



سینمایی در ایران است. درآمد کل سینمای ترکیه از فروش فیلم حدود ۱۸۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۷ در گیشه سینماها بوده که نسبت به سال گذشته ۲۶ درصد افزایش داشته است. تخمین زده می‌شود که گردش مالی سینمای ترکیه در سال ۲۰۱۷ حدود ۶۳۸ میلیون دلار بوده است.

در سال‌های اخیر، سطح فنی فیلم‌های ترکی به استانداردهای جهانی نزدیک شده است و جوانان تحصیلکرده زیادی از مدارس سینمایی این کشور فارغ‌التحصیل شده‌اند. بوجه فیلم‌های ترکی به مبالغ چند میلیون دلاری رسیده و تعداد مخاطبان آنها به شدت افزایش یافته است. سال ۲۰۰۴ و تصویب قانون شماره ۵۲۲۴ حمایت از ارزیابی و طبقه بندی فیلم‌های سینمایی» در ترکیه، یکی از مهم‌ترین نقاط عطف سینمای این کشور بوده که باعث شده است تعداد تماشاگران فیلم‌های سینمایی از حدود ۳۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۵ به بیش از ۷۱ میلیون نفر در سال ۲۰۱۷ برسد. طبق آمار منتشر شده توسط سازمان یونسکو، کشور ترکیه در سال ۲۰۱۵ بیش از ۲۷۰۰ سالن سینما در اختیار داشته که حدود هشت برابر تعداد سالن‌های سینمای ایران است. این آمار درحالی است که جمعیت ترکیه تقریباً با ایران برابر و وسعت این کشور نصف وسعت ایران است. بالا رفتن تعداد مخاطبان سینمای ترکیه در سال‌های اخیر در حالی است که متوسط قیمت بلیت سینما در کشور ترکیه دو برابر متوسط قیمت بلیت سینما در ایران است.

🔴 **بازارهایی که باید به آنها فکر کنیم**

قزاقستان، ازبکستان، ترکمنستان، آذربایجان، ترکیه، امارات، بحرین، افغانستان، عراق و دیگر کشورهای منطقه با حدود ۳۵۰ میلیون نفر جمعیت مسلمان، از بهترین بازارها برای سینمای نجیب ایران به حساب می‌آیند که طی این سال‌ها مودغفلت قرار گرفته‌اند. بازارهایی در دسترس که با اندکی سرمایه‌گذاری در آنها می‌توان علاوه بر به دست آوردن منافع اقتصادی از طریق آنباده اهداف فرهنگی و سیاسی کلان کشور نیز دست یافت. هر کدام از این کشورها با توجه به نقاط مشترک تاریخی، سیاسی، فرهنگی و ... با ایران می‌توانند به منبعی برای توسعه سینمای ایران بدل شوند. شاید وقت آن رسیده است که سازمان سینمایی با بازنگری در سیاست‌ها و وظایف خود، گام‌های موثرتری در زمینه تسهیل ارتباط‌گیری تهیه‌کنندگان باپخش‌کنندگان جهانی سینمایی کشور بردارد. تا زمانی که حضور در جشنواره‌ها و بازارهای جهانی منجر به اکران فیلم‌های ایرانی در کشورهای متعدد و ورود سینمای ایران به چرخه اکران جهانی فیلم‌های سینما نشود، نمی‌توان به خبرهایی که گهگاهی در این زمینه منتشر می‌شود دل خوش کرد و نتیجه سرمایه‌گذاری‌های عظیمی همچون تولید فیلم «محمد رسول» ... (ص)» که قرار بود با اکران‌های بین‌المللی خود، نقش مهمی در شکل دادن وجهه فرهنگی ایران در جهان داشته باشد، با شکست مواجه می‌شود.



آمارها در مورد ضریب نفوذ سینمای ایران در دنیا چه می‌گویند؟

سینمای ایران

تماشاگر رشد میلیون دلاری سینمای ترکیه

سرمایه‌گذاری‌های خارجی و دل خوش بودن به جواز جشنواره‌ای سینماگران، یکی از ضعیف‌ترین اقتصادهای سینمای جهان را داراست.

