

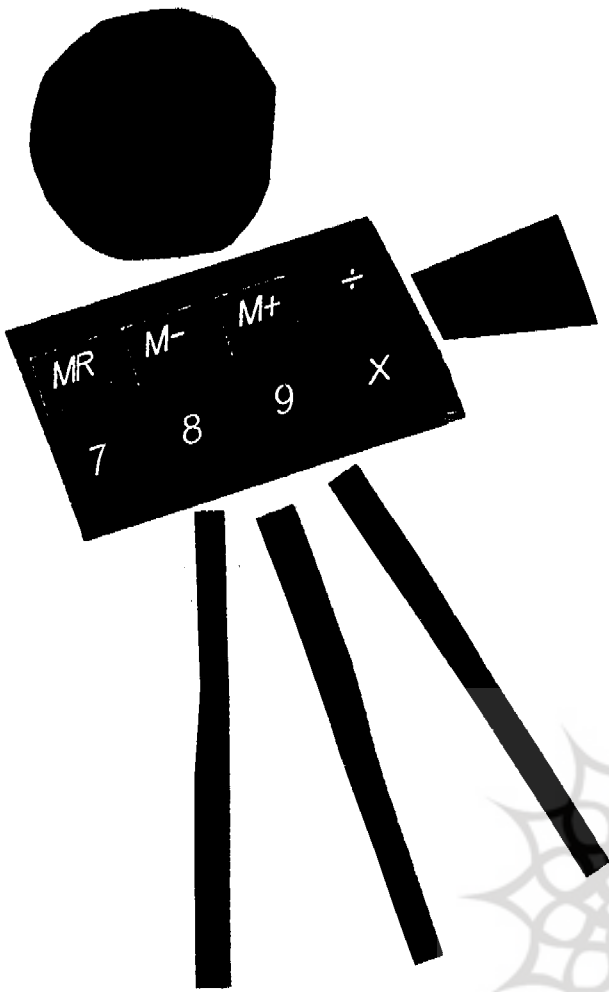
سینما



پرو، شہ گاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

# سینما و اقتصاد

عزیزالله حاجی مشهدی



«سینما» به عنوان پدیده‌ای چند وجهی، به هیچ روی نمی‌تواند، «هنر» یا «صنعت» مستقلی تلقی شود که به دور از جریان طبیعی «تولید» یک اثر (کالا) که مخاطب (مصرف کننده) همگانی دارد، قابل دوام باشد. پذیرش همین واقعیت مسلم و روشن، به ما کمک خواهد کرد تا در چرخه تولید فیلم نیز همانند سایر فعالیت‌های تولیدی، به همه عوامل اصلی و موثر در فراگرد تولید یک کالا، از دیدگاه اقتصادی نگاه کنیم. هرچند که در سینما، با توجه به نمونه کالایی که عرضه می‌شود، نمی‌توان برای فیلم نیز به درستی مثل سایر کالاهای تولیدی و قابل عرضه به بازار مصرف، تنها از دریچه سود و زیان و اقتصادی بودن آن نگاه کرد.

نمی‌توان در کوتاه مدت، به درستی ارزیابی کرد. چرا که، سودآوری نهایی و غایی هر نوع سرمایه‌گذاری مادی و معنوی در چنین عرصه‌ای، به گذشت زمانی طولانی و دراز مدت نیاز دارد. اگر جز این باشد، نه تنها در زمینه تولید فیلم، بلکه در بسیاری از عرصه‌های فرهنگی و هنری - از جمله همه فعالیت‌های آموزشی و پرورشی برای رشد و ارتقای فکری کودکان، نوجوانان و جوانان در تمامی جوامع بشری، به ظاهر و در کوتاه مدت، هر نوع سرمایه‌گذاری، از دیدگاه اقتصاد خرد و تاجر مآبانه، عین «زیان» خواهد بود. چرا که سود مشخص و ملموس و قابل بیانی، عاید نمی‌شود. در حالی که این نوع سرمایه‌گذاری، به عنوان یک

در عین حال، این واقعیت را نباید فراموش کرد که در جریان هر فعالیت تولیدی، خواه و ناخواه، به مسئله «بازگشت سرمایه» نیز نمی‌توان بی‌اعتنایی نشان داد. تنها تفاوت عمده در جریان تولید و عرضه فیلم به عنوان یک محصول فرهنگی - هنری، در مقایسه با سایر کالاهای تولیدی (صنعتی و غیر فرهنگی) در این است که این محصول خاص، نیاز به حمایت، پرداخت یارانه‌ها و مساعدت معنوی و مالی ویژه‌ای دارد. بی‌تردید، بازدهی سود و زیان چنین محصولی را

برنامه‌ریزی فرهنگی و آینده‌نگرانه، بسیار اندیشمندانه و دوراندیشانه به نظر می‌رسد و فواید آن در آینده آشکار خواهد شد.

