیل و بررسی نمایش مکاشفه در باب یک مهمانی خاموش» با سخنرانی دکتر فرشید ابراهیمیان و دکتر رحمت امینی که در تاریخ ۲۸ فروردین ۱۳۸۹ در گروه مطالعات هنر پژوهشکده هنر و رسانه در پژوهشگاه برگزار شده است.

یادآوری می‌شود، موضوعات مطرح شده از سوی سخنرانان، لزوماً منعکس‌کنندهٔ دیدگاه‌های پژوهشگاه نیست.

پیشگفتار

درگذر تاریخ هنرمندان بسیاری آمده‌اند و آفریده‌اند و به نمـایش درآورده‌انـد و رفته‌اند، اما آنچه از آثار آنان برای آیندگان به یادگار مانـده اسـت، نـسبت بـه میـزان آفرینش‌های هنری پرداختهٔ انسان بسیار اندک است. بدیهی است این ماندگاری اثـر هنری در جوامع کمتر رشدیافته بسی کمتر از جوامع پیشرفته است.

این موضوع در هنرهای نمایشی که تولید هنری در لحظه صورت مـی‌پـذیرد و پس از پایان کار نشانی از خود برجای نمی‌گذارد، بیش از دیگر هنرها رخ می‌نماید.

به‌راستی برای ثبت لحظه‌های ناب و فرّار و ناماندگار چه باید کرد؟

در دنیای امروز شاید ضبط تصویری تنها امکان ما بـرای مانـدگار سـاختن یـک اثر هنری تصور شود که در آن حرفی نیست، اگرچه ضبط اجراهای نمایـشی هرگـز گویای رخداد منحصر به فرد صحنه‌ای نیست. راه دیگر برای این ماندگاری بررسـی و تحلیل اثر است. در اینجا شاید نتوانیم به شکار لحظه‌های ناب اجرا موفـق شـویم، اما بررسی دقیق تمام عناصر اجرا آینه‌ای تمام‌نما خواهد بود برای بازتـاب رخـدادی که اندک زمانی، پیش چشم ماست، اما با تاریک شدن صحنه محو می‌شود و دوبـاره نشانی از آن نخواهیم یافت.

این بررسی و تحلیل اگر با ضبط تصویری اثـر همـراه شـود، بـدون تردیـد بـه گنجینه‌ای تبدیل می‌شود ارجمند و فناناپذیر از دانش و بینش، به بیـان دیگـر کتـاب راهنمای ما برای دریافت اثر هنری به مدد تجربه ثبت شدهٔ آفرینندگان و بازتـاب آن در نظر مصرف کنندگان آن اثر و چراغی فرا راه پویش، پژوهش، نوجـویی و پرهیـز از تکرار تجربه‌های ناموفق در راستای خلق اثر هنری است. نقد و بررسی و تحلیـل محصولات فرهنگی کـه از جملـه برنامـه‌هـای اصـلی پژوهـشگاه فرهنـگ، هنـر و ارتباطات است در همین راستا صورت می‌پذیرد. امید آن کـه یـاریگر هنرمنـدان مـا باشد در آفرینش آثاری ارجمند و موفق. ایدون باد!

پژوهشکده هنر و رسانه

گروه مطالعات هنر

رویارویی تماشاگر و نمایش

مقدمه

بحث درباره رویارویی تماشاگر و نمایش است؛ به این معنا که تماشاگر و نمایش چه ارتباطی با همدیگر دارند، به همین دلیل نمایش‌هایی را بررسی و مطرح می‌کنیم که با استقبال مخاطب روبه رو می‌شوند. در ابتدا به موارد کلی می‌پردازیم و در ادامه از سوی کارشناسان و منتقدان و سپس خالقان اثر به جزئیات این آثار نیز خواهیم پرداخت. از جمله مباحثی که مطرح خواهیم کرد دلایل جذب مخاطب در اثر نمایشی است.

از جمله دلایلی که برخی از نمایش‌ها با استقبال خوبی روبه رو می‌شود این است که طیف وسیعی از نمایش‌ها در سال‌های اخیر در یک مرکز اجرا شده است. تئاتر شهر محل عبور ۲هزار نفر است که همهٔ این تئاترها را می‌روند. تماشاگرانی بیش از این ۲هزار نفر معمولاً برای تماشای نمایش‌هایی می‌روند که در حیطهٔ این ۲هزار نفر است، بنابراین حیطهٔ این آیین فراتر نمی‌رود. تماشای تئاتر در ایران

مجموعه‌ای آیینی برای ۲ هزار و ۵۰۰ تا ۳ هزار نفر است که مدام از تالار سایه به چهارسو و از تالار چهارسو به تالار قشقایی می‌روند و بعد در سالن اصلی تئاتر یکدیگر را می‌بینند و دربارهٔ آن بحث و گفت‌وگو می‌کنند، در مطبوعات مطلب می‌نویسند و مصاحبه‌هایی نیز انجام می‌دهند و این آیین به این ترتیب انجام می‌شود.

نمایش‌های محدودی در ایران موفق می‌شوند سالی یک یا دو اجرای موفق داشته باشند و مردم را جلب کنند، البته غیر از ۲ هزار تا ۲ هزار ۵۰۰ نفری که تجربهٔ دیدن تئاتر را هر چند با قیمت بالای بلیت دارند.

از جملهٔ این نمایش‌ها کار پسیانی و گروهشان است. آنها این موفقیت را کسب کردند تا نمایشی را اجرا کنند که بتواند قشر وسیعی را به تماشای تئاتر بیاورد و آن را از حالت آیین کوچک‌بین فراتر ببرد. امّا خلأ این نمایش‌ها باعث برخوردها، تظاهرها، گرفتاری‌ها و نکات مثبت و منفی بسیاری می‌شود که به آن خواهیم پرداخت.

عناصری که در جذب یک اثر دخیل‌اند، عبارت اند از: تبلیغات، بازیگران مشهور، کارگردان صاحب نام و کیفیت نمایش. اگر این موارد در نمایشی وجود داشته باشد قاعدتاً باید در جذب مخاطب تأثیر بگذارد. از این رو، می‌خواهیم بدانیم که این عناصر چگونه در نمایش «پروفسور بوبوس» نمود پیدا کردند. کدام یک از این عناصر باعث جذب بیشتر مخاطب شده است؟ آیا این عناصر همگنی دارند؟ آیا تنها تبلیغات به موفقیت یک اثر کمک می‌کند؟ یا بازیگر مشهور برای توفیق یک نمایش کافی است؟

بررسی و تحلیل نمایش پروفسور بوبوس

آتیلا پسیانی: عواملی که در تئاتر وجود دارد همیشگی است، یعنی شما وقتی که تئاتر کار می‌کنید با بازیگر و تماشاگر ارتباط دارید. تبلیغات در کارتان وجود دارد؛ بعضی وقت‌ها به پوستر یا آگهی در روزنامه محدود می‌شود و در برخی موارد تبدیل به تبلیغ تلویزیونی می‌شود. بنابراین این عوامل همیشه وجود دارند، چیزی که متغیر است چگونگی حضور این عوامل یا چگونگی استفاده از آنهاست.

سال‌هاست که من و «رضا کیانیان» به دلیل دوستی، نزدیکی و هم‌فکری‌های زیاد می‌خواستیم با یکدیگر تئاتر کار کنیم که تا امسال پیش نیامد. من، رضا کیانیان را صرفاً یک شخصیت، نمی‌دانم که به دلیل چهره بودن به سمتش بروم؛ وقتی رضا کیانیان هنوز در سینما اولین بازی‌هایش را نکرده بود، در نظر من بازیگر درجه یک تئاتر بود، یعنی نمی‌توانم بگویم موقعیت فعلی وی به نمایش کمک کرده، این انگیزهٔ اصلی برای انتخاب او نیست. توانایی‌ها، انعطافش بر روی صحنه، هوش سرشاری که دارد و توانایی تطابقش با چند وجه نقش برای من عوامل مهمی بود که برای انتخاب این نقش در ذهن داشتم.

«بابک حمیدیان» که هشت سال عضو گروه من است و برای استفاده کردن از او همان طور که در نمایش‌های قبل استفاده کردم مثل: بسه دیگه خفه شو، متابولیک یا کارهای دیگر... مسالهٔ عجیبی نیست و کاملاً طبیعی است.

«هانیه توسلی» که هم سابقهٔ تئاتر دارد و هم اینکه من چون در کارهای دیگر با او بودم تشخیص دادم، خصوصیاتی دارد که در بین چند نفر دیگر به این نقش نزدیک‌تر است.

اما دربارهٔ اینکه چگونه تصمیم می‌گیریم نمایشمان با مخاطب ارتباط برقرار کند، باید بگویم متأسفانه هیچ وقت در تئاتر بر مبنای این کار نکرده‌ام که بدانم چه فرمول‌هایی باید داشته باشم، تا تماشاگر احساس رضایت بیشتری کند.

همیشه تماشاگر زیادی در نمایش‌هایم داشته‌ام؛ چه در سالن‌های کوچک و چه در سالن‌های بزرگ و فکر می‌کنم به این دلیل بوده است که همیشه با صداقت و برای دلم کار کرده‌ام و حس کردم که تماشاگر این را خوب فهمیده است، حتی اگر از نمایش من خوشش نیامده، آمده، نشسته و دیده است و هیچ تبلیغی را مهم‌تر از این نمی‌دانم که تماشاگری بعد از دیدن تئاتر دربارهٔ آن بازیگران صحبت می‌کند.

بنابراین احتمالاً بزرگ‌ترین دستاورد نمایشی مانند «پروفسور بوبوس» یا حتی «مکاشفه» به این دلیل است که تماشاگر احساس می‌کند لحظات و ساعات خوبی را با گروه گذرانده و همان خوشی را به راحتی به دوستان و آشنایان و به خانواده‌اش منتقل می‌کند.

رضا کیانیان: سال‌ها پیش فکر می‌کردند که علت پرفروش بودن فیلم به دلیل فلان بازیگر است. امّا آن بازیگر همان سال در فیلم دیگری بازی می‌کرد که فروش چندانی نداشت و همه گیج می‌شدند که چرا این اتفاق افتاد. یا مثلاً بعد از انقلاب چند تئاتر اجرا شد، بازیگران خیلی معروف سینما در آن بازی کردند و بعضی از آنها فروش خوبی داشتند، عده‌ای فکر می‌کردند به دلیل آن چند

بازیگر سرشناس است، در صورتی که بعد از انقلاب تئاترهایی با بازیگران بسیار سرشناس اجرا شد که متأسفانه نمی‌توانم نامی از آنها ببرم و بیشتر از سه شب طول نکشید که نمایش را برداشتند.

بنابراین بازیگر، اصلاً آن عوامل اولیه نیست که نمایش و یا فیلمی را پرفروش کند، زیرا نقیض آن هم وجود دارد. مسالهٔ دیگر اینکه بسیاری از فرهنگیان علاقه‌مند هستند که فرمولی را کشف یا تئوریزه کنند و دیگر از فکر کردن خلاص شوند و مطلبی و پژوهشی صورت نگیرد.

مثلاً دو بازیگر معروف می‌آورند و فیلمشان پرفروش و خیال خودشان راحت می‌شود و دیگر به آن فکر نمی‌کنند و این امر در همهٔ ابعاد زندگی‌مان در جریان است. فرمولی درست می‌کنیم و خیال خودمان را راحت می‌کنیم. درست است که بازیگر سرشناس در تئاتر و آگهی برای جذب تماشاگر بسیار تأثیر دارد، اما بعد از چند دقیقه اول نمایش، دیگر آن جذابیت از بین می‌رود؛ حال از اینجا به بعد چه چیزی تماشاچی را می‌کشاند و نگه می‌دارد؟ آیا بعد بازیگر راه می‌رود و تماشاگر به به، چه چه و کف می‌زند؟! مطمئناً این‌گونه نیست، بلکه باید اتفاقی روی صحنه یا در فیلم بیفتد که تماشاگر آن را دنبال کند، یعنی بازیگر مخاطب را دعوت کرده و او هم آمده، حالا از اینجا به بعد چه چیزی برای نگه داشتن تماشاگر دارید؟! آن اتفاق است که می‌شود فیلم یا تئاتر؛ آن مهم است که تماشاگر را نگه دارد.

