فصل‌نامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی نهم، شماره‌ی ۳، زمستان ۹۹، صفحات ۷۷-۴۱

مقاله پژوهشی

تدوین شاخص‌های ارزیابی سیاست‌گذاری اقتصاد سینما و تحلیل وضعیت شاخص‌های سینمای پس از انقلاب اسلامی

فرناز سربندی[۱]، سید رضا صالحی امیری[۲]

تاریخ دریافت:۱۳۹۸/۰۹/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۰۸

چکیده

هدف این مقاله تدوین و ارائه‌ی شاخص‌هایی برای ارزیابی اقتصاد سینما در ایران و بررسی وضعیت شاخص‌های مورد نظر در سینمای پس از انقلاب اسلامی است. روش مورد استفاده در این مقاله، توصیفی، به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ داده، آمیخته است و نیز برای تحلیل از روش تحلیل داده‌های ثانویه بهره گرفته شده است. برای تدوین شاخص‌های اقتصاد سینما با روش اسنادی، پژوهش‌های داخلی و خارجی و گزارش‌های پژوهشی معتبر کشورهای مختلف مد نظر قرار گرفتند که پس از جمع‌آوری، تمامی شاخص‌ها در اختیار صاحب‌نظران(با روش گلوله‌برفی انتخاب شدند) قرار گرفت. در نهایت وضعیت اقتصاد سینمای ایران در شاخص‌های مورد نظر با استفاده از تحلیل داده‌های ثانویه مورد بررسی قرار گرفت. اقتصاد سینمای ایران در سال‌های گذشته نتوانسته است به رونق و شکوفایی برسد. درآمد حاصل از سینمای ایران اگرچه در سال‌های پس از انقلاب روند افزایشی داشته است، این روند به دلیل افزایش شاخص متوسط بهای بلیت بوده و از مخاطبان سینما کاسته شده است. میزان اشتغال در بخش سینمایی و بخش‌های جانبی نیز تابعی از میزان تولید و تعداد سالن‌های سینمایی است. تعداد سالن‌ها و پرده‌های سینمایی با استاندارد جهانی فاصله بسیاری دارد و هنوز در بسیاری از نقاط دسترسی به سالن نمایش امکان‌پذیر نیست.

واژه‌های کلیدی: اقتصاد سینما؛ اقتصاد فرهنگ؛ شاخص ارزیابی؛ ارزیابی سیاست‌گذاری؛ سینمای ایران.

[۱] دکترای مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات (نویسنده‌ی مسوول)
fsarbandi81@gmail.com

[۲] دانشیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات
dr.salehiamiri@gmail.com

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

مقدمه و بیان مسأله

اقتصاد و فرهنگ دو موضوع بسیارحائز اهمیت و مورد توجه در تمامی کشورها، به‌ویژه ایران محسوب می‌شوند. اصطلاح اقتصاد فرهنگ[1] نیز در دهه‌های اخیر مورد توجه اقتصاددانان و صاحب‌نظران فرهنگ قرار گرفته است. «اقتصاد فرهنگ ناظر بر شناخت مناسبات و تعاملات بین حوزه‌های تولید و آفرینش، مصرف و بازار است و با کشف روابط بین اقتصاد و فرهنگ، راه را برای رونق و شکوفایی هموار می‌سازد و بیش از آن که درصدد ارزیابی و قضاوت هنجاری از اقدامات و فعالیت‌های فرهنگی و هنری باشد، به دنبال تحلیل آثار اقتصادی این فعالیت‌ها و شناسایی عوامل مؤثر بر اقدامات، سیاست‌ها، برنامه‌ها، فعالیت‌ها و مطلوبیت‌های حاکم بر عرضه و تقاضای کالاهای فرهنگی و هنری است»(گنجی و حیدریان، ۱۳۹۳: ۷۸). صنایع فرهنگی[2] در اقتصاد فرهنگ بسیار اهمیت دارد. چنان که در سال‌های اخیر در رونق و شکوفایی بیش‌تر اقتصادی بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته مورد توجه قرار دارد. علاوه بر این «تولیدات و خدمات ناشی از فعالیت‌ها و صنایع فرهنگی مسیر روشنی را برای توسعه‌ی فرهنگی و اجتماعی ایجاد می‌کنند که به دلیل ماهیت دوگانه‌ی فرهنگی و اقتصادی آن‌هاست. این ماهیت دوگانه باعث ارزش افزوده‌ی آن‌ها می‌شود که ظرفیت ایجاد اشتغال، درآمد و سرمایه‌گذاری را دارند. صنایع فرهنگی راه و مسیری را به سوی خلاقیت و افزایش سرمایه‌ی اجتماعی یک کشور می‌گشایند»(یونسکو، ۲۰۱۴: ۲۲).

صنایع فرهنگی گستره وسیعی را شامل می‌شود که یکی از آنها سینماست و اهمیت بسیاری، هم از جنبه فرهنگی و اجتماعی و هم از لحاظ اقتصادی دارد. از سویی، صنعت سینما از ابزارهای اصلی فرهنگ‌ساز در جامعه است. «فضای سینما با ایجاد شرایطی ویژه برای مخاطب و تلقین ایده‌ای خاص، نقش اساسی در تغییر نگرش جامعه و افکار عمومی دارد. میزان استفاده از ظرفیت سینما به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه‌ی فرهنگی در جامعه محسوب می‌شود»(ناظمی اردکانی و صیادی، ۱۳۹۳: ۲۱۴). در دنیای امروز سینما افزون بر این که از جایگاه خاصی در دنیای هنر برخوردار است، صنعتی پیشرو و قدرتمند را به وجود آورده است که آثار اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بسیاری به دنبال داشته است. بررسی وضعیت صنعت سینمای ایران از جهت اقتصادی بسیار حائز اهمیت است؛ چراکه بازدهی قابل توجه این حوزه برای سرمایه‌گذاران، آن را به صنعتی

[1] Cultural economics
[2] Cultural industries

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

درآمدزا در جهان تبدیل کرده است. برای دست‌یابی به جایگاه مطلوب در اقتصاد صنایع فرهنگی، به‌ویژه در حوزه‌ی سینما نیازمند سیاست‌گذاری صحیح و برنامه‌ریزی حساب‌شده در فراهم‌سازی زیرساخت‌های لازم جهت بهره‌برداری از ظرفیت‌های فرهنگی عظیم کشور هستیم. ارزیابی سیاست‌گذاری‌های انجام‌شده و نیز اقدامات صورت‌گرفته در این حوزه بسیار دارای اهمیت است، چراکه روشن‌شدن نقاط ضعف و منفی، غفلت‌ها و اشتباهات می‌تواند شکوفایی اقتصاد سینمای ما را در سال‌های پیش رو راهگشا و راهنما باشد. بنابراین برای ارزیابی سیاست‌گذاری‌های اقتصاد سینما در ایران داشتن شاخص‌های ارزیابی منطبق با شرایط سینمای کشور ضروری است. در این مقاله سعی شده است با توجه به پژوهش‌های انجام‌گرفته و شاخص‌های ارزیابی اقتصاد فرهنگ به شاخص‌های متناسب در کشور دست یابیم و در نهایت سیمایی از اقتصاد سینمای ایران بر مبنای شاخص‌های مورد نظر ارائه دهیم. سؤال‌های مطرح در این مقاله عبارتند از: ۱. شاخص‌های ارزیابی اقتصاد سینما در کشور ما کدام است؟ و ۲. با توجه به شاخص‌های به‌دست‌آمده، وضعیت سینمای ایران چگونه است؟

پیشینه‌ی پژوهش

پژوهش‌های انجام‌گرفته را در سه بخش سیاست‌گذاری و سیاست‌پژوهی، سینما و اقتصاد سینما می‌توان بررسی کرد.

جدول شماره‌ی یک- پژوهش‌های داخلی

حوزه	نویسنده/ سال انجام	عنوان	روش تحقیق	قالب پژوهش
اقتصاد سینما	علمی مقدم (۱۳۸۷)	ارائه‌ی چارچوبی برای تحلیل اقتصادی سینمای ایران		پایان‌نامه
	نیک‌روان و عاقلی (۱۳۹۰)	تقاضای فیلم سینمایی در ایران	روش توصیفی	مقاله
	لقمانی (۱۳۸۹)	بررسی وضعیت اقتصاد سینمای ایران	اسنادی	پایان‌نامه ارشد
	رحیمی و همکاران (۱۳۹۰)	برآورد تابع تقاضای سینما و تحلیل عوامل مؤثر برآن؛ مطالعه موردی: شهر تهران	تحقیق موردی	مقاله
	نجفی و علوی (۱۳۹۳)	بررسی عوامل مؤثر در رویگردانی از سینما	تحلیل خوشه‌ای	مقاله

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

حوزه	نویسنده/ سال انجام	عنوان	روش تحقیق	قالب پژوهش
سیاست‌گذاری سینما	شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۸۵)	سیاست‌های فرهنگی دولت در دهه‌ی ۷۰ شمسی (با تأکید بر سینما)	تحلیل متون	مقاله
	راودراد و اسدزاده (۱۳۸۹)	جامعه‌شناسی سیاسی سینمای ایران (بایدها و نبایدهای سیاست‌گذاران سینمای ایران در دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰)	تحلیل محتوا و متن	مقاله
	عبدالخانی و نصرآبادی (۱۳۹۰)	بازنمایی نقش زنان در سینما (سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در سینمای قبل و پس از انقلاب اسلامی)	اسنادی و توصیفی	مقاله
	راودراد و تمنایی (۱۳۹۲)	تحلیل رابطه سیاست‌های فرهنگی- سینمایی ایران با فیلم‌های معرفی‌شده به عنوان نمایندگان سینمای ایران به آکادمی اسکار	اسنادی- تحلیل کیفی	مقاله
	بزرگی (۱۳۹۳)	بررسی چالش‌های سیاست‌گذاری فرهنگی ایران در شبکه پخش نمایش خانگی	اسنادی	مقاله
	محمدی و سلامی (۱۳۹۱)	سیاست‌گذاری‌های فرهنگی فرانسه در حوزه‌ی ادبیات نمایشی در دوره‌ی وزارت ژاک لانگ	تحلیل سیاست‌ها	مقاله
	دهقان‌پیشه و اسماعیلی (۱۳۹۱)	ارزیابی مصوبات دولت درباره‌ی سینما (۱۳۸۸-۱۳۶۸)	تحلیل سیاست‌ها	مقاله

جدول شماره‌ی دو- پژوهش‌های خارجی

حوزه	نویسنده/ سال انجام	موضوع
اقتصاد سینما/ فرهنگ	اسکات (۲۰۰۰)	سینمای فرانسه؛ نظام اقتصادی، سیاست و جایگاه در ایجاد یک صنعت تولیدی فرهنگی
	اسکات (۲۰۰۴)	هالیوود و دنیا: جغرافیای توزیع و بازاریابی فیلم
	دورماز و همکاران (۲۰۰۶)	شهرهای خلاق و صنعت فیلم؛ سنت آنتالیا در مرکز فیلم اوراسیا
	تیتان و همکاران (۲۰۰۸)	تأثیر صنایع فرهنگی- خلاق بر رشد اقتصادی با رویکرد کمی
	مک‌کنزی (۲۰۱۲)	اقتصاد فیلم: مطالعه‌ی ادبیات
	والز و مک‌کنزی (۲۰۱۲)	نقش در حال تغییر هالیوود در بازار جهانی فیلم
	اینسکارا و همکاران (۲۰۱۳)	ارزش‌یابی اقتصادی صنعت فیلم در مدیریت استراتژیک حوزه‌ی صنایع خلاق و نوآور؛ مورد مطالعه ترکیه

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

حوزه	نویسنده/ سال انجام	موضوع
	هابیکلو و ستینکایا (۲۰۱۵)	تأثیرات اقتصادی صنایع فرهنگی در چارچوب اقتصاد سرگرمی خلاق، مورد مطالعه ترکیه و هالیوود
	چیشهم، بلانکو، راوید و والز (۲۰۱۵)	اقتصاد فیلم سینمایی: وضعیت هنر
	هیل و کاواشیما (۲۰۱۶)	درآمد: خط‌مشی مربوط به فیلم در نظام اقتصادی فرهنگی جهانی‌شده
	آگنت سند (۲۰۱۷)	چگونه می‌توان تولید فیلم در مناطق را به دست گرفت؟
	مک‌فایدن، مک‌فایدن و فین (۲۰۰۰)	صنایع فرهنگی از دیدگاه پژوهش اقتصادی/ تجاری
	بوسلا و سالرنو (۲۰۱۶)	اقتصاد خلاق، صنایع فرهنگی و توسعه‌ی محلی
سیاست‌گذاری و اقتصاد فرهنگ	هانسن (۲۰۰۹)	اقتصاد فرهنگ و سیاست فرهنگی: بحثی در شرایط دانمارک
سیاست‌گذاری سینما	کرین (۲۰۱۳)	جهانی‌شدن فرهنگی و استیلای صنعت فیلم آمریکایی: سیاست‌های فرهنگی، صنایع فیلم ملی و فیلم فراملی
	پارس (۲۰۱۶)	تأثیرات حمایت از صنایع فرهنگی: مورد مطالعه سیاست‌های فیلم در کره
	رالوکا کالین (۲۰۱۵)	شاخص‌های اقتصادی در ارزیابی خط‌مشی‌های عمومی سینما

در تمام منابع مورد اشاره شاخص‌هایی برای ارزیابی وضعیت سینما و اقتصاد سینما ارائه شده است. با وجود این، هیچ‌یک به طور اختصاصی به ارائه‌ی شاخص‌هایی برای ارزیابی اقتصاد سینما نپرداخته‌اند که در منابع داخلی این خلأ بسیار بیش‌تر است. بنابراین به نظر می‌رسد که تدوین شاخص‌های ارزیابی می‌تواند برای پژوهش‌ها و بررسی‌های این حوزه بسیار مفید باشد.

