اکران پس از ماه صفر با چند فیلم جدید احتمالا فروش خوبی خواهد داشت

سالن‌های سینما در انتظار فیلم‌های طنز جدید

کیانا تصدیق‌مقدم

خبرنگار گروه فرهنگ

سال به نیمه نرسیده و فروش سالن‌های سینمایی به رقمی بالای ۴۲۱ میلیارد تومان رسید. با توجه به گمانه‌زنی‌هایی که درخصوص فیلم‌های دور بعدی اکران مطرح می‌شود، به احتمال زیاد این رویه فروش سینمایی تا آخر سال استمرار خواهد داشت. در دور بعدی اکران و روزهای بعد از ایام سوگواری محرم و صفر، فیلم‌هایی مثل «گیج گاه»، «هتل»، «بچه‌زرنگ» و «ویلای ساحلی» به سالن‌های سینمایی خواهند آمد. تنوع ژانر در این ترکیب، نه تنها باعث بازگشت خانواده‌ها به سینما خواهد شد، بلکه نوید بخش فیلمسازانی است که می‌خواهند در جنس و فرم‌های متنوع و متفاوت فیلم بسازند. آثاری همچون «گیج گاه» و «بچه‌زرنگ» از دو جنس و دنیای متفاوت سینمایی هستند اما هر دو قصه‌هایی دارند که برای یک خانواده ایرانی جذاب است. فیلم سینمایی «هتل» هم از همان جنس کمدی‌ای است که امتحانش را بارها در گیشه پس داده و احتمالا فروشی نزدیک به «فسیل» فیلم پرفروش این روزهای سینما خواهد داشت. در گزارش پیش‌رو، روزهای سیاه سه سال رکود سینمای ایران را مرور کردیم و در گفت‌وگو با کارشناسان و مدیران سینما، بررسی کردیم که چگونه سال ۱۴۰۲ تبدیل به سال امیدوارکننده‌ای برای تماشاچیان و سینماداران شد.

نوروز سیاه سینمای ۹۹

سوم اسفندماه ۱۳۹۸ چند روز بعد از تعیین فیلم‌های اکران نوروز ۱۳۹۹، بیانیه‌ای توسط وزارت ارشاد صادر شد و در آن از تعطیلی تمامی سینماها و برنامه‌های فرهنگی و هنری در کشور خبر داد. دلیل این تعطیلی، شیوع ویروس کرونا در سراسر جهان بود که از روزهای آخر بهمن ماه دامنه‌اش به ایران رسید. در ابتدا گمان بر این بود که این تعطیلی به‌زودی پایان می‌یابد و صنعت سینما حداقل یک هفته و نهایتا یک ماه با این مشکل دست‌وپنجه نرم کند اما اینها همگی در حد گمانه‌زنی‌ها باقی ماند و با افزایش تعداد مبتلایان این بیماری، این تعطیلی به مدت ۴ ماه یعنی تا اواسط تیرماه سال ۱۳۹۹ ادامه داشت. در این ۴ ماه، تعطیلی، خسارت زیادی متوجه سینماداران شد و سینمادارها مجبور بودند نیروی انسانی خود را اخراج کنند چون پولی برایشان باقی نمانده بود که بتوانند حقوق پرسنل‌شان را بدهند. همه‌چیز در یک بن‌بست بود و تنها راه خروج‌شان از بن‌بست، کمک مدیران مربوطه به این صنف بود. اقداماتی هم صورت گرفت؛ در ابتدا مصوب شد به سینمادارها، به ازای هر پرده سینما، ۱۰ میلیون تومان وام با سود ۴ درصد تعلق بگیرد. اقدام دیگر مربوط به کمک‌های بلاعوض یک‌ونیم میلیون تومانی به آن دسته از سینماگرانی بود که عضو صندوق اعتباری هنر بودند. البته این میزان از کمک‌ها برای چرخه بزرگ سینما، محدود و ناکافی بود و با انتقاداتی همراه شد. از تیر ماه سال ۱۳۹۹ سینماها باز شدند. اما این بازگشایی شرایط عادی نداشت؛ دفتر نظارت بر عرضه و نمایش سازمان سینمایی قوانینی را منتشر کرد که سینماها هنگام بازگشایی باید آنها را به‌طور کامل رعایت می‌کردند. ازجمله اینکه تا اعلام وضعیت سفید قطعی، ظرفیت فروش بلیت برای هر سالن تا سقف ۴۰ درصد مجاز است یا اینکه چیدمان تماشاچیان روی صندلی‌ها دو در میان بوده و نسبت به ردیف بعدی حالت ضربدری خواهد داشت. با این حال مردم تمایلی برای رفتن به سالن‌های سینما و تماشای فیلم نداشتند. نهایتا در این سال با تداوم اکران فیلم‌های بهمن ۹۸ و چند فیلم جدیدی دیگر، مجموع فروش کل سینماهای کشور در سال ۱۳۹۹ کمی بالاتر از ۹ میلیارد تومان بود؛ یعنی در این سال ۶۲۳ هزار و ۸۳۵ مخاطب به سینما رفتند و درمجموع ۷۷ هزار و ۳۰۹ سانس به نمایش درآمده است. این در حالی است که میزان کل فروش در سال ۱۳۹۸ رقمی حدود ۲۹۹ میلیارد تومان بود. به عبارتی ۲۰۰ میلیارد ضرر فروش در سالن‌ها را شاهد بود. «شنای پروانه» به کارگردانی محمد کارت، «خوب بد جلف ۲» به کارگردانی پیمان قاسم‌خانی و «آقای سانسور» ساخته علی جبارزاده پرفروش‌های سال ۹۹ بودند.

