سپهر غرب روزنامه صبح غرب کشور

روزنامه صبح غرب کشور
صاحب امتیاز: مسعود جواندل | مدیرمسؤول: سید حسن قشمی | سردبیر: زهره پوروهابی
چاپ: پیام رسانه | نشانی تحریریه: همدان، خیابان پاستور، کوچه شهید عزیزیان، پلاک ۵۹

تلفن دفتر مرکزی: ۳۱۳۳۰ - ۰۸۱ | امور مشترکین: ۰۹۱۸۳۱۶۸۵۷۴
صاحب امتیاز روزنامه: ۰۹۱۸۸۱۲۱۵۴۱ | آگهی‌ها: ۳۸۲۵۴۰۴۰ - ۰۸۱
پیامک: ۳۰۰۰۱۸۱۸۶۰ | ارتباط با تحریریه: ۳۸۲۷۲۹۳۹ - ۰۸۱ | دورنما: ۳۸۲۸۱۸۴۹-۰۸۱
گستره توزیع: استان‌های ایلام - کرمانشاه - کردستان - مرکزی - همدان

■ سه‌شنبه ۹ اردیبهشت ۱۴۰۴ ■
■ سال هفدهم ■ شماره ۳۱۱۰

امام علی علیه‌السلام فرمودند: دانش، میراثی است گرانمایه و آداب، زیورهایی نو به نو و اندیشه، آینه‌ای صافی است.

sepehrgharb.news Email: sepehrgharb.news@gmail.com www.sepehrgharb.ir

نمایندگی‌های سپهرغرب در استان‌ها
محمدسعید کناریوند (ایلام): ۰۹۱۲ ۹۲۵ ۹۴۷۸
فرزاد منتی (کرمانشاه): ۰۹۱۸ ۱۳۰ ۲۷۲۹
شیرین مرادی (کردستان): ۰۹۱۸ ۸۷۷ ۶۹۸۴
مبینا یاحقی (مرکزی): ۰۹۹۰ ۱۷۹ ۴۹۰۹

دانشیار گروه فلسفه هنر دانشگاه آزاد اسلامی همدان مطرح کرد:

ارتقای آگاهی عمومی، ترویج همبستگی اجتماعی و توسعه اقتصادی از مسیر هنر خیابانی

هنرمندان خیابانی نیازمند فضای آزاد و حمایت‌های بی‌قیدوشرط هستند و نه چارچوب‌های خشک و رسمی/ پاریس با تبدیل فضاهای شهری به بوم‌های هنری، عروس فرهنگی جهان شد

سپهرغرب، گروه فرهنگی - سمیرا گمار: دانشیار گروه فلسفه هنر دانشگاه آزاد اسلامی همدان گفت: حمایت هوشمندانه از هنر خیابانی نه‌تنها می‌تواند به زیباتر شدن چهره شهرها بینجامد، بلکه ابزاری است برای ارتقای آگاهی عمومی، ترویج همبستگی اجتماعی و حتی توسعه اقتصادی از مسیر هنر.

هنر خیابانی، به‌عنوان یکی از جلوه‌های بارز هنر عمومی، در عصر معاصر جایگاه ویژه‌ای در حیات فرهنگی و اجتماعی شهرها یافته است. این گونه هنری با فاصله گرفتن از چارچوب‌های رسمی و گالری‌های محدود، مستقیماً در بطن زندگی روزمره مردم حضور می‌یابد و بی‌واسطه با مخاطبان گوناگون ارتباط برقرار می‌کند. نقاشی‌های دیواری، اجراهای نمایشی در معابر عمومی، موسیقی خیابانی و سایر اشکال هنر شهری، هریک تلاشی برای دمیدن روح زندگی در کالبد سرد و بی‌جان شهرها هستند؛ تلاشی که پیام‌های اجتماعی، فرهنگی و گاه سیاسی را به شیواترین شکل ممکن به مردم می‌رساند.

