سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری

معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی

جمع آوری و تحلیل آیین‌نامه و دستورالعمل‌های تولید فیلم در کشورهای دیگر؛ مطالعه موردی آمریکا، چین، هند، استرالیا، انگلستان، فرانسه

پژوهشگر:

حسین نوری

ناظر پژوهش:

قادر آشنا و بهروز فتحی

۱۴۰۲-۱۴۰۳

این پژوهش را تقدیم می‌کنم به پژوهشگری توانمند و محققی خستگی ناپذیر، هم او که سال‌های عمر کوتاهش به تحقیق، مطالعه و تلاش وکوشش گذشت؛ الگوی تمام عیار اخلاق و استاد حقوق بین الملل که روزی از دانشگاه؛ جایی که دلبسته حضور در آن بود به دیدار معبود خود شتافت. در جای جای این پژوهش هنگامی که به گره‌ای بر می‌خوردم نبود او را بیشتر حس می‌کردم.

همراه، دلسوز و استاد...

تقدیم به برادر عزیزم؛

مرحوم دکتر ولی اله نوری

چکیده

متولیان سینمایی کشور در راستای تعیین راهبرد و سیاست گذاری در حوزه سینما نیاز به شناخت و آشنایی با دستورالعمل ها و آیین نامه های سایر کشورها دارند. دستیابی به این شناخت با بررسی دستورالعمل های تولید فیلم در کشورهای آمریکا، انگلستان، چین، فرانسه، استرالیا و هند امکان پذیر است. در این پژوهش بر اساس نظریات هنجار رسانه‌ای و مبتنی بر نظریه اقتدارگرا و مسئولیت اجتماعی، دستورالعمل های موجود برای تولید فیلم در این کشورها بررسی شده و مورد ارزیابی قرار گرفته است. مسئله اصلی پژوهش بررسی دستورالعمل ها و تعیین چارچوب های تولید فیلم در کشورهای دیگر است که با استفاده از روش مطالعه اسنادی کتابخانه‌ای و بررسی آیین نامه‌ها، اسناد و منابع موجود در حوزه تولید فیلم در کشورهای مورد مطالعه به دنبال پاسخ گویی به آن است. تمامی دستورالعمل های تولید فیلم در کشورهای دیگر مورد بررسی قرار گرفته و با تحلیل آنها مهم ترین مسائل مربوط به تولید فیلم در کشورها که بر اساس قوانین داخلی و سیاست گذاری ها فرهنگی هر کشور تعیین شده است شامل صدور مجوز، بودجه و جذب سرمایه، نظارت بر تولیدات و سانسور، قوانین و معافیت های مالیاتی و بند اخلاقی است که در پژوهش حاضر بررسی شده است.

کلمات کلیدی: آیین نامه، دستورالعمل، تولید فیلم، سانسور، سینما، کشورهای دیگر، مالیات، مجوز.

فهرست

چکیده ..... ت

مقدمه ۲

بیان مسئله ۳

ضرورت تحقیق ۴

مفاهیم تحقیق ۵

فیلم بلند سینمایی ۵

سینما ٦

تولید فیلم ٦

دستورالعمل‌های تولید فیلم ٦

سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری ٦

خانه سینما ۷

صنف سینمایی ۷

اهداف تحقیق ۱۱

سؤالات تحقیق ۱۱

فرضیه تحقیق ۱۲

فصل دوم: پیشینه و مبانی نظری تحقیق ۱۳

پیشینه تحقیق ۱۴

مبانی نظری تحقیق ۱۹

نظریه‌های هنجاری رسانه‌های جمعی ۲۰

چارچوب نظری تحقیق ۲۲

فصل سوم: روش تحقیق ۲٤

روش تحقیق ۲۵

جامعه آماری ۲۵

فصل چهارم: یافته‌های تحقیق ۲٦

مقدمه ۲۷

دستورالعمل و آیین نامه ۲۷

کشورهای مورد بررسی ۲۸

آیین نامه‌ها ۳۰

سیاست گذاری ۳۲
شرکت‌های فیلم سازی ۳۳
صدور مجوز..... ۳۳
راه اندازی شرکت تولیدی ۳٤
بودجه ۳٥
تیم تولید..... ۳٦
قوانین مالیاتی ۳٦
مالکیت فکری ۳۷
نظارت بر تولیدات ٤۰
سانسور ٤۲
فراوانی..... ٤٤
دستورالعمل‌های تولید فیلم در چین ۴۵
سیاست گذاری ٤٦
شرکت‌های فیلم سازی ٤۷
صدور مجوز..... ٤۸
بودجه تولید فیلم..... ٤۹
قوانین مالیاتی ٤۹
سرمایه گذاری ٥۰
قوانین نمایش فیلم ٥۱
نظارت بر تولیدات ٥۲
سانسور ٥۲
فراوانی..... ٥٤
دستورالعمل‌های تولید فیلم در انگلستان ٥٥
آیین نامه‌ها..... ٥٥
شرایط تولید و مجوز ٥٦
قوانین مالیاتی ٥۷
معافیت مالیاتی فیلم..... ٥۸
قوانین نمایش فیلم ٦۱
نظارت بر تولیدات ٦۲

سانسور ٦٣
شرکت‌های فیلم سازی ٦٣
فراوانی..... ٦٥
دستورالعمل‌های تولید فیلم در هند ۶۶
آیین نامه‌ها ٦٦
سیاست گذاری ٦٨
شرکت‌های فیلم سازی ٦٩
شرایط تولید ٧٠
صدور مجوز..... ٧١
بودجه ٧٣
قوانین مالیاتی ٧٣
نظارت بر تولیدات ٧٤
سانسور ٧٥
فراوانی..... ٧٦
دستورالعمل‌های تولید فیلم در استرالیا..... ۷۷
سینمای استرالیا ٧٧
استرالیایی بودن فیلم..... ٧٩
شرایط تولید ٧٩
سیاست گذاری ٨١
شرکت‌های فیلم سازی ٨٢
صدور مجوز..... ٨٢
بودجه ٨٣
قوانین مالیاتی ٨٤
نظارت بر تولیدات ٨٥
سانسور ٨٥
فراوانی..... ٨٦
دستورالعمل‌های تولید فیلم در فرانسه ۸۷
شرکت‌های فیلم سازی ٨٨
شرایط تولید ٨٨

صدور مجوز ۸۹
بودجه ۹۱
قوانین مالیاتی ۹۲
قوانین نمایش ۹۲
نظارت بر تولیدات ۹۳
سانسور ۹٤
فراوانی ۹٥
فصل پنجم: نتیجه گیری ۹٦
مقدمه ۹۷
مجوز و جذب سرمایه کشورها ۹۷
معافیت های مالیاتی کشورها ۹۸
نظارت، سانسور و رتبه بندی کشورها ۹۹
بند اخلاقی ۱۰۱
نتیجه گیری ۱۰۲
پیشنهاد تحقیق ۱۰۶
منابع و مآخذ ۱۰۷
Abstract ۱۱۵

فصل اول: کلیات تحقیق

- ❖ مقدمه
- ❖ بیان مسئله
- ❖ ضرورت تحقیق
- ❖ مفاهیم تحقیق
- ❖ اهداف تحقیق
- ❖ سئوالات تحقیق
- ❖ فرضیه تحقیق

مقدمه

سینما به عنوان یکی از مهم ترین عرصه های تولید فکر و فرهنگ، در میان همه جوامع پیشرفته و در حال پیشرفت، در سده اخیر جایگاه ویژه ای یافته است. از بدو پیدایش این صنعت-هنر تاکنون، ادوار مختلفی بر این پدیده گذشته و فراز و نشیب های بسیاری را به خود دیده است.

قواعد فیلمسازی در کشورهای مختلف جهان بر اساس خاستگاه فرهنگی و سیاست-های کلی نظام حاکم بر آن کشور طراحی شده، قواعدی که بتواند علاوه بر حفظ هویت جوامع و رعایت چارچوب‌های اخلاقی و همچنین ایجاد یک بازار فروش مناسب برای آن؛ در روند فرهنگی عمومی جامعه حرکت کند و آن را تحت تأثیر قرار دهد.

سینما به عنوان صنعت سرگرمی به دنبال فروش هر چه بیشتر و تأثیرگذاری بر مخاطبان خود است، از طرفی فیلمسازان با عقاید و سلایق گوناگون در پی ساخت ایده ها و اندیشه‌های شخصی خود هستند. لذا جهت دهی این سلایق برای ایجاد یک ساختار مشخص و ترسیم آینده سینمای هر کشور اهمیت دو چندانی پیدا می‌کند.

وسعت و تنوع مخاطبان سینما و ماهیت ترکیبی این هنر باعث می‌شود تا هر چه تعداد و تنوع مخاطبان بیشتر شود، مقاومت اخلاقی مردم نیز کاهش یابد. علاقه مخاطب به بازیگران در حدی فراتر از شخصیت واقعی آنان موجب همدلی و همذات‌پنداری مخاطبان با شخصیت‌های فیلم و داستان‌ها می‌شود و همین امر سبب الگوبرداری و پس از تغییر رفتار و سبک زندگی افراد جامعه می‌انجامد.

مراحل تولید فیلم که می‌توان آنها را از منظر قواعد و دستورالعمل‌های فیلمسازی مورد توجه قرار داد شامل موارد زیر است:

۱-تولید مفهوم و ایده ۲-بودجه بندی ۳- فیلمنامه نویسی ۴- بازیگران و گروه ۵- انتخاب لوکیشن ۶- تولید ۷- برنامه ریزی تولید ۸- فیلمبرداری ۹- پخش

در این بین آنچه در قواعد همه کشورها به چشم می‌خورد و یا در اولین گام برای ترسیم قواعد تولید فیلم بیان می‌شود ان است که سینما نباید ملاک‌های اخلاقی بینندگانش را تنزل دهد. اما واقعیت فراتر از آن است.

در سینمای ایران برای همسو و یک راستا شدن جریانات مختلف فرهنگی در سینما، نهادهای مختلف متولی امر فیلمسازی و نظارت بر امر تولید فیلم و شفاف سازی تامین هزینه‌های یک فیلم و ایجاد یک بازار

سود ده فروش فیلم نیازمند وضع قواعد و قوانین استوار و خارج از محدوده دسترس دولت‌ها و یا سلایق افراد و مسئول است.

بیان مسئله

تولید فیلم در کشورهای جهان تابع مقررات، آیین نامه‌ها و دستورالعمل‌هایی است که ساز و کار ساخت اثر و اکران ان را تحت نظر قرار می‌دهد. مطالعه این دستورالعمل‌ها در کشورهای دیگر امکان ایجاد دستورالعمل‌های واحد و مشخص و به دور از سلیقه-های فرهنگی و سیاسی دولت‌ها را برای سینمای ایران فراهم می‌آورد.

سینمای ایران در بخش‌های مختلف تولید یک فیلم با چالش مواجه است. در بخش تایید فیلمنامه و یا کارگردان و تهیه کننده معیار و ابزار سنجش مشخص و تعیین شده‌ای برای صدور مجوز پروانه فیلمسازی ندارد. حتی در این بخش بحث‌ها و تحقیقاتی پیرامون پروانه فیلمسازی و وجود یا عدم نیاز به ان انجام شده است و هنوز هم نتیجه و تصمیم مشخصی پیرامون آن گرفته نشده است.

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان سینمایی بیشترین حد نظارت و دخالت را در امر فیلمسازی و محتوای ارائه شده توسط فیلمساز دارند و این امر هزینه‌های زیادی را برای این وزارتخانه و سازمان چه از جنبه مادی و چه از جنبه رسانه‌ای و آزادی بیان متحمل ساخته است.

با وجود نظارت حداکثری در سینمای ایران و تولیدات آن همچنان پس از گذشت چهار دهه، سینمای ایران در جهت اندیشه‌های حکمرانی پس از انقلاب و سیاستگذاری های فرهنگی به گفته همان سیاستگذاران و دولتمردان حرکت نکرده است.

سینمای ایران علی رغم چالش‌های جدی پیرامون تولید فیلم برای یک فیلمساز و چالش‌های پیش روی دولت‌ها برای سوق دادن سینماگران به وحدت کلمه و حرکت در جهت سیاست‌های کلی، با معضل مخاطب و فروش نیز مواجه است. یعنی نه تنها سینمای ایران نتوانسته سیاستگذاران فرهنگی و خود سینماگران را از تولیداتش راضی کند که مخاطب این سینما هم با توجه به آمار فروش سینما در طول سال‌ها از میزان رغبت و علاقه اش کاسته شده است و تنها در موارد به خصوص و فیلم های خاص در طول این سال‌ها استقبال کرده است.

البته در طول سال‌های پس از انقلاب فیلم‌های بسیاری در راستای سیاست‌های فرهنگی با حمایت دولتی و رغبت فیلمسازان ساخته شده است اما غالب آن فیلم‌ها نیز نتوانسته فروش موفقی داشته باشد و در برخی موارد هزینه فیلم نیز از فروش آن تامین نشده است.