مبانی نظری

اقتصاد فرهنگ

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

اقتصاد فرهنگ به عنوان حوزه‌ی مستقلی از مطالعه و پژوهش در آثار افرادی چون جان کنت گالبریت و لیونل رابینز[1] و بامول و بوون[2] برای نخستین بار به طور نظام‌مند در مورد هنر به کار گرفته شد(اینارسون،[3] ۲۰۱۶: ۱۴). برداشت‌ها و تعاریف متعددی از اصطلاح اقتصاد فرهنگ وجود دارد. یکی از این تعاریف که ارتباط نزدیکی با مفهوم «صنایع فرهنگی» دارد، عبارت است از: اقتصاد فرهنگ، تمامی بخش‌های سرمایه‌داری مدرن را که به تقاضای مصرف‌کنندگان برای سرگرمی، تزئینات، آراستگی و نمودهای اجتماعی و ... مربوط می‌شود، پاسخ می‌دهد و دارای ارزش نمادین[4] است(یونسکو، ۲۰۱۳: ۲۳). اقتصاد فرهنگ در حال حاضر برای کشورهای توسعه‌یافته بسیار اهمیت دارد. چنان‌که بر اساس «گزارش عصر فرهنگی؛ اولین نقشه‌ی جهانی صنایع فرهنگی و خلاق یونسکو» (۲۰۱۵) در سال ۲۰۱۳ صنایع فرهنگی و خلاق در سراسر دنیا درآمدی در حدود ۲/۲۵ میلیارد دلار آمریکا داشت و برای ۲۹ میلیون نفر شغل فراهم کرده است. یازده بخش صنایع فرهنگی و خلاق سنگ بنا و بنیاد منسجم، گسترده و جهانی اقتصاد جهانی را تشکیل می‌دهد. این صنایع در سال ۲۰۱۳ درآمدی برابر با ۲/۲۵۰ میلیارد دلار (۳ درصد تولید ناخالص جهانی) و ۲۹/۵ میلیون شغل به ارمغان آورده است. از میان صنایع فرهنگی، تجارت فیلم به یک صنعت جهانی تبدیل شده است. آمارها نشان می‌دهد که درآمدهای صنعت فیلم در سطح بین‌المللی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۹ دو برابر افزایش یافته است(والز و مکنزی[5]، ۲۰۱۲: ۱۹۹-۱۹۸). کارکرد اقتصادی یک صنعت را می‌توان از راه‌های مختلفی ارزیابی کرد. اساسی‌ترین روش سنجش، اندازه‌گیری میزان کمکی است که صنعت مربوطه به شاخص‌های کلان اقتصادی می‌کند: ارزش تولید ناخالص، ارزش افزوده، ترکیب سرمایه‌ی ثابت، اشتغال، صادرات و غیره(تراسبی، ۱۳۹۳: ۱۶۸).

اقتصاد سینما

ارتباطات و دگرگونی جزء لاینفک زندگی امروز شده است. یکی از ابزارهای مهم ارتباطی، سینماست که خود ترکیبی از مزایای هر یک از هنرهاست. «برای بیان اهمیت و نقش سینما تنها ذکر این نکته کافی است که سالانه به طور متوسط ۱۵ میلیارد نفر از سینما استفاده

[1] John Kenneth Galbraith & Lionel Robbins
[2] Baumol & Bowen
[3] Einarson
[4] Symbolic value
[5] Walls & McKenzie

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

می‌کنند»(موسائی، ۱۳۹۳: ۲۹). صنعت و اقتصاد سینما در سال‌های اخیر برای صاحب‌نظران این عرصه جذاب بوده است، چراکه با وجود کوچک‌بودن در مقایسه با سایر صنایع مشتری‌محور، در میان صنایع فرهنگی یا سرگرمی[1] صنعت بزرگی محسوب می‌شود. برخی صاحب‌نظران صنعت سینما و فیلم را از منظر اقتصاد خرد[2] بررسی کرده‌اند. اقتصاد خرد سینما با مشکلات مرتبط با پدیده‌ی واحدی چون پروژه‌ی فیلم، مؤسسات یا افراد درگیر در پروژه یا امور مرتبط به آن سروکار دارد تا مشکلات مربوط به این صنعت در سطح کلی. بنابراین تقاضا و عدم ثبات، تولید، توزیع و نمایش از این منظر مورد بررسی قرار می‌گیرند. برخی مطالعات نیز دیدگاهی کلان نسبت به اقتصاد سینما دارند و آن را از منظر اقتصاد کلان[3] بررسی کرده‌اند. برای مثال اقتصاد کلان سینما الگوهای کلی تقاضا (و عرضه) و اثر خط‌مشی‌ها و سیاست‌های مختلف، تغییرات اقتصادی و اجتماعی مانند ورود فناوری‌های نمایش مختلف یا تغییر در قوانین کپی‌رایت را بررسی می‌کنند(مکنزی، ۲۰۱۲).

بر اساس آمارهای منتشرشده، درآمد اکران فیلم‌های سینمایی در سراسر دنیا بیش از ۴۰/۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ بود که نسبت به سال ۲۰۱۶ بیش از پنج درصد افزایش داشت. تعداد پرده‌های سینما در سال ۲۰۱۷ بیش از ۱۷۰ هزار عدد برآورد شد. علاوه بر این، در سال ۲۰۱۷ شبکه‌ی نمایش خانگی در دنیا ۴۷/۸ میلیارد دلار درآمد داشت(انجمن فیلم آمریکا،[4] ۲۰۱۸). برای اقتصاد سینما، ذیل اقتصاد فرهنگ، شاخص‌ها و مؤلفه‌هایی برشمرده شده است. از جمله این شاخص‌ها می‌توان به میزان تولید فیلم، سرانه‌ی سالن‌های سینمایی و صندلی، میزان اشتغال‌زایی، میزان درآمد و گردش مالی حاصل از فروش بلیت، ارتباطات بین‌المللی و شرکت در جشنواره‌های سینمایی اشاره کرد(هیل و کاواشیما،[5] ۲۰۱۶).

ارزیابی

ارزیابی یکی از مراحل مهم و اجزای فرآیند سیاست‌گذاری است که گاه بسیار پنهان و گاه در حاشیه قرار می‌گیرد. بر اساس تعریف لاری گرستون،[6] ارزیابی خط‌مشی عبارت است از برآورد اثربخشی سیاست عمومی از نظر مقاصد و نتایج ادارک‌شده‌ی آن. عمق یا کمال ارزیابی به ارزیابان

[1] entertainment
[2] movie microeconomics
[3] Movie macroeconomics
[4] MPAA
[5] Hill & Kawashima
[6] Lary Gerston

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

و منظورهای آن‌ها از ارزیابی بستگی دارد(هاولت و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۱۷). در تعریف دیگر، ارزیابی خط‌مشی بررسی اثربخشی کلی یک برنامه‌ی ملی در پاسخ‌گویی به اهداف آن یا ارزش‌یابی اثربخشی نسبی دو یا چند برنامه در پاسخ‌گویی به اهداف متداول است(قلی‌پور، ۱۳۹۵: ۲۳۱). دلیل اصلی برای سنجش سهم اقتصادی صنایع فرهنگی این است که نه تنها باید پساارزیابی سیاست فرهنگی یا اقتصادی انجام گیرد، بلکه پیشاارزیابی توان بالقوه‌ی توسعه‌ی صنایع فرهنگی نیز لازم است. بنابراین پیش از سنجش سهم اقتصادی صنایع فرهنگی در سطح بین‌المللی، این امر باید با سنجش نمونه و پایه‌ای آغاز شود و این برای کشورها ممکن است تا توان بالقوه‌ی توسعه‌ی صنایع فرهنگی خود را در سطح و زمان خاصی برآورد کنند(یونسکو، ۲۰۱۲). صاحب‌نظران حوزه‌ی خط‌مشی‌گذاری دو روش اصلی را برای ارزیابی خط‌مشی برشمرده‌اند: ۱.روش کلی و سیاسی(بر مبنای قضاوت‌های سیاسی و گروهی است و اثربخشی یا کارایی یک خط مشی مبتنی بر اهداف از پیش تعیین‌شده گروه‌ها و منافع آن‌ها) و ۲. روش محققانه و علمی(استانداردسازی و تعیین شاخص‌های ارزیابی)(دانش‌فرد، ۱۳۹۵: ۲۷۰).

شاخص ارزیابی فرهنگی

تدوین شاخص‌ها و استفاده از آن جهت ارزیابی حوزه‌ی فرهنگی و یا سازمان‌های فرهنگی مهم‌ترین قدم تلقی می‌شود که معمولاً مبتنی بر دیدگاهی اقتضایی، خلاق، معناگرا، ارزش‌گرا، کارکردگرا و سازمان‌یافته است که به شناسایی هوشمندانه، کارآمد و سریع وضعیت فرهنگی کمک می‌کند. لازارسفیلد[1] شاخص را مفهوم یا عددی می‌داند که اندازه‌ی کمیت معینی را مشخص می‌کند و بیکر[2] شاخص را ترکیبی از معرف‌های ابعاد مختلف مفهومی معین در کلیتی چند بعدی می‌داند که بر حسب هر بعد می‌تواند متفاوت باشد. یکی از معمول‌ترین تعاریف، شاخص را عبارت از ابزاری می‌داند که با آن می‌توان کمیت، کیفیت، تغییرات یا ثبات یک موضوع را تشخیص داد و اندازه‌گیری کرد(رضایی و بختیاری، ۱۳۹۴: ۲۷۷). بنا بر تعریف یونسکو، شاخص‌ها مظهر روش‌شناسی نوآورانه‌ای هستند که نقش چندبعدی فرهنگ را در فرآیندهای توسعه‌ی ملی به وسیله‌ی وقایع و اعداد و برملا کردن چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌رو نشان می‌دهد(یونسکو، ۲۰۱۴).

[1] . Lazarsfeld
[2] . Baker

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

شاخص‌های اقتصاد فرهنگ

همان‌طور که پیش از این نیز ذکر شد، برای اقتصاد فرهنگ شاخص‌های بسیاری ارائه شده است که اقتصاد سینما را نیز ذیل آن قرار داده‌اند. از جمله‌ی این شاخص‌ها می‌توان به شاخص‌های اقتصاد فرهنگ ارائه‌شده از سوی یونسکو(۲۰۱۳) اشاره کرد. این شاخص‌ها در سه دسته طبقه‌بندی شده‌اند(منابع، ظرفیت‌ها و پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی) که برخی شاخص‌ها ممکن است ذیل چند دسته‌بندی تکرار شده باشند(یونسکو، ۲۰۱۳). همچنین در سال ۲۰۰۹ شاخص‌های چهارده‌گانه اقتصاد کبک[1] ارائه شده است که برای هر شاخص یک هدف ذکر شده و هر یک از اهداف در یکی از ابعاد سه‌گانه‌ی بقای فرهنگی[2]، تنوع فرهنگی[3] و دسترسی فرهنگ[4] جای می‌گیرند(الیر،[5] ۲۰۰۹). شانگ ینگ چن[6](۲۰۰۵) نیز در پژوهشی در کشور تایوان برای سنجش اقتصاد فرهنگ در شهرهای فرهنگی و خلاق شاخص‌هایی را ارائه کرده است. شاخص‌ها برای سنجش دسترسی صنایع فرهنگی، فعالیت‌های فرهنگی، مشارکت فرهنگی، مصرف فرهنگی و منابع فرهنگی دسته‌بندی شده‌اند(چن، ۲۰۰۵). یاری کامارا[7](۲۰۱۷) مشاور یونسکو در منطقه‌ی شرق آفریقا گزارشی را با عنوان «طراحی وضعیت شاخص‌های فرهنگی و آمارهای فرهنگی در شرق آفریقا» ارائه کرده است. در این گزارش پژوهشی شاخص‌های اقتصاد فرهنگ آماری متناسب با این منطقه ارائه شده است(کامارا، ۲۰۱۷). دولت استرالیا در گزارشی پژوهشی به بررسی اقتصاد فرهنگ و ارائه‌ی شاخص در این موضوع در سال ۲۰۱۶ اقدام کرده است. شاخص‌ها در سه شاخص اصلی توسعه‌ی اقتصادی، ارزش فرهنگی و اشتغال و اثر اجتماعی که شامل چندین زیرشاخص نیز هستند، ارائه شده است(دولت استرالیا،[8] ۲۰۱۶).

برای ارزیابی اقتصاد سینمای ایران و آگاهی از وضعیت موجود، نیازمند شاخص‌هایی متناسب با شرایط سینمای کشور هستیم. همان‌طور که پیش از این نیز اشاره شد، شاخص‌های اقتصاد سینما، مستقل از شاخص‌های کلی اقتصاد فرهنگ تاکنون تدوین نشده‌اند و با توجه به ویژگی‌های

[1] Qebece
[2] Cultural vitality
[3] Cultural diversity
[4] Access to culture
[5] Allaire
[6] Chen
[7] Kamara
[8] Australian government

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

متفاوت و خاص سینمای هر کشور لازم است تا به صورت بومی به این موضوع پرداخته شود. چنان‌که پژوهش‌گران سایر کشورها نیز اقدام به تدوین شاخص‌های اقتصاد سینما نموده‌اند. بنابراین در این مقاله تلاش شده است تا با توجه به منابع موجود در این زمینه و پژوهش‌های صورت‌گرفته در سایر کشورها، شاخص‌های اقتصاد سینمای ایران به دست آید تا بتوان بر مبنای آن سیمایی از وضعیت موجود کشور ارائه داد.

