

اقتصاد تئاتر مشهد در هزارتوی مشکلات

شکیبا افخمی



«اقتصاد، تو، تئاتر، دوعرصه‌یپیچیده‌ای هستند که در زمینه‌های علم و هنر تعاریف خود را دارند و هر یک دارای شاخصه‌ها و لزومات خاصی خود هستند. این دووقتی کنار هم قرار می‌گیرند، تعاریف وشاخص‌های خاص خویش را پیدایمی‌کنند و هنرمندان وصاحب‌نظران این عرصه باید به تفکر واندیشه‌های حاکم بر تئاتر در عرصه اقتصاد بپردازند. اقتصاد تئاتر بر سه ضلع «مدیریت‌کلان فرهنگی»، «هنرمندان» و «تماشاگران» استوار است که هر زمان با برنام‌ه‌ریزی کنار هم قرار گرفته‌اند، رگه‌هایی از اقتصاد را در کنار تئاتر مشاهده کرده‌ایم. هرچند در مقاطعی از تاریخ تئاتر مشهد، شاهد اقتصاد در کنار تئاتر بوده‌ایم، هیچ‌گاه تعریف و چشم‌انداز درستی از این مهم نداشته‌ایم. دهه ۹۰ یکی از مقاطع مهم تاریخی تئاتر مشهد به‌شمار می‌آید که می‌توان ادعان کرد در آن به اقتصاد تئاتر نزدیک شده‌ایم. «شهرآرا» در ادامه نشست‌هایی که با موضوع اقتصاد هنر برگزار می‌کند، این بار با حضور رضا حسینی، محمد جواد استادی، عباس جانفندا و حجت طباطبایی، از اهالی مطرح تئاتر مشهد، میزگردی با محوریت اقتصاد تئاتر برگزار کرده است. میهمانان میزگرد امروز درباره تعریف اقتصاد تئاتر و عواملی که آن را پدید می‌آورد و حفظ می‌کند، دیدگاه‌هایشان را بیان کرده‌اند.

● تئاتر در سید مصرفی مردم قرار ندارد

بخش اول این نشست به‌طرح مسئله در باره اقتصاد تئاتر و ارائه تعریفی از آن اختصاص دارد. محمد جواد استادی، پژوهشگر و فعال فرهنگی، بر این باور است که در ایران دریافت درستی از مفهوم فرهنگ وجود ندارد، به‌این معنا که مظاهر فرهنگی با مفهوم فرهنگ اشتباه گرفته می‌شود. او که تئاتر را مانند سایر هنرها، یکی از مظاهر فرهنگی می‌اند، می‌گوید: مظاهر فرهنگی، وضعیت فرهنگی را نمودار می‌کنند، یعنی ما با بررسی وضعیت تئاتر، می‌توانیم بخشی از وضعیت فرهنگی‌مان را درک کنیم. به‌گفته استادی، مظاهر فرهنگی در دنیای امروز آن‌هایی هستند که ثروت آفرینند و در اقتصاد ملی کشور نقش ویژه‌ای ایفا می‌کنند. او همچنین بر این باور است که از یک هنر ومظهر فرهنگی، زمانی می‌توان به‌عنوان اقتصاد صحبت کرد که در سید مصرف عمومی جامعه، جایگاه ویژه‌ای داشته باشد. در حالی که

امروز تئاتر ایران در سید مصرف عمومی مردم

قرار ندارد، به‌همین علت هم نمی‌توان درباره اقتصاد تئاتر به‌شکل جدی صحبت کرد.

این فعال فرهنگی که باور دارد «ما اقتصاد تئاتر نداریم، چون اقتصاد هنر نداریم» یادآوری می‌کند: اقتصاد هنر باید بخشی از تولید ناخالص ملی کشور را اشغال کند که در کشور ما این اتفاق نمی‌افتد.

