

بررسی حضور فعالان شبکه مجازی در برجسته‌سازی نمایش‌های تئاتر

اینستاگرام و خط‌وربط‌های تئاتری



احسان زیور عالم

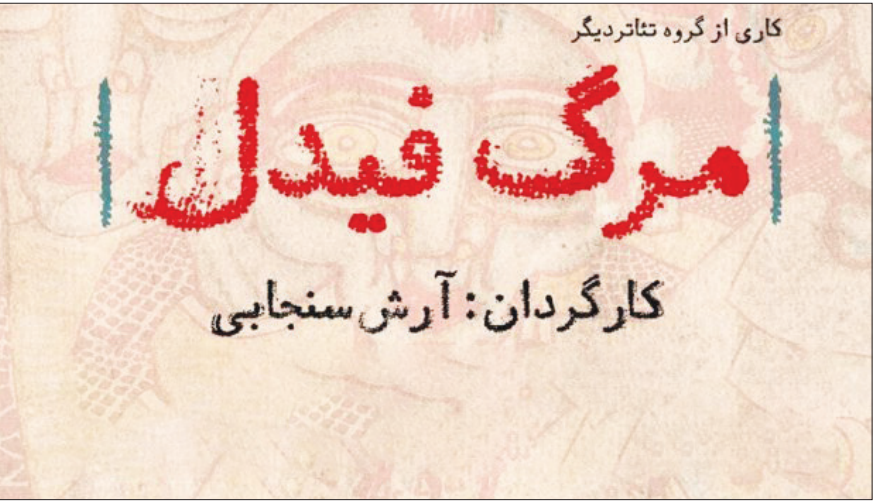
روزنامه‌نگار

اگر نگاهی به دور و برمان در تئاتر بیندازیم می‌توانیم دریابیم تمام خط و ربط‌های این روزهای تئاتر را فضایی به نام اینستاگرام تعیین می‌کند. در دنیای تئاتر ایران که هیچ فضای مجازی به اندازه این غول اشتراک‌گذاری فیلم و عکس برایش منفعتی ندارد، همه‌چیز بر مدار اینستاگرام می‌چرخد. فروش را اینستاگرام تعیین می‌کند و Cast را اینستاگرام می‌بندد. حتی شرایط شکایت‌های این روزهای تئاتر از اینستاگرام آب می‌خورد. این صفحه‌ساده که با اشارات ما بالا و پایین می‌رود و با هر سرانگشت‌مان چیزی را تایید یا رد می‌کند، به دیتابیس درک و فهم مخاطب ایرانی از تئاتر بدل شده است. همه‌چیز به یک عنصر بصری تقلیل یافته است که چگونه می‌توان از تک‌بستر تبلیغاتی موجود برای تئاتر کسب درآمد کرد. تئاتر این روزها نه، که از سال‌ها پیش رها شده و فریب خورده در برهوت فرهنگ ایران، به دنبال مستمسکی است برای نجات. گویا ناجی اینستاگرام بوده و هست، هرچند این رفیق نسبتا دانا، گاهی هم زمیمت می‌زند؛ اما زمین خوردن‌هایی که فراموشش می‌کنیم. چند صبح‌ای که زمزمه فیلترینگ اینستاگرام و انتشار نامه‌محرمانه به‌دست یکی مسئولان وزارت ارتباطات شنیده و دیده می‌شد، در جامعه تئاتر عزاداری‌ای به پا شده بود که چگونه با رفتن این عزیز قرمزپوش چشمک‌زن، می‌توان بلیت‌های تئاتر را فروخت. پاسخی برای این مریبه موجود نبود، هر چند در راهروهای دادسراها چند کارگردان نه برای نمایش‌هایشان که برای تیزرهای به‌ظاهر بی‌موجزشان پاسخ‌های حقوقی می‌دادند. تئاتر در این سال‌های خصوصی‌شده از تبلیغات مرسوم محروم بود و است. تلویزیون با ترکه آلبالو به جانش افتاده و هر از گاهی با گزارش‌های نامتجانس گزارشگران غیرتئاتری دردرس درست می‌کند و تنها برنامه تخصصی تئاتر را تعطیل می‌کند؛ چون تخصصی و صنفی حرف می‌زدند. در سوی دیگر باکس تبلیغاتی میان‌برنامه‌های خود جایی برای تئاتر ندارد؛ چون طبق قانون باید به این کالای فرهنگی تخفیف ۹۰ درصدی دهد که برای واحد بازرگانی صرفه‌ای ندارد. شهرداری همان استرلابوردهای باریک و دراز سر چهارراه‌ها را برای تئاتر‌ها از ابتدای امسال پولی می‌کند تا دیگر شرایط برای داشتن سه تا پنج استرلابورد شهری درچند منطقه خاص از دست نبرود. برنامه‌های فرهنگی سازمان صداوسیما نیز با اخطارهای واحد بازرگانی مواجه می‌شوند که نمی‌توانند نامی از تئاتری خاص ببرند؛ هرچند هر از گاهی یک مجری، نمایش همسرش را تبلیغ می‌کند و برای او فروش فراهم می‌کند. در این وانفاس، اینستاگرام برای تئاتری‌ها شغل آفرینی کرده است. گرافیسث‌هایی که می‌توانند به مدد After Effect شرکت Adobe موشن گرافیک‌های ۱۵ ثانیه‌ای بیاورینند تا در بستر Storyها خودنمایی کنند و ذهن مخاطب سرگردان در اینستاگرام را به سوی نمایشی خاص بکشانند.

