



مخاطب؛ حلقه مفقوده سینمای ایران



یادداشت فرهنگ و صنایع خلاق	نوع سند حوزه تخصصی برنامه عنوان نگارنده / نگارندگان ناظر کیفی مشاور / مشاوران ارزیاب / ارزیابان موعد تحویل تاریخ انتشار مخاطب / کارفرما
مخاطب؛ حلقه مفقوده سینمای ایران معصومه زورمند	
۲۲ خرداد ۱۴۰۲	
اندیشکده حکمروایی فرهنگ و صنایع خلاق	
مالکیت فکری و حق تألیف	
توضیح حق تألیف و مالکیت فکری	فرد / مؤسسه
-----	-----

جملات کلیدی

به تعبیر کارشناسان، چرخه سینما شامل سه رکن اصلی تولید، توزیع و اکران است که در ارتباط مستقیم با مخاطب شکل گرفته و تقویت می‌شود (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۸). در واقع می‌توان گفت، مخاطب یک مولفه زیرساختی در سینما به شمار می‌آید. کمبود یا فقدان این موضوع سینمایی ضعیف و ناکارآمد را رقم می‌زند. در همین راستا یکی از مهمترین مسائل موجود در عرصه سینما، «مخاطب کم سینما در ایران، به نسبت جمعیت» است.

کلمات کلیدی

چرا در ایران مخاطب سینما نسبت به جمعیت کم است

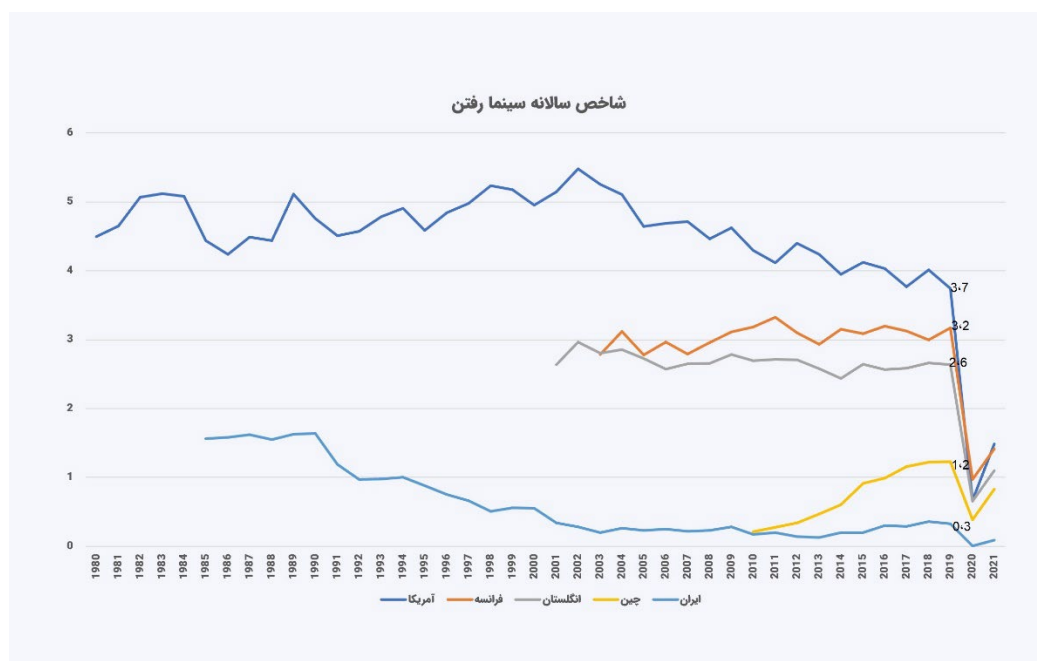
به تعبیر کارشناسان، چرخه سینما شامل سه رکن اصلی تولید، توزیع و اکران است که در ارتباط مستقیم با مخاطب شکل گرفته و تقویت می‌شود (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۸). در واقع می‌توان گفت، مخاطب یک مولفه زیرساختی در سینما به شمار می‌آید. کمبود یا فقدان این موضوع سینمایی ضعیف و ناکارآمد را رقم می‌زند. در همین راستا یکی از مهمترین مسائل موجود در عرصه سینما، «مخاطب کم سینما در ایران، به نسبت جمعیت» است.

