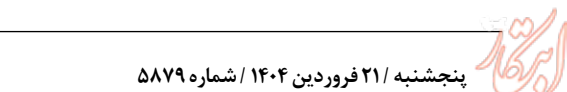


اخبار
واکنش روابط عمومی سریال «بامداد خمار» به شایعه آسیب به مسجد جامع قزوین
 روابط عمومی سریال «بامداد خمار» با انتشار متنی نسبت به شایعه‌های منتشر شده درباره تولید این مجموعه واکنش نشان داد.
 به گزارش ایلنا، در این متن آمده است: «از نخستین روز شروع تولید پروژه «بامداد خمار» تمامی امور با صدور مجوزهای لازم از تمامی مراجع قانونی اجرایی شده و عملکردهای مربوطه طبق نظر کارشناسان اراضی و دفع‌غرمند پیش رفته است و با این حال تا جایی که امکان پذیر بوده از دیوارهای کاذب و پرتابل در این پروژه استفاده شده است.
 در روزهای اخیر با سوئیت و شیطنت، مطالبی علیه این پروژه و کارگردان اثر منتشر شده است که بر اساس شواهد به قصد تخریب متولیان تهیه و تولید «بامداد خمار» در حال بازنشر است. نوع ادبیات نگارش خبر و تاکید بر نقش کارگردان نیز مقصود عاملین آن را آشکار نموده است.
 تمامی لوکیشن‌ها با صورت جلسه‌ای مشخص (همراه با ثبت تصویری و ویدیویی) تحویل گرفته و تحویل داده می‌شود و مستندات کافی برای تمامی امور در دسترس است. روابط عمومی سریال «بامداد خمار»، قویا شایعات منتشر شده را تکذیب می‌کند و با انتشار اسناد، حق خود را مبنی بر پیگیری قانونی از منتشر کننده این اکاذیب محفوظ می‌دارد و اقدام قانونی خواهد کرد.»
 گفتنی است؛ طی روزهای گذشته نحوه استفاده از لوکیشن‌های این سریال حاشیه ساز شد و برخی رسانه‌ها از آسیب واردن شدن به دیوار مسجد جامع قزوین خبر داده‌اند.
«موسی کلیم‌الله (ع)» در شهرهای بدون سینما و روستاها اکران می‌شود
 فیلم سینمایی «موسی کلیم‌الله (ع)» که روایتی منجی‌گرانه از زمانه تولد حضرت موسی علیه‌السلام ارائه می‌دهد، علاوه بر سینماها، از امروز امکان نمایش در شهرهای بدون سینما را نیز دارد.
 به گزارش خبرگزاری مهر، «موسی کلیم‌الله (ع)» تاکنون در فروش ۴۰ میلیارد تومانی، دومین فیلم جدول اکران نوروزی ۱۴۰۴ و پرفروش‌ترین فیلم‌یک‌رمدی سینماها است.
 این فیلم علاوه بر سینما، قابلیت اکران توسط مردم در شهرهای بدون سینما و روستاها در مکان‌هایی مانند مساجد، دانشگاه‌ها، مدارس، سالن‌های فرهنگی و... را دارد که ثبت‌نام آن از طریق نشانی https://ekranmardomi.ir/movie/moussa امکان‌پذیر است.
 فیلم «موسی کلیم الله (ع)» به نویسندگی و کارگردانی ابراهیم حاتمی‌کیا و تهیه‌کنندگی سید محمود رضوی، با کسب ۵ سیمرغ، رکورددار کسب بیشترین سیمرغ تلویزیون از جشنواره فجر شد.
 این فیلم با پیشرفته‌ترین تکنولوژی جهان ساخته شده و میرالازاری، علیرضا کمالی، بهنام تشکر، بهاره کیان‌افشار، فرهاد آئیش، شکیب شجره، مریم سرمدی، طوفان مهرادیان، مسعود رحیم‌پور، کامبیز امینی، بهار نوحیان و بازیگران کودک گندم شیخی و دلسا محمدی از جمله بازیگران این فیلم سینمایی هستند.
 پخش و تبلیغات فیلم سینمایی «موسی کلیم‌الله (ع)» بر عهده مؤسسه شهر فرنگ است.



