

عصر آزادی

روز نامه فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، ورزشی و سیاسی

صاحب امتیاز: **مؤسسه مطبوعاتی پیمان**

مدیر عامل و مدیر مسئول: **سید فرید پیمان**

رییس هیئت مدیره و سر دبیر: **دکتر سید وحید پیمان**

لیتوگرافی و چاپ: **شاخه سبز**

گروه ۴ رتبه بندی معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

امتیاز:۴/۴۷

نشانی:

تهران – خیابان حافظ نرسیده به زیر گذر حسن آبلد – پلاک ۹۷ – طبقه سوم

صندوق پستی:۷۱۸۴-۱۵۸۷۵

آدرس تبریز: خیابان والمان،جنب بن بست یابوری،

ساختمان آرا ۵۱ طبقه اول

تلفن:۰۴۱-۳۵۵۸۴۵۴۴

مسئول آگهی ها:۰۴۳-۰۹۱۲۴۶۶۰۰

لینک تلگرام: https:// telegram.me /asrazadi.ir

Email: asrazadi۹۸@gmail.com
www.asrazadionline.ir

همزمان با اولین حضور جشنوار های فیلم؛

اولین عکس صحنه فیلم کوتاه «مدیر مدرسه»



عصر آزادی / سرویس فرهنگی:با اولین حضور جشنواره های فیلم کوتاه «مدیر مدرسه» عکسی از صحنه این فیلم منتشر شد.
عصر آزادی – علیرضا نیاکان؛ فیلم، «مدیر مدرسه» به کارگردانی میکائیل دبانی، نویسندگی محمد منصوبی و تهیه کنندگی سید محمدهادی آقاجانی، اولین حضور جشنواره های خود را در چهلمین جشنواره بین المللی فیلم کوتاه تهران تجربه می کند.
«مدیر مدرسه» درامی سیاسی است که در بستر اتفاقات پاییز سال گذشته ایران شکل گرفته است. در خلاصه داستان این فیلم کوتاه آمده است: «سه تن از دانش آموزان دبیرستانی دخترانه، برای برگزاری تظاهرات خیابانی فراخوان داده اند.»

فاطمه نیشابوری، بازیگر نقش اول فیلم کوتاه «مدیر مدرسه» است و ماریا مشهور، شوکا دولت شاهی، محمد موحدنیا، تیما تقی زاده، روزینا ابراهیمی، محمد قاسمی، یاسمن محمدیان و نوتاش صالحی، دیگر بازیگران این فیلم هستند.

عوامل فیلم کوتاه «مدیر مدرسه» عبارت اند از:

کارگردان: میکائیل دبانی، تهیه کننده: سید محمدهادی آقاجانی، نویسنده: محمد منصوبی، مدیر فیلم برداری: پویان آقابابایی، مشاور فیلم نامه: هادی مقدم دوست، مشاور کارگردان: محمد رحمتی و محمد علیرزاه فرد، تدوین: فواد تقی زاده، مجری طرح: محمود پوینده، مدیر صدابرداری: محمدرضا بیات، اصلان آقابابایی، مسعود نوری و قاسمی، طراح صحنه و لباس: سپیده بلون، طراح گریم: زهرا امراللهی، آهنگساز: غزل راکی، مدیر تولید: سید محمدرضا همایی، برنامه ریز و دستیار اول کارگردان: محمدرضا نوری، دستیاران کارگردان: سید محمد موسویان و بهداد مشایخی، منشی صحنه: رویا باباییگی، گروه فیلم برداری: محمدرضا بیات، اصلان آقابابایی، مسعود نوری و محمدرضا علی آبادی، اپراتور دوربین: مهدی منادی، دستیار صدا: سهراب عظیم پور، پشتیبانی فنی: حمید لدنی، سینه موبیل: مسعود سروری، گروه صحنه و لباس: سید رسول میرمحمد و سجاد ایمانی، مجری گریم: زهرا منصوری، جانشین تولید: حسین وافقی، تدارکات: محمدحسین کریمی، عکاس و فیلم بردار پشت صحنه: علی رضا صلواتی، طراح گرافیک: علی اکبر گودرزی، ساخت تیزر: حمید ابراهیمی و مشاور رسانه ای: محمد کفیلی.