● تسلط اقتصاد بر همه وجوه زندگی

رضا حسینی، کارگردان تئاتر، تعریف اقتصاد در جهان امروز را به‌دلیل تغییر پارامترهایش بسیار متفاوت باورشده گذشته می‌داند. به‌نظر او، الان چرخه جهان بر اقتصاد استوار است، بنابراین برای پرداختن به حوزه اقتصاد تئاتر، باید از خود اقتصاد شروع کرد و بعد به جایگاه آن در تئاتر و به‌ویژه تئاتر مشهد رسید. این هنرمند تأکید می‌کند: من معتقدم که اقتصاد هیچ‌وقت از انسان جدا نبوده و در شکل‌های متفاوت باورشده‌اند است. به‌طوری‌که الان بر همه وجوه زندگی انسان مسلط شده است. او بیان می‌کند: نباید از یاد ببریم که اقتصاد ما سالم و کامل نیست، اتفاقی که به تئاتر هم آسیب رسانده است.

● عده‌ای به تئاتر به‌شکل بنگاه اقتصادی می‌نگرند

عباس جانفندا، دیگر کارگردان تئاتر، ترغیفش از اقتصاد تئاتر را چنین مطرح می‌کند: ما نمی‌توانیم خرید بلیت توسط مخاطب یا سرمایه‌گذاری یک تهیه‌کننده را، اقتصاد تئاتر در نظر بگیریم. این اتفاق بیشتر گردش سرمایه است که یکی از عوامل اقتصاد تلقی می‌شود، درحالی‌که اقتصاد نیاز به زیرساخت، فرهنگ و خیلی ویژگی‌های دیگر دارد. اگر این عوامل فراهم شده، چرخه اقتصادی می‌چرخد. سرمایه به گردش درمی‌آید، مخاطب هم ارزش‌سنجی می‌کند که آیا یک نمایش را می‌خواهد ببیند و در سید فرهنگی خانواده‌اش قرار دهد یا خیر.

او با اشاره به اتفاقاتی که از اواسط دهه ۸۰ در تئاتر مشهد افتاد، می‌گوید: از اواسط دهه ۸۰ با اضافه شدن سالن اصلی تئاتر شهر و تعدادی سالن خصوصی، تولید تئاتر کم‌کم رونق گرفت، تولیدی که نیاز به عرضه داشت و بچه‌های تئاتر را به این باور رساند که دوره اجرایی رایگان، تمام شده است و مخاطب باید برای دیدن نمایش هزینه‌کند. از این رو کم‌کم سرمایه به تئاتر مشهد وارد شد. اما به اعتقاد من در سرت زمانی که تئاتر برای فرهنگ‌سازی و درست رفتن مسیر خود، نیاز به حمایت و هدایت دولت داشت، دولت دستش را از پشت تئاتر برداشت.

به‌گفته جانفندا، عده‌ای به تئاتر به‌چشم‌بنگاه اقتصادی نگاه می‌کنند، حتی عناصر سوددهی که برای تئاتر تعریف شده است، عناصر کاذبی هستند، یعنی یک حباب سرمایه‌ی ایجاد شده است که جایی بر سر هنرهای نمایشی می‌ترکد.

● زنجیره تئاتر در مشهد کامل نشده است

به‌نظر حجت طباطبایی، هنرمند تئاتر و از تماشاخانه‌داران مشهد، اقتصاد تئاتر واژه گسترده‌ای است که به راحتی نمی‌توان آن را تعریف کرد. او بر این باور است که چیزی به اسم اقتصاد تئاتر در مشهد وجود ندارد، «به‌نظر من، آن حرقه‌های امیدی که با آمدن مخاطب و پر شدن

سالن‌های نمایش روشن می‌شود، علتش می‌تواند

اتفاقی جدید در جامعه شهری ما باشد، اینکه عده‌ای می‌خواهند ادای روشن‌فکری در بیاورند و بگویند نمایشی رادیده‌اند.»