سال گذشته حراج تهران با سه رویکرد در سه حوزه «هنر مدرن و معاصر ایران»، «هنر معاصر ایران» و «آثار مدرن، کلاسیک و هنرهای سنتی ایران» برگزار شد و آثار هنری چکش خورده و به فروش رسیدند. به گزارش خبرآنلاین، در تمام سال‌های برگزاری حراج در ایران همیشه حواشی متعددی وجود داشته است، عده ای مخالف و عده ای از موافقان سرسخت آن بوده اند، مخالفان با ادعاهایی همچون رانت، پولشویی و... به حراج حمله می کنند و موافقان با تشریح منافع آن خواستار استمرار و ادامه حیات آن هستند. حراج تهران از سال ۹۱ تاکنون ۲۲ دوره برگزار شده است و مخالف و موافق کماکان بر سر مواضع خود هستند.

برای تشریح شرایط حراج و پرسش ها موجود به سراغ «رضی آقامیری» یکی از متخصصان حوزه تجسمی و از چهره های برجسته فرش ایران رفتم، او درباره ی حراج تهران و نحوه برگزاری آن می‌گوید: معمولاً شیوهی برگزاری حراج در ایران همانند حراج‌هایی است که در دیگر کشورهای جهان انجام می‌شود و الگو اصلی همان حراج کریستیز و ساتنیز و همانند اینها است. کاری که انجام می‌دهند تخصصی است درواقع مشاوران ویژه‌ای مشغول به کار هستند که به بررسی آثار هر رشته هنری می‌پردازند و با ارزیابی آن آثار و تطبیق‌دادن آنها با معیارهای قیمت‌گذاری زمان محدوده‌ای برای ارزش هر اثر تعیین می‌کنند. اما درواقع قیمت را خریداران در جریان رقابتی که در حراج به وقوع می‌پیوندد مشخص می‌کنند نه حراج و فروشندگان آثار.

میری درباره ی فروش آثار در حراج‌ها می‌افزاید: اگر دقت کنید پاره‌ای از آثاری که به حراج می‌روند به فروش نمی‌رسند و مورد قبول متقاضیان قرار نمی‌گیرند برای مثال در همین حراج آخر تعدادی از آثار به فروش نرفته است شاید به لحاظ قیمتی که کارشناسان حراج گذاشته‌اند یا معیارهای دیگری از نظر خریداران این اتفاق افتاده است. البته باز هم‌بستگی به خریدار دارد که به چه میزان مایل است که برای خرید یک اثر هنری هزینه پرداخت کند. به‌عبارت‌دیگر معامله‌نشدن شماری از آثار دلیلی جز عرضه و تقاضا چه به‌خاطر قیمت چه سلیقه‌ی مشتریان ندارد.

او در تشریح شرایط خرید با اشاره به اینکه قبل از هر بار حراج کاتالوگ آثار ارائه چاپ می‌شود؛ می‌گوید: در مرحله بعد آثار یک هفته به نمایش در می‌آیند و این امکان را به متقاضیان می‌دهد در وقت کافی به تماشا ی آثار بنشینند به‌دقت مطالعه کنند سپس تصمیم بگیرند با درنظرگرفتن بودجه‌ای که برای خود تعیین کرده‌اند کدام یک از آثار را بخرند یا اصلاً چیزی نخرند منظور از خاطرنشان‌کردن این نکته این است که حراج در شرایط آزاد انجام می‌شود کسی در این عرصه مجبور به خرید نمی‌شود و کسی، دیگری را وادار به خرید نمی‌کند.

این متخصص فرش در پاسخ به این پرسش که آیا حراج تهران باعث انزوای هنرمندان ایرانی شده یا نه، تاکید می‌کند: به گمان من برگزاری حراج در ایران برای هنرمندان ایرانی امری مثبت است به این دلیل که هنرمندان ایرانی برای شرکت در حراج‌های خارجی محدودیت‌هایی دارند و برای ارسال آثار خود به این حراج‌ها مسیر دشوار و بسیار پرهزینه‌ای را طی می‌کنند و اگر حراج تهران نبود شاید هیچ‌وقت فرصت دیده‌شدن و فروش آثار خود را پیدا نمی‌کردند؛ بنابراین حراج در حمایت از هنرمندان که توان رفتن به خارج از کشور را ندارند بسیار مؤثر بوده است. افزون بر این هر هنرمندی که می‌تواند آثارش را به حراج‌های خارجی برساند آزاد است و کسی مانع او نیست.

