



شعبه فرهنگ و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

معاونت پژوهشی

گزارش سیاستی شماره ۲

عنوان گزارش:

تدوین توصیه‌های سیاستی درباره مسائل فرهنگی و هنری (با تأکید بر نتایج پیمایش‌ها و پژوهش‌ها)

حوزه تمرکز:

سینما

نویسنده:

مصطفی اسدزاده

ویراستار:

قمر تکاوران

بهار ۱۴۰۰

فهرست مطالب

| | |
|----|-------------------------------------|
| ۳ | مقدمه |
| ۷ | توصیف وضع موجود (با تمرکز بر مسائل) |
| ۸ | تولید |
| ۱۲ | توزیع |
| ۱۵ | مصرف (مخاطبان) |
| ۲۱ | جشنواره‌های داخلی و خارجی |
| ۲۳ | توصیه‌های سیاستی |
| ۲۸ | بحث و نتیجه‌گیری |
| ۳۲ | منابع |

فهرست جداول

| | |
|----|---|
| ۷ | جدول شماره (۱) مهم‌ترین مسائل و مصائب سینمای ایران |
| ۱۴ | جدول شماره (۲) تعداد سینماهای موردنیاز در ۳۱ استان کشور |
| ۱۶ | جدول شماره (۳) تعداد رفتن به سینما |

فهرست اشکال

| | |
|----|---|
| ۹ | شکل شماره (۱) نمودار شیوه‌های تأمین مالی تولیدات سینمای ایران |
| ۱۳ | شکل شماره (۲) تعداد سینماهای فعال کشور تا سال ۹۸ |
| ۱۴ | شکل شماره (۳) مخاطبان سینما به تفکیک استان |
| ۱۶ | شکل شماره (۴) تعداد تماشاگران سینما در سال‌های ۹۶-۱۳۶۱ |
| ۱۸ | شکل شماره (۵) دلایل انتخاب سینما از سوی مخاطبان |
| ۱۸ | شکل شماره (۶) عوامل مؤثر سینماروی |
| ۱۹ | شکل شماره (۷) ژانرهای موردعلاقه مخاطبان سینمای ایران |
| ۲۰ | شکل شماره (۸) عوامل مؤثر بر سینما رفتن |

مقدمه

بیش از چهار دهه از سیاست‌گذاری در سینمای ایران پس از انقلاب می‌گذرد. اگر بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران در اولین سخنرانی خود پس از انقلاب، در خصوص سینما موضع‌گیری نمی‌کرد، سینمای ایران چه‌بسا به سرنوشت دیگری دچار می‌شد. امام خمینی^(ره) در ۲۲ بهمن ۱۳۵۷، سینما را یکی از «مظاهر تمدن» دانست که «باید در خدمت این مردم و تربیت این مردم باشد». او با صراحت اعلام کرد که «ما با سینما مخالف نیستیم، ما با مرکز فحشا مخالفیم» (خمینی، ۱۳۷۹، ج ۶، ص ۱۵).

دفاع بنیانگذار جمهوری اسلامی از «بود» سینما و تکلیف آن در ایران انقلابی، سبب شد تا «مراقبت از سینما» در اندیشه سیاست‌گذاران انقلاب، جایگاه ویژه‌ای پیدا کند و بایدونبایدهای بسیاری برای سینمای پس از انقلاب وضع شود. از همان ابتدا «سینمای اسلامی-انقلابی» آرمان سیاست‌گذاران اعلام شد. اعتقاد آن‌ها این بود که سینما باید «ایرانی»، «اسلامی» و «ملّی» شود و آرمان‌ها و رؤیاهای انقلاب در آن کاملاً تحقق پیدا کند. سینمای «آموزنده و اخلاقی»، «متناسب با فرهنگ اسلامی» و «متأثر از جریان فرهنگی انقلاب» وجه غالب دیدگاه‌های مطرح‌شده درباره سینما شد. مسئولان سینما «تدوین دستور زبان سینمای اسلامی و تجربه و آزمون» را راه دستیابی به بیان هنری در سینما تلقی کرده و مشکلات سینما را هم در بُعد تکنیک و وسایل و هم در بُعد محتوا دانستند. به‌زعم آن‌ها «چندگانگی و اختلاف‌نظر و سلیقه مسئولین در قبال سینما» یکی از علل مشکلات سینماست؛ از این‌رو خواستار مشخص شدن یک چارچوب و یک خط‌مشی و برنامه‌ریزی مشخص شدند (جلایر، ۱۳۹۷: ۱۰).

اما دستیابی به خط‌مشی مشخص و تصمیم‌گیری درباره نحوه اداره سینمای پس از انقلاب در عمل چندان ساده نیامد. سینماگران و سینماها همچنان در وضعیتی سرگردان و آشفته به‌سر می‌بردند. نهادهای مختلفی چون دادستانی، ارتش، سپاه، جهاد سازندگی، بنیاد مستضعفان و جامعه روحانیت در سینما و نمایش فیلم‌ها دخالت می‌کردند. حتی سخن از تعطیلی سینماها به میان آمد. سینما مسئول نداشت. هرچند در ظاهر، دولت به‌عنوان مسئول سینما شناخته می‌شد اما اوضاع بسیار نابسامان سینماها و دخالت نهادها مانع از اقتدار دولت در این عرصه می‌شد؛ به‌گونه‌ای که دهم تیر ۱۳۵۹ وزیر وقت فرهنگ و آموزش عالی از رئیس‌جمهور وقت خواست به وضع سینماها رسیدگی کند.

اما پس از منازعات فراوان درباره چگونگی سینمای بعد از انقلاب و نحوه اداره آن، سیاست‌گذاران سینمای ایران در سال ۱۳۶۲، بعد از بررسی همه‌جانبه سینمای موجود تصمیم گرفتند با تأسیس بنیاد سینمایی فارابی، بر ویرانه‌های سینمای پیش از انقلاب، سینمایی متناسب با شعار «استقلال، آزادی، جمهوری اسلامی» بنا کنند؛ سینمایی مستقل و مؤمن به انقلاب اسلامی، بومی، مردمی و بی‌اعتنا به ارزش‌های غربی. زیرا آنچه از سینمای پیش از انقلاب برجای مانده بود، در نگاه مردم و رهبران انقلاب، چیزی جز «ابتذال»، «توهّم» و «دوری از واقعیت و فرهنگ ایرانی» نبود. بنابراین با تأسیس بنیاد فارابی، تکلیف اداره سینما و تصمیم‌گیری درباره آن از سوی دولت مشخص می‌شود. این بنیاد (به نمایندگی از دولت) مأموریت می‌یابد تا «با در دست گرفتن اهرم‌های کمکی تولید فیلم» و «حضور فعال در

صحنه تولید و توزیع فیلم» در داخل و خارج کشور نسبت به تولید «فیلم‌های درخور جمهوری اسلامی» اقدام کند. همچنین با هدف «مدل‌سازی» در عرصه سینمای ایران، فیلم‌سازی کند و برای «تغییر ذائقه فرهنگی مخاطبان سینما» تلاش کند. تا یک دهه، بنیاد سینمایی فارابی نقشی جدی در سیاست‌گذاری سینمای ایران ایفا می‌کند. برنامه‌ریزی و سیاست‌های سینمایی وضع‌شده در دهه اول بنیاد، به‌گونه‌ای انجام می‌شود که تا سال‌ها بعد آنچه در سیاست‌گذاری سینمای ایران در بخش‌های مختلف تولید، توزیع، اکران، مخاطب، جشنواره، حضور بین‌المللی و ... تدوین می‌شود، وامدار سیاست‌های آن دوره است.

بررسی سیاست‌های سینمایی پنج دولت پس از انقلاب (دولت جنگ، دولت سازندگی، دولت اصلاحات، دولت مهرورزی، دولت تدبیر و امید) نشان می‌دهد دولت‌مردان و سیاست‌گذاران سینما در این مدت تلاش کرده‌اند با هدف دستیابی به سینمایی در شأن انقلاب و مردم، برای سینما سیاست‌گذاری کنند. اما اینکه کدام نوع سینما^۱ می‌تواند در شأن انقلاب و مردم باشد، اشتراک زیادی میان سیاست‌گذاران سینما وجود نداشته است.

بررسی سیاست‌های سینمایی چهار دهه اخیر (۶۰ تا ۹۰) نشان از چندین دلالت دارد:

۱- سیاست‌گذاران سینمای ایران همواره در اندیشه تولید «فیلم ایرانی» بوده‌اند. سیاست‌گذاران سینما و مدیران فارابی از همان ابتدای تأسیس سینمای نوین ایران، در اندیشه تولید «فیلم ایرانی» و در رؤیای برپایی «سینمای اسلامی و ملی» بوده‌اند. ایجاد «سینمای ایرانی-اسلامی» از همان ابتدا در آمال و اندیشه سیاست‌گذاران جدید سینمای ایران نقش بسته و سینما را فی‌نفسه مغایر با ارزش‌های دین ندانسته‌اند. آن‌ها بر این باور بوده‌اند که «می‌توانیم سینمایی متناسب با فرهنگ اسلامی و متأثر از جریان فرهنگی انقلاب اسلامی داشته باشیم». بنابراین در اندیشه ایجاد «سینمایی ملی» که با فرهنگ ایرانی-اسلامی و انقلاب و آرمان‌هایش همخوان باشد، بایدونباید‌های بسیاری را برای سینماگران، مخاطبان سینما و پخش‌کنندگان و توزیع‌کنندگان فیلم‌ها وضع و نظام خاصی از تولید و توزیع فیلم را شکل داده‌اند؛ نظامی برخاسته از سیاست فرهنگی دولتی که از آن اجازه فعالیت گرفته‌اند و براساس آن مأموریت یافته‌اند تا سینمای موردنظر دولت را تحقق بخشند و از آن حمایت کنند.

۲- سیاست‌گذاران سینما برداشت‌های متفاوتی از «سینمای ملی» داشته‌اند. اگرچه سیاست‌گذاران سینمای ایران در اندیشه ایجاد سینمای ملی بوده‌اند، اما تحلیل سیاست‌های سینمایی دولت‌های پس از انقلاب، نشان می‌دهد متولیان سینما و مدیران فارابی، هر کدام با تعریف خاص خود در اندیشه دستیابی به سینمای ملی بوده‌اند. به‌عبارت‌دیگر هر کدام از سیاست‌گذاران و مدیران سینما بسته به تعلق سیاسی، فکری و ارزشی خود، سینمای ملی را توصیف کرده و برای تحقق آن سیاست‌گذاری کرده‌اند. در واقع تعریف و تفسیر یکسانی از سینمای ملی نزد سیاست‌گذاران سینما وجود نداشته است. پس از انقلاب و به‌طور مشخص در ابتدای دهه ۶۰ (و دوران راه‌اندازی بنیاد سینمایی فارابی)، با هدف حمایت از تولید فیلم ایرانی و ایجاد سینمای ملی مجموعه اقداماتی از سوی دولت انجام شده است؛ سیاست‌هایی چون کاهش عوارض شهرداری به‌نفع تولیدکننده، حذف حقوق و عوارض گمرکی وسایل و مواد اولیه فیلم‌سازی، افزایش قیمت بلیت سینما، برپایی جشنواره فیلم فجر، راه‌اندازی و حمایت از مرکز اسلامی آموزش فیلم‌سازی، راه‌اندازی مؤسسه گسترش سینمای مستند و تجربی، فعال‌کردن انجمن سینمای جوانان ایران، تشویق سینماگران به حضور در جشنواره‌های خارجی، ساخت فیلم‌های جنگی (دفاع مقدس)، ساخت فیلم‌های کودک و نوجوان، ممانعت از نمایش

۱. سینمای اسلامی، سینمای ملی، سینمای دینی، سینمای مذهبی، سینمای عرفانی، سینمای معناگرا، سینمای مستقل، سینمای ارزشی، سینمای مصلحانه، سینمای دفاع مقدس، سینمای امید، سینمای اجتماعی، سینمای سیاسی، سینمای فاخر، سینمای تجربی، سینمای مخاطب‌محور یا سینمای استراتژیک؟ کدامیک؟

فیلم‌های خارجی، ممنوعیت ویدئو، انتشار فصلنامه نظری، سلیقه‌سازی تماشاگران، درجه‌بندی فیلم‌ها، درجه‌بندی سینماها و انحصار واردات و صادرات فیلم.

۳- سیاست‌گذاران سینما لزوماً براساس ارزش‌های سیاسی خود سیاست‌گذاری کرده‌اند. دولت‌هایی که طی چهار دهه اخیر (از دهه ۶۰ تا ۹۰) در حوزه سینمای ایران سیاست‌گذاری کرده‌اند، براساس ارزش‌های موردنظر خود (و نه لزوماً خواست مردم و مخاطبان)، برای سینمای ایران سیاست تدوین کرده‌اند. به عبارت دیگر در تدوین سیاست‌های سینمایی، نوع نگاه فلسفی سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان از اهمیت بسیار زیاد برخوردار بوده و سیاست‌گذاران سینمایی هر دوره تحت حاکمیت فرهنگ سیاسی برآمده از آن، اقدام به سیاست‌گذاری در حوزه فیلم و سینما نموده‌اند. نتایج تحلیل این سیاست‌ها نشان می‌دهد سیاست‌گذاری‌های سینمایی در ایران همواره از دو گفتمان سنتی (ایدئولوژیک) و مدرن (دموکراتیک) برخاسته است. گفتمان سنتی همواره بر پاسداری از ارزش‌های انقلابی-دینی-اخلاقی در سینما تأکید داشته، درحالی‌که گفتمان دموکراتیک به تبلور ارزش‌های سیاسی-اجتماعی در سینما بیشتر توجه کرده است. سیاست‌گذاران وابسته به گفتمان سنتی سینما را محلی برای ارشاد و موعظه مردم دانسته و بر سینمایی متکی بر ارزش‌های انقلابی و دینی پافشاری کرده‌اند، اما سیاست‌گذاران وابسته به گفتمان دموکراتیک، سینما را وسیله‌ای برای انتقاد اجتماعی و بیان مشکلات و معضلات جامعه تلقی کرده و بر سینمایی متکی بر مردم تأکید کرده‌اند.

سیاست‌گذاران متعلق به گفتمان سنتی همواره بر بایدونبایدی‌هایی چون توجه به ظهور فرهنگ بیداری در سینما، پرداختن به تاریخ اسلام، سیره نبوی، ائمه اطهار، اولیاء، علماء و دانشمندان اسلامی، بازگذاشتن عرصه سینما برای فعالیت افراد حزب‌اللهی، توجه به پیام‌های اخلاقی، رعایت حجاب، عفت، پاک‌ی، نجابت، گذشت، ایثار، قناعت، معنویت، حماسه، تکریم انسان، بهره‌گیری از سنت‌های ملی و مذهبی، توجه به سینمای دفاع مقدس، حفظ شئون اسلامی، پرداختن به جایگاه نماز و رعایت مسائل بهداشتی و ایمنی تأکید کرده‌اند. در مقابل سیاست‌گذاران و مدیران متعلق به گفتمان دموکراتیک، بر مسائلی چون توسعه سیاسی، آزادی بیان و عقیده، مدارا و گفت‌وگو، تساهل و تسامح، انتقادپذیری و تحمل مخالف، پرهیز از خشونت، احترام به رأی مردم، جمهوریت و دموکراسی، شایسته‌سالاری، خردورزی، رعایت حقوق فردی و اجتماعی، دفاع از حقوق زنان، توجه به جوانان، توجه به مسائل سیاسی و اجتماعی، تأکید بر نقش و رسالت اجتماعی و سیاسی سینما، پرداختن به خواسته‌های مردم در فیلم‌ها، نمایش موضوعات و مشکلات حقیقی ملت ایران، جسارت در بیان سینمایی، دفاع از آزادی بیان و عقیده، سینمایی متکی بر مردم، حمایت از فضایی باز و آزاد و شکستن دایره موضوعات مکرر، کاهش دخالت‌های سلیقه‌ای، عدم تقسیم سینماگران به خودی و غیرخودی، حذف سلیقه‌های مدیران و معاونت سینمایی، لزوم نمایش فیلم‌های توقیف‌شده، کاهش دخالت دولت و حذف نظارت‌های مزاحم، عدم اعمال سلیقه فرهنگی، پذیرش خطای فیلم‌سازان، پرهیز از سیاست‌زدگی، جلوگیری از جهت‌گیری‌های جناحی و قانونمندکردن فعالیت‌های هنری پرداخته‌اند.

