

هرکی بیشتر جُک بگه!



میلاد جلیلزاده
خبرنگار گروه فرهنگ

چند روزی است خبر رکورد زنی ۲۳ ساله سینمای ایران در تعداد مخاطبانش را بسیاری از رسانه ها بازتاب داده اند. البته درباره اینکه چنین فروشی با چه کیفیتی به دست آمده و آیا فیلمسازی در ایران را به یک صنعت سودده و امن تبدیل می کند یا نه؟ بحث های مستوفایی است که نمی توان نادیده شان گرفت اما نقدا باید به این نکته مهم اشاره کرد که این آمار غلط است. سینمای ایران در سال ۹۷ حدود دویلمیون نفر بیشتر از سال ۱۳۹۲ مخاطب داشت و اگر بخواهیم تعداد مخاطبان هر سال را مقایسه کنیم باید گفت که ما نه رکورد ۲۳ ساله تعداد مخاطبان، بلکه از سال ۹۸ به این سو یک رکورد چهارساله را در کرده ایم. چهارساله که حدود دو سال و نیم از آن در دوران کرونا سپری شد و با قضاوت های معمول نمی توان درباره اش حکم داد.

این درست است که پس از سال ۷۹ به واقع یکی از جدی ترین شیب های سقوط مخاطب در سینمای ایران رقم خورد و مخاطبان ۳۲ میلیونی آن سال به ۲۱ میلیون نفر در سال بعد رسیدند و این روند کاهشی تا مدت ها همچنان ادامه داشت، با این حال از سال ۹۵ به این سو مجدداً یک جهش در تعداد مخاطبان به وجود آمد و ۱۳ میلیون نفری که در سال ۹۴ به سینما رفته بودند، در ۹۵ به ۱۶ میلیون نفر افزایش یافتند. در سال ۹۶ این رقم به حدود ۲۳ میلیون نفر رسید و در سال ۹۷ رکورد ۲۸ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر را در کرد. سال ۹۸ باز هم تعداد مخاطبان سینمای ایران مقداری کاهش داشت و به رقمی رسید که حدود ۲۰۰ هزار نفر کمتر از سال ۱۳۹۲ بود. البته رسیدن به رقم ۲۶ میلیون و ۵۰۰ هزار مخاطب در سال ۱۴۰۲ از بعضی جهات دستاورد قابل توجهی به حساب می آید، مثلاً از این جهت که رکود دو سال و نیمه سالن های سینما در دوران کرونا و پس از آن وضعیت اجتماعی ملتهب ایران در نیمسال دوم ۱۴۰۱، برگرداندن اوضاع به حالت عادی را مقداری دشوار می کرد و از همین رو مهم ترین کاری را که در امسال صورت گرفت می توان نه یک جهش چشمگیر، بلکه تلاش برای برگرداندن اوضاع به شرایط عادی دانست.

اگر شرایط استثنایی چین که در دوره کرونا اوضاع سینمایش حتی بهتر هم



شد صرف نظر کنیم، سینمای ایران از لحاظ خروج از رکود پاندمی و برگشتن به حالت سابق، نسبت به میانگین جهانی وضعیتش مقداری بهتر از بقیه کشورها بوده است؛ هرچند این را همچنان می توان مد نظر داشت که ما قبل از شروع کرونا هم عدد و رقم های ایده آلی نداشتیم که برگشتن به آنها ایده آل باشد. سینمای دنیا با اینکه در سال ۲۰۲۳ نسبت به دو سال کرونایی قبل از خودش در فروش گیسه های رشد خوبی داشت و علامت خروج از دوران رکود پاندمی را کاملاً نشان داد، اما باز هم فروزش نسبت به ۲۰۱۹ که سال قبل از پاندمی به حساب می آید، ۲۲ درصد کمتر بود و جالب اینجاست که در ۲۰۲۳ هم برای آن افت ۵ درصدی پیش بینی کرده اند که البته مقداری از این قضیه به دو اعتصاب بزرگ نویسندگان و بازیگران هالیوود در ۲۰۲۳ برمی گردد و تاثیرات در سال ۲۰۲۴ بیشتر مشاهده خواهد شد.