رضی آقامیری با اشاره به اینکه بازار سیاهی وجود ندارد بیان کرد: چیزی که به اسم حراج اتفاق می‌افتد به شفافیت بیشتر بازار کمک می‌کند. ممکن است به‌دوراز چشم عموم آثاری فروخته شود که کسی از آن مطلع نشود، اما شکل‌گیری حراج‌ها شفافیت را بر بازار هنر حاکم کرده است و چیزی که در این معاملات ردوبدل شده به‌دوراز پنهان‌کاری انجام شده است، به بیان دیگر حراج مکان و فرصتی برای شفافیت است.

حراج با سابقه دو هزار و ۵۰۰ ساله

حراج‌های هنری سابقه‌ای بیش از ۲۵۰۰ سال دارند و اولین خانه حراجی که در اروپا شروع به فعالیت کرد حراج‌خانه‌ی استکهلم در سوئد بود که از قدیمی‌ترین حراج‌خانه‌ی جهان شناخته می‌شود. در قرن هجدهم با صنعتی‌شدن جهان، حراج‌ها نیز به روشی تخصصی‌تر در اروپا و آمریکا سر بر آوردند و تأسیس حراج‌خانه‌های کریستیز و ساتنیز سنگ بنایی برای سیستم‌اتیک شدن این روش از معامله شد.

حراج در ایران از «هل من یزید» تا چکشی که بر میز خور

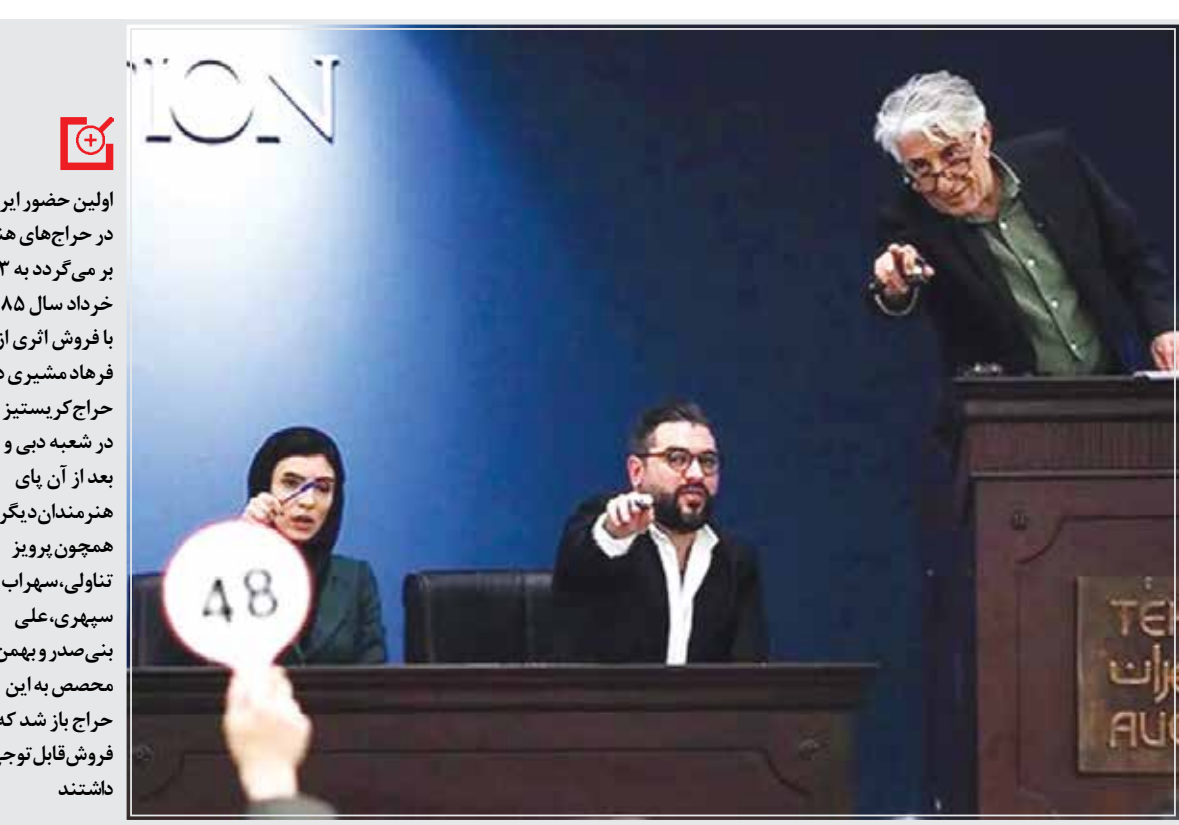
در ایران با اینکه تاریخ دقیقی از شکل‌گیری اولین



اگر حراج تهران نبود بسیاری از هنرمندان هیچ‌وقت دیده نمی‌شدند

حراج فرصتی برای شفافیت

رضی آقامیری که یکی از چهره شناخت شده حوزه تجسمی و فرش ایران است، با اشاره به اینکه بازار سیاهی وجود ندارد بیان کرد: چیزی که به اسم حراج اتفاق می‌افتد به شفافیت بیشتر بازار کمک می‌کند.