جنبه داخلی و خارجی مسئله

این مسئله از دو جنبه داخلی و خارجی قابل بررسی است. در مقیاس جهانی می‌توان «شاخص سالانه سینما»^۱ در ایران را به نسبت سایر کشورها معیار قرار داد. شکل ۱، روند تغییر این شاخص را در ایران و چهار کشور دیگر نشان می‌دهد. این تصویر بیانگر آن است که در حالت کلی این شاخص در ایران در مرتبه پایینی نسبت به سایر کشورها قرار دارد. برای مثال در سال ۲۰۱۹ که آخرین سال عادی سینما پیش از کرونا به شمار می‌رود، شاخص سالانه مراجعه به سینما در آمریکا ۳/۷، فرانسه ۳/۲، بریتانیا ۲/۶ و چین ۱/۲ است. به این معنا که به طور متوسط، هر فرد فرانسوی، بیش از دو برابر یک فرد چینی به سینما می‌رود. این شاخص در ایران ۰/۳ است؛ یعنی به طور متوسط یک فرد ایرانی هر ۱۰ سال، سه بار به سینما می‌رود (شکل ۱). در واقع مقایسه این شاخص در ایران با کشورهای که به سینما به‌مثابه یک صنعت توجه دارند، بیانگر آن است که سینمای ایران مخاطب قابل توجهی ندارد (عبدالاحدی، ۱۳۹۶: ۹۳).

۱. شاخص سالانه سینما، میانگین مراجعه سالانه هر فرد به سینما را بیان می‌کند. این شاخص با تقسیم کل بلیت فروخته شده در یک سال بر جمعیت کشور موردنظر به دست می‌آید.





شکل ۱ شاخص سالانه سینما در ایران و چهار کشور مطرح در صنعت سینما

منبع: www.statista.com

براساس شکل ۲ در سطح داخلی نیز نخستین آمار موثقی که از سینمای ایران وجود دارد مربوط به سال ۶۴ است. جالبترین آمار این سال مربوط به تعداد مخاطبان سینماست. این تعداد، حدود ۷۷ میلیون و ۱۶۰ هزار نفر یعنی ۱.۵ برابر جمعیت ۴۶ میلیون نفری ایران در آن سال بوده است. در حالی که در سال ۹۸ که آخرین سال عادی سینما با توجه به کرونا محسوب می‌گردد، مخاطبان سینما ۲۶ میلیون و ۳۱۱ هزار نفر بوده است که تقریباً یک سوم جمعیت ایران را شامل می‌شود.

شاخص سالانه سینما

همچنین شاخص سالانه سینما نیز از سال ۶۴ تا ۹۸ به مرور کمتر شده است. در واقع با مقایسه شاخص‌های مختلف سینمای ایران در سال‌های مختلف که هر یک نمایندگی یک دهه را دارند (شکل ۲)، می‌توان چنین نتیجه گرفت که علی‌رغم آنکه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، پیشرفت‌هایی در حوزه سینما ایجاد گردیده، اما همچنان عدم توجه به دسته‌ای از امور و نکات، مانع افزایش مخاطبان این حوزه شده است. این مهم، در روند پیشرفت سینما و همچنین تبدیل شدن آن به صنعتی پول‌ساز، اختلال ایجاد کرده است.

سینمای ایران	سال ۱۳۶۴	سال ۱۳۶۸	سال ۱۳۷۸	سال ۱۳۸۸	سال ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۰
تعداد سینما	۲۲۹	۲۶۸	۲۸۴	۱۷۶	۲۷۷	۱۹۵	۲۲۷
تعداد سالن	۲۳۱	۲۷۰	۳۰۵	۲۴۵	۵۴۱	۵۷۰	۶۳۹
تعداد صندلی	۱۴۷.۱۰۳	۱۷۰.۲۹۴	۱۷۰.۴۸۰	۱۰۶.۲۴۴	۱۳۲.۰۰۶	۱۱۳.۶۸۲	۱۱۳.۰۲۹
تعداد مخاطب (نفر)	۷۷.۱۵۹.۹۷۳	۸۰.۵۲۵.۴۳۴	۳۳.۸۸۵.۸۰۶	۱۸.۱۷۹.۱۲۳	۲۶.۳۱۰.۳۸۴	۶۵۹.۱۸۴	۷.۱۹۷.۱۸۴
میزان فروش	۵۶۲ میلیون تومان	۸۵۵ میلیون تومان	۸ میلیارد و ۱۸۵ میلیون تومان	۳۰ میلیارد و ۳۵۰ میلیون تومان	۳۰۰ میلیارد تومان	۹ میلیارد و ۷۹۵ میلیون تومان	۱۶۴ میلیارد تومان
تعداد فیلم ایرانی اکران شده	۸۵ فیلم	۱۸۶ فیلم	۲۹۱ فیلم	۱۴۵ فیلم	۹۹ فیلم	۳۱ فیلم	۵۳ فیلم
تعداد فیلم خارجی اکران شده	۲۴۵ فیلم	۱۲۸ فیلم	۵۱ فیلم	۱۳ فیلم	۱ فیلم	۲۸ فیلم	۳۰ فیلم