نکته قابل توجه دیگر در مورد فروش سال ۱۴۰۲ سینمای ایران و تعداد مخاطبانش، تقسیم تعداد این مخاطبان بین فیلم های مختلف است؛ نکته اول این است که امسال ۵۵ فیلم اکران شدند، حال آنکه متوسط تعداد فیلم هایی که هر سال در کشور اکران می شوند، بین ۷۵ تا ۸۰ عدد است. این یعنی دپوی اکران سینمای ایران که در حال حاضر بالای ۲۰۰ فیلم با پروانه نمایش در آن محبوس شده اند، امسال به نسبت سال های دیگر رشد تومی بیشتری را تجربه کرد اما این نکته را هم به ما می آموزد که اگر فیلم ها مدت زمان بیشتری امکان اکران داشته باشند، میانگین مخاطبان شان هم ممکن است افزایش پیدا کند. اکران طولانی مدت امکان تبلیغ دهان به دهان را برای فیلم ها فراهم می کند و اگر به فیلم ها به جای تعداد سالن های بیشتر، سالن های کمتری داده شود اما مدت زمان اکران شان افزایش پیدا کند، ممکن است فرصت جا افتادن فیلم بین مخاطبان بهتر فراهم شود. نکته دوم این است که چهار فیلم پر فروش امسال یعنی «فسیل»، «هتل»، «شهر هرت» و «هاوایی» جمعاً صاحب ۶۶ درصد از کل فروش گیسه ها بودند. در حال ۳۴ درصد از مجموع مخاطبان متعلق به ۵۱ فیلم باقی مانده است که بین فیلم های با فروش بالای ۲۰ میلیارد تومان که شامل هشت مورد می شود، حتی یک اثر جدی هم به چشم نمی خورد و غیر از یک انیمیشن و یک کار کودک، بقیه کارها همه کم درآمد هستند. در سال ۱۴۰۱ از شش فیلم پر فروش سال که جمعاً ۱۷۰ میلیارد تومان فروختند، سه مورد کم درآمد و سال ۱۳۹۲ از لحاظ تک ژانر شدن، یک عقبگرد محسوس در سیستم اکران ما نسبت به تمام سال های تاریخ سینمای ایران در دوره پس از انقلاب بود.

این قضیه چند معضل جدی برای سینمای ایران ایجاد می کند؛ اولین معضل از ناحیه تک ژانر بودن برمی خیزد. تک ژانر بودن غیر از اینکه به لحاظ محتوایی آورده ای رضایت بخش برای یک چرخه سینمایی فراهم نمی کند، به لحاظ صنعتی و تجاری هم ضررهای بلندمدتی به همراه خواهد داشت. خیلی ها در سرتاسر جهان هستند که تنها به خاطر علاقه به یک ژانر یا یک نوع خاص از فیلمسازی (مثلاً فلسفی، مذهبی، سیاسی و...) مخاطب سینما قرار گرفته اند و البته شاید پیگیری گونه مورد علاقه شان آنها را به تماشا ای آثاری از نوع دیگر هم ترغیب کند؛ اما نقدا چیزی که می توان از این گزاره نتیجه گرفت، لزوم وجود تنوع در آثار سینمایی است. تنها ۵ درصد از مخاطبان فعال سینما در هر کشور، قادر خواهند بود یک فیلم را به پر فروش ترین اثر سال تبدیل کنند اما اگر فقط برای همین ۵ درصد و مطابق با پسند آنها فیلم بسازیم، گرچه خواهیم توانست لااقل در کوتاه مدت بازم عنوان و آمار پر فروش قبلی را تکرار کنیم، در عوض ۹۵ درصد مخاطبان فعال سینما را از دست داده ایم. مثلاً اگر ما فقط کم درآمدی بسازیم، باعث قهر تمام مخاطبانی با سینمایمان خواهیم شد که علاقه مند به ژانرهای دیگری مثل درام، پلیسی، تاریخی، اکشن، سیاسی و... هستند.