رضا آقامیری در حراج تهران. در تصویر، رضا آقامیری در حال اعلام قیمت یک اثر هنری است.

بر آثار هنری سنتی، فرش و صنایع‌دستی آغاز به کار کرد. این حراج زمان‌بندی مشخصی برای برگزاری هر دوره خود نداشت و سرانجام پس از هفت دوره فعالیت در تیر ۱۴۰۱ آخرین دوره را برگزار کرد و به کار خود خاتمه داد.

در سال ۱۳۹۵ گالری «ترانه باران» حراجی خصوصی خود را با تمرکز بر آثار خوش‌ویوسی و نقاشی‌خط آغاز کرد، اما پس از چند دوره فعالیت آن هم متوقف شد.

سهراب سپهری اعتبار حراج تهران است

همان‌طور که گفته شد حراج تهران رسمی‌ترین و اصلی‌ترین حراجی است که از زمان شروع کار خود تا آخرین دوره یعنی ۱۴۰۳ علاوه بر اینکه بستری برای معرفی هنرمندان معاصر بوده است؛ بلکه باعث ارتباط دوباره مردم با هنر تجسمی شد و همچنین بر اقتصاد هنری نیز تأثیر گذار.

امروزه آثار هنری بر اساس معیارهای مختلفی قیمت‌گذاری می‌شوند که بنا بر گفته سجاد باغبان قیمت آثار هنری در تمام دنیا توسط بازار تعیین می‌شود که این قیمت تعیین شده به‌وسیله بازار از یک مکانیزم پیروی می‌کند که حال باتوجه‌به برند آن هنرمند، عرضه و تقاضا، میزان کار و اسپانسرهایی که دارند دارای ارزش می‌شوند.

یکی دیگر از مؤلفه‌های مهمی که در جریان خریدوفروش هر کالا نقش دارد افزایش تورم رشد قیمت دلار است. ازآنجاکه در ایران نوسانات قیمت دلار زیاد است قیمت آثار در هر دوره حتی به فاصله چند ماه بسیار بالا و پایین می‌شود برای مثال جدول زیر قیمت فروش کل ۶ دوره از حراج را با توجه‌ی تورم و نرخ دلار و دیگر معیارها که بیان شد نشان می‌دهد.

وجود آثار برجسته از هنرمندانی همچون سهراب سپهری، فرشچیان، آیدین آغداشلو و آثار به‌جامانده از دوره صفوی که به دست رضا عباسی و محمد قاسم و... خلق شده باعث تفاوت فاحشی در فروش کل بعضی از خریداری کنند و چه الا ن که متأسفانه در می‌شود که در بیان دلیل قیمت بالای آثار دیگر آثار هنرمندان از جمله سهراب سپهری کارشناس هنرهای معاصر معتقد است: ایشان یکی از بهترین هنرمندان معاصر ایران است که بی شک شهرت، اعتبار، نام و آثارش دست‌به‌دست هم دادند، چه در زمانی که او در قید حیات بود آثارش خواهان زیادی داشت و فقط ثروتمندترین آدم‌ها می‌توانستند آثارش را خریداری کنند و چه الان که متأسفانه در میان ما نیستند هم این روند ادامه دارد از آن جایی که زیاد در این دنیا عمر نکردند آثار باقی مانده از او بسیار محدود است و همین موضوع توجه مهم‌ترین مؤزدها و کلکسیونرهایی که علاقه‌مند به جمع‌آوری آثار خاورمیانه هستند را به خود جلب می‌کند. درواقع داشتن آثاری از سهراب در مجموعه‌ی آنها باعث افتخارشان است و طبیعی است که اگر کسی این اثر را دارد بر قیمت ازران نفروشد. به عقیده من منصفانه‌ترین نوع فروش برای آثار هنرمندان محبوبی از جمله سهراب سپهری حراج است؛ چون فضای مزایده‌ای بر آن غالب است و هر کس که بیشتر خواهان باشد و ارزش آن اثر را درک کند پول بیشتری هم برایش می‌دهد.