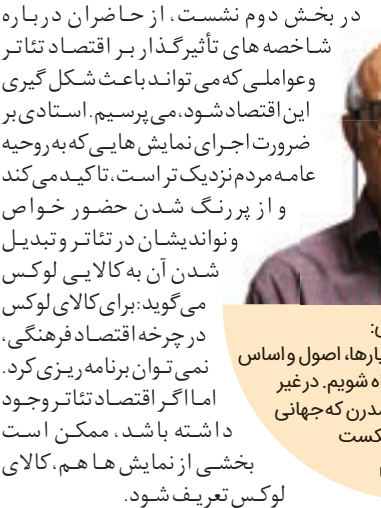
این هنرمند تأکید می‌کند: زنجیره تئاتر در شهر ما کامل نشده است، بنابراین اقتصاد تئاتر هم در آن معنی ندارد.

او که باور دارد اقتصاد تئاتر معنی‌اش پول درآوردن از تئاتر نیست، یادآوری می‌کند: تا زمانی که تئاتر خودش را وام‌دار دولت در همه عرصه‌ها بداند، تئاتر نمی‌شود.

● نزدیک شدن تئاتر به عامه مردم

در بخش دوم نشست، از حاضران درباره شاخصه‌های تأثیرگذار بر اقتصاد تئاتر و عواملی که می‌تواند باعث شکل‌گیری این اقتصاد شود، می‌پرسیم. استادی بر ضرورت اجرای نمایش‌هایی که به روحیه عامه مردم نزدیک‌تر است، تأکید می‌کند و از پررنگ شدن حضور خواص و نواندیشان در تئاتر و تبدیل شدن آن به کالای لوکس می‌گوید: برای کالای لوکس در چرخه اقتصاد فرهنگی، نمی‌توان برنامه‌ریزی کرد، اما اگر اقتصاد تئاتر وجود داشته باشد، ممکن است بخشی از نمایش‌ها هم، کالای لوکس تعریف شود.

به‌باور این فعال فرهنگی اگر می‌خواهیم اقتصاد تئاتر رونق بگیرد، یکی از اولین راهکارهایش این است که مردم با تئاتر آشنا شوند، یعنی تلاش کنیم بر اساس ذائقه مخاطب امروز، نمایش‌هایی را روی صحنه ببریم و بعد از آن، ذائقه و سلیقه مخاطب را توسعه دهیم.



به‌باور این فعال فرهنگی اگر می‌خواهیم اقتصاد تئاتر رونق بگیرد، یکی از اولین راهکارهایش این است که مردم با تئاتر آشنا شوند، یعنی تلاش کنیم بر اساس ذائقه مخاطب امروز، نمایش‌هایی را روی صحنه ببریم و بعد از آن، ذائقه و سلیقه مخاطب را توسعه دهیم.

استادی، اقتصاد هنر را دانشی می‌داند که به مطالعه خلق، توزیع و مصرف می‌پردازد. به‌گفته او، در ایران در این چرخه اصلا به مصرف‌کننده و مخاطب فکر نشده است.

او یادآوری می‌کند: با اقتصاد هنر نمی‌توان در کشورها با مختلف به یک شکل برخورد کرد، چون شیوه‌های مختلفی از آن براساس ایدئولوژی کشورها، نظام‌های اقتصادی‌شان و... وجود دارد، برای مثال ما نمی‌توانیم مدل اقتصاد تئاتری را که در آمریکا اجرا می‌شود، در ایران مدنظر قرار دهیم.

استادی تأکید می‌کند: داشتن اقتصاد هنر باید به‌آرام سیاست‌گذاران تبدیل شود تا اتفاقات مثبتی در این حوزه رخ دهد.

● ضرورت حضور افراد خلاق

حسینی با بخشی از مباحثی که محمد جواد استادی مطرح کرده است، مخالفت می‌کند. او تئاتر را هنری ثقیل که نیازمند تحلیل است، معرفی می‌کند و باور دارن آن نوع تئاتری که به عامه نزدیک می‌شود، ممکن است به سمت ابتذال برود و وجهه اندیشه‌ورزی‌اش ناپودشود، درحالی‌که رسالت نمایش، افزایش سطح آگاهی و اندیشه‌ورزی جامعه است. به‌گفته حسینی، اقتصاد امروز در یک سیکل حرکت می‌کند که این سیکل از سه شاخه خلاقیت و نوآوری، فهم و حذف تشکیل شده است.