🔴 **«کاج سبز» مهم‌ترین رقیب سینمای ایران در منطقه**

از پالیوود پاکستان، بالیوود هند و سینمای چین و روسیه که بگذاریم، ترکیه یکی مهم‌ترین رقیب سینمایی ایران در بین کشورهای منطقه است که صنعت سینمای خود را با لقب Yeşilçam یا کاج سبز به صورت وسیعی گسترش داده است و با جذب نیروهای انسانی منطقه که شامل ایران هم می‌شود، به سرعت توانسته خود را به عنوان بزرگ‌ترین قدرت حوزه تصویر منطقه غرب آسیا معرفی کند. ترکیه در سال‌های اخیر به صورت گسترده‌ای در حال جذب نیروهای متخصص ایرانی سینما در زمینه‌های مختلف است. در سال ۱۳۸۰، ۱۷ فیلم ترکی و ۲۳۵ فیلم خارجی در سینماهای ترکیه به نمایش درآمده است. در سال ۲۰۱۷ در مجموع ترکیه در سال ۳۸۳ فیلم اکران کند که حدوداً پنج برابر تعداد فیلم‌های اکران شده در مدت مشابه در ایران است. طبق گزارش‌های سینمای ترکیه، تعداد تماشاگران این فیلم‌ها در مجموع ۷۱ میلیون نفر بوده‌اند که در مقایسه با سال ۲۰۱۶، تا ۲۲ درصد رشد داشته است. فیلم‌های ساخت ترکیه در این سال بیش از ۴۰ میلیون تماشاگر داشته‌اند که حدود دو برابر بینندگان فیلم‌های

محصول فرهنگی و نمایش آن برای مردم جهان، هیچ توجیهی ندارند. تاکنون تعداد کمی از فیلم‌های سینمایی ایرانی این موقعیت را به دست آورده‌اند که در خارج از ایران به صورت عمومی اکران شوند و ظهور و بروز سینمای ایران در سال‌های اخیر در حد نمایش‌های محدود و جشنواره‌ای را کد مانده است. البته برخی افراد یکی از دلایل مهم وارد نشدن سینمای ایران به بازار جهانی را جذاب نبودن فیلم‌های ایرانی برای مردم کشورهای دیگر به واسطه عدم استفاده از المان‌های خاص مثل برخی از آثار سینمای هالیوودی می‌دانند؛ ولی اکران خارجی برخی از آثار سینمای ایران مانند شاهزاده روم، فیلیشاه، رنگ خدا... مثال نغزی برای این ادعاست. فیلم‌هایی که به خاطر محتوای انسانی و جذابی که داشته‌اند، مورد توجه عموم مردم در اکران‌های جهانی قرار گرفته‌اند. در آخرین مورد فیلیشاه با فروش ۵۰۰ هزار دلاری، یکی از پرفروش‌ترین فیلم‌های گیشه لبنان شده؛ کشوری که در گیشه سینمای خود محصولات زیادی از سینمای هالیوود را هم قرار داده است.

سینما‌سازی مهم و استراتژیک است که در حال حاضر، کشورهای مختلف با سرمایه‌گذاری روی آن تلاش می‌کنند به اهداف فرهنگی و اقتصادی مورد نظر خود برسند. با وجود اینکه همه کشورهای دنیا قابلیت تولید فیلم‌های سینمایی به صورت انبوه را ندارند، اما اغلب آنها در تلاش هستند ابتدا با فروش فیلم‌های دیگر کشورها به توسعه زیرساخت‌های سینمای خود بپردازند و پس از آن با تولیدات مشترک و بومی اهداف فرهنگی خود را محقق کنند. در این بین ایران با ظرفیت تولید بیش از ۱۰۰ فیلم در سال، به خاطر عدم توجه مسئولان به بازارهای جهانی و تلاش اندک آنها برای توسعه زیرساخت‌های داخلی با استفاده از درآمدها و

تعداد تولیدات سینمایی کشورهایی همچون ارمنستان و آذربایجان نیز که در سال ۱۹۹۶ کمتر از انگشتان یک دست بوده حالا حدود ۵۰ اثر در سال است. نمودار «شماره ۲» هم به خوبی نشان‌دهنده این واقعیت است که کشورهای در حال توسعه برنامه دقیقی برای گسترش تولیدات سینمایی خود دارند. این نمودار که به بررسی تولیدات سینمایی همه کشورهای جهان می‌پردازد، به خوبی نشان می‌دهد از سال ۲۰۰۶ تاکنون تعداد تولیدات سینمایی کشورهای در حال توسعه از حدود ۲۵۰۰ اثر در سال به بیش از ۵۵۰۰ اثر رسیده است. سینمای ایران در سال‌های اخیر با رقم تولید بیش از ۱۰۰ فیلم بلند سینمایی در سال، این تصور عمومی را شکل داده که حجم تولیدات سینمای ایران زیاد است. ولی این تصویر رقم بالای تولید فیلم سینمای ایران، شاید به دلیل ضعف در سیستم اکران سینمایی کشور باشد که مساله‌ای مثل فیلم‌سوزی را به چشم می‌آورد. اما با نگاهی به جدول تعداد تولیدات سینمایی داخلی در سال‌های اخیر و مقایسه با آمارهای جهانی، می‌توان گفت سینمای ایران نتوانسته است هم به لحاظ تنوع و هم به لحاظ تعداد آثار موفق عمل کند. با اینکه کارنامه افتخارآفرینی‌های جهانی سینمای ایران نسبت به خیلی از کشورهای منطقه از جمله ترکیه که در حال توسعه زیرساخت‌های اقتصادی سینمای خود است، قوی‌تر است اما سینمای ایران در بخش اقتصادی با بی‌توجهی کامل مدیران فرهنگی کشور روبه‌رو است. علاوه بر ضعف بزرگ سینمای ایران در دارا نبودن زیرساخت‌هایی مانند قانون حمایت از تولیدکنندگان، سالن سینما و ... مدیران مسئول نسبت به مساله صادرات این

