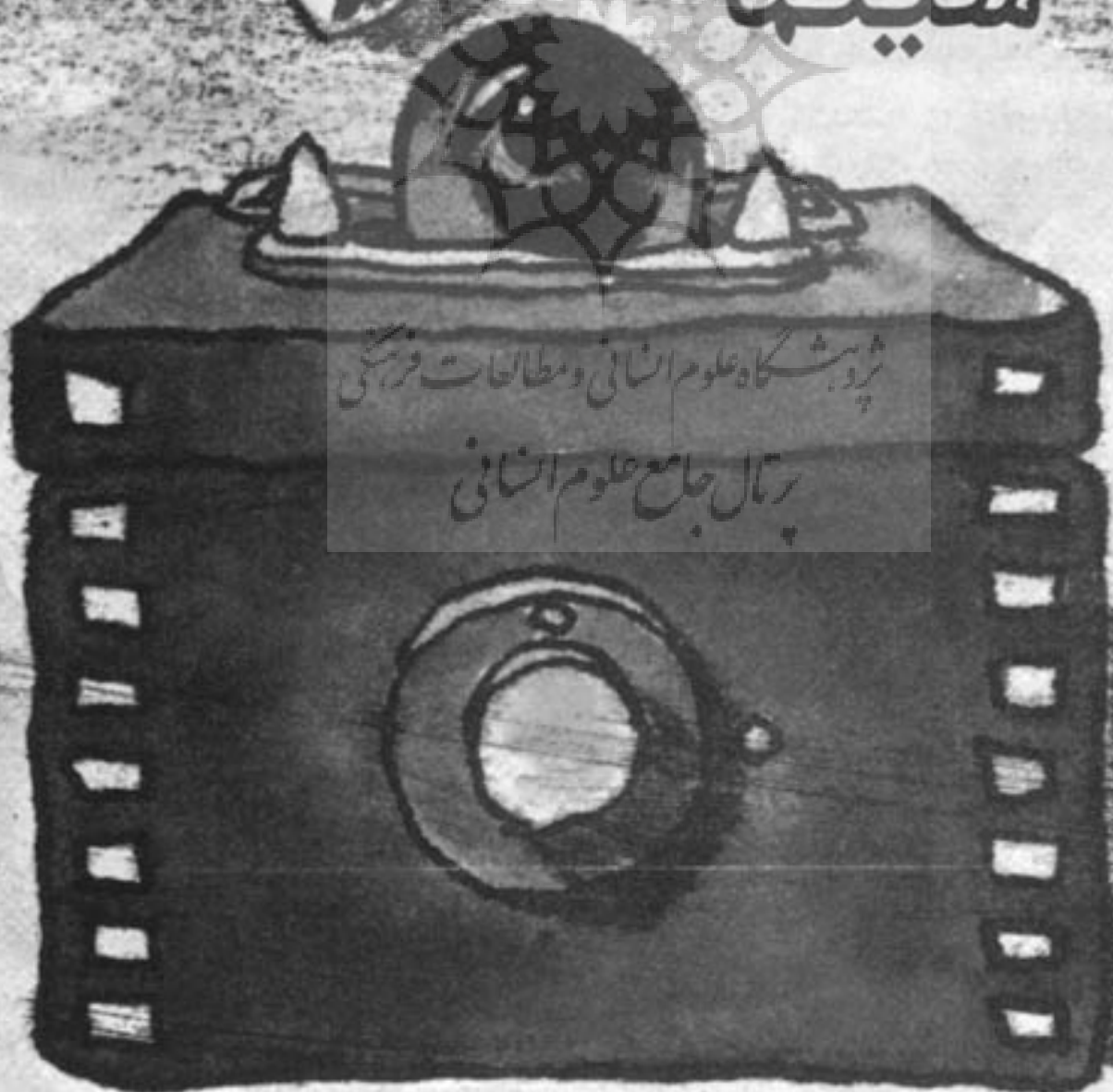


نہاشا گران

سینہا

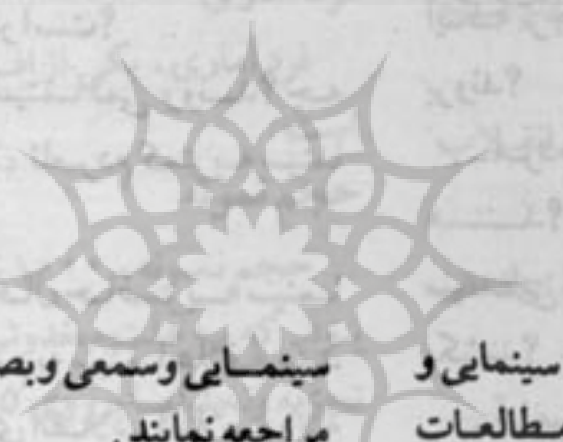
پروفیسر شکارہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی

برمال جامع علوم انسانی



در این زمینه، در واقعیت، باید گفت که تاکنون در ایران، آنگاه که به دنبال آن، از سوی دولت، هیچ اقدامی صورت نگرفته است. این مسئله، که در واقع، یک مسئله فرهنگی است، نیازمند یک رویکرد جدی است. در این زمینه، باید گفت که تاکنون در ایران، آنگاه که به دنبال آن، از سوی دولت، هیچ اقدامی صورت نگرفته است. این مسئله، که در واقع، یک مسئله فرهنگی است، نیازمند یک رویکرد جدی است.

در این زمینه، در واقعیت، باید گفت که تاکنون در ایران، آنگاه که به دنبال آن، از سوی دولت، هیچ اقدامی صورت نگرفته است. این مسئله، که در واقع، یک مسئله فرهنگی است، نیازمند یک رویکرد جدی است. در این زمینه، باید گفت که تاکنون در ایران، آنگاه که به دنبال آن، از سوی دولت، هیچ اقدامی صورت نگرفته است. این مسئله، که در واقع، یک مسئله فرهنگی است، نیازمند یک رویکرد جدی است.



اخیراً «مرکز تحقیقات و مطالعات سینمایی و سمعی و بصری» نتیجه تحقیقات و مطالعات خود در باره وضعیت «تماشاگران سینما» در تهران را در جزوه‌ای، به طور محدود منتشر ساخت. از آنجا که این تحقیق حاوی نکات قابل تأملی در خصوص وضعیت سینمایی باشد که می‌تواند یاریگر تحلیلها و بررسیهایی که در مورد چگونگی استقبال یا نحوه برخورد مردم با «سینما» در کشور است باشد، ویراسته آن را برای این شماره «فصلنامه سینمایی فارابی» در نظر گرفتیم.

۱ جداول و نمودارها - جز در چند مورد - به دلیل خیلی تخصصی بودن که برای عموم خوانندگان چندان قابل استفاده نیست حذف شده است؛ گرچه کسانی که مایل به پیگیری مطالب به طور جامعتر هستند می‌توانند به اصل جزوه مربوطه که در «مرکز تحقیقات و مطالعات

سینمایی و سمعی و بصری» موجود است مراجعه نمایند.

در ابتدای این جزوه طی مقدمه‌ای در هدف از این تحقیقات آمده است: «مرکز تحقیقات و مطالعات سینمایی و سمعی و بصری به منظور شناخت موقعیت سینما، کسب نظرات تماشاگران سینما و آگاهی از فرآیند فرهنگی و هنری جامعه، بررسی ادواری خود را در زمینه امور سینمایی کشور، دنبال می‌کند.

سینما بعد از پیروزی انقلاب اسلامی با مطالعه و تحقیق متحول شد و با مطالعه و تحقیق راه خود را برای آینده باز می‌کند.

امید است که این تحقیق برای دست اندرکاران امور سینمایی کشور مفید واقع شود و آنان را در برنامه‌ریزی و هدایت آینده سینمایی کشور یاری نماید.

فارابی

اهداف

اهدافی که این بررسی دنبال می کند به قرار زیر است:

- مردم تهران، در اوقات فراغت خود، به چه فعالیت‌هایی می پردازند و میزان این فعالیتها در گذران اوقات فراغت آنان چیست؟

- سینما چه نقشی در پرکردن اوقات فراغت مردم دارد و جایگاه آن در گذران اوقات فراغت مردم، کجاست؟

- معمولاً مردم هرچند وقت یک بار به سینما می روند و میزان آن چقدر است؟

- چرا عده‌ای به سینما نمی روند؟ چه عواملی باعث می شود، تا مردم کمتر به سینما بروند؟

- آیا کسانی که در حال حاضر به سینما می روند، پیش از این هم به سینما علاقه مند بوده‌اند، یا پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به جرگه تماشاگران سینما، پیوسته‌اند؟

- آیا مردم ترجیح می دهند که به تنهایی به سینما بروند، یا علاقه مندند فیلمهای سینمایی را به اتفاق دوستان و خانواده خود، تماشا کنند؟

- چطور و به چه وسیله، مردم راهی سینما می شوند؟ به کدام دسته از سینماها گرایش دارند؟

- ترجیح می دهند، که مضمون و محتوای فیلمها، خانوادگی باشد یا جنگی و یا انواع دیگر؟ مردم عموماً چه نوع فیلمهایی را ترجیح می دهند؟

- مردم به چه طریق از نمایش فیلمها مطلع می شوند؟ از میان مجموعه وسایل اطلاع رسانی کدام یک، بیشتر، مردم را از نمایش فیلمها، در سینماها مطلع می کند؟

- برای دیدن يك فیلم سینمایی، مردم به هنرپیشه فیلم توجه دارند یا کارگردان آن؟ از میان مجموعه عواملی که موجب جلب مشتری به سینما می شود، کدام يك مؤثر بوده، ایجاد انگیزه می نماید؟

- بهترینها در سینما چه کسانی اند؟ از نظر مردم، بهترین کارگردان و هنرپیشه‌های داخلی و خارجی کدامند؟

- برای تماشای يك فیلم سینمایی، مردم چه می کنند؟ بلیت بهترین سینما را می خرند، یا اینکه ترجیح می دهند، به نزدیکترین سینما بروند؟

- مردم در سینما، در جستجوی چه چیزی هستند؟ سرگرمی؟ تماشای آثار خوب سینمایی؟ یا فقط می خواهند، وقت خود را بکشند؟

- آیا مردم فیلمهای سینمایی را با دید انتقادی تماشا می کنند؟ اصولاً به نقدهای سینمایی، توجه دارند؟ نقدهای سینمایی را مطلوب می دانند؟

- باتوجه باینکه گفته می شود، بعد از ظهور تلویزیون، بازار فیلمهای سینمایی کساد شده، آیا این پدیده در ایران مصداق داشته است؟ آیا تلویزیون حجم تماشاگران سینما را کاهش داده است؟

- بهترین فیلمهای سینمایی در سال ۶۸ از نظر مردم، کدامند؟

- از نظر مردم بهترین سینماهای تهران کدامند؟

- باتوجه به هزینه استفاده از امکانات تفریحی، مردم، نسبت به قیمت بلیت سینما، چه نظری دارند، آیا قیمت بلیت سینما، در حال حاضر کم است یا زیاد؟

- مردم در مورد سانسور چه نظری دارند؟ آیا فکر می کنند فیلمها سانسور می شود؟ اگر چنین است، فکر می کنند، به چه دلیل فیلمها سانسور می شود؟ آیا اصولاً به حك واصلاح فيلم اعتقاد دارند؟

- باتوجه به اینکه فیلمهای سینمایی در يك نظام اسلامی به نمایش در می آیند، مردم در مورد رعایت موازین اسلامی در تهیه وتولید فیلمهای ایرانی، چه نظری دارند؟

- نظر مردم در مورد فیلمهای ایرانی چیست؟ سینمای فارسی نسبت به قبل از انقلاب بهتر شده یا خیر؟

- مردم در مورد پیشرفت هنر، بعد از انقلاب اسلامی چه نظری دارند؟

موارد یاد شده، اهداف عمده این بررسی است. روش بررسی

برای دستیابی به اطلاعات این تحقیق، از روش پیمایشی که اصطلاحاً به روش تحقیق میدانی معروف است، استفاده شده است. در روش پیمایشی، محقق به جای استناد به آرا واطلاعات مضبوط ومکتوب، با رفتن به داخل جامعه ومراجعه به نظرات مردم، اطلاعات تازه کسب می کند که می توان آن را، به اصطلاح فرنگی UP TO DATE یا اطلاعات روز دانست. بدیهی است، مخارج این قبیل تحقیقات یعنی تحقیقات میدانی، سنگین وپرهزینه است، لیکن، اطلاعات آن پربهاتراز مخارج آنست.

جامعه آماری

جامعه آماری این بررسی را کلیه افراد ۱۱ تا ۵۹ سال ساکن در ۱۹ منطقه شهر تهران تشکیل

می دهند. ساکنین منطقه ۲۰ (شهرری) به علت بعد مسافت آنان با مراکز سینمایی تهران جزو جامعه آماری نیستند.

چشم پوشی از افراد زیر ۱۱ سال به این جهت بوده که این دسته از افراد در گروه کودکان دبستانی قرار می گیرند که معمولاً با خانواده خود به سینما می روند. وحذف افراد بالای ۵۹ سال، کاهش میزان آنان در حجم نمونه بوده است.

فرد آماری

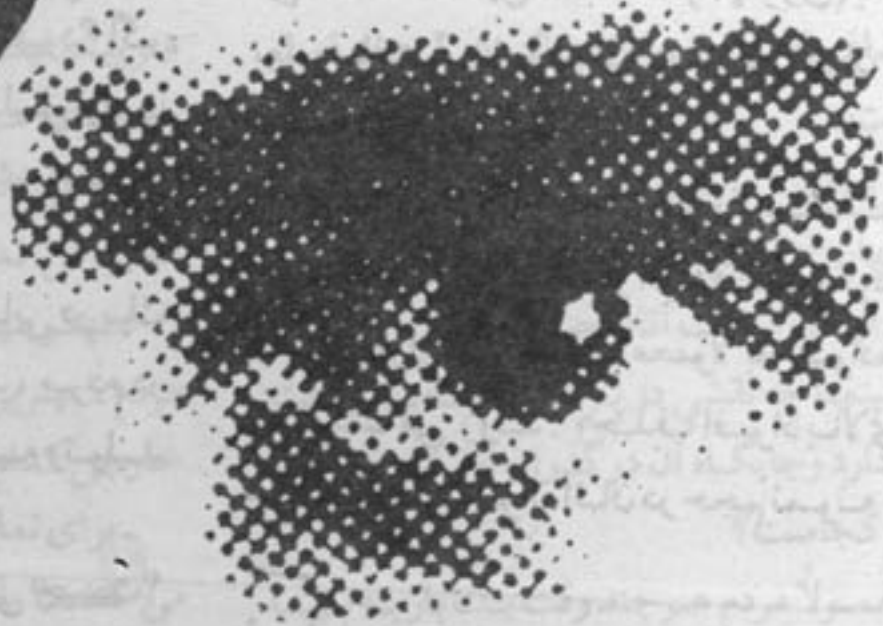
فرد آماری، یکی از افراد جامعه آماری بوده است.

حجم نمونه

حجم نمونه، ۱۰۰۰ نفر در نظر گرفته شده بود. که به علت مخدوش بودن ۵ پرسشنامه تجزیه وتحلیلها بر روی ۹۹۵ نفر صورت گرفته است.

روش نمونه گیری

در این بطورسی، از روش طبقه ای متناسب با توزیع جنس و سن استفاده شده است. به این معنی که هر يك از ۱۹ منطقه تهران به عنوان يك طبقه محسوب گردیده، و در داخل هر طبقه به نسبت جنس و سن کسانی که در آن منطقه سکونت دارند، نمونه ها انتخاب شده اند. به عنوان مثال، چون جمعیت ۴۶۷، ۲۱۶ نفری منطقه يك تهران را تعداد ۹۶۴، ۱۰۸ نفر مرد (۱۹ درصد) وتعداد ۵۰۳، ۱۰۷ نفر زن (۱۸ درصد) تشکیل می داده اند، از ۳۷ پرسشنامه ای که در این منطقه تکمیل گردیده ۱۹ پرسشنامه به مردان و ۱۸ عدد آن به زنان اختصاص داده شده است. سپس پرسشنامه های مردان وزنان به شش



گروه سنی تقسیم شده است که این تقسیم با انتساب جمعیت هر گروه سنی، صورت گرفته است.

روش گردآوری اطلاعات

اطلاعات این بررسی، از طریق مصاحبه حضوری به وسیله پرسشنامه توسط پرسشگران آموزش دیده، با مراجعه به واحدهای مسکونی و انتخاب فرد آماری در داخل خانواده‌ها صورت گرفته است. مزیت این روش بر روشهای دیگر آن است که اطلاعات گردآوری شده قابل کنترل می باشد. کما اینکه در این تحقیق، با روشهای آماری تعدادی از پرسشنامه‌ها کنترل گردیده است. به این معنی که شخص کنترل کننده، مجدداً به فرد آماری مورد نظر مراجعه کرده و پاسخ سؤالات تست نموده است.

از آنجا که هدف اصلی این تحقیق دستیابی به نظرات تماشاگران سینما بوده، ممکن است این شبهه ایجاد شود که آیا بهتر نبود در داخل سینماها، پرسشنامه‌ها تکمیل می گردید؟ معایب این روش به شرح زیر خلاصه می شود:

- نامساعد بودن محیط مصاحبه، (تراکم جمعیت، مداخله دیگران و القای نظر خود به پاسخگو و تعجیل ورود به سالن نمایش).

- در روزهای مختلف هفته (تعطیل و غیر تعطیل) سیمای تماشاگران سینما متفاوت می باشد.

- مشخصات پاسخگویان در شانسهایی مختلف، یکسان نیست.

- نوع فیلمهایی که در سینماها نمایش داده می شود، اغلب هفته به هفته تغییر می کند. و این تغییر در ترکیب تماشاگران اثر می گذارد.

باتوجه به عوامل فوق ترجیح داده شد، که پرسشنامه‌ها در داخل خانواده‌ها و در منازل مسکونی تکمیل شود، و به این منظور، لازم بود از نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده شود، که شرح آن در سطور گذشته، آمد.

وسیله گردآوری اطلاعات

همان طور که در روش گردآوری اطلاعات گفته شد، اطلاعات این بررسی به وسیله پرسشنامه توسط ۴۰ تن پرسشگر آموزش دیده بدست آمده است. پرسشنامه شامل دودسته

سوال می باشد، سوالات باز و سوالات بسته.

روش استخراج

سوالات بسته پرسشنامه، به وسیله کامپیوتر، و سوالات باز آن به صورت دستی استخراج شده است.

زمان گردآوری اطلاعات

زمان گردآوری اطلاعات، اواسط آذرماه سال ۱۳۶۸ بوده است. پرسشگران ملزم بوده‌اند ظرف دوروز پرسشنامه‌ها را با توجه به تمام ظرائف پرسشگری و با دقت تکمیل کرده به مسئول گردآوری اطلاعات تحویل نمایند.