سپس تماشاگر بیرون می‌رود و عده‌ای را با خودش می‌آورد یا به عکس. همیشه در هالیوود یا در کشورهای دیگر می‌گویند یک هفتهٔ اول مهم است، زیرا یا تماشاگر با خودش تماشاگر می‌آورد و یا برعکس می‌گوید نروید این فیلم را ببینید. مثلاً در فیلم «یک بوس کوچولو» من نقش پیرمردی را بازی می‌کردم و تا قبل از نمایش فیلم دلهره داشتم که ببینم آیا تماشاچی باور می‌کند که من از «مشایخی» پیرتر ولی سرحال‌ترم؟ این یک تناقص است. همه می‌گفتند، گریم و لباستان عالی است که

البته برای آن گریم من و «مهرداد میرکریمی» ۲۵ روز کار کردیم تا آن گریم شد. برای لباس هم «فارسی» کار کرد و زحمت کشیدند.

اما لباس و گریم یک بازیگر برای همان یک دقیقهٔ اول فیلم خوب است که پرده باز و روشن می‌شود و تماشاگر می‌گوید عجب جالب است! ولی یک دقیقهٔ بعد، اگر من خوب بازی نکنم آن گریم و لباس به باد می‌رود. یعنی از ۹۰ دقیقهٔ یک فیلم، یک دقیقه‌اش ظاهر است و ۸۹ دقیقه دیگر بازی من؛ همان مساله‌ای که هیچ کس نمی‌خواهد درباره‌اش حرف بزند و هیچ پژوهشی دربارهٔ آن انجام نمی‌شود.

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، فرهنگ و هنر جامعه است و آن را هدایت می‌کند چگونه می‌تواند تماشاگر را بهتر جذب کند؟ به نظر می‌رسد اگر کارگردانان به سمت بازیگرانی بروند که علاوه بر مطرح بودنشان، توانمند و تئاتری هم باشند استقبال بیشتری از نمایش‌ها می‌شود و این بستگی به توان کارگردان دارد که تا چه حد این بازیگران را به خود جلب کند، چه هانیه توسلی باشد، چه جناب کیانیان و هر بازیگر دیگری.

البته در این میان نظریهٔ دیگری مطرح می‌شود و آن اینکه تئاتر و سینما پر از موارد استفاده از چهره‌های نامدار است. هر چهرهٔ نامداری، شناسنامه‌ای دارد که براساس کارهایی که انجام داده، آن را به دست آورده، اما آیا فقط استفادهٔ ابزاری از چهره‌ها به رونق بخشیدن این حرفه کمکی خواهد کرد؟

در پاسخ باید گفت: جهان سینما و تئاتر پر است از این استنادها. بسیاری از هنرمندان و هنرپیشه‌های معروف هستند که عمر کوتاهی در سینما داشته و بعد ناپدید شده‌اند و برخلاف همهٔ تبلیغاتی که برای آنها انجام شده پنج سال است که دیگر اسمی هم از آنها نمی‌بینیم؛ جهان سینما پر از این نام‌هاست، به‌خصوص در اروپا، آمریکا و هالیوود. همهٔ این اتفاق‌ها به این دلیل است که روز اول استفاده غلط بوده یا آن شخص قدرت بازیگری نداشته یا تئاتر و فیلم‌هایی که ساخته شده

کارهای بسامانی نبوده است. بعد از این همه تجربه و ۱۰۰ سال سینما و یا چند قرن تئاتر، اگر از چهرهٔ نامداری استفاده ابزاری شود موفقیتی حاصل نمی‌شود. مردم خیلی زود متوجه می‌شوند، به‌خصوص وقتی بتوانند این چهرهٔ نامدار را به راحتی بدون اینکه هزینه‌ای بدهند، ببینند. بنابراین اگر تماشاگر امروز به تئاتر می‌رود و با پول گزافی بلیت می‌خرد فقط برای بازیگر معروف نیست، بلکه حتماً آن نمایش، چارچوب‌بندی داشته، به قاعده اجرا شده و نوشته دارای متن قوی بوده است. کارگردان با دراماتور، متن را درست بار آورده و ظرفیت‌های جدیدی به آن افزوده و در اجرا، نکات جذاب و جدیدی به آن افزوده است وگرنه موفق نمی‌شود و از آن استقبال نمی‌شود. «استفادهٔ ابزاری» اصطلاحی است که دربارهٔ این موارد به کار می‌رود، یعنی وقتی کسی از چهره یا نام فرد سرشناسی، حالا فوتبالیست، بازیگر یا هر شخص دیگری استفاده می‌کند، برای اینکه در کارش از مزایای حضور آن شخص استفاده کند، حتی اگر این استفاده به کیفیت اثر منجر نشود؛ به این می‌گویند استفادهٔ ابزاری، بد، نازل و قابل انتقاد. ولی اگر درست استفاده شده باشد، مردم آن را به راحتی کشف نمی‌کنند و اشکالی هم ندارد و بسیار هم مطلوب است.

پسیانی: این مساله ایراد نیست؛ واقعیت این است که اگر شما کسی را دوست داشته باشید وقتی می‌بینید گوشه‌ای نشسته و ناخن‌های پایش را می‌گیرد، پیش خودتان می‌گویید چقدر منظرهٔ قشنگی است، اگر از کسی هم متنفر باشید، می‌گویید بی‌ادب اینجا نشسته ناخن می‌گیرد. قضیه از این قرار است که ما به محض اینکه به کاری حسادت می‌کنیم، این حرف‌ها را می‌زنیم، چون همهٔ این ایرادهایی که می‌گیرند بر مبنای حسادت و بغض شخصی است، چون بعضی به وسیلهٔ آدم‌های پشت پرده پیشرفت می‌کنند و چون کاراکتری ندارند، مجبورند این‌گونه بغضشان را نشان دهند. بنابراین خرده‌گیر می‌شوند که چرا فلانی مثلاً در این کار هست و...

وقتی فرمول ما موفق نمی‌شود، دچار خشم می‌شویم و نمی‌دانیم که دانشمان پایین است، نمایش‌نامهٔ «پروفسور بوبوس» اصلاً وجود خارجی ندارد. همچنین نویسنده‌ای اصلاً در جهان وجود ندارد، بنده جست‌وجو کردم؛ غیر از«الکس فایکو»، کاریکاتوریست برزیلی، هیچ کس به این اسم در جهانِ هنر وجود ندارد و این نوشتهٔ خود «آتیلا پسیانی» و اسم مستعار است. اگر دانش یک منتقد، پایین است قرار نیست من به فرمول ذهنی او جواب بدهم. همیشه فرمول‌هایی در ذهن آدم‌هایی وجود دارد که می‌خواهند به چیزی حمله کنند، یا جواب می‌دهند یا جواب نمی‌دهند. اگر جواب ندهند، حملهٔ آنها قهری خواهد بود، بنابراین رضا کیانیان که برای هر نمایشی می‌تواند از هر لحاظ خوب باشد، تبدیل می‌شود به محلی برای تاخت و تاز.

در این کاری که انجام می‌دهم، فرمم را عوض نمی‌کنم و اگر گاهی عوض می‌کنم فقط به دلیل معماری سالن‌های مختلف است؛ البته منظورم از معماری فقط ساختمان نیست، بلکه معماری واقعی و روحی که در هر سالنی وجود دارد است.

نمایشی که من در چهارسو کار می‌کنم با نمایشی که در سالن اصلی کار می‌کنم قطعاً متفاوت است، ولی روح نمایش‌های من هیچ فرقی با همدیگر نمی‌کند، یعنی من سیاق خودم را دارم و هرگز از آن عدول نمی‌کنم.

نمایش‌نامهٔ الکس فایکو یا نمایش‌نامهٔ آتیلا پسیانی به اسم الکسی فایکو را هر کس بخواند، متوجه این نکته می‌شود که یک نمایش بستهٔ مشخصی است که ابعاد خیلی زیادی پیدا نمی‌کند. اگر ابعاد چندلایه پیدا کند در اجرایی است که ما می‌کنیم. مثلاً اگر کیانیان را برای نقش «پروفسور بوبوس» در نظر می‌گیرم به این دلیل است که او جزء بازیگرانی است که به پیچیدگی ابعاد و چندوجهی کردن شخصیت کمک می‌کند؛ نه تنها دربارهٔ شخصیت خودش در نمایش کمک‌کننده است، حتی اگر پیشنهادهایی هم در مقام همکار به بازیگر دیگری می‌دهد پیشنهادهایی است که

نشان می‌دهد به چندوجهی بودن نمایش فکر می‌کند. اتفاقی که می‌افتد این است که تصور کیانیان کمّی را آن قدر، دوستان بزرگ می‌کنند که تصور کیانیان کیفی را کنار می‌گذارند، درحالی که این مسائل اصلاً برای من اهمیتی ندارد.

دکتر رحمت امینی: نمایشی در جذب مخاطب موفق شده است مثل تجربه‌های قبلی از جمله: «میرباقری» «دندون طلا، عشق آباد»؛ «آئیش»: «هفت شب با مهمانی ناخوانده»؛ «سیاوش تهمورث» «معرکه در معرکه»؛ «بابک محمدی» «حرفه‌ای‌ها»؛ «سمندریان» و...

ما می‌خواهیم نقاط قوت نمایش‌های موفق را دریابیم تا باز هم این موفقیت‌ها تکرار شود و در نهایت نمایش‌ها و سالن‌های ما موفق شوند تا دیگرانی که ارتباطی با تئاتر ندارند، مدام آن را سرزنش نکنند، سر تئاتر نزنند که نمی‌تواند مخاطب خودش را جذب کند. نمایش «پروفسور بوبوس» هم یکی از این نمایش‌های موفق است که می‌خواهیم دلایل آن بررسی کنیم.

پرسش: شما بحثی را بعد از صحبت کیانیان مطرح کردید که به نظرم کمی از بحث اصلی منحرف شدیم. بعید می‌دانم که هیچ کدام از عرصه‌های پژوهشی قبل از اینکه پژوهش انجام شود، به پرسش آن پاسخ دهند.

در این میان هیچ کس نپرسید این همه هزینه‌ای که برای کتابخانه‌ها می‌کنند، نتیجه‌اش چه می‌شود؟ به نظر بنده در کار فرهنگی معیار مادی گذاشتن اشتباه است و چون همیشه ما تئاتری‌ها که به خودمان ضربه می‌زنیم، در صورتی به این گرداب می‌افتیم که مسالهٔ مدیران را تأیید کنیم، که قبلاً این اتفاق نیفتاده.

مسالهٔ دیگر اینکه پسیانی چند سال قبل، نمایش «درد و دل با سگ» را در همین سالن اجرا کردد که نمایش پرفروشی بود و اتفاقاً با همان معیارهایی که شما می‌گویید بسیار موفق بود. در آن دوره برای آن نمایش چنین جلسه‌هایی که برگزار نشد؟

به نظرم ما این بحث را با تعدادی تماشاگر می‌سنجیم که این کار موفق است یا ناموفق. به قول پسیانی نمایش‌هایی در سالن‌های کوچک با ۱۴۰ تماشاگر برگزار شده که برای ۱۰۰ نفر جایگاه طراحی شده بوده و به زور تماشاگر آمده و کار را دیده. ما هیچ وقت نمی‌گوییم که ظرفیت آن سالن چقدر بوده و چند نفر آمده اند، فقط می‌گوییم ۸۰۰ نفر یا ۱۰۰ نفر آمده‌اند که این، معیار اشتباهی است. به نظر می‌رسد که باید مقداری از عرض به ماجرا نگاه کرده نه از نظر کمی و طولی. اگر به این ترتیب پیش برویم از بحث منحرف خواهیم شد.

دکتر امینی: من خیلی خوب معنای انحراف را متوجه نشدم برای اینکه بحث اصلی ما همین رویاروی تماشاگر با نمایش است. من خودم به عنوان یکی از اعضای کوچک خانواده تئاتر می‌گویم که باید بتوانیم امسال آتیلا پسیانی، سمندریان و دیگران را داشته باشیم که نه تنها در سالن اصلی، بلکه در یک فصل تئاتری ایرانشهر، سالن اصلی، مولوی و... با تماشاگران مخصوص خودشان مواجه شوند. بنابراین نگاه فقط نگاه بازاری نیست، نگاه این است که تئاتر هم باید مثل هر بخش دیگری از جامعه از جمله سینما، کتاب که البته کتاب و کتاب‌خوانی هم ناموفق است، مخاطب و تماشاگر داشته باشد.