در این شرایط تنها به تک ژانر پر فروش یک نوع خود فریبی است. در ضمن همیشه این اهمیت داشته که پای مخاطبان به سالن سینما باز بماند. مخاطبان ژانر پلیسی اگر در راهروهای بازار فیلم مشغول گردش باقی بمانند، ممکن است هوس کنند ناخنکی هم به ژانرهای دیگر بزنند و همین طور است درباره علاقه مندان به تمام ژانرهای دیگر؛ اما اگر قهر کنند و بروند یا کالاهایشان را از بازارهای رقیب تهیه کنند مقداری از فروش همان فیلم های باقی مانده هم کاسته خواهد شد. در ایران سینمای تجاری ما تک ژانر است و معمولاً کسانی که به عنوان پدرخوانده های جریان اصلی سینما شناخته

می شوند تصویر را گردن ذائقه مردم ایران می اندازند. این در حالی است که در پرمخاطب ترین سال سینمایی دهه ۹۰، یعنی سال ۱۳۹۷ اعلام شد ۹۱ درصد از مردم ایران در طول سال حتی یک بار هم به سالن سینما نرفته اند. وقتی دایره مخاطبان سینما تنها در ۹ درصد از جامعه محدود باشد، نمی توان پر فروش های آن سینما را نشانه ای از نوع سلیقه مردم آن کشور دانست و در ضمن، دخل و خرج سینمای ایران منطق اقتصادی قابل توجهی ندارد و خرج اکثر فیلم ها از سود فروش آنها بیشتر است. از همین رو در سال ۹۸ هم تنها سه فیلم هزینه های اولیه خودشان را برگرداندند و فقط یکی بود که مقداری به سود رسید. مساله دیگر این است که با اتکا به ژانر کم درآمدی نمی توان خارج از مرزهای ایران مخاطب چندانی به دست آورد. کم درآمدی هایی که در ایران می فروشند، نوع به خصوصی از کم درآمدی هستند که اصطلاحاً به آن لوکال یا منطقه ای گفته می شود و صد زشتین شدن چنین فیلم هایی در جدول فروش سینمای هر کشور به معنای ورشکستگی صنعت سینمای آن کشور است. مثلاً کشور فرانسه با اینکه مهد تولد سینماست، در حال حاضر ۹۰ درصد از فیلم هایش به سود نمی رسند و این در حالی است که تعداد مخاطبان سینما در این کشور کم نیست و بیشتر آنها فیلم های آمریکایی را تماشا می کنند. همزمان باید به این توجه کرد که پر فروش ترین فیلم های فرانسوی در خود فرانسه کم درآمد هستند و این کم درآمدی ها خارج از ایرانی ها را می خنداند مخاطبان فرانسوی را به خنده نمی اندازد و برعکس این موضوع هم صادق است. ممکن است کم درآمدی از رهگذر ترکیب با ژانرهای دیگری مثل اکشن، فانتزی، رمانتیک و... ارزش افزوده ای پیدا کند که بتواند مخاطبان را در سایر کشورها جذب کند اما کم درآمدی های لوکال و منطقه ای فقط برای مردم یک نقطه به خصوص از دنیا جذاب هستند. بنابراین کم درآمدی که پر فروش ترین آثار داخلی اش کم درآمدی های بومی و لوکال باشند در صنعت سینما ورشکسته است.