سینما در سال ۱۴۰۰

در سال ۱۴۰۰ همچنان پاندمی کرونا ادامه داشت. البته مردم تا حدودی به زندگی عادی خود برگشتند اما وضعیت سینما همچنان خوب نبود و تعداد مخاطبان به‌شدت کاهش پیدا کرد. در این شرایط اکران نوروزی می‌توانست شرایط بهتری را برای سینما رقم بزنند، اما تهیه‌کنندگان حاضر نبودند فیلمی از آنها به نمایش درآید و عمدتا منتظر روزهای بهتری برای اکران بودند. بلاتکلیفی فیلم‌های دپو شده و سالن‌های تاریک سینما، هر روز شرایط را بدتر می‌کرد. تعداد زیادی از سینماداران و بخش فعال در سینمای سیار، تغییر صنف دادند و تعداد سینماهای فعال در سال ۹۹ به عدد ۱۱۵ مرکز رسید. این درحالی است که در روزهای پیش از کرونا یعنی در سال ۱۳۹۸ تعداد سینماها ۲۷۷ بوده است. در نیمه دوم این سال، شرایط کمی تغییر کرد. فیلم‌های پرمخاطب برای اکران سینما انتخاب شدند و در جدول اکران قرار گرفتند، از طرف دیگر ظرفیت سینماها را بالا بردند. نهایتا در این سال ۷ میلیون و ۳۱ هزار و ۲۲۲ نفر در ۳۳۱ هزار و ۹۶۹ سانس به سینما رفتند و رقمی نزدیک به ۱۶۰ میلیارد تومان عاید سینما شد. «دینامیت» ساخته سیدمسعود اطیابی، «گشت ۳» به کارگردانی سعید سهیلی و «قهرمان» به کارگردانی اصغر فرهادی به ترتیب پرفروش‌های سال ۱۴۰۰ در سینمای ایران بودند.

روزهای پساکرونا (نوروز ۱۴۰۱)

برای بررسی وضعیت سینمای ۱۴۰۱، این سال را باید به دو نیمه اول و دوم تقسیم کرد. در نیمه اول سال ۱۴۰۱ شرایط گیشه فراز و نشیب داشت، چنانکه فروردین سال ۱۴۰۱ عنوان دومین ماه پرفروش برای سینمای ایران را به دست آورد. در این ماه یک میلیون و ۵۳۸ هزار و ۹۸۷ تماشاگر به سینما رفتند و تا رقم ۵۰ میلیارد و ۲۱۳ میلیون و ۴۳۶ هزار تومان فروش داشت. سینما در اردیبهشت به نسبت فروردین ماه با کاهش مخاطب همراه بود. با این حال براساس آمار سمفا و در نمودار ماهانه، تعداد مخاطب سال ۱۴۰۱ در رتبه چهارم قرار دارد. خردادماه هم به نسبت اردیبهشت با کاهش مخاطب روبه‌رو بود. در این ماه یک میلیون و ۶ هزار و ۸۴۹ مخاطب به سینما رفتند و ۳۳ میلیارد و ۲۱ میلیون و ۸۵۳هزار تومان در گیشه بلیت فروخته شد. برخلاف دوماه گذشته در تیرماه ۱۴۰۱ تعداد مخاطبان با رشد همراه بود. در این ماه یک میلیون و ۳۸۷ هزار و ۶۲۶ مخاطب به سینما رفتند و ۴۳ میلیارد و ۷۲۳ میلیون و ۹۳۱ هزار تومان فروش گیشه‌ای به دست آمد. مردادماه به دلیل همزمان شدن با ماه محرم دوباره با کاهش مخاطب روبه‌رو شد. در این ماه ۹۷۱ هزار و ۱۵۹ مخاطب به سینما رفتند و ۳۱ میلیارد و ۳۴ میلیون و ۳۰۳ هزار تومان عاید گیشه شد. شهریورماه پرمخاطب‌ترین ماه در سینمای سال ۱۴۰۱ بود. در این ماه یک میلیون و ۷۷۴ هزار و ۶۷۲ تماشاگر به سینما رفتند و ۵۲ میلیارد و ۱۴۴ میلیون و ۳۳ هزار تومان فروش گیشه بود. اما از اواخر شهریور ماه به دلیل التهابات اجتماعی، تعداد مخاطبانی که به سینما می‌رفتند به‌شدت کاهش یافت و آمار فروش در مهرماه، کاهش ۶۵ درصدی را نسبت به ماه قبل نشان می‌داد. این روند در ماه‌های بعدی هم وضعیت مناسبی نداشت، به‌گونه‌ای که چهارماه کم‌فروش را به دنبال آورد. در بهمن‌ماه و با فرارسیدن جشنواره فیلم فجر، سینما جان دوباره گرفت و تعداد مخاطبان تا ۴۰ درصد افزایش یافت. درنهایت در سال ۱۴۰۱ میزان فروش کل ۴۴۹ میلیارد و ۹۰ میلیون و ۶۲ هزار و ۹۹۳ هزار تومان بوده است. ۱۴ میلیون و ۲۵۷ هزار و ۶۹۳ نفر در این سال به سینما رفتند و در مجموع ۶۶۳ هزار و ۶۱۲ سانس به نمایش درآمد. فیلم‌های «انفرادی» و «بخارست» به کارگردانی سیدمسعود اطیابی و «سگ بند» ساخته مهران احمدی به ترتیب پرفروش‌های سینمای ۱۴۰۱ بودند.

نوروز ۱۴۰۲

فیلم سینمایی «فسیل» که در جدول اکران نوروزی ۱۴۰۲ قرار داشت موفق شد، گیشه سینما را احیا کند و به طریقی مخاطب قهرکرده را به سینما برگرداند. بعد از اکران این فیلم و موفقیتش در گیشه تهیه‌کنندگان رغبت بیشتری برای اکران فیلم‌شان پیدا کردند. درواقع با به نمایش درآمدن «فسیل» رویه اکران و فروش فیلم، بعد از چهار سال رشد قابل توجهی داشته و فروش گیشه سینما تا لحظه نوشتن این گزارش که ۵ ماه از شروع سال ۱۴۰۲ می‌گذرد در سایت سمفا معادل ۴۲۰ میلیارد و ۶۱۲ میلیون و ۹۳۴ هزار و ۳۱۵ تومان است. تا این لحظه ۹ میلیون و ۷۵۶ هزار و ۶۶۳ نفر در ۲۸۴ هزار و ۱۴۳ سانس به سینما رفتند.

«فسیل» و «شهر هرت» به کارگردانی کریم امینی و «سه کام حبس» ساخته سامان سالور تاکنون پرفروش‌ترین‌های سال ۱۴۰۲ هستند.