روش تجزیه و تحلیل

تجزیه و تحلیل اطلاعات به صورت توصیفی و پیمناهی درصد گیری انجام شده است.

- اوقات فراغت

قبل از تعیین جایگاه سینما در گذران اوقات فراغت مردم، لازم است نخست بدانیم که اوقات فراغت چیست.

در این مطالعات، در زمینه اوقات فراغت، نظر «دومازدویه» جامعه‌شناس فرانسوی برای تبیین مفهوم اوقات فراغت پذیرفته شده است. طبق این تعریف اوقات فراغت عبارت است از «مجموع فعالیت‌هایی که شخص پس از رهایی از تعهدات و تکالیف شغلی، خانوادگی و اجتماعی، بامیل و اشتیاق به آنها می پردازد و غرضش استراحت، تفریح و یا توسعه دانش خود یا به کمال رساندن شخصیت خویش یا به ظهور در آوردن استعداد های خلاقیت و یا بالآخره بسط مشارکت آزادانه در اجتماع است»^۱.

بر اساس این تعریف، می توان گفت که اوقات فراغت، بعد از انجام تعهدات شخص،

شروع می شود، این تعهدات ممکن است تعهدات شغلی باشد یا خانوادگی و یا اجتماعی، که شخص ملزم به انجام آنها است؛ دوم اینکه انسان باید بامیل و رغبت به انجام فعالیت های فراغتی بپردازد و هدف وی از این کار، استراحت، تفریح و... باشد.

نقش سینما در گذران اوقات فراغت

تلویزیون در پرکردن اوقات فراغت مردم، نقش درجه اول را دارد. بعد از تلویزیون، گوش کردن به رادیو قسمتی از اوقات فراغت مردم را پر می کند.^۲

بررسی حاضر نشان می دهد، ۸۲ درصد مردم با تماشای تلویزیون، و ۶۸ درصد آنان با گوش کردن به رادیو، قسمتی از وقت آزاد خود را پر می کنند. زنها و مردها و افراد متأهل، تقریباً به يك میزان پای تلویزیون می نشینند ولی زنها، بیشتر از مردها، به رادیو گوش می کنند. بعد از دیدار با خویشاوندان و دوستان و استراحت در خانه، رفتن به سینما، در گذران اوقات فراغت مردم نقشی مؤثر دارد.

از میان ۲۳ نوع فعالیتی که می تواند در پرکردن اوقات فراغت مردم سهم داشته باشد، رفتن به سینما، در رتبه پنجم قرار دارد. به عبارت دیگر، بعد از تماشای تلویزیون (۸۲ درصد)، گوش کردن به رادیو (۶۸ درصد)، دیدار با خویشاوندان و دوستان (۵۵ درصد) و دراز کشیدن و استراحت کردن (۴۹ درصد) مردم به سینما می روند (۴۷ درصد) و بعد از آن به خواندن کتاب می پردازند (۴۵ درصد).

اصولاً می توان صور گذران اوقات فراغت را به دو دسته تقسیم کرد، صورت فعال و صورت منفعل. صورت فعال گذران اوقات فراغت



نمایش حالتی از تفریح و سرگرمی است که شخص فعالانه در آن شرکت می کند، یا هزینه می کند؛ مثل رفتن به سینما، دیدن تئاتر، رفتن به مسافرت و پیک نیک، یا شرکت در فعالیتهای ورزشی، حتی رفتن به استادیوم برای نشستن و تماشا کردن جنب و جوش دیگران، یا نقاشی و خیاطی و غیره. دسته ای حالت انفعالی دارند، مثل تماشای تلویزیون، دیدن ویدئو، یا گوش کردن به رادیو و موسیقی.

اما جایگاه سینما در پرکردن اوقات فراغت مردم کجاست؟

معمولاً در گذراندن اوقات فراغت، مردم آسانترین راه را انتخاب می کنند. به همین جهت است که تماشای تلویزیون، یا سینمای خانگی، و یا گوش کردن به رادیو و دراز کشیدن و استراحت در منزل سهم بیشتری در گذران اوقات فراغت مردم دارد. اما، گذران جدی اوقات فراغت را باید در صورت فعال آن جستجو کرد، علی الخصوص که هزینه ای نیز بر آن مترتب گردد. به این ترتیب، با توجه به مشکلات رفت و آمد مردم در شهر تهران و با عنایت به اینکه هزینه سینما رفتن يك خانواده، هزینه کمی نیست، می توان ادعا کرد که سینما، اولین تفریحی است که مردم برای آن هزینه ای را متقبل می شوند.

این بررسی نشان می دهد که وقتی پاسخگویان، استراحت کرده، خستگی کار را از تن بدر کردند (که ممکن است در این حالت رادیو و تلویزیون خود را هم روشن کرده باشند)؛ هنگامی که می خواهند، عموماً و عموماً تفریح کنند، و جواب خواسته خود را بدهند، به سینما می روند.

مقایسه گذران اوقات فراغت نزد

تماشاگران سینما

الف- سیمای کلی

مقایسه فعالیتهای گذران اوقات فراغت کسانی که به سینما می روند با آنهایی که به سینما نمی روند، نشان می دهد که به طور کلی، آنهایی که به سینما می روند، بیشتر از کسانی که به سینما نمی روند، تلویزیون تماشا می کنند. ۸۷ درصد کسانی که به سینما می روند، در اوقات فراغت خود به تماشای تلویزیون می نشینند، ولی ۷۷ درصد کسانی که به سینما نمی روند، تلویزیون تماشا می کنند.

میزان گوش کردن به رادیو- مثل تلویزیون- نزد کسانی که به سینما می روند، بیشتر از آنانی است که به سینما نمی روند (۷۱ درصد در مقابل ۶۴ درصد).

آمار نشان می دهد، به طور کلی ۵۶ درصد کسانی که به سینما می روند قسمتی از اوقات فراغت خود را با خویشاوندان و دوستان خود می گذرانند، این نسبت نزد کسانی که به سینما نمی روند، ۵۴ درصد است. همین عده، کمتر از کسانی که به سینما می روند به موسیقی گوش می کنند، یا به مسافرت می روند، چرا که ۴۹ درصد کسانی که به سینما می روند، به موسیقی گوش می کنند یا به مسافرت می روند، در حالی که ۳۵ درصد کسانی که به سینما نمی روند، به موزیک علاقه دارند و ۴۰ درصد آنها به مسافرت می روند.

آنهایی که به سینما می روند، کمتر دراز می کشند تا استراحت کنند (۴۸ درصد)، دسته دیگر، به جای رفتن به سینما، ترجیح می دهند در منزل استراحت کنند



(۵۱ درصد). آنهایی که سینما می روند، بیشتر کتاب می خوانند (۴۷ درصد)، آنها که به سینما نمی روند هم کمتر مطالعه می کنند (۴۳ درصد) و هم کمتر به ورزش علاقه نشان می دهند، چون ۳۰ درصد این دسته در اوقات فراغت خود به فعالیتهای ورزشی می پردازند، در عوض آنهایی که به دیدن فیلمهای سینمایی می روند، به ورزش علاقه بیشتری نشان می دهند (۴۴ درصد). آنهایی که سینما می روند بیشتر مجله (۴۳ درصد) و روزنامه می خوانند (۴۱ درصد). آنهایی که به سینما علاقه ندارند، هم به مجله کمتر علاقه دارند (۲۵ درصد) و هم به روزنامه (۳۶ درصد). علاقه مندان به سینما، به گردش در خیابانها و پارکها نیز، رغبت بیشتری نشان می دهند (۳۷ درصد)، ولی ۲۰ درصد کسانی که به سینما نمی روند برای تفریح در خیابانها و پارکها قدم می زنند. همین عده به فعالیتهای هنری هم چندان علاقه ای ندارند (۳۰ درصد) و علاقه مندان به سینما در این زمینه درصد بیشتری را تشکیل می دهند (۳۵ درصد). تنها موردی که هر دو دسته، اتفاق نظر دارند، شرکت در فعالیتهای مذهبی است (۳۰ درصد). وقتی علاقه مندان به سینما، بیشتر از کسانی که فاقد این علاقه اند، به قدم زدن در پارکها و انجام فعالیتهای ورزشی رغبت نشان بدهند، طبیعی خواهد بود، که بیشتر هم به تماشای مسابقات ورزشی بروند. آمار هم نشان می دهد که ۲۶ درصد کسانی که به سینما می روند، با تماشای مسابقات ورزشی، قسمتی از اوقات فراغت خود را پر می کنند، در حالیکه فقط ۱۸ درصد افراد بی علاقه به سینما پایه استادیومهای ورزشی یا

اماکن مشابه می گذارند.

۲۵ درصد کسانی که به سینما می روند، از نمایشگاهها هم دیدن می کنند، یا به پیک نیک می روند، در مقابل تنها ۱۴ درصد کسانی که به سینما نمی روند، به این قبیل فعالیتهای می پردازند.

بازی شطرنج، و تماشای ویدئو، نزد کسانی که سینما می روند، بیشتر از کسانی است که به سینما نمی روند. ۲۵ درصد کسانی که به سینما می روند شطرنج بازی می کنند، از دسته دوم تنها ۱۳ درصد؛ ۲۳ درصد کسانی که به سینما می روند، ویدئو تماشا می کنند، از دسته دوم تنها ۱۵ درصد.

دسته اول، همان طور که بیشتر ویدئو تماشا می کنند، بیشتر هم آتاری بازی می کنند (۱۷ درصد) در حالی که ۶ درصد دسته دوم با این وسیله خود را سرگرم می کنند.

آنهایی که به سینما می روند، بیشتر به تئاتر می روند (۱۰ درصد)، در مقابل آنهایی که به سینما نمی روند به تئاتر نیز کمتر می روند (۴ درصد). در مورد رفتن به قهوه خانه و لهدولعب، با تفاوت یکی دو درصد، کسانی که به سینما می روند، پیشی دارند، (۳ درصد در مقابل ۲ یا ۱ درصد).

از نظر جنس به جز چند مورد، زنان و مردانی که به سینما می روند، بیشتر از زنان یا مردانی که به سینما نمی روند، به فعالیتهای تفریحی می پردازند.

بررسی گذران اوقات فراغت کسانی که به سینما می روند، نشان می دهد، که این دسته از مردم، بیشتر، اهل تفریح و سرگرمی هستند. به اصطلاح روانشناسان این دسته از مردم را

می توان برون گرا، و علاقه مند به امور هنری و فرهنگی دانست.

اشخاص بیکار و بازنشسته نه به تئاتر می روند و نه پای صفحه آتاری می نشینند. شاید هم امکان تهیه آتاری را ندارند. در عوض به قهوه خانه می روند (۷ درصد) ولی کارمندان و زنان به قهوه خانه نمی روند. شطرنج، بیشتر وسیله سرگرمی نظامیان (۳۶ درصد)، دانش آموزان و اشخاص بازنشسته و از کار افتاده است.

ب- وضع تاهل

بررسی نشان می دهد به طور کلی مجردین و متأهلینی که به سینما می روند، بیشتر از مجردین و متأهلینی که به سینما نمی روند، تلویزیون تماشا می کنند (۸۷ درصد در مقابل ۷۶ درصد). آنهایی که به سینما می روند (اعم از مجرد و متأهل) بیشتر به رادیو گوش می کنند (۷۳ درصد)، آنهایی که به سینما نمی روند رقم کمتری را تشکیل می دهند (۶۵ درصد).

۵۶ درصد مجردین و متأهلینی که به سینما می روند در اوقات فراغت خود، به خواندن کتاب مبادرت می ورزند ولی ۴۴ درصد آنهایی که به سینما نمی روند به مطالعه کتاب می پردازند. میزان گوش کردن به موسیقی، نزد مجردین و متأهلینی که به سینما می روند، ۵۲ درصد است این نسبت نزد مجردین و متأهلینی که به سینما نمی روند به ۳۷ درصد تقلیل می یابد. ۵۱ درصد مجردین و متأهلینی که به سینما می روند، به مطالعه روزنامه می پردازند، در مقابل ۳۷ درصد کسانی که به سینما نمی روند، به مطالعه روزنامه مبادرت می کنند.

همین طور مجردین و متأهلینی که به سینما

می روند کمتر به استراحت در منزل می پردازند (۴۸ درصد)، آنهایی که به سینما نمی روند، بیشتر در منزل استراحت می کنند (۵۱ درصد). دسته اول، کمتر در اوقات فراغت خود با خویشاوندان و دوستان خود معاشرت دارند (۴۸ درصد)، دسته دوم به جای رفتن به سینما، ترجیح می دهند بیشتر با بستگان و آشنایان خود دیدار کنند (۵۸ درصد).

مجردین و متأهلینی که بیشتر به مطالعه مجله می پردازند (۴۴ درصد) به سینما هم می روند، آنهایی که کمتر مجله مطالعه می کنند (۲۲ درصد)، کمتر به سینما می روند.

میزان انجام فعالیت های ورزشی، نزد مجردین و متأهلینی که به سینما می روند (۴۰ درصد)، بیشتر از کسانی است که به سینما نمی روند (۲۶ درصد).

۳۹ درصد مجردین و متأهلینی که به سینما می روند به گردش در خیابانها و پارکها می پردازند، ولی ۱۹ درصد آنهایی که به سینما نمی روند، با گردش در خیابانها و پارکها، به وقت گذرانی می پردازند. ۳۱ درصد مجردین و متأهلینی که به سینما می روند، در مراسم عبادی شرکت می کنند، اما کسانی که به سینما نمی روند، اندکی بیشتر در این مراسم شرکت می جویند (۳۳ درصد).

کسانی که به سینما می روند، ۳ درصد بیشتر از کسانی که به سینما نمی روند به امور هنری می پردازند، چون ۲۹ درصد دسته اول به فعالیت های از قبیل نقاشی، خطاطی، گلدوزی و خیاطی، اشتغال می ورزند. آنهایی که به سینما می روند بیشتر به پیک نیک می روند

هر دودسته، یعنی مجردین و متاهلینی که به سینمای روند و آنهایی که به سینمای روند به یک میزان خود را با سرگرمیهای غیر مجاز سرگرم می کنند (۲ درصد) ولی دسته اول، بیشتر از کسانی که به سینمای روند، به قهوه‌خانه سر می زنند (۵ درصد در مقابل ۲ درصد).

تماشاگران سینما، بعد از انقلاب اسلامی

حدود ۳/۱ تماشاگران کنونی سینما، کسانی هستند که بعد از پیروزی انقلاب اسلامی به جرگه تماشاگران سینما، پیوسته اند. بررسی به عمل آمده بر روی تماشاگران بالای ۲۰ سال، نشان می دهد، ۵۶ درصد تماشاگران کنونی سینما، پیش از انقلاب هم، به سینمای رفته اند.

از آنجا که ۱۱ درصد تماشاگران، مشخص نکرده اند که از چه موقعی سینما رفتن را شروع کرده اند؛ بنابراین، با دقت کمتری می توان گفت، ۳۳ درصد تماشاگران کنونی سینما، تماشاگران سینمای بعد از انقلاب اسلامی هستند.

جداول آماری نشان می دهد که اکثریت قریب به اتفاق تماشاگران سینمای بعد از انقلاب اسلامی رازنان تشکیل می دهند، چون ۱۴

(۲۹ درصد)، آنهایی که به سینمای روند کمتر (۱۶ درصد). ۱۵ درصد کسانی که به سینمای روند، به تماشای مسابقات ورزشی می روند ولی ۲۷ درصد مجردین و متاهلینی که به سینمای روند، برای دیدن مسابقات ورزشی به استادیومها، سر می زنند. در بازدید از نمایشگاهها و تماشای ویدئو، آنهایی که به سینمای روند، پیشی دارند (۲۶ درصد)، دسته دوم چندان علاقه ای به دیدن نمایشگاهها ندارند (۱۴ درصد). ظاهراً تعداد کمتری از این عده در منزل ویدئو دارند، در نتیجه کمتر به تماشای آن می پردازند (۱۴ درصد).

کسانی که به سینمای روند (مجردین و متاهلین) هم بیشتر به بازی شطرنج می پردازند (۲۱ درصد در مقابل ۱۰ درصد) و هم بیشتر آتاری بازی می کنند (۱۱ درصد در برابر ۳ درصد). همین عده، به تاثیر نیز بیشتر می روند (۹ درصد در مقابل ۴ درصد).



درصد زنان، کمتر از ۵ سال است که به سینما می روند ولی يك درصد مردان، سینما رفتن را از ۵ سال پیش به این طرف شروع کرده اند. به این ترتیب پیش از انقلاب، مردها بیشتر از زنها به سینما می رفته اند (۶۰ درصد در مقابل ۴۸ درصد).

میزان رفتن به سینما

الف- جنس و وضع تاهل

بررسی به عمل آمده نشان می دهد، يك درصد جامعه بیشتر از يك بار در هفته به سینما می روند، اغلب مردم یکی دو ماه يك بار به سینما می روند، به عبارت دیگر ۹ درصد پاسخگویان یکی دو ماه يك بار به سینما می روند، ۸ درصد هر دو سه ماه يك بار و ۷

درصد سه تا چهار هفته يك بار، ۶ درصد هر ۶ ماه يك بار به سینما می روند.

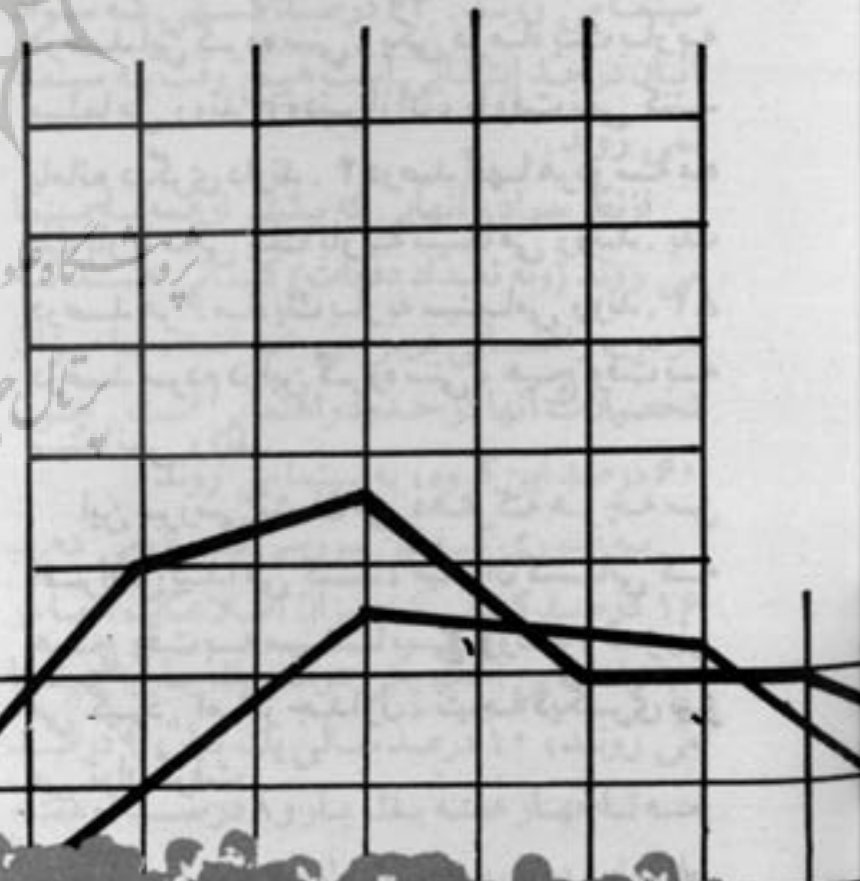
به طوری که جداول نشان می دهد، زنان در طول سال، ۳ بار، به نحوی از انحا به سینما می روند ولی مردان بیشتر از زنان در طول سال به سینما می روند. مردان، سالی ۸ بار به سینما می روند.

