

سینمای ملی:

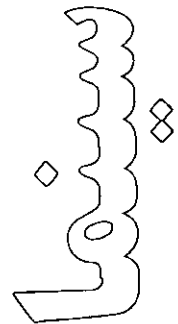
مفاهیم، ویژگی‌ها و معیارهای شناخت آن

دکتر احمد ضابطی جهرمی



مقدمه:

امروزه در تعدادی از مقاله‌ها، کتاب‌ها، نقدها، مصاحبه‌ها و سخنرانی‌هایی که پیرامون سینمای ایران و فیلم‌های ایرانی منتشر و یا ارائه می‌شود، افراد به دفعات از اصطلاحاتی چون «سینمای ملی ایران» و یا «صنعت سینمای ایران» استفاده می‌کنند، بی‌اینکه مفاهیم موجود در این اصطلاحات، ابعاد و شاخص‌های آن را عمیقاً در نظر گیرند. هدف از تألیف این مقاله آن است که معلوم کنیم: تحت چه شرایطی، با چه شاخص‌ها یا معیارهایی می‌توان هنر سینمای یک کشور را ملی خواند.



ابتدا لازم است تعاریفی را از اصطلاح «سینمای ملی» ارائه کنیم و توضیح دهیم که منظور ما از این اصطلاح چیست؟

اگر چه ارائه تعریفی جامع و قاطع از «سینمای ملی» که بدون منازعه مورد قبول همگان باشد نه فقط کاری دشوار است، بلکه مشخص کردن موازین و معیارهای شناسایی آن، به‌عنوان معیارهایی تردیدناپذیر و بی‌چون و چرنا نیز، به همین اندازه، کاری سخت و بحث‌انگیز خواهد بود؛ زیرا تاکنون هیچ تعریف جامع، مانع و تثبیت شده‌ای از «سینمای ملی» در فرهنگ‌ها و ادبیات مکتوب سینما ذکر نشده است، با این حال، ما در اینجا و در آغاز مقاله، لازم می‌دانیم که دو تعریف را که گمان می‌بریم کمتر محل منازعه باشد و یا دست‌کم قابل قبول‌تر است، از «سینمای ملی»، ذکر کنیم:

تعریف اول: «سینمای ملی» معمولاً به مجموعه فیلم‌هایی اطلاق می‌شود که در یک کشور خاص توسط فیلمسازان شهروند آن کشور تولید می‌شوند و به موضوعاتی می‌پردازند که مربوط به آن کشور و مردمی است که در آن سرزمین، به‌عنوان یک ملت، زندگی می‌کنند.^۱

براساس تعریف بالا، سینمای ملی نه فقط فیلم‌های داستانی بلند، بلکه فیلم‌های داستانی کوتاه، مستند و حتی فیلم‌های پویانمایی (انیمیشن) آن کشور را دربرمی‌گیرد. یعنی مجموعه آثار سینمایی آن کشور، به شرط داشتن شرایط و جوانب ذکر شده در تعریف، «سینمای ملی» را تشکیل می‌دهد (لیکن غالباً فیلم‌های بلند داستانی یا فیلم‌های اکران عمومی، در حیطه سینمای ملی مورد توجه قرار می‌گیرد).

تعریف دوم: چنانچه شباهت‌های موضوعی - سبکی در مجموعه فیلم‌های تولید شده در دوره‌ای خاص از تاریخ سینمای یک کشور یافت شود که مبتنی بر ویژگی‌های ملی مردم آن کشور باشند، در این صورت، آن سینما را «سینمای ملی» می‌خوانیم.^۲ با توجه به دو تعریف بالا، باید چند نکته را در مورد سینمای ملی در نظر گرفت:

اولاً هر کشوری که سابقه تولید فیلم دارد و یا دارای امکانات فیلمسازی است، «سینمای ملی» ندارد. یعنی در هر سرزمینی که فیلم‌هایی تولید می‌شوند، آن فیلم‌ها «سینمای ملی» را به وجود نمی‌آورند. زیرا ممکن است در یک کشور فیلمی با سرمایه خارجی تولید شود و مالکیت آن فیلم به هیچ‌یک از شهروندان و یا به سرمایه ملی آن کشور تعلق نداشته باشد. مثلاً تعداد زیادی فیلم می‌شناسیم که شرکت‌های هالیوودی در کشور مکزیک و با نیروی کار و مشارکت مکزیک‌ها ساخته‌اند و اتفاقاً بیشتر این فیلم‌ها درباره تاریخ و انقلاب مکزیک و یا زندگی مردم این کشور است. این فیلم‌ها به هیچ‌وجه ربطی به سینمای مکزیک و یا فرضاً «سینمای ملی مکزیک» ندارد. از جمله فیلم‌هایی چون «زنده‌باد زاپاتا» به کارگردانی الیا کازان و یا «زنده‌باد ویلا» ساخته جک کانوی (در ایران نیز پیش از انقلاب فیلم‌هایی چون «کاروان‌ها» ساخته جیمز فارگو و «صحرای تاتارها» ساخته والریو زورولینی با مشارکت هنری، تدارکاتی و فنی گروهی از ایرانیان فیلمبرداری شده، اما این فیلم‌ها نه ربطی به حقایق زندگی مردم ایران و نه پیوندی به سرمایه ملی ما داشته‌اند). و بنابراین اصل مالکیت همچنین نفوذ سرمایه خارجی را بر تولید ملی فیلم - هنگام بحث از «سینمای ملی» هر کشوری - باید در نظر داشت.

