

نقدی بر نقش ابژکتیو هنرمند و مخاطب در تئاتر امروز ایران

سیده غزل نعیمی^{۱*}

۱. دکتری پژوهش هنر، گروه مطالعات عالی هنر، دانشکده‌گان هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

یک‌رنگی و یک‌سانی را جایگزین هوشیاری می‌کند (آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۸۹: ۹۰). در آرای آدورنو و هورکهایمر به کالاهای فرهنگی وابسته به تکنولوژی و تولید انبوه مانند سینما و تلویزیون به عنوان نموده‌های صنعت فرهنگ اشاره می‌شود. اما وقتی به تئاتر امروز ایران می‌نگریم نیز می‌توانیم نشانه‌های صنعت فرهنگ را بیابیم.

یکی از ویژگی قابل توجه در دو دهه اخیر اضافه شدن شخصیت تهیه‌کننده به تئاتر ایران است. حضور تهیه‌کننده در اغلب موارد با حضور بازیگران چهره یا همان سلبریتی‌ها همراه است.^۵ این شخصیت تازه وارد تئاتر ایران برای تأمین حیات مالی گروه و البته سود بیشتر، باید مخاطبان بیشتری را با اجرا همراه کند. مخاطبانی که گاه تا پیش از این تجربه مواجهه با نمایش‌های جدی روی صحنه را نداشتند. آن‌ها به تئاتر پا می‌گذارند تا چهره‌های معروف تلویزیونی، سینمایی^۶ یا حتی اینستاگرامی - که اغلب تا پیش از این تجربه‌ای روی صحنه تئاتر نداشتند - را از نزدیک ببینند. آن‌ها نه برای تجربه زیبایی‌شناسی که صرفاً برای ارضای نگاه خیره به تماشای بازیگران - و نه نمایش - می‌نشینند.

در این جا می‌توان نیم‌نگاهی به نظریه آپاراتوس^۸ انداخت. شاید این نظریه در عنوان و تعریف مربوط به سینما باشد، اما

اثر هنری واسطه‌ای است بین هنرمند و مخاطب. فارغ از ارتباط هنر و جهان، در بسیاری موارد هنرمند تحت تأثیر شرایط اجتماعی اثری را خلق می‌کند تا با مخاطبی که در همان جامعه زندگی می‌کند، ارتباط برقرار کند. رابطه اثر هنری و مخاطب را می‌توان رابطه‌ای دیالکتیکی خواند. چنانچه سلیقه مخاطب می‌تواند در تولید اثر هنری نقش بسزایی ایفا کند و به طور متقابل اثر هنری در رفتار افراد جامعه تأثیرگذار باشد. تئودور آدورنو^۷ از اندیشمندانی است که مخالف اعمال سلیقه عامه برای جذب مخاطب در تولید اثر هنری است اما ارتباط جامعه و هنر را کتمان نمی‌کند. او معتقد است که هنر راهی برای امید داشتن به دنیای بهتر است و همچون دیگر اعضای مکتب فرانکفورت^۲ بر وجه انتقادی هنر تأکید دارد. آدورنو هنر را ابزاری برای اصلاح تضادهای درونی جامعه و نقد ایدئولوژی مسلط می‌داند و با نگاه کالایی به هنر مخالف است. از همین روی هنر شادی‌آوری و سرگرم‌کننده را نقد می‌کند چرا که آن را بازتولید قدرت سرمایه‌داری و جلوه‌ای از صنعت فرهنگ^۳ می‌داند. او به همراه هورکهایمر^۴ معتقدند مفاهیمی که صنعت فرهنگ به انسان‌ها تحمیل می‌کند، موجب خنثی کردن تفکر است و پذیرش کلی نظام سرمایه‌داری را تقویت می‌کند. اثرات ایدئولوژیک صنعت فرهنگ آن قدر عمیق و گسترده است که