در نظر گرفتن تنوع ژانر در جدول اکران یا در نظر گرفتن میزان فروش

با توجه به فیلم‌های پرفروش تاریخ سینما، این نکته وجود دارد که مخاطبان سینما دوست دارند فیلم‌های کمدی ببینند. در آماری که از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۲ آوردیم هم این موضوع مشهود است، معمولا پرفروش‌ترین فیلم‌های هر سال مربوط به آثار کمدی هستند. اما موضوعی که وجود دارد این است که اگر این رویه کلی سینمای ایران باشد، بخش مهمی از ژانرهای سینمای ایران به فراموشی سپرده می‌شوند. فراموشی ژانرها، نتیجه‌ای جز این نخواهد داشت که بخش مهمی از سلیقه‌ها فراموش شوند. فروش انحصاری آثار کمدی، یک نابالغی فراگیر در صنعت سینماست که همه کشورهای جهان در مراحل رشدنیافتگی صنعت فیلمسازی به آن مبتلا هستند. حتی در فرانسه که خود را رهبر سینمای هنری جهان می‌داند، کمدی‌ها بیشتر از هر ژانر دیگری می‌فروشند و این یعنی صنعت سینمای این کشور هنوز ضعیف است. البته آمارها هم همین را می‌گویند. به‌طور مثال در سال ۲۰۲۱ که سایه پاندمی کرونا رفته‌رفته از سر سینما درحال کم شدن بود، فروش فیلم‌های آمریکایی به درآمد ۹۰/۷۴ میلیون یورو در فرانسه رسید، حال آنکه فیلم‌های فرانسوی در آن سال ۳۴/۰۹ میلیون یورو درآمد داشتند. در شرایطی که سینمای یک کشور به لحاظ صنعتی بالغ و کامل شود، تنوع ژانرها در آن افزایش پیدا می‌کند اما کمدی فوری‌ترین، ساده‌ترین و بی‌افق‌ترین ژانر تجاری جهان است که در صنایع ضعیف فیلمسازی، می‌تواند تولیدکنندگان داخلی یک کشور را به یک حیات نیمه‌نباتی قانع کند.

ادامه از صفحه ۱۲

مدیران سینمایی به سوالات «فرهیختگان» در خصوص وضعیت سینماهای کشور پاسخ دادند

سال خوش سینما

برای اینکه بررسی کنیم که چه عواملی باعث شد، سال ۱۴۰۲ بعد از سه سال رکود، تبدیل به سال بازگشت و نجات سینمای ایران شود، به سراغ سه کارشناس و مدیر سینمایی رفتیم. لاجرم برای تحلیل وضعیت امروز، در خصوص شرایط سخت سینماهای ایران در فاصله سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ هم سوال کردیم. سجاد نوروزی مدیر پردیس سینمایی آزادی، هادی اسماعیلی مدیرعامل بهمن سبز و محمد قاصداشرفی رئیس انجمن سینماداران به سوالات مشترک ما تقریبا پاسخ‌های مشابهی دادند و با وجود اینکه امسال را سال خوبی برای سینماداران می‌دانند اما برای جبران خسارت در سال‌های رکود سینما، راه زیادی باقی است.

سجاد نوروزی
مدیر پردیس سینمایی آزادی

هادی اسماعیلی
مدیرعامل موسسه بهمن سبز

محمد قاصد اشرفی
رئیس انجمن سینماداران

رویه اکران و فروش فیلم سینمایی، بعد از چهار سال رشد قابل‌توجهی دارد. این رشد نسبی چه اثراتی بر اقتصاد و صنعت سینما دارد؟

سجاد نوروزی مدیر پردیس سینمایی آزادی، به این سوال اینگونه پاسخ داد و گفت: «رویه اکران در این مدت سینما را از ورشکستگی نجات داد. البته این را هم باید گفت که این موضوع، توسعه فیزیکالی برای سینما به ارمغان نمی‌آورد چون سینما دو سال کرونا و شش هفت ماه تعطیلی سال گذشته را پشت‌سر گذاشته و وضعیت سختی داشته است. این موضوع درست است که سالن‌های سینما از ورشکستگی نجات پیدا کردند اما چون رشد و توسعه‌ای رقم نزده، نشان می‌دهد هزینه‌ها بیشتر از این است که با این عددها بخواهد جبران شود.»

هادی اسماعیلی مدیرعامل موسسه بهمن سبز هم در پاسخ به این سوال گفت: «با نگاهی به روند تولید فیلم‌ها می‌توان به این نتیجه رسید که فروش در سینما رونق پیدا کرده و روی تولید هم تاثیر گذاشته است. اگر از منظر توزیع به سینما نگاه کنیم، توزیع یک وجه تنظیم‌گر در اکوسیستم سینما دارد. هر زمان که سینما خوب فروخته، بلافاصله پول‌ها در فضای تولید تزریق شده و فیلم‌های خوبی ساخته شدند و همانطور که شاهد هستیم به‌واسطه اینکه از سال گذشته تاکنون چند فیلم پرفروش داشتیم، تولید فیلم مخصوصا در ژانر کمدی بیشتر و باعث رونق اقتصاد سینما شده است. این موضوع مخاطب را دوباره به سینما بازگرداند و باعث شد تا این چرخه ادامه پیدا کند.»

محمد قاصداشرفی رئیس انجمن سینماداران در پاسخ به همین پرسش گفت: «سالن‌های سینما در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ در شرایط نامطلوبی بود و اقتصاد سینما نمی‌توانست آن طور که باید سینماها را احیا کند و به همین دلیل خیلی از سینماها از فعالیت بازماندند. اما امسال با توجه به فیلم‌هایی که اکران شد، اتفاقا بخش مهم آن هم فیلم‌های کمدی بودند. مخاطبان زیادی به سالن سینما آمدند و مسلما این موضوع به وضعیت سینما کمک کرد. وقتی فیلم خوب است گردش مالی و چرخه تولید، فعال می‌شود و می‌تواند در سال به تعداد فیلم‌هایی که وجود دارد اضافه شود و تهیه‌کننده‌ها وقتی ببینند وضع اقتصادی سینما خوب است و سرمایه‌شان را با مقداری سود برمی‌گرداند، رغبت بیشتری برای تولید خواهند داشت.»

در سال‌های رکود و تاریکی سالن سینما کدام بخش بیشتر ضرر کرد و حالا که رونق نسبی برگشته کدام بخش از سینما بیشتر نفع خواهد برد؟

سجاد نوروزی در پاسخ به این سوال با گلایه از شرایط سینماداران گفت: «در این مدت فقط سالن‌ها و دفاتر پخش ضرر کردند. اول سالن‌ها و بعد دفاتر پخش. خیلی‌ها در این چهار سال رفتند که سریال بسازند. ۸۰ درصد داشته‌های هنری سینمای ایران در سه چهار سال گذشته در حال سریال‌سازی در پلتفرم‌ها بودند و دستمزدهای خیلی خوبی هم گرفتند. در وهله اول سالن‌ها نابود شدند و بعد دفاتر پخش اما تهیه‌کننده‌ها و هنرپیشه‌ها و کارگردان‌ها همگی مشغول کار بودند.»

