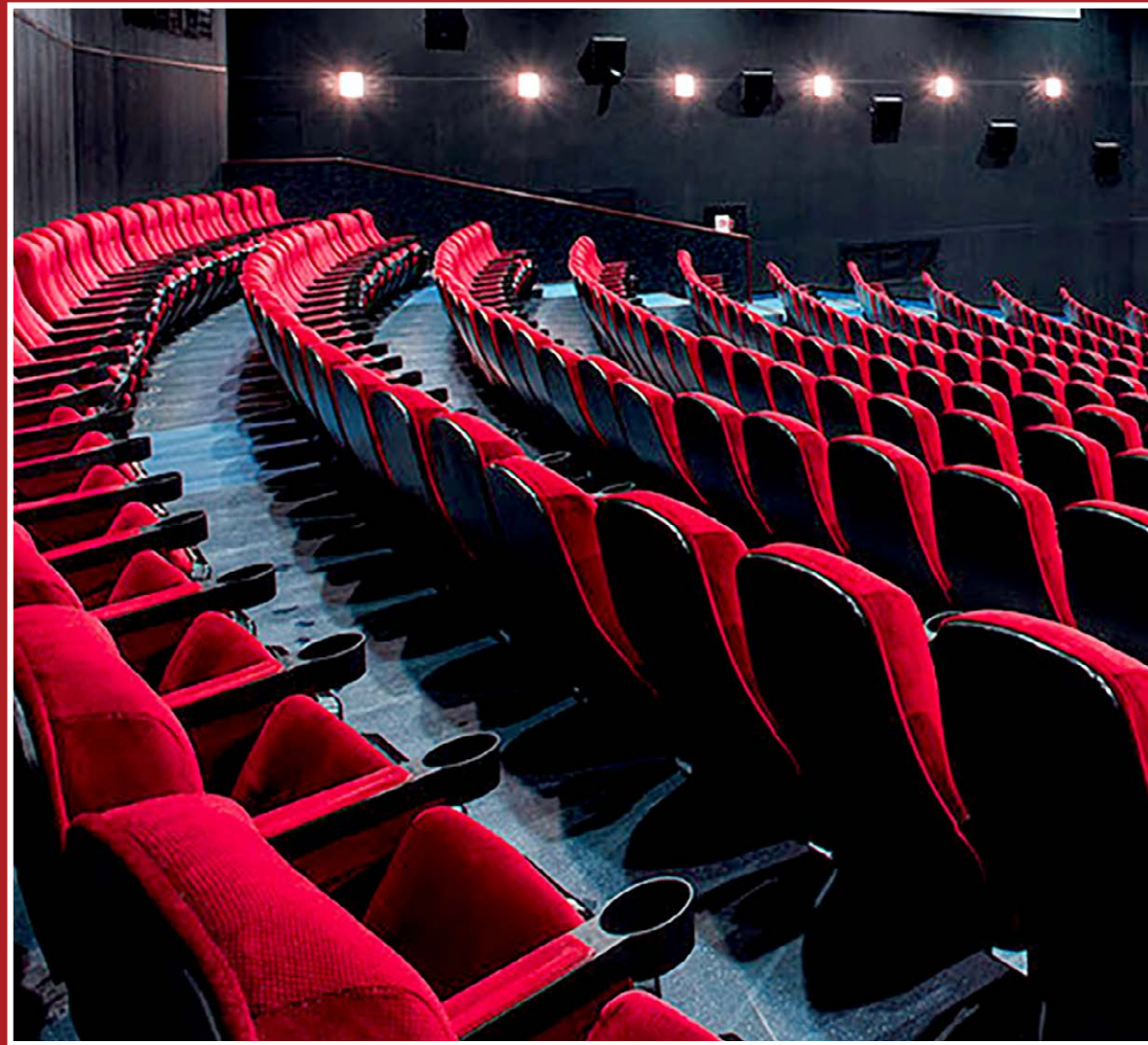


بهبه نفع کیست؟!!



سینما، با توجه به سابقه‌ای که از فیلم‌های استقبال نشده گذشته داریم، می‌دانم که قطعا این معترض بودنشان را انتقال می‌دهند. مثلاً می‌آیند گله می‌کنند که این چه فیلمی است؟ فیلم دیگری ندارد؟! و... همین که مردم به سینما داراها بگویند فیلم دیگری ندارد؟ یعنی این که جمع کنید، بروید!

وی افزود: ما دو قشر مخاطب داریم، یک عده که کلا عاشق سینما هستند و اولین فیلمی که روی پرده‌ها می‌آید تحت هر شرایطی ورود می‌کنند و برای تماشای آن به سینما می‌آیند. قشر دیگر براساس نقدها و نظرات مخاطبین دیگر به سینما می‌روند. آن‌ها وقتی فیلمی به نمایش درمی‌آید، ابتدا دیدگاه‌های دیگر را می‌سنجند که نقدهای آن چگونه بوده است. در چنین زمان‌هایی که مثلاً یک فیلم در چهار هفته اول نمایش فروش نداشته و اکران آن همچنان ادامه پیدا کرده، قشر دوم قطعا ورود نمی‌کنند. آن‌ها نقدهای اولیه را خوانده‌اند و بازخوردهای اولیه را گرفته‌اند و به تماشای فیلم نمی‌آیند. در واقع افرادی که نقدها را می‌خوانند، آن‌را سینه به سینه انتقال می‌دهند و نکات منفی و مثبت آن را بازگو می‌کنند. برای نمونه فیلم «فسیل» اگر حدود یک سال هم که روی پرده‌های سینما باشد؛ نمی‌گوییم به لحاظ محتوایی اما به لحاظ آن فضای طنزی که دارد سینه به سینه انتقال داده می‌شود که مثلاً فیلم جالبی است. چیزی که خودم در سال گذشته بارها شاهدش بودم و دوستانی را می‌دیدم که شاید شش یا هفت مرتبه به تماشای آن می‌آمدند. یا مثلاً فیلم «هتل»، فیلم‌هایی که به قول معروف گیشه‌ای هستند و در حال حاضر مخاطب آن‌ها را می‌پسندد. الان با این مسئله کاری نداریم که نقد هم می‌شود که این نوع فیلم‌ها اصلاً محتوا ندارند و... به هر حال باید بپذیریم که سینما دار هم دارد هزینه می‌کند.

هیچ وقت نمی‌آید فیلمی که مخاطب ندارد را مثلاً در سالن دوپست، سیصد نفره و در ساعت ۹ شب بگذارد. چون این فیلم اشباع شده است، نگاه مخاطب را پر کرده و قطع به یقین استقبال چندانی از آن نخواهد شد. در نهایت مجبور می‌شود این فیلم‌ها را مثلاً در سالن‌های نه، ده یا یازده صبح بگذارد!

فولادی در ادامه اذعان داشت: درآمد سینما دار از مخاطب است. مخاطب هم هزینه‌ای که در سینما می‌کند بابت یک فیلم خوب است. ما همه زنجیره‌وار به یکدیگر وصل هستیم، اگر فیلم خوب نباشد، مخاطب ندارد. اگر مخاطب نباشد، سینما دار درآمد ندارد. ببینید یک تهیه‌کننده فیلم با اسپانسر، وام، حالا با هر تبصره و شکلی بالاخره یک فیلم را می‌سازد ولی ما سینما دارها یک زیر ساختی را فراهم کرده‌ایم که برای آن چند صدم میلیارد هزینه کرده‌ایم. طبیعتاً نگاهمان این است که مخاطب مان جذب شود. بالاخره مخاطب باید نگاه مثبتی به فیلم روی پرده داشته باشد تا برای دیدن آن به سینما بیاید. باز خورد هر فیلمی هم در همان ده روز اول اکران مشخص می‌شود. بعضاً حتی هنوز به نمایش در نیامده باز خوردش پیدا است و می‌دانیم چه خروجی‌ای دارد. اصلاً نیاز نیست که بگذاریم چهار هفته از نمایش آن بگذرد. فیلم دو سانس که به نمایش در آید باز خوردش معلوم می‌شود.

او افزود: خیلی از سینماها را می‌شناسم اما نام نمی‌برم که روی سایت‌شان، چیدمان جعلی هم دارند، عملاً یک فیلمی را در یک تایمی می‌چینند که اصلاً در آن تایم سالن ندارد! مثلاً می‌گویند که ساعت ده شب در سالن دو، فیلمی را نمایش می‌دهد در صورتی که اگر شما در آن سانس مراجعه کنید، متوجه می‌شوید که اصلاً چنین چیزی نیست و فیلم دیگری در حال پخش است. دلیل آن‌ها هم این است که می‌دانند آن فیلم مخاطب ندارد و هدف این است که مثلاً به تهیه‌کننده آن فیلم نشان دهند که فیلم او را اکران می‌کنند. خوب این کار عملاً یک جور دور زدن و کلاه بر سر همدیگر گذاشتن است. قصدم از بازگویی این نکته، این است که بگوییم این شیوه از کارها متأسفانه چنین عکس‌العمل‌هایی را هم خواهد داشت. یعنی یک تعداد سینما دار هم ممکن است به ناچار در ظاهر اکران فیلم فروش نرفته را بپذیرند اما در واقعیت آن را انجام ندهند. بالاخره نمایش هر فیلمی باید برای سینما دار منافع داشته باشد تا ضرر. مثلاً اگر فیلمی مثل «فسیل»، «هتل» یا مثلاً اگر «مطرب» را دوباره تکرار کنند، با این که چند سال از اکرانش گذشته است. من موافق خواهم بود. یا مثلاً فیلمی مانند «شب» که ماه کامل شد؛ هنوز هم مخاطبش می‌آید و نگاه می‌کند. خوب ما هم از فیلم‌های قوی استقبال می‌کنیم، حتی برای یک سری از فیلم‌ها مثلاً در بازه زمانی سال ۹۸ مجوز خواستیم که تمدید شود و دوباره به ما اجازه اکران دهند ولی مخالفت شد.

فولادی در پایان بیان کرد: باید دید که در نهایت تدبیر مسئولین و تصمیم صاحب‌نظران و اهل فن چه خواهد بود. اما نتیجه هر چه که باشد باید برای سینما دار اول توجه اقتصادی، دوم توجه اقتصادی و سوم توجه اقتصادی داشته باشد تا بتواند چراغ سینمایش را روشن نگه دارد.

پردیس‌ها، پیش برود؛ باز هم با مخاطب زیادی مواجه نخواهد شد. باید یک شورایی تشکیل شود که این شورا بدنه اقتصادی را بشناسند. با فروش درست بلیت، استفاده از ظرفیت‌های دولتی، وزارتخانه‌ها، تماشاگرانی که می‌توانند از طریق بلیت‌های مخصوص با قیمت‌های مناسب‌تر به سینما بیایند و جذب مخاطب جدید، این اتفاق خواهد افتاد.

رضاخانی در پایان گفت: نتیجه بخش بودن چنین ایده‌های مستلزم این است که برای تبلیغات فیلم‌های این حوزه، یک ساز و کار جدید طراحی شود که امیدوارم این اتفاق بیفتد.

حمید فولادی:

اگر فیلمی خوب نباشد، مخاطب ندارد

مهندس حمید فولادی مدیر سابق پردیس سینمایی اطلس مشهد دیدگاه خود را در مورد شیوه کار گروه فرهنگ تازه تاسیس شده این گونه ابراز داشت: من تصور خودم را به صورت کلی و نه به عنوان یک اظهار نظر عرض می‌کنم. فیلمی که در یک بازه زمانی به فروش نداشته است و عملاً نتوانسته مخاطب خودش را جذب کند، بعد از آن هم قطعا نخواهد توانست. وقتی یک فیلم چهار هفته روی پرده سینما بوده و مخاطب به هر دلیلی از آن استقبال نکرده است باید دید اکران آن، این ذهنیت برایش ایجاد می‌شود که حتماً فیلم دیگری تولید نشده یا فیلم دیگری برای نمایش ندارند. همین خودش او را دل زده می‌کند. از این جهت چنین روندی خیلی مورد مقبولیت نیست و فقط وقت سالن‌ها را می‌گیرد و به آن آسیب می‌زند. او در ادامه توضیح داد: ارتباط‌گیری اولیه مخاطبان، خود سینماست. طبیعتاً بیشتر به سینما دارها اعتراض می‌کنند تا به حوزه مدیران

گروه فرهنگ سینمایی را هیچ ایرادی نمی‌داند، عقیده خود را در این خصوص در یک جمله بیان کرد: به نظر من بد نیست که این ایده به شکل امتحانی انجام شود، شاید نتیجه‌بخش باشد.

مازیار رضاخانی:

باید شورایی که بدنه اقتصادی را بشناسد تشکیل شود

مازیار رضاخانی، کارگردان و کارشناس سینما، مدیر سابق پردیس‌های سینمایی رازی، تماشا و پردیس سینمایی ملت در خصوص تشکیل گروه سینمایی فرهنگ بیان کرد: اگر این حرکت ادامه دار و بر اساس نگاهی آندیشه محور به حوزه سینمای فرهنگی باشد، خیلی خوب است ولی اگر در حد یک ایده و کاری کوتاه مدت برای مدیرانی که امروز پشت میز نشسته‌اند، باشد؛ قطعا محکوم به شکست خواهد بود.

وی در ادامه توضیح داد: در واقع بستگی به ساختار و روند ادامه آن دارد. اگر در قالب کمک و حمایت دولتی از سینمای هنری یا ساختار فرهنگی باشد، حتماً نتیجه می‌دهد ولی اگر صرف این که به یک سری از فیلم‌ها مجوزی داده شود تا پشت در اکران نمانند، شکست خواهند خورد و تجربه‌اش را قبلاً در هنر و تجربه داشته‌ایم. در آن بخش هم به دلیل عدم تبلیغات درست، فیلم‌ها نتوانستند اکران خوب بگیرند و تماشاگر خیلی زیادی نیامد و به نظر من هنر و تجربه فقط در حد یک ایده خوب باقی ماند و همان مخاطبینی که معمول به سینما می‌رفتند و آن فیلم‌ها را می‌دیدند؛ رفتند و دیدند و چیزی به بدنه اقتصادی سینمایی فرهنگی و هنری کشور اضافه نکرد.

او همچنین اظهار داشت: بدیهی است که اگر بخواهد به شکل معمول و به همان چهار هفته اکران یا حتی بعد از آن اکران در