روش پژوهش

روش مورد استفاده در این مقاله، توصیفی، به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ داده، آمیخته است و نیز برای تحلیل از روش تحلیل داده‌های ثانویه بهره گرفته شده است. برای شناسایی و تدوین شاخص‌ها از روش اسنادی[1] و نیز نظرخواهی از نخبگان و برای تحلیل شاخص‌ها از تحلیل داده‌های ثانویه استفاده شده است. روش اسنادی به معنای تحلیل آن دسته از اسنادی است که شامل اطلاعاتی درباره پدیده‌هایی است که قصد مطالعه‌ی آن‌ها را داریم. روش اسنادی، نوعی روش کیفی محسوب می‌شود(بوون،[2] ۲۰۰۹) که پژوهش‌گر تلاش می‌کند با استفاده‌ی نظام‌مند و منظم از داده‌های اسنادی به کشف، استخراج، طبقه‌بندی و ارزیابی مطالب مرتبط با موضوع پژوهش خود اقدام نماید(صادقی فسایی و عرفان‌منش، ۱۳۹۴ :۶۹). بررسی منابع با استفاده از روش‌های جست‌وجوی کلمات کلیدی، فیش‌برداری و طبقه‌بندی جدول‌های مفهومی انجام شده است. در مرحله‌ی آخر نیز پردازش و نگارش پژوهش با پالایش منابع موجود و تحلیل آن‌ها صورت گرفته است. سپس جدول شاخص‌های اقتصاد سینما، در اختیار پنج نفر از نخبگان و صاحب‌نظران حوزه‌ی سینما، اقتصاد سینما و سیاست‌گذاری (شامل اساتید دانشگاه و نیز صاحب‌نظران عرصه‌ی سینما در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و حوزه‌ی هنری) قرار گرفت که با روش گلوله‌برفی انتخاب شدند. پس از اعمال نظر صاحب‌نظران شاخص‌های اقتصاد سینما تدوین شد که در جدول ۳ به آن اشاره می‌شود.

بر اساس شاخص‌های به‌دست‌آمده و با استفاده از داده‌های ثانویه به بررسی وضعیت اقتصاد سینما پرداخته شد. البته در موارد خلأ آمار و داده‌های مرتبط، مصاحبه با صاحب‌نظران سینما مبنا قرار گرفته است(برای مثال در مورد شغل‌های ایجادشده در حوزه‌ی اقتصاد سینما). برای محاسبه‌ی

[1] documentary
[2] Bowen

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

تولید ناخالص داخلی سینما نیز از محاسبه‌ی ارزش افزوده استفاده شده است. ابتدا با ۱۰۰ نفر از سینماروهای شهر تهران در چندین سینما و پردیس سینمایی مصاحبه شد. از آنان پرسیده شد که برای دیدن فیلم چقدر هزینه‌ی بلیت پرداخت کرده‌اند و سایر هزینه‌های جانبی آن(رفت‌وآمد، خرید خوراکی و ...) چقدر بوده است. پس از رسیدن به اشباع نظرات، عددهای مرتبط مبنای محاسبه قرار گرفتند. در فرمول ارزش افزوده تولید ناخالص داخلی از حاصل جمع درآمد سالانه‌ی فروش بلیت سینما با درآمدهای جانبی سینما(مانند هزینه رفت‌وآمد، رستوران، خرید تنقلات و ...) محاسبه می‌شود. در فرمول مورد نظر N میزان درآمد حاصل از فروش بلیت سینما در سال و x ضریب حاصل از محاسبه‌ی میزان نسبت هزینه‌های جانبی سینمارفتن به هزینه‌ی بلیت در سال است.

$$GDP = (N + x\ N)$$

یافته‌های پژوهش

در این بخش بر اساس شاخص‌ها و ملاک‌های حاصل از بررسی اسنادی و نظر صاحب‌نظران، وضعیت سینمای ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد. شاخص‌های مورد نظر در گروه‌های شاخص‌های دسترسی، اقتصادی، اجتماعی، آموزش، مشارکت دولتی و بخش خصوصی و روابط بین‌الملل طبقه‌بندی شده است.

جدول شماره‌ی سه- ملاک‌ها و شاخص‌های ارزیابی خط‌مشی‌های اقتصاد فرهنگ در حوزه‌ی سینما

ردیف	معیار
	الف) شاخص‌های دسترسی
۱	تعداد فیلم‌های سینمایی تولیدشده
۲	فیلم‌های سینمایی اکران‌شده
۳	تعداد پرده‌های سینما در کشور
۴	سرانه پرده‌های سینما به ازای هر ۱۰۰۰۰ نفر جمعیت
۵	سرانه صندلی های سینما به ازای هر ۱۰۰۰ نفر جمعیت
۶	توزیع سالن‌ها/ پرده‌های سینما در کشور
۷	تعداد جشنواره‌های سینمایی برگزارشده در کشور
۸	تعداد مؤسسات و استودیوهای سینمایی
۹	تعداد مؤسسات پخش تولیدات سینمایی
	ب) شاخص‌های اقتصادی
۱۰	میزان فروش سالانه‌ی سینما در کشور

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۱۱	شاخص بهای بلیت سینما در کشور
۱۲	تعداد تماشاگران سینما در کشور (سالانه)
۱۳	سهم سینما از تولید ناخالص داخلی**(GDP)**
۱۴	تعداد شغل‌های ایجادشده‌ی هنری و سینمایی
۱۵	تعداد شغل‌های ایجادشده‌ی غیرسینمایی و جانبی
۱۶	تعداد فیلم‌های صادرشده به سایر کشورها در سال
	ج) شاخص‌های اجتماعی
۱۷	سرانه‌ی رفتن به سینما در کشور
	د) شاخص‌های آموزش
۱۸	تعداد آموزشگاه‌های سینمایی در کشور
۱۹	تعداد رشته‌ها و مراکز دانشگاهی مرتبط با سینما
۲۰	تعداد دانش‌آموختگان رشته‌های سینما
	ه) شاخص‌های مشارکت دولت
۲۱	میزان بودجه‌ی سینما نسبت به کل بودجه‌ی فرهنگ
۲۲	تعداد مراکز تهیه‌ی فیلم سینمایی دولتی
۲۳	تعداد مراکز تهیه‌ی فیلم سینمایی غیردولتی
۲۴	تعداد اصناف و تشکل‌های سینمایی و هنری
۲۵	میزان اعتبارات دولتی برای تولید آثار سینمایی
۲۶	میزان اعتبارات دولتی برای جشنواره‌های سینمایی
۲۷	میزان سرمایه‌گذاری خصوصی برای ساخت و تجهیز سالن سینما
۲۸	میزان اعتبارات دولتی برای خرید و تجهیز سینماها به فناوری‌های روز (دیجیتالی‌کردن)
	و) شاخص‌های روابط بین‌الملل
۲۹	تعداد عنوان فیلم‌های سینمایی شرکت داده شده در مجامع بین‌المللی و جهانی
۳۰	تعداد حضور فیلم‌های سینمایی در جشنواره‌ها و مجامع بین‌المللی

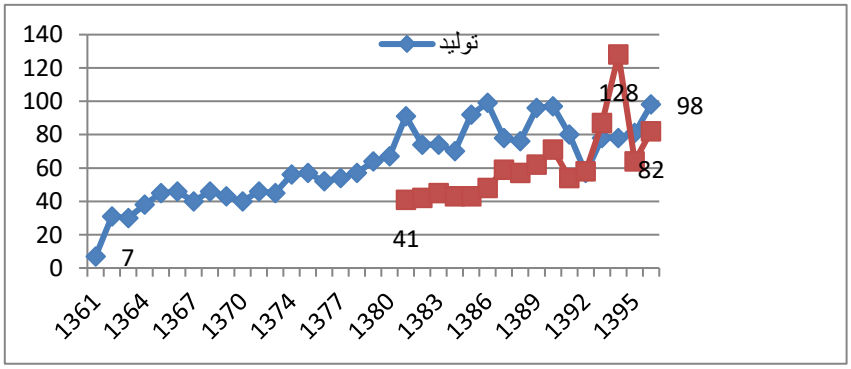
لازم به ذکر است که در بررسی وضعیت اقتصاد سینمای ایران سعی شده است به داده‌های سال‌های پس از انقلاب اسلامی تا پایان سال ۱۳۹۶ (پایان دولت یازدهم) پرداخته شود.

الف) شاخص‌های دسترسی

- **تعداد فیلم‌های سینمایی تولید و اکران‌شده**: در این بخش میزان تولید و اکران فیلم‌های سینمایی در ایران در یک نمودار نشان داده شده است. البته در مورد سال‌های پیش از سال ۱۳۸۱ آمار منفک‌شده رسمی اکران و تولید در دست نیست. لازم به ذکر است که پس از انقلاب اسلامی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

تا سال ۱۳۶۱ به دلیل شرایط خاص سال‌های نخست انقلاب، می‌توان گفت که تولید فیلم سینمایی انجام نمی‌گرفت و اکران بـه فیلم‌هـای تولیدشـده‌ی سـال‌های قبـل از انقـلاب و بخـش فیلم‌هـای خارجی اختصاص داشت. علاوه براین همان طور که در نمودار نشان داده شـده اسـت، در برخـی سال‌ها اکران فیلم‌های داخلی از تولید فراتـر رفتـه اسـت کـه بـه دلیـل اکـران فیلم‌هـای سـینمایی اکران‌نشده سال‌های گذشته بوده است.



نمودار شماره‌ی یک- تولید و اکران فیلم‌های سینمایی در ایران (۱۳۹۶-۱۳۶۱)

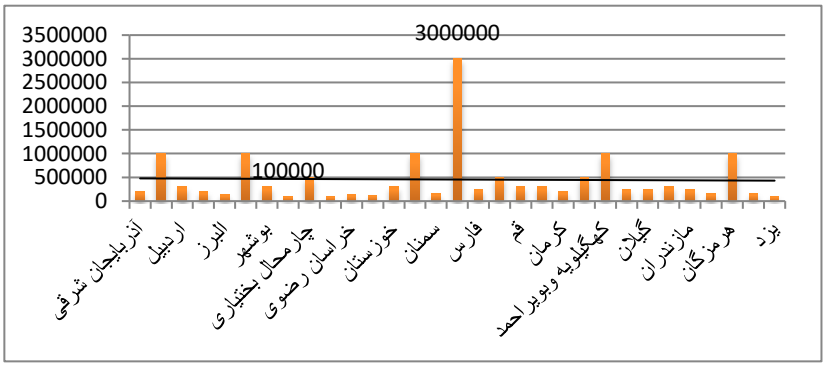
منبع: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۰ و۱۳۹۷)

– **تعداد سالن/پرده‌های سینما در کشور:** سالن‌های سینما در کشور ما در چنـد دسـته قابـل شناسایی هستند: سالن‌های واقع در سینما، سالن‌های مجهزشده در مجتمع‌های فرهنگی و سالن‌های مربوط به فرهنگسراها. در جدول زیر تعداد سالن‌ها(پرده‌ها) و ظرفیت سـینماها(تعداد صـندلی) از سال ۱۳۶۱ تا ۱۳۹۶ ارائه شده است. لازم به توضیح است که در آمار مربوط به سال‌های ۱۳۶۱ تـا ۱۳۶۳ تنها تعداد سینماها در دسترس است و تعـداد پرده‌هـای سـینمایی و صـندلی‌ها در دسـترس نیست. بر اساس آمار موجود، در سال پیروزی انقلاب اسلامی ۲۵۷ سالن سینما در کشور فعال بود که این تعداد در سال ۱۳۶۱ به ۱۸۹ سالن رسید (دفتـر مطالعـات و برنامـه‌ریزی راهبـردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۰: ۲۰۵) که این کاهش با توجه به شرایط سال‌های نخست انقلاب و جنگ و اشغال برخی شهرها، قابل توجیه است. در سال ۱۳۶۸ این شاخص بـه ۲۶۸ سـینما و ۲۷۰ پرده‌ی سینمایی رسید(معاونت فنـاوری و توسـعه‌ی سـینمایی وزارت فرهنـگ و ارشـاد اسـلامی، ۱۳۹۵) سپس این شاخص در شیب ملایم افزایشی قرار گرفت و به ۲۹۷ و ۲۹۵ پرده‌ی سینمایی به ترتیب در سال‌های ۱۳۷۵ و ۱۳۷۶ رسید(همان). این روند افزایش تـا سـال ۱۳۸۰ ادامـه داشـت و

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

سپس تا سال ۱۳۸۷ شیب کاهشی یافت به طوری که در این سال به ۱۷۹ پرده‌ی سینمایی رسید(همان). از این سال به بعد با بازسازی برخی سینماها و تأسیس پردیس‌های سینمایی و سالن‌های سینمایی فرهنگسراها روند افزایشی احیا می‌شود و تا سال ۱۳۹۲ به ۲۵۷ پرده‌ی سینمایی می‌رسد(همان). روند و شیب افزایش شاخص پرده‌های سینما در کشور در سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ رو به افزایش است و در پایان این سال به ۴۳۰ پرده‌ی سینما در کشور می‌رسد(معاونت فناوری و توسعه‌ی سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۷).

- **سرانه پرده‌های سینما به ازای هر ۱۰ هزار نفر جمعیت کشور:** بر اساس معیار و استاندارد جهانی، به طور متوسط باید به ازای هر ده هزار نفر جمعیت، یک سالن سینما موجود باشد که به طور متوسط برای هر سالن گنجایش و ظرفیتی برابر با ۱۰۰ صندلی را در نظر می‌گیرند. آمارها نشان می‌دهد که استان‌های کشور از نظر برخورداری از سالن سینما با استاندارد جهانی(یک سالن/پرده به ازای هر ده هزار نفر) فاصله بسیار زیادی دارند. علاوه بر این‌که بسیاری از شهرهای کشور فاقد سینما هستند و پراکنش سالن‌های سینما در کشور متناسب و متوازن نبوده است. به طوری که در بسیاری از شهرهای کوچک استان‌ها سالن و پرده‌ی سینما وجود ندارد. در نمودار پیش رو تعداد جمعیت هر استان به ازای هر سالن فعال نمایش داده شده که بر اساس آمارهای رسمی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و محاسبات انجام‌گرفته ترسیم شده است.