برای درک بهتر این تأثیر حراج، باید به اکوسیستم کلی هنر توجه کرد

از زمان ارسطو و افلاطون تا به امروز عده‌ای بر این باور بودند که قیمت‌گذاشتن روی آثار هنری عمل اشتباهی است و این کار اثر هنری را از ارزش واقعی خود دور می‌کند. اما عده‌ای هم خلاف این را عقیده داشتند، مخصوصاً در قرن بیستم که موضوع معیشت آدم‌ها قوت گرفت و این فکر که یک نقاش یا یک مجسمه‌ساز و... هم باید محیطی برای کسب درآمد داشته باشد در اذهان عموم جای گرفت. تقریباً در ۳ دهه پیش دانش‌آموختگان رشته هنر در ارشاد، کانون پرورش فکری، شهرداری و... مشغول به کار بودند؛ ولی امروز بیش از ۱۰ هزار فارغ‌التحصیل هنری داریم که در امرارمعاش دچار مشکل شده‌اند. مسئله معیشت هنرمندان و همین‌طور حضور کریستیز در دنی نگاه دولت مردان را بیشتر به بعد اقتصادی هنر سوق داد. ازاین‌رو حراج تهران پای ثابت فروش آثار هنری شده است و در هر دوره طیف مختلفی از آثار را به نمایش و فروش می‌گذارد که بازار داغی برای هنرمندان نسل جدید و جدید فراهم کرده است که سجاد باغبان تأثیر این حراج را از این‌گونه ارزیابی می‌کند: سه حراج اخیر که در حوزه‌های مختلف هنرهای معاصر و کلاسیک و سنتی برگزار شده است، تأثیر مثبتی بر بازار هنر داشته‌اند. وی تأکید کرد که برای درک بهتر از تأثیر، باید به اکوسیستم کلی هنر توجه کرد، چراکه اجزای متعددی مانند گالری‌ها، بی‌نال‌ها، آرت‌فرها و حراج‌ها در کنار یکدیگر نقش مهمی در شکل‌دهی به فضای هنری کشور ایفا می‌کنند.

نگاه غیرعتیقه‌ای به آثار هنری طبیعی است

اما نقدی که بر حراج‌ها وارد است نگاه به آثار هنری به‌مثابه کالا است. اما باید این نکته را در نظر گرفت ازآنجایی‌که حراج روشی است برای خریدوفروش آثار هنری نگاه غیرعتیقه‌ای به این آثار در این مکان امری طبیعی است هر اثر از نقاشی تا مجسمه و... باتوجه‌به معیارهایی که برای قیمت‌گذاری وجود دارد از ارزشی برخوردار می‌شود. در ادامه برای پاسخ به این نقد باید گفت با اینکه حراج معادل فارسی کلمه action است؛ اما روندی که در این رویداد اتفاق می‌افتد همان مزایده است؛ یعنی جایی که یک چیز به قیمت بیشتر از حد معمول فروخته می‌شود.

سجاد باغبان درباره نگاه مالی به حراج و تأثیر اقتصاد بر فعالیت هنرمندان و گالری‌ها گفت: اینکه هر کس چه دلیلی برای تولید دارد در ذهن خودش است و اطلاعی در این باره ندارم؛ ولی حراج یک وضعیت رقابتی است و نوعی از فروش را به نمایش می‌گذارد؛ مانند مزایده. در این نوع از فروش که حتی گاهی دولت هم از آن استفاده می‌کند ازآنجایی‌که هر چیزی که در حراج می‌آید نایاب و کمیاب است متقاضیان به رقابت می‌پردازند و در آخر کسی که بیشتر مایل است به آن اثر دست پیدا می‌کند وقتی کسی به این عرصه رقابتی وارد می‌شود حتماً قبل از آن بررسی می‌کند که چقدر این اثر برای آنها ارزش دارد. باتوجه‌به این روند گالری‌ها تصمیماتی می‌گیرند که بستگی به گالری‌دار دارد و نمی‌توان گفت؛ چون ممکن است گالری‌ها صرفاً به دلیل مالی شروع به کار کنند حراجی‌ها برکنار شوند.