تیزرهای تبلیغاتی هم یک‌دقیقه‌ای می‌شوند تا بتوانند در اینستاگرام منتشر شوند و نیاز به ورق زدن نباشد. گویی الگو و فرم هنری تیزرها را اینستاگرام تعیین می‌کند. درحالی که در جهان معیار YouTube است و بیکران بودنش، زمان‌مندی خاصی به تیزرها اعطا نمی‌کند. بگذریم و به اینستاگرام بازگردیم. جایی که شکل تبلیغات تئاتر را به سمتی برده است که همه‌چیز به هم شباهت یافته است؛ حتی تیزرها. کافی است دقت کنید که برای ارزان شدن تیزرها یک شیوه شاخص وجود دارد. مجموعه‌ای از چند عکس باکیفیت که در دست موشن گرافیک کار از گوشه‌ای به گوشه دیگرش سفر می‌کنیم و این بین، درخلال یک موسیقی حماسی، نام‌ستاره نمایش به همراه اطلاعات لازم ارائه می‌شود. هر از گاهی خلاقیتی کشف می‌شود و تیزری گل می‌کند؛ اما نکته آن است که این پیرامتن جذاب هیچ دخلی به متن اصلی ندارد. تیزرها از متن پیشی گرفته‌اند تا جایی که سال گذشته در جشنواره فجر برایشان جایزه‌ای طراحی می‌کنند.

اینستاگرام مناسبت‌انتخاب‌بازیزگر را نیز تعیین می‌کند. زمانی که قرار است نمایشی تبلیغ شود، یک تیزر در یک زمان واحد، توسط اعضای گروه نمایش در اینستاگرام منتشر می‌شود. اساسا انتخاب بازیگر نیز بر این پایه است که بازیگر به چه میزان در اینستاگرام فعال است. کم پیش می‌آید بازیگری برگزیده شود و حساب اینستاگرامی فعال نداشته باشد. کار فراتر از این حرف‌ها می‌رود. بازیگران چند صفحه به اصطلاح Fan دارند که توسط هواداران نامرئی‌شان هدایت می‌شوند. مجموعه‌ای شکل می‌گیرد تا یک نمایش در فضای مجازی وایرال شود. هشتگ‌ها ساخته می‌شود و Viewها ملاکی برای گزینش گروه تولید می‌شود. نمایشی دیده می‌شود که توسط گروهی وسیع‌تر از هنرمندان وایرال شود. وایرال (viral) به معنی ویروسی است؛ اما در اینستاگرام، فیس‌بوک و سایر شبکه‌های اجتماعی به مطلب و به‌خصوص ویدئوهایی گفته می‌شود که به‌سرعت در همه گروه‌ها و بین کاربران منتشر