در نخستین گام، با پذیرش همین واقعیت ساده که به فیلم و محصول سینمایی نیز - با تفاوت‌هایی - می‌توان به عنوان یک کالای تولیدی نگاه کرد، در گام بعدی، باید بپذیریم که در جریان تولید یک فیلم نیز (هر چند به عنوان اثری خلاقه، هنرمندانه و فرهنگی) باید به تمامی میزان‌ها و معیارها و راه و رسم و شیوه تولید یک کالا، وفادار باقی ماند. هر تلقی دیگری از جریان تولید فیلم که بخواهد این فرآورده خاص را یکسره جدا از سایر انواع تولید، جلوه دهد، باوری نادرست و غیرواقعی به حساب خواهد آمد.

با پذیرش این نکته که تولیدکننده «فیلم» نیز درست مثل تولیدکننده یک کالا یا محصول صنعتی، بهداشت و خوراکی، باید با تمامی قاعده‌های بازی یا راه و رسم و شیوه تولید، آشنا باشد و خود را ناگزیر به رعایت همه میزان‌ها و معیارهای پذیرفته شده بداند، در عرصه تولید فیلم هم می‌توان از همه مسایل اقتصادی و اقتصاد خرد و کلان، سخن به میان آورد. در چنین صورتی، طرح مباحثی چون: عرضه، تقاضا، مصرف، سود، زیان، سرمایه‌گذاری، بازگشت سرمایه، میزان مرغوبیت و کیفیت کالا و... در جریان تولید فیلم نیز، چندان غیر منطقی و دور از ذهن نخواهد بود.

شاید یکی از مناسب‌ترین شیوه‌های نشان دادن همگونی تولید فیلم - به عنوان محصول خاص - با سایر فرآورده‌های صنعتی، کشاورزی، خوراکی و بهداشتی - به عنوان یک فعالیت «تولیدی و اقتصادی» عام - آشنایی دقیق با چرخه تولید فیلم و به‌گونه‌ای یادآوری مراحل مختلف تولید این محصول فرهنگی - هنری است.

آشنایی با جریان تولید چنین فرآورده‌ای، نیازمند شناخت دقیق مراحل مختلف: پیدایش، رشد، توسعه و تکامل تدریجی «هنر - صنعت سینما» است. تنها در

چنین صورتی می‌توان به این باور رسید که در جریان تکوین و تکامل چنین پدیده پر شگفتی، از سال ۱۸۹۵ میلادی تا اکنون - با گذشت حدود ۱۰۵ سال از عمر سینما - در هیچ مقطعی از زمان، بدون توجه به پشتوانه‌های مادی و اقتصادی - در کنار همه خلاقیت‌ها، نوآوری‌ها و سرمایه‌گذاری‌های اندیشمندانه و هنرمندانه - هیچ‌گونه پیشرفت و توسعه و تکاملی در هنر - صنعت سینما، عملی و امکان‌پذیر نبوده است. اگر جز این می‌بود. تمامی پیشرفت‌های پر شگفت فنی و صنعتی و همه فن‌آوری‌های حیرت‌آور سینمای امروز جهان، امری ناممکن و محال به نظر می‌رسید. تردیدی نیست که برای لحظه - لحظه تمامی این پیشرفت‌های شگفت‌انگیز، هزینه‌های مادی و معنوی بی‌شماری صرف شده است. هزینه‌های کلانی که از دیدگاه اقتصادی، قابل محاسبه و ارزش‌گذاری است.