هادی اسماعیلی اما با تامل بیشتری به این سوال پاسخ داد و گفت: «اینکه کدام قسمت از سینما بیشتر ضرر کرده است، شاید تحلیل و تحقیق دقیق‌تری نیاز داشته باشد اما طبیعی است که سینماداران ضرر بیشتری کرده باشند. اگر فقط ملک‌های اینها را در نظر بگیرید، چند ده یا چند صد میلیارد تومان رقم آنهاست و به جهت اینکه ملک‌های خود را برای کاربری فرهنگی تعریف کردند، در این سال‌ها بیشتر از هر کسی زیان دیدند. ولی قاعدتا رکود سینما برای هیچ کسی خوب نبوده برای مثال در دوره کرونا بسیاری از پرسنل بیکار شدند. در این مدت بیشتر از هر چیزی به سرمایه انسانی سینماها لطمه وارد شده است ولی به جهت اقتصادی قاعدتا سینماداران که املاک گران خود را مخصوصا در شهرهای بزرگ به سالن سینما تبدیل کردند بیشترین ضربه اقتصادی را از رکود سینما خوردند.» قاصداشرفی هم در پاسخ به این سوال گفت: «بخش زیادی که واقعا خسارت جبران‌ناپذیری را متحمل شد سالن‌های سینما بودند. سالن‌های سینما همیشه آماده به کار است و تمام بخش‌های آن فعال هستند مثلا چه یک مشتری داشته باشد و چه دوهزار مشتری برق سالن سینما روشن است، تهویه سالن کار می‌کند، برق آن مصرف می‌شود، سیستم صوتی و تصویری و سیستم نمایشی آن فعال است. با توجه به این شرایط سینمادار است که ضرر می‌کند چون باید حقوق پرسنل را بدهد، هزینه برق، آب و... هم دارد.»

آیا می‌توان گفت سال ۱۴۰۲ سال گشایش اقتصادی برای سینماست؟

سجاد نوروزی در این باره گفت: «هم بله و هم خیر! بارها در گفت‌وگوهای قبلی عنوان کردم، ما به اکران و فرآیند جذب مخاطب و به سازوکار سینما نگاه علمی نداریم. اساسا ما یک جمعیت ثابت داریم که سینمارواست؛ هراتفاقی هم بیفتد در چهارچوب این جمعیت چهار پنج میلیون نفری خواهد افتاد. هیچگاه به جذب مخاطب فراتر از این و به سازوکار اینکه چطور پای مردم را به سینما باز کنیم فکر نکردیم. تقریبا ۸۰-۷۰ درصد عایدی فرهنگ و هنر در ایران برای طبقه متوسط تجددخواه است. اینها قشری هستند که بیشتر از همه طبقات اجتماعی برای فرهنگ و هنر و اوقات فراغت و فرهنگی خود هزینه می‌کنند. تعداد این قشر در جامعه مشخص است؛ یعنی طبقه فرادست در ایران هزینه نمی‌کند، طبقه مستضعف هم درگیر روزمره خودش است، ما یک تیپ طبقه متوسط تجددخواه داریم که با قید تجددخواه از بقیه تیپ‌های طبقه متوسط در ایران منفک می‌شوند. اگر یک تحلیل جامعه‌شناختی بخواهیم ارائه کنیم، اقتصاد سینما و هنر ایران از این طبقه است. اگر در این طبقه تکان اجتماعی، تضاد سیاسی، بحران مدنی رخ دهد کلا از فرهنگ و هنر کنار خواهد کشید. اتفاقی که در سال گذشته افتاد، شاهد بودیم ۶ ماه تقریبا اقتصاد هنر دچار رکود شد. بماند که اتفاقات دیگری هم افتاد. من تحلیل جامعه‌شناختی می‌کنم، نه تحلیل سیاسی! الان نمی‌توانیم از گشایش صحبت کنیم، به این معنا که نتوانسته‌ایم پای تیپ‌های اجتماعی را به سینما باز کنیم. می‌توانیم از گشایش صحبت کنیم، از این جهت که درایتی که وزارت ارشاد و سازمان سینمایی و به‌صورت مشخص آقای سهرابی نشان داد، این بود که «فسیل» اکران شود و به‌عنوان فیلمی که ممکن است هر ۵ سال یا ۱۰ سال یک بار این چنین گل کند، فرصت اکران در اختیارش قرار گرفت و باعث شد اقتصاد سینما نجات پیدا کند.»

هادی اسماعیلی در پاسخ به این سوال گفت: «خیلی دقیق نمی‌توان گفت که امسال سال گشایش سینماست، حداقل تا الان این‌طور نبوده است و فقط تاکنون یک فیلم داشتیم که فروش قابل‌توجهی داشته است، یعنی اگر فسیل را از جدول فروش سینمای ایران بگیریم تقریبا سینمای ایران امسال شکست‌خورده است. امیدواریم در ترکیب اکران پاییز با تنوع ژانر و کیفیت محصول خوبی که وجود دارد اتفاقات بهتری بیفتد و فقط یک فیلم حیات ما را نگه ندارد. فیلم «هتل» یا «ویلای ساحلی» و «گیج گاه» را هم می‌توان در ژانر کمدی دید و البته انیمیشن «بچه‌زرنگ» -که به نظرم مهم‌ترین انیمیشنی است که تا الان در کشور ساخته شده است- با وجود اینها احتمال اینکه نقطه گشایش از مهر امسال باشد بیشتر است.»

محمد قاصداشرفی در قامت رئیس انجمن سینماداران در پاسخ به این سوال گفت که این موضوع قابل‌پیش‌بینی نیست و ادامه داد: «نمی‌توانیم پیش‌بینی کنیم، چون شرایط کشور متفاوت است. الان شرایط اقتصادی مردم پایین است و درآمدها با هزینه‌ها به هیچ عنوان جور درنمی‌آید. البته با توجه به این ۵ ماه دو، سه فیلم توانسته‌اند هزینه‌های گذشته سینما را جبران کنند. سالن‌های سینما هم از این وضعیت رضایت دارند. این فیلم‌ها توانسته‌اند در جذب مخاطب موفق باشند. این نشان می‌دهد درحال حاضر می‌توان گفت آینده قابل‌پیش‌بینی نیست ولی تا این لحظه فیلم‌ها توانسته‌اند مخاطبان بیشتری را به سالن بیاورند.»