که ضریب نفوذ مخاطبان آنها به حدود ۱۰ درصد رسیده است که با توجه به جمعیت این کشورها، عدد بزرگی به حساب می‌آید. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که این ارقام تا سال ۲۰۲۰ به ۱۸ درصد خواهد رسید. با وجود اینکه ایران از سال ۱۹۹۶ تاکنون از لحاظ تعداد تولیدات فیلم‌های سینمایی جزء یکی از کشورهای مهم منطقه بوده است اما نتوانسته به خوبی کشورهایی همچون ترکیه، روسیه و هند، به رشد سینمای خود از لحاظ اقتصادی بپردازد. سینماهای کشورهای منطقه کم‌کم در حال پیشی گرفتن از سینمای ایران هستند، این درحالی است که ایران ظرفیت بزرگی برای کسب درآمدهای ارزی از صادرات محصولات فرهنگی خود دارد. نقشه «شماره یک» که بر اساس اطلاعات سازمان یونسکو از تولیدات فیلم‌های سینمایی در کشورهای مختلف رسم شده است، به خوبی نشان می‌دهد چگونه شوراهایی مانند چین، روسیه، ترکیه، آذربایجان، ارمنستان و ازبکستان در حال توسعه تولیدات سینمایی خود هستند و ایران در ۲۰ سال گذشته در حال درجا زدن است. در حاد فاصل سال‌های ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۳ سینمای روسیه کمتر از ۲۰ فیلم سینمایی در سال تولید می‌کرده که این عدد در سال ۲۰۱۵ به بیش از ۱۲۰ فیلم رسیده است. سینمای چین هم در این سال‌ها رشد بزرگی را تجربه کرده و اکنون تعداد تولیدات سینمایی این کشور به بیش از ۹۰۰ اثر رسیده است.

سینمای ایران در سال ۹۶ پرونق‌ترین روزهای چند سال اخیرش را تجربه کرد. فیلم‌های سینمایی در این سال بیش از ۲۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تماشاگر داشته‌اند و درآمدی ۱۸۰ میلیارد تومانی را کسب کرده‌اند. با احتساب سهم سینماداران و پخش‌کنندگان، به‌طور میانگین هر فیلم سینمایی در سال ۹۶ کمتر از یک میلیارد تومان برای تهیه‌کنندگان درآمد داشته است. البته با نگاهی به جدول فروش فیلم‌ها در سال ۹۶ می‌توان متوجه شد که تنها ۲۰ فیلم درآمد بیش از یک میلیارد تومانی در گیشه سینماها برای تهیه‌کنندگان داشته‌اند و بیش از ۵۰ درصد فیلم‌های سینمایی در این سال از لحاظ اقتصادی شکست خورده محسوب می‌شوند.

🔴 **سینمای ایران در سال ۹۶ با میانگین ۳۴۰ سالن فعال، در بهترین حالت قابل تصور تنها چهار درصد مردم ایران را توانسته مخاطب خود قرار دهد و از این نظر ضریب نفوذ بسیار کمی در بازار دارد. اما در سینمای جهان وضعیت چگونه است؟ با نگاهی به آمارها،**

