

مقطع تاریخی روایت می‌کنیم می‌توان گفت که قطعاً دکور، لباس و گریم بی‌تردید تاثیرگذار است و مطمئناً به چهره یا چهره‌های آدم‌هایی از این دست در آن دوره توجه و فکر شد. اما اختصاصاً در مورد خودم نیز گریم روی کاراکتری که بازی می‌کنم تاثیرگذار بوده و قطعاً در مورد استایل و فیزیک بنده و انتخاب نوع راه رفتن، برگشتن و ایستادن به همه این‌ها فکر شده است. زمان زیادی هم نیست که ما ابراهیم گلستان را از دست داده‌ایم و من هم پیش آمده که کتاب‌های ایشان را خوانده باشم و چند فیلمی که ساخته‌اند همینطور مصاحبه‌های متفاوتی که از ایشان باقی مانده و یک سری از عکس‌های جوانی ایشان را دیده‌ام. خب این هنرمندان افراد بسیار خوش پوش و خوش تیپی بودند و حتی اگر لباس‌های عادی بر تن داشتن عموماً بسیار مرتب می‌گشتند، به سر و وضع خودشان می‌رسیدند و تلاش می‌کردند بسیار شیوا و شمرده شمرده صحبت کنند و یک سری جذابیت‌های بصری خاص خودشان را داشته باشند و من هم در کاراکتر پردازی به این نکات دقت کردم.

وحید کریمی، تهیه‌کننده:

تئاتر با مخاطبش زنده و چراغش پرنور است

چطور شد که با این پروژه وارد همکاری شدید و چه چالش‌های داشتید؟

من محمد میرعلی اکبری را می‌شناختم و در چند اثر نمایشی که بر اساس نمایشنامه ایشان بود بازی کرده بودم و بعد از نمایش دایی سعید که در خانه هنرمندان اجرا رفت مرغ دریایی دومین نمایشی است که در مقام تهیه‌کننده با ایشان همکاری می‌کنم. من نگرش آقای میرعلی اکبری و این ایده ایرانیزه کردن چخوف را دوست داشتم بنابراین به این جمع بندی رسیدیم که این همکاری را داشته باشیم طبیعتاً با چالش‌های خاصی هم غیر از بحث و داستان هزینه روبرو بودیم. مثلاً در انتخاب بازیگران از آنجایی که یک سری از بازیگران از هنرجویان خود آقای میرعلی اکبری هستند چالشی در زمینه ترکیب این دو گروه بازیگران داشتیم، همینطور تغییر و تحولاتی که در چند روز پایانی تمرینات تار رسیدن به اجرا داشتیم که بخشی از چالش‌های این کار بودند.

در مقام تهیه‌کننده در زمینه تبلیغات چه چالش‌هایی سر راه دارید؟

از آنجایی که روی بحث تاثیرات تبلیغات کار کرده‌ام می‌توانم خدمتتان عرض کنم که اگر انتظار ما از خروجی تبلیغات، فروش بلیط باشد تبلیغات می‌تواند حدود ۳۰ درصد تاثیرگذار باشد و ۷۰ درصد دیگر مسئله در لایه‌های مختلف تبلیغات اتفاق می‌افتد. اصطلاحاً ما باید بلیط‌هایمان را در جای درست عرضه کنیم و بتوانیم مخاطب را جذب کنیم برای کار و این مسئله برای هر پروداکت تئاتری صدق می‌کند و اینکه هر روز تبلیغات داشته باشیم، کیفیت تبلیغات مان بالا باشد یا اینکه چهره داشته باشیم موید این نیست که می‌توانیم مخاطب جذب کنیم. در خوشبینانه‌ترین حالت این تبلیغات ۴۰ درصد تاثیر دارد و ۶۰ درصد دیگر آن به خود مارکتینگ و بازاریابی که کم‌کم وارد بحث تئاتر نیز شده است بستگی دارد. یعنی عرضه بلیط‌های تئاتر به صورت تجمعی و گروهی به جاهایی که از پیش مخاطب‌شناسی و تایید شده باشد. تیم تهیه مشخص می‌کند که مخاطب اثر کجاست و بلیط را آنجا عرضه می‌کند تا بتواند مخاطب را جذب کند در واقع تاثیر اینکه ما تبلیغات بمبارانی داشته باشیم، در فضای مجازی به صورت بمبارانی در تمام صفحاتی که ویوی زیادی دارند تبلیغ کنیم یا بیلبورد استفاده کنیم یا چیزهای دیگر نهایتاً ۴۰ درصد است و ۶۰ درصد باقیمانده این است که شما در حقیقت بلیط تئاتر تان را که به عنوان یک پروداکت به آن نگاه می‌کنید بتوانید به بازار هدف‌تان عرضه کنید و بفروشید. ما با این مسائل روبرو بوده‌ایم که اثری با کست مشخص نتوانسته فروش داشته باشد اما با همان کست و تغییری راهکاری که تیم تهیه و تولید در نظر گرفته کار به فروش رسیده و این خودش موید آن است که ما برای فروش بیشتر و جذب مخاطب بیشتر خودمان باید به سراغ مخاطب برویم نه اینکه صرفاً تبلیغات انجام بدهیم و منتظر باشیم تا از تیوال مثلاً تک به تک این مخاطبان به سمت نمایش بیایند و واقعاً باید روش‌های مارکتینگ و بازاریابی را در تئاتر به صورت علمی و کاربردی اضافه کرد.

