

## تئاتر بر صحنه رسانه‌ها

در چند سال گذشته با راه‌اندازی صفحه تخصصی تئاتر در بسیاری از روزنامه‌ها و نشریات هفتگی و ماهانه و توجه روز افزون رسانه‌های دیداری و شنیداری به این هنر در ایران، آثار نمایشی روی صحنه نیز با استقبال بهتر و بیشتر مخاطبان روبه‌رو شده‌اند...



در چند سال گذشته با راه‌اندازی صفحه تخصصی تئاتر در بسیاری از روزنامه‌ها و نشریات هفتگی و ماهانه و توجه روز افزون رسانه‌های دیداری و شنیداری به این هنر در ایران، آثار نمایشی روی صحنه نیز با استقبال بهتر و بیشتر مخاطبان روبه‌رو شده‌اند. تئاتر که در همه جای دنیا هنری برای خواص به شمار می‌آید، بی‌پشتیبانی روزنامه‌ها و رادیو و تلویزیون نمی‌تواند ارتباطش را با توده مردم گسترش دهد و از لاک خود به در آید. نمایش، هنری است که اگر چه سخت‌تر از سینما و موسیقی با مخاطب عام پیوند برقرار می‌سازد، اما در صورتی که بتواند جامعه را با زیربنای فرهنگی و هنری و ساختارش آشنا کند، مشتریانی پر و پا قرص برای خود پیدا خواهد کرد. به عبارت دیگر، کشاندن مردم به سالن‌های نمایش اگر چه سخت است، اما کسانی که علاقه‌مند شوند، دیگر به این راحتی‌ها از آن دل نمی‌کنند. به منظور بررسی شرایط و چگونگی ارتباط تئاتر ایران با رسانه‌ها، به سراغ تعدادی از هنرمندان و مدیران این عرصه رفته‌ایم و از زوایای گوناگون به این مساله نگاه انداخته‌ایم.

### فرهنگ‌سازی رسانه‌ها

حسین پارسایی که همین چند روز پیش از مرکز هنرهای نمایشی به بنیاد رودکی اسباب کشی کرد، با اشاره به این که جامعه و مطبوعات از هم تاثیر می‌گیرند، می‌گوید: تعامل خوانندگان با مطبوعات و دیگر رسانه‌ها یک فرآیند جریان‌ساز و فرهنگ‌ساز است و انسان را به بینش تازه‌ای در عرصه تئاتر می‌رساند. وی از سویی دیگر نیز به ماجرا می‌نگرد و تاکید می‌کند: در سطوح مدیریتی نیز نگاه تیزبین منتقد و نویسنده می‌تواند یک مدیر و مجموعه تحت نظارت او را به چالش کشیده و با نقد صحیح موجب اصلاح آن شود. انعکاس تمام‌نمای زشتی‌ها و زیبایی‌ها می‌تواند یک مدیر را در حوزه مسوولیتش متعهد، وفادار و پاسخگو نگه دارد و با نقد و پیشنهادهایش او را به تعالی برساند. مدیرعامل بنیاد رودکی ادامه می‌دهد: خوشبختانه بسیاری از روزنامه‌نگاران فعال در عرصه تئاتر خودشان تحصیلکرده نمایش هستند و به اصطلاح خم و چم کار را می‌شناسند و از این رو در چند سال گذشته توانسته‌اند این هنر را به مردم معرفی کنند. حسین مسافرآستانه، مدیرکل جدید اداره تئاتر ارشاد هم درباره نقش رسانه‌ها در پیشبرد اهداف کلان و خرد هنرهای نمایشی می‌گوید: خبرنگاران این توانایی را دارند که مشکلات و معضلات تئاتر کشور را پیدا و آنها را در معرض دید مسوولان قرار دهند. در واقع آنان چشم‌ها را به روی واقعیت‌ها می‌گشایند. این کارگردان تئاتر می‌افزاید: منتقدان، دیگر گروه از اصحاب قلم هستند که با محک زدن آثار اجرا شده و ارزیابی صادقانه آنها می‌توانند به پیشرفت هنری تئاتر کشور شتاب بخشند. مسافرآستانه با تاکید بر این‌که در سمت مدیریت مرکز هنرهای نمایشی، پذیرای نظر روزنامه‌نگاران خواهد بود، ادامه می‌دهد: مطبوعات با نقدمنصفانه خود در واقع همکار مدیران هنری هستند و نباید تصور کرد که آنها در مقابل هم قرار دارند.

### رابطه پیچیده هنرمند و خبرنگار

رابطه هنرمندان و اصحاب مطبوعات در همه جای دنیا پیچیده است. این را کیومرث مرادی، کارگردان تئاتر می‌گوید و ادامه می‌دهد: اگر هنرمند و خبرنگار و منتقد بر اساس اصول حرفه‌ای کار کنند، کمترین اصطکاک به وجود می‌آید. مشکل وقتی شروع می‌شود که برخی از هنرمندان توقع بیجا پیدا می‌کنند یا منتقدان و خبرنگاران بر اساس سلیقه یا حب و بغض در برابر اثری واکنش نشان می‌دهند.