کشورهایی که سینمای موفقی در سطح جهان دارند علاوه بر حرکت در راستای سیاست‌های کلی کشور خود و دخالت حداقلی ارگان‌های دولتی در امر فیلمسازی توانسته‌اند مخاطب سینمای خود را فراهم اورند، برای مثال سینمای هند که در فیلم-های خود به نمایش امور غیر واقع اصرار می‌ورزد نیز مخاطب سینمای خود را پیدا کرده و در فروش نیز توانسته سینما را به عنوان یک صنعت یاری دهنده دولت معرفی کند. بنابراین پرسش اصلی تحقیق این است که دستورالعمل ها و چارچوب های تولید فیلم در کشورهای دیگر به چه صورت است؟

پیش از این تحقیقی پیرامون بررسی دستورالعمل‌های تولید فیلم در کشورهای دیگر انجام نشده است و تحقیق حاضر سعی دارد تا با بررسی دستورالعمل‌ها، آیین نامه‌ها، اسناد، آمار و ارقام و مصاحبه‌های تهیهکنندگان و مسئولان سینمایی در کشورهای دیگر مانند آمریکا، انگلستان، چین، هند، فرانسه، استرالیا که توانسته اند در موارد ذکر شده در بالا موفق عمل کنند و یا توانسته‌اند مقدمات درستی را برای رشد سینمای خود فراهم آورند؛ به کمک تصمیم گیران و سیاستگذاران فرهنگی و مسئولان وزارت ارشاد و سازمان سینمایی بیاید.

بدیهی است که گام های نو نیاز به بازشناسی و نقد و تحلیل گام های پیشین دارد. برای کسب نتایج بهتر و موثرتر می بایست نسبت به نتایجِ تصمیم گیری‌های گذشته دیگران آگاه بود. آسیب ها را شناخت و بر مزایای آن ها در حوزهٔ سینمای ایران سرمایه گذاری نمود.

ضرورت تحقیق

بررسی دستورالعمل‌های تولید فیلم در سایر کشورها با مطالعه موردی سینمای آمریکا، انگلستان، فرانسه، چین، هند و استرالیا به تسهیل روند فیلمسازی در داخل کشور کمک می‌کند، تحلیل نقش دولت‌ها و سیاست‌های فرهنگی در روند تولید فیلم در دیگر کشورها به کاهش هزینه‌های مادی و اجتماعی دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کمک خواهد کرد و همچنین با تحلیل نحوه قانون گذاری و چارچوب بندی مطالبات دولتی و حاکمیتی از سینما و همچنین نحوه تعیین خط سیر و حرکت سینما به سوی آینده ترسیم شده توسط سیاستگذاران فرهنگی سایر کشورها می‌توان آینده سینمای ایران را در چارچوب قواعد فرهنگی و اسلامی و انقلابی مدنظر ترسیم کرد و از طرفی هم مانع بیان نظر و دیدگاه و ساخت آثار با سلایق متفاوت نشد.

سینمای امروز ما از طرفی قواعد مشخصی برای تولید فیلم و معیارهای تایید و پخش فیلم تعیین نکرده و همواره این معیارها تابع دولت‌ها و اشخاص بوده و به تعبیر مناسب‌تر سلیقه ای بوده است.

از طرف دیگر سینماگران همواره نسبت موانع زیاد پیش رو برای تولید فیلم چه در بخش تسهیل گری و تولید و چه در بخش پروانه فیلمسازی و اکران معترض بوده و هستند و همواره از حجم زیاد سانسورها و خط قرمزها گفته‌اند.

این در حالی است که آثار منطبق با سیاست‌های فرهنگی و در جهت پیشبرد اهداف حاکمیت و یا حتی منطبق با خواست و فرهنگی غالب و عامه مردم به نسبت سایر آثار تولید و پخش شده از حجم کمتری برخوردار است.

لذا بررسی و تحلیل دستورالعمل هایی که کشورهای دیگر علی الخصوص سینمای آمریکا، چین، هند، انگلیس و فرانسه وضع کرده اند تا از طرفی سینماگران خود را در حدی از رضایت نگه دارند و هم مخاطب به سینما رغبت کافی داشته باشد و هم سینمای آن کشورها در یک راستا و هدف مشخص و یا در چارچوب های مدنظر حرکت کند، حائز اهمیت است.

بررسی دستورالعمل های تولید فیلم در این کشور ها به نحوه ایجاد یک بازار فروش مستمر فیلم در سینمای ایران کمک می‌کند. به طوریکه با شناخت و برنامه ریزی در جهت نیازمندی‌های مخاطب و تعیین خط سیر و روند تولید فیلم می‌توان برای آینده سینمای ایران تعداد و نوع فیلم‌های مورد نیاز برای تولید را تعیین کرد.

مفاهیم تحقیق

فیلم بلند سینمایی

فیلم؛ مجموعه تصاویر پیاپی ثبت شده بر روی نواری از جنس سلولوئید، مغناطیسی، دیسک‌های نوری، حامل‌های دیجیتال است که هنگام پخش، حرکت را القا می‌کند.

فیلم که همچنین مووی[1] یا تصویر متحرک[2] نیز گفته می‌شود، اصطلاحی است که به‌طور عام شامل تصویرهای متحرک می‌گردد.

فیلم بلند به فیلمی با مدت زمان معمول و دارای داستان گفته می‌شود که بازیگران حرفه‌ای در آن حضور دارند و در سینماها اکران می‌شود .بنا به تعریف آکادمی علوم و هنرهای سینما، بنیاد فیلم آمریکا و

[1] Movie
[2] motion picture

بنیاد فیلم بریتانیا، فیلم بلند باید حداقل ۴۰ دقیقه باشد، در صورتیکه اتحادیه بازیگران[1] این زمان را حداقل ۷۵ دقیقه می‌داند.

فیلم دارودسته کلی (۱۹۰۶) با زمانی حدود ۶۰ دقیقه نخستین فیلم بلند داستانی تاریخ سینما است. نخستین فیلم اقتباسی بلند، بینوایان (۱۹۰۹) بود، دیگر فیلم‌های بلند اولیه شامل دوزخ (۱۹۱۱)، هوس‌های امپراتور (۱۹۱۳)، الیور توئیست (۱۹۱۲)، ریچارد سوم (۱۹۱۲)، از آخور تا صلیب (۱۹۱۲) و کلئوپاترا (۱۹۱۲) هستند.

سینما

یک رسانه مهم دیداری و شنیداری مبتنی بر فناوری است که افزون بر بعد هنری، یک فعالیت اقتصادی نیز به حساب می‌آید. یک اثر سینمایی که فیلم سینمایی نامیده می‌شود، از عناصر تصویر و صدا تشکیل شده است.

تولید فیلم

شامل فیلم‌نامه‌نویسی، انتخاب هنرپیشگان، فیلم‌برداری، تدوین، انتخاب عوامل پشت صحنه و اکران محصول نهایی به مخاطبان است. فیلم‌سازی به طور معمول نیازمند همکاری افراد زیادی است و از تکنولوژی‌ها و تکنیک‌های سینمایی متنوعی استفاده می‌کند که ممکن است از چند ماه تا چند سال به طول انجامد. فیلم‌سازی در گستره وسیعی از مسائل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مناطق مختلف جهان نقش دارد.

دستورالعمل‌های تولید فیلم

قواعد و آیین نامه‌های ساخت یک فیلم از ابتدای طراحی و ایده تا پخش و مرشندایز که برای تمامی کمپانی‌ها و افراد یکسان است.

سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری

سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری بالاترین نهاد تصمیم‌گیرنده در حوزه سینمای ایران است که به عنوان معاونت در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی جمهوری اسلامی ایران فعالیت می‌کند. سازمان

[1] Actors Guild

امورسینمایی بر فرایند و چرخه پیچیده خلق، تولید، پخش و نمایش آثار سینمایی و حمایت از آن را برعهده دارد.

سامانه: منظور «سامانهٔ الکترونیک «صدور پروانهٔ فیلمسازی» و «پروانه نمایش» است که از پنجره واحد مجوزهای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی[1] قابل دسترسی است.

خانه سینما

خانه سینما به عنوان جامعه اصناف سینمای ایران، فعالیت خود را از سال ۱۳۶۸ آغاز کرد. از زمان آغاز فعالیت خانه سینما به عنوان محلی برای تجمع صنوف مختلف سینمایی؛ تا زمان اعلام تأسیس آن چهار سال طول کشید که این زمان شامل عضوگیری از اعضای صنف‌های مختلف سینما و معرفی بیشتر این نهاد به آن‌ها بود. به همین دلیل تاریخ فعالیت رسمی خانه سینما فروردین ۱۳۷۲ ذکر شده‌است[2] و اولینم هیأت مدیره آن در سال ۷۲ در مجمع عمومی انتخاب شد. از جمله اهداف اصلی تشکیل خانه سینما حفظ و صیانت از حقوق مادی و معنوی دست اندرکاران حرفه‌ای تولید، توزیع و نمایش هنر/ صنعت سینما و همچنین ایجاد امنیت شغلی و تأمین اجتماعی و ارتقای سطح آموزشی و حرفه‌ای دست اندرکاران سینمای جمهوری اسلامی ایران است.

صنف سینمایی

صنف یا رَسته انجمنی است که از سوی گروهی از افراد دارای یک حرفه و پیشه تشکیل می‌شود تا از این راه به بهبود کیفیت و بالابردن سطح کیفی مجموعه واحدها، در کنار تعیین تدابیری برای مقابله با تخلفات، و همچنین انجام وظیفه اطلاع‌رسانی درباره اتفاقات حوزه‌های مرتبط با حرفه موردنظر، یاری رساند. یکی از ویژگی‌های اساسی بازارها، تشکل بازاریان در انجمن‌های صنفی، یعنی «اصناف» بوده‌است. این انجمن‌ها اصولاً به صاحبان حرفه‌ها تشکل می‌بخشند و دارای وظایف اجتماعی وسیعی نیز هستند.

اتحادیه صنفی تشکیل شده از افرادی خوشنام از هر صنف (گاها چند صنف مرتبط دارای یک اتحادیه بوده و افرادی منتخب از آن صنف‌ها) به منظور حمایت از حقوق صنفی آن رسته مشاغل و ایجاد همکاری در میان کاسبان آن صنف و بهبود خدمات به مصرف کنندگان و همچنین بهبود اقتصاد شهر و ارتباط با موسسه‌های دولتی و خصوصی و انجام وظیفه‌هایی در قوانین نظام صنفی و آئین نامه‌های مربوطه گرد هم می‌آیند و اتحادیه آن صنف را تشکیل می‌دهند. بازرسان اتحادیه هر صنف و رسته شغلی باید تخصص کافی در رسته آن شغل را داشته باشند. (کیپوری، رشیدی، ۱۳۹۴)

[1] https://sso/farhang.gov
[2] https://b2n.ir/h42267

سندیکا کاملاً باید مستقل باشد، غیر سیاسی باشد. در واقع هر سندیکایی که در مدل اروپایی رویکردی سیاسی اتخاذ کند توسط دولت‌های مستقر تعطیل می‌شود. رابرت دنیرو از جانب خودش می‌تواند از یک بازیگر مخالف ترامپ حمایت کند و رئیس جمهور ایالات متحده را مورد هجمه قرار دهد، اما هیچگاه سندیکا در آمریکا چنین کاری انجام نمی‌دهد.

در صورتیکه سندیکا (اصناف) با تعاریف بین‌المللی تشکلی مستقل است که با همه نهادهای قدرت در ساختار سیاسی هنری تعامل دارد، اما از هیچکدام از آن‌ها دستور نمی‌پذیرد. تشکل صنفی مستقل قدرتمند، برای جبران کاستی‌های مالی و یافتن مسیر درآمد جاری، سالیانه، حق عضویت دریافت می‌کند، اسپانسر جذب می‌کند، درآمدزایی می‌کند و سندیکای یا اصناف مستقل هنری به سویه‌ای گام برمی‌دارند که ارزش افزوده به نسبت اعضایش ایجاد کند. (شعبان، ۱۳۹۰)

تعریف و وظایف صنف:

انجمن کارگردانان آمریکا یک سازمان کارگری است که حقوق خلاقانه و اقتصادی مدیران و اعضای تیم کارگردانی را که در فیلم، تلویزیون، تبلیغات، مستندها، اخبار، ورزش و رسانه‌های جدید کار می‌کنند را تحت اختیار دارد. دی جی‌ای[1] سازمان برجسته جهان به نمایندگی از مدیران و اعضای تیم کارگردانی از جمله کارگردانان است.