ثانیاً همه فیلم‌هایی که در یک کشور معین توسط هنرمندان آن کشور ساخته می‌شوند لزوماً به مسائل آن کشور و مردم آن نمی‌پردازند.

ثالثاً میزان تأثیر و یا نفوذ فیلمسازان و فیلم‌های کشورهای گوناگون بر یکدیگر و تقلید یا الگوبرداری از سینمای یک کشور خاص در کشورهای دیگر را نیز، باید در نظر گرفت - کاری که تقریباً به طول عمر سینما و به‌طور گسترده، در سینمای اغلب کشورهای جهان، رواج داشته و دارد. مثلاً تقلید و حتی کپی کردن فیلم‌های هندی، ترکی و عربی در تعداد قابل توجهی از فیلم‌های ایرانی قبل از انقلاب و یا الگوبرداری و تقلید از فیلم‌های هالیوودی در تعدادی از فیلم‌های ایرانی بعد از انقلاب در این زمره است.

به این ترتیب، برای اینکه بتوانیم صفت «ملی» را به سینمای یک کشور متسبب کنیم ابتدا باید به جنبه‌های زیر دقیق شویم و در آنها به بحث و کنکاش بپردازیم:

۱- مالکیت تولید فیلم یا حق مالکیت اثر و منبع سرمایه‌گذاری آن (آیا تولید فیلم با سرمایه خودی و یا با سرمایه بیگانه ساخته شده است؟)

۲- چه کسانی، یعنی چه گروه از هنرمندان و تکنسین‌های کلیدی، آن فیلم را تولید کرده‌اند؟ (عمدتاً افراد کلیدی تولید شامل: تهیه‌کننده اجرایی، فیلمنامه‌نویس، کارگردان، فیلمبردار، تدوین‌گر، صدابردار، کارگردان هنری، متصدی جلوه‌های ویژه و تکنسین‌های اصلی استودیوهای صدا و لابراتوار فیلم). آیا این افراد از شهروندان آن کشورند؟

۳- مالکیت ابزارهای فنی و یا وسایل تولید فیلم و امکانات استودیوها در اختیار چه کسانی است؟ (خودی یا بیگانه؟)

۴- سازمان تولید (شامل جنبه‌هایی چون: تقسیم کار براساس تخصص‌های تعریف شده در فرایند تولید). یعنی چگونگی به تولید رسیدن فیلم، مناسبات حرفه‌ای، نهادهای مربوطه به روابط صنفی (دستمزد، حقوق کار و بیمه شغلی، مناسبات حقوقی، حق امتیاز و صنایع وابسته یا مرتبط به صنعت فیلمسازی).

۵- سازمان توزیع و یا سازمان عرضه و نمایش فیلم. یعنی چگونگی رسیدن فیلم به اکران عمومی از طریق شرکت‌های توزیع، مؤسسات تبلیغاتی و بازاریابی فیلم، سالن‌های نمایش عمومی، شبکه‌های تلویزیونی و ویدئو کلوب‌ها - به ویژه پخش از تلویزیون و شبکه‌های ملی - تلویزیون امروزه تأثیر به‌سزایی از جنبه‌های مختلف بر سینمای یک کشور دارد.

۶- تماشاگران: تعیین و گروهبندی آنها براساس نمونه‌های آماری از لحاظ سن، جنس، شغل، تحصیلات و حتی موقعیت جغرافیایی، مرتبط با موضوعات مورد علاقه آنها در فیلم‌ها و یا در استقبال از فیلم‌هایی که در آن کشور تولید می‌شوند. این کار به دو منظور باید صورت گیرد:

الف: تعیین میزان سودآوری و فروش فیلم‌ها در بازار ملی (حتی بازارهای خارجی) و رسیدن به این نتیجه که آیا فیلمسازی یک عمل اقتصادی و یا یک فعالیت تولید مقرون به صرفه است یا نه؟

ب: تعیین میزان تأثیر فیلم‌ها بر تماشاگران داخلی و توانایی آنها (فیلم‌ها) در گسترش و تعمیق درک تماشاگران از «هنر سینما».