پیش‌تر به حضور تهیه‌کننده و سلبریتی در تئاتر ایران اشاره شد. لازم به ذکر است که در کنار این دو، عنصر دیگری نیز وجود دارد که حضور سلبریتی در تئاتر ایران را تحت تأثیر قرار داده است: سالن خصوصی. سالن خصوصی که در دنیا سالن مستقلی است که فارغ از نظارت‌های دولتی فعالیت می‌کند، در ایران همچون سالن‌های دولتی مجبور به اخذ مجوز از مرکز هنرهای نمایشی و اعمال سلیقهٔ داوران مربوطه است. پس از قید سانسور و قواعد موجود نیز آزاد نیست اما هیچ بودجه‌ای هم از دولت دریافت نمی‌کند. بی‌شک سالن‌های خصوصی در تولید نمایش بیشتر و به تبع آن جذب مخاطب بیشتر نقش مهمی ایفا کرده‌اند. سالن‌های خصوصی بر خلاف نمونه‌های دولتی صف‌های طولانی انتظار برای اجرا را ندارند و به جای روابط اداری، با روابط مالی کارها را پیش می‌برند. اما نکتهٔ حائز اهمیت در این میان همین مسئلهٔ مالی است. صاحب سالن برای ادارهٔ امور و حیات شغلی نیاز به تأمین هزینه‌ها و سود مالی دارد. در نتیجه همچون همتهای دولتی امکان نگرفتن هزینهٔ اجاره یا بستن قرارداد بر پایهٔ درصد فروش را ندارد. از همین رو با تعیین قیمت مشخص (چه گروه بتواند در فروش موفق باشد و چه نتواند) قرارداد همکاری را تبیین می‌کند. در این میان کارگردان که موظف خواهد بود تا هزینه‌ها را پرداخت کند، از ترس عدم اقبال در فروش، به دنبال تهیه‌کننده و بازیگر سلبریتی می‌رود و این‌گونه هنرمند نیز همچون مخاطب اختگی را تجربه می‌کند و این چرخه تکرار می‌شود.

اغلب با حضور سلبریتی در تولید تئاتر، از زمان تمرین کاسته شده و کیفیت اجرا پایین می‌آید. ضمن این که در بسیاری مواقع از خلاقیت نمایش نیز کم می‌شود و تنها معیار موفقیت نمایش حضور مخاطبان بیشتر است. چنان‌که در این اجراها برای جذب تماشاگر از تبلیغاتی مبتنی بر اعلام رکورد فروش استفاده می‌کنند. در این جا اثر هنری نه برای انتقال آگاهی و اعتراض به قدرت که برای مخاطب و جذب ثروت تولید می‌شود. می‌توان گفت کارگردان و عوامل نیز در این اجراها نقشی ابژکتیو دارند و پول تبدیل به سوژه‌ای می‌شود که سایرین در خدمت آن هستند.

چند اجرایی بودن سالن‌ها یکی دیگر از صدماتی است که بر نمایش وارد می‌شود. کارگردانی که به دلیل مناسبات مالی یک بار دست به استفاده از چهره در گروه زده است، باز به دلیل مناسبات مالی دیگر، در راستای چند اجرایی بودن سالن، مجبور به حذف دکور و وسایل صحنه می‌شود تا بتواند با گروه‌های دیگری که در سالن اجرا دارند به تفاهم رسیده و در کوتاه‌ترین زمان سالن را تحویل دهد. البته در اجراهای

همچون بحث صنعت فرهنگ قابل تعمیم به تئاتر است. طبق این نظریه سینما دارای ویژگی ایدئولوژیکی است. اندیشمندان فمینیست این نظریه معتقدند که تماشاگر سینما در جایگاه یک چشم چران قرار دارد (مالوی، ۱۳۸۲). درست است که در تئاتر با دوربینی که به ما بقبولاند کجا را، از کدام زاویه تماشا کنیم، مواجه نیستیم اما استفاده از بازیگر چهره دقیقاً از همان روش تبعیت می‌کند تا مخاطب را ترغیب به نگاه کردن به ابژه/ بازیگر کند. از منظر مخاطب نمایش سلبریتی محور، او در نقش سوژه و بازیگر در نقش ابژه قرار دارد. او می‌تواند خیره به تماشا بنشیند و در ازای پولی که پرداخته، سلبریتی مورد علاقه‌اش را نگاه کند. اما به راستی چنین مخاطبی می‌تواند سوژگی را تجربه کند؟