دی جی‌ای توسط یک هیئت مدیره ملی منتخب متشکل از اعضای فعال دی جی‌ای اداره می‌شود و با بیش از ۱۷۰ نفر کارمند حرفه‌ای در لس آنجلس و نیویورک اداره می‌شود. بخش‌های صنفی که به اعضا خدمات می‌دهند شامل ارتباطات، قراردادها، اعتبارات، امور دولتی و بین المللی، حقوقی، عضویت، عملیات، انطباق گزارش‌ها، تحقیقات، باقیمانده‌ها، امضا کنندگان و پروژه‌های ویژه‌ای است که به طور فعال برای نظارت و اجرای توافق نامه‌های مذاکره جمعی صنف کار می‌کنند و مسائل مهم را به اشتراک می‌گذارند. (سایت DGA.org)

از مزایای عضویت دی جی‌ای می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

حقوق اقتصادی

اتحادیه از طرف اعضای خود در مورد توافق نامه‌های مربوط به صنعت که حداقل غرامت (حقوق)، مزایا، شرایط کار و وظایف اعضای دی جی‌ای را کنترل می‌کند، مذاکره می‌کند. مذاکره در مورد این توافق نامه‌های دسته جمعی فرصتی را برای دی جی‌ای فراهم می‌کند تا تغییرات در صنعت را برطرف کرده و در مورد سود بیشتر اعضای دی جی‌ای مذاکره کند. (شعبان،۱۳۹۰)

[1] DGA

حقوق خلاقیت

این حق تضمین شده برای کارگردانان وجود دارد که در همه جنبه‌های مراحل فیلم سازی فعال است، از جمله (البته نه محدود به): یک کارگردان برای یک فیلم. حق داشتن یک دوره زمانی مشخص برای ویرایش نسخه اول یک فیلم متحرک یا اپیزود تلویزیونی بدون هیچ گونه تداخلی، حق شرکت در انتخاب بازیگران، حق کارگردانی کلیه عکس‌های جدید یا عکاسی اضافی و ...

برنامه‌های بازنشستگی و بهداشت

برنامه‌های بازنشستگی و بهداشتی دی جی‌ای از بهترین برنامه‌های موجود در هر مکان هستند و یکی از بهترین راهکارهای صنفی برای اعضا است. اگر افراد با دستیابی به حداقل درآمد لازم هر ساله واجد شرایط شوند، اعضای تحت پوشش بهداشتی با کیفیت بالا برای خود و خانواده خود هستند و می‌توانند از طریق برنامه بازنشستگی به بازنشستگی در آینده برسند.

باقیمانده

قراردادهای دی جی‌ای حق توزیع یا توزیع یا نمایش فیلم‌های سینمایی و اکثر تلویزیون‌ها را پس از اکران اولیه، با اصطلاح باقیمانده ارائه می‌دهند. این باقیمانده‌ها شامل تکرار تلویزیون، نمایش پایه کابل، فیلم خانگی و بهره برداری دیجیتال است. باقیمانده برای اعضای دی جی‌ای درآمد چشمگیری دارد (سالانه بیش از ۳۰۰ میلیون دلار)، به بودجه برنامه‌های بازنشستگی و بهداشت کمک می‌کنند و یکی از بزرگترین مزایای مالی عضویت در دی جی‌ای هستند.

حمایت حقوقی و قراردادی

قراردادهای دی جی‌ای حداقل حقوق معینی را در مورد غرامت، شرایط کار و حقوق خلاقیت به اعضا تضمین می‌کنند. انجمن صنفی نمایندگان اعضا در اجرای این حقوق و همچنین برخی از حقوق ناشی از توافق نامه خدمات شخصی یک عضو است. بسیاری از اوقات، نمایندگان حوزه دی جی‌ای، مدیران یا سایر کارکنان انجمن صنفی می‌توانند اختلافات را با گفتگو با یک کارفرما حل کنند. اگر راه‌های غیررسمی منجر به حل و فصل نشوند، اختلاف ممکن است منجر به شکایت شود یا برای طرح ادعای داوری به اداره حقوقی دی جی‌ای ارجاع شود. در صورت لزوم، انجمن صنفی می‌تواند برای اجرای رأی داور به دادگاه مراجعه کند.

اصناف سینمایی ایران عبارتند از (سایت cinema-org.ir):

- آهنگسازان
- بازیگران

- بازیگران و بدلکاران
- پخش کنندگان فیلم
- تدوینگران
- تهیه کنندگان مستند
- جلوه‌های بصری
- جلوه‌های ویژه
- چهره پردازان
- دستیاران فیلمبردار
- دستیاران کارگردان و برنامه ریزان
- سینمادادران ایران
- شورای عالی تهیه کنندگان
- صدابرداران و صداگذاران
- طراحان فنی و مجریان صحنه
- طراحان فیلم
- طراحان و مدیران تبلیغات
- عکاسان
- فیلم کوتاه
- فیلمبرداران
- فیلمسازان انیمیشن
- فیلمنامه نویسان
- کارکنان لابراتوار
- کارگردانان
- کارگردانان مستند
- گویندگان و سرپرستان گفتار فیلم
- مدرسان سینما
- مدیران تدارکات
- مدیران تولید
- مدیران سالن‌های سینما
- منتقدان و نویسندگان سینمایی
- منشیان صحنه

مجمع سندیکایی (اتحادیه اصناف) نباید بیش از ۵ الی ۶ مجموعه داشته باشد. چیزی که در آمریکا هم وجود دارد. به عنوان مثال در اصناف سندیکایی سینمایی آمریکا یک انجمن فیلمبرداران، انجمن فیلمنامه نویسان، انجمن بازیگران، انجمن تهیه کنندگان و انجمن کارگردانان وجود دارد و سایر زیرمجموعه‌های فنی ذیل این پنج صنف یا انجمن تعریف می‌شود. در صورتیکه هیچ سندیکای سینمایی در جهان به نام منشیان صحنه، کارکنان لابراتوار، فیلمسازان انیمیشن و به تفکیک کارگردانان مستند وجود ندارد.

اهداف تحقیق

هدف اصلی:

بررسی دستورالعمل ها و تعیین چارچوب های تولید فیلم در کشورهای دیگر

اهداف فرعی:

۱. حرکت سینما در راستای سیاست‌های تعیین شده بر اساس دستور العمل‌های فیلمسازی
۲. بررسی الزامات فیلمسازی بر اساس دستورالعمل‌های تولید فیلم در کشورهای دیگر
۳. تبدیل سینما به یک بازار هدفمند و پرفروش براساس دستورالعمل‌های تولید فیلم در کشورهای دیگر

سؤالات تحقیق

سؤال اصلی:

دستورالعمل ها و چارچوب های تولید فیلم در کشورهای دیگر به چه صورت است؟

سؤالات فرعی:

۱. دستور العمل های فیلمسازی چگونه حرکت سینما را در راستای سیاست‌های تعیین شده تنظیم می‌کند؟
۲. قواعد تولید فیلم چه الزاماتی را برای فیلمساز به همراه دارد؟
۳. کشورهای دیگر چگونه سینمای خود را به یک بازار هدفمند و پرفروش تبدیل کرده اند؟

فرضیه تحقیق

پژوهش از نوع اکتشافی است و فرض های تحقیق در طول انجام پژوهش شکل خواهند گرفت و نهایتا به تعیین چارچوب و دستورالعمل تولید فیلم در کشورهای دیگر می‌انجامد.

فصل دوم: پیشینه و مبانی نظری تحقیق

- ❖ پیشینه تحقیق
- ❖ مبانی نظری تحقیق
- ❖ چارچوب نظری

پیشینه تحقیق

به منظور انجام پژوهشی پیرامون جمع آوری و تحلیل آیین نامه و دستورالعمل‌های تولید فیلم در کشورهای دیگر پژوهش‌های مدیریتی و تصمیمات تعادلی که سازمان‌ها را حفظ خواهند کرد مورد توجه قرار خواهند گرفت.

از دید پورتر (۱۳۹۴)، استراتژی، انتخاب‌هایی است که یک شرکت می‌خواهد داشته باشد و اجتناب از آن گزینه‌هایی است که تمایلی به آن‌ها ندارد. این یک تلاش آگاهانه و عامدانه برای متفاوت بودن از سایر بازیگران صحنه صنعت است و بدآن معنی است که یک شرکت باید محدوده‌هایی را برای خود تعیین کند تا بداند می‌خواهد برای یگانه شدن به چه دستاوردهایی برسد. یگانه بودن گاهی مستلزم فدا کردن برخی از خواسته‌هاست.

به اعتقاد (S´anchez, 2006)، بین المللی شدن در شرکت های رسانه ای به صورت مرحله ای و در چهار مرحله اتفاق می افتد: تقویت موقعیت رقابتی شرکت در بازار داخلی، یافتن شریک خارجی برای شروع فعالیت بین المللی مانند صادرات، توسعه و تغییر ساختار فعالیت های خارجی مانند تاسیس نمایندگی، عضویت در گروه ها یا شبکه های فراملی. هر چند بسیاری از نظریات، مراحل پایبندی در بازار بین المللی را به شکل خطی و پیوسته نشان داده اند، اما حرکت یک شرکت الزاما از یک مرحله به مرحله بعد نخواهد بود، بلکه هر موسسه ای ممکن است شروع پایبند شدن خود در بازارهای بی نالمللی را، از هر یک از این مراحل شروع کند و یا ممکن است به طور همزمان در مراحل مختلف پایبند شود.

(نوری، ۱۳۹۶)؛ لزوم به کارگیری مطالعات امکان سنجی برای تولید پروژه های بزرگ سینمایی و تلویزیونی به این سبب است که در واقع این مطالعات سنجش و مطالعه مخاطب پیش روی پروژه و همچنین ابعاد تولیدی آن به مانند میزان تجهیزات مورد نیاز منابع انسانی لوکیشن ها ماشین آلات و همچنین با بررسی ابعاد اقتصادی پروژه به مانند میزان هزینه ها و درآمد حاصل از فروش و یا بازخورد فرهنگی اجتماعی کار را بر عهده دارد. مطالعات بازار به دلیل مشخص کردن خواست و نیاز مخاطب و همچینین ظرفیت موجود برای تولید و پذیرش از جانب مخاطب مهمترین بخش مطالعات امکان سنجی است و در واقع مادامی که مطالعه بازار تولید فیلم یا سریال را توجیه نکرده است، نمی توان به سراغ مطالعه فنی و اقتصادی رفت چرا که مطالعات امکان سنجی باید؛ ساختاری مطلوب برای جلوگیری از ساخت پروژه‌های دیر بازده در اختیار مدیران و تصمیم گیرندگان سینما قرار دهد.

ریواردا[1](۲۰۰۶) و همکاران در پژوهشی با استفاده از دیدگاه وابستگی به منابع و مدل پورتر به تجزیه و تحلیل محیط رقابتی در شرکت های فعال صنایع فنآوری های اطلاعتاتی پرداخته و با توجه به یافته ها، اثربخشی استراتژی های رقابتی در این گونه محیط ها را بررسی کردند. آن ها اثرهای متقابل

[1] Rivada

نیروهای پنج گانه پورتر بر کارایی و سودآوری شرکت ها و استراتژی های رقابتی آن ها را محاسبه کردند. نتایج نشانگر این بود که در صنعت مورد بررسی، شدت رقابت، تهدید کالاهای جانشین و قدرت چانه زنی خریداران بیشترین تاثیر را بر کارایی و سودآوری شرکت های مورد بررسی داشتند.

برنامه ریزی استراتژیک فرآیندی است در جهت تجهیز منابع سازمان و وحدت بخشیدن به تلاش های آن برای نیل به اهداف و رسالت های بلندمدت، با توجه به محدودیت های درونی و بیرونی (اجلالی، ۱۳۷۹). مرحله برنامه ریزی با مرحله تدوین استراتژی در علم مدیریت استراتژیک متناظر است. علمی که آن را روش منطق عینی و سیستماتیک برای اتخاذ تصمیمات بزرگ در سازمان ها می دانند. برنامه ریزی یا تدوین استراتژی برای تداوم حیات تمامی سازمان ها حائز اهمیت اساسی است. فرد آر. دیوید، تدوین استراتژی را این گونه توصیف می کند:

تعیین مأموریت، شناسایی عواملی که در محیط خارجی، سازمان را «تهدید می کنند یا فرصت هایی را به وجود می آورند، شناسایی نقاط قوت و ضعف داخل سازمان، تعیین هدف های بلندمدت، درنظرگرفتن استراتژی های گوناگون و انتخاب استراتژی های خاص جهت ادامه فعالیت»(اکبری، ۱۳۸۱).

(صالحی امیری، عظیمی، ۱۳۸۷)؛ با عنوان «مبانی سیاست گذاری و برنامه ریزی فرهنگی» ابتدا به معرفی و تعریف فرهنگی می پردازد و سپس عوامل تاثیر گذار بر سیاست های فرهنگی را بررسی می کند من جمله تغییرات تأثیر جهانی شدن بر سیاست گذاری های فرهنگی. نقش و جایگاه فرهنگ در برنامه های توسعه و ارزیابی سیاست های فرهنگی در بخش های دیگر از جمله موارد بررسی شده در این کتاب است.

شاید در جهان کمتر کشوری را بتوان یافت که هیچ نهاد یا سازمانی جهت سیاست گذاری، متولی گری و یا نظارت بر عرصه فرهنگ و فعالیت های فرهنگی نداشته باشد. اگر از جنبه کارکردی نیز نگاه کنیم، پشتیبانی و حمایت از فعالیت ها و محصولات فرهنگی و تأمین آزادی برای فعالیت های فرهنگی، مستلزم سیاست گذاری، تأسیس نهادها و سازمان های مربوطه، نظارت و.. است.