نمودار شماره‌ی دو- تعداد جمعیت هر استان به ازای هر سالن فعال در استان(سربندی، ۱۳۹۸)[1]

[1] در این جدول از آمار سال‌نامه‌ی سینمای ایران (معاونت فناوری و توسعه‌ی سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۷) برای تعداد سالن‌های هر استان استفاده شده است که عدد نهایی با محاسبه بر مبنای تعداد جمعیت استان در همان سال به دست آمده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

همان طور که در نمودار مشاهده می‌شود، استان تهران که نسبت به سایر استان‌ها شرایط بهتری را از نظر برخورداری از پرده‌ی سینما داراست، دارای یک پرده‌ی سینما به ازای هر صدهزار نفر است. استان سیستان و بلوچستان به عنوان کم‌برخوردارترین استان از این منظر، دارای یک پرده‌ی سینما به ازای هر سه میلیون نفر است.

– **سرانه‌ی صندلی‌های سینما به ازای هر هزار نفر:** بر اساس آمار و گزارش‌های سالانه‌ی سازمان سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از سال ۱۳۶۴ تا ۱۳۹۶، سرانه‌ی صندلی‌های سینما در استان‌های کشور مورد محاسبه قرار گرفت. به این صورت که با در نظر گرفتن جمعیت استان مورد نظر و تعداد صندلی(ظرفیت سینما) در آن استان، سرانه‌ی صندلی به ازای هر هزار نفر جمعیت، محاسبه شد. لازم به توضیح است که آمار صندلی‌ها در استان‌های مختلف بر اساس تعداد سالن‌های سینمایی فعال در این استان‌هاست و سالن‌های غیرفعال مد نظر قرار نگرفته است. دیگر این که در این محاسبه برخورداری استان‌ها مد نظر بوده است و به شهرهای استان‌ها به تفکیک، پرداخته نشده است. مسلم است که بسیاری از شهرهای کشور در استان‌های مختلف ممکن است فاقد سینما و پرده‌ی اکران سینمایی باشند.

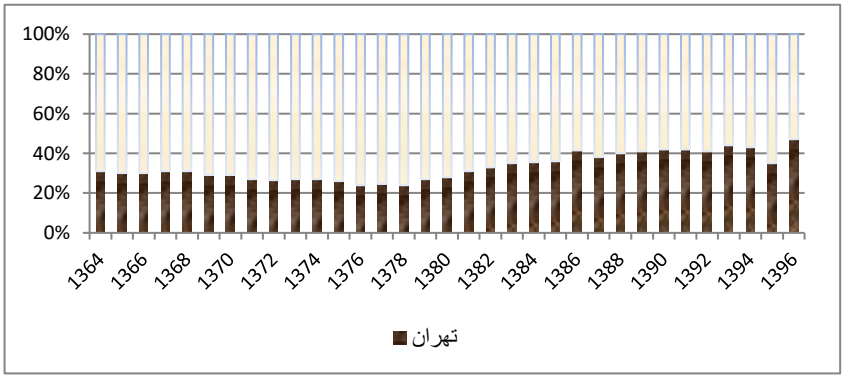
جدول شماره‌ی چهار– سرانه‌ی صندلی‌های سینما در استان‌های کشور به ازای هر هزار نفر در سال ۱۳۹۶

استان	سرانه صندلی سینما	استان	سرانه صندلی سینما	استان	سرانه صندلی سینما
آذربایجان شرقی	۱/۵	خراسان جنوبی	۲/۵	کهگیلویه و بویراحمد	۰/۰۳
آذربایجان غربی	۰/۹	خوزستان	۱/۲	گلستان	۱/۱
اردبیل	۱/۳	زنجان	۰/۲	گیلان	۲
اصفهان	۱/۴	سمنان	۲/۳	لرستان	۱
چهارمحال و بختیاری	۰/۸	سیستان و بلوچستان	۰/۰۶	مازندران	۱/۵
ایلام	۰/۳	فارس	۱/۴	مرکزی	۱/۲
بوشهر	۰/۸	قزوین	۰/۴	هرمزگان	۰/۴
تهران	۳	قم	۰/۶	همدان	۱/۳
البرز	۰/۶	کردستان	۱/۲	یزد	۲
خراسان شمالی	۱	کرمان	۱		
خراسان رضوی	۱/۲	کرمانشاه	۰/۵		

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

منبع: معاونت توسعه‌ی فناوری و اطلاعات سینمایی، ۱۳۹۶

- **توزیع سالن‌های سینما در کشور:** بر اساس آمار موجود برخورداری تهران و سایر استان‌ها از سالن‌های سینما به صورت نامتوازن بوده؛ به صورتی که در سال ۱۳۹۶ نزدیک به پنجاه درصد از پرده‌های سینما در تهران بوده است.



نمودار شماره‌ی سه- توزیع سالن‌های سینما در تهران و سایر استان‌های کشور

- **تعداد جشنواره‌های سینمایی داخلی:** جشنواره‌ی فیلم، رویدادی است که طی مدت زمانی مشخص، تعدادی فیلم در سینماهایی خاص برای مخاطبان و اعضای هیأت داوران به نمایش درآیند و سپس برگزیدگان هر رشته، معرفی شوند. جشنواره‌های سینمایی در همان سال‌های نخست انقلاب اسلامی مورد توجه سیاست‌گذاران و مسوولان سینمایی بود، به طوری که در سال ۱۳۶۱ دو جشنواره‌ی سینمایی در کشور برگزار شد و در سال ۱۳۶۸ به ۱۱ جشنواره رسید. جشنواره‌های سینمایی در سال‌های بعد، به‌ویژه در دهه‌ی ۱۳۸۰ از حیطه و تمرکز معاونت و سازمان سینمایی خارج شد و سازمان‌ها و نهادهای دیگری هم اقدام به برگزاری جشنواره‌های سینمایی کردند. بنابراین تعداد جشنواره‌ها در این دهه بسیار افزایش یافت؛ به طوری که ۱۶ جشنواره در سال ۱۳۷۸ به ۳۸ جشنواره در سال ۱۳۸۸و ۱۰۲ جشنواره در سال ۱۳۹۶ رسید(دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۲ و ۱۳۹۷).

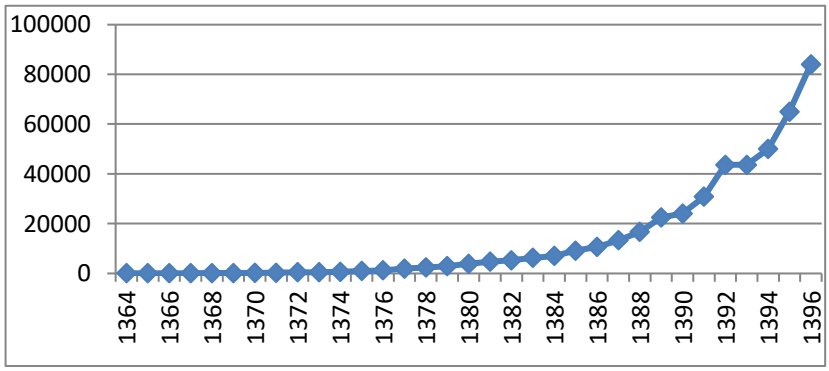
- **تعداد مؤسسات و شرکت‌های سینمایی:** وجود مؤسسات و شرکت‌های سینمایی در عرصه‌ی سینما باعث تجمیع و سامان‌دهی سرمایه‌های پراکنده در قالب بنگاه‌هایی منسجم خواهد بود که مهم‌ترین اثر آن ایجاد ارزش افزوده‌ی مناسب برای سرمایه‌های تجمیع‌شده است. گسترش چنین بنگاه‌هایی در سطح سینماگران زمینه‌ای مناسب برای توسعه‌ی حمایت‌های همدلانه در سینما

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

برای پیشبرد فعالیت‌های مختلف سینمایی است. شرکت‌ها و مؤسسات سینمایی را در چند دسته می‌توان دسته‌بندی کرد: ۱. تولیدی، ۲. پخش و ۳. آموزش. البته ممکن است شرکت یا مؤسسه‌ای در هر سه زمینه و بیش از یک زمینه‌ی گفته‌شده فعالیت داشته باشد. اما آن‌چه از بررسی‌ها برمی‌آید این است که تولید و پخش قرابت بیش‌تری با هم دارند و بنابراین بسیاری از بنگاه‌های سینمایی فعال در این دو بخش به صورت هم‌زمان فعالیت دارند. بر اساس آمار، در پایان سال ۱۳۹۴ تعداد شرکت‌ها و مؤسسات فعال در تولید و پخش صنعت سینمای ایران ۴۲۱ مورد بوده است. از این تعداد ۸۸ درصد به صورت مشخص در زمینه‌ی تولید فعالند و سایرین در هر دو زمینه‌ی تولید و پخش فعالیت دارند(غلامپورآهنگر، ۱۳۹۵ :۲۳).

ب) شاخص‌های اقتصادی

– **شاخص بهای بلیت سینما در کشور:** بهای بلیت سینما در ایران همواره روند صعودی داشته است. این روند سبب شده است که علی‌رغم کاهش تعداد مخاطبان سینما در سال‌های اخیر، درآمد سینما رو به افزایش باشد.



نمودار شماره‌ی چهار– روند افزایش شاخص بهای بلیت سینما (۹۶-۱۳۶۴) برحسب ریال

منبع: بر اساس آمار گزارش‌های سالانه‌ی معاونت فناوری و توسعه‌ی **سازمان سینمایی(۹۷-۱۳۹۵)**

– فروش سالانه‌ی سینما و تعداد تماشاگران: همان‌طور که در جدول زیر قابل مشاهده است، تعداد تماشاگران سینما با وجود افزایش، میزان فروش رو به کاهش بوده است و تنها در سال‌های ۱۳۹۲ به بعد در شاخص میزان تماشاگر افزایش وجود داشته است، به طوری که از ۹ میلیون تماشاگر به ۲۲ میلیون رسیده است؛ اما هنوز با ۸۰ میلیون تماشاگر سال‌های دهه‌ی شصت فاصله‌ی چشمگیری دارد؛ چنان‌که جمعیت کشور نیز در این سال‌ها رشد داشته است. لازم به ذکر است که

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

در این مقاله تنها درآمد حاصل از اکران فیلم‌های سینمایی مد نظر است و به نمایش خانگی اشاره نشده است.

جدول شماره پنج- تعداد تماشاگران سینما و میزان فروش فیلم سینمایی در کشور(۹۶-۱۳۶۱)

سال	تماشاگران سینما (میلیون نفر)	میزان فروش کشور (تومان)	سال	تماشاگران سینما (میلیون نفر)	میزان فروش کشور (تومان)
۱۳۶۱	۱۴	۱۰۳ میلیون	۱۳۷۹	۳۲	۹ میلیارد
۱۳۶۲	۱۶	۱۱۹میلیون	۱۳۸۰	۲۱	۸ میلیارد
۱۳۶۳	۲۴	۲۱۶ میلیون	۱۳۸۱	۱۸	۸ میلیارد
۱۳۶۴	۷۷	۵۶۲ میلیون	۱۳۸۲	۱۳	۷ میلیارد
۱۳۶۵	۷۸	۶۷۱ میلیون	۱۳۸۳	۱۶	۱۰ میلیارد
۱۳۶۶	۸۰	۷۲۱ میلیون	۱۳۸۴	۱۵	۱۱ میلیارد
۱۳۶۷	۷۶	۷۵۷ میلیون	۱۳۸۵	۱۶	۱۴ میلیارد
۱۳۶۸	۸۰	۸۵۵ میلیون	۱۳۸۶	۱۴	۱۵ میلیارد
۱۳۶۹	۸۱	۱ میلیارد	۱۳۸۷	۱۵	۲۰ میلیارد
۱۳۷۰	۶۶	۱/۵ میلیارد	۱۳۸۸	۱۸	۲۰ میلیارد
۱۳۷۱	۵۴	۱/۵ میلیارد	۱۳۸۹	۱۱	۲۴ میلیارد
۱۳۷۲	۵۴	۲ میلیارد	۱۳۹۰	۱۴	۳۴ میلیارد
۱۳۷۳	۵۶	۲ میلیارد	۱۳۹۱	۱۰	۳۲ میلیارد
۱۳۷۴	۵۲	۳ میلیارد	۱۳۹۲	۹	۴۲ میلیارد
۱۳۷۵	۴۴	۴ میلیارد	۱۳۹۳	۱۲	۵۵ میلیارد
۱۳۷۶	۳۹	۵ میلیارد	۱۳۹۴	۱۳	۷۳ میلیارد
۱۳۷۷	۳۰	۶ میلیارد	۱۳۹۵	۲۵	۱۶۹ میلیارد
۱۳۷۸	۳۳	۸ میلیارد	۱۳۹۶	۲۲	۱۸۰ میلیارد

منبع: معاونت توسعه‌ی فناوری و اطلاعات سازمان سینمایی(۱۳۹۵، ۱۳۹۶، ۱۳۹۷)

- **سهم سینما در تولید ناخالص داخلی کشور**: در میان شاخص‌های اقتصاد کلان، تولید ناخالص داخلی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا نه‌تنها به‌عنوان مهم‌ترین شاخص عملکرد اقتصادی در تجزیه و تحلیل‌ها و ارزیابی‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد، بلکه بسیاری از دیگر اقلام کلان اقتصاد محصولات جنبی محاسبه و برآورد آن محسوب می‌شوند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

جدول شماره‌ی شش- درآمد سالانه‌ی فروش بلیت سینما و میزان تولید ناخالص داخلی سینما(۹۶-۱۳۶۴)

