

## درآمدی بر ریشه‌های بحران در اقتصاد سینمای ایران

هوشمند هنرگار

مقدمه

از موقعیت ناپایدار و نامطمئن این صنعت در ایران ارائه می‌دهد. لحن احتمالاً تلخ مقاله هرگز خواسته نویسنده نبوده است؛ متأسفانه بررسی اطلاعات بدست آمده از تحقیق، خودبه‌خود ما را به نتایج تلخی خواهد رساند. امید که: آگاهی درست و کامل از وضع تأسف بار موجود، رهنمون ما شود به سامان دادن شکوفائی آتی سینمای کشور.

مدخل

سینما، امروزه، رسانه‌گرانی است، آنچنان گران که سرمایه‌گذاری در آن با سرمایه‌گذاری در پیچیده‌ترین و حساس‌ترین صنایع برابری می‌کند. ساخت فیلم، تولیدی بسیار پیچیده و فنی است. استودیوهای معتبر جهانی تنها با به‌کارگیری سیستمی دقیق و پیشرفته و افرادی متخصص قادر به حضور و رقابت در میدان تولید فیلم هستند.

سینما در طول عمر خود رقبای زیادی را به خود دیده است که آمده بودند تا او را از میدان بدر کنند: تلویزیون، ویدئو، کامپیوتر، ماهواره... ولی هنوز بر نفس و پا برجا ایستاده و همچنان قوی می‌نماید. ولی این قدرت هنوز باقی، تنها در سایه پیشرفت و تحول بلاانقطاع آن حاصل آمده است. نوکردن روشهای تولید و تجدید نظر مداوم در ساخت و سلیقه‌های جاری فیلمسازی.

ولی آیا در ایران ما نیز سینما به آن حد از تخصص لازم رسیده است؟ و آیا این وضعیت به واقع پیچیده را سیستمی فنی و ماهرانه، و مدیران و کارشناسانی مناسب می‌گرداند؟

نگاهی به پیش از انقلاب

سینما در ایران توسط میرزا ابراهیم خان عکاسباشی، وارد میدان می‌شود. کم‌کم جنبه‌های سرگرم‌کننده عام آن رخ می‌نماید و سودآوری این وسیله برای عده‌ای معلوم می‌شود. پس هوشیارانه در پی استفاده برمی‌آیند. نخستین سینماها تأسیس می‌شود. میرزا ابراهیم خان صحافیاشی، مهدی روسی خان...

بعد دو سه فیلم کوچک با ابزارهای ساده و ابتدائی ساخته می‌شود. آبی و رایبی اولین فیلم ایرانی پانصد و شصت تومان خرج برمی‌دارد و در عوض هفت هزار تومان نصیب اوهایان (سازنده فیلم) می‌کند.

«سپنتا» از هند می‌آید با چند فیلمی که حرفه‌ای تر از بقیه کار می‌شود، حساب و کتاب دقیق تری دارد، و یک تهیه‌کننده حرفه‌ای که اتفاقاً سرخود سپنتا را هم کلاه می‌گذارد، پشت آن ایستاده است.

اما عاقبت رقیب پرزوری به نام «فیلم خارجی» سینمای تازه پای ایران را زمین می‌زند و اولین بحران سینمای ایران بوجود می‌آید. ولی این بحران، دلائل دیگری نیز غیر از طبیعت بازار دارد و آن شرایط فرهنگی و سیاسی دوره رضاخانی است.

«در شهریور ۱۳۱۵ وارد بوشهر شدم. فیلم لیلی و مجنون هم همراه آورده بودم. فیلم را در گمرک بوشهر نگاهداشتند. ما به عزم تهران حرکت

مقاله حاضر، ارزیابی شتابزده و نه چندان منظمی از اقتصاد سینمای ایران در سالهای اخیر است. تحلیل کامل، دقیق و مدون از «اقتصاد سینمای ایران» خود مستلزم کاری سنگین و طولانی آن هم توسط کارشناسان و محققان اقتصادی و سینمایی است، که حاصل آن کتابی حجیم خواهد بود؛ بخصوص که تا این زمان نیز کاری جدی و اصولی روی این مقوله صورت نگرفته است.

منابع اطلاعاتی در زمینه اقتصاد در سینمای ایران بسیار محدود است. این منابع به‌طور عمده شامل: برخی مقالات سینمایی (نه اقتصادی) به‌طور پراکنده در نشریات سینمایی-آمار و ارقام، و گزارشها و آئین‌نامه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سایر دستگاههای دولتی - و کتاب «نکاتی پیرامون اقتصاد سینمای ایران» به اهتمام و تدوین محمد مهدی دادگو.

روش تحقیق در این مقاله در واقع تکیه بر منابع بالاست، و گاهی تهیه مستقیم اطلاعات از مؤسسات خصوصی و دفاتر تولید فیلم، و نیز کارشناسان سینمایی براساس تجربیات و آگاهی شخصی شان؛ و دیگر یک ارزیابی مشخصی (با توجه به داده‌های موضوع، یافتن تعاریف تقریباً درست در هر مقوله و درک ناچیز نویسنده) در هر بخش.

متأسفانه امکان جمع‌آوری مستقیم مدارک، انجام مصاحبه‌ها، حضور مستقیم و سفرهای ضروری موجود نبود، پس بسنده شد به اطلاعات و آمار و مدارکی که از اینجا و آنجا به دست آمد. در کل، کوششی شده است در فشرده کردن و ذکر ضروری‌ترین مطالب.

چند نکته:

- در این مقاله هر جا از «بحران» نامی به میان آمده، تنها «بحران اقتصادی» مورد نظر بوده است نه بحرانهای دیگر (سیاسی، فرهنگی...)  
- در مقاله حاضر تنها به جنبه اقتصادی سینما (به عنوان یک صنعت) توجه داشته‌ام نه جنبه فرهنگی آن، بررسی جنبه‌های فرهنگی و احتمالاً بحران فرهنگی سینما، مقالات جداگانه‌ای می‌طلبد.

- فرصت پرداختن به مطالب چندتی که بررسی آنها در رابطه با مقاله حاضر قرار می‌گیرد، متأسفانه، دست نداد:

- مطالعه مخاطبین.
- بررسی سالنهای سینما، سینماداری و سینماسازی در ایران.
- تحقیق پیرامون تلویزیون، ماهواره، ویدئو و کامپیوتر به عنوان رقبای صنعت سینما.
- تبلیغات فیلم.
- صادرات و بازارهای خارجی.

هرچند مقاله حاضر، ظاهراً، به موضوع روز سینمای ایران می‌پردازد، ولی در ریشه‌یابی و سپس ارزیابی بحران، نتایجی حاصل می‌شود که محدود به این دوره خاص و سالهای اخیر نیست، بلکه تعریفی

کردیم. از بدو ورود به بوشهر طرز رفتار مأمورین به حدی با ما زننده و بد بود که از مسافرت خود پشیمان شدیم. با آرزوی اینکه یک استودیوی فیلمبرداری در ایران تأسیس کنم یا لاقلاً نمایش فیلم لیلی و مجنون که آنقدر برای آن زحمت کشیده بودم انجام شود به هر وزارتخانه‌ای مراجعه کردم مایوس و عصبانی بازگشتم. دولت وقت موضوع سینما را جدی تلقی نمی‌کرد، یک نفر هندی هم که به نام «جلان» از طرف کمپانی «ایست ایندیا» به ایران فرستاده شده بود تا بتواند استودیویی در ایران باز کند گیاهخوار بود، و در اثر تهیه سینماچیان که موجب زحمات ما را فراهم می‌آوردند که ناچار شدیم فیلم را به قیمت ارزان و شرایط آسان به آنها واگذار کنیم، خود را باخت و از راه خرمشهر به هندوستان فرار کرد.

(عبدالحسین سپنتا - فرهنگ و زندگی، شماره ۱۸ - به نقل از «تاریخ سینمای ایران»، مسعود مهرابی)

از ۱۳۱۵ تا ۱۳۲۷ فیلمسازی در ایران تعطیل می‌شود.

