کندوکاوی در سینمای ایران (۲)

کندوکاوی در سینمای ایران (۲)

به اهتمام

دکتر عبدالله بیچرانلو

پژوهشکدهٔ هنر و رسانه

گروه سینما و تلویزیون

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

سرشناسه :بیچرانلو، عبدالله، ۱۳۵۹ – گردآورنده
عنوان و نام پدیدآور :کندوکاوی در سینمای ایران (۲)/ به همت عبدالله بیچرانلو؛ [برای] پژوهشکده هنر و رسانه، گروه سینما و تلویزیون.
مشخصات نشر: تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری :[۱۷۸] ص.: عکس.
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۵۸۱۸-۳۳-۸
وضعیت فهرست نویسی:فیپا
موضوع :سینما -- ایران -- نقد و تفسیر
موضوع :سینما -- ایران -- مقاله‌ها و خطابه‌ها
شناسه افزوده :پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. پژوهشکدهٔ هنر و رسانه
شناسه افزوده :پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. گروه سینما و تلویزیون
شناسه افزوده :پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
رده‌بندی کنگره :۱۳۹۰ ۹ ب ۹ الف/۱۹۹۳/۵ PN
رده‌بندی دیویی :۷۹۱/۴۳۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی:۲۵۶۵۸۷۱

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

کندوکاوی در سینمای ایران (۲)

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
سخنرانان: اسماعیل بنی‌اردلان، مجید حسینی‌زاد، سیدمحسن هاشمی، مسعود اوحدی، منوچهر اکبرلو، امیرشهاب رضویان، ناصر باکیده، داریوش نوروزی، احمد طالبی‌نژاد، محمود زنده‌نام، امیر اسفندیاری، ایرج تقی‌پور، علی معلم و امیرحسین علم‌الهدی
به اهتمام: عبدالله بیچرانلو
ویراستاران ادبی: عبدالله بیچرانلو و کتایون قهرمانی
ویراستار علمی : سیده راضیه یاسینی
صفحه‌آرا: حسین آذری
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۸۱۸-۳۳-۸
نوبت چاپ: اول – دی ۱۳۹۰
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
قیمت : ۲۷۰۰۰ ریال
چاپخانه: فام تصویر

همهٔ حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی‌عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
صندوق پستی ۶۴۷۴ ۱۴۱۵۵ تلفن: ۸۸۹۱۹۱۷۷ دورنگار: ۸۸۸۹۳۰۷۶ Email: nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

سخن ناشر ۷
پیشگفتار ۹

فصل اول ـ آسیب‌شناسی آموزش در سینمای ایران

۱. آموزش هنر سینما در ایران، با نگاهی به واحدهای درسی دانشگاهی
دکتر اسماعیل بنی‌اردلان ۱۹

۲. آسیب‌شناسی آموزش اصول پایه در سینما
دکتر مجید حسینی‌زاد ۲۹

۳. آسیب‌شناسی آموزش هنر در سینمای ایران
دکتر سیدمحسن هاشمی ۳۵

۴. آسیب‌شناسی مدیریت آموزش در سینما
دکتر مسعود اوحدی ۴۱

فصل دوم ـ سینما و اقتباس

اقتباس در سینمای ایران
منوچهر اکبرلو ۵۳

فصل سوم ـ فیلم کوتاه، وضعیت کنونی و چشم‌انداز

۱. فیلم کوتاه در جهان و ایران
امیرشهاب رضویان ۷۹

۲. آسیب‌شناسی سینمای جوان
ناصر باکیده ۹۱

فصل چهارم ـ بررسی مسائل و چشم‌انداز سینمای کودک و نوجوان

۱. **فیلم کودک**

داریوش نوروزی ۱۰۵

۲. **آسیب‌شناسی وضعیت کنونی سینمای کودک و نوجوان در ایران**

منوچهر اکبرلو ۱۱۱

۳. **سینمای کودک ایران؛ دیروز، امروز و فردا**

احمد طالبی‌نژاد ۱۱۹

۴. **بررسی تأثیر جشنوارهٔ فیلم کودک و نوجوان بر سینمای کودک و نوجوان**

محمود زنده‌نام ۱۲۷

فصل پنجم ـ حضور بین‌المللی سینمای ایران؛ موانع و مشکلات

۱. **پیشینهٔ حضور بین‌المللی سینمای ایران؛ موانع و مشکلات**

امیر اسفندیاری ۱۳۷

۲. **. تحولات فناوری سینما و تأثیر آن بر حضور بین‌المللی سینمای ایران**

ایرج تقی‌پور ۱۴۷

فصل ششم ـ اکران فیلم‌های خارجی در سینماهای ایران؛ تهدید یا فرصت؟

۱. **اکران فیلم خارجی و تقویت صنعت سینمای ایران**

علی معلم ۱۶۱

۲. **مدیریت بحران کاهش مخاطب سینمای ایران**

امیرحسین علم‌الهدی ۱۷۵

سخن ناشر

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات به منظور دست‌یابی به اهداف و وظایف خود، نشست‌هایی با موضوع‌های گوناگون در حوزهٔ فرهنگ، هنر و ارتباطات برگزار می‌کند تا از این رهگذر فضای گفتگو و تبادل‌نظر میان نخبگان فرهنگی کشور و نقد و بررسی مسائل و مشکلات مبتلابه جامعه را فراهم کند.

مجموعهٔ پیش‌رو، چکیدهٔ مباحث مطرح‌شده در چهار نشست و دو سمینار در خصوص مسائل سینمای ایران است که گروه سینما و تلویزیون پژوهشکدهٔ هنر و رسانه برگزار کرده است.

یادآوری می‌شود مطالب بیان شده در این نشست‌ها و سمینارها لزوماً بازتاب و بیانگر دیدگاه‌های مسئولان پژوهشگاه نیست.

پیشگفتار

در سال‌های آغازین قرن بیست‌ویکم، رشد و رونق سینما در اغلب کشورهای جهان از هر جهت به بالاترین سطح خود رسید و پیش‌بینی مراکز و مؤسسه‌های تخصصی، بیانگر این است که این رشد و رونق در دههٔ آینده همچنان ادامه خواهد یافت. در دههٔ گذشته، شمار مخاطبان سینما در بسیاری از کشورهای اروپایی بیش از ۵۰ درصد افزایش را نشان می‌دهد و در کشورهایی مانند ایرلند با ۱۰۸ درصد، انگلیس ۷۴ درصد و هلند ۷۸ درصد افزایش مراجعان به سینما روبه‌رو شده است.

در اواسط دههٔ جاری میلادی، شمار مخاطبان سینما یعنی کسانی که برای دیدن فیلم به سالن‌های سینما مراجعه می‌کردند، در دنیا به حدود نه میلیارد نفر رسید. این میزان مخاطب نشان می‌دهد که سینما، همچنان از محبوبیت بی‌نظیری نزد مردم جهان برخوردار است و تجربهٔ لذت‌بخش تماشای فیلم در سالن سینما با اشکال دیگر فیلم دیدن، قابل مقایسه نیست.

امروزه در بسیاری از کشورها، ساختمان‌ها و مجموعه‌های سینمایی جزء جدایی‌ناپذیر بافت شهری به حساب آمده، گسترش آنها علاوه بر مراکز بزرگ شهری در حومه‌های شهرهای بزرگ، شهرک‌ها و شهرهای کوچک اقماری؛

همپای مراکز عمومی فرهنگی، اجتماعی و مذهبی همچون مدارس، مساجد، کلیساها و پارک‌ها نیز ادامه دارد.

در سال‌های اخیر، شمار سالن‌های سینما، در جهان افزایش چشمگیری یافته است. در کشورهایی که از قبل تعداد قابل توجهی سالن وجود داشته است، تبدیل یا جایگزینی سالن‌های قدیمی و سینماهای تک‌سالنه به مجموعه‌های بزرگ چندسالنه که گاهی به ۱۵، ۲۰ و حتی ۳۰ سالن بالغ می‌شود، در جریان بوده است. در کشورهایی هم که به نسبت جمعیت، تعداد سالن‌های کمتری وجود داشته، در ۱۰ سال اخیر، ساخت سالن‌ها و مجموعه‌های سینمایی جدید، به شدت رواج پیدا کرده است، برای مثال، در اسپانیا، بین سال‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۲ میلادی، تعداد ساختمان‌های سینما ثابت، اما تعداد سالن‌های سینما از هزار و ۷۷۳ سالن به بیش از ۴ هزار سالن رسیده است. در انگلیس نیز، در دهۀ گذشته، تعداد ساختمان‌های سینما از ۶۹۰ به ۷۷۵ و تعداد سالن‌ها از هزار و ۵۶۰ سالن به ۳ هزار و ۴۰۰ سالن افزایش یافته است و بر اساس آمارهای منتشرشده با تعطیلی یا تغییر کاربری سینماهای قدیمی، در دهۀ گذشته، بیش از ۶۰ درصد سالن‌های سینمای جدید در مجموعه‌های بزرگ چندسالنه ساخته شده‌اند و تعداد صندلی سینما در این کشور، نزدیک به دو برابر افزایش یافته است؛ همچنین در ژاپن، تنها در سال‌های اخیر، تعداد ۶۰۰ سالن جدید به مجموعه سالن‌های این کشور اضافه شده و تعداد سالن‌های سینما در این کشور را به مرز ۳ هزار رسانده است. استرالیا نیز، تنها با جمعیتی حدود ۲۰ میلیون نفر، در دهۀ اخیر بیش از ۸۰۰ سالن به سینماهای خود اضافه کرده و تعداد آن‌ها را به حدود ۲ هزار سالن رسانده است.

با وجود تحولات یادشده در کشورهای گوناگون صاحب صنعت سینما، به نظر می‌رسد که روند کنونی حرکت سینمای کشورمان، دچار چالش‌هایی جدی شده و به‌ویژه در رقابت با دیگر رسانه‌های تصویری، روند یادشده حداقل در

برههٔ جاری در کشور ما جریان ندارد. در نگاه نخست، به نظر می‌رسد این روند تحت تأثیر تحولات گوناگون فناوری‌های ارتباطات است. تأثیر تحولات این فناوری‌ها را نمی‌توان انکار کرد و از همین رو، بسیاری از کشورهای جهان با تأثیر از دیجیتالی شدن و صورت‌های اقتصادی و فنی همگرایی رسانه‌ها، سیاستگذاری در خصوص وضع آیندهٔ رسانه‌های خود را آغاز کرده و افق‌های رسانه‌ای جدیدی را هدف قرار داده‌اند.

در همهٔ کشورها، سیاست‌های سنتی دولت‌ها تحت تأثیر تحولات جدید و شتابان تکنولوژیک رسانه‌ها، با چالش مواجه شده‌اند. این تحولات، ابهامات زیاد و عدم‌اطمینان عمیقی ایجاد کرده است. در حال حاضر، این مسئله در کشورمان در خصوص سینما بروز و ظهوری جدی داشته است؛ سال‌هاست که مسئولان فرهنگی به ویژه مسئولان سینمایی کشور به دنبال آشتی دادن مردم با سینما بوده و تلاش کرده‌اند از طریق اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های مختلف، پای مردم را به سینما باز کنند. در دوره‌های مختلف، موفقیت‌هایی نیز در این زمینه حاصل شده؛ اما همچنان مسئله به قوت خود باقی است و دغدغهٔ برنامه‌ریزان سینمایی کشور در این زمینه رفع نشده است.

نتایج مطالعات پیمایشی گوناگون در سال‌های اخیر نشان می‌دهد که مراجعه به سینما در مجموع روندی نزولی داشته است. این موضوع دلایل مختلفی دارد از جمله دشواری‌ها و هزینه‌های مراجعه به سینما (اعم از بلیط، رفت و آمد، تنقلات و ...). همچنین به نظر می‌رسد برای مردم، فقط فیلم دیدن، موضوعیت دارد و آنها حاضر به صرف وقت برای فیلم دیدن هستند و تماشای فیلم را نوعی تفریح می‌دانند تا این که به سینما رفتن برای تماشای فیلم علاقه‌مند باشند. نتیجهٔ یک مطالعه که به طور مستقیم از مردم پرسیده بود: «آیا پخش فیلم‌های سینمایی از تلویزیون و توزیع فیلم‌ها در شبکهٔ ویدئویی

باعث می‌شود مردم کمتر به سینما بروند؟» همین موضوع را تأیید می‌کند. ۸۰/۹ درصد از پاسخگویان به این سؤال، پاسخ مثبت داده بودند.

در مجموع به نظر می‌رسد که سینمای ایران در یک دورهٔ گذار حساس قرار گرفته که اگر سیاستگذاران و برنامه‌ریزان سینمایی و رسانه‌ای کشور برای نجات آن تلاش نکنند؛ سینمای ایران که یکی از برجسته‌ترین مزیت‌های فرهنگی کشور و از مظاهر قدرت نرم کشورمان به شمار می‌رود و حتی می‌تواند در بسیاری از سیاستگذاری‌های امنیتی کشور نیز موثر باشد، در خطر جدی قرار خواهد گرفت. اگر به این باور برسیم که در جهان حاضر که مدیریت امنیت، باید به صورت باز عمل کند ـ چون امنیت امروز، امنیت باز است نه صرفاً از طریق تعاملات مرزی ـ به طور قطع یکی از ابزارهای دفع تهدیدات امنیتی، سینماست؛ چرا که تصویرسازی پویای سینما از ایران می‌تواند در بلندمدت، اثر بسیاری انگاره‌های غلط ایجادشده دربارهٔ ایران در دیگر کشورها را رفع کند.

در حال حاضر که کشورمان در مرکز سیاست‌های بین‌المللی اهریمن‌نما قرار گرفته، سینما می‌تواند بازویی قدرتمند برای آفرینش قدرت نرم باشد و تصویرسازی بسیار واقع‌گرایانه و الهام‌بخشی از ایران داشته باشد. باید سیاستگذاران فرهنگی ـ سینمایی به این مسئله توجه داشته باشند که عدم‌سرمایه‌گذاری کافی در این زمینه در بلندمدت هزینه‌های بیشتری را به کشور تحمیل خواهد کرد. برای مثال، تأثیر و نتیجهٔ انگاره‌سازی در مورد ایران را می‌توان در نگاه بخشی از مردم آمریکا به ایران لمس کرد؛ بر اساس نظرسنجی مؤسسهٔ گالوپ در ۲۰۰۶، بیشتر آمریکایی‌ها، ایران را بزرگ‌ترین دشمن آمریکا می‌دانستند. در این نظرسنجی، بدون مشخص‌کردن نام کشوری، از آمریکایی‌ها خواسته شده بود یک کشور را در هر نقطه از جهان، نام ببرند که از نظر آنها، امروز بزرگ‌ترین دشمن آمریکا محسوب می‌شود. نتیجهٔ نظرسنجی نشان داد که به اعتقاد ۳۱ درصد آمریکایی‌ها، ایران، بزرگ‌ترین دشمن آمریکاست،

در حالی که ۲۲ درصد از آن‌ها عراق، ۱۵ درصد کرهٔ شمالی و ۱۰ درصد نیز چین را بزرگ‌ترین دشمن آمریکا دانسته بودند. بدون تردید، سازوکارهای سیاسی در زدودن انگاره‌ها و کلیشه‌های رایج در غرب در خصوص کشورمان، مؤثر نیستند؛ بلکه این سینمای ایران است که می‌تواند در این زمینه اثربخش باشد و این، مستلزم حضور اثربخش‌تر سینمای ایران در عرصهٔ بین‌المللی است.

سینمای ایران در چنین وضعیتی نیازمند سیاستگذاری و برنامه‌ریزی دقیق‌تر و اتخاذ رویکردی راهبردی است؛ به گونه‌ای که در زمان قابل‌قبولی بتواند خود را با تحولات همگام سازد و اقبال مخاطبان به آن نیز مجدداً افزایش یابد.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، در جایگاه بازوی پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تلاش کرده با اجرای طرح‌هایی پژوهشی و برگزاری نشست‌هایی، موضوع‌ها و مسایل گوناگون سینمای ایران را بررسی و مطالعه کند. مجموعهٔ حاضر، نتیجهٔ مباحث مطرح شده در دو سمینار و چهار نشست است که گروه سینما و تلویزیون پژوهشگاه، آنها را برگزار کرده است.

ضمن تقدیر از استادان و کارشناسان سینما که برای کمک به بهبود وضع سینمای ایران، با حضور در این سمینارها و نشست‌ها، دیدگاه‌ها و مباحث ارزنده‌ای ارائه کردند، لازم به ذکر است که برگزاری این نشست‌ها و آماده‌سازی مجموعهٔ پیش‌رو با همکاری و مساعدت آقایان دکتر خبری، رئیس پژوهشکدهٔ هنر و رسانه و خانم‌ها دکتر سیده راضیه یاسینی، عضو هیئت علمی و کتایون قهرمانی، کارشناس گروه سینما و تلویزیون و نیز همراهی صمیمانه همکاران محترم معاونت‌های اجرایی و پژوهشی پژوهشگاه، به‌ویژه آقای مصطفی اسدزاده، مدیر ارتباطات پژوهشی و خانم انسیه محمودی، مسئول نشر میسر شده که از همهٔ آنها سپاسگزاری می‌شود.

عبدالله بیچرانلو

مدیر گروه سینما و تلویزیون

آذر ۱۳۹۰

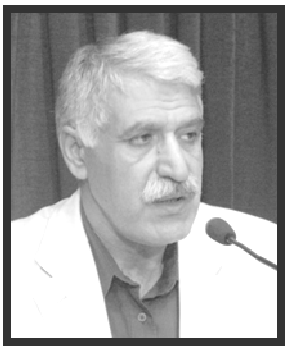
فصل اول

آسیب‌شناسی آموزش در سینمای ایران

مقدمه

به نظر می‌رسد یکی از مسایل جدی سینمای ایران، اثربخش نبودن آموزش‌هایی است که در این زمینه ارایه می‌شود؛ به‌ویژه آموزش‌هایی که به طور رسمی و در نظام دانشگاهی کشور و در قالب واحدهای درسی به دانشجویان رشته‌های مرتبط با سینما داده می‌شود. مهارت‌محور، میان‌رشته‌ای، و به‌روز نبودن سرفصل‌های دروس از مسائل مهمی است که در این زمینه می‌توان ذکر کرد. به علاوه نوعی عدم‌انسجام و پیوستگی بین آموزش در مدارس و آموزش دانشگاهی دیده می‌شود؛ به این معنی که اغلب، دانش‌آموزان در دوران تحصیل خود، مهارت‌ها یا آموزش‌هایی را که مقدمه‌ساز ورود آن‌ها به رشته‌های مرتبط با سینما باشد، کسب نمی‌کنند. در عمل، شاهد روند برجسته‌تر شدن نقش آموزش‌های غیررسمی و آموزشگاه‌های سینمایی در این زمینه هستیم و بسیاری از افراد با گذراندن دوره‌هایی در این آموزشگاه‌ها و با اتکا به خلاقیت‌های خود، وارد عرصه فعالیت سینمایی می‌شوند. برخی از نقاط ضعف و کاستی‌هایی که در عرصهٔ سینمای کشور دیده می‌شود، معلول چنین فضایی در آموزش سینمایی است. با در نظر گرفتن این مسئله، سمیناری متمرکز بر موضوع آسیب‌شناسی آموزش در سینمای ایران، در ۱۳۸۹ در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات برگزار شد که در ادامه، چکیدهٔ مباحث این سمینار ارایه شده است.

۱. آموزش هنر سینما در ایران
با نگاهی به واحدهای درسی دانشگاهی



دکتر اسماعیل بنی‌اردلان[۱]

از تعریف واحدهای درسی حوزهٔ سینما، سال‌ها می‌گذرد و ما همچنان بر همان منوال عمل می‌کنیم. باید گفت واحدهای درسی حوزهٔ سینما بسیار قدیمی است. شاید این واحدها که از نحوهٔ آموزش در فرانسه اقتباس شده، مربوط به حدود ۴۰ سال پیش باشد که تداوم طولانی‌مدت این برنامهٔ آموزشی ـ البته با تغییرات جزئی ـ خیلی عجیب است. واحدهای آموزش سینما باید به طور مدام احیا، بازنویسی و بازنگری شوند. این، یک اشکال اساسی است که

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه هنر

بسیاری به آن اذعان دارند. این مسئله وقتی پیچیده‌تر می‌شود که دانشجویان وارد مقاطع کارشناسی‌ارشد با گرایش‌های مختلف می‌شوند. در مقطع کارشناسی ممکن است خود استاد مطالب واحدها را ضمن بحث در کلاس به‌روز کند، اما در مقطع کارشناسی‌ارشد، این مشکل به قوت خود باقی است.

امروزه دانشگاه‌ها در حوزهٔ آموزش، بیشتر به سوی تحصیلات تکمیلی سوق داده می‌شوند و در آنجاست که مشکلات این نوع آموزش بروز می‌کند. هر کس که در نظام آموزش سینما حضور دارد، به راحتی متوجه می‌شود که این واحدها پاسخ‌گوی مسائل اساسی هنر سینما نیستند.

مسئله دیگر که چندان نیاز به توضیح ندارد این است که بخش فنی سینما، اگر نگوییم روز به روز، اما هفته به هفته تغییر می‌کند. یادم می‌آید که زمانی فیلم ۱۶ میلی‌متری وجود نداشت، اگر هم پیدا می‌شد؛ لابراتوار نبود که این فیلم را چاپ کند. اگر ما فیلم ۱۶ میلی‌متری را از برنامه‌های درسی خود حذف کردیم، در اختیار ما نبود. در واقع، لابراتواری نبود که دانشجویان بتوانند فیلم‌های خود را چاپ کنند. بخشی از تجهیزاتی که تا ۱۳۵۰ خریداری شده بود از جمله دوربین‌های خوب ۱۶، در انبارها ماندند.

بالاخره با سیستم‌های جدید دیجیتال، وارد حوزه‌های فیلم‌سازی شدیم، این نیز با برنامه نبود. وقتی دوربین‌های ۱۶ میلی‌متری کنار رفت، به طور طبیعی به سمت ویدئو و انواع و اقسام سیستم‌های جدید رفتیم؛ سیستم‌هایی که با جبر فناوری، تحمیل می‌شد. دانشگاه به ناچار باید چیزهایی را می‌خرید و دانشجویان کار می‌کردند. از نظر فنی لزومی ندارد که کار کارشناسی شود تا دریافت که وضع آموزش سینما چطور است. به راحتی حدس زده می‌شود که در حوزهٔ تجهیزات، کارها گره خورده است. اگرچه دانشجویان، این گره و این مشکل را حس نکردند؛ زیرا آنها فکر می‌کنند که باید با دوربین‌های دیجیتال و ویدئو کار کنند.

ما دانش فنی سینما را هنوز به طور دقیق به دست نیاورده‌ایم؛ یعنی اگر از یک فیلمبردار یا از یک کارگردان یا کارشناس فنی در حوزهٔ فیلم بخواهیم برای تربیت دانشجوی سینما تجهیزاتی را معرفی کند؛ نمی‌تواند این کار را به راحتی انجام دهد. وقتی افرادی را که فکر می‌کنیم دارای تخصص و دانش فنی سینما هستند، دعوت می‌کنیم، می‌بینیم دانش کلی در این زمینه دارند و فاقد دانش برترند که بدانند چه محتوایی برای دانشگاه، مناسب است.

ما به مطالعه در حوزهٔ دانش فنی فیلم احتیاج داریم. بجاست از متخصصان دعوت شود تا دربارهٔ این مسئله فکر کنند. اگر از یک فیلمبردار خوب سینمای ایران بخواهیم که به ما بگوید چه باید بکنیم؛ نکاتی را متذکر می‌شود، اما اگر بگوییم نسبت این مسائل با وضع آموزش چیست، دیگر سخنی برای طرح کردن ندارد؛ زیرا تأملی نکرده است. از این رو، در بخش فنی به این سادگی نمی‌توان گفت ما پول داریم و تجهیزات می‌خریم؛ در نتیجه مشکل حل خواهد شد. این امر، نیازمند مطالعهٔ جدی‌تری است تا نسبت این تجهیزات خریداری شده را با کاربردی که می‌تواند برای دانشجوی سینما داشته باشد، تعیین کند. متأسفانه در بخش فنی سینما و آموزش سینما استدلال محکمی نداریم که به چه دلیل از این ابزار استفاده می‌کنیم. نمی‌خواهم بگویم دانش وجود ندارد، قطعاً استادان دانشگاه‌ها تسلط دارند؛ اما نکته این است که مطالعهٔ خاصی در این زمینه انجام نشده است. البته ممکن است در نهایت به همین ابزاری که اکنون در دانشکده‌های سینمایی هست، برسیم.

دانشکدهٔ سینما در انتخاب و خرید تجهیزات، رشد چشمگیری داشته است. بهترین دوربین‌های ۳۵ میلی‌متری در اختیار دانشکده‌های سینمایی است. شاید جامعهٔ حرفه‌ای سینما یکی دو تا از آنها را داشته باشد؛ قطعاً دانشگاه بیشتر دارد؛ ولی هنوز کاربردشان تعریف نشده است. این، بدان علت است که سیاست‌هایی که

در حوزهٔ آموزش اجرا می‌شود، مدام در حال تغییر است. این عدم ثبات باعث می‌شود که بخش آموزش در حوزهٔ تکنیک، دچار گرفتاری شود. در گذشته، بحث این بود که مثلاً دوربین ۳۵ میلی‌متری را خود استادها در خدمت تولید بگیرند و دانشجویان هم به سمت تولید بروند. آیا اینکه دانشکده‌های سینمایی به سمت تولید بروند در حوزهٔ فیلم‌های سینمایی، مستند و فیلم کوتاه روندی صحیح است یا غلط؟ ممکن است خیلی‌ها استدلال کنند که تولید، کار خیلی خوبی است. یک عده می‌گویند کار دانشکدهٔ سینما تولید نیست؛ تولید را باید به جای دیگری واگذار کرد. در گذشته این استدلال مطرح بود که خود دانشکده‌ها باید بتوانند مسائل مالی خود را به نحوی حل کنند؛ دانشگاهی که می‌خواهد کیفیت آموزش و برنامه‌های خود را ارتقاء دهد، قطعاً باید مقداری درآمد داشته باشد. ساده‌ترین راه حصول این درآمد در حوزهٔ سینما و تئاتر، این است که به نحوی یا تولید کند یا تعدادی از تجهیزات را اجاره دهد.

استدلال کسانی که می‌گفتند دانشگاه‌ها باید با این تجهیزات به سمت تولید بروند، این بود که دانشگاه‌ها باید به استقلال برسند؛ زیرا اگر از نظر مالی تأمین شوند؛ می‌توانند بهترین کیفیت آموزشی را ارائه دهند.

سؤال این است که در حوزهٔ سینما صرفاً عده‌ای را آموزش می‌دهیم که چیزهایی یاد بگیرند یا می‌خواهیم آنها هم وارد حوزهٔ تولید شوند؟ در واقع، دانشکده‌ها باید در صف اول تولیدات کیفی و خوب جامعه باشند. این مسئله یکی از دغدغه‌های دانشکده‌های سینما شده است.

در گذشته، در دوره‌های کارشناسی، درس‌هایی ارائه می‌شد که بخشی از آن به درس‌های تخصصی و فنی مربوط بود. از جمله فیلمبرداری یک، دو و سه. کارگردانی هم همین‌طور بود.

دانشجو به علت گرایش‌ها و علائقی که داشت، بالاخره مهارت‌هایی در

حوزهٔ فیلمبرداری یا کارگردانی یا فیلمنامه‌نویسی یاد می‌گرفت. نتیجهٔ کار ما در حدود این سه دهه، تربیت متخصصانی بود که در مراکز مختلف مشغول به کار شدند. کسانی که در تدوین یا فیلمبرداری تخصصی داشتند، به عنوان دستیار فیلمبردار یا تدوین‌گر یا دستیار تدوین، مشغول به کار شدند. در این حوزه آموزش سینما موفق بود. حتی کارگردان‌های جوان خوبی را به عرصهٔ سینمای حرفه‌ای وارد کرد.

البته این اتفاق، ضعف‌های بزرگی داشت که به محتوای دیگر درس‌ها مربوط بود؛ یعنی دانشجوی سینما، حدود ۴۰ واحد درس تخصصی داشت، اما بقیهٔ درس‌هایش به صورت تکمیلی تجویز می‌شد. برای مثال، دانشجو می‌بایستی دو واحد روانشناسی، دو واحد فلسفه و دو واحد ادبیات می‌خواند. چون فیلمساز باید روانشناسی، فلسفه، ادبیات، تاریخ و جامعه‌شناسی بداند؛ مانند بدنی که کمبودهایی دارد و به آن ویتامین تزریق می‌کنند. متأسفانه این درس‌ها، خیلی پاسخ‌گو نبودند و دانشجویان این درس‌ها را جدی نمی‌گرفتند. این امر، طبیعی بود؛ چرا که هیچ کس با دو واحد تدریس نمی‌تواند فلسفه یا روانشناسی یا ادبیات فارسی یاد بگیرد. به علاوه این مشکل هم بود که چه کسی باید به او ادبیات یاد بدهد؛ چون کسی که ادبیات بلد بود، نمی‌دانست ادبیات با سینما چه نسبتی دارد. این، کار را سخت‌تر می‌کرد. این درس‌ها به گونه‌ای تعریف شده بود که به مبانی نظری یک دانشجو کمک کند؛ اما همین درس‌ها آغاز گرفتاری دیگری بود؛ برای اینکه استاد ادبیات به دانشجو مکرر می‌گفت که شاهنامه کتاب خوبی است، آن را بخوان و راجع به فردوسی یک فیلم بساز! هیچ وقت فکر نکردیم که خوبی شاهنامه در چیست. حتی اگر می‌فهمیدیم که شاهنامه محاسنی از حیث ادبی دارد؛ اما معلوم نمی‌شد چگونه می‌توان آن را در بطن آموزش‌های سینمایی وارد کرد. به این ترتیب، متوجه

شدیم که در آموزش‌های حوزهٔ فیلم و سینما این، کار دشواری است؛ اما در همین حال دوره‌های کارشناسی‌ارشد متأسفانه یا خوشبختانه تاسیس شد.

گرفتاری‌های دوره‌های کارشناسی‌ارشد، علاوه بر گرفتاری‌های دورهٔ کارشناسی بود. در دورهٔ کارشناسی‌ارشد می‌خواستیم دانشجو پژوهشگری شود که تخصصی‌تر به فیلم نگاه کند. این، باعث می‌شد که مشکل جدی‌تری ظهور کند؛ مشکلی که من آن را اساسی‌تر می‌دانستم؛ چرا که تا دورهٔ کارشناسی، بالاخره دانشجو می‌رفت پشت میز تدوین می‌نشست یا یک دوربین برمی‌داشت و با آن کاری می‌کرد و در نهایت یک کارشناس می‌شد. اما در دورهٔ کارشناسی‌ارشد به دانشجو گفته می‌شد که تو پژوهشگر سینما خواهی شد؛ او هم با همین نیت می‌آمد.

سینما رسانهٔ صرف نیست؛ بلکه حاصل مظاهر تمدنی است. هنرهای مختلف به موازات هم توسعه یافته‌اند و در مجموع سینما شکل گرفته است. پس باید گفت که سینما از حیث مبانی نظری، پیچیده‌ترین و از حیث ادبی یکی از رسانه‌های بسیار سخت و مشکل است. اینکه سینما در غرب در حوزه‌های مختلف ادبی، فلسفی، روانشناسی و ... متکی به مبانی نظری است، برای همهٔ ما بدیهی است.

در دورهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشجو می‌خواهد به حوزه‌های جدی‌تر و عمیق‌تر سینما وارد شود و فیلم‌ها را تحلیل کند؛ اما چون مباحث و مبانی نظری غرب را نمی‌داند؛ قادر به انجام چنین کاری نیست. البته مراد این نیست که دانشجوی سینما فلسفه بخواند؛ بلکه کافی است با مبانی نظری غرب آشنا باشد. این عدم‌آشنایی به حدی است که در تحلیل زیبایی‌شناختی یا ساختاری یک فیلم در دوره‌های کارشناسی‌ارشد مشکل به وجود می‌آید؛ چرا که دانش سینمایی در حوزه‌های زیبایی‌شناختی، تصویری، فنی و ... گسترش پیدا می‌کند. این دانش

یک پلهٔ اول دارد و یک پلهٔ آخر (پله‌ای که امروز دارد). در دورهٔ کارشناسی‌ارشد، دانشجو با دانشی مواجه می‌شود که مقدماتش را نمی‌شناسد. این مسئله، مشکلات و دشواری‌های آموزش هنر سینما را تا حدی پیچیده‌تر می‌کند.

از سوی دیگر، هر دانشجویی با هر مدرک کارشناسی، آزاد است که به مقطع کارشناسی‌ارشد سینما وارد شود؛ برای مثال، کسی که مدرک کارشناسی ریاضی گرفته، می‌تواند به طور مستقیم به دورهٔ کارشناسی‌ارشد سینما وارد شود و با گذراندن چند واحد پیش‌نیاز وارد این حوزه شود. با مقدماتی که یک دانشجوی فنی مهندسی یا حتی هنر و سینما خوانده، چگونه می‌تواند بدون آشنایی با مبانی نظری وارد حوزهٔ پژوهشی بشود. اگر بخواهد مبانی را یاد بگیرد، زمان زیادی می‌خواهد که با دو سال تحصیل، مقدور نیست. مشکل دیگر این است که ما در مباحث نظری سینما هنوز کتاب‌های چندانی تدوین نکرده‌ایم. کسی که در کشورهای اروپایی سینما می‌خواند، به طور طبیعی خیلی مباحث را در دبیرستان یا در دانشکده یاد می‌گیرد، چون زبان انگلیسی یا زبان‌های مشابه را بلد است به راحتی از منابع استفاده می‌کند؛ اما کسی که در کشور ما می‌خواهد وارد مقطع کارشناسی شود، چون زبان نمی‌داند، نمی‌تواند به منابع اصلی مراجعه کند. از این رو، مقدمات ورود به این حوزه‌ها را ندارد. پس باید گفت که ما در حوزه‌های آموزش ارشد خیلی موفق نبوده‌ایم؛ اگر چه به طور استثنایی دانشجویانی هم بوده‌اند که با توانمندی و دانش خودشان این مقطع را پیش برده‌اند.

در راه‌اندازی دکتری رشته‌های سینما، باید بدانیم که پیش از هر چیز، آشنایی با مباحث و مبانی نظری این رشته‌ها ضروری است. امروزه خیلی‌ها بر این باورند که سینما متفکر معاصر است؛ یعنی کسی که حرف تازه، جدی و اثرگذار مطرح می‌کند، فیلمساز است نه یک رمان‌نویس. عدهٔ زیادی از اهل فکر

و فلسفه به فیلم گرایش پیدا کرده‌اند. از این رو، امروزه کتاب‌هایی با موضوع یا فلسفهٔ فیلم خیلی زیاد است.

سینما به مثابهٔ یک موضوع فلسفی چیست؟ در این باره، مباحث فراوانی مطرح شده است. خیلی از متفکران معتقدند که سینما دارای تفکر تازه‌ای شده و به صحنه آمده است. در غرب، برخی از فیلمسازان در جایگاه متفکر قرار گرفته‌اند. فیلمساز کسی نیست که خوب فیلم می‌سازد؛ بلکه متفکری است که یا مخاطب تفکر او را می‌پسندد یا نه، اما نمی‌توان انکار کرد که سینما در حال تأثیرگذاری بر جریان‌های فکری معاصر است.

همان‌طور که ادبیات بسیار متأثر از سینماست، جریان‌های فکری معاصر هم از سینما متأثرند. به فرض آنکه سینما متفکر معاصر است، پس داوطلب تحصیل در این رشته، باید با تفکر معاصر آشنا باشد. نباید تصور شود که اگر صرفاً کسی کارگردانی می‌داند و با برخی نظریات آشناست، می‌تواند فیلم خوبی بسازد. این نوع تصور، تصوری سطحی است.

متأسفانه مباحث بسیاری از استادان ادبیات در حوزهٔ هنر، بسیار عامیانه است. این، یک گرفتاری است. حتی بخشی از آموزش‌های حوزهٔ ادبیات نیز به جریان‌های معاصر ادبی و هنری بی‌توجه است. استاد ادبیات به دانشجو تأکید می‌کند که مثنوی، شاهنامه، تاریخ بیهقی و کتاب‌هایی نظیر آن‌ها را مطالعه کند. این توصیهٔ درستی است؛ زیرا شاهنامه، کتابی جهانی است یا تاریخ بیهقی کتاب مهمی است؛ اما مشکل، آن است که علت اهمیت این آثار بر ما پوشیده است به همین دلیل، رجوع به فرهنگ و هویت، که مورد نظر استادان حوزهٔ فرهنگ و ادب است، صرفاً با مطالعهٔ این آثار، حاصل نمی‌شود. رجوع به هویت اصیل، ضروری است؛ زیرا اگر یک فیلمساز با حوزهٔ فرهنگی و تمدنی خودش آشنا نباشد، قطعاً سخنی برای گفتن نخواهد داشت و قطعاً نمی‌تواند موفق شود.

ما برای رجوع به ادبیات یا فرهنگمان احتیاج به دانشی واسطه داریم که متأسفانه این دانش وجود ندارد. تا زمانی که این موضوع مطرح نشود که چگونه می‌توانیم دانشجویان را به حوزهٔ فرهنگی خودمان علاقه‌مند کنیم، مشکل حل نخواهد شد. با افزایش واحدهای درسی نیز مشکلی حل نخواهد شد. باید گفت چگونه می‌توان به فرهنگ خودی بازگشت؛ ورود به فرهنگی که ناشناخته است، ممکن نیست. پس به یک واسطه نیاز است تا زبان و ادبیات معاصر فارسی را خوب بشناسد و ما را با نحوهٔ ورود غربی‌ها به بحث آشنا کند. این واسطه به ما می‌گوید که تاریخ بیهقی چه خصوصیاتی دارد.

خوشبختانه واحدهای آموزشی، نوع فنون و ... در حال تغییر است و وزارت علوم هم به روزآمد شدن واحدها توجه می‌کند، اما بیش از همه، چالش بزرگ و مشکل اصلی این است که چگونه می‌توان هنرمندان را به فرهنگ و تمدن خود برگرداند.

به‌جاست به این موضوع نیز پرداخته شود که آموزش بر پایهٔ درونی فرهنگ و تمدن ایرانی و اسلامی، چگونه محقق می‌شود. این، کاری سخت و طاقت‌فرساست؛ زیرا استادانی که به این موضوع اشراف داشته باشند، محدودند و چنانچه فیلسوفان و ادیبان صاحب‌نظر با جریان‌های معاصر هنر جهان، همگام نباشند، نمی‌توان به نتیجه مطلوبی در موضوع آموزش مبتنی بر هویت و فرهنگ ملی رسید.

۲ . آسیب‌شناسی آموزش اصول پایه در سینما

دکتر مجید حسینی‌زاد[۱]

حوزهٔ نقد در سینما اهمیت بسیاری دارد. در اواخر دههٔ ۱۳۴۰ و اوایل دههٔ ۱۳۵۰ در دانشکدهٔ هنرهای دراماتیک، استادی بود به نام دکتر ملک صدیق. در آن زمان، خیلی‌ها با ایشان کار کرده بودند. ایشان نقل می‌کرد که در دانشگاه کالیفرنیای جنوبی برای ثبت‌نام از داوطلبان رشتهٔ عکاسی، آزمونی طراحی شده بود که موضوع آن، عکسی با سوژهٔ عمومی بود. از داوطلب می‌خواستند که سه کادر برای گرفتن عکس انتخاب کند. چگونگی انتخاب این سه کادر، تعیین کنندهٔ ورود فرد

---

۱. مدرس جامعه‌شناسی سینما

به دورهای مختلف کارشناسی، کارشناسی‌ارشد و دکتری می‌شد. این آزمون، در واقع، سنجش بینش، دید و ذوق داوطلب است، نه دانسته‌ها یا محفوظات او. یکی از استادان ما می‌گفت: «تمام چیزهایی را که جوزف لوزی از نظر تکنیک سینما می‌دانست، دانشجوی سینما می‌تواند در یک ترم یاد بگیرد، ولی برای جوزف لوزی شدن به ویژگی خاصی نیاز است.»