برای اینکه جریان فروش در سینمای ایران مستمر باشد و در مقاطعی از سال افت نکند و به‌عبارتی رکود در سینما نداشته باشیم، چه اقداماتی باید انجام داد؟

سجاد نوروزی در پاسخ این پرسش گفت: «ما باید به اکران و توزیع نگاه علمی داشته باشیم. همه‌جای دنیا فرآیند جذب مخاطب، قیمت‌گذاری، کمپین تبلیغاتی فیلم‌ها و... براساس یافته‌های علمی است. در ایران اما توجه به این موضوع فراموش شده است و چیزی به نام کمپین تبلیغاتی برای فیلم‌ها نداریم، چیزی به نام فرآیند تفکیک مخاطب و ارزش‌گذاری بلیت براساس جنس مخاطب نداریم. ما به همه اعم از خانه‌دار، دانشجو، بازنشسته، کنشگر فرهنگی و... با یک قیمت بلیت می‌فروشیم اما این موضوع در دنیا به این شکل نیست، حتی قیمت بلیت در هفته اول با هفته دوم متفاوت است، با گذشت زمان قیمت نزولی می‌شود و المان‌های تاثیرگذاری وجود دارند. الان همه از فروش «باربی» صحبت می‌کنند. من می‌گویم کمپین تبلیغاتی فیلم‌ها را هم ببینید، آن‌وقت متوجه می‌شوید همین‌طوری این فیلم‌ها پرفروش نمی‌شوند. برای فسیل هم این اتفاق افتاد، حتما کمپین تبلیغاتی برای فروش این فیلم بسیار مهم بود. ما موجودی به نام سینمای ایران داریم که در موجودیت خود دچار نقص است، نه در رفتار و کنش! مفهوم تبلیغات، مفهوم اکران علمی، مفهوم تولید مقرون به‌صرفه در سینمای ما رنگ باخته است. تا زمانی که این اتفاقات بیفتد، تا زمانی که تولید ما علمی نشود، به نتیجه مطلوبی نمی‌رسیم.»

هادی اسماعیلی اما مهم‌ترین موضوع را تولید یک محصول خوب عنوان کرد و گفت: «محصول خوب، مهم‌ترین دلیل برای این است که جریان فروش در سینما رونق داشته باشد. قاعدتا موارد دیگری نیز وجود دارد ولی اگر من بخواهم از ۱۰۰ نمره بدهم، ۵۰ نمره را به محصول خوب اختصاص می‌دهم و منظورم از محصول خوب در اینجا فقط یک ژانر مشخص نیست که مثلا فقط فیلم کمدی باعث رونق شود. بالاخره فیلم کمدی هم یکی، دودهه طول کشیده تا به ژانر محبوب در سینمای ایران تبدیل شود. ژانرهای مختلف مثل اکشن سال‌ها در سینمای ما رونق داشته، فیلم‌های کودک‌ونوجوان علی‌الخصوص در دهه ۷۰-۶۰، یا ژانر دفاع مقدس که هنوز هم اگر فیلم خوب ساخته شود، بیننده خود را دارد. به‌جز اینها، موارد دیگر هم تاثیر دارد، مثلا اینکه زیرساخت‌های سینمایی باید تقویت شوند، یعنی سینمای خوب باید در کشور از جهت زیرساختی ساخته شود، نور، صدا، پرده و... مباحثی هستند که فضای فیزیکی سینماها را دربرمی‌گیرد و باید توسعه داده شوند. بحث منابع انسانی سینما نیاز به آموزش و انرژی دوباره دارد که باید اتفاق بیفتد. بحث تبلیغات و کمپین‌های تبلیغاتی و روابط‌عمومی در سینما تبدیل به کار روتین و تکراری شده که قاعدتا باید حرفه‌ای‌تر بدان نگاه شود و به‌نظرم باید تیم‌های خلاق‌تر و حرفه‌ای‌تری به آن ورود کنند. ذی‌نفعان مرتبط با سینما باید سینما را به‌عنوان کالایی تفریحی جدی به مردم معرفی کنند و آن را به‌عنوان تفریح ارزان‌قیمت برای مخاطبان جا بیندازند و کمک دهند که مردم سینما را بشناسند. همچنین در بحث فروش، قیمت‌گذاری جدی نیاز است. سینما باید از بالادست یعنی وزارت ارشاد در مباحث، تحلیل قیمت و قیمت‌گذاری پژوهشی کند و بحث‌های قیمت‌گذاری طوری طراحی شود که همه قشری در سینما حضور داشته باشند و فیلم ببینند. اینها اتفاقاتی هستند که باید در سینما بیفتند تا به رونق‌شان کمک کنند.»

بیش از ۱۰۰ فیلم در صف اکران هستند، سازمان سینمایی برای اکران اینها باید چاره کند. به نظر شما چه فیلم‌هایی باید در اولویت اکران باشند؟