دوره بعدی سینمای ایران از ۱۳۲۷ شروع می‌شود: علی دریابگی، اسماعیل کوشان، پرویز خطیبی ... حالا شرایطی فراهم شده که فیلمهای ایرانی با کیفیت بهتری ساخته می‌شوند و تماشاگران نیز استقبال بیشتری می‌کنند: دستکش سفید به کارگردانی پرویز خطیبی ۲۶۰ هزار تومان فروش می‌کند، (۱۳۳۰). در سال ۱۳۳۴ امیر ارسلان نامدار به کارگردانی شاپور یاسمی رکورد فروش را می‌شکند. کماکان وضع سینما خوب است و رونقی دارد تا اینکه سالهای ۳۵ و ۳۶ باز دوره ناکامی و شکست فرامی‌رسد. در سال ۱۳۳۶ تولید فیلم کاستی می‌گیرد و دوباره رکورد آغاز می‌شود: سالهای ۳۷، ۳۸، ۳۹ ...

از آغاز دهه ۴۰ سینما کم کم خود را بالا می‌کشد، تا باز رونقی نصیب خود کند. و این بار در سال ۴۴ فیلم گنج قارون نقطه عطف این دوره فرار می‌گیرد و رونق چشمگیر تازه‌ای برای سینما پیش می‌آورد. این فیلم ساده‌انگارانه یک ویژگی مهم دارد و آن کشف (شاید اتفاقی) خواست و تمایل توده منقمل و خموده آن دوران است: دروغهایی دلپذیر در بستر زندگی و فقر مردم.

در سال ۴۵ (یک سال بعد از گنج قارون) تولید سینمای ایران، یکباره، از ۳۹ فیلم به ۵۲ فیلم می‌رسد. در سال ۴۷ بیش از ۷۰ فیلم به بازار عرضه می‌شود و اغلب آنها توفیق تجاری خوبی می‌یابند.

در سال ۴۸ قیصر با نگاهی تازه و متفاوت روی پرده می‌رود و فروش غافلگیرانه آن (بیش از دو میلیون تومان) خط تازه‌ای را در سینمای ایران راه می‌اندازد. توفیق تجاری قیصر نقطه عطفی می‌شود برای حضور سینماگران جوان و خلاق و پرمایه در میدان. فیلمسازان جوان و پرشوری که هم توانائی تضمین مالی فیلم را دارند و هم می‌توانند اعتبار هنری برای تهیه‌کننده کسب کنند. پس از آن است که حاتمی، تقوایی، نادری، بوضائی و ... نند نفری دیگر امکان ساختن فیلم در محیط تجاری سینما را پیدا می‌کنند، حتی مهرجویی به یمن همین اتفاق امکان ساختن فیلمهای بعد

خود را می‌یابد.

در این سالها مؤسسات فیلمسازی رشد کرده‌اند، و کم کم تهیه‌کنندگان خرده پا جای خود را به تهیه‌کنندگان بزرگتری مثل: «پارس فیلم»، «استودیو میثاقیه»، «فردوسی فیلم»، «استودیو عصر طلایی» ... می‌دهند که توان تولید ده فیلم در سال را یافته‌اند.

ولی از دهه ۵۰ مقدمه بحران و رکودی دیگر آغاز می‌شود. در سال ۵۱ بسیاری از فیلمها با شکست سنگینی روبرو می‌شوند، هرچند در این سال ۹۰ فیلم به بازار عرضه می‌شود که رقمی بی‌سابقه است. در سال ۵۲ نیز سیر صعودی تولید فیلم و سیر نزولی فروش آنها ادامه می‌یابد. در این سال ۸۵ فیلم روی پرده می‌رود. (توجه شود به افزایش غیرمنطقی تولیدات سینمای ایران در دو ساله اخیر: «در سال ۷۳، صد فیلم جلوی دوربین می‌رود!»)

سالهای ۵۵ تا ۵۷ سینمای ایران در دل بحران قرار دارد. بحرانی که برآمده از بحران عظیم تری است که در جامعه درگرفته است و به انقلاب ۵۷ می‌انجامد. اما «بحران سینما» پس از انقلاب جای خود را به رکود سالهای ۵۸ تا ۶۲ می‌دهد.

در سال ۵۷ کار به آنجا می‌کشد که سینماداران طی سال (نه به دلیل همراهی با مردم و انقلاب، بلکه به دلیل شکست اقتصادی و بحران مالی) دوباره اعتصاب می‌کنند. دهه ۵۰، مخصوصاً سال ۵۷، برای سینمادارها دوره خوبی نبود، در سال ۵۷ تعداد زیادی از سینماها دچار آتش سوزی می‌شوند. بدین ترتیب رشد عجیبی که در دهه ۴۰ در تأسیس و افزایش سینماها شکل گرفته بود و طی یک دهه تعداد سینماهای کشور ۵ برابر شد و به ۴۳۹ واحد در سال ۱۳۵۰ رسید، در سال‌های دهه ۵۰ کاستی گرفت و تعداد سینماها را به ۲۷۰ واحد در سالهای اخیر رساند.

### نگاهی به سالهای ۵۸ تا ۶۲ (دوره اول پس از انقلاب)

پس از انقلاب به دلیل تغییری که در روابط و عوامل اقتصادی پیش می‌آید، صنعت سینما که نیمه جانی بی‌شناسنامه بود، در ادامه بحران سالهای پنجاه، دچار رکود هولناکی می‌شود. در این سالها

سال	تعداد
۱۳۵۸	۳
۱۳۵۹	۶
۱۳۶۰	۱۰
۱۳۶۱	۵
۱۳۶۲	۱۸

جدول (۱)  
تولید فیلم از سال  
۱۳۵۷ تا ۱۳۶۲

دست اندرکاران و فیلمسازان سابق اغلب طرد شده، از دور خارج می شوند. و تا آمدن نیروهای جدید و راه اندازی دوباره سینما، خلائی پیش می آید که چند سالی سینما را از حرکت و رونق می اندازد. نگاهی به تولیدات سینما از سال ۵۸ تا ۶۲ این رکود و کساد را به خوبی نشان می دهد.

از سال ۶۲ با آمدن نیروهای جدید و برنامه ریزی دولت برای سینما، سینما کم کم جانی می گیرد و خود را بالا می کشد. سال ۶۳ با حمایت و برنامه ریزی نسبتاً درست و به موقعی که دولت در زمینه سینما می کند، چرخهای تولید به حرکت درمی آیند. سیاستهای حمایتی دولت شامل موارد زیر می شود:

- حمایت از فیلم ایرانی در برابر فیلم خارجی.

برای رسیدن به جواب در آمارهای تولید، فروش و تماشاگران این سالها جستجویی می کنیم. نخست سراغ آمار مربوط به تماشاگران فیلمها می رویم. دوره بررسی خود را سالهای (۶۴-۷۲) قرار می دهیم.

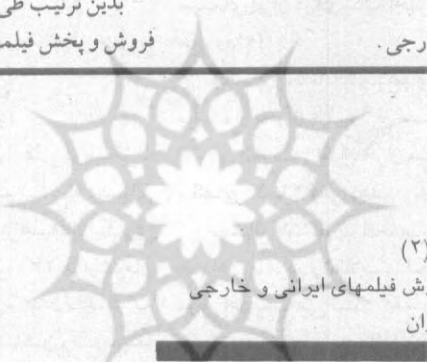
- محدود کردن ورود و پخش فیلم خارجی.

- ایجاد تسهیلات بر پخش مناسب فیلمهای ایرانی.

- تقلیل عوارض بر فیلمهای ایرانی.

- مساعدت در تهیه مواد و تجهیزات تولید فیلم.