مجردین ۷ بار در طول سال به سینما می روند، متأهلین کمتر، چون این دسته از تماشاگران سینما در تهران، سالی ۳ بار به سینما می روند.

ب- سن

بررسی نشان می دهد، ۱۳ درصد گروه سنی ۱۱ تا ۱۴ سال، فقط يك بار در طول سال، به سینما می روند. ۱۲ درصد آنها، سه تا چهار هفته يك بار، یا یکی دو ماه يك بار به سینما می روند. ۹ درصد این گروه سنی، یا هر دو هفته يك بار، یا هر دو سه ماه يك بار به سینما می روند. ۷ درصد آنها هر ۶ ماه يك بار، ۵ درصد، هفته ای يك بار و يك درصد بیشتر از يك بار در هفته به سینما می روند. ۳۲ درصد این گروه سنی، هیچ وقت به سینما نمی روند.

گروه سنی ۱۵ تا ۱۹ سال کمتر از گروه سنی ۱۱ تا ۱۴ سال به سینما می روند. ۱۲ درصد



این گروه سنی، هر دوسه ماه يك بار به سینما می روند. ۱۰ درصد آنها دو هفته يك بار، یا یکی دو ماه يك بار به سینما می روند. ۱۰ درصد دیگر، سالی يك بار به سینما می روند. ۷ درصد سه تا چهار هفته يك بار، ۵ درصد هفته ای يك بار و ۴ درصد هر ۶ ماه يك بار به سینما می روند. ۴۲ درصد بقیه، هیچ وقت به سینما نمی روند.

۱۱ درصد گروه سنی ۲۰ تا ۲۴ سال، یکی دو ماه يك بار به سینما می روند. ۹ درصد سه تا چهار هفته يك بار و یا سالی يك بار به سینما می روند. ۸ درصد هر دوسه ماه يك بار، ۷ درصد هر ۶ ماه يك بار و ۵ درصد هفته ای يك بار یا دو هفته يك بار به سینما می روند. ۴۵ درصد این گروه سنی هیچ وقت به سینما نمی روند.

در گروه سنی ۲۵ تا ۲۹ سال، تعادل بیشتری می توان یافت. ۹ درصد افراد این گروه سنی، یکی دو ماه يك بار یا هر دوسه ماه يك بار به سینما می روند، ۶ درصد سالی يك بار، ۵ درصد سه تا چهار هفته يك بار یا هر ۶ ماه يك بار و ۴ درصد نیز هفته ای يك بار یا دو هفته يك بار به سینما می روند. ۵۸ درصد این گروه سنی هیچ وقت به سینما نمی روند.

۸ درصد گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال، یکی دو ماه يك بار به سینما می روند. ۷ درصد، سه تا چهار هفته يك بار، هر دوسه ماه يك بار و یا سالی يك بار به سینما می روند. ۵ درصد هر ۶ ماه يك بار، ۲ درصد هفته ای يك بار یا دو هفته يك بار به سینما می روند. يك درصد این گروه سنی، فرصت پیدا می کنند که بیشتر از يك بار در هفته به تماشای فیلم بروند. ۶۱ درصد

گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال هیچ وقت به سینما نمی روند.

در گروه سنی ۴۰ تا ۴۹ سال فرصت کمتری برای رفتن به سینما وجود دارد. چون ۱۹ درصد تماشاگران سینما در این گروه سنی هر ۶ ماه يك بار به سینما می روند، ۴ درصد يك بار یا سالی يك بار به سینما می روند. یکی دو درصد هم، دو هفته يك بار یا سه تا چهار هفته يك بار به سینما می روند. ۶۸ درصد این گروه سنی هیچ وقت به سینما نمی روند.

در گروه سنی ۵۰ تا ۵۹ سال حوصله کمتری برای رفتن به سینما وجود دارد. تماشاگران سینما در این گروه سنی، اگر بخواهند خیلی زود به سینما بروند، یکی دو ماه طول می کشد. چون ۹ درصد این گروه سنی، یکی دو ماه يك بار به سینما می روند و زودتر از آن، یا وقت نمی کنند یا مانع دیگری دارند. ۴ درصد آنها هر دوسه ماه يك بار یا سالی يك بار به سینما می روند. يك درصد هر ۶ ماه يك بار به سینما می روند. ۸۲ درصد مردم در این گروه سنی، هیچ وقت به سینما نمی روند.

این بررسی نشان می دهد که هر چه سن افزایش پیدا می کند، میزان کسانی که هیچ وقت به سینما نمی روند، فزونی می گیرد. اما از جداول، نتیجه دیگری نیز می توان گرفت:

گروه سنی ۱۱ تا ۱۴ سال، در طول سال ۹ بار به سینما می روند. گروه سنی ۱۵ تا ۱۹ سال، به طور متوسط سالی ۸ بار به سینما می روند. گروه سنی ۲۰ تا ۲۴ سال، در طول سال ۷ بار،



گروه سنی ۲۵ تا ۲۹ سال و ۳۰ تا ۳۹، سالی ۵ بار به سینما می روند. کسانی که در سنین ۴۰ تا ۵۹ هستند، در طول سال فقط يك بار به سینما می روند.

ج- سواد

اشخاص بی سواد، خیلی کم به سینما می روند چون ۹۴ درصد این دسته از مردم، هیچ وقت به سینما نمی روند.

۷ درصد کسانی که میزان تحصیلات آنان در حدود ابتدایی است، سه تا چهار هفته يك بار یا هر ۶ ماه يك بار به سینما می روند. ۶ درصد هر دو سه ماه يك بار، ۵ درصد سالی يك بار و ۴ درصد یکی دو ماه يك بار یا هفته ای يك بار به سینما می روند. ۳ درصد، دو هفته يك بار و يك درصد هم، بیشتر از يك بار در هفته به سینما می روند. ۶۳ درصد کسانی که سواد آنان در حد ابتدایی است هیچ وقت به سینما نمی روند.

از نظر سواد، آنهایی که بیشتر از همه به سینما می روند (ونه تعداد دفعات) کسانی هستند که در دوره راهنمایی درس می خوانند، یا میزان تحصیلات آنها در حد و راهنمایی است. چون ۶۰ درصد این گروه، به سینما می روند.

به طوری که این بررسی نشان می دهد ۱۶ درصد کسانی که میزان اطلاعات آنها در حد راهنمایی است یکی دو ماه يك بار به سینما می روند، ۱۰ درصد سالی يك بار، ۹ درصد سه تا چهار هفته يك بار و ۸ درصد دو هفته يك بار و دو سه ماه يك بار به سینما می روند. ۵ درصد هر ۶ ماه يك بار، ۳ درصد هفته ای يك بار و يك درصد هم بیشتر از يك بار در هفته برای تماشای فیلم به سینما می روند.

۱۱ درصد کسانی که میزان تحصیلات آنها در حدود دوره نظری است، یکی دو ماه يك بار، یا سالی يك بار به سینما می روند. ۱۰ درصد هر دو سه ماه يك بار، ۸ درصد دو هفته يك بار، ۷ درصد سه تا چهار هفته يك بار، ۶ درصد هفته ای يك بار و ۴ درصد هر ۶ ماه يك بار به سینما می روند. ۴۳ درصد بقیه، هیچ وقت به سینما نمی روند.

۱۰ درصد کسانی که دیپلمه هستند، یکی دو ماه يك بار، ۹ درصد هر دو سه ماه يك بار، ۸ درصد هر ۶ ماه يك بار به سینما می روند. ۷ درصد، سه تا چهار هفته يك بار یا سالی يك بار به سینما می روند. ۴ درصد دو هفته يك بار و ۳ درصد هفته ای يك بار یا به سینما می گذارند. ۵۲ درصد بقیه هیچ وقت گذرشان به سینما نمی افتد.

د - شغل

بررسی به عمل آمده نشان می دهد، ۷ درصد زنان خانه دار، یکی دو ماه یک بار، هر دو سه ماه یک بار و سالی یک بار به سینما می روند. ۴ درصد، سه تا چهار هفته یک بار و هر ۶ ماه یک بار پابه سینما می گذارند. یک درصد، دو هفته یک بار یا هفته ای یک بار به سینما می روند. ۶۹ درصد زنان خانه دار هیچ وقت به سینما نمی روند.

۱۳ درصد دانش آموزان، یکی دو ماه یک بار، ۱۱ درصد سالی یک بار، ۱۰ درصد سه تا چهار هفته یک بار و هر دو سه ماه یک بار، ۹ درصد دو هفته یک بار به سینما می روند. ۶ درصد هر ۶ ماه یک بار، ۴ درصد هفته ای یک بار و یک درصد بیشتر از یک بار در هفته برای دیدن فیلم به سینما می روند. بعد از دانشجویان می توان گفت دانش آموزان، بیشترین آمار تماشاگران را تشکیل می دهند.

۱۵ درصد دانشجویان، سالی یک بار به

سینما می روند. ۱۲ درصد، سه تا چهار هفته

نیمی از کسانی که تحصیلات عالی دارند، در طول سال به نحوی به سینما می روند ولی اغلب یکی دو ماه یک بار یا هر دو سه ماه یک بار و یا سالی یک بار به سینما می روند (۱۰ درصد). ۸ درصد هر ۶ ماه یک بار، ۵ درصد دو هفته یک بار یا سه تا چهار هفته یک بار و ۲ درصد هفته ای یک بار به سینما می روند.

به طوری که این بررسی نشان می دهد، افراد بی سواد، آن قدر کم به سینما می روند که نمی توان گفت، سالی یک بار هم به سینما می روند. جز این گروه، بقیه رفتار خیلی متفاوتی ندارند، زیرا افراد دیپلمه و کسانی که تحصیلات عالی دارند، در طول سال ۵ بار به سینما می روند. کسانی که تحصیلات ابتدایی دارند، سالی ۶ بار، کسانی که تحصیلات آنها در حدود دوره راهنمایی است، سالی ۷ بار و کسانی که میزان تحصیلات آنها در حد دوره نظری است سالی ۸ بار به سینما می روند.



يك بار و هر دوسه ماه يك بار، ۹ درصد دو هفته
يك بار به سينما می روند. ۶ درصد هفته ای
يك بار، يکی دو ماه يك بار و هر ۶ ماه يك بار به
سينما می روند. ۳۴ درصد هيچ وقت به سينما
نمی روند.

۱۲ درصد کارمندان، يکی دو ماه يك بار به
سينما می روند. ۱۱ درصد هر ۶ ماه يك بار،
۸ درصد هر دوسه ماه يك بار، ۵ درصد سه
تا چهار هفته يك بار یا سالی يك بار، ۴ درصد
دو هفته يك بار و ۳ درصد هفته ای يك بار به
سينما می روند. ۵۲ درصد کارمندان
هيچ وقت به سينما نمی روند.

۱۸ درصد افراد نظامی و انتظامی سه تا چهار
هفته يك بار به سينما می روند، ۱۴ درصد
هفته ای يك بار و ۴ درصد سالی يك بار یا به
سينما می گذارند، ۷ درصد نیز به دفعات
گونگون به سينما می روند و ۳۶ درصد آنها، به
سينما علاقه ندارند.

۸ درصد کارگران و رانندگان هر ۶ ماه يك بار
به سينما می روند. ۶ درصد، دو هفته يك بار،
يکی دو ماه يك بار و سالی يك بار، راهی سينما
می شوند. ۳ درصد هفته ای يك بار و هر دوسه
ماه يك بار و ۲ درصد سه تا چهار هفته يك بار
و بیشتر از يك بار در هفته به تماشای فيلم
می روند و ۶۴ درصد کارگران و رانندگان
هيچ وقت به سينما نمی روند.

۱۱ درصد کسبه و پیشه‌وران يکی دو ماه
يك بار به سينما می روند. ۹ درصد سه
تا چهار هفته يك بار، ۵ درصد دو هفته يك بار،
هر دوسه ماه يك بار و هر ۶ ماه يك بار به سينما
می روند. ۳ درصد هفته ای يك بار و سالی
يك بار راهی سينما می شوند. يك درصد نیز

بیشتر از يك بار در هفته به سينما می روند. ۵۸
درصد این دسته هيچ وقت به سينما نمی روند.
افراد بازنشسته و ازکار افتاده، اگر به سينما
بروند، هر دوسه ماه يك بار است (۶ درصد).
۱۴ درصد اشخاص بيکار سالی يك بار به سينما
می روند. ۵ درصد به نحوی از انحادر طول
سال به سينما می روند، ولی نمی توانند،
بیشتر از يك بار در هفته به سينما بروند. ۵۶
درصد اشخاص بيکار در طول سال هيچ وقت به
سينما نمی روند. ۱۴ درصد مشاغل ديگر،
هفته ای يك بار به سينما می روند.

بدین ترتیب زنان خانه‌دار سالی دوبار به سينما
می روند. دانش آموزان و دانشجويان سالی ۸
بار به تماشای فيلم می روند. کارمندان و
اشخاص بيکار در طول سال ۵ بار به سينما
می روند. افراد نظامی و انتظامی سالی ۱۳ بار به
سينما می روند. کارگران، رانندگان، کسبه و
پیشه‌وران در طول سال ۶ بار به سينما می روند و
سایرین ۷ بار.

چرا کم به سينما می روند؟

در این بررسی، فرض بر این گذاشته شده
است، آنهایی که کمتر از ماهی يك بار به سينما
می روند، کسانی اند، که اصولاً کم به سينما
می روند. از این عده سؤال شد «فکر می کنید
چه عللی باعث می شود که شما کمتر به سينما
بروید؟» دسته بندی پاسخها نشان می دهد ۳۶
درصد کسانی که کم به سينما می روند عقیده
دارند، فيلمهای خوب کم است. ۲۰ درصد،
ظاهراً می خواهند بیشتر به سينما بروند، ولی
کسی را ندارند که آنها را به سينما ببرد. ۱۷
درصد پاسخگويان اظهار داشته اند، چون علاقه

خاصی به سینما ندارند کمتر به سینما می روند. به طوری که این بررسی نشان می‌دهد عده‌ای فیلم‌های بخصوصی را می‌بینند، یعنی به فیلمنامه فیلم توجه دارند (۱۵ درصد). عده‌ای نیز بعد مسافت محل سکونت خود با سینما را علت کم رفتن به سینما ذکر می‌کنند (۱۴ درصد). ۱۳ درصد محیط سینما را مناسب نمی‌دانند. ۱۱ درصد وقت خود را صرف هر فیلمی نمی‌کنند، باید فیلم مشهور باشد تا به دیدن آن بروند. یا اینکه فیلم‌های کارگردانها و هنرپیشه‌های بخصوصی را می‌بینند (۷ درصد). کمتر به سینما رفتن عده‌ای به خاطر این است که از نمایش فیلم‌های مورد علاقه خود بی‌اطلاع می‌مانند (۴ درصد). ۳ درصد، اظهار کرده‌اند به خاطر اینکه از عهده هزینه آن بر نمی‌آیند کمتر به سینما می‌روند. ۱۲ درصد هم دلایل مختلفی آوردند، که عمده‌ترین آنها، نداشتن وقت است.

تماشاگران سینما و مناطق سینمایی

بررسی به عمل آمده نشان می‌دهد، ۳۸ درصد تماشاگران سینما، به سینماهای شمال شهر^۲ می‌روند.

ساکنین منطقه یک شهرداری تهران، فقط به سینماهای منطقه شمیران، شمال شهر و خیابان طالقانی، می‌روند. ساکنین این منطقه، در وهله اول به سینماهای شمیران (۱۱۸ درصد) و در مراتب بعدی به سینماهای شمال شهر (۱۸ درصد)، و سینماهای خیابان طالقانی (۵ درصد) می‌روند.

ساکنین منطقه ۲، به سینماهای شمیران نمی‌روند. ۷۹ درصد به سینماهای منطقه خود یعنی سینماهای شمال شهر (آزادی، شهر قصه

و گلرین) می‌روند. و در صورتی که فیلم مورد نظرشان در این سینماها به نمایش در نیامده باشد راهی سینماهای خیابان ولی عصر (عج) می‌شوند (۳۶ درصد)، در مراتب بعدی سینماهای میدان انقلاب (۲۹ درصد)، خیابان طالقانی (۲۱ درصد) و سینماهای چهارراه جمهوری و لاله زار (۷ درصد) قرار دارد.

ساکنین منطقه ۳، اغلب سینماهای شمال شهر (۸۰ درصد) و شمیران (۶۰ درصد) را برای دیدن فیلم انتخاب می‌کنند و در مراتب بعدی، سینماهای خیابان طالقانی و لاله زار قرار می‌گیرد (۱۰ درصد).

ساکنین منطقه ۴ شهرداری، در درجه اول به سینماهای شمال شهر می‌روند (۷۳ درصد). و در مراتب بعدی، به سینماهای شرق تهران (۳۳ درصد)، شمیران (۲۵ درصد)، میدان امام حسین (ع) (۱۴ درصد)، خیابان طالقانی (۷ درصد)، خیابان ولی عصر (عج) و لاله زار (۵ درصد) و بندرت راه دورتری را طی می‌کنند تا به سینماهای میدان انقلاب بروند (۲ درصد).

ساکنین منطقه ۵ شهرداری، اغلب به سینماهای اطراف میدان انقلاب می‌روند (۶۰ درصد) و بعد از آن به سینماهای چهارراه جمهوری سرمی زنند (۱۳ درصد)، ۷ درصد نیز به سینماهای غرب و شمال شهر می‌روند.