بحث سر این است که کارهای پسیانی چه «درد و دل با سگ» و چه کارهای دیگر، با چه معیارها و فرمول‌هایی موفق شده است که البته بخشی از آن را هم پاسخ دادیم. به قول روحانی از اول کار بلدی، متن درست، کارگردانی درست، بازیگر خوب و فرایند تمرین درست می‌خواهد. اگر همهٔ این عوامل با هم جمع شوند، بازیگر چهره در حاشیه قرار می‌گیرد، چون اثر هنری این‌گونه می‌تواند خودش را عرضه کند.

پرسش: من دانشجوی تئاتر هستم و می‌خواهم در آینده تجربه داشته باشم. آقای پسیانی! من کار را دیدم، همه چیز و بازی‌ها خوب بود، ولی به نظرم وسط

کار بازی‌ها داشت به سمت طنز می‌رفت می‌خواهم بدانم این موضوع قصد شما بوده یا نه؟ اگر قصد شما بوده چرا؟

موضوع دیگر اینکه شما در بروشورتان دربارهٔ سم‌پاشی نوشته بودید. من به عنوان کسی که می‌خواهد کار کند، می‌خواهم بدانم منظورتان از سم پاشی در تئاتر چیست؟ چون من کار «مکاشفه» را دیدم، بعداً از یکی از کارگردان‌های بزرگ سینما شنیدم که گفت: «من اصلاً خوشم نیامد.» گفتم: «چرا؟» گفت: «شو بود تئاتر نبود، چون مردم ما بیشتر کمبود شو دارند؛ کمبود برنامه‌هایی که در واقع نیست.» من کار «بوبوس» را هم دیدم و احساس کردم همه به شکل مانکن حرکت می‌کردند. خوب این جذاب است، مخصوصاً که این برنامه‌ها وجود ندارد و مردم بازیگر محبوبشان را هم می‌بینند.

مطلب دیگر اینکه من در خیابان انقلاب همه جا را گشتم تا نمایش‌نامهٔ «پروفسور بوبوس» را بخرم، اما آقایی به من گفت که چاپ نشده و این یک متن خارجی بوده که ترجمه کرده‌اند.

پسیانی: ترجمه شده و انتشارات در نوبت چاپ دارد، انتشارات با مدیریت حمید ابجد که وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.

دربارهٔ سؤال‌ها، من همیشه این حق را برای خودم قائلم که به هر سؤالی که دلم نخواهد جواب ندهم، مثلاً بخش مد و مدل‌ها که می‌گویید، به آنها جواب نمی‌دهم، چون کاملاً واضح است، دربارهٔ شخصیت باید بگویم که از یک شخصیت مستبد و مقتدر تغییر می‌کند و به جایی می‌رسد که لباس کلفتش را می‌پوشد و شخصیت موسیقی می‌شود. من فکر می‌کنم این موقعیت نمایش است، یعنی وقتی بوبوس وارد این خانه می‌شود. باعث می‌شود که با صمیمیت، دل پاکی رفتار کند؛ ضمناً رنگی می‌شود، چون در نمایش رنگی هم هست باعث می‌شود در کل این آدم تغییر کند.

همهٔ این آدم‌ها به موقعیتی کشیده می‌شوند که موقعیت واقعی شان نیست. بیرون این درها هم حرکتی مردمی و انقلابی، دارد صورت می‌گیرد که آدم‌ها را تحت فشار قرار می‌دهد. سم‌پاشی هم، آنها که خودشان باید بفهمند وقتی بخوانند، می‌فهمند که شامل شما نمی‌شود.

پرسش: آقای کیانیان! شما صحبت از عدالت کردید. می‌خواستم بدانم که آن به هوش شما برمی‌گردد و گفتید که من تا می‌گویم عدالت، نمی‌دانم چرا همه می‌خندند؟

کیانیان: بله بداهه‌پردازی است در راستای نمایش.

پسیانی: من فقط توضیح خیلی کوتاهی دربارهٔ شخصیت بوبوس که کیانیان بازی می‌کند بدهم، شاید سؤالی که ایشان کردند این مطلب را به ذهنم انداخت. من مرتب در تمرین‌ها و اجراها به بچه‌های گروه گوشزد می‌کردم که یکی هست که به دلیل اینکه بی واسطه از طرف تماشاگر وارد این خانهٔ اشرافی می‌شود می‌تواند ارتباط مستقیم با تماشاگر داشته باشد؛ همان آقای بوبوس است با اجرای کیانیان. کیانیان همیشه این هوش، کنترل و دقت را در ارتباط با تماشاگر دارد که بداهه‌هایی که در نمایش دارند کاملاً در راستای عدالت و نمایش است.

پرسش: می‌خواستم از آقای کیانیان که پدر تئاتر تجربی ایران هستند بپرسم دوست دارید دربارهٔ چیزی که به آن می‌گویید تئاتر تجربی، کمی صحبت کنید؟ فکر می‌کنید چه اتفاقی در آن افتاده که در تئاترهای دیگر نمی‌افتد؟

کیانیان: بسیاری از آدم‌ها تئاتر تجربی کار می‌کنند. من پدر تئاتر تجربی ایران نیستم، تئاتر تجربی شیوه است، سبک نیست؛ چیزی که به غلط در ایران وجود دارد و تصور می‌کنند که تئاتر تجربی، سبکی است که مثلاً در مقابل تئاتر کلاسیک

وجود دارد، اصلاً چنین چیزی نیست. تئاتر تجربی شیوه‌ای است که شما تئاتر کلاسیک، تئاتر رومانتیک، تئاتر رئالیستی و همهٔ این تئاترها را می‌توانید با شیوهٔ آن اجرا کنید. شیوه‌اش کشف و شهود است، غور و تفحص است؛ شیوه‌اش این است که شما با فرمول‌ها و حسابگری‌های رایج دربارهٔ اینکه کار موفق قبلی چه بوده است، عین همان را تکرار کنید، شیوه‌ای است که در آن جسارت، تجربه و پا از کادر بیرون گذاشتن دارد. این فقط یک شیوه است، چیز عجیبی نیست.

من قطعاً پدر تئاتر ایران نیستم. تئاتر تجربی ایران از سال ۱۳٤۷ یا ۱۳٤۸ شکل گرفته و اگر پدری برای تئاتر تجربی ایران بخواهیم قائل باشیم «وانسیان» است. گرچه تجربه‌هایی پیش از وانسیان صورت گرفته که نمی‌توان آنها را انکار کرد؛ مثلاً «عباس جوانمرد» به وسیلهٔ «بهمن سی»، که اگر به حساب نمی‌آیند نمی‌توانند تجربی نباشند، به دلیل این است که تداوم نداشتند.

از زمانی که وانسیان کار تئاتر تجربی را در ایران شروع کرد، به آن دوام داد و حدود تئاتر تجربی در ایران در محلی به اسم کارگاه نمایش پیش رفت که من هم عضو کوچکی از آن کارگاه بودم و وقتی که آنجا تعطیل شد، مدتی این نوع تئاتر مهجور ماند و خاک خورد و بعد از چند سال شروع کردم این گرد و خاک را به وسیلهٔ کهنه‌هایی که روی دستم بود کنار زدم و گردگیری کردم. کار دیگری نکردم، شاید همین اتفاق باعث شده که نسل جدید، این نشریه‌ای را که از زیر گرد و خاک درآمد، ببینند و دنبال کنند.

دکتررحیمی: می‌خواهم در ابتدا هوشمندی آتیلا پسیانی و گروهش را برای اینکه آن مانکن‌ها و فضا را ایجاد کرده بودند تحسین کنم. ما از نسلی هستیم که لااقل با انقلاب و شرایط اسپانیا آشنایی داریم. دوره ای که مارس می‌خواندیم، نمایش‌های مختلفی مطرح بود. سؤالی از رضا کیانیان دارم، چقدر لرکا را آنجا می‌دیدید، گرچه در لرکا شاهد عشق است، ولی شما کار

طنز کردید، امّا خیلی شباهت دیدم، یعنی من رضا کیانیان را لرکایی دیدم که بهش می‌گویند برو و بعد تیر می‌زنند و او را می‌کشند.

کیانیان: این نکته‌ای است که تازه الان می‌شنوم و در ذهنم نبوده است. شاید هم یکی از علت‌هایش این است که من هر وقت نقش بازی می‌کنم اصلاً مابه ازای بیرونی برای آن در نظر نمی‌گیرم.

روحانی: این عجیب‌ترین تشابهی بود که تا به حال دیده بودم، چون وقتی نمایش را دیدم از آتیلا پسیانی خواستم متن نمایش را به من بدهد. فکر می‌کنم جزء معدود کسانی هستم که متن اصلی را خوانده‌ام. به نظرم نویسنده بعد از اولین اجرایی که داشته آن را نوشته. در اینترنت چیزی پیدا نکردم، ولی آن را متهم نکردم. در جلسهٔ دیگری هم گفتم به دلیل اینکه از این آدم کار کم منتشر و اجرا شده یا به این دلیل که به دوران خیلی گذشته تعلق دارد، شما در دایرةالمعارف‌ها و اینترنت چیزی از آن پیدا نمی‌کنید، اما متن به من این حس را می‌داد که باید جزو تفکری باشد که در زمان روسیهٔ دوره ستارناک و مثلاً بعدها در دورهٔ اینها آمدند و در دوره خودش با ویسکفکی، خودش را می‌کشد. ولی متنی را که من خواندم به نظرم آمد که نویسنده به‌رغم ترس و نگرانی به این دلیل که بد زندگی می‌کند و سعی کرده برخلاف این اتفاق، با رعایت زمان‌های نزدیک، این قضیه را کمی عام‌تر کند.

بنابراین شاید به نظر بیاید که داستان در کشور آمریکای لاتین رخ می‌دهد، اما در سال ۱۹۲٤ که این اثر نوشته شده بعد از اتفاقی است که در مکزیک و زاپاتا رخ داده و ظاهراً آن کودتا و اتفاقاتی که معمولاً در آمریکای جنوبی رخ می‌دهد. هنوز شکل تکراری پیدا نکرده است.

بنابراین نویسنده سعی کرده در جایگاه همسایهٔ روسی، عام‌تر با قضیه برخورد کند و نقش و فشاری را که روی طبقهٔ متوسط بوده و لطمه‌ای را که به کار فرهنگی

خورده را نشان دهد. برای همین بوبوس یک ناظم دبیرستان است. مثل این معلم‌های ادبیات که من و شما خوانده ایم نیست که شعر بگوید، بلکه برخلاف ظاهر روسی‌اش دوره استالین را عام‌تر می‌بیند و نشان می‌دهد که چگونه طبقهٔ متوسط بر اثر این تقابل‌های انقلابی له می‌شود و دچار بلا می‌شود.

دکتر رحیمی: من تا حدودی به نمایش‌نامه آشنایی دارم، قضیهٔ اسپانیا فکر می‌کنم، مربوط به ۲۰ سال بعد از نوشته شدن این نمایش‌نامه است. اما فضا دقیقاً برای ما دوران جنگ‌های داخلی اسپانیا و فضای انقلابی آنجا را تداعی می‌کند. ما نمونه‌های این ماجرا را زیاد داریم، حتی در مملکت ما اتفاق افتاده و خیلی شبیه به آن است. من اسم لرکا را آوردم و می‌توان شخص دیگری را مثال زد. آنچه من می‌دیدم تداعی‌کنندهٔ فضای جنگ‌های داخلی اسپانیا و گروه‌های مختلفی بود که آنجا بودند. احساس کردم که آن شخصیت مظلوم و جدا مانده از آن فضاها آن وسط گیر افتاده. می‌خواستم بپرسم آیا خودتان هم چنین حسی داشتید؟

پسیانی: من فکر می‌کنم مقابلهٔ یک آدم ساده دل با افرادی که پایه‌های حکومت توتالیته را دارند در همهٔ حکومت‌ها شبیه به هم‌اند، وگرنه تصورم این است که فایکو به دلیل نوع اسامی که انتخاب کرده و به دلیل سانسوری که بعد از انقلاب در روسیه بوده، مجبور شده نمایش‌نامه را در اروپای مرکزی قرار دهد و به نظر می‌آید که اسمها اتریشی یا آلمانی باشد؛ ولی آلمانی نیست؛ چرا که در خود متن اشاره می‌کند که الگوی آلمان پیش روی ماست و چیز وحشتناکی است. به خصوص اسم هایی مثل استفکا یا فایروالی که ما می‌دانیم و از متن می‌فهمیم از این خانواده نیستند و از بیرون آمده‌اند؛ اسم‌هایی هستند که به مجارستان و اسلوواکی نزدیک‌اند که در همان اروپای مرکزی هستند قبل از اینکه به اروپای شرقی برسد.