فرهنگ و هنر

اخبار
شکست مدعیان سینما در عید ۱۴۰۴
 نوروز بی میل به سیمرغ
 بر اساس آمارها، اکران نوروزی سال ۱۴۰۴ با رشد قابل توجهی در تعداد مخاطبان همراه بوده است. در این میان اقبال عمومی چندانی برای دیدن فیلم های سینمایی برنده در جشنواره اخیر فجر دیده نشد.
 هرچند تعداد مخاطبان سینما در تعطیلات نوروزی افزایش داشته، اما فیلم های مطرح، نتوانستند مورد توجه طرفداران سینما قرار بگیرند. به گزارش تابناک، بر اساس اطلاعاتی که روزنامه ایران ارائه کرده است، ۱۶ تا فروردین ماه، حدود ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر به سینماها مراجعه کرده‌اند که این رقم در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته، دو برابر افزایش یافته است.
 تعادل در فروش فیلم‌های نوروزی
 برخلاف سال‌های گذشته که فیلم‌های کم‌دی رکوردشکنی می‌کردند، امسال شاهد توزیع متعادل مخاطبان بین آثار مختلف هستیم. در این میان، فیلم «دایاناسور» با جذب نزدیک به یک میلیون نفر، «موسی کلیم‌الله» با حدود ۵۰۰ هزار نفر و «نوکتل مولوتوف» با وجود تأخیر در اکران، ۴۰۰ هزار نفر مخاطب داشته‌اند.
 پرفروش‌ها و کم‌فروش‌های نوروز
 فیلم سینمایی موسی کلیم الله به فروش ۵۰۰ هزار تفری رسید.
 «رها» که پیش‌بینی می‌شد حداقل یک میلیون نفر مخاطب جذب کند، تاکنون کمتر از ۲۰۰ هزار نفر بیننده داشته است.
 «پیشمرگ»، برنده سیمرغ مردمی جشنواره فجر، تنها ۱۲۴ هزار بلیت فروخته که عملکرد ضعیفی محسوب می‌شود.
 «پسر دلفینی» و «بامبولک» نیز به ترتیب نیاز به زمان بیشتری برای جذب مخاطب دارند و انتظارات کمی از آن‌ان وجود دارد.
 تأثیر ماه رمضان و نوروز بر فروش سینما
 با وجود همزمانی ایام ماه رمضان و تعطیلات نوروزی، آمار فروش نشان می‌دهد که ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر در این دوره به سینماها مراجعه کرده‌اند که رقم قابل توجهی است و حاکی از رشد استقبال از سینما نسبت به سال‌های گذشته است.
 چشم انداز فروش سینما در سال ۱۴۰۴
 سال گذشته، سینمای ایران ۳۴ میلیون نفر مخاطب داشت که پس از سال ۷۹، بالاترین رقم محسوب می‌شود. با اکران فیلم‌های اجتماعی مانند «بی سر و صدا»، «غریزه»، «پیر پسر»، «زن و بچه» و «قاتل و وحشی»، پیش‌بینی می‌شود که تعداد مخاطبان در سال جاری به ۴۰ میلیون نفر برسد.
پارک چان ووک فیلمش را به کن نمرستاد
 «هیچ انتخاب دیگری نیست» پارک چان ووک برای جشنواره کن ارسال نشده است.
 به گزارش مهر به نقل از ورلڈ آف ریل، در حالی که پارک چان ووک فیلم جدیدش «هیچ انتخاب دیگری نیست» را به جشنواره کن ارسال نکرد، جشنواره تمایل دارد تا این فیلم را در فهرست امسال داشته باشد و حاضر است مهلت ارسال فیلم را برای او تمدید کند به شرط اینکه او فیلم را به موقع برساند.
 اکران این فیلم در کره برای اپاییز در نظر گرفته شده و شاید به این معنا باشد که فیلم در جشنواره ونیز در ماه سپتامبر حاضر خواهد بود.
 در «انتخاب دیگری نیست» چا سونگ وون، پارک هی سون، یون گای، لی بیونگ هون و سون جین به ایفای نقش پرداخته اند. داستان این فیلم بر مردی مستاصل و بی‌کارت متمرکز است که ازدواجش رو به خاتمت گذاشته و نقشه‌ای جسورانه برای شناسایی و کشتن متقاضیان دیگر یک شغل می‌کشد تا تنها فرد واجد شرایط خودش باشد. گفته شده این فیلم فیلمی است که پارک همواره اشتیاق زیادی برای ساختنش داشته است.
 آخرین فیلم او فیلم تحسین‌شده «تصمیم به ترک» در سال ۲۰۲۳ بود. او در این فاصله سریال کوتاه «همدل» را برای شبکه اچ‌بی‌ا و نوشت و کارگردانی کرد. پارک ۶۰ ساله سازنده فیلم‌هایی چون «پیر پسر»، «اکتیز» و «یائوئی انتقام» است و معمولاً فیلم‌هایی مهیج یا نوار با تمرکز بر خشونت فیزیکی و روانی شخصیت‌ها می‌سازد.