ساکنین منطقه ۶ شهرداری، ترجیحاً به سینماهای شمال می‌روند (۱۳۸ درصد)، سپس به سینماهای خیابان شریعتی و ولی عصر (عج) (۱۴ درصد)، در مراتب بعدی به سینماهای خیابان طالقانی (۱۰ درصد) و سینماهای شمیران و میدان انقلاب می‌روند (۵ درصد).

ساکنین منطقه ۷ شهرداری، اول به سینماهای

شمال شهر و خیابان شریعتی می روند (۵۸ درصد)، بعد به سینماهای ولی عصر (عج) (۱۲ درصد). ۸ درصد نیز در سینماهای میدان امام حسین (ع)، شرق و جنوب شرقی به تماشای فیلم می روند، ۴ درصد دیگر، راهی سینماهای خیابان طالقانی و میدان انقلاب می شوند.

ساکنین منطقه ۸، در وهله اول سینماهای شمال شهر را ترجیح می دهند (۸۹ درصد)، بعد از آن سینماهای میدان امام حسین (ع) و جنوب شرقی قرار دارد (۲۲ درصد)، در مراتب بعدی ۱۱ درصد به سینماهای خیابان طالقانی، ۷ درصد به سینماهای خیابان ولی عصر و لاله زار، گاهی هم به سینماهای خیابان شریعتی می روند (۴ درصد).

ساکنین منطقه ۹، اول به سینماهای میدان انقلاب (۵۰ درصد)، بعد به سینماهای چهارراه جمهوری (۳۲ درصد) و در مراتب بعدی به سینماهای خیابان ولی عصر (عج) (۲۳ درصد)، شمال شهر و طالقانی (۱۴ درصد)، غرب (۹ درصد)، خیابان شریعتی و لاله زار (۵ درصد)، می روند.

ساکنین منطقه ۱۰، اول به سینماهای چهارراه جمهوری (۳۶ درصد)، بعد به سینماهای غرب (۳۲ درصد) و طالقانی (۲۱ درصد) و در مراتب بعدی به سینماهای شمال شهر و خیابان ولی عصر (عج) (۱۸ درصد)، میدان انقلاب (۱۴ درصد)، گاهی هم به سینماهای لاله زار می روند (۴ درصد).

ساکنین منطقه ۱۱، اغلب به سینماهای چهارراه جمهوری می روند (۸۶ درصد)،

بعد از آن به سینماهای خیابان ولی عصر (عج) (۳۱ درصد) و در مراتب بعدی به سینماهای شمال شهر (۲۱ درصد)، میدان انقلاب (۱۷ درصد)، لاله زار (۱۴ درصد)، خیابان طالقانی (۱۰ درصد)، و گاهی هم به سینماهای جنوب غربی و جنوب شرقی می روند (۳ درصد).

ساکنین منطقه ۱۲ شهرداری تهران، به اکثر مناطق سینمایی، سر می زنند. آنها از ۱۵ منطقه سینمایی، فقط در ۴ منطقه تردد نمی کنند. جنوب و غرب (که سینماهای محلی هستند) و دو منطقه دیگر، یکی جنوب غربی و یکی هم شرق. در انتخاب ساکنین این منطقه، اول سینماهای شمال شهر قرار دارد (۴۸ درصد)، بعد سینماهای میدان امام حسین (ع) (۳۷ درصد) و در مراتب بعدی سینماهای لاله زار (۲۶ درصد)، سینماهای خیابان ولی عصر (عج)، طالقانی، چهارراه جمهوری و شریعتی (۱۵ درصد)، سینماهای شمیران و جنوب شرقی (۷ درصد) و سینماهای میدان انقلاب و مولوی (۴ درصد) را انتخاب می کنند.

ساکنین منطقه ۱۳، بیشتر به سینماهای شرق تهران می روند (۶۴ درصد) بعد سینماهای میدان امام حسین (ع) (۴۳ درصد) و در مراتب بعدی به سینماهای شمال شهر (۳۶ درصد) و خیابان طالقانی (۲۱ درصد)، سپس راهی سینماهای شمیران، چهارراه جمهوری و لاله زار می شوند (۷ درصد).

ساکنین منطقه ۱۴ نیز، به اکثر مناطق سینمایی، سر می کشند، جز سینماهای پایین شهر. ۴۰ درصد ساکنین این منطقه به سینماهای



شرق تهران، ۳۰ درصد به سینماهای میدان امام حسین (ع)، ۲۰ درصد به سینماهای جنوب شرقی، ۱۳ درصد به سینماهای لاله‌زار، ۱۰ درصد به سینماهای میدان انقلاب، ۷ درصد به سینماهای شمال شهر و خیابان طالقانی، و نسبت کمتری (۳ درصد) به سینماهای خیابان ولی عصر (عج)، چهارراه جمهوری، و خیابان شریعتی می‌روند.

ساکنین منطقه ۱۵ نیز، مانند اهالی منطقه ۱۴ و ۱۲ عمل می‌کنند، یعنی به سینماهای مختلفی می‌روند، نه مثل ساکنین منطقه یک که فقط به سینماهای ۳ منطقه سینمایی می‌روند. اهالی منطقه ۱۵، در وهله اول در سینماهای جنوب شرقی (۶۴ درصد)، بعد در سینماهای میدان امام حسین (ع) (۲۶ درصد) و در مراتب بعدی در سینماهای شمال شهر (۲۱ درصد)، خیابان ولی عصر (عج) (۱۷ درصد)، میدان انقلاب (۱۴ درصد)، سینماهای شرق تهران و جنوب غربی (۵ درصد) و گاهی هم در سینماهای خیابان طالقانی و چهارراه جمهوری (۲ درصد)، فیلم تماشا می‌کنند.

ساکنین منطقه ۱۶ شهرداری تهران، نیز همانند ساکنین مناطق ۲، ۵، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۵، ۱۷، ۱۸ و ۱۹، به سینماهای شمیران نمی‌روند، چون در این منطقه بیشتر از ۳ سینما وجود ندارد، و هر سه سینما هم به محل سکونت ساکنین این مناطق (بجز منطقه ۲) دور هستند.

ساکنین منطقه ۱۶، اول به سینماهای چهارراه جمهوری و جنوب غربی می‌روند (۳۵ درصد)، بعد به سینماهای خیابان ولی عصر (عج) (۳۰ درصد) و در مراتب

بعدی راهی سینماهای خیابان طالقانی (۲۰ درصد)، شمال شهر و لاله‌زار (۱۵ درصد)، جنوب شرقی (۱۰ درصد)، سینماهای میدان انقلاب و جنوب تهران (۵ درصد) می‌شوند. ساکنین منطقه ۱۶، تنها کسانی اند که در سینماهای جنوب تهران فیلم تماشا می‌کنند. آنها به سینماهای نزدیک محل سکونت خود می‌روند، یعنی همان طور عمل می‌کنند که ساکنین منطقه یک.

اهالی منطقه ۱۷ شهرداری تهران، اول به سینماهای نزدیک خانه خود می‌روند، یعنی ۸۶ درصد آنها در سینماهای جنوب غربی فیلم می‌بینند، سپس به سینماهای خیابان ولی عصر (عج)، چهارراه جمهوری و میدان انقلاب می‌روند (۱۱ درصد)، در مراتب بعدی به سینماهای شمال شهر و خیابان طالقانی، سر می‌زنند (۴ درصد).

۱۱ درصد بقیه نیز به سینماهای خیابان طالقانی و ۵ درصد به سینماهای شرق تهران، جنوب شرقی و خیابان شریعتی می روند.

ساکنین ۱۹ منطقه تهران بدون استثناء برای دیدن فیلم به سینماهای شمال شهر می روند. و بجز ساکنین ۴ منطقه ۱، ۳، ۵ و ۱۳، سکنه سایر مناطق به سینماهای خیابان ولی عصر (عج) نیز می روند، و سینماهای خیابان طالقانی هم به علت موقعیت خاص خود، مورد استقبال مردم اند. چون فقط اهالی منطقه ۵ به این سینماها نمی روند.

به طوری که ملاحظه می شود، سکنه مناطق ۹ تا ۱۹ تهران، بجز یکی دو مورد، برای تفریح، به سینماهای شمال شهر، خیابان ولی عصر (عج)، خیابان طالقانی، چهارراه جمهوری، لاله زار و میدان انقلاب می روند. در واقع می توان این منطقه نسبتاً وسیع را منطقه ای فرهنگی و هنری نامید. سایر سینماها جوابگوی نیازهای محلی هستند.

تماشاگران سینما در مناطق مسکونی

بررسی به عمل آمده نشان می دهد، ۱۰ درصد کسانی که به سینما می روند، در منطقه ۴ شهرداری تهران سکونت دارند. به عبارت دیگر بیشترین تماشاگران سینما، در این منطقه زندگی می کنند. ۹ درصد، ساکنین منطقه ۱۵ به دیدن فیلمهای سینمایی می روند. ۶ درصد، ساکنین مناطق ۸، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۴، ۱۷ و ۱۸ به سینما می روند و ۵ درصد، اهالی مناطق ۱، ۶، ۷ و ۹ و چهار درصد، ساکنین مناطق ۱۶ و ۱۹ و سه درصد ساکنین مناطق ۲، ۵، ۱۳ و دو درصد ساکنین منطقه ۳، از جمله تماشاگران



ساکنین منطقه ۱۸، در تصمیم اول، راهی سینماهای میدان انقلاب می شوند (۶۳ درصد). سینماهای جنوب غربی در مرتبه بعد قرار می گیرند (۵۹ درصد)، پس از آن به سینماهای شمال شهر، و خیابان ولی عصر (عج) (۱۱ درصد) و بعد راهی سینماهای خیابان طالقانی، چهارراه جمهوری و لاله زار می شوند و دست آخر بلیت سینماهای جنوب شرقی، رami خرید.

ساکنین منطقه ۱۹، نه به سینماهای بالای شهر می روند نه به سینماهای پایین شهر. ۴۲ درصد آنها راهی سینماهای میدان انقلاب می شوند، ۳۲ درصد، نیز، به سینماهای لاله زار یا سینماهای جنوب غربی می روند، در مراتب بعدی به سینماهای شمال شهر (۲۱ درصد)، خیابان ولی عصر (عج) و چهارراه جمهوری می روند (۱۶ درصد).

فیلمهای سینمایی هستند.

میزان تماشاگران سینما نسبت به مناطق
شهرداری تهران

منطقه	درصد	منطقه	درصد
۴	۱۰	۶	۵
۱۵	۹	۷	۵
۸	۶	۹	۵
۱۰	۶	۱۶	۴
۱۱	۶	۱۹	۴
۱۲	۶	۲	۳
۱۴	۶	۵	۳
۱۷	۶	۱۳	۳
۱۸	۶	۳	۲
۱	۵		۱۰۰

- اثر فرزند در میزان رفتن به سینما

می توان گفت، تماشاگرانی که دارای فرزند ۵ تا ۱۱ سال هستند، کمتر به سینما می روند و خانواده‌هایی که فرزندی در این سنین ندارند، به میزان ۳ درصد، بیشتر به سینما می روند. در مجموع ۳۲ درصد خانواده‌هایی که فرزند ۵ تا ۱۱ سال دارند، در طول سال، به نحوی از انحا به سینما می روند این نسبت نزد خانواده‌های بدون فرزند ۵ تا ۱۱ سال، ۳۵ درصد است.

خانواده‌هایی که فرزند ۱۱ تا ۱۵ سال دارند، مثل خانواده‌هایی که فرزند ۵ تا ۱۱ سال دارند، کمتر از خانواده‌هایی که فرزندی در سنین ۱۱ تا ۱۵ سال ندارند به سینما می روند. ۲۵ درصد خانواده‌هایی که دارای فرزند یا فرزندان ۱۱ تا ۱۵ سال هستند و ۳۸ درصد خانواده‌هایی که مثل دسته اول فرزند ندارند به سینما می روند.

بررسی‌ها نشان می دهد، تماشاگرانی که بیشتر از یک بار در هفته به سینما می روند، اصلاً فرزندی ندارند، یا اگر دارند، فرزند آنها در سنین ۱۱ تا ۱۵ سال است (یک درصد). تماشاگرانی که یک بار در هفته به سینما می روند، داشتن یا نداشتن فرزندی در سنین ۵ تا ۱۱ سال تأثیری در میزان سینما رفتن آنان ندارد. اما خانواده‌هایی که فرزند ۱۱ تا ۱۵ سال دارند، نمی توانند هفته‌ای یک بار به سینما بروند، در مقابل، خانواده‌هایی که فرزندی در این سنین ندارند، می توانند به سینما بروند (۳

بررسی‌ها نشان می دهد، ۱۰۳ درصد از تماشاگران سینما برای دیدن فیلمهای سینمایی به ۶ منطقه سابق الذکر می روند. به طوری که ملاحظه می شود، ۳۸ درصد موارد تماشای فیلم (از هر ۵ تا ۲ تا) به سینماهای شمال شهر، ۱۶ درصد موارد به سینماهای اطراف میدان انقلاب، و ۱۳ درصد موارد به سینماهای خیابان ولی عصر (عج) و چهارراه جمهوری ولاله زار و ۱۰ درصد موارد به سینماهای خیابان طالقانی منتهی می شوند (جمعاً ۱۰۳ درصد)، در حالی که سینماهای سایر مناطق ۶۹ درصد تماشاگران را پاسخ می گویند.

این بررسی گویای واقعیتی دیگر نیز هست. کمبود سینما در شرق تهران، موجب می شود

درصد تماشاگران).

تماشاگرانی که دو هفته يك بار به سینما می روند، بیشتر کسانی اند، که فرزندى در سنين ۵ تا ۱۵ سال ندارند (۲ درصد). آنهایی که فرزندى در این سنين دارند، کمتر به سینما می روند (يك درصد). خانواده‌هایی که سه تا چهار هفته يك بار به سینما می روند، اگر دارای فرزند ۵ تا ۱۱ سال باشند بیشتر به سینما می روند (۵ درصد). اگر فرزندى در این سنين نداشته باشند کمتر به سینما می روند (۴ درصد) و خانواده‌هایی که دارای فرزند ۱۱ تا ۱۵ سال هستند در مقایسه با خانواده‌هایی که فرزندى در این سنين ندارند کمتر به سینما می روند (۳ درصد در مقابل ۶ درصد).

خانواده‌هایی که یکی دو ماه يك بار به سینما می روند، اگر دارای فرزند ۵ تا ۱۱ سال باشند، ۶ درصد و اگر فرزندى در این سنين نداشته باشند ۱۱ درصد آنها به سینما می روند. در صورت داشتن فرزندى در سنين ۱۱ تا ۱۵ سال دفعات رفتن آنها به سینما نقصان می پذیرد (۵ درصد) و آنهایی که فاقد فرزندى در سنين ۱۱ تا ۱۵ هستند، بیشتر به سینما می روند (۹ درصد).

اگر خانواده‌ها بخواهند، هر دو سه ماه يك بار به سینما بروند، داشتن فرزند ۵ تا ۱۱ سال تأثیری در میزان سینما رفتن آنها نخواهد داشت. در صورتی که فرزند ۱۱ تا ۱۵ سال داشته باشند کمتر به سینما می روند (۴ درصد) و اگر فرزندى در این سنين نداشته باشند، دفعات رفتن آنها به سینما افزایش می یابد (۷ درصد).

۷ درصد خانواده‌هایی که فرزند ۵ تا ۱۱ سال دارند و ۴ درصد خانواده‌هایی که فرزندى در این

سنين ندارند، هر ۶ ماه يك بار به سینما می روند. ۵ درصد خانواده‌هایی که فرزند ۱۱ تا ۱۵ سال دارند و ۶ درصد خانواده‌هایی که فرزندى در این سنين ندارند، هر ۶ ماه يك بار به سینما می روند.

تماشاگرانی که سالی يك بار به سینما می روند ۵ درصد، فرزند ۵ تا ۱۱ سال دارند و ۶ درصد آنها فرزندى در این سنين ندارند. ۶ درصد خانواده‌هایی که دارای فرزند ۱۱ تا ۱۵ سال هستند و ۵ درصد خانواده‌هایی که فرزندى در این سنين ندارند، سالی يك بار به سینما می روند.

- با چه کسانی به سینما می روند

به طور کلی مردم بیشتر ترجیح می دهند، با خانواده خود به سینما بروند (۷۴ درصد). زنهار، اصلاً به تنهایی به سینما نمی روند، ۹۵ درصد آنها اظهار کرده‌اند که با خانواده خود به سینما می روند، گاهی هم ممکن است با دوستان خود به تماشاى فیلم بروند (۱۳ درصد). مردها هم ترجیح می دهند با خانواده به سینما بروند ولی ۱۷ درصد آنها، به تنهایی نیز به دیدن فیلم می روند. مجردین، ترجیح می دهند، بیشتر با دوستان خود به سینما بروند (۵۵ درصد)، تا با خانواده یا به تنهایی (۴۷ درصد و ۱۶ درصد). ۱۰ درصد متأهلین به تنهایی به سینما می روند. اغلب آنها، یعنی ۸۶ درصد، با خانواده خود به سینما می روند.^۵



- با چه وسیله‌ای به سینما می‌روند؟

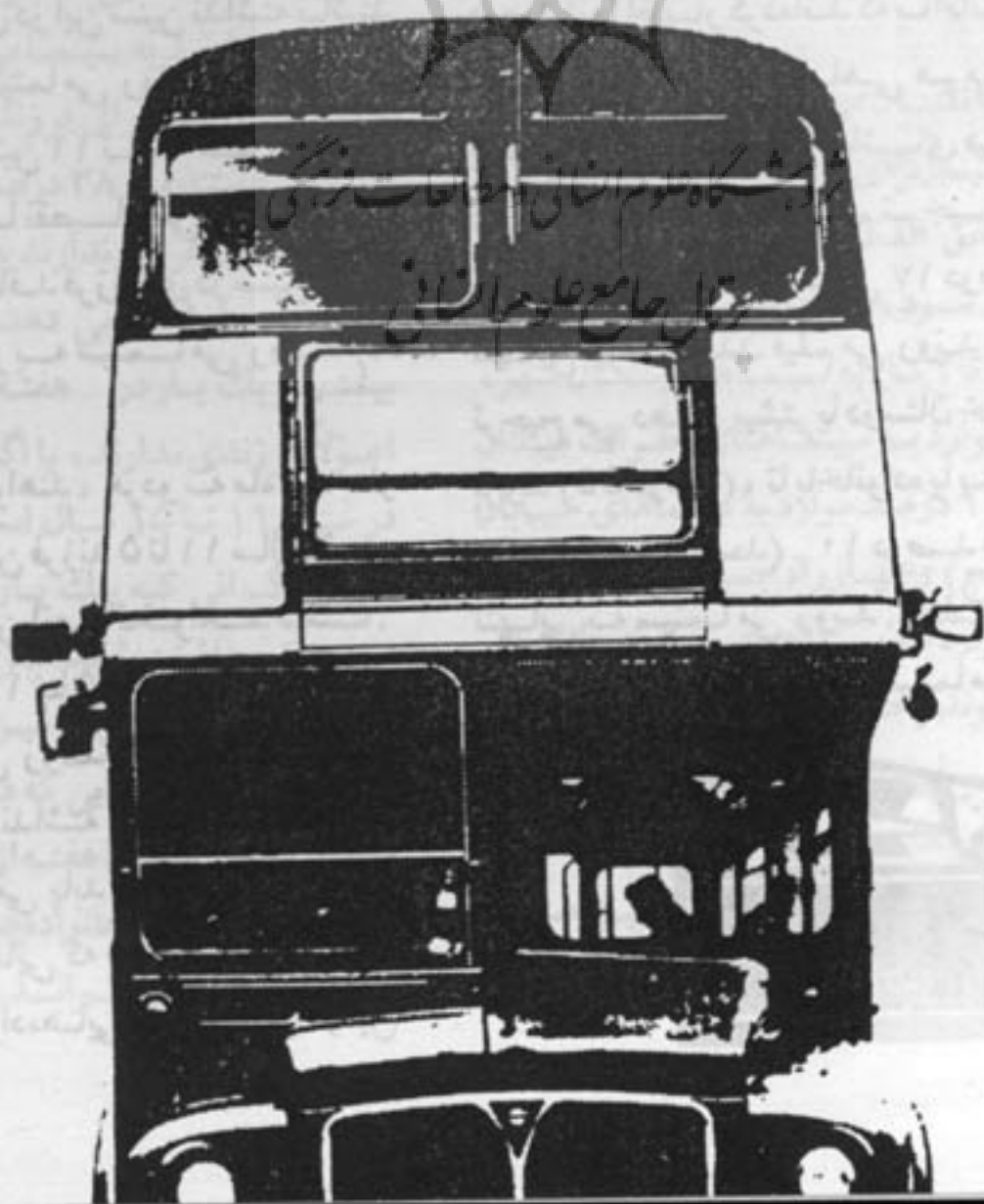
در پاسخ به این سؤال که «شما معمولاً با چه وسیله‌ای به سینما می‌روید؟» ۵۸ درصد کسانی که به سینما می‌روند، اظهار داشته‌اند که با وسیله نقلیه عمومی به سینما می‌روند، ۳۶ درصد با وسیله نقلیه شخصی و ۱۰ درصد هم پیاده‌راهی سینما می‌شوند.