این هنرمند توضیح می‌دهد: شاخه اول شامل افراد خلاق می‌شود که یک محصول را تولید می‌کنند.

در طبقه دوم کسانی قرار دارند که خلاقیت را درک می‌کنند، طبقه‌ای که باعث رونق اقتصاد می‌شوند.

طبقه سوم کسانی هستند که از عرصه اقتصاد حذف می‌شوند، به‌طور مثال در یک جشنواره ۳۰ اثر وجود دارد که فقط دو نمونه از آن‌ها خوب است و باقی خود به خود حذف می‌شود.

اگر این سه شاخه در تئاتر ما به وجود بیاید، اقتصاد تئاتر شکل می‌گیرد و به طرف رونق اقتصادی حرکت

خواهیم کرد.

او که اقتصاد را محل عرضه می‌داند، اضافه می‌کند:

پیش‌تر فکر می‌کردم گروه‌های تئاتری فقط تولید می‌کنند و عرضه را بلد نیستند، اما الان به این نتیجه

رسیده‌ام که ما تولید را هم بلد نیستیم.

● اقتصاد تئاتر، وابسته به مخاطب است

به‌نظر جانفندا، هم‌اکنون اقتصاد هنر در افکار و آرزوهای

سیاست‌گذاران فرهنگی جایی ندارد. درحالی‌که باید

به این موضوع در سیاست‌گذاری‌های کلان پرداخته شود.

او که باور دارد، اقتصاد تئاتر در مشهد وابسته به مخاطب

است، یادآوری می‌کند: ما برنامه‌ریزی فرهنگی نداریم.

قوانینمان تسهیلگر تولید نیست و زیرساخت‌های

درست و استاندارد می‌نداریم. حال در این شرایط،

هنرمندی که می‌خواهد اثرش را روی صحنه ببرد،

برای بازگشت سرمایه‌اش مجبور است ظاهر کارش

را درست‌کنند ولی آیا این ظاهر با نیاز مخاطب

متناسب است؟ متأسفانه هنرمندان ما زیاد

به این موضوع توجه نمی‌کنند، یعنی به دنبال

شناخت ذائقه و سلیقه مخاطب و اینکه او امروز

به چه چیزی نیاز دارد، نیستند. جانفندا همچنین

به چالش جذب مخاطب در تئاتر

مشهد اشاره می‌کند. به‌گفته این

هنرمند، تعدادی تماشاچی ثابت

در تئاتر مشهد وجود دارد

که در خوش‌بینانه‌ترین حالت،

۴ هزار نفر هستند. در واقع ما

سخت، تماشاچی جدید جذب

می‌کنیم؛ چون به سراغ پرورش

مخاطب نرفته‌ایم.

او دیگر معضل موجود را نبود نظارت

بر تماشاخانه‌ها و اینکه هر تماشاخانه قوانین

مخصوص خودش را دارد، می‌داند و تأکید می‌کند:

الان تماشاخانه‌های خصوصی فقط به فکر جذب

هنرمندان هستند اما نه به‌گروه نمایش، خدمات

درستی می‌دهند، نه به تماشاچی.

● تأثیر عوامل حرفه‌ای بر رونق تئاتر

طباطبایی هم‌گروه‌های نمایش را در اقتصاد تئاتر

موثر می‌داند، به این معنا که طراحان صحنه، گریم،

لباس و... با بازیگران به آنچه انجام می‌دهند، آگاه

باشند، چون مخاطب آگاه وقتی به سالن تئاتر می‌آید،

می‌داند برای چه آمده است و چه می‌خواهد ببیند.

به‌گفته او اگر همه عوامل حرفه‌ای باشند و کارگردان

به‌درستی آن‌ها را انتخاب کرده باشد، می‌توانند به رونق

تئاتر کمک کنند. رسانه نیز می‌تواند در این

عرصه، عنصری بسیار کمک‌کننده باشد.

