

نگاهی به قصه بلیت کنسرت‌های موسیقی در جهان گران، ارزان، متوازن!

هومن جعفری

خربنگار

آیا در خارج بلیت کنسرت‌ها گران است؟ برای شنیدن جواب این سوال باید به مولفه‌های زیادی توجه کرد. کدام خواننده یا گروه؟ کدام سالن یا چه میزان صندلی؟ کدام شهر؟ کدام اسپانسر؟ سیستم بلیت‌فروشی در دنیا، بر این میناکار می‌کند که حداکثر سود ممکن را کسب کند اما یا دید آینده‌نگرانه. به عبارت دیگر، در کنار اینکه به سود لحظه‌ای فکر می‌کنند، حواس‌شان هست که قیمت را طوری بگذارند که مخاطبان بتوانند باز هم در کنسرت‌های بعدی این شرکت یا این خواننده حضور داشته باشند. این امکان وجود دارد که در یک شب، در یک شهر، شما با صدها فرصت موسیقایی طرف باشید. مثلاً در سه سالن شهر، سه کنسرت برگزار شود. در یکی از پارک‌های بزرگ شهر، کنسرت رایگان یا کم‌قیمت شهرداری برگزار شود. در بسیاری از رستوران‌های بزرگ، کافه‌ها، بارهای بزرگ دارای پیست موسیقی هم خوانندگان و دی‌جی‌های مختلف اجرایی دارند که با دادن ورودی قابل استفاده است. هرکدام از این فرصت‌ها قیمتی دارند. از ۲۰۰ دلار برای یک بلیت درجه یک تا چندین دلار ورودی برای کنسرت شهرداری. بماند که در تمام شهر نیز خوانندگان و نوازندگان جوان در گوشه و کنار شهر، با کمک آمپلی‌فایرهای متحرک و شارژی، اجراهای خیابانی برگزار می‌کنند و تازه خیلی از آنها به علت فعالیت در فضای مجازی، اتفاقاً پربیننده و پرطرفدار هم هستند و حتی برنامه حضورشان را هم از قبل اعلام می‌کنند.

برای درک کردن سیستم فروش بلیت در دنیا، به این موارد توجه کنید.

۱. **تعدد باورنکردنی مکان مناسب**

یک شهر بزرگ و توسعه‌یافته را انتخاب کنید و تصمیم بگیرید داخلش کنسرتی برگزار کنید. مشکل اول شما انتخاب مکان مناسب برای کنسرت است. علاوه‌بر سالن‌های خصوصی کنسرت، سالن‌های در اختیار شهرداری، پارک‌های بزرگ و همچنین ورزشگاه‌ها می‌توانند مکان مناسبی برای کنسرت شما باشند. شما برای برگزاری کنسرت مشکل انتخاب مکان ندارید.

۲. **تعدد اسپانسر**

یکی دیگر از بزرگ‌ترین عوامل تسریع‌کننده کنسرت در خارج این است که اسپانسرهای فراوانی برای حمایت مالی از این کنسرت‌ها داوطلب می‌شوند و حتی رقابت سنگین و فشرده دارند.

۳. **تعدد خواننده**

جهان وطنی بودن متروپلتین‌ها یا ایربشرهای بزرگ سبب می‌شود که ظرفیت کنسرت‌های بین‌فرهنگی بسیار افزایش پیدا کند. مثلاً یک خواننده ایرانی یا سوری یا ترکی یا عرب‌زبان به راحتی می‌تواند در هرکدام از ایربشرهای بزرگ دنیا، بلیت کنسرتش را با ارقام بالا به فروش کامل برساند. نکته دیگری که در ایران فاقدش هستیم چندزبانی است. یک خواننده لاتین‌تبار یا انگلیسی یا فرانسوی یا عرب‌زبان، دایره گسترده‌تری از مخاطبان را می‌تواند به کنسرت‌های خود بکشداند. در فصل کنسرت‌ها در یک ایربشر، شما می‌توانید در یک بازه زمانی یکی دو هفته‌ای با انبوهی از کنسرت‌های همزمان طرف شوید که از چند ملیت مختلف باشند و همه هم بین‌المللی و شناخته شده. این قصه نیز خود در ایجاد تنوع و حفظ توازن در بازار مناسب است.

