

مدیریت فرایند طراحی صحنه در تئاتر

توسعه مفهوم

راهنمای عملی برای طراحان صحنه تئاتر

پیام فروتن

استادیار دانشکده هنرهای نمایشی و موسیقی دانشکده تهران

بر اساس کتاب مدیریت فرایند طراحی نوشته تری لی استون

www.ketab.ir

سرشناسه : فروتن، پیام، ۱۳۵۲
 عنوان و نام پدیدآور : مدیریت فرایند طراحی صحنه در تئاتر / نویسنده پیام فروتن.
 مشخصات نشر : تهران: انتشارات فرگام (پازل ایران)، ۱۳۹۶.
 مشخصات ظاهری : ۱۲۶ ص.: مصور (رنگی)، جدول (رنگی).
 شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۹۱۸۲-۷۱-۱ : ۹۷۸-۹۶۴-۹۱۸۲-۷۱-۱
 وضعیت فهرست نویسی : فیپا
 موضوع : تماشاخانه ها -- صحنه آرایی و دکور
 موضوع : Theaters -- Stage-setting and scenery
 موضوع : تماشاخانه ها -- اجرای صحنه
 موضوع : Theaters -- Dramatic production
 رده بندی کنگرد : ۱۳۹۶ ۴۳ ف ۳ ص / ۲۰۹۱ PN
 رده بندی دیویی : ۷۰۰/۰۲۵
 شماره کتابشناسی ملی : ۹۲۰۳۶

مدیریت فرایند طراحی در صحنه تئاتر

نویسنده: پیام فروتن

مدیر هنری: میلاد قلیچ

طراحی صفحات: کانون آگهی و تبلیغاتی ارتباط تصویر پاسخ

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

بهاء: ۹۰۰۰۰ تومان

www.koofaprint.ir

چاپ و صحافی: مجتمع چاپ و گرافیک کوفای

انتشارات فرگام

شاید در میان رشته های هنری، طراحی صحنه جزء حوزه هایی باشد که کمترین میزان آثار تألیفی را به خود اختصاص داده باشد. تعداد کتاب هایی که سبک های طراحی صحنه را توضیح داده باشند، درباره چگونگی فرایند صحنه پردازی صحبت کرده باشند یا تجارب هنرمندان این عرصه را به صورت مکتوب در دسترس مخاطبان قرار داده باشند، بسیار بسیار اندک است. آنچه مسلم است، طراحی صحنه یک میدان عملگرا است و تبدیل چهارچوب های عملی به نظام نظری و آموزشی بسیار مشکل است. با این حال باید توجه داشت طراحی صحنه یک هنر/علم بینا رشته ای است. صحنه پردازی، پل میان هنرهای تجسمی و معماری از یک سو و هنرهای نمایشی از سویی دیگر است. بدین ترتیب می توان با استفاده از تجربه ها و قواعد رشته های دیگر، سامانه های نظری متنوع طراحی صحنه را نیز تدوین کرد. شخصا در یکی از کتاب های پیشین خود تحت عنوان راهبردهای اساسی طراحی صحنه، با نگاهی خاص به تحلیل و روش شناسی در معماری، چنین رویکردی را تجربه کرده ام. استفاده از نظریات معماری لوکوربوزیه و گریوز توانست چهارچوب هایی برای صحنه پردازی به وجود آورد. در تجربه اخیر خود یعنی همین کتاب مجدداً به سمت چنین رویکردی حرکت کرده ام. تری لی استون (Terry Lee Stone) در کتاب خود تحت عنوان مدیریت فرایند طراحی، توسعه مفهوم (Managing the Design Process, Concept Development) اختصاصاً به حوزه گرافیک و تجربه های مختلف در این عرصه پرداخته است. زمانی که کتاب استون را مطالعه کردم، محتویات آن را بسیار به فضای کاری و حرفه ای طراحی صحنه نزدیک دیدم. بدین ترتیب تصمیم گرفتم با تغییراتی عمده، شکلی جدید به این کتاب ببخشم و آن را با مولفه های صحنه پردازی هماهنگ کنم. در همین راستا برخی اصطلاحات کلیدی را تغییر دادم، معنای دیگری از مشتری و مخاطب ارائه کردم و کلیه مثال های حوزه گرافیک را به نمونه ها و تجارب طراحی صحنه تغییر دادم. در ذکر مثال های تئاتری و طراحی صحنه تلاش کردم تا تنها از تجربه های حرفه ای خودم استفاده نکنم، تا هم به انتقال بهتر مفهوم مورد نظر کمک کرده باشم و هم شائبه ای در میان همکاران خود به وجود نیآورم.

