



که جنبه‌هایی علمی و آموزشی هم دارد، که با هر تغییر از سبک زندگی هم هیچ چیز نمی‌تواند جای آن را بگیرد، سینما رسانه‌ای است که جایگزینی نمی‌توان برای اش پیدا کرد، مسئله مهم دیگر محتوا است، محتوایی که روی پرده اکران می‌رود باید تعمیم‌دهنده جذابیت جادویی فنی سینما باشد، تا بتواند عواطف مخاطب را در پرده‌های مسحورکننده درگیر کرده و به خدمت بگیرد، در سال جاری از میان کلیه فیلم‌هایی که اکران شده است تنها ۲ فیلم به سود دهی رسیده‌اند، و ۴ فیلم هم هزینه‌های ساخت خود را در آورده و مابقی زیان ده شده‌اند همان‌طور که می‌دانید از فروش یک فیلم، ۳۰ تا ۴۰ درصد آن به تهیه‌کننده و عوامل تولید فیلم تعلق می‌گیرد و مابقی سهم بخش‌کننده و سینما دار و غیره می‌شود، با این حساب اگر یک فیلم موفق شود ۲۰ میلیارد بفروشد، نهایتاً ۷ میلیارد به سازندگان آن می‌رسد، این در صورتی است که هزینه تولید یک فیلم سینمایی در ارزان‌ترین حالت ممکن، ۷ الی ۸ میلیارد بر آورده شده است، علت اصلی همه این مسائل هم تنها پایین بودن فرکانس اشغال است، یعنی از هر ۱۰۰ صندلی در سینماهای کشور، تنها ۵ صندلی فروخته شده است، این مسئله بحران اصلی سینمای ماست، که در شکل‌گیری آن، چندین مشکل زیر ساختی دخیل هستند، اولین مشکل محتوا است، در تجربه‌ای که اخیراً از نمایش بازی فوتبال ایران و آمریکا در ۷۰ سینمای کشور داشتیم، برخی از سینماها موفق شده‌اند تمام بلیت‌های سالن‌های خود را بفروشند، برای مثال یکی از سینماها ۱۰ سالن خود را برای پاسخگویی به تقاضای مخاطبان به این امر اختصاص داد، این به این معنی است که مردم محتوای خوب و جذاب را دوست دارند و از اعجاز سینما آگاه هستند، طوری که برای دیدن فوتبالی که از خله هم می‌تولستند آن را دنبال کنند، به سینما آمده بودند، طبق آماری که بدست آمد، نمایش مسابقه فوتبال با ضریب اشغال ۸۵ درصد ثبت شد، که این امر کلاماً نشان می‌دهد محتوای خوب و مهیج در هر شرایط زمانی و مکانی مخاطب خود را به سینما می‌آورد، یک وجه دیگر که شرایط فروش سینمای ایران را کم می‌کند، مشکلات اقتصادی است، با وجود آنکه بلیت سینما از ارزان‌ترین تفریحات متداول در کشور است، با این حال اگر یک خانواده پنج نفره بخواهند برای تماشای یک فیلم به سینما بروند یا هزینه‌های جلیبی و ایاب و ذهاب حدوداً ۵۰۰ هزار تومان باید هزینه کنند که این رقم در اوضاع اقتصادی و معیشتی بخش بزرگی از جامعه ما، مبلغ چشمگیری است، پس منطقی می‌نماید پدر خانواده یا خرید یک اکانت پلتفرم‌های نمایش، تماشای فیلم در خله و در کنار خانواده‌اش را ترجیح دهد که امیدواریم با برنهم‌ریزی شورای عالی سینما و حمایت دولت محترم از طریق راه‌اندازی سامانه سینما کارت، دوباره شاهد استقبال چشم‌گیر مردم از فیلم‌ها و سینماهای کشور باشیم.

کشورهایی موفق شده‌اند سینمای خود را پر رونق حفظ کنند، آیا موسسه سینما شهر، سیاست‌گذاری سینمایی آنها را پایش می‌کند؟

در دنیا سینما، هنر و صنعت است، صنعتی پول‌ساز و پیشرو، و عمدتاً سینماها بر پایه بخش خصوصی است، و توسط کمپانی‌های بزرگ و قدرتمندی اداره می‌شود که چرخه کامل تولید تا اکران را مدیریت می‌کنند، سینما شهر، هر ساله مجله فوکوس که گزارشی از عملکرد سینماهای سراسر جهان را ارائه می‌دهد تهیه و ترجمه می‌کند که امکان مقایسه فعالیت سینماها و آثار سینمایی در جهان را برای ما مهیا می‌سازد، می‌توان گفت به غیر از دوران سخت کرونا که پر و تکتل‌های بهداشتی آن کلاماً در تضاد با هویت جمعی سینما بود، کشورهایی که از نظر اقتصادی از شرایط خوبی برخوردار هستند، مخاطب بالایی دارند هر چند در سال‌های کرونا و بعد از آن نمودار کلیه مخاطبین جهان کاهش یافته است.

