



- و نه کم‌دی هایی مثل «اجاره‌نشین‌ها» و «مارمولک»- در این سال‌ها دور از ذهن نیست تا واکنشی به شکاف جامعه و تلویزیون باشد. سینمای عامه‌پسند بر اساس آلمان‌هایی حرکت می‌کند که در شهر و جامعه وجود دارد. برای مثال پیش از انقلاب تلویزیون بنا داشت جامعه را سکولاریزه کند اما به قدری مستقیم و عریان این کار را انجام داد که واکنش معکوس از مخاطب دریافت کرد. امروز اما درست برعکس، تلویزیون در صدد است نقش سنتی خودش را بازی کند اما باز به شکل افراطی و واپس گرایانه که نتیجه‌اش می‌شود روی آوردن به عامه‌پسندان مبتذل و بعضاً مستهجن. البته با همه این اوصاف باز هم این فیلم‌ها با تمام باجی که به مخاطب می‌دهند توانسته‌اند مخاطب جذب کنند. باز هم برای مثال پر مخاطب‌ترین‌های این سال‌ها حدود و میلیون مخاطب داشته، این در حالی‌ست که «کانی‌مانگا» پنج میلیون و «عقاب‌ها» هفت میلیون بیننده داشته‌اند. درست است که امروز غلبه با سینمای عامه‌پسند است؛ نه اجتماعی‌ونه‌حتی کم‌دی واقعی، اما در سینمای عامه‌پسند فیلمساز نقشی ندارد و تنها سود، محوریت دارد ولی این نگاه صنعتی به سینما نیست؛ چون صنعت با خود تولید انبوه به همراه دارد و در تولید انبوه، هم فیلم خوب هست و هم فیلم بد و این چرخه خودش خودش را اصلاح می‌کند. سینما هم رسانه است و هم صنعت و هم سرگرمی. کسانی که وجه سرگرمی را از سینما حذف می‌کنند و چنان غرق و مبهوت ژست‌های روشنفکری می‌شوند در واقع یکی از سه ضلع اصلی سینما را عمداً کنار می‌گذارند و با برچسب «فیلم مخاطب خاص» مخاطب را می‌رانند. لاجرم در پس این نگاه افراطی شاهد ساخت فیلم‌هایی مانند «پناه کیلو آلبالو» هستیم. از طرفی سینما رسانه‌هم هست و رسانه‌ها بر هم اثر گذارند؛ به ویژه تلویزیون با این ابعاد وسیع اثرگذاری. در نتیجه اگر تلویزیون چهره عبوس خود را قدری به سمت باشاشیت برد و تغییر ظاهر و جهت دهد، اتمسفر شادی ایجاد می‌شود؛ بنابراین لازم نیست برای شادی دست به دامن ابتذال شویم و به چاله «خالتور» بیفتیم. «کازابلانکا» از موفق‌ترین نمونه‌های سینمایی است که هر سه رکن را دارد؛ در اوج آرمان گرایی در بستری از عشق، مخاطبش را از همه دنیا جذب می‌کند. مدیریت فرهنگی و مدیریت سینمایی اگر چنین سیاستگذاری‌های کلانی نمی‌کنند پس دقیقاً چه می‌کنند!؟