دو دیدگاه «پاسداری از ارزش‌های انقلاب» و «توجه به ارزش‌های سیاسی و اجتماعی» در بیان سیاست‌گذاران دو گفتمان اصولگرا/اصلاح‌طلب قابل‌شناسایی است. به‌عنوان مثال در گفتمان اصولگرایی با گزاره‌هایی نظیر اینکه «درصدیم سینمای ایران را به نقطه رضایت امام زمان (عج) برسانیم»، «افراد خدمتگزار در سینما چون حاجیان خانه خدا ارزشمندند»، «سینما باید اخلاق، انسانیت و استکبارستیزی را رواج بدهد»، «افق نهایی ما رسیدن به فرهنگ مهدوی است»، «رواج نگاه دینی مطالبه‌ای است که از سینما داریم» و «فیلم‌های خوب نیز در تریبون نماز جمعه به مردم معرفی شود» مواجهیم. به‌همین ترتیب در گفتمان اصلاحات با گزاره‌هایی نظیر اینکه «سینمای ما باید سینمای بخش خصوصی

باشد»، «حاضریم همهٔ اختیاراتمان را به خود اهالی سینما بدهیم»، «بخش خصوصی باید ستون سینمای برازندهٔ جمهوری اسلامی باشد»، «سیاست ما به حداقل رساندن نقش دولت در تولید است»، «حق آزادی را برای هنرمند محفوظ می‌دانیم»، «نظارت باید کاهش یابد» و «سینما باید با رویدادهای اجتماعی و سیاسی پیوند داشته باشد» برخورد می‌کنیم. سیاست‌گذاران سینما در دولت اصلاحات، چشم‌انداز سینمای ایران را «پیوند سینما با رویدادهای اجتماعی و سیاسی» دانسته و آن را نشانهٔ تفکر گسترده‌نگری تلقی می‌کنند. در مقابل سیاست‌گذاران سینما در دولت اصولگرا بر «سینمای امت اسلامی»، «مخاطب جهانی»، «سینمای جهان اسلام» و «انتظار دنیای اسلام» تأکید می‌کنند. آن‌ها به مخاطبانی فراتر از مخاطب معمولی اندیشیده و از لزوم داشتن مخاطبان ثابت جهانی و دائمی سخن به میان می‌آورند و شأن سینمای ایران را سینمای امت اسلامی و سینمای جهان اسلام قلمداد می‌کنند.

۴- سیاست‌گذاران سینما همواره در نزاع ارزشی با یکدیگر بوده‌اند. نکتهٔ مهم اما اینکه مواجههٔ سیاست‌گذاران وابسته به این دو گفتمان همواره حالت تقابل و ستیز (و نه رقابت) با یکدیگر داشته است. به عبارتی هر دو گفتمان همواره در طرد گفتمان مقابل کوشیده و سعی نکرده‌اند با یکدیگر «رقابت» کنند. نکتهٔ مهم‌تر اینکه سیاست‌گذاران هر دو گفتمان، بایدها و نبایدهای خود را بایدها و نبایدهای مردم تلقی کرده، ارزش‌ها و باورهای خود را همان ارزش‌ها و باورهای مردم دانسته‌اند. آن‌ها، همچنین، هرگاه نسبت به سیاست‌های یکدیگر انتقاد داشته‌اند، «مردم» را شاهدی بر ادعای خود گرفته و با این استدلال که سینما با ارزش‌ها و باورهای مردم هماهنگ نشده است، به سیاست‌های فرهنگی و سینمایی یکدیگر تاخته‌اند. درحالی‌که «مردم» غالباً خواست و نظر دیگری داشته‌اند. توقیف فیلم «ستتوری» و عدم نمایش عمومی آن به وسیلهٔ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، به‌رغم اینکه جایزهٔ بهترین فیلم از نگاه تماشاگران را در جشنوارهٔ فیلم فجر سال ۱۳۸۵ (دولت اصولگرا) دریافت کرده بود، یا توقیف فیلم «مارمولک» در نمایش عمومی آن در سال ۱۳۸۳ (دولت اصلاحات) به‌رغم دریافت جایزهٔ بهترین فیلم از نگاه تماشاگران در جشنوارهٔ فیلم فجر سال ۱۳۸۲، نمونه‌ای از تفاوت خواست سیاست‌گذاران سینما با مردم و مخاطبان سینمای ایران در این سال‌هاست.

۵- سیاست‌گذاران سینما در خصوص سینمای انقلاب اتفاق نظر نداشته‌اند. آرمان سیاست‌گذاران سینمای ایران آن است که سینما نقش مهمی در تعالی و رشد فرهنگ جامعه داشته باشد و در جهت تعمیق ارزش‌های انقلاب و صدور آن حرکت کند. اما اینکه کدام نوع سینما می‌تواند در خدمت جامعه و ارزش‌های انقلاب باشد، اشتراک زیادی میان سیاست‌گذاران وجود ندارد. سیاست‌گذاران سینمایی هر دو گفتمان، توافقی در تعریف مشترک از فرهنگ، ارزش، مردم، سینمای ملی و منافع ملی نداشته و برای رسیدن به معنای مشترک در مفهوم ارزش با یکدیگر جنگیده‌اند. هر کدام بر این باور بوده‌اند که سیاست‌های آن‌ها می‌تواند قطار سینمای ایران را به مقصد برساند.

اما سینمای برآمده از سیاست‌های سینمایی در این چهار دهه، اکنون در چه وضعیتی است؟ مهم‌ترین مسائل سینمای ایران درحال حاضر چیست؟ و چه توصیه‌های سیاستی (با عنایت به چهار دهه سیاست‌ورزی در سینمای ایران) می‌توان داشت؟ گزارش حاضر روایتی است از این مسائل و توصیه‌های سیاستی پیرامون آن‌ها که در ادامه به هر یک اشاره می‌شود.

توصیف وضع موجود (با تمرکز بر مسائل)

بیش از ۱۰۰ سال از عمر سینمای ایران و بیش از چهار دهه پس از انقلاب اسلامی از سیاست‌ورزی و سیاست‌گذاری در سینمای ایران می‌گذرد و بیش از ۲۰۰۰ فیلم پس از انقلاب از سوی سینماگران کشور تولید شده است. در این مدت صدها نفر در رشته سینما از دانشگاه‌ها دانش‌آموخته شده‌اند، صدها جایزه جهانی نصیب سینمای ایران شده، سالانه بیش از ۱۵۰ فیلم بلند سینمایی در کشور ساخته و بیش از ۲۰۰۰ فیلم کوتاه به‌وسیله سینماگران جوان تولید شده است. در این سال‌ها چندصد سالن سینما به ظرفیت‌نمایشی کشور افزوده شده است؛ طی چهار دهه اخیر بزرگ‌ترین جشنواره سینمایی کشور (فیلم فجر) هر ساله برگزار شده و جشنواره جهانی فیلم فجر اعتبار بین‌المللی کسب کرده است.^۱ سینمای ایران در این سال‌ها بر بلندترین قله افتخارات جهانی ایستاده و مفتخر به دریافت دو جایزه جهانی اسکار شده است.^۲ اما این سینمای پُرافتخار با مصائب و مسائل متعددی دست به‌گریبان است.

جدول شماره (۱) مهم‌ترین مسائل و مصائب سینمای ایران

| | |
|--|---|
| - تعداد سالن‌های سینما در کشور، برای اکران تمام آثار تولیدشده در سال، کافی نیست. | - سینمای ایران از داشتن سندی ملی محروم است. ^۳ |
| - بسیاری از آثار سینمایی در ترافیک اکران گیر کرده‌اند. | - سیاست منسجمی که سینماگران را در چارچوب مشخصی قرار دهد، وجود ندارد. |
| - سینماگران، دولت و نهادهای حاکمیتی نگاه اقتصادی صحیحی به سینما ندارند. | - سینمای ایران از حیث اقتصادی و تولیدی چشم‌انداز روشنی ندارد. |
| - سینمای ایران فاقد بازار سینما در ایران است. | - غالب تولیدات سینمای ایران میزان هزینه و درآمد متوازی ندارند. |
| - سینمای ایران برای عرضه و فروش محصولات خود در بازارهای جهانی با چالش‌های فراوانی روبه‌روست. | - وضعیت سرمایه‌های ورودی به سینمای ایران مشخص نیست. |
| - سینمای ایران به‌رغم شهرت جهانی‌اش، از حضور جدی در بازار سینمای جهان محروم است. | - سرمایه‌های مشکوک و بادآورده موجب برهم‌زدن نظام تولید در سینمای ایران شده است. |
| - تعداد بازاربایان حرفه‌ای سینمای ایران بسیار کم است. | - برخی نهادهای حاکمیتی در ایران به‌صورت غیرضابطه‌مند برای ساخت فیلم هزینه می‌کنند. |
| - بازاربایی سینمای ایران با دانش و روش‌های روز دنیا فاصله دارد. | - تولید فیلم در ایران وابسته به بودجه‌هایی بیرون از ساختار عرضه و تقاضا در سینما رخ می‌دهد. |
| - سینمای ایران فاقد ضمانت‌های اجرایی لازم برای سرمایه‌گذاری و جلب کمپانی‌های بین‌المللی معتبر فیلم‌سازی است. | - غالب تولیدات با بودجه دولتی یا با بودجه‌های خصوصی بدون درنظرداشتن نیاز مخاطب و با دلایل دیگری صورت می‌گیرد. |
| - تنوع ژانر در سینمای ایران وجود ندارد. | - شرایط تأسیس کمپانی‌های تولید فیلم ایجاد نشده است. |
| - ضعف تشکیلاتی، فقر تجهیزاتی و نبود پشتیبان مالی سینمای ایران را با محدودیت ژانر مواجه کرده است. | - بخش ساخت‌افزایی تولید دارای مشکلات عدیده است. |
| - ژانر کودک مورد بی‌مهری قرار گرفته است. | - مجموعه متنوعی از مطالبات (از جمله مطالبات صنفی) بر زمین مانده است. |
| - فیلم‌های کم‌دی‌سختی بر جریان تولید و عرضه غلبه کرده‌اند. | - سینماگران از نظر امنیت شغلی در محدودیت هستند. |
| - رابطه طبیعی «سینماگران» و «دولت» با «مخاطب» دچار بحران است. | - اکثریت سینماگران از امکانات ساده رفاهی برای زندگی برخوردار نیستند. |
| - سینماروی جایگاه مناسبی در زندگی مردم ندارد. | |

۱. فدراسیون بین‌المللی انجمن تهیه‌کنندگان فیلم (فیافپ؛ FIAPF) در سال ۱۴۰۰ جشنواره جهانی فجر را در ردیف ۱۵ جشنواره برتر جهان قرار داد؛ در کنار جشنواره‌های معتبر سینمایی چون کن (فرانسه)، برلین (آلمان)، ونیز (ایتالیا)، کارلووی واری (جمهوری چک)، لوکارنو (سوئیس)، توکیو (ژاپن)، مسکو (روسیه)، سن سباستین (اسپانیا)، شانگهای (چین)، ورشو (لهستان)، قاهره (مصر)، تالین (استونی)، هند (هند) و ما دل پالاتا (آرژانتین).

۲. فیلم «جدایی نادر از سیمین» (اصغر فرهادی) در سال ۱۳۹۰ و فیلم «فروشنده» (اصغر فرهادی) در سال ۱۳۹۵ جایزه بهترین فیلم خارجی اسکار را دریافت کردند.

۳. نزدیک به یک دهه است که سند ملی سینمای ایران تهیه شده، اما تاکنون به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی نرسیده است.

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - مجوزهای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اعتبار لازم را ندارند. - تبلیغات فیلم‌ها برای سینماگران بسیار پرهزینه است. - شناخت درستی از مخاطبان سینمای ایران وجود ندارد. - کیفیت و تنوع فیلم‌ها به اندازه کافی مخاطبان را اقناع نمی‌کند و سلیق گوناگون را پوشش نمی‌دهد. - ممیزی‌های سلیقه‌ای و خطوط قرمز غیرشفاف فیلم‌سازان را محافظه‌کار کرده است. - فیلم‌ها خنثی از آب درمی‌آیند، از دغدغه‌های مردم و واقعیت جامعه دور شده‌اند و طبعاً جذابیتی برای مخاطب ندارند. - اکران فیلم خارجی همچنان با ممنوعیت‌هایی مواجه است. - اجازه ستاره‌سازی (که لازمه صنعت سینماست) به سینما داده نمی‌شود و به تبع آن قهرمان هم در فیلم‌ها ساخته نمی‌شود. - مدل‌های فعلی تأمین مالی سینما در ایران دارای آسیب است. | <ul style="list-style-type: none"> - عدالت اکران وجود ندارد. - ۹۴ درصد از شهرهای ایران سینما ندارند. - نیمی از جمعیت کشور به سالن سینما دسترسی ندارند. - کمیت و کیفیت سینماهای موجود از استانداردهای جهانی فاصله بسیاری دارد. - سالن‌های سینما متناسب با توسعه محلات شهری در اغلب شهرهای بزرگ کشور توزیع نشده است. - هماهنگی با نهادهایی (چون صداوسیما) که می‌توانند به سینما کمک کنند، وجود ندارد. - سینما تقریباً از پتانسیل تلویزیون برای تبلیغ محصولات خود، بی‌بهره است. - نهادهای غیرتخصصی سینما در امر سینما دخالت می‌کنند. |
|---|---|

به این فهرست جدول می‌توان ده‌ها مسئله دیگر نیز اضافه کرد. این‌ها گوشه‌ای از مشکلات متعدد و متنوع سینمای ایران در عصر حاضر است.

۲۷ سال پیش، محسنیان‌راد در گزارش تحقیق خود درباره سینمای ایران که برای اولین بار در کشور منتشر می‌شد، نوشت: «درحالی‌که ۱۵ سال از تأسیس اولین سالن نمایش فیلم در ایران و ۶۵ سال از تولید نخستین فیلم بلند سینمایی در ایران می‌گذرد، سینمای ایران هنوز با سوالات بی‌جواب بسیاری مواجه است» (۱۳۷۲: ۲۶).

او مشکل عمده سینمای ایران را «سیاست‌گذاری سینمایی پس از انقلاب» بیان کرد. اکنون که نزدیک به سه دهه از این گزارش و نزدیک به چهار دهه از سیاست‌گذاری در سینمای پس از انقلاب گذشته، سینمای ایران همچنان گریبان‌گیر مسائل متعددی است و هنوز نتوانسته از رهاورد سیاست‌گذاری‌های سینمایی و سیاست‌های وضع شده برای سینما بر مشکلات خود غلبه کند، نتوانسته مخاطبان خود را افزایش دهد، به گسترش سالن‌های سینما در حد نیاز بپردازد، تکنولوژی خود را ارتقا بخشد، آرمان‌های انقلاب را به‌طور کامل به تصویر بکشد، میان علما و متدینان مشروعیت بیشتری کسب کند، منتقدان خبره تربیت کند، رشته‌های دانشگاهی را ارتقای کیفی ببخشد، از حقوق مادی و معنوی سینماگران دفاع کند، مانع توقیف تولیدات سینمای ایران شود، سینما را به‌عنوان یک صنعت معرفی کند، قانون سینما را به تصویب برساند، از سینما به‌عنوان یکی از ابزارهای دیپلماسی فرهنگی نظام بهره‌برداری کند، حضور فعال در بازارهای جهانی داشته باشد و به‌عنوان یک صنعت-هنر بتواند چرخه اقتصادی خود را تأمین کند.

به هر روی مسائل سینمای ایران را می‌توان در سه بخش تولید، توزیع (اکران) و مصرف (مخاطب) تقسیم‌بندی کرد که در ادامه به تفکیک، به مهم‌ترین مسائل این سه بخش پرداخته می‌شود؛ ضمن آنکه در ادامه این بخش به مسائل مربوط به جشنواره‌های داخلی و خارجی نیز اشاره می‌شود:

تولید

در بخش تولید فیلم در ایران، «سرمایه» (هزینه تولید فیلم) و «محتوا» مهم‌ترین مسائل گریبان‌گیر سینماگران است. در بخش سرمایه نیز مهم‌ترین دغدغه و نگرانی، امنیت سرمایه‌گذاری در سینمای ایران است و در بخش محتوا، داستان

ممیزی و صدور پروانه ساخت همواره مایه نگرانی و اعتراض سینماگران بوده است. مختصات مسئله‌مندی این‌ها در حوزه سینما به شرح زیر قابل‌روایت است.