۷- نفوذ فیلم‌های خارجی در بازار داخلی (اکران عمومی و شبکه‌های توزیع نسخه‌های ویدئویی) و میزان توفیق فروش آنها (در این مورد عمدتاً فیلم‌های هالیوودی هدف است).

در هر حال، سینمای ملی در هر کشوری بدون داشتن تماشاگران ملی، بی‌معناست.

۸- تعیین ویژگی‌های مشترک زبان تصویری و یا بیان هنری (سبک) فیلم‌ها. یعنی تعیین اینکه این ویژگی‌های سبکی تا چه اندازه ابداعی و تا چه حد تقلیدی هستند (چه تقلید از فیلم‌های خودی و چه فیلم‌های بیگانه) و مشخص کردن این نکته که تا چه اندازه با هویت و پشتوانه‌های هنرهای ملی آن سرزمین - فرهنگ، سنت‌های هنری، ادبیات ملی و قومی آن سرزمین - رابطه دارند.

۹- موضوعاتی که در فیلم‌ها مطرح می‌شوند. به عبارت دیگر، محتوای فیلم‌ها، تا چه میزان به مسائلی آن کشور و حقایق زندگی مردم آن ارتباط دارند؟

۱۰- توفیق بین‌المللی این فیلم‌ها (چه از لحاظ هنری و چه تجاری) تا چه میزان است؟ آیا

سینمای ملی آن کشور به صورت یک زبان بین‌المللی درآمده است؟ آیا این آثار (به‌عنوان کالاهای فرهنگی) از لحاظ تجاری نیز در خارج از مرزها توفیق به‌دست آورده‌اند؟ میزان این توفیق در هر دو جنبه فرهنگی - تجاری در چه حد است؟

با جمع‌بندی این موارد و با توجه به این ابعاد، بحث درباره «سینمای ملی» را به‌طور کلی می‌توان در دو شاخه اصلی دنبال کرد: یکی «فرهنگ فیلم» و دیگری «صنعت فیلم».

الف - فرهنگ فیلم: کلیه جنبه‌ها یا شاخص‌هایی هستند که منابع تولیدی و منابع مصرفی فیلم را تشکیل می‌دهند. یعنی یک طرف گروه‌های تولید (کسانی که در ساختن فیلم نقش دارند) و طرف دیگر مصرف‌کنندگان (کسانی که به‌عنوان تماشاگر پول می‌دهند و بلیط می‌خرند). رابط این دو گروه، افراد، مؤسسات و شرکت‌هایی هستند که کار پخش یا توزیع، تبلیغات، بازاریابی و نمایش فیلم را به عهده دارند. از این جنبه، فیلم در بازار ملی از یک طرف به‌عنوان یک کالای اقتصادی (قابل مصرف) دیده می‌شود و از طرف دیگر یک محصول فرهنگی و یا یک اثر هنری به‌شمار می‌آید. در هر دو جنبه، نحوه درک و دریافت تماشاگران ملی و فایده‌ای که آنها از فیلم‌های تولید شده می‌برند، به‌عنوان شاخص‌هایی برای تعیین هویت «سینمای ملی» باید در نظر گرفت.

ب - صنعت فیلم: از این جنبه فیلمسازی به‌عنوان یک فعالیت صنعتی (فیلم به‌عنوان یک تولید صنعتی)، مثل صنایع دیگر، تلقی می‌شود. در نتیجه بی‌درنگ موضوع استانداردهای فنی (و در مورد فیلم مضافاً استانداردهای زیبایی‌شناسی) موجود در آن صنعت مورد توجه قرار می‌گیرد. مقوله تولید تجهیزات فنی و تولید مواد خام، سازماندهی و مدیریت تولید فیلم (بر مبنای مهارت‌های تخصصی نیروی کار در فرایند تولید) و فراهم‌آوری تجهیزات فنی و مواد (ماشین‌ها و ابزار، نیروی انسانی متخصص، مواد خام، برنامه‌ریزی تولید) به‌گونه‌ای است که گاه به جای اصطلاح «صنعت تولید فیلم» برای یک مجتمع فیلمسازی، از اصطلاح «کارخانه فیلمسازی» (Film Factory) استفاده می‌شود. در «کارخانه تولید فیلم» که شامل زنجیره‌ای مرتبط به هم از استودیوها، لابراتوارها و کارگاه‌هاست، کلیه امور و امکاناتی که برای تولید لازم است (سخت‌افزارها و نرم‌افزارها) فراهم می‌آید. یعنی همه امور فیلم، از «ایده» تا «اکران»، در این مجتمع انجام می‌شود. مثل کارخانه لاستیک‌سازی، پالایشگاه‌های صنعت پتروشیمی، صنایع نساجی و... نظایر اینها. البته صنایع بالادستی و پایین‌دستی مرتبط با صنعت سینما نیز مورد نظر است. از این دیدگاه، صنعت فیلمسازی صنعت ترکیبی پیچیده‌ای است مرکب از چندین صنعت کوچک و بزرگ که با صنایع بالادستی (بزرگتر) و پایین‌دستی (کوچکتر) ارتباط دارد. فرضاً چنانچه خود صنعت فیلمسازی را به‌عنوان صنعت محوری در مرکز توجه قرار دهیم، در آن صورت صنعت شیمی فیلم (امولسیون و داروسازی فیلم) در پایین دست آن قرار می‌گیرد. اما صنعت بزرگتر تولید مواد پتروشیمی که فراهم‌آورنده مواد اولیه متنوع از جمله مواد خام برای نوار فیلم (Base) که امروزه از جنس نوعی پلاستیک به‌نام «پلی استر» است، در بالادست آن قرار می‌گیرد. (با این وجود مواد اولیه هر دو این صنایع ممکن است به‌طور یک‌جا در کارخانه‌های سازنده فیلم خام که کارخانه‌های زنجیره‌ای هستند، فراهم باشد و یا به‌صورت جداگانه از طریق سفارش به کارخانه‌های بالادستی و پایین‌دستی تأمین شوند. یعنی کارخانه تولیدکننده فیلم خام هم امور شیمی فیلم و هم تولید نوار فیلم را انجام دهد).