سینما را شهرستانی ها نجات دادند

سینمای ایران در سال ۶۶ بالای ۸۰ میلیون مخاطب داشت اما از سال ۷۰ به بعد ریزش محسوس آن قابل مشاهده بود؛ طوری که در آن سال به رقم حدود ۶۶ میلیون و سال ۷۱ به حدود ۵۴ میلیون مخاطب رسید. سال ۷۶ و در آستانه تحویل حوزه سینما به دولت بعد این رقم به نزدیک ۴۵ میلیون مخاطب رسید. اما دولت اصلاحات سینما را با ۱۵ میلیون مخاطب به مدیران بعدی تحویل داد و در پایان هشت سال حکمرانی احمدی نژاد این رقم به ۹ میلیون و ۶۰۰ هزار نفر رسید. در دو-سه سال اول دولت روحانی تعداد مخاطبان سینمای ایران به حدود ۱۳ میلیون نفر رسید و تاگانه در سال ۹۵ یک جهش ۱۰۰ درصدی را تجربه کرد و تا حوالی عدد ۲۶ میلیون رسید. این البته همه مردم ایران نبودند که به سینما می رفتند و متمرکز شدن خریداران بلیت سینما در شهر تهران چرخه اقتصادی سینما را معیوب کرده بود. سال ۱۴۰۲ برای اولین بار بعد از حدود ۲۰ سال نسبت مخاطبان تهرانی به شهرستانی در سینمای ایران جابه جا شد و این بزرگ ترین دستاورد ما در این سال است که می تواند افق های امیدوارکننده ای را پیش رویمان بگذارد. سال ۷۶ تهرانی ها فقط ۲۷ درصد از بلیت های سینما را می خریدند اما سال ۸۴ این نسبت به ۵۲ درصد رسید و از آن به بعد هم بدون اینکه عدد کل مخاطبان بالا برود، سهم تهرانی ها مرتب بیشتر می شد، یعنی مخاطب شهرستانی مرتب داشت از سبب مخاطبان سینمای ایران حذف می شد؛ اما در ۱۴۰۲ این طلسم بعد از ۲۰ سال شکست و برای خروج از رکود کرونا، این تماشاگران شهرستانی بودند که بیشترین بلیت ها را خریدند. امسال سینمای ایران در مجموع نزدیک ۱۱۱۵ میلیارد تومان فروش داشت که ۴۸۰ میلیارد تومان از این فروش برای تهران بود و ۶۳۴ میلیارد برای شهرستان. به عبارتی امسال سینمای ما ۲۶ میلیون نفر مخاطب داشت که نزدیک به ۱۶ میلیون نفر برای شهرستان بودند و این می شود حدود ۶۱ درصد. جمعیت تهران مقداری کمتر از ۱۶ درصد کل کشور است و اگر در باقی کشور هم مردم با همان میانگین سالانه ای که تهرانی ها به سینما می روند، بلیت بخرند و به سینما بروند، تعداد مخاطبان سینمای ایران سه برابر امروز می شود و سالی بین ۲۰ الی ۳۰ تا فیلم می توانند به سود برسند.

فرهنگ



سه شنبه ۱۵ اسفند ۱۴۰۲

شماره ۴۰۹۵

WWW.FDN.IR

FARHIKHTEGADAILY

سال	تماشاگر	فروش کل (ریال)	متوسط قیمت بلیت (ریال)
۱۳۸۴	۱۵,۱۳۶,۸۶۲	۱۰۶,۲۵۸,۶۲۳,۰۰۰	۷,۰۲۰
۱۳۸۵	۱۵,۹۵۵,۲۷۸	۱۴۵,۵۷۴,۵۸۲,۵۰۰	۹,۱۲۴
۱۳۸۶	۱۴,۴۵۶,۳۹۹	۱۵۳,۲۲۳,۶۷۴,۵۰۰	۱۰,۵۹۹
۱۳۸۷	۱۵,۱۳۷,۹۹۴	۲۰۱,۹۱۲,۸۶۸,۰۰۰	۱۳,۳۳۸
۱۳۸۸	۱۸,۱۷۹,۱۳۳	۳۰۳,۶۸۲,۹۹۳,۲۵۰	۱۶,۶۹۴
۱۳۸۹	۱۰,۹۸۵,۴۲۹	۲۴۶,۴۲۷,۳۶۱,۵۰۰	۲۲,۴۳۲
۱۳۹۰	۱۴,۸۱۷,۳۸۶	۳۴۹,۴۵۱,۳۵۹,۳۵۰	۲۴,۰۷۱
۱۳۹۱	۱۰,۶۲۱,۸۲۳	۳۲۷,۱۷۰,۷۱۶,۲۵۰	۳۰,۸۰۲
۱۳۹۲	۹,۶۲۶,۷۵۰	۴۱۹,۷۲۷,۵۳۷,۵۰۰	۴۳,۶۰۰
۱۳۹۳	۱۲,۶۹۰,۲۴۴	۵۵۲,۸۴۰,۷۴۴,۵۰۰	۴۳,۶۰۰
۱۳۹۴	۱۳,۳۷۳,۰۳۸	۷۲۷,۷۳۸,۴۷۰,۰۰۰	۵۴,۴۱۸
۱۳۹۵	۲۵,۸۴۷,۴۸۳	۱,۶۹۲,۷۸۰,۲۹۳,۰۰۰	۶۵,۴۹۱
۱۳۹۶	۲۲,۸۵۶,۰۹۷	۱,۸۰۵,۱۴۵,۵۶۱,۸۵۰	۷۸,۹۷۹
۱۳۹۷	۲۸,۵۳۷,۲۱۰	۲,۵۰۷,۷۱۹,۴۹۸,۰۰۰	۸۷,۸۷۵
۱۳۹۸	۲۶,۳۱۰,۳۸۴	۲,۹۹۳,۴۳۷,۴۶۷,۰۰۰	۱۱۳,۷۷۴
۱۳۹۹	۶۵۹,۱۸۴	۹۷,۹۵۴,۰۷۷,۸۸۶	۱۴۸,۵۹۹
۱۴۰۰	۷,۱۹۷,۱۸۴	۱,۶۲۲,۹۰۱,۴۳۹,۸۶۸	۲۲۸,۲۷۰
۱۴۰۱	۱۳,۶۷۲,۳۵۷	۴,۲۰۲,۰۰۲,۴۶۹,۹۳۸	۳۰۷,۳۳۶
تا تاریخ ۱۴ اسفندماه ۱۴۰۲	۲۶,۶۰۰,۱۱۸	۱۱,۴۲۹,۴۳۳,۴۰۸,۵۴۱	۴۲۹,۱۳۵