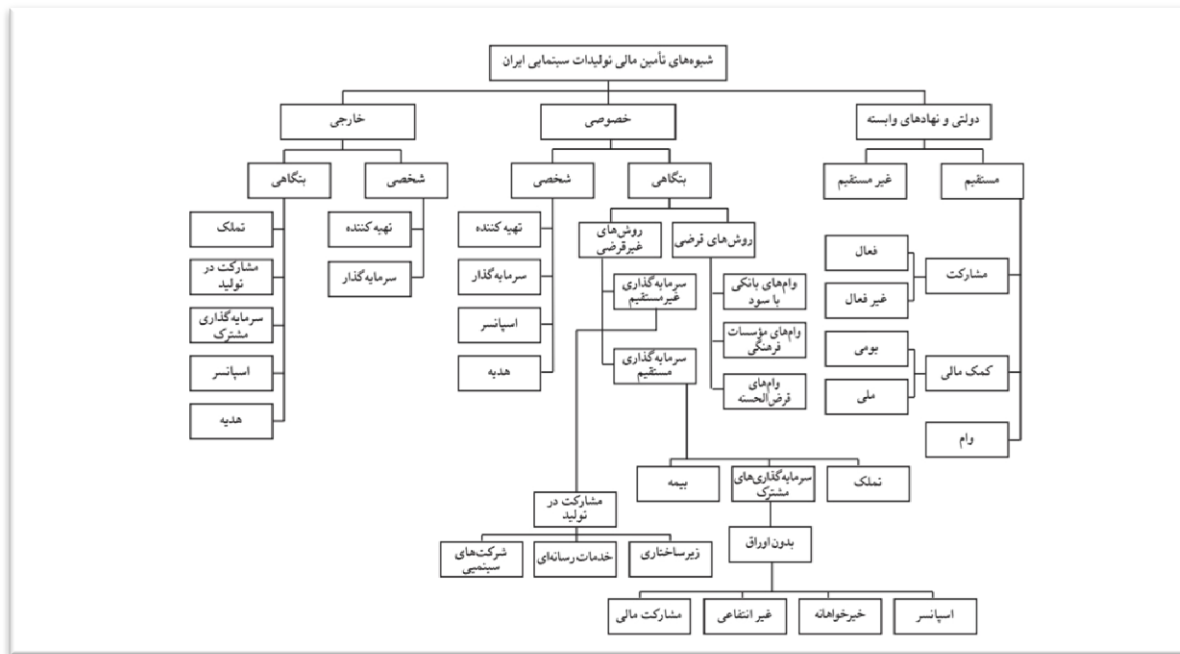
سرمایه ساخت فیلم

هرچند گفته می‌شود ۹۰ درصد آثار سینمایی کشور در بخش خصوصی تولید می‌شود (موسوی، ۱۴ مرداد ۱۳۹۸)، اما همچنان بخش قابل‌توجهی از سرمایه‌گذاری در سینما از سوی دولت تأمین می‌شود و سینماگران انتظار دارند دولت حامی مالی آن‌ها در تولید باشد. مروری بر بودجه سازمان سینمایی در دو سال اخیر نشان می‌دهد، تمرکز این نهاد دولتی بر افزایش بودجه تولید فیلم بوده است.

در حال حاضر سالانه بیش از ۱۰۰ فیلم در سینمای ایران تولید می‌شود. از لحاظ تولید فیلم، ایران جزء ۱۵ کشور اول دنیاست. حمایت‌های دولتی از تولیدات سینمایی در قالب‌های گوناگون (اعم از کوتاه، مستند، تجربی، هنر و تجربه و انیمیشن) صورت می‌گیرد. هم‌اکنون میانگین سرمایه برای یک فیلم متوسط رقمی بین ۴ تا ۸ میلیارد تومان است. برای فیلم‌های اکشن، پُربازیر و خاص، این هزینه گاه تا ۲۰ میلیارد تومان هم افزایش پیدا می‌کند.

با این وصف، به استناد گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۸) سینمای ایران از حیث اقتصادی و تولیدی چشم‌انداز روشنی ندارد. براساس این گزارش «رونق گیشه سینماهای ایران به‌طور غیرمتوازن رخ داده و در نهایت به افزایش کمیت و کیفیت تولید منجر نشده است. در میان آثار سینمای ایران تعداد کمی توانسته‌اند دخل و خرج کنند و غالب آن‌ها میزان هزینه و درآمد متوازی ندارند».

در حال حاضر شیوه‌های تأمین مالی تولیدات سینمای ایران از طریق دولت و نهادهای وابسته به آن، بخش خصوصی و سرمایه‌گذار خارجی صورت می‌گیرد (یاسمی، ۱۳۹۸).



شکل شماره (۱) نمودار شیوه‌های تأمین مالی تولیدات سینمای ایران

منبع: یاسمی، ۱۳۹۸

سینمای ایران در عمل از ویژگی‌های یک صنعت محروم است. تولید در این صنعت براساس ضوابط و مقررات تولید در صنایع دیگر صورت نمی‌گیرد. حمایت‌های دولتی و سرمایه‌های غیرشفاف، مانع از تحقق صنعتی شدن سینمای ایران شده است. تولید فیلم در ایران همچنان در رده «خدمات» قرار دارد، نه «صنعت» و ریسک سرمایه‌گذاری در این بخش ۹۰ درصد است (ناجی، ۱۳۹۶). نتایج پژوهش‌های انجام شده در خصوص مدل‌های فعلی تأمین مالی سینما در ایران، دارای آسیب‌هایی چون دولتی‌شدن سینما، ضعف‌های سینمای دولتی، رانت، عدم شفافیت و فساد، مشکلات سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و مشکلات سیستمی است (صلواتیان، ۱۳۹۸).

براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۸)، سینمای ایران فاقد ساختار پایدار تولید فیلم است. این موضوع باعث شده است تا کمیت و کیفیت تولید فیلم در سینمای ایران تضعیف شود. از سوی سینماگران، دولت و نهادهای حاکمیتی نگاه اقتصادی صحیحی به سینما وجود ندارد. به‌رغم وابستگی سینمای ایران به بودجه و امکانات و تسهیلات دولتی، سینمای ایران اما خود را متعهد به چیزی نمی‌داند، بلکه سانسور را مهم‌ترین معضل خود تلقی می‌کند. علاوه بر این‌ها، به دلیل نبود دغدغه رونق اقتصاد سینما، نبود استمرار خط‌مشی‌ها، نبود اولویت‌بندی صحیح، نبود نقشه راه و سند جامع از یک سو و مبنا قرار گرفتن سیاست‌ها و گفتمان‌های جناحی، مهیانبودن زیرساخت‌ها، نبود همکاری مراجع و نهادهای مرتبط و مهم‌تر از همه فقدان اراده کلی برای رونق اقتصاد سینما از سوی دیگر سبب شده است که اقتصاد سینما در چهار دهه اخیر به هدف رونق و شکوفایی نرسد.

محتوای فیلم‌ها: تفنن یا تفکر؟

محتوای فیلم‌ها (اینکه چه چیزی و چگونه ساخته شود) نیز همواره میان سینماگران و سیاست‌گذاران به‌عنوان مسئله‌ای مهم و غالباً با چالش همراه بوده است. طی چهار دهه گذشته فیلم‌های متعددی به‌رغم برخورداری از پروانه نمایش و استقبال مخاطبان، تنها به دلایلی چون نگرانی و برداشت غلط مسئولان، دچار توقیف شده‌اند.

طی چهار دهه گذشته توقیف فیلم‌هایی چون باشو غریبه کوچک (۱۳۶۴)، بدوک (۱۳۷۰)، آدم برفی (۱۳۷۳)، مارمولک (۱۳۸۲)، سنتوری (۱۳۸۵)، رستاخیز (۱۳۹۲) و قصه‌ها (۱۳۹۲) هر کدام به دلایلی بیشتر سیاسی، نمونه‌ای از مواجهه سیاست‌گذاران با تولیدات سینمای ایران بوده است. طرفه آنکه بسیاری از این فیلم‌ها متعاقباً به نمایش درآمده و موردتحمین قرار گرفته‌اند.^۱

«تولید فیلم‌های درخور جمهوری اسلامی» همواره آرمان سیاست‌گذاران سینمای ایران پس از انقلاب بوده است. ایجاد سینمای «ایرانی، اسلامی و ملی» که «آرمان‌ها و رؤیاهای انقلاب در آن تحقق پیدا کند» همیشه در دستورکار متولیان سینمای ایران قرار داشته است. سینمایی که به تعبیر سیاست‌گذاران، بی‌اعتنا به ارزش‌های غرب باشد، بتواند در این سرزمین تحقق پیدا کند و رنگ‌وبوی فرهنگ خودمان را داشته باشد. سینمایی که هدف غایی و نهایی‌اش سرگرم کردن تماشاگر نباشد و این نکته مهم‌ترین مسئله سیاست‌گذاران در تولید و محتوای فیلم‌ها بوده است. بعد از چهار دهه سیاست‌گذاری سینمای ایران، این پرسش همچنان به‌عنوان پرسشی اساسی مطرح است: آیا سینما باید ویژگی سرگرم‌کنندگی را در خود تقویت کند یا به دنبال فرهنگ‌سازی باشد؟

۱. فیلم مارمولک در مدت اکرانش موردتأیید رهبر انقلاب قرار گرفت و سال‌ها بعد درباره این فیلم چنین گفتند: به آقایان علما هم درباره فیلم مارمولک گفتم که شما باید استقبال کنید (مستند غیررسمی: www.iribnews.ir/fa/news/2965702). فیلم بدوک نیز که در زمان نمایشش توقیف شد، موردتأیید رهبر انقلاب بود (www.tasnimnews.com/fa/news/1392/02/01/445701).

تحلیل سیاست‌های سینمایی سیاست‌گذاران سینمای نوین ایران نشان می‌دهد شعار مسلط سیاست‌گذاران، سینمای متفکر و صاحب اندیشه بوده است، بنابراین فراهم‌آمدن شرایط مناسب ظهور این نوع سینما و حمایت از آن را وظیفه خود می‌دانسته‌اند. هدف آن‌ها مدیریت مطلوب سینماها و تبدیل سینماها به **مرکز فرهنگی** و نیز مواجهه مخاطبان با فیلم فرهنگی حاوی پیام انسانی بوده است.

بدین ترتیب از همان ابتدا جایگاهی برای **سرگرمی** در سینما قائل نمی‌شوند. به باور سیاست‌گذاران پس از انقلاب، سالن سینما یک مرکز فرهنگی است و نه صرفاً مرکزی برای سرگرمی و تفنن. از این رو «ارتقای ذائقه و سلیقه مردم» نسبت به «امور فرهنگی» و سوق دادن مردم به سوی «مطلوبیت و مشکل‌پسندی» به‌عنوان محور سیاست‌های هدایتی آن‌ها تعیین می‌شود.

ممنوعیت ویدئو، ممنوعیت نمایش فیلم‌های خارجی، انحصار واردات فیلم خارجی، افزایش عوارض نمایش آن‌ها، درجه‌بندی فیلم‌های ایرانی، منع درج هرگونه آگهی تبلیغاتی فیلم قبل از دریافت مجوز، درجه‌بندی سینماها، توقیف برخی فیلم‌ها، حذف ستاره‌ها در سینما و انتشار کتاب و نشریه برای نخبگان حوزه فرهنگ و هنر، همه با هدف «دگرگونی تدریجی ذائقه فرهنگی مخاطبان سینما» و ارتقای ذائقه سینمایی مردم انجام می‌شود.

تحلیل سیاست‌های سینمایی دولت‌های پس از انقلاب همچنین نشان می‌دهد به‌کاربردن واژه «سرگرمی» برای سیاست‌گذاران سینما، گویی سخت و ثقیل بوده و از این رو تأکید داشته‌اند بیشتر از واژه «جذابیت» به جای «سرگرمی» استفاده کنند، با این استدلال که «اگر فیلم جذاب باشد، سر همه را گرم می‌کند» (حیدریان، ۱۳۹۶: ۴۰).

ایدئال سیاست‌گذاران سینما البته آن است که فیلم‌ها «هم ایجاد سرگرمی و تفریح کنند و هم تبلیغ و رشد فرهنگی را توأمان داشته باشند». آن‌ها با اعتقاد به اینکه انقلاب ما یک انقلاب فرهنگی است، همواره تأکید داشته‌اند که انقلاب فرهنگی می‌خواهد از ابزار فرهنگی‌اش برای مقاصد فرهنگی استفاده کند، بنابراین قصد اولش، سرگرمی نیست. اگر زمانی نیز بر وجه سرگرم‌کنندگی سینما وانمود کرده‌اند، بر این باور بوده‌اند که اصل سینما سرگرمی نیست. به‌زعم آن‌ها اصل همان «تفکر» است که باید سرگرم‌کننده هم باشد (بهشتی، ۱۳۹۴: ۱۲۶). حتی در ساخت فیلم‌های کودک و نوجوان، انگیزه سیاست‌گذاران تعلیم و تربیت این گروه سنی است (و نه صرفاً سرگرمی کودکان و نوجوانان). آن‌ها سینما را ابزار انسان‌سازی دانسته و تنها «بخشی» از سینما را سرگرمی و تفریح می‌پنداشته‌اند (و نه همه آن‌ها). آن‌ها با تأکید بر وجه فرهنگی سینما معتقد بوده‌اند سینما باید میدان رشدونمای فرهنگ جامعه در نظر گرفته شود و محصول فرهنگ جامعه باشد و نه مثل شهربازی که مردم بیایند و برای چند ساعتی تمدد اعصاب کنند و خوش باشند و بروند (بهشتی، ۱۳۸۸: ۲۴).

سیاست‌گذاران سینمای پس از انقلاب، در شرایطی سینما را برای «سرگرمی» به رسمیت نشناخته‌اند که در مقابل مردم و مخاطبان سینمای ایران، همواره از فیلم‌هایی که جنبه «سرگرمی» بیشتری داشته استقبال کرده و وجه سرگرمی فیلم برای تماشاگران اهمیت داشته است. گزارش غلام حیدری از تماشاگران جشنواره فجر در بهمن ۱۳۶۵ نشان می‌دهد که سینما در ایران همچنان «تفریحی» مردانه، رسانه‌ای جوان‌پسند و مشغله‌ای برای بیکاران و مجردها بوده است. ضمن آنکه مقایسه تعداد مخاطبان فیلم‌هایی که در نمایش عمومی موردقبال بیشتری قرار گرفته با تعداد مخاطبان فیلم‌های منتخب و موردحمایت سیاست‌گذاران سینما (در جشنواره‌های فیلم فجر)، نشان از تفاوت نگاه و خواست مخاطبان و سیاست‌گذاران سینما در این سال‌ها دارد.

به‌عبارت‌دیگر مخاطبان فیلم‌های برگزیده سیاست‌گذاران، در نمایش عمومی همواره از تعداد مخاطبان فیلم‌های دیگر کمتر بوده است. پژوهش «جامعه‌شناسی سیاسی سینمای ایران در دهه ۷۰ شمسی» نشان می‌دهد در این دهه آنچه

مردم و مخاطبان سینمای ایران را به دیدن فیلم‌ها تشویق کرده، صرفاً وجه «سرگرمی» موجود در این فیلم‌ها بوده است. در واقع، در این دوره هرچه از سوی سیاست‌گذاران سینما بر سینما به‌عنوان محلی برای موعظه و ارشاد مردم تأکید می‌شده، در مقابل مردم بیشتر وجه سرگرمی و تفنن سینما را موردتوجه قرار داده‌اند (اسدزاده، ۱۳۸۳).

مواجهه سیاست‌گذاران سینما با مقوله «سرگرمی» را می‌توان مواجهه‌ای از نوع «خوف‌ورجا» و «تردید و سرگردانی» توصیف کرد. به‌یقین می‌توان گفت سیاست‌گذاران سینما در منظومه فکری خود همواره سینما را امری فرهنگی دانسته و تلاش کرده‌اند سالن‌های سینما به‌عنوان مرکز فرهنگی (و نه صرفاً مرکز سرگرمی و تفنن) شناخته شود. در اندیشه آنان، وضع سیاست‌هایی که منجر به فراتررفتن سینما از یک مقوله تفننی بشود که به‌زعم آن‌ها فقط باعث گذراندن اوقات فراغت و سرگرمی عده‌ای است، همواره مایه افتخار بوده است.

تأکید دولت‌ها بر «وجه فرهنگی» هنر سینما، سیاست‌گذاران سینما را همواره در پیگیری مسئله سینما از منظر فرهنگی، مصمم‌تر کرده و «وجه سرگرمی» سینما همیشه در سایه وجه فرهنگی قرار گرفته است. آن‌ها از همان ابتدا با اعتقاد به اینکه «تحقق آرمان‌های فکری-فرهنگی تنها در سینمای متفکر، اندیشمند و هنرمندانه ممکن است»، سینمای تفنن و تفریح را مرتبه نازل سینما دانسته و اکتفا به آن را مذموم پنداشته‌اند (اسدزاده، ۱۳۹۹).

این دو کارکرد (تفنن-تفکر) به ظاهر در مقابل هم هستند، زیرا ممکن است فیلم‌های فاخر و باارزش چندان سرگرم‌کننده نباشند. صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران تولید فیلم در ایران بر این باورند که در سیاست‌گذاری سینما باید دو کارکرد سرگرمی و فرهنگ‌سازی توأمان در نظر گرفته شود؛ توجه صرف به فیلم‌های سرگرم‌کننده سبب تولید فیلم‌های کم‌مایه و باعث کاهش ذائقه مخاطب می‌شود. از سوی دیگر نگاه تک‌بعدی به فرهنگ‌سازی ممکن است مخاطب عام را از رفتن به سینما بازدارد و سینما به‌مثابه صنعت آسیب ببیند. بنابراین در سیاست‌گذاری باید هر دو کارکرد سرگرمی و محتوا موردتوجه قرار گیرد (زادسر، ۱۳۹۸: ۱۱۹).