امروزه جهانی شدن و پیشرفت تکنولوژیکی سریع، موجب شده تا دانش در منابع انسانی به عنوان منبع مزیت رقابتی مورد توجه و تاکید بیشتر قرار گیرد و فرصت هایی را برای تصویب تصمیمات مناسب و تعریف فعالیت های انجام شده در سازمان ها جهت رقابت بیشتر در عرصه بین المللی را فراهم کند (پاسکال[1]، استرین[2]، ۲۰۰۵). بنابراین روند جهانی شدن نمی تواند متوقف شود، بلکه بدون اراده سازمان ها اتفاق می افتد، اما وظیفه هر مدیر این است که سازمان و کارکنان خود را برای رقابت با روند جدید و سازگاری آماده ساخته و اگر همه اینها به تدریج انجام شود، تغییرات در مراحل اولیه صورت خواهد گرفت،

[1] Pascale
[2] Sternin

که، باعث پذیرش راحت تر خواهد شـــد. به طور کلی در فرایند جهانی شـــدن، تنوع فرهنگی باید به عنوان مزیت سازمان شناخته شود.

در گزارشی از دفتر مطالعات فرهنگی تحت عنوان «آشنایی اجمالی با سیاست‌گذاری در حوزه هنر»، (۱۳۹۱)، آمده است: طبق اصول سیاست‌های فرهنگی کشور که توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید، برای متولیان عرصه فرهنگ و هنر تکالیفی در نظر گرفته شده است. این تکالیف را می‌توان مبنای طبقه بندی دستگاه‌های تصمیم‌گیر و متولی در عرصه هنر قرار داد.

بر اساس این اصول که سرفصل تنظیم ساختارهای مختلف در حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی هنری است، ۶ سنخ اصلی از فعالیت‌های حاکمیتی را می‌توان استنباط کرد:

۱- سیاست‌گذارانه (تعیین خط مشی‌های کلان)،
۲- حمایتی (از آثار هنری و کنشگران مربوطه)
۳- توسعه‌ای (ساخت و تجهییز مراکز تولید و عرضه)
۴- ترویجی (کمک به گسترش ارزش‌های مطلوب فرهنگی و هنری)
۵- آموزشی و پژوهشی
۶- نظارتی

(تقی زادگان، ۱۳۹۲) در کتاب «سیاستگذاری در سینمای ایران»: در سیاست‌گذاری، ارزش‌ها، اصول و نظریاتی شکل می‌گیرد که به آن مرجعیت یا پارادایم گفته می‌شود. بر اساس آن پارادایم، می‌توان مفاهیم را به صورت مصداقی بررسی نمود.... ارزش‌های بنیادین -که در سیاست گذاری سیاست نامیده می‌شوند- می‌تواند برای سینما رویکردهای متفاوتی در بر داشته باشد:

- رویکرد فرهنگی دولتی؛ که کاملاً وابسته به دولت است و فرهنگ رسمی را ترویج می‌کند.
- رویکرد بازاری؛ که سیاست گذار مبتنی بر یک جریان اقتصادی، سیاست‌گذاری می‌کند. به طور مثال، در ایالات متحدهٔ آمریکا، یک رویکرد کاملاً بازاری در سیاستگذاری سینما وجود دارد مبتنی بر آن آورده اقتصادی سینما برای دولت.
- رویکرد مدنی ارتباطی؛ که سینما را به عنوان یک نهاد عمومی و یک پدیده اجتماعی، در ارتباطات اجتماعی معرفی می‌کند.
- رویکرد دیگر نیز، مبتنی بر مقابله با اشاعه فرهنگ بیگانه است.
- رویکرد انقلابی-سنتی؛ که به بحث ارزش‌های انقلابی و ارزش‌های سنتی جامعه می‌پردازد و رویکرد ایدئولوژیک و آموزش محور دارد. در این رویکرد، سینما به عنوان ابزاری برای ترویج ایدئولوژی جهت آموزش افراد در جهت تحقق امر توسعه یافتگی مورد استفاده است.

- رویکرد توسعه محور و لیبرال؛ که یک رویکرد تلفیقی است: در این رویکرد، سینما به عنوان یک کنش‌گر در عرصه توسعهٔ ملی گرایانه ایفای نقش می‌کند و پس از آن سینمای ملی به عنوان ابزاری برای ایجاد هویت ملی مطرح می‌شود. دستیابی به هنر مدنی ایدئولوژیک برای کشورهای دارای سیاستگذاری سینما نوعی از قدرت به حساب می‌آید.

به لحاظ مدیریتی نیز می‌توان انواع دولت را در حوزه سینما به شیوه سازمانی معروف چارتر و مک گافی به تسهیل‌گر، حامی، مهندس و معمار تقسیم بندی کرد (اکبری، ۱۳۸۲).

دو الگوی اصلی که می‌توان در مورد سیاست‌گذاری سینمایی مطرح کرد: رویکرد تصدی گرایانه (مالکیت و مداخلهٔ تام) و رویکرد نظارتی (نظارت و حمایتی که می‌تواند حداکثری یا حداقلی باشد) است. نقش نهادهای نظارتی بر سینما نیز باید بر اساس یکی از این دو الگو تعیین و مشخص گردد. هرچند رویکرد کنونی رویکرد نطارتی است اما باید حداکثری یا حداقلی بودن آن نیز تعیین و حدود آن مشخص گردد. تا در مورد بسیاری از مشکلات سینما و سیینماگران یک مرجع مشخص و تصمیم گیر وجود داشته باشد و مشکلات سینمای ایران در میان قواعد نانوشته نادیده گرفته نشود..

به عنوان یک نمونه ساده در سینمای ایران که سیاست گذاری‌های کلان نتوانسته مسیر روشنی را پیش روی سینما قرار دهد می‌توان جشنواره فیلم فجر در ایران است را مثال زد که هنوز از یک سیاست نامه یا آیین نامه با ثبات که دچار تحول ساختاری نشود، برخوردار نیست. تا قبل از دوره چهلم، در بخش نگاه نو در این جشنواره هر ساله در زمان برگزاری جشنواره فیلم فجر این موضوع مطرح می‌شد که تعداد جوایز جشنواره چه تعداد و کیفیت آن چگونه است؟

بنابراین باید یک نگاه مسئله محور به سینما داشته باشیم و بر این مبنا، به تحلیل دستورالعمل های سایر کشورها بپردازیم.

(بیابانی و دیگران، ۱۳۹۴) در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی کارکرد نظریه مسئولیت اجتماعی و رسانه» شکل‌گیری نظریهٔ مسئولیت اجتماعی را مرهون اقدام کمیسیون آزادی مطبوعات آمریکا می‌داند. این نظریه، مفهومی فراتر از قانون است و به نقشی مربوط می‌شود که سازمان‌ها در بهتر شدن جامعه انجام می‌دهند. این نظریه؛ معتقد است رسانه‌ها در قبال جامعه بایستی بعنوان منبری برای تبادل تفسیر و نقد را ترسیم نماید و تصویری از گروه‌های مختلف جامعه ارائه دهند.

(باهنر و ترکاشوند، ۱۳۸۸) در مقاله‌ای تحت عنوان «نظریه هنجار رسانه‌ها از دیدگاه رهبران انقلاب اسلامی» نظریه هنجاری را مشخص کننده بایدها و نبایدهای عملکرد رسانه می‌داند. سیبرت در این رابطه چهار نظریه اقتدارگرا، لیبرالی، مسئولیت اجتماعی و کمونیسم روسی را معرفی می‌کند.

پس از او مریل با دسته بندی دوگانه (اقتدارگرا، لیبرالی)، هاچتن با تقسیم بندی پنج‌گانه (اقتدارگرا، کمونیسم روسی، توسعه بخش، انقلابی و غربی)، آلتشوال با سه نظریه (بازار، مارکسیسم و پیشرو) و مک‌کوئیل با افزودن دو نظریه توسعه بخش و مشارکت دموکراتیک به تقسیمات چهارگانه این نظریه، آن را به عنوان نظریه هنجاری رسانه‌ها معرفی کردند. که یه بررسی ویژگی‌ها و شباهت‌ها به شش نظریه دیگر به عنوان الگوی هفتم سخن گفت.

در روش دوم، اصل بر آزادی است و حکومت پس از آفرینش و ارائه آثار هنری و صرفاً در صورت مواجهه با جرم یا تخلف ورود می‌نماید. در ایران آثار سینمایی از زمان پیروزی انقلاب تاکنون، یا نظام صدور مجوز روبرو بوده است. امری که در مقاله حاضر، از نظر ساخت و نمایش در حقوق موضوعه اداری، مسأله یابی شده است و نتیجه حکایت از ضعف در موارد ذیل دارد:

۱- سوء استفاده از دو مرحله‌ای بودن ذات سینما و دو درجه‌ای کردن صدور مجوز آثار سینمایی در مجوزهای ساخت نمایش
۲- ترکیب حکومتی اعضای شورای صدور مجوز نمایش و غفلت از جامعه مدنی سینما
۳- عدم تعیین مهلتی منصفانه و معقول برای صدور پروانه‌های ساخت و اکران
٤- امکان ایجاد ممنوعیت یا محدودیت در اکران فیلم‌ها با تشخیص مدیریت
٥- محدودیت تجدید نظرخواهی از تصمیمات شوراهای پروانه فیلمسازی و نمایش در مجموعه وزارت فرهنگ
٦- ضمانت اجرای سخت و کیفرگونه در مقوله هنر.

(باهنر، روحانی، ۱۳۹۰) در مقالهٔ «رسانه‌های جمعی و مسئولیت اجتماعی؛ مطالعه تطبیقی رویکرد اسلامی و غربی» عنوان کرده که دیدگاه‌های هنجاری رسانه برآیند مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها در نهادهای متنوعی است که در تعامل با رسانه قرار دارند. رابطه رسانه با هریک از این نهاد ها، شرایط و موقعیت عمل رسانه، مبانی فلسفی و فکری پایه گذاران آن و ریشه‌های شکل گیری رسانه و نیز ارزش‌ها و آموزه‌ها و اصول دینی از جمله بسترهای شکل گیری نظریه‌های هنجاری در ارتباطات جمعی به شمار می‌روند.

مبانی نظری تحقیق

بر اساس این رویکرد، هر سازمان را می‌توان به صورت مجموعه‌ای از فعالیت‌های ارزش آفرین در نظر گرفت که به طراحی، تولید، فروش، بازاریابی، تحویل و پشتیبانی محصول خود می‌پردازد. این فعالیت‌ها را می‌توان در سطح هر واحد کسب و کار سازمان، به ۹ گروه اساسی دسته بندی نمود. در هر طبقه از این فعالیت‌ها، سازمان تعدادی فعالیت مشخص را به انجام می‌رساند که ممکن است نشان دهنده ضعف یا قوت کلیدی سازمان باشد (Dess and Lumpkin, 2003, 127)

پورتر (۱۳۹۶)، معتقد است مدیران سازمان از طریق بررسی سیستماتیک این فعالیت‌های مشخص، می‌توانند ضعف‌ها و قوت‌های بالقوه سازمان را با معیار میزان ارزش خالص شناسایی شده ناشی از هر فعالیت برای ارزیابی دقیق‌تر، شناسایی نمایند. در این رویکرد، فعالیت‌های سازمان به دو طبقه کلی تقسیم می‌شوند.: فعالیت‌های اصلی که شامل فعالیت‌هایی است که در فرآیند فیزیکی تولید محصولات یا خدمات، تحویل، فروش و خدمات پس از فروش سازمان نقش دارند.

فعالیت‌های پشتیبان که فعالیت‌های زیربنایی لازم برای ادامه حیات فعالیت‌های اساسی را فراهم می‌نماید. فعالیت‌های پشتیبان شامل زیرساخت‌های سازمان، مدیریت منابع انسانی، تکنولوژی و تأمین و تهیه مواد و امکانات مورد نیاز فعالیت‌های اصلی است (پیرس و رابینسون، ۱۳۸۹، ۱۳۸).

مهم‌ترین ویژگی سینما با فرض عمومی بودن، پیامد خارجی آن است. به عنوان یک بخش از اقتصاد و فرهنگ، با کالایی روبه رو هستیم که برای خرید بلیط سینما حتی شاهد قتل نیز بوده‌ایم. یعنی پیامد خارجی آن از رابطه‌ای که بین هزینه نهایی و فایده نهایی فیلم وجود دارد بیشتر است و فیلم ساز از آن نفع یا ضرر می‌برد از طرف دیگر سینما می‌تواند انسان ساز باشد. به عبارتی این کالا، پیامد خارجی فراوانی دارد (حسین نژاد، ۷،۱۳۹۰).

براساس نظر (Olmsted, 2006)، در این گونه ساختارهای رسانه‌ای، استراتژی‌های همکاری مانند تشکیل ائتلاف و شبکه‌های استراتژیک و استراتژی‌های خرید و ادغام به دلیل بالابردن قدرت شرکت‌ها در جذب منابع، کاربرد بیشتری دارند. از دیدگاه وی، توان ورود به بازار جهانی برای شرکت‌های رسانه‌ای، با سه عامل هوشمندی رقابتی، شیوه ورود و رویکرد ورود به بازار جهانی تحلیل می‌گردد.

نظریه‌های هنجاری رسانه‌های جمعی

اقسام کنترل دولت بر مطبوعات و رسانه:

- وضع قانون
- کنترل مستقیم و بدون واسطهٔ تولیداتِ [رسانه‌ای]
- وضع مالیات و انواع مجازات‌های اقتصادی
- کنترل ورود رسانه‌های خارجی
- حق دولت در انتصاب اعضای سردبیری
- معلق نگه داشتنِ انتشار (مک کوایل، ۱۳۸۲:۱۶۳).