ما سینماگرهای بسیار خوبی داریم. آیا این سینماگرها همه تحصیل‌کردهٔ دانشگاه‌ها هستند؟ در برخی کشورهای صاحب‌سینما برای شناخت استعدادهای خاص، برنامه‌های متعددی وجود دارد. برای مثال، کلوپ‌هایی برای افراد زیر ۱۵ سال می‌سازند، به آنها دوربین و تجهیزات می‌دهند و از آنها می‌خواهند فیلم بسازند؛ در نتیجه، زمانی که چنین شخصی وارد دانشگاه می‌شود، تجارب و دانسته‌های زیادی دارد. اگر به فهرست دروس بسیاری از دانشگاه‌های سینمایی توجه کنیم، می‌بینیم تکنیک‌های سینمایی ـ فیلمنامه‌نویسی، کارگردانی و ... ـ در دو ترم آموزش داده می‌شود، زیرا آموزش اصول و مبانی خیلی ساده است.

کار هنرمند چیست؟ می‌توان گفت هنرمند باید با دید هنرمندانه، واقعیت را به نوع دیگری تفسیر و تصویر کند. در جامعه‌شناسی سینما برای گسترش سبک، وجود چهار عنصر ضروری است:

۱. کادر فنی، فیلمنامه‌نویس، کارگردان، بازیگر و تدوین‌گر
۲. ابزار و تجهیزات و دولتی یا آزاد بودن استودیوها

دو عنصر دیگر نیز در این باره لحاظ می‌شود: یکی مدارا در حوزهٔ سینما که فرد بتواند نظریات دیگران را تحمل کند و دیگری مدارا در جامعهٔ بزرگ‌تر و نهادهای کنترل‌کننده تا سینماگر بتواند نظرش را مطرح کند.

سینما دیگر یک صنعت سرگرم‌کنندهٔ صرف نیست؛ امروزه در جامعه‌شناسی، سینما را نهادی اجتماعی می‌دانند.

سینما مانند یک استاد صاحب‌نظر در علم، تفسیر جدیدی از جهان ارائه می‌دهد تا جهانی دیگر را برای مخاطبش تصور کند؛ مخاطبی که می‌خواهد کاستی‌هایش در این جهان را فراموش کند و آرام شود، پس سینماگر یک استاد علوم اجتماعی، یک متفکر و یک صاحب‌نظر است. سینماگر صرفاً کسی نیست که قصه‌ای را از ابتدا تا انتها مصور کند.

موضوع مهمی که در آموزش‌های مربوط به سینما فراموش شده، پرورش خلاقیت، تقویت و بینش هنری است. درس‌های نظری دانشگاه‌ها، همه دو یا سه واحدی است و در نتیجهٔ این کم‌توجهی، وجه تکنیکی در بیشتر تولیدات سینمایی غلبه می‌یابد.

امروزه در دوره‌های سینمایی کشور، نشانه‌شناسی‌ای تدریس می‌شود که یا ادبی است یا بسیار عادی است؛ برای مثال، کلوزآپ، مدیوم‌شات یا اکستریم‌شات چه معنایی دارد. در بسیاری از کلاس‌های نشانه‌شناسی در مقطع کارشناسی‌ارشد دربارهٔ نشانه‌های تلفیقی سینما اصلاً بحث نمی‌شود.

در سینما تصویر از واقعیت گرفته می‌شود و همچون نشانه‌ای به کار می‌رود تا به معنایی دیگر اشاره کند. این اصل مهم در فیلمسازی معمولاً مغفول می‌ماند و ما شاهدیم در بسیاری از فیلم‌ها نقض غرض می‌شود. مقصود فیلمساز موضوعی دیگری است که مخاطب آن را به اشتباه درمی‌یابد.

در فیلم‌های دینی، هنوز تقارن صلیبی وجود دارد که ملهم از سینمای غرب است. دانشجوی سینما باید مسجد را درست تماشا کند، خط اسلیمی را ببیند و حالت مارپیچی را که به طرف نقطه‌ای واحد در مرکز می‌رود، دریابد و با هویت و با نشانه‌های فرهنگی خود آشنا شود. البته او نشانه‌ها را خوانده، ولی آشنا نیست؛ چون در ارتباط مستقیم با آثار فرهنگی قرار نمی‌گیرد.

سینماگر باید واقعیت را همچون فیلسوف ببیند. واقعیت را همه می‌بینند؛

«برگ درختان سبز» را همه می‌بینند؛ یکی از برگ درخت سبز به خداوند می‌رسد؛ دیگری آن را می‌چیند و به عنوان علوفه استفاده می‌کند. باید نگاه حکیمانه به موضوع‌ها تقویت شود. سینما گاهی صرفاً وسیلهٔ بیان نظر تلقی می‌شود؛ برای مثال، یک فیلم به مثابهٔ بیانیه‌ای سیاسی عمل می‌کند.

پیش‌تر گفته‌ام که با اصطلاح سینمای سیاسی مخالفم؛ چرا که سینما ذاتاً سیاسی است. وقتی فیلمساز به مسائل مربوط به مردم، روابط بین مردم، فرهنگ مردم و به فراز و نشیب‌های اجتماعی می‌پردازد، وارد سیاست می‌شود. سیاست، مطالعهٔ قدرت است؛ مطالعهٔ هر نوع قدرت به منزلهٔ ورود به سیاست است. ما در سینما دربارهٔ موضوع‌هایی مثل حقوق زن در ایران کار می‌کنیم، ولی هیچ‌وقت آن را ریشه‌یابی نمی‌کنیم و بینش جدیدی ارائه نمی‌دهیم. وقتی در ایران فیلم‌هایی در دفاع از حقوق زنان ساخته می‌شود، شبیه فیلم‌هایی است که به راحتی می‌شود در فرانسه یا در اوگاندا هم آنها را ساخت؛ پس زن ایرانی کجاست!؟ دانشجوی سینما در مورد او نگاه درستی ندارد. چون فرهنگ و زن ایرانی را درست نمی‌شناسد که این از پیامدهای آموزش ناکارآمد است.

دربارهٔ جامعه‌شناسی شاید دو یا سه شاخص داریم که چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرد؛ زیرا سینما و فیلمسازی برای خیلی از افراد به منزلهٔ مشغولیتی روزانه است. یک نفر هم که سخن جدید می‌گوید، به فیلمسازی برای سینمای جشنواره‌ای متهم می‌شود.

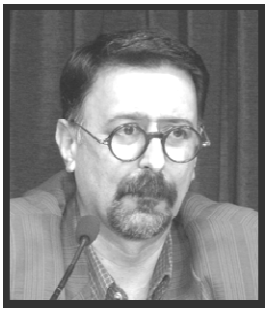
در دانشگاه اصل و اساس کار که نشانه‌شناسی تصویر است، تدریس نمی‌شود. فقط چند نظریهٔ نشانه‌شناسی مطرح می‌شود. در حدی که دانشجو بداند نشانهٔ طبیعی چیست و نشانهٔ قراردادی کدام است. وقتی نور تغییر می‌کند معنا هم به طور کلی تغییر می‌کند. بسیاری از دانشجویان ما حتی بازیگر را نشانه نمی‌دانند؛ در صورتی که در سینما کل میزانسن، نشانه است. اگر نور

تغییر کند، صدا تغییر کند، یک گلدان جابه‌جا شود، بازیگر از دستش زیاد استفاده کند، نشسته حرف بزند یا ایستاده حرف بزند، به صورت مورب یا مستقیم حرکت کند، معنای تصویر تغییر می‌کند.

یک درخت به مثابهٔ یک نشانه می‌تواند ما را به جایی ببرد که هزار جمله نمی‌تواند ببرد. در سینمای ما جای نشانه‌شناسی خالی است.

اگر قرار باشد اصول پایه‌ای سینما تدریس شود؛ آشنایی با نظریات و بومی‌سازی نظریات، ضروری است.

۳ . آسیب‌شناسی آموزش هنر در سینمای ایران



دکتر سیدمحسن هاشمی[۱]

نخستین سینمای عمومی در ایـران، در اوان مشـروطیت توسـط روسـی‌خـان پایه‌گذاری شد. در آن دوران، نرخ بلیط سینما، پنج قِران بود و قیمت یک شـمارهٔ روزنامهٔ صوراسرافیل، چهار شاهی؛ پنج قِران، معادل ۲۵ عدد چهـار شـاهی بـود. امروزه قیمت یک بلیط سینما در قیاس با قیمت یک روزنامـه، حـدود پـنج برابـر است و نه ۲۵ برابر. این نشان می‌دهد که سینما با وجود ارزانی‌اش، مورد اسـتقبال نیست. در صورتی که در آن دوره با همهٔ گرانی‌اش، مورد اقبال بود.

---

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه هنر

ایران در جنگ با روس‌ها در سال‌های ۱۱۸۲ تا ۱۲۵۶ (شمسی) شکست می‌خورد. عباس‌میرزا در پرسش از علت شکست، متوجه می‌شود که مشکل، ضعف تکنیک بوده است. از این رو، دانشجویانی را به فرنگ اعزام می‌کند. در دورهٔ بعد، خلف خردمندش امیرکبیر از استادان فرنگی برای تدریس در ایران دعوت می‌کند. دارالفنون را تأسیس می‌کند که دقیقاً ۱۳ روز قبل از قتل امیرکبیر افتتاح می‌شود. این مرکز، ۲۰ سال پیش از دانشگاه پلی‌تکنیک توکیو تأسیس می‌شود؛ یعنی ما قاعدتاً باید ۲۰ سال از ژاپن جلوتر باشیم، چون دروسی که در دانشگاه پلی‌تکنیک توکیو تدریس می‌شده، همان دروس دارالفنون بوده است؛ پیاده‌نظام، سواره‌نظام، توپخانه، طب، مهندسی، معدن، شیمی و بعدها فیزیک. عکاسی هم جزو دروس بود که بعدها به فعالیت عکاسانی مانند عبدالله قاجار و شکل‌گیری عکاس‌خانهٔ مبارکهٔ دارالفنون می‌انجامد.

از ۱۲۳۹ شمسی که عکاس‌خانهٔ مبارکهٔ دارالفنون راه افتاد تا تأسیس رشتهٔ عکاسی در دانشگاه‌های ایران، ۱۲۳ سال فاصله است؛ از زمان تأسیس «پرورشگاه آرتیستی سینما» در ۱۳۰۹ تا تأسیس دانشکدهٔ هنرهای دراماتیک در ۱۳۴۳ تقریباً ۳۰ سال فاصله است که خیلی زیاد نیست. این دانشکده به منزلهٔ قدیمی‌ترین مرکز آموزش آکادمیک سینما در ایران شناخته می‌شود. در این دانشکده از آن تاریخ تاکنون، بیش از ۱۳۵۰ پایان‌نامه نوشته شده است. اگر پایان‌نامه‌های دانشکده‌های دیگر را به آن اضافه کنیم، حدود ۲۰۰۰ پایان‌نامهٔ مکتوب در مقاطع کارشناسی، کارشناسی‌ارشد و دکتری وجود دارد. سالانه ۴۰ فارغ‌التحصیل کارشناسی و حدود ۱۰ تا ۱۵ فارغ‌التحصیل کارشناسی‌ارشد داریم.

خلاء محتوایی دروس نظری یکی از مشکلات نظام آموزشی در رشتهٔ سینماست. باید دید به لحاظ نظری، دانشگاه به دانشجو چه آموخته و این آموخته‌ها چقدر با دانسته‌های قبلی او مرتبط است.

نخستین دورهٔ فارغ‌التحصیلی دارالفنون در ۱۲۳۸ شمسی بود. دانشجویان از دست ناصرالدین شاه گواهی فارغ‌التحصیلی‌شان را دریافت کردند. در این گواهی فارغ‌التحصیلی آمده بود: «با افتخار گواهی می‌شود که هنرجو فارغ‌التحصیل شده است» و در آن ذکر شده بود که حقوق فارغ‌التحصیل چقدر است و در کجا باید مشغول به کار شود و نیز یک مدال طلای با ارزش به او اعطا می‌شد.

امروزه متن گواهی دکتری این است که فرد در چه تاریخی فارغ‌التحصیل شده و میزان بدهی‌اش به وزارت علوم چقدر است. همچنین این مدرک برای ترجمه و استخدام هیچ‌گونه ارزشی ندارد. این روال، فقط مربوط به رشتهٔ سینما نیست؛ ولی نشان‌دهندهٔ نوعی تلقی از ارزش تحصیلات آکادمیک است.

در کتاب تاریخ سینمای ایران از آغاز تا ۱۳۵۷ دربارهٔ دانشکدهٔ هنرهای دراماتیک این جملات آمده: «دانشکدهٔ هنرهای دراماتیک، جو غیرمتعارف و روشنفکرانه دارد؛ دید مدرک‌پرستانه بر آن حاکم است؛ مضامین آثار دانشجویان پوچ‌گرایانه و مردم‌گریز است.»

این بخش از سخنانم چکیده‌ای از سه کتاب است که از منظر کاملاً اثبات‌گرایانه به علم نگاه می‌کنند که به طریق اولی در مورد هنر نیز صادق است. اگر از پوزیتیویسم اواخر قرن نوزدهم صرف‌نظر کنیم، هرچه به این سو می‌آییم، تمایل حوزهٔ علم به نگاه هنرمندانه بیشتر می‌شود. این سه اثر عبارتند از: *چیستی علم* از آلن چالمرز، *ساختار انقلاب علمی* از توماس کوهن و *آموزش تفکر انتقادی* از چت مایرز. هر سه کتاب برآنند که شیوهٔ آموزش به شیوهٔ آموزش هنری متمایل شود.

برای آموزش هنر نمی‌توان ملاک‌های ثابت تعریف کرد؛ هنرمند با برنامهٔ از پیش تعریف‌شده، هنرمند نمی‌شود. نمی‌توان گفت اگر کسی به میزان مشخصی

درس بخواند به هنرمندی سینماگر تبدیل می‌شود. شیوهٔ مؤثر آموزش هنر، به شیوهٔ استاد- شاگردی نزدیک‌تر است تا نظام آموزشی دانشگاهی کنونی. آموزش دانشگاهی، نیازمند برنامهٔ درسی و نظام آموزشی است؛ این امر اجتناب‌ناپذیر است، اما اتفاقی که در حوزهٔ تخصص می‌افتد، این است که تخصص نوعی بیگانگی می‌آورد و فرد را از جمع دور می‌کند. به قول مارکوزه، تخصص، حاصل از خود بیگانگی انسان است. در دوره‌های انقلاب، معمولاً تخصص کنار گذاشته می‌شود؛ همه می‌جنگند، همه فیلم می‌سازند، همه کنار گذاشتن تخصص را می‌پسندند. این مسئله از یک سو اجتناب‌ناپذیر است و از یک سو بحران‌ساز.

در امر آموزش، رسالت بسیار حائز اهمیت است؛ زیرا شاگرد از حوزهٔ معلومات، به حوزهٔ تفکر سوق می‌یابد. امروزه می‌گویند ذهن انسان در حدود ۱۰۰ هزار میلیارد ترابایت اطلاعات می‌تواند در خودش ذخیره کند. آنچه مهم است، حجم اطلاعات نیست، پردازش اطلاعات و برقرارکردن ارتباط میان این مقدار اطلاعات مهم است. نظام آموزشی قدیم بر حفظیات، خیلی تأکید داشت اما آموزش جدید بر این مسئله، چندان تأکیدی ندارد. تأکید آموزش جدید، حتی در حوزه‌های علمی بر ذوق درونی است.

نکتهٔ بسیار مهمی که در دانشگاه‌ها، به خصوص در دانشگاه‌های هنری مغفول مانده، اجازهٔ آزاداندیشی است. یک استاد خوب می‌داند چگونه بین مطالب خود و مطالبی که نقل می‌کند، تمایز قائل شود و مهم‌تر اینکه می‌داند چگونه دانشجو را وادار به اندیشیدن کند. امروزه دانشجویان در ارائهٔ نظرشان کاملاً احتیاط می‌کنند، مبادا خلاف‌نظر استادشان باشد. در پایان‌نامه‌های تحصیلی چه در مقطع کارشناسی و چه در کارشناسی‌ارشد، این ملاحظه وجود دارد که همه چیز در چارچوب سرمشقی خشک و غیرقابل تغییر مطرح شود.

این مسئله، در حوزهٔ آموزش، بسیار خطرناک است، به خصوص در حوزهٔ آموزش هنر و به طور خاص در آموزش سینما. باید توجه داشت که مهارت‌ها خیلی سریع، قدیمی می‌شوند. متن کتاب‌های درسی، پیش از آنکه انتشار یابد، کهنه می‌شود. نه فقط در ایران که در همهٔ دنیا وضع این‌گونه است. پس اگر علم این چنین به سرعت در حال تغییر است، چه چیز باقی می‌ماند؟ دید و بینش که نیاز به پرورش دارد و به نوع دیگر اندیشیدن نیاز دارد. جان هولت می‌گوید: «لازم نیست ما افراد را زرنگ بار بیاوریم، باید تنها از احمق کردن بچه‌هایمان پرهیز کنیم.» جان دیویی می‌گوید: «شاگردان قادر به تفکر نیستند مگر آن‌که بتوانند تصور و برداشت خود را از واقعیت‌هایی که قبلاً به آن‌ها ارائه شده، کنار بگذارند.» فرآیندی که در آن ساختارهای ذهنی گذشته را کنار می‌گذاریم و ساختارهای ذهنی جدید را مطالعه می‌کنیم، هم فوق‌العاده دردناک است و هم فوق‌العاده لذت‌بخش. این لحظه‌ای است که در آن تمام تصور ما از واقعیت دگرگون می‌شود. از لحاظ سینمایی، لحظه‌ای است که متوجه می‌شویم آن کسی که تا حالا فکر می‌کردیم بی‌گناه است؛ اصلاً بی‌گناه نیست و آن کسی که فکر می‌کردیم گناهکار است، به هیچ وجه گناهکار نیست. این، لحظهٔ بسیار مهمی است.

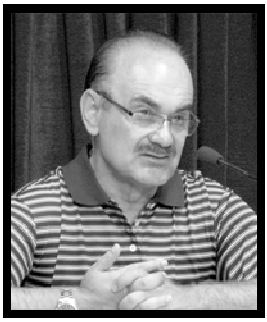
مدرسان در پرورش روحیهٔ انتقادی و روح هنری دانشجویان باید به چند نکته توجه کنند؛ وقتی دانشجو وارد دانشگاه می‌شود دنیا یا برایش خوب است یا بد؛ مجاز است یا غیرمجاز. ما باید این دیدگاه را به پذیرش دیدگاه‌های مختلف تبدیل کنیم. به او بگوییم تعدد دیدگاه‌ها وجود دارد؛ ثنویت نیست، چند دیدگاه و چند نظر هست. فقط یک دیدگاه نیست. او باید فکر کند که می‌تواند نظر داشته باشد. به قول جورج هواکو ما باید به دیدگاه‌های دیگران در کلاس اجازهٔ بروز بدهیم، به خصوص در کلاس‌های هنری و سینمایی. حاصل این نسبی‌گرایی، حصول تعهد است، تعهدی که از تجربه‌های مختلف به دست آمده است.

به نظر من یادگیری هنگامی اتفاق می‌افتد که احساس شگفتی شاگرد با ایجاد پیوستگی با علائق سابقش تحریک شود. معلم او باید بداند که او چه چیزهایی را خوانده؛ آنچه را که خوانده به کار گیرد و در او حس شگفتی ایجاد کند، نه حس فراغت. اگر او دچار شگفتی شود، از توانمندی خودش حیرت کند و به او گفته شود که سخنی برای گفتن داری؛ معجزه‌ای اتفاق می‌افتد. از این منظر، معلم، معجزه‌گر است.

وقت آن است که اعتراف کنیم هدف آموزش، ارائهٔ حقایق نیست. زمان آن است که کلاسی داشته باشیم تا در آن معلم و شاگرد هم کلاس باشند. شاگردها باید درک کنند که آنچه می‌خوانند، حقیقت مطلق نیست. شاگردها باید بفهمند نظریاتی که می‌شنوند، نظریات قابل تغییر انسانی است. ایجاد شک در دانشجو، بسیار مهم است. دانش‌آموزان در تمام جهان در مقطع دبیرستان، یاد می‌گیرند که مدرسه جایی برای تفکر نیست و در خارج از مدرسه باید به دنبال فکر بگردند. این جاست که این شعر خیلی مصداق پیدا می‌کند:

در میکده از من نخریدند به جامی آن علم که در مدرسه آموخته بودم

۴. آسیب‌شناسی مدیریت آموزش در سینما



دکتر مسعود اوحدی[۱]

برای آموزش روش‌های پژوهش در سینما معمولاً واحدهایی منظور شده است، ولی این واحدها پاسخگوی نیازهای موجود نیست؛ چون این روش‌ها باید متناسب با موضوع خاص هر پژوهش و مفاد آن باشد. برای مثال، اگر منابع یک پژوهش، فیلم‌های سینمایی هستند، خواندن آنها ممکن نیست، باید آنها را دید؛ بنابراین پژوهش در رشتهٔ سینما با پژوهش در رشته‌های دیگر تفاوت‌های آشکاری دارد.

برخی روش‌های تدریس از طرف مؤسسهٔ بین‌المللی فیلم استرالیا در دوره‌هایی

---

۱. استادیار دانشکدهٔ صدا و سیما

برگزار شد که در آن دوره‌ها تصور معمول در مورد روش تدریس سینما و تلویزیون دگرگون شد. در این روش جدید اقتضائاتی مطرح بود که ویژهٔ سینما بود. در این روش، مدرس، دائماً در حال نمایش و به شکلی در حال اجراست. در واقع، استاد موضوعی را اجرا می‌کند. مشتمل بر منابع مختلف شامل صدا و تصویر و نیز از توان دانشجو استفاده می‌کند تا به طرح پرسش بپردازد.

عدم‌ارتباط و تعامل میان استادان از مشکلات پژوهش در حوزهٔ سینماست. استادان گویی هیچ رابطه‌ای با هم ندارند؛ در حالی که مسائلشان به شدت به هم مرتبط است. از این رو، آنها باید دائماً با هم در ارتباط و تعامل باشند. متأسفانه این تعامل جدی نیست و وقتی موضوع مواد درسی مطرح می‌شود، همه ساکت می‌شوند، موضوع را عوض می‌کنند و به سراغ مسائل دیگر می‌روند.

مسئلهٔ مهم دیگر، ضعف تعامل استادان با متخصصان حرفه‌ای در نظام سینمایی است. کسانی هستند که بر اساس تجربه – و نه تحصیلات – مهارت‌هایی کسب کرده‌اند، توانایی‌های حرفه‌ای خیلی خاص دارند؛ آنها باید این تجارب را در اختیار دانشجویان بگذارند. توانایی‌های خود را عملاً به دانشجویان نشان دهند. استادانی هستند که به این مسئله اعتقاد دارند و چندین سال است که این گونه عمل می‌کنند، اما اطمینانی نیست که این شیوهٔ آموزش در برنامهٔ درسی بگنجد. اگر برنامهٔ درسی موجود را مطالعه کنید؛ چنین چیزی وجود ندارد.

نکتهٔ دیگر، نبود تعریفی درست از جایگاه حقیقی استادان مدعو در گروه‌های سینمایی است. اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها به یک شیوه تدریس می‌کنند و استادان مدعو به شیوه‌ای دیگر. حتی اگر استاد مدعو خیلی خوب و پر توان عمل کند؛ جایگاه مشخصی ندارد.

نکتهٔ دیگر، ضعف روش‌ها در ارزیابی استادان است. چگونه این ارزیابی‌ها انجام می‌شود؟ چه‌کسی باید ارزیابی را انجام دهد؟ چگونه یک کارمند معمولی

آموزش دانشکده می‌تواند ارزیابی کند؟ تحت چه شرایطی ارزیابی انجام می‌شود؟ تحت چه شرایط آزمایشگاهی این آمار گرفته شده است؟ چند نفر داخل کلاس بوده‌اند؟ کلاس دونفره یا سه‌نفره با کلاس ۳۰ نفره چه تفاوتی دارد؟ با وجود همهٔ این تفاوت‌ها، ارزشیابی به یک شیوه انجام می‌شود و هر بار هم که انجام می‌شود با اعتراض‌هایی روبه‌رو می‌شود.

استفادهٔ نامناسب استادان از فرصت‌های مطالعاتی، ضعف موجود دیگر است. فرصت‌های مطالعاتی برای آشنایی با رویکردهای جهانی در امر آموزش و به‌روز شدن این امر است؛ اما درواقع فرصت‌های مطالعاتی، تبدیل به یک مرخصی طولانی می‌شود. ممکن است در پایان آن مرخصی طولانی، مقاله‌ای هم دریافت شود؛ ولی این مقاله می‌توانست در طول ترم تحصیلی ارائه شود و نیازی به فرصت مطالعاتی طولانی هم نیست. تناسب بین تعداد ورودی‌های دانشگاه در رشتهٔ سینما و نیازهای جامعه به این متخصصان، مسئلهٔ دیگر است. در ۱۳۶۳ یا ۱۳۶۴ دانشگاه هنر حدود ۸۰ دانشجو در رشتهٔ سینما گرفته بود. فارغ‌التحصیل شدن ورودی‌های این دوره از دانشگاه حدود ۱۲ سال طول کشید. هیچ وقت در خصوص تعداد ورودی‌های دانشگاه و نیازهای جامعهٔ متخصصان، برآورد دقیقی نشده است.

مسئلهٔ دیگر این است که توان و امکانات این دانشگاه چه تناسبی با دانشجویان ورودی دارد؟ هر دانشجو در طول چهار سال به حجمی از وسایل و تجهیزات و تعدادی نیروی انسانی احتیاج دارد. نیروی انسانی باید به او خدمت کند و از این لحاظ با رشته‌های دیگر تفاوت بسیار عمده دارد. البته از این نیروها به طور موازی برای چند کار استفاده می‌شود و این، امری طبیعی است. ولی چقدر و تا کجا امکان تداوم دارد؟

مسئلهٔ دیگر، به‌روز نبودن اطلاعات دانشجویان سینماست. دانشجو به

اطلاعات پایه‌ای نیاز دارد. دانشگاه، مؤسسهٔ خیریه یا دبیرستان نیست. برخی از دانشجویان می‌گویند ما آمده‌ایم دانشگاه تا یاد بگیریم. دانشگاه، دبیرستان یا آموزشگاه شبانهٔ سینما نیست. دانشگاه قرار است آکادمی باشد، فرصت هم زیاد نیست. لازم است دانشجویان، خود را در کوران اطلاعات قرار دهند تا از معلومات اولیهٔ خود استفاده کنند و در مسیر اصلی قرار گیرند.

همچنین اشکالات زیادی در ضوابط گزینش دانشجوی سینما وجود دارد. معمولاً دانشکده‌ها برای گزینش، شیوه‌های مستقلی دارند. برای مثال، چه تعداد دانشجوی شهرستانی بپذیرند؟ ولی آیا لزوماً با گزینش گستردهٔ دانشجوی شهرستانی، مسئله حل می‌شود؟ طبق آمار، دانشجویان دختر رشتهٔ سینما بسیار بهتر از دانشجویان پسر هستند. اگر این نسبت به هم بخورد، مشکلات فراوانی از نظر سطح و توان تحصیلی دانشجویان به وجود می‌آید.

ضعف انگیزهٔ دانشجویان در یادگیری، پژوهش و مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی نیز از مشکلات دیگر است. امروزه ما دانشجویان را تشویق می‌کنیم که پژوهش را جدی بگیرند؛ زیرا مشارکت در حداقل فعالیت‌های فرهنگی که مورد انتظار است نیز وجود ندارد. گویا حتی دیدن فیلم که کاری بسیار معمولی است از دانشکده‌های سینمایی رخت بربسته است. دیدن فیلم برای دانشجویان جزو برنامه‌های اصلی است، نه یک فوق برنامه. ما باید آن‌قدر شجاعت داشته باشیم که درسی به نام نمایش فیلم، بگذاریم. در اوایل دههٔ ۶۰، بعد از بازگشایی دانشگاه‌ها، یکی از واحدهایی که در دانشگاه هنر، تعریف شد، «تماشای فیلم» بود. یادآوری می‌کنم تحلیل فیلم نبود؛ فقط تماشای فیلم بود. دانشجویان در طول ترم در چارچوب یک برنامهٔ منظم، فیلم‌های مختلفی می‌دیدند.

از دیگر مشکلات موجود، نبود توانایی دانشجویان سینما برای برقراری

ارتباط با دنیای حرفه‌ای حین تحصیل است. بعضی از دانشکده‌ها از جمله دانشکدهٔ صدا و سیما دوره‌های کارآموزی دارند. البته منظور من کارآموزی نیست، بلکه مقصود ضابطه‌مند کردن تدریس استادان برای انتقال تجارب‌شان به دانشجویان است.

همچنین بی‌توجهی به ضرورت پرداخت یارانه‌های فرهنگی به دانشجویان رشتهٔ سینما، مشکل دیگر این حوزه است. دانشجویان رشتهٔ سینما نیاز به یارانه‌های فرهنگی دارند. کتاب سینمایی، گران و خرید آن برای دانشجویان، خیلی مشکل است. دانشجویان نیاز به بلیط‌های ارزان سینما دارند و باید امکان خرید لوح‌های فشردهٔ آثار برجستهٔ جهان برایشان فراهم شود. این دانشجویان کم‌کم باید صاحب یک آرشیو شخصی شوند.

از سوی دیگر، برای ایجاد علاقه و انگیزه در دانشجویان ساز و کار مناسبی وجود ندارد. در دانشکده‌های سینمایی، باید ساز و کاری دائم وجود داشته باشد تا این انگیزه را ایجاد کند. جلسات منظم نمایش فیلم، ملاقات با بهترین متخصصان این عرصه، سفرهای نسبتاً ارزان از جمله سفر به کشورهای همسایه می‌تواند بخشی از این فعالیت‌ها باشد.

مسئلهٔ بعدی، نبود شفافیت و کارایی در سنجش خلاقیت و استعداد داوطلبان ورودی رشتهٔ سینماست. فراهم کردن ابزارهای اندازه‌گیری برای سنجش مهارت‌های پایهٔ دانشجویان، پیش از ورود به دانشگاه، الزامی است.

واقعی نبودن انتظارات دانشجویان از دانشگاه، استادان و مدیران و اصولاً تحصیل در رشتهٔ سینما مشکل دیگر این حوزه است.

این سؤال مطرح است که وظیفهٔ دانشگاه چیست؟ دانشگاه می‌تواند مطابق با امکاناتش عمل کند. دانشجویان باید از مشکلات و مسائل موجود، آگاه باشند.

برخی از مدیران سینمایی از حوزه‌های مدیریتی آمده‌اند و با مسئلهٔ آموزش

سینما بیگانه‌اند. یک مدیر آموزش و پرورش، آرام‌آرام مدارجی را طی کرده و سپس گذرش به مدیریت سینما افتاده است و از بین اعضای هیئت علمی انتخاب نشده است؛ ماه‌ها طول می‌کشد که چنین کسی با محیط آشنا شود و مقدمات آن رشته را بشناسد. برای مثال اگر دانشکدهٔ صدا و سیما به دانشگاه تبدیل شود که رشته‌های مختلفی دارد، او باید با یکایک این رشته‌ها آشنا شود. با توجه به چنین مسائلی، در بهترین حالت، این مدیر فقط یک سال چون احتمالاً در پایان دو سال سمت مدیریتی عوض می‌شود فرصت دارد که مدیریت قابل قبولی ارائه دهد. این وضع، سبب آسیب‌های زیادی می‌شود که اگر این لطمه‌ها به معادل ریالی تبدیل شود، اهمیت آن روشن‌تر می‌شود.

آشنا نبودن دانشجویان با اهداف، رسالت‌ها، سیاست‌های آموزش عالی سینما و انتظاراتی که از دانشجویان می‌رود، معضل دیگر است. دلیلی وجود ندارد که او از این اهداف، خبر نداشته باشد. اتفاقاً سطح توقعات دانشجو به برنامه‌های تعریف شده، مربوط است. برخی از دانشجویان که با این اهداف بیشتر آشنا بوده‌اند، قدرت تطبیق بیشتری با این نظام آموزشی داشته‌اند.

مشکل دیگر، ناشناخته ماندن شاخص‌های مطلوب یک دانشجوی موفق است. دانشجوی موفق کیست؟ شاخص‌هایش چیست؟

همچنین، مشکلاتی در خصوص مدیران همهٔ رشته‌های آموزشی وجود دارد که در مورد مدیران رشتهٔ سینما، نگران‌کننده‌تر است. برای مثال، نبود «هیچ‌گونه» ارزیابی از عملکرد مدیران آموزشی و برنامه‌ریزی در رشتهٔ سینما از معضلات موجود است. من روی «هیچ‌گونه» تأکید دارم. واقعاً از عملکرد مدیران آموزشی و نیز دربارهٔ برنامه‌ریزی در رشتهٔ سینما هیچ گونه ارزیابی وجود ندارد. وقتی ارزیابی نباشد، هر چیزی ممکن است اتفاق بیفتد.

از سوی دیگر، انتصابی بودن مدیران آموزشی از کاستی‌های موجود است.

مدیران آموزشی، دست‌کم باید در هیئت علمی نقش داشته باشند؛ ولی متأسفانه آنها اغلب انتصابی‌اند. بی‌توجهی دانشگاه در تربیت مدیران متخصص و کارآمد نیز موضوع مهمی است. باید همان‌طور که دانشجو تربیت می‌کنیم، استاد و مدیر نیز تربیت کنیم، چون همهٔ این ارکان به هم مربوط‌اند.

مسلط نبودن مدیران آموزشی به دانش مدیریت و همچنین دانش مدیریت آموزشی و از همه مهم‌تر مدیریت آموزش سینما که کاملاً تخصصی است از دیگر مسائل موجود است.

نبود تعریفی مشخص از خصوصیات یک مدیر موفق نهاد آموزش سینما، به‌روز نبودن مدیران، نبود تفکر خلاق میان مدیران، اهمیت ندادن به نوآوری و ارزش‌آفرینی خلاق نزد مدیران و بالاخره نبود تعامل و هماهنگی لازم میان مدیران دانشگاه از دیگر مسائل قابل ذکر در زمینهٔ کاستی‌های موجود است.

هویت‌زدایی از جامعهٔ دانشگاهی، مشکل دیگر حوزهٔ آموزش سینما است. مؤسسهٔ آموزش عالی سینما برای چه به وجود می‌آید؟ برای اینکه در این زمینه به نیروهای متخصص نیاز داریم که نهاد سینما را بسازیم و سرآمد باشیم. ولی دانشگاه هویتی معطوف به هدف‌های تعیین‌شده در جامعهٔ کنونی دارد. گویی دانشگاه باید همین الان تمام فعالیت‌هایش را برای این اهداف به کار بندد. البته یک سلسله فعالیت‌ها می‌تواند معطوف به این اهداف باشد، برخی از اهداف را هم می‌توانیم به سطوح پایین‌تری بسپاریم؛ ولی یادمان نرود که اهداف درازمدت که امر سازندگی در آن است، مدنظر ماست؛ بنابراین می‌توان گفت که یک دانشکدهٔ سینمایی حق دارد نیروهای مستقلی برای هنر سینما تربیت کند، جامعه را در برابر آن اهداف قرار دهد و در درازمدت اثربخشی اجتماعی داشته باشد.

از میان آنچه ذکر شد می‌توان گفت، مهم‌ترین آسیب نحوهٔ گزینش دانشجو

است. کسانی که دانشجو را گزینش می‌کنند، ملاک‌های غلطی را در دستور کار قرار می‌دهند که واقعاً باعث تأسف است. برای همین است که ما غالباً نمی‌بینیم نخبگانی در دانشکدهٔ صدا و سیما تربیت شوند. دانشجویی گزینش می‌شود که بورسیه است؛ او می‌داند که بعد از چهار سال در یکی از شبکه‌های تلویزیونی مشغول به کار می‌شود و نیاز به خلاقیت چندانی ندارد؛ چون باید فعالیت کارمندی داشته باشد. این، آسیبی جدی است.

فصل دوم

سینما و اقتباس

مقدمه

اقتباس، سازوکاری بسیار رایج و مهم برای نگارش فیلمنامه در نظام‌های سینمایی موفق جهان است. «اقتباس، خون حیات‌بخش دنیای سینما و تلویزیون است. ۸۵ درصد کل فیلم‌های برنده جایزه اسکار، اقتباسی‌اند.

٤٥ درصد کل فیلم‌های تلویزیونی اقتباسی‌اند.

۷۰ درصد از کل فیلم‌های برنده جایزه امِی، اقتباسی‌اند.

۸۳ درصد کل مینی‌سریال‌ها اقتباسی‌اند که ۹۵ درصد برندگان جایزه امِی از این‌ها انتخاب شده‌اند.»[1]

علی‌رغم کارکردها و مزیت‌های گوناگون اقتباس، این ساز و کار هنوز به طور گسترده و نظام‌مند در سینمای ایران به کار گرفته نمی‌شود و با وجود منابع ادبی و داستانی غنی، برخی مسائل و مشکلات، مانع تولید گستردهٔ آثار سینمایی ایرانی بر مبنای این آثار بوده است. در سال‌های اخیر، ساخته شدن فیلم‌هایی مانند ٤٠ سالگی و پاداش سکوت، امیدها را به شکل‌گیری روند تولید آثار سینمایی اقتباسی تقویت کرده است. به نظر می‌رسد کلیدی‌ترین مسئلهٔ سینمای ایران، فیلمنامه است و کلیدی‌ترین پاسخ به این مسئله، ترغیب و تقویت اقتباس از آثار ادبی مورد اقبال مخاطبان است.

---

۱. سیگر، لیندا. فیلمنامه اقتباسی؛ تبدیل داستان و واقعیت به فیلمنامه. مترجم: عباس اکبری، تهران: انتشارات نقش و نگار: ٦.

اقتباس در سینمای ایران

منوچهر اکبرلو[1]

اگر سه یا چهار موضوع را در اولویت‌های جدی سینمای ایران برشماریم، یکی از موارد «اقتباس» است که می‌تواند سینمای ایران را غنی کرده، مخاطب را با سینما آشنا کند؛ حتی اگر از بُعد اقتصادی به مقوله نگاه کنیم و ابعاد فرهنگی یا اجتماعی آن را در نظر نگیریم. به بیان روشن‌تر، در جهت رونق اقتصاد و صنعت سینما، گریزی از اقتباس نیست. البته اقتباس پدیده‌ای است که در سینمای جهان سابقه داشته، در سینمای ایران نیز از سال‌های آغازین پیدایش

۱. مدرس، نویسنده، فیلمنامه‌نویس، پژوهشگر ادبیات کودک و نوجوان و مدیر سایت سینمای تجربی

سینما و پس از دورهٔ تجربه‌های نخست، سینماگران بهره‌های فراوانی از داستان‌های ایرانی برده‌اند. این امر نشان می‌دهد که حتی بدون وجود دانش سینمایی، به صورت غریزی نیز استفاده از آثار ادبی مورد اقبال مخاطبان، به‌ویژه در تولید آثار بومی که از زبان، فرهنگ و نگاه آشنایی به جهان برخوردارند، می‌تواند سینمای ما را بسیار غنی، پررنگ و متنوع سازد.

این در حالی است که سینمای ایران تاکنون بیش از هر عاملی، تحت تأثیر چارچوب دولتی آن، از تنوع لازم برخوردار نیست؛ چرا که همواره به تأیید مدیران فرهنگی محدود بوده است؛ خواه این تولیدات برای تلویزیون باشند، خواه برای سینما یا حتی برای شبکهٔ نمایش خانگی. تاکنون در بیشتر موارد، بودجهٔ تولید فیلم و تأمین مالی آن در اختیار مدیران و منوط به تأیید آنان بوده است. خوشبختانه در سالیان اخیر روند سپردن امور مردم به خودشان در همهٔ عرصه‌ها، از جمله سینما، شکل گرفته و دولت مدعی است که می‌کوشد تصدی‌گری خود را در امر سینما کاهش دهد؛ چرا که از یک سو هزینه‌ای بر جامعه، از بودجه عمومی، تحمیل شده و از سوی دیگر توقعات مدیران نیز ـ درست یا غلط و با هر سلیقه‌ای ـ برآورده نشده است.