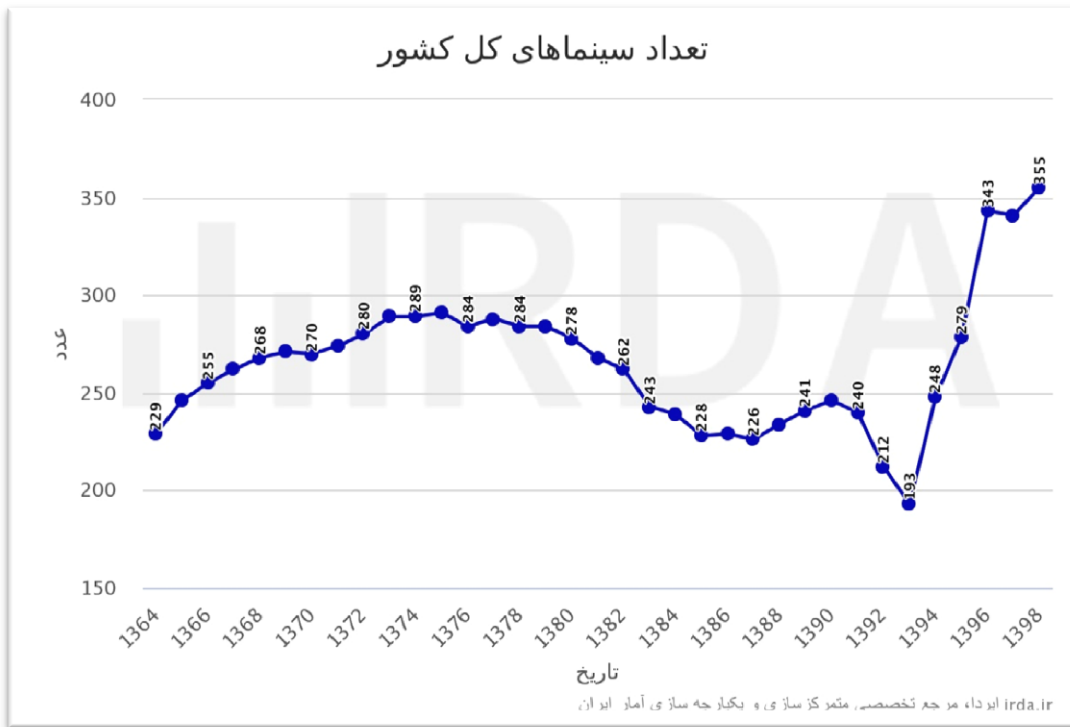
بررسی سیاست‌های سینمایی دولت‌های پس از انقلاب نشان می‌دهد موضوع «مشارکت و نظارت دولتی» در تولید، عرضه و محتوای فیلم‌های سینمایی، به‌ترتیب در دولت‌های جنگ (میرحسین موسوی)، عدالت (احمدی‌نژاد) و سازندگی (هاشمی رفسنجانی)، اصلاحات (خاتمی) و اعتدال (روحانی) بیشترین تمرکز و تأکید را داشته است (سربندی، ۱۳۹۹: ۲۹۰).

توزیع

مهم‌ترین مرحله در چرخه صنعت سینما پس از تولید فیلم، توزیع آن است. نمایش فیلم‌های ساخته‌شده در سینماها، تلویزیون، شبکه نمایش خانگی، جشنواره‌ها و بازار فیلم، مصداق توزیع محصول سینمای ایران است.

سینماها و تعداد آن‌ها

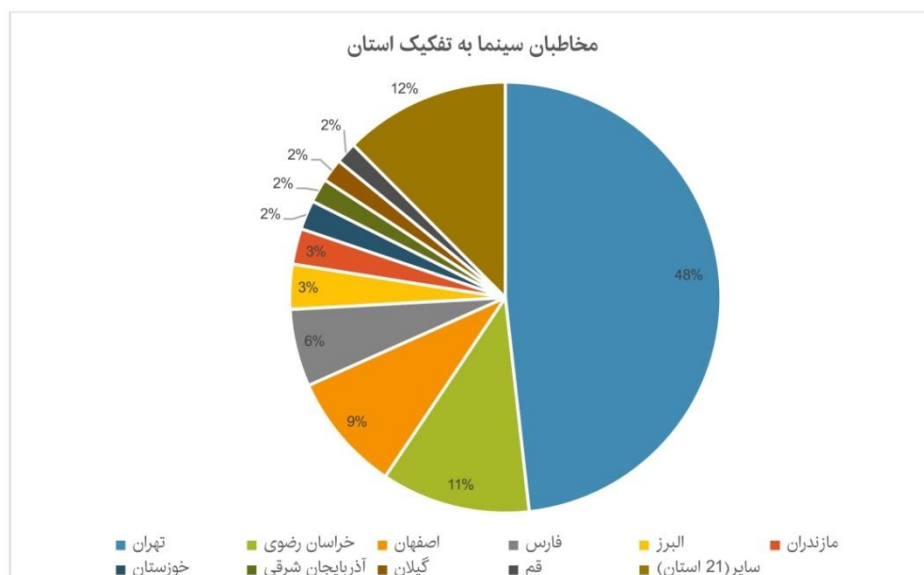
طبق آمار، تعداد سینماهای کشور در سال ۱۳۹۸، ۳۵۵ باب بوده است.



شکل شماره (۲) تعداد سینماهای فعال کشور تا سال ۱۳۹۸

تعداد سینماها نسبت به جمعیت وضعیت مطلوبی ندارد. با توجه به رشد ۱۲۷ درصدی جمعیت پس از انقلاب و رشد منفی ۴۴ درصدی ساخت سینما، این نسبت در مقایسه با استاندارد جهانی بسیار پایین است؛ رقمی که سنجش آن با دیگر کشورها عمق فاجعه را بهتر نشان می‌دهد.

اگرچه در چند سال اخیر با ساخت چند پردیس بزرگ سینمایی، تا حدی این مشکل در شهرهای بزرگ به‌ویژه تهران کمتر شده، اما آنچه بیش از پایین بودن نسبت جمعیت کل کشور به تعداد سینماها نگران‌کننده است، نبود عدالت فرهنگی در توزیع همین سالن‌هاست؛ به طوری که در سال ۱۳۹۷ استان تهران با داشتن ۱۹۰ سالن سینما و ۴۳,۲۰۱ صندلی، یکی از بهترین دسترسی‌ها را برای عموم مردم به سینما فراهم کرده است. در این سال تهران با داشتن ۴۸ درصد کل مخاطبان کشور، بیشترین سهم را از آن خود کرده است. در مجموع، ۸۸ درصد مخاطب کل سینما در ۱۰ استان تمرکز یافته‌اند که از دلایل آن می‌توان به توزیع نابرابر سالن‌های سینما، میزان هزینه فرهنگی در سبد خانوار و ... اشاره کرد. از ۴۲۹ شهرستان در کشور، فقط ۱۴۱ شهرستان دارای سینما و از ۱,۱۹۷ شهر، فقط ۱۵۰ شهر دارای سینما هستند (۱,۰۴۷ شهر کشور سینما ندارند).



شکل شماره (۳) مخاطبان سینما به تفکیک استان

در ایران به ازای هر ۲۵۰ هزار نفر یک سینما وجود دارد (برخلاف استانداردهای جهانی که به ازای هر ۱۰,۰۰۰ نفر یک سینما است)، درحالیکه در چند سال اخیر تعداد سالن‌های سینمایی در برخی از کشورها مانند کره جنوبی، مالزی، امارات بیشتر از ایران شده است.

اما نکته قابل توجه در خصوص سالن‌های موجود اینکه طی سال‌های اخیر (به‌ویژه در دولت‌های یازدهم و دوازدهم)، کلیه سالن‌های کشور به سیستم نمایش دیجیتال تجهیز شده‌اند.

چه تعداد سالن سینما موردنیاز است؟

به استناد آمایش پژوهشی اطلس سینماهای ایران، به فرض دسترسی به ۵۰۰ سالن سینما (طی یکی دو سال آینده)، برای رسیدن به حداقل شرایط استاندارد، در ده سال آینده دست‌کم نیاز به ۳۵۰۰ سالن سینمای دیگر با حدود ۷۰۰,۰۰۰ صندلی است (جعفری‌نژاد، ۱۳۹۸: ۱۶۱).

طبق این پژوهش با توجه به ظرفیت اقتصادی هر استان کشور، میزان استقبال از سینما و درجه محرومیت استان تعداد ۳,۹۳۶ سالن سینما موردنیاز است (جدول ۲).

جدول شماره (۲) تعداد سینماهای موردنیاز در ۳۱ استان کشور

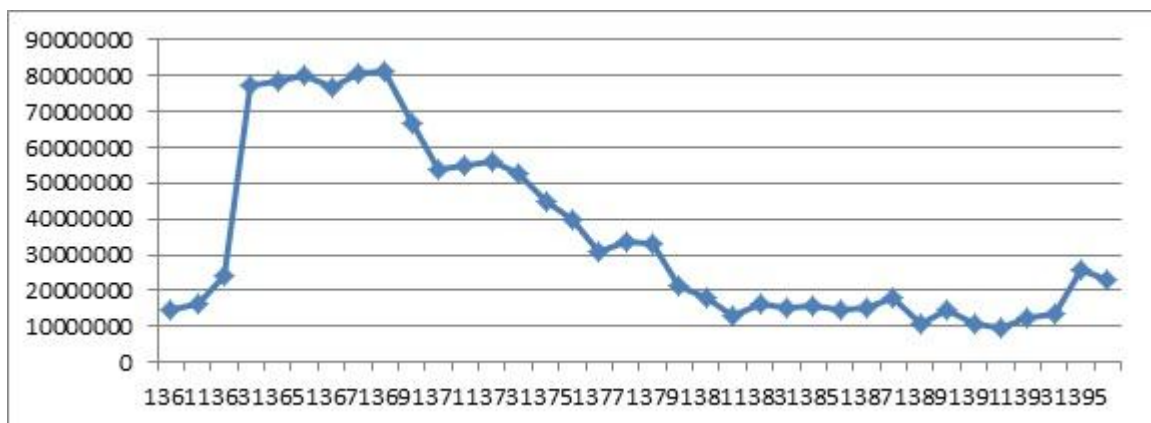
| ردیف | استان | تعداد سالن موردنیاز | تعداد سالن موجود | تعداد کمبود سالن | امتیاز ظرفیت اقتصادی | امتیاز استقبال از سینما | امتیاز درجه محرومیت | جمع امتیاز |
|------|----------------|---------------------|------------------|------------------|----------------------|-------------------------|---------------------|------------|
| ۱ | آذربایجان شرقی | ۱۹۵ | ۲۰ | ۱۷۵ | ۸ | ۶ | ۲ | ۱۶ |
| ۲ | آذربایجان غربی | ۱۵۸ | ۸ | ۱۵۰ | ۶ | ۴ | ۴ | ۱۴ |
| ۳ | اردبیل | ۶۴ | ۴ | ۶۰ | ۶ | ۲ | ۵ | ۱۳ |
| ۴ | اصفهان | ۲۵۴ | ۳۰ | ۲۲۴ | ۱۰ | ۱۰ | ۰ | ۲۰ |

| | | | | | | | | |
|------------------------------|----|----|----|------|-----|------|------------------------|----|
| ۲۰ | ۲ | ۱۰ | ۸ | ۱۲۱ | ۱۵ | ۱۳۶ | البرز | ۵ |
| ۱۳ | ۱۰ | ۱ | ۲ | ۲۸ | ۱ | ۲۹ | ایلام | ۶ |
| ۱۹ | ۷ | ۷ | ۵ | ۴۹ | ۹ | ۵۸ | بوشهر | ۷ |
| ۲۰ | ۰ | ۱۰ | ۱۰ | ۴۴۸ | ۱۷۶ | ۶۲۴ | تهران | ۸ |
| ۱۷ | ۱۰ | ۴ | ۳ | ۴۴ | ۳ | ۴۷ | چهارمحال و بختیاری | ۹ |
| ۱۶ | ۹ | ۳ | ۴ | ۳۰ | ۷ | ۳۷ | خراسان جنوبی | ۱۰ |
| ۲۰ | ۰ | ۱۰ | ۱۰ | ۲۷۹ | ۴۲ | ۳۲۱ | خراسان رضوی | ۱۱ |
| ۱۶ | ۹ | ۴ | ۳ | ۳۵ | ۷ | ۴۲ | خراسان شمالی | ۱۲ |
| ۱۸ | ۶ | ۵ | ۷ | ۲۱۷ | ۱۸ | ۳۲۵ | خوزستان | ۱۳ |
| ۱۹ | ۵ | ۷ | ۷ | ۵۱ | ۱ | ۵۲ | زنجان | ۱۴ |
| ۱۲ | ۶ | ۱ | ۵ | ۲۶ | ۱۰ | ۳۶ | سمنان | ۱۵ |
| ۲۰ | ۱۰ | ۵ | ۵ | ۱۳۵ | ۳ | ۱۳۸ | سیستان و بلوچستان | ۱۶ |
| ۲۰ | ۰ | ۱۰ | ۱۰ | ۲۱۱ | ۲۹ | ۲۴۰ | فارس | ۱۷ |
| ۱۹ | ۴ | ۷ | ۸ | ۵۹ | ۵ | ۶۴ | قزوین | ۱۸ |
| ۱۹ | ۶ | ۷ | ۶ | ۵۸ | ۶ | ۶۴ | قم | ۱۹ |
| ۱۸ | ۸ | ۵ | ۵ | ۷۲ | ۸ | ۸۰ | کردستان | ۲۰ |
| ۱۷ | ۵ | ۴ | ۸ | ۱۴۴ | ۱۳ | ۱۵۷ | کرمان | ۲۱ |
| ۲۰ | ۹ | ۷ | ۴ | ۹۳ | ۴ | ۹۷ | کرمانشاه | ۲۲ |
| ۱۳ | ۱۰ | ۱ | ۲ | ۳۲ | ۳ | ۳۵ | کهگیلویه و بویراحمد | ۲۳ |
| ۱۷ | ۶ | ۵ | ۶ | ۸۴ | ۹ | ۹۳ | گلستان | ۲۴ |
| ۱۸ | ۶ | ۵ | ۷ | ۱۱۵ | ۱۱ | ۱۲۶ | گیلان | ۲۵ |
| ۱۵ | ۱۰ | ۲ | ۳ | ۸۲ | ۶ | ۸۸ | لرستان | ۲۶ |
| ۱۸ | ۵ | ۵ | ۸ | ۱۴۸ | ۱۶ | ۱۶۴ | مازندران | ۲۷ |
| ۱۹ | ۶ | ۶ | ۷ | ۶۴ | ۸ | ۷۲ | مرکزی | ۲۸ |
| ۲۰ | ۷ | ۶ | ۷ | ۸۴ | ۴ | ۸۸ | هرمزگان | ۲۹ |
| ۱۹ | ۶ | ۷ | ۶ | ۷۵ | ۱۱ | ۸۶ | همدان | ۳۰ |
| ۱۷ | ۷ | ۵ | ۵ | ۴۳ | ۱۳ | ۵۶ | یزد | ۳۱ |
| به توضیحات پیوست مراجعه شود. | | | | ۳۴۳۶ | ۵۰۰ | ۳۹۳۶ | جمع | |

(تعداد سالن‌های موجود با احتساب مجتمع‌های فرهنگی در نظر گرفته شده است.)

مصرف (مخاطبان سینما)

حلقه بعدی در زنجیره تولید سینمای ایران (پس از توزیع و اکران) مخاطبان و تماشاگران سینما هستند. آمارها از کاهش مخاطبان سینمای ایران در سال‌های اخیر (نسبت به تعداد تماشاگرانی که در دهه ۶۰ به سینما می‌رفتند) حکایت دارد.



شکل شماره (۴) تعداد تماشاگران سینما در سال‌های ۱۳۶۱-۹۶

منبع: سربندی، ۱۳۹۹

در نیمه دوم دهه ۶۰، تماشاگران سینمای ایران بیشترین میزان را داشته‌اند. اما در دهه ۷۰ تعداد سینماها کاهش پیدا کرده‌اند. سال‌های ۱۳۸۹ و ۱۳۹۲ سینمای ایران کمترین تعداد تماشاگر را تجربه است (حدود ده و نه میلیون نفر). به استناد مرکز آمار ایران و براساس نتایج آمارگیری از فرهنگ رفتاری خانوار در سال ۱۳۹۶، ۸۱٫۱ درصد مردم به سینما نرفته‌اند. سالنامه آماری سینمای ایران در سال ۱۳۹۸ بیانگر آن است که هر ایرانی در سال ۱۳۹۸، ۰٫۳۳ بار به سینما رفته است. نتایج موج سوم پیمایش ملی مصرف کالاهای فرهنگی در ایران (۱۳۹۸) نیز نشان داد ۷۷٫۷ درصد ایرانیان اصلاً سینما نمی‌روند.

جدول شماره (۳) تعداد رفتن به سینما

| درصد خاص | درصد کل | تعداد | | |
|----------|---------|-------|-----------------|---------------------|
| ۰/۰ | ۲۲/۳ | ۳۴۷۴ | بلی | رفتن به سینما |
| ۰/۰ | ۷۷/۷ | ۱۲۱۳۲ | خیر | |
| ۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۱۵۶۰۶ | جمع | |
| ۲۷/۰ | ۶/۰ | ۹۳۸ | یک بار | میزان رفتن به سینما |
| ۲۷/۹ | ۶/۲ | ۹۷۰ | دو بار | |
| ۴۵/۱ | ۱۰/۰ | ۱۵۶۶ | بیشتر از دو بار | |
| ۱۰۰/۰ | ۲۲/۳ | ۳۴۷۴ | جمع | |

منبع: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، موج سوم پیمایش ملی مصرف کالاهای فرهنگی ایرانیان، ۱۳۹۹

طی دو سال اخیر (۱۳۹۸ و ۱۳۹۹) همه‌گیری بیماری کرونا و تعطیلی سینماها نیز بیشترین ضربه را به سینماها زده و بر کاهش هرچه بیشتر مخاطبان سینما افزوده است؛ به گونه‌ای که سینمای ایران در سال ۱۳۹۹ شاهد کاهش ۱۴ میلیونی مخاطب بوده است. بنا بر اعلام سازمان سینمایی، مجموع مخاطبان سینما در سال ۱۳۹۸ بالغ بر ۲۶ میلیون نفر بوده است، در حالی که در سال ۱۳۹۹ (تا شهریور) تعداد مخاطبان سینمای ایران حدود ۳۰۰ هزار نفر بوده است.