در ایران هنر خیابانی از دیرباز بخشی از فرهنگ بصری و اجتماعی شهرها را تشکیل داده است؛ اما این حضور خیابانی، همواره با موانع و چالش‌هایی جدی روبه‌رو بوده است. محدودیت‌های نهادینه، نگاه محافظه‌کارانه به فضاهای عمومی و سیاست‌های محتوایی بسته، موجب شده‌اند که بسیاری از ظرفیت‌های بالقوه این هنر در کشور به فعلیت نرسند. بااین‌حال تجربه‌های پراکنده‌ای از دیوارنگاری‌های انقلابی در دهه‌های گذشته تا طرح‌های مدرن امروزی، نشان‌دهنده ظرفیت زیاد هنر خیابانی برای بازتعریف فضاهای شهری و ارتقای فرهنگ عمومی است.

در این زمینه دکتر حسین اردلانی، دانشیار گروه فلسفه هنر دانشگاه آزاد اسلامی همدان در گفت‌وگویی تحلیلی با خبرنگار روزنامه «سپهرغرب»، به تبیین اهمیت هنر خیابانی در تقویت ارتباطات اجتماعی و گسترش فرهنگ عمومی پرداخت. او با نقد نگاه محدود و بسته به این گونه هنری، بر ضرورت ایجاد بسترهای متنوع و آزاد برای حضور هنرمندان در فضای شهری تأکید و مرزهای مفهومی میان هنر خیابانی و خراب‌کاری (وندالیسم) را تبیین کرد.

این گفت‌وگو فرصتی فراهم آورده تا بار دیگر بر اهمیت هنر خیابانی به‌عنوان زبان گویای شهروندان تأکید و لزوم بازاندیشی در سیاست‌های فرهنگی و هنری کشور در این حوزه، یادآوری شود.

> **هنر خیابانی نیاز جامعه امروز است؛ بدون آن، هنر تنها در دایره‌ای محدود می‌چرخد.**

■ هنر خیابانی، پُلی میان جامعه و هنر فاخر

دانشیار گروه فلسفه هنر دانشگاه آزاد اسلامی همدان به بررسی ابعاد مختلف هنر خیابانی در ایران پرداخت و با اشاره به اهمیت این گونه هنری، گفت: هنر خیابانی در اصل گونه‌ای از هنر عمومی و مردمی است که خارج از چارچوب‌های رسمی و محدود، به نمایش درمی‌آید؛ هرچند که می‌تواند فاخر باشد، اما ذاتاً هنری غیر فاخر به حساب می‌آید! چراکه مخاطب عام را هدف قرار می‌دهد.

حسین اردلانی افزود: هنر خیابانی می‌تواند شامل فعالیت‌هایی نظیر نقاشی روی دیوارها، اجرای تئاتر بدون فروش بلیت و در خیابان یا دیگر نمایش‌های عمومی باشد که بدون نیاز به پرداخت هزینه، برای تمامی اقشار جامعه در دسترس است. این نوع هنر یک نیاز اجتماعی است، زیرا در غیاب آن، هنر تنها به قشر خاصی محدود می‌شود و ارتباط خود را با جامعه از دست می‌دهد.

دانشیار گروه فلسفه هنر دانشگاه آزاد اسلامی همدان با اشاره به نقش گرافیک محیطی در این حوزه، اظهار کرد: بیشترین جلوه هنر خیابانی در ایران را می‌توان در قالب‌هایی مانند نقاشی‌های دیواری و مجسمه‌های شهری مشاهده کرد؛ بااین‌حال در سایر حوزه‌ها کمتر شاهد حمایت‌های لازم از سوی سیاستمداران و حامیان هستیم.

■ مرز میان هنر خیابانی و خراب‌کاری

اردلانی درباره مرز میان هنر خیابانی و خراب‌کاری توضیح داد: تعاریف اخلاقی نسبی هستند؛ برای مثال دیوارنویسی‌های پیش از انقلاب، از نگاه حکومت شاهنشاهی خراب‌کاری محسوب می‌شدند، اما از دید انقلابیون، هنری عمومی به‌شمار می‌آمدند، البته آسیب زدن به آثار تاریخی مصداق روشن خراب‌کاری است که ریشه در ضعف تربیت فرهنگی دارد.