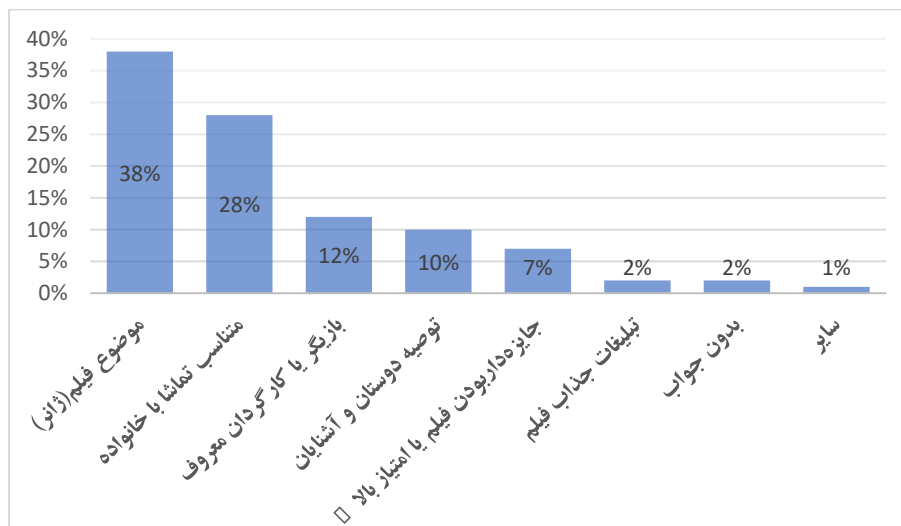


۲۲۸.۲۷۰	۱۴۸.۵۹۹	۱۱۳.۷۷۴	ریال ۱۶.۶۹۴	ریال ۲۴۱۶	ریال ۱۰۶	ریال ۷۳	متوسط قیمت بلیت سینما
ریال	ریال	ریال					
نفر ۱۱.۲۶۳	نفر ۱.۱۵۶	نفر ۴۸.۳۳۳	نفر ۷۴.۲۰۰	نفر ۱۱۱.۱۰۱	نفر ۲۹۸.۲۴۲	نفر ۳۳۴.۰۲۴	متوسط تماشاگر هر سالن سینما
۰/۰۹	۰/۰۰۸	۰/۳۳	۰/۲۸	۰/۵۶	۱/۶۳	۱/۵۶	شاخص سالانه سینما

شکل ۲ آمار سینمای ایران در یک نگاه برای دهه‌های مختلف

منبع: سالنامه‌های آماری سینمای ایران

یکی از نکات موثر و قابل توجه در افزایش مخاطبان سینما، اهمیت تولید مطلوب و متناسب برای مخاطبان است. در تعریف تولید متناسب مخاطب، مولفه‌های متعددی را می‌توان در نظر گرفت و بررسی نمود. یکی از مهمترین عوامل، تنوع ژانر در تولیدات است. نتایج نظرسنجی‌های صورت گرفته حاکی از آن است که موضوع یا به نوعی ژانر فیلم مهمترین عامل در انتخاب یک فیلم از سوی مخاطبان محسوب می‌گردد (شکل ۳). بنابراین توجه به تنوع ژانر به گونه‌ای که سلیقه متنوع مخاطبان را پوشش دهد، اهمیت بسزایی دارد. در سال ۶۴ که مخاطبان سینما به تعداد قابل توجهی بالاتر بوده، فیلم‌های خارجی در سینماهای ایران اکران می‌شده و می‌توان گفت تا حد زیادی تنوع ژانر وجود داشته است (شکل ۲).