سال	تولید ناخالص داخلی سینما (میلیون تومان)	سال	تولید ناخالص داخلی سینما (میلیون تومان)	سال	تولید ناخالص داخلی سینما (میلیون تومان)	سال	تولید ناخالص داخلی سینما (میلیون تومان)
۱۳۶۴	۱۱۲۵	۱۳۷۵	۸۸۷۹	۱۳۸۶	۳۰۶۴۴	۱۳۸۶	۳۰۶۴۴
۱۳۶۵	۱۳۴۲	۱۳۷۶	۹۹۸۰	۱۳۸۷	۴۰۳۸۲	۱۳۸۷	۴۰۳۸۲
۱۳۶۶	۱۴۴۲	۱۳۷۷	۱۲۰۶۸	۱۳۸۸	۶۰۶۹۶	۱۳۸۸	۶۰۶۹۶
۱۳۶۷	۱۵۱۳	۱۳۷۸	۱۶۳۷۱	۱۳۸۹	۴۹۲۸۵	۱۳۸۹	۴۹۲۸۵
۱۳۶۸	۱۷۱۰	۱۳۷۹	۱۸۹۰۳	۱۳۹۰	۶۹۸۹۰	۱۳۹۰	۶۹۸۹۰
۱۳۶۹	۲۴۱۴	۱۳۸۰	۱۶۶۲۸	۱۳۹۱	۶۵۴۳۴	۱۳۹۱	۶۵۴۳۴
۱۳۷۰	۲۹۲۶	۱۳۸۱	۱۷۰۴۹	۱۳۹۲	۸۳۹۴۵	۱۳۹۲	۸۳۹۴۵
۱۳۷۱	۳۱۴۸	۱۳۸۲	۱۳۹۱۲	۱۳۹۳	۱۱۰۵۶۹	۱۳۹۳	۱۱۰۵۶۹
۱۳۷۲	۴۸۲۴	۱۳۸۳	۲۰۵۰۵	۱۳۹۴	۱۴۵۵۴	۱۳۹۴	۱۴۵۵۴
۱۳۷۳	۵۵۹۳	۱۳۸۴	۲۱۲۵۱	۱۳۹۵	۳۳۸۵۵۶۰	۱۳۹۵	۳۳۸۵۵۶۰
۱۳۷۴	۶۶۰۵	۱۳۸۵	۲۹۱۱۴	۱۳۹۶	۳۶۱۰۲۹	۱۳۹۶	۳۶۱۰۲۹

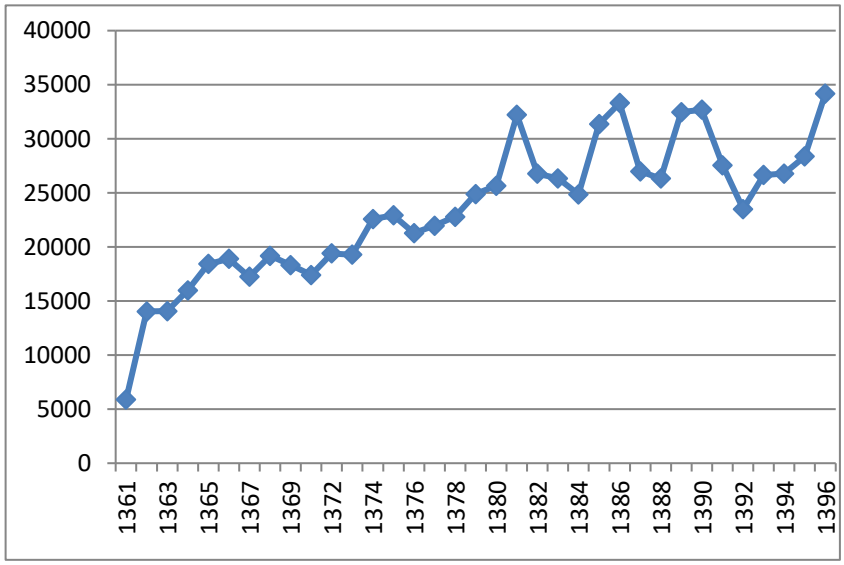
منبع: معاونت فناوری و توسعه‌ی **سازمان سینمایی، ۱۳۹۵، ۱۳۹۶، ۱۳۹۷ و محاسبه و برآورد نگارنده(تولید ناخالص داخلی)**

همان طور که ملاحظه می‌شود، درآمد سینمای ایران در سال ۱۳۹۶ به ۱۸۰ میلیارد تومان رسیده است که از این میزان، ۱۱۲ میلیارد تومان به تهران تعلق داشته است. بر اساس برآورد صورت‌گرفته نیز میزان تولید ناخالص داخلی سینما ۳۶۱ میلیارد تومان در کل کشور تخمین زده شده است. با توجه به گزارش‌های ارائه‌شده از مرکز آمار ایران(بهار ۱۳۹۶) تولید ناخالص داخلی در سال ۱۳۹۵ یک میلیون و سیصد و هفتاد و پنج هزار و هشتصد و هفتاد و نه میلیارد تومان(۱۳۷۵۸۷۹۹ میلیارد ریال) بوده است که سهم سینما تنها ۰۰۰۲/۰ بوده است.

- **تعداد شغل‌های ایجادشده در سینما (مستقیم یا جانبی)**: در بررسی‌های انجام‌شده و مصاحبه با افراد صاحب‌نظر و مسوولان سینمایی کشور، مشخص شد که متأسفانه در این مورد

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

بسیار مهم، آماری وجود ندارد و آن چه بیان می‌شود، تخمین و برآوردی است که افراد یادشده با توجه به تعداد فیلم‌های سینمایی و طرح‌ها و پروژه‌های در دست تهیه و تولید در نظر دارند. به طور کلی از نظر معاونت توسعه‌ی و فناوری سینمایی سازمان سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(مصاحبه‌ی انجام‌گرفته)، هر سینما ۲۰ نفر، هر فیلم بلند سینمایی ۳۰۰ نفر، هر فیلم ویدئویی ۵۰ نفر، هر لابراتوار و استودیو ۸ نفر و هر انیمیشین ۳۵ نفر را مشغول به کار می‌کند. بنابراین با افزایش میزان تولید آثار سینمایی، بر میزان اشتغال‌زایی سینما افزوده می‌شود. البته این غیر از شغل‌های جانبی است که در کنار سینما ایجاد می‌شود، از آن جمله می‌توان به فروشگاه‌های جانبی سالن‌های سینما، رستوران و فروشگاه مواد غذایی، فروشگاه محصولات سینمایی(مجله، سی‌دی و ...) و ... اشاره کرد. متأسفانه آمار رسمی از میزان اشتغال جانبی سینما نیز به طور رسمی وجود ندارد. با توجه به تخمین‌های اشتغال در سینمای ایران که از سوی صاحب‌نظران بیان شده است، می‌توان بر اساس آمار فیلم‌ها و سینماها و ... برآوردی از میزان اشتغال در سینمای ایران در سال‌های مورد نظر ارائه داد:



نمودار شماره‌ی پنج- برآورد میزان اشتغال در سینمای ایران بر اساس آمار تولید فیلم و تعداد سینماها در کشور

منبع: محاسبه بر اساس آمار تولید و سالن‌های سینما(معاونت فناوری و توسعه‌ی سازمان سینمایی، ۱۳۹۷، ۱۳۹۶)

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

لازم به ذکر است که آمار برآورد تعداد اشتغال ایجادشده به ازای هر سینما بوده است و نه هر پرده‌ی سینما، بنابراین در سال‌های دهه‌ی نود، به دلیل چندمنظوره‌شدن سینماها و چندپرده‌بودن آن‌ها، آمار این بخش کاهش یافته است. البته به دلیل همین چندمنظوره بودن، آمار جانبی اشتغال رو به افزایش بوده است که متأسفانه هیچ برآوردی از آن نمی‌توان داشت. همان طور که در نمودار بالا ملاحظه می‌شود، با افزایش تعداد سالن‌های سینما و تولید آثار سینمایی بر میزان اشتغال در بخش سینما افزوده شده است. البته لازم به ذکر است که این آمار بدون در نظر گرفتن اشتغال‌زایی استودیوها و لابراتوارهای تولیدی و نیز دوبله است که به دلیل سامان نداشتن استودیوها به‌ویژه استودیوهای دوبله‌ی فیلم‌های سینمایی و اینمیشن نمی‌توان آمار درستی از آن‌ها ارائه داد؛ چراکه بسیاری از این استودیوها بدون مجوز فعالیت دارند. آموزشگاه‌های سینمایی نیز سبب ایجاد فرصت شغلی می‌شوند که آمار رسمی در این خصوص نیز در دسترس نبوده است.

– **تعداد فیلم‌های صادرشده به سایر کشورها:** یکی از منابع درآمد سینما و به تبع، یکی از شاخص‌های مورد بررسی در اقتصاد سینما، میزان فیلم‌های سینمایی صادرشده به سایر کشورهاست. صادرات فیلم سینمایی به‌ویژه به کشورهایی که دارای مشترکات فرهنگی و زبانی با کشور ما هستند، می‌تواند بسیار مهم و قابل توجه باشد. لازم به ذکر است که آمار مربوط از سال ۱۳۸۲ در سازمان سینمایی ثبت و گزارش شده است و آماری از سال‌های پیش از آن وجود ندارد.

جدول شماره‌ی هفت– تعداد عنوان فیلم‌های سینمایی صادرشده به سایر کشورها(۱۳۹۶– ۱۳۸۳)

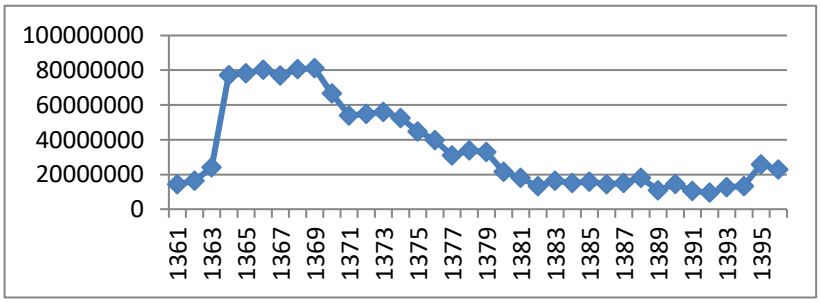
سال	تعداد فیلم‌های سینمایی صادرشده	سال	تعداد فیلم‌های سینمایی صادرشده
۱۳۸۳	۲۵	۱۳۹۰	۲۱
۱۳۸۴	۶۸	۱۳۹۱	۲۶
۱۳۸۵	۱۱	۱۳۹۲	۲۸
۱۳۸۶	۳۶	۱۳۹۳	۳۰
۱۳۸۷	۲۰	۱۳۹۴	۷۴
۱۳۸۸	۳۴	۱۳۹۵	۳۵
۱۳۸۹	۲۴	۱۳۹۶	۱۵

منبع: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(۱۳۹۲ و۱۳۹۵ و ۱۳۹۶)

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

ج) شاخص‌های اجتماعی

- **سرانه‌ی رفتن به سینما:** شاخص سرانه‌ی رفتن به سینما یکی از شاخص‌های چگونگی گذران اوقات فراغت است که باید بین آن و شاخص سرانه‌ی تماشای فیلم سینمایی تفاوت قایل شد. آن چه در این مقاله مورد توجه و تأکید قرار گرفته، تماشای فیلم سینمایی به شکل حضوری در سالن سینماهای کشور است. بر اساس آمار ارائه‌شده از سوی معاونت توسعه‌ی فناوری و مطالعات سینمایی سازمان سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(۱۳۹۵، ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷)، متوسط حضور هر ایرانی در سال از سال ۱۳۶۴ تا ۱۳۷۰ بالاتر از یک بار بوده است. اما از این سال به بعد این شاخص رو به کاهش گذاشته است. بر اساس جدول، بالاترین میزان مربوط به سال‌های ۱۳۶۵ تا ۱۳۶۹ است و پایین‌ترین آن مربوط به دهه‌ی هشتاد و اوایل دهه‌ی نود بوده است. چنان‌که اگر تعداد تماشاگران سینما را در سال‌های مورد بررسی در نظر بگیریم، نمودار زیر نشانگر استقبال کم مردم از رفتن به سینماست. هرچند که این تعداد در سال‌های اخیر بهبود یافته است، ولی در مقایسه با رشد جمعیت، نشان از عدم اقبال مردمی به سینما دارد.



نمودار شماره‌ی شش- تعداد تماشاگران سینما در سال‌های ۹۶-۱۳۶۱

همان‌طور که ملاحظه می‌شود تماشاگران سینما در سال‌های میانی تا انتهایی دهه‌ی شصت بیش‌ترین میزان بوده‌اند و در دهه‌ی هفتاد سیر کاهشی تعداد سینماها را شاهد هستیم. در سال‌های ۱۳۸۹و ۱۳۹۲ کم‌ترین تعداد تماشاگر را سینمای ایران تجربه کرده است(حدود ده و نه میلیون نفر). اگر پربیننده‌ترین فیلم‌های سینمایی هر سال را نیز در نظر بگیریم، با توجه به جمعیت کشور در سال‌های مختلف، می‌توان به میزان توجه مردم به سینما پی برد، چنان‌که از سال ۱۳۶۱ تا ۱۳۹۶ پربیننده‌ترین فیلم‌های سینمایی در حدود یک تا بالای سه میلیون نفر تماشاگر داشته‌اند(سال-نامه‌های آماری دفتر معاونت توسعه و فناوری اطلاعات سازمان سینمایی، ۱۳۹۷-۱۳۹۵) که با رشد

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

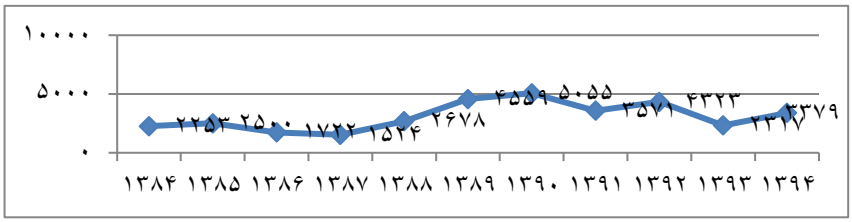
جمعیت حدود ۴۹ میلیون نفری سال ۱۳۶۵ به حدود ۸۰ میلیون نفر در سال ۱۳۹۵(مرکز ملی آمار ایران، ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶)، میزان استقبال از سینما به‌ویژه در سال‌های اخیر بسیار کم بوده است. البته لازم به ذکر است که پرتماشاگرترین فیلم‌ها الزاماً پرفروش‌ترین‌ها نبوده‌اند؛ چراکه بهای بلیت در مورد فیلم‌ها متفاوت بوده است. البته به جز چند سال مشخص، در اکثر موارد این دو بر هم منطبق هستند، برای مثال در سال ۱۳۶۵ فیلم سینمایی گمشده در ژانر خانودگی بیش‌ترین فروش را داشته‌است، اما تعداد تماشاگران فیلم سینمایی عقاب‌ها که سال پیش از آن نیز در صدر قرار داشته است، با اختلاف چند صد نفر پربیننده‌ترین جایگاه را به خود اختصاص داده است(سال‌نامه‌های آماری دفتر معاونت توسعه و فناوری اطلاعات سازمان سینمایی، ۱۳۹۷-۱۳۹۵).