فیلم‌های بسیاری در تولیدات موجود، هم در تأمین سلیقهٔ مدیران و هم در جذب مخاطبان، ناتوان بوده‌اند. آمار نشان می‌دهد که با صرف بودجه‌های دولتی، حدود ۱۰۰ تا ۱۵۰ فیلم ساخته شده که به اکران عمومی نرسیده‌اند. این، بدان معناست که نهادهای دولتی یا تلویزیون یا بنیاد فارابی یا نهادهای دیگری در سینمای دولتی یا نیمه‌دولتی، خود تمایلی به اکران این فیلم‌ها ندارند؛ چرا که اطمینان دارند به هیچ وجه اقبالی از سوی مردم به این تولیدات وجود ندارد و پرداختن به آنها زحمتی مضاعف است. این تولیدات در نهایت به آرشیو سپرده شده و چیزی جز نقدهای تکراری نویسندگان سینمایی در خصوص این

که ساخت چنین آثاری با صرف بودجه دولتی چه توجیهی داشته، در پی ندارد. البته اصولاً مدیران به این نقدها اهمیتی نمی‌دهند. شاهد سخن اینکه روش نادرست فیلمسازی را همواره تکرار می‌کنند و دلیلی نمی‌بینند در مقام پاسخگویی قرار گیرند. به نظر می‌رسد بهترین کار از دید مدیران، سپردن فیلم‌ها به انبار است.

در سال‌های اخیر، تمایل به تصدی‌گری دولت در عرصهٔ تولید فیلم کمتر شده و رویکرد سینماگران از تأثیرپذیری از سلیقهٔ مدیران دولتی که حتی اگر نگاه جامع‌تری داشته باشند، همچنان به سبب تعداد اندک و محذوریت‌های پیش رویشان، سلیقهٔ محدود و بسته‌ای دارند به سوی سلایق مخاطبان جامعه سوق پیدا کرده است. به عبارتی سینماگران دریافته‌اند که مخاطبان جامعه، یکسان‌نگر نیستند، توقعات مختلفی دارند، تنوع سلیقه دارند و توقع تنوع از سینما دارند. بر این اساس، برخی از فیلم‌هایی که به یک موضوع از نگاه جدیدی می‌نگرند یا به موضوع جدیدی در سینما می‌پردازند، با اقبال بسیاری از کسانی که حتی تاکنون سینما نرفته‌اند، روبه‌رو می‌شوند. این پدیده نشان از ظرفیت‌های بسیار زیادی دارد که در جامعه، با توجه به جمعیت زیاد کشور و به خصوص قشر جوان که شمار بالا و تعیین‌کننده‌ای از مخاطبان سینما هستند، وجود دارد.

اقتباس می‌تواند به شاخه‌ها و عوامل دیگر در رونق یافتن سینما یاری رساند؛ به عبارت دیگر، هم می‌تواند رسالت فرهنگی خود را انجام دهد و هم می‌تواند بدون کمک‌های دولتی، به منزلهٔ کالایی صنعتی روی پای خود بایستد؛ به قول معروف «دخل و خرجش را دربیاورد» و پررونق و سودآور باشد.

یکی از نکات بنیادین در حوزهٔ اقتباس، نگرش منفی به آن در جامعهٔ ماست. این نگاه به هیچ وجه در صنعت سینمای جهان وجود ندارد. همواره اختلاف سلیقه وجود داشته؛ گاهی نویسندهٔ رمان یا فیلمنامه‌نویس اذعان داشته

که فیلم اقتباس شده از اثر وی، به خوبی رمان یـا فیلمنامـهٔ او نیسـت؛ ولـی در حد یک گلایهٔ دوستانه. هیچ‌گاه آشوب به پا نشده؛ چرا کـه در صـنعت سـینما مانند هر صنعت دیگری، تکلیف همه چیز مشخص است. زمانی که قصد دارید کالایی صنعتی تولید کنید، قرارداد می‌بندید و در قـرارداد همـهٔ امـور بـه دقـت مشخص می‌گردد؛ سود به چه کسی تعلق دارد، زیان برای کیست؛ اگر درصدی از ارزش کالا افزایش پیدا کند، چه باید کرد؛ اگر خواستند رنگ کالا، بسته‌بندی یا وزن آن را تغییر بدهند، چگونه عمل کنند. همهٔ موارد به دقت و بـا جزئیـات مشخص شده است. برای مثال، این امر با مراجعه بـه سـایت‌هـای سـینمایی و اطلاع یافتن از قراردادهایی که در هالیوود بسته می‌شوند، قابل مشـاهده اسـت؛ حتی ظریف‌ترین و بدیهی‌ترین جزئیات قابل تصور و غیر ضروری در متن یک قرارداد، به روشنی ذکر می‌شود.

برای نمونه، به دقت مشخص می‌شود که اگر ایده‌ای را بفروشید، چقـدر از مالکیت فیلم به شما تعلق دارد. اگر کتابی بفروشید و در داسـتانی کـه بـه شـما تعلق دارد، تغییری رخ دهد، شما چقدر از محصول جدید را مالک هستید. اگـر بخواهند از یک فیلم «بازی رایانه‌ای» بسازند، جاکلیدی بسازند، طرح تی‌شـرت بزنند و عکس قهرمان فیلم یـا کـارتون را روی آن بگذارنـد، بخواهنـد پـارکی تفریحی بسازند و تن‌پوش شخصیت آن پارک شخصیتی کارتونی (مانند شِرِک) باشد، قصد کنند ماسک بت‌من را بفروشند یا اسباب‌بازی آن را بسـازند، وضـع چگونه خواهد بـود. در تمـام ایـن مـوارد، سـهم فیلمنامـه‌نـویس، ایـده‌پـرداز، رمان‌نویس، کارگردان و تهیه‌کننده مشخص و معین است.

مـدتی پـیش، فیلمنامـه‌نویسـان در خصـوص عـدم‌تعیـین سـهم ایشـان از فروش‌های اینترنتی در قراردادهای قدیمی اعتصاب کردند و به نتیجه رسـیدند؛ چرا که خرید و فروش فیلم به صورت اینترنتی، رایـج نبـود. پـس از موفقیـت

آنان، در قراردادهای جدید سهم فیلمنامه‌نویس از فروش اینترنتی تیزر فیلم نیز مشخص شد. نکته در این جاست که اگر در هر نظامی و در هر تعاملی، همهٔ موارد تعیین شود، جایی برای نگرانی وجود ندارد؛ به اصطلاح، احساس می‌شود «امنیت شغلی» وجود دارد. بنابراین، زمانی نگرانی وجود دارد که بدون اعمال قانون و بازخواستی، شخصی دیگر قصهٔ شما را خوانده، ایده را به سرقت برده و بی اجازهٔ شما آن را به فیلمنامه تبدیل کرده باشد.

این رخداد متأسفانه در سینمای ایران، به‌ویژه در تلویزیون بسیار رایج است. برای مثال، فیلمنامهٔ شما خوانده، رد و غیرقابل استفاده تشخیص داده شده؛ اما مدتی بعد، مطلع می‌شوید آن طرح کلید خورده، فیلمبرداری‌اش آغاز شده یا به اتمام رسیده و از تلویزیون در حال پخش است.

حساسیت شدیدی در جهان به اجرای قانون «حقوق مؤلفان و مصنفان» (کپی‌رایت) وجود دارد؛ چرا که مانند هر قانون دیگری، امنیت ایجاد می‌کند. این امنیت روانی شرایطی را برای شما فراهم می‌کند که بتوانید ایدهٔ خود را به نام خود ثبت کرده، به راحتی در اختیار دیگران قرار دهید و تمام حقوق مربوط به آن را اخذ کنید.

این حساسیت در جامعه ما وجود ندارد. اگر بی‌توجهی به قانون «کپی‌رایت» در برخی از جنبه‌های اقتصادی منفعتی داشته، در حال حاضر و حداقل در پدیدهٔ اقتباس به صنعت سینما و تلویزیون آسیب فراوانی رسانده است. بر این اساس، کمتر کسی ـ که پیش از این چنین نبوده ـ حاضر است با داشتن فیلمنامه‌ای خوب، آن را تکثیر کرده، در اختیار دفاتر سینمایی یا شبکه‌های مختلف تلویزیونی قرار دهد؛ چرا که می‌داند این مسئله به آن معناست که باید فیلمنامه خود و پیشبرد آن را به دست خود فراموش کند.

در این حوزه به طور معمول، تعاملات دیگری نیز شکل می‌گیرد که در

برخی موارد، بسیار ناسالم‌اند؛ چرا که پای پول و بده‌بستان و زد و بند بـه میـان می‌آید و سرمایه‌های دولتی رد و بدل می‌شود. به نظر می‌رسـد همـواره در هـر موردی که به آن یارانه تعلق بگیرد، احتمال بروز زمینهٔ فساد وجود دارد. در هر صنعت، خرید و فروش و تولیدی که همه داد و ستدها بر اساس جیب شخص شکل می‌گیرد، فسادی وجود ندارد. بنابراین دیگر زد و بند معنـی نـدارد، لابـی معنی ندارد، اینکه افرادی خاص بنویسند، افرادی خاص تصویب کنند و افرادی خاص فیلم بسازند، وجود ندارد. در بخش خصوصی، سرمایه‌گذار بـه آشـنایی خود با فیلمنامه‌نویس توجهی نداشته، سودآوری اثر او را بررسی می‌کند و اگر این قابلیت را یافت، آن را غنیمت شمرده، به سرعت با او قرارداد مـی‌بنـدد تـا موقعیت را حفظ کند؛ اینکه به قیمت روز حساب مـی‌کنـد یـا در پرداخـت‌هـا خوش‌حساب است یا نه، مسئلهٔ دیگری است. ولی در شرایطی که بایـد دولـت حقوق همهٔ عوامل، از تهیه‌کننده تا مدیر تولید، کـارگردان و فیلمنامـه‌نـویس را بپردازد، بی آنکه دغدغهٔ فروش و جذب تماشاگر را داشته باشد، سرآغاز فسـاد است؛ در چنین شرایطی است که بده‌بستان‌های آن‌چنانی شکل می‌گیرد.

در یک جمله می‌توان گفت توجه جدی به اهمیت اقتبـاس در تولیـد فـیلم وجود ندارد. شرایط به گونه‌ای است که یک فیلمنامـه‌نـویس تـرجیح مـی‌دهـد فارغ از مسائلی که در تبدیل یک کتاب خوب بـه فیلمنامـه و مواجـه شـدن بـا مطالبات نویسندهٔ کتاب در خصوص اقتباس از کتاب او و حقوق مربوط به آن، وجود دارد، خود با هر کیفیتی بنویسد؛ به خصوص در حالتی که بودجهٔ دولتـی پشتوانهٔ آن است. در چنین حالتی کـافی اسـت کـه او بـه شـبکهٔ ارتبـاطی لازم دسترسی یابد و فیلمنامهٔ خود را به تصویب برساند؛ در این شرایط، پـول خـود را می‌گیرد و اثر را بدون توجه به اینکه آیا به ثمر می‌رسد، از آن فیلمی سـاخته می‌شود، به نمایش در می‌آید و مردم استقبال می‌کنند یا نـه؛ تحویـل مـی‌دهـد.

به این ترتیب، فیلمنامه نیز در گوشه‌ای از آرشیو تلویزیون یا بنیاد فارابی یا هر نهاد دولتی دیگری به ۱۵۰ فیلم دیگر می‌پیوندد. اما او چنین مسائلی را دغدغهٔ خود به شمار نمی‌آورد؛ دستمزدش را دریافت کرده و کار را تحویل داده است. در بسیاری از موارد، فیلمسازان ترجیح می‌دهند که فیلم آنها اکران نشود؛ چرا که در صورت اکران، دربارهٔ آن نقد و قضاوت می‌شود.

به این ترتیب، به نظر می‌رسد یکی از عوامل اصلی در عدم ایجاد امنیت و شکل‌گیری فضای اقتباس، نبودن قانون «کپی‌رایت» است. گفته‌اند برخی از رمان‌نویس‌های ما در وصیت‌نامهٔ خود حق تبدیل کتاب‌شان به فیلم را از دیگران سلب می‌کنند که یکی از جوانب آن، مسائل مربوط به حقوق مادی و معنوی او و بازماندگانش است.

نکتهٔ دیگر، نگرش منفی به امر اقتباس است. در ادبیات، با جهان واژه سر و کار داریم؛ ابزار داستان‌نویس، واژه است. واژه ویژگی‌های خود را دارد، امتیازات و محدودیت‌های خود را دارد. اما فیلمنامه بر تصویر متکی است؛ به عبارت دیگر، هیچ‌کس فیلمنامه‌ای را برای خواندن نمی‌نویسد. نمایشنامه و فیلمنامه بر این اساس نوشته می‌شود که در آینده به نمایش یا فیلم تبدیل شود. بنابراین، باید پیش از هر چیز بر تصویر تاکید شود. به همین علت است که شاهدیم یک نمایشنامه بسیار خوب، پرمحتوا و پرچالش؛ ولی بدون اثری از حرکت و تصویر ـ که در اصطلاح، نمایشنامه‌نویسان آن را «نمایشنامه رادیویی» می‌نامند ـ با استقبال روبه‌رو نمی‌شود.

حدود ۳۰ تا ۴۰ تفاوت بین فیلمنامه و داستان وجود دارد که متأسفانه فرصت طرح آن نیست. سعی‌ام بر این است که دربارهٔ برخی از آن موارد صحبت کنم. تمام موارد را در کتاب خود با عنوان *اقتباس ادبی برای سینما* ذکر کرده‌ام. نکتهٔ بنیادین در تفاوت‌ها را می‌توان این‌گونه بیان کرد که داستان،

عرصهٔ واژه است و فیلمنامه، جهان تصویر. اگر به این نکتهٔ کلیدی و به نظر ساده، ولی بسیار مهم، توجه نکنیم، آفت‌های بسیاری گریبان‌گیر ما می‌شود؛ شکل‌گیریِ تصور خطایی در این خصوص، در جهت‌دهی به دیدگاه مخاطب، تأثیرگذار است. اولین واکنش مخاطبی که رمان *چهل سالگی* نوشتهٔ ناهید طباطبایی را خوانده و اکنون قصد دارد فیلم *چهل سالگی* به کارگردانی علیرضا رئیسیان را در سینما تماشا کند، مقایسهٔ این دو اثر است. در حالی که چنین قضاوتی، وجهی ندارد. فیلمنامه‌نویس و فیلمساز پیش از هر چیز به فیلم خود متعهد بوده، تعهدی به انطباق اثر خود با رمان ندارد. مقرر است فیلم خوبی بسازد؛ یعنی تلاشش ـ یا ادعایش ـ این است که قصد دارد یک فیلم خوب بسازد. بنابراین باید در آغاز و انجام هر امری، به فیلم خود متعهد باشد؛ حتی نه به فیلمنامه. بر همین اساس، همواره در عمل، دخل و تصرفاتی در فیلمنامه‌ها صورت می‌گیرد؛ چرا که فیلمساز می‌کوشد اثر خوبی تولید کند و از هر امکانی بهره گرفته، هر آنچه را که مزاحم راه خود می‌داند، حذف کند یا در آن تغییر شکل دهد. بنابراین فیلمساز بیش از هر چیز به فیلم خود متعهد است و نه به فیلمنامه و حتی نه به رمانی که بناست بر اساس آن اقتباس صورت گیرد. در برخی مقاله‌ها و نقدهای تطبیقی این دو اثر را با هم مقایسه می‌کنیم تا بدانیم چه کارهایی صورت گرفته است. من، خود، در بررسی فیلم *تردید* به کارگردانی واروژ کریم مسیحی مقاله‌ای در *فیلم‌نگار* منتشر کرده، آن را با *هملت* شکسپیر مقایسه کرده‌ام؛ اما هیچ‌جا از کلمات ارزشی و روش ارزشیابی و قضاوتی استفاده نکرده‌ام. برای مثال، نوشته‌ام که پایان‌بندی این فیلم چنین است؛ ولی پایان‌بندی *هملت* چنان؛ در فیلم با پایانی خوش مواجه هستیم، ولی در پایان تراژدی *هملت*، با فاجعه از بالاترین نوع آنکه مرگ شخصیت‌های اصلی است. چنین مقایسه‌هایی صورت گرفته، ولی در نتیجه، ذکر نشده که

داستان *هملت* شکسپیر بهتر است یا فیلم *تردید* واروژ کریم مسیحی. نکته در اینجاست که می‌توان این دو مقوله را با هم مقایسه کرد؛ این مقایسه برای کسانی که قصد دارند در امر اقتباس فعالیت کنند، جنبه‌های آموزشی مفیدی نیز به همراه دارد؛ ولی به نظر می‌رسد ورود به حوزهٔ ارزشیابی، کار خطایی است. تکرار این مطلب را ضروری می‌دانم که فیلمنامه‌نویس در دنیای تصویر به سر می‌برد و ناگزیر است برای ساخت و پرداخت یک فیلم خوب، هر پدیده‌ای را فدا کند. به طور معمول، کسانی که با پذیرش تعهد به رمان‌نویس و داستان‌نویس با وفاداری کامل به قصه، فیلمنامه را پیش ببرند، نتیجه خوبی حاصل نکرده‌اند.

واقعیت دیگر این است که متأسفانه در جامعه‌ی ایران بسیاری از فیلمنامه‌نویس‌ها اهل مطالعه نیستند و بسیاری از داستان‌نویس‌ها هم اهل سینما نیستند. به طور کلی، داستان‌نویس‌های امروزی در جامعهٔ ما به دو گروه تقسیم می‌شوند؛ گروه نخست، آثار ادبی عامه‌پسند می‌نویسند که در آن از الگوهای کلاسیک بهره می‌گیرند. این داستان‌ها آغازی با آرامش دارد، در ادامهٔ داستان اتفاقی رخ می‌دهد، گره‌ای در کار ایجاد می‌شود، مسئله اوج می‌گیرد و در نهایت، آن گره گشوده می‌شود و نتیجه‌گیری نهایی صورت می‌گیرد که ذائقهٔ عامهٔ مردم، بیشتر به این جنس ساختار، متمایل است. گروه دوم از ادبیات مدرن اروپا و امریکا الگو می‌گیرند؛ ادبیاتی که درون‌گرا و فردگراست و تأکید آن بر درون‌مایه‌های افراد و فردیت انسان‌هاست.

چنین فضایی در داستان‌پردازی، مسیر تبدیل قصه به فیلمنامه را دشوارتر می‌کند. فیلمنامه‌نویس به منظور تبدیل بسیاری از آثار ادبی مدرن (ادبیات معاصر) به مدیوم سینما باید راه طولانی‌تری بپیماید؛ زیرا این آثار از ساختاری درون‌گرا برخوردارند؛ به نحوی که گاهی مسیر تبدیل قصه به فیلمنامه، ناتمام رها شده و فیلمنامهٔ دیگری تولید می‌شود، فیلمنامه‌ای که نویسنده، خود آن را

تألیف کرده است. می‌توان چنین تصور کرد که ادبیاتِ کاملاً درون‌گرا، ابتدای خط و مسیری است که پایان آن به ادبیات سینمایی یا فیلمنامه ختم می‌شود. هر چه فاصلهٔ این دو نوع ادبیات بیشتر باشد، پیمودن این مسیر، بسیار دشوارتر می‌شود. به هر اندازه از درون‌گرایی آثار ادبی کاسته شود و برون‌گراتر شود، اثر به محدودهٔ ادبیات سینمایی نزدیک‌تر می‌گردد.

این نزدیکی در ادبیات عامه‌پسند وجود دارد؛ یعنی در تمام آثار ادبی عامه‌پسند ـ چه ضعیف و چه قوی ـ از این ساختار استفاده شده است. بر همین اساس در پردازش احساسات درونی افراد، گذرا عمل می‌شود. ادبیات برون‌گرا ایجاب می‌کند که در سینما یا نمایش درون‌گرایی‌ها، افکار، خلجان‌ها، احساسات خاص و درونی در شخصیت‌ها به یک کنش بیرونی ختم شود؛ برای مثال، شخصیت تنفر خود را با تصمیم بر انجام دادن کاری دال بر آن احساس، بروز می‌دهد. در ادبیات درون‌گرا چنین نیست. در داستان *بوف کور* یا در بسیاری از داستان‌های مدرن امروزی، با خلجان‌های ذهنی یک فرد برای مثال روشنفکر مواجه هستیم؛ با یک نویسنده، یک استاد دانشگاه و مانند آن روبه‌رو می‌شویم که در عشق و رابطهٔ عاطفی خود شکست خورده و دچار افسردگی شده؛ در تمام قصه، بر اثر پرداخت خوب دربارهٔ چنین وضعی است که با خواندن آن بهره و حظ حاصل می‌شود. ولی تبدیل چنین داستانی به مدیوم سینما بسیار دشوار است؛ چرا که خلجان‌های ذهنی، احساساتی از قبیل تنفر، عشق، سرخوردگی و مانند آنکه در داستان بازگو شده به تصمیم یا کنش شخصی ختم نمی‌شود؛ موقعیتی که می‌تواند آغازی برای سینما باشد. به عبارت دیگر، به هر اندازه که این احساسات درون‌گرا، شدیدتر باشد، نقطه آغاز یک درام شکل می‌گیرد، از جایی که فرد برخوردار از این احساس تصمیم بگیرد کاری انجام دهد، یا از انجام دادن کاری منصرف شود. در *هملت* و در

مشهورترین بخش آن، «بودن یا نبودن»، درگیری‌های ذهنی هملت را احساس می‌کنیم؛ اما پس از این قطعه، او تصمیم می‌گیرد که اقدامی انجام دهد، که اگر در درون‌گرایی شدید خود باقی می‌ماند، هیچ‌گاه شاهکاری به نام *هملت* در عرصهٔ ادبیات نمایشی خلق نمی‌شد و تنها در شکل رمانی فوق‌العاده باقی می‌ماند. همچنین است *دن کیشوت*، که به وضعی مالیخولیایی دچار شده، آسیاب را اژدها تصور کرده، برخاسته، سوار اسبش شده و به جنگ آسیاب می‌رود. چنین فردی که از نوعی مالیخولیای درونی و دنیای ذهنی خاص برخوردار است، دست به اقدام می‌زند و این کنش‌ها ظرفیت تبدیل شدن به تصویر سینمایی را پیدا می‌کنند.

به طور کلی، ادبیات معاصر ایران که برگرفته از ادبیات معاصر اروپا و آمریکاست، همچون ادبیات معاصر غرب به درون‌گرایی بسیار شدید گرفتار است. اما در نگاهی دقیق‌تر می‌توان گفت یک نوع از ادبیات مدرن، درون‌گرا است و گونه‌ای دیگر، عامه‌پسند، به معنای مثبت کلمه؛ یعنی مخاطب فراوانی دارد. در ایران با به کار بردن کلمهٔ «عامه‌پسند»، به ظاهر از شأن آثار ادبی کاسته می‌شود و فیلمسازانی که خود را فرهیخته‌تر از عامهٔ مردم می‌دانند، تمایلی به مطالعهٔ این آثار و حتی بروز آن و به تبع، اقتباس از این آثار، ندارند. بنابراین، توجه به این نکتهٔ بنیادین در فاصلهٔ جهان واژه و تصویر، بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

نکتهٔ دیگر این که ادبیات معاصر به طور معمول، زبانی ساده در بیان مضمون دارد که داستان را به زبان سینما نزدیک‌تر می‌کند. در مقابل، زبان ادبیات کلاسیک، زبانی فخیم است. در بسیاری از شاهکارهای ادبی کلاسیک که برخی از آنها به نظم سروده شده، گاهی خواندن صحیح، فهمیدن، درک استعاره‌ها، تمثیل‌ها، تلمیحات و ارجاعات اثر به آیه شریفی از قرآن یا شأن

نزول آن یا یک حدیث، ضرب‌المثل یا اصطلاح نجومی و ستاره‌شناسی که در آن دورهٔ خاص رواج داشته، دشوار است. خواننده باید از اطلاعات ویژه‌ای برخوردار باشد تا موضوع اصلی حکایتی را که عطار یا مولوی گفته، دریابد. بنابراین اقتباس‌گر باید این سختی را به جان بخرد تا بتواند از این نوع ادبیات، اقتباسی به عمل آورد. ولی در ادبیات معاصر، چنین مسئله‌ای وجود ندارد. اگر متن ادبی ارجاعاتی دارد، یا در آن به مضمونی اشاره می‌شود، تا اندازه‌ای معاصر است که مخاطب امروزی به ارجاع آن پی می‌برد. برای مثال، اگر مؤلف به واقعه‌ای که در دههٔ ۶۰ رخ داده، ارجاع می‌دهد، برای مثال به «موشک‌باران شهرها» اشاره می‌کند، مخاطب امروزی اشاره را دریافت می‌کند و می‌فهمد؛ با گوشت، پوست و استخوان آن را حس کرده، به پیچیده‌گویی نیازی ندارد. ضرورتی ندارد که به گونه‌ای خاص توضیح داده شود تا مخاطب امروزی از عوامل برون‌متنی دریابد که منظور وی از «موشک‌باران» چیست که این چنین شخصیت اصلی را دچار درگیری‌های ذهنی یا افسردگی کرده یا سبب شده که او تصمیم به ترک ایران بگیرد، یا به شهرستان نقل مکان کند، یا در فراز و نشیب داستان، شخصیت روشنفکر به یک روستا پناه ببرد. ادبیات معاصر، چنین دشواری‌هایی ندارد و از زبانی ساده برخوردار است که از دورهٔ مشروطه به این سو شکل گرفته است. از آن زمان تاکنون، روشنفکرها یا به تعبیر آن زمان، منورالفکرهای جامعهٔ ما، به این پرسش توجه کرده‌اند که پیش از این روی سخن آنان برای اصلاح جامعه چه کسانی بوده‌اند؟ پاسخ این بود: «شاه و دربار». برای مثال، امیرکبیر به قصد اصلاح جامعه به شاه رجوع کرد و از او خواست که در اوضاع مملکت، تغییر ایجاد کند؛ بهداشت یا صنعت باید توسعه یابد؛ باید از اروپا فناوری وارد کرد؛ عدالت را به گونهٔ خاصی اجرا و عدالتخانه تأسیس کرد. از زمان انقلاب مشروطه به این سو، روشنفکرها توجه خود را به

مردم معطوف کردند. آنان برای تعامل با مردم باید از زبانی بسیار ساده استفاده می‌کردند. بر این اساس، نمایشنامه‌نویسی آغاز شد تا بتوان با اجرای آن بر روی صحنه، مردم را مخاطب قرار داد. در این زمان، همچنین روزنامه‌هایی شکل گرفتند که به زبانی بسیار ساده‌تر می‌نوشتند؛ به اندازه‌ای ساده که برای مردم بی‌سواد که تنها می‌توانستند از طریق دیگران از موضوعی مطلع شوند، قابل‌فهم باشد. برای مثال، مردم می‌فهمیدند که اگر دربارهٔ آزادی، عدالت، جمهوری یا حق رأی مطلبی بیان شده، منظور گوینده از آن چه بوده است. به این ترتیب، در ادبیات معاصر بر خلاف ادبیات کهن، زبان ساده می‌تواند به تدوین فیلمنامه کمک فراوانی نماید؛ چرا که این زبان، دقیقاً همان زبانی است که امروزه مردم در کوچه و خیابان با آن صحبت می‌کنند، زبانی که سینما به آن نیاز دارد. سادگی زبان می‌تواند به اقتباس‌گر کمک کند تا به تبدیل و ساده‌سازی زبان متن اصلی نیازی نداشته باشد.

سادگی زبان، مشخصه‌ای است که معمولاً در ادبیات کلاسیک وجود ندارد. غفلت از این نکته سبب می‌شود وقتی اثری تاریخی یا مذهبی را تماشا می‌کنیم، با زبان و ادبیات آن کمتر ارتباط برقرار کنیم؛ گویی که بازیگران از روی کتاب سخن می‌گویند یا مطلبی را دکلمه می‌کنند؛ در حالی که به طور طبیعی مردم در هر دوره‌ای از یک زبان محاوره‌ای برای گفتار و یک زبان کتابی برای نوشتار استفاده می‌کنند. در حال حاضر نیز در جامعهٔ ما زبان گفتار با زبان نوشتار تفاوت دارند. کمتر نویسنده‌ای حاضر شده که زبان فیلم تاریخی را به زبان عامیانه و محاوره‌ای تغییر دهد؛ همه شبیه به هم و به صورت کتابی و نوشتاری می‌نویسند. تنها کسی که سعی کرده در مواردی این تغییر را ایجاد کند، «داود میرباقری» است؛ برای مثال در *مسافر ری* یا در مجموعهٔ *امام علی* (ع).

بی‌توجهی به تفاوت زبان گفتار و نوشتار، اثر را غیرسینمایی جلوه می‌دهد؛

چرا که سینما یک رسانهٔ مدرن و امروزی برگرفته از تحولات فلسفی دورهٔ رنسانس است. یکی از ویژگی‌های دورهٔ رنسانس، «اومانیسم» یا «فردگرایی» است. بر اساس چنین فلسفه‌ای، علومی مانند «روانشناسی» به وجود آمده است. برای مثال، پیش از رنسانس تصور بر این بوده که انسان‌ها مجموعه‌هایی تعریف شده‌اند؛ یعنی عده‌ای اشراف با ویژگی‌هایی شبیه به هم هستند و عده‌ای رعیت با مشخصه‌های مثل هم، گروهی هم روحانی‌اند که جملگی از ویژگی‌های یکسانی برخوردارند؛ هر کسی شبیه به گونه خود است. پس از رنسانس، انسان‌گرایی تفکر، جهتی یافت که در آن، فردیت انسان‌ها مهم و اصیل شمرده شد. در این تعریف، افراد با هم متفاوت‌اند؛ یعنی هر انسانی ویژگی‌هایی دارد؛ روحی، روانی، فیزیکی و ... که گرچه در برخی موارد با دیگر انسان‌ها مشترک است؛ اما در موارد متعددی از دیگران متمایز است.

ادبیات نیز تحت تأثیر چنین روندی به این جهت سوق پیدا کرده؛ از این پس در ادبیات، سینما و نمایشنامه‌ها با شخصیت‌هایی مواجه می‌شویم که برخلاف گذشته، فردیت و ویژگی‌های خاصی دارند که فقط در آنها بروز و ظهور پیدا کرده است. در نمایشنامه‌های قرون وسطی، شخصیت‌ها نامگذاری نشده‌اند؛ مثلاً کسی به نام «جورج» خوانده نشده و برای اشخاص از اسامی چون «مؤمن»، «کافر»، «توبه‌کار» و «جوان نادم» استفاده شده است. در چنین وضعی، شخصیت‌ها در هفت یا هشت نوع دسته‌بندی می‌شدند؛ در حالی که وقتی تعبیر «جوان» را به کار می‌بریم، می‌تواند ده‌ها ویژگی متنوع و متفاوت و حتی متناقض با هم داشته باشد. این پدیده که پس از رنسانس شکل گرفته، در سینما نیز رخ داده است. در آثار مأخوذ از ادبیات کلاسیک در دوران اولیهٔ سینما این تأثیرات وجود دارد؛ یعنی در یک فیلم تاریخی مربوط به روم باستان، تمام شخصیت‌ها نوعی‌اند. شخصیت بد داستان حتماً زشت و در همهٔ ویژگی‌ها

بد طراحی شده است. شخصیت خوب نیز در تمام موارد از ویژگی‌هایی خوب برخوردار است؛ شمشیرزن خوبی است؛ زیباست؛ باید نصیب او شاهزادهٔ زیبایی باشد؛ در سوارکاری بهترین است؛ فرد مؤدب و مهربانی است و همه فضایل اخلاقی در او جمع‌اند. شخصیت بد قصه سر تا به پا بد جلوه می‌کند؛ قیافه بدی دارد؛ سخن گفتن وی بد است؛ در شمشیربازی ناگهان از اسب می‌افتد و مضحکه و مسخره جماعت می‌شود؛ اگر فقیری به او نزدیک شود، او را از خود می‌راند و در مجموع، هیچ ویژگی مثبتی ندارد. بر خلاف آثار کلاسیک، در آثار مدرنی که از قصه‌های باستان مغرب زمین در چند سال اخیر ساخته شده (مثل *گلادیاتور*)، چنین مرزبندی دقیق و ملموسی وجود ندارد؛ نمی‌توان گفت این فرد خوب است و دیگری بد. افراد را به راحتی نمی‌توان تقسیم‌بندی کرد. همانند طبیعت انسان‌ها که از مجموعه ویژگی‌های خوب و بد، برخوردارند، شخصیت‌ها نیز چنین وضعی دارند؛ یعنی شخصیت‌های خوب، مقدس نیستند تا همهٔ فضایل را داشته باشند. این افراد نیز به ضعف دچار می‌شوند؛ خیانت می‌کنند، در بعضی موقعیت‌ها شکست می‌خورند. اگر چه در نهایت بر اساس الگوی ادبیات عامه‌پسند، داستان پایان خوشی دارد و با پیروزی خوبی بر بدی همراه است؛ اما وقتی به تک‌تک افراد توجه می‌کنید، ویژگی‌های خاص آنها را می‌بینید. بدی با زشتی همراه نیست؛ فردی که ویژگی‌های منفی دارد، در برخی از موقعیت‌ها فضایلی از خود بروز می‌دهد، یا در عین نیاز ایثار می‌کند و از حق خود می‌گذرد. تمام این موارد که در ادبیات و سینما فراوان دیده می‌شود، متأثر از ادبیات مدرنی است که از دورهٔ رنسانس شکل گرفته و تاکنون ادامه یافته است. اگر چه همچنان سینمای غالب به سبب تمایل به مخاطب عام و فراگیری که قصد دارد تا در ۷ هزار سینما بیننده فیلم باشند و سینماها را به فروش‌های میلیاردی برسانند، بر ساختارهای ادبیات کلاسیک تمرکز دارد.

نکته دیگر در تفاوت داستان و فیلمنامه، تفاوت در ساختار بیان آنها، با وجود

برخی شباهت‌هاست. اگر شباهتی وجود نداشت، اقتباس در عمل، بی‌معنی بود. هیچ‌گاه بر اساس شعر حافظ فیلمنامه‌ای شکل نمی‌گیرد؛ چرا که همسویی و هم‌پوشانی وجود ندارد. در حالی که می‌توانید از یک داستان تاریخی یا از رویدادی تاریخی یا از حکایت‌های منظوم و آثار مولوی اقتباس کنید؛ به این جهت که در این آثار، بیان، روایی است. بنابراین مؤلفه‌هایی مشترک بین درام و ادبیات وجود دارد که اقتباس را میسر می‌کند؛ اگر هیچ وجه مشترکی یا نوعی از هم‌پوشانی در میان نباشد، بالطبع هر کوششی بی‌نتیجه خواهد بود.

نکتهٔ بسیار مهم دیگر در ادبیات معاصر، این است که در این نوع ادبیات، شخصیت‌ها امروزی هستند. در اقتباس از ادبیات کهن، باید فضای داستان، امروزی شود. به طور معمول، به چنین تفاوتی، توجه نمی‌شود؛ چنان‌که شخصیت‌های تاریخی پرداخته شده در یک فیلمنامهٔ تاریخی، انسان‌هایی متعلق به جهان دیگری به نظر می‌رسند؛ حرکات و سکنات، نوع راه‌رفتن، گونه زبانی– که پیش‌تر اشاره شد، نوع نشست و برخاست آنها، همه به گونه دیگری است. در حالی که در سینمای معاصر جهان، اگر قصه‌ای از یونان باستان روایت شود، شخصیت‌های آن از رفتارهایی امروزی برخوردارند؛ حتی جنس شوخی‌ها نیز امروزی است. آخرین فیلمی که اخیراً تماشا کردم، *شاهزاده ایرانی* است؛ قصهٔ آن در ادبیات ما وجود ندارد و فیلمنامهٔ آن برگرفته از یک ایدهٔ اولیه از شاهنامه است. با دیدن این فیلم انتظار می‌رود، حداقل بر اساس عنوان فیلم، با یک معماری شرقی، معماری ایرانی یا پوششی ایرانی مواجه شد؛ در حالی که بدون ورود به چنین موضوع‌هایی و از منظر ادبیات و روایت فیلم، شاهد هستیم که نوع رفتار، نوع ابراز احساسات به همدیگر، احساس تنفر و حتی شوخی‌های شخصیت‌ها، همه آمریکایی و البته امروزی است. آمریکایی‌ها هنری دارند که نمی‌توان انکار کرد، به ویژه از طریق رسانهٔ سینما و آن، تبدیل

جهان از نظر رفتاری به الگوی آمریکایی است. برای مثال، دختر پنج سالهٔ من در واکنش به تحسین و تعریف من از قشنگی نقاشی‌اش، با اشاره انگشت شست، تعبیری از «ok» را که در کارتون‌ها دیده و الگو گرفته، نشان می‌داد. چنین شکلی از تأیید، متعلق به فرهنگ ایرانی نیست. مهم‌تر از چنین رفتارهایی، انتقال الگوهای فکری است که به مرور در حرکات و سکنات، شیوهٔ زندگی، ارتباطات دختران و پسران جوان و دیگر رفتارها، نه فقط در جامعهٔ ایران، بلکه در همهٔ جوامع عرب، مسلمان و مسیحی و در آفریقا، آسیا، اروپا و در هر جغرافیایی پدیدار می‌شود. مقصود از این گفتار اشاره به این نکته است که در صورتی تماشای یک فیلم و پرداخت بهای آن برای مخاطبِ ایرانی یا آفریقایی و حتی مخاطبان آمریکایی موجه است و آنها می‌توانند با قصه ارتباط برقرار و پیام آن را دریافت کنند که حرکات و سکنات شخصیت‌ها امروزی باشد؛ این قاعده حتی در خصوص فیلم‌های تاریخی و قدیمی یا متعلق به فرهنگ‌های دیگرِ غیرآمریکایی، جاری است. در فیلم‌های آمریکایی، چون روایت فیلم، آمریکایی است، به طور طبیعی به همان فرهنگ، رفتار و آداب تعلق دارد؛ اما در فیلم‌های مربوط به فرهنگ‌های دیگر نیز که توسط آمریکایی‌ها ساخته می‌شود، رفتارشخصیت‌ها آمریکایی است؛ مانند فیلم *شاهزاده ایرانی* یا کارتون *خانواده فلیستون‌ها* که دربارهٔ انسان‌های غارنشین است. شخصیت‌های این کارتون، از امکانات امروزی مثل تلویزیون، با قابی تشکیل شده از چهار استخوان دایناسور استفاده می‌کنند یا تلفن دارند که با استفاده از سازه‌های سنگی و استخوان حیوانات و اشیای اطراف آنها ساخته شده است. نکته این است که انسان‌های غارنشین، تلویزیون دارند؛ زیرا انسان‌های امروزی به قدری با تلویزیون مأنوس هستند که کودک مخاطب این کارتون نمی‌تواند درک کند که ممکن است تلویزیون در این خانواده وجود نداشته باشد.

با دختر خود به تماشای نمایشی رفته بودیم. خرگوشی که در جنگل گرفتار شده و گرگی به او نزدیک می‌شد، در پی راهِ چاره‌ای می‌گشت. دخترم در گوش من گفت: «چرا زنگ نمی‌زند خانه‌شان بیایند نجاتش بدهند»؛ پیام این پرسش در این است که کودک امروزی تا اندازه‌ای با تلفن و موبایل خو گرفته است که نمی‌تواند تصور کند در چنین شرایطی، موبایل وجود ندارد یا ممکن است در جنگل، امکان تلفن کردن نباشد؛ یا پلیس در دسترس نباشد؛ چون کودک معاصر شهرنشین، زندگیِ جنگلی را تجربه نکرده است. در طول عمر خود یک یا دو بار به روستا سفر کرده و پس از گشت و گذاری در آن محیط، به شهر بازگشته است. بنابراین حتی اگر اقتباسی صورت می‌گیرد، فیلمنامه‌نویس باید آگاهانه به امروزی بودن حرکات، سکنات و آداب، توجه داشته باشد. نوع تعامل‌ها، ابراز احساسات، چگونگی نشست و برخاست‌ها، نوع نگاه‌ها به همدیگر، باید از جنس رفتارهای امروزی باشد تا مخاطب امروزی دریابد که حسی که بین شخصیت‌های داستان رارد و بدل می‌شود چیست.