به طوری که این بررسی نشان می‌دهد، اغلب اعضای خانواده نظامیان و نیروهای انتظامی با وسیله نقلیه عمومی به سینما می‌روند (۷۰ درصد). اعضای خانواده بازنشستگان، واز کارافتاده‌ها، مشتری دوم وسیله نقلیه عمومی هستند (۶۳ درصد). ظاهراً خانواده کسبه و پیشه‌وران، بیشتر از خانواده کارمندان از وسیله نقلیه عمومی برای رفتن به سینما استفاده می‌کنند. (کسبه ۵۸ درصد، کارمندان ۵۵ درصد).

از میان آنهایی که برای رفتن به سینما از وسیله نقلیه شخصی استفاده می‌کنند، بیشتر استفاده می‌کنند می‌باید از اعضای خانواده کارمندان یاد کرد (۴۳ درصد). خانواده کسبه و پیشه‌وران بیشتر از خانواده کارگران و رانندگان از وسیله نقلیه شخصی استفاده می‌کنند، چرا که ۳۵ درصد خانواده کسبه از وسیله نقلیه شخصی استفاده می‌کنند. در مقایسه با آنان، خانواده کارگران ۳۳ درصد از وسیله نقلیه شخصی استفاده می‌نمایند.

خانواده بازنشسته‌ها و کارگران، به یک میزان (۱۵ درصد) و کمتر از خانواده نظامیان و نیروهای انتظامی (۲۰ درصد)، پیاده به سینما می‌روند. خانواده کارمندان کمتر پیاده به سینما می‌روند (۷ درصد).

چه فیلمهایی را می‌پسندند؟



الف- جنس و وضع تاهل

فیلمهای خانوادگی و آموزنده، بیشتر از سایر فیلمهای سینمایی مورد علاقه مردم است. بررسی حاضر نشان می دهد، ۴۹ درصد کسانی که به سینما می روند، اظهار داشته اند فیلمهای خانوادگی و آموزنده را می پسندند، ۳۵ درصد فیلمهای کمدی، ۳۳ درصد فیلمهای جنگی و حماسی، ۱۴ درصد فیلمهای مربوط به کودکان و فیلمهای تاریخی، ۱۲ درصد فیلمهای جاسوسی و ۱۰ درصد فیلمهای عشقی، سیاسی و انقلابی و ۹ درصد به دیدن فیلمهای تخیلی یا فانتزی می روند.

به طوری که این بررسی نشان می دهد، زنان، بیشتر از مردان (۶۹ درصد در مقابل ۳۵ درصد) و متأهلین، بیشتر از مجردین فیلمهای خانوادگی را می پسندند (۶۵ درصد در برابر ۳۹ درصد).

متأهلین و مجردین به یک میزان فیلمهای کمدی را می بینند (۳۴ درصد) ولی مردها بیشتر از زنها فیلمهای کمدی را می پسندند (مردها ۳۸ درصد، زنها ۳۰ درصد). زنان به فیلمهای جنگی و حماسی علاقه چندانی ندارند، چون تنها ۸ درصد زنان برای دیدن این قبیل فیلمها به سینما می روند. در مقابل، ۵۰ درصد مردها به خاطر دیدن فیلمهای جنگی و حماسی به سینما می روند. مجردین بیشتر طالب فیلمهای جنگی هستند (۳۱ درصد) تا متأهلین (۱۸ درصد).

ظاهراً ۱۶ درصد متأهلین به دیدن فیلمهای کودکان و نوجوانان می روند، احتمالاً این دسته از متأهلین، کسانی اند که فرزندان خود را برای تفریح و سرگرمی به سینما می برند. زنها، بیشتر از مردها فیلمهای کودکان و نوجوانان

را می پسندند، به احتمال زیاد، زنان، بیشتر فرزندان خود را به سینما می برند.

مردها بیش از زنها به فیلمهای تاریخی علاقه نشان می دهند، زیرا ۱۷ درصد مردها به خاطر دیدن این قبیل فیلمها به سینما می روند ولی ۹ درصد زنها، به فیلمهای تاریخی علاقه نشان می دهند. ۱۵ درصد متأهلین فیلمهای تاریخی را می بینند و رقم مجردین به ۱۲ درصد می رسد.

زنها کمتر از مردها به فیلمهای جاسوسی علاقه دارند (۶ درصد در مقابل ۱۶ درصد)، مجردین بیشتر از متأهلین، این قبیل فیلمها را می پسندند.

در عشق، فرقی بین زن و مرد نیست، هر دو جنس به یک میزان (۱۰ درصد) به دیدن فیلمهای عشقی می روند. مجردین، بیشتر از متأهلین برای تماشای فیلمهای عشقی به سینما می روند (۱۹ درصد در مقابل ۶ درصد).

می توان گفت، نه زنان، نسبت به مردان سیاسی و انقلابی پسندند و نه مجردین نسبت به متأهلین، ۴ درصد زنان فیلمهای سیاسی را می بینند، ولی ۱۴ درصد مردان به این کار مبادرت می ورزند. ۷ درصد مجردین این قبیل فیلمها را می بینند در مقابل ۱۶ درصد متأهلین به تماشای فیلمهای سیاسی و انقلابی می روند. مجردین، بیشتر از متأهلین به فیلمهای تخیلی علاقه مندند (۱۵ درصد، ۴ درصد). همچنین، مردان نسبت به زنان، زیرا ۱۰ درصد مردان به دیدن فیلمهای تخیلی می روند، اما نسبت زنان از ۶ درصد تجاوز نمی کند.

ب- سن

از نظر سن، می توان گفت از سن ۳۰



سالگی به بعد، فیلمهای خانوادگی و آموزنده، بیشتر مورد توجه تماشاگران است، و بیشتر از همه گروه سنی ۴۰ تا ۴۹ سال، این قبیل فیلمها را می پسندند (۶۹ درصد) و نوجوانان ۱۱-۱۴ ساله، کمتر (۲۷ درصد).

فیلمهای کمدی بیشتر مورد توجه گروه سنی ۲۵ تا ۲۹ سال می باشد. گروه سنی ۲۰ تا ۲۴ کمتر به این قبیل فیلمها علاقه نشان می دهند (۲۷ درصد). گروههای سنی ۳۰ تا ۳۹ و ۵۰ تا ۵۹ تقریباً به یک میزان به دیدن فیلمهای کمدی می روند (۳۲ درصد و ۳۱ درصد). گروه سنی ۱۱ تا ۱۹ و گروه سنی ۴۰ تا ۴۹ تقریباً به یک میزان به فیلمهای کمدی علاقه دارند (۳۸ درصد).

فیلمهای جنگی را نوجوانان بیشتر می پسندند، زیرا ۵۴ درصد این گروه سنی، به این دسته از فیلمها ابراز علاقه کرده اند. در میان سایر گروههای سنی، اشخاص میانسال (۴۹-۴۰) کمتر به فیلمهای جنگی علاقه مندند.

نوجوانان، یعنی گروه سنی ۱۱ تا ۱۴ سال، و سالخوردگان بیشتر از سایر گروههای سنی به دیدن فیلمهای کودکان و نوجوانان می روند

(بیاورده می شوند). گروه سنی ۱۵ تا ۱۹ سال خیلی کم به فیلمهای کودکان علاقه نشان می دهند (۳ درصد). تماشاگران ۴۰ سال به بالا فیلمهای تاریخی را به یک میزان (۱۵ درصد) می پسندند. آنهایی که بیشتر از همه، برای دیدن فیلمهای تاریخی به سینما می روند، گروه سنی ۲۵ تا ۲۹ هستند (۳۵ درصد). همین گروه سنی، بیشتر از سایر گروههای سنی، فیلمهای جاسوسی را دوست دارند (۱۸ درصد). یک درصد کمتر، گروه سنی ۲۰ تا ۲۴ فیلمهای جاسوسی را می پسندند. در دهه ۴۰، جایی برای عشق نیست هرچه هست عشق پیری است و جوانی، زیرا، گروه سنی ۱۵ تا ۲۴، بیش از سایر گروههای سنی عشق را در سینما می بینند. افزون بر آنها، بالای ۵۰ سال است. چه ۲۳ درصد این گروه سنی، برای تماشای فیلمهای عشقی راهی سینما می شوند. این دسته هرچه به فیلمهای عشقی، عشق می ورزند، از



دبستان تحصیل می کنند، یا در این حد سواد دارند.

فیلمهای تاریخی را، کسانی می پسندند، که تحصیلات عالی دارند (۳۶ درصد)، همین دسته، فیلمهای جاسوسی را هم بیشتر از سایر گروهها دوست دارند. در دیدن فیلمهای سیاسی و انقلابی همین دسته نسبت به دیگران پیشی دارند.

- با چه وسیله از نمایش فیلمها مطلع

اولین وسیله اطلاع رسانی، لااقل در مورد نمایش فیلمهای سینمایی، تلویزیون است. ۷۴ درصد مردم از طریق تلویزیون، از نمایش فیلمهای سینمایی مطلع می شوند. و بیاد بیاوریم که تماشای تلویزیون، اولین وسیله پرکردن اوقات فراغت مردم است. بعد از تلویزیون، تماشاگران از طریق دوستان و آشنایان، از نمایش فیلمهای سینمایی مطلع می شوند (۳۴ درصد). روزنامه نقش درجه سوم را دارد، چون ۲۷ درصد مردم، از طریق روزنامه مطلع می شوند، که سینماها چه

فیلمهای سیاسی و انقلابی، گریزانند. گروه سنی ۲۵ - ۲۹ بیشتر از همه اهل فیلمهای سیاسی و انقلابی اند. همین گروه سنی، بیشتر از بقیه سراغ فیلمهای تخیلی می روند.

ج- سواد

از نظر سواد، آنهایی که بی سواد هستند یا سواد کمی در حد دوره ابتدایی دارند، بیشتر از گروههای دیگر به فیلمهای خانوادگی علاقه نشان می دهند. بررسیها نشان می دهد که ۵۵ درصد این دسته از تماشاگران سینما، به فیلمهای خانوادگی و آموزنده علاقه دارند. فیلمهای کمدی را اول، دارندگان تحصیلات عالی می پسندند (۴۱ درصد)، دوم، کسانی که اطلاعات آنها در حد سیکل اول و راهنمایی است (۳۷ درصد). دیپلمه ها با ۱۷ درصد، کمتر از سایرین به تماشای فیلمهای کمدی علاقه دارند.

ظاهرأ فیلمهای کودکان و نوجوانان در میان بی سوادها و کم سوادها طرفداران بیشتری دارد (۲۹ درصد) و کم سوادها، کسانی اند که یاد

روزنامه علوم رسانی و مطالعات فرهنگی
دکتران علم می شوند؟



از نظر جنس، زنها بیشتر از مردها به تبلیغات تلویزیونی توجه دارند و بیشتر، از این طریق است که زنها از نمایش فیلمها در سینماها، باخبر می‌شوند (زنها ۷۹ درصد، مردها ۷۰ درصد). ۳۹ درصد مردها از طریق دوستان و آشنایان از نمایش فیلمها مطلع می‌شوند، چون معاشرین آنها، بیشتر در جریان اخبار روز و رویدادها قرار دارند.

زنها کمتر (۱۹ درصد) و مردها، بیشتر (۳۲ درصد) از طریق روزنامه در جریان نمایش فیلمهای سینمایی قرار می‌گیرند، چون، مردها بیشتر از زنهاروزنامه می‌خوانند.

از آنجا که حضور مردها در مجامع عمومی بیشتر است، بیش از زنها از طریق پوستر از نمایش فیلمهای سینمایی آگاه می‌شوند (۱۱

فیلمهایی را به نمایش گذاشته‌اند. ۹ درصد تماشاگران سینما، از طریق پوستر فیلمها در خیابانها، از نمایش فیلمها باخبر می‌شوند. مجلات و تبلیغ فیلمها در سینما، به یک میزان (۸ درصد) تماشاگران را در جریان نمایش فیلمها، قرار می‌دهند. ظاهر آرا دیو، نقش چندانی در خبررسانی برای نمایش فیلمها ندارد، (۴ درصد). شاید علت آن این باشد که فیلمها، کمتر در رادیو تبلیغ می‌شوند.

رسانه‌های گروهی، هر یک به نوبه خود تماشاگران را از نمایش فیلمها، مطلع می‌کنند، اما آنچه که در رفتن به سینما ایجاد انگیزه می‌کند بیشتر نقل دوستان و آشنایان است. مردم به تعریف و تکذیب آشنایان، بیشتر اعتماد دارند تا تبلیغ رسانه‌ها.

درصد در مقابل ۵ درصد). سایر رسانه‌ها تقریباً، به یک میزان، تماشاگران را در جریان نمایش فیلمهای سینمایی قرار می‌دهند.

از نظر سواد، اشخاص بی سواد و کم سواد (دوره دبستان یا قدیمه) از طریق تلویزیون از نمایش فیلمها باخبر می‌شوند (۸۳ درصد). می‌توان گفت هرچه سواد افزایش پیدا می‌کند نقش تلویزیون در باخبر کردن تماشاگران سینما از نمایش فیلمها، کاهش می‌یابد، به طوری که این میزان در تحصیلات عالی به ۵۵ درصد می‌رسد.

کسانی که تحصیلات عالی دارند، بیشتر از طریق دوستان و آشنایان، از نمایش فیلمها مطلع می‌شوند. و هرچه سواد کاهش پیدا می‌کند نقش دوستان هم، در اطلاع رسانی، نقصان می‌پذیرد.

می‌توان گفت هرچه میزان سواد بالاتر باشد، کسب خبرهای سینمایی، از طریق روزنامه‌ها افزایش بیشتری می‌یابد. ۱۸ درصد افراد کم سواد و بی سواد، از طریق روزنامه در جریان نمایش فیلمها قرار می‌گیرند (به نظر می‌آید تمام این ۱۸ درصد، افراد کم سواد باشند که گراورهای سینمایی را در روزنامه‌ها تماشا می‌کنند)، ولی ۳۹ درصد کسانی که تحصیلات دانشگاهی دارند، از طریق روزنامه، کسب خبر می‌کنند.