ژیژک^۱ در تحلیل مخاطبان پورنوگرافی به نکتهٔ حائز اهمیتی اشاره می‌کند. او می‌گوید بر خلاف باور رایج که دیگری (شخصی که روی پرده نشان داده می‌شود) تا حد ابژه‌ای برای لذت چشم‌چرانی سقوط می‌کند، ما باید بر این نکته تأکید کنیم که این خود تماشاگر است که عملاً جایگاه ابژه را اشغال می‌کند. سوژه‌های واقعی بازیگرانی هستند که روی پرده می‌کوشند تا ما را برانگیزند، در حالی که ما، تماشاگران، تا حد یک ابژه - نگاه می‌خکوب شده - نزول کرده‌ایم (ژیژک، ۱۳۹۸: ۲۲۰). این نظریه را می‌توان به مخاطبانی که تنها برای دیدن سلبریتی محبوب خود به تماشای تئاتر می‌نشینند، تعمیم داد. نگاه دارای دو وجه قدرت و سترونی است. نگاه در آن واحد هم به معنای قدرت است، زیرا ما را قادر می‌سازد بر وضعیت تسلط یابیم و جایگاه ارباب یا مهتر را اشغال کنیم. هم به معنای سترونی است و ما در مقام حاملان نگاه ناچاریم به ایفای نقش شاهدان منفعل تن دهیم. نگاه تجسم تمام و کمال ارباب سترون است (همان: ۱۵۰). در اجرای سلبریتی محور تماشاگر دقیقاً در جایگاه فرد سترون قرار می‌گیرد. برای او که از اساس به خاطر سرگرمی و تماشا آمده است، فرقی ندارد که از چه فرمی در اجرا استفاده شده است؟ چه رویدادی در صحنه رخ می‌دهد؟ و چه اندیشه‌ای در پس کار وجود دارد؟ هدف از چنین نمایش‌هایی هم نه اعتراض به شرایط و روشنگری که دقیقاً سرگرمی، درآمدزایی و اختگی مخاطب است و تماشاگر نه به عنوان سوژه‌ای که قرار است بیندیشد، که در مقام یک مشتری تعریف می‌شود. چنان‌چه *آدورنو* و *هورکهایمر* معتقدند این صنعت مصرف‌کنندگانی راضی ایجاد می‌کند که از هرگونه استعداد انتقادی در برابر سلطه و خدمت به نظام سرمایه‌داری و ایدئولوژی حاکم بر آن بی‌بهره هستند. هیچ تفکر مستقلی را نباید از تماشاگران صنعت فرهنگ انتظار داشت (مهدی‌زاده، ۱۳۹۶: ۱۹۴).

اکنون پس از آسیب‌شناسی برخی از مصائب تئاتر امروز ایران برای نشان دادن اندک نقاط امید، خوب است به یک مثال در باب هنر مؤلف که می‌تواند به زعم *آدورنو* «راهی برای امید داشتن به دنیای بهتر» باشد، اشاره شود.

محمد رضایی‌راد از جمله کسانی است که خاطر نقد سیستم تئاتر دولتی، به مدت چند سال در مراکز دولتی اجرا نرفت. او در این مدت در سالن‌های کوچک کمتر شناخته‌شده و خانه شخصی نمایش‌هایش را به روی صحنه برد و وقتی که دوباره به تولید نمایش در سالن‌های دولتی و بزرگ خصوصی پرداخت، باز هدف را تأمل مخاطب در تاریخ، ادبیات و قدرت قرار دارد. او نمایش‌هایش را با همکاری گروه خود *گروه تئاتر خانه* به روی صحنه برد. بی‌شک یکی از نشانه‌های تئاتر مؤلف پایبندی به گروه ثابت و مشخص است.

رضایی‌راد در فرشته تاریخ به زندگی، مبارزات و درگیری‌های ذهنی والتر بنیامین^۱، برتولت برشت^۲ و هانا آرنت^۳ پرداخت. در *دوشس ملفی* فساد ناشی از قدرت را نقد کرد و در *فعل* به بحث سرکوب و سانسور اشاره داشت. نکته حائز اهمیت این‌جا است که در *گروه خانه* شاهد حضور بازیگران مطرح سینما نیز هستیم. اما خبری از تبلیغاتی که تأکید بر حضور چهره داشته باشند، نیست. بازیگران عضو ثابت گروه هستند و در تمرینات طولانی شرکت دارند. رضایی‌راد در یکی از اجراهایش به جای تعیین قیمت بلیط از مخاطبان درخواست کرد که مطابق میل خود هر هزینه‌ای که در نظر دارند را به صندوق نمایش بپردازند. هدف از اجراهای او اندیشیدن است و مخاطب دعوت به چشم‌چرانی نمی‌شود. او پایبند به ماهیت انتقادی تئاتر است و به تازگی به خاطر اعتراض به حذف همکارانش، از اجرای نمایش «به گزارش زنان تروا» در تئاتر شهر سرباز زده است.

عظیم سلبریتی‌محور که گاه به جای سالن تئاتر در تالار هتل به روی صحنه می‌روند، چنین اتفاقی رخ نمی‌دهد. در این اجراها طراح آزادانه و به طور عظیم به صحنه‌آرایی می‌پردازد. چرا که این بار مناسبات مالی به گونه‌ای است که از پس مخارج اجرا بریبایند.