وی می‌افزاید: با تمام این پیچیدگی، یکی از حوزه‌هایی که به لحاظ کاربردی در کنار تئاتر وجود دارد و علاوه بر تاثیرگذاری، نقش همجواری و همگامی را با این هنر ایفا می‌کند، مطبوعات است.

این کارگردان درباره تاثیر رسانه‌ها بر تئاتر در سال‌های گذشته می‌گوید: رسانه‌ها در این سال‌ها همواره نقش هشداردهنده و مثبتی داشته‌اند و با پوشش‌های بجا در موضوع‌هایی چون بودجه گام‌های موثری برداشته‌اند.

مسعود دلخواه، مدرس و کارگردان تئاتر هم در این باره می‌گوید: رسانه خوب باید 3 ویژگی داشته باشد. نخست حقیقت‌گو باشد، دوم آن که با کیفیت بالا ارائه شود و سوم این که تند و سریع نسبت به اتفاقات واکنش نشان دهد و نگذارد گرد زمان بر آنها بنشیند. او تأکید می‌کند: تحصیل در رشته تئاتر، علاقه‌مندی به کار رسانه‌ای، سرعت عمل، رعایت اخلاق حرفه‌ای و تأمین مالی از مهم‌ترین عواملی است که باعث می‌شود یک خبرنگار یا منتقد هنرهای نمایشی در کارش موفق شود.

بهروز غریب‌پور، کارگردان اپراهای عروسکی مولوی، عاشورا، مکبث، رستم و سهراب با تأکید بر نقش خبررسانی رسانه‌ها در عرصه تئاتر می‌گوید: در آخرین کاری که روی صحنه بردم، پوشش خوب خبری مطبوعات و رادیو و تلویزیون باعث شد تا مردم مشتاق شوند و برای دیدن اپرای مولوی از چند هفته قبل بلیت‌ها را پیش خرید کنند. این نشان می‌دهد که هنر تا چه اندازه نیازمند و مدیون خبرنگاران است.

وی با این حال هشدار می‌دهد: اما نباید فراموش کرد که اطلاع‌رسانی تنها وظیفه رسانه‌ها نیست و تحلیل و نقد آثار هنری نیز باید جدی‌تر از گذشته دنبال شود؛ چرا که هرچه مخاطب فهم‌تری داشته باشیم، به همان میزان هنر ما نیز رشد پیدا می‌کند.

افزایش بودجه تئاتر با حمایت مطبوعات

روابط عمومی نهادها و اداره‌ها اولین جایی است که خبرنگاران مطبوعات و دیگر رسانه‌ها با آن سر و کار دارند و این در حوزه تئاتر نیز صدق می‌کند. برای همین پای صحبت‌های یک مدیر روابط عمومی با سابقه نشستیم که سال‌هاست در مراکز و نهادهای گوناگون تئاتر قبول مسوولیت کرده است.

محمد بهرامی که بیش از 10 سال در روابط عمومی تئاتر شهر مسوولیت داشت و اینک مدیر روابط عمومی خانه تئاتر است، درباره نقش مطبوعات در پیشبرد اهداف هنرهای نمایشی کشور می‌گوید: یکی از خدمات رسانه‌ها به تئاتر این است که با توجه و پیگیری آنها بودجه هنرهای نمایشی کشور در چند سال گذشته به طور مرتب افزایش یافته که ناشی از آگاهی مسوولان و مدیران اداری و فرهنگی کشور به اهمیت این هنر است.

وی مخاطبان رسانه‌ها در عرصه تئاتر را به 3 گروه مردم، مسوولان و هنرمندان تقسیم می‌کند و می‌افزاید: روزنامه‌نگاران، خبرنگاران و منتقدان باید خوراک فرهنگی و رسانه‌ای متناسب با هر یک از این مخاطبان را تهیه کنند و به خاطر داشته باشند که هر جا نقص، ضعف و کژی یا نقطه مثبتی دیدند، آن را بی‌کم و کاست بازگو کنند.

بهرامی، مهم‌ترین کاستی کار رسانه‌ای در تئاتر کشور را وابستگی بیش از اندازه خبرنگاران به روابط عمومی‌ها می‌داند و می‌گوید: متأسفانه رسانه‌های ما در تهیه خبر بشدت وابسته به روابط عمومی‌ها هستند که همین موضوع از استقلال کاری آنها کم می‌کند. این در حالی است که یافتن یا تحلیل خبر که مهم‌ترین وظیفه مطبوعات به شمار می‌آید، متأسفانه کم‌رنگ شده است. آنچه از گفته هنرمندان، کارشناسان و مدیران فرهنگی برمی‌آید این است که کارنامه رسانه‌های مکتوب، دیداری و شنیداری کشور در حوزه هنرهای نمایشی قابل قبول بوده و به‌خوبی توانسته بر ارتقای سطح اداری، مالی و هنری تئاتر کشور بیفزاید.

مرجان توجهی  
جام‌جم