

مقدمه:

چرخه‌ی تولید، توزیع و نمایش آثار سینمایی در ایران وضعیت متعادل و برنامه‌ریزی شده‌ای نداشته و از این رهگذر، زیان مادی و معنوی بسیاری را متوجه دست‌اندرکاران و نیز آثار سینمایی کرده است. این امر زاده‌ی عوامل مختلفی در ساختار و بدنه‌ی تشکیلاتی، فنی و اجرایی سینمای ایران است.

هدف این پژوهش، ضمن بررسی نقاط ضعف موجود در این زمینه، ارائه‌ی راهکارهای انسجام‌بخشی به چرخه‌ی تولید، توزیع و نمایش در ایران و بررسی و تبیین آنها است.

انسجام‌بخشی به پیکره‌ی تشکیلاتی، فنی و اقتصادی سینمای ایران و کمک به گسترش همه‌جانبه‌ی آن مهم‌ترین ضرورت این پژوهش است. چارچوب و مبانی نظری پژوهش، مدل سیستمی از طریق تحلیل ارتباطات شبکه‌ای زیر است:

الف) تولید: با ساختاری متشکل از گان‌های سیاستگذار، دفاتر تولید، منابع نقدینگی، ابزار و تجهیزات، نیروی انسانی و ...

ب) توزیع: با ساختاری متشکل از دفاتر توزیع، نیروی انسانی و ... دربرگیرنده‌ی کارشناسی‌های دقیق، بازاریابی و مخاطب‌شناسی.

ج) نمایش: با ساختاری متشکل از سالن‌های نمایش، تجهیزات صوتی و تصویری، نیروی انسانی و ...

هدف، یافتن و ارائه‌ی ارتباط منطقی این سه رکن در چارچوب مقتضیات و شرایط سینمای ایران است، که قطعاً از نمونه‌ها و تجربیات دیگر کشورها نیز در این زمینه استفاده خواهد شد.

فصل اول: آموزه‌های بین‌المللی

این بخش با بهره‌گیری از ۱۰ مقاله‌ی بین‌المللی درباره‌ی مبانی، تجربه‌ها و وضعیت‌های گوناگون چرخه‌ی تولید، توزیع و نمایش فیلم‌های سینمایی و بازاریابی و پخش فیلم در آمریکا و اروپا با شناخت برخی همانندی‌های بین سینمای ایران و اروپا، به ویژه از دیدگاه توان فنی و اقتصادی در رویارویی با سینمای آمریکا، قصد دارد دریچه‌ای به این مبحث در سینمای ایران بگشاید. با این هدف در پایان هر مقاله، خلاصه‌ای از آن - در تلفیق با راهکارهای پیشنهادی مشابه برای سینمای ایران - با عنوان «آموزه» ارائه شده است.

عناوین ده مقاله‌ی به کار رفته در این فصل:

- عملکرد جریان‌های رسانه‌ای در مخاطب‌سازی

- شرکت‌های داخلی و خارجی سینمایی آمریکا در دهه ۱۹۹۰

بررسی راهکارهای انسجام‌بخشی به چرخه تولید، توزیع و نمایش آثار سینمایی در ایران

نویسنده: شهرام جعفری نژاد

تهران؛ ۱۳۸۶

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۲۷۷ صفحه

حسینیه ارباب افصلی

نگارش این اثر به گونه‌ای است که شیوه‌ی نگارش فارسی در آن به طور کامل رعایت شده است. کیفیت چاپ آن بسیار خوب است و اندازه‌ی نوشته‌ها یا به عبارتی فونت آن بسیار مناسب است. غلط‌های نگارشی و املائی در آن وجود ندارد و صفحه‌بندی آن بسیار مناسب است که همه‌ی این موارد از نقاط قوت این کتاب به حساب می‌آید. اما چپ‌نویس مطالب این اثر با توجه به حجم مطالب آن مناسب نیست. بهتر بود به جای آنکه مطالب این اثر در ۲ فصل کلی آورده شود، به چند بخش اصلی و چند بخش فرعی یا جزئی تقسیم می‌شد تا فهم مطالب برای خواندن آسان‌تر گردد.

در **فصل اول** که آموزه‌های بین‌المللی است و نویسنده از ۱۰ مقاله استفاده کرده است، بهتر بود مقالات را در این فصل به صورت موضوع-بندی شده ارائه می‌کرد. به طور مثال مقالات سیاست توزیع در آمریکا و اروپا، راهبردهای توزیع مناسب فیلم، بازاریابی یک نمونه، معرفی مؤسسه آمریکایی بازاریابی / بازار آمریکا و صنعت توزیع فیلم در کانادا را در فصلی تحت عنوان راهکارهای توزیع ارائه می‌شد.

همچنین در **فصل دوم** تاریخچه‌ی استودیوها، از جمع‌بندی تجربه‌های جهانی جدا می‌شد.