خواننده این کتاب در مواجهه با برخی مفاهیم ممکن است درگیر پرسش های حرفه ای متعددی شود. پرسش هایی که در این کتاب ساز و کار حرفه ای تئاتر ما چندان با پاسخی قانع کننده روبرو نشود. کاملاً درست است که کتاب حاضر فعالیت حرفه ای را در فضایی حرفه ای تشریح می کند. حال آن که به شدت معتقدم ساز و کار تئاتر حرفه ای ما فرسنگ ها با قواعد و چهارچوب های تئاتر حرفه ای کشور های توسعه یافته فاصله دارد. به عبارت دیگر این کتاب و بخش های عمده ای از آن به "آنچه که باید باشد" می پردازد؛ نه "آنچه که هست" اگرچه در جای جای کتاب تلاش کرده ام تا بسیاری از مفاهیم فرایند طراحی صحنه و مدیریت آن را در بستر آنچه که هست تشریح کنم. با این حال باز ادعا کرد کتاب حاضر، کتابی علمی و آکادمیک است و خیلی نمی توان از حوزه منطق حرفه ای طراحی صحنه تئاتر خارج شد. ضمن آن که گرایش بیش از حد به موانع و مسائل ظاهراً حرفه ای تئاتر ما - و در حقیقت به شدت آماتوری - می توانست شکل و شمایل کتاب حاضر را به سمتی بی غر زدن از شرایط موجود پیش ببرد. مسئله ای که سعی کرده ام از نزدیک شدن به آن خودداری کنم.

کتاب حاضر را مدیون تری لی استون هستیم. با کتاب موشکافانه و علمی وی. در این جا لازم می دانم مراتب تشکر خود را از او اعلام کرده؛ برای اطلاع خوانندگان، شرح کوتاهی درباره این مدیر هنری، نویسنده و پژوهشگر امریکایی ارائه کنم:

تری لی استون، با آدامز موریکا (AdamsMorika)، مارگو چیس دیزاین (Margo Chase Design) و بسیاری دیگر از چهره ها و موسسات کار کرده است. از جمله مشتریان طراحی های وی می توان به گروه بی ام دبلیو (BMW Group)، دیزاین ورکس ایالات متحده امریکا (DesignworksUSA)، ادوبی (Adobe Syatems)، امریکن اکسپرس (American Express)، یو اس سی (USC) و جشنواره فیلم ساندنس (Sundance Film Festival) اشاره کرد. او در دانشگاه ها و مراکزی همچون کل آرتس (CalArts)، کالج مرکز هنر طراحی (Art Center College of Design) و کالج هنر و طراحی اتیس (Otis College of Art and Design) تدریس کرده است. از دیگر کتاب های او می توان به همکاری در نگارش کتاب کار طراحی نشان (The Logo Design Workbook) (۲۰۰۸) و نگارش کتاب کار طراحی رنگ (The Color Design Workbook) (۲۰۰۶) اشاره کرد.

فصل دوم

اهداف بزرگ

۳۱

- ۳۲ ■ تاثیر و طراحی صحنه در جهان همواره روبه تغییر
- ۳۲ ■ طراحی صحنه اهداف را تضمین می کند
- ۳۳ ■ هفت نقطه تلاقی طلایی شغلی
- ۳۳ ■ طراحی
- ۳۴ ■ پرسنل
- ۳۴ ■ روابط اجتماعی
- ۳۴ ■ ارتقاء
- ۳۶ ■ تبلیغات
- ۳۸ ■ فروش
- ۴۰ ■ ارتباطات
- ۴۰ ■ انتقال ارزش ها
- ۴۱ ■ تفکر طراحی
- ۴۲ ■ طراحی صحنه از گفت و گوهای داخلی حمایت می کند
- ۴۲ ■ قابلیت های ذاتی طراحی صحنه
- ۴۳ ■ جهانی سازی
- ۴۳ ■ طراحی صحنه و مسئولیت اجتماعی
- ۴۴ ■ سنجش طراحی
- ۴۸ ■ معیارهای سنجش
- ۴۸ ■ سه خط نهایی و توسعه پایدار
- ۴۹ ■ ایستگاه بزرگترین سرمایه گذاری در طراحی صحنه
- ۵۰ ■ طراحی صحنه تجربی
- ۵۱ ■ لحظه خلاقیت و آفرینشگری

مقدمه

- ۸ ■ مدیریت طراحی
- ۸ ■ هدایت طراحی
- ۹ ■ ویژگی های مدیران در برابر رهبران
- ۱۰ ■ چگونگی استفاده از این کتاب
- ۱۱ ■ مدیریت فرایند طراحی صحنه
- ۱۲ ■ فرایند طراحی صحنه
- ۱۲ ■ کشف
- ۱۳ ■ معنا سازی
- ۱۴ ■ گسترش
- ۱۵ ■ ارائه