دکتر امینی: برگردیم به بحث اصلی جذابیت نمایش پروفسور بوبوس. به نظر من پروفسور بوبوس نمایشی بوده که مخاطب خودش را جذب کرده و در تئاتر کشور ما چه بخواهیم چه نخواهیم باید مخاطبش را جذب کند، اگر بدون مخاطب پیش برویم قاعدتاً کار به تعطیلی کشیده می‌شود.

پسیانی: چرا برای اینکه نشان دهید تئاتری مردمی است حتماً کمیت تماشاگر آن را در نظر می‌گیرید؟

دکتر امینی: منظورم این است که بگردیم دلایل جذب را پیدا کنیم. به نظرم یکی از دلایل جذب مخاطب، همراه شدن مخاطبان با اثر کارگردان در مراحل تمرین است، یعنی شما وقتی کار می‌کنید، حتماً به مخاطبتان فکر می‌کنید.

پسیانی: یعنی به بچه‌های گروه بگویم این کار را انجام دهید تا تماشاگر بیشتر خوشش بیاید؟ نه این طور نیست.

دکترامینی: نه، ولی شما وقتی نمایشی را شروع می‌کنید به مخاطبان آن فکر می‌کنید.

روحانی: تشریح اینکه چه عواملی باعث می‌شود که مردم بروند یک فیلم را ببینند و یک فیلم را نبینند در ایران بسیار پیچیده است. یکی از پیچیده‌ترین مسائلی که بر روی آن بحث می‌کنیم این است که چرا برخی از مردم به تئاتر نمی‌روند و برخی می‌روند؟ امّا هنوز به هیچ پاسخ روشنی نرسیده‌ایم. یکی از دلایل این است که ایرانیان خیلی زود خودشان را بروز نمی‌دهند و این قانون اول زندگی در ایران است؛ چه به لحاظ فرهنگی، چه به لحاظ اجتماعی و این کوششی بیهوده است.

پسیانی: موافقم.

دکتر امینی: در حین نمایش من، کیانیان را بازیگری دیدم که ورودش به عرصهٔ آن عمارت و آدم‌های آن، ورودی بود که باعث جذابیت ارتباطات بین اشخاص شد و همان بداهه‌پردازی‌هایی که به قول پسیانی در راستای فکر اصلی نمایش بود، معیاری است که تماشاگر ایرانی خیلی می‌پسندد و آن معیار «مطایبه» است، مطایبه با بازیگران روی صحنه و انعکاس این مطایبه با تماشاگر ایرانی حاضر در سالن. تماشاگر ایرانی ریشهٔ این مطایبه را سیاه‌بازی می‌بیند. در سیاه‌بازی هم یک بازیگر، سیاه‌محور قرار می‌گیرد و وارد دنیای فرادست افراد حاضر در صحنه می‌شود و با مطایباتش و ارتباطات کلامی‌اش حرف دل تماشاگر را می‌زند.

تماشاگر دقایق زیادی صبر می‌کند و بالاخره لحظهٔ گل زدن کیانیان می‌رسد و او گل را وارد دروازه می‌کند و تماشاگر آنجا لذت می‌برد. اگر حتی به فرض، دقایقی بعد اتفاق کسل‌کننده‌ای بیفتد با رفتاری مطایبه‌آمیز از سوی کیانیان دوباره نمایش به سمت و سوی ارتباطی خودش برمی‌گردد. بنابراین به قول کیانیان، تماشاگران در ابتدا می‌آیند بازیگران مطرح و دوست داشتنی خودشان را ببینند و بعد از آن بازیگران باید پاسخ دهند و از معدود بازیگرانی که پاسخ تماشاگر را می‌دهد کیانیان است. این نکته‌ای بود که به عنوان یک ارتباط ارگانیکی به بازیگر مربوط می‌شود.

کیانیان: من بعد از انقلاب، پنج، شش تئاتر بیشتر بازی نکردم که همه آنها هم پرتماشاگر بوده؛ اولین نمایش «ازدواج آقای می‌سی سی» بود که آن قدر تماشاگر زیاد بود که بعد از اتمام نمایش، تماشاگران دور سالن ایستاده بودند برای فردا شب بلیت بخرند و همین وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت که از فردا شب نمایش دیگری باید روی صحنه برود. اصلاً برایشان مهم نبود که تماشاگر می‌خواهد این تئاتر را ببیند. در آن تئاتر اصلاً ارتباط مستقیم

میان من و تماشاگر و یا هیچ مطایبه‌ای نبود، بسیار نمایش سنگینی بود. سه ساعت نمایش و به شدت سنگین بود.

بعد از آن نمایش «یادگار سال‌های شن» بود که در آن هم هیچ مطایبه و ارتباط مستقیمی نبود. بعد از آن نمایش «دانشمند بزرگ» بود که کم اجرا شد، ولی هر بار سالن پر بود و مطایبه در آن بود و بعد نمایش «حرفه‌ای‌ها» و بعد از آن این نمایش «پروفسور بوبوس» بود که حالا اتفاقاً در نمایش به سفارش آتیلا من زیاد با تماشاگر حرف نمی‌زنم، بلکه بیشتر با (در) حرف می‌زنم.

هر چند مطایبه، یکی از آیین‌های خوب سنتی نمایش‌های متنی ما هست و در اینجا هم به کار برده شده، ولی همچنان سالن به خاطر نمایش پر می‌شود؛ چه مطایبه داشته باشد و چه نداشته باشد.

مثلاً وقتی من نمایش «ازدواج آقای می‌سی سی» را بازی می‌کردم هنوز هیچ فیلمی در زندگی‌ام بازی نکرده بودم که «انتظامی» گفت: «آن پسر کیه که داری این‌جوری بازی می‌کنه؟» و بعد سمندریان گفته بود که این رضاست. می‌خواهم بگویم نکات دیگری مهم است و آن نکات بیشتر کیفی هستند تا کمّی. کشف نکات کیفی مقداری سخت است، چون باید برویم تفحص کنیم. در کل، هنر تئاتر، نوع نگاه، نوع کارگردانی و نوع بازیگر مسائلی بیرونی است. مثلاً همین مطایبه مسالهٔ بیرونی است، یعنی همین نمایش «پروفسور بوبوس» می‌تواند بدون مطایبه اجرا شود، خیلی جدی دکوری از خانه‌ای کاملاً اشرافی ساخته و اجرا شود. تازه همین مطایبه هم در ذات نمایش‌نامه نیست، در ذات اجراست و اینکه به راحتی این نمایش‌نامه را می‌توان به شکل دیگری اجرا کرد. نمایش‌نامه را که بخوانید آن اجرا به ذهن آدم می‌رسد.

پرسش: آقای امینی! شما که استاد دانشگاه هستند در دانشگاه تئاتر، چه چیزی را تزریق کردید که آقای پسیانی با این همه تجربهٔ عیان و تئاتر تجربی پیدا می‌کند

و دانشجویی هم به خودش اجازه می‌دهد که برود تئاتری را به اسم تئاتر تجربی اجرا کند و بعد سرش را بالا بگیرد و بگوید من تئاتر تجربی اجرا کردم. ما چه چیزی را در بطن جامعه تزریق کردیم و چه فرهنگ سوادی را به جامعه خود داده‌ایم که باید به آن سبک نگاه کند، که الان داریم دانش تئاتر اجرا می‌کنیم. آیا هم‌اکنون مراجعه در دانشگاه تئاتر، جوابگوی این طرز تفکر است؟

پسیانی: کدام طرز تفکر.

کیانیان: سؤال شما این است که سطح آموزش در کشور ما با سطح اجراهای ما همسان است یا نه؟

ـ بله درست است.

کیانیان: نیست.

دکتر امینی: شما نقدی را بنا بر صحبت کیانیان به سیستم آموزشی وارد کردید و آن درست است. حالا اینکه تئاتر تجربی چیست به قول پسیانی بحث دامنه‌دار و پژوهش‌گرانه‌ای است.

پسیانی: من موافقم که درباره‌اش بحث کنیم.

دکتر امینی: با این توضیح که فرایند خلاقیت از فرایند نظریه‌پردازی و بحث‌های دانشگاهی و نوشتن پایان‌نامه، جزوه‌ها و مقاله‌ها کمی متفاوت است. الآن در کشور، مدارس تئاتری، به نوعی آموزشگاه هستند که در کشورهای دیگر به این ترتیب نیست؛ بخشی است برای فرایند خلاقیت و افرادی هستند که این کار را می‌کنند و بخشی است به معنای بحث‌های نظری و پژوهشی. اما تلاش ما در دانشگاه این است که همراه با فرایند آموزش و مدارس تئوری، بچه‌ها وارد حیطهٔ خلاقیت شوند و در کنار استادانشان رشد کنند؛ استادانی مثل «همایون غنی زاده»، «اصغر دشتی»،

«حمید پورآذری» و بچه‌های دیگری که از دانشکده هنر و معماری هستند. نمی‌گویم ما این کار را کردیم، اما این فضا در اختیار آنها قرار گرفت که دوستان عزیز، در دانشکده بیاموزید، مباحث را یاد بگیرید، ولی خودتان باید در کنار اساتید بزرگی مثل «رفیعی» و «پورآذری» باشید.

تئاتر تجربی یعنی عبور از حیطه‌های شناخته شده؛ ابتدا دانستن آنها و سپس ورود به حوزه‌های جدید.

پسیانی: مبنای سیستم آموزش هنری در ایران مبنای ضدتجربی است؛ برخلاف توضیحی که امینی داد. دانشگاه‌های هنر ایران سیستمی را در پیش می‌گیرند که اتفاقاً خلاقیت را از دانشجوی هنر می‌گیرد و کاملاً تئوریزه و کانالیزه‌اش می‌کنند. آن هم خیلی روشن است؛ دلیلش این است که نه همهٔ اساتید، ولی اکثر آنها به روز نیستند، یعنی نمی‌توانند به روز باشند. از نرسیدن به موقع کتاب و جزوه به دستشان گرفته تا تنبلی‌های فردی. اکثریت آنها چون به روز نیستند، سعی می‌کنند دانشجو را به اندازه‌ای نگه دارند که خودشان می‌توانند جوابشان را بدهند. حیطهٔ تئاتر تجربی ورای این قضیه است. گرچه من معتقدم که به هیچ وجه تئاتر دانشجویی، تئاتر تجربی نیست. تئاتر را تجربه کردن با تئاتر تجربی کار کردن دو مسالهٔ کاملاً متفاوت است. دانشجو تئاتر را تجربه می‌کند و این نکتهٔ ظریف زمان بسیار مهمی است. اتفاقاً سیستم آموزشی در دانشکده ما کاملاً ضد این طرز تفکر است.

حالا می‌خواهم کمی دربارهٔ نمایش «پروفسور بوبوس» صحبت کنم، البته ممکن است صحبت من ربطی به بحث نداشته باشد، ولی می‌تواند در زمینهٔ تفحص و پژوهش در هنرهای مملکت مؤثر باشد. با موفقیت نسبی که این نمایش به دست آورد، پس لرزه‌هایی هم دربارهٔ آن به وجود آمده، یعنی کسانی سعی کردند که مطالبی را به دروغ بنویسند و سم پاشی کنند. به این دلیل من مجبورم توضیحاتی

بدهم که از طریق دوستان حاضر در این جلسه در مطبوعات بازتاب داشته باشد. از اوایل اجرای «پروفسور بوبوس» مطالب غلطی روی بعضی از سایت‌ها و در برخی روزنامه‌ها آمد که همگی یک هدف را دنبال می‌کردند که آن را می‌سپارم به ذکاوت شما، مثلاً می‌گفتند این گروه تئاتر از بازی چهار نفر تشکیل شده: خانواده پسیانی؛ پدر، مادر، دختر و پسر. من برای توضیح می‌گویم که این گروه بازی از ۱۱ نفر تشکیل شده بود که چهار نفرشان عضو خانواده پسیانی بودند و هفت نفرشان عضو خانواده پسیانی نبودند، ولی آنها هم خوشبختانه مثل خانوادهٔ خودمان بودند؛ هم برای من و هم برای همسرم.