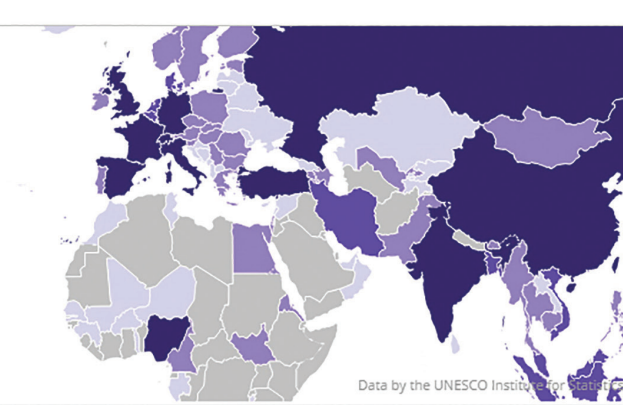
سینمای آلمان و انگلیس بیشترین ضریب نفوذ سینما را در بین مردم‌شان دارند که حدود ۲۹ درصد است. البته همان‌طور که قابل حدس است پردرآمدترین کشورهای جهان از فروش فیلم‌های سینمایی، آمریکا و کانادا هستند. پس از آنها نیز چین در رتبه دوم قرار دارد. فروش سالانه سینمای آمریکا و کانادا در یک سال اخیر به رقم ۱۱ میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار آمریکا رسیده است. سینمای چین هم با فروش ۶ میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار در سال اخیر، توانسته رشد ۲۴ درصدی را نسبت به آخرین آمار رسمی در سال ۲۰۱۲ تجربه کند. ژاپن با دو میلیارد و ۱۷۰ میلیون دلار، انگلیس با یک میلیارد و ۶۶۰ میلیون دلار، فرانسه با یک میلیارد و ۵۴۰ میلیون دلار، هند با یک میلیارد و ۴۸۰ میلیون دلار، کره جنوبی با یک میلیارد و ۴۵۰ میلیون دلار، آلمان با یک و ۱۱۳ میلیون دلار، استرالیا با ۹۱۰ میلیون دلار و مرکزیک با ۷۹۰ میلیون دلار، پردرآمدترین کشورهای جهان از صنعت سینما هستند. این ارقام در حالی است که درآمد داخلی ایران در سال ۹۶ تنها حدود ۵۰ میلیون دلار بوده است. مجموع فروش فیلم‌ها در ایران که بیش از هشت برابر امارات متحده عربی جمعیت دارد، کمتر از یک چهارم فروش فیلم‌ها در این کشور است. البته این نکته را هم باید در نظر گرفت که ایران بالاترین

درصد را از نظر فروش فیلم‌های تولید داخلی در سینماهایش دارد و کشورهایی همچون امارات متحده عربی این درآمد را از فروش فیلم‌های خارجی به دست می‌آورند. سینمای روسیه و ترکیه به عنوان کشورهای منطقه و همسایه ایران، در این سال‌ها رشد قابل ملاحظه‌ای را تجربه می‌کنند، به طوری



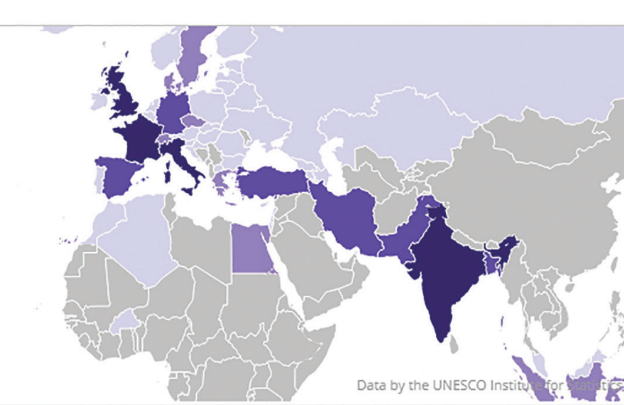
علاوه بر ضعف بزرگ سینمای ایران در دارا نبودن زیرساخت‌هایی مانند قانون حمایت از تولیدکنندگان، سالن سینما و ... مدیران مسئول نسبت به توسعه سینمای ایران در سال‌های اخیر در حال درجا زدن است. در حاد فاصل سال‌های ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۳ سینمای روسیه کمتر از ۲۰ فیلم سینمایی در سال تولید می‌کرده که این عدد در سال ۲۰۱۵ به بیش از ۱۲۰ فیلم رسیده است. سینمای چین هم در این سال‌ها رشد بزرگی را تجربه کرده و اکنون تعداد تولیدات سینمایی این کشور به بیش از ۹۰۰ اثر رسیده است.