شکل ۳ عوامل مؤثر در تماشای یک فیلم از نگاه مخاطب

منبع: موسسه دیده گستر فرهنگ بینا (۱۴۰۱)

در همین راستا شکل ۴ بیانگر آن است که در آمریکا به عنوان قطب صنعت سینما، دو ژانر اکشن و ماجراجویی، بیشترین سهم از فروش گیشه را به خود اختصاص داده‌اند. در حالیکه در سینمای ایران، ژانر کمدی و اجتماعی بیشترین فروش را داشته‌اند. البته نتایج شکل ۵ حاکی از آن است که مخاطب سینما در ایران متناسب با ژانر اغلب تولیدات سینمایی، رفتار متفاوتی را از خود نشان می‌دهد.



شکل ۴ سهم ژانرهای مختلف از کل فروش گیشه داخلی آمریکا از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۱

منبع: the-numbers (۲۰۲۲)



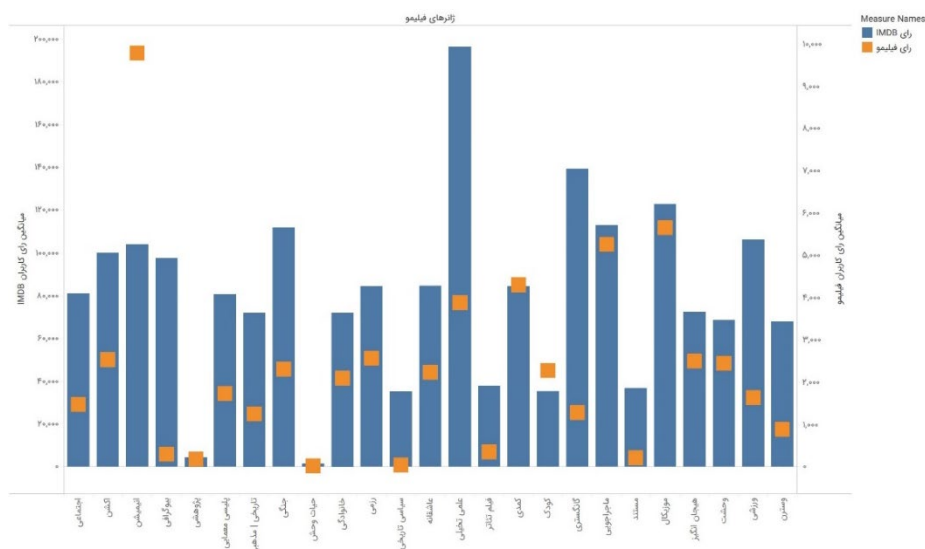
شکل ۵ تعداد بازدیدها از سینماهای سطح کشور براساس ژانر موضوعی

منبع: سالنامه آماری فروش فیلم و سینمای ایران سال ۱۳۹۸

در شکل ۶ میانگین رأی کاربران ایرانی و خارجی به فیلم‌های مشترک در فیلیمو و IMDB بررسی شده است. این شکل، نشان می‌دهد که میزان استقبال داخلی و خارجی به تمامی ژانرها تقریباً مشابه است. بنابراین