مسالهٔ دیگر این بود که گفته بودند این کار از طرف مرکز هنرهای نمایشی به من سفارش داده شده بود، که اصلاً این قضیه صحت ندارد و هیچ کاری را مرکز هنرهای نمایشی به این شکل، به کسی سفارش نمی‌دهد، ممکن است سفارش دهند که در فلان تاریخ، نمایشی را آماده کنید، ولی شامل حال من نشده است. این نمایش را من خودم به مرکز هنرهای نمایشی دادم و موافقت کردند و زمانی برایش مشخص کردند و اجرا کردیم.

مسالهٔ دیگر اینکه الکس فایکو همان‌طور که در ابتدای بحث هم گفتم اصلاً وجود خارجی ندارد و خود آتیلا پسیانی آن را نوشته و این قضیه سفارشی بودن کار را کاملاً ثابت می‌کند. شما می‌توانید به اینترنت مراجعه کنید.

یا اینکه گفتند آتیلا پسیانی تنها کاگردان تئاتر ایران است که در هر زمانی و با هر میزانی و در هر سالنی که بخواهد، می‌تواند نمایش روی صحنه ببرد که چنین چیزی نه تنها دربارهٔ آتیلا پسیانی، بلکه دربارهٔ هیچ کارگردانی در ایران صادق نیست.

من صحبت را بیش از این باز نمی‌کنم و تحقیق و قضاوتش را به عهدهٔ خودتان می‌گذارم.

روحانی: من نمایش را خواندم؛ برای اجرا یک تئاتر جعبه‌ای است؛ خیلی فرمال و متعارف. در متن تعدادی شخصیت را حذف می‌کنند و بسیاری چیزها را فشرده می‌کنند. دو، سه آدم را برجسته می‌کنند، دو، سه نفر را کم‌رنگ می‌کنند. شوخ‌طبعی را به متن می‌افزایند تا نمایش را از جنبهٔ کمدی سنگین به یک کمدی با طراوت سوق دهند.

با نحوهٔ اجرایی بسیار ساده و یک تخته‌ای، تبدیلش می‌کنند به یک شوی لباس؛ یک جعبه را خرد می‌کند و می‌شکند و دکور ناتورالیستی اصلی نمایش را خیلی فشرده و مینی‌مال می‌کنند. به این ترتیب امکان دیده شدن کمدی، طراوت و روابط را می‌دهند، به همین دلیل شما همه چیز را مقدار زیادی استولیزاسیون می‌بینید، فشرده می‌شود و چسبانده می‌شود، بنابراین برجسته می‌شود. با شوی لباس همهٔ ظرافت و طراوتی را که لازم است ایجاد می‌کند و بدون شک این یکی از دلایل موفقیت آن گروه است. ایشان جزو معدود کسانی هستند که توانستند گروه را سرپا نگه دارند، این مساله‌ای است که در تئاتر همیشه لازم است. گروه‌های منسجم و یکپارچه‌ای که مدام بتوانند با هم کار کنند. اگر این نمایش موفق است به دلیل اجرا، نوع صحنه‌آرایی، فرم اجرایی و متن اصلی است، هر چند متنی خسته کننده دارد که پسیانی آن را نو و تازه کرده و شکل کمدی‌اش را عوض کرده و با شکل جدید به آن طراوت، شادابی و ظرافت بخشیده است.

مواجهه مخاطب با تئاتر
با تحلیل و بررسی نمایش مکاشفه در باب مهمانی خاموش

دکتر رحمت امینی[1]

مقدمه

موضوع بحث «رویارویی تماشاگر و مخاطب» است، اینکه تئاتر ما چگونه می‌تواند بهتر با تماشاگر روبرو شود و تماشاگر بیشتری داشته باشد. دلیل اینکه به سراغ نمایشی مانند «مکاشفه در باب یک مهمانی خاموش...» رفتیم، فارغ از بحث نقد و تحلیل کیفیت اجرا، این است که این نمایش از جمله نمایش‌هایی است که رویارویی با تماشاگر بیشتر در آن شکل گرفته و تماشاگران زیادی داشته است.

۱. مدیر گروه نمایش دانشکده هنر و معماری

دکتر فرشید ابراهیمیان[1]

مخاطب یعنی کسی که مورد خطاب واقع می‌شود. در واقع مخاطب آخرین حلقه از حلقه‌های ارتباطی در یک رسانه است؛ رسانه‌ای که بنا بر نام‌گذاریش می‌بایست پیام، معنا، جهت یا مقصودی را به مخاطب منتقل کند. همان‌طور که می‌دانید براساس موازین جامعه‌شناختی در انتقال پیام سه قسمت وجود دارد: فرستنده، گیرنده و مجرای ارتباطی یا مجرای انتقال پیام. فرستنده پیامی را به مخاطب یا گیرنده ارسال می‌کند که مجرای ارتباطی در بحث ما تئاتر می‌باشد. باید توجه کرد که مجرای ارتباطی در هر رسانه‌ای ویژگی‌های خاص خود را دارد، به‌خصوص از منظر نشانه‌شناسی که ما با یک نظام سروکار داریم. نظامی که ما تحت عنوان تئاتر از آن نام می‌بریم، به تعبیر نشانه‌شناسان و جامعه‌شناسان، نظامِ نظام‌هاست، زیرا نظام‌های مختلفی را در خود جای می‌دهد. در این صورت تئاتر در شکل کلی خود، نظام پیچیده‌ای

---

۱. پژوهشگر و مدرس دانشگاه هنر

است که از نشانه‌های مختلف تشکیل شده و ما با تعامل با این نشانه‌ها سروکار داریم؛ نشانه‌هایی که دریافت آنها مستلزم دریافت نشانه‌های ناهمگن از منابع مختلف است. بنابراین مخاطب پیوسته باید رمزگان‌های متفاوت خود را فعال کند تا امکان انسجام این نظام‌های ناهمگن و شکل دادن به متن اجرایی و فهم و دریافت معنا برای او فراهم گردد؛ یعنی همان‌طور که نشانه‌ها به سمت مخاطب پرتاب می‌شوند، از سوی دیگر ذهن مخاطب نیز از رمزگان‌های خود استفاده می‌کند. بدیهی است که اگر مخاطب نتواند آن نشانه‌ها را دریافت کند، نمی‌تواند پیام ارسالی یا مفهوم آن پیام را دریافت نماید.

یکی از ویژگی‌های تئاتر، به‌ویژه تئاتر ما، این است که این نشانه‌ها در تمامی عناصر صحنه متبلور می‌باشند، حال آنکه در سینما با چنین پدیده‌هایی روبه‌رو نیستیم؛ زیرا تئاتر، هنری مجازی است و همه عناصر و عوامل صحنه اعم از بازیگر، دکور و حتی حالت چهره، اشاره، ژست، حرکات، گریم، لباس، نوع آرایش مو، موسیقی، جلوه‌های صوتی و... نشانه‌هایی هستند که باید رمزگشایی شوند. حتی محل نمایش و سالنی که گروه نمایش انتخاب می‌کند و تصاویری که در حین اجرا در پشت صحنه به نمایش درمی‌آیند جزء نشانه‌ها هستند و اینجاست که مخاطب برجسته می‌گردد؛ زیرا اگر مخاطب موفق به دریافت این نشانه‌ها نشود یا ذهن خود را فعال نگه ندارد، کلیهٔ تلاش‌های عوامل صحنه به‌عنوان فرستنده پیام هدر می‌رود. در حقیقت مخاطب، معنا و اعتبار تئاتر است. به تعبیر «پیتر بروک»[1] ــ کارگردان معاصر انگلیسی ـ مخاطب عنصری مددرسان و از اجزای اصلی و غیرقابل انکار تئاتر است. بدون وجود مخاطب، ریزش پرطراوت آبشار معنا، نه‌تنها دشت تشنه را سیراب نخواهد کرد، بلکه مانند کویر شوره‌زاری مانع تنفس حیات‌بخش آن می‌شود.

1. Peter Brook

از این‌رو عالم نمایش، زمانی هویت می‌یابد که بتواند با مخاطب خود رابطهٔ اصولی و تنگاتنگ برقرار نماید؛ مخاطبی که عامل حیات یا ممات اوست. اما اکنون این پرسش مطرح می‌شودکه مخاطب چگونه با صحنه ارتباط برقرار می‌کند و پیام‌های ارسالی را دریافت می‌نماید؟

اصحاب تئاتر به‌خوبی می‌دانند که نخستین کسی که در مورد مخاطب و همگرایی مخاطبان سخن گفت، ارسطو بود. همان‌طور که مشاهده کرده‌اید، بین تماشاگرانِ بازی فوتبال نوعی ارتباط و هماهنگی وجود دارد که ارسطو آرزو می‌کرد بین تماشاگران تئاتر نیز این همگرایی در ارتباط با موضوع نمایش به وجود آید. البته نباید از این نکته غافل شد که وضعیت مخاطب امروزی بسیار پیچیده‌تر از مخاطب گذشته است؛ زیرا شرایط امروز به لحاظ اجتماعی به مراتب پیچیده‌تر از گذشته است. طبعاً به این دلیل، مخاطب امروزی با گذشته متفاوت است. در همین‌جا لازم است که بحث مخاطب را از تماشاگر جدا کنیم؛ زیرا تماشاگر و مخاطب معنای متفاوتی دارند. مخاطب پیش از اینکه وجود خارجی داشته باشد، ماهیتی است که در واکنش‌های پیچیدهٔ یک فرهنگ شکل می‌گیرد. این، بدان معناست که مخاطب ایرانی قطعاً صاحب فرهنگی است که این فرهنگ، نشانه‌های خاص اجتماعی و روانشناسی را شامل می‌شود و در نتیجه دریافت پیام او نسبت به یک مخاطب انگلیسی که فرهنگ متفاوتی دارد، تفاوت خواهد داشت. در واقع هر مخاطبی به تعبیر «پاتریشان پالن»، محصول مهندسی انسانی در گروهی خاص است. این مهندسی (مهندسی مخاطب) از قرن نوزدهم، یعنی مقطع دستیابی صنعت به تولید انبوه، آغاز شد.

من در مقاله خود با عنوان «اقتصاد تئاتر» به کالایی بودن هنر اشاره کرده و این پرسش را برای خواننده مطرح کردم که آیا تئاتر کالاست که اقتصاد داشته باشد؟ این بحث بسیار جالب است. به تعبیر برخی اشخاص، مخاطب کالاست.

بعد از دستیابی به صنعت تولید انبوه که به‌عنوان بخشی از مناسبات زیربنایی همه چیز را به سمت انبوه کردن سوق داد و تجلی آن را به‌ویژه در فیلم‌های انیمیشن کودکان شاهد بودیم، این‌بار این مخاطب بود که باید به تولید انبوه می‌رسید. در عصر الکترونیک، یعنی پس از پشت‌سرگذاشتن محاسبات مکانیک و الکترومکانیک، تولید انبوه مخاطب نه‌تنها شتاب بیشتری به خود گرفت، بلکه به دلیل کالایی شدن سرمایه در این مقطع و تولید انبوه کالا، مخاطب نیز میان تولیدکنندگان کالا و وسایل الکترونیکی معامله گردید و در همین مقطع بود که بحث صنعت سینما و کالایی شدن آن به اوج خود رسید. یقیناً بارها شنیده‌اید که راجع به «صنعت سینما» صحبت می‌شود؛ یعنی کاپیتالیسم اینک به مرحله امپریالیسم گام نهاده است و قصد دارد همه چیز را به سرمایه کالایی تبدیل و آن را به سراسر جهان صادر کند تا از این طریق، به سودهای کلان دست یابد. وقتی سینما مبدل به صنعت و کالا شود، آن هم کالای انبوه، مخاطب یا مصرف‌کنندهٔ آن نیز باید شکل انبوه پیدا کند زیرا در غیر این صورت، کالای او بدون مصرف می‌ماند و فروشنده دچار زیان می‌شود. بنابراین از مقطعی خاص، مخاطب تبدیل به کالایی قابل مبادله می‌گردد؛ کالایی فرسوده که دو ویژگی دارد: ۱. خاصیت مصرف، ۲. مبادله. به گفته «پاتریش فلانگ» به مجرد اینکه تولیدکننده با افزایش تولید روبه‌رو شد، به فکر تبلیغ افتاد که این سرآغاز رسمی کالا شدن مخاطب بود. این رسمیت سبب گردید که همهٔ وسایل ارتباط جمعی الکترونیکی مانند تلویزیون، رادیو، سینما و وسایل دیگری همچون اینترنت و ماهواره، به مخاطب به چشم کالایی ارزشمند بنگرند با این تفاوت که این لشکر انبوه مخاطب به‌جز گاهی در تئاتر و گاهی نیز در سینما، معمولاً در محل واحدی گرد هم نمی‌آیند و بیشتر شکل مجرد پیدا کرده‌اند؛ یعنی در انتهای مجرای الکترونیکی هر وسیله ارتباطی، فردی تنها نشسته و مخاطب یکی از محل‌های درآمد تولیدکنندگان انبوه آثار هنری شده است. اصحاب رادیو، تلویزیون و سینما با پولی که از تولیدکنندگان