«مدیر مدرسه» دومین تجربه کارگردانی میکائیل دبانی در حوزه فیلم کوتاه داستانی محصول باشگاه روپاد سازمان هنری رسانه ای اوج است.

دبانی تاکنون مستندهای بلند، «پچه های زمین خاکی»، «بیچه»، «اعتراض خاموش»، «فراموش شده ها»، «آن روز» و «یک روز به خصوص» را کارگردانی کرده است که مانند هر دو فیلم کوتاه داستانی خود در حوزه مسائل اجتماعی بوده است.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۷/۱۷

آگهی دعوت سهامداران جهت تشکیل جلسه

مجمع عمومی فوق العاده و عادی بطور فوق العاده

بدین وسیله از کلیه سهامداران شرکت آذر گستران به شماره ثبت ۶۱۶۰ و شناسه ملی ۱۳۱۹۸۵۱۰۲۰۰

دعوت به عمل می آید تا در جلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۴۰۲/۷/۲۸ ساعت ۹ صبح و جلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۴۰۲/۷/۲۸ ساعت ۱۰ صبح که در محل جدید شرکت واقع در تبریز فلکه دانشگاه برج بلور ضلع شرقی ط واحد ۲۲ کد پستی ۵۱۵۶۹۱۳۶۱۶ برگزار خواهد شد حضور بهم رسانند.

دستور جلسه مجمع عمومی فوق العاده:

۱- تغییر آدرس شرکت

۲- انتقال قهری سهام

۳- تبدیل نوع شرکت

دستور جلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده:

۱- انتخاب مدیران

هیات مدیره شرکت

مقدمه

گردشگری معادل فارسی واژه توریسم در انگلیسی است. ریشه این واژه از اصطلاح تورنوس (tornus) یونانی و لاتین گرفته شده که یکی از معانی آن گردش کردن و یا گشتن است و با پسوند (ism) یا گری به صورت اسم مصدر توریسم یا گردشگری درآمده است. اصطلاح توریست (tourist) از قرن نوزدهم معمول شده است. در آن زمان اشراف زادگان فرانسه می بایست برای تکمیل تحصیلات و کسب تجربه های لازم زندگی، اقدام به مسافرت می نمودند که در این صورت این جوانان در آن زمان توریست نامیده شدند و بعدها در فرانسه این اصطلاح در مورد کسانی به کار می رفت که برای سرگرمی، وقت گذرانی و گردش در کشور فرانسه سفر می کردند.
رفته رفته کلمه توریست به بعضی زبان های دیگر از جمله فرانسوی و آلمانی نیز وارد شد و از آن واژه توریسم (tourism) بوجود آمد. از همان زمان توریسم و توریست به بعضی از مسافرت ها و مسافرینی گفته می شود که هدف آنها استراحت، گردش، سرگرمی و آشنایی با مردم مناطق مختلف جهان بود. گردشگری به اموری اطلاق می شود که فرد در خارج از محیط زندگی خود و برای مدت کمتر از یک سال و تنها به منظور تفریح، سیاحت، تجارت، زیارت و نه فعالیتهایی که در ازای حقوق دریافت می کند، انجام می دهد. به طور کلی، گردشگری به مجموعه فعالیتی اطلاق می شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می افتد، این فرآیند شامل هر فعالیتی از قبیل برنامه ریزی سفر، مسافرت به قصد اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خطرات آن نیز می شود. همچنین فعالیتی را که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می دهد، نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و مهمان را نیز در بر می گیرد.

در جهان امروز، گردشگری به عنوان صنعتی نوپا، تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارز آوری، تعادل منطقه ای، کمک به صلح جهانی، کمک به سرمایه گذاری در میراث فرهنگی، کمک به بهسازی زیستگاههای حیات وحش، از جمله مزایای این صنعت بوده است. امروزه صنعت گردشگری از مهم ترین فعالیت های اقتصادی در جهان به شمار می رود به طوری که عمده ترین درآمد برخی از کشورها از صنعت جهانگردی تأمین می شود.
ناظر بر این؛ امروزه، گردشگری یکی از دیمایشش ترین فعالیت هایی است که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می شود.