«فیلم» - به عنوان یک فرآورده و محصول تولیدی - نمی‌تواند در هیچ مقطعی از شکل‌گیری و تولید عرضه خود، به مسایل اقتصادی بی‌اعتنایی نشان دهد. می‌توان به درستی چنین ادعا کرد که امروزه تولید هیچ فیلمی - به عنوان یک اثر سینمایی و حرفه‌ای، با داشتن مخاطب همگانی و نه در اندازه یک اثر تجربی و شخصی - جز با رعایت و به‌کارگیری تمامی قاعده‌ها و میزان‌های اقتصادی، میسر و امکان‌پذیر نخواهد بود.

با نگاهی گذرا به چرخه تولید فیلم از مرحله جرقه‌زدن یک فکر ساده در ذهن نویسنده گرفته تا پیدا شدن خطوط اصلی یک داستان یا طرح کلی یک فیلمنامه و نگارش داستان فیلم و فیلمنامه غایی و همه ویرایش و پرداخت‌های نهایی آن، تا مراحل پیچیده‌تر فنی تولید و آماده‌سازی، توزیع و پخش و نمایش، یک اثر سینمایی را می‌توان گام به گام مورد بررسی و بازنگری دقیق قرار داد و به سادگی دریافت که در هیچ مرحله‌ای از مراحل مختلف تولید فیلم - چه اکنون و چه در گذشته - بدون توجه به جنبه‌های اقتصادی تولید

فیلم، عرضه این محصول فرهنگی - هنری امکان پذیر به نظر نمی رسیده است.

به منظور پرهیز از هرگونه پرگویی، از بازگویی تمامی مرحله های تولید فیلم - با رعایت ترتیب سلسله مراتبی آن - درمی گذریم و تنها به این تقسیم بندی کلی و بسیار آشنا برای همه سینماگران و کارشناسان امور سینمایی، بسنده می کنیم که تولید فیلم را نیز مثل هر فرآورده تولیدی دیگر می توان به سه مرحله مشخص: آغازی، میانی و پایانی، تقسیم بندی کرد.

در مرحله آغازی این فعالیت تولیدی، همه فعالیت هایی را می توان جای داد که به اصطلاح، فعالیت های مرحله «پیش تولید» نام گرفته است.

در مرحله میانی کار - که به طور عمده به تنه اصلی کار تولید فیلم مربوط می شود - بخش اساسی فعالیت های تولیدی یک اثر سینمایی شکل می گیرد. در این مرحله، هم تأمین نیروی انسانی پشت صحنه و درون صحنه، و هم خرید و تهیه و تدارک تمامی تجهیزات فنی مورد نیاز تولید یک فیلم، مورد نظر خواهد بود. در همین مرحله، انتخاب یا ساخت و بازسازی مکان های فیلمبرداری و در پایان کار فیلمبرداری، چاپ فیلم و تدوین تصویر و صدای آن و صداگذاری و انتخاب و پیرایش های نهایی کار، عملی خواهد شد.

در مرحله پایانی، نوبت به عرضه و توزیع و پخش این اثر ظریف تولیدی می رسد. این مرحله از کار، درست مثل مرحله پخش و توزیع یک کتاب ارزنده یا یک اثر ادبی گران بها یا حتی درست مثل پخش یک فرآورده و محصول ساده خوراکی و بهداشتی، هر نوع سهل انگاری یا اقدام نادرست و نسنجیده، به مجموعه فعالیت های انجام شده خسارت های جبران ناپذیری وارد می سازد که گاه ممکن است به شکست یا انزوای کامل یک سینماگر یا تهیه کننده فیلم (تولیدکننده) منجر شود.

با پیش روی قرار دادن همین تصویر ساده از مرحله های سه گانه چرخه تولید فیلم، می توان به هر بخشی از این فعالیت تولیدی اشاره ای روشن داشت و به سادگی ثابت کرد که هیچ مرحله ای از این مراحل کلی تولید فیلم را نمی توان بدون پشتوانه های مالی و اقتصادی و بدون صرف هزینه های چشمگیر و قابل اعتنا به پایان رسانید.

جست و جو در تاریخ سینما، به خوبی نشان می دهد که در جریان رشد و تکامل تدریجی این هنر - صنعت پر شگفت و اثر گذار - چه در سینمای جهان و چه در سینمای ایران - هر مرحله از پیشرفت و توسعه، با توجه به نوآوری های تازه، هزینه های گزافی در برداشته است.