بدین ترتیب طی سالهای بعد سینما رونق می گیرد و یک جابه جایی در فروش و پخش فیلمهای ایرانی و خارجی صورت می گیرد:



جدول (۲)

مقایسه درصد تعداد بیننده و فروش فیلمهای ایرانی و خارجی در تهران

سال	درصد سهم از تعداد بیننده در صد سهم از فروش		آمار کل تماشاگران فیلم از سال ۱۳۶۴ تا ۱۳۷۲
	ایرانی	خارجی	
۱۳۶۱	۲۴/۷۸	۷۵/۲۲	۷۷/۳۱
۱۳۶۲	۲۴/۰۵	۷۵/۹۵	۷۶/۹۶
۱۳۶۳	۳۳/۳۸	۶۶/۶۲	۴۱/۴۵
۱۳۶۴	۵۶/۸۹	۴۳/۱۱	۴۱/۴۵
۱۳۶۵	۵۹/۹۸	۴۰/۰۲	۳۹/۵۵
۱۳۶۶	۶۵/۶۴	۳۴/۳۶	۳۲/۴۰
۱۳۶۷	۷۸/۳۳	۲۱/۶۷	۱۹/۳۳
۱۳۶۸	۷۲/۷۵	۲۷/۲۵	۲۲/۷۸
۱۳۶۹	۸۲/۱۵	۱۷/۸۵	۱۵/۲۸
۱۳۷۰	۸۰/۶۵	۱۹/۳۵	۱۷/۷۰
۱۳۷۱	۸۳/۶۹	۱۶/۳۱	۱۶/۱۷
۱۳۷۲	۸۲/۸۵	۱۷/۱۵	۱۵/۶۳

جدول (۳)

آمار کل تماشاگران فیلم از سال ۱۳۶۴ تا ۱۳۷۲

سال	تعداد کل تماشاگران
۱۳۶۴	۷۵,۰۵۰,۸۷۹
۱۳۶۵	۷۸,۲۵۹,۱۳۵
۱۳۶۶	۸۰,۳۰۴,۲۲۲
۱۳۶۷	۷۶,۸۶۸,۵۴۶
۱۳۶۸	۸۰,۵۲۵,۴۳۵
۱۳۶۹	۸۱,۱۳۱,۹۵۸
۱۳۷۰	۶۶,۶۳۴,۶۴۴
۱۳۷۱	۵۴,۰۳۰,۷۴۵
۱۳۷۲	۵۳,۸۰۹,۱۵۰

بررسی اقتصاد سینمای ایران در ده سال اخیر

طی سالهای ۶۳ تا ۶۹ سینمای ایران دوره نسبتاً موفق‌تری را می‌گذراند. اما در سالهای اخیر وضع چندان رضایتبخش به نظر نمی‌رسد. باید دید در مرحله فعلی، سینمای کشور ما در چه دوره‌ای به سر می‌برد: رونق، رکود یا بحران و سقوط؟

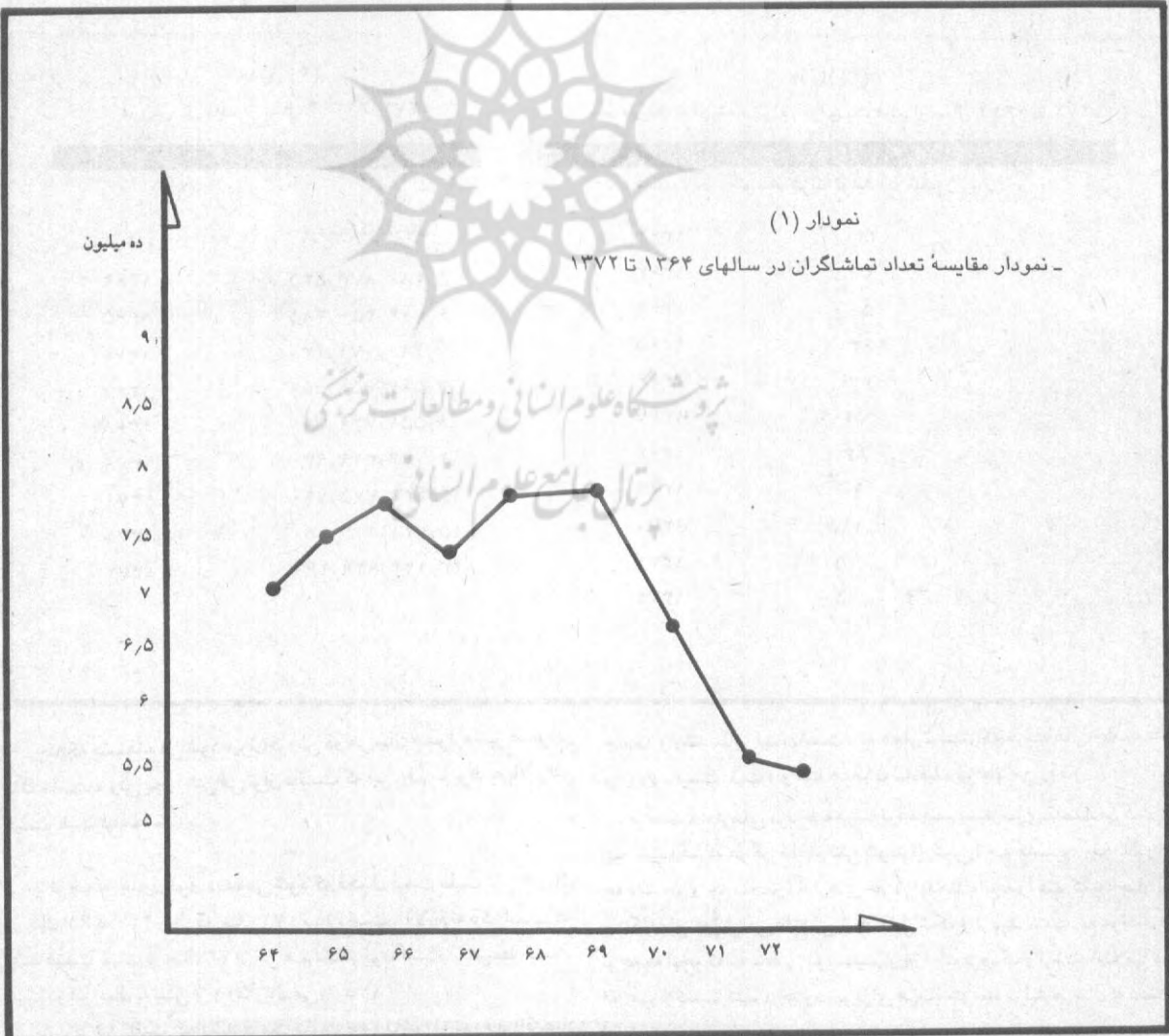
چنانکه از آمار و نمودار فوق مشاهده می‌شود تعداد تماشاگران از یک دوره تقریباً راکد در سالهای پیش از ۶۴ کم‌رشد می‌کند و در سالهای ۶۸ و ۶۹ به نقطه اوج می‌رسد ولی دوباره از سال ۷۰ شروع به افت می‌کند، به طوری که تعداد تماشاگران سینما در سال ۷۲ به رقمی پائین‌تر از سال ۶۲ می‌رسد.

تعداد کل تماشاگران فیلم در تهران (سال ۶۲) ۱۶,۸۳۶,۵۲۶

تعداد کل تماشاگران فیلم در تهران (سال ۷۲) ۱۶,۳۷۴,۴۴۴

اگر در کارهای نصفه و نیمه در دست سال ۷۳ دقت شود، خواهیم دید که این حرکت نزولی در سال ۷۳ نیز به شدت ادامه پیدا می‌کند. آمارهای گهگاهی در مورد وضعیت فروش فیلمها در اکران ماه نشریات و همینطور منظره سوت و کور و رودیها و گیشه‌های سینماها نشان از آن دارد که در سال ۷۴ نیز سینمای ما همچنان در حال نزول است.

حال به بررسی آمار فروش فیلمها طی این سالها می‌پردازیم، و باز هم آمارهای سالهای ۶۳ و ۷۲ را کنار می‌گذاریم.