می‌گیرند، مخاطب را به آن‌ها می‌فروشند. همان‌گونه که گفته شد، ارسطو به دنبال نوعی همگرایی در تئاتر بود. در تئاتر یونان اگر تماشاگری از تئاتر یا نمایش به اجرا درآمده ناراضی بود و از آن لذت نمی‌برد، به سوی نمایشگر شیئی پرتاب می‌کرد تا اعتراض خود را نشان دهد، اما در دوران الکترونیک و پس از آن، دیگر گروهی مثل گذشته گردهم نمی‌آیند و اگر هم به ظاهر گردهم آیند، به دنبال آن همگرایی نیستند تا به اعتراض مبادرت ورزند؛ لذا در آخر خط یک ابزار الکترونیکی، یک فرد تنها مستمع یا بیننده چیزی است که برایش تدارک دیده شده و به‌تدریج هرچه از آغاز قرن بیستم به پایان آن نزدیک می‌شویم و پا در قرن بیست و یکم می‌گذاریم، وضعیت مخاطب و تعریف آن هم دگرگون می‌شود. از این‌رو دیگر نمی‌توان مطمئن بود که اساساً فرستنده‌ای به معنای گذشته وجود خارجی دارد و اگر وجود داشته باشد، نمی‌توان اطمینان داشت که پیامی از سوی گیرنده ـ صرف‌نظر از مجرای ارتباطی که گفته شد و بسیار مهم است ـ به دست مخاطب برسد؛ زیرا به هزاران دلیل پنهان و آشکار ممکن است این پیام در میان راه ناپدید شود. مانند پیامک‌هایی که هر روز بین مردم رد و بدل می‌شود و بارها اتفاق می‌افتد که این پیام به دست کسی نمی‌رسد. مثال دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد، تعبیری است که «برشت»[1] به کار می‌برد. او تئاتر را به بازی فوتبال تشبیه کرده و می‌گوید مخاطب به مثابه بازیکنی است که می‌خواهد توپ را دریافت کند و به سمت گل یا همان هدف نهایی حرکت می‌کند، اما عوامل متعددی همچون وزش باد، سر رسیدن بازیکن حریف، و... وجود دارد که ممکن است این توپ به بازیکن مذکور نرسد. در مورد پیام هم همین‌گونه است. در دوران ما، که ذکر آن رفت، به‌ندرت اتفاق می‌افتد که پیام یا جملهٔ هنرمند، با سلامت و با همان هدف، قصد و نیت به دست گیرنده یا مخاطب برسد.

1 . Brecht

به عنوان نتیجه باید گفت رابطهٔ مشتری کالا یا مخاطب تئاتر، رابطه‌ای ارگانیک و بسیار دقیق و پیچیده است، به گونه‌ای که می‌توان گفت این رابطه درباره هر فرآیند تولیدی ـ اعم از فرهنگی یا هنری ـ به تصمیمی که او برای ادامه یا حذف می‌گیرد منتهی می‌شود. البته در بررسی کالاهای هنری و فرهنگی در جامعهٔ پیچیده امروز نباید صرفاً به فراوانی و تولید انبوه مخاطب پرداخت؛ زیرا فراوان هستند نمایش‌هایی که با اجرای بسیار و تماشاگران انبوه، از چارچوب سالن‌های خود فراتر نرفته‌اند و چه بسیار نمایش‌هایی با اجرای اندک و به‌تبع عام تماشاگران کمتر، به‌عنوان نمایش‌های برتر تئاتر شناخته شده‌اند. از این‌رو می‌توان گفت منظور از حمایت مخاطب به‌عنوان مشتری این کالا فراتر از حمایت مالی اوست. البته شکی نیست که حمایت مالی ضریب مطمئنی از اجرا و تماشاگر را رقم می‌زند، اما بیش از آن حمایت فرهنگی و عاطفی و مخاطب‌محوری است که زمینه را برای بررسی نقش تماشاگر فراهم می‌سازد؛ تماشاگری که همیشه از این قدرت برخوردار است که نمایشی را پابرجا نگه دارد یا آن را سرنگون کند، تماشاگری که مسئولیت اصلی حمایت از نمایش به عهده اوست.

دکتر امینی: لطفاً در مورد تفاوت بین تماشاگر و مخاطب، بیشتر توضیح دهید و اینکه بفرمایید این نمایش (مکاشفه) چگونه می‌خواسته با مخاطب ارتباط برقرار کند و در این کار تا چه حد موفق بوده است؟

دکتر ابراهیمیان: تماشاگر کسی است که چیزی را نگاه می‌کند یا در مورد مفاهیم آن فکر می‌کند، مانند تماشاگر برنامه‌های تلویزیون، ولی مخاطب کسی است که آگاهانه برای دریافت معنایی، در محلی به اسم تئاتر و سینما حاضر می‌شود و معمولاً یک هدف از پیش تعیین شده دارد و این مساله به‌خصوص در مورد تئاتر صدق می‌کند.

دکتر امینی: در واقع تئاتر ما، بیشتر مخاطب دارد تا تماشاگر؟

دکتر ابراهیمیان: بله، تئاتر بیشتر مخاطب دارد تا تماشاگر. می‌توان گفت که مصداق دقیق تماشاگر همین بینندگان تلویزیون هستند که برنامه‌ای را تماشا می‌کنند تا پس زمینهٔ ذهنی داشته باشند و یا از طریق رمزگان‌های موجود در آن ـ که به آنها اشاره شد ـ از پیام‌های موجود رمزگشایی کنند.

دکتر امینی: البته ما درتنظیم تراکت تبلیغی این جلسه، به این نکته توجه نکرده بودیم. از تماشاگر به‌عنوان یک اصطلاح عام استفاده می‌شود که برای هر نوع نمایش در ایران به کار می‌رود. ولی می‌توان بحث را از همین‌جا آغاز کرد. شاید بتوان گفت که در نمایش مکاشفه، هم تماشاگر داریم و هم مخاطب. آیا این نمایش در حیطهٔ مخاطب بیشتر موفق بوده است یا تماشاگر و یا هردو؟ یکی از دلایل انتخاب این نمایش، این بوده که تماشاگران زیادی داشته است. آیا این نمایش مخاطبان زیادی هم داشته است؟

دکتر ابراهیمیان: اتفاقاً بلافاصله بعد از اینکه من نمایش را دیدم به ارجمند گفتم که ظاهراً تماشاگران امشب شما خیلی حرفه‌ای نیستند و ایشان فرمودند که پنجشنبه‌ها و جمعه‌ها این‌گونه است؛ زیرا بیشتر تماشاچی‌ها برای دیدن هنرپیشه‌های محبوب خود به دیدن نمایش می‌آیند نه برای دیدن خود تئاتر.

برزو ارجمند [بازیگر]: من می‌خواهم به نکته‌ای اشاره کنم اتفاق مهمی که در این کار افتاد و یکی از توانایی‌هایی که رضا حداد (کارگردان) نشان داد، این بود که ممکن است برای دیدن این نمایش برخی به صورت تماشاگر وارد شده باشند، اما مخاطب خارج شدند. با توجه به سخنان شما در مورد تفاوت مخاطب و تماشاگر، من اکنون متوجه شدم که ممکن بود بسیاری به خاطر دیدن بازیگر محبوب خود یا هر دلیل دیگری به صورت تماشاگر وارد سالن شده باشند، اما پس از دیدن نمایش، به صورت مخاطب خارج شدند و این همان هدفی است که کارگاه تئاتر ایران از بدو پیدایش به دنبال آن بود. از زمانی که ما تئاتر «کسی نیست» را نه‌تنها در

ایران بلکه در کشورهای مختلف اجرا کردیم، نوعی آشتی تماشاگر با تئاتر ایرانی مطرح شد، تئاتری که ایرانی‌ها می‌توانند آن را به‌خوبی انجام دهند، درک درستی از آن داشته باشند و به صورت کاملاً تجربی آن را به عرصهٔ ظهور برسانند. «بروک» می‌گوید که تئاتر، تجربه‌ای کاملاً موفق و بدون شکست است. ویژگی گروه تئاتر سایه، به سرپرستی حداد که من از حدود سال ۸۰ با آنها کار می‌کنم، این است که ما از تجربه کردن نترسیدیم و تلاش کردیم تا بسیار تجربه کنیم.

حداد [کارگردان]: من قصد نداشتم که صحبت کنم و فقط می‌خواستم بشنوم، اما بحثی شروع شده است [که باید حرف بزنم]. اولاً ما بازیگر محبوب نداریم. نمی‌دانم به چه دلیل برزو ارجمند خود یا سایر اعضا را محبوب می‌داند. من معتقد نیستم که کسی به خاطر این افراد به سالن تئاتر بیاید و تئاتر ببیند. ستاره هم نیستند؛ زیرا ستاره بودن تعاریفی دارد که در مورد آنها صدق نمی‌کند. من اساساً وقتی می‌خواهم کار کنم، این مرزبندی را برای خود قائل نمی‌شوم که به تماشاگر، مخاطب یا کسی که می‌خواهم با او ارتباط برقرار کنم فکر کنم؛ یعنی وقتی می‌خواهم کاری را انجام دهم، به این فکر نمی‌کنم که آن سوی قصه چه اتفاقی خواهد افتاد. من بیشتر به تجربه فکر می‌کنم و به اینکه قرار است به شکل جدیدی از اجرا دست پیدا کنیم. حتماً تماشاگرهای تئاتر، انسان‌های فرهیخته‌ای هستند و من اصلاً مرزبندی مخاطب یا تماشاگر را در مورد آنها قائل نیستم. افرادی که برای دیدن تئاتر ما می‌آیند، انسان‌هایی هستند که با نوعی دانش این نمایش را می‌بینند و حتماً نوعی شناخت نسبت به تئاتر دارند. من شخصاً این مرزبندی تماشاگر و مخاطب را دوست ندارم. ممکن است فردی که روبه‌روی من قرار می‌گیرد و من می‌خواهم با او ارتباط برقرار کنم، برای نخستین بار به تئاتر آمده، اما من می‌خواهم در ذهن او یک کشف به وجود آورم و با او ارتباط برقرا کنم. اگر این فرد یک پشتوانهٔ فرهنگی داشته باشد، با من نوعی ارتباط برقرار می‌کند و اگر این پشتوانه و سواد را نداشته باشد،

نوعی ارتباط دیگر شکل می‌گیرد. تصور من از این نمایش این است که شاید اکثر افراد حاضر در سالن، سه، چهار دقیقهٔ اول نمایش فراموش می‌کنند که کجا نشسته‌اند؛ یعنی ما با نوعی ارتباط، ذهن آنها را می‌دزدیم و شروع به گپ و گفت می‌کنیم، یا حداقل سعی کرده‌ایم که چنین کنیم. آنهایی که می‌خواهند به شکل اجرایی جدید برسند، نباید در مرحلهٔ اول به مخاطبشان فکر کنند زیرا فکر کردن به مخاطب، در یک جمع‌بندی فرهنگی و اجتماعی، ما را به این نتیجه می‌رساند که او از چه چیزهایی بیشتر خوشش می‌آید و چه چیزهایی را دوست ندارد. در این صورت کارگردان، نویسنده یا بازیگر سعی می‌کند که از ابتدا متنی را استفاده نماید که با مذاق تماشاگر سازگار باشد و این باعث جذب مخاطب و رونق تئاتر آنها می‌شود، اما ما در کارهایمان این‌گونه فکر نمی‌کنیم. ما در مورد تماشاگر فکر نمی‌کنیم، البته شکی نیست که تئاتر، مخصوص خواص جامعه است نه عوام؛ روزی که ما نمایش را شروع می‌کنیم یا می‌خواهیم به اجرا فکر کنیم، می‌دانیم که مخاطب ما یک مخاطب خاص است و این یکی از خرده‌هایی است که من به تئاتر وارد می‌دانم. مخاطب ما یک گروه حدود هزار نفری است که این افراد با یک ذهن مشخص از یک سالن به سالن دیگر می‌روند و ما هیچ وقت مخاطب جدید نمی‌بینیم. یعنی مخاطب ما یک گروه خاص است که حرفشان مشخص می‌باشد و ذهن و سواد آنها هم معلوم است. در نتیجه نمی‌توان ارتباط جدیدی با آنها برقرار کرد و اگر بخواهیم اسم این گروه را مخاطب بگذاریم، ما همیشه برای این گروه مخاطب تئاتر تولید می‌کنیم. ما معتقد بودیم که نباید به هیچ تماشاگری فکر کرد.