د) شاخص‌های آموزش

- **تعداد آموزشگاه‌ها**: بر اساس تعریف ارائه‌شده از سوی دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(۱۳۹۶)، آموزشگاه آزاد سینمایی، به آموزشگاهی اطلاق می‌شود که در زمینه‌ی آموزش کوتاه‌مدت رشته‌های سینمایی فعالیت داشته باشد. بر اساس آمار ارائه‌شده از سوی سازمان سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، از سال ۱۳۷۰ آموزشگاه‌های آزاد سینمایی آغاز به کار کرده‌اند. بر اساس آمار ارائه‌شده، در سال ۱۳۷۰ سه آموزشگاه آزاد سینمایی ثبت شده است که این تعداد با رشد افزاینده‌ی خود به ۲۲۰ آموزشگاه در سال ۱۳۸۲ رسیده است؛ اما پس از آن دچار کاهش شده و سپس از سال ۱۳۸۶ به بعد رو به افزایش نهاده و به ۲۳۰ آموزشگاه در سال ۱۳۹۶ رسیده است(دفتر مطالعات راهبردی و برنامه‌ریزی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۲، ۱۳۹۷).

- **تعداد هنرجویان آموزشگاه‌های سینمایی**: روند رو به رشد آموزشگاه‌های سینمایی نشان‌دهنده‌ی علاقمندی هنرجویان بیش‌تر به این حوزه است که خود زمینه‌ساز ورود نیروی انسانی بیش‌تر و کاراتر به عرصه‌ی سینماست. در جدول پیش رو تعداد هنرجویان بر اساس رشته‌های ارائه‌شده در آموزشگاه‌های آزاد سینمایی در کشور در سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴ نمایش داده شده است:

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]



نمودار شماره‌ی هفت- تعداد هنرجویان آموزشگاه‌های آزاد سینمایی کشور(۹۴-۱۳۸۴)

منبع: (غلامپورآهنگر، ۱۳۹۵ : ۲۶)

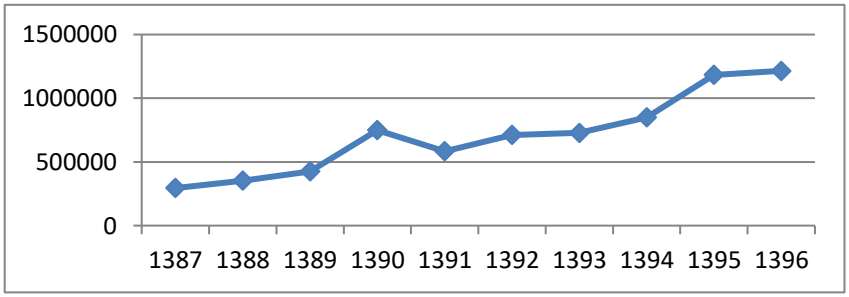
- مراکز آموزش عالی مرتبط با سینما: در نظام آموزش عالی رشته‌های مربوط به سینما در سه زیرگروه هنرهای نمایشی، هنرهای تجسمی و فرهنگ و هنر تدوین و مصوب شده‌اند. البته با وجود مصوبه و مجوزهای موجود برخی از رشته‌ها در دانشگاه‌ها فعال نیستند و دروس مربوط به آن‌ها ارائه نمی‌شود. بر اساس آمار موجود، از میان این ۳۷ رشته‌ی مصوب آموزش عالی کشور، ۲۱ عنوان رشته در دانشگاه‌های دولتی، آزاد اسلامی، مؤسسات غیر دولتی و انتفاعی و مراکز آموزش عالی غیردولتی تدریس می‌شوند. سایر رشته‌ها که به طور عمده از زیرشاخه فرهنگ و هنر هستند در حال حاضر در هیچ یک از دانشگاه‌ها، حتی دانشگاه جامع علمی کاربردی یا فنی و حرفه‌ای ارائه نمی‌شوند.

ه) مشارکت دولتی و بخش خصوصی

- میزان اعتبارات دولتی برای سینما: دولت و در رأس آن، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان سینمایی بنا به سیاست‌های خود همواره در سطوح مختلفی به حمایت از رونق و توسعه‌ی سینمای ایران برآمده است. در این راستا یکی از ارکان اصلی سازمان سینمایی حمایت مالی از تولید آثار سینمایی در گونه‌های مختلف بوده است. بر اساس داده‌ها و اطلاعات در دسترس، میزان حمایت دولت از انواع گونه‌های فیلم‌ها از ۷۵ عنوان فیلم سال ۱۳۸۴ به ۱۷۹۵ عنوان فیلم در سال ۱۳۹۴رسیده است. علاوه براین از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ میزان حمایت دولتی بر مبنای عنوان فیلم‌ها در نوسان بوده است؛ به شکلی که در این مدت، سال ۱۳۸۵ با ۱۸۸ عنوان بیش‌ترین حمایت انجام‌شده و پس از آن، روند کاهشی و نوسان‌های متعدد وجود داشته است. از سال ۱۳۹۲روند افزایشی را شاهد هستیم. از آن‌جایی که سازمان سینمایی و امور سمعی و بصری در سال ۱۳۸۷ از معاونت سینمایی تبدیل به سازمان شده است، تمامی آمار و اطلاعات موجود بر مبنای همین سال است. بر اساس آمار موجود (نمودار زیر) بودجه‌ی اختصاص داده شده به

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

سازمان سینمایی از سال ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ به جز سال ۱۳۹۱ که شاهد کاهش بوده‌ایم، روند افزایشی داشته است که آن را می‌توان در نمودار زیر مشاهده کرد:



نمودار شماره‌ی هشت- وضعیت اعتبار بودجه‌ی سازمان سینمایی از سال ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶

منبع: سایت سازمان سینمایی و امور سمعی و بصری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(۱۳۹۷)

همان طور که در نمودار مشاهده می‌شود، در سال‌های ۱۳۹۰ در دولت عدالت و ۱۳۹۵ در دولت تدبیر و امید، افزایش اعتبار بودجه قابل توجه و چشمگیر بوده است. حمایت مالی از همه‌ی گونه‌های آثار سینمایی از طریق سه موسسه‌ی وابسته به سازمان سینمایی و امور سمعی بصری انجام می‌شود؛ بنیاد سینمایی فارابی برای حمایت از فیلم‌های بلند سینمایی و کارگردانان فیلم اولی، انجمن سینمای جوان برای حمایت از فیلم‌های کوتاه و مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی برای حمایت از فیلم‌های مستند و انیمیشن(غلامپور آهنگر، ۱۳۹۵ : ۹۳).

جدول شماره‌ی هشت- مبالغ پرداختی به موسسات تابعه در سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶(میلیون ریال)

سال	بنیاد فارابی	مرکز گسترش سینمای مستند	موسسه‌ی رسانه‌های تصویری	موزه‌ی سینما	موسسه‌ی هنر و تجربه
۱۳۸۷	۱۵۴۳۰۰	۴۳۰۰۰	۱۸۵۰۰	۲۸۰۰	–
۱۳۸۸	۱۷۷۲۰۰	۵۴۴۸۰	۱۷۱۰۰	۲۸۶۰	–
۱۳۸۹	۱۷۶۵۵۵	۶۲۰۰۰	۴۳۰۰۷	۳۱۰۰	–
۱۳۹۰	۲۸۵۰۰۰	۷۲۳۰۰	۱۶۲۰۰۰	۴۵۰۰	–
۱۳۹۱	۲۲۱۰۰۰	۱۲۶۵۰۰	۱۳۳۵۰۰	۵۰۰	–
۱۳۹۲	۱۶۴۲۰۰	۱۰۱۴۰۰	۷۰۰۰۰	۳۰۰۰	–
۱۳۹۳	۱۷۵۲۰۰	۷۲۲۰۰	۱۰۹۰۰۰	۸۴۰۰	–
۱۳۹۴	۲۲۹۰۰۰	۶۹۵۰۰	۱۸۸۸۰۰	۱۹۳۰۰	–
۱۳۹۵	۲۸۲۵۰۰	۹۰۷۰۰	۲۸۰۲۰۰	۲۱۵۰۰	۲۴۰۰۰
۱۳۹۶	۳۸۶۰۰۰	۱۰۰۵۰۰	۲۳۱۹۰۰	۹۰۰۰	۲۶۶۵۰

منبع: سایت سازمان سینمایی و امور سمعی و بصری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(۱۳۹۷)

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

همان طور که در جدول بالا نشان داده شده است، موسسه‌ی هنر و تجربه در سال ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ از سوی سازمان سینمایی بنیان نهاده شده است، بنابراین تنها در دو سال ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ مشمول پرداختی سازمان سینمایی شده است. بنابراین بودجه‌ی موزه‌ی سینما از سایر مراکز کم‌تر است و بنیاد فارابی بیش‌ترین بودجه را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره‌ی نه- عملکرد حمایتی سازمان سینمایی در سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶(مبالغ به میلیون ریال)

سال	مؤسسه سینماشهر	انجمن سینمای جوانان	خانه سینما	مدرسه ملی سینما
۱۳۸۷	۷۱۹۰۰	-	۵۲۰۰	-
۱۳۸۸	۷۶۵۰۰	۱۹۵۵۰	۴۹۴۰	-
۱۳۸۹	۱۱۶۳۰۰	۲۵۰۴۵	-	-
۱۳۹۰	۱۷۰۰۰۰	۵۵۵۰۰	-	-
۱۳۹۱	۵۲۴۵۸	۴۹۷۴۵	-	-
۱۳۹۲	۱۶۳۰۰۰	۶۷۵۰۰	۷۶۶۰	-
۱۳۹۳	۱۵۵۲۰۰	۷۹۶۵۰	۱۴۸۰۰	-
۱۳۹۴	۹۳۵۰۰	۸۳۸۰۰	۳۸۴۰۰	۳۶۰۰۰
۱۳۹۵	۱۰۸۰۰۰	۱۴۲۸۰۰	۱۱۰۰۰۰	۶۲۰۰۰
۱۳۹۶	۱۷۴۵۰۰	۱۴۳۵۰۰	۱۱۰۸۰۰	۳۱۰۰۰

منبع: سایت سازمان سینمایی و امور سمعی و بصری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(۱۳۹۷)

همان‌طور که در جدول بالا نشان داده شده است، سازمان سینمایی از موسساتی چون سینماشهر، انجمن سینمای جوان، خانه‌ی سینما و در سال‌های اخیر، مدرسه‌ی ملی سینما حمایت مالی انجام می‌دهد. لازم به توضیح است که خانه‌ی سینما در سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۲ تعطیل بوده است، بنابراین حمایتی نیز دریافت نکرده است. چنان‌که در سال‌های منتهی به سال ۱۳۸۹ نیز مبلغ حمایتی تعلق گرفته به خانه‌ی سینما روند کاهشی داشته است.

- **اصناف و انجمن‌های سینمایی:** بسیاری از نیروهای متخصص و حرفه‌ای سینمای ایران در زیر سایه‌ی یک صنف گرد هم آمده‌اند و با پیوند با دیگر صنف‌های سینمایی مجموعه‌ی «خانه‌ی سینما» را به عنوان یک نهاد فراگیر صنفی شکل داده‌اند. در حال حاضر ۳۲ صنف سینمایی در خانه‌ی سینما عضویت دارند(غلامپور آهنگر، ۱۳۹۵ : ۱۹). بنابراین مهم‌ترین بخش مربوط به اصناف و انجمن‌های سینمایی، خانه‌ی سینما یا جامعه‌ی اصناف سینمای ایران است. بر اساس

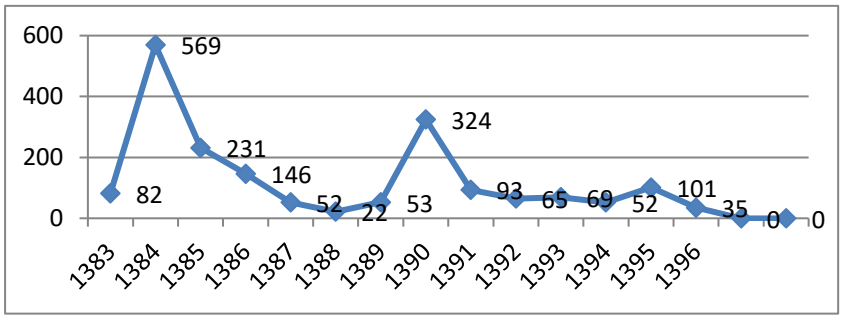
[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

اطلاعات موجود، انجمن سینمایی فیلم انیمیشن با ۵۲۵ عضو و انجمن بازیگران با ۵۰۰ عضو، پرجمعیت‌ترین اصناف هستند. در کنار این اصناف بخش قابل توجهی از هنرمندان و دست‌اندرکاران سینما به صورت مستقل از صنف خود در حال فعالیت هستند. البته اطلاعات مشخصی از این افراد در دست نیست، تنها می‌توان گفت که بخش مهمی از صنعت سینمای ایران توسط اعضای صنف‌های گردآمده در خانه‌ی سینما به پیش رانده می‌شوند(همان :۲۱).