## جدول (۵)

معدل قیمت بلیت سینماهای کشور از سال ۱۳۶۳ تا ۱۳۷۱

سال	ممتاز	درجه ۱	درجه ۲	درجه ۳	معدل
۱۳۶۳	۱۰۰	۹۰	۸۰	۷۰	۹۰
۱۳۶۴	۹۵/۵	۸۳/۵	۷۳/۵	۶۵/۵	۷۷
۱۳۶۵	۱۰۰/۵	۹۰/۵	۸۱/۵	۷۳	۸۶/۵
۱۳۶۶	۱۰۷/۵	۹۶	۸۵	۷۳	۹۱/۵
۱۳۶۷	۱۳۲	۱۰۲	۸۸/۵	۷۳/۵	۱۰۳
۱۳۶۸	۱۵۱/۵	۱۱۵	۹۶	۷۷	۱۱۳
۱۳۶۹	۱۹۸	۱۶۵	۱۳۲/۵	۱۰۶/۵	۱۵۷
۱۳۷۰	۲۸۶	۲۴۳	۲۰۵	۱۵۳	۲۳۳/۵
۱۳۷۱	۳۶۵	۳۱۶/۵	۲۶۴/۵	۱۹۶/۵	۳۰۱/۵
۱۳۷۲	*	*	*	*	۴۴۰

## جدول (۴)

فروش کل فیلم از سال ۱۳۶۴ تا ۱۳۷۱

## جدول (۶)

متوسط هزینه تولید برای یک فیلم از سال ۱۳۶۲ تا ۱۳۷۲

سال	فروش کل (ریال)	سال	متوسط هزینه تولید (به میلیون ریال)
۱۳۶۴	۵,۴۸۰,۸۷۳,۵۴۵	۱۳۶۲	۲۴
۱۳۶۵	۶,۷۱۴,۴۵۰,۲۸۵	۱۳۶۳	۳۰
۱۳۶۶	۷,۲۱۰,۰۷۱,۴۳۰	۱۳۶۴	۵۰
۱۳۶۷	۷,۵۶۷,۶۵۸,۵۵۰	۱۳۶۵	۶۳
۱۳۶۸	۸,۵۵۱,۷۴۹,۳۹۰	۱۳۶۶	۶۳
۱۳۶۹	۱۲,۰۷۴,۳۱۹,۹۳۰	۱۳۶۷	۷۱
۱۳۷۰	۱۴,۶۳۱,۷۷۵,۷۹۰	۱۳۶۸	۸۳
۱۳۷۱	۱۵,۷۴۱,۸۱۳,۶۸۰	۱۳۶۹	۹۰
۱۳۷۲	۲۳,۱۲۴,۹۲۹,۲۶۰	۱۳۷۰	۱۱۵
		۱۳۷۱	۱۵۰
		۱۳۷۲	۲۵۰-۴۰۰

چنانکه مشاهده می شود میزان فروش در هر سال همواره سیر صعودی داشته است، ولی به راحتی می توان دانست که این رقم مربوط به بالا رفتن قیمت بلیت فیلمهاست.

با توجه به جدول فوق دیده می شود که معدل قیمت بلیت از ۹۰ ریال در سال ۶۱ به ۴۴۰ ریال در سال ۷۲ رسیده است. (لازم به ذکر است که رشد قیمت بلیت در سال ۷۳ از این هم بیشتر بوده است: متوسط قیمت بلیت در این سال به بیش از ۵۰۰ ریال می رسد.) باید توجه داشت که رشد قیمت بلیت خود ناشی از تورم در اقتصاد

جامعه و رشد سایر قیمتهاست. به همان نسبت که هزینه های جامعه بالا می رود، قیمت بلیت، و البته هزینه تولید فیلم نیز بالا می رود.

متأسفانه آمارهای مربوط به هزینه تولید فیلم بسیار سری قلمداد می شود. تهیه کننده ها که هرگز حاضر نمی شوند به کسی (چه کاسب، چه مأمور، چه دانشجو و چه محقق) آمارهای خود را بدهند، آنچه را هم که به اجبار به دستگاههای دولتی می دهند بی شک قابل شک و تردید است. به هر حال با توجه به آنچه که به سختی توانستیم از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در این مورد کسب کنیم، حدود زیر برای هزینه متوسط تولید هر سال به دست آمد:

که دوره بعدی سینمای ایران چگونه و با چه برنامه و پشتوانه ای آغاز خواهد شد.

### صنعت سینما و سایر صنایع

آیا «صنعت سینما» با سایر صنایع تفاوت اساسی دارد؟

سینما همانگونه که می دانیم دارای دو جنبه است: ۱- تجاری، ۲- فرهنگی. سینما به لحاظ جنبه فرهنگی آن البته تفاوت‌هایی با سایر صنایع (غیر فرهنگی) دارد. در این مقاله به جنبه های فرهنگی سینما کاری نداریم ولی باید دانست که این تفاوتها، در بخش «صنعت سینما» تفاوت اساسی با یک صنعت و تولید دیگر ایجاد نمی کند. در این بحث ما با تجربه های مشخصی و خاص سینماگران (که ناگزیر مخاطب خاص و محدودی می طلبد) کاری نداریم. بحث ما از سینما به طور عام است. سینما اصولاً یک صنعت سودآور قلمداد شده و در آن سرمایه گذارهای عظیمی صورت می گیرد؛ بدین لحاظ باید با آن به عنوان یک «صنعت» روبرو شد.

سیدمحمد بهشتی در میزگرد مجله فیلم - شماره ۱۴۲ - می گوید:

«به دلیل ماهیت اصلی سینما، اصولاً بحران در سینما یک «مسأله ذاتی» است. نگاه به سینما از منظر صنعتی ویژگیهایی بسیار متفاوت از سایر صنایع را پدیدار می کند. خط تولید در این صنعت عمر کوتاهتری نسبت به محصول تولید شده دارد. خط تولید چیده می شود، تولید صورت می گیرد و بعد خط تولید بر چیده می شود. درست برعکس صنایع دیگر که خط تولید مداوم دارند و محصول تولید شده شان متنوع و دارای عمر کوتاهتری است. بنابراین در «سینما» متغیرها بیشتر نقش دارند تا عناصر ثابت. بحران از جایی شروع می شود که تعداد عناصر متغیر زیاد می شود و نمی شود پیش بینی کرد که در قدم بعدی شما با چه شرایطی روبرو هستید. در فعالیتهایی که متغیرهای محدود دارند، مآلاً آینده قابل پیش بینی است و عوامل بحران را قابل کنترل هستند چون اکثر آنها بر اساس پیش بینی و محاسبات و آینده ای هدایت می شود. سینما به لحاظ ماهیت ذاتی تغییرپذیرش ذاتاً یک فعالیت همیشین با بحران است. درست مثل آتش نشانی (!) ... می خواهم بگویم میزان متغیرها به مراتب بیشتر از عناصر ثابت است. یعنی اگر کسی بگوید این چه کاری است و چرا از قبل همه چیز را پیش بینی نکرده اید، ما جز خنده نمی توانیم کاری بکنیم، چون او فکر می کند ساختن فیلم مثل تولید کنسرو است.»

تهیه کننده ای که بیش از صد میلیون دلار روی یک فیلم سرمایه گذاری می کند، تا چه حد می تواند پذیرای حرفهای بالا باشد؟ متأسفانه، تحلیل فوق از طرف کسی ارائه می شود که در سالهای اخیر زحمات زیادی برای سینمای ایران کشیده است.

عوامل متغیر در هر صنعت و نظامی وجود دارد، می توان گفت در بسیاری از صنایع بیش از سینما عوامل متغیر نقش دارند. اصولاً در مورد مفهوم تولید و خط تولید سوء تعبیر وجود دارد. در بسیاری از صنایع مانند سینما تشکیلات تولید به طور موقت و بنا به شرایط چیده می شود و پس از

چنانکه مشخص است از سال ۷۲ به دلیل قطع سوبسید، هزینه تولید فیلم یکباره رشد عجیبی پیدا می کند و تقریباً به ۳/۵ برابر هزینه های سال ۶۹ - بیش از دو برابر سال ۷۱ - و ۱۴ برابر سال ۶۲، می رسد. از نقل قولهای خبرگان فن چنین برمی آید که هزینه تولید یک فیلم در سال ۷۳ بین ۳۵۰ تا ۶۰۰ میلیون ریال بوده است. رقم فوق خود بی نیاز از هر توضیحی است.

یک بررسی ساده در هزینه های تولید فیلم نشان می دهد که وضع بسیار نگران کننده است. یعنی اگر قیمت بلیت سینما از سال ۶۵ تا ۷۲ تقریباً ۵ برابر می شود، هزینه تولید یک فیلم طی همین مدت تقریباً ۴/۴ برابر می شود، در نتیجه یک فیلم اگر بخواید در همان موقعیت سال ۶۵ باقی بماند باید ۱/۲ برابر آن سال تماشاجی داشته باشد. در صورتیکه آمار تماشاجیان حدوداً به سال ۶۵ رسیده است. و اگر ۳ سال ۶۹ مقایسه کنیم، قیمت بلیت سینما از سال ۶۹ تا ۷۲ تقریباً ۲/۸ برابر می شود، و هزینه تولید یک فیلم طی همین مدت تقریباً ۳/۶ برابر می شود. پس یک فیلم تولید شده در سال ۷۲ حداقل ۱/۳ برابر سال ۶۹ تماشاگر داشته باشد تا در همان موقعیت سال ۶۹ بتواند خود را حفظ کند، حال آنکه طی این سالها تعداد تماشاجیان افت چشمگیری می کند و تا سال ۷۲ (پادمان باشد که در سال ۷۳ اوضاع وخیم تر شده است!) آمار تماشاجیان به ۰/۶ سال ۶۹ رسیده است. پس عمق بحران بیشتر از آن است که آمار تماشاگران به ما نشان داد.