سیبرت و همکارانش، نخستین دسته بندی را از نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها به عنوان الگوهای حاکم بر مطبوعات ارائه دادند. او علت تفاوت اهداف با اشکال و رفتارهای مطبوعات را در تأثیرپذیری رسانه‌ها از ساختارهای اجتماعی و سیاسی حاکم بر آنها دانست و بر اساس آن، چهار نظریه اقتدارگرا، لیبرالی، مسئولیت اجتماعی و کمونیسم روسی را معرفی کرد.

پس از او، مریل با ارائه دسته بندی دوگانه اقتدارگرا و لیبرالی، هاچتن با تقسیم بندی پنج گانه اقتدارگرا، لیبرال، کمونیسم روسی، توسعه‌بخش و غربی، آلتشولبا سه نظریه بازار، مارکسیسم و پیشرو و سرانجام، مک کوایل با افزودن دو نظریه توسعه‌گرا و مشارکت دموکراتیک به تقسیم‌بندی چهارگانه سیبرت، آن را به عنوان نظریه هنجاری رسانه‌ها معرفی کرد:

۱. نظریه اقتدارگرا

این نظریه یکی از قدیمی‌ترین دیدگاه هنجاری رسانه‌هاست، در گفتمان اقتدارگرایی رسانه‌ها، حکومت، خود را متولی امور جامعه می‌داند و برای اداره امور جامعه، از رسانه‌ها به عنوان ابزار کنترل خود بهره می‌برد. ازاین‌رو کنترل و نظارت حکومت بر کار رسانه‌ها به طور کامل صورت می‌پذیرد.

از نظر سیبرت، جهان بینی گفتمان اقتدارگرا آن است که: کنترل اجتماعی تنظیم‌کننده روابط میان افراد و نهادها، کنترلی است که سازمان‌های مشخص حقوقی و قوانین (دولت) انجام می‌دهند و رسانه به عنوان یک نهاد مورد نظارت و کنترل نهاد دیگری در جامعه نظام مند شده (یعنی حکومت) قرار می‌گیرد.

نظریهٔ اقتدارگرا دارای سابقه تاریخیِ طولانی در اروپای قرون شانزدهم و هفدهم و تحت حاکمیت پادشاهان و دولت‌های صاحب قدرت مطلقه است که در آن ناشران برای دریافت مجوز انتشار، نیازمند فرمانی از جانب پادشاه یا دولت بودند. این نظریه امروزه مصداق آن بخش از جوامع و نظام‌های رسانه‌ای است که در

آن رسانه‌ها عمدتاً دارای مالکیت متمرکز دولتی و ابزار اِعمال قدرت بر ملت هستند و هرگونه اعتراض و انتقادی به مثابهی تهدیدی برای امنیت و ثبات دولت به شمار می‌رود. (مهدی زاده، ۱۳۸۹)

رسانه‌ها نقش آمرانه‌ای برای اِعمال قدرت در جامعه دارند. فقدان استقلال رسانه‌ها و وابستگی آن‌ها به دولت، از جمله ویژگی‌های نظام اقتدارگرای رسانه‌ای است. بر پایهٔ این نظریه، حقیقت و قدرت دو روی یک سکه‌اند. به این معنا که صاحب قدرت، مدعی حقیقت است، و این پیوند حقیقت و قدرت، توجیهی برای هدایت و کنترل رسانه‌ها از بالاست. «مطبوعات و رسانه‌ها اگرچه ممکن است دارای مالکیت شخصی یا عمومی باشند، اما وسیله‌ای برای تحقق سیاست‌های دولت محسوب می‌شوند» (سورین و تانکارد، ۴۴۳:۱۳۸۱).

۲. نظریه لیبرالی رسانه‌ها

این نظریه در ظهور مطبوعات فارغ از کنترل دولتی در قرن هفدهم ریشه دارد. دیدگاه هنجاری لیبرال رسانه‌ها که از فلسفه لیبرالیسم سرچشمه می‌گیرد، انسان را نخستین واحد شکل دهنده تمدن می‌داند. ازاین‌رو، خوش‌بختی و رضایت او، اساسی‌ترین هدف جامعه، دولت و رسانه‌ها به شمار می‌آید.

آرای اندیشمندانی همچون جان میلتون، توماس جفرسون، جان لاک و جان استوارت میل که در قرون هفدهم، هجدهم و نوزدهم در روند رواج لیبرالیسم نقش اساسی داشتند، با رشد دموکراسی سیاسی، آزادی‌های مذهبی، گسترش تجارت آزاد، پذیرش اقتصاد بازار همراه شد.

۳. نظریه مسئولیت اجتماعی

کمیسیون آزادی مطبوعات در امریکا، به بررسی موضوع و طراحی نظریه‌ای در سال ۱۹۷۴ پرداخت که آن را «نظریه هنجاری مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها» نامیدند. این نظریه، به دنبال تعدیل آزادی فرد و ایجاد پیوند میان استقلال رسانه‌ها و وظایف اجتماعی آنهاست.

به عبارت دیگر، به فرمول آزادی فردی و استقلال رسانه‌ها که بیانگر رسانه‌های آزاد و لیبرال بود، مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها افزوده شد.
آزادی در نظریه مسئولیت اجتماعی، نامحدود و صرفاً برای فرد تلقی نمی‌شود، بلکه هنجاری هم برای فرد و هم برای جامعه است و این آزادی باید به واقعی بودن و مؤثر بودن مقید باشد.

در این دیدگاه، انسان به عنوان موجودی همواره جویای حقیقت نیست، بلکه گاه این حقیقت، قربانی منافع شخصی او یا تحت تأثیر عوامل فریب‌کار و تحریف‌کننده واقع می‌شود که رسانه‌ها نیز در این جریان می‌توانند نقشی مخرب داشته باشند.

مسئولیت اجتماعی در این نظریه، تعهدی است که رسانه‌ها در برابر جامعه خود دارند و بر اساس آن باید بستر رعایت صحت و بی طرفی و غیبت و اطلاع رسانی، تبادل افکار و آرا، بازتاب گروه‌های ساخت‌یافته جامعه و تبیین اهداف و ارزش‌های جامعه را فراهم آورند. ضمن اینکه جامعه و حکومت نیز به عنوان دو بعد دیگر ارتباطات اجتماعی، باید به وظایف خود در راه بسترسازی عمل کنند.

بسیاری از صاحبنظران نظریه مسئولیت اجتماعی را مناسب‌ترین تئوری برای جامعه ما در نظر می‌گیرند. این نظریه بر پایه آزادی همراه با تعهد استوار است به این مفهوم که اگر رسانه‌ها در انتقاد از مسئولان، سیاست گذاری‌های آنها و در قبال عملکرد دولت آزاد باشند، باید آیینه تمام نمایی از دیدگاه منتقدین جامعه و نماینده افکار عمومی باشند.

از طرف دیگر در انتشار اخبار و دیدگاه‌ها توسط رسانه یک مسئولیت و رسالتی بر دوش آنها است پس همانطور که رسانه‌ها علی الخصوص مطبوعات در انتقاد از دولت و سایر نهادها آزاد هستند در مقابل مصالح جامعه، منافع ملی و پاسخ به نیازهای جامعه هم دارای مسئولیت بوده که دامنه این مسئولیت‌ها گسترده است.

۴. نظریه رسانه‌های شوروی

این نظریه که از فرضیه‌های اساسی مارکس و انگلس و قواعد کاربردی لنین پیروی می‌کرد، چارچوب اصلی حضور و عملکرد رسانه‌ها را تعیین می‌کرد. رسانه‌ها باید در خدمت طبقه کارگر و تحت کنترل این طبقه باشند. مالکیت خصوصی در رسانه‌ها نباید وجود داشته باشد. رسانه‌ها باید تصویری کامل و عینی از جامعه و جهان بر اساس اصول مارکسیستی ـ لنینیستی ارائه دهد.

چارچوب نظری تحقیق

بر پایه آنچه بیان شد، وضعیت سینمای ایران بین دو نظریه اقتدارگرا و مسئولیت اجتماعی در نوسان بوده است. لذا آیین نامه ها و دستورالعمل های کشورهای دیگر را نیز بر پایه این دو نظریه جمع آوری و مورد تحلیل قرار می دهیم.

در نظریه اقتدارگرا، مفروض این است که انسان تنها در صورتی به تمام ظرفیت‌های خود می‌رسد که به عنوان عضوی از جامعه عمل کند. دولت نیز به عنوان بالاترین نماد گروه و جامعه، بیشترین توانایی را در هدایت و رشد افراد دارد.

هنجارهای اصلی نظریه را می‌توان چنین بیان داشت:

۱. رسانه‌ها همواره باید تابع قدرت مستقر باشند.
۲. رسانه‌ها نباید دست به اقدامی بزنند که قدرت موجود تضعیف و نظم مختل شود.
۳. رسانه‌ها باید از توهین به اکثریت و ارزش‌های غالب اخلاقی و سیاسی بپرهیزند.
٤. سانسور برای اعمال اصول یادشده جایز است.
٥. حمله غیرقابل قبول به مراجع قدرت از سیاست رسمی با توهین به اصول اخلاقی جرم است.
٦. روزنامه نگاران و دیگر کارکنان رسانه‌ها در درون سازمانِ رسانه‌ای خود هیچ استقلالی ندارند.
(مک کوایل، ۱۳۸۲، ۱۶۴)

اصول هنجاری نظریهٔ مسئولیت اجتماعی را چنین می‌توان بیان کرد:

۱. رسانه‌ها باید تعهدات مشخصی را در مورد جامعه بپذیرند و انجام دهند
۲. این تعهدات باید از راه تعیین استانداردهای بالای حرفه‌ای اطلاع رسانی و رعایت حقیقت، دقت، عینیت و تعادل انجام پذیرد.
۳. رسانه‌ها باید در چارچوب قانون و نهادهای مستقر خودگردان عمل کنند.
٤. رسانه‌ها نباید به جرم، خشونت، بی نظمی اجتماعی یا تعرض به اقلیت‌های اجتماعی دامن بزنند.
٥. رسانه‌ها باید کثرت گرا و منعکس کننده گرایش‌های گوناگون جامعه باشند و امکان دست‌رسی و مشارکت این گرایش‌ها را فراهم آورند.
٦. نظارت و دخالت در کار رسانه‌ها برای حفظ حقوق جامعه و عموم مردم مجاز است.
۷. دست اندرکاران رسانه‌ها باید در برابر جامعه، کارفرمایان و بازار پاسخ‌گو باشند.

این پژوهش با در نظر گرفتن دو نظریه اقتدارگرا و مسئولیت اجتماعی به تحلیل آیین نامه ها و دستورالعمل های تولید فیلم در کشورهای دیگر می پردازد و آنها را بر اساس این دسته بندی مورد مطالعه قرار می دهد.

فصل سوم: روش تحقیق

- روش تحقیق
- جامعه آماری
- تعداد و عناوین پروانه فیلمسازی

روش تحقیق

بررسی و مطالعهٔ اسنادی کتابخانه‌ای دستورالعمل‌ها و آیین نامه‌های تولید فیلم در کشورهای دیگر مبتنی بر مطالعهٔ اسناد و منابع کتابخانه‌ای است و آیین نامه‌ها و دستورالعمل‌های مربوط به فیلمسازی در این کشورها گردآوری شده است.

روش اسنادی[1]، روشی کیفی است که پژوهشگر تلاش می‌کند تا با استفاده ساختار نظام مند و منظم از داده‌های اسنادی به کشف، استخراج، طبقه بندی و ارزیابی مطالب مرتبط با موضوع پژوهش خود اقدام نماید. روش اسنادی دارای ویژگی‌های زیر است (عرفان منش، ۱۳۹۴: ۶۹ و ۷۰):

یک پژوهش می‌تواند تماماً بر اساس مراحل اجرای روش اسنادی طراحی شود و یا صرفاً در بخشی از تحقیق به ویژه «مرور پژوهش‌های پیشین» و «چارچوب نظری» مورد استفاده قرار گیرد. (دایمون و هالووی، ۲۰۰۵، ۲۱۷). صرفاً با مفاهیم سر و کار نداشته و تفسیر آمارها به لحاظ نظری (نه به لحاظ شاخصه‌های آماری) نیز مورد توجه است.

با تعیین سؤالات و اهداف تحقیق، دستورالعمل‌های تولید فیلم در آیین نامه‌ها و سایت‌های معتبر را جمع آوری کرده و آن را بررسی می‌کنیم.

رسیدن به حداکثر اطلاعات در مورد پدیده به عنوان نقطه پایان در نظر گرفته می‌شود که از آن به عنوان قاعده اشباع نظری یاد می‌شود. (گلیزر و اشتراوس، ۱۹۶۷: ۶۱) اشباع نظری را وضعیتی می‌دانند که هیچ داده بیشتری که پژوهشگر به وسیله آن بتواند مقوله‌ها را گسترش دهد، یافت نمی‌شود. بنابراین در این تحقیق بررسی دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های منتشر شده تولید فیلم هر کشور به عنوان اشباع نظری در قواعد تولید فیلم آن کشور درنظر گرفته می‌شود، تا بتوان قواعد تولید فیلم در آن کشور را بررسی کرد.