سجاد نوروزی در پاسخ به این سوال گفت: «۲۴۳ فیلم در صف اکران هستند. چرا این فیلم‌ها باید اکران شوند؟ فیلمی که مخاطب ندارد چرا باید اکران شود؟ این سوال بنیادین است. اولا اینکه پول و سرمایه این فیلم‌ها از کجا تامین می‌شود که سه‌سال پشت خط اکران است و برای سرمایه‌گذار مهم نیست که بازگشت سرمایه داشته باشد؟ سالن سینما محل نگهداری اجساد نیست، اجساد فیلم‌ها را در سالن بیندازیم و دو هفته هر سانس را بگیریم و زیرساخت‌ها را معطل چیزی کنیم که مشخص است مخاطب ندارد. اسم این را کار ارزشی و روشنفکری می‌گذاریم که هیچ یک از اینها هم نیست. چه کسی گفته کار ارزشی و روشنفکری به این معناست که شما فیلم را در سالن خالی اکران کنید؟ اگر حداقل مخاطبی وجود داشت من اساسا این نظر را نمی‌دادم. فیلمی در دوره جدید اکران کردیم که ساعت ۶ بعدازظهر در سینما آزادی خالی روی صحنه رفته است، بدون اینکه حتی یک بلیت فروش داشته باشد! چه کسی گفته اسم این سینماست؟ سالن سینما آزادی در روز جمعه در سانس بین ۷-۶ بعدازظهر که گل سانس‌های روز جمعه است خالی بود. چطور کسی به این فاجعه دقت نمی‌کند و بعد به اکران توجه می‌شود؟ مگر هر فیلمی در هر جای دنیا ساخته می‌شود حتما در سالن سینمایی اکران می‌شود؟ برخی از فیلم‌ها برای اینکه مخاطب خود را پیدا کند باید در پلتفرم اکران شود. نباید در سالن باشد و اگر در سالن بیاید فیلم را سوزاندیم. جنس مخاطب آن فیلم‌ها در خانه نشسته و پای پلتفرم است. مگر اینکه بگویید فیلم من از نظر مخاطب دچار نقصان است و کمپین تبلیغاتی برای آن طراحی می‌کنم تا حداقل مخاطبی بیاید. شما کمپین تبلیغاتی هم برای فیلم‌هایی که ممکن است مخاطب کمتری داشته باشد نمی‌گذارید! کاری برای این فیلم‌ها نمی‌کنید و کاسه کوزه را روی اکران و... می‌شکنید. مگر با سالن دادن برای فیلم مخاطب تولید می‌شود؟ اسم این را سوداگری در هنر و... می‌گذاریم، این چه ربطی دارد؟ چرا می‌خواهید چرخی که در دنیا چرخ است را مربع نشان دهید؟ سالن دادن به فیلمی که نه کمپین تبلیغاتی دارد و نه برای فروش تهیه کننده و کارگردان تلاشی می‌کنند و نه پخش کننده برای فروش آن تلاشی می‌کند، چه دردی از سینما دوا می‌کند.»

هادی اسماعیلی هم در این باره می‌گوید: «مساله این فیلم‌هایی که الان در صف اکران هستند به جهت و جنس سیاستگذاری در تولید برمی‌گردد. اگر سیاستگذار، در فضای تولید یک نقشه‌راهی را ترسیم کند و با توزیع کنندگان مشورت کند و تحلیلی از فضای بازار داشته باشد، این اتفاق نمی‌افتاد. ظرفیت سینمای ایران مشخص است و الان نهایتا در هر هفت هفته اکران بین ۱۰-۸ فیلم اکران خواهد شد و به این جهت می‌توان گفت ۹۰-۷۰ فیلم و نهایتا ۱۰۰ فیلم در سال می‌تواند اکران شود. رویه و سیاست‌های تولید در سینمای ایران باید مبتنی بر جهت تنظیم گری باشد که در توزیع وجود دارد. سرمایه‌های بخش تولید و حمایت‌های حاکمیتی هم مبتنی بر همین تنظیم گری در توزیع، باید انجام شود. اگر این اتفاق بیفتد اتفاق درستی است وگرنه خیلی از فیلم‌ها فرصت اکران پیدا نمی‌کنند و این واژه فیلم‌سوزی که بیان می‌کنند، اتفاق خواهد افتاد. این نکته‌ای است که باید سیاستگذاران درنظر بگیرند و برنامه‌ریزی را از بالادست انجام دهند نه اینکه در فضای توزیع بیایند و اجبار کنند فیلم‌ها اکران شود. طبیعی است سیستم توزیع پس می‌زند و چون نگاه اقتصادی است که اغلب پخش کننده‌ها و سینماداران دارند، خیلی از فیلم‌ها دیده نخواهد شد.»

این تلقی وجود دارد که راه نجات گیشه در سینما، آثار کمدی هستند، اما اگر این تلقی تبدیل به یک رویه شود، تولیدات سینمایی از ژانرهای متنوع خالی خواهد شد. چه باید کرد که مجموعه آثار سینمای ایران از رونق گیشه برخوردار شوند؟

سجاد نوروزی درباره این موضوع گفت: «به‌نظر من فیلمی باید اکران شود که استاندارد سینما، فیلمنامه و روایت را رعایت کرده باشد. مثلا در سال ۱۳۹۸ سه فیلم داشتیم به نام «شبی که ماه کامل شد»، «سرخ‌پوست» و «متری شیش‌ونیم». این سه فیلم مگر کمدی بودند؟ جمع فروش این سه فیلم را درنظر بگیرید و با احتساب قیمت بلیت امسال آن را حساب کنید، آن‌وقت می‌بینید مبلغ فروش نزدیک به «فسیل» می‌رسد. پس فیلم غیرکمدی مخاطب دارد ولی ما چیزی تولید نمی‌کنیم. چرا مرتب آدرس غلط می‌دهیم؟ چه چیزی تولید می‌شود که بخواهد مخاطب داشته باشد؟ چرا کاسه کوزه‌ها را سر کمدی‌ها می‌شکنیم؟ من خودم شخصا بخواهم انتخاب کنم هیچ‌یک از این فیلم‌های کمدی را نگاه نمی‌کنم؛ البته با فسیل قدری همراه هستم چون ساختار روایت را رعایت کرده است. سلیقه من این فیلم‌ها نیست ولی سلیقه من چه ارزشی دارد؟ سلیقه من چه ارزشی دارد که بخواهم به وضعیت ناقص تعمیم دهم و از آن ارزیابی شتاب‌زده بگیرم؟ مشخصا به‌صورت واضح هیچ ربطی به سانسور ندارد، هیچ ربطی به پروانه ساخت ندارد. مشکل این است که تولید درخور و شایسته و استاندارد در ژانر غیرکمدی نداریم. اینکه فروش کمدی زیاد است بخشی به‌علت فقدان این ژانر است. شما نمی‌توانید ناتوانی و ضعفی که الان در حوزه فیلم‌های اکشن، جنایی، عاشقانه و... را نادیده بگیرید و درحالی که این ژانرها در سینمای شما غایب هستند نمی‌توانید به تحلیل درستی برسید. پس براساس تحلیلی غلط، نمی‌توانید بگویید این اتفاقات افتاده است.»