یکی از معروف ترین نمونه ها، در آغاز دوران ورود صنعت فیلم به ایران، رواج فیلم های «ناگویا» (صامت) در ایران بود که به طور طبیعی، تماشاگران شاهد نمایش فیلم هایی بر پرده سینما بودند که به دلیل داشتن «میان نوشته» های غیر فارسی این گونه فیلم ها، ارتباط دشوارتری با فیلم برقرار می کردند.

از حدود سال ۱۳۱۱ به بعد، با وجود نمایش فیلم های «گویا» (غیر صامت) در سینما، هنوز هم، در زمینه برقراری ارتباط آسان با آن چه بر پرده سینما به نمایش گذاشته می شد، به دلیل بیگانگی تماشاگران با زبان اصلی شخصیت های فیلم، هنوز هم دشواری هایی وجود داشت. کسانی که به شیوه نقل های کهن، گاه به همراه نمایش فیلم، به بازگویی ماجراهای فیلم و برگردان بخش هایی از گفت و گوهای نامأنوس بازیگران فیلم، می پرداختند، تا حدودی کار تماشاگران را آسان می کردند. اما، برای برداشتن بار سنگین دشواری ارتباط میان فیلم و تماشاگر، از روی شانه های مخاطبان فیلم نیاز به صرف هزینه هایی چشمگیر بود.

سفر زنده یاد «عبدالحسین سپنتا» به هندوستان و ساخته شدن نخستین فیلم گویا (ناطق) فارسی، نشان

می‌دهد که اگر قرار بود بدون صرف هزینه و تأمین امکانات و تجهیزات فنی تازه، دست به کار شد، حتی ساختن ساده‌ترین فیلم «ناگویا» (صامت) نیز در ایران، به دشواری امکان‌پذیر به نظر می‌رسید.

آشنایی نخستین سینماگران ایرانی با امکانات فنی و شیوه‌های علمی و قانونمند تولید فیلم، نشانگر این واقعیت بود که ساخت فیلم نیز، مثل هر جریان تولیدی دیگر، به برنامه‌ریزی تهیه و تدارک وسایل و امکانات لازم و به‌کارگیری افرادی متخصص و آموزش دیده و به ویژه تأمین هزینه‌های مربوط به ساخت و تولید یک اثر سینمایی نیاز دارد.

اگر از مورد‌های استثنایی بگذریم، آیا به راستی می‌شود فیلم‌سینمایی هر چند ساده و کم‌هزینه‌ای تولید کرد که به مکان یا موقعیت‌های مکانی متنوعی برای فیلمبرداری نیاز داشته باشد؟ آیا می‌توان در تولید یک اثر سینمایی از صحنه‌آرایی، ساخت برخی وسایل صحنه و آرایه‌های دیگر یا تهیه و تدارک لباس بازیگران اصلی و فرعی و حتی سیاهی‌لشگر فیلم، صرف‌نظر کرد؟

دگرگونی‌های مربوط به تکامل تدریجی انواع وسایل و ساز و کارهای مربوط به فیلمبرداری، نور، صدا و... تنها در سایه صرف هزینه‌های گران، امکان‌پذیر شده است. اگر جز این می‌بود، هنوز می‌بایست، سینما حتی در ۱۰۵ سالگی خود نیز، با همان دوربین فیلمبرداری ساده‌ای که تنها دارای یک عدسی بود، سر و کار داشته باشد، یا در نهایت، ثبت و ضبط نماهای دور، نزدیک و متوسط را به ساده‌ترین شکل، (مثل دوربین‌های ۳۵ میلی‌متری «میچل» - Mitchel) به انجام برساند و در کار فیلمبرداری نیز به دلیل ابتدایی بودن و سادگی ساختمان دوربین‌های اولیه و امکانات محدود آنها، کم‌ترین تحرکی به چشم نیاید. چشم‌پوشی از تحول و دگرگونی مطلوب در کار تولید فیلم، البته به ظاهر، از صرف هزینه‌های کلان پیشگیری

می‌کند! اما، واپسگرایی و در جا زدن را هیچ عقل سلیمی نمی‌پذیرد. به همین روی، هر کشف و جست و جو تازه، هزینه‌های تازه‌تر و گاه سنگین‌تری را نیز بر صنعت تولید فیلم، تحمیل کرده است.