تماشاگرانی که تحصیلات دانشگاهی دارند، بیشتر از سایر سوادها، از طریق مجله از نمایش فیلمهای سینمایی باخبر می‌شوند. دیپلمه‌ها بیشتر از سایر گروههای سنی، از طریق رادیو (۷ درصد) و اشخاص بی سواد و کم سواد، بیشتر از بقیه از طریق تبلیغ در سینما در جریان

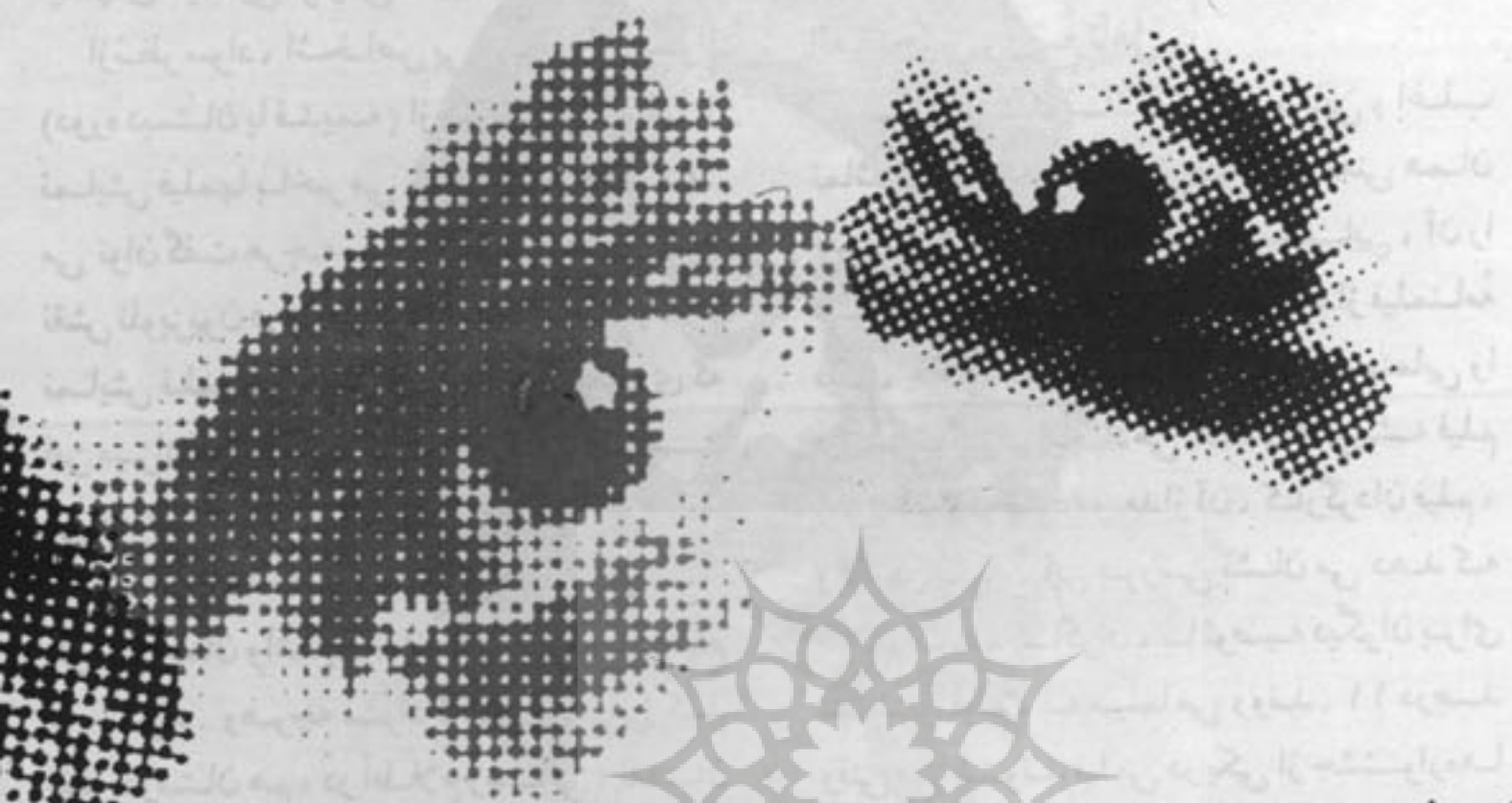
نمایش فیلمها قرار می‌گیرند.
- عواملی که موجب جذب تماشاگر به فیلم می‌شوند

الف- جنس و وضع تاهل

برای دیدن یک فیلم سینمایی، اغلب تماشاگران به داستان آن توجه دارند یعنی همان چیزی که در اصطلاحات سینمایی، آن را فیلمنامه می‌نامند (۶۱ درصد). بعد از فیلمنامه فیلم، عاملی که انگیزه دیدن یک فیلم سینمایی را در تماشاگران ایجاد می‌کند، هنرپیشه فیلم است (۳۵ درصد) و بعد از آن، کارگردان فیلم، (۱۶ درصد). این بررسی نشان می‌دهد که ۱۲ درصد تماشاگران، با توصیه دیگران برای تماشای فیلم، به سینما می‌روند. ۱۱ درصد وقتی می‌شنوند فیلمی در یکی از جشنواره‌ها پرفروش شده است مبادرت به تماشای آن می‌کنند. اصرار فرزندان به طور کلی بر روی ۸ درصد والدین اثر می‌گذارد و از آن کمتر نقد فیلم در نشریات است که در تماشاگران سینما، ایجاد انگیزه می‌نماید (۵ درصد). به طوری که

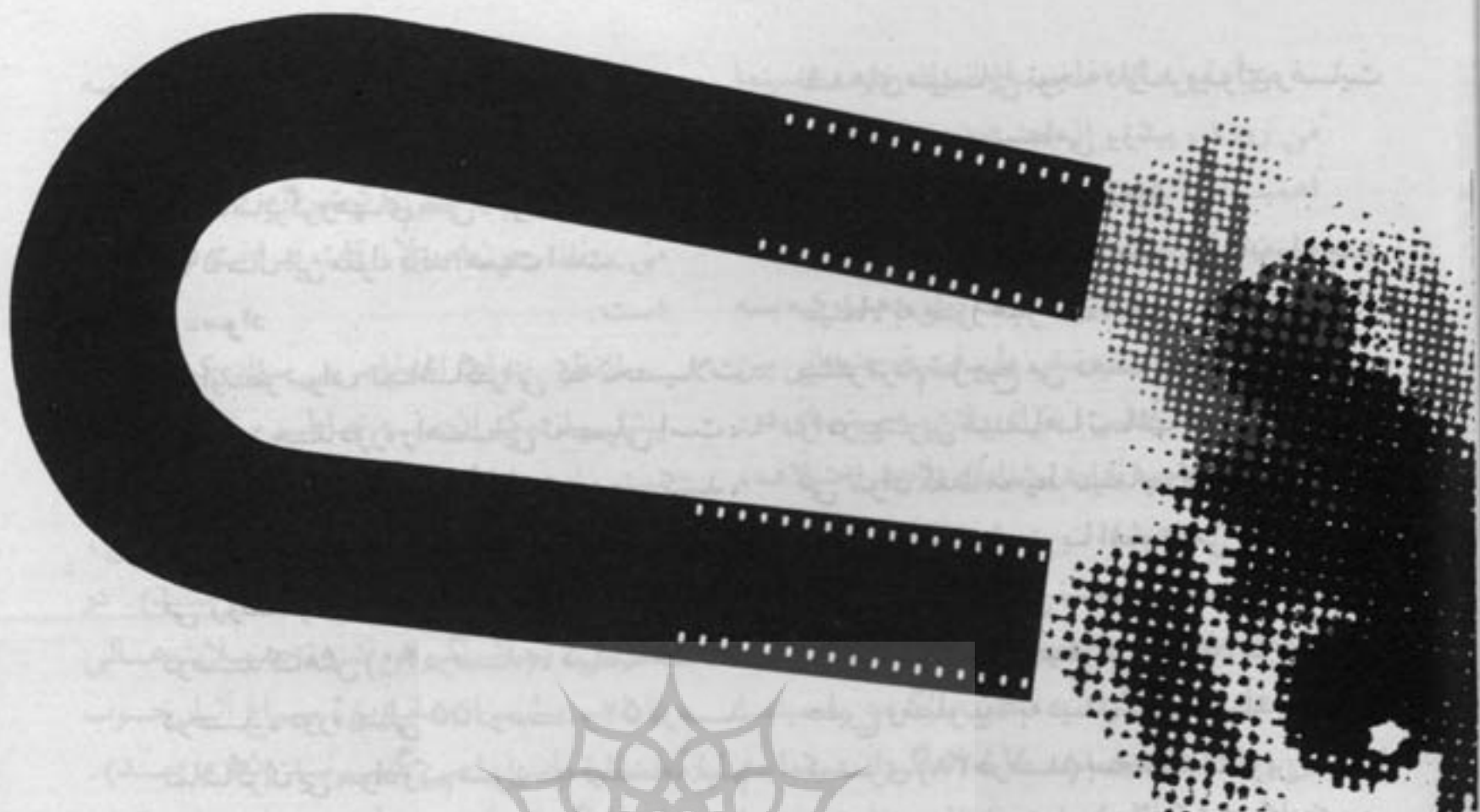


می‌جو



ملاحظه می شود، در مقایسه با داستان و هنرپیشه، تماشاگران کمتر به عامل اصلی تهیه فیلم، یعنی کارگردان توجه دارند (۱۶ درصد). از نظر جنس، می توان گفت زنها بیشتر از مردها به فیلمنامه فیلم توجه دارند (۶۵ درصد). مردها بیشتر به هنرپیشه (۴۰ درصد) و کارگردان فیلم (۱۹ درصد) توجه می کنند. زیرا، ۲۷ درصد زنان به هنرپیشه فیلم و ۱۱ درصد آنان به کارگردان فیلم توجه دارند. مردها بیشتر از زنها به توصیه دیگران به سینما می روند (مردها ۱۳ درصد، زنها ۱۰ درصد). اگر فیلمی در جشنواره ای برنده شود، زنها تا حدی بیشتر از مردها به دیدن آن رغبت نشان می دهند (زنها ۱۲ درصد، مردها ۱۰ درصد). از آنجا که مردها، بیشتر از زنها، با نشریات سروکار دارند، در نتیجه، بیشتر از زنها، تحت تأثیر نشریات قرار می گیرند (مردها ۶

درصد، زنها ۴ درصد). مجردین و متأهلین به يك میزان به فیلمنامه فیلم توجه دارند (۵۸ درصد). به تساهل می توان گفت، مجردین و متأهلین تقریباً به يك میزان به فیلمنامه و هنرپیشه فیلم توجه دارند (مجردین ۳۷ درصد، متأهلین ۳۵ درصد). مجردین بیشتر به خاطر کارگردان فیلم به سینما می روند (مجردین ۱۹ درصد، متأهلین ۱۶ درصد). متأهلین بیشتر به توصیه دیگران توجه دارند (۱۴ درصد)، تا مجردین (۱۲ درصد). ۱۳ درصد مجردین اگر فیلمی در جشنواره ها برنده شود به دیدن آن می روند ولی متأهلین کمتر به نتایج جشنواره ها توجه دارند (۶ درصد). مجردین بیشتر از متأهلین به نقد فیلم در نشریات توجه دارند (۵ درصد در مقابل ۳ درصد).



ب - سن

از نظر سن، می توان گفت، اشخاص مسن (۵۰ تا ۵۹) بیشتر از دیگران به فیلمنامه فیلم توجه دارند (۷۷ درصد) و از آنها کمتر، گروه سنی ۱۵ تا ۱۹، می باشد (۶۶ درصد). گروه سنی ۱۱ تا ۱۴، کمتر از سایر گروههای سنی، هنرپیشه فیلم را در نظر می گیرند، آنها اگر بخواهند به سینما بروند، به فیلمنامه فیلم توجه بیشتری می کنند. نظر افراد بالای ۴۰ سال، در مورد هنرپیشه فیلم، مشابه یکدیگر است زیرا ۴۶ درصد هر دو گروه سنی (۴۰ - ۴۹ سال و ۵۰ - ۵۹ سال)، به خاطر هنرپیشه فیلم، به سینما می روند.

تماشاگرانی که به کارگردان فیلم، توجه بیشتری نشان می دهند، در گروه سنی ۲۵ تا ۲۹ سال قرار دارند (۲۹ درصد). سایر گروههای سنی، توجه چندانی به کارگردان ندارند، مثلاً ۸

درصد گروه سنی ۵۰ تا ۵۹ به خاطر کارگردان فیلم به سینما می روند. گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ نیز به کارگردان فیلم توجه دارند، گروه سنی ۲۵ تا ۲۹، تقریباً به یک میزان، تحت تأثیر توصیه دیگران برای رفتن به سینما و دیدن یک فیلم، قرار می گیرند (۱۵ یا ۱۶ درصد).

برای گروه سنی ۵۰ تا ۵۹ سال برنده شدن فیلمی در جشنواره، الزامی برای دیدن آن ایجاد نمی کند، گروه سنی ۱۱ تا ۱۴ هم به این موضوع توجه چندانی ندارند (۷ درصد). بیشتر از این گروه سنی، افراد ۱۵ تا ۲۴ سال هستند که به خاطر برنده شدن یک فیلم در جشنواره ها، به دیدن آن می روند (۱۳ درصد). گروهی که به برنده شدن فیلم در جشنواره ها بیشتر توجه دارد، گروه سنی ۲۵ تا ۲۹ سال است (۱۶ درصد).

۳۰ درصد تماشاگران سینما در گروه سنی ۳۰ سال به بالا به اصرار فرزندانشان به سینما

می روند.

به نقد فیلم، گروه سنی ۴۹ - ۴۰ بیشتر توجه دارد تا سایر گروه‌های سنی. برای گروه سنی ۵۰ تا ۵۹ سال این مقوله فاقد اهمیت است.

ج - سواد

از نظر سواد، تماشاگرانی که تحصیلات آنها در حد دوره راهنمایی تحصیلی است، بیشتر از سایرین به فیلمنامه فیلم توجه می کنند، یعنی به خاطر داستان فیلم، به تماشای آن می روند (۶۴ درصد)، و در دوره نظری با ۴ درصد کاهش (۶۰ درصد)، دیپلمه‌ها ۵۹ درصد، دوره عالی ۵۵ درصد و ۵۲ درصد تماشاگران بی سواد و کم سواد، به فیلمنامه فیلم توجه دارند.

فارغ التحصیلان دانشگاه، بیشتر از دیگران به هنرپیشه فیلم توجه دارند (۴۳ درصد).

دیپلمه‌ها و پایین تر از دیپلم تا سطح نظری، تقریباً به یک میزان، به هنرپیشه فیلم توجه دارند (۳۹ درصد و ۴۰ درصد). کسانی که در دوره

راهنمایی و نظری تحصیل می کنند، یا سطح سواد آنها در این حدود است، تقریباً به یک میزان به خاطر کارگردان فیلم به دیدن فیلم مورد نظر

می روند (۱۲ درصد و ۱۳ درصد) دانشگاهیان به مراتب بیشتر از اشخاص بی سواد و کم سواد به کارگردان فیلم توجه دارند (۲۷ درصد).

دارندگان تحصیلات عالی، بیشتر از گروه‌های دیگر، به نظرات دیگران توجه دارند، چون ۲۵ درصد این گروه تحصیلی به خاطر توصیه

دیگران، به سینمایی روند. اگر فیلمی در جشنواره برنده شود، دیپلمه‌ها، بیشتر از دیگران برای تماشای آن رغبت نشان می دهند.

دارندگان تحصیلات عالی، بیش از سایرین به

نقدهای سینمایی توجه دارند و برای رضایت فرزندان خود به سینمایی روند.

- آیا به بهترین سینمایی روند؟

اگر فیلم مورد علاقه تماشاگران را، چند سینما، به طور همزمان، به نمایش بگذارند، بیشتر مردم ترجیح می دهند فیلم مورد نظر خود را در بهترین سینماها تماشا کنند. در واقع می توان گفت محیط سینما برای تماشاگران فیلمهای سینمایی، با اهمیت می باشد. به طوری که این بررسی نشان می دهد، ۴۳ درصد تماشاگران، ترجیح می دهند، در محیطی مطبوع و مطلوب، به دیدن فیلم بنشینند، درصد کمتری (۳۸ درصد) به نزدیکترین سینما می روند، برای عده‌ای نیز فرق نمی کند که در کدام سینما، فیلم مورد علاقه خود را تماشا کنند (۱۹ درصد).

کسانی که تحصیلات آنها در حد دیپلم دبیرستان است، بیشتر از دیگران به محیط سینما اهمیت می دهند (۵۵ درصد) و آنهایی که به دانشگاه رفته‌اند، کمتر (۵۲ درصد). اشخاص کم سواد و بی سواد، بیشتر به سینماهای نزدیک محل زندگی خود می روند (۵۰ درصد). ۴۴ درصد کسانی که تحصیلات عالی دارند نیز به سینمای نزدیک محل زندگی خود می روند، اگر قبول کنیم، که دارندگان مدرک دانشگاهی، در مناطق خوب تهران زندگی می کنند، می توانیم نتیجه بگیریم که این دسته از تماشاگران اگر اظهار می کنند که به سینمای نزدیک محل زندگی خود، می روند، معنی آن این است که، آنها نیز به بهترین سینماهای شهر می روند، چون سینماهای ممتاز در مناطق شمالی شهر، واقع اند.

متأهلین، که اغلب با خانواده خود به سینما می روند، بیشتر از مجردین به محیط سینما اهمیت می دهند. نیمی از این عده بهترین سینما را برای تماشای فیلم انتخاب می کنند. ۱۶ درصد مجردین اهمیت نمی دهند که به کدام سینما بروند. ولی فرق چندانی بین مجردین و متأهلین، برای رفتن به سینمای دور یا نزدیک، وجود ندارد. (بایک درصد اختلاف، حدود ۴۰ درصد).

- به چه منظوری به سینما می روند؟

اغلب تماشاگران به منظور سرگرمی به سینما می روند (۵۷ درصد). ۱/۴ تماشاگران سینما به خاطر دیدن آثار خوب سینمایی، بلیت سینما می خرند. ۱/۴ دیگر، هم، چون چیزهایی از یک فیلم شنیده اند، به دیدن آن می روند تا به عینه کم و کیف قضیه را لمس کنند. همان طور که تمجید از یک فیلم، می تواند انگیزه دیدن آن را در طرف دیگر ایجاد کند، تکذیب آن هم، می تواند، همین انگیزه را ایجاد نماید. بستگی به این دارد که چه کسی تمجید کند، یا چه کسی، تکذیب نماید. جمعی از تماشاگران سینما، به این منظور به دیدن یک فیلم می روند، تا خود به واقعیت پی ببرند. کنجکاوی نسبت به فیلمها، منحصر به تمجید و تکذیب دیگران از فیلم نیست، این حالت می تواند، برنده شدن فیلم در جشنواره باشد، یا حتی شرکت آن در جشنواره ها، یا هر مورد دیگری. این بررسی نشان می دهد که دسته کمی به خاطر وقت کشی به سینما می روند (۶ درصد).

از نظر جنس، مردها، بیشتر به دنبال آثار خوب سینمایی هستند (۲۷ درصد) تا زنها

(۲۳ درصد). ولی زنها کنجکاوتر از مردها به نظر می رسند (۲۶ درصد در مقابل ۲۴ درصد). زنها، برای وقت کشی، کمتر از مردها به سینما می روند، چون اصولاً اوقات فراغت آنها کمتر است.

از نظر سواد، اشخاص بی سواد و کم سواد، بیشتر از دیگران، به خاطر سرگرمی به سینمایی روند (۸۳ درصد)، ولی کمتر از دیگران به خاطر تماشای آثار خوب سینمایی، از منزل بیرون می آیند (۱۳ درصد). در عوض، تماشاگرانی که تحصیلات عالی دارند، بیشتر از سایرین، سراغ آثار خوب سینمایی را می گیرند (۵۵ درصد). تماشاگرانی که در سطح دوره راهنمایی اند، در کنجکاوی نسبت به فیلمها بر دیگران پیشی دارند (۳۴ درصد). تماشاگرانی که در سطح دوره نظری هستند، یا در این دوره تحصیل می کنند، بیشتر از سایرین برای کشتن وقت به سینما می روند (۱۱ درصد).

از نظر سواد، کسانی که تحصیلات دانشگاهی دارند، بیشتر از دیگران به نقدهای سینمایی، رغبت نشان می دهند.

می توان گفت، هرچه سطح سواد پایین می آید، میزان توجه به نقدهای سینمایی هم، کاهش می یابد. به طوری که بررسیها نشان می دهد، ۷۰ درصد تماشاگرانی که تحصیلات عالی دارند به نقدهای سینمایی توجه دارند، در مقابل ۴۸ درصد اشخاص کم سواد و بی سواد به نقدهای سینمایی علاقه مند هستند. احتمالاً این دسته از تماشاگران سینما نقدهای سینمایی را در تلویزیون که همراه با نمایش قسمتی از فیلم می باشد، ملاحظه

می کنند. والا بعید به نظر می رسد، اشخاص کم سواد، بتوانند نقدهای سینمایی را در جراید، دنبال نمایند.