دادگو در کتاب «اقتصاد سینمای ایران» می گوید:

«مطابق قواعد وضع شده در سینمای ایران، میزان هزینه رابطه مستقیم با درآمد فیلم ندارد. یا به عبارت دیگر قیمت تمام شده فیلم رابطه مستقیم با قیمت بلیت ندارد، چرا که قیمت بلیت (تقریباً) ثابت است.»

نگاهی به رشد قیمت بلیت سینماها از سال ۶۱ نشان از آن دارد که قیمت بلیت (حتی تقریباً) ثابت نیست. علیرغم قواعد وضع شده، مکانیزم بازار (البته با همراهی سیاستهای تشکیلات دولتی) کار خود را می کند و قیمت بلیت نیز تا آنجا که نقطه سربه سر آن به دست آید افزایش می یابد. در موقعیت فعلی تماشاگر حاضر نیست قیمتی بیش از این برای سینما بپردازد.

با توجه به آمارهای ارائه شده اگر حرکت صعودی سینمای ایران را از سال ۶۲ شناسائی کنیم، در سالهای ۶۸ و ۶۹ این سینما به اوج خود می رسد. سالهای ۷۰ و ۷۱ را می توان سالهای آغاز بحران اقتصادی در سینمای ایران در نظر گرفت و از سال ۷۲ تا امروز ما در بحران به سر می بریم. بحرانی که شروع شده است و معلوم نیست تا چه زمانی ادامه خواهد یافت. بدون شک اگر اقدامات حساب شده و تخصصی، چه در دستگاههای دولتی و چه در نهادهای خصوصی، صورت نگیرد، این بحران طی سالهای آتی لطامت جدی به سینمای ایران وارد خواهد کرد. آن هم در زمانی که سینمای ما می رود که شناسنامه ای بیابد و یا حساب و کتاب روشن تری خودنمائی کند. بعد از گذشتن بحران نیز معلوم نیست

چندی برچیده شده، کارگاه دیگری در جای دیگری زده می شود. نمونه آن: صنایع ساختمانسازی و راهسازی، و اصولاً تمام صنایعی که براساس سفارش کار می کنند. اگر بحران را ذاتی سینما قلمداد کنیم، باید بگوئیم که بحران، ریسک و عوامل متغیر در ذات هر تولید و سرمایه گذاری وجود دارد. تکیه بر دانش و تخصص و تدبیر دقیقاً پیش بینی همین عوامل متغیر است و چگونگی مواجهه با آنها. بحران همیشین هر تولیدی است. پس اگر کسی بگوید: «چرا از قبل پیش بینی نکرده بودید؟» چندان خنده دار نیست. سؤالی است درست که جواب آن بر عهده متخصصین و کارشناسان نظام است.

محمد مهدی دادگو، یکی دیگر از مسئولین سالهای گذشته سینمای کشور، می گوید:

«محصولات صنعت فیلمسازی که به صورت «فیلم سینمایی» عرضه می شود بنا به طبیعت خود یک خط تولید محدود دارند که در زمان محدودی (به طور متوسط ۶ ماه) پایان یافته و برچیده می شوند. لیکن محصول نهائی این خط تولید موقت تقریباً در زمان نامحدودی به مصرف می رسد (برخلاف سایر صنایع که خط تولید آنها دائم بوده و محصولات خط تولید در زمان محدودی مصرف می شود). براساس این خاصیت تجمع منابع و امکانات در یک زمان محدود حاصل می شود و در پایان این زمان همه امکانات مذکور، منفصل و پراکنده شده یا جذب خطوط تولید موقت دیگری می گردند.» (محمد مهدی دادگو - اقتصادی سینمای ایران - صفحه ۵۸)

بازهم تعریف ناقص از خط تولید. «خط تولید» به لحاظ علمی و فنی دارای تعریف دیگری است:

«خط تولید عبارت است از یک استقرار منظم از محوطه های کاری، به طریقی که عملیات متوالیاً در کنار یکدیگر قرار گرفته و مواد به طور پیوسته با نرخ یکسانی حرکت کند و در نتیجه در یک مسیر معقول به سمت کامل شدن پیش می رود.»

(از کتاب I.L.O-Introduction to-work study)

با این تعریف می بینیم که اصولاً چیزی که به آن از «خط تولید» نام برده می شود متفاوت با نظام کارگاهی ای است که در سینما و بسیاری صنایع دیگر وجود دارد.

دادگو در ادامه بحث بالا به نتیجه عجیبی می رسد:

«طبیعتاً این خطوط موقت امکان صیانت منابع را ندارند و منابع (اعم از مواد اولیه و نیروی انسانی و تجهیزات و ...) باید تحت صیانت مجموعه بالاتری قرار گیرند که نگران کل مجموعه منابع مذکور باشد ... این گونه مسائل و بسیاری امور دیگر در کل سینمای ایران کشور در مجموعه ای طرح و راه یابی می شود که امور سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صیانت آن را بر عهده دارد.»

(محمد مهدی دادگو - اقتصاد سینمای ایران - صفحات ۵۸ و ۵۹)

دادگو در شماره ۹۳ مجله فیلم جدولی از تشابهات و اختلافات سینما

با سایر صنایع ارائه می دهد که ضمن آنکه ایراداتی بر آن وارد است، شامل نکات جالب توجه و مهمی می باشد. (رجوع شود به صفحه ۲۷)

### ریشه های بحران

دیدیم که سینمای ایران در وضعیت «بحرانی» قرار دارد. حال سعی می کنیم با توجه به شرایط و شواهد موجود به برخی دلایل این بحران بپردازیم:

#### ۱- بالا رفتن هزینه ها و قطع سوبسید.

تقریباً طی چهار سال اخیر با برداشتن تدریجی سوبسیدهای دولتی و آزاد کردن بازار شاهد صعود عجیبی در قیمتها و بالا رفتن هزینه زندگی بوده ایم. قیمت تمام کالاها و اقلام و تولیدات (مگر چند استثنا) طی این مدت چند برابر شده است و این سیر صعودی همچنان ادامه دارد. این مشکل عاقبت در عرصه سینما نیز ظاهر شد. از مدتها قبل مسئولان سینمایی کشور زمره هائی را در رابطه با قطع سوبسید و پرداختهای آزاد مطرح می کردند تا اینکه از سال ۷۲ عملاً این قضیه انجام شد. سوبسیدها قطع شد و هزینه های تولید یکباره بالا رفت.

وقتی همه چیز گران می شود، بالطبع بلیت سینما نیز گران می شود. ولی گران شدن کالاها همه به یک تناسب صورت نمی گیرد. هر چند نظریه قدیمی منحنی عرضه و تقاضا و نقطه تقاطع این دو منحنی برای تعیین قیمت دیگر صددرصد معتبر نیست، ولی بی شک در قیمت گذاری بازار تأثیر قاطعی داشت. ما می توانیم بلیت سینماها را هزار تومان تعیین کنیم، ولی از آن طرف مردم هم می توانند انتخاب کنند و به سینما نروند. از طرفی صرفاً توان و تمایل تماشاگر هم برای پائین نگاهداشتن قیمتها بسنده نمی کند. یک تولید کننده هم باید کالایش را به قیمتی به فروش برساند که برایش صرف داشته باشد. و آخرین پارامتر هم مربوط به سیاستهای کنترل از بالا و قیمت گذاری هدایت شده می شود. مجموع این عوامل قیمت فعلی بلیت را برای سینما رقم زده است. همانطور که این مجموعه هزینه متوسط تولید یک فیلم سینمایی را نیز تعیین کرده است. حال آیا تولید به صرفه است؟ شرایط موجود می گوید که: «خیر!»

ولی هنوز فیلم تولید می شود. حتی شعارهای روز و ظواهر امر نشان از آن دارد که انگار رشد و افزایش در تولید داریم:

«در سال ۷۳ صد فیلم تولید خواهد شد!»