جامعه آماری

قواعد تولید فیلمسازی در سینمای آمریکا، انگلیس، فرانسه، چین، هند، استرالیا.

[1] استفاده از اصطلاح روش کتابخانه‌ای به جای روش اسنادی، کاملاً تقلیلگرایانه است، زیرا اولاً، در روش اسنادی می‌توان از اسناد غیرکتابخانه ای بهره برد و ثانیاً، تکنیک‌های متعددی در روش اسنادی به کار گرفته می‌شوند که بسیار روشمندتر از صرف خواندن چند متن قابل دسترس در کتابخانه است (عرفان منش، ۱۳۹۴، ۶۹).

فصل چهارم: یافته‌های تحقیق

- مقدمه
- دستورالعمل و آیین نامه
- کشورهای مورد بررسی
- دستورالعمل‌های تولید فیلم در آمریکا
- دستورالعمل‌های تولید فیلم در چین
- دستورالعمل‌های تولید فیلم در انگلستان
- دستورالعمل‌های تولید فیلم در هند
- دستورالعمل‌های تولید فیلم در استرالیا
- دستورالعمل‌های تولید فیلم در فرانسه

مقدمه

در فصل چهارم تحقیق قوانین، دستورالعمل‌ها و آیین نامه‌های کشورهای آمریکا، انگلستان، استرالیا، چین، هند و فرانسه مورد بررسی قرار می‌گیرد. دستورالعمل‌ها و آیین نامه‌های هر کشور شامل: گرفتن مجوز، محدودیت‌ها، نحوه نظارت بر فیلم‌های تولید شده، سانسور، قوانین مالیاتی، میزان تولیدات سینمایی هر کشور، شرایط خاص تولیدی، مشوق‌های دولتی، شرکت‌های تولید کننده فیلم و جشنواره‌های مهم فیلم هر کشور می‌شود.

دستورالعمل و آیین نامه

منظور از دستورالعمل تولید فیلم و یا آیین نامه‌های مصوب، آن چیزی است که در سینمای هر کشور در حال اجراست. در برخی موارد ذکر پیشینه آیین نامه‌ها و تاریخچه بوجود آمدن آن نیاز بوده و آورده شده است و در بیشتر موارد قواعد امروزی سینما بررسی شده است.

سینمای هر کشور در دوره‌های مختلف دستخوش تغییرات مدیریتی بوده و هست. برای مثال قوانین مربوط به فیلمساز اول، نحوه تأیید و صدور پروانه فیلمسازی در کشور ایران در دولت‌های مختلف وابسته به نظر و سلیقه شورای پروانه ساخت بوده است اما به طور کلی قواعد اساسی و اصلی آن تغییر نکرده است.

دستورالعمل‌های اجرایی در سینمای هر کشور لزوماً قوانین مصوب و دارای صورتجلسه نیستند. برخی از آیین نامه به طور کلی صادر شده‌اند و در اجرا دستورالعمل‌ها مختلفی برای آن تعیین شده است. برای مثال مجوز فیلمبرداری از اماکن یک قاعده کلی است اما در کشورهای مختلف بسته به شرایط اقلیمی، فرهنگی و سیاسی ممکن است سختگیرانه و یا آزادانه اجرا شود.

نحوه صدور مجوز، محدودیت‌ها و سانسور، قوانین مالیاتی، شرایط تولید فیلم، تعامل با سینما و فیلمسازان خارجی و مشوق‌های دولتی از جمله موارد اصلی بررسی شده در دستورالعمل‌های هر کشور هستند. بنا بر شرایط هر کشور دستورالعمل‌های موجود دیگر نیز بررسی شده است.

کشورهای مورد بررسی

کشورهای مورد بررسی
آمریکا
چین
انگلستان
هند
استرالیا
فرانسه

دستورالعمل‌های تولید فیلم در آمریکا

سینمای آمریکا مشهور به هالیوود[1] از اوایل قرن بیستم تأثیر زیادی در صنعت فیلم داشته‌است. در حقیقت سینمای آمریکا به سرعت یک نیروی غالب در این صنعت نوظهور شد. پس از آن نیز سینمای آمریکا از سال ۱۹۱۳ تا ۱۹۶۹ بسیار توسعه یافت. در حال حاضر هالیوود یک سینمای فراملی محسوب شده‌است.[2]

سینمای آمریکا یکی از مهم‌ترین صنایع فیلم‌سازی جهان است. این سینما نه تنها از نظر قابلیت‌های صنعتی و فنی بلکه از نظر تنوع ژانرها، سبک‌ها و گرایش‌ها، یکی از غنی‌ترین سینماهای ملی جهان به‌شمار می‌رود.

سینمای آمریکا تأثیر به سزایی در سینمای جهان در قرن بیستم داشته‌است. تاریخچه سینمای آمریکا را می‌توان به ۴ دوره تقسیم نمود: دوره فیلم‌های صامت، سینمای کلاسیک هالیوود، هالیوود جدید و دوره معاصر که شامل سینمای اواسط دهه ۱۹۸۰ تاکنون می‌شود.[3] در لس آنجلس جاذبه‌ای با نام پیاده‌روی مشاهیر هالیوود وجود دارد که در پیاده‌رو آن اسامی افراد مشهور در فیلم و موسیقی حک شده‌است.

[1] Hollywood
[2] https://www.cinemapress.ir/
[3] https://www.cinemapress.ir/

مقررات فیلمسازی در آمریکا موضوعی پیچیده و در حال تحول است که شامل جنبه‌های مختلف قانون، سانسور و اخلاق می‌شود. برخی از مسائل اصلی که فیلمسازان و تهیه کنندگان باید در نظر داشته باشند عبارتند از:

راه اندازی یک شرکت تولید فیلم: اکثر فیلمسازان و تهیه کنندگان یک نهاد حقوقی جداگانه مانند LLC یا C-Corp برای رسیدگی به تعهدات هر پروژه سینمایی؛ ایجاد می‌کنند. این اقدام می‌تواند به محافظت از دارایی‌های شخصی آنها و ساده سازی مسائل حسابداری و مالیاتی کمک کند.[1]

به دست آوردن یا سفارش فیلمنامه: فیلمسازان و تهیه کنندگان باید حقوق فیلمنامه ای را که می‌خواهند اقتباس یا تولید کنند، با خرید مستقیم یا انتخاب آن برای مدت معینی تضمین کنند. آن‌ها همچنین باید اطمینان حاصل کنند که فیلمنامه هیچ گونه حقوق مالکیت معنوی موجود را نقض نمی‌کند یا هیچ شخص حقیقی را بدنام نمی‌کند.

جمع آوری سرمایه برای پروژه فیلم: فیلمسازان و تهیه کنندگان باید قوانین اوراق بهادار فدرال و ایالتی را هنگام درخواست سرمایه گذاری از حامیان بالقوه، رعایت کنند. آن‌ها باید خطرات و مزایای پروژه را شفاف کنند و تأیید کنند که سرمایه گذاران دارای اعتبار یا واجد شرایط برای سرمایه گذاری در چنین سرمایه گذاری‌هایی هستند.[2]

پیروی از دستورالعمل‌های محتوا و سیستم رتبه‌بندی: فیلمسازان و تولیدکنندگان باید از محدودیت‌های محتوا و سیستم رتبه‌بندی که توسط انجمن فیلم‌های سینمایی آمریکا (ام پی‌ای) ایجاد شده است -که یک نهاد داوطلبانه و خود تنظیمی است و استودیوهای اصلی را نمایندگی می‌کند- آگاه باشند. ام پی‌ای به فیلم‌ها بر اساس مناسب بودن آنها برای مخاطبان مختلف رتبه بندی می‌دهد و می‌تواند بر توزیع و بازاریابی فیلم‌ها تأثیر بگذارد[3]. ام پی‌ای همچنین قوانین ضد دزدی دریایی و ضد اعتماد را برای صنعت فیلم اجرا می‌کند.

احترام به متمم اول و پرهیز از توهین: فیلمسازان و تهیه کنندگان باید بیان هنری و آزادی بیان خود را با هنجارهای قانونی و اجتماعی توهین و نجابت متعادل کنند. متمم اول از فیلم‌ها در برابر سانسور پیشینی توسط دولت محافظت می‌کند[4]، اما از آن‌ها در برابر پیگرد قانونی یا مسئولیت مدنی در صورت تشخیص زشت یا مضر بودن آنها محافظت نمی‌کند. دیوان عالی، توهین را به عنوان اثری تعریف کرده است که علاقه به رابطه جنسی را مورد توجه قرار می‌دهد، آشکارا به استانداردهای جامعه معاصر توهین کرده و فاقد ارزش جدی هنری، ادبی، سیاسی یا علمی است.

[1] www.producersguildawards.com
[2] https://filmfreeway.com/HollywoodNewDirectors
[3] https://www.foxcorporation.com/
[4] https://axislc.com/public/film-production-law

این‌ها برخی از جنبه‌های اصلی مقررات فیلمسازی در آمریکا هستند، اما بسته به ماهیت و محدوده خاص هر پروژه سینمایی ممکن است مسائل دیگری نیز وجود داشته باشد. فیلمسازان و تهیه کنندگان باید قبل از شروع هر گونه تولید فیلم با یک وکیل فیلم یا یک کارشناس حقوقی مشورت کنند تا از رعایت قوانین و مقررات مربوطه اطمینان حاصل کنند.

آیین نامه‌ها

مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها که فیلمساز باید در ساخت فیلمش به آن‌ها توجه کند. این قوانین در سال ۱۹۳۰ وضع شد و از سال ۱۹۳۴ به شدت جدی گرفته شد. ویل اچ. هیز مدیر وقت انجمن تصاویر متحرک آمریکا بانی اصلی وضع شدن این قوانین در سینمای آمریکا شد.

این قوانین به مدت تقریبی ۲۰ سال به شدت در فیلم‌ها رعایت می‌شد، تا این که در دهه ۵۰ میلادی با مخالفت شدید فیلمسازان، کارگردانان تلویزیونی، فشار فیلم‌های خارجی در نحوه مدیریت و اجرای این قوانین تغییراتی حاصل شد که امروزه به نامام پی‌ای A Film Rating System شناخته می‌شود. در ذیل به این قوانین اشاره می‌شود که به دو بخش نبایدها و با احتیاط تقسیم بندی می‌شوند.

قوانین و دستورات این بخش به هیچ وجه نباید توسط فیلمساز لغو شوند. رعایت این دستورات در فیلم الزامی است:[1]

۱.هرگونه بی حرمتی و اشاره ناسزا به کلماتی مانند God, Lord, Jesus, Christ یا استفاده آن‌ها با کلمات دیگری که معنای مناسبی ندارند.

۲.هرگونه برهنه گرایی و ترویج آن- در تصویر یا اشاره به آن- هتک حرمت به عفت اشخاص در صحنه یا خارج از آن

۳.تجارت غیرقانونی مواد مخدر

۴.هرگونه انحراف جنسی

۵.برده داری سفید(به معنی نگهداری افراد و سوء استفاده جنسی از آنها)

۶.رابطه جنسی یک سفید پوست و یک سیاهپوست

۷.بهداشت جنسی و بیماریهای مقاربتی

۸.صحنه‌هایی از زایمان طبیعی بچه

[1] https://pictureshowman.com/movie-censorship-in-the-united-states

۹.اندام‌های جنسی کودکان

۱۰.تمسخر روحانیت

۱۱.توهین عمدی به هر نژاد، ملیت و گروه خاص

دسته دیگر، قوانینی است که فیلمساز باید با احتیاط از آنها استفاده کند. تا توهین یا بدآموزی نداشته باشد.

۱.نحوه استفاده از پرچم

۲.روابط بین المللی(اجتناب از هرگونه به تصویر کشیدن ضعف‌های دین، نژاد، تاریخ، حقوق شهروندی، افراد برجسته و نهادهای مختلف هر کشور)

۳.ایجاد حریق عمدی

۴.استفاده از سلاح گرم

۵.دزدی، کلاهبرداری، دینامیت گذاری معدن، قطار و هرگونه عمل خلافی که جزییات بالای آن ممکن است در بیننده انگیزه نجام آن را به وجود آورد.

۶.خشونت‌های بیش از اندازه

۷.روش‌های ارتکاب قتل با هر ابزاری

۸.روش‌های قاچاق هرگونه کالا و دیگر اقلام

۹.هرگونه تعبیر از شانس یا دیگر موضوعات خرافی

۱۰.به تصویر کشیدن صحنه اعدام قانونی (اعم از به دار آویختن یا مرگ با جریان الکتریسیته)

۱۱.دلسوزی برای مجرمان

۱۲.نگرش به شخصیت‌های دولتی و مؤسسات

۱۳.فتنه (به معنی هرگونه ایجاد انگیزه برای اغتشاش و دیگر مخالفت‌ها)

۱۴.ظلم آشکار به کودکان و حیوانات

۱۵.نام تجاری حیوانات یا اشخاص

۱۶.فروش زنان یا به فروش گذاشته شدن زنانگی آنان

۱۷.تجاوز یا اقدام به تجاوز

۱۸.شب زفاف

۱۹.هم خوابگی

۲۰.اغوا عمدی زنان

۲۱.نهاد ازدواج

۲۲.عمل جراحی

۲۳.استفاده از مواد مخدر

۲۴.صحنه‌هایی با مضمون عمل کردن به قانون یا عمل نکردن به آن توسط افراد دولتی

۲۵.پرداختن زیاد به صحنه‌های بوسیدن[1]

امروزه نیز فیلم‌های هالیوودی با داشتن موارد بالا رده بندی سنی می‌شوند. ممکن است کمتر به آن‌ها توجه شود یا به نوعی دور زده بشوند اما همیشه در نظر فیلمساز و موسسه فیلمسازی هستند.