این هنرمند بر اهمیت سالن نمایش

در شکل‌گیری اقتصاد تئاتر نیز تأکید

می‌کند: «مخاطب دوست دارد با آسودگی

خاطر و در مکانی با امکانات کامل،

نمایش‌ها را ببیند، چون در آن

فضاست که می‌تواند از دیدن

تئاتر لذت ببرد. سالنی

که برای اهالی تئاتر هم

احترام‌قائل باشد بتواند

نمایش خوبی را روی صحنه

ببرند. اما متأسفانه بسیاری

از سالن‌های شهر ما استاندارد

نیستند.»

طباطبایی درباره تأثیرگذاری محتوا بر

اقتصاد تئاتر نیز می‌گوید: تئاتری که باید به سراغ

روی صحنه برود دغدغه‌هایی برحسب‌که می‌تواند

گروهی از جامعه باز کند، نه اینکه به دنبال متن‌هایی

باشند که می‌خواهد مخاطب را به هر نحوی جذب

کند و فقط بفروشد.

● ایجاد احساس نیاز در مصرف‌کننده

در بخش پایانی نشست از کارشناسان حاضر

درخواست می‌کنیم راهکارها و پیشنهادهای

خود را برای به حرکت درآمدن چرخه اقتصاد

تئاتر بیان کنند.

محمد جواد استادی، تئاتر با رویکرد

اقتصاد هنر را یک کالا و خدمت

فرهنگی تعریف می‌کند و می‌گوید:

کالا باید ظرفیت تجاری

شدن داشته باشد. در غیر

این صورت محکوم به شکست

است. به‌گفته او اصل ت

فرهنگی یک کالای فرهنگی

باید حفظ شود. بنابراین باید

سیاست‌گذار حاکمیتی، هنرمند

و مصرف‌کننده باور داشته باشند

که به این کالایا نیاز دارند.

این فعال فرهنگی یادآوری می‌کند: همچنین باید

احساس نیاز در مصرف‌کننده ایجاد شود. اگر تئاتر

الان در سید مصرف مردم نیست، دلیلیش این است

که احساس نیازی برای آن وجود ندارد. در این شرایط،

نیازسازی در مخاطب برای قرار گرفتن یک محصول

در سید خریدش، بسیار مهم است. به‌نظر او اندیشه

می‌تواند ثروت آفرین باشد، به شرط آنکه سرگرم‌کننده،

پرمغز و پرمحتوا، چندوجهی و جهان‌شمول باشد، یعنی

بتواند مخاطبان مختلف را پوشش دهد، وضعیتی

که الان شاهدش نیستیم.

استادی ایجاد باور در سیاست‌گذارها را الزمه‌شکل‌گیری

اقتصاد هنر می‌داند و پیشنهاد می‌دهد مدیران،

نمونه‌های موفق جهانی در این زمینه را ببینند تا متوجه

ارزش فرهنگی و اقتصادی آن بشوند.

به‌نظر استادی برای آنکه مردم به تئاتر عادت

کنند، باید از سنین کم‌با آن روبه‌رو شوند

و به تماشای نمایش‌های مختلف بنشینند.

این فعال فرهنگی که معتقد است امروز

در دانشگاه‌های ایران آنچه به عنوان علم

تئاتر تدریس می‌شود، قدیمی و بی‌فایده است،

بیان می‌کند: ما باید در دانشگاه‌ها،

مطالعاتی در حوزه تئاتر داشته

باشیم. همچنین آموزش را باید

به شکل جدی دنبال کنیم؛

چون وقتی آموزش باشد،

خلاقیت تولید‌کننده پرورش

پیدایمی‌کند.

وی بر ضرورت آموزش در زمینه

اقتصاد هنر و برخورداری تئاتری‌ها

از سواد عمومی اقتصادی تأکید می‌کند.

همچنین به باور این فعال فرهنگی، فضای نقد باید

به صورت جدی فراهم باشد. رسانه نیز می‌تواند

به عنوان پیوست در کنار تئاتر، ذائقه‌سازی و نیازسازی

را پیگیری کند.