پدیده‌هم‌در زمانی که اکران‌های موفق خارجی داشتیم ایجاد شد و هم‌در زمان اکران فیلم‌های پر فروش. دلیل روشنی هم دارد؛ تماشاگری که برای فیلم ایکس می‌آید آنقدر شغف دارد که پس از تماشا فیلم محبوبش به تماشاای فیلم دیگری هم برود؛ چون به سینما امیدوار شده است. بنابراین ممکن است اگر برای تماشاای فیلمی برود و به هر دلیلی مثل اتمام بلیت یا هر چیز دیگر نتواند آن را ببیند فیلم دیگری را جایگزین می‌کند؛ این در حالی است که اکنون با توجه به امکان خرید اینترنتی بلیت و از سویی پدیده ترافیک کلان شهرها افراد ترجیح می‌دهند بلیت فیلم ایکس را از قبل خریداری کرده و سر ساعت فقط به تماشاای همان فیلم بنشینند. با وجود گسترده شدن فضای تبلیغاتی اما همچنان تلویزیون رسانه‌ای بی‌رقیب است. در سال‌های اخیر گرچه فیلم‌ها سهمیه تیزر تبلیغاتی تلویزیون را دارا هستند اما وجود برنامه‌های نیمه‌تخصصی در مورد سینما در تلویزیون تاثیر بسیار بیشتری روی فروش فیلم‌های سینما و آشتی دوباره مردم با سینما داشته است. از نمونه‌های موفق این برنامه‌ها می‌توان به برنامه سینما دو و در دو سه سال گذشته برنامه هفت اشاره کرد که در ایجاد رغبت و میل مردم به سمت سینما اثر گذار بوده است. بنابراین با پخش نشدن این گونه برنامه‌ها حتماً سینما ضربه خواهد خورد و حداقلی‌ترین ضربه آن نیز این خواهد بود که قدرت تشخیص افراد برای انتخاب فیلم کم می‌شود.

❧ افت کیفیت آثار کم‌دی باعث کاهش مخاطب سینما

در سال ۹۶ بالاترین فروش متعلق به پنج فیلم کم‌دی است؛ «نهنگ عنبر ۲» حدود ۲۱ میلیارد تومان، «آینه‌بغل» که هنوز هم روی پرده است تا این‌جا حدود ۲۰ میلیارد، «گشت ۲» حدود ۲۰ میلیارد، «خوب، بد، جلف» حدود ۱۶ میلیارد و «اکسیدان» بیش از ۱۱ میلیارد تومان. در سال ۸۵ برای اولین بار فیلم «آتش‌بس» توانست به فروش یک میلیارد تومان دست پیدا کند. در سال ۹۲ اطلاق صفت پر فروش برای فیلم‌هایی بود که بتوانند بیش از دو میلیارد تومان بفروشند. این عدد در سال ۹۴ به چهار میلیارد و در سال ۹۵ به ۱۰ میلیارد تومان رسید. بعید نیست با رکورد شکنی «نهنگ عنبر ۲» و در صورت موفقیت «آینه‌بغل» برای عبور از مرز ۲۰ میلیارد این عدد برای سال آینده ملاک تعیین پر فروش‌ترین‌ها باشد؛ گرچه زیاد منطقی به نظر نمی‌رسد. ساخت فیلم‌های طنز عامه‌پسند



با وجود افزایش فروش سینما در ۳ سال اخیر، هنوز با آمار طلایی سال‌های دهه ۶۰ فاصله زیادی داریم

چرا مخاطب سینمای ایران کم است

کدام قشر را از سینما محروم می‌کند؟! از افزایش قیمت بلیت سینما، این حوزه به یک تفریح لاکچری تبدیل شده و طبیعی است که مخاطبان اصلی خود را از دست بدهد. با توجه به اینکه بخش مهمی از سینماهای اثر گذار در فروش به دست بخش خصوصی است طبیعی است که سینماداران و سالن‌داران تعیین می‌کنند چه فیلم‌هایی برای چه طیف خاصی از مصرف‌کنندگان ساخته شوند.