اما مخاطبی که به سینما می‌رود، کیست؟

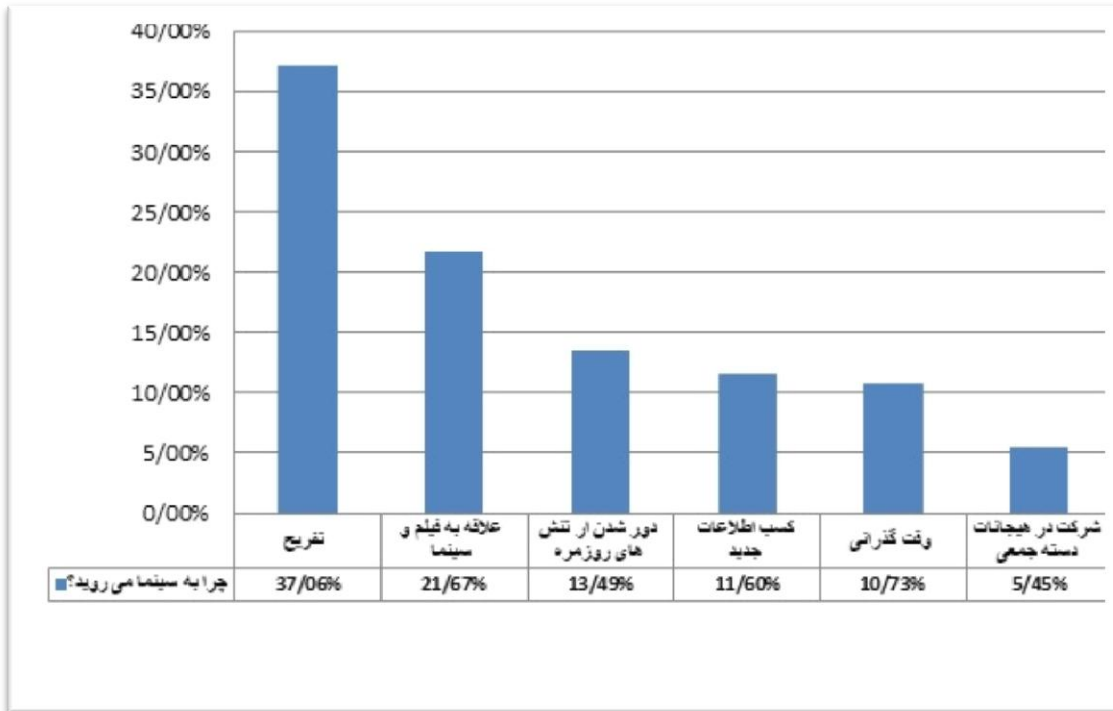
مخاطبان سینما طیف گسترده‌ای از اقشار جامعه را دربرمی‌گیرند؛ در میان مخاطبان سینما کسانی هستند که به‌طور مرتب به این محیط رفت‌وآمد می‌کنند و جزء مشتریان دائمی سینما محسوب می‌شوند، ولی درعین‌حال کسانی هستند که به‌ندرت و گاهی چند سال یک‌بار به سینما مراجعه می‌کنند. آمارها نشان می‌دهد سینمای امروز ایران بسیاری از مخاطبان بالقوه خود را از دست داده است.

امروزه مخاطب به کسی گفته می‌شود که داوطلبانه به محتوا، رسانه یا پیامی روی می‌آورد. براساس نظریه «بازار پیام»، مخاطب امروزی، موجودی منفعل نیست؛ بلکه مصرف‌کننده‌ای فعال و هدف‌گراست که خود تصمیم می‌گیرد از کدام بخش محتوای پیام، چه مقدار و با چه شیوه‌ای استفاده کند. از این‌رو ترغیب تماشاگران برای انتخاب سینما، کاری بسیار دشوار و مستلزم برآورده کردن بسیاری از نیازهای مخاطب است؛ نیازهای مخاطب البته منشأ گوناگون دارد: از برآوردن نیازهای اطلاعاتی و بالابردن دانش و آگاهی، پُرکردن اوقات فراغت و تفریح و سرگرمی تا برطرف کردن نیازهای اجتماعی و غیره.

در خصوص سینماروی ایرانیان، تاکنون پژوهش‌ها و پیمایش‌های مختلفی انجام شده است. هدف این تحقیقات، بررسی عوامل اثرگذار در سینما رفتن مخاطبان بوده است. بیشتر این تحقیقات عوامل محیطی، اقتصادی و اجتماعی را در ترغیب مخاطبان به رفتن به سینما مؤثر دانسته‌اند. پژوهشگران تأکید می‌کنند در مخاطب‌شناسی سینمای ایران، علاوه بر سنجش متغیرهایی چون سن، درآمد و جنسیت، باید عوامل و دلایل دیگری به شرح زیر را نیز سنجید:

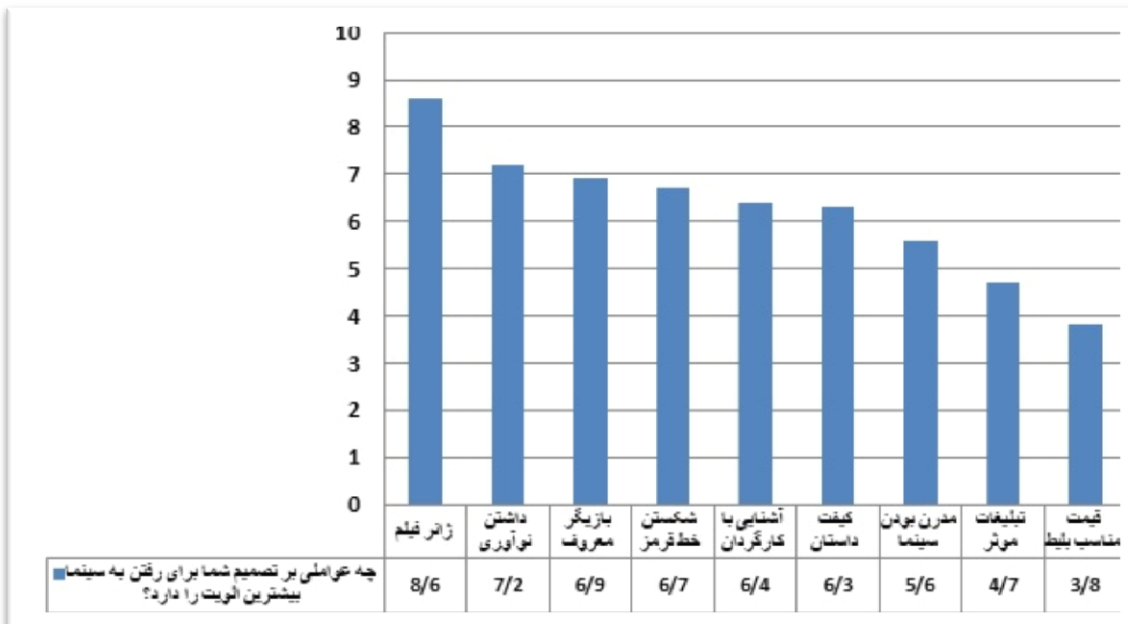
۱. دلایل انتخاب سینما چیست؟
- (مهم‌ترین عامل ترغیب مخاطبان برای رفتن به سینما چیست؟ تفریح، وقت‌گذرانی، علاقه به فیلم و سینما، شرکت در هیجان‌ات دسته‌جمعی، کسب اطلاعات جدید یا دورشدن از تنش‌های روزمره؟)
۲. عوامل تأثیرگذار بر انتخاب فیلم کدامند؟
- (ژانر فیلم، بازیگر مشهور، شناخت کارگردان، تبلیغات فیلم، منطبق‌بودن با واقعیت روزمره، شکستن خط قرمزها، قیمت بلیت، نوآوری در داستان و نمایش فیلم در پردیس‌های سینمایی؟)
۳. گونه سینمایی موردعلاقه چیست؟
۴. الگوی سینما رفتن (براساس همراهان) چیست؟
۵. چگونه از فیلم‌های درحال‌اکران آگاهی پیدا می‌شود؟
۶. تناوب سینما رفتن چگونه است؟

نتایج برخی پژوهش‌های انجام‌شده درباره مخاطبان سینمای ایران نشان می‌دهد مخاطبان (به‌ویژه در سنین پایین‌تر) بیشتر سینما را برای «تفریح» انتخاب می‌کند. با بالا رفتن سن، علاقه به فیلم و سینما و نیز استفاده از سینما به‌عنوان راهی برای شناخت و کسب اطلاعات جدید، نقش بیشتری در انتخاب فیلم‌ها بازی می‌کند.



شکل شماره (۵) دلایل انتخاب سینما از سوی مخاطبان

منبع: شاهی نصرت‌آباد، ۱۳۹۸

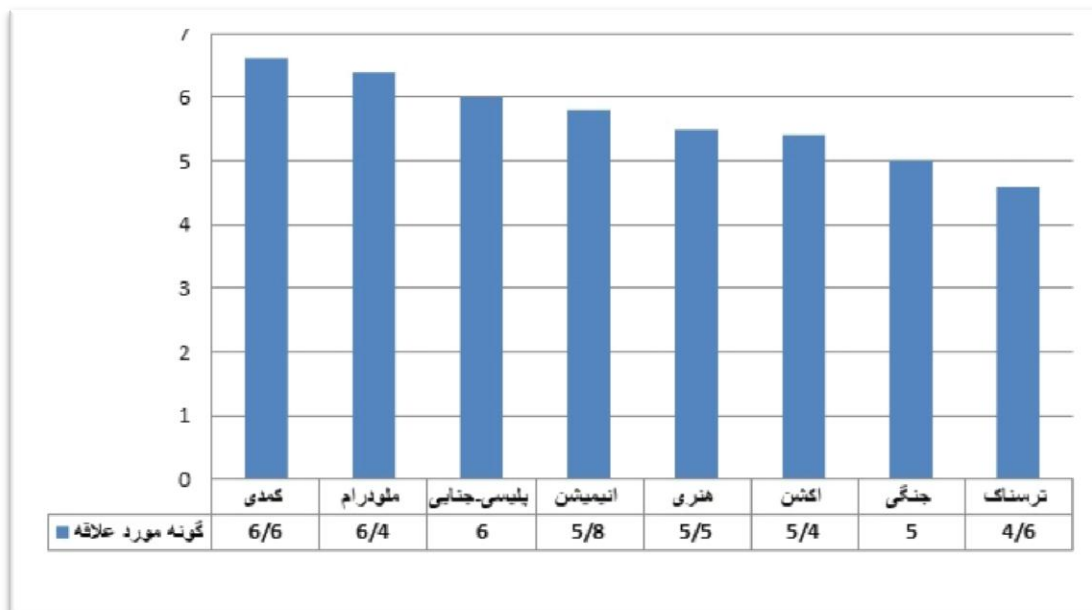


شکل شماره (۶) عوامل مؤثر سینما روی

منبع: شاهی نصرت‌آباد، ۱۳۹۸

پژوهش‌های مخاطب‌شناسی سینمای ایران همچنین نشان می‌دهد که نوع گونه فیلم، نوآر بودن آن، داشتن بازیگر معروف و عبور از تابوها، در اقبال مخاطبان به تماشای فیلم در سینما تأثیرگذار است. آنچه از نتایج این تحقیقات مشخص است، اینکه خود فیلم نقش زیادی در انتخاب مخاطبان بازی می‌کند. به‌عنوان مثال ستاره‌داشتن فیلم از عواملی است که باعث اعتماد و اقبال مخاطبان به فیلم می‌شود. براساس پژوهش شاهی نصرت‌آباد (۱۳۹۸)، ژانر/گونه موردعلاقه مخاطبان سینمای ایران، ژانر کمدی است. اگرچه فیلم‌های موردعلاقه مردم به استناد موج سوم پیمایش ملی «مصرف کالاهای فرهنگی در ایران»، فیلم‌های خانوادگی (اولویت اول) و اجتماعی (اولویت دوم) است،^۱ با این وصف می‌توان گفت هرچند مخاطب ایرانی تشنه آزمون انواع دیگری از فیلم‌هاست، ولی به‌دلیل فقدان فیلم در گونه‌های دیگر و عدم شناخت، عملاً تصویر درستی نیز از آن‌ها ندارد.

به استناد پژوهش‌ها، اولویت اول مخاطب در سینمای ایران برای سینما رفتن، تفریح و سپس علاقه به سینما به‌عنوان یک هنر است. ژانر فیلم مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر انتخاب اوست. بیشترین تمایل همراه شدن برای رفتن به سینما، ابتدا دوستان و سپس خانواده است. همچنان تبلیغات چهره‌به‌چهره و توصیه دوستان و آشنایان مهم‌ترین تبلیغات است و اطمینان مخاطبان برای انتخاب یک فیلم را همراه دارد. درعین حال بیشترین تناوب سینما رفتن نیز در بین مخاطبان سینمای ایران سه ماه یک‌بار است.



شکل شماره (۷) ژانرهای موردعلاقه مخاطبان سینمای ایران

منبع: شاهی نصرت‌آباد، ۱۳۹۸

به‌طورکلی، عوامل سینما روی را می‌توان به این شرح بیان کرد:

- عوامل اقتصادی: درآمد، قیمت بلیت و هزینه‌های جانبی سینما روی
- عوامل اجتماعی: شغل والدین، سواد والدین، طبقات درآمدی و وضعیت مسکن
- عوامل فرهنگی: رسانه، اوقات فراغت، ارزش‌ها، اعتقادات، عادات، تبلیغات، تحصیلات و آموزش فرهنگی

۱. در پرسشنامه موج سوم مصرف کالاهای فرهنگی در ایران، در بخش سینما، گونه کمدی پرسش نشده بود! به‌عبارت‌دیگر گونه کمدی در پرسشنامه درج نشده بود.

- عوامل محیطی: توسعه‌یافتگی سینما، وجود سینما در محله و نوع سینما
- عوامل زمینه‌ای در نظام سینما: زمان‌بندی اکران، کالاهای جایگزین سینما، جشنواره‌ها، میزان عرضه، سانسور و ممیزی و کیفیت فیلم
- به این عوامل می‌توان نیازهای فردی و جمعی مخاطبان را نیز اضافه کرد و آن را در میزان سینماروی آن‌ها مؤثر دانست:
- نیازهای فردی: علائق حرفه‌ای، فرار از روزمرگی و مشکلات، لذت‌جویی و نیاز به آگاهی و شناخت
- نیازهای جمعی: تقویت ارتباط با دیگران، شناخت جامعه، تجربه جمعی فیلم‌دیدن و تجربه فرهنگی (موسایی و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۱۸).



شکل شماره (۸) عوامل مؤثر بر سینما رفتن

منبع: بنیاد توسعه فردا، ۱۳۹۸

به استناد پژوهش‌های انجام‌شده در خصوص سینماروی ایرانیان، مخاطب چون نیازهایش به درستی و کامل در سینما برآورده نمی‌شود، استفاده زیادی از آن نمی‌کند (کیا و شاه‌حسینی، ۱۳۹۳: ۳۲). مخاطب از سینمای ایران برای یک کنش اجتماعی یعنی همدلی و ارتباط با دیگران استفاده می‌کند. این امر دلالت بر رابطه میزان استفاده با نوع فیلم ندارد، ولی همچنان دلالت بر علاقه به شرکت در فراگردی دارد که سینما شکل می‌دهد؛ یعنی همچنان یک لذت فراگردی است، نه محتوایی.

نتایج تحقیقات انجام‌شده در مورد سینماروی ایرانیان نشان می‌دهد مخاطبان از سینمای ایران به‌منظور رفع نیازهای اجتماعی خود (شامل ایجاد همدلی و تقویت، ارتباط با دیگران و شرکت در هیجان‌ات جمعی در سالن نمایش) به میزان زیاد و خیلی زیاد استفاده می‌کند. مخاطب از سینمای ایران در حد پایینی برای استفاده‌های محتوایی بهره می‌برد و در حد زیاد گرایش به استفاده فراگردی از سینما دارد. این استفاده معطوف به تعامل با دیگران است که بر اثر دیدن فیلم به‌وجود می‌آید؛ یعنی بحث‌ها و گفت‌وگوهای پیرامون فیلم و تجربه جمعی هیجان‌ات هنگام حضور در سالن نمایش. بازسازی سینماها به‌منظور بالا بردن کیفیت صدا، تصویر و سرویس‌دهی مناسب، چندساله‌کردن سینماها به‌منظور تنوع اکران فیلم‌ها در یک سینما، سرمایه‌گذاری و حمایت جدی دولت در اکران فیلم‌های روز جهان و رقابت با تولیدات

داخلی به منظور افزایش کیفیت تولیدات داخل، تنوع در اکران و جذب بیشتر مخاطب و رونق سینماها، بهبود وضعیت تبلیغات و اطلاع‌رسانی فیلم‌ها و آزمون شیوه‌های جدید تبلیغاتی، توجه به تنوع و تعدد مضمون محصولات سینمایی برای پاسخگویی به سلیقه و انتظارات گوناگون و اعتلای سینمای کودک و نوجوان می‌تواند از جمله عوامل ترغیب تماشاگر ایرانی به دیدن فیلم در سینما باشد.