برخی از شهرهایی که جاذبه های تايخی و فرهنگی بسیاری دارند، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می شوند، حتی در صورتی که جاذبه های گردشگری در مناطق غیر شهری واقع باشند، از آنجایی که شهرها به پیرامون خود خدمات می دهند، در رابطه با گردشگری قرار می گیرند. محیط شهری هم به عنوان مبدأ و هم به عنوان مقصد حرکت های گردشگری از اهمیت زیادی برخوردار هستند و مبدأ و مقصد بودن آنها بستگی به میزان جاذبه های موجود در آنها دارد؛ در این میان اگر این شهرها، تاریخی باشند، به علت وجود جاذبه های مختلف تاریخی، باستانی، فرهنگی مذهبی و موزه ای و ایجاد امکانات رفاهی، فرهنگی و بازرگانی به عنوان مقصدی برای حرکت های گردشگری در اولویت هستند.

از آنجا که میراث طبیعی، فرهنگی، تاریخی و باستانی هر منطقه و اقلیم به عنوان شاخصی مهم در ایجاد صنعت توریسم و توسعه و پیشرفت کشورها در تمام دنیا شناخته شده و متعاقب آن، نقش پر رنگ و غیر قابل انکاری در شکوفایی اقتصادی و فرهنگی جوامع ایفا می کند.

به نظر می رسد، شهر تبریز با داشتن تاریخی چند هزار ساله و همچنین برخوردار از غنای تاریخی و فرهنگی و با توجه به شرایط جغرافیایی آن که در طول تاریخ، محل رفت و آمد بازرگانان بوده است، در زمان کنونی، از جایگاه



تزریق ۷ فیلم جدید به اکران سینمایی کشور، تأثیرات مطلوب خود را به جای گذاشت به طور ی که ۵ فیلم از این تعداد، بیش میلیونی دیده هزار مخاطب را در دست گرفتند و ۵ فیلم دیگر نیز به عنوان اهرم هایی، کلیت فروش گیشه را با افزایش قابل توجهی همراه کردند.

به گزارش خبرنگار سینمایی ایرنا، همان گونه که انتظار می رفت، کمدی هتل موفق شد تا با جذب ۳۷۰ هزار مخاطب، فروش خود را به مرز ۲۰ میلیارد تومان برساند. هتل با این راندمان، موفق شد تا پس از بیش از ۶ ماه، فسیل را از صدر جدول فروش به زیر کشیده و بهعنوان پرفروش ترین- و پرمخاطب ترین فیلم این روزهای سینمای کشور مطرح شود. البته که این روال برای هفته های آینده نیز ادامه دارد و باید فروش بالای ۱۰۰ میلیاردی را برای این فیلم محتمل دانست. انیمیشن بچه زرنگ اما کار بزرگ تری را به انجام رساند و بدون هیچ ادعایی موفق شد تا در مارا تن کمدی ها، به دومین فیلم پرفروش این روزهای کشور تبدیل شود. بچه زرنگ موفق شد تا با بیش از ۱۴۰ هزار مخاطب، فروشی ۶ میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومانی را تجربه کند که این میزان فروش در ۱۱ روز نخست اکران یک انیمیشن، اتفاق قابل تمجید به حساب می آید. این فیلم نیز از آن دسته آثاری است که در ادامه، فروش چشم گیری را تجربه خواهد کرد.

سومین فیلم پرفروش این روزهای سینمای کشور، کمدی فسیل است که توانسته طی ۱۱ روز اخیر، جایگاه سومی خود را تثبیت نماید. این کمدی هم اکنون ۶ میلیون و ۱۸۳ هزار نفر را به سینماها کشانده و گیشه خود را از ۲۶۷ میلیارد تومان عبور داده است. البته که فسیل طی روزهای اخیر، بسیاری از سالن های خود را در اختیار فیلم های جدید قرار داده است اما با این حال به احتمال فراوان، فروش کجدارومر نیز این فیلم تا پایان سال در برخی سینماهای کشور ادامه دارد تا این فیلم بتواند در ادامه رکوردشکنی های خود، قلمه ای بالاتری از مخاطب و گیشه را فتح کند.