نکتهٔ دیگری که دربارهٔ ادبیات کلاسیک وجود دارد، تعارض برخی از متون کلاسیک با درام است. این متون از بنیاد برای روی صحنه آمدن، یا تصویر شدن خلق نشده‌اند. این متون برای نقل شدن شکل گرفته‌اند، فردوسی و رودکی اشعاری را سروده‌اند، مولوی احوال خود را به زبان آورده تا شاگردانش آنها را تقریر کنند تا پس از آن برای دیگران نقل گردد. پردازش اساسی و اصیل نویسنده یا داستان‌سرا که به صورت شعر یا نثر بروز کرده، بر روی واژه‌هاست؛ یعنی تلاش کرده واژه‌ها را به گونه‌ای به کار برد که شنونده از آن لذت ببرد. چینش کلمه‌ها در اشعار فردوسی به گونه‌ای است که سبب می‌شود احساساتی چون عشق، نفرت، افسردگی، خشم، شکست و همهٔ احساسات انسانی در «شنیدن» به خوبی منتقل شود؛ تمام هنرنمایی فردوسی در واژه‌پردازی است.

بر این اساس، به نظر می‌رسد اگر قرار باشد این اثر به تصویر تبدیل شود، نتیجهٔ مطلوبی نخواهد داشت. تعداد زیادی نمایشنامه بر اساس داستان «رستم و سهراب» تألیف شده که در نخستین آثار سینمای ایران، بر اساس آنها آثاری نیز تولید شده‌اند. در این آثار لحظهٔ ورود رستم به صحنه، لحظهٔ خنده‌داری است؛ چرا که اقتباس‌کننده کاملاً به متن ادبی وفادار مانده است. همان گونه که ذکر شد در تصویرپردازی برای مخاطب معاصر، حرکات و سکنات باید همراه با نمادهای امروزی باشد؛ در حالی که این آثار، امروزی نیستند. فردوسی در توصیف رستم به بازوی حجیم او، ریش بلند دوشاخهٔ او، پوست پلنگی که پوشیده و قدم‌های استوارش که زمین را به لرزه درمی‌آورد، اشاره می‌کند؛ توصیفی کلامی که توسط واژه‌ها صورت می‌پذیرد؛ در حالی که در سینما، برای نمایش شخصیتی بزرگ، الزاماً چنین وصفی صورت نمی‌گیرد. در آثار پیشین سینمایی که از ادبیات کلاسیک، تأثیر مستقیم‌تری گرفته‌اند، برای به تصویر کشیدن پهلوانان، بزرگان، گلادیاتورها و شمشیرزنان از چنین توصیفات و الگوهایی نظیر اندام‌های بزرگ و درشت استفاده کرده‌اند؛ همان گونه که در ادبیات توصیف شده است؛ ولی در سینمای معاصر چنین ملازمه‌ای وجود ندارد؛ یعنی شخصیت بزرگ، پهلوان، مبارز و خوب داستان به تبع انسان‌های امروزی، الزاماً از چنان هیبت و ابهتی برخوردار نیست؛ زیرا امروزه ابهت به گونهٔ دیگری بروز می‌کند.

از سوی دیگر، زیبایی‌شناسی در دوره‌های مختلف تاریخی از معیارهای متفاوتی برخوردار بوده است. برای نمونه، در دوره‌ای، ابروی پیوسته نشانهٔ زیبایی بوده؛ اما امروزه چنین نیست. همچنین در سینمای ایران در دههٔ ۱۳۴۰ که بازیگرانی مانند «فردین» و «ناصر ملک‌مطیعی» الگو بودند، داشتن هیکل‌های بزرگ مردانه و ابروهای پرپشت و شخصیتی «بزن‌بهادر» رایج بود، در حالی که

زیبایی‌شناسی ستاره‌های سینمای امروز، چنین نیست و به کار بردن چنان الگـویی برای نمایش زیبایی، محکوم به شکست است. بنابراین توجه به زیبایی‌شناسی هـر دوره بسیار تأثیرگذار است. حتی در مقاطع تاریخی کوتاه‌مدت همچنـین تفـاوتی قابل توجه است. با دقت در عکس‌ها و تصاویر دهۀ ۱۳۶۰ چنین تمایزهـایی کـه به لحاظ زیبایی‌شناسی در نوع پوشش و ظاهر افراد، در دهۀ ۱۳۸۰ رخ داده، قابـل مشاهده است، چه رسد به سیر این تغییرات در طول تاریخ. بنابـرایـن، توجـه بـه امروزی کردن شخصیت‌های داستان که باید یک بیوگرافی امـروزی از آنهـا ارائـه داد و همچنین تأکید بر تغییراتی که در ویژگی‌های زیبایی‌شناسی شخصـیت‌هـا و ارزش‌های جامعه رخ می‌دهد، بسیار مهم است. عدم‌توجـه بـه ایـن نکتـه، بیشـتر نمایشنامه‌ها را به نمایشنامه‌هایی رادیویی تبدیل کرده، یا در صورتی که نسـخه‌ای سینمایی فراهم شده باشد، شبیه به الگوی فـیلم *رسـتم و سـهراب* در آثـار اولیـۀ سینمایی، شخصـیت‌هـا رو در روی یکـدیگر ایسـتاده و در صـحنۀ نبـرد، مـدتی طولانی رجزخوانی می‌کنند. این الگو مناسب حال تماشاگران اولیۀ سینماست کـه از پای داستان‌سرایی روایت‌ها و نقالی‌های قهوه‌خانه و مرشد و نقـال، بـه فضـای سینما آمده‌اند. آثاری این چنین برای این طیف، بسیار لذت‌بخش بوده؛ چرا کـه از اساس، حسب عادات و فرهنگ آن دوره، مخاطبان بیشتر برای شـنیدن بـه سـینما می‌رفتند تا به قصد دیدن.

پس از اکران فیلم‌های آمریکایی، دیگر از چنان آثاری استقبال نشـد. اکنـون نمی‌توان تصور کرد که دو بازیگر روبه‌روی هم ایستاده، مدتی طـولانی بـا هـم صحبت کنند؛ چرا که جهان امروز، جهان تصویر است؛ رسانه‌های دیگـری نیـز وجود دارند و ما امروزه در فضای ارتباطات جهانی زندگی می‌کنـیم. در چنـین شرایط و حالاتی است که پس از چند دقیقه گفتگوی شخصیت‌ها، بدون تغییـر صحنه، بی‌صبری تماشاگر آغـاز مـی‌شـود. تماشـاگر امـروز بـه تنـوع تصـویر،

جابه‌جایی افراد و حرکت دوربین نیاز دارد. دستگاه کنترل تلویزیون همواره این امکان را فراهم کرده که بیننده سلیقه و گزینهٔ خود را تغییر دهد و سراغ شبکه‌ای دیگر برود. این مشخصه‌ای است که در ادبیات کلاسیک ما به هیچ‌وجه سابقه ندارد. در اصطلاح، زبان کلاسیک را، نه فقط در ادبیات ایران، بلکه در ادبیات جهان، «زبان ایستایی» می‌دانند که نه عیب آن، بلکه ویژگی و ضرورت آن است؛ یعنی در شکل‌گیری یک داستان به صورت نقل و روایت، نمی‌توان از این شاخه به آن شاخه پرید، به دفعات مکان و زمان را عوض کرد، که در این صورت به مقولهٔ نقل، لطمه می‌خورد. چنین حالتی در نقل، بیان شفاهی و قصه‌گویی، از ویژگی‌های طبیعی است. همهٔ قصه‌گوها، شاعران و داستان‌سرایان، چنین قاعده‌ای را دنبال می‌کنند؛ اما در سینما کاربردی ندارد؛ چرا که متعلق به جهان دیگری است.

فصل سوم

فیلم کوتاه، وضعیت کنونی و چشم‌انداز

مقدمه

در فیلم‌های کوتاه، شخصیت‌های برجسته و داستان‌های موجز و به یادماندنی ظرف ۳۰ دقیقه یا کمتر بیان می‌شوند. فیلمنامهٔ فیلم کوتاه، دارای پویایی متفاوتی به لحاظ ساختار است و اغلب بر نوعی کشمکش درونی اتکا دارد که متضمن مشکلی شخصی، مربوط به شخصیت اصلی داستان است. پویایی ساختار فیلمنامهٔ فیلم کوتاه، ابزار مفیدی در جهت درک بهتر سینماست. البته اساس این سینما، فیلمنامهٔ آن است؛ اما تاکنون منبع یا منابع قابل اعتنایی در داخل کشور برای شناخت بهتر ویژگی‌های ساختاری فیلمنامهٔ فیلم کوتاه وجود نداشته است. در این بحث، دو تن از فعالان سینمای ایران، به بررسی ابعاد مختلف وضع فیلم کوتاه در ایران پرداخته‌اند؛ امیرشهاب رضویان، برنده سیمرغ بلورین بیست و پنجمین جشنوارهٔ فیلم فجر (۱۳۸۵)، به خاطر بهترین کارگردانی فیلم مینای شهر خاموش. رضویان کارگردان و پژوهشگر سینماست و فعالیت هنری خود را از ۱۳۵۹ در سینمای آزاد همدان و در حوزهٔ فیلم کوتاه آغاز کرده است. او همراه با ناصر باکیده که از سابقهٔ مدیریتی در این عرصه برخوردار است، در این بحث، به بررسی پیشینه، وضع کنونی و آیندهٔ پیش‌روی فیلم کوتاه در ایران پرداخته‌اند.

۱. فیلم کوتاه در جهان و ایران

امیرشهاب رضویان[۱]

سینما در آغاز صرفاً فیلم کوتاه بود و ظاهراً جز این هم نمی‌توانست باشد. آنچه امروزه به نام فیلم کوتاه با تعاریف مستقل خود می‌شناسیم، جریانی است که در کنار فیلم بلند که به منزلهٔ شیوهٔ مرسوم و طبیعی سینما شناخته می‌شود، به وجود آمد و اهداف خاص خود را دنبال کرد. اما به هر حال ریشهٔ این سینما و فیلمنامه‌نویسی برای آن، به تاریخ سینما برمی‌گردد، به جایی که شاید برای نخستین بار در فیلم‌های مولیر چیزی شبیه به داستان اتفاق افتاد.

---

۱. کارگردان و پژوهشگر سینما

از همان ابتدا، فیلم‌های داستانی هم اهمیت داشتند. این فیلم‌ها به طور شاخص، ماجراهای بسیار کوتاهی بودند که کنار هم چیده می‌شدند. برای مثال، فیلم *آب‌پاشی به باغبان* که در زمرهٔ نخستین برنامه‌های نمایش فیلم برادران لومیر در ۱۸۹۵ بود، پسربچه‌ای را نشان می‌داد که با گذاشتن پای خود روی شلنگ باغبان، او را گول می‌زند و با برداشتن پایش او را خیس می‌کند. چنین شوخی‌هایی، ژانر اصلی فیلم‌های داستانی اولیه را تشکیل می‌دادند. این اتفاق، کاملاً تصادفی بود و البته جنبه‌های نمایشی ویژهٔ خود را داشت. برای مردم آن زمان، کشف سینما در حد دیدن تصاویری واقعی از زندگی و روزمرگی‌های آن، به قدری جذاب و شگفت‌انگیز به نظر می‌رسید که نیازی به تلاش برای ایجاد خلاقیت‌هایی به منظور جذب تماشاگر وجود نداشت؛ اما عناصر داستانی و رویدادهای نمایشی به مرور در فیلم‌های نخستین به دلیل مقتضیات زمان و عادی شدن سینما و خسته‌کننده شدن بازنمایی صرف واقعیت، در حال شکل‌گیری بود.

در میان فیلم‌های آن زمان، فیلمی به نام *دریای متلاطم دور*[1] در ۱۸۹۶ در انجمن سلطنتی عکاسی انگلستان به نمایش گذاشته شد. این فیلم نخستین کنش قدرتمند را به منزلهٔ عنصری که بعدها در ساختار اهمیت یافت، در خود داشت. فیلم، تصاویر موج‌های متلاطمی بود که از دریا به سوی تماشاگر می‌غلتیدند.

در آن زمان هنوز تصوری از داستان یا ضرورت وجود آن برای ساخت یک فیلم پدید نیامده بود. شکل‌گیری داستان و فیلمنامه با نیازهای اجتماعی، خلاقیت‌های اتفاقی و برخی ضرورت‌های دیگر در سینما شکل می‌گرفت. ژرژ ملیس[2] در این روند نقش مهمی را ایفا کرد. او به طور اتفاقی به دلیل خرابی دوربین، نخستین حقه‌های سینمایی را کشف کرد و این احساس در کشف، او را به سمتی کشاند که از

1.Rough Sea at Dover
2.Georges Melies

وجوه و عناصر داستانی در سینما بهره گیرد.

او کم‌کم برای تصاویر، ترتیبی متناسب با آنچه می‌اندیشید، به دست آورد؛ رویاپردازی، قصه‌های جن و پری، افسانه‌های تاریخی، دن کیشوت، فاوست، سفرهای تخیلی به کرهٔ ماه و ... چنین بود که ملیس برای نخستین بار پای عوامل تئاتری و عناصر داستان‌پردازی (به خصوص داستان‌های تخیلی) را به سینما گشود. اما از ۱۹۰۹ به بعد، جاذبهٔ فیلم‌های تخیلی (تصنعی) او به کلی از دست رفت.

مکتب برایتون[1] در انگلستان نیز هر چند عمر کوتاهی داشت؛ اما توانست عناصر دیگری را در ایجاد جذابیت سینمایی به وجود آورد. جیمز ویلیامسون[2] عکاس و فیلمساز در ۱۸۹۹ برای نخستین بار صحنه‌ها را تغییر داد. او در فیلم خود به یک مسابقهٔ قایق‌رانی پرداخت که به دلیل وجود هیجان به طور ذاتی از کنش خاصی بهره‌مند بود. فیلم با تصویر مردی در برابر یک پردهٔ سیاه شروع می‌شود که با عصبانیت سر و دست تکان می‌دهد؛ چون نمی‌خواهد از او عکس بگیرند.

اما در فاصلهٔ بین سال‌های ۱۹۰۲ عناصری مانند تداوم، تأکید و حرکت در دو فیلم از ادوین اس پورتر به نام‌های *زندگی یک آتش‌نشان آمریکایی* و *سرقت بزرگ قطار* و دو فیلم از گریفیث با نام‌های *تعصب* و *تولد یک ملت* قابل مشاهده بود و این کشف، امکانات اساسی داستان‌پردازی واقع‌گرایانه در سینما به شمار می‌آمد.

پس از وقوع جنگ جهانی اول در اروپا، سینما روند رو به رشد خود را در آمریکا به شکل وسیع‌تری ادامه داد. داستان و داستان‌پردازی، جزو ملزومات سینما برای ایجاد جذابیت به شمار می‌آید و سال‌های پس از ۱۹۱۳ تولید

1.Brighton school
2.James Williamson

فیلم‌های بلند در شکل مرسوم سینمایی امری کاملا پذیرفته‌شده است؛ اما به رغم محدود شدن تولید آثار کوتاه و با افزایش تولید فیلم‌های بلند، به دلیل تداوم حمایت برخی تهیه‌کنندگان و نیز فعالیت برخی از سینماگران مطرح، روند تولید فیلم کوتاه همچنان ادامه می‌یابد. شروع به کار تلویزیون، عرصهٔ جدیدی را برای ارائهٔ محصولات کوتاه به وجود آورد. در ۱۹۵۱ شرکت کلمبیا، واحدی را به نام اسکرین جیمز تأسیس کرد تا محصولات کوتاهی را بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه برای تلویزیون بسازد.

در پی جنگ جهانی دوم، موج جدیدی از فیلمسازان در اروپا پا گرفتند. سنت قدرتمند مستندسازی، این فیلمسازان جدید را به سوی بیان هنری نوینی در فیلم‌های کوتاه مستند هدایت کرد، همچنین ترفندهای سبک‌شناختی فیلم‌های مستند بر کارکرد روایی آن‌ها بیش از پیش تأثیر گذاشت.

نخستین فیلم‌های کوتاه خبری در ایران توسط میرزا ابراهیم‌خان عکاس‌باشی فیلمبرداری شد. مظفرالدین شاه در ۱۹۰۰ در سفری به فرانسه با دستگاه سینماتوگراف آشنا شد. این دستگاه در ۱۲۷۹ شمسی وارد ایران شد. نخست در ایران، برخلاف اروپا که این پدیده در کنار مردم عادی و برای سرگرمی آنها شکل گرفته بود، تنها درباریان قاجار و اشراف از آن استفاده می‌کردند. در سال‌های بعد سالنی که میرزا ابراهیم خان صحاف‌باشی و پس از آن مهدی روسی‌خان باز کردند، جنبهٔ عمومی‌تری به سینما داد. اولی، فیلم‌های کوتاه کمدی را که از ۱۰ دقیقه تجاوز نمی‌کرد، نمایش می‌داد و دومی نیز فیلم‌های کوتاه هشت تا نه دقیقه‌ای را پخش می‌کرد. خان‌بابا معتضدی، نخستین ایرانی بود که در داخل کشور به فیلمبرداری پرداخت. معتضدی که در سال‌های ۱۳۰۴ تا ۱۳۱۰ شمسی به این کار اشتغال داشت، فیلم‌های خبری صامت برمی‌داشت و معروف‌ترین آن‌ها به گفتهٔ خود او فیلمی به نام *مجلس مؤسسان* در ۱۳۰۵ است.

نکتهٔ حائز اهمیت این است که در زمانی که سینما در ایران بـه طـور کامـل شناخته شد، در اروپا بسـیاری از ملزومـات جـذابیت فـیلم، از قبیـل داسـتان و داستان‌پردازی به وجود آمده بود. بنابراین، پذیرش سینما در ایـران بـا پـذیرش داستان و قصه همراه بود. فیلم داستانی در ذهن علاقه‌منـدان و فیلمسـازانی کـه این هنر را در ایران گسترش دادند، امری محتوم و پذیرفته‌شده بود. ضمن آنکه سینما به شکل مرسوم آن، یعنی فیلم بلند جا افتاده بود و شـناخته مـی‌شـد. بـه همین دلیل مجال یا انگیزه‌ای برای تولید فیلم کوتـاه داسـتانی در ایـران وجـود نداشت. با این حال قبل از ساخته شدن نخستین فیلم بلند سینمایی در ایران بـه نام *آبی و رابی* که توسط اوانس اوهانیان در ۱۳۰۸ شمسی نوشته و کـارگردانی شد، یک فیلم کوتاه کمدی در ایران ساخته شده که نخستین فیلم کوتاه داستانی در ایران محسوب می‌شود.

سرآغاز فیلمبرداری در ایران را باید از آن خان‌بابا معتضـدی دانسـت کـه بـرای نخستین بار چند فیلم خبری تهیه کرد و بعداً هم یک فیلم کوتاه سه پرده‌ای کمـدی ساخت که در سینما تهران (که قبلاً میهن نـام داشـت و در میـدان حسـن‌آبـاد قـرار داشت) به نمایش درآمد.

در آن زمان، فیلم کوتاه، محلی از اعراب نداشت. حتی می‌توان گفت دیـدگاهی که در دیگر کشورها، کارگردان‌ها را وادار می‌کرد تا قبل از ساخت فـیلم بلنـد بـرای تجربهٔ سینما، داستان‌گـویی کوتـاه و فـیلم کوتـاه را تجربـه کننـد، در ایـران وجـود نداشت. چرا که نخستین کارگردانان ایرانی مستقیماً در تجربـه‌هـای اول، فـیلم‌هـای بلند می‌ساختند. اوهانیان پس از *آبی و رابی*، *حاجی آقا آکتور سینما* را ساخت. پـس از او ابراهیم مرادی، فیلم‌هـای بلنـد دیگـری سـاخت کـه بعضـی نیمـه‌کـاره مانـد. عبدالحسین سپنتا، با همکاری اردشیر ایرانی اولین فیلم ناطق ایرانی به نام *دختـر لـر* را ساخت. سپنتا سپس فیلم‌های بلند دیگری به نام‌های *فردوسی*، *شـیرین و فرهـاد*،

چشم‌های سیاه و بالاخره *لیلی و مجنون* را ساخت که همگی یک ویژگی خاص داشتند و آن، بهره‌برداری از ادبیات غنی ایران در خلق قصه و داستان نمایشی بود.

اما فیلمنامه‌نویسی برای فیلم کوتاه و گرایش به این گونهٔ سینمایی، به طور عمده در ایران در قالب دو جریان اصلی شکل گرفت:

۱. در فیلم‌هایی که از سوی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، تولید و عرضه شد.

۲. در جریانی که به نام سینمای آزاد در ایران شناخته می‌شود.

در هر دوی این جریان‌ها، سعی بر این بود که سینمایی برخلاف مسیر سینمای فیلم‌فارسی به وجود آید. سینمایی به دور از ابتذال و سودجویی در فضایی سالم‌تر و صادق‌تر. ضمن آنکه در هر دو جریان، فیلم‌های کوتاه بهتر می‌توانستند این خواسته را برآورده کنند. در عین حال، می‌توانستند محل تجربه‌های اول فیلمسازان نیز باشند.

فعالیت‌های سینمایی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از ۱۳۴۸ پا گرفت. مرکز سینمایی کانون در چند ماه فعالیت اولیهٔ خود، تهیهٔ ۳۵ فیلم ویژهٔ کودکان و نوجوانان را در زمینه‌های آموزشی و هنری به فیلمسازان سفارش داد و در همان حال کوشش و پیگیری برای برقراری ارتباط با یونسکو و دیگر مراکز فرهنگی و سینمایی دنیا را آغاز کرد.

بدبده نوشتهٔ محمدرضا اصلانی و به کارگردانی خود او جزو نخستین فیلمنامه‌های کوتاهی بود که ساخته شد. این فیلم ۲۹ دقیقه‌ای استعاره‌ای، ماجرای پسر کوچکی است که پرنده‌ای به نام بدبده دارد. پرنده با کلاغ‌های بیرون دچار درگیری‌های فراوانی است؛ به شکلی که در پایان، کلاغ‌ها این پرنده را به خون می‌کشند.

عمو سیلو به کارگردانی بهرام بیضایی فیلم کوتاهِ داستانی بعدی بود. او پیش‌تر

تجاربی را در عرصهٔ نمایش، تحقیق و نویسندگی در حوزهٔ نمایش از سر گذرانیده بود و این بار با نوشتن نخستین سناریوی کوتاه خود، سینما را تجربه می‌کرد.

بدین ترتیب، نخستین گام مرکز سینمایی کانون پرورش همراه با موفقیت بود. این مرکز، علاوه بر کارهای ثابت خود، بهره‌گیری از دیگر هنرمندان و متخصصان را نیز آغاز کرد و با درج آگهی در روزنامه‌ها، آنها را به همکاری فراخواند. در پی این دعوت، عده‌ای از هنرمندان و سینماگران با ذوق به مرکز سینمایی کانون روی آوردند و به صورت قراردادی در زمینهٔ فیلمنامه‌نویسی، فیلمبرداری، مونتاژ و کارگردانی فیلم شروع به کار کردند.

از تولیدات مهم داستانی در ۱۳۵۰ فیلم کوتاه *رهایی*، ساختهٔ ناصر تقوایی بود. ساختار فیلمنامهٔ این فیلم بر پایه و اساس ساختار مرسوم فیلمنامهٔ کوتاه بنا شده بود.

در میان آثار ۱۳۵۱، *زنگ تفریح*، ساختهٔ عباس کیارستمی و *سفر*، به کارگردانی بهرام بیضایی از فیلم‌های کوتاه مهم به حساب می‌آیند.

این روند با ساخته‌شدن فیلم‌های کوتاه داستانی در سال‌های بعد همچنان ادامه پیدا کرد. در ۱۳۵۳، فیلم *مسافر* کیارستمی که نخستین فیلم بلند اوست، شناخته‌شده‌تر است. اما فیلم کوتاه *انتظار* ساختهٔ امیر نادری جذابیت‌های موجود در فیلم کوتاه را همچنان امتداد بخشید. در ۱۳۵۴، مسعود کیمیایی، فیلمنامهٔ کوتاه *پسر شرقی* را نوشت و سپس آن را ساخت. در ۱۳۵۵ فیلم‌های *بهارک* ساختهٔ اسفندیار منفردزاده، *پرچین* به کارگردانی ارسلان ساسانی و *رنگ‌ها* ساختهٔ عباس کیارستمی، از فیلم‌های کوتاه داستانی کانون به شمار می‌آید.

در ۱۳۵۶، دو فیلم کوتاه *زنگ اول*، *زنگ دوم* ساختهٔ کیومرث پوراحمد و *سکه* به کارگردانی نعمت حقیقی تولید می‌شوند که اولی از فیلمنامه‌ای جذاب و آموزنده برخوردار است.

در همان سال‌های فعالیت کانون و حتی یکی دو سال قبل از آن، همپای

پیشرفت ابزار سینما، دوربین هشت میلی‌متری نیز به بازارهای جهانی راه یافته بود. قابلیت‌های این دوربین، پای بسیاری را به سینما باز کرد. این دوربین که ابتدا در مجالس عروسی و میهمانی‌ها از آن استفاده می‌شد، کمی بعد به مثابهٔ ساده‌ترین ابزار کار سینمایی و به منزلهٔ وسیله‌ای که سینما را سهل‌الوصول می‌کرد، از سوی عده‌ای از فیلمسازان به کار گرفته شد تا فیلم‌های شخصی خود را فارغ از هرگونه دغدغهٔ مالی، سیاسی یا اجتماعی بسازند.

فیلمسازان در ۱۳۴۸، در دفتر *مجلهٔ نگین* به این نتیجه می‌رسند که باید از یک تشکل برخوردار باشند؛ آنها نام این تشکل را سینمای آزاد گذاشتند. سینمای آزاد به سرعت به محلی برای جلب جوانان علاقه‌مند در شهرستان‌های اهواز، اراک، اردبیل، اصفهان، ارومیه، بندرعباس، تبریز، بوشهر و ... تبدیل می‌شود و به شکلی گسترش می‌یابد که وزارت فرهنگ و هنر آن زمان تصمیم می‌گیرد بر این جریان نظارت کند. این وزارتخانه، مرکزی را به نام سینمای جوان تأسیس می‌کند تا نظارت و حمایت از این سینما را بر عهده گیرد. این در حالی است که سینمای آزاد بسیاری از تجربه‌های مفید خود را انجام داده و فیلمسازان جدیدی را طی چند سال فعالیت به جامعهٔ هنری معرفی کرده و در عین حال تلاش می‌کند به جایی وابسته نباشد. بدین شکل سینمای تجربی گسترش می‌یابد.

پس از پیروزی انقلاب و با شرایط خاص موجود در جامعه، سینما نیز دستخوش تحول شد. از ۱۳۶۲ مجدداً سینمای جوان، با نام کامل انجمن سینمای جوانان ایران از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی احیا و راه‌اندازی شد و در بسیاری از شهرهای کشور به فعالیت پرداخت که فعالیت آن همچنان نیز ادامه دارد. انجمن سینمای جوان در طول سال‌ها فعالیت خود و با حضور مدیریت‌های مختلف، در مقاطع گوناگون رویکردهای متفاوتی را

اتخاذ کرده است؛ در مقاطعی با ایجاد فضای محدود و نظارت‌های سخت موجب بی‌رونقی و رکود این سینما بوده و در زمان‌هایی دیگر با حسن ظن و مدیریت‌های حساب شده، پویایی و رونق سینمای جوان را برای جوانان و علاقه‌مندان به ارمغان آورده است. به هر حال نکتهٔ مهم، این است که این مرکز، یگانه مرکز فعالی بوده که در سراسر ایران علاقه‌مندان به این رشته را گردهم می‌آورد. البته نباید فراموش کرد که پس از انقلاب و با راه‌اندازی مجدد کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان به مقولهٔ آموزش و تولید فیلم نیز توجه می‌شد. از ۱۳۵۸ تا ۱۳۶۵ و در اوج این فعالیت‌ها فیلم‌های کوتاه هشت میلی‌متری زیادی ساخته شد. در این میان و در طول دوره‌های مختلف، نهادهایی همچون مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی، دانشکده‌های سینمایی، حوزهٔ هنری سازمان تبلیغات اسلامی و مراکز دیگری نیز به ساخت فیلم کوتاه اقدام می‌کردند؛ اما انجمن سینمای جوانان ایران از همان ابتدا کار آموزش را هم در برنامهٔ خود قرار داد و سعی داشت پس از راه‌اندازی دوره‌های آموزشی با در اختیار قراردادن امکانات فیلمسازی هشت میلی‌متری، سینماگران را به سمت تولید هدایت کند. آموزش‌های اولیه شامل آموزش‌های عمومی سینمایی و رشته‌های تخصصی آن بود که این روند در سال‌های بعد تبدیل به آموزش‌های تخصصی در زمینه‌های مقولهٔ فیلم کوتاه شد. فیلمنامه‌های اولیه در فیلم‌های هشت میلی‌متری در دو دستهٔ عمده جای می‌گرفتند؛ نخست فیلمنامه‌هایی بودند که همچنان متأثر از فضای روشنفکری، نمادگرایانه و استعاری سینمای آزاد، از مضامین خاص از قبیل تنهایی، ناتوانی در برقراری رابطه، بدبینی، یأس و نگاه‌های فلسفی به جهان برخوردار بودند. گروه دوم، فیلمنامه‌هایی را شامل می‌شدند که به مضامین اجتماعی توجه می‌کردند. مهم‌ترین این فیلمنامه‌ها به فقر و تضاد بین طبقات اجتماعی می‌پرداخت.

فیلمنامه‌های دسته دوم به قصه و روایت توجه بیشتری نشان می‌دادند و سعی داشتند با استفاده از قصه، مخاطب را تحت تاثیر قرار دهند.

با توجه به نظارت‌های دولتی و تمایل موجود برای هدایت فیلمنامه و مضامین، برنامه‌ریزی‌هایی انجام می‌شد که همواره به دلیل ذات کنترل‌ناپذیر فیلم کوتاه و بی‌میلی فیلمسازان به انجام کارهای سفارشی کمتر به نتیجه می‌رسید. در این میان به دلیل علاقه و تمایل فیلمسازان، یکی از نقاط توجه انجمن که مقولهٔ فرهنگ بومی و منطقه‌ای بود به فقر و محرومیت در مناطق مختلف معطوف می‌شد. از این نوع فیلم‌ها، همزمان با موفقیت فیلم‌های بلند ایرانی به طرز شگفت‌انگیزی در جشنواره‌های خارجی استقبال می‌شد و این امر باعث ایجاد انگیزهٔ بیشتر بین فیلمسازان برای ساختن چنین آثاری بود. در طول این روند، شاهد منسوخ شدن فیلم هشت میلی‌متری در ایران و جهان بودیم که موجی از نگرانی و دلتنگی را در بین فیلمسازان کوتاه به وجود آورد. در همین حال و احوال و در جریان جایگزینی ویدئو به جای نگاتیو که موجی از مخالفت را در بین جوانان به راه انداخته بود، فیلمنامه‌های بسیاری با مضمون فیلم کوتاه هشت میلی‌متری، خداحافظی با آن و نوستالژی موجود در این زمینه، نوشته و ساخته شد. بیشتر فیلمسازان دوره‌های اول انجمن از قبیل ساعد نیک‌ذات، مهدی بمانی، مهرداد اسکویی، بیژن میرباقری، وحید موساییان، مسعود امینی، امیرشهاب رضویان و بسیاری فیلمسازان دیگر به غیر از مضامین مشترک و جریان‌های رایج، فیلم‌های خاص خود را با نگاتیو ساخته بودند و خود را به عنوان سینماگرانی شاخص معرفی کرده بودند.

ورود ویدئو و سهل‌الوصول بودن امکانات آن، از بین رفتن محدودیت‌های ناشی از کمبود نگاتیو، زمان طولانی چاپ، مراحل سخت ظهور و تدوین و تک‌نسخه‌ای بودن فیلم هشت میلی‌متری و بسیاری مسائل دیگر، باعث آسان‌تر

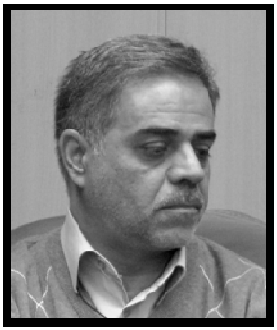
شدن ساخت فیلم به وسیلهٔ ویدئو و هجوم خیل عظیمی از جوانان بود که آمار تولید فیلم کوتاه را در کشور به شدت افزایش داد و البته از کیفیت و عناصر خلاقهٔ این فیلم‌ها کاست. هر چند در طول دههٔ هفتاد به دلیل آنکه بسیاری از فیلمسازانی که از سینمای هشت میلی‌متری وارد عرصهٔ ویدئو شده بودند، تجربهٔ کافی داشتند، همچنان به فعالیت ادامه دادند. همچنین به دلیل سیاست‌های مدیریت تولید وقت سینمای جوان در نیمهٔ دوم دههٔ ۷۰، فیلم‌های کوتاه ایرانی همچنان با موفقیت و رشد به مسیر خود ادامه می‌دادند. با این همه از همان دوران، مقولهٔ آموزش کمی به انزوا رفت؛ اما چند سال بعد از آنکه این امر مجدداً جدی گرفته شد، اهمیت استقلال آموزش رشته‌های تخصصی فیلم کوتاه از قبیل فیلمنامه‌نویسی، امری بدیهی شمرده شد. جریان ایجاد شده که صرفاً بر کمیت، معرفی و شناساندن فیلم کوتاه و ایجاد مباحث نظری در این زمینه تأکید داشت، پس از چند سال فروکش کرد؛ اما تأثیرات همان چند سال بر جریان فیلم کوتاه، همچنان دیده می‌شد. از فیلم‌های خوبی که در این میان ساخته شدند، می‌توان به *بیگانه و بومی* (علی‌محمد قاسمی)، *دایره* (محمد شیروانی)، *دست‌های سنگی* (محسن امیریوسفی)، *من و عروسکم* (پریوش نظریه) و *خانهٔ مادرم مرداب* (مهرداد اسکویی) اشاره کرد.

به هر حال، روند نگارش فیلمنامه‌های کوتاه پس از موفقیت‌های فیلم کوتاه ایرانی در جشنواره‌های خارجی با محوریت فرهنگ بومی و فقر، همچنان تا اواخر دههٔ ۷۰ ادامه داشت. در این زمان ورود ویدئو و ارزان شدن آن و همگانی شدن دوربین‌ها و افزایش چشمگیر فیلمسازان فیلم کوتاه، کم‌کم باعث شکل‌گیری سینمای زیرزمینی بین جوانان شد. فیلمنامه‌های *طوفان سنجاقک* و *محدودهٔ دایره* نوشتهٔ شهرام مکری برندهٔ سه سیمرغ بلورین در بخش‌های داخلی و بین‌المللی جشنوارهٔ فیلم فجر شد.

اما عمدهٔ فیلمسازان کوتاه زیرزمینی که مانند گروه نخست، مخالف فیلم‌هایی با مضامین فقر و محرومیت و به اصطلاح گداگرافی و جشنواره‌ای بودند، تحت تاثیر شرایط اجتماعی به سمت فیلم‌هایی با محوریت عشق‌های زمینی، دختران فراری، اعتیاد، ایدز یا فیلم‌هایی که در فضای کافی شاپ می‌گذشت یا به اصطلاح فیلم‌های «کافی‌شاپی» رفتند[۱].

۱. برای مطالعهٔ بیشتر درباره پیشینهٔ فیلم کوتاه در جهان و ایران، ر. ک. به کتاب *رباعی سینما* تالیف آرش رصافی(۱۳۸۶) از انتشارات بنیاد سینمایی فارابی؛ به منظور ارائهٔ پیشینه‌ای دقیق به خوانندگان، برخی مباحث ارائه‌شده از جانب آقای رضویان با مباحث این کتاب تلفیق شده‌اند.

۲. آسیب‌شناسی سینمای جوان



ناصر باکیده[۱]

جریان خودجوشی که پیش از انقلاب اسلامی در عرصهٔ سینما و فیلم کوتاه از سوی طیفی از جوانان روشنفکر کشور شکل گرفته بود، سینمای آزاد نام داشت. از همان ابتدا این سینما تحت حمایت مالی و همچنین سیاستگذاری فرهنگی رادیو و تلویزیون قرار گرفت؛ اما این روند گاه از سوی فیلمسازانی مانند مرحوم بهنام جعفری شدیداً با مخالفت روبه‌رو می‌شد. این فیلمسازان که در عرصهٔ فیلم کوتاه فعالیت می‌کردند، به دلیل آنکه عمدتاً از طیف روشنفکران

---

۱. مدیرعامل پیشین انجمن سینمای جوانان ایران

جامعه بودند، به شدت با سینمای آن روز یعنی سینمای فیلم‌فارسی مخالفت می‌کردند. همگام با این مخالفت‌ها، وزارت فرهنگ و هنر نیز فرایند راه‌اندازی سینمای آزاد را تسهیل کرد؛ به این نحو که با دعوت از فیلمسازان درباری، تلاش کرد فیلم‌های تخت‌جمشیدی ساخته شود. گرچه رویکرد این دو طیف یعنی فیلمسازان فیلم کوتاه و وزارت فرهنگ و هنر، دو رویکرد متفاوت و مخالف بود؛ اما تلاش هر دو در شکل‌گیری سینمای آزاد در خور اعتناست.

فیلم کوتاه که در جریانی خودجوش متولد شد و در جریانی متلاطم ادامهٔ حیات داد، کم‌کم جایگاه خود را پیدا کرد. همان‌گونه که گفته شد، فیلمسازان حوزهٔ سینمای کوتاه که در شکل‌گیری آن نقشی اساسی داشتند، صاحب نگرش نو و خلاقانه‌ای بودند که بعد از انقلاب نیز فعالیت خود را به طور جدی در این عرصه ادامه دادند. فیلم *تنورهٔ دیو* ساختهٔ کیانوش عیاری از نخستین تولیداتی است که بعد از انقلاب در جشنوارهٔ فیلم فجر مطرح شد. این فیلم که با بودجهٔ شخصی و همیاری جمعی ساخته شده بود، ادامهٔ همان جنبش خلاقانه‌ای بود که در عرصهٔ فیلم کوتاه قبل از انقلاب شکل گرفته بود.

«مرکز گسترش سینمای مستند» و «مرکز آموزش فیلمسازی» مراکزی بودند که پس از انقلاب و به منظور آموزش فیلمسازی و تربیت فیلمسازان جوان تأسیس شدند تا فیلم کوتاه بتواند به طور جدی‌تری به حیات خود ادامه دهد. چون سینمای امروز ما متأثر از سینمای کوتاه ماست، توجه به مقولهٔ آموزش در عرصهٔ فیلم کوتاه بسیار ضروری است. دوام و بقای سینمای کوتاه نیازمند آموزش صحیح و اصولی آن و همچنین حمایت همه‌جانبهٔ دولت است.

اینکه هنوز نه مسئولان و نه فیلمسازان ما نمی‌توانند تعریفی حرفه‌ای برای سینمای کوتاه ارائه دهند، معضلی جدی است. سینمای حرفه‌ای، سینمایی است که جدی گرفته می‌شود چون پخش جهانی دارد. بنابراین در این سینما، فیلم

کوتاه و بلند نباید از نظر تولید با یکدیگر متفاوت باشند. چون بنا بر آن است تا با بودجه و مناسبات غیرحرفه‌ای فیلم کوتاه بسازیم، بدیهی پنداشته می‌شود که فیلمنامه هم به شیوهٔ غیرحرفه‌ای آماده شود. در حالی که بدیهی است همان فرآیندی که برای فیلمنامه فیلم بلند طی می‌شود، باید برای فیلم کوتاه هم سپری شود. اینجاست که مقولهٔ آموزش اهمیت می‌یابد. بر این اساس می‌توان به اهمیت و استقلال فیلمنامه‌نویسی برای فیلم کوتاه به منظور ادامهٔ حیات در برابر فیلم بلند پی برد. ضرورت چنین استقلالی برای این حیطه را در خیلی از نمونه‌ها می‌توان شاهد بود؛ تماشاگرِ خو کرده به فیلم‌های بلند داستانی، فیلم کوتاه داستانی را با ناباوری و کنجکاوی می‌نگرد. شاید به همین دلیل باشد که ساختاری موجز و بدون شرح و بسط‌های همیشگی، نوعی لذت خاص در مدت زمانی بسیار کوتاه برای او ایجاد می‌کند.