وی در ادامه با بیان اینکه نقاشی دیواری تفاوت‌های بنیادینی با نقاشی‌های معمول دارد، متذکر شد: نقاشی دیواری برخلاف نقاشی‌های گالری که مخاطب خاص دارند، مستقیماً با عموم مردم در ارتباط است، از بقال و قصاب گرفته تا پزشک و وکیل، همه با آن مواجه می‌شوند؛ بنابراین نقاشی دیواری باید موضوعات متنوعی از دغدغه‌های مذهبی، فرهنگی، اجتماعی و حتی تجاری را در بر بگیرد، اما متأسفانه در ایران نقاشی‌های دیواری در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ بیشتر تحت تأثیر جنگ ایران و عراق و فضای انقلاب بودند و پس از آن نیز موضوعات محدودتری را پوشش داده‌اند.

دانشیار فلسفه هنر دانشگاه آزاد اسلامی همدان افزود: ما باید مانند رسانه‌های موفق، طیفی وسیع از مخاطبان را پوشش دهیم؛ همان‌طور که امروز شبکه‌های خانگی جای رسانه‌های رسمی را در جذب مخاطب گرفته‌اند، هنر خیابانی هم باید پاسخگوی نیازهای متنوع جامعه باشد.

> **در کشورهای توسعه‌یافته تنوع موضوعات هنری، محور حمایت از هنر خیابانی است؛ اما در ایران خیر.**

اردلانی در پاسخ به پرسشی درباره میزان همکاری نهادهای شهری با هنرمندان خیابانی گفت: به‌طور کلی نهادهایی همچون شهرداری‌ها و ادارات ارشاد، طرح‌های مشخص و ازپیش‌تعیین‌شده‌ای دارند و عمدتاً به حمایت از موضوعات خاصی می‌پردازند؛ این موضوع باعث شده است که بسیاری از هنرمندان نتوانند در قالب طرح‌های رسمی فعالیت کنند. درحالی که در کشورهای پیشرفته تنوع موضوعی در حمایت از هنر خیابانی لحاظ می‌شود و سیاست‌های حمایتی بر مبنای کیفیت هنری و نه محتوای ایدئولوژیک، شکل می‌گیرد.

وی با اشاره به نمونه‌های موفق جهانی، تصریح کرد: پاریس به‌عنوان عروس شهرهای جهان شناخته می‌شود؛ شهری که با واگذاری فضاهای عمومی به هنرمندان برجسته و اجرای آثار فاخر در سطح شهر، به یکی از مهم‌ترین مراکز فرهنگی جهان تبدیل شده است.

این استاد دانشگاه همچنین از مرحوم حسین والامنش، هنرمند ایرانی یاد کرد و گفت: والامنش در اقصی نقاط جهان مانند توکیو، مونیخ و آکسفورد آثاری اجرا کرد، اما در ایران حمایت چندانی از او نشد؛ این نشان‌دهنده ضعف سیاست‌های هنری ما در حمایت از استعدادهای داخلی است.

اردلانی خاطرنشان کرد: اختصاص فضاهای عمومی برای اجرای هنر خیابانی در ایران بسیار انتخابی و محدود است؛ حمایت‌ها معمولاً به موضوعات خاصی محدود می‌شود و این رویکرد باعث شده است که بخشی از ظرفیت‌های خلاق هنری جامعه نادیده گرفته شوند.

وی در پایان یخنانش تأکید کرد: اگر تنوع موضوعات و حمایت واقعی از هنرمندان خیابانی در دستور کار مسئولان قرار گیرد، می‌توان امیدوار بود که هنر خیابانی در ایران نیز مانند کشورهای پیشرفته، به ابزاری مؤثر برای توسعه فرهنگی و اجتماعی تبدیل شود.

