



ارزیابی چهلمین دوره جشنواره فیلم فجر

معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی با همکاری پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در بهمن ماه ۱۴۰۰ چهلمین دوره جشنواره فیلم فجر را از طریق نظرسنجی ارزیابی کرده است. این نظرسنجی از تاریخ ۱۴ لغایت ۲۶ بهمن سال ۱۴۰۰ به وسیله گروه افکارسنجی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات به صورت تلفنی اجرا شده است.

این نظرسنجی از تاریخ ۱۴ لغایت ۲۶ بهمن سال ۱۴۰۰ به وسیله گروه افکارسنجی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات به صورت تلفنی اجرا شده است. دسترسی به مخاطبان جشنواره با استفاده از داده‌های سامانه مدیریت فروش آنلاین سینماهای کشور (سمفا) صورت گرفته است. در این سامانه بیش از ۳۰ هزار شماره منحصر به فرد ثبت شده است که متعلق به خریداران بلیت جشنواره است. داده‌های این نظرسنجی با استفاده از شماره تلفن این افراد و تماس تلفنی با آن‌ها با توجه به فیلمی که برای آن بلیت تهیه کرده‌اند، گردآوری شده است. شیوه نمونه‌گیری به شکلی بوده که تعداد مخاطبان هر فیلم برابر باشد و بتوان داده‌های به دست آمده را به مخاطبان هر فیلم تعمیم داد. یافته‌های کلیدی این نظرسنجی عبارت است از:

۶۹ درصد از پاسخ‌گویان پیش از شروع پاندمی کووید-۱۹ حداقل ماهی یک‌بار سینما می‌رفته‌اند که نشان می‌دهد بخش اصلی نمونه را علاقه‌مندان حرفه‌ای سینما تشکیل می‌دهند.

۱۵ درصد افراد برای اولین بار در جشنواره فیلم دیده‌اند و ۴۰ درصد نیز حداقل در پنج جشنواره قبلی مشارکت کرده‌اند.

۴۸ درصد افراد علت شرکت در این دوره از جشنواره را علاقه شخصی به سینما و جشنواره اعلام کرده‌اند. ۹ درصد هم کسانی هستند که همیشه این جشنواره را دنبال می‌کرده‌اند.

۴۳ درصد از پاسخ‌گویان فیلم را به همراه خانواده خود و ۳۵ درصد با دوستان خود دیده‌اند. از سوی دیگر ۲۰ درصد نیز فیلم را به تنهایی مشاهده کرده‌اند.

شبکه‌های اجتماعی مهم‌ترین رسانه‌ای است که مردم تبلیغات جشنواره را از طریق آن پیگیری کرده‌اند؛ ۶۹ درصد پاسخ‌گویان این شبکه‌ها را مهم‌ترین منبعشان برای پیگیری جشنواره اعلام کرده‌اند.

بلیت‌فروشی آنلاین در جشنواره چهلیم، رضایت مخاطبان را به همراه داشته است و ۸۰ درصد پاسخ‌گویان از شیوه ارائه و دسترسی به بلیت رضایت داشته‌اند.

۸۲ درصد از مخاطبان از کیفیت سالن نمایش فیلم رضایت بالا داشته‌اند.

مخاطبان، نحوه انتخاب فیلم‌ها برای جشنواره و داوری فیلم‌ها در دوره‌های قبلی را تاحدی منصفانه می‌دانند؛ ۳۱ درصد نیز نحوه انتخاب فیلم برای راه‌یابی به جشنواره و ۲۴ درصد نحوه داوری را در ادوار پیشین غیرمنصفانه ارزیابی کرده‌اند.

۶۰ درصد مخاطبان کیفیت برگزاری این دوره را خوب، ۲۷ درصد متوسط و ۱۴ درصد ضعیف دانسته‌اند.

بیشترین میزان رضایت مخاطبان از فیلم‌ها، به ترتیب به فیلم‌های ملاقات خصوصی، علفزار و موقعیت مهدی تعلق دارد. لایه‌های دروغ، ماهان و ۲۸۸۸ در انتهای این فهرست قرار دارند.

برای دو فیلم برتر از نگاه مخاطبان یعنی ملاقات خصوصی و علفزار، ترکیب «محتوا و مضمون» و «بازیگری» مهم‌ترین ویژگی‌های برجسته فیلم بوده است. برای موقعیت مهدی، «مضمون و محتوا» و «کارگردانی» ویژگی‌های

مهم فیلم از نگاه مخاطبان بوده است.

در میان مضامین مختلف که مخاطبان از فیلم‌ها برداشت کرده‌اند، ارزش‌های اخلاقی، روابط انسانی (عشق/ نفرت/ خیانت) و امید و تلاش در صدر قرار داشته‌اند.

درمجموع از نظر مخاطبان، فیلم‌های جشنواره بیشتر بازتاب مسائل طبقه متوسط (۲۱درصد)، طبقه فرودست (۲۱درصد) و همه اقشار (۱۹درصد) است. در میان پنج فیلم اول از نظر رضایت مخاطب، فیلم‌های ملاقات خصوصی، نگهبان شب و شادروان از نگاه مردم بیشتر به مسائل طبقه متوسط می‌پردازند و دو فیلم علفزار و موقعیت مهدی بیشتر بازتاب مسائل همه اقشار جامعه بوده و خصلت طبقاتی نداشته است.

از منظر مخاطبان فیلم‌های علفزار و موقعیت مهدی بیش از سایر فیلم‌ها به موضوعات و مضامینی پرداخته‌اند که برای وضعیت امروز جامعه ضروری است.

در نگاه مخاطبان فیلم‌های علفزار و ملاقات خصوصی از جهت انطباق با ارزش‌های اخلاقی جامعه در صدر قرار دارند.

درمجموع از نگاه ۸۵درصد مخاطبان فیلم‌های جشنواره بازتاب واقعی مسائل جامعه امروز ایران هستند و سیاه‌نمایی نمی‌کنند. بیشترین میزان سیاه‌نمایی مربوط به فیلم لایه‌های دروغ با ۲۹درصد است.

درمجموع ۸۹درصد از مخاطبان، پوشش و آرایش زنان در فیلم‌ها را مطابق عرف و ارزش‌های جامعه می‌دانند.