فرانسوا تروفو آرزوی زمانی را داشت که هر کسی دوربینی داشته باشد و فیلم‌های دلخواه خود را بسازد. آرزویی که چیزی جز غایت تبدیل شدن سینما به مثابهٔ «وسیلهٔ بیانی» شخصی نیست و امروزه هر کس می‌تواند به جای آلبوم عکس، آرشیو فیلم‌های خانگی‌اش را به میهمانان نشان دهد. به این ترتیب، تحقق آرزوی تروفو حتی از مرحلهٔ تولید انبوه مصرفی هم گذشته است. به این اعتبار، فیلم کوتاه ضرورتی دموکراتیک دارد و مرهون دستاوردهای فناورانه است.

در نگاه کلان و در ذهن بسیاری از کسانی که با حوزهٔ سینمای کوتاه آشنا نیستند، این تصور وجود دارد که فیلم کوتاه فرزند کوچک سینماست، حال آنکه چنین نیست؛ سینمای کوتاه، سینمای متفکر، گویا و خلاق است. فیلم کوتاه در خود قابلیت‌های ویژه‌ای دارد؛ قابلیت بروز و کشف پدیدارهای جدید، تأثیرات زیبایی‌شناسانهٔ تجربه نشده و بسیاری نکات دیگر در مواجه با تماشاگر و چه بسا فیلم کوتاه، برادر کوچک خلاق‌تر و مبتکرتر فیلم بلند و

جریان اصلی سینماست که تخیل نیرومندتر و ذهن بی‌پرواتری دارد.

در فیلم کوتاه، تماشاگر نه تنها تحت تاثیر مضامین بغرنج و حساس این نوع فیلم، بلکه همچنین کوتاه بودنش قرار می‌گیرد و اینکه چگونه فشردگی زمان سینمایی، گسترهٔ زمان واقعی را تحت نظمی استادانه و متعالی قرار می‌دهد و این می‌تواند مایهٔ شعف و وجد هر سینمادوست راستینی باشد.

اساس این سینما، فیلمنامهٔ آن است. مقولهٔ فیلمنامه‌نویسی برای فیلم کوتاه همواره با چالش‌هایی همراه بوده است. جریان‌های متفاوت تاریخی که بر روند فیلمسازی کوتاه نیز تأثیر داشته‌اند و ضرورت‌ها و کارکردهای این سینما، این تصور را قوت بخشیده بود که فیلم کوتاه نیازی به فیلمنامه ندارد و به دلیل وجوه تجربی و خلاقانهٔ موجود در این وادی، نیازی به داشتن چارچوب روایی از پیش نگاشته شده نیست و کارگردان فیلم کوتاه به مثابهٔ مؤلف، بهتر است همهٔ کارهای فیلم را خود به تنهایی انجام دهد تا ماهیت این سینما شکل خود را بیابد.

در سال‌های اخیر این شیوه رایج شده که در عرصهٔ فیلم کوتاه، کارگردان، فیلمنامه‌نویس، تدوین‌گر و حتی فیلمبردار و تهیه‌کننده یک نفر باشد. این مسئله از یک جهت، حائز اهمیت است؛ اینکه یک نفر بر تمام عناصر خلاقهٔ کارش، کنترل و نظارت کامل دارد؛ اما از جهاتی هم نواقصی دارد. طبیعی است که یک نفر در عرصه‌های مختلف کاری، دارای مهارت و نبوغ یکسانی نیست؛ چرا که هر یک از عرصه‌های فیلمسازی همچون فیلمنامه‌نویسی، کارگردانی و فیلمبرداری، عرصه‌های تخصصی و دشواری هستند که شخص با سال‌ها دانش و تجربه‌اندوزی می‌تواند در هر یک به موفقیت برسد.

پس اگر قرار است به صورت حرفه‌ای به این سینما نگاه شود، فرایند تولید در این نوع سینما باید حرفه‌ای باشد و این به دست نمی‌آید مگر در سایهٔ آموزش و پرورش افراد متخصص و متعهد در این عرصه. متأسفانه امروزه،

سینمای کوتاه در کشور از ضعف آموزش رنج می‌برد و نقش دانشگاه‌های سینمایی در این عرصه بسیار بسیار کمرنگ است. به‌جرأت می‌توان گفت که آموزش سینمای ما نه مدون است و نه مبتنی بر بن‌مایه‌های تجربی. جدایی آموزش‌های دانشگاهی از تجارب عملی، معضلی است که جامعهٔ فیلمسازان این عرصه را تهدید می‌کند. مسئلهٔ عرضه در فیلم کوتاه، مقولهٔ دیگری است که نیازمند آسیب‌شناسی جدی است. وجود تنها یک جشنوارهٔ فیلم کوتاه در طول سال برای حضور فیلمسازان بسیار، کافی نیست. این در شرایطی است که تولید فیلم کوتاه در کشور ما به ۴هزار فیلم در سال رسیده است. طبیعتاً این محدویت عرضه در سطح داخلی و خارجی، این صنعت را با مشکلات اقتصادی و همچنین فرهنگی بسیار مواجه کرده و خواهد کرد.

خلاصه آنکه سینمای کوتاه ایران به رغم همه توانمندی‌هایش با آسیب‌های جدی در حوزه‌های آموزش، تولید و عرضه روبه‌رو است. رفع این آسیب‌ها منوط به نگاه دلسوزانهٔ هنرمندان این عرصه، دست‌یابی به نظریه‌ای کلان ناظر بر سینمای ایران، پیوند آموزش و دستاوردهای عملی، همچنین بهره‌مندی از تجارب غنی پیشکسوتان و از همه مهم‌تر حمایت دولت است.

پرسش و پاسخ

- آقای باکیده، شما چه راهکارهایی برای رفع آسیب‌های ذکرشده پیشنهاد می‌کنید؟ آیا باید به سمت جشنواره‌های منطقه‌ای رفت؟ یا به سمت راه‌اندازی سینماهایی به منظور عرضه و اکران فیلم کوتاه؟ مانند ساختن سینماهای کوچک در استان‌ها.

- من فکر می‌کنم که ما اول باید تعریف کنیم که این جریان اگر همین‌طور ادامه داشته باشد مثلاً ۱۰ سال دیگر چه می‌شود و چه

اتفاقی می‌افتد. چون در کشورمان هر گونه برنامه‌ریزی در عرصهٔ اقتصادی و تخصیص بودجه در هر حوزه، مرتبط با سیستم دولتی است، پس لازم است تأمین بودجه در این عرصه از سوی دولت به طور دقیق و شفاف صورت بگیرد. شاید نیاز این امر، قبل از انقلاب احساس نمی‌شد و دولت از فیلم کوتاه حمایت مالی نمی‌کرد؛ ولی امروزه این نیاز کاملاً احساس می‌شود. همچنین می‌توان در عرصهٔ آموزش، از وزارت آموزش و پرورش یا دیگر مراکز آموزشی کمک گرفت. آموزش در این زمینه نیز می‌تواند مانند فیلمبرداری و عکاسی از طریق آموزش و پرورش صورت پذیرد یا فیلم‌های کوتاه در مدارس امکان عرضه بیابند و می‌توان از فضای مدارس برای دایر کردن پاتوق‌های هنری استفاده کرد. سازمان صدا و سیما نیز در زمینهٔ اکران فیلم باید کمک کند. شبکهٔ مستند که به تازگی راه‌اندازی شده است، همان‌طور که برنامه‌های مستند تولید بی بی سی را پخش می‌کند، می‌تواند به عرضهٔ فیلم کوتاه داخلی کمک کند و مستندهای داخلی را نمایش دهد. سینماها نیز می‌توانند بستر مناسبی برای عرضهٔ فیلم کوتاه باشند. همچنین نقش کلوپ‌ها و پاتوق‌های هنری در این عرصه بسیار مهم است. نکتهٔ دیگر این که فیلم کوتاه نباید به منزلهٔ فرزند کوچک سینما در نظر گرفته شود و مقوله‌ای جزئی در این عرصه به شمار رود. جزء پنداشتن سینمای کوتاه، تمام حوزه‌های مرتبط با آن را از تخصیص بودجه گرفته تا مقولهٔ آموزش و عرضه و تولید را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. دیگر آنکه خود هنرمندانی که متولیان اصلی سینمای کوتاه هستند نیز باید به طور جدی فعالیت

هنری خود را در این عرصه دنبال کنند و مسائل این حوزه را به درستی تبیین و تحلیل نمایند و برای تحقق اهداف آن با یک برنامه‌ریزی مدون تلاش کنند. همچنین دولت باید مکلف باشد در این حوزه برنامه‌ریزی کلان داشته باشد و چتر حمایت خود را بر آن بگستراند. البته اتفاق خوبی که به تازگی در حوزهٔ فیلم کوتاه افتاده، تشکیل انجمن صنفی فیلم کوتاه در دل خانهٔ سینماست؛ تشکلی که اعضای سینمای جوان، خود آقای رضویان و دوستان دیگرشان آنجا شکل داده‌اند و یک هستهٔ صنفی به وجود آورده‌اند. من امیدوارم این هسته روزبه روز دامنهٔ کارش، قدرت برنامه‌ریزی و اجرایش بیشتر و بیشتر شود.

- آقای باکیده، تأثیر جشنوارهٔ فیلم کوتاه تهران را تاکنون چگونه ارزیابی می‌کنید؟ همچنین نظر شما دربارهٔ حذف فیلم کوتاه از جشنوارهٔ فیلم فجر چیست؟

• به نظر می‌رسد جشنوارهٔ فیلم تهران، جشنوارهٔ خوبی است و محلی است برای حضور فیلم کوتاه که بهترین‌ها بتوانند در آن مطرح شوند و با یکدیگر رقابت کنند و به این طریق شناخته شوند. معضلی که همهٔ جشنواره‌های سینمای کشور از جمله جشنوارهٔ فیلم کوتاه دارند، این است که به جریان تولید دامن نمی‌زنند. اگر جشنواره‌ها حمایت از تولید فیلم بعدی هنرمند را جزو رئوس وظایف خود قرار دهند، هنرمند به حال خود رها نمی‌شود و امکان رشد و فعالیت دوباره می‌یابد. با حذف فیلم کوتاه از جشنوارهٔ فیلم فجر، موافقم؛ چرا که در این جشنواره، فضایی که به لحاظ اعتبارات مالی، زمانی و نوع اجرا به فیلم کوتاه

اختصاص می‌یافت، بسیار محدود و گاه غیرحرفه‌ای بود و این به شاکلهٔ فیلم کوتاه آسیب می‌رساند و از ارزش آن می‌کاست. فیلم کوتاه، نیازمند جشنواره‌ای تخصصی، حرفه‌ای و مدون است. به تعبیر درست‌تر، برنامه‌ریزی در این حوزه نیازمند نظریهٔ کلان و جدیت است.

- آقای رضویان شما چه راهکارهایی به منظور رفع آسیب‌های عرصهٔ فیلم کوتاه پیشنهاد می‌کنید؟

• نخست مقولهٔ آموزش در سینمای جوان باید جدی گرفته شود؛ چرا که در شهرستان‌ها بهترین فضا برای آموزش سینمای کوتاه و هدایت جوان‌ها به سمت فعالیت‌های فرهنگی، سینمای جوان است. این فعالیت را می‌توان در فرهنگسراها نیز دنبال کرد؛ چرا که ظرفیت این امر وجود دارد. امروزه در فرهنگسراها نمایشگاه‌های عکس، کنسرت‌های موسیقی، شب شعرها و کلاس‌های آموزشی در زمینه‌های مختلف هنری برگزار می‌شود. پس می‌توان امکان آموزش، تولید و اکران فیلم کوتاه را نیز در آنها فراهم کرد. از سوی دیگر، جشنواره‌های منطقه‌ای از دیگر فعالیت‌های خوبی بود که در دههٔ ۶۰ و اوایل دههٔ ۷۰ در عرصهٔ فیلم کوتاه اتفاق افتاد. در این جشنواره‌ها فیلمسازان فیلم کوتاه در شهرستان‌ها این امکان را می‌یافتند تا آثار خود را عرضه کنند و فیلم‌های دیگر را نیز ببینند. برگزاری جشنوارهٔ فیلم کوتاه در کشورهای فارسی‌زبان نیز می‌تواند مفید باشد. در این جشنواره علاوه بر آنکه فیلم‌های کوتاه، امکان حضور می‌یابند و به لحاظ فرهنگی و همچنین اقتصادی حاصل مفیدی خواهند داشت؛ مردم

کشورهای فارسی زبان با آیین، رسوم و فرهنگ یکدیگر آشنا می‌شوند. دیگر آنکه تلویزیون به منزلهٔ رسانهٔ ملی، هرگاه فیلم کوتاه نمایش داده و برنامه‌ای در خصوص فیلم کوتاه داشته است، نتیجه‌بخش بوده و ما شاهد جهش در عرصهٔ تولید فیلم کوتاه بوده‌ایم. برنامهٔ تلویزیونی *سینمای دیگر* شاهد مثال این موضوع است. همچنین پخش فیلم کوتاه پیش از فیلم‌های سینمایی، یکی از مسیرهایی است که در جهان تعریف شده؛ یعنی در خیلی از کشورها (مشخصاً در آلمان) آژانس‌های فیلم کوتاه در تعاملی با سینمای کشور، امکان نمایش فیلم کوتاه را پیش از نمایش فیلم بلند به دست آورده‌اند. از این طریق بخشی از بودجهٔ سینمای کشور، صرف خرید فیلم‌های کوتاه فیلمسازان می‌شود که این، خود به شکل‌گیری چرخهٔ مالی در آن کشورها منجر شده است.

فصل چهارم

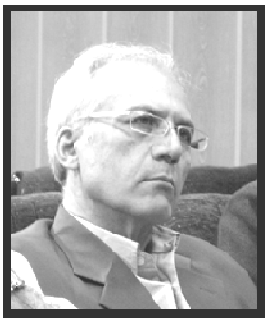
بررسی مسائل و چشم‌انداز
سینمای کودک و نوجوان

مقدمه

همواره در محافل گوناگون فرهنگی، صحبت از این است که آینده‌سازان جامعه، کودکان و نوجوانان هستند. این کودکان هستند که بعدها رشد یافته، هر یک در جامعه، در جایگاه و مسئولیت خاصی قرار می‌گیرند. در مورد سینمای کودکان و نوجوان نیز، اغلب چنین دیدگاهی وجود دارد؛ اما بسیاری از افراد در قبال این موضوع، حساسیتی نداشته، آن را جدی نمی‌گیرند.

در حال حاضر، سینمای ایران، با مسائل فراوانی روبه‌رو است و این مسائل در خصوص سینمای کودک و نوجوان، بار مضاعفی دارد. بارها دیده‌ایم که یک انیمیشن یا بازی خارجی، در ایران با استقبال فراوانی روبه‌رو شده و پس از بروز این گونه پدیده‌های فرهنگی، صاحب‌نظران این آرزو را مطرح می‌کنند که چه خوب بود ما هم سینمای کودک و نوجوان خوبی داشتیم تا کودکان ما به جای فیلم‌های خارجی، فیلم‌های ایرانی تماشا می‌کردند. به هر حال، این مسئله، توجه و عزم راسخی می‌طلبد و باید با جدیت آن را دنبال کرد. سمینار چشم‌انداز سینمای کودک و نوجوان، تلاشی است که به منظور بررسی مسائل و مشکلات سینمای ایران در حوزهٔ کودک و نوجوان طراحی و در ششم مهرماه ۱۳۸۹ برگزار شد. در ادامه، چکیدهٔ مباحث آن ارائه شده است.

۱ . فیلم کودک



داریوش نوروزی[۱]

پیش از پرداختن به موضوع فیلم کودک یا سینمای کودک، ذکر این نکته ضروری است که اصطلاح فیلم و سینما، معادل یکدیگر نیستند و تفاوت دارند. وقتی صحبت از سینما می‌شود، منظور، صنعت سینما، اعم از فرآیند تولید فیلم و نیز مجموعه عواملی است که در آن دخیل هستند؛ از جمله این عوامل می‌توان به فیلمنامه‌نویس، کارگردان و نیز نمایش فیلم، سالن سینما، مطبوعات سینما، منتقدان سینما و گردش سرمایه در این صنعت اشاره کرد. اما هنگامی که از فیلم

۱.نویسنده و پژوهشگر سینما

سخن می‌گوییم، منظور دقیقاً آن چیزی است که به نمایش درمی‌آید و در فیلم کودک، مخاطب این نمایش، کودکان هستند. اگر بخواهیم کمی این تقسیم‌بندی را جزئی‌تر کنیم، می‌توان گفت فیلمی که در تلویزیون پخش می‌شود با آنچه در سینما به نمایش درمی‌آید، متفاوت است؛ زیرا از دو رسانهٔ مختلف پخش می‌شود و نوع عکس‌العمل مخاطب نیز در مقابل آنها یکسان نیست.

هنگامی که فیلمی در سینما پخش می‌شود، مخاطب، در اینجا کودک یا نوجوان، باید از قبل تصمیم به دیدن این فیلم بگیرد، بلیط بخرد و ساعاتی را به تماشای فیلم بنشیند. مسلماً برای چنین کاری، جذابیت‌های بسیاری لازم است، در حالی که آنچه به عنوان فیلم از تلویزیون پخش می‌شود، هیچ‌کدام از این مشخصه‌ها را ندارد. یک کودک ممکن است حین نوشتن مشق یا انجام دادن کار دیگری، فیلمی را که از تلویزیون پخش می‌شود، نگاه کند؛ اگر برایش جذاب باشد، ادامهٔ آن را تماشا می‌کند وگرنه، به کار دیگری مشغول می‌شود. پس، این دو مقوله با یکدیگر متفاوت هستند.

مشخصه‌هایی که برای فیلم کودک ذکر می‌شود، بیشتر مربوط به مسائل روانشناختی سینما یا روانشناسی فیلم کودک است؛ در حالی که به این مسئله مهم که این فیلم در سالن سینما به نمایش درمی‌آید یا از تلویزیون پخش می‌شود، توجهی نمی‌شود. پیش از انقلاب اساساً به فیلم کودک توجه چندانی نمی‌شد؛ نه سینمای تجاری و روشنفکری به این مسئله توجهی داشت و نه تلویزیون به آن اهمیت می‌داد. تنها با تشکیل کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان بود که توجه به این مقوله، اندکی بیشتر شد. در مجموع، می‌توان گفت در سینمای تجاری پیش از انقلاب، فیلم کودک تولید نمی‌شد. چند فیلم ساخته شده نیز بسیار اندک بودند و مشخصه‌های کامل فیلم کودک را نداشتند. فیلم کودک، ویژگی‌های خاص خود را دارد؛ برای مثال، به منظور نمایش فیلم کودک،

باید سالن اختصاصی برای آن در نظر گرفت که با مشخصات کودک همخوانی داشته باشد و چنین سالن‌هایی پیش از انقلاب در کشور ما وجود نداشت. بنابراین، انتظار نمی‌رفت که این صنعت به عنوان بخشی از صنعت کلی سینمای ما، رواج پیدا کند و مخاطبان خاص خود را جذب کند. در مجموع، توجه به مسائل و مبانی فرهنگی، روانشناختی و جامعه‌شناختی، پیش از انقلاب بسیار اندک بود و طبیعتاً انتظاری نبود که سینمای کودک نیز مراحل ترقی را به سرعت طی کند و به کمال برسد.

از این مقدمات، می‌توان نتیجه گرفت که حضور جدی سینما و فیلم کودک در جامعه، نتیجه این نگاه است که جامعه، کودکان را قشر مهمی می‌داند که توجه به آنها، ضروری است. باید برای این قشر، کتاب، مطبوعات، فیلم و ... داشته باشیم و تا هنگامی که چنین باوری در جامعه وجود نداشته باشد، تحولی رخ نمی‌دهد.

پس از انقلاب، توجه به مخاطب کودک، بیشتر شد و گونه دیگری از فیلم کودک رواج یافت که هیچ تناسبی با سینمای کانون پرورش فکری قبل از انقلاب نداشت. حدود ۴۵ درصد از جمعیت کشور ما را جوانان تشکیل می‌دادند و این سیل عظیم، مخاطبان بالقوه‌ای بودند که می‌توانستند مورد خطاب قرار گیرند. البته باز هم این توجه کافی نبوده است. به تبع دیگر جریان‌های فرهنگی این عرصه از قبیل مطبوعات و کتاب به سینمای کودک، اهمیت کافی داده نمی‌شود. البته، در یک برههٔ تاریخی پس از انقلاب، ناگهان نگاه‌ها متوجه کودکان شد. در اوایل دههٔ ۶۰، مجلهٔ کیهان بچه‌ها با شمارگان حدود ۳۲۰ هزار برای کودکان و نوجوانان منتشر می‌شد که شمارگان خود روزنامهٔ کیهان نیز در همین حدود بود. در همان سال‌ها، تعداد زیادی فیلم کودک، تولید و سالن‌های مخصوص برای کودکان ساخته شد؛ اما در مجموع، این توجه سیر فزاینده نداشته است.

برای ارتقای وضع کنونی، اولین قدم، شناخت معنای درست کودک است. همهٔ ما روزی کودک بوده‌ایم و فکر می‌کنیم که می‌توانیم تعریف درستی از کودک ارائه دهیم؛ اما حقیقت، چیز دیگری است. والدین انتظار دارند که کودکانشان سخن آنها را بدون چون و چرا بپذیرند و تابع محض آنها باشند. شاید از نظر مردم، کودک، انسانی است که جثهٔ کوچک‌تر و پذیرش بیشتر دارد. بسیاری نیز کودک را لوح سفید بی‌اندیشه‌ای تصور می‌کنند که آنچه را به او بگویند، ضبط می‌کند و اندیشه و اراده‌ای از خود ندارد. بر مبنای همین تفکر، عده‌ای معتقدند که کودکان آنچه را در پرده سینما می‌بینند، عیناً تقلید می‌کنند.

تصویری که ما از کودک ارائه می‌دهیم، تصویر سطح پایین و ابلهانه‌ای از موجودی در حال رشد و تجربه کردن است. در نظریه‌های مربوط به کودک، از این نکته غافل بوده‌ایم که کودک، بی‌اراده و فاقد هوش نیست؛ او هوش و ذکاوت دارد و تفاوت بین دنیای مجازی سینما و دنیای واقعی پیرامون خویش را درک می‌کند و این‌گونه نیست که آنچه را در پردهٔ سینما می‌بیند، عیناً تکرار کند. نکتهٔ دیگری که در این زمینه باید به آن توجه کرد، این است که آیا این کودک در جامعه با اتفاقاتی شبیه آنچه در پردهٔ سینما به نمایش درمی‌آید، مواجه نیست و نمونهٔ آن اتفاقات را هر روز در جامعه نمی‌بیند؟

نکتهٔ سوم این است که کودک برای انجام کارهایش به تشویق، پاداش و گاهی نیز تنبیه و ممانعت نیاز دارد. اگر کودکان را به انجام آنچه در پردهٔ سینما دیده‌اند، تشویق کنیم، آن کارها را انجام می‌دهند و اگر آنها را منع کنیم، از انجام آن کارها خودداری می‌کنند.

نکتهٔ آخر که بسیار مهم است، پیش‌زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه است. تصور ما این است که کودک، موجودی بی‌اراده و بی‌اندیشه است که از پیش نیز چیزی نیاموخته و تنها از سینما تأثیر می‌پذیرد. نتیجهٔ این تفکر، این است که ما

همیشه به یک فیلم با این دید نگاه می‌کنیم که چه چیزی برای کودک مناسب است و چه چیزی مناسب نیست، یا اینکه چه مواردی امکان دارد کودکان ما را به انحراف و فساد بکشاند. در واقع، نوع برخورد ما با سینمای کودک، از تعریف ما از کودک و نگرشی که به او داریم ناشی می‌شود. گویا فراموش می‌کنیم که این ما هستیم که پیش از دیدن یک فیلم، در تربیت کودکمان اثر داریم. خانواده، مدرسه، جامعه و تمام اجزای آن، همه و همه بارها کودک را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند و باید متوجه این نکته باشیم که تنها چیزی که کودک از بزرگ‌ترها کمتر دارد، تجربه است. او انسان هوشمندی است که به خوبی می‌فهمد و درک می‌کند. تنها تفاوت او با ما این است که پلیدی‌ها و پیچیدگی‌های رفتاری ما در جامعه را هنوز تجربه نکرده و به همین دلیل، با ما رفتار صادقانه‌ای دارد، چیزی که ما گاهی در مقابل او نداریم؛ فکر می‌کنیم برای اصلاح و تربیت او می‌توانیم دروغ بگوییم، پنهان‌کاری کنیم و او را همان‌گونه که فکر می‌کنیم، پرورش دهیم. سال‌ها بعد، او متوجه این دروغ‌ها و پنهان‌کاری‌ها خواهد شد و همین کارها، مبنای فکری او را شکل خواهد داد. در نتیجه، او نیز به خود اجازه می‌دهد که در رابطه با فرزندانش این کار را تکرار کند. باید افرادی که برای کودکان فیلم می‌سازند، داستان می‌نویسند و کار فرهنگی می‌کنند، تلاش کنند که با آنها صادقانه رفتار کنند و دروغ نگویند.

در خصوص سینمای کودک، مسائل و محدودیت‌هایی وجود دارد. اولین محدودیت، این است که به اعتقاد برخی افراد، در این سینما نمی‌توان از پیچیدگی‌های صنعت فیلم و تکنیک‌های سینمایی استفاده کرد؛ در نتیجه، فیلم باید بسیار ساده باشد. وقتی فیلمی بسیار ساده شد، به فیلمی سطحی و ابتدایی تبدیل می‌شود که ارزش فرهنگی و هنری ندارد. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که کودکان حتی اگر زیاد هم فیلم دیده باشند، تصاویر را آن‌گونه که بزرگسالان درک می‌کنند، نمی‌فهمند. در واقع، درک بزرگسالان و کودکان از صحنه‌های

مشابه، یکسان نیست. هنگامی که کودکان صحنه‌ای را در فیلم می‌بینند، پیش از آنکه از طریق تصویر آن را درک کنند، از هوش عاطفی‌شان برای درک آن استفاده می‌کنند.

محدودیت دیگر، مربوط به قوهٔ تجزیه و تحلیل کودکان است. در سنین شش تا هفت سالگی، فهم کودک از فیلم، یک فهم کلی است. کودک همانند بزرگ‌ترها قدرت تجزیه و تحلیل ندارد و حس او در قبال فیلم، کلی است.

تنها در صورتی می‌توانیم به هدف خود در زمینهٔ سینمای کودک برسیم که شناخت درستی از کودک، رسانه و زمینه‌های اجتماعی داشته باشیم. در نگاه نخست، گمان می‌رود که سینما تنها یک تصویر ساده است که کودکان به راحتی آن را درک می‌کنند و چیز پیچیده‌ای در این زمینه وجود ندارد؛ اما در حقیقت، چنین نیست. این، همان چیزی است که باعث می‌شود پیش از اینکه فهم درستی پیدا کنیم، در مقابل تصویر، تسلیم شویم؛ زیرا فکر می‌کنیم که این تصویر، واقعیت خالص و محض است. ما حتی قبل از اینکه حس خود را نسبت به تصویر درک کنیم یا قضاوتی نماییم، تسلیم آن می‌شویم. سپس با آن، ارتباط حسی برقرار می‌کنیم و در نهایت نیز خود را از فیلم جدا می‌کنیم و در مورد آن قضاوت می‌نماییم. طبیعتاً در مورد کودکان نیز چنین اتفاقی روی می‌دهد؛ اما باید دقت کرد که اگر ما تعریف خود از کودک را تغییر ندهیم، فیلم‌هایی به او ارائه خواهیم داد که فیلم‌هایی بی‌خاصیت هستند، حال آنکه نمایش فیلم برای کودک به این دلیل است که او بتواند آنچه را که نمی‌تواند در دنیای واقعی، تجربه کند یا تجربهٔ آن، برای او هزینه بسیار دارد، در فیلم مجازی درک کند و عواقب آن را مشاهده نماید. یک کودک در مواجهه با یک فیلم، در واقع، با جامعه‌ای روبه‌رو است که برای او مفیدتر از جامعهٔ واقعی است و در عین حال، ضرر آن به مراتب کمتر است؛ حتی اگر در آن جامعهٔ مجازی، اتفاقاتی رخ دهد که از نظر ما برای کودکان نامناسب باشد.

۲. آسیب‌شناسی وضعیت کنونی سینمای کودک و نوجوان در ایران

منوچهر اکبرلو

سینمای کودک، بخشی از کلیت سینمای ایران است، از این رو ابتدا به طور اجمالی، وضع کلی سینمای ایران و کاستی‌های آن را بررسی می‌نماییم و سپس به مسائلی می‌پردازیم که به سینمای کودک اختصاص دارد. آمار تولیدات سینمای ایران، گاهی حاکی از تولید ۱۰۰ فیلم در یک سال است، با این حال باید بپذیریم که سینمای ما جایگاهی را که آمار می‌خواهند به ما القا کنند، ندارد. بسیاری از این فیلم‌ها اساساً اکران نمی‌شوند و به نظر می‌رسد که این

موضوع، تنها در سینمای ما وجود دارد؛ به این معنا که در هیچ کجای دنیا، به جز ایران، دیده نمی‌شود که سالیانه تعداد قابل‌توجهی فیلم ساخته شود؛ اما خواسته یا ناخواسته از ابتدا مشخص باشد که این فیلم، اکران نخواهد شد و مردم، کودکان و حتی خواص هم آن را نخواهند دید.

در بخش سخت‌افزاری نیز مشکل موجود، تأمین مواد اولیه است. کمبود تجهیزات بخش تولید، اعم از فیلم، دوربین، تجهیزات صدابرداری، نور و ... و همچنین کمبود تجهیزات پس از تولید از قبیل به‌روز نبودن سالن‌های سینما، نبود استودیوهای مجهز، نبود شهرک‌های ویژه سینمایی و ... از مشکلاتی است که سینمای کشور با آن مواجه است.

در بخش نرم‌افزاری نیز مشکلات مختلفی دیده می‌شود؛ از جملهٔ این مشکلات، می‌توان موارد ذیل را ذکر کرد:

نبود ثبات مدیریتی، تغییرات مداوم برنامه‌ها، ورود بخش دولتی به این عرصه و میزان حضور دولت در آن، که هنوز تعریف خاصی در این زمینه ارائه نشده است و فقر مضمون در فیلمنامه‌ها که دلایل برون‌متنی دارد؛ بدین معنا که فیلمنامه‌نویس‌ها همواره ادعا می‌کنند که تجربه کردن ژانرها و مضامین متنوع را دوست دارند، اما دلایلی را برمی‌شمرند که خارج از فیلمنامه هستند و باعث می‌شوند که بیشتر فیلمنامه‌ها، تکرار چند مضمون محدود باشند. بحث یارانه‌ها، موضوع دیگری است که می‌توان گفت تاکنون تنها در بخش تولید اتفاق افتاده و در بخش پژوهش، بسیار کم بوده است. حتی در حلقه‌های پس از تولید فیلم مانند توزیع، اطلاع‌رسانی، تبلیغات و از همه مهم‌تر اکران فیلم، کمتر شاهد پرداخت یارانه بوده‌ایم.

مشکل دیگر در این بخش، مسائلی از قبیل بازارهای زیرزمینی فیلم و رعایت نکردن قوانین مربوط به کپی‌رایت است که میزان رغبت به سینما رفتن را کاهش داده

است. علاوه بر همهٔ این مشکلات، بلاتکلیفی فیلم‌های کوتاه کمتر از ۹۰ دقیقه نیز باعث شده که تمایلی به فیلم‌های کوتاه، داستانی و انیمیشن وجود نداشته باشد.

در بحث سینمای کودک، تمام مسائلی که در خصوص کلیت سینمای ایران مطرح شد، وجود دارد و علاوه بر آن، موضوع‌هایی نیز وجود دارند که خاص همین سینما هستند. اولین مسئله، نگاه فرهیخته یا به عبارت بهتر، نگاه «فرهیخته‌نمایی» است که در فیلمنامه‌نویسی فیلم‌های مربوط به کودکان وجود دارد و طبیعتاً تأثیر خود را بر دیگر بخش‌ها همچون جشنواره‌ها، داوری‌ها، نوع نگاه منتقدان و ... می‌گذارد. این نگاه فرهیخته‌گرا و نخبه‌گرا باعث می‌شود که نخبه‌های ما به فیلم‌های فرهنگی باکیفیت، تمایل داشته باشند؛ اما کودکان، این فیلم‌ها را نمی‌پسندند و از تماشای آن لذت نمی‌برند.

یکی از مواردی که می‌تواند سینمای کودک را از فقر مضمون نجات دهد، اقتباس ادبی است. اگر به برگزیده‌های کتاب سال نگاهی بیندازیم، متوجه می‌شویم که بسیاری از کتاب‌های برگزیدهٔ کودکان، شمارگان بالایی ندارند و پرفروش نیستند و کتاب‌های داستانی که مورد علاقهٔ کودکان ایرانی یا غیرایرانی هستند، هیچ‌گاه در این فهرست‌ها مطرح نشده‌اند. البته، منظور این نیست که تنها فیلم‌هایی بسازیم که کودکان خوششان بیاید؛ بلکه باید در کنار آن، به آنها آموزش هم بدهیم. باید فیلم‌ها با زندگی کودکان هم‌جنس باشند؛ یعنی فضایی سرشار از شوق، هیجان، میل به پیشرفت، جستجو، کنجکاوی و ... باشند، اما متأسفانه این موضوع در داستان‌نویسی ما کمتر اتفاق می‌افتد. داستان‌نویس‌های ما، معمولاً تصویری نمی‌نویسند و اقتباس، جایگاه خوبی در سینمای کودک ندارد.

یکی دیگر از مسائلی که در سینمای کودک و نیز بزرگسال ما فراوان یافت می‌شود، تمایل عجیب کارگردان‌های ایران به این است که خودشان بنویسند.

اگر به تولیدات سالیانهٔ فیلم در ایران نگاهی بیندازیم، متوجه می‌شویم که عبارت «نویسنده و کارگردان» زیاد به چشم می‌خورد. به عبارت دیگر، نویسنده و کارگردان، یک نفر هستند. درصد بالای این قبیل موارد، معقول نیست. به همین دلیل است که معمولاً یک کارگردان در چند فیلمی که پشت سر هم می‌سازد، یک حرف تکراری می‌زند. طبیعی است که وقتی از داستان‌ها و فیلمنامه‌های دیگر استفاده نمی‌کنیم، حداقل در زمینهٔ کودک، به خاطرات و تصاویر خویش از دوران کودکی بسنده می‌کنیم و البته انسان‌های کمی هستند که خاطرات و انگاره‌های کودکی‌شان، غنی و متنوع باشد. در نتیجه، فیلمی که ساخته می‌شود، برای کودکان ما باورپذیر نیست؛ زیرا وقتی خاطره‌ای نداریم، مجبور می‌شویم به چیزی تظاهر کنیم که وجود ندارد و همین امر، باعث می‌شود که فیلم برای کودک، جذابیتی نداشته باشد. البته، برخی از این فیلم‌ها از نگاه ما تحسین‌برانگیز است؛ اما کودکان آنها را نمی‌پسندند.

نکتهٔ دیگر این است که برخی اساساً تفاوتی بین فیلمنامه‌نویسی سینمای کودک با بزرگسال، قائل نیستند و تکنیک‌هایی که در هر دو استفاده می‌کنند، یکسان است؛ در حالی که این دو مقوله، کاملاً با یکدیگر تفاوت دارند. یکی از این تفاوت‌ها این است که وقتی فیلمی برای بزرگسالان نوشته و سپس تولید و اکران می‌شود، برخی آن را دوست دارند و با آن ارتباط برقرار می‌کنند و برخی نیز از فیلم لذت نمی‌برند؛ اما در عالم کودکی این قضیه برعکس است؛ یعنی مخاطب از قبل تعیین می‌گردد و باید مشخص شود که فیلمنامه برای کدام گروه سنی نوشته می‌شود. وقتی گروه سنی معین شد، آن فیلم باید با آن گروه سنی و ویژگی‌های خاص آن، همسو شود.

توجه به این نکته، ضروری است که برخی از مضامین، برای کودکان مناسب نیستند. امروزه برخی اشخاص، بحث ماهواره، اینترنت و انواع لوح‌های

فشرده را مطرح می‌کنند و نتیجه می‌گیرند که کودکان امروز، بیشتر از کودکان گذشته می‌فهمند و بیشتر می‌دانند. در این جا کمی خلط مبحث شده؛ درست است که دنیای اطلاعات، تغییرات شگرفی کرده و امکان دسترسی آسان به این دنیا، فراهم است؛ اما این، بدان معنا نیست که الزاماً نیازها و ویژگی‌های گروه‌های سنی هم تفاوت کرده است. دوران کودکی، هیچ‌گاه زوال پیدا نمی‌کند و از بین نمی‌رود؛ زیرا امری فطری است و فطرت‌ها، تغییرناپذیرند. البته مسلم است فردی که در شهر زندگی می‌کند و به رسانه‌ها دسترسی دارد، توقع او از سینما و تماشای فیلم، با شخصی که دور از این امکانات زندگی می‌کند، متفاوت است، اما نیازهای آن گروه سنی تفاوتی ندارد. نوجوانی که در گذشته زندگی می‌کرده، نیز روحیهٔ هیجان و کنجکاوی داشته است. نوجوانان امروز نیز همین روحیات را دارند و در آینده نیز این نیازها برای این گروه سنی وجود خواهند داشت.

ویژگی‌های گروه‌های سنی تغییرناپذیرند و اگر به این دلیل که کودکان امروز، بیش از کودکان دیروز می‌دانند بخواهیم مضامین دنیای بزرگسالان را وارد دنیای آنها کنیم، نتیجهٔ آن، همین عدم‌استقبال از فیلم‌های ساخته‌شده است. این تفکر، در ادبیات و تئاتر کودکان هم دیده می‌شود. این نگاه نخبه‌گرا در عرصهٔ سینمای کودک، باعث شده که کسی به کار در زمینهٔ کودکان، تمایل نداشته باشد و به همین دلیل است که کودک در ادبیات، داستان و واحدهای درسی دانشجویان رشته‌های مربوط، جایگاهی ندارد.

نکتهٔ دیگر، پایین بودن قدرت مخاطره‌پذیری تجربهٔ گونه‌های[1] متنوع در سینمای ایران است که در سینمای کودک هم اثرگذار بوده است؛ یعنی علاوه بر آنکه

---

۱. ژانر یا گونه: در نظریه فیلم، به دسته‌بندی فیلم‌ها بر اساس شباهت‌های روایتی که فیلم بر آنها بنا شده، ژانر می‌گویند.

سینمای تاریخی، معمایی ـ پلیسی، وحشت و ... نداریم، در سینمای کودک نیز تنوع، بسیار اندک است. بیشتر فیلم‌هایی که در سال‌های اخیر به بهانهٔ کودک یا برای کودک ساخته شده‌اند، نهایتاً یک یا دو زیرشاخه از سینمای کودک بوده‌اند. مضمون این فیلم‌ها بیشتر کودکی روستایی است که مشکلاتی دارد و هیچ‌کس به حرف او گوش نمی‌دهد یا داستانی است که برای یک کودک در یک آپارتمان اتفاق می‌افتد. بنابراین، کودکان ما اگر هم فیلم‌های تولید شده در زمینهٔ کودک را ببینند، با همین مضامین تکراری مواجه می‌شوند.

نکتهٔ بعدی در زمینهٔ پژوهش است. پژوهش از بخش‌های گمشدهٔ سینمای کودک است. در ۱۳۸۳ منشوری با نام «منشور سینمای کودک و نوجوان» تولید شد و حتی به صورت کتاب چاپ گردید. در این منشور، تعریف فیلم کودک، راهکارها، نقایص، پیشنهادها و ... مطرح شده بود؛ اما این منشور در سال‌های بعد، عملیاتی نشد و مدیران سینمایی از آن استفاده نکردند. کارهای پژوهشی در کشور ما معمولاً مستقل از جریان کار و تولید اتفاق می‌افتند و این دو جریان، جدای از یکدیگر حرکت می‌کنند.

فیلم‌هایی که در زمینهٔ کودک ساخته می‌شوند یا بیشتر دربارهٔ کودک‌اند یا کودکان در این فیلم‌ها حضور دارند. این فیلم‌ها در جامعهٔ ما، جایگزین فیلم کودک شده‌اند.