صنعت اپتیک (فیلتر و عدسی سازی)، ساخت انواع دوربین‌های فیلمبرداری، وسایل نورپردازی، ضبط صوت، نوار خام صدا و ماشین‌های تدوین و صداگذاری فیلم، تجهیزات یا دستگاه‌های ظهور و چاپ فیلم و ده‌ها مورد دیگر نیز مطرح است؛ اتفاقاً اغلب ماشین‌های فیلمسازی جزو ماشین‌های نسبتاً پیچیده و گران‌قیمت به‌شمار می‌آیند. مثلاً در یک ماشین تدوین فیلم (میز تدوین) از صنعت متالورژی گرفته تا جنبه‌های مکانیکی، الکترومکانیک، اپتیک و برق، بیش از ۱۵۰ تخصص فنی و صنعتی به‌کار رفته است. چنانچه در ساختار فنی یک دوربین فیلمبرداری حرفه‌ای، به‌عنوان یک فرآورده صنعتی و یکی از اصلی‌ترین ابزارهای فیلمسازی دقیق شویم، به نتایجی کم و بیش شبیه به میزهای تدوین و ماشین‌های صداگذاری فیلم می‌رسیم. امروزه نقش وسیع رایانه را در صنعت سینما باید به این اقلام اضافه کرد - در هر حال از این موارد در صنعت فیلمسازی، به‌عنوان صنعتی وابسته به صنایع دیگر، بسیار زیاد است، چون نظام فنی تولید فیلم، در هر حال وابسته به ابزارها و ماشین‌های صنعتی است، از این رو سینما خود به‌عنوان یک هنر متعلق به عصر صنعت و برآمده از تحولات صنعتی در پایان قرن ۱۹، باید برای خود صاحب استانداردهای فنی می‌شد تا بتواند به‌عنوان یک صنعت (بین‌المللی) با برخورداری از استانداردهای فناوری، پذیرفته و مستقر شود.

برخورداری از همین استانداردهای صنعتی بین‌المللی است که مثلاً به ما امکان می‌دهد عملاً فیلم خام ۳۵ میلی‌متری «فوجی» ژاپنی را در داخل دوربین «آریفلکس» آلمانی قرار دهیم و پس از فیلمبرداری آن را با ماشین‌های لابراتواری «دبری» فرانسوی ظاهر و چاپ کنیم، آنگاه فیلم‌ها را با میزهای تدوین «پرووست» ایتالیایی، تدوین و صداگذاری کرده و بالاخره با پروژکتور نمایش فیلم «بل اندهاول» آمریکایی به نمایش درآوریم.

شایان ذکر است که استانداردهای فنی رایج در صنعت بین‌المللی فیلمسازی اگر نه عموماً، بلکه اغلب، آمریکایی است - (در موارد اندکی آلمانی و یا فرانسوی است) - استانداردهایی چون نسبت‌های ابعاد قاب نمایش تصویر، سرعت فیلمبرداری ۲۴ فریم در ثانیه برای فیلم ناطق، حساسیت‌های فیلم خام، شکل و تعداد سوراخ‌های حاشیه فیلم و... ده‌ها استاندارد تثبیت شده دیگر در صنعت سینما، مربوط به صنعت فیلم آمریکا است. از نظر بازار فروش، یعنی تجارت فیلم، نیز تفوق یا سلطه بر بازار جهانی فیلم (پس از جنگ اول جهانی) تاکنون از آن هالیوود بوده است - صنعتی پررونق و تجارتي بسیار پرسود بعد از صنایع اسلحه‌سازی و تولید دخانیات در آمریکا!