فصل یکم

توانایی عملی آفرینشگری

- ۲۱ ■ اهمیت طراحی برای مخاطب اثر
- ۲۳ ■ تبیین نقش قدرت طراحی صحنه
- ۲۵ ■ طراحان صحنه چگونه کار می کنند؟
- ۲۵ ■ جریان ایده یابی در طراحی صحنه
- ۲۶ ■ مشارکت با یک جریان کاری انفرادی
- ۲۶ ■ جریان گروه طراحی
- ۲۷ ■ شیوه های برقراری ارتباط بهتر میان طراح صحنه و کارگردان
- ۲۸ ■ انتخاب یک طراح صحنه

طراحی صحنه پژوهش محور

۵۳

- روش های تحقیق
- پژوهش سنتی در حوزه بازار
- پژوهش قوم نگارانه
- پژوهش میدانی بر اساس نظر مخاطبان
- پژوهش کلاسیک در حوزه طراحی
- پژوهش ترکیبی
- تمرکز پژوهش بر طراحی صحنه
- مولفه های کلیدی برای انتخاب شیوه تحقیق و بررسی
- شیوه های توجه به پژوهش
- پژوهش تصویری
- پژوهش در طراحی صحنه بخشی از تفکر برتر طراحی است
- دلایل عدم موفقیت در فرایند تحقیق و بررسی
- سه راهبرد مفید در عرصه پژوهش
- مصاحبه
- بررسی و برآورد
- مشاهده
- تعریف مخاطب: از آمار تا قوم نگاری
- هویت، فرهنگ و تجربه
- قوم نگاری
- فرایند پژوهش قوم نگارانه
- کشف و شناسایی کارگردان: روانشناسی
- دستاوردها و منافع استفاده از مطالعات روانشناسانه
- معایب و آسیب های استفاده از مطالعات روانشناسانه
- ارزش ها و دسته بندی ها در روش و شیوه زندگی
- ایجاد واسطه های حرفه ای
- بی خدایی در عرصه فعالیت های هنری
- مخرج مشترک

تفکر راهبردی

۶۹

- طراحی و راهبرد
- راهبرد، موضوعی درباره تفاوت ها است
- قوانین ارزش
- راهبرد طراحی چیست؟
- طراحی صحنه به مثابه ابزار تجارت راهبردی
- محتوای راهبرد طراحی چیست؟
- عوامل موثر بر راهبرد طراحی صحنه
- راهبردهای کارگردان
- راهبردهای مخاطب
- توسعه راهبرد طراحی
- مدیریت راهبرد زیبایی شناسی
- ارزیابی راهبرد طراحی
- بیان راهبرد طراحی
- اشتباهات رایج در راهبرد طراحی

فصل پنجم

ریسک پذیری آگاهانه

۸۳

- مواجهه با ریسک های خلاقانه
- ریسک پذیری دلگرم کننده
- ریسک
- در پی متزلزل
- شعبه وری
- برخی شیرهای گنج ریسک در کنش خلاقانه مبتنی بر ریسک
- راهبرد فتح دیوانه خانه
- طراحی خلاقانه به جای ریسک حساب شده است
- اهمیت رهبری کارگردان
- ارائه ایده های بر ساخته از ریسک

فصل هشتم

یادداشت مختصر طراحی

۹۳

- چه چیزهایی باید در یادداشت مختصر طراحی درج شود؟
- تماس منفی در فقدان یادداشت مختصر طراحی
- چگونه می توان یک یادداشت مختصر طراحی تهیه کرد؟
- ده مولفه مهم که باید در یادداشت مختصر طراحی درج شود
- مدیریت تهیه یادداشت مختصر طراحی
- یادداشت مختصر طراحی در برابر یادداشت معیارهای طراحی
- مشتریان یادداشت مختصر طراحی چه کسانی هستند؟
- حرکت بر مدار فقدان یادداشت مختصر طراحی

۱۰۰

فصل هشتم

مدیریت انتظارات و درخواست ها

۱۳۱

- چگونه می توان انتظارات و درخواست های کارگردان را مدیریت کرد؟
- تعامل با کارگردان به معنای شناخت نیازها و انتظارات است
- رضایتمندی کارگردان
- چهار تمرین برای مدیریت موفق انتظارات کارگردان
- ارتباطات و مدیریت طراحی
- به رسمیت شناختن مدیریت طراحی صحنه
- معنای یک ارتباط خوب چیست؟