ی)روابط بین‌الملل

– **تعداد فیلم‌های شرکت‌کننده در مجامع بین‌المللی**: نکته‌ی قابل ذکر درباره‌ی حضور فیلم‌های ایرانی در مجامع و عرصه‌های رقابتی، نبود اطلاعات و آمار دقیق است؛ چراکه چندین شرکت و موسسه‌ی فیلم در سطح بین‌المللی فعالیت و آثار تولید داخل را به مشتریان خود در دیگر کشورها عرضه می‌کنند، اما آمار دقیقی درباره‌ی تعاملات گفته‌شده وجود ندارد تا بتوان ارزیابی درست و جامعی از حضور ایران در عرصه‌های بین‌المللی داشت(همان : ۷۸). تعداد عنوان‌های فیلم‌های سینمایی شرکت‌داده شده در مجامع بین‌المللی در اطلاعات ارائه‌شده از سوی سازمان سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، از سال ۱۳۸۳ بوده است. آمار مربوط به پیش از این دوره تنها تعداد دفعات حضور را در نظر داشته است. بر اساس آمار موجود، در سال ۱۳۸۵ شاهد بیش‌ترین عنوان‌های فیلم‌های سینمایی در عرصه‌ی بین‌المللی بوده‌ایم. پس از این سال سیر کاهشی را شاهد هستیم تا سال ۱۳۹۰ که دوباره افزایش قابل توجه تا ۳۲۴ عنوان دیده می‌شود. از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ نیز نوساناتی در تعداد عنوان فیلم‌های مورد نظر وجود داشته است که بیش‌ترین تعداد در این بازه‌ی زمانی مربوط به سال ۱۳۹۵ با ۱۰۱ عنوان بوده است و پس از آن شاهد کاهش چشمگیر این میزان بوده‌ایم. به طور کلی در سال ۱۳۸۸ کم‌ترین میزان عنوان فیلم در مجامع شرکت داده شده است(۲۲ عنوان). در نمودار پیش رو می‌توان این روند را در سال‌های ذکر شده به خوبی مشاهده کرد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]



نمودار شماره‌ی نه- تعداد عنوان فیلم‌های سینمایی شرکت‌داده‌شده در مجامع بین‌المللی

منبع: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ و ۱۳۹۲)

- تعداد حضور فیلم‌های سینمایی ایرانی در مجامع و جشنواره های جهانی و جایزه‌های کسب‌شده: در سال‌های پس از انقلاب همواره مسوولان و سیاست‌گذاران سینمایی برای حضور ایران در جشنواره‌های خارجی و بین‌المللی اهمیت قایل بوده‌اند، البته تعداد حضور آثار سینمایی تحت تأثیر عوامل گوناگون در سال‌های مختلف روند پر فراز و نشیبی داشته است. بر اساس آمار رسمی موجود وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در سال ۱۳۶۱ تعداد تعداد حضور فیلم‌های سینمایی ۲۷ بار بوده است که در سال ۱۳۶۸ به عدد ۳۷۷ رسید(دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۲). این رقم در سال‌های ۱۳۷۸ و ۱۳۹۰ به ترتیب به ۹۸۰ و ۶۳۷ رسید و در نهایت تعداد حضور فیلم‌های سینمایی در سال ۱۳۹۶ عدد ۴۱۴ را ثبت کرد که از این میزان ۷۸ هنرمند شایسته دریافت جایزه‌ی بین‌المللی شدند(دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۲ و ۱۳۹۷).

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

اقتصاد فرهنگ و به‌ویژه اقتصاد سینما می‌تواند سهم قابل توجهی در رونق و شکوفایی کشور ایفا نماید. اقتصاد شکوفای سینما هم در زمینه‌ی درآمدزایی، ایجاد فرصت شغلی و هم ایجاد زمینه برای گردشگری پررونق می‌تواند منشأ اثر باشد. برای دست‌یابی به این فرصت در کشور، مهم‌ترین نکته، اتخاذ سیاست‌های صحیح و کارآمد و برنامه‌ریزی در جهت دست‌یابی به اهداف خط‌مشی‌هاست. بنابراین سیاست‌گذاری‌های آینده مستلزم داشتن تصویری درست و روشن از شرایط و وضعیت کنونی و گذشته است تا با ارزیابی آن بتوان به نقاط ضعف آن پی برد و در جهت جبران آن گام برداشت. علاوه بر این، برای تحلیل و ارزیابی علمی، شاخص‌های ارزیابی از

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

اهمیت بسیاری برخوردار هستند. در این مقاله تلاش شد با توجه به بررسی اسنادی و تحلیل داده‌های ثانویه، ابتدا شاخص‌هایی برای ارزیابی سیاست‌گذاری‌های عرصه‌ی اقتصاد سینما ارائه شود و سپس بر مبنای آن وضعیت اقتصاد سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی بررسی گردد. شاخص‌های یادشده در شش گروه شاخص‌های دسترسی، اقتصادی، اجتماعی، آموزشی، مشارکت دولتی و بخش خصوصی و روابط بین‌الملل طبقه‌بندی شدند. در بخش تحلیل داده‌های ثانویه باید توجه داشت که به دلیل شرایط خاص سال‌های نخست انقلاب اسلامی و آغاز جنگ و بلاتکلیفی ناشی از آن در عرصه‌ی سینما در سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۶۱ (چنان‌که تولید سینمای ایران تقریباً صفر بوده است)، مبنای بررسی این مقاله سال ۱۳۶۱ قرار گرفت. علاوه بر این لازم به توضیح است که آمار و داده‌های حوزه‌ی سینما از سال ۱۳۶۴ به طور منسجم و سامان‌یافته از سوی مراجع رسمی در دسترس است و برخی آمارهای مربوط به سال‌های ۱۳۶۱ تا ۱۳۶۴ ناکامل و دچار نقص‌هایی است.

داده‌ها و یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد که اگرچه در بیش‌تر شاخص‌ها روند افزایشی وجود داشته است، به طور کلی نتیجه‌ی سیاست‌های اقتصاد سینما چندان رضایت‌بخش نیست. برای مثال اگرچه تولید از ۷ به ۹۸ فیلم سینمایی در سال ۱۳۹۶ رسیده است، اما این افزایش نتوانسته است سبب جلب مخاطب و رونق سینمای کشور گردد. چنان‌که ۱۴ میلیون مخاطب سالانه‌ی سینما در سال ۱۳۶۱ به ۲۲ میلیون مخاطب در سال ۱۳۹۶ رسیده است و حتی در سال‌های ۱۳۶۴ این رقم بسیار بیش‌تر بوده است. این نشان می‌دهد که علی‌رغم افزایش ظاهری مخاطبان، درواقع با توجه به رشد جمعیت کشور در سال‌های گذشته از تعداد مخاطبان کاسته شده است. به نحوی که سرانه‌ی سینمارفتن تا سال ۳۷۰ بالاتر از ۱ بوده است و در سال‌های بعد به زیر یک رسیده است. به عبارت دیگر در دهه‌ی ۱۳۶۰ هر ایرانی به طور متوسط یک بار در سال به سینما می‌رفته است، اما این رقم در سال‌های بعد، به‌ویژه در دهه‌ی هشتاد و آغاز دهه‌ی نود به حدود ۰/۲ رسید. برای مثال در کشور چین در سال ۲۰۱۶، شاخص تولید فیلم ۷۷۲ فیلم سینمایی بوده است که تعداد تولید این کشور با فیلم‌های آموزشی و مستند به رقم ۹۴۴ رسیده است(اقتصاد آکسفورد،[1] ۲۰۱۷). در واقع اگر بخواهیم میان تولید این کشورها مقایسه‌ای انجام دهیم، باید گفت که تولید سالانه‌ی کشورهای چین، هند، کره جنوبی و ژاپن در سال ۲۰۱۷ به ترتیب ۷۷۲، ۲۰۰۰،

[1] Oxford economics

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۴۳۶ و ۵۹۴ فیلم سینمایی بوده است(جین، سنجا و الوالیا،[1] ۲۰۱۶؛ انجمن فیلم ژاپن، ۲۰۱۸؛ دولت استرالیا، ۲۰۱۷، اقتصاد آکسفورد، ۲۰۱۷).

در شاخص‌های دسترسی نیز به طور مشخص می‌توان به شاخص تعداد پرده‌های سینما اشاره کرد. بر اساس معیارهای جهانی به ازای هر ۱۰ هزار نفر یک سالن و پرده‌ی سینما باید وجود داشته باشد. این رقم با وجود رشد ۱۸۹ پرده به ۴۳۰ پرده در سال ۱۳۹۶ در تهران به عنوان برخوردارترین استان کشور به ازای هر صدهزار نفر و در سیستان و بلوچستان به ازای هر ۳ میلیون نفر است که این استان را کم‌برخوردارترین استان ایران نشان می‌دهد. به تبع آن، سرانه‌ی صندلی‌های سینما نیز شرایط خوشایندی ندارد و در ۱۲ استان به ازای هر هزار نفر کم‌تر از یک صندلی سینما موجود است. این رقم در تهران به ازای هر هزار نفر، ۳ صندلی سینما است. افزون بر این که بسیاری از شهرهای کشور فاقد سالن و پرده‌ی سینما هستند و توسعه‌ی سالن‌های سینما به طور عمده در تهران و چند کلان‌شهر دیگر صورت گرفته است. چنان‌که براساس گزارش یونسکو(۲۰۱۷) «تفاوت قابل ملاحظه‌ای میان کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه از نظر تعداد متوسط سالن‌های سینما وجود دارد، به طوری که ۷۹ درصد سالن‌ها در کشورهای توسعه‌یافته و ۲۱ درصد در کشورهای در حال توسعه قرار دارند» (یونسکو، ۲۰۱۷). آمارها نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۷ در میان کشورهای آسیایی موفق در اقتصاد سینما(در فهرست ده کشور نخست) چین با ۳۱۶۲۷ پرده(اقتصاد آکسفورد، ۲۰۱۷)، هندوستان با۸۱۰۰ پرده(جین، سنجا و الوالیا، ۲۰۱۶)، کره جنوبی با ۲۵۷۵ پرده(دولت استرالیا، ۲۰۱۷) و ژاپن با ۲۵۲۵(انجمن فیلم ژاپن، ۲۰۱۸) پرده به چشم می‌خورند و این نشان‌دهنده‌ی تفاوت میان توسعه‌ی سالن‌های سینما در ایران و این کشورهاست.

جشنواره‌های سینمایی همواره مورد توجه مسوولان سینمایی کشور بوده است، به طوری که از همان سال ۱۳۶۱ دو جشنواره‌ی داخلی در کشور برگزار شد و به طور خاص در دهه‌ی ۱۳۸۰ رشد بسیاری یافت؛ چراکه سایر نهادها نیز اقدام به برگزاری جشنواره‌های سینمایی نمودند که عمده‌ی آن‌ها ادامه‌دار و پیوسته نبوده است. جشنواره‌های خارجی نیز مورد توجه سیاست‌گذاران سینمایی بوده، اما این موضوع نیز تحت تأثیر شرایط و روابط خارجی ایران با سایر کشورها بوده است.

[1] Jain, Soneja, Ahluwalia

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

علاوه بر این سینما به لحاظ ایجاد فرصت‌های شغلی و صادرات نیز بسیار دارای اهمیت است. متأسفانه آمار دقیق و رسمی از میزان اشتغال سینما در کشور وجود ندارد، اما مسلم است که با افزایش تعداد سالن‌های سینما، تولید و افزایش مخاطب، بر تعداد شغل‌های ایجادشده‌ی سینمایی و نیز جانبی افزوده می‌شود. در صادرات آثار سینمایی نیز آمار و داده‌های رسمی در خصوص درآمد ایران در دست نیست، اما صادرات فیلم‌های سینمایی، اختصاص سالن‌های سینمایی در سایر کشورها به اکران فیلم‌های ایرانی و اهتمام سازندگان آثار سینمایی به آثاری که سبب جلب مخاطب غیرایرانی دارای فرهنگ و آئین مشترک با ایرانیان، می‌تواند به درآمدزایی کشور از این منظر کمک شایانی نماید. با این وصف، واقعیت این است که ظرفیت اقتصاد سینمای ایران، علی‌رغم اقداماتی که در سال‌های گذشته انجام شده است، همچنان مغفول مانده و نتوانسته است جایگاه شایسته خود را بیابد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

منابع

۱. بزرگی، حوریه(۱۳۹۳) «بررسی چالش‌های سیاست‌گذاری فرهنگی ایران در شبکه‌ی پخش نمایش خانگی»، **فصل‌نامه‌ی دین و سیاست فرهنگی**، شماره‌ی اول، تابستان: ۱۴۲- ۱۱۷.

۲. تراسبی، دیوید(۱۳۹۳) **اقتصاد سیاست فرهنگی**، ترجمه‌ی سوسن علائی، تهران: سوره مهر.

۳. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(۱۳۹۷) **سال‌نامه‌ی آماری فرهنگ و هنر سال۱۳۹۶**، تهران: پویه مهر اشراق.

۴. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(۱۳۹۶) **سال‌نامه‌ی آماری فرهنگ و هنر سال ۱۳۹۵**، تهران: پویه مهر اشراق.

۵. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(۱۳۹۵) **سال‌نامه‌ی آماری فرهنگ و هنر سال ۱۳۹۴**، تهران: پویه مهر اشراق.

۶. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی(۱۳۹۲) **سال‌نامه‌ی آماری فرهنگ و هنر سال ۱۳۹۰**، تهران: آویشن شمال.

۷. دهقان‌پیشه، الهه و رضا اسماعیلی(۱۳۹۱) «ارزیابی مصوبات دولت درباره‌ی سینما(۱۳۸۸-۱۳۶۸ شمسی)»، **فصل‌نامه‌ی تحقیقات فرهنگی**، ۵ (۱)، بهار: صص ۱۳۲-۱۱۵.

۸. راودراد، اعظم و امیرحسین تمنایی(۱۳۹۲) «تحلیل رابطه‌ی سیاست‌های فرهنگی-سینمایی ایران با فیلم‌های معرفی‌شده به عنوان نمایندگان سینمای ایران به آکادمی اسکار»، **فصل‌نامه‌ی تحقیقات فرهنگی**، ۶ (۱)، بهار: ۱۰۳-۸۱.

۹. راودراد، اعظم و مصطفی اسدزاده(۱۳۸۹) «جامعه‌شناسی سیاسی سینمای ایران (بایدها و نبایدهای سیاست‌گذاران سینمای ایران در دهه‌ی ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰)»، **نامه‌ی پژوهش فرهنگی**، سال یازدهم، ۳ (۹)، بهار: ۸۸-۵۷.