همچنین این هالیوود بوده که همواره موفق شده است استانداردهای فیلمسازی خود را نه فقط بر تماشاگران بین‌المللی بلکه بر گروه زیادی از فیلمسازان و تهیه‌کنندگان جهان - به‌عنوان ارزش‌ها یا استانداردهای زیبایی‌شناسی - تحمیل کند و به اصطلاح این استانداردها را جا بیاندازد.^۳ در هر حال، هالیوود بسیاری از معیارها و ضوابط سینمایی خود را نهادینه کرده و کلید تجارت جهانی فیلم را در اختیار داشته است. به همین سبب، به عقیده من یکی از شاخص‌های برجسته و مهم سینمای ملی در دیگر کشورها، مقابله با هالیوود، نه فقط از بُعد فرهنگی و زیبایی‌شناسی، بلکه به‌ویژه از بُعد تجاری است. این شاخص در تعدادی از کشورهایی که سینمای ملی در حال شکل‌گیری بوده (از جمله در برخی از کشورهای امریکای لاتین در دهه

۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ و مشخصاً سینمای نوبرزیل، کویا و شیلی) به یک هدف اصلی یا استراتژیک فیلمسازان این کشورها تبدیل شده است.^۴

همانطور که گفته شد، جنبه دیگر صنعت فیلمسازی برای تولید فیلم سینمایی، «نظام کارخانه‌ای»^۵ تولید «از ایده تا اکران» است. این نظام تولید در تاریخ سینما، تنها در یک کشور یعنی در ایالات متحده آمریکا مستقر شده که زمان استقرار آن، پس از خاتمه جنگ اول جهانی است. یعنی فقط هالیوود در هر دو جنبه از صنعت سینما به طور سنتی و مستمر دارای تجربه تاریخی است و تقریباً از همین زمان است که سینما به عنوان یک صنعت (یک صنعت متوسط و یا نیمه سنگین) در آمریکا شناخته می‌شود.^۶

از این جنبه (جنبه صنعتی) به عقیده من چیزی به نام «صنعت سینما» در ایران هیچ وقت وجود نداشته و اکنون نیز وجود ندارد. از این رو استفاده از اصطلاح «صنعت سینمای ایران» امری نسنجیده است.

از طرف دیگر، تقریباً همه آن وسایل و موادی که برای تولید فیلم (به مفهوم صنعتی آن) مورد نیاز است، ما از کشورهای صنعتی غرب خریداری و وارد می‌کنیم (از دوربین و تجهیزات نورپردازی گرفته تا فیلم خام و نوار صدا، تجهیزات لابراتوار، امور مربوط به شیمی فیلم، ضبط صوت و ماشین‌های صداگذاری و تدوین و دستگاه‌های نمایش فیلم و... بسیاری دیگر از تجهیزات) از این جنبه ما یک مصرف‌کننده صرف و یک وابسته اقتصادی - صنعتی بوده هستیم و متأسفانه هیچ نهاد و یا سازمانی هم برنامه‌ای برای کاستن از این شدت وابستگی ارائه نکرده است. احتمالاً موردی چون تولید فیلم خام سینمایی که یک صنعت استراتژیک محسوب می‌شود و توانایی تولید آن فقط در انحصار چند کشور صنعتی است، ممکن است برای ما مقرون به صرفه نباشد؛ زیرا در حال حاضر ما در بهترین شرایط، رقمی بین ۵۵ تا ۶۵ فیلم سینمایی در سال تولید می‌کنیم. اما این نکته را نیز باید در نظر داشت که همان چند کشور صنعتی ثروتمند نیز به هیچ وجه حاضر نیستند دانش و فناوری این صنعت استراتژیک خود را در اختیار کشورهای جهان سوم قرار دهند. فرضاً چنانچه به هر دلیلی و یا تحت هر شرایطی جریان صدور فیلم خام سینمایی به ایران متوقف شود، در آن صورت استمرار یا جریان «هنر سینما» نیز عملاً در ایران متوقف خواهد شد!^۷ در هر حال «صنعت سینما» به مفهوم واقعی خود زمانی می‌تواند در یک کشور وجود داشته باشد که پدیده صنعت در ابعاد وسیع و شکل زنجیره‌ای خود در آن کشور واقعاً مستقر و نهادینه شده باشد و البته کشور ما متأسفانه با آن شرایط فعلاً فاصله زیادی دارد.