تعداد فیلم‌های تولید شده در هر کشور در سال 2015



کشورهایی که فیلم نمی‌سازند یا اطلاعاتی درمورد تولیداتشان در دسترس نیست

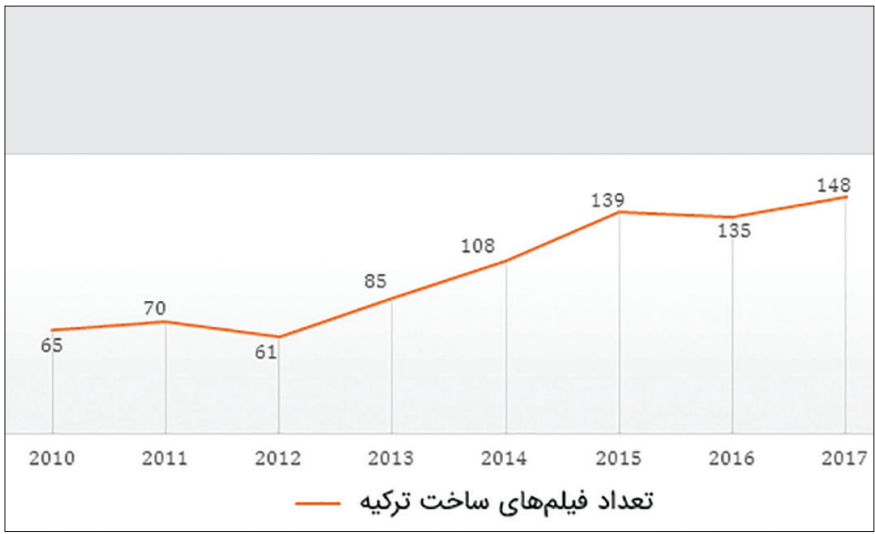
تعداد فیلم‌های تولید شده در هر کشور در سال 1996



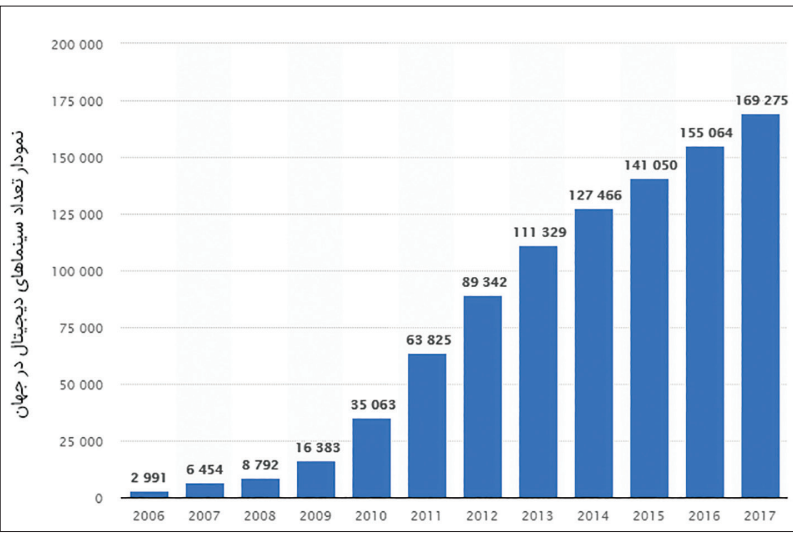
کشورهایی که فیلم نمی‌سازند یا اطلاعاتی درمورد تولیداتشان در دسترس نیست

🔴 نقشه شماره ۲

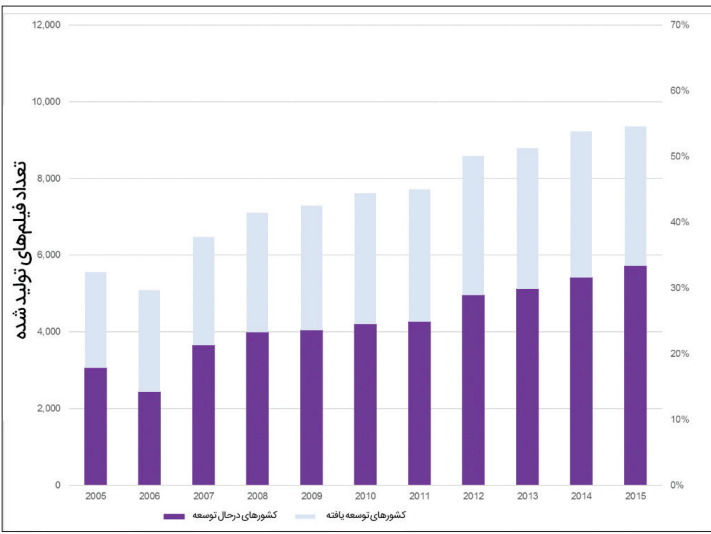
🔴 نقشه شماره یک



🔴 نمودار شماره ۳



🔴 نمودار شماره ۲



🔴 نمودار شماره یک