۱۰. رحیمی، عبدالرحیم؛ میثم موسایی، کامبیز پیکارجو، ناصر آزاد و سیدمحسن سید علی‌اکبر (۱۳۹۰) «برآورد تابع تقاضای سینما و تحلیل عوامل مؤثر بر آن مطالعه‌ی موردی؛ شهر تهران»، **نشریه‌ی مطالعات فرهنگ ارتباطات**، زمستان، دوره‌ی ۱۲، شماره‌ی ۱۶ (۴۸): ۲۶۳- ۲۳۵.

۱۱. رضایی، علی اکبر و حامد بختیاری(۱۳۹۴) **آشنایی با مدل‌های ارزیابی و کاربرد آن در طرح‌ها، سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی**، تهران: انتشارات سخنکده.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۱۲. سربندی، فرناز(۱۳۹۸) «**ارزیابی خط‌مشی‌های معطوف به اقتصاد فرهنگ در حوزه‌ی سینما در گفتمان‌های پس از انقلاب اسلامی**»، پایان‌نامه‌ی مقطع دکتری، رشته‌ی مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

۱۳. شورای عالی انقلاب فرهنگی(۱۳۸۵) سیاست‌های فرهنگی دولت در دهه‌ی ۷۰ شمسی (با تأکید بر سینما)، قابل دسترس در سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی: **http://mh.farhangoelm.ir/Articles/1344#form1**

۱۴. صادقی فسایی، سهیلا و ایمان عرفان‌منش(۱۳۹۴) «مبانی روش‌شناختی پژوهش اسنادی در علوم اجتماعی، مورد مطالعه: تأثیرات مدرن‌شدن بر خانواده‌ی ایرانی»، **فصل‌نامه‌ی راهبرد فرهنگ**، شماره‌ی بیست‌ونهم، بهار:۹۱-۶۱.

۱۵. عبدالخانی، لنا و محمد نصرآبادی(۱۳۹۰) «بازنمایی نقش زنان در سینمای ایران(سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در سینمای قبل و پس از انقلاب اسلامی)»، **فصل‌نامه‌ی علمی پژوهشی زن و فرهنگ**، سال سوم، شماره‌ی دهم، زمستان: ۹۶- ۸۷.

۱۶. علمی مقدم، مصطفی(۱۳۸۷) «**ارائه‌ی چارچوبی برای تحلیل اقتصادی سینمای ایران**»، پایان‌نامه‌ی مقطع کارشناسی ارشد، رشته‌ی معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق(ع).

۱۷. غلامپور آهنگر، ابراهیم(۱۳۹۵) **گزارش صنعت سینمای ایران**، تهران: معاونت توسعه‌ی فناوری و مطالعات سینمایی.

قلی‌پور، رحمت‌اله(۱۳۹۵) **تصمیم‌گیری سازمانی و خط‌مشی‌گذاری عمومی**، تهران: سمت.

۱۸. گنجی، محمد و امین حیدریان(۱۳۹۳) «سرمایه‌ی فرهنگی و اقتصاد فرهنگ (با تأکید بر نظریه‌های پی‌یر بوردیو و دیوید تراسبی)»، **فصل‌نامه‌ی راهبرد**، سال بیست‌وسوم، شماره‌ی ۷۲، پاییز: ۹۷-۷۷.

۱۹. لقمانی، علی (۱۳۸۹) **بررسی وضعیت اقتصاد سینمای ایران**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته سینما، دانشگاه هنر، دانشکده سینما.

۲۰. محمدی، محمدجواد و شهناز سلامی (۱۳۹۱) «سیاست‌گذاری‌های فرهنگی فرانسه در حوزه ادبیات نمایشی در دوره وزارت ژاک‌لانگ»، **فصلنامه‌ی مطالعات جهان**، ۲(۲)، پاییز و زمستان: ۳۸۰- ۳۵۹.

۲۱. مرکز ملی آمار ایران(۱۳۹۵)، ایران در آئینه‌ی آمار ۱۳۹۴، قابل دسترس در: **https://www.amar.org.ir/Portals/0/Files/fulltext/1394/n_idaa_no.35_94.pdf**

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۲۲. معاونت توسعه‌ی فناوری و مطالعات سینمایی (۱۳۹۷)، سیمای سینمای ایران، نگاهی از دریچه آمار به سینما در سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹، قابل دسترس در: .
https://apf.farhang.gov.ir/ershad_content/media/image/2018/09/670170_orig.pdf
۲۳. معاونت توسعه‌ی فناوری و مطالعات سینمایی (الف ۱۳۹۶)، سیمای سینمای ایران، نگاهی از دریچه آمار به سینما در سال‌های ۱۳۶۴ تا ۱۳۶۹، قابل دسترس در: .
https://apf.farhang.gov.ir/ershad_content/media/image/2018/09/670161_orig.pdf
۲۴. معاونت توسعه‌ی فناوری و مطالعات سینمایی (ب ۱۳۹۶)، سیمای سینمای ایران، نگاهی از دریچه آمار به سینما در سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۷۹، قابل دسترس در: .
https://apf.farhang.gov.ir/ershad_content/media/image/2018/09/670168_orig.pdf
۲۵. معاونت توسعه‌ی فناوری و مطالعات سینمایی (۱۳۹۵)، سالنامه آماری سینمای ایران در سال‌های ۱۳۶۴ تا ۱۳۹۶، سازمان سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، قابل دسترس در:
https://apf.farhang.gov.ir/fa/deputy/appliedresearch/subappliedresearch/calenderofcinema
۲۶. موسائی، میثم(۱۳۹۳) خلاصه راهبردی کتاب اقتصاد فرهنگ؛ بررسی اقتصادی بخش‌های مختلف فرهنگی، پرونده درآمدی بر اقتصاد فرهنگ، پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، حوزه هنری: **http://rahbordi.ir/wp-content/uploads/2014/09/.pdf**
۲۷. ناظمی اردکانی، مهدی و صیادی، محمد(۱۳۹۳) «بررسی وضعیت مؤلفه‌های اقتصاد فرهنگ در ایران: مقایسه‌ی تطبیقی با کشورهای منتخب دنیا و ارائه‌ی راهکارهای بهبود وضعیت اقتصاد فرهنگ در کشور»، **فصل‌نامه‌ی علمی پژوهشی راهبرد اجتماعی فرهنگی**، سال چهارم، شماره‌ی سیزدهم، زمستان: ۲۲۵-۱۹۱.
۲۸. نجفی سیاهرودی و سیدمسلم علوی(۱۳۹۳) «بررسی عوامل مؤثر در رویگردانی از سینما با تحلیلی بر خوشه‌بندی‌های مختلف مخاطبان»، **نشریه‌ی هنرهای زیبا- هنرهای نمایشی و موسیقی**، ۱۹ (۱)، بهار و تابستان: ۶۹-۵۹.
۲۹. نیک‌روان، انسیه و لطفعلی عاقلی کهنه‌شهری (۱۳۹۰) «تخمین تقاضای فیلم سینمایی در ایران»، **مجله‌ی تحقیقات اقتصادی**، ۴۶(۲)، پاییز: ۲۴۲-۲۲۱.
۳۰. هاولت، مایکل، ام. رامش و آنتونی پرل(۱۳۹۵) **مطالعه‌ی خط‌مشی عمومی؛ چرخه‌های خط‌مشی و زیرنظام‌های خط‌مشی**، ترجمه‌ی عباس منوریان و ابراهیم گلشن، تهران: مؤسسه‌ی کتاب مهربان نشر.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

31. Agnete Sand, Stine (2017), How to Succeed with Film Production in the Regions? A Study of Key Success Factors in the Norwegian Regional Film Business, **The Journal of University of Gothenburg, Nordicom,** vol. 38, Issue 1 at https://doi.org/10.1515/nor-2016-0035

32. Allaire, Benoit (2009), a System of Indicators for Culture and Communications in Quebec; Part One: Conception and Concerted Development of the Indicators, ***Institut de la statistique du Québec***, available at: http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/systeme-indicateurs1_an.pdf

33. Australian government (2016), ***vital signs; cultural indicators for Australia (first edition), cultural ministers***, available at: http://www.arts.qld.gov.au/images/documents/artsqld/Research/Vital_Signs_Report-2014.pdf

34. Australia Government (2017), Screen Industry Snapshot Korea, available at: https://www.austrade.gov.au/ArticleDocuments/1418/2017_webinar-presentation-Screen-Industry-Snapshot-Korea.pdf.aspx

35. Bowen, G.A. (2009), "Document Analysis as a Qualitative Research Method", **Qualitative Research Journal,** Vol. 9 No. 2, pp. 27-40. https://doi.org/10.3316/QRJ0902027

36. Calin, Raluca (2015), economic indicators in the evaluation of public policies for the cinema: the wrong road, ***10th international conference in interpretive policy analysis***, 8-10 July, Lille (France), available at: https://ipa2015.sciencesconf.org/conference/ipa2015/pages/Article_Raluca_CALIN.pdf

37. Chen, Shang-Ying (2005), ***Constructing Cultural Indicator System of Kaohsiung City, Taiwan***, available at: http://neumann.hec.ca/aimac2005/PDF_Text/Chen_Shang-Ying.pdf

38. Crane, Diana (2013), Cultural Globalization and the Dominance of The American Film Industry: Cultural Policies, National Film Industries, and Transnational Film, ***International Journal of Cultural Policy,*** at://dx.doi.org/10.1080/10286632.2013.832233

39. Durmaz, Bahar, Tan Yigitcanlar and Koray Velibeyoglu (2008), Creative Cities and the Film Industry: Antalya's Tradition to a Eurasian Film Centre, ***the open urban studies Journal***, 1,pp: 1-10.

40. Einarsson, Agust (2016), ***Cultural economics***. Iceland: Bifrost University.

41. Hansen, Trine Bille (2009), "Cultural Economics and Cultural Policy: A Discussion in Danish Context", ***the European Journal of cultural policy***, vol. 2: 87- 103: http://dx.doi.org/10.1080/10286639509358003

42. Haykir Hobikohlo, Elif & Mustafa Cetinkaya (2015), "In Innovative Entertainment Economy Framework, Economic Impacts of Culture Industries: Turkey and Hollywood Samples", ***World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship***, Procedia - Social and Behavioral Sciences

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

195: 1435 – 1442, available at: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815039191

43. Hill, John & Nobuko Kawashima (2016), introduction: film policy in globalized cultural economy, ***international journal of cultural policy***, 22:5, 667-672, at https://doi.org/10.1080/10286632.2016.1223649

44. Incekara, Ahmet, Sefer Sener & Elif Haykir Hobikoglu (2013), "Economic evaluation of the film industry in terms of strategic management within the scope of the creative innovative industries: The case of Turkey", ***9th International Strategic Management Conference***, Procedia - Social and Behavioral Sciences 99: 636 – 647, available at: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813039797

45. Jain, Neeraj, Tarun Soneja, Japun Ahluwalia (2016), Indywood, The Indian Film Industry, Deloitte, available at: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/technology-media-telecommunications/in-tmt-indywood-film-festival-noexp.pdf

46. Kamara, Yarri (2017), mapping of status of cultural indicators and statistics in East Africa, ***Unesco***, Regional Office for Eastern Africa, available at: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Nairobi/unescoculturalstatistics.pdf

47. MPPAJ (2018), ***Statistics of Film Industry in Japan (2000-2017)***, available at: http://www.eiren.org/statistics_e/

48. McKenzi, Jordi (2012), the economics of movie: a literature survey, ***the journal of economic surveys***, vol.26, Issue 1, February: 42- 70, at http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6419.2010.00626.x/abstract

49. McFadyen, Stuart, Colin Hoskins & Adam Finn (2000), Cultural Industries from an Economic/Business Research Perspective, **Canadian journal of communication,** Vol.25 No.1

50. Oxford economics (2017), the economic contribution of film and television in China in 2016, available at: https://www.mpaa.org/research-docs/the-economic-contribution-of-film-and-television-in-china-in-2016/

51. Parce, Jimmyn (2016), "The effects of protection in cultural industries: the case of the Korean film policies", ***International Journal of Cultural Policy***, available at: http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2015.1116526

52. Scott, Allen J. (2000), French Cinema Economy, Policy and Place in the Making of a Cultural-Products Industry, ***theory culture and society***, Volume: 17 issue: 1, pp: 1-38, at: https://doi.org/10.1177/02632760022050988

53. Scott, Allen (2004), Hollywood and the world: the geography of motion-picture distribution and marketing, **Review of International Political Economy** 11:1, February: 33–61, published online: 04 Jun 2010, at http://www.citi.columbia.edu/B8210/read2/Scott.pdf

54. Titan , Emilia, Vergil Voineagu, Monica Todose (2008), The Impact Of Cultural-Creative Industries On The Economic Growth – A Quantitative

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

Approach, "***Annals of Faculty of Economics, University of Oradea***, Faculty of Economics, vol. 2(1), pages 930-935, May, available at: https://ideas.repec.org/a/ora/journl/v2y2008i1p930-935.html

55. UNESCO (2012), ***Measuring the economic contribution of cultural industries, a review and assessment of current methodological approaches***, available at: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/measuring-the-economic-contribution-of-cultural-industries-a-review-and-assessment-of-current-methodological-approaches-en_1.pdf

56. UNESCO (2013), **Creative Economy Report 2013; Widening Local Development Pathways**, from www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf

57. UNESCO (2014), ***Culture for development indicators; methodology manual***, from http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cdis_methodology_manual.pdf

58. UNESCO (2015), ***Cultural times; the first global map of cultural and creative industries***: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times._the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf

59. Unesco (2017), re/shaping cultural policies, advancing creativity for development, available at: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/reshaping-cultural-policies-2018-en.pdf

60. Walls, W.D & Jordi McKenzie (2012), The Changing Role of Hollywood in the Global Movie Market, ***Journal of Media Economics***, 25: 198–219, at: file:///C:/Users/f.sarbandi/Desktop/WallsMcKenzieJME2012.pdf

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]