اما «هنر سینما» در ایران وجود دارد، به ویژه اینکه هنری است با سابقه و مشخصاً از سابقه تاریخی آن ۷۵ سال می‌گذرد.^۸ موجودیت «هنر سینما»ی ایران به این معنی است که کلیه نیروی انسانی خلاق و یا تخصص‌های هنری و فنی لازم برای تولید فیلم (فیلمنامه‌نویس، کارگردان، تهیه‌کننده، بازیگر، صدابردار، تدوینگر، فیلمبردار و... تکنسین‌های اصلی فیلم) در ایران وجود دارند و فیلم‌هایی که سینمای ایران تولید می‌کند حقیقتاً محصول توانایی‌های فکری و مهارت‌های عملی هنرمندان و تکنسین‌های ایرانی است.

با داشتن این زمینه و با توجه به این دیدگاه، حال مجدداً به بررسی دیگر مفاهیم «سینمای

جنبه‌ها با معیارها و یا شاخص‌های نامیدن سینمای ایران به عنوان «سینمای ملی» انطباق دارد و در کدام جنبه‌ها انطباق ندارد. به عبارت دیگر چنانچه سینمای کشوری به تمامی جنبه‌ها و یا ویژگی‌های لحاظ شده در پرسش‌های زیر پاسخ مثبت دهد، در آن صورت کلیه شاخص‌های لازم را برای برخورداری از عنوان «سینمای ملی» داراست.

این پرسش‌ها (ویژگی‌ها و یا شاخص‌ها) از دو جنبه کلی به تبیین ابعاد «سینمای ملی» می‌پردازد:

۱- بررسی و تبیین درونی سینمای ملی:

الف - از جنبه اقتصادی: آیا چیزی به نام «صنعت فیلمسازی بومی» در ایران وجود دارد؟ چه افراد و یا چه مؤسساتی، چه شرکت‌ها و چه نهادهایی، زیربنای این صنعت را در اختیار دارند؟ (شامل تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و سالن‌های نمایش عمومی فیلم). توانایی اقتصادی تولید فیلم و میزان (تقریبی) سرمایه در گردش در سینمای ایران چقدر است؟ (منظور تعداد فیلم‌هایی است که در سال تولید می‌شوند، همچنین میزان هزینه و یا سرمایه‌ای که در تولید آنها به کار افتاده است) این سرمایه از چه منابعی تأمین می‌شوند؟ منابع ملی (دولت و بخش خصوصی) و یا منابع بین‌المللی (سرمایه خارجی)؟^۹

ب - این فیلم‌ها توسط چه کسانی (آیا ایرانیان) ساخته می‌شوند؟ رابطه محتوای این تولیدات با هویت ملی مردم ایران چگونه است؟ (موضوعات این فیلم‌ها چه موضوعاتی هستند؟ و چه رابطه یا پیوندی با ویژگی‌های فرهنگی مردم ایران به عنوان یک ملت دارند؟) این فیلم‌ها چه نوع آگاهی‌هایی در اختیار تماشاگران بومی می‌گذارند و چه تصویری را از ملیت در ذهن آنها ایجاد می‌کنند؟

ج - این فیلم‌ها تا چه اندازه به میراث‌ها و سنت‌های هنری، ادبی و فرهنگی مردم ایران اتکا دارند؟ همچنین چه تصویری از وضع موجود (زندگی فعلی، مشکلات، نیازها و آرمان‌های مردم) و رابطه آنها با نهادهایی چون: خانواده، دین، اقتصاد و حکومت ارائه می‌دهند؟ موقعیت فرد یا شهروند ایرانی در جامعه و در قبال این نهادها در فیلم‌ها چگونه تصویر شده است؟

د - آیا این سینما (مجموعه انواع فیلم‌ها) تماشاگران ملی دارند؟ به عبارت دیگر آیا سینما در ایران به عنوان یک شکل سنتی و پذیرفته شده سرگرمی برای مردم، تثبیت شده است؟

ه - از لحاظ بیان سینمایی و علائق مشترک هنری فیلمسازان ایرانی، آیا می‌توان یک رشته ویژگی‌های سبکی مشابه را در بین فیلم‌های آنها یافت؟ منابع و یا منشأ زیبایی‌شناسی فیلم‌ها (فیلمسازان ایرانی) کدامند؟

۲- بررسی و تبیین بیرونی سینمای ملی:

از این جنبه، هویت سینمای ملی از لحاظ رابطه‌ای که با سینمای سایر ملل دارد، یعنی تفاوت و تشابه فیلم‌ها با آثار خارجی، با پاسخ به سؤالات زیر تبیین می‌شود:

الف - فیلم‌های ایرانی در مقابله تجاری و فرهنگی با سلطه فیلم‌های خارجی، به ویژه سلطه هالیوود، بر بازار داخلی - به منظور تأمین استقلال ملی سینمای بومی - چه نوع استراتژی را دنبال

می‌کند؟

ب - از لحاظ هنری، فیلم‌های ایرانی تا چه اندازه تحت تأثیر فیلم‌های بیگانه هستند؟ (الگوهای روایتی و ساختارهای نمایشی و تصویری که فیلمسازان ایرانی در فیلم‌های خود به کار می‌گیرند تا چه اندازه ابداعی یا اصیل یا تقلیدی هستند؟)

ج - بازار فروش و توزیع برون‌مرزی محصولات سینمای ایران چگونه است؟ (چنانچه سینمای کشوری بخواهد، از جنبه ملی، مردم‌پسند باشد ناگزیر باید گسترش برون‌مرزی یا بین‌المللی داشته باشد) در هر حال فایده اقتصادی تولید فیلم نه فقط در بازار داخلی بلکه در بازارهای خارجی نیز یکی از شرایط احراز هویت برای «سینمای ملی» هر کشوری است.^{۱۰}

نتیجه‌گیری:

به این ترتیب، بحث «سینمای ملی» زمانی به نتیجه می‌رسد که ما بتوانیم پاسخی روشن به کلیه پرسش‌های بالا بدهیم. به همین سبب در آغاز این مقاله تأکید شده که به کارگیری اصطلاح «سینمای ملی» برای سینمای ایران، همچنین سینمای هر کشور دیگری، کار ساده‌ای نیست. چون اولاً باید مفاهیم و تعاریفی را برای آن در نظر گرفت، ثانیاً ضوابط یا استانداردهایی را برای آن معلوم کرد، ثالثاً داشتن «سینمای ملی» مستلزم شناسایی، بررسی و تحلیل عوامل و جنبه‌های دیگری نیز هست. در این شناسایی، ابتدا باید بدانیم که از لحاظ تاریخی، در ایران، بر سینما چه گذشته است؟ و سینما در کشور ما چه مسیری را در بستر فرهنگ ملی طی کرده و در این تعیین مسیر چه عوامل و عللی دخیل و مؤثر بوده‌اند؟ یعنی تعیین هویت سینمای ایران از لحاظ ملی در درجه نخست به یک تبیین تاریخی، به ویژه تبیین‌های جامعه‌شناختی و اقتصادی، نیاز دارد که ما تاکنون متأسفانه این کار را در قالب پژوهش‌های علمی مدون، انجام نداده‌ایم. در نتیجه مادامی که به این شناخت نرسیده‌ایم، نمی‌توانیم قاطعانه و بدون تردید از اصطلاح «سینمای ملی» برای هنر سینمای ایران استفاده کنیم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مآخذ و پی‌نوشت‌ها:

- ۱- اوحدی، مسعود. روش‌یابی پژوهش‌های سینمایی، انتشارات سلمان، تهران، ۱۳۷۹، ص ۶۳.
- 2- Barrowclough, Sussan: *The Dilemmas of the National Cinema*, BFI Publishing. London, 1981m p. 13.
- ۳- آندرو ساریس، پژوهشگر سینما و منتقد معروف امریکایی معتقد است که: «سینمای هیچ کشوری، به جز امریکا، نتوانسته در تمام طول تاریخ این رسانه، به‌طور دائم و مستمر، فیلم‌های جالب توجه - به دلایل گوناگون - تولید کند» (روش‌یابی پژوهش‌های سینمایی، ص ۶۷، زیرنویس).
- ۴- اطلاعات بیشتر در این مورد را می‌توان در کتاب‌های زیر یافت:
ضابطی جهرمی، احمد. سینمای امریکای لاتین، انتشارات بیگوند، تهران، ۱۳۶۲.
چانن، مایکل. سینمای شیلی، ترجمه احمد ضابطی جهرمی، انتشارات بیگوند، تهران، ۱۳۶۱.
- ۵- نظام ستاره‌سازی و شیوه تولید استودیویی که برای چندین دهه از شگردهای تجاری هالیوود

محسوب می‌شد، برآمده از همین نظام کارخانه‌ای - صنعتی تولید فیلم است.

۶- چگونگی استقرار و تحول تاریخی «صنعت سینما»ی آمریکا در کتاب زیر آمده است:

Borwell David, Staiger Janet and Thompson Kristin: *The Classical Hollywood Cinema*, Routledge Publishing, London, 1985.