بد نیست نگاهی به سیر تصاعدی نرخ بلیت سینما در این سال‌ها بیندازیم. سال ۶۱ نرخ بلیت حدود ۳۰ تومان و سال ۹۱ میانگین قیمت سه هزار تومان است؛ یعنی ۱۰۰ برابر در طول ۳۰ سال که البته همان سال ۶۳ سوسید سینما قطع می‌شود و قیمت‌ها افزایش ناگهانی می‌یابد؛ آن سال سینما با کاهش چشمگیر مخاطب همراه بوده است! در این سال‌ها دو اتفاق مهم در حوزه سینما رخ می‌دهد؛ یکی با شدن پای ویدئو به خانه‌ها که به هر حال رقیبی برای سینما خواهد بود و دیگری شکل گرفتن ژانر یا گونه پر مخاطب دفاع مقدس. سال ۷۴ البته با تصویب قانون ممنوعیت ویدئو بار دیگر بلیت سینما افزایش چشمگیر پدای می‌کند. در سال ۹۱ حداکثر نرخ بلیت به ۴۵۰ تومان و سال ۹۶ این حداکثر قیمت به ۱۲ هزار تومان می‌رسد. لازم به ذکر است باز هم زمزمه‌هایی از افزایش نرخ بلیت به گوش می‌رسد. در واقع در طول ۳۵ سال مدیریت فرهنگی نتوانسته‌اند ۴۰ برابر نرخ بلیت را افزایش دهند و با توجه کم شدن سالن‌های سینما در این سال‌ها، دست مردم هم از سینما کوتاه‌تر شد. البته این پنج سال آخر می‌تواند در مسابقه تورم قیمت با ۳۰ سال قبل برابری کند. در هر سه مقطع افزایش بلیت در سال‌های ۷۴، ۶۱ و ۹۵ قاچاق فیلم افزایش یافت و فیلم‌ها از این ناحیه هم ضربه خوردند.

❧ تمرکز ساخت سالن‌های سینمایی در بالاشهر تهران
کمیت و کیفیت سالن‌های سینما در اکران موفق فیلم‌ها نقش مهمی دارد. پیش از انقلاب سالن‌های بسیار کمی در تهران دایر بودند که رفته‌رفته غیر قابل استفاده شدند؛ بنابراین بی‌کیفیتی آنها خود از عوامل دافعه مخاطب بود. پس از انقلاب، سینما آزادی در سال ۷۵ با ۱۵۰ میلیون فروش سالانه، تبدیل به پر مخاطب‌ترین سالن سینمای کشور شد. نیمه‌دهه ۷۰ (۷۶) سینما آزادی که سال ۴۸ ساخته شده بود به علت تخریب در آتش سوزی، توسط متولی آن عده حوزه هنری بازسازی شد، سال ۸۵ شهرداری تهران پروژه بازسازی سالن‌های سینما را در جهت توسعه شهری با بازسازی و تجهیز پردیس سینمایی آزادی آغاز کرد و سال ۸۶ پردیس آزادی با ظرفیت ۱۱۰۰ نفر به بهره‌برداری رسید. هم‌زمان در منطقه ۲ تهران اولین پروژه ساخت سالن‌های سینما با پردیس اریکه ایران‌یان کلید خورد و ظرفیت ۶۰۰ نفر را به صندلی‌های سینماهای کشور اضافه کرد. همان سال منطقه ۱۸ تهران، یافت‌آباد هم برای نخستین بار رنگ سینما را دید و پردیس تماشا با تعداد ۸۰۰ صندلی شروع به کار کرد.

پس از آن در سال ۸۷ پردیس سینمایی ملت با ظرفیت ۱۲۰۰ نفر افتتاح شد. سال ۸۸ غرب تهران صاحب پردیس سینمایی زندگی با گنجایش ۱۰۰۰ نفر شد. در سال ۸۹ پردیس راگا به جنوبی‌ترین نقطه تهران- شهری- رسید. باز هم در جنوب شهر در سال ۹۰ پردیس دیگری به نام نواب با هزار صندلی به چرخه اکران پیوست. سال ۹۳ اما دو پردیس اصلی در

سینمای ایران در سال ۹۶ با اکران بیش از ۷۵ فیلم توانست مبلغی حدود ۱۷۵ میلیارد تومان آورده