سیاست گذاری

در طول تاریخ سینما، تصمیمات کلیدی دادگاه بر روند سانسور فیلم‌ها تأثیر گذاشته است. تصمیم سال ۱۹۶۸ در ایالات متحده علیه اوبراین، حق دولت را برای تنظیم گفتار در صورت قبولی در یک آزمون چهار بخشی خاص تأیید کرد و تضمین کرد که قوانین محدودتر از حد لازم نیستند.

به نظر می‌رسید که سیستم رتبه بندی داوطلبانه‌ام پی‌ای[2] یک راه میانه ارائه می‌دهد و بدون سانسور قانونی آشکار راهنمایی ارائه می‌دهد[3].

اما، اختلافات در مورد اینکه چه چیزی برای افراد زیر سن قانونی توهین یا محتوای مضر است، همچنان ادامه دارد. حتی امروزه، فیلمسازان باید از قوانین ایالتی و فدرال آگاه باشند، که می‌تواند به طور قابل توجهی متفاوت باشد.

اجرای این قوانین در عصر دیجیتال چالش برانگیزتر شده است، زیرا محتوا در خطوط ایالتی و از طریق پلتفرم‌های آنلاین بی‌شمار جریان دارد و مقررات را به یک وظیفه تبدیل می‌کند که با انطباق با این

[1] https://filmlifestyle.com/movie-censorship-in-america/
[2] MPA
[3] https://www.cdtfa.ca.gov/industry/film-and-television/

پیچیدگی‌های قانونی، فیلمسازان و شرکت‌های تولید باید تعادل ظریف بین آزادی خلاقانه و انطباق قانونی را درک کنند. این تعادلی است که به طور مداوم با تکامل هنجارهای فرهنگی و تفاسیر قانونی آزمایش می‌شود.

شرکت‌های فیلم سازی

توزیع‌کنندگان اصلی: شرکت والت دیزنی، والت دیزنی پیکچرز، استودیوهای قرن بیستم، سونی، کلمبیا پیکچرز، ترایستار پیکچرز، کامکست، یونیورسال پیکچرز، پارامونت گلوبال، پارامونت پیکچرز، برادران وارنر دیسکاوری، برادران وارنر دیسکاوری، نیو لاین سینما، آمازون، مترو گلدوین مایر[1]

انستیتوی فیلم آمریکا[2] که از آن با عنوان بنیاد فیلم آمریکا هم یاد می‌شود، یک سازمان غیرانتفاعی مستقل است که در سال ۱۹۶۷، هنگامی که لیندون بینز جانسون، رئیس‌جمهور آمریکا، تأسیس بنیاد ملی هنرها و علوم انسانی را تأیید کرد، توسط پشتوانه ملی هنرهای آمریکا ایجاد گردید.

انستیتوی فیلم آمریکا تا سال ۱۹۹۸ توسط فیلم‌خانه ملی آمریکا در مرکز هنرهای نمایشی جان اف کندی در واشینگتن، دی. سی. اداره می‌شد. پیش از تأسیس مرکز هنرهای نمایشی جان اف کندی، این بنیاد فیلم‌هایش را در نگارخانه ملی هنر آمریکا به نمایش می‌گذاشت.

انجمن صنفی کارگردانان آمریکا (DGA) یک صنف سرگرمی است که نشانگر منافع کارگردانان فیلم و تلویزیون در صنعت تصویربرداری ایالات متحده و خارج از این کشور است[3]. این گروه در سال ۱۹۳۶ با نام انجمن صنفی کارگردانان صفحه نمایش تأسیس شد و در سال ۱۹۶۰ به انجمن صنفی کارگردانان رادیو و تلویزیون پیوست تا به انجمن صنفی کارگردانان مدرن آمریکا بدل شود.

صدور مجوز

فرآیند تولید فیلم، مانند اکثر اشکال هنری خلاقانه، به عنوان هرج و مرج سازمان یافته شناخته می‌شود. پروژه‌ها در هر مقیاس یا بودجه‌ای می‌توانند با ناکامی در دست یابی به بهترین فرآیند از مسیر خارج شوند.

واجد شرایط بودن فیلم سینمایی یک فیلم تنها در صورتی می‌تواند برای گواهی تولیدکنندگان مارک ("p.g.a.") ارسال شود که یک فیلم بلند باشد که برای اکران در سینما در ایالات متحده آمریکا "Motion Picture"در نظر گرفته شده است. مالک حق اکران فیلم سینمایی یا شخص یا نهاد تجاری

[1] https://rodriqueslaw.com/blog/best-film-incentives-are-available-united-states/
[2] American Film Institute
[3] https://beverlyboy.com/filmmaking/federal-laws-in-the-film-industry-what-they-mean-to-filmmakers/

دیگری که به طور قانونی مجاز به بررسی آثار تولیدی است که در انتشار فیلم سینمایی در ایالات متحده ("شرکت تولید") ظاهر می‌شود و باید محل کسب و کار ثابتی در ایالات متحده داشته باشد. تولیدات خارجی باید توزیع کننده‌ای در ایالات متحده داشته باشند. لطفاً توجه داشته باشید: اگر می‌خواهید فیلم شما در برگه رأی‌گیری جوایز انجمن تهیه‌کنندگان گنجانده شود، فیلم سینمایی باید تمام شرایط مندرج در قوانین و رویه‌های جاری برای واجد شرایط بودن جوایز ۲۰۲۴ تصاویر متحرک را برآورده کند[1].

هیچ هزینه‌ای برای ارسال گواهینامه علامت‌گذاری فیلم برای تهیه‌کنندگان وجود ندارد. برای آنکه فیلم شرایط صلاحیت PGA را برای درج در برگه رأی‌گیری جوایز انجمن تهیه‌کنندگان رابرآورده کند باید به قوانین و رویه‌ها برای صلاحیت جوایز ۲۰۲۴ تصاویر متحرک، مراجعه کند.

زمان سنجی. با توجه به اینکه PGA تقریباً به شش (۶) هفته زمان نیاز دارد تا علامت اثر تولیدشده را تکمیل کند، فیلم سینمایی باید تا زمانی که امکان پذیر باشد در مراحل پس از تولید ارسال شود.

فرآیند صدور گواهینامه انجمن حداقل دو (۲) تا سه (۳) هفته از تاریخی که یک پرونده را به طور کامل دریافت کرده است تا تصمیم اولیه را ارائه کند، نیاز دارد. برای تجدید نظر، انجمن صنفی نیاز به حداقل یک هفته از تاریخی که یک پرونده استیناف کامل را دریافت کرده است؛ دارد.

راه اندازی شرکت تولیدی

اکثر فیلمسازان و تهیه کنندگان به صورت انفرادی تجارت نمی‌کنند. آن‌ها شرکت‌های تولیدی (اغلب در هر پروژه) ایجاد می‌کنند که مسئولیت انواع تعهدات انجام شده به عنوان بخشی از پروژه فیلم را بر عهده خواهند داشت. این می‌تواند شامل اجاره فضای فیلمبرداری، استخدام کارگران، بازیگران/بازیگران، استعدادهای فنی، صدا/نور و غیره و البته سرمایه گذاری برای تأمین مالی پروژه فیلم باشد. به ندرت پیش می‌آید که هر فیلمساز یا تهیه کننده‌ای این تعهدات قانونی را به صورت انفرادی انجام دهد. در نتیجه، اولین گام در جنبه‌های حقوقی تولید فیلم شامل ایجاد یک شرکت تولیدی (اغلب LLC یا C- Corp)[2] است تا ساختار شرکت سازنده به درستی انجام شود. از آنجایی که فیلمسازان و تهیه کنندگان اغلب در یک زمان درگیر چندین پروژه هستند و پروژه‌ها می‌توانند از نظر موفقیت و سودآوری بسیار متفاوت باشند، اغلب شرکت‌های تولیدی در هر پروژه ایجاد می‌شوند. این نه تنها جریان‌های درآمد را تمیز نگه می‌دارد، بلکه مسئولیت و تعهدات را محدود به پروژه خاصی در حال توسعه نگه می‌دارد.

[1] https://beverlyboy.com/filmmaking/federal-laws-in-the-film-industry-what-they-mean-to-filmmakers/
[2] https://disneyworld.disney.go.com/park-rules/

اگر فیلمساز فیلمنامه نویس هم باشد، مرحله بعدی انتخاب یا خرید فیلمنامه یا سفارش فیلمنامه به یک فیلمنامه نویس است. سنتی‌ترین وسیله قانونی «گزینه خرید» نامیده می‌شود که به موجب آن تهیه‌کننده به فیلمنامه‌نویس برای گزینه توسعه آن فیلمنامه و حقوق انحصاری برای بازاریابی و درخواست آن از سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در پروژه فیلم پرداخت می‌کند. اگر تهیه کننده بتواند در نهایت تمام نقاط را به هم متصل کند، تولید فیلم می‌تواند آغاز شود. قبل از این کار، حقوق فیلمنامه در کل خریداری خواهد شد. این معمولاً شامل همه حقوق اثر، از جمله حق توسعه دنباله‌ها، پیش‌درآمدها، مواد صوتی، محتوای جریانی، کالاها و غیره می‌شود. بسته به توافق و مذاکرات طرفین، می‌توان حقوق خاصی را اضافه، حذف یا حک کرد.

بودجه

سخت‌ترین بخش فیلمسازی از منظر قانونی یا تجاری اغلب دریافت بودجه برای پروژه است. ایالت‌های ایالات متحده قوانین سختگیرانه‌ای دارند که محدودیت‌هایی زیادی را برای تقاضای سرمایه توسط فیلمسازان از عموم مردم ایجاد می‌کنند و میزانی که سرمایه‌گذاران در یک پروژه سینمایی سرمایه‌گذاری کنند «معتبر» باشد را محدود می‌کند. سرمایه‌گذاران فیلم می‌توانند هر کسی باشند - سایر اشخاص، افراد و خود فیلمساز یا تهیه‌کننده-. به طور کلی، در این مرحله، هزینه تولید فیلم از طریق فروش سهام یا حقوق مشارکت در درآمدهای فیلم به سرمایه‌گذاران، در ازای سهم سرمایه‌گذاران از پول نقد، وام، اسکناس‌های قابل تبدیل است و یا با سایر انواع بدهی یا مبتنی بر سهام انجام می‌شود.

دانستن چگونگی ایجاد بودجه، تخصیص بودجه و کار با بودجه در طول فرآیند تولید برای هر تولیدکننده، سرمایه‌دار یا خدمه‌ای که مسئول پول و جریان نقدی تولید است، کلیدی است. هنگامی که بودجه‌ای برای یک پروژه تولید می‌شود، به سرمایه گذاران و سرمایه گذاران اجازه می‌دهد تا بدانند برای تکمیل یک پروژه چقدر پول لازم است. برنامه‌های جریان نقدی را می‌توان پیش بینی کرد. می‌توان خدمه‌ها را استخدام کرد، مکان‌ها را ایمن کرد و تجهیزات را با درک مکان و نحوه مناسب تهیه کرد. مدیریت واقعی بودجه تولید یک کار تمام وقت است که توسط تهیه‌کننده خط نمایش؛ نظارت می‌شود. این موقعیت حیاتی توسط چند نفر از جمله دستیاران کارگردان، هماهنگ کننده‌های تولید، مدیران تولید و حسابداران تولید پشتیبانی می‌شود.

تیم تولید

در طول فرآیند تولید فیلم، توافقات مختلفی برای رسیدگی به همه افراد و نهادهایی که بخشی جدایی ناپذیر از تلاش هستند، ضروری است. این‌ها شامل توافق با بازیگران/بازیگران زن، بازیگران روزانه، استایلیست ها، پرسنل آرایش مو/گریم، ترتیبات لوکیشن/تصویربرداری، پروسه مجوز/مجوز، توافق با کارگردانان، صدا/نور، اپراتورهای دوربین و البته صنف همه جا حاضر، اتحادیه و قانون کار است. مسائلی که باید با آنها برخورد کرد. اگر با کودکان یا خردسالان سروکار دارید، مجموعه جداگانه‌ای از مسائل مربوط به حقوق خردسالان، قوانین کار، حساب‌های تراست و موارد مشابه نیز مطرح می‌شود.

قوانین مالیاتی

مشوق‌های تولید فیلم مشوق‌های مالیاتی هستند که به صورت ایالتی در سراسر ایالات متحده برای تشویق تولید فیلم در این کشور ارائه می‌شوند. از دهه ۱۹۹۰، ایالت‌ها انگیزه‌های رقابتی فزاینده‌ای را برای جذب تولیدات از سایر ایالت‌ها ارائه کرده‌اند. ساختار، نوع و اندازه مشوق‌ها از ایالت به ایالت دیگر متفاوت است. بسیاری از این بسته‌ها شامل اعتبارات مالیاتی و معافیت‌ها می‌شوند و بسته‌های تشویقی دیگر شامل کمک‌های نقدی، مکان‌های بدون کارمزد یا سایر امتیازات است.[1]

اعتبار مالیاتی تولید فیلم یک اعتبار مالیاتی ۲۵ درصدی برای هزینه‌های واجد شرایطی است که در ایالت نیویورک برای تولیدات واجد شرایط انجام می‌شود. هیچ سقفی برای سود احتمالی برای این اعتبار وجود ندارد.