۱۳۵

فصل هفتم

زیبایی شناسی در طراحی صحنه

۱۰۳

- زیبایی شناسی چیست؟
- زیبایی شناسی طراحی صحنه
- عدم اصرار بر اولویت های شخصی
- زیبایی شناسی جهانی
- طراحی صحنه خوب از دلپذیر بودن فراتر می رود
- حقایق در زیبایی شناسی
- اجزاء زیبایی شناسی
- مولفه های زیبایی شناسی
- نقشه زیبایی شناسی
- رهیافتی برپویایی (دینامیک) زیبایی شناسی در طراحی صحنه
- کلید پرسش های زیبایی شناسی
- سنجش انتخاب های مبتنی بر زیبایی شناسی
- به کارگیری کارگردان در مقام شریک طراحی صحنه
- راه را بر رویدادهای منفی ببندید
- بازخوردهای مورد نیاز
- نقد طراحی صحنه
- اخذ تاییدیه ایده های زیباشناسانه
- مدیریت صدا

۱۱۹

مدیریت طراحی

فرایند هماهنگ سازی و هدایت منابع و مآخذ طراحی صحنه، به منظور دستیابی به ابژه ای (ایده ای) پایدار و شکل گرفته.

هدایت طراحی

فرایند استفاده از طرح، به عنوان ابزاری مدیریتی، برای تعیین و رسیدن به اهداف راهبردی یک اجرای نمایشی.

با توجه به این تعاریف، هنگامی که طراحی صحنه از ویژگی‌های شهودی بیشتری برخوردار می‌شود، مدیریت طراحی نیز نظام تاکتیکی بیشتری به خود می‌گیرد. هدایت و رهبری طراحی صحنه، مشکلات طرح را چهارچوب بندی کرده و راه حل‌های مربوط به آن را به عنوان اهداف اصلی مد نظر قرار می‌دهد. این به آن معنی است که پژوهش و بررسی ورودی‌های اطلاعاتی، تجزیه و تحلیل آن‌ها و در نهایت گسترش یک راهبرد یا راه حل مفهومی، می‌تواند به عنوان هدایت و رهبری فرایند طراحی صحنه منظور شود.

مدیریت طراحی صحنه، این روش را تعریف کرده و خود را در معرض کشف راه حل‌های تازه‌ای به منظور حل و فصل معضلات و پرسش‌های متعدد فرایند صحنه پردازی قرار می‌دهد. هدایت طراحی، جسارتی خلاق و تفکری غیر سنتی می‌طلبد. مدیریت طراحی، نیازمند نقشه‌ای روشنمند و تمریناتی دقیق و موشکافانه است.

هر پروژه طراحی صحنه در مراحل مختلف طراحی، نیازمند به کارگیری روش‌ها و فعالیت‌های مختلف است. این کتاب عمدتاً بر روی مدیریت و رهبری فرایند گسترش ایده‌ها، مفاهیم و نقشه‌ها تمرکز می‌کند.

این کتاب به چگونگی تحت کنترل درآوردن قدرت طراحی صحنه در حوزه‌های عملی و اجرایی می‌پردازد. برای درک روش‌های کاری این فرایند لازم است زبان تازه‌ای را به مثابه ابزار و تکنیک فرا گرفت و به مدیریت طراحی و هدایت مفاهیم آن توجه کرد. بی تردید طراحی صحنه و فرایند آن از یک ایده مجرد آغاز می‌شود، گسترش می‌یابد و شکل نهایی خود را به دست می‌آورد. آدرین لوبل (Adrian Lobel)، طراح صحنه آمریکایی به این ایده مجرد، ایده عالی و برتر (Great Idea) می‌گوید و معتقد است زمان کشف ایده عالی، هنگام شکل‌گیری بنیان طراحی صحنه یک اثر است. در این میان بسیاری عناصر و مولفه‌ها بر فرایند صحنه پردازی "از زایش ایده تا اجرا بر روی صحنه" تاثیر می‌گذارند. از انگاره‌های ذهنی و تصویری طراح و کارگردان گرفته تا عوامل سخت افزاری و فیزیکی همچون بودجه، مکان اجرا، سالن و ...

این کتاب به طراحان و علاقمندان صحنه پردازی کمک می‌کند در بستری از واژه‌های تازه و راهبردهای کلیدی، مرزهای ایده‌یابی و گسترش آن را به واقعیات جاری در فرایند اجرایی طراحی صحنه نزدیک سازند. به عبارت دیگر طراحان صحنه بتوانند ایده‌ها و طرح‌های خود را مدیریت کرده و به سرانجامی مطلوب و کاملاً اجرایی برسانند. در این میان و قبل از هرچیز لازم است دو عبارت کلیدی را تعریف و تبیین کرد:

طراحی صحنه (افشردۀ مباحث)