فرهنگ



می‌شود. بسیاری از کاربران آن را می‌بینند و به‌خاطر جذابیت یا مهم‌بودن توسط خود کاربران با اشتراک گذاشته می‌شود. درست همانند ویروس؛ اما اینجا ویروس از جنس محتواست که در دنیای دیجیتال زندگی می‌کند. پس اگر قرار باشد نمایشی به فروش میلیاردي دست یابد، ملاک برای انتخاب قهرمان نمایش، داشتن تعداد فالوورهای فعال است؛ فالوورهایی که یک ویدئو را وایرال کنند و در پست‌ها و استوری‌ها آن را به اشتراک بگذارند، تا جایی که نمایش از حد و حدود تصوراتش خارج شود و میل به دیده شدنش توسط مخاطب را افراطی‌وار بالا برد. درنتیجه استوری‌ها از تبلیغ اثر به واژه Soldout خاتمه می‌یابد. برنده کسی است که بیشترین کاربرد Soldout را برای اثرش کسب کند.

چند نمونه از بازی‌های اینستاگرام در صحنه تئاتر

با نگاهی به آثار پرفروش این روزهای نمایش ایران، می‌توان میزان فروش را با میزان فالوورها تطبیق داد. اگر حسین پارسایی مدعی فروش بالای اثر خود است، آن را با تعداد دنبال‌کنندگان بازیگرانش بسنجید و اینکه بازیگرانش در روز به چه میزان اثر خود را تبلیغ می‌کردند. برای مثال پارسا پیروزفر که فعالیت چندانی در اینستاگرام ندارد در مدت اجرای بینوایان بیش از زمان حضورش در نمایش‌های خود تبلیغات مجازی می‌کند. او به‌عنوان مهره‌ای از دستگاه فروش، باید برای حرکت دستگاه تلاش کند، هر چند خودش برای اثر خویش چنین دستگاهی را طراحی نمی‌کند. او صرفا با داشته خودش -نام و هنرش- بسنده می‌کند و می‌داند می‌تواند در ۳۰ شب چه میزان فروش داشته باشد. با حداقل تبلیغات بیشترین بازدهی را به‌دست می‌آورد؛ اما مناسبات اینستاگرام شرایط را برای او سخت می‌کند. باید صبر کنیم تا دریابیم بر سر «ملاقات بانوی سالخورده» او در سالن اصلی، در حوزه تبلیغات