کل فروش فیلم در سال ۷۱، حدود ۱۵۷۰۰ میلیون ریال بوده است. سهم تولیدکنندگان - پس از کسر سهم سینما دار، عوارض شهرداری، دلالان پخش و سایر هزینه ها (به جز هزینه تبلیغات) نزدیک به ۴۵٪ رقم فوق خواهد بود، یعنی حدود ۷۰۶۵ میلیون ریال. حال اگر متوسط هزینه تولید یک فیلم در سال ۷۲ را ۳۲۵ میلیون ریال در نظر بگیریم، با سرمایه برگشتی به جیب تولیدکنندگان (اگر تمام سرمایه سرمایه گذاری شود!) می توان ۲۱/۷ فیلم برای سال ۷۲ تهیه کرد. (البته چنانچه هزینه تبلیغات را کم کنیم، از این هم کمتر خواهد شد. شاید چیزی حدود ۱۹ فیلم.) در

جدول ارائه شده از طرف دادگو

نظرات اقتصادی نویسنده مقاله

عناوین طرح و نقشه	صنعت فیلمسازی سوژه-داستان-فیلمنامه		سایر صنایع طراحی صنعتی، معماری (کارخانه و خط تولید)	
	برنامه	برنامه ریزی برای تولید براساس طرح و بودجه بندی منابع و مصارف		برنامه ریزی و زمان بندی تأسیس (هزینه های سرمایه ای) تا تولید محصول و درجه بندی
مجوز دولتی	ارائه پروانه ساخت توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی		ارائه موافقت اصولی توسط وزارت صنایع	
منابع ضروری برای اجرای طرح	سرمایه (تقدیگی)	سرمایه گذاری تهیه کننده+ وام بانکی (هر بار اتفاق می افتد)		بسیاری صنایع وامهای متعدد بانکی را را در نوبتهای مختلف دریافت می کنند.
	نیروی انسانی	جذب موقت انواع تخصصهای فنی و هنری لازم (انعقاد قرارداد با مدت معین)		نه در صنعت سینما الزاماً چنین است (مخصوصاً کشورهای بزرگ و صاحب سینما) و نه در سایر صنایع الزاماً چنان است.
	مواد اولیه	تأمین یکباره مواد اولیه مورد نیاز		ایضاً
	تجهیزات	کرایه و استفاده در طول تولید		ایضاً
	خدمات	دریافت خدمات موقت از سایر منابع دولتی و غیر دولتی		ایضاً (در سطح جهانی)
	تسهیلات دولتی	دریافت امکانات قلیل دولتی به جهت عدم شناسایی فیلمسازی به عنوان «صنعت»		موردی درست و قابل توجه
تبلیغات		تبلیغ طی تولید و پیش از عرضه و در طول نمایش برای فیلم مورد نظر		بسیاری از صنایع دیگر بنا به ماهیت محصول نمی توانند تبلیغ مستمر روی محصول خاصی داشته باشند.
دولت محصول	ماهیت مادی محصول	غیر مصرفی است و شکل دارایی دارد		بسیاری از صنایع دیگر نیز محصولشان غیر مصرفی و به صورت دارایی است.
	خط تولید محصول	موقت است		بسیاری صنایع تشکیلات تولیدشان (نه خط تولید) موقت است.
	بهای فروش محصول	بدون توجه به بهای تمام شده است		در هر دو مورد براساس قوانین بازار به علاوه سود معین است
	عمر محصول	تقریباً دائمی است		در بسیاری از صنایع دیگر نیز عمر محصول تقریباً دائمی است.
توزیع و عرضه و مصرف	توزیع از طریق شعبه پخش و مصرف به صورت نمایش در سالن سینما		توزیع از طریق شبکه های مربوطه و مصرف به صورت عرضه در فروشگاهها	



صورتی که در سال ۷۲ دست کم سه برابر این تعداد برای تولید کلیه می خورد. آیا این امر نشان از آن ندارد که به زودی با ورشکسته شدن گروهی تولیدکنندگان روبرو خواهیم بود؟

آیا بازهم می توانیم با یک دید رومانتیک و خوش بینانه دل خوش کنیم به تولیدات فزاینده سال ۷۳؟

«در سال ۷۳ صد فیلم تولید شد!»

حالا ببینیم با توجه به متوسط هزینه تولید در سال ۷۳ (۳۵ تا ۶۰ میلیون تومان) یک فیلم در اکران اول چقدر باید بفروشد تا هزینه خود را جبران کند و بتواند در اکرانهای بعدی سودآور باشد.

اگر متوسط هزینه تولید به علاوه هزینه تبلیغات، سهم پخش و غیره را (با کمی تخفیف) ۵۰۰ میلیون ریال بگیریم. باید اکران اول - حداقل - همین مقدار را به جیب تهیه کننده برگرداند، تا بعد از یکسال تازه سرمایه اولش برگشته باشد و بین ۹ ماه تا یکسال دیگر (اگر دلالتان و سینمادارانها خوش وعده باشند) منتظر بماند تا در اکران دوم سودی به جیبش سرازیر شود. با این حساب اکران اول حداقل باید دو برابر این مقدار فروش داشته باشد یعنی  $500,000,000 \times 2 = 1,000,000,000$  اگر متوسط قیمت بلیت را ۵۰۰ ریال فرض کنیم،  $\frac{1,000,000,000}{500} = 2,000,000$

۵۰۰

یعنی تقریباً باید در اکران اول به تماشای فیلم بروند.

بالاترین تعداد تماشاگر در سال ۷۱ مربوط به فیلم «دیگه چه خبر؟» بود یا رقم:  $2,779,863$  نفر متوسط تعداد تماشاگر هر فیلم در این سال زیر هفتصد هزار نفر بود. (در اکران اول) - در سال ۷۲ ارقام از این هم پایین تر بوده است!

حالا دیگر - دست کم برای یک کارشناس سینما - ساده انگاری خواهد بود اگر فریب (تولید صد فیلم) را بخورد و نتواند به موقعیت بد سینمای ایران پی ببرد.

ولی چرا در دل بحران هنوز فیلم تولید می شود، آن هم این تعداد؟

اولاً) هنوز سیاستهای حمایتی دولت ادامه دارد. هنوز فیلمسازان با اتکاء به این حمایتها و کمکها فیلم می سازند، نه با اتکاء به فروش و نرخ بازگشت سرمایه. ولی به زودی (طبق وعده ناخوشایندی که خود دولت و مسئولین داده اند) این حمایتهای آخری هم قطع خواهد شد. این سیاستها مربوط به یک برنامه کوتاه مدت است. بعد از آن دیگر فیلمساز خواهد ماند و تماشاگران، گرم برخی معافیتهای فرهنگی مالیاتی هنوز ادامه یابد. حتی اگر دولت دوباره سیاستهای جدیدی برای حمایت و پرداخت سوبسید وضع کند - که با توجه به سیاستهای جدید دولت و اوضاع و شرایط او بعید می نماید - بازهم چندان تفاوت و دگرگونی ای در اوضاع سینما ایجاد نخواهد شد، زیرا دلایل دیگری نیز برای «بحران» وجود داشته است.

ثانیاً) چرخ تولید با نیروئی که از قبل داشته هنوز در حرکت است، و هنوز بالکل نایستاده. شاید بتوان گفت چون دور سابق آن زیاد بود حالا خط قرمز آن کشیده تر و طولانی تر است. تولیدکنندگان، تولیدات این

یکی دو ساله شان را نه با استفاده از بازگشت سرمایه آخرین فیلمشان بلکه با اتکاء به سودآوری فیلمهای سابقشان، وامهای بانکی و غیربانکی (که بازگشت آنها معلوم نیست) و در نهایت با تمهه موجودی ته جیبشان ساخته اند. این طریق غلط سرمایه گذاری دقیقاً مشخصه دوران بحران است. (به یاد بیاوریم که در بحران دهه ۵۰ سینمای ایران، ۹۰ فیلم در سال ۵۱ و ۸۵ فیلم در سال ۵۲ روانه بازار می شوند.)

علیرغم سیاستها و نظرات خردگرایانه اقتصاددانانی چون «کیتز» هنوز سرمایه داران و کارشناسان اقتصادی آنان این اشتباه را در دوران بحران مرتکب می شوند و با همین عملکرد غلط بحران را شدت می بخشند. در واقع این عمل دست و پا زدن نهائی تولید کننده در میدان رقابت است.