سخن پایانی

من از مخاطبان محترم رسانه شما دعوت می‌کنم که تئاتر ببینند. حالاً نه فقط تئاتر! تئاتر هنر شریفی است و چراغ تئاتر با مخاطب روشن است یعنی روزهایی که ما سالن‌مان پر است به نسبت روزهایی که سولداوت نشده‌ایم و کمتر مخاطب داریم کاملاً در روحیه بچه‌ها و گروه تاثیر می‌گذارد و تئاتر به مخاطبش زنده و چراغش پرنور است.



اهای سوخته

موقعیت‌هایی قرار داده که آن چیزی که باید نشده است. بی‌تعارف بگویم اصولاً بسیاری از هنرمندان و افراد مستعد در تاریخ سینما و تئاتر این مملکت بوده‌اند که به همین دلایل به آنچه که باید نرسیده‌اند و دچار غرور و تکبری شده‌اند که اتفاقاً آنها را از رسیدن به آن نقطه اصلی ماجرا روز به روز دور و تبدیل به آدم‌های نرسیده کرده است. اسماعیل شبستان نیز فرد بی‌سوادی نیست و همانطور که در نمایشنامه اشاره می‌شود کتاب چاپ کرده و در مجله اطلاعات هفتگی عکسش کار شده ولی در درونش می‌داند که آن چیزی نیست که باید می‌شده و این مسئله، یک هنرمند را از درون ویران می‌کند چرا که هنرمند دوست دارد به آنچه که باید برسد ولی وقتی این اتفاق نمی‌افتد و روز به روز خودش را نرسیده‌تر می‌بیند، آشفته و ویران می‌شود و ممکن است یک جایی دست به ارتکاب عمل یا عمل‌هایی بزند که پایانش منجر به از دست دادن جانش شود. ما در طول تاریخ هنری‌مان با این گونه اتفاقات روبرو بوده‌ایم. در این نمایشنامه چندین بار از عباس نعلبندیان سخن به میان می‌آید، هنرمندی بسیار منحصر به فرد و ویژه که در نهایت خودش پایان خود را رقم می‌زند. بله این کاراکترها هنرمند هستند، هنر را می‌فهمند اما چون آنچه که باید نشده‌اند قطعاً به نقطه‌ای می‌رسند که دست به عمل یا عمل‌هایی می‌زنند که نباید. ما در پایان نمایش «مرغ دریایی» با چند دیالوگ فلش‌فوراردی داریم به هفت سال آینده اسماعیل شبستان، آینده‌ای که شبستان در آن یک پناهنده شده است.

فیزیکی بدنی که شما برای کاراکتر اسماعیل شبستان انتخاب کرده‌اید ناخودآگاه یادآور ابراهیم گلستان است. آیا این انتخاب تعمداً بوده یا بیشتر به خاطر گریم چنین ذهنیتی در مخاطب ایجاد می‌شود؟

در مورد نمایش «مرغ دریایی» از آنجایی که ما نمایشنامه را در یک

اینجا در نمایشنامه محمد میرعلی اکبری می‌بینند چرا که بسیار دقیق نوشته است بنابراین مخاطب می‌فهمد که گیتی وفايي اینجا یکی از کاراکترهای نمایشنامه مرغ دریایی چخوف است همینطور متوجه می‌شوند که اسماعیل شبستان این نمایشنامه، تریگورین مرغ دریایی چخوف است اما محمد بر مبنای آنها می‌نویسد به همین دلیل این نوشتن به صورت دقیق اتفاق می‌افتد.

اما فکر می‌کنم در کاراکتر پردازی بیشتر همان کاراکتر منحصر به فردی که نویسنده خلق کرده و ویژگی‌هایی که برای خود شبستان نوشته شده را بیشتر مد نظر قرار داده‌اید.

بله قطعاً آن چیزی که محمد میرعلی اکبری خلق کرده را ایفا کردم یعنی من برای این ماجرا به دنبال این نرفتم که بدانم تریگورین چگونه بود، بلکه سعی کردم اساساً او را فراموش کنم و فقط این را در نظر می‌گیرم که این نمایشنامه بر مبنای آن اثر نوشته شده و قطعاً من بر مبنای کاراکتری که نویسنده خلق کرده پیش‌رفتم و سعی کردم آنچه که درک و دریافت خودم از اسماعیل شبستان بوده است را پیاده کنم.

ما دو بعد متفاوت از شبستان را روی صحنه می‌بینیم در بسیاری از لحظات نمایش او فردی منطقی، خونسرد و با اعتماد به نفس به نظر می‌آید و هر چه به پایان نزدیک می‌شویم این تصویر در هم می‌شکند و با وجه شکسته درون هنرمند آشنا می‌شویم. وجه هنرمند بودن این کاراکترها شاید بخشی است که باید بیش از همه مورد نظر قرار بگیرد.

ممنون از شما بخاطر اینکه خوب دیده‌اید و کاملاً هم درست می‌فرمایید. مسئله سر این است که اسماعیل شبستان یک رمان نویس تازه مطرح شده است. او واقعاً نویسنده است و بسیار خواننده، دیده و با سواد است اما یا مسیر را غلط رفته و یا دست تقدیر و روزگار او را در