کمدی، انیمیشن و سینمای کودک در میان ۵ فیلم

مناسبی در بازارهای جهانی گردشگری برخوردار نیست و این درحالی است که اهمیت گردشگری و نقش آن در توسعه شهر، بر کسی پوشیده نیست. لذا نگارنده در این مقاله تلاش دارد، تا به برخی از مزیت اقتصادی گردشگری و نقش آن در توسعه اقتصادی شهر تبریز اشاره نماید.

امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه ها چه در سطح ملی و منطقه ای و چه در سطح بین المللی مورد توجه برنامه ریزان دولتی همه شهرها قرار گرفته است. آگاهی جوامع از اینکه گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه ای در اختیار اقتصاد یک شهر قرار می دهد، موجب شده که گردشگری به عنوان یک صنعت تلقی گردد. زیرا گردشگری با توجه به تجربه موفق بسیاری از کشورها در زمینه رشد اقتصادی، رفیافت جدیدی را در حوزه توسعه همه جانبه ایجاد کرده است. در جامعه امروزی، اقتصاد دانان صنعت گردشگری را پس

از صنعت نفت و خودروسازی، سومین پدیده اقتصادی پویا و روبه رشد می دانند. در این راستا نقش شهرها در جذب گردشگران و شکل گیری گردشگری شهری به عنوان الگوی فضایی گردشگری در عصر حاضر، بعد دیگری از اقتصاد شهری را شکل داده است. با عنایت به اهمیت این وضع، امروزه اکثر شهرهای دنیا آن چنان جذابیتی را به دست آورده اند که هر ساله میزبان جمع کثیری از گردشگران داخلی و خارجی اند. مسلمانان ایجاد می کنند، از آنجایی که گردشگری یکی از صنایع خدماتی است، از این رو درآمد حاصل از آن، بخشی از تولید ناخالص داخلی میزبان محسوب شده و مستقیماً بر رشد اقتصادی تأثیر می گذارد. گردشگری با خود توسعه حمل و نقل و راه ها، توسعه پول الکترونیکی، توسعه اماکن اقامتی، رستوران ها و هتل ها، توسعه بهداشت عمومی، توسعه تسهیلات تفریحی و امور رفاهی، صنایع دستی و هنرهای بومی، مالیات های مربوط به خدمات پذیرایی، توسعه آژانس های مسافرتی و ... را با خود به همراه داشت.

شهر تبریز با تاریخ چندهزارساله، دارای رویدادهای بسیار مهم سیاسی، فرهنگی و تجاری است. تبریز در طول تاریخ یکی از مراکز مهم سیاسی در ایران بوده است و در

«هتل» و «بچه زرنک» بیشتر از ۲۶ میلیارد فروختند

پراقبال این روزها سهمیه دارند و این می تواند نوید بسیار خوبی برای پویایی سینمای کشور باشدشهر هرت شاید کمدی بدشانس بود که به موازات فسیل به روی پرده رفت. این کمدی هم اکنون چهارمین فیلم پرمخاطب سینماهاست که حدود ۱ میلیون و ۶۰۰ هزار مخاطب جذب کرده و توانسته گیشه خود را به ۶۸ میلیارد تومان نزدیک کند. فیلمی که شاید اگر در تابستان به روی پرده نمی رفت و اکرانش با فسیل هم زمان نمی شد، می توانست به فروش بالاتری نیز دست پیدا کند. گرچه این فیلم، همچنان که روی پرده است و می تواند به فروش بالاتری نیز دست یابد.

نارگیل ۲ نیز پنجمین فیلم پراقبال این روزهای کشور است. این فیلم موزیکال و غروسکی موفق شده تا امروز، ۳۰۴ هزار مخاطب داشته باشد و بیش از ۱۲ میلیارد تومان هم بفروشد. گرچه میزان انتظار از این فیلم، بالاتر از این میزان بوده که البته هنوز سینماهای بسیاری، این فیلم را بر روی پرده دارند و قطعاً گیشه این فیلم طی روزها و هفته ها آینده با رشد بیشتری همراه خواهد شد.

گیج گاه که اکران خود را از چهارشنبه هفته گذشته آغاز کرده نیز در این مدت، عملکرد چندان خوبی نداشته به طوری که با ۱۱ هزار مخاطب، توانسته ۵۴۰ میلیون تومان داشته باشد.