هادی اسماعیلی هم به این سوال پاسخ داد: «این تلقی که سینما کمدی نجات‌دهنده است هم می‌تواند درست باشد و هم غلط که البته در فضای فعلی درست است. اگر اشتباه نکنم از پنج فیلم پرفروش سال گذشته سه فیلم کمدی بود. از این جهت درست است منتها چه شد که این اتفاق افتاد؟ می‌توان گفت این فرآیندی است که در دو دهه گذشته رخ داده و دست‌فرمان‌هایی در سینما بوده که سینما را به این سمت برده است و وقتی فیلم خوب در ژانرهای دیگر ساخته نمی‌شود طبیعتا این اتفاق می‌افتد. در ژانر اجتماعی فیلمی ساخته شده مثل «ملاقات خصوصی» یا «ابد و یک روز» و مخاطب خود را دارد یا ژانر کودک که سال گذشته دو فیلم انیمیشن کودک می‌آید و جزء ۱۰ فیلم اول جدول فروش ایران می‌شود. این نیاز به راهبری دارد که طبیعتا در بالادست باید اتفاق بیفتد و مباحث توزیعی را هم‌جهت با این فضا کند. اگر این اتفاق نیفتد طبیعی است که به‌مرور سینما از فیلم‌های دیگر خالی می‌شود و ما مجبور هستیم در سینما فیلم کمدی ببینیم. این اتفاق خوبی نیست که در سینما رخ می‌دهد. قاعدتا باید سیاستگذار تنوع ژانر را ببیند و به مخاطب احترام بگذارد و تنوع سلیقه مخاطب را درک کند و با تنوع ژانری که می‌دهد سلایق مختلف را به سینما بکشاند. راهکار این است و در کوتاه‌مدت هم اتفاق نمی‌افتد همان‌طور که ظرف ۲۰-۱۰ سال این اتفاق افتاد که کمدی‌ها پرفروش شدند و جای فیلم‌های اکشن را در دهه ۷۰-۶۰ گرفتند و فیلم‌های قهرمان محور خانوادگی جای خود را به فیلم‌های کمدی خانوادگی دادند، این اتفاق به‌مرور زمان می‌تواند رخ دهد اما این هم نیاز به تحلیلی درست از فضای سینما دارد.»

محمد قاصداشرفی در پاسخ به این سوال گفت: «بحث اکران فیلم کمدی، اجتماعی، خانوادگی یا پلیسی نیست بلکه بستگی به ساخت فیلم دارد که چگونه باشد. در اکران، ژانرهای مختلف باید وجود داشته باشد چون سلیقه مخاطبان فرق می‌کند. خیلی‌ها فیلم‌های اجتماعی دوست دارند، خیلی‌ها پلیسی. فیلم باید خود را نشان دهد، سوژه فیلم و قصه و موسیقی آن موثر در جذب مخاطب است. همه بخش‌ها باید خوب باشند تا بتوانند در جذب مخاطب موفق باشند و آن زمان مشخص می‌شود فیلم اجتماعی در اکران موفق بوده یا فیلم خانوادگی یا...»

گزارش

نشست خبری نخستین کنگره بین‌المللی بزرگداشت شهید اردهال مطرح شد

ساخت فیلم و سریال درباره علی بن محمدباقر(ع)

نشست خبری نخستین کنگره بین‌المللی بزرگداشت شهید اردهال، امامزاده حضرت علی بن امام محمدباقر(ع) صبح دیروز با حضور خبرگزاری‌ها و برخی رسانه‌های جمعی در خبرگزاری تسنیم برگزار شد. در این نشست خبری حمیدرضا مقدم‌فر رئیس ستاد برگزاری کنگره و محمدحسین رجبی‌دوانی مسئول کمیته علمی، پژوهشی و تاریخی این رویداد حضور داشتند و درباره جزئیات این رویداد صحبت کردند.

مقدم‌فر در ابتدای این نشست خبری ضمن تسلیت اربعین شهادت سیدالشهدا(ع) گفت: «وجود مبارک و مقدس این امامزاده واجب‌التعظیم، علی بن محمدباقر، در نزدیکی شهر کاشان دارای اهمیت بسیار است؛ متاسفانه ایشان در عرصه عمومی و در بین شیعیان، آنچنان معروف و مشهور نیست. ایشان گوهری تابناک و وجودی نورانی است که خداوند او را به‌عنوان نعمتی بزرگ در ایران به ما عطا کرده، اما متاسفانه آن‌طور که باید شناخته‌شده نیست؛ یکی از اهداف اصلی این کنگره این است که این سفیر بزرگ اهل‌بیت(ع) در ایران را به مسلمانان، خصوصا جامعه تشیع معرفی کند.»

وی اضافه کرد: «این امامزاده شخصیت والایی دارد و چند ویژگی به ایشان عظمت بخشیده است؛ اولین ویژگی این است که او سفیر بی‌واسطه امام محمدباقر(ع) بوده است؛ همان‌طور که می‌دانید مردم کاشان در زمان امام محمد باقر(ع) از امام پنجم شیعیان درخواست می‌کنند تا نماینده‌ای تام‌الاختیار را که عالم باشد به این منطقه اعزام کنند و ایشان نیز یکی از فرزندان خود را به‌عنوان نماینده و سفیر اهل‌بیت(ع) به کشور ایران و منطقه کاشان اعزام می‌کنند، بنابراین می‌توان گفت که ایشان آنچنان مقام و منزلت بالایی داشته که به‌عنوان سفیر امام معصومه(ع) معرفی شده است.»

مقدم‌فر درباره دومین ویژگی امامزاده علی بن محمدباقر(ع) گفت: «یکی دیگر از خصوصیات بارز ایشان این است که عالم و فقیه بزرگی بوده است. می‌توان گفت بعد از امام صادق(ع) افضل فرزندان امام محمد باقر(ع) از نظر علمی، این امامزاده عظیم‌الشأن است. سومین ویژگی ایشان مقام تبلیغ و ترویج است. او اقامه نمازجمعه داشت و وظیفه مهم تبلیغ و ترویج معارف مذهبی حقه تشیع را در منطقه کاشان انجام می‌داد، بنابراین نقش ایشان در عمق‌بخشی و گسترش مذهب تشیع بسیار موثر و مهم بوده و شاید بتوان گفت شیعیان ایران مدیون این وجود شریف هستند.»