نکتهٔ دیگر، در مورد اکران فیلم کودک است. فیلم کودک، از جملهٔ فیلم‌هایی است که تنها برای کودکان، سرگرم‌کننده است و معمولاً والدین، رغبتی به تماشای آن ندارند. البته، برخی از فیلم‌های مربوط به کودکان هم هستند که بزرگ‌ترها نیز آنها را می‌بینند؛ اما معمولاً پدر یا مادر باید صبور و فرهیخته باشند که با کودک خود به سینما بروند و فیلمی را که علاقه‌ای به آن ندارند، به خاطر فرزندانشان تماشا کنند. بنابراین، این فیلم‌ها معمولاً خانوادگی

یا عمومی نیستند و باید به اکران دانش‌آموزی آنها توجه داشت. این کار بدون همکاری آموزش و پرورش، امکان ندارد؛ در حالی که آموزش و پرورش معمولاً در این زمینه، همکاری لازم را ندارد و از این‌گونه فیلم‌ها حمایت نمی‌کند. بنابراین، فیلمسازان مجبور می‌شوند که برای اکران فیلم‌شان، فیلم کودک از نوع خانوادگی بسازند؛ یعنی مسائل و مضامینی را وارد این فیلم‌ها کنند که والدین نیز این مضامین را دوست داشته باشند و همراه با کودکانشان به سینما بروند. به نظر می‌رسد تا زمانی که آموزش و پرورش، همکاری لازم را در این زمینه نداشته باشد، مجبور می‌شویم که فیلم کودک را زیرمجموعهٔ فیلم‌های خانوادگی قرار دهیم و گویا این کار، در کوتاه‌مدت تنها راه نجات یا بقای سینمای کودک در کشور ماست.

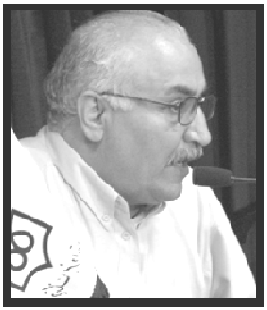
مشکل دیگر، هماهنگی نهادهایی است که به نوعی با سینمای کودک ارتباط دارند. در این عرصه نیز هر کدام از این نهادها، کار خودشان را انجام می‌دهند و به اصطلاح معروف، ساز خودشان را می‌زنند. در مجموع در این باره می‌توان گفت که تلاشی برای تدوین و اجرای سیاست مدون، صورت نگرفته است. صنعت سینما نیز مانند هر صنعت دیگر، باید به نیاز بازار، شرایط روز دنیا، تولید، تبلیغ و در نهایت بازخورد کار خود به عنوان تجربه در کارهای بعدی، توجه کند. متأسفانه، این حلقه‌ها در کلیت سینمای ما وجود ندارند. اگر هم حمایتی از سوی نهادهای دولتی صورت بگیرد؛ عموماً مربوط به بخش تولید فیلم است و حلقه‌های قبل و بعد از آن، مورد غفلت واقع می‌شوند.

بحث حضور و ارتباط در عرصه‌های بین‌المللی، بسیار کمرنگ است. البته خوشبختانه در سال‌های اخیر، در تلویزیون، تئاتر و سینما، حضور بخش خصوصی در بازارهای بین‌المللی، بیشتر شده؛ اما هنوز بسیار محدود است. اگر سینماگران ما بتوانند وارد عرصه‌های بین‌المللی شوند و در بازارهای جهانی

حضور یابند؛ این کار باعث رونق اقتصادی سینمای کودک و نیز افزایش قدرت ریسک‌پذیری، مخصوصاً در بخش خصوصی خواهد شد.

نکتهٔ آخر در مورد نوع نظارت‌ها و حمایت‌های دولتی است که باعث می‌شود فیلمسازان، فیلم‌هایی بسازند که در جشنوارهٔ خاصی، مورد پسند واقع شود یا برای یک مدیر دولتی، خوشایند باشد و برای کودکان ساخته نشود. دربارهٔ این مسئله هم باید چاره‌اندیشی شود.

۳. سینمای کودک در ایران؛ دیروز، امروز و فردا



احمد طالبی‌نژاد[۱]

ما همواره به خود بالیده‌ایم که یکی از جوان‌ترین کشورهای دنیا هستیم و جوانان بسیاری در کشور ما وجود دارند. آمار[۲] نشان می‌دهد که حدود ۱۸ میلیون دانش‌آموز در کشور ما هستند که طبیعتاً بیشتر، کودک و نوجوان هستند. این آمار، حاکی از آن است که ۱۸ میلیون مخاطب بالقوه برای مجموعه فرآورده‌های کودک و نوجوان، اعم از سینما و غیره، فراهم است. متأسفانه اگر به وضع تولیدات مربوط به کودک و نوجوان در کشورمان نگاهی بیندازیم،

---

۱. نویسنده، مدرس و منتقد سینما

۲. آمار، مربوط به سال‌های ۱۳۸۴ ـ ۱۳۸۳ است.

مشخص می‌شود که ما هنوز تا نقطهٔ مطلوب، فاصلهٔ بسیاری داریم. این بدان معناست که به مسائل کودکان در کشور، توجه کافی وجود ندارد. در ادامه، سینمای کودک و نوجوان را در دو مقطع قبل و بعد از انقلاب بررسی خواهیم کرد.

می‌توان فضای رسانه‌ای مربوط به کودک و نوجوان را به دو بخش یا مقطع تاریخی قبل از انقلاب و بعد از انقلاب، تقسیم‌بندی کرد[۱]. ابتدا دوران حکومت رضاشاه را بررسی می‌کنیم. در این دوره، اگر چه وزرا انسان‌هایی نالایق بودند؛ اما استثنائاً وزیران فرهنگ یا همان وزیران آموزش و پرورش از انسان‌های فرهیخته بودند. در سابقهٔ وزرای فرهنگ، افرادی چون ملک‌الشعرای بهار و دکتر حسابی دیده می‌شوند که توانستند در طول سال‌های حکومت رضاشاه، تحولاتی را در این زمینه ایجاد کنند. نظام آموزشی ما در این دوران، تغییر کرد و دبستان و دبیرستان شکل گرفت و در نتیجه، آموزش و پرورش ما متحول شد. پس از او، پسرش محمدرضا بر سر کار آمد که برخلاف گذشته، سال‌های متمادی، وزارت آموزش و پرورش و وزارت فرهنگ را به دست خانوادهٔ همسر خود، فرح پهلوی، سپرد. این افراد، انسان‌های نالایقی بودند که کار اساسی در این زمینه انجام ندادند. در تمام این سال‌ها، کار جدی در زمینهٔ کودک و نوجوان صورت نگرفت تا اینکه کانون پرورش فکری کودکان و نوجوان تشکیل شد. این کانون، تنها نهادی بود که پس از انقلاب، به جز تغییر مدیر آن، تغییر چندانی نکرد و ارکان آن، دست‌نخورده باقی ماند؛ زیرا بهترین آثار مربوط به کودک و نوجوان در آن دوران، مربوط به همین کانون بود. در این کانون، جمعی از نویسندگان و هنرمندان جمع شده بودند و برخی از بهترین کتاب‌ها، فیلم‌ها و آثار مربوط به کودک و نوجوان در همین کانون

---

۱. این عبارات، هرگز به معنای دفاع از نظام شاهنشاهی نیست. هیچ کس نمی‌تواند جنایاتی را که این خاندان در مورد ایران مرتکب شد، ببخشاید. هدف، تنها بررسی تاریخی موضوع است.

منتشر شده بود. در ۱۳۵۸، دستورالعملی منتشر شد دال بر اینکه تمام کتاب‌هایی که مناسب کودکان نیستند، جمع‌آوری شوند. در آن سال، به جرأت می‌توان گفت کارشناسان توانستند معدودی کتاب را در آرشیو پیدا کنند که با معیارها همخوانی نداشته، مناسب کودکان نباشند. این پیشرفت، به این دلیل بود که مدیر کانون در آن زمان، توانسته بود بهترین هنرمندان، نویسندگان و شاعران را در کانون گردهم آورد. البته، یک اشکال بزرگ در کانون وجود داشت و آن، این بود که حجم فیلم‌هایی که برای کودکان و نوجوانان تولید می‌شد، نسبت به فیلم‌های روشنفکرانه‌ای که به بهانهٔ آنها تولید می‌شد، به مراتب کمتر بود. هنرمندانی که در کانون بودند، اغلب افرادی بودند که با نظام شاهنشاهی، سنخیتی نداشتند؛ از جمله شاعرانی چون شاملو و اخوان ثالث تا فیلمسازانی چون تقوایی، بیضایی و امیر نادری. فیلم‌هایی که در آن زمان ساخته می‌شد، بیشتر سیاسی بود و نوعی پیام سیاسی را القا می‌کرد. اما فراموش نکنیم که از دل همین فیلم‌ها، کارهایی چون *سازدهنی*، *مسافر* و فیلم‌های آقای کیارستمی متولد شد. برخلاف تصوراتی که وجود دارد، بیشتر فیلم‌هایی که کیارستمی ساخته است، حداقل فیلم‌هایی که در کانون ساخته شده، مربوط به کودکان و نوجوانان هستند که کودکان را نباید به اجبار به دیدن آنها وادار کرد، بلکه خود، بدون هیچ اصراری به تماشای آنها می‌نشینند و لذت می‌برند. البته، این فیلم‌ها متناسب با گروه‌های سنی مختلف هستند. برخی برای بچه‌های دبستانی ساخته شده‌اند و برخی برای نوجوانان دورهٔ راهنمایی و اوایل دبیرستان، مناسب هستند. به هر حال در این دوره، شاهد رشد کمی و کیفی سینمای کودک و نوجوان هستیم.

اتفاق مهم دیگری که در این دوره روی می‌دهد، برگزاری جشنوارهٔ بین‌المللی فیلم کودک در ۱۳۴۸ است که شاید بتوان گفت جشنوارهٔ فعلی

کودک، به نوعی ادامهٔ همان جشنواره است؛ اما متولی این جشنواره در آن زمان، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان بود. ما در آن جشنواره، با سینمای کودک و نوجوان اروپای شرقی آشنا شدیم. همان‌طور که می‌دانیم، اروپای شرقی به نوعی مهد انیمیشن و فیلم‌های کودک و نوجوان شناخته می‌شود. در آن دوران، اروپائیان سرمایه‌گذاری‌های زیادی بر روی کودکان انجام می‌دادند و تأثیر فراوانی نیز بر سینمای کودک و نوجوان بسیاری از کشورها از جمله ایران داشتند. پس از تماشای فیلم‌های این جشنواره‌ها، فیلم‌های خوبی در ایران ساخته شد و در مجموع، می‌توان گفت کانون، فضای عمومی فرهنگ جامعه را در جهت پرورش کودکان و نوجوانان متحول کرد. در آن زمان، فیلم‌هایی ساخته شد که هنوز اعتبار دارند و برخی از آنها، اعتبار سینمای کودک و نوجوان ما هستند. در سال‌های بعد، فعالیت‌های کانون، بدون وقفه ادامه یافت و حتی در قیاس با تلویزیون، در زمینهٔ تولید کتاب، فیلم، تئاتر و موسیقی، فعال‌تر بود. یکی از نکات مثبت کانون، این بود که فعالیت‌های آن، سراسری بود؛ بدین معنا که تنها در تهران متمرکز نبود.

فعالیت‌های کانون بعد از انقلاب هم با جدیت ادامه یافت. آقای زرین، که مدیریت کانون را بر عهده داشت، انسان بسیار نیک‌سیرتی بود که اساس کارش، بر جاذبه بود و بسیاری از فیلمسازان موفق و خوب را جذب کرد. در همین دوران بود که آقای بیضایی، فیلم *باشو غریبه کوچک* را در کانون ساخت. اگرچه این فیلم، فیلم کودک و نوجوان به معنای واقعی کلمه نبود؛ اما یکی از بهترین فیلم‌هایی است که درباره بچه‌های جنگ ساخته شده است. همچنین فیلم‌های دیگری چون *دونده*، *کلید* و ... ساخته شد. در همین کانون بود که عباس کیارستمی، به اوج خود رسید و فیلمی چون *خانه دوست کجاست* را ساخت. در واقع، با این فیلم، پرواز جهانی او آغاز شد و اکنون

جزء ۱۰ فیلمساز برگزیدهٔ جهان است. همزمان، در بخش انیمیشن نیز تجربه‌های درخشانی شکل گرفت. دلیل موفقیت آقای زرین با وجود امکانات بسیار کم آن زمان، این بود که ایشان، بر اساس سلایق سیاسی عمل نمی‌کرد. مدیریت بر مبنای سلیقه سیاسی، به‌خصوص در عرصهٔ کودک و نوجوان، آفت بزرگی برای کارهای فرهنگی و هنری است.

یکی از اشتباهات دیگری که در خصوص کانون روی داد، وابسته کردن کانون پرورش فکری به آموزش و پرورش بود، چون آموزش و پرورش، خود مشکلات بسیاری دارد و نمی‌تواند به کانون، توجه کافی داشته باشد.

در ۱۳۶۲، بنیاد سینمایی فارابی به عنوان مهم‌ترین نهاد سینمایی کشور، شکل گرفت و *شهر موش‌ها*، مجموعهٔ تلویزیونی بسیار موفقی بود که در آنجا تولید گردید. پس از آن، مسئولان مربوطه تصمیم گرفتند برای شروع فعالیت‌های بنیاد، فیلم‌های مربوط به کودکان و نوجوانان را در اولویت قرار دهند و بنیاد، صاحب بخشی به نام واحد کودک و نوجوان شد. در طول سال‌های ۱۳۶۲ تا ۱۳۷۲، به دلیل ثبات مدیریتی کانون، فضایی سرشار از شور و امید و موفقیت وجود داشت که پس از این سال‌ها، دیگر تکرار نشد. پس از ۱۳۷۳، کانون به‌خصوص در بخش کودک و نوجوان، عملاً منفعل شد. در همین دوران، افرادی که فیلم‌های مربوط به کودک و نوجوان را می‌ساختند، پس از اتمام یک یا دو فیلم، درآمد خوبی کسب می‌کردند و به سراغ سینمای بزرگسالان می‌رفتند.

از جمله فیلم‌های موفق آن دوران، فیلم *گلنار* بود که در اکران نخست، مرز ۲۰ میلیون تومان را در تهران درنوردید. این نکته، بسیار جالب و حائز اهمیت است؛ زیرا در آن زمان فیلم *اجاره‌نشین‌ها* که بسیار جذاب و پرتماشاگر بود، ۱۱ تا ۱۲ میلیون فروش داشت. در این دوران، رقابت شدیدی بین فیلمسازان

برای ساختن فیلم‌های کودک و نوجوان شکل گرفت و فیلم‌هایی چون *دزد عروسک‌ها*، *سفر جادویی*، *گربه آوازه‌خوان* و ... که ویژگی‌های فیلم کودک اعم از تخیلی بودن و افسانه‌پردازی را داشتند، ساخته شدند. افراد بسیاری کار خود را با سینمای کودک آغاز کردند و پس از موفقیت در آن، وارد عرصه‌های دیگر شدند. این افراد تنها به دنبال پروانهٔ ساخت برای فیلمسازی بودند و فیلم کودک برای آنها، به منزلهٔ مجوز ورود به سینمای بزرگسالان بود.

متأسفانه فیلم کودک حتی نزد منتقدان نیز اعتبار و جایگاه فیلم بزرگسال را ندارد؛ اما نباید فراموش کرد که در دوران پس از انقلاب نیز همچون قبل از انقلاب، هر فیلمسازی که به دنبال کسب اعتبار بود، در کانون پرورش فکری کودکان، فیلم کودک می‌ساخت؛ حتی آقای کیمیایی نیز بعد از ساخت چند فیلم و مطرح شدن در این عرصه، دو فیلم *اسب* و *پسر شرقی* را در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان ساخت. در همین دوران، جشنوارهٔ کودک تشکیل شد و می‌توان گفت جشنوارهٔ کودکی که در آن دوران در اصفهان برگزار می‌شد، بیشترین تأثیر را بر فضای عمومی سینمای ایران و پس از آن، فیلم‌های کودک داشت. در آن زمان، فیلم‌های خوبی ساخته می‌شد و جایزه می‌گرفت که این فیلم‌ها می‌توانستند الگویی برای فیلمسازان ما باشند.

امروزه یکی از مشکلات فیلم‌های کودک، لحن نصیحت‌گرانه و محتوازدگی بیش از حد آنهاست که یکی از مشکلات عمده در سینمای کودک و نوجوان پس از انقلاب محسوب می‌شود. طبعاً هر فیلم و داستانی، محتوایی دارد و همان‌گونه که مولانا می‌فرماید:

هست اندر صورت هر قصه‌ای خرده‌بینان را ز معنی حصه‌ای

برخی معتقدند که داستان، همان پیام است؛ کافی است که داستان خوب و جذابی را برای کودک نقل کنیم و کودک، اتفاقات را همراه با قهرمان‌های

داستان، تجربه کند. در این صورت، داستان، خود پیامی برای کودک می‌شود؛ اما ما در فیلم‌ها و داستان‌هایمان، در جایی داستان را قطع کرده، شروع به نصحیت کردن می‌کنیم؛ در حالی که زمان نصیحت مستقیم، سپری شده است. در مجموع، می‌توان گفت تحولی که باید در دهۀ ۷۰ در نظام آموزشی ما ایجاد می‌شد، هنوز اتفاق نیفتاده است و ما هرگز تلاش نمی‌کنیم تا بینش و سواد عمومی کودکان را از طریق این فیلم‌ها، افزایش دهیم؛ بلکه به دنبال این هستیم که حرف‌های خود را از زبان کودکان بگوییم.

در یک تقسیم‌بندی، می‌توان فیلم‌های کودک و نوجوان را در سه دسته قرار داد:

۱. فیلم‌هایی که برای کودکان، تعریف روشنی دارند و آنها بدون هیچ اجباری و از روی میل و رغبت، آن فیلم‌ها را تماشا می‌کنند. این فیلم‌ها می‌توانند در قالب فیلم زنده، انیمیشن یا هر شکل دیگری باشند.

۲. فیلم‌هایی که دربارۀ کودکان است. غالب فیلم‌های سینمایی که با عنوان فیلم کودک و نوجوان تولید می‌شوند، در همین دسته قرار می‌گیرند. قهرمانان این فیلم‌ها، کودکان هستند؛ اما لزوماً مخاطب آن را تشکیل نمی‌دهند. فیلم‌های بسیاری در ایران ساخته شده که جایزه‌های فراوانی گرفته‌اند؛ اما کودکان و نوجوانان از تماشای آنها لذتی نمی‌برند.

۳. دستۀ سوم، فیلم‌هایی هستند که به بهانۀ کودکان ساخته می‌شوند؛ بدین معنا که ظاهراً کودکان در آنها حضور دارند؛ اما فیلم‌ها پیام‌های دیگری همچون پیام سیاسی دارند. در این‌گونه فیلم‌ها، کودکان به عنوان چاشنی فیلم، شیرین‌کاری‌هایی انجام می‌دهند؛ اما فیلم در مورد کودکان نیست و تنها از آنها برای شیرین‌کاری استفاده شده است.

یکی از اشتباهات بزرگ در زمینۀ سینما و به‌خصوص سینمای کودک و نوجوان، این است که فکر می‌کنیم باید فیلم‌هایی در حد و اندازۀ فیلم‌های

هالیوودی بسازیم تا بتوانیم با آنها مقابله کنیم؛ اما این تفکر درست نیست. فرهنگ و ادبیات کهن ایران، سرشار از اساطیر و قهرمانانی است که می‌توانند برای کودکان و نوجوانان، بسیار جذاب باشند. کوتاهی و غفلت ما در این زمینه، باعث شده تا کودکان کشور ما به سمت قهرمان‌هایی همچون بَتمن، سوپرمن و ... جذب شوند و از فرهنگ و تاریخ خویش غافل باشند. راه مقابله با تهاجم فرهنگی، تنها اضافه کردن شبکه‌های صدا و سیما و صرف بودجه در این زمینه نیست؛ بلکه باید کودکان و نوجوانان این مرز و بوم را با بنیادهای فرهنگ ملی آشنا کرد. نباید فراموش کرد که آیندهٔ مملکت ما، در دست همین کودکان و نوجوانان است.

۴. بررسی تأثیر جشنوارهٔ فیلم کودک و نوجوان بر سینمای کودک و نوجوان

محمود زنده‌نام[۱]

می‌توان تاریخ شکل‌گیری سینما را همان سال‌های اولیهٔ تاریخ دانست که بشر بر روی دیوار غارها، تصاویری را نقاشی کرد. در واقع، در آن زمان، سینما به شکل تفکر و اندیشهٔ او مطرح بود. قرن‌ها بعد، با پیشرفت بشر و اختراعاتی که دانشمندان انجام دادند، سینما به یک صنعت تبدیل شد و نهایتاً جنبه‌های هنری این صنعت شکل گرفت. سپس سالن‌هایی برای نمایش فیلم‌های سینمایی در نظر گرفته شد و تجارت سینما مطرح شد.

اگر یک فیلم را، اعم از فیلم کودک یا بزرگسال، یک محصول فرهنگی و

---

۱. فیلمساز و داور دوره‌های مختلف جشنوارهٔ فیلم کودک و نوجوان

هنری در نظر بگیریم و بخواهیم با دیگر محصولاتی که در بازار عرضه می‌شود، مقایسه کنیم، باید برای آن، فرآیند و فرمول خاصی را به کار بریم. در چنین فرآیندی؛ تولید، عرضه، تقاضا و بازاری که این محصولات در آن ارائه می‌شوند، حائز اهمیت هستند. در واقع، بازار و نمایشگاه عرضهٔ محصولات سینمایی، جشنواره‌ها هستند. به طور دقیق‌تر، جشنواره‌ها، حکم ویترین مغازه‌ای را دارند که محصولات صنفی خاصی در آن وجود دارند.

متأسفانه نسبت تولید، عرضه و تقاضای سینمای کودک و نوجوان در کشور ما، نامتعادل و نادرست است. اکنون تقریباً سینمای کودک، در جشنواره‌ها خلاصه شده و این، جای نگرانی و تأمل بسیار دارد. هدف ما، برگزاری جشنواره نیست، بلکه هدف، تولید آثار سینمایی کودک و نوجوان است. پس از آن، این تولیدات باید به صورت رقابتی یا در اَشکال دیگر، کنار یکدیگر قرار گیرند و در مورد آنها، داوری شود. نهایتاً باید بهترین آثار، توسط کارشناسان عرصهٔ سینما برگزیده شوند تا چراغی فراروی فیلمسازان و هنرمندانی باشند که می‌خواهند در این زمینه، فعالیت کنند.

همان‌گونه که گفته شد، امروزه فیلم‌های کودک و نوجوان محدود به جشنواره شده‌اند و جای دیگری برای نمود و نمایش آنها وجود ندارد. مخاطبان فیلم‌های کودک و نوجوان، نسلی هستند که آیندهٔ کشور را تضمین می‌کنند و ما به آنها توجه کافی نداریم.

البته، هدف، پر شدن سالن‌های سینما از مخاطبان کودک و نوجوان نیست؛ بلکه مقصود این است که کودکان و نوجوانانی که در آینده، تمام جایگاه‌های مهم این کشور را در دست می‌گیرند، انسان‌هایی با فرهنگ و اندیشمند باشند. بنابراین، هر حرکت مثبتی که می‌خواهیم در زمینهٔ فرهنگ، هنر، دانش، ورزش و دیگر زمینه‌ها در آینده رخ دهد؛ باید اکنون از کودکان شروع شود.

سرمایه‌گذاری در این مقطع سنی می‌تواند بسیار ارزشمند باشد و آینده را تضمین کند.

در جشنواره‌های کودک به دلیل عرضهٔ بی‌پشتوانه و رقابت کم‌رقیب، افت کیفی آثار را شاهد هستیم. با کاهش کیفیت این فیلم‌ها و سطح محصولات، بازار فیلم کودک و نوجوان، رکود داشته و به این ترتیب، استقبال متقاضیان این عرصه نیز کاهش یافته است. تا زمانی که سینمای کودک، دریچه‌ای برای ورود به سینمای بزرگسال باشد، این وضع، بهبود پیدا نمی‌کند. همان‌طور که اگر پزشک متخصص اعصاب و روان بخواهد متخصص اعصاب و روان کودکان شود باید فوق تخصص بگیرد، در عرصهٔ فیلم و سینمای کودکان نیز باید تخصصی‌تر و دقیق‌تر به موضوع نگاه کنیم؛ اما متأسفانه این روند در کشور ما، معکوس است؛ بدین معنا که هرکس می‌خواهد فیلمساز شود، از سینمای کودک آغاز می‌کند و آن را پلی برای ورود به عرصهٔ سینمای بزرگسال می‌داند. این فرمول، باید برعکس شود؛ یعنی نباید هر فردی، اجازهٔ ورود به عرصهٔ کودک و نوجوان داشته باشد. علاوه بر آن، باید فرهنگ سینما رفتن و تماشای فیلم را بین کودکان، نهادینه کنیم تا سینما، پشتوانه داشته باشد. اگر کودکان و نوجوان ما از امروز با سینما آشنا نشوند؛ در آینده نیز سینما، مخاطب نخواهد داشت. این اتفاق، در عرصهٔ رادیو رخ داده است. کودکان گذشته که بزرگسالان امروز هستند، با رادیو عجین بودند و برنامه‌های آن را دنبال می‌کردند؛ اما پس از مدتی، رادیو، مخاطبان خود را از دست داد و اکنون کودکان رغبتی به رادیو و برنامه‌های آن ندارند. بنابراین، رادیو در آینده، مخاطب حرفه‌ای نخواهد داشت. در خصوص سینما نیز این نگرانی وجود دارد. باید افرادی را که در این زمینه، استعداد دارند، شناسایی کنیم و به آنها اجازه دهیم کارهای خود را ارائه دهند. ممکن است در این میان، افرادی پیدا شوند که سخنی برای گفتن داشته باشند. بنابراین، جشنواره می‌تواند

در افزایش تولیدات، فضاسازی و ایجاد موقعیت برای تولیدکنندگان و فیلمسازان دیگر در دوره‌های بعد، تأثیرگذار باشد.

مشکل دیگری که در این زمینه وجود دارد، این است که مدیران، هنرمندان، فیلمسازان و برگزارکنندگان، اسیر فرم‌گرایی و قالب شده و تنها به ارائه آمار، دلخوش کرده‌اند. همه، حتی گزارشگران، تلاش می‌کنند تا نکات مثبت را گزارش کنند و هیچ‌کس ضعف‌ها را نمی‌گوید. این کار در واقع، فریب دادن خودمان است.

مسئلهٔ دیگر، این است که در عرصهٔ کودک و نوجوان، بانک اطلاعاتی، به‌خصوص در مورد بازیگران، نداریم. هر فردی که می‌خواهد یک فیلم جدی در مورد کودک و نوجوان بسازد، در مدارس و کوچه و خیابان به دنبال کودکی می‌گردد که خصوصیات ظاهری و قیافهٔ او، با شخصیت مورد نظر هماهنگی داشته باشد. برای این کار، با افراد زیادی مصاحبه می‌شود و از میان چند هزار نفر، سرانجام یک فرد انتخاب می‌شود. اگر بتوانیم این کار را در جشنواره انجام دهیم، بسیار مفید خواهد بود؛ بدین معنا که در جشنواره‌ها، تست بازیگری بگذاریم. این کار، به افزایش روند تولید، کمک خواهد کرد و می‌توانیم اطلاعات متمرکزی در مورد بازیگران فیلم‌های کودک و نوجوان داشته باشیم.

یکی از نهادها و سازمان‌هایی که می‌تواند در روند تولید فیلم کودک و نوجوان مؤثر باشد، سازمان صدا و سیماست. صدا و سیما می‌تواند علاوه بر انعکاس اخبار و اطلاعات مربوط به جشنواره، جریان‌سازی در این زمینه را نیز انجام دهد؛ بدین معنا که تمرکز خود را بر کودکان و نوجوانان به عنوان آینده‌سازان این کشور، افزایش دهد که این کار، پس از مدتی، تأثیر خود را خواهد گذاشت.

اگر اوقات فراغت کودکان را غنی نکنیم؛ کودکی آنها را خراب کرده‌ایم و افرادی که کودکی خوبی نداشته باشند، بزرگسالی آنها نگران‌کننده است.

امروزه، تعداد جشنواره‌ها بسیار زیاد است و هر روز نیز بیشتر می‌شود، اما جشنوارهٔ بین‌المللی فیلم کوتاه کودک و نوجوان، می‌تواند تا حد زیادی برای ارتقای سینمای کودک و نوجوان به ویژه در حوزهٔ فیلم کوتاه، راهگشا باشد. دلیل اینکه از فیلم کوتاه نام بردیم، این است که این‌گونه فیلم‌ها را افراد بسیاری می‌توانند با امکانات مالی و فنی کمتر بسازند. فیلم کوتاه، هزینهٔ کمتری دارد و زمانش نیز کوتاه‌تر است؛ بنابراین، نمایش آن در مدارس، بیشتر امکان‌پذیر است. این کار، کودکان و نوجوانان را با سینما آشنا خواهد کرد و آنها سینما را به عنوان یک رسانه، خواهند پذیرفت. علاوه بر آن، استعدادهایی در این زمینه کشف خواهند شد که می‌توانند در آینده، کارهای خوبی انجام دهند.

جنبهٔ بین‌المللی این جشنواره نیز سبب خواهد شد که فیلمسازانی از سرتاسر جهان به این جشنواره بیایند و رقابت، تنگاتنگ شود. این کار، تعداد و کیفیت فیلم‌ها را بالا خواهد برد و به ارتقای سینمای کودک و نوجوان ما، کمک خواهد کرد.

فصل پنجم

حضور بین‌المللی سینمای ایران؛ موانع و مشکلات

مقدمه

پس از گذشت سه دهه از انقلاب اسلامی و پشت سر گذاشتن فراز و نشیب‌هایی در حوزهٔ سینما، موفقیت‌هایی در عرصهٔ بین‌الملل به دست آمده است. برخی از فیلم‌های ایرانی توانسته‌اند جوایز خوبی کسب کنند و در جشنواره‌های بین‌المللی حضور درخشانی داشته‌اند که غالباً سینمای ایران و حتی خود ایران را بسیاری از مخاطبان خارجی با همان فیلم‌ها می‌شناسند. برای نمونه بعضی از فیلم‌های عباس کیارستمی و مجید مجیدی، به نوعی شناسنامهٔ سینمای ما شده‌اند. با وجود این هنوز تا نقطهٔ مطلوب، فاصلهٔ زیادی داریم و نمی‌توانیم بگوییم سینمای ما حضور چشمگیری در عرصهٔ بین‌الملل دارد. این مسئله ناشی از وجود موانع و مشکلاتی در حوزهٔ سینماست که در نشستی در هیجدهم آبان‌ماه ۱۳۸۹ با حضور دو تن از کارشناسان این حوزه بررسی شده است.

۱. پیشینهٔ حضور بین‌المللی سینمای ایران؛ موانع و مشکلات

امیر اسفندیاری[۱]

پیش از هر چیز، نخست باید دید انتظار ما از سینما چیست و این سینما در چه چارچوبی بررسی می‌شود. طبیعی است که حضور بین‌المللی سینمای یک کشور در دوره‌ای می‌تواند بدیع و نوظهور باشد؛ اما به تدریج ممکن است سینمای کشورهای دیگر جای آن را بگیرند. سینمای ما برای مدت بسیار طولانی در سطح بین‌المللی، جایگاه خوبی داشت، البته منظور من، بخش هنری و نه تجاری صنعت فیلم است. این سینما در ۲۰ سال اول سه دهه حضور

---

۱. مدیر امور بین‌الملل بنیاد سینمایی فارابی

بین‌المللی، موفق بود ولی به‌تدریج، توقع ما بدون اینکه زیر ساخت‌ها را مهیا کنیم، بالاتر رفت. در سال‌های اولیه، حضور بین‌المللی سینمای ایران در انحصار بنیاد سینمایی فارابی بود و هیچ مرکز دیگری فیلم‌های ایرانی را به جهان عرضه نمی‌کرد. تا اوایل دهۀ ۱۳۷۰ این روند ادامه داشت، تا اینکه با توجه به تولیدات سینمای ایران و لحاظ کردن این نکته که سینما از بعد هنری در وضع خوبی قرار داشت، مقرر شد در روند توسعۀ بین‌المللی سینمای ایران، تغییراتی ایجاد و راهکارهایی در نظرگرفته شود. قرار شد به دیگر بخش‌های سینما که همه در بنیاد فارابی متمرکز بودند، توجه بیشتری شود. به همین منظور در اوایل دهۀ ۱۳۷۰، انحصار پیگیری بنیاد فارابی برای حضور بین‌المللی با خواست این بنیاد شکسته شد. در همین جهت، انجمن سینمای جوان بر فیلم‌های کوتاه متمرکز شد؛ کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان بر فعالیت‌های بین‌المللی فیلم‌های کودک تمرکز کرد و مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی، فعالیت‌های مربوط به فیلم‌های مستند و تجربی را به عهده گرفت. حوزۀ هنری و تلویزیون هم عهده‌دار مسئولیت‌هایی شدند و فعالیت‌های بین‌المللی‌شان را شروع کردند. این اتفاقات ادامه داشت تا زمانی که مرحوم سیف‌الله داد، متولی معاونت سینمایی شد و از آن به بعد، بحث حضور تجاری ایران مطرح و به همین منظور بازار فیلم ایران تأسیس شد تا تهیه‌کنندگان ایرانی بتوانند به طور مستقیم، محصولات خود را به خارج ارائه کنند. پیش از این، انتقادهای بسیاری متوجه بنیاد فارابی بود، مبنی بر اینکه بنیاد، فیلم‌ها را از فیلترهای خاصی عبور می‌دهد و به خارج می‌فرستد؛ بنابراین با توجه به اینکه انحصار فارابی شکسته شد، قرار شد بازار، مکانی برای عرضۀ فیلم‌ها باشد. بنیاد هم سعی می‌کرد از خریداران خارجی دعوت کند تا در ایران حضور داشته باشند و فیلم‌های ایرانی را برای کشورهایشان خریداری کنند. در بخش خصوصی هم برخی فعالیت خود را

شروع کردند. در ابتدا غرفه‌های بسیار کمی در این بازار وجود داشت، ولی این روند ادامه پیدا کرد تا اینکه در ۱۳۸۸، سیزدهمین دورهٔ این بازار برگزار شد که البته آن هم تغییر شکل داد.

اشاره به این روند تاریخی، مهم است تا تصور نشود هر اتفاقی که در خارج از کشور می‌افتد، بنیاد فارابی پیگیری می‌کند؛ حتی برخی از تهیه‌کنندگان هنوز توجهی به این مسئله ندارند و فکر می‌کنند هر فیلمی که مطرح می‌شود، فارابی آن را عرضه کرده است. جدای از مراکزی که معرفی شدند، از بخش خصوصی هم، افراد بسیاری هستند که در حوزهٔ بین‌الملل فعالیت می‌کنند. زمانی که سینمای ایران، جایگاه خوبی پیدا کرد، شرکت‌های خارجی بعضی از محصولات کارگردان‌هایی همچون عباس کیارستمی و مجید مجیدی را خریدند و در کشورهای گوناگون عرضه کردند، البته امروز هم شرکت‌هایی هستند که فیلم‌های ایران را به کشورهای مختلف می‌فروشند. برخی از این مراکز به طور مستقیم، فیلم را پس از پایان تولید خریداری می‌کنند و روند فروش و عرضهٔ بین‌المللی‌اش را برعهده می‌گیرند.

دلیل در اوج بودن سینمای ایران، این بود که فیلم‌هایی با قیمت تمام شدهٔ بسیار کم ساخته می‌شد و برگشت مالی خوبی داشت. البته مهم این بود که سینمای ایران در خارج از کشور، با مضامین انسانی و خلاقیت کارگردان‌هایش شناخته می‌شد، نه با تاکتیک‌های تصویری پرعظمت.

روش خوب فیلم‌های ایرانی در چارچوب ذکرشده می‌توانست پاسخگوی قیمت تمام شدهٔ فیلم باشد، ضمن اینکه استثناهایی هم وجود داشت که البته تعدادشان کم هم نبود، مثل فیلم *رنگ خدا* که حدود ۴ میلیون دلار فروش داشت یا بسیاری از فیلم‌های کیارستمی، فیلم‌هایی مثل *بادکنک سفید*، *خانه دوست کجاست*، *زیر درختان زیتون*، *باران* و *بچه‌های آسمان*، فیلم‌های موفقی

بودند که فروش خوبی هم داشتند؛ اما از یک دوره، بدون اینکه به زیرساخت‌های موجود توجه شود، توقع از سینمای ایران بالا رفت. اگر قرار است سینمای ایران را با سینماهای تجاری همچون هالیوود مقایسه کنیم، بالتبع باید در تمام مراحل تولید به خیلی از نکات توجه داشته باشیم و ببینیم برای رسیدن به بازار مورد نظر، چه راهی را باید طی کرد و چه فیلم‌هایی باید ساخت.

وقتی بحث حضور تجاری سینمای ایران مطرح شد، همین فیلم‌های با زیرنویس که مخاطب خاص دارند؛ ولی به لحاظ هنری افتخارات بسیاری برای کشورمان آوردند در عرصهٔ بین‌المللی عرضه شدند. در حوزه‌های فرهنگی هیچ نهادی مثل سینما به کشور خدمت نکرده و پرچم جمهوری اسلامی ایران را در نقاط مختلف جهان بالا نبرده؛ اما اگر رویکردمان تغییر می‌کرد و در کنار فیلم‌های هنری، به سینمای تجاری هم توجه می‌کردیم و اینها را به موازات هم پیش می‌بردیم، شاید اتفاقات بهتری می‌افتاد.

اتفاقات بسیار خوبی در حوزهٔ سینما افتاده و می‌افتد، اما باید دید که چرا با مسائل عدیده‌ای همچون کمبود مخاطب در داخل روبه‌رو هستیم. در رده‌بندی‌های بین‌المللی، وقتی سینماهای مختلف دنیا مطرح می‌شوند و آمار داده می‌شود که برای نمونه، سینمای کره جنوبی و چین و سینماهای مختلف جهان در چه رده‌ای قرار دارند و ایران در این رده‌ها حضور ندارد، دلیلش این است که آنها فروش داخلی بالایی دارند و ما فروش داخلی چندانی نداریم. ایران به لحاظ کمبود سالن سینما و مشکلات فراوانی که در این زمینه دارد، از لحاظ استقبال مخاطب از سینما در وضع نامطلوبی قرار دارد. نکتهٔ دیگر، نداشتن سیاستگذاری مداوم و مستمر است؛ چرا که تغییر سیاست‌ها، می‌تواند بر حضور موفق بین‌المللی سینمای ایران تأثیر منفی داشته باشد.

سیاستگذاری‌ها نیز خالی از اشکال نیستند؛ وقتی قرار شد به بخش

خصوصی کمک شود، اتفاق ناخوشایندی افتاد. موضوع این بود که تصمیم گرفته شد بنیاد سینمایی فارابی فعالیتش را در مورد فروش و معرفی فیلم‌های ایرانی کاهش دهد و تقریباً به صفر برساند که این سیاست نادرستی بود؛ زیرا هنوز زیر ساخت‌های بخش خصوصی آماده نبود. وقتی مرکزی را که تجربه دارد و فعالیت می‌کند، تعطیل می‌کنیم، این موضوع تنها می‌تواند ناشی از همان سیاست‌های بدون برنامه‌ریزی و بدون آسیب‌شناسی باشد.

مشکلاتی که در این باره وجود دارد، بیشتر ناشی از تصمیم‌هایی است که مبنای کارشناسی ندارند. اگر بر اساس نظر کارشناسی، تصمیم بگیریم، نتایج خوبی به دست می‌آید.

در حال حاضر، غالب اظهارنظرها در مورد فروش فیلم‌های ایرانی در خارج از کشور بر مبنای احساسات است. دربارهٔ اکران فیلم‌های خارجی در ایران هم کلیشه‌ای صحبت می‌شود؛ در صورتی که اگر ما به مضامین فرهنگی و دینی‌مان توجه داشته باشیم و ببینیم که کجا ایستاده‌ایم و چطور می‌توانیم با دنیا تعامل داشته باشیم، بالطبع می‌توانیم راهکار درستی در این زمینه ارائه کنیم.