با نگاهی به ۵ فیلم پرمخاطب این روزهای سینماهای کشور متوجه می شویم که سید گوناگونی از آثار در میان آنها به چشم می خورد؛ کمدی، انیمیشن و سینمای کودک در میان ۵ فیلم پراقبال این روزها سهمیه دارند و این می تواند نوید بسیار خوبی برای پویایی سینمای کشور باشد.

با این وضعیت، گیشه اسمال سینماهای کشور به عدد بی سابقه ۵۴۳ میلیارد تومان رسیده است. همچنین تعداد مخاطبان نیز به حدود ۱۲ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر رسیده است که هر چه به ماههای پایانی سال نزدیک می شویم، سینمای کشور فاصله خود را با گیشه ۱۰۰۰ میلیاردی و مخاطب ۲۷ میلیونی، کمتر می کند. البته که برای تحقق چنین آینده ای، تداوم اکران آثار مهم فعلی و نمایش فیلم های پرمخاطب، کاملاً ضروری است که این مهم با توجه به انگیزه بالا در جهت بیشتر دیده شدن فیلم های روی پرده کنونی و برنامه ریزی برای اکران چند فیلم پرفروش تا پایان سال، کاملاً در دسترس بوده و امیدها را تا حدود بسیاری زنده نگه می دارد.

نقش گردشگری در توسعه اقتصادی شهر تبریز

میر داوود هاشمی- پژوهشگر دکتری جامعه شناسی، دانشگاه تبریز

اقتصادی تبریز در پی داشته باشند. گردشگری یکی از جریان های جهانی است که به خوبی بیانگر ترکیب امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. گردشگری در یک کلیت دربرگیرنده جریانی از سرمایه، فرهنگ و کنش متقابل میان آنهاست که در فضاهای جغرافیایی آثار مختلفی برجای می نهد. ناظر براین؛ مدیران برنامه ریزی شهر تبریز، نقش پر رنگی را برعهده دارند. مدیران شهر تبریز در زمینه گردشگری با توان رقابت خارجی، جذب سرمایه و گردشگر، رفاه اجتماعی و گسترش بازارهای گردشگری براساس توزیع مجدد ثروت نقش اساسی را بر عهده دارند.

امروزه یکی از کارکردهای مهم شهرها، ارائه خدمات گردشگری است و در اکثر کشورها، اقتصاد ملی به شدت به گردشگری شهری وابسته شده است. با توجه به جایگاه مهم این صنعت، امروزه از گردشگری به مثابه یکی از بزرگترین صنایع فعال در جهان نام برده می شود و به آن صنعت سفید اطلاق می گردد. امروزه دیگر ثابت شده است که گردشگری صنعتی آرز آور، متعادل کننده توسعه اقتصادی و اجتماعی و برخوردار از نقش اساسی در ایجاد مشاغل و ایجاد ثروت است. بنابراین ناظر بر مطالب فوق، شهرهای کشورهای در حال توسعه، دارای جذابیت های فرهنگی به ویژه برای کشورهای ثروتمند هستند و این فرصت خوبی را برای توسعه همه جانبه آنها در پی خواهد داشت. گردشگری فرهنگی در پی آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف، خواهان کاوش در چشم اندازهای فرهنگی جوامع انسانی و درک آنهاست. نوع زندگی، آداب و رسوم، آیین های و دیگر مواردی که نمادهای میراث فرهنگی را در روابط اجتماعی جوامع نشان می دهد مورد علاقه گردشگران است. همگام با توسعه گردشگری در نواحی شهری، برای برآوردن نیازهای گردشگران، خدمات حمایتی بیشتری نظیر رستوران و محل اقامت ساخته می شود. البته بازدیدکنندگانی که از خارج شهر می آیند، تنها کسانی نیستند که از این امکانات استفاده می کنند و خود مردم هر شهر هم از زیر ساخت ها بهره مند می شوند. توسعه زیربناهای گردشگری سهم زیادی در تغییرات شکل و کارکرد نواحی شهری دارد و تصویر شهر تحت تأثیر انواع هتل ها و خدمات جنبی ارائه شده قرار می گیرد.