به استناد تحقیقات انجام‌شده، ترسیم شخصیت‌های دور از واقعیت در فیلم‌ها، وجود سانسور و ممیزی، شرایط نامناسب سالن‌ها، بالابودن قیمت بلیت و نبود تنوع در محتوای فیلم‌ها، از عوامل گریز مخاطب از سینمای ایران شناخته می‌شوند (بنیاد توسعه فردا، ۱۳۹۸).

جشنواره‌های داخلی و خارجی

ارائه و نمایش فیلم‌ها در جشنواره‌ها، مصداقی از توزیع و اکران فیلم‌هاست. در حال حاضر جشنواره فیلم فجر مهم‌ترین جشنواره سینمایی کشور است که از سال ۱۳۶۱ برپا و تاکنون سی‌ونُه دوره آن برگزار شده است.

جشنواره فیلم فجر

جشنواره فیلم فجر از همان ابتدای تأسیس با هدف «طرح مسائل سینمای ایران»، «حمایت و تشویق نیروهای جوان»، «جلب توجه مسئولان کشور به امر سینما و فیلم‌سازی» و «بیان ارزش‌های فرهنگی مورد قبول جامعه از طریق تولید» برگزار شد. در واقع همان آرمان‌ها و اهدافی که در جریان فیلم‌سازی کشور دنبال می‌شد، در جشنواره نیز دنبال شد و این جشنواره به‌مثابه فرصتی برای ارائه کارنامه فعالیت یک‌ساله سینمایی ایران و یکی از ستون‌های جریان فیلم‌سازی در کشور تلقی گردید.

در سال‌های متمادی، سیاست‌گذاران سینمای ایران برنامه‌ها و سیاست‌های خود را از طریق جشنواره فیلم اعلام کرده و جشنواره را محملی برای بررسی کارنامه یک‌سال فعالیت سینمای ایران تلقی کرده‌اند. سیاست‌گذاران سینمای ایران در چهار دهه اخیر، از طریق جشنواره فیلم فجر تلاش کرده‌اند تا سینمای مورد نظر دولت را شکل دهند. از همان اوان «ایجاد سینمای ملی متناسب با فرهنگ اسلامی و متأثر از جریان فرهنگی انقلاب» و «حراست از هویت انقلاب اسلامی و آرمان‌های آن» از اهداف برگزاری جشنواره فیلم فجر اعلام شده و این جشنواره به‌عنوان یکی از کارآمدترین اهرم‌های **هدایت** سینمای ایران پس از انقلاب در نظر گرفته شد. هرچند در سال‌های اخیر نمی‌توان چنین نقش و اهمیتی را برای جشنواره متصور بود.

تلاش سیاست‌گذاران سینما در هر دوره جشنواره فیلم فجر این بوده که با گزینش فیلم‌سازان برتر، سرمشق‌های مطلوب سینمای آرمانی را (هم برای فیلم‌سازان و هم برای مخاطبان سینما و مردم) ترسیم کنند و جریان فیلم‌سازی در کشور را جهت دهند. در سیاستی اعلام‌نشده، «بهترین فیلم» هر دوره جشنواره فجر، نمایانگر سیاست‌گذاری‌های مسئولان سینمایی و الگوی مورد نظر آنان در **سینمای مطلوب** تلقی شده است. در واقع از منظر متولیان و سیاست‌گذاران سینما جشنواره فیلم فجر فرصتی بوده تا به‌واسطه آن بسیاری از بخش‌های برنامه دولت در شکل‌گیری و تداوم سینما مطرح یا در آن جمع‌بندی شود.

آرای هیئت داوران جشنواره فیلم فجر نیز در تمامی دوره‌ها و در بخش معرفی «بهترین فیلم»، تنها نشانه‌ای از اعلام نظر غیررسمی سیاست‌گذاران سینمای ایران درباره نوعی از سینماست که قرار است مورد تأیید قرار بگیرد و حمایت شود. به عبارت دیگر عنوان «بهترین فیلم» هر دوره جشنواره فیلم فجر به فیلم‌هایی تعلق گرفته که بیشتر مبلغ سینمای مورد نظر دولت بوده است. در واقع ارزش‌های تأکیدشده در فیلم‌های منتخب جشنواره فیلم فجر در هر دوره، به میزان زیادی با آنچه از سوی سیاست‌گذاران همان دوره به عنوان بایدها و نبایدهای سینما مطرح شده، همخوانی دارد. انتخاب این فیلم‌ها به عنوان «بهترین فیلم»، از یک سو نشان‌دهنده جهت‌گیری‌های محتوایی سیاست‌گذاران سینمایی در جشنواره‌های فیلم فجر و از سوی دیگر نشان‌دهنده تأثیر سیاست‌گذاری‌های سینمایی بر تولیدات سینمای ایران است. داوران جشنواره فیلم فجر نیز در تمامی ادوار آن در چهار دهه اخیر، به گونه‌ای انتخاب شده‌اند که ملاحظات سیاست‌گذاران فرهنگی و متولیان سینمای کشور را مدنظر داشته باشند.

جشنواره فیلم فجر از این حیث که توانسته نزدیک به چهار دهه در کشور برگزار شود، یک سرمایه مهم ملی محسوب می‌شود. اما در حال حاضر معضل اساسی آن، فقدان مرزبندی در «هویت» جشنواره است که باعث شده نوسان و بلاتکلیفی در نگاه به اهداف جشنواره وجود داشته باشد. به زعم صاحب‌نظران جشنواره فیلم فجر در سال‌های اخیر از بُعد هنری و فرهنگی خود دور شده و به بُعد سیاسی نزدیک‌تر شده است که این مسئله برای جشنواره یک معضل جدی محسوب می‌شود. از این رو در این سال‌ها تلاش شده شاخص‌ها و معیارهای ارزشیابی فیلم‌های جشنواره فیلم فجر شناسایی و تدوین شود تا علاوه بر صراحت‌بخشیدن به قوانین و مقررات جشنواره، به هویت‌مندتر شدن جشنواره فیلم فجر و مشخص شدن بیشتر اهداف کلی و جزئی آن نیز کمک کند.^۱

همچنین جشنواره فیلم فجر که بزرگ‌ترین رُخداد فرهنگی سالانه در ایران است، هنوز از یک سیاست‌نامه یا آیین‌نامه باثبات که دچار تحول ساختاری نشود، برخوردار نیست. به استناد پژوهش خجسته و همکارانش، معیارهای داوری در جشنواره فیلم فجر بسته به عواملی چون رویکردها و اهداف جشنواره، سیاست‌گذاری‌های دبیر و معاونت سینمایی، نحوه ورود فیلم‌ها به جشنواره و مهم‌تر از همه مسیر فرآیند انتخاب داوران است (۱۳۹۹: ۱۱۰). ضمن آنکه معیارهای داوری در این جشنواره از شرایط زمینه‌ای همچون ماهیت رقابتی جشنواره، تأثیرات حال‌وهوای زمانه برگزاری، انباشت تجارب تاریخی ناشی از برگزاری جشنواره در دوره‌های قبل و پیگیری هم‌زمان ملاحظات سیاسی و هنری تأثیر می‌پذیرد؛ اما عواملی چون سیاست‌زدگی، واگذاری کلیه مراحل داوری به صنوف سینمایی، توجه صرف به محتوا و موضوع آثار (به جای رویکرد جامع‌تر مبتنی بر ویژگی‌های هنری، تخصصی و محتوایی و ترکیب آن‌ها) با داوری ضابطه‌مند جشنواره سازگار نیست و با آن تداخل پیدا خواهد کرد. این پژوهش هشدار می‌دهد مورد وثوق نبودن نتایج جشنواره برای سینماگران و در مقابل پذیرش و مطلوبیت آن برای حاکمیت یا غلبه اراده‌های فردی بر استراتژی‌های فرهنگی، هنری و رسانه‌ای پیامدهای داوری بدون معیار جشنواره خواهد بود.

حضور در جشنواره‌های خارجی

سیاست‌گذاران سینمای ایران همواره دو دیدگاه متضاد درباره حضور فیلم‌های ایرانی در جشنواره‌های خارجی داشته‌اند:

۱. طرح پژوهشی «شناسایی و رتبه‌بندی شاخص‌ها و معیارهای ارزشیابی برای اهدای جایزه در جشنواره بین‌المللی فیلم فجر» در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات اجرا شده است. براساس این طرح، شاخص‌ها و معیارهای ارزشیابی اهدای جایزه در جشنواره بین‌المللی فیلم فجر در بخش سودای سیمرغ و از منظر عوامل کلیدی تولید که در میان سینماگران بر آن توافق و اجماع وجود دارد، با هدف ارتقای کیفیت ارزیابی فیلم‌های سینمایی در این جشنواره تدوین شده است.

۱. گروهی که حضور بین‌المللی را یکی از برنامه‌های اصلی دولت در عرصه سینما اعلام کرده و صدور فیلم ایرانی به بازارهای جهانی را به‌عنوان یکی از اهداف استراتژیک سینمای ایران تلقی کرده‌اند. این گروه از سیاست‌گذاران همواره سعی کرده‌اند در محافلی که به‌زعم آن‌ها به‌دلیل در دنیا مهم تلقی می‌شوند، حضور یابند و فیلم‌سازان را نیز تشویق به حضور در این محافل کنند. به اعتقاد آن‌ها سینمای ایران به‌عنوان بخشی از دیپلماسی فرهنگی و در چارچوب دیپلماسی عمومی می‌تواند از فرصت شرکت در جشنواره‌های خارجی برای تقویت ارتباط بین‌ملتها و تأثیر بر افکار عمومی استفاده کند.

۲. گروهی که جشنواره‌های خارجی را ابزاری سیاسی و اعطای جوایز به فیلم‌های ایرانی را «جهت‌دار و گزینشی» و برخاسته از «سیاه‌نمایی» فیلم‌ها قلمداد می‌کنند که به‌زعم آن‌ها تاراج حیثیت و شرافت کشور را نشانه رفته‌اند. به باور این گروه از سیاست‌گذاران، جشنواره‌های خارجی ابزار جبهه استکبار در چارچوب سناریوی فروپاشی جمهوری اسلامی است و هشدار می‌دهند که هرگونه مقهورشدن در برابر گفتمان لیبرالیسم فرهنگی، راه را بر آفرینش‌های ذوقی و هنری هم‌سنگ با فحواي انقلاب و آموزه‌های آسمانی آن به‌وسیله هنرمندان دردآشنا خواهد بست.^۱

سیاست‌گذاران گروه اول اما بر این باورند که باید اجازه ساخت فیلم‌های انتقادی و نیز نمایش آن‌ها در جشنواره‌های خارجی را داد، زیرا اینکه فکر کنیم بایستی نقاط ضعف را بپوشانیم تا چهره سرزمین اسلامی مان منفی و مخدوش مطرح نشود، درست نیست. آن‌ها معتقدند که «بسیاری از مفاهیم انسانی را در فضای مرفه و مجلل نمی‌توان مطرح و منتقل کرد». این گروه از سیاست‌گذاران بر این نظرند که نمایش این فیلم‌ها نیز می‌تواند در صدور انقلاب و ارزش‌ها به مخاطبان خارجی موفق باشد. آن‌ها معتقدند صنعت فعال سینمای ایران، دارای گنجینه‌ای از فیلم‌های انسانی و مبتنی بر مکارم اخلاقی اسلامی است که تماشای آن‌ها از سوی ملت‌های دیگر می‌تواند چهره‌ای واقعی و مهربان از اسلام و مسلمان به دنیا عرضه کند.

اما در خصوص حضور سینمای ایران در عرصه جهانی، سینمای کودک یکی از برگ‌های برنده ایران در سینمای جهان می‌تواند باشد (همان‌گونه که از ابتدای حضور جهانی سینمای پس از انقلاب چنین بود). سینمای کودک عرصه‌ای است که می‌تواند مخاطب جهانی‌اش را پیدا کند و اشتراکات بیشتری در این عرصه بین کشورهای مختلف وجود دارد.

توصیه‌های سیاستی

مهم‌ترین پیشنهاد این نوشتار، تصویب سند ملی سینمای ایران است. سند ملی سینمای ایران، در حقیقت بر مبنای اسناد بالادستی شامل قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران که در آن وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مشخص شده است، اصول و سیاست‌های فرهنگی، وظایف شورای عالی انقلاب فرهنگی و اسناد برنامه‌های توسعه ۵ ساله جمهوری اسلامی ایران در کمیسیون هنر و معماری شورای عالی انقلاب فرهنگی تهیه و تنظیم شده است. در این سند به تولید

۱. برگرداندن فیلم «آبادانی‌ها» (کیانوش عیاری، ۱۳۷۱) از جشنواره فیلم کن در سال ۱۳۷۲ از سوی وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی به بهانه «نمایش سیه‌روزی‌های یک جنگ‌زده آبادانی» یا تحریم اسکار در سال ۱۳۹۱ از سوی وزیر ارشاد دولت دهم، نمونه‌ای از اقدام این گروه از سیاست‌گذاران در مواجهه با جشنواره‌های خارجی است.

محتوا، مشارکت‌های عمومی، فن‌آوری‌های روز، کارآمدی نظام نظارتی و به‌ویژه رکن اساسی سند ملی سینما یعنی مردم، صنوف و دولت پرداخته شده است.

این سند ۳۱ تیر ۱۳۹۳ در مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری بررسی شده، اما تاکنون به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی نرسیده است. این سند به‌دنبال «تبیین و تشریح راهبردهای سینمای ایران» است که به‌عنوان «سینمایی معرفت‌بخش» شناخته شود. بررسی راهبردها، ظرفیت‌سازی برای حمایت از سینمای ایران، تولید دانش و ادبیات مبتنی بر ارزش‌های اسلام و نظام جمهوری اسلامی ایران، حمایت و تولید فیلم مبتنی بر ادبیات انسانی با در نظر گرفتن چارچوب‌های نظام اسلامی ایران از دیگر اهداف این سند اعلام شده است. همچنین آموزش نیروی انسانی، اصلاح و ارتقای اخلاق حرفه‌ای در سینما و ایجاد انگیزه در نهادهای دینی برای حمایت از سینما، از دیگر چشم‌اندازهای این سند سینمایی تعیین شده است.

نقش نهادهای مختلف مرتبط با جریان سینما از صداوسیما تا حوزه هنری نیز در این سند مشخص شده است، حتی وظایف قوه قضائیه و نیروی انتظامی نیز در صیانت از صنوف سینمایی و فعالان سینمای ایران دیده شده است.

مسائل دیگری که در این سند به آن توجه شده است، بحث تولید، عرضه و نمایش است. همچنین مبحث امنیت شغلی، ممانعت از انحصارگرایی، گسترش اخلاق حرفه‌ای، رشد و بالندگی صنعت سینمای ایران در منطقه و جهان و همکاری‌های بین‌المللی، صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری در صنعت سینمای ایران به‌منظور تشویق سرمایه‌گذار داخلی و خارجی، ایجاد کمیته مشترک بازرگاری در شیوه‌های آموزشی صنعت سینمای ایران (در این بخش وزارت آموزش و پرورش و وزارت علوم و تحقیقات باید بتوانند نظام‌نامه آموزشی سینمای کشور را تنظیم و آماده کنند) نیز در این سند به‌صورت کلی آمده است که جزئیات آن به‌وسیله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بررسی می‌شود. این سند موارد مختلف از جمله آموزش، تولید، عرضه بین‌الملل، امنیت شغلی، صنوف و ... را مورد توجه قرار داده و اقتصاد سینما را به‌عنوان یکی از محورهای در نظر گرفته است.

مهم‌ترین اقدام در عرصه سیاست‌گذاری سینمای ایران می‌تواند تصویب این سند باشد. داشتن سندی راهبردی می‌تواند به‌عنوان یک نقشه راه عمل کند و مسئولان بر مبنای آن برنامه‌ریزی کرده و آن‌ها را از انحرافات و اعمال سلیقه بازدارد. اما با عنایت به آنچه که در باب مسائل گفته شد و با توجه به نتایج و یافته‌های پژوهش‌های انجام شده، برای هر سه بخش تولید، توزیع (اکران) و مصرف سینمای ایران می‌توان توصیه‌هایی سیاستی به این شرح ارائه کرد:

بخش تولید

۱. ایجاد بانک اطلاعاتی مفید برای صنعت سینمای کشور
۲. ایجاد تعادل میان عرضه نیروی انسانی ماهر در عرصه صنعت سینما (مبحث آموزش)
۳. ایجاد امنیت شغلی برای سرمایه‌گذاران در بخش‌های مختلف صنعت سینما (تولید، توزیع و سالن‌داری و تلاش در جهت تمرکز مالی برای بهره‌برداری سنجیده از سرمایه‌های جمع شده)
۴. تأکید بر نقش نظارتی و هدایتی دوه‌الت (و نه تصدی‌گری آن)
۵. فراهم کردن انگیزه‌های مالیاتی برای نهادهای مشارکت‌کننده در تولید فیلم
۶. گسترش مشوق‌های تولید و تشویق بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در سینما
۷. ایفای نقش تسهیلگر حامی از سوی دولت

بخش توزیع

فقدان بازار سینما در ایران، مهم‌ترین دلیل کوچک‌ماندن سینمای ایران دانسته می‌شود. در حال حاضر عرضه و مصرف محصولات سینمایی در کشور از قواعدی خارج از قواعد داخلی سینما پیروی می‌کند و تولید فیلم در ایران وابسته به بودجه‌هایی بیرون از ساختار عرضه و تقاضاست. غالب تولیدات سینمایی در ایران با بودجه دولتی یا با بودجه‌های خصوصی بدون در نظر داشتن نیاز مخاطب و با دلایل دیگری صورت می‌گیرد. از این رو سینما و تولیدات آن نسبت به مخاطب خود فارغ است.

همچنین عرصه تولید بدون پیگیری تعهد خود به کیفیت محصول، به شکلی اقتضایی و با هدف رسیدن به بالاترین سود ممکن در کوتاه‌مدت وارد میدان می‌شود. لذا بازار سینما در ایران شکل نگرفته است. از این رو «تأسیس بازار سینما» و تقویت دو بخش اساسی آن یعنی «تولید» و «مخاطب» را می‌توان از مهم‌ترین سیاست‌ها در سینمای ایران دانست. برای دستیابی به این هدف، سه راهبرد اساسی پیشنهاد می‌شود:

الف- «تأسیس ساختار پایدار تولید فیلم»

ب- «سامان‌دهی پول‌های ورودی به سینمای ایران»

ج- «کشف و افزایش مخاطب سینمای ایران»

مجموع این پیشنهادها، سینمای ایران را به سمت تأسیس بازار گسترده در سطح ایران و منطقه راهبری کرده و منجر به ایجاد ساختار تولید پایدار (که کمیت و کیفیت تولید را افزایش می‌دهد) و نیز گسترش مخاطب سینمای ایران برای منافع ملی می‌شود (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۸).

همچنین بیمه کردن تولیدات سینمای ایران، اعتبار قائل شدن برای پروانه ساخت و حمایت همه‌جانبه دولت از آن، باید از مهم‌ترین اقدامات دولت در صیانت از تولیدات سینمای ایران باشد.

در رابطه با جشنواره فیلم فجر، بررسی دوره‌های مختلف جشنواره نشان می‌دهد روند فعلی جشنواره در مرحله انتخاب آثار و بخش داوری نیازمند بازنگری و اصلاح است. بنابراین یک پیشنهاد بنیادین و دو پیشنهاد اصلاحی ارائه می‌شود: پیشنهاد بنیادین که باعث تغییر کلی روند جشنواره است، اینکه جشنواره به عنوان جشن رسمی سینمای ایران در دهه فجر، صرفاً به عنوان زمانی برای نمایش جدیدترین تولیدات سالانه سینمای ایران برگزار شود و در این بخش به جای استفاده از هیئت داوران، نظرات عموم تماشاگران تعیین‌کننده بهترین فیلم جشنواره باشد. در این صورت جشن خانه سینما برای تعیین برترین‌های هر بخش، به نظر اجماعی متخصصان هر رشته سپرده شود. همچنین پیشنهاد می‌شود:

۱. انتخاب فیلم‌ها برای بخش مسابقه به کانون‌های صنفی هر کدام از صنوف سینمایی واگذار شود.

۲. یکی از دو مدل رایج جشنواره‌ای در جهان (استفاده از آرای آکادمی یا تعیین سیاست‌های کلی هر دوره تحت هدایت رئیس هیئت داوران) انتخاب شود.

در رابطه با حضور در عرصه جهانی، جدا از اقدامات دولت برای حضور در این عرصه، شرکت‌های سینمایی نیز باید قابلیت‌های لازم را برای حضور در این عرصه به دست آورند و البته دولت موظف است بسترهای لازم را در این خصوص فراهم کند.

فضای ملی، بستر روابط بین‌المللی و قابلیت‌های زنجیره ارزش صنعت سینما، سه عامل مهم در آمادگی این شرکت‌ها و ورود آن‌ها به بازارهای جهانی است. توصیه می‌شود در این سه بخش، اقدامات زیر صورت گیرد:

- الف- فضای ملی:** برای اصلاح و متناسب‌سازی فضای رقابتی ملی کشور، پیشنهادهای کلی به‌ترتیب اولویت عبارتند از:
۱. سازگارسازی قوانین و مقررات با نیازهای راهبردی صنعت از جمله: اصلاح قانون مالکیت معنوی، حمایت نظام‌مند و هدفمند از تولید آثار سینمایی، اصلاح ساختار مالکیتی و مدیریتی صنعت (از طریق تغییر واقعی از نظام مالکیت و مدیریت دولتی به نظام مالکیت و مدیریت خصوصی) با هدف انعطاف‌پذیری و سازگاری بیشتر با الزامات بازار جهانی
 ۲. ایجاد زیرساخت‌های حقوقی و مشوق‌های لازم برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در توسعهٔ زیرساخت‌های سینمایی (ساخت شهرک‌های سینمایی و سالن‌های سینمایی)
 ۳. اصلاح و نظام‌مندسازی سیاست‌های حمایتی و تعرفه‌ای، سرمایه‌گذاری و اعطای تسهیلات ترجیحی برای ایجاد مراکز تخصصی و کارآمد پژوهشی و آموزشی
 ۴. بسترسازی برای طرح امنیت شغلی و رفاه اجتماعی هنرمندان
 ۵. پیش‌بینی و اجرای اقدامات حمایتی برای صادرات فیلم با تأمین و پرداخت هزینه‌های بازاریابی بخش خصوصی و اعطای جایزهٔ صادراتی به دفاتر خصوصی فعال در بخش بین‌الملل
 ۶. اعطای شفاف و مستقیم کمک‌های ساخت فیلم
 ۷. جهت‌دهی یارانه‌ها به نظام توزیع، مصرف کالا و خدمات سینمایی
 ۸. امنیت‌بخشی به فضای کسب‌وکار سینمایی از طریق شفاف‌سازی قواعد نظارتی و خطوط قرمز
 ۹. تقویت و توسعهٔ متوازن صنایع پشتیبان صنعت سینما به موازات رشد و توسعهٔ صنعت سینمای کشور
 ۱۰. کاهش ریسک سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در صنعت سینمای کشور به‌منظور جذب و هدایت سرمایه‌های داخلی و خارجی برای توسعهٔ صنعت سینما در کشور که از ضرورت‌های صنعت سینما برای کسب آمادگی رقابتی است.
- ب- بستر روابط بین‌المللی:** بستر روابط بین‌المللی دومین عامل مؤثر در آمادگی شرکت‌های سینمایی است. در این صورت پیشنهاد می‌شود در راستای اصلاح و بهینه‌سازی روابط بین‌المللی (میان ایران و جامعهٔ جهانی) این راهکارها به‌صورت نظام‌مند عملیاتی شوند:
۱. هدفمندکردن جهت‌گیری‌های دیپلماتیک در راستای گسترش و تقویت مناسبات فرهنگی
 ۲. تشویق سفارتخانه‌ها و رایزن‌های فرهنگی به‌منظور زمینه‌سازی برای صدور محصولات فرهنگی یا شکل‌گیری همکاری‌های بین‌المللی
 ۳. برنامه‌ریزی برای توسعهٔ روابط همکاری با سایر کشورها برای ایجاد بازار بین‌المللی عرضهٔ فیلم
 ۴. مشارکت‌های آموزشی با مؤسسات خارجی از طریق اعزام کارآموزان فنی و مدیریتی
 ۵. ایجاد سازمان‌های پژوهشی مشترک بین‌المللی در حوزهٔ سینما
 ۶. برگزاری همایش‌ها و نشست‌های علمی بین‌المللی در زمینهٔ سینما
 ۷. انعقاد تفاهم‌نامه‌های همکاری فرهنگی برای تسهیل همکاری بین‌المللی و دستیابی به منابع مالی بین‌المللی در حوزهٔ سینما
 ۸. توسعهٔ چارچوب مقررات مالیاتی و زیرساخت‌های حقوقی میان کشورها برای سرمایه‌گذاری و تولید مشترک

۹. شرکت در کنفرانس‌های تأمین مالی جهانی برای برقراری ارتباط با اشخاص و شرکت‌های علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری

ج- قابلیت‌های زنجیره ارزش صنعت: سومین عامل مؤثر در آمادگی مؤسسات سینمایی کشور، قابلیت‌های

زنجیره ارزش صنعت سینما است. در این راستا پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱. تشکیل خوشه قوی صنعتی (مركب از شرکت‌های سینمایی، تأمین‌کننده‌ها و شرکت‌های مرتبط)
 ۲. اعطای کمک‌های مالی، فنی و مدیریتی به‌منظور بهبود کیفیت فیلم‌نامه‌ها و ایده‌ها
 ۳. توجه و تشویق فعالیت‌های پژوهشی به‌منظور تولید اندیشه در فیلم‌سازان
 ۴. توسعه فعالیت‌های پژوهشی بازاریابی در دفاتر توزیع
 ۵. توسعه فعالیت‌های پیشبرد و مکمل فروش
 ۶. توجه به فن‌آوری‌های نوین توزیع از جمله شبکه وب
 ۷. تغییر و متناسب‌سازی سازوکارهای بازار سرمایه کشور برای بهبود روند تأمین مالی شرکت‌های سینمایی داخلی از طریق عقلایی‌سازی دوره بازپرداخت، تضمین‌ها، وثیقه‌ها و توسعه تسهیلات مالی و اعتباری
 ۸. الزام تلویزیون دولتی به خرید و نمایش تولیدات سینمایی داخلی
 ۹. راه‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی فیلم و سریال ایرانی
 ۱۰. برنامه‌ریزی برای اقدامات زیرساختی در زمینه ساخت سالن نمایش در موقعیت‌های جغرافیایی مطلوب در تهران و شهرستان‌ها
 ۱۱. اتخاذ تدابیر حمایتی برای توسعه و تأمین دستگاه‌های پیشرفته سینمایی
 ۱۲. بهنگام‌سازی دانش و مهارت عوامل تولید سینمایی از آخرین دستاوردهای جهانی از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی
 ۱۳. هماهنگ‌سازی و انسجام‌بخشی کلیه عملیات بین‌المللی از طریق تأسیس بخش مستقل بین‌الملل به‌منظور جلوگیری از فعالیت‌های موازی
- فضای درونی شرکت‌های سینمایی نیز در مسیر ورود به بازارهای جهانی باید توان و ظرفیت لازم را کسب کنند. در این راستا پیشنهاد می‌شود:
۱. مهارت‌های مدیریتی و توانمندسازی مدیران از طریق سرمایه‌گذاری در آموزش برای ارتقای تحصیلی و تجربی توسعه یابد.
 ۲. در توسعه فعالیت‌های پژوهشی در زمینه شناخت ویژگی‌های بازار و مخاطب به‌منظور تولید محصولات مناسب سرمایه‌گذاری شود.
 ۳. همکاری راهبردی و سرمایه‌گذاری مشترک با شرکت‌های معتبر جهانی توسعه یابد.
 ۴. در سیاست‌های تشویقی در خصوص افزایش انگیزه مدیران به‌منظور تولید آثار جهانی بازنگری شود.
 ۵. برای توسعه اعتبار نام تجاری و تصویر ذهنی شرکت‌های سینمایی و محصولات آن‌ها در بازارهای هدف از طریق تخصیص بودجه و امکانات برای عملیات تبلیغات و بازاریابی بین‌المللی هدف‌گذاری شود.
 ۶. در نمایشگاه‌های بین‌المللی و با شرکت‌های صاحب اعتبار جهانی مشارکت فعال صورت گیرد.
 ۷. کانال‌های ارتباط با مخاطبان و رسانه‌ها توسعه یابد و به نقش روابط عمومی در فرایند تولید و پخش فیلم توجه شود.

بحث و نتیجه‌گیری

در میان هنرها، سینما ابزاری قدرتمند برای تولید و گسترش افکار و اندیشه‌هاست؛ اندیشه‌هایی در سطح کلان مانند تولید چشم‌انداز فکری، جهان‌بینی و شیوه خاص تفکر درباره واقعیت. از این رو دولت‌ها در هر جایی، علاقه‌مند و نگران سینما هستند (Moran, 1996: 4). صنعت فیلم و تولیدات آن تحت تأثیر دخالت (یا فقدان دخالت) دولتی است و چنین دخالت‌هایی نوع فیلم تولیدشده در هر سیستمی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این رو شکل‌گیری و عملیاتی‌شدن سیاست‌گذاری عمومی‌ای که پشتیبان و حامی صنعت فیلم است، امری مناقشه‌برانگیز و همواره زیر ذره‌بین است (کریگان، ۱۳۹۶: ۱۲۷ و ۳۶۸).

عرصه سیاست‌گذاری سینمای ایران نیز همواره عرصه کشاکش دو جریان موافق و مخالف سیاست‌های سینمایی موجود بوده است. همواره جریان مخالف، خواستار تغییر ریل سیاست‌گذاری سینما بوده است؛ جریانی که مخالفتش همواره سیاست‌گذاران سینما را با چالش مواجه کرده و حتی منافع سینماگران را به خطر انداخته است. استعفای چهار وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در چهار دهه اخیر، انحلال خانه سینما، حمله به سینماها، توقیف برخی فیلم‌ها و از پرده پایین کشیده‌شدن بعضی از آن‌ها را می‌توان نمونه‌ای از مواجهه مخالفان با سیاست‌های سینمایی در این چهار دهه دانست.

به‌رغم تلاش سیاست‌گذاران برای دستیابی به سینمایی ملی و متناسب با آرمان‌های انقلاب، اما طی این سال‌ها سینما از سوی گروهی همچنان مورد نقد قرار گرفته و سینمای ایران و تولیدات آن دور از آرمان‌های انقلاب اسلامی پنداشته شده است. این در حالی است که رهبر انقلاب نگاه دیگری به سینمای ایران داشته، همواره آن را تکریم کرده و سینمای ایران را «کلید پیشرفت کشور» دانسته‌اند.^۱

در این گزارش ضمن اشاره به ظرفیت‌ها و توانمندی‌های سینمای ایران، مسائل و مشکلات سینمای امروز ایران در سه بخش تولید، توزیع و مصرف مطرح و به استناد تحقیقات و پژوهش‌های انجام‌شده طی سال‌های اخیر تلاش شد توصیه‌هایی سیاستی با هدف رفع مشکلات عرصه سینما ارائه شود.

به‌رغم تولید بیش از ۱۰۰ فیلم در سینمای ایران، مسائل بسیاری پیش پای آن است، بسیاری از فیلم‌های تولیدشده، رنگ اکران نمی‌بینند، تجهیزات تولید با کمبود مواجه است، سالن سینما به‌اندازه کافی وجود ندارد، مضمون فیلمنامه‌ها دچار فقر است، مخاطبان سینما کاهش یافته است، کپی‌رایت وجود ندارد، سرمایه‌های غیرشفاف به سینما نفوذ کرده‌اند، تنوع در ژانر وجود ندارد، سینمای کودک مورد بی‌مهری قرار گرفته است، حضور سینمای کودک در عرصه بین‌المللی کم‌رنگ است، بانک‌های اطلاعاتی مورد نیاز سینمای ایران وجود ندارد، اطمینان کافی از فروش مناسب فیلم‌ها و بازگشت سرمایه و سود مطلوب به هنگام توزیع و اکران فیلم که از عوامل مؤثر در افزایش ریسک و کاهش سرمایه‌گذاری‌های مختلف در سینمای ایران است، وجود ندارد، به‌دلیل دریافت بودجه پایین و ناکام‌ماندن در تأمین هزینه‌های تولید، برخی متولیان و تولیدکنندگان مجبور می‌شوند از کیفیت‌های بصری و محتوایی کار بکاهدند تا هزینه‌های تولید را کاهش دهند،

۱. آیت‌الله خامنه‌ای، رهبر انقلاب، در خرداد ۱۳۸۵ در دیدار با کارگردانان سینمای ایران، سینما را هنری بسیار پیچیده و برجسته توصیف می‌کند و آن را برای کشور یک ضرورت و نیاز برمی‌شمرند. ایشان این دیدار را به‌معنای تکریم هنر سینما و هنرمندان سینما تلقی و تأکید می‌کنند: «دوست دارم این احساس در کشور گسترش پیدا کند و اهمیت سینما برای همه آشکار شود». رهبر انقلاب کلید پیشرفت کشور را به میزان زیاد به دست سینماگران می‌داند که می‌توانند با تولیدات خود روح امید، شوق پیشرفت، انگیزه کار و تلاش، اعتمادبه‌نفس و اعتقاد به ارزش‌های اسلامی و ملی را در جامعه ترویج و سهم بزرگ خود را در پیشرفت و تعالی کشور ایفا کنند (سودای سیمرغ، ۱۳۸۵: ۱۳).

منابع مالی کافی جهت تأمین هزینه‌های تولید و توزیع وجود ندارد، برنامه‌ریزی مناسب جهت تبلیغات و بازاریابی و اکران در سطح بین‌الملل وجود ندارد، در اعطای تسهیلات مالی و حمایتی تبعیض وجود دارد، سینمای ایران به جز چند فیلم خاص در سال، قدرت متقاعد کردن تماشاگران را به‌منظور رفتن به سینما و صرف هزینه بابت این کار ندارد.

تصدی‌گری دولت در تمام مراحل تولید و نمایش بیشتر فیلم‌ها، باعث شده سازندگان اثر سینمایی بیشتر به فکر راضی کردن کارفرمای خود باشند تا اینکه چگونه مخاطب را به تماشای محصولات ساخته‌شده ترغیب کنند. از آن سو تماشاگران نیز با عدم تحقق خواسته‌ها و نیازهایشان با خالی گذاشتن سالن‌های سینما، فیلم‌سازان را بیشتر به سمت و سوی فیلم‌های سفارشی و ساختن چتری امن جهت دریافت بودجه دولتی هدایت می‌کنند. این‌گونه فیلم ساختن بیشتر محلی جهت امرار معاش است که سود خود را در تولید می‌یابد و عملاً اکران فیلم کاری بدون برنامه و هدف است.

مداخلات دولت در جریان‌های سینمایی از طریق سیاست‌گذاری‌ها، ممیزی و حمایت‌های مالی در طول ۴۰ سال سینمای انقلاب، منجر به نارضایتی سینماگران، عدم‌رشد مهارت‌های مدیریتی هنرمندان و اهالی سینما، عدم‌مسئولیت‌پذیری در جامعه سینمایی و تفرقه به دلیل حس تبعیض در حمایت شده است. از این رو به‌نظر می‌رسد کوچک‌سازی دولت در این عرصه، حرکت از سمت مدیریت هرمی دولت به سوی مدیریت‌های مشارکتی و تفویض مسئولیت‌ها به جامعه صنفی در تصمیم‌گیری‌های غیرفرهنگی در عرصه صنعت، تجارت و هنر می‌تواند جریان‌های سینمای ایران را به سمت طبیعی شدن سوق دهد (اربابی، ۱۳۹۸).

تهدیدات پیش‌روی صنعت فیلم را -برحسب شواهد مذکور- می‌توان به این نحو دسته‌بندی کرد: افول تدریجی درخشش فیلم‌های ایرانی در جشنواره‌های بین‌المللی، حاشیه‌گزینی در عصر جهانی شدن فرهنگ، ورشکستگی صنعت سینمای دولتی، خودبسندگی در زبان و بیان سینمایی، رویکردهای التقاطی به مقوله سبک فیلم و مخاطب‌گریزی. در ضمن سه راهکار کلان برای توسعه‌یافتگی سینمای ایران، برحسب نقشه‌های مفهومی ترسیم‌شده از مواضع راهبردی صنعت فیلم عبارتند از:

۱. توسعه درونی

۲. توسعه بیرونی (از طریق شبکه‌سازی محیطی)

۳. و درنهایت از نو پیکربندی گفتمانی صنعت فیلم در ایران.

رویه‌های عملیاتی زمینه‌های توسعه راهبردی یا تحولی سینمای ایران با عنایت به سه راهکار ارائه‌شده، نیز عبارت هستند از: مزیت تمهیدات و شگردهای راهبردی محوری از جمله تمرکززدایی و تمایزگرایی، چاپک‌سازی مقررات، امحای تدریجی انگاره ممیزی، برپایی ستون‌های آزاد اقتصاد سینمایی، یکپارچه‌گرایی در نهضت سینماسازی از یک سو و کشف محیط‌های جغرافیایی بکر و زنده برای توسعه و کسب مرجعیت گفتمانی، توجه به وجه صنعتی سینما، فیلم‌سازی چندملیتی و بینافرهنگ‌گرایی سینمایی (یوسفیان کناری، ۱۳۹۷).

موفقیت توصیه‌های ارائه‌شده در این گزارش، قبل از هرچیز در گرو گفت‌وگوی پیش‌رونده میان سینماگران و سیاست‌گذاران سینمای ایران است. دولت باید صدای منتقدان سیاست‌های سینمایی را بشنود و مجال برای طرح آن‌ها فراهم کند.

سینماگر متعهد ایرانی، نسبت به جامعه و فرهنگ و هنر کشور خویش دغدغه‌مند است و براساس حس و شناخت خود، تصویرگر جامعه خویش است. در این راه باید دست سینماگر دغدغه‌مند را گرفت و او را در تولید اثرش یاری داد. شناخت او از جامعه، اگر به مدد تحقیقات و پژوهش‌های انجام‌شده حاصل شود و اگر بستر گفت‌وگو و تبادل نظر میان

سینماگر، محقق و سیاست‌گذار ایجاد شود، نتیجه کار مطلوب همگان خواهد بود و مخاطبان سینما رضایت بیشتری از تولیدات سینمایی خواهند داشت.

دولت باید سینما را به‌عنوان کالایی استراتژیک به رسمیت بشناسد و در معادلات خود (حتی اقتصادی، سیاسی و امنیتی) از این کالای راهبردی استفاده کند.

توانمندسازی زیرساخت‌های تولید و توزیع در سینما، تغییر در شیوه تأمین مالی، تولید فیلم برای مخاطب جهانی، بازاریابی جهانی سینمای ایران، تحقیق در زمینه دیدگاه مخاطبان سینما در قبال فیلم‌ها و پایش مداوم و بررسی روند عوامل تأثیرگذار بر انتخاب مخاطب، همکاری نهادها (از جمله وزارت آموزش و پرورش) با سازمان سینمایی در نمایش فیلم‌ها (به‌ویژه فیلم‌های کودک و نوجوان)، تقویت اصناف سینما، برقراری ارتباط میان جامعه‌شناسان و فیلم‌سازان از جمله بایدهای سیاست‌گذاری سینمای ایران در عصر حاضر است.

در این صورت می‌توان چشم‌انداز سینمای ایران را برخوردار از این ویژگی‌ها دانست:

۱. برخوردار از نیروی انسانی متخصص و متعهد و شایسته
۲. امنیت پایدار سینما و سینماگران
۳. حمایت از همه سینماگران و گسترش تعامل و ارتباط با همه سلايق
۴. سینمای فرهنگ‌ساز و صاحب اندیشه، سینمایی معنویت‌گرا
۵. تولید محتوای غنی
۶. سینمایی ایرانی
۷. سینمای خانوادگی
۸. سینمایی متکی بر منفعت ملی
۹. سینمایی جریان‌ساز
۱۰. ژانرهای متنوع
۱۱. توجه به سینمای مستقل و ایجاد فرصت برای افراد مستعد و جوانان
۱۲. ساختار مناسب در تولید، توزیع و اکران
۱۳. اکران عادلانه و به‌دور از تبعیض، برابر با قانون
۱۴. بازار مخاطب بین‌المللی و در راستای دیپلماسی فرهنگی کشور
۱۵. شناخت ذائقه مخاطب و بالابردن آن
۱۶. اقبال بخش خصوصی
۱۷. تنوع و تعداد مخاطبان
۱۸. عدالت فرهنگی سالن‌های سینمایی
۱۹. نظام رتبه‌بندی / استانداردسازی محصول
۲۰. آشنا به مسائل روز و متوجه واقعیت
۲۱. صنوف قوی سینما
۲۲. ممیزی شفاف
۲۳. توسعه زیرساخت‌های صنعت سینما

۲۴. جذابیت سینما و قابلیت رقابت با سایر محصولات سرگرمی مکمل

۲۵. همکاری مشترک با خارج از کشور

۲۶. جشنواره‌های پررونق

۲۷. بازار شفاف سرمایه و سود

نکته قابل تأمل و پایانی اینکه در چشم‌انداز سینمایی کشورهای جهان می‌توان این موارد را مشاهده کرد: توجه به اقشار مختلف جامعه، محتوای متنوع و نوآور، گسترش سهم بازار بین‌الملل، توسعه زیرساخت‌های فنی و به‌کارگیری فن‌آوری‌های روز و توجه به سرمایه‌گذاری و اقتصاد سینما، حفاظت از فرهنگ، تاریخ و میراث ملی، شبکه‌سازی و همکاری‌های بین‌المللی، رصد صنعت فیلم‌سازی و ایجاد آگاهی از وضعیت آن، برگزاری و شرکت در جشنواره‌های بین‌المللی و آموزش و پرورش افراد مستعد، بازاریابی لوکیشن جغرافیای ملی، توجه به زنان و کودکان، ایجاد ساختاری چابک و منعطف و تجربه‌گرا، افزایش مشارکت مردم در فرهنگ، حمایت از انواع گویش‌های ملی، توجه به توسعه پایدار، افزایش میزان تولید فیلم، توجه به مالکیت معنوی و استودیوسازی.

منابع

- ابوجعفری، روح‌الله (۱۳۹۸). فرهنگ ثروت‌آفرین؛ بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی سینما با تأکید بر رویکرد نوآورانه و دانش‌بنیان، تهران: رسا.
- اختیاری امیری، رضا (۱۳۹۸). مطالعه تطبیقی افزایش مخاطبان سینما: بهره‌گیری از تجربیات بازاریابی فیلم در جهان. تهران: معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی سازمان سینمایی.
- اربابی، محمود (۱۳۹۸). گزارش وضعیت سینمای ایران در سال ۱۳۹۸. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- اسدزاده، مصطفی (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی سیاسی سینمای ایران در دهه ۷۰ خورشیدی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران.
- اسدزاده، مصطفی (۱۳۹۶). مصادره سینمای ایران در جاده قدیم. در جستارهایی در سی‌وششمین جشنواره فیلم فجر، تهران: مدرسه ملی سینمای ایران.
- اسدزاده، مصطفی (۱۳۹۹). نظریه سیاستی سینمای ایران؛ تحلیل سیاست‌های بنیاد سینمایی فارابی از ۱۳۶۲ تا ۱۳۹۶. پایان‌نامه دکتری سیاست‌گذاری فرهنگی، مؤسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران.
- افروغ، عماد (۱۳۹۶). نگرشی منظومه‌ای و دیالکتیکی به سینما در دفاع از سینمای اجتماعی ایران. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- بنیاد توسعه فردا (۱۳۹۷). چشم‌انداز آینده در سینمای ایران و جهان. تهران: معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی.
- پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (۱۳۹۹). پیمایش ملی مصرف کالاهای فرهنگی در ایران (گزارش کشوری، موج سوم). تهران.
- جبینی، امیرحسین (۱۳۹۰). بررسی اجمالی روند فیلمنامه‌نویسی در سینمای ایران. فصلنامه هنرهای زیبا، شماره‌های ۴ و ۵، ۹۵-۱۱۷.
- زادسر، زینب (۱۳۹۸). تحلیل اجتماعی سیاست‌گذاری در حوزه سینما (با استفاده از تحلیل محتوا و مصاحبه با متخصصان). تهران: معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی سازمان سینمایی.
- زارعی، اسدالله، بین‌اردلان، اسماعیل و نامجو، عباس (۱۳۹۸). روایت ایرانی و تقلید از روایت غربی در سینمای ایران. نشریه باغ نظر، ۱۶ (۷۳)، ۶۴-۵۳.
- سربندی، فرناز (۱۳۹۸). ارزیابی خطمشی‌های معطوف به اقتصاد فرهنگ در حوزه سینما در گفت‌وگوهای پس از انقلاب اسلامی. پایان‌نامه دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران.

- سودای سیمرغ (۱۳۸۵). مشروح بیانات و رهنمودهای رهبر معظم انقلاب پیرامون عملکردها و اهداف سینمای امروز ایران. تهران: بنیاد سینمایی فارابی.
- شاهی نصرت‌آباد، نوید (۱۳۹۸). عوامل تأثیرگذار بر اقبال مخاطب به سینمای ایران در دهه نود. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- شناسنامه سینماهای کشور (۱۳۹۵، شهریور). معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی. تهران: سازمان امور سینمایی، قابل دسترس در:
cinema-org.ir/files
- صابریور، زینب (۱۳۹۷). قواعد و الگوهای حمایت در سینماهای جهان. تهران: معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی.
- صلواتیان، سیاوش (۱۳۹۸). امکان‌سنجی و شناسایی الزامات تأمین مالی جمعی تولیدات بلند حرفه‌ای در سینمای ملی ایران. تهران: معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی سازمان سینمایی.
- عارف‌نیا، فرشته (۱۳۸۵). اولویت‌های پژوهشی نظام سینمایی کشور. تهران: دانشگاه هنر.
- غلامپور، ابراهیم (۱۳۹۵). گزارش صنعت سینمای ایران. تهران: معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- فرهنگی، علی‌اکبر و همکاران (۱۳۹۱). طراحی الگوی آمادگی شرکت‌های سینمایی ایران برای ورود به بازارهای جهانی. فصلنامه فرایند مدیریت توسعه، ۲۵ (۲)، ۱۰۵-۱۳۱.
- کریمی، مجتبی (۱۳۹۶). بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر اقتصاد سینما در ایران با استفاده از رهیافت اقتصادسنجی و سیستم دینامیکی. تهران: معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری.
- کریمی، یوسف (۱۳۹۷). بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر اقتصاد سینما در ایران با استفاده از رهیافت اقتصادسنجی و سیستم دینامیکی. تهران: معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری.
- کمالی‌زاده، محمد و زندی، محمدامین (۱۳۹۸). الزامات و راهکارهای حضور موفق سینمای ایران در بازار سینمای جهان: مطالعه موردی کشورهای ژاپن، ترکیه، افغانستان، تاجیکستان و عراق. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی، معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی سازمان سینمایی.
- کندوکاوی در سینمای ایران (۲) (۱۳۹۰). تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- کیا، علی‌اصغر و شاه‌حسینی، سعید (۱۳۹۳). سینمای ایران، مخاطب و نیازهای فردی و اجتماعی. فصلنامه علوم اجتماعی، ۶۴، ۱-۳۴.
- لوئیس و میلر (در دست انتشار). مقدمه‌ای بر مطالعات سیاست فرهنگی انتقادی. ترجمه سجاد علیزاده، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۹). بخش سینما. قابل دسترس در:

- مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری (۱۳۹۶، ۲۳ اسفند). تصویر ایران در جشنوارهٔ سی‌وششم فیلم فجر. قابل دسترس در:
<http://www.css.ir/fa/content/112799>
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۸). چالش‌ها و راهکارهای رونق تولید در سال ۱۳۹۸ (صنعت سینما). قابل دسترس در:
<https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1296498>
- موسایی، میثم، چنگیز، سحر و مرادیان دقیق، پروانه (۱۳۹۹). مطالعهٔ عوامل مؤثر بر تقاضای سینما در مشهد. فصلنامهٔ مطالعات فرهنگ ارتباطات، ۲۱ (۵۲)، ۲۰۱-۲۲۱.
- ناجی، مهدی (۱۳۹۶). نگاهی به وضع سینمای ایران؛ تهدیدات، فرصت‌ها، مشکلات ساختاری و محتوایی و راهکارها. قابل دسترس در:
https://www.iribnews.ir/files/fa/news/1396/6/20/1358343_822.pdf
- نبوی ثالث، سیدباقر (۱۳۹۹). الزامات و راهکارهای تقویت سینمای سیاسی و استراتژیک ایران. تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، قابل دسترس در:
rc.majlis.ir/fa/mrc_report/show/1523090
- نبوی، سیدباقر و نوده‌فراهانی، اسماعیل (۱۳۹۸، ۲۱ فروردین). گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی: اکران فیلم‌های سینمایی خارج در سینماهای کشور، شمارهٔ مسلسل ۱۶۳۸۹.
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۸). *سالنامهٔ آماری فرهنگ و هنر سال ۱۳۹۸*. تهران: مؤسسهٔ فرهنگی هنری پویهٔ مهر اشراق.
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۸). *سالنامهٔ آماری فروش فیلم و سینمای ایران (۱۳۹۸)*. معانت توسعهٔ فناوری و مطالعات سینمایی.
- یاسمی، فاطمه (۱۳۹۸). *تأمین مالی در تولید فیلم‌های سینمایی مطالعهٔ تطبیقی روش‌های متعارف و نوین در سینمای ایران و هالیوود*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- یوسفیان کناری، محمدجعفر (۱۳۹۷). *فرصت‌ها و راهکارهای توسعه‌یافتگی سینمای ایران*. تهران: معاونت توسعهٔ فناوری و مطالعات سینمایی.
- Moran, Albert (Ed.) (1996). *Film Policy, International, national and regional perspectives*. Rutledge.