با وایرال‌هایی که در راه است، چه خواهد آمد. این وضعیت، کارگردانان را به جست‌وجو میان اینفلوئنسرها می‌کشاند. کسانی که می‌توانند با یک پست، مخاطبی را به سالن بکشانند. اینفلوئنسرها در سال‌های گذشته مهم‌ترین شخصیت‌های مبلغ تئاتر در اینستاگرام بوده‌اند. آنان نماد روشنفکری جعلی امروز ایران هستند. کسانی که یک دوربین گرانقیمت دارند و اندکی سواد ویرایش عکس. آنان در کافه‌های مرکز تهران زیست می‌کنند و پرفروش‌ترین کتاب‌های عامه‌پسند را می‌خوانند و تبلیغ می‌کنند. عجیب نیست بدانید برایشان بلیت‌های رایگان تخصصی می‌دهند که درکنار تبلیغ کافه و کتاب، تئاتر هم تبلیغ کنند. جالب‌تر آنکه نوشتارهای‌شان در قامت نقد، فاقد هرگونه اشارت علمی است و همین اظهارنظرهای‌شان موجب می‌شود پسرک ساده‌ای در جنوب شهر که مفتون زیبایی مجازی اینفلوئنسر محترم است، با شنیدن اینکه فلان نمایش خوب است به باور خوب‌بودن نمایش برسد. کافی است برخی هشتگ‌ها را دنبال کنیم. با افزایش قدرت اینفلوئنسرهایی که برخی از آنان بازیگران مشهور هستند؛ کارگردانان شرایط بازار را این گونه می‌سنجند تا آنها را بازی دهند، در بستر تئاتری که باید بفروشد وگرنه درش تخته می‌شود. پس به سراغ آنان می‌رود بدون آنکه مهارتی برای انجام امر خطیر بازیگری داشته باشند. در اولین مصاف می‌توان از نمایش «قط‌الرحال» که نام برد که از حضور مهسا ایرانیان در یک نمایش اصطلاحا ایرانی بهره می‌برد. بازی مهسا ایرانیان، «مورد نقد مخاطبان است و او را به هیچ‌وجه مناسب صحنه سنگلیج نمی‌دانند. سنگلیج یک سالن حرفه‌ای تئاتر است و خانم ایرانیان، اولین حضور حرفه‌ای خود را در یک سالن حرفه‌ای تجربه می‌کند. هرچند او نیز مثل بسیاری از هنردوستان از تجربه‌های دوران مدرسه‌اش می‌گوید؛ ولی او همانند یک دانشجوی تئاتر کارش را از سالن‌های ۵۰ نفره چهارراه ولیعصر آغاز نکرده است.

دومین حضور اینفلوئنسرهای شاخص را می‌توان با نیلوفر لاری‌پور دنبال کرد که در حوزه شعر و ادبیات نفوذی بر مخاطبان اینستاگرامی دارد. او قرار است در نمایشی با عنوان «مرگ فیدل»، اثر آرش سنجابی ایفای نقش کند. او خودش گفته است هیچ تجربه‌ای در تئاتر ندارد. اگرچه او برخلاف خانم ایرانیان قرار است در یک اثر آماتور و درسانی خصوصی و کوچک ایفای نقش کند. با این حال شرایط به‌نجوی است که می‌توان از همین امروز نام صدف بیوتی و امثالها را به‌عنوان وجود مجازی‌شان وابسته به اموری است که فرهنگ امروز ایران را می‌سازند، فرهنگی برآمده از مصرف‌گرایی و تلاش برای اندیشه نکردن. اینفلوئنسرها و اینستاگرام این روزها در قامت گاردین‌هایی ظاهر می‌شوند که ایمانولل کانت، در رساله روشنگری خودیاد می‌کند؛ کسانی که مانع از بلوغ فکری بشر می‌شوند و از بشر می‌خواهند فکر نکند چون آنان به جای‌شان تصمیم می‌گیرند. تصمیم می‌گیرند چه نمایشی ساخته شود و چه نمایشی دیده شود، بدون آنکه بدانند نمایش چیست.

رونمایی‌های چندباره از یک سایت گردشگری



خبرگزاری «مهر» نوشت: «دفتر بازاریابی و تبلیغات گردشگری اعلام کرد که قرار است بهمن‌ماه در دوازدهمین دوره نمایشگاه گردشگری تهران، دوباره از سایت «ویزیت ایران» رونمایی شود. تکمیل این سایت جامع گردشگری را به کانون جهانگردی و اتومبیلرانی زیرمجموعه این سازمان سپرده‌اند تا آن را به دوزبان فارسی و انگلیسی دراختیار کاربران قرار دهد. سال گذشته نیز این سایت با نام «پورتال جامع گردشگری ایران» در آستانه عید نوروز توسط علی اصغر مونسان، رئیس سازمان میراث فرهنگی رونمایی و اعلام شد که از آن ۶ میلیون نفر بازدید کرده‌اند. وقتی این سایت رونمایی شد تازه از موقع ایرادات اساسی آن نیز به رخ مخاطبان کشیده شد. غیر از این دوباره در نمایشگاه بین‌المللی گردشگری، یک مراسم رونمایی دیگری برای این سایت گرفتند و نامش را «پورتال جامع گردشگری» گذاشتند. این سایت درواقع همان سایتی بود که پیش از این در دوره زرها احمدی‌پور، رئیس سابق سازمان میراث فرهنگی رونمایی شده بود و هزینه زیادی نیز برای تکمیل آن شد، اما گویا با تغییر افرادی که برای این سایت تولید محتوا می‌کردند، دسترسی به محتوای‌های قبل ناممکن بود.