۴. **تعدد سبک**

یادمان باشد تعدد سبک اجرا را هم به تعدد مکان‌های برگزاری کنسرت و خوانندگان اضافه کنیم. برای نمونه باید به سبک‌هایی مثل رپ یا متال یا موسیقی دیجیتال یا رگه یا آراندبی اشاره کنیم. اگر بازار داخلی فقط موسیقی سنتی یا موسیقی پاپ را برای عرضه دارد، در عرصه بین‌الملل سبک‌های بیشتری را شاهدیم.

۵. **سیستم شناور**

می‌رسیم به بزرگ‌ترین طرح حامی مصرف‌کننده. قیمت شناور. قیمت همه صندلی‌ها طبیعتاً در یک سالن یک اندازه نیست و میزان نزدیکی یا دوری شما از سن روی قیمت اثر دارد. منتها در طرح شناور، شما این فرصت را در اختیار شرکت‌کنندگان کم‌درآمدتر قرار می‌دهید که با تخفیف بیشتری بلیت کنسرت را تهیه کنند. معمولاً نرخ بلیت به این صورت در نظر گرفته می‌شود که یک منطقه برای افراد کم‌درآمد و یک منطقه ویژه برای افراد پردرآمد فراهم شود. جایی مثل وی‌آی‌پی! به این ترتیب، افرادی که در وی‌آی‌پی می‌نشینند، گاه ده‌ها برابر بلیت افراد عادی را پرداخت می‌کنند. با تهی‌دانی از این دست، کنسرت‌گذاران می‌کوشند تا هم فرصتی ایجاد کنند تا همه به کنسرت‌ها بیایند و هم برای سلبریتی‌ها و میهمانان ویژه نیز، جایگاه پزرق‌و‌برقی ایجاد می‌کنند که برایشان افزایش وجهه اجتماعی دارد.

همه این موارد که عرض کردیم در قیمت‌گذاری بلیت‌های کنسرت موثر است. طبیعتاً باید در فرصتی مناسب‌تر به بررسی بیشتر این موارد پرداخت.



گزارش اختصاصی «فرهیختگان» از بازار موسیقی

قیمت بلیت کنسرت به یک میلیون تومان می‌رسد



مجتبی اردشیری

خبرنگار

ماه صفر هم به اتمام رسید و خبر چندانی از کنسرت‌های پاپ نیست. رسانه‌ها برای این تاخیر دلایلی چون حضور نداشتن خوانندگان در داخل کشور را عنوان کرده‌اند اما حقیقت آن است که دلیل اصلی این اتفاق، افزایش سرسام‌آور قیمت سالن‌ها است که البته آمدن روزالدو، هیچ تأثیری روی آن نگذاشته است چون این سالن‌ها چند هفته قبل از آمدن روزالدو، این افزایش قیمت را لحاظ کردند. ۱۲ روز از اتمام ماه صفر می‌گذرد و این انتظار وجود داشت تا دوستداران کنسرت، پس از دو ماه، به بازاری که طی چهار ماه نخست اسماں رونق کم‌سابقه‌ای پیدا کرده بود، شور و نشاط دیگری ببخشند و آمارهایی را رقم بزنند که راندمان اجرای زنده اسماں را به یک عدد

افزایش قیمت سالن به شبی ۴۲۰ میلیون تومان

قیمت سالن میلان‌نمایشگاه‌ه‌ی‌المللی هیچ افزایش نداشته و درواقع میلاد، تنها سالنی بوده که هیچ تغییری در قیمت‌های خود لحاظ نکرده است. اما قیمت‌ها در دو سالن اصلی دیگر یعنی رویال هال اسپیناس پالاس و مرکز همایش‌های برج میلاد افزایش داشته است. به طوری‌که حتی افزایش سقف قیمت بلیت از ۶۹۹ هزار تومان کنونی به یک میلیون تومان نیز نمی‌تواند برای طرف دیگر ماجراکه گروه هنری هستند، توجیه اقتصادی داشته باشد. بر پایه این گزارش اسپیناس پالاس، رقم اجاره هر شب سالن خود را برای شنبه تا

ابداعات سالن‌داری اسباب‌گرانی کنسرت موسیقی

افزایش قیمت بلیت در شرایطی رخ داده‌که قیمت سالن در سال اخیر طی دو مقطع بالارفته بود. جالب آنکه این افزایش قیمت بلیت تنها محدود به سالن نمایش نشده و دیگر امکانات از قبیل تاسیسات اضافه، نور، صدا، ال‌ای‌دی و… نیز با افزایش چشمگیری مواجه شده‌اند. کار به جایی رسیده‌که برای اجرای یک کنسرت مواردی چون پارکینگ و بیمه‌های روزانه نیز در نظر گرفته شده که کنسرت‌گذار مجبور است هزینه‌هایی را برای این عناوین در نظر بگیرد. درحالی‌که برخی از این موارد در بسیاری از کشورهای دنیا همراه با سالن در

تغییر کاربری سالن‌ها از فرهنگی به تجاری

در جدول به ریز قیمتی که ۲ سالن رویال هال اسپیناس پالاس و مرکز همایش‌های برج میلاد برای فصل جدید کنسرت‌ها پیشنهاد داده‌اند، می‌پردازیم با این توضیح که این اعداد تنها قیمت سالن، سالن پذیرایی و اتاق تشریفات است و مجموع آن هزینه نهایی یک تهیه‌کننده موسیقی به حساب نمی‌آید. بنابراین یک تهیه‌کننده موسیقی مجبور است علاوه‌بر هزینه سرسام‌آور سالن، برای پشت صحنه، سالن پذیرایی، اتاق تشریفات، تبلیغات چایی، استرايب، بیمه نفری، تاسیسات اضافه، نور، صدا، ال‌ای‌دی، پارکینگ و… متحمل هزینه‌هایی شود که عملاً نمی‌تواند با آن موجب گردش اقتصاد موسیقی شود. اکنون باید محاسبه کرد که با وجود این هزینه‌ها، قیمت هر صندلی در هر کدام از این سالن‌ها چقدر تمام می‌شود. وقتی طرف اول ماجرا که سالن دارها هستند، چنین ارقامی را طلب می‌کنند، حتی اگر نوازنده، خواننده و تیم هنری هم بخواهند دستمزدی یک سال گذشته خود را بگیرند، تهیه‌کننده مجبور است رقمی را از جیب خود روی مابقی پولی که از فروش تمامی صندلی‌ها نصیبش

تاخیر کنسرت‌ها از کج‌آب می‌خورد

با توجه به فرآیند آماده‌سازی‌های سالن‌ که در سراسر دنیا پیش از آغاز کنسرت وجود دارد، تیم‌های آماده‌سازی دکور گروه‌های موسیقی از بامداد روز کنسرت، سالن را در اختیار می‌گیرند و می‌توانند از نیمه‌شب، مشغول نصب تجهیزات فنی، دکور و… شوند. درحالی‌که در ایران گونه است که غالباً صبح روز کنسرت، سالن را به یک برنامه و همایشی اجاره داده و رقم هفتگی دریافت می‌کنند و توقع دازند وقتی سالن‌را ساعت سه تحویل

کنسرت یک کالای لوکس باقی می‌ماند تا زمانی که…

یکی از دلایلی که سبب می‌شود تا مدیران سالن‌های کنسرت، نسبت به افزایش چندباره قیمت در طول سال اقدام کنند، کمبود سالن و آگاهی آنان از این اصل است که کنسرت‌گذار به نوعی مجبور به همکاری با آنهاست. سالن‌های اصلی کنسرت در تهران، سالن میلاد نمایشگاه بین‌المللی، رویال هال اسپیناس پالاس و مرکز همایش‌های برج میلاد است. البته که گاهی برخی کنسرت‌های عموماً غیرپاپ هم در سالن وزارت کشور برگزار می‌شود. نکته نخست آنکه هیچ‌یک از این سالن‌ها، سالن‌های حرفه‌ای و استاندارد برگزاری کنسرت نیستند و چون سالن مجهز و حرفه‌ای کنسرت وجود ندارد، کنسرت‌گذارها مجبور هستند برنامه‌های خود را در این سالن‌ها