داشته باشد. این در حالی است که سینماها در سال ۹۵ برای حدود ۶۰ فیلم اکران شده، فروشی نزدیک به ۱۲۰ میلیارد تومان داشتند و در سال ۹۴ هم کمتر از ۶۰ فیلم اکران شدند و جمعا ۷۰ میلیارد تومان فروش داشتند. افزایش قیمت بلیت یکی از دلایل افزایش رقم فروش فیلم‌ها، در فاصله سال‌های ۹۴ تا ۹۶ است؛ موضوعی که در نوروز امسال هم کاملاً مشهود بود. با رسیدن به روز ۱۳ فروردین که پایان تعطیلات نوروزی بود، پخش‌کنندگان و سینماداران از رشد فروش سینمای ایران نسبت به سال گذشته خبر دادند. درست است که سینماداران از افزایش فروش نسبت به سال گذشته خبر می‌دهند ولی نا گفته‌نماند که تا کنیک افزایش قیمت بلیت، به این افزایش فروش رسیدن‌ولی تعداد مخاطبان کم شده و همین کاهش مخاطب هشداری است برای اینکه سینما در حال تبدیل شدن به یک کالای فرهنگی لوکس است. بر اساس آمار اعلام شده، از بازه زمانی ۲۵ اسفند ۹۶ تا ۱۳ فروردین ۹۷ با در نظر گرفتن متوسط قیمت بلیت حدود ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان، سینما مجموعاً ۱۸ میلیارد و ۹۸۰ میلیون تومان فروش داشته و یک میلیون و ۳۹۲ هزار مخاطب در نوروز ۹۷ به سینماها رفتند. این در حالی است که در همین بازه زمانی برای سال قبل، با در نظر گرفتن متوسط قیمت بلیت کمی بیش از ۶ هزار تومان، با رقم فروش ۱۶ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان، در مجموع یک میلیون و ۷۷۰ هزار مخاطب در نوروز ۹۶ به سینماها رفتند. پر واضح است که این کاهش ۲۷ درصدی مخاطبان، بی‌ارتباط با افزایش ۱۰ درصدی قیمت بلیت‌های سینمایی نیست. البته شورای صنفی نمایش در توجیه این افزایش قیمت متذکر شده است که نرخ بلیت سینماهای اصلی و مجهز افزایش یافته و برای همه سالن‌های سینمایی کشور نیست. اما با نگاهی به حجم فروش سالانه فیلم‌ها، سینماهایی همچون پردیس سینمایی کورش، آزادی، چارسو و هویزه مشهد که حالا بلیت‌هایشان گران هم شده‌است، بیشترین میزان حضور مخاطبان سینما را داشته‌اند.

❧ نگاهی به روند تاریخی افزایش قیمت بلیت در سینمای ایران

نرخ بلیت سینماهای یک‌بار سال ۶۳، بار دیگر سال ۷۴ و آخرین بار سال ۹۵ افزایش جدی یافت. موج سوم گران شدن قیمت بلیت از سال ۹۵ آغاز شد. سال ۹۴ بهای بلیت در سالن‌های مدرن و تازه تجهیز شده- به عبارتی پردیس‌ها- هشت هزار تومان بود. سال ۹۵ اما این قیمت به ۱۰ هزار تومان رسید و سال ۹۶ به ۱۲ هزار تومان افزایش یافت. با احتساب قیمت بلیت در سال ۹۶ حدود ۱۴ میلیون، سال ۹۵ حدود ۱۲ میلیون و سال ۹۴ حدود ۸/۵ میلیون بلیت فروخته شده است. این عدد- که البته روشن است نباید هر بلیت را به‌عنوان یک نفر لحاظ کرد- را وقتی در نسبت با جمعیت حدود ۷۵ میلیونی کشور در نظر بگیریم، رقم معناداری به دست می‌آید. در واقع چیزی حدود ۱۰ درصد مردم ایران به سینما می‌روند. حال باید دید بر اساس سیاست افزایش نرخ بلیت سینماها،

چهار سو

❧ فیلم جدید فرهادی، پیش فروش به ۲۰ کشور جهان جز ایران



فیلم اسپانیایی زبان «همه می‌دانند» به کارگردانی اصغر فرهادی که به صورت رسمی به عنوان فیلم افتتاحیه جشنواره کن ۲۰۱۸ انتخاب شده است، پیش از رونمایی در کن از سوی کمپانی فرانسوی «ممنتو پیکچرز» تاکنون به بیش از ۲۰ کشور جهان پیش فروش شده است. فیلم جدید فرهادی تاکنون به کشورهای آلمان، اتریش، ژاپن، چین، یونان، هنگ کنگ، مجارستان، لهستان، جمهوری چک و... فروخته شده است. اگرچه گفته می‌شود پیش شرط حضور فیلم‌ها در جشنواره فیلم کن، حق اولین رونمایی در این جشنواره است ولی طبق قوانین این جشنواره، فیلم فرهادی می‌تواند در بخش بازار فیلم جشنواره‌هایی همچون جشنواره جهانی فیلم فجر که اول اردیبهشت در تهران برگزار می‌شود، برای اهالی رسانه و منتقدان به نمایش درآید. هنوز هیچ خبری از نمایش این فیلم در جشنواره جهانی فیلم فجر و در سینماهای ایران منتشر نشده است.

❧ صدور بلیت برای «به وقت شام»؛ واریز پول برای فیلم کم‌دی



فروش فیلم‌ها علاوه بر اینکه به بازگشت سرمایه به سبب هنری فیلمسازان کمک می‌کند، اعلام آمار فروش فیلم‌ها در سامانه سینما تیکت هم فرصتی برای تبلیغات فیلم‌ها است. گویا همین مساله مهم در فرایند اقتصاد سینما، باعث شکل گیری رقابتی عجیب و ناخودمردانه در فروش بلیت فیلم‌ها شده است. نمونه عجیبی که به تازگی در شبکه‌های اجتماعی باز نشر داشته در مورد خطای فروش بلیت فیلم سینمایی «به وقت شام» است. طبق برخی از اسنادی که به دست خبرنگار «فرهیختگان» رسیده که با توجه به تعدد اعلام این مورد، احتمال تعددی بودن آن وجود دارد، در برخی سینماهای شهرستان‌ها و تعدادی از سینماهای تهران، مخاطبان برای دیدن فیلم «به وقت شام» بلیت می‌خرند، ولی برگه بلیتی که از طرف گیشه‌دار سینما صادر می‌شود، برای یکی از فیلم‌های کم‌دی اکران نوروزی است.

❧ خواجه‌امیری و کلیایگانی آواز ایرانی را میان توده مردم بردند



«فارس» در مطلبی نوشت: بزرگداشت حسین خواجه‌امیری خواننده پیشکسوت آواز ایرانی در همدان برگزار شد. علی شیرازی، آوازپژوه و همچنین یکی از آوازخوانانی که به سبک ایرج می‌خواند در این مراسم گفت: «ایرج و کلیایگانی دو هنرمندی بوده‌اند که آواز ایرانی را میان توده‌های مردم برده‌اند و آنها را به خوبی با این هنر آشتی داده‌اند. در قدیم آنقدر کار ایرج و کلیا در میان مردم با اقبال روبه‌رو نشده بود که در هر محله‌ای در سراسر ایران دست کم یکی دو نفر به شیوه این دو، آواز می‌خواندند. متأسفانه دیدیم که با به حاشیه رانده شدن اجاری این دو عزیز، آواز ایرانی به چه‌روزی دچار شده و امروز ماتم‌سرایي جای آواز را گرفته و صداها یی بی‌رقم جایگزین صداها یی باطراوت دیروزی شده است. «ایرج خواجه‌امیری پدر احسان خواجه‌امیری است و در سال‌های بعد از انقلاب، به‌خصوص در دهه ۷۰ و ۸۰، بیش از ۱۰ آلبوم را به بازار عرضه کرد.