در دهه نود پیش از قبل شاهد بازتولید آثار نمایشی بوده‌ایم. چنان‌چه بسیاری از کارگردانان به جای خلق اثر جدید تنها دست به تغییر ترکیب بازیگران، اضافه کردن چهره‌های معروف و اجرای مجدد اثر خود زدند. پیش‌تر به اهمیت تولید انبوه در صنعت فرهنگ اشاره شد و در همین راستا می‌توان بازتولید را یکی دیگر از جلوه‌های صنعت فرهنگ در تئاتر به شمار آورد. به خصوص وقتی در اجرای مجدد کیفیت از اجرای پیشین پایین‌تر است و جای خالی ایده جدید و به روز شدگی اجرا دیده می‌شود. بی‌شک سد بازخوانی و بازبینی در روند به اجرا رفتن یک نمایش نیز از دیگر جلوه‌های اختگی هنرمند و نمایش به شمار می‌روند که از فاعلیت هنرمند می‌کاهد.

حال پس از بررسی نشانه‌های ابژکتیو در تئاتر امروز ایران به آن‌چه در ابتدای بحث به آن اشاره شد، باز می‌گردیم: ارتباط هنرمند و مخاطب که به واسطه اثر هنری شکل می‌گیرد. گفته شد که رابطه‌ای دیالکتیکی در این میان جریان دارد. اما وقتی این ارتباط سترون باشد، تنها به بازتولید اختگی و مرگ مداوم سوژه‌ها می‌انجامد. در این حالت هم هنرمند و هم مخاطب تبدیل به ابژه‌های بازی قدرت می‌شوند. بازی قدرتی که از سرمایه‌داری آغاز گشته و به سرکوب منتهی می‌شود. اگر با دقت بیشتری به این فرآیند توجه کنیم، درمی‌یابیم که این روند به مراتب قدرتمندتر از اعمال سانسور عمل کرده است. این تغییر چنان آرام شکل گرفته و در تاروپود اجراها تنیده که دیگر تبدیل به امری عادی و جزئی از بدنه تئاتر ایران شده است و کسی به آن معترض نیست. به واسطه اهمیت مناسبات مالی در جریان تولید اثر هنری، خود به خود از دغدغه‌مندی نمایش‌ها کاسته شده و بر زرق و برق و تبلیغات افزوده شده است. بلیت‌های نمایش هر روز گران‌تر می‌شوند و قشر مخاطبان تئاتر دچار تحول شده است. تئاتر امروز بسیاری از مخاطبین دانشجوی و فرهیخته‌اش را از دست داده و به جایش مخاطبین جدیدی به دست آورده که دیگر با نگاه انتقادی و پرسش‌گرایانه به تماشای اثر نمی‌نشینند. آن‌ها از ابتدا برای خیره شدن به سالن‌ها آمدند و در انتها هم نمایش باعث تحولی در دیدگاه‌شان نمی‌شوند. تئاتر که از دیرباز مأمونی برای اندیشه‌ورزی و مبارزه بوده، در اغلب اجراهای امروز تبدیل به مکانی برای گذراندن اوقات تبدیل شده است. آیا نمی‌توان ردپای قدرت را در تغییر مسیر تئاتر از اندیشه به تفریح جست؟

پی‌نوشت

منابع

۱. Theodor W. Adorno
۲. Frankfurt School
۳. Culture Industry
۴. Max Horkheimer
۵. لازم به ذکر است که این گزاره درباره تمام تهیه‌کنندگان صادق نیست. گاهی تهیه‌کننده که خود در مقام سلبریتی است، با هدف حمایت از گروه، به خصوص گروه‌های جوان و دانشجویی به گروه می‌پیوندد.
۶. منظور نمایش‌هایی هستند که در مقابل آثار هجو (تئاتر آزاد) قرار می‌گیرند.
۷. گاهی ضمن حضور بازیگر شناخته شده سینمایی، نمایش به دنبال جذب مخاطب عام و استفاده از حضور چهره برای فروش بیشتر نیست.
۸. Apparatous theory
۹. Slavoj Zizek
۱۰. Walter Benjamin
۱۱. Bertolt Brecht
۱۲. Hannah Arendt

- آدورنو، تئودور؛ هورکهایمر، ماکس. (۱۳۸۹)، دیالکتیک روشنگری، ترجمه مراد فرهادپور، تهران: نشر گام نو.

- ژیک، اسلاوی. (۱۳۹۸)، کژنگریستن، ترجمه مازیار اسلامی و صالح نجفی، تهران: نشر نی.

- مالوی، لورا. (۱۳۸۲)، «لذت بصری و سینمای روایی»، ترجمه فتاح محمدی، ارغنون، شماره ۲۳، ۷۱-۸.

- مهدی‌زاده، سید محمد. (۱۳۹۶)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: انتشارات همشهری.