نخستین نمایش فیلم از سوی برادران «لومیر» در فرانسه (دسامبر ۱۸۹۵ میلادی) پیش از هر چیز، جنبه‌ای به راستی سرگرم‌کننده و تفریحی داشت، اما برای تماشاگران فیلم‌های بعدی، سینما نمی‌توانست در محدوده تنگ سرگرمی و تفریح در جا بزند. برای دستیابی به هدف‌های تازه - از جمله رویکرد سینما به داستان‌گویی و داستان‌پردازی - باز هم، باید هزینه‌های دیگری صرف می‌شد.

تأمین هزینه‌های سنگین تولید فیلم‌های خام با درجه حساسیت‌های متفاوت، استفاده از دوربین‌های تازه‌تر و پیشرفته‌تر فیلمبرداری، چاپ فیلم‌ها و انجام کارهای مربوط به نور، صدا و تأمین همه وسایل و تجهیزات، مربوط به آنها، رفته‌رفته، بر میزان سنگینی هزینه‌های تولید فیلم، افزود تا جایی که تولید فیلم در برخی از مقاطع زمانی - هم‌چون انقلاب اکتبر ۱۹۱۷ شوروی سابق و مجموعه حوادث سیاسی - اقتصادی پیامد آن - با توقیف جدی روبه‌رو شد. تنها به این دلیل که سینما، بدون پشتوانه مالی و اقتصادی، هرگز قادر به ادامه زندگی خود نبوده است.

پیدایش هر پدیده نوظهوری در عرصه سینما، بر میزان هزینه‌های تمام شده تولید فیلم افزوده است. وقتی «صدا» به سینما راه یافت، هزینه‌های تازه‌ای به تولید فیلم تحمیل شد. استفاده از «جلوه‌های ویژه» موسیقی متن، گفتار متن (در فیلم‌های مستند یا مستند - داستانی) و به‌کارگیری سخت‌افزارهای فنی - مهندسی تازه برای تنوع بخشیدن به نور، صدا و کار دوربین فیلمبرداری و به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص و کارآمد، به منظور ارتقای کیفی فیلم‌ها، همه و همه، هزینه‌های سنگینی را بر تهیه‌کننده یک فیلم تحمیل

می‌کند. موضوع پر اهمیتی که بی‌اعتنایی به آن، می‌تواند به تولید فیلمی غیر جذاب و کم تأثیر، منجر شود! هر چند که ساختن فیلم پر هزینه نیز به تنهایی نمی‌تواند تضمین‌کننده موفقیت کار یک فیلمساز باشد.

اگر در جریان تکامل تدریجی هنر - صنعت سینما، بسیاری از فیلمسازان، سینماگران و به ویژه مهندسان و فن‌شناسان عرصه تولید فیلم، خلاقیت‌ها و نوآوری‌های چشمگیر و اثربخشی داشته‌اند، تنها در سایه صرف‌هزینه‌های کلان و سرمایه‌گذاری‌های جدی و قابل توجه در این راستا به موفقیتی دست‌یافته‌اند. حتی فعالیت‌های به ظاهر سراسر هنری یا فرهنگی نیز که با پشتوانه اندیشه‌هایی خلاق و نوآوری‌های تحسین‌آمیز در جهت رشد و ارتقای هنر - صنعت فیلمسازی در تاریخ سینما، شکل گرفته است (برای مثال در زمینه تدوین فیلم، با ظهور چهره‌های صاحب اندیشه و خلاق هم چون: «ژیگا ورتوف»، «کولشف»، «آیزنشتاین» و «پودوفکین» در سینمای شوروی سابق) با مقوله اقتصاد سینما، پیوندی مستقیم داشته است. چرا که از یک سوی اجرای عملی همین نوآوری‌ها و بدعت‌های تازه، هزینه‌هایی در برداشته و از سوی دیگر، در سایه به کار بستن شیوه‌های نوین «تدوین» و اجرای عملی نظریه‌های تازه در نظام بخشیدن به پیکره نهایی فیلم - پیشنهاد شده از سوی همین چهره‌های نامدار و ماندگار تاریخ سینمای جهان - بسیاری از هزینه‌های بازسازی یا خلق صحنه‌های پیش‌بینی شده در داستان فیلم، در عمل حذف شد! در واقع، نوآوری و خلاقیت‌های مختلف، اگر چه در عمل، هزینه‌هایی را طلب می‌کند، اما، در نهایت، چه بسا که صرفه‌جویی‌هایی اقتصادی چشمگیری را نیز ممکن است در پی داشته باشد.