۷- سینمای روسیه پس از انقلاب اکتبر ۱۹۱۷، تقریباً به مدت هفت سال در چنین تنگنایی قرار داشت. روس‌ها در آن زمان از طرف کشورهای صنعتی و سرمایه‌داری غرب تحریم اقتصادی شدند. آنها در این تنگنا ناگزیر بودند که روی فیلم‌های باقی‌مانده در آرشیوها کار کنند. به این معنی که فیلم‌های موجود در مؤسسات و شرکت‌ها را دوباره مونتاژ می‌کردند و یا امولسیون‌ها (تصویرها)ی فیلم‌ها را می‌تراشیدند و مجدداً امولسیون جدیدی (امولسیون فیلم عکاسی که خود می‌توانستند آن را تولید کنند) روی نوار فیلم (Base) می‌مالیدند و فیلمبرداری می‌کردند. جالب است که همین مسئله یکی از عواملی بود که باعث شد جریان زیبایی‌شناسی «مکتب مونتاژ روسی» که اهمیت اصلی را در هنر سینما به مونتاژ یا تدوین می‌داد، تشدید و تعمیق شود. (البته این کار آنها شاید به بهای نابود شدن نسخه‌های منحصر به فرد فیلم‌هایی شده باشد که از لحاظ پژوهش‌های تاریخی سینما، ارزشمند بوده‌اند).

۸- شروع حقیقی تاریخ سینما در ایران تقریباً مقارن با پایان دوره سینمای صامت (۱۹۲۷) در غرب است. یعنی از همان زمانی که هنرمندان و تکنسین‌های ایرانی، نخستین فیلم‌های داستانی خود را با نام‌های آبی و رابی و حاج آقا آکونر سینما تولید کردند. از این مقطع تاریخی است که ایرانیان عملاً فیلمسازی را آموخته‌اند و خود می‌توانند کلیه امور هنری و فنی تولید را با دست‌ها و اندیشه‌های خود به انجام برسانند. اینکه در تابستان سال ۱۳۷۹، «صدمین سال تولد سینمای ایران» اعلام و جشن گرفته شد، به عقیده من بیشتر یک عمل تظاهرامیز است تا کاری سنجیده و مبتنی بر تحقیق علمی در تاریخ. زیرا در سال ۱۳۷۹، فقط صد سال از زمانی که دوربین فیلمبرداری وارد دربار ایران می‌شود می‌گذرد و فیلمسازی (در این مورد به‌خصوص، فیلمبرداری و نمایش فیلم در دربار) ربطی به مردم ایران نداشته است. موضوع فیلمبرداری عکاس‌باشی مخصوص مظفرالدین شاه (میرزا ابراهیم خان) از مراسم جشن گل‌ها در شهر «استاند» کشور بلژیک با دوربین فرانسوی «گومون» نیز، با موضوع آغاز سینما (شروع فیلمسازی) در ایران بی‌ربط است. پس از میرزا ابراهیم خان نیز خان‌بابا معتزلی یک تنه فقط فیلم‌های خبری و گزارش‌های تبلیغاتی در آغاز سلطنت پهلوی گرفته است (فیلم‌های مستند خبری چون: افتتاح مجلس مؤسسان، افتتاح راه‌آهن، بانک ملی، رژه ارتش و... موضوعاتی از این قبیل). تنها از پایان دوره صامت، یعنی در فاصله سال‌های ۱۹۳۰-۱۹۲۷ است که نخستین تولیدات سینمایی در ایران به مفهوم «تولید ملی» (با «سینمای ملی» اشتباه نشود)، شکل می‌گیرد.

۹- تعیین این جنبه‌ها به این خاطر اهمیت دارد تا معلوم شود که آیا تولید فیلم در ایران یک امر تجاری سودمند یا مقرون به صرفه است؟ فرضاً اگر ۶۵ فیلم بلند سینمایی در سال تولید شود و ساخت هر فیلم، هزینه‌ای (به‌طور متوسط) معادل صد میلیون تومان را دربرگیرد، در این صورت نسبت به جمعیت ایران (دست کم ۶۵ میلیون نفر) تقریباً برای هر یک میلیون نفر یک فیلم داریم. چنانچه بهای متوسط بلیط (براساس درجه‌بندی سالن‌های سینما در تهران و شهرستان‌ها) را مبلغی برابر با پانصد تومان محاسبه کنیم، در این صورت دویست هزار نفر (در مجموع تمام اکران‌هایی که فیلم می‌گیرد) باید به تماشای آن بنشینند تا فیلم فقط سرمایه با هزینه تولید خود را برگرداند.

۱۰- سینمای هند در بین ملل آسیایی، سینمای مصر در بین اعراب و فیلم‌های هالیوودی نه فقط بین ملل اروپایی بلکه نزد بیشتر مردم جهان، نهادینه شده است. فیلم هندی و فیلم هالیوودی مترادف با بسیاری مفاهیم، ارزش‌ها و استانداردهاست. سینمای آمریکا و هند از لحاظ تاریخی واقعاً گسترش بین‌المللی داشته‌اند. نخستین فیلم‌های ناطق ایرانی نیز در استودیوهای کلکته و بمبئی فیلمبرداری و صداگذاری شده‌اند.