گزارش

در گردهمایی تئاتری‌ها برای مشکلات صنفی مطرح شد

انتقاد از نمایش‌های گیشه‌محور

عصر روز شنبه، ۲۲ دی‌ماه جمعی از اعضای خانه تئاتر با حضور برخی اعضای هیات‌مدیره در سالن نمایش خانه تئاتر گردهم آمدند تا طبق اعلام قبلی به بررسی مشکلات این روزهای تئاتر بپردازند. در ابتدای این مراسم اصغر همت طی سخنانی با اشاره به بیانیه‌ای که برای این گردهمایی منتشر شده بود، گفت: «خانه تئاتر خانه همه هنرمندان است. در این چند وقت گذشته همه‌هایی علیه تئاتر شده که همه ما تصمیم گرفتیم عکس‌العملی به این مسائل داشته باشیم و این بیانیه‌ای که منتشر شد برآیند نظرات انجمن‌ها و کانون‌هاست.»

وی در ادامه افزود: «ما در یک تعامل می‌خواهیم حق و حقوق خودمان را دریافت کنیم و قصد جبهه‌گیری نداریم و این جلسه فتح بابی است که ما خاضعانه و تعامل گونه از همه قوا خواستیم تئاتر را جدی بگیرند و امور را به متخصصان واگذار کنند.» همت در پایان یادآور شد: «ما احتیاج به یک هماهنگی و یکدلی باهم داریم تا مسئولان هم ما را جدی بگیرند و تا رسیدن به حق‌مان نیز مسائل را دنبال خواهیم کرد.» ایرج راد، عضو هیات‌مدیره خانه تئاتر نیز در ادامه با قرائت متن بیانیه برای هنرمندان گفت: «امیدوارم طوماری که جمع می‌شود، تاثیر خود را داشته باشد.» سپس اکبر زنجانیپور نیز پشت تریبون قرار گرفت و گفت: «چند سال پیش می‌بینیدیم که از خصوصی‌سازی تئاتر صحبت می‌شود، من از همان زمان مخالف بودم و تا الان نیز با خصوصی شدن تئاتر مخالف هستم، چراکه خصوصی‌سازی به معنای سالن پرکردن به هر طریقی است.» وی با اشاره به اینکه وظیفه اصلی تئاتر این است که جامعه را به سمت شادابی ببرد، نه اینکه سالن پر کند و پول در بیاورد، گفت: «امروز تئاتر را به جایی رسانده‌اند که جذب مشتری کند، نه مخاطب! الان سالن‌ها دنبال سوپر استار هستند تا پول در بیاورند، بیایوند، بجای تئاتر این‌طور است؟ زنجانیپور یادآور شد: «احترام بین انسان‌ها در تئاتر از بین رفته است و جایش را به «بشکن و بالا انداز» داده است، این‌طور اصلا نمی‌توان تئاتر را ادامه داد! قصدم توهین به تئاتری‌ها نیست اما گوش‌زدی است که تئاتر به جای فلاکت‌باری می‌رود و این حق تئاتر و تئاتری‌ها نیست. تئاتر متفکر و در خدمت انسان باید باشد قرار نیست جمعیت میلیونی راه بیندازد همین که یک نفر را به راه بیاورد کافی است.» در ادامه محمود عزیزی گفت: «قدری با هم روراست باشیم، قرار است تئاتر همچون سینما خصوصی شود و شرایط روشن است این دیگر به مدیرکل و معاون هنری احتیاج ندارد و تشکیلات نمی‌خواهد! بعد از ۴۰ سال باید بفهمیم که اگر بودجه‌ای در تئاتر است باید به دست مسئولان و خانه تئاتر باشد، نه اینکه تئاتر و جریان‌سازی آن را رها کنیم و این برای مایی که جریان‌سازان این تاریخ هستیم، شرم‌آور است.» عزیزی اظهار داشت: «متأسفانه ما بعد از ۴۰ سال هنوز جایگاه حقوقی نداریم، مثل زیگیل در جامعه هستیم! چون نه پشتوانه قانونی و نه تأمین اجتماعی برای این جمعیت زیاد داریم. متوسط سواد خانواده تئاتر ما امروز بیش از لیسانس است، کجا دیگر اصناف این‌طور هستند؟ ولی وضعیت معیشتی ما چطور است!» در نهایت بهژاد فراهانی گفت: «یک زمانی در تلویزیون مطرح کردم که اگر قرار است سلب‌ریتی بیاید و تئاتر کار کند باید دست استاد انتظامی را ببوسد، برای همین روزها بود که هشدار دادم تئاتر ما به لاله‌زار نزدیک نشود اما الان شده است و همین را میزان سنجش گیشه و مسائل دیگر نشان می‌دهد.