- آیا منتقدان سینما فیلمها را خوب نقد می کنند؟

از آن دسته تماشاگرانی که اظهار داشته اند، به نقد فیلمهای سینمایی، توجه دارند، سؤال شد «آیا منتقدان، فیلمهای سینمایی را خوب نقد می کنند؟» نتایج بدست آمده، نشان می دهد به طور کلی ۳۹ درصد کسانی که به نقدهای سینمایی توجه دارند، از نقدهای سینمایی راضی هستند و عقیده دارند که فیلمهای سینمایی، خوب نقد می شود، ۱۳ درصد، از نقدها راضی نیستند و جز ۵ درصد که در این باره ابراز عقیده نکرده اند، سایرین (۴۳ درصد) نظری بیابینی دارند.

آن طور که این بررسی نشان می دهد، ظاهراً اشخاص کم سواد و بی سواد بیشتر از بقیه تماشاگران سینما، از نقدهای سینمایی اظهار رضایت کرده اند.

کسانی که تحصیلات عالی دارند، کمتر از دیگران از نقدهای سینمایی اظهار رضایت می کنند (۱۴ درصد).

می توان نتیجه گیری کرد که هرچه سواد افزایش پیدا می کند، میزان تماشاگرانی که تا حدی از نقدها راضی هستند، نیز، افزایش پیدا می کند.

- تأثیر نمایش فیلمهای ایرانی در تلویزیون - جامعه شناسان عقیده دارند ظهور تلویزیون، در ابتدا، سینما را به ورشکستگی کشاند و در حال حاضر، بازار فروش فیلمهای سینمایی، را محدود کرده است. ^۶ سینما آن قدر در معرض خطر است که مک لوهان از قول نیویورک تایمز (۱۶ سپتامبر ۱۹۶۲) نقل می کند. «هیچ چیز چون یک کتاب پرفروش، هالیوود را به لرزه در نمی آورد». ^۷ بحث تأثیر همه جانبه تلویزیون بر روی سینما و تماشاگران آن در حوصله این گزارش نیست. آنچه که اینک مطرح است این است که بدانیم آیا نمایش فیلمهای ایرانی در تلویزیون تأثیری در میزان سینما رفتن مردم داشته است یا خیر؟

- نظر تماشاگران، نسبت به نقدهای سینمایی (درصد)

پاسخها	متغیرها	بی سواد و کم سواد	سیکل اول - راهنمایی	سیکل دوم - نظری	دیپلم	عالی	کل
خوب نقد می کنند	۵۵	۴۱	۴۸	۳۳	۱۴	۳۹	
خوب نقد نمی کنند	۸	۱۳	۵	۱۴	۳۱	۱۳	
نسبتاً خوب نقد نمی کنند	۳۴	۳۶	۴۵	۴۶	۵۵	۴۳	
نمی دانم	۵	۱۰	۲	۷	-	۵	
درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	
تعداد	۳۸	۶۹	۵۶	۷۰	۲۹	۲۶۲	

الف- جنس و وضع تاهل

بررسی حاضر نشان می دهد، نمایش فیلمهای ایرانی در تلویزیون، بر روی ۴۲ درصد از تماشاگران سینما، تأثیری نداشته است. اما باعث شده که ۱۰ درصد آنها کمتر به سینما بروند (۲۴-۳۴ درصد) زیرا، نمایش فیلمهای ایرانی در تلویزیون، ۳۴ درصد تماشاگران سینما را خانه نشین کرده و در مقابل مشوق ۲۴ درصد دیگر گردیده که بیشتر به سینما بروند. معنی این عملکرد این است که تلویزیون، عده ای را سیراب می کند، ولی در برخی دیگر، عطش زبان تصویری را افزایش می دهد.

تلویزیون در ایران وضعیتی خاص دارد و آن این است که مردم در رسانه های دیگر از جمله مطبوعات و سینما به چیزهایی برخورد می کنند، که تلویزیون تا حدودی فاقد آن است.^۸

از نظر جنس، می توان گفت نمایش فیلمهای ایرانی در تلویزیون، تأثیری بر روی زنان و مردان در رفتن (یا نرفتن) به سینما نداشته است.

نمایش فیلمهای ایرانی در تلویزیون، روی مجردین، کمتر از متاهلین اثر گذاشته است، چه ۴۴ درصد مجردین اظهار کرده اند نمایش فیلمهای فارسی در تلویزیون بر روی آنها اثر نگذاشته است، در حالی که، ۳۸ درصد متاهلین چنین ادعایی کرده اند.

نمایش فیلمهای فارسی در تلویزیون باعث شده ۴۳ درصد تماشاگران متاهل کمتر به سینما بروند و ۱۹ درصد دفعات رفتن به سینما را افزایش دهند، همین عمل موجب شده ۳۰ درصد مجردین کمتر به سینما رفته و ۲۶ درصد نیز دفعات رفتن به سینما را بیشتر کنند. در واقع

می توان گفت، نمایش فیلمهای فارسی در تلویزیون به میزان ۴ درصد از حجم تماشاگران مجرد سینما کاسته، و از متاهلین ۲۴ درصد.

ب- سن

از نظر سن، نمایش فیلمهای فارسی در تلویزیون بیشترین اثر را بر روی سالخوردهگان یا گروه سنی ۴۰-۵۹ سال گذاشته است. نیمی از گروه سنی ۱۵ تا ۲۴ اظهار داشته اند، که نمایش فیلمهای فارسی در تلویزیون، تأثیری در سینما رفتن آنها نگذاشته است، ولی ۳۱ درصد گروه سنی ۵۰ تا ۵۹ سال، چنین تأثیری را تأیید کرده اند. این بررسی نشان می دهد، نمایش فیلمهای فارسی باعث شده: ۶۲ درصد گروه سنی ۴۰ تا ۴۹ کمتر به سینما بروند و ۱۵ درصد دفعات سینما رفتن خود را افزایش دهند. همچنین نمایش فیلمهای فارسی باعث شده، ۲۸ درصد نوجوانان (۱۵ تا ۱۹ سال) بیشتر به سینما بروند، در مقابل ۲۲ درصد کمتر از تلویزیون جدا شوند.

ج- سواد

از نظر سواد، نمایش فیلمهای فارسی در تلویزیون، روی اشخاص بی سواد و کم سواد، بیشترین اثر ویر کسانی که در سطح راهنمایی و دیپلم هستند، کمترین اثر را داراست (۵۲ درصد در مقابل ۲۸ درصد). ۲۳ درصد افراد کم سواد و بی سواد اظهار داشته اند که نمایش فیلمهای ایرانی در تلویزیون در کاهش سینما رفتن آنها مؤثر نبوده است، ولی ۴۹ درصد اشخاصی که سطح تحصیلات آنها در حد راهنمایی است، این مطلب را عنوان کرده اند. به طوری که این بررسی نشان می دهد نمایش فیلمهای فارسی در تلویزیون باعث شده ۲۴ درصد اشخاص کم

سواد و بی سواد، بیشتر به سینما بروند، این میزان برای دارندگان تحصیلات عالی ۱۴ درصد است.

- قیمت بلیت

در مقایسه با هزینه استفاده از سایر تفریحات، ۶۳ درصد تماشاگران قیمت فعلی بلیت سینما را مناسب می دانند. همین طور این بررسی نشان می دهد ۳۰ درصد تماشاگران سینما عقیده دارند قیمت بلیت سینما زیاد است، ۶ درصد اظهار نظر ننموده اند و فقط یک درصد تماشاگران نرخ فعلی بلیت سینما را کم می دانند.

زنان خانه دار، بیشتر از سایرین (۸۰ درصد) اذعان دارند که نرخ بلیت سینما مساعد است. خانواده نظامیان و نیروهای انتظامی کمتر قیمت بلیت سینما را مناسب می دانند. سایر تأمین کنندگان هزینه سینما، تقریباً نظرات مشابهی دارند. اعضای خانواده بازنشستگان و ازکار افتاده ها بیشتر از خانواده کسبه و پیشه‌وران، قیمت فعلی بلیت سینما را مناسب می دانند.

- سانسور

کمی بیش از نیمی از تماشاگران سینما، عقیده دارند، فیلمهایی که در سینما نمایش داده می شود، سانسور می شود (۵۸ درصد). ۱۲ درصد اظهار داشته اند، که فیلمها سانسور نمی شود. ۱۹ درصد پاسخگویان گفته اند فیلمها تا حدی سانسور می شود و ۱۱ درصد، در این مورد، اظهار بی اطلاعی کرده اند. از نظر جنس، ۶۱ درصد مردها و ۵۳ درصد زنها، به وجود سانسور عقیده دارند. از نظر سواد، تماشاگرانی که اطلاعات آنها در حدود دوره راهنمایی و نظری است، درک کمتری در این مورد دارند (۵۵ درصد). ۶۳ درصد کسانی که

تحصیلات آنها در حد دیپلم دبیرستان است، اظهار کرده اند که فیلمها قبل از نمایش سانسور می شود. این نسبت نزد اشخاص بی سواد و کم سواد ۶۰ درصد و در نزد دانشگاهیان ۵۹ درصد می باشد.

اما نکته ای که وجود دارد این است که ۸۶ درصد تماشاگران سینما، موافق این عقیده اند که باید فیلمهای سینمایی، قبل از نمایش حک و اصلاح شود. ۱۴ درصد اظهار کرده اند که نباید فیلمها، از پیش حک و اصلاح شوند. ۸۹ درصد زنها با سانسور موافق هستند (مردها ۸۲ درصد). از نظر سواد، به تساهل می توان گفت همه به یک میزان، به لزوم حک و اصلاح در فیلمها، نظر داده اند (بین ۸۲ تا ۹۰ درصد).

- علت سانسور

از تماشاگرانی که اظهار داشته اند، فیلمهای سینمایی پیش از نمایش سانسور می شود، سؤال شد، به نظر شما چرا فیلمها سانسور می شود. بررسی به عمل آمده نشان می دهد، بیشتر تماشاگران سینما، علت سانسور فیلمها را در غیر شرعی بودن فیلمهای خارجی می دانند (۴۶ درصد). جمع دیگری از تماشاگران سینما (۴۱ درصد) دلیل اخلاقی را علت سانسور فیلمها ذکر کرده اند. ۲۶ درصد نیز انگیزه های سیاسی را علت سانسور فیلمهای سینمایی می دانند. ۱۶ درصد هم چیزی درباره سانسور فیلمها، نمی دانسته اند.

از نظر جنس، ۴۸ درصد مردها و ۴۴ درصد زنها، اظهار داشته اند که فیلمها به دلایل شرعی سانسور می شود. ۴۴ درصد زنها و ۳۸ درصد مردها، دلیل اخلاقی را علت سانسور فیلمها قید کرده اند.



از نظر سواد، تماشاگرانی که تحصیلات عالی دارند، بیشتر از دیگران (۶۸ درصد) مسائل شرعی را دلیل سانسور فیلمها ذکر کرده‌اند. همین دسته، بیشتر از دیگران، به دلایل اخلاقی و سیاسی در سانسور فیلمها اشاره کرده‌اند.

این بررسی نشان می‌دهد، همه تماشاگرانی که تحصیلات عالی دارند دلایل سانسور فیلمها را می‌دانند. درصدهای متفاوتی از مردم (۱۰ درصد تا ۳۳ درصد) نمی‌دانند، چرا فیلمها قبل از نمایش، حک و اصلاح یا به عبارتی سانسور می‌شود.

- موازین شرعی در فیلمها

اغلب کسانی که به سینما می‌روند با رعایت موازین شرعی در فیلمهای فارسی موافقت دارند. به عبارت دیگر، ۶۶ درصد تماشاگران سینما عقیده دارند موازین شرعی در این قبیل فیلمها در حد تعادل رعایت می‌شود. ۲۱ درصد تماشاگران سینما، معتقدند، در رعایت موازین شرعی در فیلمهای فارسی افراط می‌شود. و ۷ درصد عقیده دارند که بیشتر از این باید موازین شرعی در فیلمهای فارسی رعایت گردد.

از نظر جنس، زنان بیشتر از مردان (۶۹ درصد در مقابل ۶۳ درصد) رعایت موازین شرعی در فیلمهای فارسی را متعادل می‌دانند، ولی مرد و جنس، به یک میزان (۲۱ درصد) نظر داده‌اند که در این خصوص، افراط می‌شود. مردها، بیشتر از زنها (۸ درصد و ۶ درصد) معتقد به رعایت بیشتر موازین شرعی می‌باشند.

از نظر سواد، افراد کم سواد و بی سواد، بیشتر از دیگران (۷۱ درصد) به تعادل رعایت موازین شرعی نظر داده‌اند. کسانی که تحصیلات عالی دارند کمتر از سایرین (۵۵ درصد) رعایت

موازین شرعی را در فیلمهای فارسی متعادل دانسته‌اند، این دسته، بیشتر عقیده دارند که در رعایت این موازین، افراط می‌شود.

- فیلمهای بعد از انقلاب اسلامی

از تماشاگران سینما سؤال شد «روی هم رفته فیلمهای ایرانی بعد از انقلاب با قبل از انقلاب چه تفاوت‌هایی کرده است؟» بررسی نظرات تماشاگران نشان می‌دهد اکثر آنها یعنی ۷۰ درصد تماشاگران عقیده دارند فیلمهای بعد از انقلاب، بهتر از فیلمهایی است که قبل از انقلاب اسلامی ساخته می‌شد. ۱۰ درصد اظهار کرده‌اند کیفیت فیلمها بدتر شده است. ۳ درصد نیز، فرقی بین فیلمهای بعد از انقلاب اسلامی و قبل از آن، نمی‌بینند.

به طوری که جدول نشان می‌دهد، ۷۲ درصد زنان و ۷۰ درصد مردان عقیده دارند کیفیت فیلمها بعد از انقلاب اسلامی بهتر شده است. از طرفی، ۸ درصد زنان و ۱۰ درصد مردان فیلمهای قبل از انقلاب را ترجیح می‌دهند.

از نظر سواد، تماشاگرانی که تحصیلات آنها در حد دیپلم دبیرستان است (۸۱ درصد) فیلمهای بعد از انقلاب را بهتر می‌دانند. ۷۸ درصد دانشگاهیان، همین نظر را دارند. هرچه سواد، از دوره نظری کمتر می‌شود، کمتر فیلمهای بعد از انقلاب را می‌پسندند.

نظرات تماشاگران در مورد کیفیت فیلمهای فارسی، بعد از انقلاب، به تفکیک جنس و سواد به (درصد)

سواد جنس

کل	عالی	دیپلم	سواد			جنس		متغیرها	پاسخها
			سیکل دوم - نظری	سیکل اول - راهنمایی	بی سواد و کم سواد	مرد	زن		
۷۰	۷۸	۸۱	۷۱	۶۵	۶۳	۷۰	۷۲	بتر شده	
۱۰	۱۳	۸	۱۱	۱۰	۹	۱۰	۸	بدتر شده	
۳	۲	۲	۱	۵	—	۲	۳	فرقی نکرده	
۱۷	۵	۹	۱۷	۲۰	۲۸	۱۸	۱۷	نمی دانم	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	
۴۶۳	۴۴	۱۰۵	۹۵	۱۳۷	۸۲	۲۷۲	۱۹۱	جمع	

- بهترین کارگردانهای داخلی و خارجی

محسن مخملباف را ۱۹۱ درصد تماشاگران سینما، به عنوان بهترین کارگردان ایرانی می شناسند. از تماشاگران سینما، خواسته شده بود، بهترین کارگردان ایرانی را نام ببرند. تماشاگران در مجموع از ۲۳ کارگردان ایرانی نام برده اند، که غیر از نفر دوم که مورد تأیید ۴ درصد تماشاگران بوده است، سایر کارگردانها مورد تأیید یک یا کمتر از یک درصد تماشاگران بوده اند.

کارگردانهای خارجی، هیچ کدام حتی به میزان یک درصد نیز مورد تأیید و شناسایی نیستند.

- بهترین هنرپیشه های ایرانی

۴۳ درصد تماشاگران فیلمهای فارسی از جمشید مشایخی، به عنوان بهترین هنرپیشه ایرانی نام برده اند.

به عنوان بهترین هنرپیشه زن به طور کلی، تماشاگران سینما، از مهین شهابی یاد کرده اند، (۷ درصد).

اگر با تأمل بیشتر نظرات تماشاگران سینما را

مورد بررسی قرار دهیم، خواهیم دید که تکرار بازیگری، عامل عمده محبوبیت هنرپیشه هاست. این موضوع، در مورد هنرپیشه های زن ایرانی، مصداق بیشتری دارد. به این صورت که هنرپیشه زنی که کمتر در فیلمهای فارسی و بیشتر در سریالهای تلویزیونی، ایفای نقش کرده است، بیشتر از سایر هنرپیشه های زن ایرانی محبوبیت دارد.

می توان گفت، یک بازی خوب برای مشهور شدن، کافی نیست، اثر بیشتر در تکرار بازیگری، و نمایش تلویزیونی است. کما اینکه هنرپیشه های مشهور سابق، چون در فیلمهای بعد از انقلاب حضور ندارند به مصداق «از دل برود، هر آنکه از دیده برفت» از ذهنها رفته اند.

نکته دیگر اینکه، حتی محبوبترین هنرپیشه زن ایرانی، به اندازه سومین هنرپیشه مرد، شهرت ندارد. علت این امر، رامی توان در شخصیت پردازی مردها در فیلمها دانست. زنها در فیلمها، اگر ضد قهرمان نباشند، قهرمان نیستند.

نکته قابل توجه این است که تماشاگران

سینمای ایرانی، از هنرپیشه های زن، برداشتی هنری دارند و سن و زیبایی زنانه، عامل بهتر بودن نیست. برای تماشاگران سینمای فارسی بتهای سینمایی به آن شکلی که در سینمای غرب وجود دارد، مطرح نیست. اگر هنرپیشه های زن خارجی را مورد ارزیابی قرار دهیم، در آنجا کسانی «ستاره» اند که «بت سکسی» اند. روزی که زنان فرانسوی به فحشای «برژیت باردو» اعتراض کردند. دوگل گفت که ارزش «برژیت باردو» برای ما، کم از مستعمراتمان نیست، زیرا فیلمهای صادراتی او برای فرانسه درآمد ارزی ایجاد می کند!