می‌توان گفت اگرچه حدی از تفاوت در سلیقه مخاطب ایرانی،

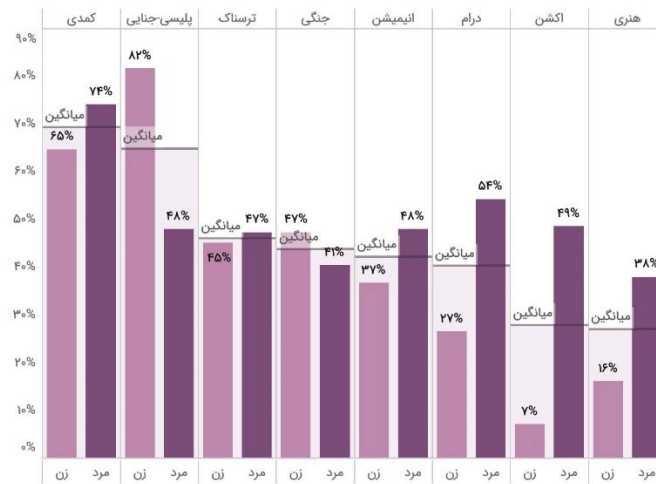
امری طبیعی و بدیهی است، ولی باتوجه به نظرسنجی‌هایی که در راستای تمایل مخاطبان به ژانرهای متعدد شده (شکل ۷)، این نکته حائز اهمیت است که مخاطبان ایرانی به ژانرهای متنوع به نسبت تقریباً یکسانی علاقه دارند. این موضوع در سینمای ایران تا حدی مغفول مانده و تنها ژانرهای محدود و مشخصی در اغلب تولیدات، موردتوجه قرار گرفته‌اند (مرکز راهبردی فرهنگ و رسانه، ۱۴۰۰).



شکل ۶ میانگین رأی کاربران ایرانی و خارجی به فیلم‌های مشترک در فیلمو و IMDB

منبع: نمافر (۱۴۰۱). اطلاعات استخراج‌شده از فیلمو و IMDB





شکل ۷ ژانرهای پرتعدادار سینما برحسب جنسیت

منبع: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات اسلامی (۱۳۹۹)

منابع:

- ۱- اردشیری، مجتبی (۱۴۰۰). یک ایرانی، طی ۱۰ سال، سه بار به سینما می‌رود. روزنامه فرهیختگان، شماره ۳۴۰۹، ص ۱۲.
- ۲- شاهی نصرت آبادی، نوید (۱۳۹۹). بررسی عوامل تاثیرگذار بر اقبال مخاطب به سینمای ایران در دهه ۹۰. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات اسلامی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۳- شومالی، سجاد و ولیزاده، مهدی (۱۴۰۰). نقشه وضعیت صنعت سینما (گزارشی از کلان وضعیت سینما در ایران و جهان). نمافر.
- ۴- عبدالاحدی مقدم، علی اکبر (۱۳۹۶). نظام‌واره مسائل و آسیب‌های دینی- فرهنگی با تاکید بر عوامل آسیب‌زا. قم: مکتب اندیشه.

- ۵- فتحی، زهره و خاموشی اصفهانی، پانته آ (۱۳۶۴) -
 ۱۴۰۰). سالنامه آماری فروش فیلم و سینمای ایران سال ۱۳۶۴-۱۴۰۰. معاونت توسعه فناوری و
 مطالعات سینمایی. سازمان امور سینمایی.^۲
- ۶- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۸). چالش‌ها و راهکارهای رونق تولید در صنعت سینما.
 ماهنامه مدیریت بازار کار ایران، دوره ۴، شماره ۴۲، ص ۷۱-۱۰۶.
- ۷- موسسه دیده گستر فرهنگ بینا (۱۴۰۱). پیمایش مصرف فرهنگی ۱۴۰۰.
- ۸- مرکز راهبردی فرهنگ و رسانه (۱۴۰۰). نظام مسائل فرهنگی کشور. گزارش پژوهشی مرکز.
- ۹- نمافر (۱۴۰۱). اطلاعات استخراج شده از سایت the-numbers.
- ۱۰- نمافر (۱۴۰۱). اطلاعات استخراج شده از سایت فیلیمو.
- ۱۱- نمافر (۱۴۰۱). اطلاعات استخراج شده از سایت IMDB.
- ۱۲- نمافر (۱۴۰۱). اطلاعات استخراج شده از سایت statista.

۲- سالنامه آماری سینمای ایران برای هر سال به صورت جداگانه منتشر شده و در این پژوهش ۷ فایل مرتبط با شکل ۲ مورد استفاده قرار گرفته‌اند. به منظور جلوگیری از تکرار در منابع به صورت بازه زمانی ذکر شده است.





پژوهشکده سیاست‌گذاری
دانشگاه شریف

spri.sharif.ir



spri@sharif.ir



[sharif.policy](https://www.instagram.com/sharif.policy)



[sharif-policy](https://www.linkedin.com/company/sharif-policy)



t.me/spri1



تهران، بلوار تیموری، میدان تیموری، محوطه آموزش دانشگاه شریف،
پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه شریف



۰۲۱-۶۶۰۶۵۱۴۰