کارگردان سریال «با عرض معذرت»:

بازخورد سریالمان در فضای مجازی بیشتر از تلویزیون بود

آشنا هستند و از سوی دیگر، تجربه بازیگران حرفه‌ای کم‌دی قابل انکار نیست.

حاجی غلامی اضافه کرد: به شخصه متعقدم استعدادهای درخشانی در شهرستان‌های کشور وجود دارند که به دلیل محدودیت فرصت‌ها ناشناخته مانده‌اند. وقتی به این هنرمندان فرصت مداوم داده شود، می‌توانند توانایی‌های خود را به خوبی بروز دهند. بسیاری از کم‌دین‌های مطرح امروز کشور، همان استعدادهای شهرستانی هستند که با مهاجرت به تهران و استفاده از فرصت‌های پیش آمده به جایگاه فعلی رسیده‌اند. این موفقیت نشان می‌دهد با وجود همه چالش‌ها، تولید طنز آبتمی همچنان می‌تواند مخاطب داشته باشد و استعدادهای شهرستانی ظرفیت بالایی برای مشارکت در تولیدات ملی دارند. این تجربه ثابت کرد با برنامه‌ریزی دقیق و ایجاد فرصت‌های برابر، می‌توان از استعدادهای سراسر کشور در تولید آثار باکیفیت بهره برد و در عین حال به تنوع در تولید محتوا کمک کرد.

وی درباره بازخوردها از این مجموعه تصریح کرد: در مورد بازخوردها باید گفت استقبال در فضای مجازی بسیار چشمگیر بود، آماری داشتم که انتظارش را نداشتم. آخرین آمارها نشان می‌دهد این مجموعه بیش از ۱۳ میلیون بازدید در صفحه مجازی مجموعه داشته است. در تلویزیون هم بازدیدها اگرچه پایین‌تر از فضای مجازی بود اما باز هم نسبت به کارهای مشابه بالاتر بوده است.

کارگردان سریال «با عرض معذرت» با اشاره به بازخوردهای این مجموعه بیان کرد که آمار بازخوردها از حد انتظارش بالاتر بوده است.

محمدرضا حاجی غلامی کارگردان مجموعه «با عرض معذرت» درباره ساخت این سریال در شبکه مورد توجه شبکه‌های تلویزیونی نیست و به خبرنگار مهر بیان کرد: این اثر چهارمین تجربه حرفه‌ای بنده در تولید آثار سریالی محسوب می‌شد، اما نخستین تجربه در حوزه طنز آبتمی بود.

این کارگردان اضافه کرد: پیشینه کاری من در قالب آیتم سازی محدود بود و اینگونه تولید محتوای آبتمی یا چالش‌های خاصی همراه است. این فرمت در حال حاضر الگوی مورد توجه شبکه‌های تلویزیونی نیست و بیشتر در فضای مجازی تولید می‌شود. اگرچه در گذشته شاهد تولید گسترده آیتم در تلویزیون بودیم اما به تدریج از حجم آن کاسته شد چرا که مخاطبان استقبال چندانی از این قالب نشان نمی‌دادند.

وی درباره تجربه همکاری با بازیگران مشه‌دی بیان کرد: انتقال تولید به شهرستان نکته مهمی بود که خود تجربه‌ای نو محسوب می‌شد. یکی از اهداف اصلی این اقدام، معرفی استعدادهای بومی در مشهد بود. در بخش بازیگری، تصمیم بر استفاده از هنرمندان مشه‌دی گرفتیم. در این راستا با حدود ۴۰۰ نفر مصاحبه انجام دادم و در نهایت گروهی از بازیگران را انتخاب کردیم. البته ترکیب بازیگران بومی با چهره‌های شناخته شده ضروری بود، چرا که مخاطبان معمولاً به دنبال چهره‌های