دکتر ابراهیمیان: بحث تماشاگر و مخاطب، بحثی نبود که من به نظر خودم آن را مطرح نمایم؛ نقل قولی بود از «سوزان بنت» و این بحث در مورد نمایش شما هم نبود. من هنوز وارد بحث نمایش شما نشده‌ام. «سوزان بنت» بحث تماشاگر را از مخاطب جدا می‌داند. همان‌طور که می‌دانید، یکی از برترین اصحاب تئاتر تجربی

بروتوسکی است، که معتقد است هر کسی نمی‌تواند با او ارتباط برقرار کند و تماشاگرانش را انتخاب می‌نماید. البته تئاتر تجربی، بحث مفصلی دارد. از آنجا که تئاتر تجربی تجربه می‌کند، مخاطبش خاص است و نمی‌تواند مخاطب عام داشته باشد.

هر مجرایی به‌خصوص تئاتر به‌عنوان یک رسانه، از شیارها و روزنه‌هایی برخوردار است که یکی از آنها ژانر است. مخاطب در همان دقایق اول اگر نتواند با ژانرش رابطه برقرار کند، نمی‌تواند با آن اثر ارتباط برقرار نماید. مخاطب تئاتر باید بداند که ژانر آن اثر چیست تا بتواند رمزهای آن را درک کند. دانستن ژانر، خود جزء رموز است و باید بازگشایی شود تا سایر رازهای اثر معلوم شوند. یکی از آنها، شخصیت است. مخاطب باید بداند که چه شخصیتی روی صحنه است: اسطوره‌ای، رئالیستی، طناز، مطایبه‌آمیز و... و رمز و رازهای دیگری که باید معلوم شوند؛ زیرا همان‌گونه که گفته شد، مجرای بسیار فراخی است و دست‌اندازهایی دارد که در اثر آنها نیاز به مخاطب خاص پیدا می‌شود. این مخاطب وقتی وارد سالن می‌شود باید با بخشی از این شیارها و مفاهیم، از پیش آشنایی داشته باشد در غیر این صورت، جریان ارتباط از فرستنده به گیرنده مختل می‌گردد. به هر حال بنده هنوز وارد بحث نمایش حداد نشده‌ام و تنها از قول «سوزان بنت»، تفاوت تماشاگر و مخاطب را مطرح نمودم.

دکتر امینی: با توجه به سخنان حداد چند سؤال دیگر در ذهن من ایجاد شد. اگر به تاریخ تئاتر دقت کنیم، هنرمندان مطرحی چون «برشت» را خواهیم دید که معتقد بود دسته‌ای از تماشاگران وجود دارند که وقتی به سالن نمایش می‌آیند، به همراه کت، کلاه و سایر وسایل شخصی خود، مغزشان را نیز در جالباسی می‌گذارند. آنها مدتی سرگرم می‌شوند و بعد از اتمام نمایش بدون اینکه هیچ اتفاقی برای اندیشهٔ آنها افتاده باشد، برمی‌گردند. او می‌گوید من می‌خواهم با تئاتر

خود، آگاهی‌بخشی کنم و به جای اینکه به تماشاگر فکر کنم، به لحظهٔ نمـایش فکـر می‌کنم. اینکه اگر تماشاگر در حال خوردن چیزی است، آنچه من مـی‌گـویم آنقـدر قدرتمند باشد که تماشاگر لقمهٔ دوم را به سمت دهان نبرد و توجـه‌اش بـه نمـایش جلب شود و این کار برای آگاهی‌بخـشی اسـت. دومـین دسـتهٔ تماشـاگران، طبقـه فرودست جامعه هستند؛ آنهایی که تحت ظلم و ستم قرار دارند و مباحثی از این قبیـل. به هر حال هدف من از گفتن این حرف‌ها این نبود که با حداد مخالفت کنم. مـا در جامعهٔ خود انواع و اقسام نمایش‌ها را نیاز داریم. برخـی مـی‌گوینـد کـه بـرای ایـن نمایش [مکاشفه] تبلیغات فراوانی شد و اگر ما هم این تبلیغات را می‌کردیم و مـثلاً در برنامهٔ نود زیرنویس می‌کردیم، مخاطب زیادی داشتیم و بلیط‌هایمان پیش‌فـروش می‌شد. صحبت من با آنها این بود که در طول ایـن ۱۹ سـالی کـه بنـده در فـضای تئاتر ایران نفس می‌کشم، نمایش‌هایی را دیدم که با وجود حـضور دو، سـه بـازیگر مطرح و نمایش در سالن اصلی تئاتر شهر، حتی یک‌سوم سالن هم پر نشد و همـان یک‌سوم هم بلیط مهمان داشتند. در عوض، نمایش‌هایی هم بودند که با اینکـه هـیچ چهرهٔ خاصی در آنها ایفای نقش نکرده بود، پر مخاطب شدند. اگـر تماشـاگران مـا مخاطب شوند، این برای تئاتر ما یک بُرد است، حال ممکن اسـت تماشـاگری هـم بخواهد بازیگری را که در سینما و تلویزیون دیـده، اکنـون زنـده و رو در رو ببینـد. این هم اتفاقاً یک امکان ویژه و منحصر به فرد تئاتر است که نـه در سـینما و نـه در تلویزیون، امکان آن وجود ندارد. ما اینجا جمع شده‌ایم تا بحث کنیم کـه چـرا تئـاتر ما با وجود تمام هجوم‌های تکنولوژیـک، زنـده مانـده اسـت و هـر روز بـر تعـداد دانشجویانی که علاقه‌مند به تحصیل در این زمینه هستند افزوده می‌شود. بـه عقیـدهٔ بنده، ما تئاتر لاله‌زاری هم احتیاج داریم. نمایش‌های سنتی و آیینی هم می‌خـواهیم و از سوی دیگر، برای قشر فرهیخته و روشنفکر هم تئاتر لازم داریم. سؤال مـن از دکتـر ابراهیمیان این است که آیـا نمـایش مکاشـفه توانـسته اسـت مخاطبـان انبـوه خـود

را تا این لحظه حفظ کند؟

دکتر ابراهیمیان: مخاطبان ما افراد خاصی هستند. باید بحث تئاتر، نمایش و «شو»[1] را از یکدیگر جدا کرد. این اثر، یک اجراست؛ یعنی از نظر من واجد جذابیت‌های بصری و صوتی فوق‌العاده است که همان شبی که من برای دیدن آن رفته بودم، به‌جز خودم، هیچ فرد سالخورده‌ای را آنجا ندیدم و به‌ویژه از این نظر باید حداد را تحسین کرد. جذابیت‌های صوتی و بصری و در کنار آن ارتباطی که تماشاگر جوان با این فضا و انسان‌های آن برقرار می‌کند، بسیار مهم است. در مورد بحث تبلیغات، همان‌طور که بارها اشاره کرده‌ام، تئاتر اکنون بیش از هر چیز دیگری به تبلیغ نیاز دارد و لازم است که این تبلیغات از سوی صدا و سیما انجام گیرد. این نمایش از ویژگی‌های بصری و صوتی خوبی برخوردار است و به دلیل همین ارزش‌ها، مردم و به‌خصوص نسل جوان توانسته‌اند ارتباط خوبی با آن برقرار کنند، صرف‌نظر از اینکه چه چهره‌هایی در آن بوده‌اند که البته به نظر بنده هیچ اشکالی ندارد که ما از چهره‌ها استفاده کنیم تا بتوانیم به مرور مردم را به سمت تئاتر جذب نماییم و به نظر من یکی از مکانیزم‌های سیاست‌گذاری برای جلب مخاطب عام همین کار است. متأسفانه ما به‌تدریج مخاطب عام را در تئاتر از دست دادیم و این خوب نیست که تنها مخاطبان خاصی داشته باشیم.

حداد: فکر می‌کنم که در مورد جذب مخاطب، دو اتفاق روی داده است: ابتدا اطلاع‌رسانی است. من واژهٔ تبلیغات را حذف و به جای آن از واژهٔ اطلاع‌رسانی استفاده می‌کنم. اگر ما تئاتر شهر رفته بودیم، به هیچ‌وجه این اطلاع‌رسانی را نمی‌کردیم، اما در سالنی اجرا داشتیم که هیچ‌کس آن را نمی‌شناخت یا تعداد کمی محل آن را می‌دانستند که کافی نبودند و ما مجبور به اطلاع‌رسانی بودیم که فکر می‌کنم بسیار هم ضعیف بود. مرحلهٔ دوم، تماشاگران بودند که این برای آنها یک

1. show

تجربهٔ نو بود و به دیگران نیز توصیه می‌کردند که بروند و این اثر را ببینند. البته منظور ما این نیست که همهٔ افراد از این اثر راضی بودند. به‌جرأت می‌توان گفت که ۲۰ یا ۳۰ درصد از مخاطبان ما را تماشاگرانی تشکیل می‌دادند که از تئاتر راضی نبودند و مسلم است که ما با این افراد نتوانستیم آن تجربه را شریک باشیم و گروه ما نتوانست ذهن آنها را درگیر خود نماید و در نتیجه اتفاق تازه‌ای در ذهن آنها روی نداد. اما عمدهٔ تماشاگران ما آنهایی بودند که وقتی اثر را می‌دیدند، به دیگران هم توصیه می‌کردند تا آن را ببینند، ولی ما در روزهایی که کار می‌کردیم، خیلی به تماشاگر وابسته نبودیم و حتی به این فکر نمی‌کردیم که این اجرا تمدید شود، اکنون هم این موضوع برای ما مهم نیست.

دکتر امینی: به هر حال این کار جزء کارهای برگزیدهٔ کانون فرهنگی تئاتر بود و علی‌رغم تمام این بحث‌ها حتی سخت‌گیرترین افراد نیز آن را از بین نمایش‌های دیگر انتخاب کردند و به‌عنوان یک کار خاص که تا به حال کمتر دیده شده بود، برگزیدند. این اثر مرا به یاد کاری از مرحوم «حسین پناهی» انداخت با عنوان «چیزی شبیه زندگی» که پازل‌های مختلفی از زندگی کنار هم چیده شده بود که شاید در نگاه اول، هیچ ارتباطی با یکدیگر نداشتند. اما یکی از ویژگی‌های نمایش مکاشفه که عنوان نمایش نیز به آن اشاره می‌کند، نوعی کشف است که برای تماشاگر اتفاق می‌افتد. مثلاً با دیدن تکه‌هایی از مدرسهٔ موش‌ها، تماشاگر به نوستالوژی خاص آن دوران می‌رود. در واقع قسمت‌ها به گونه‌ای کنار هم چیده شده بودند که تماشاگر را پس از اتمام نمایش به فکر می‌انداختند تا با خود فکر کند که مفهوم آن چیزهایی که دیده است چیست. البته ممکن است هم برخی نتوانند مفهوم را درک کنند و با خود بگویند که این کار، کار خوبی نبوده است. به هر حال مثل این کار، مثل همان فیل در تاریکی است که هر کسی برداشتی از آن داشت.

حداد: قرار بود «مهناز افشار» در این نمایش بازی کند و توافق هم کردیم، منظور من از این سخن این است که برزو ارجمند و سیامک انصاری جزء گروه ما هستند و ما این گروه را با این افراد تأسیس کردیم. اینها بچه‌های تئاتر هستند، البته در تلویزیون و سینما هم فعالیت می‌کنند، اما دلیل انتخاب‌شان این بود که عضو گروه ما هستند و ما کار را با آنها شروع کرده‌ایم. البته چهره نیستند و قرار بود که یک چهره هم بیاوریم که نتوانستیم.