به کرات گفته شده که خانه تئاتر ما خاموش است اما خاموش نبودیم، کار خودمان را کردیم اما نیرویی پشت سرمان نبود که حرف‌مان را بشنیم.» در بیانیه‌ای که توسط اعضای خانه تئاتر برای قوای سه گانه مقننه، مجریه و قضائیه تنظیم شده، آمده است: «تئاتر همواره تأثیری شگرف در بهبود نابسامانی‌های جوامع، نقد عملکرد نهادهای سیاسی، اقتصادی، آموزشی و تولید اندیشه و همچنین روانشناسی اجتماعی داراست.» در بخش دوم بیانیه آمده است: «با ابراز تأسف از وضعیت موجود مسئولان محترم سه قوه را به هم‌نشینی و گفت‌وگو دعوت می‌کنیم، زیرا معتقدیم نخستین و بدیهی‌ترین حقوق جدایی‌ناپذیر هنرمندان تئاتر ایران حق حیات عزت‌مند، حفظ شاینت و کرامت، آزادی بیان و امنیت شغلی و امنیت روانی است که از سوی آن قوای محترم مغفول مانده است. بایسته است در این برهه حساس از زمان به جای ایجاد حس یاس، ناامیدی و سرخوردگی، به گشایش، نشاط و امید همت گماشته و نیروهای دلسوز فرهنگ و هنر را به فعالیت و تلاش بیشتر دعوت کنیم.»

بخش پایانی بیانیه نیز به این مسائل اختصاص دارد: «ما امضاکنندگان بیانیه به تهمت‌های سطحی و ناروایی که در این روزها به تئاتر و هنرمندان شریف آن روا داشته می‌شود معترضیم. دخالت‌های غیرقانونی و غیرتخصصی، بازداشت و فراخواندن کارگردانان تئاتر جهت تفهیم اتهام را محکوم کرده و بی‌حرمتی به این خانواده بزرگ و زیرپا گذاشتن جایگاه معترض و منتقد آن را برنمی‌تابیم.

امید که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت هنری، مرکز هنرهای نمایشی و شورای نظارتی و ارزشیابی و‌جاهت قانونی و مسئولیت‌هایشان را تبیین و تشریح کرده تا ازین پس شاهد جفا بر اهالی فرهنگی و هنر نباشیم.» هنرمندان حاضر در این مراسم طومار اعتراضی خانه تئاتر را امضا کردند.