در همان حال که بنیاد فارابی، فعالیت فروشش را تقریباً به صفر رساند، همزمان به فعالیت‌هایی برای کمک به کل سینمای ایران نیز پرداخت. این بنیاد در بازارهای جهانی، به منزلهٔ حامی سینمای ایران حضور یافت و با استفاده از غرفه‌ای مستقل[۱]، بسیاری از سازمان‌های دولتی و خصوصی دیگر را حمایت کرد.

این روند تا ۱۳۸۸ ادامه داشت تا این که دوباره این موضوع مطرح شد که بنیاد سینمایی فارابی باید در بخش فروش، فعال باشد؛ یعنی هم از بخش خصوصی حمایت کند و چتر سینمای ایران در جشنواره‌هایی مثل کن، برلین، هند و هنگ‌کنگ باشد و هم در زمینهٔ فروش فیلم فعالیت کند. البته با توجه به

---

۱. این غرفه در جشنواره‌های بین‌المللی، با عنوان «چتر سینمای ایران» گشایش می‌یابد.

توقعی که از وضع سینما و تولیداتمان داریم، تعاملات تجاری نسبتاً خوبی هم رخ داده است؛ برای مثال، یک بسته شامل حدود ۱۵ فیلم ایرانی، ۶۰ هزار دلار فروش داشت که به نظر من، فروش بدی نیست.

برای نیل به سینمای صنعتی، مجموعه الگوهایی در جهان وجود دارد که باید آنها را در نظر آورد. طبیعتاً ما می‌توانیم اقدامات موفق در این زمینه را، الگو قرار دهیم و البته معتقدم که نباید بخش هنری سینمای ایران را فراموش کنیم و نادیده بگیریم؛ چرا که به هر حال ما در این عرصه، قدرت زیادی داشته‌ایم و داریم. یکی از دلایل فاصلهٔ وضع موجود با وضع نسبتاً مطلوبی که در گذشته وجود داشت، این است که حضور برخی فیلم‌ها از جمله فیلم‌های کودک در عرصهٔ جهانی کم شده است. تولیدات سینمای کودک که موفق‌ترین تولیدات سینمای ایران در عرصهٔ بین‌المللی بوده، متأسفانه امروز رو به افول گذاشته است. پیش از این گفته می‌شد که پس از کانادا بهترین تولیدات سینمای کودک، متعلق به ایران است. بسیاری از این فیلم‌ها هم جایزه می‌گرفتند؛ البته می‌بینیم که اگر فیلم‌های خوبی درباره کودک ساخته شود، باز هم ارزش خودش را دارد، مثل فیلم *زمانی برای دوست داشتن* ساختهٔ آقای ابراهیم فروزش که در طول دو سال گذشته در ۲۴ رویداد بین‌المللی حضور داشته و تعداد زیادی جایزه گرفته است. این هم بخشی از سینمای ایران است که در این مدت، نادیده گرفته شده است. اگر بخواهیم سینمای صنعتی و تجاری داشته باشیم؛ باید زیرساخت‌هایمان را آماده کنیم. در صورت تضعیف بعد هنری فیلم‌ها، خیلی از کشورهای دیگر، پا جای پای سینمای ایران می‌گذارند و از همان طریق هم موفق می‌شوند. به سینمای ترکیه نگاه کنید که کارگردان‌هایی مثل «سمیح کاپلان اغلو» که فیلم *عسل* او در برلین جایزه خرس طلایی گرفت، در صحبت‌هایش به تأثیر سینمای ایران بر ساخته‌هایش اقرار

می‌کند. سینماهای کشورهایی مثل رومانی و ... که کم‌کم مطرح می‌شوند، روند سینمای ایران را طی کرده‌اند و این، همان روندی است که الان به عنوان راهی که از موفقیت سینمای ایران جلوگیری کرده، به آن حمله می‌شود. نمی‌دانم چرا همیشه یا از این طرف بام می‌افتیم یا از آن طرف بام. باید سینمای هنری را در جایگاه خودش دید و به صورت همزمان پیگیری کرد. چین برای حضور تجاری درسینما چه کرده است؟ باید بررسی کنیم که آیا لازم است ما هم با هالیوود تولید مشترک داشته باشیم و از این طریق سینمایمان را وارد راه‌های تجاری کنیم و رایزنی‌های لازم را انجام دهیم؟ باید همهٔ اینها را در نظر بگیریم و زیرساخت‌هایمان را آماده کنیم. به نظر من، حضور بین‌المللی، یک زنجیره است که از تحولات داخلی نشأت می‌گیرد و بالتبع داشتن سالن‌های مناسب در ایران و فراهم کردن زمینه‌هایی که مخاطبان ایرانی بتوانند راحت‌تر و بهتر فیلم‌های ایرانی را ببینند، در این زنجیره تأثیر دارد. البته این هم به مسائل متعددی بستگی دارد؛ برای مثال، درآمد سرانهٔ مردم هم می‌تواند در این مورد دخیل باشد؛ اما به هر حال، باید تدابیری اندیشیده شود که فیلم‌های ایرانی دیده شوند. برخی فیلم‌ها هم ویدئویی هستند و باید در شبکهٔ نمایش خانگی به نمایش درآیند تا فضای اکران را برای فیلم‌های دیگر اشغال نکنند. در حال حاضر در بسیاری از خروجی‌های فرودگاهی، برخی از فیلم‌های ایرانی که ممکن است مناسب حضور گسترده جهانی نباشند؛ اما زیرنویس دارند، عرضه می‌شوند.

یک راهکار، توجه به مناطقی مثل لس‌آنجلس در آمریکا و سوئد است که جمعیت مهاجرنشین ایرانی زیادی دارد. این مراکز طبیعتاً بازار هدف فیلم‌های ایرانی هستند و ضروری است که این فیلم‌ها از طریق عرضه در فرودگاه‌ها یا به روش‌های دیگر به راحتی به دست آنها برسند. بدیهی است همواره باید به طریقی برنامه‌ریزی کرد که فیلم‌ها به طور مناسب اکران و توزیع شوند.

ضروری است در مورد وضعی که داریم، هدف‌گذاری کنیم؛ بدانیم به کجا می‌خواهیم برسیم و دربارهٔ راهکارهایی که باید در پیش بگیریم، واقع‌بین باشیم. منظور من این است که در مقایسهٔ سینمای ایران با هالیوود با واقع‌بینی تصمیم بگیریم و بعد ادعا کنیم که می‌خواهیم مانند هالیوود موفق باشیم. در حال حاضر سینمایی که ما داریم، سینمایی است که در آمریکا می‌خواستند آن را ببینند و منتقدان آمریکایی بارها اذعان کردند که دیگر نمی‌توان سینمای ایران را نادیده گرفت.

باید به لحاظ تکنیکی، نواقص برطرف شود. به جای اینکه بگوییم می‌خواهیم ۵۰۰، ۶۰۰ فیلم تولید کنیم، نخست مشکلاتش را برطرف و وسایلش را تهیه کنیم، بعد به آن نقطه‌ای که می‌خواهیم برسیم.

در مجلهٔ تایم ۲۰۰۰، شماره ویژه‌ای منتشر شد که ویژهٔ هزاره بود و به این لحاظ خیلی اهمیت داشت و در آن به سینمای نوین ایران به عنوان قابل‌اتکاترین صنعت فیلم هنری اشاره شده بود. رژیم صهیونیستی هم که مدت‌ها فیلم‌هایی اکشن مثل *دلتا فورس* می‌ساخت، فکر کرد که باید حضوری را که ایران داشته، از آن خود کند و به همین دلیل شروع به ساخت فیلم‌های هنری کرد. با اذعان به اینکه کل گردش مالی سینمای ایران به اندازه یک فیلم هالیوودی نمی‌شود و به اندازه یک کارخانه کوچک بیسکویت‌سازی است، به طور طبیعی ما باید اول پیگیر چرخش سرمایه باشیم و این، عزمی ملی می‌خواهد که باید تزریق مالی مناسبی بشود و بر اساس آن، تولیداتمان را پیگیری کنیم. مجموعهٔ این عوامل باعث می‌شود که ما بتوانیم در جهان، همان‌طور که در وجه هنری موفق بودیم، در وجه صنعتی هم موفق باشیم.

ما برای ورزش میلیاردها تومان هزینه قطعی می‌کنیم. اما برای سینماگران که به این خوبی با دست خالی کار می‌کنند، کمتر چنین حرکتی صورت گرفته است.

پرهزینه‌ترین فیلم ما که در محافل بین‌المللی مطرح بوده، فیلم چندمیلیارد تومانی *دوئل* نبود و فیلم چند میلیارد تومانی *ملک سلیمان* هم نخواهد بود، بلکه فیلم‌های چند صد میلیونی با قیاس حداکثر ۸۰۰ میلیون تومانی بوده‌اند.

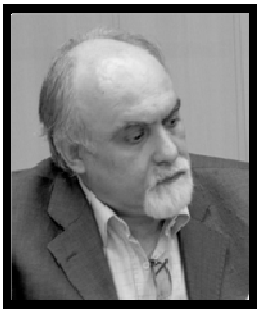
خاطراتی در ضمن بازگشت از کشورهای مختلف، با سینماگران ایرانی دارم که آنها جوایز بسیار مهمی گرفته بودند؛ اما نه تنها هیچ‌کس به استقبالمان نیامده بود، بلکه اتفاقات گاه خیلی بدی هم می‌افتاد مثل برخوردهایی که در گمرک انجام می‌شد، این امر نشان‌دهندهٔ نوع نگاه ما به موضوع است.

زمانی که «رضا ناجی» جایزه بهترین بازیگری را در جشنوارهٔ برلین گرفت و در حالی که نخستین بار بود که از خارج جایزه‌ای دریافت می‌کرد، وقتی به فرودگاه تهران رسید، واقعاً تعجب کرد که استقبال شایانی از او صورت نگرفته و این افتخاری که برای ایران کسب شده، نادیده گرفته شده است. فیلم *بچه‌های آسمان* جزو پنج فیلم نامزد جایزهٔ اسکار شد و همین که جزو پنج فیلم شد، اتفاق بسیار مهمی افتاد، اما باز هم در سال‌های بعد، عدم واقع‌بینی سبب شد سینماگران متوقع شوند و بگویند ما تا کی این تحقیر را تحمل کنیم و مدام فیلم معرفی کنیم و جشنواره‌های بین‌المللی انتخاب نکنند؟ این توقع خیلی بزرگ و نابه‌جایی است. برای کشورهای دیگر مثل ایران، چند درصد این اتفاق افتاده و چقدر این موقعیت را داشته‌اند که مطرح شوند؟ طبیعی است که باید سیری را طی کنیم و فیلم‌هایمان را معرفی کنیم. هر چه فیلم‌ها جذاب‌تر باشند، بازار بیشتری پیدا می‌کنند.

فضای اروپا با آمریکای شمالی متفاوت است و فیلم ایرانی باید بتواند معرف فرهنگ و جامعه ایران باشد؛ از فیلمی که بتواند به عنوان یک فیلم ملی خوب معرفی شود، به طور طبیعی استقبال می‌شود و البته بستگی به خیلی از مسائل از جمله سیاست هم دارد. این را نفی نمی‌کنم که در جشنواره‌ها،

سیاست، دخیل است، اما وجه عمده و غالبی که ما در سینمای ایران داشتیم، در حقیقت به لحاظ فیلم‌های هنری بوده و جوایزی که سینمای ایران گرفته، به طور عمده، جوایز درست و برای فیلم‌های بسیار پاک و خوبی بوده است که نمونه‌های آن *خانه دوست کجاست*، *بچه‌های آسمان*، *رنگ خدا*، *بادکنک سفید* و ... هستند که به دلیل مضمون انسانی‌شان، طرفدارهای پر و پا قرصی در نقاط مختلف دنیا دارند.

۲ . تحولات فناوری سینما
و تأثیر آن بر حضور بین‌المللی سینمای ایران



ایرج تقی‌پور[۱]

برای مقدمه، اشارهٔ مختصری به تاریخچهٔ سینمای ایران ضروری است.

اوایل دههٔ ۱۳۵۰، سینمای ایران به اشغال کامل فیلم‌های آمریکایی و اروپایی درآمد و گروهی به ساختن فیلم‌های سردستی که ارزان تمام می‌شد و فروش معمولی داشت، روآوردند. عدهٔ دیگری از سینماگران ایرانی در مقابل جریان فیلم‌های آمریکایی و اروپایی و بعضاً مبتذل که در خیابان لاله‌زار متداول بود، به فکر افتادند سینمای متفاوت و پیشرویی بسازند که تأسیس شرکت

---

۱. تهیه‌کننده و مترجم سینما

«گسترش» و «تله فیلم» در تلویزیون، حاصل علاقه بـه چنـین سـینمایی بـود و فیلم‌هایی مثل *مغول‌ها*، *باغ سنگی* و مانند اینها که ساخته شد، محصول آن دوره است. در این دوره جماعتی هم به فکر افتادند کـه اگـر مـا سـینما و تلویزیـون داریم، باید فعالیت بین‌المللی هم داشـته باشـیم؛ بنـابراین «نورالـدین آشـتیانی» همزمان با برگزاری جشنوارهٔ کن، با بودجهٔ وزارت فرهنگ و هنر آن‌زمان یـک هفته در یکی از سالن‌های سینما در شهر کن، فـیلم‌هـای ایرانـی را بـه نمـایش گذاشت. پس از فیلم *کاروان‌ها* که محصول مشترک بود، آنتونی کوئین و برخی از بازیگران دیگر به ایران آمدند و تلویزیون ایران شروع به ساخت چنـد فـیلم مشترک کرد که یکی از آنها *تاریخ تمدن ایران* بود. سه سریال به نام‌های *افسانه زیرشن*، *داستان‌های بئاتریس پاتر* و *میشل استروگوف*، به طور مشترک از سوی تلویزیون ایران و تلویزیون فرانسه ساخته شدند که البته فقط *میشل استروگوف* پخش شد و دو سریال دیگر در آرشیو تلویزیون باقی ماند و هرگز پخش نشد.

پس از انقلاب، نخستین حضور بین‌المللی سینمای ایران همزمان با عملیات بیت‌المقدس در شهر کن فرانسه رخ داد که تلویزیـون ایـران بـا گـرفتن غرفـه، محصولات خود را عرضه کرد. چنین رخدادهایی، حرکت‌های نسبتاً پراکنـده و سازمان‌نیافته‌ای بودند که در آن زمان صورت گرفت.

بنیاد سینمایی فارابی در ۱۳۶۲ تأسیس شد و من به همـراه آقـای «علیرضـا شجاع‌نوری» و آقای «امیر اسـفندیاری» کـه بعـداً بـه مـا ملحـق شـد، فعالیـت بین‌المللی بنیاد سینمایی فارابی را شروع کردیم. در آن زمان سینمای ایران هنوز محصول چندانی نداشت؛ اما کم‌کم تولیدات ایرانـی بـه درجـه‌ای از کیفیـت و قوت رسیدند که *ناخدا خورشید* در جشنوارهٔ «لوکارنو»، جـایزهٔ پلنـگ برنـز را گرفت. از آن پس تولیدات ایرانی چنان قدرت و قوتی در داخل پیدا کرد که ما با فیلم آقای عباس کیارستمی به نخل طلایی کن رسیدیم. منظـور از اشـاره بـه

این تاریخچه این است که بگوییم، زمانی احساس می‌کردیم خوب است تولیداتمان را در عرصهٔ بین‌المللی مطرح کنیم و سخنی برای گفتن داشته باشیم. در این باره قرار نبود قراردادی با خارجی‌ها ببندیم و متناسب با ذائقهٔ آنها کار کنیم. البته بعداً شرکت در محافل بین‌المللی جزو عوامل مؤثر در تصمیم‌گیری برای ساخته شدن فیلم‌های ایرانی شد و فیلمسازان به آن توجه کردند.

اوایل دههٔ ۱۳۵۰ با جمعیت ۳۶ میلیونی برای نمایش فیلم‌های خوب آمریکایی، حدود ۸۰ میلیون بلیط در ایران فروخته شد که این رقم در اوایل انقلاب کاهش یافت تا اینکه اوایل دههٔ ۱۳۷۰، این عدد دوباره به ۸۰ میلیون بلیط رسید، البته با جمعیت ۴۰ و چند میلیونی ایران که از این تعداد، ۲۰ میلیون بلیت هم مربوط به فروش فیلم‌های خارجی بود. اکنون نیز حدود ۱۵ میلیون بلیط در سال به فروش می‌رسد.

به این نکته هم باید توجه کرد که اوایل دهه‌های ۱۳۷۰ که ۸۰ میلیون بلیط در سال فروخته می‌شد، فیلم‌های پرفروشی مثل *پرواز در شب*، *افق*، *آژانس شیشه‌ای* و *از کرخه تا راین* که به لحاظ محتوا فیلم‌های قابل‌توجهی بودند، به نمایش درآمدند؛ ولی امروز بسیاری از فیلم‌های پرفروش ما فیلم‌هایی هستند که دیدن آنها چندان خوشایند نیست.

به هر حال، با همان تولیدات موجود، یک جریان بین‌المللی برای سینمای ایران به وجود آمد.

جریان مهم در سینمای جهان، جریان هالیوود است. در گذشته، هالیوود در دو دوره دچار بحران مخاطب شد؛ یک دوره، زمانی بود که تلویزیون وارد حوزهٔ رسانه‌ها شد. در اواسط قرن بیستم، هالیوود به‌تدریج مخاطب خود را از دست داد و به فکر چاره افتاد. تدبیر هالیوود تقریباً شبیه راهکاری بود که اواخر قرن بیستم با ظهور رسانه‌های دیجیتال به کار گرفته شد و آن تغییر

شیوه‌های نمایش بود. تکنیک‌هایی مثل سینما اسکوپ، صدای دالبی و ... در آن موقع به کار گرفته شد و حالا هم سینمای سه‌بعدی و چهاربعدی وارد شده است. از طرفی تا اواخر دهۀ ۱۹۷۰ میلادی در هالیوود، فیلم‌هایی با بودجۀ حداکثر ۱۰ تا ۱۵ میلیون دلار ساخته می‌شد؛ اما در اثر عدم‌موفقیت این فیلم‌ها در بازار فروش، از دهۀ ۱۹۸۰ و اوایل دهۀ ۱۹۹۰ فیلم‌های ۱۰۰ میلیون دلاری به بازار عرضه شدند، فیلم‌های معروفی چون *پارک ژوراسیک* و *کشتی تایتانیک*.

تأکید بر روند جهشی رو به جلو، با تصمیم‌گیری و مدیریت صحیح، توانست هالیوود را از بحران‌هایی که با آن روبه‌رو بود، نجات دهد.

در حال حاضر، مفهوم سینما تغییر کرده و سینمای دیگری به وجود آمده که من آن را سینمای دوران دیجیتال می‌نامم؛ منظورم دیجیتالی شدن سیگنال‌های ارتباطی نیست، بلکه، انتقال از دوران سینمایی است که بیشتر متکی بر کادر و نظریه‌های تدوین بود تا اینکه قصه را روایت کند و مخاطب را به دنبال خودش بکشاند.

امروزه در سینمای دیجیتال، کادر، معنا و مفهوم ندارد؛ زیرا فناوری این امکان را می‌دهد که بتوانیم تصویرمان را یکباره بدون اینکه مجبور باشیم قطع کنیم، بگیریم و این شبیه رویاهایمان است که همۀ خواب در یک نماست، مثل فیلم *کشتی نوح* که یک فیلم دوساعته است با یک پلان و هزاران بازیگر و سیاهی لشگر.

در دوره‌های گذشته، کلام، اصلی‌ترین وسیلۀ ارتباطی بشر بود؛ ولی به‌تدریج به‌کارگیری تصویر قوت گرفت. امروزه در آغاز دوره‌ای به سر می‌بریم که در آن برای برقراری ارتباط می‌توانیم به زبان تصویر با هم سخن بگوییم. در این دوره ارتباطات تصویری بیشتر شده به گونه‌ای که شکل جهان در حال تغییر است. به فیلم *ماتریکس* اشاره می‌کنم که در توصیف وضع جدید جهان

ساخته شده است. در این فیلم، دنیایی مجازی می‌بینیم که نویسندهٔ برنامه‌ای کامپیوتری می‌خواهد انسان‌ها را از شر آن نجات دهد. دنیای مجازی به نام دنیای وب شناخته می‌شود و وب یعنی عنکبوت؛ عنکبوت فاقد اعصاب مرکزی است و جهان وب هم فاقد این سیستم است؛ به نحوی که هیچ مرکزی این جهان را کنترل نمی‌کند. حال چه تضمینی وجود دارد که در جهان آینده، دنیاهای مجازی که واجد سیستم اعصاب مرکزی هستند، مانند آنچه در *ماتریکس* دیدیم، وجود نداشته باشند؟ آیا دنیاهای مجازی دیگری وارد زندگی ما نخواهند شد؟ آیا آنها دنیا را کنترل نخواهند کرد؟ آیا آنها نخواهند توانست ارتباطات ما را کنترل کنند؟ این موضوع قابل پیش‌بینی نیست که دنیای مجازی در آینده، سیستم عصبی مرکزی نداشته باشد. در فیلم *ماتریکس* نیز مشاهده می‌شود که دنیای واقعی و مجازی تفاوت چندانی با هم ندارند و بسیار به هم شبیه‌اند.

شکل دنیا و ارتباطات موجود در دنیا تغییر کرده و مفاهیم جدیدی وارد سینما شده است. سینما آنچه قبلاً بود، نیست؛ این طور نیست که تنها چند فیلم در سال تولید و توزیع شود. رسانه‌های جدید همه به ما القا می‌کنند که دنیا چنان تغییر کرده که به لحاظ فرهنگی باید مسلح و آمادهٔ جهان جدید شد.

یکی از عوامل موفقیت، آن است که بدانیم در کدام دنیا زندگی می‌کنیم و باید چه نوع روابطی را به وجود آوریم و چه آثاری تولید کنیم.

گویی مردم بهتر از ما متوجه شده و فهمیده‌اند که محصول مشترک چقدر اهمیت دارد. با تغییر شکل دنیا، باید دو کار انجام بدهیم؛ نخست باید توجه کنیم که عامل موفقیت سینمای ایران در دههٔ ۱۳۶۰ و اوایل دههٔ ۱۳۷۰ که جهشی ناگهانی به وجود آورد، مدیریت ثابت حدود ۱۰ ساله بر سینمای کشور بود و هر چند که وزرا تغییر می‌کردند؛ اما مدیریت سینما ثابت بود. اما پس از آن دوره، ما تقریباً هر دو سال، شاهد تصدی مدیریت سینما توسط افرادی

بودیم که عموماً کارشان هم سینما نبود؛ گرچه سه، چهار نفر از این مدیران از اهالی سینما بودند. آنها تا می‌خواستند متوجه وضع موجود شوند، افراد دیگری جای آنها را می‌گرفتند که در ابتدای راه بودند.

معروف است که سینما وسیلهٔ سرگرمی است و همه جای دنیا این را می‌گویند؛ تردیدی هم در این نیست، اما این سرگرم‌سازی، زمانی موفق‌تر است که هستهٔ اصلی و مرکزی‌اش فرهنگی باشد. حتی فیلم‌های عادی هالیوودی مبتنی بر یک فکر هستند؛ مانند *گلادیاتور* که یقین دارم برداشتی از داستان «بهرام چوبین» خودمان است.

یکی از موضوع‌هایی که امیدوارم مسئولان سینما خوب متوجه شوند، این است که مردم انتظاراتی دارند و سینماگران باید آنها را به درستی تشخیص دهند و برای برآورده کردن آنها تلاش کنند.

در رسانهٔ تلویزیون، تولیدات با برنامه‌ریزی و بودجهٔ تعیین‌شده و توسط افرادی خاص تولید می‌شود؛ اما در موضوع سینما، روال این نیست و این در قانون تأسیس وزارت ارشاد هم لحاظ شده؛ اما به نظر می‌آید که کمتر به این قانون توجه می‌شود، وگرنه این قانون هنوز هم قانونی مترقی است. وظیفهٔ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نظارت و راهبری مجموعه‌ای از مؤسسساتی است که فعالیت می‌کنند و این نهاد برای تولید وظیفه‌ای ندارد.

فرهنگ، امری مردم‌نهاد است؛ مردم نیز تقاضاهایی دارند، برخی هم با توجه به این انتظارات، آثاری تولید می‌کنند و چرخه‌ای به وجود می‌آید. این چرخه می‌تواند توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نظارت و هدایت شود تا با حذف ناخالصی‌ها به کارش ادامه دهد. در صورتی که این چرخه بتواند به‌طور سالم فعالیت کند، می‌توان انتظار پیشرفت داشت. سینمای هند از سینمایی که ما به فیلم‌هایش می‌خندیدیم به جایی رسیده که *میلیونر زاغه‌نشین*‌اش برندهٔ اسکار

می‌شود و مخاطب جهانی پیدا می‌کند. کارگردان این فیلم، هندی نیست؛ اما با اسلوب هندی ساخته شده است. در حال حاضر، هندی‌ها در بسیاری از شبکه‌های ماهواره‌ای، حضور کاملاً جدی و موفقی دارند و می‌دانند که مزیت‌های نسبی‌شان چیست. آنها توانسته‌اند با پرورش این نقاط برتر در ارتباطات بین‌المللی، صاحب سینمایی شوند که امروز یکی از ارکان مهم سینمای جهان است. مثال دیگر، سینمای کره جنوبی و چین است که شاهد هستیم چطور با برنامه‌ریزی جدی، قله‌های سینمای دنیا و تلویزیون‌های دنیا را فتح می‌کنند. حتی رژیم صهیونیستی که روزگاری، سلطان سینمای مبتذل بود و دغدغهٔ تجارت داشت، متوجه شد که این سینما کفایت نمی‌کند و باید فیلم‌های جدی بسازد و در جشنواره‌ها حضور داشته باشد.

راهکار اصلی در این‌باره، برنامه‌ریزی مدون است. زمانی که آقای «حیدریان» معاون سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بود، به دنبال برنامه‌ای مدون بود، برنامه‌ای نوشتم و ارائه دادم. بر اساس آن برنامه، باید سه کار انجام می‌شد؛ نخست سالنی معتبر در شهری مانند لس‌آنجلس فراهم و هزینه‌هایش برای نمایش فیلم‌های ایرانی تقبل می‌شد. به این ترتیب، ذائقهٔ تماشای فیلم ایرانی در آن منطقه به وجود می‌آمد؛ دوم اینکه یک سالن معتبر بین‌المللی مثل سونی در تهران ساخته می‌شد و سوم اینکه سالی یک محصول مشترک واقعی تولید می‌شد که نقش اصلی در تولید آن بر عهدهٔ ایران باشد.

در صورت تحقق چنین برنامه‌ای، سینمای ایران جهش بلندی خواهد کرد و خواهد توانست مخاطبان بین‌المللی پیدا کند. در این مسیر، ذائقهٔ تماشای فیلم ایرانی به وجود می‌آید و پای ایران به محافل بین‌المللی تولید باز می‌شود. این اتفاق، آن‌گونه که مطلوب بود، رخ نداده و در حال حاضر به ساخت پردیس‌هایی در تهران اکتفا شده است.

از مؤلفه‌های اصلی که به نظر می‌رسد عامل توفیق سینمای ایران است، آنکه توجه کنیم تمام فیلم‌های موفق دنیا بدون استثناء، بر اساس داستان یک ادیب بزرگ ساخته شده‌اند. برای مثال، «جی. کی. رولینگ» *هری‌پاتر* را نوشت که یک اثر ادبی بزرگ است یا *ارباب حلقه‌ها* نوشتهٔ «جان رجینالد تالکین» که البته در سطح پایین‌تری از ارزش ادبی است؛ اما به هر حال اثر بسیار موفقی در جهان است. حال، ما چقدر تلاش کرده‌ایم ادبیات را به خدمت سینما دربیاوریم؟ ادبای بزرگ ما چقدر مشغلهٔ ذهنی‌شان تولید در سینما بوده است؟ یکی از مهم‌ترین کارهایی که مدام از آن سخن گفته‌ایم؛ اما هرگز به آن عمل نکردیم، حضور جدی ادبیات غنی ایرانی در سینماست. ادبیات می‌تواند پشتوانه فکری سینما باشد. سینمای ایران، هالیوود نیست و هرگز هم هالیوود نخواهد بود؛ لزومی هم ندارد، شبیه آن شود. هالیوود، کار خودش را می‌کند، ما هم باید کار خودمان را انجام دهیم، اما آیا متناسب با دنیای امروز خودمان را با امکانات روز دنیا تجهیز کرده‌ایم؟ ما حتی تا ۱۳۸۸ دوربین با سرعت بالا که بتواند حرکت آهسته را فیلمبرداری کند، در ایران نداشتیم.

آیا ما از ظرفیت‌های قانون‌گذاری برای سینما استفاده کرده‌ایم؟ قانون حمایت از مؤلفین و مصنفین در دههٔ ۱۳۴۰ تصویب شده، قانون تأسیس وزارت ارشاد در ۱۳۶۲ و نیز قانون منع ورود فیلم‌های خارجی در همان اوایل دههٔ ۱۳۶۰ تصویب شد؛ ما هرگز از قوانین کمک‌کننده استفاده نکرده‌ایم.

ساختار ارتباطات در جهان امروز تغییر یافته و هر کودکی در اتیوپی، افغانستان و روستاهای ایران می‌تواند با موبایل فیلم بگیرد، با یک کامپیوتر تدوین کند و در اینترنت به نمایش بگذارد تا مورد توجه مردم قرار گیرد؛ همچون فیلم‌هایی که در «یوتیوب» عرضه شده و برخی از آنها هزینهٔ بسیار کمی هم برای ساخت داشته‌اند. درست است که این فیلم‌ها به معنای حرفه‌ای

سینما نیستند؛ اما سینما در تعریف به چیز دیگری تبدیل شده است. سلیقهٔ مردم تغییر کرده و آنها حاضر نیستند برای هر داستان بی‌ارزشی وقتشان را تلف کنند؛ چرا که وقت مردم برایشان از پول مهم‌تر است. بر خلاف دههٔ ۱۳۷۰ که خانواده‌ها به سینما می‌رفتند، چون فیلم‌ها ارزشمند بودند، حتی مدرسه‌ها را تعطیل می‌کردند و دانش‌آموزان را به سینما می‌بردند؛ امروز غالباً جوان‌هایی را در سینماها می‌بینیم که فرصت زیادی دارند و می‌خواهند ضمن تماشای فیلم با یکدیگر گفتگو کنند. از سوی دیگر، دسترسی به تولیدات سینمایی، خیلی آسان است و هر کسی حتی می‌تواند روی گوشی موبایلش هم فیلم سینمایی ببیند. آیا ما از قوانین کمک‌کننده استفاده کرده‌ایم؟ آیا پدیدآورندگان آثار، سازمانی را به وجود آورده‌اند که بتواند از آنها حمایت کند؟ ما به دلایل بسیار ابتدایی داریم مقاومت می‌کنیم و در مقابل، منافع بسیار عظیمی را از دست می‌دهیم. ما برای بخش صنایع و نظیر آن، صدها میلیون دلار هزینه می‌کنیم، اما برای تأمین حقوق مادی چند صد کتاب و نرم‌افزار که واقعاً قیمتی هم ندارند، مقاومت می‌کنیم.

در کارهای زیربنایی و برنامه‌ریزی، مدیر سینمایی تا شروع به کار می‌کند و متوجه می‌شود باید با مجلس رایزنی کند، تغییر می‌کند. بنا بر قانون حمایت از مؤلفین و مصنفین در همه جای دنیا، نقض کپی‌رایت جزو جرائم جنایی به حساب می‌آید و کسی که این جرم را مرتکب شود، مجازات می‌شود. آیا ما چنین قوانینی را اجرا کرده‌ایم؟

آیا در پی آن بوده‌ایم که قوانین را متناسب و به‌روز کنیم؟ ما با استفاده از یک کامپیوتر و اینترنت می‌توانیم هر چه می‌خواهیم به دست آوریم، حال در این عرصه چقدر حضور فعال داریم؟ حدود ۱۰ سال پیش مجمع تشخیص مصلحت نظام مصوبه‌ای داشت که ما به دلیل آسان شدن دسترسی به تولیدات

فرهنگی، چاره‌ای جز حضور مؤثر در ویترین تولیدات جهانی نداریم و باید تولیدات فرهنگی‌مان را افزایش دهیم که گسترش ناگهانی و رشد شبکه‌های تلویزیونی، نتیجهٔ این مصوبه بود.

پرسش این است؛ ما برای حضور در تولیدات جهانی چه کار کرده‌ایم؟

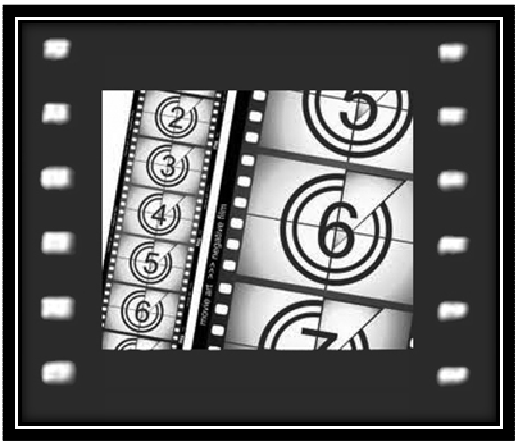
در جهانی که برخی تلاش می‌کنند ایرانی‌ها را تروریست معرفی کنند، چه کرده‌ایم؟ چقدر باید هزینه می‌کردیم که چنین چیزی را در حوزهٔ موضوع امنیت ملی قرار دهیم؟ آیا واقعاً ۲۰ میلیون دلار نمی‌ارزید؟ آیا سینما یارانه‌بر است؟ آیا در پی آن هستیم که سینما در خدمت امنیت ملی ما باشد؟ همان چیزی که در اغلب کشورهای دنیا، از هالیوود گرفته تا ژاپن، مورد نظر است.

آیا سینماگر توجیه شده که قرار است برای بهبود وجههٔ بین‌المللی ایران مبلغی هزینه شود؟ کدام این کارها را انجام داده‌ایم؟ کجا به زیربناها فکر کرده‌ایم و جدی برنامه‌ریزی کرده‌ایم؟

ما به برنامه‌های زیربنایی و انجام دادن کارهای جهشی با برنامهٔ مدون نیاز جدی داریم که البته این جهش، حدود پنج سال طول می‌کشد. حداقل، مدیریت باید ثابت باشد تا بتوانیم کاری کنیم و این مسئله‌ای است که می‌تواند کمک کند تا ما در دنیای امروز پیامی داشته باشیم. روز به روز مخاطبان کم می‌شوند و ما دیگر نمی‌توانیم نخل طلایی کن را تکرار کنیم. اگر برای ما اهمیت دارد که «مجیدی» فیلمی ساخته و اثرش نامزد رسمی اسکار بوده، باید برنامه‌ای برای تکرار آن داشته باشیم. اگر قرار است کاری بکنیم باید اول به خودمان نگاه کنیم، برنامه‌ریزی داشته باشیم و طبق برنامه، ارزیابی کنیم.

فصل ششم

اکران فیلم‌های خارجی درسینماهای ایران؛ تهدید یا فرصت؟



مقدمه

سینمای ایران، امروزه با عدم اقبال مخاطب مواجه است. برای رفع این مشکل، کارشناسان و صاحب‌نظران سینما راهکارهایی متنوع ارائه می‌کنند. یکی از این راهکارها که اخیراً بسیار مورد توجه قرار گرفته، اکران فیلم‌های سینمایی خارجی است. دربارهٔ این راهکار دو طیف اظهارنظر کرده‌اند؛ طیف موافق که معتقد است این راهکار می‌تواند باعث آشتی مردم با سینما شود. تجربهٔ اکران فیلم سینمایی یتیمخانه که در سال ۱۳۸۹ رخ داد، باعث شد این دیدگاه قوت بگیرد. در مقابل، طیف مخالف که معتقد است اکران فیلم‌های سینمایی خارجی، آخرین ضربه به جسم نحیف سینمای ایران است.

این موضوع در نشستی در چهارم آبان ۱۳۸۹ با حضور علی معلم از تهیه‌کنندگان سینمای ایران و سردبیر مجلهٔ دنیای تصویر و امیرحسین علم‌الهدی، مدیر اسبق پردیس سینمایی ملت بررسی شد که چکیدهٔ مباحث نشست، در ادامه ارائه شده است.

۱. اکران فیلم خارجی و تقویت صنعت سینمای ایران

علی معلم[۱]

متأسفانه هرگاه موضوع اکران فیلم‌های خارجی در سینماهای ایران مطرح شده، موافقت و مخالفت با آن در حد جنگ‌های حیدری و نعمتی بوده است. هیچ‌کس توضیح نداده که منظور از نمایش فیلم خارجی چیست؛ صنعت سینمای ایران در این میانه چه موقعیتی دارد؛ آیا ما داریم دربارهٔ تاریخچهٔ نمایش فیلم در ایران و یک جریان جهانی صحبت می‌کنیم یا دربارهٔ تاریخچهٔ نمایش فیلم جهان؟ باید اشاره کنم که در سینمای ایران، مانند همهٔ دنیا، قبل از تولید فیلم به معنای حرفه‌ای، نمایش فیلم وجود داشته است. در واقع، ایران در

---

۱. تهیه‌کنندهٔ سینما

ابتدا تولیدکنندهٔ فیلم نبود. در ایران فقط فیلم‌هایی که در سینمای کشورهای مختلف به‌ویژه کشورهایی همچون فرانسه یا آمریکا ساخته می‌شد، به نمایش درمی‌آمد. به این شکل، نمایش فیلم‌های سینمایی وارد زندگی روزمرهٔ مردم شد.

اساساً صنعت سینما که در کشوری مثل آمریکا پا گرفت، تفریح رایج و ارزان‌قیمت مردم عادی یا همان طبقهٔ کارگر و یقه‌آبی‌ها بود؛ برخلاف تئاتر و اپرا که برای مردم عادی قابل دسترسی نبود – چرا که هنر در اختیار طبقات مرفه قرار داشت – سینما اولین هنری بود که به همهٔ طبقات تعلق داشت، به ویژه طبقات ضعیف‌تر اجتماع که از آن برای تفریح استفاده می‌کردند.

به هر حال سینما دوره‌های مختلفی را پشت سر گذاشته و رقبای بسیاری داشته است. این رقابت با تلویزیون شروع شد، سپس عرضهٔ فیلم‌های ویدئویی و نیز نمایش خانگی شکل گرفت، بعد اینترنت ظهور کرد که تا امروز به مثابهٔ رقیبی جدی برای سینما مطرح است. اینترنت حتی در حوزهٔ تلویزیون و ماهواره هم وارد شده است. پیش‌بینی حرفه‌ای این است که احتمالاً تا چند سال بعد فقط از طریق رایانه امکان دیدن تمام تولیدات نمایشی فراهم شود. بنابراین در آینده تمام الگوهای مصرف رسانه‌ای ما از طریق یک دستگاه انجام می‌شود، یعنی تلفن و ابزارهای مشابه به طور کامل از رده خارج خواهند شد. این جریان اکنون آغاز شده به نحوی که با دستگاه‌های جدید می‌توانید فیلم را دانلود و در همان زمان تماشا کنید.

در مسیر این هنر نه چندان قدیمی، رقبای زیادی قرار گرفته‌اند، با این حال، هیچ‌کدام از آنها نتوانستند جایگزین نمایش در یک سالن عمومی سینما شوند؛ چون سینما علاوه بر تفریح و سرگرمی، آیینی جمعی است.

شاید امروز برخی از مردم در خانه، پردهٔ نمایشی داشته باشند که از پردهٔ سینما *عصر جدید* خیلی بهتر باشد؛ چون در این سالن یک پردهٔ بسیار کوچک

وجود دارد که کیفیت نمایش آن بد است و پروژکتورهایش همخوانی ندارد؛ ولی می‌توان در منزل با هزینهٔ اندک در ابعاد بسیار بزرگ‌تری به تماشای فیلم نشست، زیرا قیمت ویدئو پروژکشن پایین آمده است.