در پایان به برخی از آثار مثبت گردشگری که دکتر پاپلی زیدی و مهدی قاسبی در کتاب گردشگری (ماهیت و مفاهیم) به نوعی بر آنها تأکید نموده اند اشاره می گردد:
- گردشگری می تواند به توسعه و نگهداری موزه ها، سالنهای تأثر و دیگر تسهیلات فرهنگی جامعه کمک نماید. این تسهیلات تا حدودی از پشتیبانی گردشگری بهره مند می شوند ولی مردم محلی نیز از آن بهره مند می شوند.

-وقتی مردم محلی مشاهده کنند که گردشگران به فرهنگ آنان با دیده تحسین می نگرند و برای دیندن آثار فرهنگی آنها پول خرج می کنند، احساس مهابات به فرهنگ خودی در آنان تقویت خواهد شد. این نکته به ویژه در مورد برخی از جوامع سنتی صدق می کند که دست خوش رشد شتابان اند و حس عدم اعتماد به فرهنگ خودی و بحران هویتی در آنها وجود دارد.

-توسعه گردشگری می تواند فرصت هایی را برای برقراری مبادلات فرهنگی میان گردشگران خارجی و داخلی و مردم محلی فراهم سازد تا بدین ترتیب با فرهنگ یکدیگر بیشتر آشنا شوند و به تدریج به فرهنگ هم احترام گذارند. مبادلات فرهنگی حاصل از گردشگری موجب وسیع تر شدن افق اندیشه طرفین، کاهش پیش داوری ها و زدبک تر شدن انسان ها به یکدیگر می شود. به طور کلی گردشگری رویکرد احترام به فرهنگ های مختلف جهان را تقویت می کند و در این راستا به صلح پایدار نیز کمک می کند.

کارگردان «یه چوم یه لنگ» در گفت وگو با ایرنا:

سرمایه گذاران به ژانر وحشت در سینمای ایران باور ندارند



دارد و البته ساخت فیلم در ژانر بسیار دشوار است. در عین حال گاه فیلمنامه هایی در ژانر وحشت نوشته شده که رغبتی برای تولید آنها نبوده و در این بخش با کم کاری نیز روبهرو بودیم

برزگر افزود: در کودکی ما را از خطر یک موجود خاص می ترساندند و افسانه چنین کارکردی داشت و در فیلم «یه چوم یه لنگ» یک معلم برای منافع شخصی از افسانه های بومی علیه روستاییان استفاده می کند.

کارگردان فیلم کوتاه «یه چوم یه لنگ» درباره تبرداشتن به ژانر وحشت در سینمای ایران بیان کرد: سرمایه گذاران خیلی به این نوع آثار باور ندارند و تصور می کنند این نوع آثار کمتر مخاطب دارد. این مسئله باعث شده فیلمنامه نویسان و کارگردانان به این نتیجه برسند که با توجه به فقدان سرمایه گذار، به سراغ چنین آثاری نروند.

برزگر اظهارداشت: سینمای ژانر و به خصوص سینمای وحشت مخاطب دارد و البته ساخت فیلم در ژانر بسیار دشوار است. در عین حال گاه فیلمنامه هایی در ژانر وحشت نوشته شده که رغبتی برای تولید آنها نبوده و در این بخش با کم کاری نیز روبهرو بودیم.

فیلم کوتاه «یه چوم یه لنگ» به نویسندگی آرزو خانجانی و باسر برزگر و کارگردانی یاسر برزگر است که رضا عموزاد، آروین حامی طبری، ابوالفضل سائلی، علیرضا باباجان زاده، محمدجواد ولی پور، محمدحسام مومن آبادی و فرشید قاسمی در آن ایفای نقش کردند.

یه چوم یه لنگ، نام هیولایی در جنگل های مازندران است و در خلاصه داستان این فیلم کوتاه آمده است: «در روستایی دورافتاده، معلمی از وجود هیولای خطرناک در جنگل به دانش آموزان خود خبر می دهد».

گروه سینمایی هنر و تجربه، پنج فیلم کوتاه در ژانر وحشت به نام های «یه چوم یه لنگ» به کارگردانی یاسر برزگر، «سپلیک» ساخته علی کبان آرنی، «سرسام» ساخته نوید و وحید نامی، «آرگون» ساخته شورش وکیلی و «حیات» به کارگردانی مصطفی سلیمانی را در قالب بسته فیلم کوتاه از ۱۲ مهرماه اکران کرده است.