او خاطرنشان کرد: «ویژگی چهارم، مقام جهاد است؛ با توجه به شأن و منزلت و آثار عظیم فرهنگی ایشان حکام جور و ظلمه زمان و دشمنان اسلام این تاثیر را در منطقه می‌دیدند، و طبیعتا قصد جانش را می‌کنند و برای کشتنش سپاهی را گسیل می‌کنند. نبرد عظیمی درمی‌گیرد و این امامزاده عظیم‌الشأن درنهایت مظلومیت به شهادت می‌رسد. ماجرای شهادت ایشان شباهت زیادی به شیوه شهادت جدشان امام حسین(ع) در روز عاشورا دارد. در مشهد اردهال به‌جز حرم مطهرشان، مقامی به نام قتلگاه که محل جدا کردن سر مطهر از بدن‌شان است نیز وجود دارد. شخصیت در بین صدها و هزاران امامزاده بزرگوار که به‌مثابه منظومه‌ای درخشان بروز و ظهور دارند، برجستگی دارد، اما متاسفانه آنچنان که باید و شاید شناخته نشده است. مقام‌معظم‌رهبری فرمودند امامزادگان هرکدام قطب فرهنگی هستند بی‌تردید، یکی از اقطاب بزرگ فرهنگی، این امامزاده است که باید معرفی و شناخته شود.»

مقدم‌فر با اشاره به ویژگی‌های منحصربه‌فرد این رویداد گفت: «هدف این کنگره معرفی و شناساندن امامزاده علی بن محمدباقر(ع) است؛

ادامه در صفحه ۱۳

البته با کنگره‌های معمول که در کشور برگزار می‌شود تفاوت‌هایی دارد. در کنگره‌هایی که به‌طور متعارف در کشور برگزار می‌شود، تلاش‌های زیادی صورت می‌گیرد و همایش نهایی در یک روز برگزاری شود، اما در کنگره متفاوت عمل کردیم؛ از چند ماه پیش، بخش‌های اصلی کنگره کار خود را آغاز کرده، ۳۲ کمیته در موضوعات مختلف فرهنگی، هنری، علمی، پژوهشی و... تشکیل شده و حدود یک‌سال کار و تلاش مستمر برای برگزاری کنگره دیده شده است.»

مقدم‌فر از برنامه‌ریزی‌ها برای ساخت فیلم و سریال درباره علی بن محمدباقر(ع) خبر داد و گفت: «پیش‌بینی کردیم که تولیدات هنری متعددی اعم از فیلم مستند، سریال، انیمیشن و... درباره ایشان ساخته شود. شاید بعضی از آنها درطول یک‌سال برگزاری کنگره به نتیجه برسد و البته برخی زمان بیشتری برای رسیدن به تولید نهایی احتیاج داشته باشد. من معتقدم اگر سریالی از زندگی ایشان تولید شود، حتما یکی از تولیدات نمایشی جذاب تاریخی خواهد بود. زندگی و سیره ایشان جذابیت‌های فراوانی دارد و مملو از الگوهای زیبا در سبک زندگی و معارف دینی است.»

رجبی‌دوانی: عرض ارادت مردم ایران به امام حسین(ع) حتی پیش از ورود تشیع به ایران بوده است

محمدحسین رجبی‌دوانی، دبیر علمی نخستین کنگره بین‌المللی بزرگداشت امامزاده علی ابن محمد باقر(ع) نیز در بخش دیگری از این نشست خبری گفت: «سرزمین پاک ایران اسلامی این افتخار را دارد که در بین همه بلاد اسلامی میزبان بالاترین تعداد از امامزادگان و خاندان مکرم پیامبر اسلام باشد. این موضوع یکی از نعمت‌های بزرگ الهی است که به ایرانیان داده شده است. با اینکه خاستگاه اصلی امامزادگان در درجه اول مدینه و سپس در عراق بوده است اما این حجم از نوادگان رسول خدا در هیچ جایی از بلاد اسلامی دیده نمی‌شود. این موضوع به‌دلیل عشق و محبت فراوان ایرانیان به خاندان عصمت و طهارت است. همان‌طور که می‌دانید نخستین ورود تشیع به ایران به اوایل دهه هشتم هجری قمری بازمی‌گردد؛ زمانی که حجاج بن یوسف آن فرمانده خون‌خوار در کوفه مستقر شد و شیعیان را به‌شدت مورد کشتار قرار داد. به همین دلیل قبیله‌ای از شیعیان کوفه از آنجا گریختند، به ایران آمدند و در قم ساکن شدند. موسی بن خزرج که مجری جلسه اسمش را برد، یکی از روسای همین قبیله بوده است. بعد از قم، شهر کاشان به‌عنوان دومین پایگاه شیعه در ایران محسوب می‌شود و از آن زمان تاکنون به‌عنوان دارالمومنین شناخته شده است.»

رجبی‌دوانی گفت: «حتی زمانی که اکثر ایران مذهب غیرشیعه را داشت، برای امام حسین(ع) و اهل بیت(ع)، مراسم عزاداری برگزار می‌کردند و به این وسیله ارادت خود را نشان می‌دادند. سندی از یکی از علمای بزرگ شیعه داریم که در آن عزاداری‌های ایرانیان غیرشیعی برای امام حسین(ع) را تشریح می‌کند. او می‌گوید در آن زمان مردم همدان سنی بودند اما عزاداری بسیار باشکوه مردم این منطقه باعث شگفتی زیاد مردم قم شد که مذهب‌شان شیعه بود.»

او تاکید کرد: «این موضوع را از این باب گفتم که بگویم امروز خناسان، خبیثان و خائنانی در پوشش دروغین مذهب و به دروغ به نام برادران اهل تسنن در کشور فتنه‌انگیزی می‌کنند و اخیرا هم فرد خبیثی راهپیمایی اربعین را زیرسوال برد. کسی که از بهائیت حمایت می‌کند و با استفاده از سعه‌صدر نظام جمهوری اسلامی لگدپراکنی می‌کند، امروز در اثر تبلیغ وهابیت و خباثت خودش، برادران اهل تسنن را از خوردن نذری‌هایی که برای امام حسین(ع) داده می‌شود و شرکت در عزاداری‌ها منع می‌کنند. این اتفاق درحالی است که ایرانیان سنی در گذشته، تا قبل از خباثت‌های آنها عرض ارادت وسیعی به ساحت اهل‌بیت(ع) داشتند. ایشان نخستین امامزاده بلافصل در ایران است. او مستقیما فرزند امام معصوم است و تا پیش از ورود ایشان به ایران، هیچ فرزند بلاواسطه‌ای از امامان معصوم(ع) را نداشتیم که به ایران ورود کرده باشند و در کشورمان به شهادت برسند. البته این افتخار را داریم که میزبان علی بن موسی‌الرضا(ع) و دیگر فرزندان پاک امام کاظم(ع) در ایران باشیم.»