با توجه به اینکه این کتاب دارای محتوای خوبی است، این طور به نظر می‌رسد که اگر مطالب آن از نظر تقدم و تأخر به صورتی بود که مطالب فصل دوم (فصل آخر) در ابتدای کتاب می‌آمد و مطالب فصل اول بعد از آنها آورده می‌شد، انسجام مطالب این اثر در ذهن مخاطب بهتر و بیشتر بود. چرا که در فصل دوم وضعیت سینمای ایران در رویارویی با نظام سنجیده‌ی تولید، توزیع و پخش فیلم در جهان، سهم ایران در بازار جهانی سینما و تاریخچه‌ی آن از استودیوهای تولید و توزیع و روند صدور فیلم به خارج از کشور (قبل و بعد از انقلاب اسلامی) بررسی شده است که اگر این مطالب در ابتدا آورده می‌شد یک نمای کلی از وضعیت فعلی سینمای ایران همراه با تاریخچه‌ی آن در ذهن مخاطب شکل می‌گرفت و هنگامی که خواننده با این اطلاعات با راهکارهای ارائه شده و آموزه‌های بین‌المللی (مطالب فصل اول) روبرو می‌شود، بهتر می‌تواند مشکلات و کمبودها را پیدا کند و راهکارها را درک کند و بکار گیرد؛ با توجه به اینکه مخاطب این اثر متخصصان در عرصه‌ی سینما هستند.

یکی از نقاط قوت این اثر در ارائه‌ی بخشی به نام آموزه در پایان هر مقاله در فصل اول کتاب است.

تمامی مطالب این اثر در راستای موضوع اثر (بررسی راهکارهای انسجام‌بخشی به چرخه‌ی تولید، توزیع و نمایش آثار سینمایی در ایران) و هدفی است که در مقدمه‌ی آن ذکر شده است و نویسنده توانسته است مطالب مفیدی را در این زمینه ارائه کند؛ استفاده از تجربیات دیگر کشورها و همچنین مقالات متعدد در این باره بسیار مفید بوده است.

- برنامه‌ریزی سینمای اروپا برای رقابت با بازار سینمای آمریکا
- سیاست‌های توزیع در آمریکا و اروپا
- پخش فیلم از طریق اینترنت
- سینمای ماهواره‌ای
- راهبردهای توزیع مناسب فیلم
- بازاریابی یک نمونه
- معرفی مؤسسه آمریکایی بازاریابی / بازار آمریکا
- صنعت توزیع فیلم در کانادا

فصل دوم: جمع‌بندی تجربه‌های جهانی و تحلیل وضعیت سینمای ایران

در این بخش، ابتدا به جمع‌بندی تجربه‌های جهانی براساس منابع موجود می‌پردازد. سپس وضعیت سینمای ایران را به لحاظ گوناگون به تحلیل رویارویی با نظام سنجیده تولید، پخش و نمایش فیلم در جهان امروز قرار می‌دهد و سهم ایران در بازار جهانی سینما را از این دیدگاه بررسی می‌کند. در بخش پایانی، تاریخچه‌ای از استودیوهای تولید، توزیع و روند صدور فیلم به خارج از کشور در سال‌های قبل و بعد از انقلاب اسلامی بیان می‌کند. همچنین نخستین راه‌حل‌ها و اقدام‌های عملی را در سال‌های اخیر برای صدور و توزیع شایسته فیلم‌ها ارائه می‌دهد. در پایان به ذکر برخی خطوط راهنما پیرامون شکل‌گیری چرخه‌ی منسجم نظام تولید، توزیع، پخش و نمایش فیلم‌ها در سینمای ایران می‌پردازد که به طور خلاصه چیزی نیست جز اقدام به تأسیس کمپانی‌های قدرتمند تولید و توزیع منجر به اهرم‌سازی عملی بازاریابی و جذب منابع مالی در داخل و خارج و نهایتاً توجه به اکران جهانی سینمای ایران.

نقد اثر

آنچه از این پژوهش می‌توان دریافت این است که صنعت سینما نیز همچون دیگر منابع، کالای خود را در یک خط تولید معین می‌سازد و مانند سایر فعالیت‌ها تولیدی مسیرهای تبلیغ و توزیع را تا رسیدن به مخاطب (مصرف‌کننده) طی می‌کند.

با توجه به هدف این پژوهش که در مقدمه‌ی آن ذکر شده است، این اثر تا حد زیادی توانسته است ارتباطی منطقی بین سه رکن تولید، توزیع و نمایش، در چارچوب مقتضیات و شرایط سینمایی ایران ایجاد کند؛ که در این زمینه از نمونه‌ها و تجربیات سایر کشورها نیز استفاده کرده است. نکته‌ی دیگر اینکه محقق در این اثر به دنبال بررسی نقاط ضعف موجود در زمینه‌ی تولید، توزیع و نمایش در سینمای ایران بوده است و راهکارهایی را نیز در این زمینه ارائه کرده است و به بررسی و تبیین آنها پرداخته است.