شرکت بزرگ فیلمسازی در جهان (به‌طورعام) و تهیه‌کنندگان فیلم در ایران نیز (به‌طور خاص) کوشیده‌اند تا از شیوه‌ها و ترفندهای مختلفی برای

سودآور کردن صنعت تولید فیلم، استفاده کنند. در میان مجموعه تلاش‌های انجام شده، می‌توان به تنوع ساختاری (شکلی) و مضمونی (محتوایی) جالب توجهی دست یافت؛ تنوعی که در نهایت به قصد سامان‌بخشی اقتصاد سینما مطرح می‌شود و مبتکران و پدیدآورندگان گونه‌های مختلف سبک‌ها، زبان‌ها و شیوه‌های بیانی در سینما، همواره کوشیده‌اند تا به انگاره‌های مناسبی برای ایجاد جذابیت هر چه بیشتر و تماشاگر پسند کردن آثار سینمایی دست یابند. چراکه از نخستین روزهای همگانی شدن نمایش فیلم، برای سرمایه‌گذاری چنین صنعت پر هزینه و گرانی، به «فروش» هر چه بیشتر فیلم‌هایشان نظر داشته‌اند. مسئله‌ای که به عنوان یک جریان تولیدی - اقتصادی، هرگز غیر طبیعی و نامعقول تلقی نمی‌شود.

برای رونق بخشیدن به اقتصاد سینما، روان‌شناسی مخاطبان هنر - صنعت فیلمسازی، موضوع پر اهمیتی به نظر می‌رسد. شک نیست که بر پایه باورها و ساختار فرهنگی - اجتماعی هر جامعه‌ای، نوع نگاه برنامه‌ریزان آن جامعه نیز در برخورد با مقوله سینما، متفاوت خواهد بود. اگر روزگاری در سینمای «هالیوود» بحث کشف و معرفی چهره‌های تازه - به عنوان ستارگان سینمایی - بسیار داغ بود، همین موضوع به ظاهر ساده و عادی در تاریخ سینما را می‌توان یک ترفند به نسبت موفق در زمینه بازگشت سرمایه تولید فیلم و نوعی تضمین برای فروش بیشتر فیلم و رونق اقتصادی صنعت سینما تلقی کرد. اما همه ما به خوبی می‌دانیم که در سینمای امروز جهان، معیارهای جذابیت‌هازیبایی‌ها و موفقیت‌های یک فیلم تا حدود زیادی دگرگون شده است. امروزه، درخشش یک بازیگر نه چندان معروف، با چهره‌ای بسیار معمولی نیز، غیرطبیعی به نظر نمی‌رسد. به همین روی، برای «پرفروش» بودن فیلم‌ها نیز نمی‌توان انگاره ثابت و تغییرناپذیری برای همه فصل‌ها و همه نسل‌ها ارایه داد.

برنامه‌ریزان اقتصادی تولید فیلم، در سینمای جهان می‌توانند در نوع نگاه و ذایقه تماشاگران فیلم‌هایشان دگرگونی ایجاد کنند. با انجام پژوهش‌هایی روان‌شناسانه و جامعه‌شناسانه در میان مخاطبان جهانی سینما، می‌توان برای این نظریه اثبات ناشده، تأییدیه‌های روشنی به دست آورد که شرکت‌های بزرگ فیلمسازی غربی، به انگیزه رونق بخشیدن به اقتصاد سینمای خود، با مخاطبان جهانی فیلم‌ها، پیوسته هم‌چون موش‌های آزمایشگاهی رفتار کرده‌اند! یک روز با خلق شخصیت‌های خیالی و قهرمان‌های افسانه‌ای، و روز دیگر با معرفی کلیشه‌های نخ‌نما شده از نوع فیلم‌های شادی‌آور یا اشک‌انگیز و انواع فیلم‌های حادثه‌ای، پر زرد و خورده و خشونت‌بار، به قصد سودآوری هر چه بیشتر صنعت تولید فیلم، خود را به سوداگری فریبکارانه در هنر - صنعت فیلمسازی سرگرم کرده‌اند و خواسته یا ناخواسته، «سینما» را از مسیر هدف‌های والای آن دور ساخته‌اند.