این حکایت سرمایه داران بزرگ جهانی است که هر کدام یک تیم از مشاوران و کارشناسان اقتصادی را به خدمت می گیرند، چه رسد به تهیه کنندگان خرده پای سینمای ایران که اصولاً باوری به تحلیلهای علمی و آماری ندارند.

آری، هنوز چرخ تولید می چرخد، ولی به زودی وجوه تیره بحران نمایان خواهد شد. آنگاه سکون و آرامش ترسناکی بر سینمای ایران خواهد افتاد. و این مورد اتفاقاً مقارن با قطع آخرین حمایتهای وعده شده دستگاه دولتی خواهد بود.

ثالثاً) فیلمسازان (تهیه کنندگان، کارگردانان و مسئولین سینمایی) سینمای ایران از تخصص و دیدگاه علمی مورد نیاز این حرفه و صنعت بسیار دورند. همین باعث می شود در زمان و مکانی که مناسب نیست سرمایه گذاری کنند و نتوانند یک ارزیابی ساده و اصولی از موقعیت و شرایط بحران داشته باشند. این مورد - غیرمتخصص بودن دست اندر کاران سینما - یکی از دلایل مهم بحران به شمار می رود، که در زیر عنوان خود به آن اشاره خواهد شد.

باید توجه داشت که بحران سینما خود ناشی از بحران بزرگتری است که بر کل اقتصاد جامعه حاکم است. تنگ شدن عرصه بر مردم و سخت شدن زندگی اجتماعی و معیشتی خود تشدید کننده بحران حاکم بر سینما و نیامدن تماشاگران به سینما است.

۲- حضور غیرمتخصصین در عرصه تولید و فیلمسازی.

«کم سوادی دفتر اطلاعات در نیروی انسانی سینما، از مهم ترین تنگناهای سینمای ایران است.»

(محمد مهدی دادگو - اقتصاد سینمای ایران - صفحه ۱۰۸)

آیا هرگز از میان تهیه کنندگان سینمای ایران به نامهایی چون: فوکس - یونیورسال - رنگ - پاته - چیه چیتا - کادلوپوتنی ... برخورد کرده ایم؟ آیا هیچ تماشاگر عادی سینما شده است که با دیدن نام تهیه کننده ترغیب به تماشای فیلمی شده باشد؟ در تمامی تاریخ سینمای ایران، چند تهیه کننده بوده اند که نام آنها اعتباری باشد بر کالائی که عرضه خواهد کرد؟

تهیه کنندگان سینمای ایران اغلب از میان خرده سرمایه داران سر

برآورده اند. این گروه معمولاً فاقد اطلاعات لازم در مورد سینما و شغل خود بوده اند. اینها دانش لازم را مخصوصاً در مورد درک موقعیت روز و تولید مناسب سینمایی نداشته اند. بارها شنیده ایم که مثلاً فلان تهیه کننده، تاجر فرش یا صاحب نمایشگاه اتوموبیل یا کارخانه دار... بوده است و حالا آمده فیلم به ازد. هر چند بسیاری از فیلمهای سینمای ایران (و بعضاً آثار برجسته) توسط سرمایه های همین افراد ساخته شده است، با این حال نمی توان غیرمتخصص بودن و غیرثابت بودن این عده را در عرصه سینما نادیده گرفت.

برنامه ریزی و شیوه های غلط تولید خود متأثر از حضور افراد غیرمتخصص (چه تهیه کننده، چه کارگردان و چه کارگزاران آنها) در این عرصه است. باید پذیرفت که به کارگیری شیوه های نامناسب و غیرعلمی در تولید فیلم باعث بالا رفتن هزینه تولید، پائین آمدن کیفیت و طولانی شدن ساخت فیلم بوده است. در ایران میزان برداشت مفید فیلم در روز (حتی در کار کارگردانان خوب سینمای ما) بسیار پائین تر از حد استانداردهای جهانی است، و معمولاً ناهماهنگی زیادی بین برنامه تولید و عملکرد گروه فیلمبرداری بوجود می آید. اصولاً مبحث برنامه ریزی تولید فیلم و مدیریت تولید در ایران ناشناخته است.

از دیگر مشکلات تولید، کوچک بودن سرمایه های تولیدکنندگان است. اغلب تهیه کنندگان سینمایی در ایران - چه منفرد، چه شرکت سهامی و چه تعاونی - سرمایه ای که در اختیار دارند به سختی کفاف تولید حتی یک فیلم را می دهد. اینان نمی توانند سرمایه گذاریهای بزرگ و جدی کنند، و به همین دلیل صنعت سینما که نیازمند سرمایه گذاریهای بزرگ است، در ایران همواره منتظر یک ناجی بوده است که بیاید و آن را از حفات مالی موجود رها کند.

دانش و سلیقه پائین برخی تهیه کنندگان تأثیر منفی خود را بر کیفیت فیلمها نیز اعمال می کند. به همین دلیل اینان اغلب ترجیح می دهند که با ساده ترین عوامل جلب تماشاگر، فروش فیلمهایشان را تضمین کنند، ولی اغلب حسابهایشان غلط از آب درمی آید.

### ۳- جنبه های مزاحم نظارت و محدودیتهای تحمیل شده بر فیلمسازی

در حال حاضر موضوعاتی که فیلمسازان مجاز به ذوق آزمایی در آن میدان هستند بسیار اندک و قابل شمارش است و پرداختن به آن موضوعات نیز محدود به قالبهای خاص و آزموده ای شده است.

«نظارت بر فیلمسازی» دیگر خارج از حوزه و وظیفه ای که در آغاز برایش تعیین شده بود عمل می کند. می توان گفت این عامل، پویاترین بخش فیلمسازی در کشور ما شده است. قالبها و فرمهایی که در سینمای ایران قابل طرح اند، امروزه، بسیار محدود شده و زمینه های خلاقیت فیلمسازان بسته شده است. این امر دارد مقارن و موازی با زمانی اتفاق می افتد که بسیاری از رقبای وارد میدان شده اند و سینما را محاصره

کرده اند: ماهواره و ویدئو. طبیعی است که بسیاری از مردم ترجیح می دهند به جای دیدن آثار ضعیف و بی خاصیت، راحت در خانه شان بنشینند و برنامه های متنوع و جذاب را از طریق ویدئو، و تا چندی دیگر از طریق ماهواره - تماشا کنند.

مسئله «نظارت» تا آنجا پیش رفته که امنیت فیلم جداً تهدید می شود. یعنی پس از آنکه فیلم براساس فیلمنامه تصویب شده شروع به ساختن کرد، پس از آنکه در تمام مراحل تولید تحت نظارت از بالا به کار خود ادامه داد، و پس از آنکه میلیونها سرمایه بابت آن خرج شد، در آخر هیچ معلوم نیست که بر سر آن چه می آید. پیش می آید (و بسیار دیده ایم) که فیلم به راحتی توقیف می شود و روی دست تهیه کننده اش می ماند. تهیه کننده خرده پای سینمای ایران (که شرح آن داده شد) هر راهی را جستجو می کند تا به وسیله آن برای فیلم خود جواز نمایش کسب کند: صدای فیلم را تغییر می دهد، بخشهایی را حذف می کند و بخش دیگری را اضافه می کند، نقاط حساس فیلم را بی رنگ می کند. سرنوشت فیلم را جابه جا می کند و در نهایت چیزی بسیار بی شکل و قواره تر از آنچه را که در اول به دست آمده بود، روانه می کند تا شاید اجازه اش را بدهند.

پس فیلمسازان (تهیه کننده و کارگردان) سوای از نظارت دولت، به ناچار، دچار خود سانسوری و عدم اعتماد به نفس می شوند، چنانکه از همان آغاز خود را برای ساختن فیلمی بی رنگ و بدون خاصیت آماده می کنند. و این چنین تهیه کننده خود را ناچار به انجام ریسکی مهلک و غیرمنطقی می بیند. پس تفاوت اصلی فیلم با سایر صنایع شاید اینجا باشد: دست زدن به ریسکی خطرناک و ماجراجویانه بدین شکل سرمایه اندک تهیه کنندگان پیشاپیش تهدید می شود.