مدیران ورود کنند

آنچه‌مدیران سالن هاد نظر نمی‌گیرنداینکه این روزها با توجه به فشار اقتصادی و شرایط موجود، کنسرت‌گذارها مجبور هستند علاوه‌بر تبلیغات مجازی، تبلیغات را به شکلی متفاوت انجام دهند. مانند تبلیغات محیطی که یکی از گران‌ترین جنس تبلیغات در سراسر دنیا است و این یعنی آنکه اگر خواننده‌ای حتی اگر ۱۰۰ بلیت خود را نفروشد، عملاً کنسرت به ضرر منتهی خواهد شد. پیگیری خربزگار «فرهیختگان» حاکی از آن است که برخی از مدیران سالن‌ها به دلیل روحیه محافظه‌کار خود ترجیح می‌دهند با بالابردن افسادگسیخته قیمت سالن، تهیه‌کنندگان را مجاب کنند که کنسرت خود را به سالن دیگری ببرند تا حاشیه‌ای در جریان کنسرت هارقم نخورد و آنها مجبور به پاسخگویی

بی‌سابقه برساند. اما در کمال تعجب از شب گذشته، درگاه فروش بلیت برای چند خواننده باز شده است که همین تاخیر در بازگشت کنسرت‌ها مبین چند نکته است: نخست آنکه این کنسرت‌ها تنها برای پنج خواننده است و هیچ حرارت خاصی مبنی بر پیشی گرفتن خوانندگان از یکدیگر در اجرای زنده را ایجاد نکرده است. دوم آنکه بیشتر این کنسرت‌ها در سالن میلاد که هیچ افزایش قیمتی را شاهد نبود، برگزار خواهد شد و سوم هم آنکه افزایش قیمت تنها به اندازه ۱۰۰ هزار تومان در نظر گرفته شده که با این رقم، سقف بلیت به ۷۹۵ تومان رسیده است. نکته جالب این افزایش آن است که برخلاف کنسرت‌های پیش از ایام سوگراری محرم و صفر که چندین ردیف ابتدایی مشمول سقف قیمت بلیت می‌شدند، حالا این ردیف‌ها بیشتر شده‌اند و ردیف‌های بعد از این رقم نیز قیمت بالایی دارند. بدین ترتیب که تا صندلی‌های وسط سالن، به قیمت ۷۰۰ هزار تومان نرخ‌گذاری شده‌اند که نشان می‌دهد برگزارکنندگان

افزایش قیمت سالن به شبی ۴۲۰ میلیون تومان

سه شنبه، ۳۸۰ میلیون و برای سه روز پایانی هفته نیز ۴۲۰ میلیون تومان در نظر گرفته است. اوضاع برای برج میلاد به گونه‌ای است که مرکز همایش‌ها برای شنبه تا چهارشنبه ۲۲۰ میلیون و برای چهارشنبه تا جمعه ۲۶۰ میلیون تومان اعلام کرده است. این درحالی است که اسپیناس پالاس، سقف قیمت سالن خود را از اول فروردین ماه مبلغ ۲۸۰ میلیون تومان در نظر گرفته بود که با قیمت کنونی ششاد ۵۰ درصد افزایش قیمت سالن هستند است که اگر این ۵۰ درصد خود را در قیمت بلیت نشان دهد می‌بینیم که باید سقف قیمت بلیت یک

ابداعات سالن‌داری اسباب‌گرانی کنسرت موسیقی

اختیار تهیه‌کننده قرار می‌گیرد، اما در شرایط فعلی حتی برای پشت صحنه نیز هزینه جداگانه‌ای دریافت می‌شود که این مورد بعید است که در جای دیگری از دنیا به ثبت رسیده باشد. به عنوان مثال در زمینه تشریفات، در هر کنسرتی به سه تا چهار مورد از آنها نیاز است. در بسیاری از کشورهای جهان، سالن را به همراه پشت صحنه و دو سالن برای خواننده و گروه اجاره می‌دهند و این طرز نیست که بابت هر کدام از اینها رقم جداگانه دریافت شود اما این اتفاق در کنسرت‌های مارجایت نمی‌شود و سالن‌دار برای تمامی

شده، بگذارد و به آنها بدهد. نکته عجیب ماجرا آن است که این سالن‌ها، نوبت صبح خود را به همایش‌ها اجاره می‌دهند و این قیمتی که اعلام شده، تنها قیمت شب سالن‌ها است تا متوجه شوید این سالن‌ها که

