

TEATRLARIN PR NAŞİLİĞİ

“Təəssüf ki, heç bir teatrımızın dəqiq və perspektivə yönəlmiş PR strategiyası mövcud deyil. Teatrların ştat cədvəlinə nəzər saldıqda görürük ki, günümüz üçün fəvqəladə əhəmiyyətə malik bu istiqamət, demək olar, nəzərə alınmayıb”.



XANIM AYDIN
xanimaydin@kaspi.az

TEATRA TAMAŞAÇI CƏLBİ

Uzunmüddətli qapanmadan sonra, nəhayət ki, teatrların qapıları açıldı. Qapılar açılmağına açıldı, həmişəki tamaşaçılar da teatrlara üz tutdu, zövqlə, həvəslə izlədilər tamaşaları. Repertuarda köhnə, ənənəvi tamaşalar da var, yeniləri də. Bəs teatrların PR işində bir dəyişiklik oldumu? Tamaşaçıları cəlb etmək üçün hansı vasitələrdən istifadə edirlər? Müstəqillikdən öncəki illərdə belə bir ənənə vardı ki, afişaya tamaşada oynayacaq və artıq brendə çevrilmiş aktyorun adı xüsusilə qabarıq şəkildə yazılırdı. Afişada Nəsimə Zeynalovanın, Səyavuş Aslanın, Hacıbaba Bağirovun, Yaşar Nurinin və digər məşhur və sevilən aktyorların adının verilməsi artıq tamaşaçıları ora cəlb edirdi. Amma son illərdə bu ənənəyə rast gəlinmir. Görəsən bu üsul daha işə yaramır, yoxsa artıq brend aktyorlarımız yoxdur?



İlham Rəhimli

Teatrşünas, tənqidçi İlham Rəhimli deyir ki, bu ənənə 1925 – 1940-cı illərdə Milli Dram Teatrında və 1949 – 1980-ci illərdə, əsasən, Opera və Balet, Musiqili teatrlarda geniş yayılıbmış: “Məşhur ifaçıların adı ilə afişalar yaymaq dəb idi və təbii ki, teatra tamaşaçı cəlbində bunun müsbət təsirləri vardı. Opera solistləri Müslüm Maqomayevin, Lütfiyar İmanovun, Firəngiz Əhmədovanın, Zeynəb Xanlarovanın, Rübabə Muradovanın, Arif Babayevin, Fidan Qasimovanın, Musiqili teatrın aktyorları Nəsimə Zeynalovanın, Lütfuli Abdullayevin, Səyavuş Aslanın, Hacıbaba Bağirovun adlarına tamaşa afişaları buraxılıb. Milli Dram Teatrının yeni tamaşalarının afişalarında əsas rolların ifaçıları olan şöhrətli aktyorların adları verilirdi. Belə afişalar reklam, tamaşaçı çağırışı məqsədindən başqa, həmçinin informatiklik səciyyəsi, tarixilik baxımından

da əhəmiyyətli. Pandemiya dövrünə qədər az da olsa, belə afişalara rast gəlinirdi. Ümid edirəm ki, teatrlarımız tam gücləri ilə fəaliyyətə başlayanda belə afişalara da rast gələcəyik”.

CİDDİ SOSIAL PROBLEM...

“Hazırda tamaşaçı cəlb edəcək şöhrətli aktyorlarımız varmı” sualına İlham müəllim belə cavab verdi: “1940-1970-ci illərlə müqayisədə qüdrətli səhnə xadimlərimizin sayı xeyli azalıb. Təbii ki, bu hal təəssüfləndirir. Ancaq ümitsiz də deyilik və Bakıdakı teatrların hamısında müəyyən dərəcədə tamaşaçı rəğbəti qazanan aktyorlarımız var. Rahatsızlıq doğuran məsələ təkcə sevimli aktyorların azlığında deyil. Gizlin deyil ki, tamaşaçıların teatra marağı da xeyli zəifləyib. Bu özü də ciddi sosial problemdir və onun da xeyli sosial-iqtisadi, mədəni-əxlaqi səbəbləri mövcuddur. Ümid edirəm ki, Mədəniyyət Nazirliyi bu məsələnin həlli istiqamətində səmərəli tədbirlər görməyi planlaşdırır”.



Teatrlarda yeni PR üsullarının tətbiqinə ehtiyac var

Mövzu ilə bağlı teatrşünas Elçin Cəfərov bildirdi ki, məşhur aktyorların adları ilə teatra tamaşaçı cəlb olunması teatr sənətində mövcud olan yüzrlə PR gedişindən sadəcə biridir: “Bu gün zaman dəyişib və teatrlarda yeni PR üsullarının tətbiqinə ehtiyac var. Təəssüf ki, heç bir teatrımızın dəqiq və perspektivə yönəlmiş PR strategiyası mövcud deyil. Teatrların ştat cədvəlinə nəzər saldıqda görürük ki, günümüz üçün fəvqəladə əhəmiyyətə malik bu istiqamət, demək olar, nəzərə alınmayıb. Halbuki çağdaş zamanda PR istənilən fəaliyyət sahəsi üçün havasu kimi vacibdir. Teatrlar, ən azından, sosial media marketingi alətlərindən ustalıqla istifadə etməyi bacarmalıdır. İndiki dövrdə yalnız afişaya hər hansı Xalq artistinin şəklini

yapışdırmaq PR deyil”.

ZÖVQSÜZ AFIŞALAR

Teatrşünas iddia edir ki, bir çox hallarda, zövqsüz şəkildə, qeyri-peşəkarlıqla hazırlanmış, heç bir kreativ yanaşmanı əks etdirməyən belə afişalar teatrın təbliğindən çox, onun gözəndən düşməsinə xidmət edir: “Hər kəs çalışdığı teatrı bacardığı kimi təbliğ etməyə çalışır, bunu təqdir edirəm, ancaq vahid strateji xətt ətrafında birləşməyən belə addımların teatr sənətinin xeyrinə işlədiyini düşünmürəm”.



Elçin Cəfərov

20.000 İZLƏYİCİSİ OLANIN, 200 TAMAŞAÇISI VARSA...

Teatrşünasın fikrincə bu gün teatrlarda çox güclü aktyorlar var. Onların bir qismi cəmiyyət arasında yetərincə populyardır: “Ancaq bu o demək deyil ki, tamaşaların təbliği sırf onların üzərində qurulmalıdır. Əgər bir

aktyorun, tutaq ki, “instagram”da 20.000-dən çox izləyicisi varsa və onun tamaşasında zalda 200 nəfər yoxdursa, demək ki, teatr PR işini düzgün qurmayıb. Elə hesab edirəm ki, teatrların təşkilati strukturuna və fəaliyyət

mexanizmlərinə yenidən baxılmalı, teatr sənətində kommersiya amili nəzərə alınmalıdır. Teatrlar və teatrda çalışan insanlar yalnız dövlətin ayırdığı dotasiya ilə kifayətlənməyib, alternativ maliyyə mənbələri axtarmalı olsalar,

teatr işçilərinin fəaliyyəti əlavə tədbirlərlə stimullaşdırılsa, teatr industriyası formalaşar və bu sənət sferasında mövcud olan bir sıra təşkilati və yaradıcı problemlər kimi PR problemi də qismən aradan qalxar”.