چه چیز باعث شد سالن سینما از بین نرود؟ آیین فیلم دیدن. هر چقدر سینما جلوتر آمد و رقبای بیشتری پیدا کرد، نظریه‌های جدیدتری برای جلب مخاطب به سینما ارائه شد که آخرین آن، همین پدیدهٔ فیلم‌های سه‌بعدی همچون *آواتار* است؛ با فیلم *آواتار* جمیز کامرون، صنعت سینما متحول شد. طرح این موضوع که رقبا باعث کاهش مخاطبان سینما می‌شوند، امری محتوم و قطعی نیست؛ رقبای سینما در همه جای جهان در مقابل صنعت سینما قرار گرفته‌اند؛ ولی اغلب آنها نتوانسته‌اند جای نمایش فیلم در سینما را بگیرند.

علت اصلی افول مخاطب سینمای ایران این است که صنعت سینما را توسعه نداده‌ایم. همچنین پدیدهٔ خانگی شدن سینما که از نظر اجتماعی خطرناک است، نیز یکی از دلایل تشدید عدم‌توسعه در صنعت سینماست.

جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان و روانشناسان می‌توانند بررسی کنند علت اجتماع‌گریزی که در جامعهٔ ما به وجود آمده، چیست. مردم به چارچوب خانه علاقه‌مند شده‌اند؛ وقتی از کار می‌آیند، مهم‌ترین تفریح آنها که ساده و ارزان در اختیارشان قرار می‌گیرد، تماشای فیلم است؛ یک سی‌دی را با قیمت اندک می‌خرند- چه قاچاق و چه غیرقاچاق- و در خانه به تماشای فیلم می‌نشینند. این مسئله بر نسل حاضر و نسل‌های آینده تأثیر نامطلوبی دارد.

عدم‌حضور واقعی نسل جوان در حوزه‌های اجتماعی، باعث تضعیف صنعت نمایش فیلم در ایران شده است. تضعیف صنعت نمایش فیلم در حدود دو دههٔ گذشته، به طور طبیعی باعث بروز مسائل اجتماعی عدیده‌ای هم شده است. این مسئله را نباید ساده تلقی کرد.

نکتهٔ دیگر، ضرورت تفکیک صنعت نمایش فیلم از صنعت تولید فیلم است که متأسفانه این دو اغلب، یک پدیده تلقی می‌شوند.

به نظر من حوزهٔ نمایش از حوزهٔ تولید، کاملاً متفاوت است. اکنون در کشورهای حاشیهٔ خلیج‌فارس، صنعت نمایش فیلم، بسیار فعال است. در کشورهایی مثل مالزی، سنگاپور و کشورهای رشدیافتهٔ آسیایی، صنعت نمایش بسیار قوی است. در آغاز هزارهٔ جدید، پردیس‌های سینمایی گسترده‌ای با جدیدترین فناوری‌ها ایجاد شده؛ برای مثال، در سنگاپور مجموعه سالنی ساخته شده که در آمریکا هم نظیر ندارد. این مجموعه، مخاطبان زیادی را به سینما جلب نموده است. در کشور کوچکی مثل امارات متحدهٔ عربی، نزدیک به ۲۰ مجموعه سینمای چندسالنه برای جمعیت اندکی که به سینما می‌روند ـ و اغلب هم از ایران هستند ـ وجود دارد. آمارهایی در مورد دو فیلم وجود دارد؛ فیلم *اسکندر* از «الیور استون» ـ به دلیل اینکه برای اولین بار امپراتوری هخامنشی را نشان می‌داد ـ و فیلم *آواتار*؛ نزدیک به ۱۰۰ تا ۱۵۰ هزار گردشگر برای تماشای این فیلم‌ها به دبی سفر کردند که این رقم بر آمار نمایش این فیلم‌ها در دبی تأثیر زیادی داشت.

در روندی معمول، فیلم‌هایی که با فرهنگ ما همخوانی ندارند؛ اگر وارد کشور شوند، دچار سانسور می‌شوند. طبیعتاً مردم به دیدن فیلم سانسورشده در سینما نمی‌روند، چون سینما هنری مردمی است و با تلویزیون فرق دارد. تلویزیون فیلم پخش می‌کند؛ هر جا را هم که صلاح دانست، سانسور می‌کند، چون مخاطب برای تماشای آن پول پرداخت نکرده و در صورت عدم رضایت، به تماشای شبکهٔ دیگری می‌نشیند. از این جنبه، سینما پدیده‌ای مخاطب‌محور است. مشتری باید با رضایت خاطر، هزینهٔ تماشای فیلم در سالن سینما را بپردازد. این هزینه در کشور ما نزدیک به ۳ تا ۴ هزار تومان، در آمریکا

حدود ۱۰ تا ۱۲ دلار و در ژاپن، حدود ۲۵ دلار است که البته رقم زیادی است. بنابراین، کسی که سینما را انتخاب می‌کند انتظار دارد به نسبت هزینه‌ای که پرداخت کرده، نسخهٔ کامل فیلم را ببیند.

بنابراین، سانسور هم یکی از موانعی است که می‌تواند تماشاگر را از سینما دور کند. سالانه نزدیک به ۵ هزار فیلم در نقاط مختلف دنیا تولید می‌شود. می‌توان هر سال حدود ۴۰ تا ۴۵ فیلم درجهٔ یک جهان را با کمترین میزان سانسور در ایران نمایش داد.

این اتفاق یک‌بار در گذشته افتاد و فیلم‌هایی همچون *هفت سامورایی* و *امپراتور و آدم‌کش*، همزمان با اکران جهانی، در ایران هم به نمایش درآمدند.

برخی معتقدند صنعت سینمای ایران، قبل از انقلاب با افزایش اکران فیلم‌های خارجی رو به اضمحلال رفت. به نظر من، این طور نیست؛ زیرا فقدان الگوی نمایشی مناسب در آن دوره، سینما را به سقوط کشاند نه نمایش فیلم خارجی. به نظر من نه تنها قبل از انقلاب نمایش فیلم یا حتی تئاتر در کشور تعریف مشخصی نداشت؛ بلکه بعد از انقلاب هم برای این امر برنامه‌ریزی دقیقی نشد. در یک نگاه کلی می‌توان گفت تولیدات سینمای ایران از آغاز به نحوی بود که تا اوایل دههٔ ۵۰ فیلم‌هایی متناسب با فضای اجتماعی ایران ساخته شد. در سال‌های ۱۳۳۰ و ۱۳۴۰، فیلم‌ها به زندگی مردم نزدیک بودند؛ حتی خیال‌پردازی‌ها هم در فیلم‌هایی *مثل گنج قارون* یا *علی بی‌غم* با اوضاع اجتماعی ایران، تناسبی نسبی داشت.

سودپرستی در حوزهٔ نمایش فیلم و عدم ارائهٔ الگو از جانب وزارت فرهنگ آن زمان باعث شد که تعداد فیلم‌های خوب در سینمای کشور کاهش یابد و در اواسط دههٔ ۱۳۵۰، تعداد کمدی‌های سطحی و فیلم‌های ارزان، افزایش یابد. در این زمان، سینمای ایران کم‌کم خود را در رقابت با کمدی‌های

مستهجن ایتالیایی و فیلم‌های ضعیف و سطحی دید. سینماهای خوبی مثل شهرفرنگ، دیاموند و تخت‌جمشید در تهران، فیلم‌های اصلی و مناسب را به نمایش گذاشتند. دیگر سینماها فیلم‌هایی را نمایش می‌دادند که به قیمت ۵۰۰ یا ۱۰۰۰ دلار توسط عده‌ای که در ساختمان پلاسکو دفتر فیلم داشتند، خریداری می‌شد. نمایش فیلم برای سینما، ۹۰ درصد سود داشت. سود حاصل از نمایش فیلم، حجم مالی زیادی را به وجود می‌آورد. حکومت پهلوی برای حمایت از تولیدات داخلی، برنامه‌ای نداشت و در حوزه‌های فرهنگی هم سیاست‌های دیکته‌ای داشت. فقط جشنوارهٔ فیلم تهران را برگزار می‌کرد که نوعی ادا بود. معمولاً برای اینکه بی‌آبرو نشود، چند فیلم هم می‌ساخت یا از ساخت آن پشتیبانی می‌کرد. این نظام، اساساً برای صنعت سینما هیچ جایگاهی قائل نبود.

در سال‌های اول انقلاب، سینماهای کشور به نمایش گستردهٔ فیلم‌های کره‌ای، آلمان شرقی و فیلم‌های انقلابی و شبه‌انقلابی پرداختند. این فیلم‌ها نبض بازار را به دست گرفتند؛ حتی تلویزیون نیز تا مدت‌ها همین فیلم‌ها را نمایش می‌داد؛ فیلم‌هایی که مضامین انقلابی داشتند و با فضای جامعهٔ انقلابی ایران همخوان بودند. سپس دولت، پروانه‌های نمایش فیلم‌های خارجی را محدود کرد. دولت اعلام کرد در ازای هر سه فیلم ایرانی به یک فیلم خارجی پروانه می‌دهد. بعدها تصمیم گرفته شد برای افزایش تولید فیلم ایرانی، نمایش فیلم خارجی به طور کامل، محدود شود. خرید فیلم خارجی در اختیار بنیاد سینمایی فارابی قرار گرفت که از آن زمان تاکنون، انحصار آن را در اختیار دارد. این کار برای حمایت از تولید در سینمای ایران صورت گرفت؛ ولی در واقع، به صنعت نمایش در ایران، ضربهٔ بزرگی زد. این اتفاق باعث شد تولید فیلم ایرانی از ۳۰ فیلم به ۶۰ فیلم و امروز احتمالاً به ۱۰۰ فیلم برسد. این رویکرد باعث شد فراموش کنیم که با توجه به افزایش تولید فیلم‌های سینمایی

به مکان‌های بیشتری برای نمایش فیلم نیازمندیم.

بحران از چه زمانی آشکار شد؟ از وقتی که پردیس‌های سینمایی و سینماهای چهارسالنه ساخته شد و این چهار سالن، چهار فیلم متفاوت برای نمایش نداشتند؛ در نتیجه، بحران تولید، خودنمایی کرد. حال، چگونه می‌توان مانع بروز این بحران شد؟ وقتی فیلم خارجی خوب را نمایش دهیم؛ چه کسی با این موضوع مخالفت می‌کند؟ تولیدکنندگان ایرانی؛ که بنده هم در این قضیه با آنان موافقم، یعنی مخالفم که مجموعهٔ نمایشی کشور کاملاً در اختیار فیلم خارجی قرار گیرد. هیچ عقل سلیمی هم این را نمی‌پذیرد.

تولید فیلم ایرانی برای تماشاگر مزیت نسبی دارد. مردم همیشه از فیلم‌های ایرانی استقبال می‌کنند، چون تماشاگران ما مثل تماشاگران مصری، هندی و ... هر قدر هم فیلم خوب در دنیا ساخته شود، همچنان علاقه دارند به تماشای فیلم‌های ایرانی بنشینند. دوست دارند فیلمی را ببینند که با زبان خودشان ساخته شده است. گرچه، برخلاف هندی‌ها، از فیلم‌های خارجی هم خوششان می‌آید؛ به این دلیل که در نحوهٔ نگریستن‌شان به جهان، بینش گسترده و هضم فرهنگی بالایی دارند. در عین حال به فرهنگ خودی، سنت‌ها و آیین‌های دینی خود هم علاقه‌مندند. بنابراین، از هر کوششی در این حوزه استقبال می‌کنند و سریال‌هایی با مضامین دینی و فیلم‌هایی مربوط به آخرت و جهان پس از مرگ را به دلیل اینکه با جهان‌بینی آنها منطبق است، می‌پسندند.

برای حمایت از تولید فیلم ایرانی، نمایش فیلم خارجی محدود شد؛ اما با این کار، صنعت نمایش ضربه دید. پس از انقلاب تا همین چند سال پیش، سالنی ساخته نشد. اکنون نیز طرح مجامع فرهنگی در وزارت ارشاد به نتیجهٔ مطلوبی نرسیده است. بودجهٔ زیادی هزینه شد؛ اما امروزه سالن‌هایی ساخته شده‌اند که شبیه سوله و پارکینگ‌اند. تا اجازهٔ سرمایه‌گذاری خارجی در زمینهٔ

اکران فیلم خارجی صادر نشود، نمی‌توان صنعت نمایش را رونق داد.

سرمایه‌دار ایرانی به شدت محتاط است و از اینکه در بخش‌های فرهنگی وارد بشود، به شدت می‌ترسد.

سرمایه‌گذارانی هم بوده‌اند که به ساخت سالن‌های نمایش توجه کرده‌اند؛ ولی سؤال این است که وقتی این سالن ساخته شد، چه فیلمی باید در آن به نمایش درآید؟ اگر مردم از فیلم‌ها استقبال نکردند، با این سالن چه باید کرد؟ مجلس عروسی در آن بگیریم؟ قتل سینمای ایران در پردیس سینمایی ملت اتفاق افتاد. این مجوز قتل سینما در ایران بود و نه سینمای ایران؛ وقتی کار به جایی رسید که نمایش فیلم در سینما جای خودش را به پخش مستقیم مسابقه فوتبال داد؛ در چنین فضایی سینما رو به نابودی می‌رود، یعنی صنعت نمایش در ایران رو به نابودی است که در سالن سینما فوتبال نشان می‌دهیم. فوتبال هیچ‌گاه نمی‌توانسته در مقابل سینما بایستد. در کشورهای مختلف، فوتبال در کافه‌ها، رستوران‌ها و مکان‌های عمومی به نمایش درمی‌آید. اینکه در ایران فوتبال را در سالن سینما نشان دادند، به این دلیل بود که ثابت کنند سینما ظرفیت و امکانات بالایی دارد که ساعت ۱۱ شب، ۵۰ هزار نفر به صف می‌ایستند تا وارد سینما شوند. تشکیل چنین صف‌های طولانی برای ورود به سینما پیش‌تر هم در ایران اتفاق افتاده است؛ در سینما بهمن، واقع در میدان انقلاب تهران، فیلم *اژدها وارد می‌شود* بروس‌لی، فقط یک نوبت، تعطیل بود؛ سینما این فیلم را تقریباً ۲۴ ساعته، حتی در ماه رمضان نشان می‌داد که مبین اقبال زیاد به سینما در جامعه بود.

طرح‌هایی امروزه ارائه می‌شود که جدید نیست؛ ولی هیچ‌کس فکر نمی‌کند که اینها پیش از این، کارکرد داشته است. این طرح‌ها مخالف هیچ چیز نبوده است. اخیراً که می‌خواستند این طرح را اجرا کنند، عده‌ای از دوستان در

شهرستان‌ها سر و صدا کردند که پس مردم چه می‌شوند؟

پاسخ آن است که مردم به موقع مسجدشان را هم می‌روند، یعنی پدیده‌ای جای پدیدهٔ دیگر را نمی‌گیرد. آن در جای خود و این در جای خود است. اقشار جامعه متنوع و گوناگون هستند. ما یک ملت ۶۰ و چند میلیونی داریم که هر کدام نظریات مختلفی دارند؛ یکی از کمدی خوشش نمی‌آید، یکی هم از تراژدی. مردم علایق متنوعی دارند که هر کدام قابل اعتنا هستند.

پیش از این، گاهی، نزدیک به ۵۰ فیلم در یک روز در تهران به نمایش درمی‌آمد. این ۵۰ فیلم فروش داشتند. فیلم‌های ایرانی، گروه سینمایی داشتند، اما فیلم‌های خارجی فاقد گروه سینمایی بودند؛ یعنی همزمان در شش سینما به نمایش درنمی‌آمدند؛ تک‌سینما بودند و بعضاً تک‌نوبت به نمایش درمی‌آمدند، ولی همان فیلم‌ها اقتصاد مشخصی داشتند.

راهکارها

برای بهبود وضع نمایش در صنعت سینما چه باید کرد؟

۱. آزادسازی نمایش فیلم خارجی با کیفیتی مقبول و حمایت از ورود بخش خصوصی به این حوزه.

این چیزی است که در گذشته اتفاق نیفتاد؛ اما می‌توان بانی آن شد. اگر موضوع نمایش فیلم‌های خارجی به عهدهٔ بنیاد سینمایی فارابی گذاشته شود؛ به شکست می‌انجامد، چون این نهاد در این زمینه تخصص کافی ندارد.

۲. ورود بخش خصوصی متخصص به حوزهٔ نمایش که معتقد و علاقه‌مند به سینماست و فقط به سود خود نمی‌اندیشد.

۳. انتخاب بهترین محصولاتی که قابلیت فرهنگی نمایش را در ایران دارند.

۴. اجازهٔ سرمایه‌گذاری در حوزهٔ سالن‌سازی صادر شود.

۵. نمایش فیلم برای سالن‌های تازه‌ساز آزاد شود.

اگر بخواهیم سالن‌های جدید را به نمایش فیلم ایرانی محدود کنیم؛ هیچ‌کس حاضر نیست حتی با اعطای وام، سالن بسازد. اکنون در مورد پردیس‌های مربوط به شهرداری همین اتفاق افتاده است. سالن سینما خودبه‌خود به لحاظ مالی اداره نمی‌شود؛ باید با استقبال مخاطبان و فروش محصولات جانبی رونق بگیرد. میزان فروش پفک‌نمکی و پاپ‌کورنی که در بوفهٔ سینما فروخته می‌شود، ۱۱۰ درصد درآمد سالن نمایش است؛ بنابراین باید اجازه دهیم بخش خصوصی و حتی سرمایه‌گذار خارجی، وارد حوزهٔ سالن‌سازی شود. بجاست با ایجاد فضای امن، زمینهٔ این گونه سرمایه‌گذاری‌ها را فراهم کرد.

پرسش این است که صنعت سینمای ایران باید در چه سطحی رشد کند؟

اگر بنا بر ساخت فیلم مبتذل و سطحی است، چه فرق می‌کند که کره‌ای باشد یا چینی یا ایرانی؟ اگر قرار است صنعت سامان‌یافتهٔ سینما داشته باشیم، باید الگوهای تولید را مشخص سازیم و برنامه‌ریزی کنیم؛ برای مثال، از فیلم خارجی عوارض بگیریم. در فرانسه هم برای حمایت از سینمای داخلی، از فیلم‌های خارجی عوارض دریافت می‌شود و به حمایت از سینمای داخلی اختصاص می‌یابد.

اگر گردش مالی سینما ۱۰۰ میلیارد تومان باشد، ۴۰ میلیارد تومان آن متعلق به فیلم خارجی است؛ اگر ۲۵ درصد از این ۴۰ میلیارد تومان را برای حمایت از فیلم ایرانی اختصاص دهیم، ۱۰ میلیارد تومان می‌شود که با آن می‌توان ۲۰ فیلم را بدون دغدغهٔ گیشه (یعنی بدون نگرانی از بازپس‌دهی سرمایه) تولید کرد. برای مثال، به هر فیلم سینمایی برای ارتقای سطح تولید، ۵۰۰ میلیون تومان کمک کرد. در کشورهای صاحب سینمای جهان این‌گونه عمل می‌شود.

باید در حوزهٔ سینما با همان تدابیری کار کرد که جهان عمل می‌کند. ما فکر می‌کنیم اگر برخی از مسیرها را تکرار کنیم؛ به نتایج جدیدی می‌رسیم؛ حال آنکه در این حوزه، تجربهٔ جدیدی به دست نمی‌آوریم.

پس از انقلاب، ۸۰ درصد از سالن‌های سینما مصادره شد. در واقع، سالن‌های سینما در اختیار نهادهایی قرار گرفت که برخی از آنها اصلاً نمی‌دانستند باید با سالن سینما چه کار کنند.

هیچ مستأجری به اندازهٔ صاحب‌خانه دلش برای خانه نمی‌سوزد، صنعت نمایش ایران بعد از انقلاب تا حد زیادی مستأجرنشین شد. بیشتر سالن‌هایی که در اختیار نهادهای مختلف قرار گرفتند به دلایل گوناگون کارایی خود را از دست دادند.

الگوی سینما باید در ایران ترسیم شود. قرار بود شورای عالی انقلاب فرهنگی این مسئولیت را به عهده گیرد که به نظر من، ظرفیت کافی برای انجام دادن این کار را نداشته است.

سینما یکی از مهم‌ترین هنرها برای نظام جمهوری اسلامی است که از آن غفلت شده است. باید الگوی صنعت سینمای ایران در بخش تولید و نمایش، تبیین شود؛ یعنی باید تعیین شود که افق نمایشی و افق تولیدی کشور چیست. با طراحی این الگو است که می‌توان به سمت راهکارهای اجرایی پیش رفت. سالن‌های سینما باید به طور کامل از دولتی بودن خارج شود؛ حتی سالن‌هایی که در اختیار دولت هستند، باید به شکلی واگذار شوند. همان‌طور که کارخانهٔ سیمان ری را واگذار می‌کنیم، در حوزهٔ سینما هم باید همین کار را انجام دهیم. برای مدیریت سالن‌های سینمایی کشور به اندازهٔ کافی افراد صاحب صلاحیت وجود دارند. لازم نیست دولت در این زمینهٔ خطیر وارد شود. به‌ویژه که از آن پول هم به دست نمی‌آورد. بنابراین، وزارت ارشاد و دستگاه‌های فرهنگی

کشور باید تصمیم بگیرند که سالن‌های نمایش را از مالکیت دولت و نهادها خارج کنند و در اختیار بخش خصوصی قرار دهند.

از طرفی باید برای توسعهٔ سالن‌های نمایش و اکران فیلم‌های خارجی اجازهٔ سرمایه‌گذاری داده شود. یکی از دوستان می‌خواست اینجا بزرگ‌ترین سالن خاورمیانه را با ۳۲ سالن بسازد. او با خود می‌گفت اگر من ۳۲ سالن بسازم باید هر فیلم ایرانی را در شش سالن اکران کنم. الآن پنج فیلم اکران می‌شود؛ چطور می‌توان آنها را در ۳۲ نوبت، نمایش داد. این مثال روشن می‌کند که باید اجازهٔ احداث سالن را صادر کرد و چگونگی نمایش فیلم را به نظام مالیاتی، مربوط کرد.

۴۰۰ انیمیشن در ۱۳۸۸ وارد حوزهٔ نمایش خانگی کشور شده است. بیش از ۴۷ میلیارد تومان برای نمایش خانگی درآمد داشته؛ اما یک ریال از آن به حساب سینمای ایران نرفته است.

اگر تحول مهمی در حوزهٔ سالن‌سازی سینما اتفاق بیفتد؛ ظرفیت‌های نمایشی در ایران بالا می‌رود. تا به ظرفیت نمایشی دست‌کم ۳۰۰۰ سالن نرسیم، فقط می‌توانیم پدیدهٔ سینما را در سطح خانگی نگه‌داریم. الان کشور حدود ۲۰۰ سالن نمایش دارد که حدود ۲۵ درصد آنها قابلیت سینمایی دارند. بعضی از این سالن‌ها قابلیت نمایش فیلم‌های خاص را ندارند، به‌ویژه که ما سالن آیمکس[1] که اکنون در جهان در حال توسعه است، نداریم.

امروزه در برخی مناطق همچون قیام‌دشت، پاکدشت، ورامین، گرمسار و ... شاهد کمترین مصرف تولیدات فرهنگی به منظور غنی‌سازی اوقات فراغت هستیم. سینما می‌تواند در این زمینه مفید و مؤثر باشد.

---

۱. آیمکس، مخفف کلمهٔ انگلیسی IMAGE MAXIMUM و نام شرکتی بزرگ با زمینهٔ فعالیتی فیلم و سینماست. این شرکت، مبدع سالن‌های سینمایی با ویژگی‌های منحصر به فرد برای نمایش فیلم است. از ویژگی‌های آن می‌توان به امکان نمایش فیلم در اندازه‌های بسیار بزرگ و وضوح بالای تصویر اشاره کرد.

حوزهٔ فرهنگ، حوزهٔ بخش خصوصی است و همهٔ بخش خصوصی، کاسب‌کارانه عمل نمی‌کند. در هر محلهٔ کشور، چند لبنیاتی هست؛ اما دریغ از یک کتاب‌فروشی. برای مثال، کشوری که مدعی انقلاب فرهنگی است، یک سالن سینمای مجهز در کل منطقهٔ نارمک و تهران‌پارس ندارد.

هر زمان اراده کنیم، در هر دوره، با هر وزیر و نظام فرهنگی، می‌توانیم جلوی این فاجعه را بگیریم؛ چرا که ظرفیت رشد ما خیلی بالاست؛ ایرانیان مردم بسیار فرهنگ دوستی‌اند؛ ولی باید فضای عمل کافی برایشان فراهم شود. مردم نمی‌توانند دنبال ناشر راه بیفتند و کتاب پیدا کنند. در کشورهای مختلف دنیا کتاب‌فروشی‌های زیادی وجود دارد؛ چرا که درصدی از جامعه به کتاب علاقه‌مند است. آیا دولت یا وزارت فرهنگ و ارشاد باید کتاب‌فروشی یا سالن سینما بسازد؟ نه! وزارت فرهنگ یک سازمان ستادی است؛ باید برنامه‌ریزی و راه‌گشایی کند. سازمان‌های دیگر هم باید قواعد دست و پا گیر را بردارند و صنعت نمایش در ایران را از وضع اسفبار کنونی که نه شایستهٔ ملت ایران است و نه برازندهٔ توسعهٔ فرهنگی است، خارج کنند.

در دولت اصلاحات، انتشار نشریات افزایش یافت، ناگهان ۵۰۰ روزنامه منتشر شد؛ هیچ‌کس فکر نکرد که این نشریات را کجا باید فروخت. یک روزنامه را باید مردم ببینند تا بخرند. در حوزه‌هایی عدهٔ نویسنده‌ها به پنج نفر نمی‌رسد؛ اما حدود ۱۵ نشریه در همین حوزه منتشر می‌شود. برای مثال، در حوزهٔ ورزش، ۱۵ نشریه وجود دارد که در جهان، کم‌نظیر است. این ۱۵ نشریه را هم نمی‌توان مشاهده کرد؛ چون اصلاً جایی برای عرضهٔ آنها وجود ندارد. گویی مسئولان مربوطه فقط می‌خواستند شاخص‌ها را بالا ببرند و بگویند مثلاً ۱۵ هزار نشریه داریم؛ اما می‌پرسیم شمارگان آنها چقدر است؟ می‌گویند روزنامه‌ها از ۵ هزار تا بالاتر نمی‌روند، تکلیف نشریات دیگر هم روشن است.

در حوزهٔ سینما هم همین‌طور است. ممکن است گفته شود که ما کشور مهمی هستیم؛ چرا که ۱۲۰ فیلم سینمایی و ۴۰۰ فیلم تلویزیونی ساخته‌ایم. اما در میان این ۴۰۰ فیلم، چند فیلم باارزش می‌توانیم پیدا کنیم؟ سؤال بعد اینکه این فیلم‌ها کجا مصرف شده‌اند؟ چگونه به دست مردم رسیده‌اند؟ آیا مردم مصرف‌کنندهٔ این محصولات بوده‌اند؟ می‌گویند این سیاه‌نمایی است؛ در حالی که واقع‌نمایی است. باید واقع‌نمایی کرد، حتی اگر واقعیت جنبه‌های تیره‌ای داشته باشد. ما می‌توانیم بر این جنبه‌ها احاطه پیدا کنیم. در این صورت نه تنها ارادهٔ ما را فلج نمی‌کند؛ بلکه قوی‌تر می‌سازد؛ زیرا وقتی با واقعیت مواجه می‌شویم، اراده‌مان قوی‌تر می‌شود.

۲. مدیریت بحران کاهش مخاطب سینمای ایران

امیرحسین علم‌الهدی[۱]

قرار نیست سینما بعد از سه دهه، اختراع شود. در سه دههٔ گذشته بارها این کار را کرده‌ایم و بارها هم شکست خورده‌ایم؛ بارها میزگرد گذاشته‌ایم؛ دفترچه تدوین کرده‌ایم؛ گذشتگان را محکوم کرده‌ایم؛ اما کمتر راهکار درستی داده‌ایم.

پیش از انقلاب در ایران، ۵۵۰ سالن سینما وجود داشت. به طور میانگین، حدود ۵۰۰، ۶۰۰ فیلم در سال نمایش داده می‌شد. جمعیت سینمارو بالغ بر ۴۰ میلیون نفر بود. در تهران در ۱۳۴۸ روزانه حدود ۲۵۰ تا ۳۰۰ هزار نفر به سینما می‌رفتند. بعد از انقلاب، در سال‌های ۱۳۶۹ ـ ۱۳۶۸ که جمعیت کشور ۴۴ میلیون نفر بود، حدود ۸۰ میلیون نفر

---

۱. کارشناس سینما و مدیر اسبق پردیس سینمایی ملت

سینما می‌رفتند. در سال‌های ۱۳۷۰ ـ ۱۳۶۹، با جمعیت ۵۵ تا ۶۰ میلیون نفر، سینمای ایران، ۲۰ میلیون نفر افت مخاطب داشته است؛ چرا که رقیب جدیدی به نام ویدئو وارد شده بود. فیلم‌های ویدئویی در خانه‌های مردم دست به دست می‌شد. کم‌کم ویدئو آزاد شد.

در ۱۳۷۰، حدود ۵۵ میلیون نفر به سینما می‌رفتند که حدود ۲۰ درصد آنها تماشاگر فیلم‌های خارجی بودند؛ حدود ۱۰ میلیون نفر. در ۱۳۸۹ سهم نمایش فیلم خارجی در ایران به پایین‌ترین میزان رسید. فیلم *یتیمخانه* یا فیلم چشم که در این سال اکران شد، توسط بنیاد سینمایی فارابی در ۱۳۸۷ خریداری شده بود و دو سال در ادارهٔ کل نظارت و ارزشیابی بلاتکلیف مانده بود؛ اما وقتی گروه جدید آمدند توانستند به اصرار و تمنا پروانهٔ نمایش این فیلم‌ها را بگیرند و در ۲۵۰ سالن سینمای کشور دست‌کم یک نوبت نمایش دهند. البته استقبال خوب نبود؛ ولی وقتی در یک نوبت همهٔ سالن پر می‌شود، نشان می‌دهد که ظرفیت‌هایی وجود دارد.

از ۵۵۰ سالن، به ۲۵۰ سالن رسیده‌ایم. از این ۲۵۰ سالن سینما، فقط ۷۰ سالن است که حدود ۹۰ درصد فروش فیلم‌های ایرانی را تأمین می‌کنند؛ البته اگر فروشی باشد. متأسفانه در ۱۳۸۹، فروش فیلم‌ها به‌ویژه در شهرستان‌ها افت داشت. اما چه تهدیدهایی پیش روی سینمای ماست و چگونه می‌توان آنها را به فرصت تبدیل کرد؟

بیشتر تولیدکنندگان معتقدند پیش از انقلاب، مسبب شکست سینمای ایران، فیلم خارجی بود؛ ولی به نظر من، دلیل اصلی، کپی‌برداری و تقلید محض فیلمسازان ایرانی از فیلم‌های خارجی بود. وقتی مردم نسخهٔ اصلی را که از آن تقلید شده بود روی پردهٔ سینما می‌دیدند، دلیلی نداشت تا نسخهٔ تقلیدشده را ببینند. همین اتفاق هم در سال‌های اخیر افتاده است؛ یعنی فیلم‌هایی را می‌بینید

که عمدتاً کپی‌برداری محض از فیلم‌های خارجی پیش از انقلاب است و همین مسئله، باعث افت جدی مخاطبان سینما شده است.

در سینمای ایران، فیلم‌های خوبی وجود دارند که به شعور مخاطب توهین نمی‌کنند و همچنان نمایش داده می‌شوند. البته تعداد این فیلم‌ها خیلی کم است. متأسفانه در حالی‌که جریان غالب سینمای ایران نمی‌تواند رابطه‌ای منطقی بین مخاطب و سینما برقرار کند؛ اما همچنان با نگاهی آرمان‌گرایانه درصددیم تا از بازنمایی هویت و تمدن ایران در تولیدات داخلی حمایت کنیم.

هیچ‌کس با این موضوع، مخالف نیست؛ ولی کدام تولید و با کدام کیفیت؟ به نمایش فیلم‌هایی که در عید فطر ۱۳۸۹ اکران شد، نگاه کنید؛ هنرپیشه‌های همهٔ این فیلم‌ها مشترک بودند. همزمان با این فیلم‌ها سریال *قلب یخی* وارد شبکهٔ نمایش خانگی شد که برخی از همان هنرپیشه‌ها در آن بازی می‌کردند. خب، چه دلیلی دارد که مردم به سینما بروند و بلیط ۴هزار تومانی بخرند؟

برای دستیابی به سینمای مطلوب، باید در حوزهٔ تولید، توزیع و مصرف یا نمایش راهکارهایی منطقی و با توجه به علم اقتصاد طراحی شود. تولیدات زیرپله‌ای که دامن‌گیر سینمای ایران شده‌اند، موضوعی جدی است. بخش زیادی از تولیدات سینمای ایران، فاقد هدف هستند. بسیاری از تولیدات، بر اساس روابط خویشاوندی و آشنایی ساخته می‌شوند.

در یک مورد، فیلمی از یک کارگردان اول به نمایش درآمد که بازیگرش برای احراز این نقش، پول کلانی پرداخته بود. این ساز و کار عجیبی است که در سینمای ایران اتفاق می‌افتد که تولید سودآور می‌شود؛ اما حوزهٔ توزیع و نمایش، کاملاً ورشکسته است. روشن است که از جاهای دیگری پول‌هایی می‌آید که ربطی به حوزهٔ نمایش ندارد. در همه جای دنیا سود تولید به طور منطقی چیزی حدود ۴۰ تا ۵۰ درصد از حوزهٔ نمایش است؛ گاه بالاتر هم

می‌رود. ۲۵ تا ۳۰ درصد آن در حوزهٔ نمایش خانگی است و بقیهٔ آن به حوزه‌های دیگر مربوط می‌شود.

متأسفانه در ایران در حوزهٔ سالن‌داری و سینماداری این اتفاق نمی‌افتد و برای همین است که بخش خصوصی هیچ رغبتی ندارد در سینما سرمایه‌گذاری کند. طرفداران نمایش فیلم خارجی معتقدند که اول باید سالن نمایش کافی داشته باشیم و در مرحلهٔ بعد به طور منطقی- و نه گسترده- سراغ نمایش فیلم خارجی برویم. اگر ۲۰ تا ۲۵ درصد فضای نمایش کنونی کشور به فیلم خارجی اختصاص پیدا نکند؛ می‌توان گفت که رابطهٔ مخاطب با سالن‌های سینما که در زمرهٔ سرفصل‌های توسعهٔ فرهنگی هر کشوری تعریف می‌شود، بسیار تضعیف خواهد شد. اکنون هر ایرانی هر پنج سال یک بار به سینما می‌رود.

متأسفانه از میان ۸۷۰ شهر کشور، ۷۰ شهرستان ایران سینما دارد. از سوی دیگر به دلیل تغییر بافت جغرافیایی و جمعیت شهرها، بسیاری از سالن‌های سینما فاقد کارکرد منطقی شده‌اند و دیگر نمی‌توان آنها را سینما دانست. مسئولان معاونت سینمایی تلاش کرده‌اند در سال‌های اخیر تعدادی سینمای تک‌سالنه را بازسازی کرده یا توسعه دهند؛ ولی با ساخت سینماهای چندسالنه که حق انتخاب مخاطبان را بالا می‌برد؛ از این پس سینمای تک‌سالنه، جذابیت زیادی برای مخاطبان سینما نخواهد داشت. در حال حاضر، حدود ۸۰ درصد سینماهای کشور، تک‌سالنه هستند.

آمریکا در اواخر دههٔ ۱۹۶۰ یا اوایل دههٔ ۱۹۷۰ متوجه شد هر فیلمی که ساخته می‌شود، الزاماً فروش خوبی ندارد. در نتیجه، متوجه زیرساخت‌ها شد و آنها را به مولتی‌پلکس[1] و سینه‌پلکس[2] تبدیل کرد. در ۲۰۰۹ در اروپا حدود یک میلیارد نفر به سینما رفتند که از این تعداد، ۹۰۰ میلیون نفر به مجتمع‌هایی

1.Multyplex
2.Cineplex

با بیش از هشت سالن نمایش مراجعه کردند. اگر این آمار و ارقام را مقایسه کنیم، متوجه می‌شویم که در ایران با مخاطب – که رمز ماندگاری سینماست– چگونه رفتار می‌کنیم. پردیس‌های سینمایی معدودی که در سال‌های اخیر به ظرفیت نمایش فیلم کشور افزوده شده‌اند، حدود ۴۰ تا ۵۰ درصد فروش فیلم‌های ایرانی را در تهران برعهده دارند. از شهرستان‌ها صحبت نمی‌کنم؛ چون وضعیت آنها اسفبار است، به ویژه وضع مراکز استان‌ها که از بیشترین قشر سینمارو برخوردار است.

قیمت بلیط هم بحث مهم دیگری است. بلیط نمایش فوتبال خارجی در سالن سینما، با قیمت ۱۰ هزار تومان در کمتر از یک ربع ساعت تمام شد. در کشوری که میانگین سرانهٔ ملی حدود ۵ هزار و ۵۰۰ دلار است، چگونه قیمت بلیط می‌تواند چهار دلار باشد؛ در صورتی که قیمت نمایش خانگی ۱۵۰۰ تومان است. در کشورهای دیگر بین قیمت سینما و نمایش خانگی رابطهٔ منطقی برقرار است.

یکی از راهکارهای حل مسائل سینمای ایران، نمایش فیلم خارجی است. در ضمن حل بحران کاهش مخاطب، باید به بقیهٔ سرفصل‌ها هم توجه شود تا بتوانیم در قبال وضع کنونی سینمای ایران به دیدی منطقی برسیم. در کشورهای توسعه‌یافته، قیمت نمایش خانگی حدود ۲۰ تا ۲۵ دلار است و قیمت بلیط سینما، حدود هفت تا نه دلار. در ایران این رابطه، برعکس است. وقتی مخاطب این فیلم‌ها را در تلویزیون می‌بیند، افسوس می‌خورد که چرا برای دیدن این فیلم‌ها به سینما رفته است. تا زمانی که چنین وضعی وجود دارد، نمی‌توان به تولید داخلی نگاهی جدی داشت. متأسفانه عمدهٔ تولیدات، تلویزیونی هستند.

این اعتقاد همچنان وجود دارد که راهکار حل بخشی از مشکلات سینمای ایران، این است که بخشی از ظرفیت نمایش خود را در اختیار فیلم خارجی بگذارد تا بتواند رابطهٔ منطقی نمایش فیلم‌های سینمای ایران با مخاطب را حفظ کند.

آمریکا حدود هشت تا ۱۰ درصد ظرفیت نمایشی خود را در اختیار فیلم‌های کشورهای دیگر می‌گذارد. هند، حدود هشت درصد و کرهٔ جنوبی و ژاپن حدود ۵۰ درصد از فضای نمایش سینمایی خود را در اختیار فیلم‌های خارجی گذاشته‌اند. در ترکیه این عدد کمی بالاتر و حدود ۷۰ درصد است. در این کشورها حدود ۵۰ درصد فیلم‌های درجهٔ یک، حاصل تولیدات داخلی است؛ یعنی فیلم‌هایی که براساس معیارهای بین‌المللی ساخته می‌شوند و در رقابت پایاپای با فیلم‌های خارجی، مخاطب داخلی را حفظ می‌کنند.

در ایران، حدود ۶۰۰ تا ۷۰۰ فیلم خارجی و حدود ۷۰ تا ۹۰ فیلم ایرانی در طول سال در شبکهٔ نمایش خانگی توزیع می‌شود. این آمار نشان می‌دهد که مخاطب ایرانی، همچنان علاقه‌مند به تماشای فیلم ایرانی است، ولی در شبکهٔ نمایش خانگی، حق انتخاب دارد. متأسفانه ما اصل اساسی حق انتخاب را از مخاطب ایرانی گرفته‌ایم. وقتی سینمای یک کشور نمی‌تواند فیلم پرهزینه بسازد- فیلمی که بتواند بر مبنای پردهٔ نقره‌ای تعریف شود- چه اصراری است که تولیدات زیرپله‌ای‌اش را نمایش دهد و مرتب بگوید که مردم باید هزینه کنند و به سینما بیایند؛ به طور قطع، مردم برای دیدن چنین فیلم‌هایی به سینما نمی‌آیند و ترجیح می‌دهند فیلم‌ها را در خانه‌هایشان ببینند.