در حال حاضر سامانه آی تیکت در چه مرحله‌ای است؟

در حال حاضر سامانه راه‌اندازی شده است، و دسترسی به آن از طریق فضای مجازی برای عموم امکان‌پذیر است، تفاهم‌نامه‌های همکاری آن با اپلیکیشن‌های معتبر و پربازدید امضا شده است، در فاز بعدی هم همکاری با اپلیکیشن‌های دیگر که تأیید صلاحیت شوند در دستور کار است، این سامانه قادر است تمام صندلی‌های سینمایی کشور را تحت پوشش خود قرار دهد و مردم در حال حاضر می‌توانند بلیت سینمایی خود را از این سامانه تهیه کنند، همچنین خدمات حمایتی و جلیبی دیگر این سامانه مانند سینما کارت، در حال راه‌اندازی است که بزودی از آن‌ها رونمایی خواهد شد، آی تیکت، قرار نیست جای سامانه‌های قبلی که وظیفه فروش بلیط سینما را داشته‌اند را بگیرد، این سامانه بیشتر برای برنامه‌ریزی به منظور جذب بیشتر مخاطب و ساماندهی مخاطب خاموش سینما فعالیت می‌نماید.

رویکردی که اتخاذ شد، توسعه و احیای فرهنگ سینما رفتن در ایران است که با تغییر سبک زندگی و قرار گرفتن در سبد تفریحی خانوار باعث رونق کسب و کار اصناف سینمایی می‌شود، این امر مستلزم، سیستمی بود که بتواند بودجه دولتی را با هدف‌مندی در این بخش به کار بگیرد، و با برنامه‌ریزی درست و نظارت بر توزیع بین این افراد با عملکردی سازمان یافته به صورت جدی وارد میدان عمل شود، برای این هدف نیاز به یک سامانه پشتیبانی قوی داشتیم که امیدوارم این امر با ایجاد این زیرساخت هر چه سریع‌تر شروع به فعالیت کند.

بیشتر بن‌هدفی که موسسه تخصصی سینما شهر در سامانه آی تیکت دنبال می‌کند، چیست؟

ضریب اشغال سینمایی ایران در ۸ ماه گذشته ۵،۲۲ درصد بوده است، این آمار یک فاجعه به حساب می‌آید، یعنی از هر ۱۰۰ صندلی در سانس‌های سینمایی، ۵ صندلی به فروش رفته است، که کلیدی‌ترین اتفاقی که از نظر ما می‌توانست این مسئله را حل کند، پیوند سینما با حوزه آی تی بود، از نظر من هیچ جادویی نمی‌تواند جای سینما را بگیرد، سینما با تکنولوژی‌های مدرن فعلی، با کیفیت تصویر و همچنین صدای اتمسفر و دل‌بایی در یک فضای تاریک و حجم خندیدن صدای جماعت و همچنین محزون شدن‌های جمعی، آئینی است که در تجربه بشر تکرار نشدنی است، آئینی جمعی و تفریحی

پایین منطقی نبوده و فروش باید از سامانه‌های ارائه دهنده بزرگ اتفاق بیفتد تا سطح اشغال پایین سینماهای کشور افزایش یابد، لذا ارائه API به تمامی سامانه‌های بلیت‌فروشی در دستور کار قرار گرفت و در کنار آنها سامانه آی تیکت، فعالیت ریگولاتوری را انجام می‌دهد، این سامانه کاملاً حمایتی است همان‌طور که سینما شهر و سازمان سینمایی سالانه چند ده میلیارد به سینماها کمک می‌کند، سامانه‌های موجود از فروش بلیت سینما ۱ تا ۳ درصد از سینما دار می‌گرفتند که در سامانه آی تیکت این درصد هم حذف شده است، و سینما دار دیگر هیچ مبلغی بابت فروش بلیت‌اش به سامانه نمی‌دهد، دومین مسئله‌ای که در حال دنبال کردن آن هستیم «سینما کارت» است، که خدمات تخفیفی و جانبی را در این سامانه به جامعه هدف مد نظر ارائه می‌کند، مستحضر هستید که شورای عالی سینما، دوباره کار خود را آغاز کرده است و ما به جد به دنبال این هستیم که جامعه هدف سینما را به خانواده‌های دولت، بازیکنان و فرهنگیان و... بسط بدهیم، این مورد هم کاملاً به صورت حمایتی اتفاق خواهد افتاد، به این شکل که دولت بودجه‌ای را تزریق کرده تا افراد تحت تکفل یا خانواده‌های خود به سینما بروند که محاسبات آن با صاحبان آثار و سینما از طریق این سامانه امکان‌پذیر می‌شود.

آسیب شناسی در حوزه مخاطب و سینما را چطور ارزیابی کرده‌اید؟