- بهترین هنرپیشه های خارجی

از میان هنرپیشه های خارجی، آنتونی کوئین بیشتر از سایرین در ایران شناخته شده است، و به عنوان بهترین هنرپیشه خارجی، مورد تأیید ۴ درصد از تماشاگران سینما می باشد. در پاسخ به این سؤال که «بهترین هنرپیشه خارجی از نظر شما کیست؟»، نام ۳۰ هنرپیشه ذکر شده است که جز ۶ تن از آنان، سایرین، یا مورد تأیید کمتر از یک درصد تماشاگران بوده اند و یا به طور موردی به آنها اشاره شده است.

- بهترین فیلم

در پاسخ به این سؤال که «بهترین فیلمهایی که امسال در سینماها تماشا کرده اید چه نام داشت؟» تماشاگران سینما، در مجموع از ۱۱۶ فیلم سینمایی نام برده اند. بعضی از فیلمها را عده کمی پسندیده اند و برخی را گروه بیشتری بهترین فیلم سال دانسته اند. طبق این بررسی دو فیلم گلنار (۱۷ درصد) و یای سیکل ران (۱۶ درصد) بیشترین امتیاز را به خود

اختصاص داده اند و بقیه با فاصله های بیشتری از این دو قرار دارند.

به طوری که این بررسی نشان می دهد تمام فیلمهایی که در جواب نام برده شده اند ایرانی هستند در صورتی که در پرسشها مشخص نشده بود فیلمی که نام می برند، داخلی باشد. پرسشها به طور کلی از فیلم سینمایی بود، اما همه از فیلمهای ایرانی نام برده اند.

باتوجه به حجم تولید سالانه فیلم در ایران و تعدد نام فیلمهایی که تماشاگران، از آنها نام برده اند، می توان گفت، هر فیلمی که ساخته می شود - چه خوب و چه بد - بسته به ذوق و سلیقه تماشاگران سینما، مورد قبول عده بسیاری قرار می گیرد.

- بهترین سینما

از تماشاگران سینما سؤال شده بود «به نظر شما بهترین سینماهای تهران کدامها هستند» بررسی نظرات تماشاگران، نشان می دهد که بهترین سینما از نظر آنها، سینما «آزادی» است. زیرا، ۳۴ درصد پاسخگویان، عقیده داشته اند، که سینما آزادی یکی از بهترین (و اولین) سینماهای تهران است. ۱۳ درصد سینما



آزادی

شهر قوه، ۱۱ درصد سینما آفریقا و ۶ درصد سینماهای فرهنگ، عصر جدید و فلسطین را از جمله سینماهای خوب تهران دانسته‌اند. ۵ درصد سینما بهمن، ۴ درصد سینماهای آسیا و قدس، ۳ درصد سینماهای شهر قشنگ و ماندانا و ۲ درصد نیز از سینماهای گلریز، انقلاب و جمهوری، به عنوان سینماهای خوب تهران، یاد کرده‌اند.

در مجموع، تماشاگران سینما، از ۴۶ سینما، به عنوان سینماهای خوب تهران نام برده‌اند.

نکته‌ای که قابل توجه است این است که حدود ۷۰ درصد سینماهایی که به عقیده تماشاگران از جمله سینماهای خوب تهران هستند، سینماهای ممتاز شناخته شده‌اند. اما، ۷ سینمای دیگر نیز وجود دارند که در گروه سینماهای ممتاز تهران قرار دارند، ولی تماشاگران از آنها به عنوان «سینمای بهتر» نام برده‌اند (لا اقل به میزان ۲ درصد). اما عده‌ای ۴ سینمای درجه یک را از جمله سینماهای خوب تهران شناخته‌اند. اگر بخواهیم بگوییم که احتمالاً سایر سینماهای ممتاز مورد توجه تماشاگران نبوده است دلیل محکمی نیست، زیرا، سینما «پارس»، «مرکزی»، و «شهر تماشا» در موقعیتی قرار دارند که سینما «بهمن» قرار دارد. در واقع از ۴ سینمای مستقر در اطراف میدان انقلاب، یکی از آنها (بهمن) مورد پسند

مردم می باشد.

از طرف دیگر ملاحظه می شود سینماهایی از قبیل، البرز، ایران و جی، جزو صورت سینماهایی هستند که عده‌ای آنها را از جمله سینماهای خوب تهران می دانند، در حالی که از سینماهای درجه ۲ محسوب شده‌اند.

از نظر جنس، به طوری که این بررسی نشان می دهد، مردان، بیشتر از زنان سینما «آزادی» را بهتر می دانند (۳۵ درصد در مقابل ۳۲ درصد). در مورد خوب بودن سینما «شهر قوه» زنان و مردان نظر مشابهی دارند. ولی مردها بیشتر از زنان، سینما آفریقا را می پسندند (۱۶ درصد، ۴ درصد). مردها، اندکی بیشتر مایل به رفتن به سینما عصر جدید هستند (۷ درصد در مقابل ۵ درصد). در مورد سینما آسیا، زنان و مردان هم عقیده‌اند، ولی سینما بهمن و سینما قدس، بیشتر مورد علاقه مردهاست، تازنها، در مورد سایر سینماها تفاوت محسوسی در نظرات مردها و زنان نمی توان یافت، مگر در مورد سینمای جمهوری که تنها مردها این سینما را بهتر از سایر سینماها می دانند.

- چرا عده‌ای به سینما نمی روند

همان طور که پیش از این اشاره شد، در پرکردن اوقات فراغت ۵۳ درصد از پاسخگویان، سینما، نقشی ندارد. بررسیها نشان می دهد که عمده‌ترین دلیلی که باعث می شود تا مردم به سینما نروند، عدم علاقه آنها

به سینما است. به طوری که ۲۵ درصد پاسخگویان، علت به سینما نرفتن خود را عدم علاقه به سینما ذکر کرده‌اند. ۱۰ درصد اظهار کرده‌اند، به سینما نمی‌روند، چون فیلم خوب وجود ندارد. ۸ درصد، بی‌میل نیستند که به سینما بروند، ولی در شرایطی هستند که کسی نیست تا آنها را به سینما ببرد. ۶ درصد، محیط سینما را محیط مناسبی نمی‌شناسند. ۵ درصد، به سینما دسترسی ندارند، به عبارت دیگر در منطقه سکونت آنها، سینما وجود ندارد و آنها هم آن قدر همت نمی‌کنند که برای رفتن به سینما مسیری طولانی را طی کنند.

هزینه سینما، دلیل عمده نرفتن به سینما نیست. گرچه ممکن است عاملی باشد که خانواده‌های پرجمعیت کمتر به سینما بروند، ولی فقط ۲ درصد کسانی که سینما نمی‌روند، مشکل مالی دارند.

آنچه که اهمیت دارد، این است، که فقط یک درصد جامعه فکر می‌کند، که سینما رفتن کراهت دارد، مردم اصولاً قبحی در سینما رفتن نمی‌بینند، یا لااقل بعد از انقلاب چنین برداشتی از سینما ندارند.

الف- جنس و وضع تاهل

از نظر جنس، می‌توان گفت، زنان، کمتر از مردان به سینما علاقه می‌ورزند. مردها، بیشتر از زنان، نبودن فیلم خوب را برای نرفتن به سینما بهانه می‌کنند (مردها ۱۴ درصد، زنان ۶ درصد).

مردها راحت‌تر از زنان می‌توانند به سینما بروند. ولی ۱۳ درصد زنان در رفتن به سینما مشکل دارند و کسی نیست که آنها را به سینما ببرد. زنان، بیشتر از مردها سینما را محیطی

نامناسب می‌دانند، و به این علت به سینما نمی‌روند (۸ درصد). در صورتی که سینما نزدیک محل مسکونی ۷ درصد زنان باشد، احتمال دارد آنها نیز به جمع تماشاگران سینما پیوندند.

از نظر وضع تاهل، ۳۶ درصد متأهلین اصولاً به سینما علاقه ندارند. در میان ۱۷ درصد مجردین نیز شوقی برای تماشای فیلم سینمایی نمی‌توان یافت.

۱۴ درصد مجردین، و ۱۰ درصد متأهلین به بهانه اینکه فیلم خوب وجود ندارد، به سینما نمی‌روند. ۸ درصد مجردین و ۵ درصد متأهلین محیط سینما را مناسب نمی‌دانند.

ب- سن

از گروه سنی ۴۰ تا ۴۹ سال به بالا، هرچه سن افزایش پیدا می‌کند، از میزان علاقه مندی به سینما هم کاسته می‌شود. در گروه سنی ۵۰ تا ۵۹ سال، بیشترین نسبت عدم علاقه مندی به سینما وجود دارد. در واقع ۵۸ درصد مردم در این گروه سنی، به سینما علاقه نشان نمی‌دهند، در نتیجه گذر نشان به سینما نمی‌افتد. ۱۶ درصد مردم در گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال، علت به سینما نرفتن خود را عدم وجود فیلم خوب، ذکر کرده‌اند. گروه سنی ۱۱ تا ۱۴ سال بیشتر از سایر گروهها نیز احتیاج دارند که کسی آنها را به سینما ببرد، در واقع این دسته از مردم می‌توانند از تماشاگران بالقوه سینما باشند. ۵ درصد سالخوردهگان از رفتن به سینما چشم‌پوشی می‌کنند، چون از عهده مخارج آن بر نمی‌آیند.

ج- سواد

این بررسی نشان می‌دهد که اشخاص

بی سواد، علاقه کمتری به سینما دارند (۶۷ درصد). ۲ درصد اشخاص بی سواد و ۲۴ درصد فارغ التحصیلان دانشگاه عقیده دارند که فیلم خوب وجود ندارد.

۱۳ درصد کسانی که میزان اطلاعات آنها در حدود دوره راهنمایی است و ۱۲ درصد اشخاص بی سواد، به این جهت به سینما نمی روند، که کسی نیست تا آنها را به سینما ببرد (احتمالاً این عده باید زنان خانه دار باشند). ۷ درصد کسانی که تحصیلات عالی دارند، همچنین ۷ درصد دیپلمه ها به این بهانه به سینما نمی روند که می گویند محیط سینما مناسب نیست. ۱۵ درصد اشخاص بی سواد چون به سینما دسترسی ندارند، به سینما نمی روند. هزینه سینما، برای اشخاص بی سواد، سنگینتر از دیگران است، چون ۶ درصد این عده، به خاطر سنگین بودن هزینه سینما، پا به آنجا نمی گذارند. نسبت کمی از همین عده با اشخاص کم سواد و دیپلمه هم عقیده اند که رفتن به سینما کراهت دارد (یک درصد).
د- شغل

زنان خانه دار، کمتر به سینما علاقه دارند، در نتیجه، عده ای از آنها اصلاً به سینما نمی روند (۴۰ درصد).

کارگران، رانندگان و اشخاص بازنشسته تقریباً به یک میزان به سینما بی علاقه اند (۳۹ و ۳۸ درصد).

۴۴ درصد افراد بازنشسته و از کار افتاده، ترجیح می دهند، برای پرکردن اوقات فراغت خود، به هر جا بروند، الا به سینما، چون عقیده دارند، فیلمها ارزش دیدن ندارند و خوب نیستند.

۱۳ درصد دانش آموزان، به این جهت به سینما نمی روند که کسی نیست آنها را به سینما ببرد. ۵ درصد همین دسته، در نزدیکی محل زندگی خود، سینمایی سراغ ندارند، در نتیجه هیچ وقت به سینما نمی روند. این بررسی همچنین نشان می دهد که هزینه سینما، بر روی اشخاص بازنشسته، کارگر، نظامی و انتظامی بیشتر فشار می آورد. چون خانواده آنها، بیش از دیگران از رفتن به سینما به خاطر مخارج آن صرف نظر می کنند.

- نظر مردم نسبت به پیشرفت امور هنری مردم، پیشرفت سینمای بعد از انقلاب اسلامی راهپای پیشرفت موسیقی بعد از انقلاب می دانند، اما عقیده دارند که رادیو و تلویزیون پیشرفت بیشتری داشته اند.

بررسی نظرات مردم نشان می دهد که ۱۷ درصد مردم پیشرفت رادیو را بعد از انقلاب خیلی خوب می دانند. ۸ درصد به پیشرفت تلویزیون و ۷ درصد به پیشرفت خیلی خوب سینما و موسیقی اعتقاد داشته اند. ۴ درصد پیشرفت هنرهای تجسمی را خیلی خوب دانسته اند و یک درصد پیشرفت تئاتر بعد از انقلاب اسلامی را.

کسانی که پیشرفت سینما را خوب (ونه خیلی خوب) دانسته اند ۳۴ درصد جامعه آماری را تشکیل می دهند، رادیو ۵۶ درصد، تلویزیون ۴۲ درصد و موسیقی ۳۷ درصد.

نسبت کسانی که عقیده دارند، سینما پیشرفتی متوسط داشته، برابر کسانی است که همین عقیده را در مورد رادیو داشته اند (۱۵ درصد).

۸ درصد مردم عقیده دارند پیشرفت سینما،

بعد از انقلاب بد بوده است. ۳ درصد در مورد رادیو و ۱۵ درصد در مورد تلویزیون این نظر را داشته اند.

ظاهراً تاثیر برای مردم ابهام بیشتری دارد چون ۷۵ درصد مردم راجع به کم و کیف تاثیر نظری ابراز نداشتند. وضع سینما، برای مردم از هنرهای تجسمی روشن تر است چون ۶۵ درصد مردم نتوانسته اند در مورد هنرهای تجسمی نظری بدهند، و تنها ۳۶ درصد مردم در مورد سینما، اظهار بی اطلاعی کرده و نظری نداشته اند.

پاورقیها

- ۱- مقدمه بر جامعه شناسی ایران، جمشید بهنام، شاپور راسخ، انتشارات خوارزمی، چاپ سوم، ص ۲۹۳.
- ۲- نگاه کنید به گذران اوقات فراغت مردم تهران، واحد تحقیقات اجتماعی و ارزشیابی برنامه ها، صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تابستان ۶۸، ص ۱۷.
- ۳- آمار موجود نشان می دهد، در مجموع تهران دارای ۸۰ سینما است (۱۷ سینمای ممتاز، ۳۷ سینمای درجه یک، ۱۲ سینمای درجه دو و ۱۴ سینمای درجه ۳). لیکن در این بررسی، تماشاگران نام ۵۸ سینمای را که بیشتر برای تماشای فیلم به آنجا می روند ذکر کرده اند. در واقع ۲۲ سینما، از سینماهای تهران زیاد مورد استقبال مردم نیستند، و اگر به آن سینما هم می روند، از روی ناچاری است.
- ۵۸ سینمای را که در این طرح، پاسخگویان از آنها نام برده اند، در این بررسی به ۱۵ منطقه سینمایی تقسیم شده است، به ترتیب زیر:
منطقه ۱، سینماهای منطقه شمیران شامل: فرهنگ و آستارا.
منطقه ۲، سینماهای منطقه شمال شهر شامل: آزادی، شهر قصه و گلرین ۱ و ۲.
منطقه ۳، سینماهای خیابان ولی عصر (عج) شامل: آفریقا، قدس و استقلال.
منطقه ۴، سینماهای خیابان طالقانی شامل: فلسطین و عصر جدید ۱ و ۲.
منطقه ۵، سینماهای اطراف چهارراه جمهوری شامل: آسیا، جمهوری، سعدی و شهر قشنگ.
منطقه ۶، سینماهای مرکز شهر (لاله زار و اطراف) شامل: اروپا، ایران، ادنون، حافظ، کریستال، لاله، البرز، انقلاب، کسری و شهر هنر (از سینماهای ارم، رودکی، نادر، ونوس، پریلیان، جهان، شهرزاد، مترو، مرجان، که در این منطقه واقع اند نام برده نشده است).
منطقه ۷، سینماهای حوالی میدان انقلاب شامل: بهمن، مرکزی، پارس، شهر تماشا، بلوار وسیده.
منطقه ۸، سینماهای حوالی میدان امام حسین (ع) شامل: ملت، تهران، مراد، میلاد و رنگین کمان.

- منطقه ۹، سینماهای شرق تهران شامل: پیروزی، ماندانا و شاهد.
- منطقه ۱۰، سینماهای جنوب شرقی تهران شامل: سایه، پیوند، ری و کوچ.
- منطقه ۱۱، سینماهای جنوب غربی تهران شامل: تیسفون، ستاره، کیهان، توسکا، شیرین، اورانوس و جام جم.
- منطقه ۱۲، سینماهای خیابان شریعتی شامل: صحرا، سروش و آرام.
- منطقه ۱۳، سینماهای غرب تهران شامل: جی، خرم و المپیا.
- منطقه ۱۴، مولوی: سینما آرش.
- منطقه ۱۵، جنوب: سینما شاهرخ.
- ۴- این سینماها، از طرفی به سینماهای خیابان ولی عصر (عج) نزدیک هستند و از طرف دیگر، در وسط شهر واقع اند، ولی یافت این منطقه با مرکزیت لاله زار تفاوت دارد.
- ۵- جامعه شناسان عقیده دارند، در ایران، اغلب مردم دسته جمعی به سینما می روند، شاید به همین جهت است که طرفداران فیلمهای خانوادگی در ایران بیشتر است:

و از خصوصیات فیلم در ایران این است که تفریح خانوادگی و جمعی محسوب می شود، و حال آنکه در مغرب زمین، غالباً سینما را سرگرمی مردم تنهای شهرنشین شمرده اند. مقدمه بر جامعه شناسی ایران، ص ۳۶۷.

همین تحقیق نشان می دهد، ۴۹ درصد مردم، فیلمهای خانوادگی را می پسندند.

۶- تاثیر تلویزیون، تنها بر روی بازار سینما نبوده است. تلویزیون موجب شد، مطبوعات نیز دچار ورشکستگی گردند، به عنوان مثال، طی ۱۵ سال چهار روزنامه لندن تعطیل گردید. . . در آلمان ۶۳ روزنامه، خواه به علت تعطیلی و یا در اثر ادغام یا تجمع از میان رفتند. . . کالیفرنیا ۲ میلیون نسخه فروش در ۱۹۵۶، ساتردی ایونینگ پست، باشش میلیون خواننده در ۱۹۶۹ ولوک با ۶/۵ میلیون خریدار در سال ۱۹۷۱ از صحنه مطبوعات جهان ناپدید شدند. . . (تیروی پیام، نوشته شریعری، ترجمه سروش جیبی، انتشارات سروش).

۷- برای درک رسانه ها، نوشته مک لوهان، ترجمه سعید آذری، از انتشارات مرکز تحقیقات اجتماعی و ارزشیابی برنامه ها، صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، سال ۶۸.

۸- بی یلازارف، مدیر فرانس سوار می گوید: «در گذشته هنگامی که حادثه ای رخ می داد، مردم به خیابان می ریختند تا روزنامه بخزند. امروز شبان راه خانه پیش می گیرند تا خود آن را روی صفحه تلویزیون تماشا کنند اما آیا تلویزیون در ایران چنین ویژگی دارد؟ . . .»