از دیگر مزاحمتهای نظارت، دخالتهای نابه جا، تناقض در تفسیر قوانین و سیاستهای جاری و اغتشاش در آراء افراد است. بسیار پیش می آید که سرنوشت یک فیلم بنا بر سلیقه های شخصی کارگزاران تغییر می کند. فلان فیلم از طرف تلویزیون نایب نمی شود پس تیزر تلویزیونی اش پخش نمی شود، و یا با سلیقه و حک و اصلاحی که مدیریت تلویزیون اعمال می کند، تیزر پخش می شود، عاملی در جایی درست و بی ضرر تشخیص داده می شود، و همان در جای دیگر مضر و مخرب.

### ۴- مشکلات فنی و تکنولوژیک

در ایران ما فیلم می سازیم، ولی قادر نیستیم مواد و تجهیزات فنی این صنعت را در داخل کشور تولید کنیم. تقریباً تمام تجهیزات و مصالح اصلی فیلمسازی در خارج از کشور تولید می شود و ما تنها آنها را به کار می گیریم و فیلم می سازیم: نگاتیو و پرتیو - انواع ماتریالهای صدا - ماتریالهای لابر اتواری - تجهیزات فیلمبرداری و نورپردازی و متعلقات آنها - حتی چسبهای اسپلایسر و صدا - حتی لنز پاك كن ...

هیچیک از اقلام فوق در داخل تولید نمی شوند، و متأسفانه دولت نیز هیچ برنامه خاصی برای این موضوع ندارد. آیا بهتر نبود که دولت با یک

برنامه‌های اساسی و استراتژیک کمی از بودجه خود را به ایجاد و حمایت از چنین صنایعی اختصاص می‌داد؟

این گفته به معنی آن نیست که ما باید هر آنچه را به کار می‌گیریم خود تولید کنیم، ولی باید بتوانیم (و در این مرحله قادر به این کار هستیم) بخشی از تجهیزات سینمایی را در داخل مملکت خودمان تولید کنیم. اینکه ما فقط مصرف کننده باشیم و فیلم بسازیم کافی نیست. حقیقت این است که تا وقتی که نتوانیم دست کم بخشی از اقلام فیلمسازی را خودمان تولید کنیم، نمی‌توانیم بگوئیم: «سینما داریم!»

بسیار خوب، نداریم، پس می‌رویم و از خارج می‌خریم. ولی چه بخریم؟ یک برنامه ریزی صحیح و اصولی بر این مبنا قرار می‌گیرد که، حالا که قرار است خریدار باشیم دست کم سراغ اقلامی برویم که زیربنایی و استراتژیک باشد. معنای این حرف اصلاً این نیست که برویم و گران‌ترین و پیچیده‌ترین دستگاهها را بخریم. تنها خریدن کافی نیست، باید توانائی استفاده از تجهیزات جدید را نیز ایجاد کنیم.

از طرفی، زمانی پول داشتیم و به راحتی هر چه که می‌خواستیم می‌خریدیم، ولی حالا با چه پولی می‌خواهیم تجهیزات جدیدی بخریم و جایگزین تجهیزات فرسوده فعلی کنیم؟ اغلب تجهیزات فیلمبرداری و لابراتواری موجود فرسوده شده‌اند و نیاز به تعویض دارند. از خرابی و فرسودگی وسایل پخش فیلم دیگر هر تماشاگر عادی سینما مطلع است.

#### ۵- عدم شناخت مخاطبان و نیاز جامعه

یکی دیگر از دلایل بحران، ضعف فیلمسازان در شناخت مخاطبان و موضوعات مورد توجه و علاقه تماشاگران است. دور بودن فیلمسازان از تماشاگر و دغدغه‌های او یکی از مهم‌ترین دلایل خالی بودن سالنهای سینماست. بسیاری از فیلمسازان که می‌کوشند فوری‌ترین و عیان‌ترین ترفندهای جذب تماشاگر را به کار بزنند و او را به سالن سینما بکشاند ناموفق می‌مانند، در عوض بعضی که توان آن را می‌یابند از نیاز تماشاگر و دنیای ملموس و آشنای او حرف بزنند موفق می‌شوند: اگر «نیاز» و «نگس» و «اجاره نشینها» توفیق می‌یابند به این دلیل است، حتی اگر «عروس» رکوردشکنی می‌کند دلیلش فهم همین موضوع است.

البته پیشتر گفتیم که فیلمساز خود اسیر محدودیتهائی است که پیشاپیش برایش تعیین شده است. او محدود است و نمی‌تواند هر چه را که ضروری و بجا تشخیص می‌دهد بسازد و مطرح کند. با این حال، اگر دست او در ساختن فیلم کاملاً باز بود آیا باز می‌توانست تماشاگران را به سالن سینما بکشاند؟

۶- هر ایرانی کمتر از یکبار در سال می‌تواند به سینما برود! طبق آخرین آمار، کل سینماهای فعال و نیمه‌فعال (۱) در ایران ۲۸۲ عدد است و مجموع گنجایش آنها ۱۷۲/۴۴۳ صندلی است. بدین ترتیب اگر جمعیت ایران حدود ۶۵ میلیون نفر در نظر گرفته شود، به ازاء هر

۳۷۷ نفر یک صندلی سینما وجود دارد.

تعداد سینماهای تهران ۷۵ عدد است و گنجایش آنها ۴۹/۶۰۲ صندلی است؛ متوسط شناسن در سال ۷۲ در تهران ۶/۳ بود. تعداد سینماهای شهرستانها ۲۰۷ است. با گنجایش ۱۲۲/۸۴۱ و با متوسط ۵/۱ شناسن در روز. حال اگر با کسر روزهای عزاداری و تعطیلی سینماها، تعداد روزهای فعال سال را برای سینماها ۳۴۰ روز بگیریم، کل ظرفیت پذیرش تماشاگر در طول سال ۳۱۹/۲۵۳/۷۷۸ نفر خواهد بود. (در حالیکه می‌دانیم برخی سینماها در طول سال دچار تعطیلی موردی می‌شوند و همچنین بسیاری از سینماها مخصوصاً در شهرستانها نیمه فعال هستند و تنها در مدت کمی از سال برنامه دارند.)

باز اگر جمعیت ایران را حدود ۶۵ میلیون نفر فرض کنیم، و اگر تمام سینماهای بی‌وقفه و با ظرفیت ۱۰۰٪ کار کنند، نتیجه خواهیم گرفت که هر ایرانی تنها ۴/۹ دفعه در طول سال می‌تواند به سینما برود. حال آنکه در سال ۷۲ میزان بهره برداری سینماها در شهرستانها ۱۸/۱۶٪ و در تهران ۱۵/۲٪ بوده است. بدین ترتیب کل ظرفیت استفاده شده در سال ۷۲، ۵۴/۸۳۱/۵۲۲ نفر بوده است. یعنی هر ایرانی در طول سال ۰/۸ بار به سینما رفته است. [هر ایرانی کمتر از یکبار در سال به سینما می‌رود!] موضوع سالنهای سینما، سینماداری و سینماسازی خود بحث مفصلی است که نیاز به فرصت بیشتری دارد. امید است که در شماره‌های آتی بتوانیم بهتر و کاملتر به این بحث گسترده بپردازیم.

#### دلایل دیگر بحران

- هزینه‌های غیرتولیدی که خرج نظام دلالی می‌شود.

- ضعفهای ناشی از روشهای غلط تولید.

- ضعف و نارسائی تبلیغات.

- ضعف در صادرات فیلم و استفاده از بازارهای خارجی.

- تلویزیون، ماهواره، ویدئو و کامپیوتر: رقبا «سینما»

- کم بودن تعداد سینماها و عدم توانائی در ساخت و بازسازی سینماها.

هر کدام از موارد یاد شده - مخصوصاً آخرین مورد - تأثیرات اساسی در ایجاد بحران داشته‌اند که بنا به ماهیت خود بحث و مقاله جداگانه‌ای می‌طلبند. ■

۶۶

مسعود مهربانی

۱- تاریخ سینمای ایران

محمد مهدی دادگو

۲- نکاتی پیرامون اقتصاد سینمای ایران

۳- مجله فیلم، شماره‌های ۹۳، ۹۲ و ۱۴۲

۴- آمار و اطلاعات گرفته شده از ادارات معاونت امور سینمائی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

۵- جزوات سالهای (۷۰-۷۳)، برنامه‌ها و سیاستهای تولید، توزیع و نمایش فیلمهای سینمائی - معاونت امور سینمائی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی