



با تاکید بر کسانی که سینما نمی‌روند

## بررسی ذائقه سینمایی مردم در کشور

بررسی ذائقه سینمایی مردم در کشور (با تاکید بر کسانی که سینما نمی‌روند) عنوان پیمایشی است که در سال ۱۳۹۷ توسط سیدجمال الدین اکبرزاده جهرمی به سفارش معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی انجام شده است.

### مقدمه

تحولات اجتماعی- فرهنگی در جوامع معاصر تغییراتی در سبک و روش مصرفی انسان‌ها به وجود آورده و مصرف سینما نیز از این تغییر و تحولات مصون نمانده است. با آغاز سیطره تلویزیون و بعدها اختراع وسایل الکترونیکی نوظهور، میزان و نوع مصرف محصولات سینمایی تغییر یافت و صورت‌های مصرفی تازه یا را برای فیلم‌های سینمایی به ارمغان آورده است. اما با وجود پیدایش و توسعه اشکال متنوع وسایل ارتباطی و صنایع مختلف سرگرمی، طی قرن گذشته، حجم تولیدات سینمایی و شمار سالن‌های سینما در سطح جهان همواره رو به افزایش بوده است و، بر اساس بررسی‌ها و تخمین‌های مراکز تخصصی، این روند همچنان ادامه خواهد داشت.

زمانی «مصرف» در زمره موضوع‌های مورد مطالعه اصحاب علوم اقتصادی بود ولی در دهه‌های اخیر از مباحثی به شمار می‌رود که جایگاه چشمگیری در عرصه مطالعات اجتماعی و فرهنگی پیدا کرده است. اهمیت فزاینده مصرف به دلیل نقشی است که در زندگی روزمره افراد و در ساختارهای اجتماعی جوامع ایفا می‌کند.

مصرف در پایان قرن بیستم به واقعیتی چند بعدی تبدیل شد که در کنار ابعاد و الزام‌های اقتصادی، معانی فرهنگی و الزام‌های اجتماعی بسیاری با خود دارد. اساسا مصرف مدرن بیش از اینکه مبتنی بر «نیاز» باشد، بر اساس «میل» است. از این رو، هسته اصلی مصرف بیشتر جنبه اجتماعی و فرهنگی دارد تا اقتصادی.

در وضعیت فعلی سینمای ایران که بر اساس آمارهای فروش و شواهد موجود حکایت از کاهش چشمگیر تعداد تماشاگران سینما دارد، علاوه بر شناسایی عوامل موثر بر تمایل تماشاگران به دیدن فیلم‌های سینمایی در سالن‌های سینما، شناسایی سلیق و ذائقه‌های مخاطب و تولید فیلم‌هایی همسو با آن از زمره عواملی هستند که می‌تواند باعث جذب تماشاگران به فیلم‌های سینمایی شود و چرخه اقتصادی این هنر- صنعت را در کنار سایر عوامل فعال‌تر نماید. مواردی که پژوهش حاضر سعی دارد آن را بررسی نماید.

### یافته‌ها

آگاهی از ذائقه سینمایی افراد ۱۵ سال به بالای کشور و بررسی دلایل رفتن یا نرفتن آن‌ها به سینما با ۲۱۱۷ نفر از شهروندان استان‌هایی که دارای سینما بوده‌اند مصاحبه تلفنی توسط پرسشگران آموزش دیده و با انتخاب اتفاقی شماره تلفن ثابت خانوار به عمل آمده است که اهم نتایج به شرح ذیل است.

به طور کلی ۶۵ درصد پاسخگویان یا اصلاً سینما نرفته‌اند یا خیلی وقت از آخرین باری که سینما رفته‌اند گذشته است. از این ۶۵ درصد یا ۱۳۷۷ نفری که سینما نمی‌روند، ۱۱۳۴ نفر آن‌ها فیلم می‌بینند که این افراد در این تحقیق گروه «بدون رفتن به سینما فیلم می‌بینند» نامیده می‌شوند. ۱۲ درصد یا ۲۴۳ نفر از کل مشارکت‌کنندگان در این تحقیق اصلاً اهل فیلم دیدن نیستند. که این افراد نیز در گروه «فیلم نمی‌بینند» جای می‌گیرند.

تقریباً نیمی از گروهی که به «سینما می‌روند»، یعنی ۴۴ درصد آن‌ها، یکی از گزینه‌های انتخاب فیلم، علاقه به موضوع آن است. ۲۸.۹ درصد پاسخگویان «گروهی که به سینما می‌روند» یکی از دلایل انتخاب فیلم را بازی «هنرپیشه مورد علاقه» عنوان کرده‌اند، کارگردان فیلم از نظر ۱۹.۵ درصد افرادی که به سینما می‌روند، یکی از ملاک‌های مهم در انتخاب فیلم است. بیش از نیمی از افرادی که بدون سینما رفتن فیلم می‌بینند فیلم را خاطر میزان علاقه به موضوع آن انتخاب می‌کنند و نسبت به کسانی که سینما می‌روند اهمیت کمتری به توصیه دوستان آشنایان می‌دهند. در زمینه ملاک بودن بازی هنرپیشه‌ها تقریباً هر دو گروه نظر یکسانی دارند. اهمیت کارگردان، نقد فیلم و تبلیغات هم برای افرادی که به سینما نمی‌روند در مقایسه با افرادی که به سینما می‌روند در انتخاب فیلم، اهمیت خیلی کمتری دارد.

با توجه به اینکه در جدول بالا ۴۷.۷ درصد کسانی که به سینما می‌روند، بیان کرده‌اند که به فیلم‌های کمدی و شاد علاقه بیشتری دارند و ۴۳.۶ درصد نیز به فیلم‌های خانوادگی علاقه زیادی دارند ولی فقط ۲۸.۸ درصد افرادی که «بدون رفتن به سینما فیلم می‌بینند» به فیلم‌های کمدی و شاد علاقه دارند یعنی درصد علاقه به فیلم‌های کمدی و شاد در گروهی که به سینما می‌روند دو برابر درصد گروهی است که «بدون رفتن به سینما فیلم می‌بینند» و افرادی که اصلاً فیلم نمی‌بینند به فیلم‌های خانوادگی و کمدی علاقه‌مند هستند.

تفاوتی بین زن‌ها و مردها در فیلم دیدن و سینما رفتن دیده نمی‌شود. ولی متاهلان در مقایسه با مجردها کمتر به سینما می‌روند و کمتر فیلم می‌بینند. شاغل‌ها در مقایسه با غیرشاغلان بیشتر به سینما می‌روند. و این‌گونه می‌توان تحلیل کرد که سرکار رفتن نمی‌تواند به دلیل کمبود وقت سدی برای سینما رفتن باشد. در عوض دلایل دیگری مانند وضعیت اقتصادی بهتر و یا فشارهای اجتماعی نسبت به ارزش بودن سینما رفتن بین همکاران می‌تواند از دلایل این باشد که شاغل‌ها در مقایسه با غیرشاغلان بیشتر به سینما می‌روند. این موضوع را می‌توان در رابطه بین فیلم دیدن و وضعیت اشتغال بهتر دید. برخلاف نتیجه قبل، درصد غیرشاغل‌هایی که فیلم می‌بینند بیشتر از شاغل‌ها است. و افراد کمی یعنی ۱۰ درصد از غیرشاغل‌ها اصلاً فیلم نمی‌بینند. ۵۴ درصد کسانی که بدون سینما رفتن فیلم می‌بینند غیرشاغل هستند، که نشان می‌دهد دلیل اینکه شاغل‌ها در مقایسه با غیرشاغل‌ها بیشتر سینما می‌روند، علاقه بیشتر به فیلم دیدن، نیست چرا که با کنترل متغیر دیدن فیلم با وضعیت اشتغال دیدیم که غیرشاغل‌ها بیشتر از شاغل‌ها فیلم می‌بینند.