به‌نظر استادی، خصوصی‌سازی هم در حوزه تئاتر

ایران جواب نمی‌دهد و ما همچنان باید به تئاتر دولتی

و شبه دولتی اکتفا و همان را تقویت کنیم.

● ضرورت ارتقای دانش اقتصادی

رضا حسینی بر این باور است که مادر زمینه اقتصاد

هنر، نیاز به آگاهی بیشتری داریم و نیازمند درک و فهم

اقتصادی هستیم.

به‌گفته او برای شکل‌گیری اقتصاد هنر باید با کارشناسان

اقتصادی هم اندیشی کرد؛ یعنی جامعه تئاتر،

نیازمند هم‌اندیشی با بزرگان و استادان رشته‌های

اقتصادی است.

این هنرمند تأکید می‌کند: ما راهی نداریم جز اینکه

به معیارها، اصول و اساس اقتصاد جدید و مدرن آگاه

شویم. در غیر این صورت در این جهان مدرن که جهانی

رقابتی است، شکست می‌خوریم. در واقع اگر به دانش

روز در عرصه اقتصاد مسلط نشویم و آن را درک نکنیم،

در عرصه رقابت محکوم به مرگ می‌شویم.

● تعریف قوانین درست

عباس جانفندا تعریف قوانین بالادستی

را یکی از راهکارهای خود بیان می‌کند، یعنی

در سیاست‌گذاری‌های کلان فرهنگی باید برای

اقتصاد هنر و تئاتر، قوانین خاصی تعریف شود. او

همچنین بر ضرورت تعریف نقش و جایگاه گروه‌ها

در تولید تئاتر تأکید می‌کند. به‌گفته این هنرمند،

یکی از راه‌هایی که می‌توان با همین قوانین دم‌دستی

و ناقص موجود کار کرد، این است که گروه‌های تئاتری

دوباره فعال شوند.

این هنرمند بیان می‌کند: به‌نظر من، انجمن‌های صنفی

هم می‌توانند در بخشی از چرخه تولید و اقتصاد هنر

موثر باشند و ارتباطات و نسبت‌هایی را که بین اهالی

تئاتر وجود دارد، به هم نزدیک کنند.

● قرارداد زمین در اختیار تئاتری‌ها

تاسیس کمپانی تئاتر که از سالن‌ها تارسانه

را در اختیار داشته باشد، نیز پیشنهاد

طباطبایی برای حل مشکلات موجود

در تئاتر و به گردش درآمدن چرخه

اقتصاد در این رشته است. به‌گفته

او کمپانی می‌تواند بر اساس

سیاست‌گذاری‌های خود،

کارگردان، بازیگران و متن

را انتخاب و از تولید حمایت

کند.

طباطبایی همچنین اعتقاد

دارد که گروه‌های تئاتر مشهد

سرو سامان ندارند، از این رو

پیشنهاد می‌دهد در وهله اول، گروه‌ها

درجه‌بندی بشوند. بعد از آن شهرداری مشهد

بر اساس درجه‌بندی کیفی گروه‌ها، زمین‌هایی

در پارک‌های شهر به همراه وام در اختیارشان قرار

دهد تا گروه‌نمایشی بتوانند سالن‌بلک با کسی

تاسیس کنند و دست به تولید و اجرا بزنند.

او همچنین بر این باور است که دولت در حوزه

زیرساخت تا اجرا باید به تئاتر کمک کند؛ البته

نه کمک بلاعوض. همچنین به نظر طباطبایی برای

موفقیت باید به سمت تئاتر خصوصی حرکت کرد.

این هنرمند همچنین تأکید می‌کند: دانش تئاتری

باید افزایش یابد تا این چرخه کامل شود و اقتصاد

و سالن‌داری و دیگر امکانات فراهم شود.

در نشست مطبوعاتی ششمین جشنواره رسانه‌ای ابوذر بیان شد

هویت خراسان و مسئله زنان محورهای مهم «