در سینمای ایران نیز، درست از همان زمانی که بحث پول‌ساز بودن این صنعت مطرح می‌شود، از حدود سال‌های ۱۳۳۱ به بعد، ساخت بسیاری از نمونه‌های ناسالم و گاه تهوع‌آور فیلم، رواج می‌یابد که در اکثر قریب به اتفاق آن‌ها، صحنه‌های ساز و آواز و کافه و ساز و ضربی و اشک و آه و ناله و فضاهایی از این دست، دیده می‌شود که به‌طور معمول با آمیزه‌ای از ریش‌سختی لهجه‌ها و چهره‌ها و در قالب انواع دروغ‌پردازی‌ها و تحریف‌ها و عوام‌فریبی‌ها و انتخاب داستان‌هایی عوام‌فریبانه با پایانی خوش، برای فیلم‌هایی عامه‌پسند، کوشیده می‌شود تا از قافله جهانی این صنعت به ظاهر سودآور، عقب نمانند!

به منظور پیشگیری از هر نوع برداشت نادرست و سوءتفاهم احتمالی، لازم است یادآوری شود که توجه به مسئله سودآوری در صنعت فیلمسازی، هرگز به معنای فریبکاری و کسب و کار دغل‌کارانه نیست، بلکه،

استفاده از سینما - به عنوان رسانه‌ای جذاب و اثرگذار - تنها به‌انگیزه پول‌سازی و سودآوری و بدون در نظر گرفتن جنبه‌های فرهنگی - هنری و جنبه‌های مثبت و سازنده اخلاقی، تربیتی و اجتماعی فیلم‌ها، می‌تواند اندیشه فریبکارانه تلقی شود.

«فیلم»، محصول پر هزینه و گران‌بهای است که برای تولید آن از خرید یک طرح ساده و فیلمنامه بسیار معمولی و نه چندان درخشان گرفته تا پرداخت دستمزد بازیگران و عوامل ساخت فیلم در تمامی مراحل تولید یک اثر سینمایی، لحظه به لحظه و گام به گام، باید هزینه‌های فراوانی صرف کرد و به‌طور طبیعی، هیچ آدم عاقلی، نمی‌تواند بدون در نظر گرفتن موضوع ضرورت بازگشت سرمایه و به دست آوردن سود معقول از سرمایه‌گذاری خود، تنها به انگیزه انجام یک فعالیت «فرهنگی - هنری» و «سیاسی - اقتصادی» اثرگذار، دست به تولید فیلم بزند. کسی که به فرض محال، تنها به انگیزه انجام یک کار فرهنگی - هنری، دست به چنین کاری می‌زند، هیچ تضمینی وجود ندارد که بتواند فیلم بعدی خود را نیز، تنها با پشتوانه چنین انگیزه‌ای تولید کند. چنین فردی، بی‌تردید، برای همیشه فرصت فیلمسازی و تهیه و تولید فیلم‌های دلخواه خود را از دست خواهد داد!

پیشرفت‌های فنی و نوآوری‌های پر شکفت در صنعت فیلمسازی امروزی سینمای جهان - به ویژه با توجه به وجود انواع امکانات گران‌بها، در کنار شبکه‌های گسترده رایانه‌ای نوارهای متنوع ویدیویی و لوح فشرده (CD) و فیلم‌هایی که از طریق ماهواره‌ها در سراسر جهان در دسترس مخاطبان بی‌شمار قرار دارد - میزان توقع سینما دوستان و تماشاگران حرفه‌ای آثار سینمایی را در مقایسه با گذشته، بالاتر برده است. در چنین شرایطی، برای سینمای ایران و سایر کشورهای که به لحاظ امکانات فنی و شرکت‌ها و اتحادیه‌های تولید فیلم، با کشورهای پیشرفته، فاصله زیادی دارند،

کار تولید فیلم، در این میدان رقابت نابرابر، بسیار دشوار خواهد بود. اگر چه به شهادت بسیاری از موفقیت‌های چشمگیر فیلمسازان خلاق ایرانی در عرصه جشنواره‌های معتبر سینمایی جهان، سینماگران ما، با وجود کم‌داشت‌های فنی و صنعتی در عرصه تولید فیلم، با استفاده از درونمایه‌های سالم انسانی، اخلاقی، بشر دوستانه، دین باورانه، آزاداندیشانه، عدالت‌جویانه و خداشناسانه، کوشیده‌اند تا حرف‌های شنیدنی تازه‌ای برای مخاطبان جهانی فیلم‌های خود داشته باشند و آنان را با جاذبه سادگی و تازگی درونمایه‌های بدیع و ساختار روان و با فضای دور از هر نوع خشم و خشونت فیلم‌هایشان، مجذوب و شیفته سینمای این سامان سازند.