اگرچه سقف قیمت بلیت را به جای یک میلیون تومان، حدود ۸۰۰ هزار تومان در نظر گرفته‌اند اما بابت جبران کسری، ردیف‌های بیشتری از سالن را مشمول قیمت سقف و قیمت‌های نزدیک به سقف در نظر گرفته‌اند. به طوری‌که اختلاف قیمت صندلی وسط سالن با قیمت صندلی ردیف اول، کمتر از ۱۰۰ هزار تومان است. این کنسرت‌های کم‌رقم درحالی درگاه خود را باز گذاشته‌اند که تصور می‌شود حجم قابل توجهی از کنسرت‌گذاران، تمایل چندانی برای برگزاری کنسرت ندارند. اتفاقی که شاید همگان تصور می‌کردند، دو سه روز پس از پایان ماه صفر اجرایی می‌شود اما این اتفاق تا امروز جریان داشته و هنوز هیچ کنسرت پاپی در تهران و شهرستان‌ها برگزار نشده است. خربزگار «فرهیختگان» به اطلاعاتی دست پیدا کرده که نشان می‌دهد دلیل واقعی عدم برگزاری کنسرت طی روزهای اخیر، بالا رفتن افسادگسیخته قیمت سالن‌هاست و این مورد تنها دلیل برگزار نشدن کنسرت در پایتخت است.

میلیون و ۵۰ هزار تومان باشد. اما این تمام ماجرا نیست؛ چراکه این عدد تنها به چهاردیواری سالن اختصاص دارد و به این رقم، امکاناتی چون سالن پذیرایی، اتاق تشریفات، بیمه و… نیز افزوده می‌شود که در نهایت کار به جایی می‌رسد که هزینه یک شب اجراد در رویال هال اسپیناس پالاس به بیش از ۶۰۰ میلیون و در برج میلاد با ۱۴۰۰ صندلی که بخشی از آن اصلا دید ندارد به ۳۵۰ میلیون تومان می‌رسد و صد البته مشخص است که حتی بلیت یک میلیون تومانی نیز نمی‌تواند به جز سالن‌دار، برای طرف دیگر صرفه و توجیه داشته باشد.

آپشن‌ها از جمله پارکینگ، درخواست هزینه اضافه دارد. در تمام دنیا وقتی می‌گوییم اجاره سالن کنسرت، یعنی اجاره سالن با همه متعلقات نور، صدا، ال‌ای‌دی، اتاق تشریفات، اتاق میهمانان، اتاق خواننده، اتاق اعضای گروه، اتاق پذیرایی و… این یک روال است و اصلاً وقتی معمارها، سالن کنسرت را می‌سازند آن را با همه این موارد می‌سازند. اینکه اینجا برخی سالن‌داران ما قسمت‌های سالن را به صورت جدا جدا اجاره می‌دهند و پولش را می‌گیرند، موضوع نوظهوری است که در ایران اتفاق می‌افتد.

شاید در باور ما، اماکنی فرهنگی هستند، بسیار بیشتر از سالن‌های تشریفات عقد و عروسی درآمد دارند و به نوعی کاربری فرهنگی خود را به تجاری تغییر داده‌اند.

روپال هال اسپیناس پالاس (قیمت‌ها به تومان است)	شنبه تا سه شنبه	چهارشنبه تا جمعه
اجاره سالن اصلی	۳۸۰/۰۰۰/۰۰۰	۴۲۰/۰۰۰/۰۰۰
سالن پارمه (۶ ساعت)	۱۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰/۰۰۰/۰۰۰

مرکز همایش‌های برج میلاد (قیمت‌ها به تومان است)	شنبه تا سه شنبه	چهارشنبه تا جمعه
اجاره سالن اصلی	۲۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۲۶۰/۰۰۰/۰۰۰
اجاره سالن پذیرایی شهریار	۱۲/۰۰۰/۰۰۰	۱۲/۰۰۰/۰۰۰
اجاره هر اتاق تشریفات	۳/۵۰۰/۰۰۰	۳/۵۰۰/۰۰۰

شده، بگذارد و به آنها بدهد. نکته عجیب ماجرا آن است که این سالن‌ها، نوبت صبح خود را به همایش‌ها اجاره می‌دهند و این قیمتی که اعلام شده، تنها قیمت شب سالن‌ها است تا متوجه شوید این سالن‌ها که

به نظر می‌رسد که هیچ نظارتی روی قیمت‌گذاری سالن‌های کنسرت وجود ندارد و یکی از مواردی که تهیه‌کنندگان موسیقی نسبت به آن گله مند هستند سالن‌های در اختیار شهرداری است. درحالی‌که یکی از وظایف شهرداری ایجاد بستری مناسب برای فعالیت‌های فرهنگی و هنری است اما اکنون و با این قیمت‌ها، مانعی جدی در مسیر برقراری فعالیت‌های فرهنگی و هنری قرار داده شده است.

می‌دهند، همه تجهیزات موسیقی ظرف سه تا چهار ساعت باقی مانده نصب شود و کنسرت هم سروقت برگزار شود، بنابراین یکی از دلایل تاخیر در اجرای به‌موقع کنسرت‌ها، در تحویل دادن سالن است. این افزایش سرسام‌آور هزینه سالن‌ها در شرایطی مطرح می‌شود که بلیت بالای یک میلیون تومانی برای هر کنسرت، فشار را بر دوست داران اجرای زنده بیشتر کرده و کنسرت را به کالای لوکسی تبدیل می‌کند که تنها در اختیار طبقه خاصی قرار خواهد داشت.

اجراکنند و نکته دوم آنکه به دلیل محدودیت این سالن‌ها، چرخه آزادی در رابطه با عرضه و تقاضا شکل نمی‌گیرد و تهیه‌کنندگان به نوعی مجبور هستند با سالن‌دارها کنار آمده و تقاضای افزایش قیمت اجاره سالن را که سالانه اجتناب‌ناپذیر است با بالابردن قیمت بلیت جبران کنند. بنابراین تا زمانی که چرخه با این منوال وجود دارد، کنسرت یک کالای لوکس است که بسیاری از طبقات اجتماعی نمی‌توانند از آن برخوردار شوند. در شهرستان‌ها و مراکز استان‌ها که وضع از این هم وخیم‌تر است و خوانندگان مجبور هستند تا در سالن‌های سینما و آمفی‌تئاترها به اجرای برنامه بپردازند. بنابراین این حق مسلم خواننده و کنسرت‌گذار است که برنامه خود را در یک سالن مجهز و

نشوند. این گمانه به تأیید چندین تهیه‌کننده موسیقی نیز رسیده است و آنها عنوان کرده‌اند که برخی از مدیران، قیمت سالن‌ها را چنان بالابرده‌اند که هیچ اجرایی در آن برگزار نشود تا بدین ترتیب از تنبیه، توبیخ یا انفصال از خدمت احتمالی مصون بمانند. درحالی‌که این اماکنی که در اختیار آنهاست متعلق به بیت‌المال است و باید برای چنین اموری تخفیف داده شود، اما به جای تخفیف می‌آیند قیمت را با قیمت همایش‌های شرکت‌های خصوصی که طی آن تبلیغات صورت می‌گیرد، یکی می‌کنند. سال گذشته و در جریان نازامی‌های اجتماعی، کنسرت‌ها آخرین مرحله فشار بد خواهان کشور بود که تا ابتدای بهمن ماه، دایره فشارها را چنان تنگ کردند که سبب شد هیچ

خواننده‌ای روی صحنه نرود. این درحالی است که اجرای کنسرت و اسامای موسیقی یکی از پیشران‌های مهم نشاط اجتماعی یک کشور است. اکنون هم احساس می‌شود که اگر به مانند سال گذشته وساطت محکم دفتر موسیقی و وزارت ارشاد نباشد، وضعیت کنسرت به مانند سال گذشته می‌شود. بنابراین نیاز است تا در راستای ارتقای سرنانه نشاط اجتماعی مردم، حمایت از فرهنگ و هنرمندان و البته ترتیب دادن زمینه اشتغال فعالان این حوزه، به این اتفاق مهم ورود شده و هر فرآیندی که باعث افزایش قیمت بلیت کنسرت می‌شود، اصلاح شود تا مردم پس از دو ماه به سالن‌های تاریک برنوند و رونقی که طی چهار ماه نخست اسماں در این حوزه رخ داده را با گستردگی بیشتری بسط دهند.

فرهیختگان

فرهیختگان

پنجشنبه ۶ مهر ۱۴۰۲

شماره ۳۹۶۸

WWW.FDN.IR

FARHIKHTEGANDAILY

۱۳