سال	تماشاگر	فروش کل (ریال)	متوسط قیمت بلیت (ریال)
۱۳۶۴	۷۷,۱۵۹,۹۷۳	۵,۶۲۶,۰۷۹,۷۰۵	۷۳
۱۳۶۵	۷۸,۲۵۹,۱۳۵	۶,۷۱۴,۴۵۰,۲۸۷	۸۶
۱۳۶۶	۸۰,۳۴۰,۲۲۲	۷,۲۱۰,۰۷۱,۴۳۰	۹۰
۱۳۶۷	۷۶,۸۶۴,۷۸۱	۷,۵۶۷,۳۰۹,۵۲۰	۹۸
۱۳۶۸	۸۰,۵۲۵,۴۳۴	۸,۵۵۱,۷۴۵,۳۹۰	۱۰۶
۱۳۶۹	۸۱,۱۳۱,۹۵۸	۱۲,۰۷۴,۳۱۹,۹۳۰	۱۴۹
۱۳۷۰	۶۶,۶۳۴,۶۴۴	۱۴,۶۳۱,۷۷۵,۷۹۰	۲۲۰
۱۳۷۱	۵۴,۰۰۰,۷۴۵	۱۵,۷۲۱,۸۱۳,۶۸۰	۲۹۱
۱۳۷۲	۵۴,۸۰۹,۱۵۰	۲۴,۱۲۴,۹۲۹,۲۶۰	۴۴۰
۱۳۷۳	۵۶,۰۲۲,۴۳۴	۲۷,۹۶۹,۴۲۳,۰۶۰	۴۹۹
۱۳۷۴	۵۲,۴۹۳,۳۹۲	۳۳,۰۱۹,۴۰۰,۸۵۰	۶۲۹
۱۳۷۵	۴۴,۷۶۰,۲۶۷	۴۴,۳۹۵,۵۹۰,۶۵۰	۹۹۲
۱۳۷۶	۳۹,۸۳۰,۵۴۶	۴۹,۹۰۰,۶۶۱,۶۰۰	۱,۲۵۳
۱۳۷۷	۳۰,۸۷۸,۷۸۱	۶۰,۳۳۴,۹۱۹,۲۵۰	۱,۹۵۴
۱۳۷۸	۳۳,۸۸۵,۸۰۶	۸۱,۸۵۸,۳۶۷,۲۵۰	۲,۴۱۶
۱۳۷۹	۳۲,۹۰۵,۶۳۳	۹۴,۵۱۹,۵۶۷,۶۰۰	۲,۸۷۲
۱۳۸۰	۲۱,۶۱۷,۳۳۸	۸۳,۱۴۰,۰۶۱,۰۰۰	۳,۸۴۶
۱۳۸۱	۱۸,۰۸۶,۶۱۳	۸۵,۲۴۶,۶۴۹,۰۰۰	۴,۷۱۳
۱۳۸۲	۱۳,۲۵۱,۵۶۰	۶۹,۵۶۰,۰۹۰,۰۰۰	۵,۲۲۹
۱۳۸۳	۱۶,۴۸۸,۹۵۱	۱۰۲,۵۲۹,۵۳۴,۸۰۰	۶,۲۱۸

داده ها از سالنامه آماری فروش سینمای ایران در سازمان سینمایی استخراج شده است