با وجود این موفقیت‌ها، این واقعیت تلخ و دردناک را نیز نمی‌توان فراموش کرد که بسیاری از سینماداران ما - حتی در کلان شهری هم چون تهران، با جمعیتی پرشمار - همواره از کم‌رونقی سینماها می‌نالند و میزان فروش بسیار پایین برخی از فیلم‌ها - به دلیل انتخاب زمان نامناسب نمایش، شرایط فصلی، مناسبت‌ها و هم‌چنین زمان‌بندی و ترکیب نامناسب جدول نمایش هم‌زمان برخی فیلم‌ها، عدم تبلیغ مناسب رادیویی، تلویزیونی و مطبوعاتی برای نمایش همگانی فیلم‌ها و گرفتاری اقتصادی مردم و حذف ناخواسته هزینه‌هایی چون خرید کتاب، تماشای فیلم و سرگرمی‌های مثبت و سازنده از سبد هزینه‌های خانوار، باعث شده است تا بازار نمایش فیلم‌ها، هم‌چنان کم‌رونق باقی بماند!

البته، از این واقعیت تلخ نیز نمی‌توان چشم‌پوشی کرد که تماشاگران ما، در بسیاری از تالارهای نمایش فیلم، یعنی در همین سینماهایی که با امکانات فنی بسیار ناقصی به کار خود ادامه می‌دهند و با صندلی‌های بسیار آزاردهنده و پخش تصویرهای غیر واضح و صداهای ضعیف و نارسا و مجموعه نارسایی‌هایی مربوط به رنگ و نور و صدای فیلم، هیچ رغبتی به تماشای فیلم

نشان نمی‌دهند و فضا‌های جنبی تالارهای نمایش فیلم نیز به گونه‌ای طراحی نشده است که بتواند به عنوان یک مکان فرهنگی و تفریحی با پخش موسیقی یا نوارهای تصویری مناسب و عرضه کتاب، مجله، بازی‌ها و سرگرمی‌های متنوع و حتی خوراکی چای و نوشابه، در شرایطی مناسب تراز وضعیت کنونی، برای تماشاگران فیلم، دارای جذابیتی باشد. بسیاری از سینماها، در شرایط فعلی، تنها در حکم تاریکخانه‌هایی برای نمایش فیلم است که تماشاگر، نه پیش از ورود به تالار نمایش و نه پس از تماشای فیلم، هرگز از فضای آن، استفاده مطلوبی به عمل نمی‌آورد! گذشته از این‌ها، برای نمایش فیلم‌های سینمایی مناسب، از سایر امکانات موجود هم‌چون: تالارهای نمایش فیلم دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و فرهنگسراها نیز نباید غافل شد. به هر تقدیر، بازنگری جدی و سامان بخشیدن به وضعیت تالارهای نمایش فیلم، شاید بتواند بخشی از دشواری‌های مربوط به اقتصاد فیلم در سینمای ایران را برطرف سازد.

حمایت‌های جدی بخش‌های قانون‌گذاری و اجرایی در کشور ما، می‌تواند در رونق بخشیدن به اقتصاد سینمای ایران کمک کند. برای ایجاد زمینه‌های رقابت سالم میان سینما و تلویزیون و رفع نارسایی‌هایی موجود در مراحل مختلف چرخه تولید فیلم (از تولید تا توزیع و نمایش همگانی آثار سینمایی) با حذف قوانین دست و پاگیر و رفع محدودیت‌هایی که از بروز خلاقیت‌ها و شکوفایی استعداد‌های فیلمسازان جست و جوگر و صاحب اندیشه، جلوگیری می‌کند، و در سایه حمایت‌های جدی مادی و معنوی مسئولان سینمایی کشور و ایجاد آشتی میان «سینما دوستان» با «سینما»، می‌توان در جهت رونق بخشیدن به اقتصاد سینمای ایران گام‌های مثبت و بلندتری برداشت.