■ هنر خیابانی، فرصت نادیده گرفته شده در توسعه فرهنگی شهرها

در خاتمه باید گفت؛ امروزه هنر خیابانی به‌عنوان یکی از نمودهای زنده و پویای فرهنگ شهری، بیش از هر زمان دیگری اهمیت یافته است. این گونه از هنر در شکلی بی‌واسطه، بی‌تکلف و مردمی، پیوندی میان هنر و زندگی روزمره برقرار می‌کند و توانسته به زبانی مشترک میان طیف‌های مختلف اجتماعی تبدیل شود. هنر خیابانی فارغ از چارچوب‌های رسمی، آیین‌های صحنه‌ای و ضوابط متداول هنر رسمی، بستری برای بیان آزادانه احساسات فردی، دغدغه‌های جمعی، روایت‌های هویتی و حتی واکنش به تحولات اجتماعی فراهم می‌آورد.

با این وجود، در کشور ما و به تبع استان همدان، جایگاه این گونه هنری همچنان در هاله‌ای از ابهام باقی مانده است؛ نبود چارچوب‌های حمایتی روشن، نگاه‌های محدودکننده، سیاست‌های سلیقه‌ای و گاه سوء برداشت از هنر خیابانی به‌عنوان نشانی از بی‌نظمی یا اغتشاش، مانعی جدی بر سر راه رشد و شکوفایی این جریان فرهنگی بوده و این درحالی است که بسیاری از کلان‌شهرهای جهان با بهره‌گیری آگاهانه از ظرفیت‌های هنر خیابانی، به غنای فرهنگی و تقویت هویت شهری خود افزوده‌اند و هنر را به عرصه‌ای برای مشارکت عمومی و گفت‌وگوهای مدنی تبدیل کرده‌اند.

اکنون بیش از هر زمان دیگری ضرورت بازنگری در سیاست‌های فرهنگی و شهری احساس می‌شود؛ هنر خیابانی باید به‌عنوان یک فرصت ارزشمند اجتماعی و فرهنگی تلقی شود، فرصتی برای پرورش خلاقیت، بازآفرینی هویت شهری و افزایش تعامل شهروندان با محیط پیرامون خود. این مهم تنها زمانی محقق خواهد شد که فضای بیان برای همه دیدگاه‌ها، سلیقه‌ها و مضامین باز شود؛ به‌گونه‌ای که هنر خیابانی به عرصه‌ای برای انحصار یک گروه خاص تبدیل نشود و تمامی طیف‌های فکری، فرهنگی و اجتماعی بتوانند صدای خود را از این بستر آزادانه به گوش جامعه برسانند.

فراهم کردن فضاهای رسمی، تسهیل فرآیندهای قانونی، حمایت از تنوع محتوایی و احترام به تکثر فرهنگی، ازجمله الزاماتی است که می‌تواند به ارتقای کیفیت هنر شهری بینجامد. هنر خیابانی بیش از آنکه صرفاً رنگی بر دیوارها یا نوایی در خیابان‌ها باشد، این ظرفیت را دارد که شهرها را به محل زیست اندیشه‌ها، گفت‌وگوها و تفاهم‌های اجتماعی بدل کند، صدای بی‌صدایان شود، لایه‌های پنهان فرهنگ عامه را آشکار و امید به تغییر و پویایی را در کالبد جامعه تزریق کند. بی‌شک توجه به این ظرفیت ارزشمند، نیازمند نگاهی باز، سیاستی هوشمندانه و عزمی فرهنگی است که شهر را نه صرفاً به‌عنوان فضایی برای عبور، بلکه به‌مثابه بستری برای زندگی، گفت‌وگو و خلاقیت، تعریف کند.

فروش ۲۰ میلیارد تومانی سینماسیار در سال گذشته

به امنیت آثار در اکران توجه شود

سپهرغرب، گروه فرهنگی: نخستین نشست مشترک فعالان اکران سیار به میزبانی مؤسسه سینماشهر با حضور مدیران عامل، رؤسای انجمن‌ها و نمایندگان دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط با این حوزه برگزار شد.

مدیرعامل مؤسسه سینماشهر در نخستین نشست مشترک فعالان اکران سیار با اشاره به بازنگری آثار اکران‌شده و لزوم توجه بیشتر به تنوع فیلم‌های استفاده‌شده در اکران سیار، گفت: تنوع در سبد فیلم‌های اکران سیار، موضوع مهمی است که امیدوارم برای سال جاری و سال‌های آتی نه‌تنها شاهد گونه‌های متعدد و مختلف فیلم‌ها باشیم، بلکه با همراهی صنوف سینمایی و دستگاه‌ها و نهادهای متولی، امسال فیلم‌های بیشتری نسبت به آثار سال گذشته در اکران سیار به روی پرده بروند؛ البته که می‌بایست شرایط اکران به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی و هدایت شود که صاحبان آثار و پخش‌کنندگان بتوانند فیلم‌ها را با اطمینان کامل در اختیار همکاران ما در بخش سینما سیار قرار دهند.

حبیب ایل‌بیگی همچنین پیرامون اهمیت سینماسیار در شهرهایی که توجیه اقتصادی برای ساخت سالن ندارند نیز خاطرنشان کرد: در این جلسه قرار است دغدغه‌های دست‌اندرکاران این حوزه و همچنین پخش‌کنندگان را در حوزه‌های مختلفی همچون مباحث مربوط به نظارت و زیرساخت بررسی کنیم تا بتوانیم در یک همکاری مشترک، به سند اجرایی واحدی دست پیدا کنیم.

وی همچنین با اشاره به مأموریت‌ها و وظایف مؤسسه سینماشهر، عنوان کرد: هدف ما در مؤسسه، رسیدن به پاسخ این پرسش است که سینما سیارهای مناطق فاقد سینما به‌لحاظ پشتیبانی فنی دارای چه نیازهایی هستند؛ همان‌طور که این مجموعه پیگیر ساخت سالن‌ها و مجموعه‌های سینمایی در مناطق محروم و شهرهای بدون سینما است، باید این موضوع مورد تأکید قرار گیرد که در شهرهایی که جمعیت زیادی ندارند و ساخت سینما توجیه اقتصادی ندارد، چگونه می‌توان پشتیبانی نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مناسبی را صورت داد تا تمام کشور زیر پوشش اکران فیلم‌های سینمایی قرار بگیرد.

■ حمایت از اکران سیار

در ادامه رئیس انجمن پخش‌کنندگان سینمای ایران نیز ضمن اشاره به استقبال مخاطبان از اکران‌های سیار سال گذشته، گفت: با توجه به آمارهای ارائه‌شده، من به‌عنوان پخش‌کننده و تهیه‌کننده این آمادگی را دارم که در کنار حمایت‌های مورد نیاز، آثار تولیدشده و اکران‌های روز را در سینماهای سیار نیز اکران کنیم.

ابراهیم عامریان همچنین پیرامون امنیت فیلم‌های اکران‌شده در سینما سیار نیز ابراز کرد: این امری طبیعی است که پخش‌کنندگان و صاحبان فیلم‌ها نسبت به تأمین امنیت آثارشان در اکران سیار اطمینان خاطر داشته باشند؛ به همین دلیل این موضوع نیز باید در اکران لحاظ شود.

■ اکران‌های بین‌المللی سینما سیار

سلمان نصیری، مدیرعامل مؤسسه راوینو نیز با اشاره به موضوع اکران‌های سیار در حوزه بین‌الملل، اظهار کرد: یکی از مأموریت‌هایی که به مؤسسه راوی نو و مجموعه راوی فیلم محول شده است، بحث اکران‌های بین‌المللی است. ما در این خصوص سامانه ایمنی را ایجاد کردیم که نسبت به تأمین امنیت آن مدعی نیز هستیم و می‌توانیم مستندات آن را در اختیار دوستانمان در اتحادیه مراکز فنی و پشتیبانی تولید سینمای ایران قرار بدهیم. ما اکنون از سوی تعدادی از کشورها نظیر اندونزی، عراق و لبنان درخواست اکران سیار داریم.

■ اکران سیار مصداق عدالت فرهنگی

سیدمحمد نیاکی، نماینده بهمن سبز نیز با بیان اینکه اکران‌های سیار باعث برقراری عدالت فرهنگی می‌شود، گفت: طرح اکران سیار برای فیلم‌هایی که در سالن‌های سینما دارای سانس‌های محدود هستند، می‌تواند عاملی مثبت در میزان فروش آن‌ها محسوب شود و درنهایت موجب حکم‌فرمایی عدالت فرهنگی می‌شود. به همین دلیل در شهرهای دارای سینما نیز برقراری شرایط اکران سیار می‌تواند توجیه اقتصادی داشته باشد؛ از طرف دیگر این طرح در استان‌های مانند تهران، باعث می‌شود تا خانواده‌های کم‌برخوردار نیز بتوانند به تماشای فیلم‌های اکران‌شده در سینما بنشینند.

در این نشست گزارشی از فرآیند ۱۲ ساله سینماسیار برای حاضرین ارائه شد.

همچنین با اشاره به آغاز اکران گسترده و سازمان‌دهی‌شده سینماسیار از سال ۹۲ با اکران دو فیلم «شیار ۱۴۳» و «چ»، یکی از عمده دلایل فعالیت سینما سیار کمبود سالن‌های سینما در ایران با جمعیت ۸۷ میلیون نفری برشمرده شد.

با وجود ۸۰۲ سالن فعال در سراسر کشور، سهم استان‌هایی همچون کرمانشاه با دو میلیون جمعیت، قزوین، قم و اردبیل با حدود یک میلیون و ۳۰۰ هزار نفر، زنجان و چهارمحال بختیاری با یک میلیون و ایلام با ۵۸۰ هزار جمعیت، تنها یک سینما عنوان شده است؛ به همین دلیل مجموعه‌ها و مراکز مختلفی چون بهمن سبز، راوی فیلم، عمار، سینماسیار انجمن سینمای جوانان ایران و به‌تازگی دفتر پخش بنیاد روایت به‌عنوان بازیگران اصلی و تأثیرگذار حوزه اکران سیار در مناطق مختلفی که دسترسی به سینما برای مردم دشوار و سخت بوده، سینما را نزد خانواده‌ها برده‌اند.

مطابق آمار ارائه‌شده در این گزارش، طی سال گذشته برای ۱۰ فیلم اکران‌شده در سینماسیارهای سراسر کشور، بیش از یک میلیون و ۱۰۰ هزار مخاطب به تماشا نشسته‌اند که فروشی معادل ۲۰ میلیارد تومان داشته است؛ سهم اکران آثار در مدارس و کانون‌های فرهنگی نیز ۳۰ درصد، نهادهای مردمی ۱۵ درصد، سازمان‌ها و مساجد ۱۱ درصد و پادگان‌های نظامی سه درصد بوده است.

ایده «کمدی بسازیم بفروشیم»، جواب نمی‌دهد

سپهرغرب، گروه فرهنگی: با گذشت ۶۰ روز از اکران فیلم‌های نوروزی ۱۴۰۴، «عینک قرمز» به کارگردانی حسین مهکام با وجود حضور چهره‌های سرشناس، نتوانست مخاطبان را جذب کند و در قعر جدول فروش نشست؛ این اتفاق نشان می‌دهد که صرفاً کمدی بودن یک فیلم، دیگر تضمینی برای فروش بالا نیست.

نزدیک به ۶۰ روز از آغاز اکران فیلم‌های نوروزی ۱۴۰۴ می‌گذرد؛ در میان این آثار، سه فیلم از ژانر کمدی حضور دارند که دو فیلم موفق شده‌اند به‌ترتیب در رتبه‌های اول و سوم جدول فروش جای بگیرند، اما فیلم «عینک قرمز» به کارگردانی حسین مهکام برخلاف انتظارها، در قعر جدول فروش قرار دارد. این فیلم پس از دو ماه نمایش، کمتر از ۶ هزار بلیت فروخته است.

آماری که حتی در مقایسه با برخی پویانمایی‌های اکران‌شده نیز ناامیدکننده به نظر می‌رسد. به‌عنوان نمونه، پویانمایی «رویاشهر» که تنها سه روز از اکران آن می‌گذرد، موفق شده بیش از ۱۰ هزار بلیت بفروشد.

این اختلاف فاحش نشان می‌دهد که حتی سینماداران نیز تمایلی به اکران هر فیلم کمدی صرفاً به‌خاطر ژانر آن، ندارند. «عینک قرمز» تنها در ۱۹۸ سالن و درمجموع ۹۴۳ سانس روی پرده رفته است؛ درحالی که فیلم «دایناسور» ساخته مسعود اطیابی که آن‌هم یک کمدی است، در ۶۸۲ سالن و طی بیش از ۳۹ هزار سانس اکران شده و استقبال به‌مراتب بیشتری را تجربه کرده است.

با وجود حضور چهره‌های شناخته‌شده‌ای چون حامد بهداد، الناز حبیبی، مهدی کاظمی، سروش صحت و رضا ناجی در «عینک قرمز»، این فیلم نتوانسته مخاطبان را جذب کند و تنها به فروشی حدود ۴۸۱ میلیون تومان بسنده کرده است. این موضوع نشان می‌دهد که صرف حضور بازیگران مشهور یا انتخاب ژانر کمدی، دیگر تضمینی برای موفقیت یک فیلم در گیشه نیست. ذائقه مخاطبان تغییر کرده و آن‌ها تنها به اسم و عنوان بازیگران یا ژانر نمی‌نگرند؛ بلکه به کیفیت اثر، داستان‌پردازی، فضاسازی و خلاقیت آن اهمیت می‌دهند.

نکته قابل تأمل دیگر، کارنامه اخیر حامد بهداد در ژانر کمدی است. او سال گذشته نیز با فیلم «مفت‌بر» در همین ژانر بر پرده سینماها ظاهر شد، اما آن اثر هم با بی‌توجهی گسترده تماشاگران مواجه شد و نتوانست فروش موفقی را تجربه کند.

از سوی دیگر، روند برخورد سینماداران با فیلم‌های کمدی هم تغییر کرده است. اگر زمانی حضور یک کمدی در چرخه اکران به معنای تضمین فروش بود، امروز سالن‌داران هم نگاهی کاملاً اقتصادی دارند و درصورتی که احتمال بدهند فیلم مورد استقبال قرار نمی‌گیرد، ترجیح می‌دهند سانس‌های خود را به آثار پُرفروش‌تر اختصاص دهند.

این تغییر نگاه، هشداری جدی به فیلم‌سازانی است که همچنان تصور می‌کنند «ساختن یک کمدی با بازیگران چهره» فرمول تضمین‌شده‌ای برای موفقیت است.

اکنون بیش از هر زمان دیگری موفقیت در گیشه نیازمند کیفیت، خلاقیت و درک صحیح از سلیقه جدید تماشاگران است. دورانی که نام‌ها به‌تنهایی بلیت‌فروش بودند، به نظر می‌رسد رو به پایان است.

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی: برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۲۶۰۰۱۰۰۰۵۶۳ مورخ ۱۴۰۴/۰۱/۳۱ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک همدان - ناحیه یک تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حسن صادقی فرزند عبداله بشماره شناسنامه ۲۹۰ صادره از همدان در ششدانگ یک واحد کارواش به مساحت ۲۰۰/۳۴ متر مربع قسمتی از ۱۴ اصلی واقع در حومه بخش سه همدان، به نشانی همدان بلوار ارتش روبه روی نمایندگی ایران خودرو خریداری مع الواسطه از مالک رسمی آقای عبدالرضا صادقی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۲/۰۹ * تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۲/۲۴ * حمید سلگی- رئیس ثبت اسناد و املاک

شماره آگهی: ۲۲۲۹۴ شماره م‌الف: ۳۳۳