❧ دعوا بر سر لقب «آقای بازیگر»



حامد بهداد بازیگر سینما و تلویزیون چندی پیش در گفت‌وگویی با یکی از شبکه‌های اینترنتی با انتقاد از لقب «آقای بازیگر» برای عزت... انتظامی گفته بود که «آقای بازیگر!؟ کی همین اتفاقی افتاد؟ بعد از انقلاب؟ بعد از انقلاب که قبول نیست. شما در دوره‌ای این لقب را گرفتید که فردین و بهروز وثوقی ممنوع‌الکار بودند. اصلاً قبول نیست. نامردیه». بعد از انتقاد حامد بهداد از لقب «آقای بازیگر» برای عزت... انتظامی، پرویز پرستویی در صفحه اینستاگرام خود به این صحبت‌ها پاسخ داد و نوشت: «حامد بهداد و بنده در جایگاهی نیستیم که برای استادان انتظامی تعیین تکلیف کنیم. چون زمانی که ما به دنیا نیامده بودیم آقای انتظامی آقای بازیگر بوده‌اند و به‌خصوص این لقب را زنده‌یاد محمدعلی فردین و بهروز وثوقی هم قبول داشتند. امیدوارم این حرف‌های حامد بهداد نباشد.»

آگهی مزایده عمومی
بیمارستان فرهیختگان (مرحله دوم)

بیمارستان فرهیختگان وابسته به دانشگاه آزاد اسلامی در شهر تهران در نظر دارد بهره‌برداری از بخش رادیولوژی و تصویربرداری را از طریق برگزاری مزایده عمومی به اشخاص واجد صلاحیت واگذار نماید.

بدین وسیله از کلیه متقاضیان دعوت به عمل می‌آید جهت دریافت اسناد مزایده از تاریخ نشر آگهی به مدت ۱۰ روز در ساعات اداری به آدرس تهران- بزرگراه شهید ستاری (شمال) میدان دانشگاه- روبه‌روی سازمان مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی- دبیرخانه بیمارستان فرهیختگان مراجعه نمایند. خواهشمند است قبل از مراجعه به بیمارستان مبلغ یک میلیون ریال بابت شرکت در مزایده به شماره حساب ۰۰۹۰۴۳۵۰۰۵۰۱۱۰ به نام بیمارستان فرهیختگان، بانک ملی ایران شعبه دانشگاه آزاد اسلامی واریز فرمایند. تلفن تماس: ۴۴۸۶۷۱۵۱

توضیحات: موافقت اصولی دستگاه اس‌تی اس‌کن ۱۶ اسلایس ۱۲۸ اسلایس، آم‌آر ۱/۵ تسلا، رادیولوژی دیجیتال، ماموگرافی، فلوروسکوپی، بانوکس و سنسجش تراکم استخوان از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی اخذ گردیده است.

آگهی مزایده مرحله دوم

دانشگاه آزاد اسلامی واحد کنگاور در نظر دارد اجاره یک‌ساله بوفه دانشگاه را به صورت اجاره ماهیانه واگذار نماید. لذا کلیه متقاضیان می‌توانند طرف مدت یک هفته از انتشار این آگهی با دریافت تکمیل اسناد مزایده از مدیریت مالی واحد، نسبت به تحویل آن به دانشگاه اقدام فرمایند. دانشگاه در رد یا قبول هر یک از پیشنهادها مختار می‌باشد.

هرنه چاب آگهی به عهده برنده مزایده خواهد بود.

آدرس: کنگاور، جنب بزرگراه کرمانشاه همدان دانشگاه آزاد اسلامی واحد کنگاور

فرهیختگان

سایت روزنامه

www.FARHEEKHTEGAN.ir

خانم مریم شکرآبی

با توجه به مطرح بودن پرونده اتهامی شما به علت غیبت غیرموجه در هیات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری (شماره یک) وزارت صنعت، معدن و تجارت، مقتضی است ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی، خود را به نشانی: تهران میدان ولیعصر – بلوار کشاورز – روبه‌روی بیمارستان پارس – ساختمان شهید زمردی- پلاک ۱۴۲- طبقه چهارم- دفتر هیات مذکور معرفی نمایید. خاطرنشان می‌سازد در صورت عدم مراجعه در فرجه قانونی مقرر، مرجع یاد شده غیابا به پرونده شما رسیدگی و نسبت به صدور رای اقدام خواهد شد.

م الف ۲۲