دکتر امینی: من این نمایش را دیده‌ام و برایم بسیار جذاب بوده و مضامین بسیاری را دریافت کرده‌ام، اما از خود شما [حداد] می‌خواهم بپرسم که چه مفهومی مورد نظرتان بود و در ذهنتان چه می‌گذشت؟

حداد: مسلماً وقتی یک فرد کاری را انجام می‌دهد، اتفاقاتی در ذهن او می‌افتد، اما من نمی‌توانم اکنون این سؤال شما را جواب دهم. شما باید خود آن مفاهیم را درک کنید. شاید بعد از اجرا کمی در مورد آن صحبت کنم، ولی از آنجا که این نمایش هنوز در حال اجراست، من نمی‌توانم در این مورد حرفی بزنم.

پرسش: واقعیت این است که گروهی که تئاتر اجرا می‌کنند، زحمت می‌کشند و وقت و سرمایه صرف می‌کنند. تمام مسائلی که مطرح شد، کلیاتی بود در باب دلایل جذب مخاطب که حرفی در این مورد برای گفتن باقی نمی‌ماند، اما می‌خواهم بگویم که این نمایش، یک کالای فرهنگی، هنری و مصرفی است که در برهه‌ای از زمان اجرا می‌شود و هنرپیشه‌های تلویزیون در این کار حضور پیدا می‌کنند؛ یعنی ردپای رسانه‌های جمعی در تئاتر دیده می‌شود و عمده مخاطبانی که برای این نمایش آمده بودند، فرهیخته نبودند. آقای حداد گفتند که برخی قاعده‌ها را شکسته‌اند تا به این شکل جدید اجرایی رسیده‌اند و من می‌خواهم بپرسم که قاعده‌هایی که شکسته شده‌اند، چه بوده‌اند؟ حتماً نوعی آگاهی نسبت به این

قاعده‌ها وجود داشته است که اکنون شکسته شده و به یک شیوهٔ جدید از اجرا بدل گشته است. در مورد اطلاع‌رسانی صحبت کردید و من می‌خواستم بگویم که در واقع آنچه در مورد این کار انجام شد، تبلیغ بود نه اطلاع‌رسانی. نظام نشانه‌ای تئاتر، مکان آن و تمام عناصری که در صحنه قرار می‌گیرند از روابط فرهنگی صحنه گرفته تا جایگاه مخاطبان و سالن انتظار، لایه‌های چندگانه‌ای هستند که به تئاتر، هویت می‌بخشند. از جمله این لایه‌های چندگانه که شاید بسیار هم کوچک باشد، بروشور یا پوستر تبلیغاتی است. بروشور کاری را که شما به آن اطلاع‌رسانی می‌گویید، شبیه تبلیغ کالاهای مصرفی بود که امروزه زیاد دیده می‌شود. وقتی این بروشور را ورق می‌زنیم، تصویر هنرپیشه‌ها را می‌بینیم که ناگهان چهره‌ای در میان آنها مجزا شده و در صفحه‌ای جداگانه دیده می‌شود که این خود قطعاً در کشش و جذب مخاطب به سمت این تئاتر تأثیرگذار است. منظور من این است که وقتی تودهٔ مردم وارد این محیط می‌شوند، این تئاتر، یک تئاتر مصرفی می‌شود نه هنری، زیرا اگر شما خواهان تئاتر تجربی باشید، همان‌طور که می‌دانیم این تئاتر در تمام دنیا صاحب یک تاریخ بوده است و در واقع آگاهانه و با یک پیش‌بینی فلسفی خاص از جایی شروع شده و به نتیجه‌ای رسیده است، تا جایی که «یوکوفسکی» می‌گوید من به جایی رسیده‌ام که اکنون می‌خواهم تماشاگر تربیت کنم نه بازیگر. به هر حال کسی که در کسوت کارگردان باشد، قاعدتاً باید توضیحاتی ارائه دهد که چرا این کار پر مخاطب و پر تماشاگر شده است. اما من فکر می‌کنم که اگر در شرایط فعلی از نظر جامعه‌شناختی به آنها نگاه کنیم، تمام اینها توجیهات است. حال اگر بپذیریم که بر طبق سخن آقای امینی جامعه تئاتر به این اصحاب نیاز دارد، اما به نظر می‌رسد رفتن به این سمت و استفادهٔ ابزاری از هنرپیشه‌های تلویزیون، در درازمدت به پیکر تئاتر و ابعاد زیباشناختی آن آسیب می‌رساند.

ارجمند: منظور شما این است که من کـه تئـاتر خوانـده و لیـسانس آن را دارم چون بازیگر تلویزیون هستم دیگر در تئاتر بازی نکنم؟

حداد: در مورد دلیل استفاده از برزو ارجمند و سیامک انصاری باید بگـویم کـه برای من قابل احترام است و فکر می‌کنم که باید این کار را می‌کردم. مـا بـا بـرزو و سیامک یک گروه هستیم، حال اینها به تلویزیون هم رفتند که ای کـاش نمـی‌رفتنـد. در مورد تبلیغ و اطلاع‌رسانی، باید بگویم که من تبلیغ را خوب مـی‌شناسـم و فکـر می‌کنم که کار ما اطلاع‌رسانی بود. اطلاع‌رسانی و تبلیغ، تفاوت‌های اساسی با یکـدیگر دارند. در مورد بروشور، شاید کمی حق با شما باشد و ای کاش این بروشور چـاپ نمی‌شد. البته شما مسائل را بسیار جـدی مـی‌گیریـد. دلیـل اینکـه عکـس سـیامک انصاری در یک صفحه به صورت مجزا چاپ شده بود، تنها این بود که عکـس هـر سه نفر در یک صفحه قرار می‌گرفت و مجبور بودیم که با توجه بـه تعـداد، عکـس یک نفر را به صورت مجزا در یک صفحه قرار دهیم و به این مساله به این صـورت نگاه نکرده بودیم.

دکتر امینی: در مورد قواعدی صحبت کنید کـه در کـارگردانی مرسـوم بـوده و شما آگاهانه به سمت شکستن آنها و در واقع قاعده‌شکنی رفته‌اید.

حداد: می‌توانم توضیح بدهم که ما کار را چگونه شروع کردیم و مـتن چگونـه شکل گرفت، اما حداقل من دوست ندارم که قاعدهٔ مشخصی داشـته باشـیم. حتـی اگر «ورک شاپ»[1] باشد؛ یا موضـوعی کـه در تئـاتر تجربـی وجـود دارد و البتـه در کشور ما تعریف مشخصی در مورد آن داده نشده، زیرا ما در این زمینه با دنیا فاصـلهٔ زیادی داریم. حداقل این است که من بـه ایـن موضـوع اعتقـاد نـدارم. نمـی‌تـوانیم خودمان را قفل کنیم و بگوییم باید چنین اتفاقی بیفتد.

1 . workshop

دکتر ابراهیمیان: البته دکتر «رشیدی»، مسالهٔ مهمی را مطرح کردند که جای آن در اینجا نیست. این قاعده مخصوص تئاتر و نمایش است نه این نوع اجرا.

حداد: شاید اصلاً این کار تئاتر نباشد.

دکتر ابراهیمیان: قطعاً تئاتر نیست، بلکه نوعی اجراست آن هم اجرای پست‌مدرن. در اجرای پست‌مدرن، تمام قواعد شکسته می‌شود، اصلاً قاعده‌ای بنا نمی‌گردد. در این نمایش می‌بینم که خود حداد هم همهٔ قواعد را می‌شکند. یا همان شبی که من نمایش را دیدم، سیامک انصاری یک ارتباط پست‌مدرنیک به معنای اخص کلمه برقرار کرد. در یک اجرای پست‌مدرن اصلاً قاعده‌ای وجود ندارد و اگر چنین قواعدی وجود داشته باشد، دیگر نمی‌توان نام آن را پست‌مدرن گذاشت. یک کارگردان پست‌مدرن به اصالت‌های پیشین در بیان اندیشه‌اش شک می‌کند. به‌عنوان مثال قواعد تئاتر ارسطویی به این کارگردان اجازه نمی‌دهد که مفاهیم مورد نظر خود را در این قالب منتقل کند. اما به هر حال بحثی را که دکتر رشیدی مطرح کردند، بسیار اساسی است و من در مورد آن حرف دارم، اینکه برای جلب مخاطب از چهره‌ها استفاده کنیم.

دکتر امینی: فکر می‌کنم سوء تفاهمی پیش آمده است. اگر آقای حداد اشخاصی همچون برزو ارجمند، سیامک انصاری و... را انتخاب می‌کرد و آنها اصلاً تئاتری نبوده و کار تئاتر انجام نداده بودند، یا اینکه آقای حداد با این افراد کار تئاتر نکرده و آنها جزء گروهشان نبودند و استفاده از آنها تنها برای فروش بلیط بیشتر و سود بالاتر بود، صحبت دکتر رشیدی درست بود. فکر می‌کنم ایشان به یک جریان کلی اشاره می‌کنند؛ یعنی سود بردن از چهره‌های تلویزیونی برای جلب مخاطب.

حداد: البته ما می‌خواستیم چنین کاری انجام دهیم اما نشد. با مهناز افشار در این زمینه توافق کردیم و در جلسهٔ اول تمرین، من چند کتاب و تصویر به ایشان

دادم و خواستم تا آنها را ببینند و بررسی کنند. ایشان تصویرها را دیدند و به این نتیجه رسیدند که بازی نکنند.

قلی‌پور: در مورد استفاده از چهره‌ها در تئاتر، من موافق هستم که برخی چهره‌ها همانند «علی‌فر» و دیگران در تئاترها ایفای نقش کنند و همان مخاطب عامی که ذکر آن رفت، به تئاتر بیاید و با آن آشنا گردد. این کار باعث خواهد شد که این مخاطب کارهای بعد را نیز ببیند و این برای کل بدن، تئاتر خوب است. اما اگر این کار باب شود و کارهایی بتوانند مخاطب جذب کنند که تبلیغات بیلبوردی و صدا و سیمایی داشته باشند و از بازیگران چهره در آنها استفاده شود، ممکن است آنها توانایی لازم را برای برقراری ارتباط نداشته باشند و نباید در سطح وسیع استفاده شود.

ارجمند: صحبتی که شما بیان می‌کنید، باعث برد نیست. در سینما این تجربه ثابت شده است. در فیلم آتش‌بس و کلاغ‌پر، دو بازیگر مطرح، یکسان ایفای نقش کردند ولی همان طور که دیدیم، آتش‌بس فروش زیادی کرد، حال آنکه کلاغ‌پر اصلاً فروش خوبی نداشت.

حداد: در تمام دنیا ستاره‌ها را برای تئاتر می‌برند، اما هدف من از انتخاب این افراد، به خاطر چهره بودن آنها نبود. با وجود این حتی اگر این کار را به خاطر این هدف هم انجام می‌دادم، مشکلی نداشتم. من فکر نمی‌کردم که این کار با اقبال عمومی روبه‌رو شود. ما باید به ساختمان این کار، یک نگاه کلی بیندازیم. اکنون ما دیگر برای این کار تبلیغ نمی‌کنیم و مخاطبان، خودشان به یکدیگر سفارش می‌کنند تا این نمایش را ببینند. ساعت اجرای ما، ۱۰ و ۳۰ دقیقه شب است که ساعت معمولی برای تئاتر نیست. ما هم قرار نیست که پیشرو تئاتر باشیم. استادان بزرگی در این زمینه فعالیت می‌کنند که اجازه نمی‌دهند تئاتر به سمت و سویی برود که

پرتگاه باشد و مسلماً با کارهای خوبی که انجام می‌دهند، مانع این کار می‌شوند، اما به ما هم اجازه بدهید که تجربه خودمان را داشته باشیم.

ما به فستیوالی در کره دعوت شده‌ایم. کانون منتقدین جهان، کارهای نو و مدرن را از تمام کشورها به این فستیوال دعوت کرده‌اند. گاهی اوقات وقتی چنین اتفاقی می‌افتد، انسان نگران می‌شود که چرا منتقدان به اثر او چنین نگاهی داشته‌اند. من نیز از طرفی کمی نگران و از سوی دیگر واقعاً خوشحال هستم به خاطر اینکه به فستیوالی می‌روم که تجربه‌های نو از سایر کشورها را در آنجا جمع کرده‌اند و فکر می‌کنم برای کشور ما تجربهٔ خوبی باشد. پیشنهاد من به «پارسایی» این است که حتماً همراه ما یکی از منتقدان کشورمان را بفرستند تا یادداشت تهیه کند و به همه بگوید برای نمایش ما با این نوع مخاطب که در فرهنگ ما معمول نیست، چه اتفاقی می‌افتد و آن را برای سایرین بازگو کند.