تولیدات واجد شرایط عبارتند از:

- فیلم‌های بلند
- مجموعه تلویزیونی اپیزودیک
- پایلوت‌های تلویزیونی
- فیلم‌های تلویزیونی و مینی سریال‌ها.

دو نوع واجد شرایط بودن وجود دارد، سطح ۱ و سطح ۲. هر سطح واجد شرایط بودن باید معیارهای تسهیلات مختلفی نیز داشته باشد:

- تولیدات سطح ۱ کمتر از ۱۵ میلیون دلار هزینه دارند و توسط شرکتی تولید می‌شوند که کمتر از ۵٪ متعلق به یک نهاد تجاری عمومی است.

[1] https://nyc-business.nyc.gov/nycbusiness/description/film-production-tax-credit

- تولیدات سطح ۲ بیش از ۱۵ میلیون دلار هزینه دارند و توسط شرکتی تولید می‌شوند که بیش از ۵٪ مالکیت آن توسط یک نهاد تجاری عمومی است.[۱]

برای واجد شرایط بودن برای مزایا، هر نوع تولید باید معیارهای زیر را داشته باشد:

- تولیدات سطح ۱ باید حداقل یک روز در ایالت نیویورک مجموعه داشته باشند و فیلمبرداری شوند. ۷۵٪ از کل هزینه‌های قبل از پس تولید باید در ایالت نیویورک باشد.
- تولیدات سطح ۲ باید روی یک مجموعه ساخته شده خاص فیلمبرداری کنند. حداقل ۱۰٪ از روزهای اصلی باید در یک مرکز در ایالت نیویورک باشد، به جز برای کارگردانان تلویزیون. ۷۵٪ از کل هزینه‌های قبل از پس تولید باید در ایالت نیویورک باشد.[۲] فیلمبرداری در شهر نیویورک باید در تولیدات سطح ۲ باشد.

یک رابطه پویا در طول دوره ۱۹۲۹-۱۹۵۵ بین صنعت فیلم هالیوود و سیستم مالیات بر درآمد ایالات متحده وجود داشته است. این رابطه در سه سطح عمل کرد. اولاً، نرخ‌های مالیاتی حاشیه‌ای شدید بر تولید فیلم تأثیر گذاشت و برخی بازیگران و کارگردانان پردرآمد را تشویق کرد که در دهه ۱۹۳۰ کمتر کار کنند، در دهه ۱۹۴۰ شرکت‌هایی تشکیل دهند و در دهه ۱۹۵۰ در خارج از کشور زندگی و کار کنند. دوم، هالیوود نقش کلیدی در گفتمان فرهنگی رایج پیرامون مالیات بر درآمد داشت. سوم، خود هالیوود سیستم مالیات بر درآمد را تحت تأثیر قرار داد، که مهم‌ترین آن از طریق حرفه رونالد ریگان، بازیگر تبدیل شده به سیاستمداران بود.

حداقل نرخ ترکیبی مالیات بر فروش ۲۰۲۴ برای هالیوود، کالیفرنیا ۹.۵٪ است. این مجموع نرخ‌های مالیات فروش ایالتی، شهرستانی و شهری است. نرخ مالیات بر فروش کالیفرنیا در حال حاضر ۶٪ است. نرخ مالیات فروش شهرستان ۰.۲۵٪ است. نرخ مالیات فروش هالیوود ۰ درصد است.

مالکیت فکری

یکی دیگر از بخش‌های حیاتی فرآیند ساخت فیلم، دریافت حمایت‌های صحیح از مالکیت فکری برای فیلم است. این اغلب شامل حق نسخه‌برداری برای همه آثار مؤلف، مانند فیلمنامه، خود فیلم، هر محتوای تبلیغاتی - از جمله عکس‌ها، پوسترها، کالاها - و همه آثار خلاقانه دیگری است که می‌توانند از طریق قوانین حق نسخه‌برداری ایالات متحده محافظت شوند. این شرکت ممکن است بخواهد نام خود و همچنین نام فیلم را با ثبت درخواست علامت تجاری در اداره ثبت اختراع و علائم تجاری ایالات متحده به عنوان علامت تجاری بگذارد. قبل از نهایی کردن نام، عناوین و غیره یک فیلم، همیشه ایده خوبی است که

[1] https://www.ncsl.org/fiscal/film-tax-incentives-back-in-the-spotlight
[2] https://www.avalara.com/taxrates/en/state-rates/california

جستجوهای لازم را توسط تیم حقوقی خود انجام دهید تا مطمئن شوید که از طرف دارندگان حقوق مالکیت معنوی موجود مشکلی نخواهید داشت.

مالکیت فکری مجموعه حقوق انحصاری صاحب حق نسبت به اعیان غیر مادی است. حقوق مالکیت فکری در قیاس با حقوق مالکیت در مفهوم سنتی آن که شامل مالکیت بر اموال مادی و محسوس است، سابقه تاریخی نسبتاً مشخصی دارد بر خلاف مالکیت سنتی که در توجیه آن عموماً به نظریه حقوق طبیعی استناد می‌شود. مالکیت بر فکر، ایده یا دسترسی و کنترل جنبه فیزیکی این اشیاء ذهنی قابلیت انطباق کامل با نظریه مذکور را ندارد. قطع نظر از برخی نظرات کـــه مالکیت را واکنشی به «کمیابی» دانسته‌اند. (Hume ۴۸۴۴۹۸. , pp۱۹۷۸)

بر اساس تعریف سازمان جهانی مالکیت فکری، دربرگیرنده حقوق مربوط به: آثار ادبی، هنری و علمی، اجراهای هنرمندان، آثار صوتی، پخش‌ها، اختراعات در تمام زمینه‌های تلاش بشر، اکتشافات علمی، طرح‌های صنعتی، علائم تجاری، علائم خدماتی و اسامی و نام‌های تجاری، حفاظت در برابر رقابت غیرمنصفانه و سایر حقوق منتج از فعالیت فکری در زمینه‌های صنعتی، علمی، ادبی یا هنری است.

صاحب دارایی فکری نسبت به نتایج یافته‌ها و آثار فکری خود، به‌موجب قواعد حقوقی مربوطه، صاحب حقوق و به عبارتی امتیازاتی می‌شود. این امتیاز عمدتاً به‌صورت انحصاری است که از طریق سلب دیگران از استفادهٔ غیرمجاز حاصل می‌شود. صاحب دارایی‌های فکری می‌تواند یک شخص باشد یا مجموعه‌ای از اشخاص خلاق یا نوآور باشد که هریک سهمی در خلق یک اثر یا ابداع یک وسیله داشته‌اند و یا مثلاً شرکتی باشد که کارکنان خلاق آن شرکت تحت مدیریتی هدفمند، باعث ابداع یا خلاقیتی خاص شده‌اند.

خلاقیت‌های فکری و ذهنی می‌توانند در اشکال مختلف نمود یابند. مثلاً در قالب ابداع روشی بهتر برای تولید یک محصول یا ترکیب، محصولی جدید برای رفع یکی از نیازهای انسان یا بهبود کارایی یک ترکیب دارویی یا شیمیایی، طرح خاص یک مبلمان که باعث ایجاد حس خاصی در انسان می‌شود، طراحی هوشمندانهٔ یک نشان‌واره (لوگو) که باعث جذب مشتریان بیشتری می‌گردد، طرح نقاشی، نمایشنامه تئاتر، خلق یک اثر داستانی یا یک اثر موسیقیایی و.. .

در برخی تعاریف نیز حقوق مالکیت فکری به مجموعه اصول و قواعدی اطلاق شده است که به منظور حمایت از اموال فکری که شامل اختراعات علائم تجاری و....، شکل گرفته است. حق اختراع حقوق مؤلف و علامت تجاری به طور سنتی مهمترین و بنیادی‌ترین اقسام اموال فکری به حساب می‌آیند حقوق مالکیت فکری موجد حق انحصاری برای صاحبان آن بوده و استفاده از موضوع حق فکری را منوط به کسب اجازه از صاحبان آنها می‌کند. البته از وصف فکری نباید این نتیجه را گرفت که تنها ابتکارات فکری موضوع حمایـــت ایـــن شاخه از حقوق است علائم تجاری با آنکه ناشی از فکر و خلاقیت صاحب آن به حساب نمی‌آیند، از

مصادیق بارز حقوق فکری می‌باشند؛ بنابراین در نظام حقوق مالکیت فکری، فعالیت انسانی نیز از حمایت برخوردار بوده و واژه فکر در ترکیب حقوق فکری»، فعالیت را نیز شامل می‌شود.

یکی دیگر از موارد حقوق مالکیت فکری، اصل حق تقدم است. مبنای اصل حق تقدم، حمایت از منافع متقاضی ثبت دارایی فکری (اختراع، علامت، طرح صنعتی) و احترام به تلاش‌های وی برای کسب حفاظت حقوقی خارج از مرزهای کشور خود است که به‌نوعی آثار منفی اصل سرزمینی را مرتفع می‌سازد.

برای مثال، بر اساس حق تقدم، حمایت حقوقی در سایر کشورها نیز امکان‌پذیر می‌شود به شرطی که در محدوده زمانی مشخصی نسبت به ثبت آن در سایر کشورها اقدام شود.

به‌طورکلی دلایل اهمیت وضع قوانین مربوط به حفاظت دارایی‌های فکری در این دو دسته قرار می‌گیرد.

جبران حق الزحمه

دلیل ابتدایی اهمیت قوانین مربوط به حفاظت دارایی‌های فکری به مسئلهٔ جبران و حق‌الزحمه بازمی‌گردد، بدین معنا که به‌هرحال، شخص یا اشخاصی که برای خلق یک اثر فکری یا ابداع وسیله و روش تولید خاص، تلاش کرده‌اند.

ایجاد انگیزه نوآوری در جامعه

دلیل دوم این است اگر از دارایی‌های فکری افراد خلاق و مبتکر جامعه حمایت شود، سایرین نیز به انجام چنین تلاش‌هایی تشویق می‌شوند منفعت مادی و اعتبار کسب‌شده از طریق حفاظت حقوقی از دارایی‌های فکری عامل انگیزه‌بخش برای سایر افراد در جامعه برای خلق و ایجاد آثار و محصولات خلاقانه و نوآورانه است.

حقوق مالکیت فکری در حقیقت وظیفهٔ حفاظت و جبران هزینه‌ها را بر عهده دارد و این کار را با ممانعت دیگران از بازتولید آن محصول انجام می‌دهد. به‌عبارتی‌دیگر، شرکت دارویی نام‌برده، به‌موجب قوانین حفاظت از دارایی‌های فکری، از محصول نوآورانهٔ خود در برابر استفادهٔ رایگان دیگران، حفاظت می‌کند و از امتیاز انحصار در بازار بهره‌مند می‌شود. این امتیاز انحصار می‌تواند برای این شرکت خلق ثروت نماید و ثروت حاصله علاوه بر جبران هزینه‌ها، می‌تواند در جهت نوآوری‌های بیشتر و تولید محصولات مفید دیگر نیز صرف شود.

نقش قوانین ملی و بین‌المللی مالکیت فکری در حفظ دارایی‌های فکری و نوآوری را می‌توان به به این صورت طبقه بندی نمود:

- به رسمیت شناختن افراد خلاق و نوآور؛

- ارج نهادن به نوآوری و خلاقیت با ایجاد حفاظت‌های حقوقی مناسب در جهت حمایت از نوآوری و خلاقیت
- ایجاد انگیزه‌ای برای تلاش در بهره بردن از خلاقیت‌های ذهنی افراد از طریق اعطای امتیاز انحصار به افراد نوآور جهت کسب ثروت از آثار نوآورانه
- ایجاد منابع اطلاعات حیاتی؛
- تسهیل در توسعه، هم در صنعت و فرهنگ داخلی و هم تجارت بین‌الملل، از طریق پیوستن به معاهدات فراهم‌کننده حمایت چندجانبه.

نظارت بر تولیدات

انجمن تصاویر متحرک آمریکا1 از سیستم درجه‌بندی فیلم‌های موجود در ایالات متحده، برای درجه‌بندی فیلم‌ها بر اساس محتوای آنها استفاده می‌کند. این نوع درجه‌بندی که انجمن انجام می‌دهد، اختیاری و داوطلبانه است و به لحاظ قانونی به صورت یک اجبار نیست. به این معنی که فیلم‌ها می‌توانند بدون داشتن این درجه‌بندی نیز اکران شوند[2]؛ البته برخی از سینماها از اکران فیلم‌هایی که در دسته «NC۱۷» قرار می‌گیرند، خودداری می‌کنند.

سایر رسانه‌ها مانند برنامه‌های تلویزیونی، موزیک و بازی‌های ویدئویی به ترتیب توسط نهادهای دیگری مانند رده‌های سنی شبکه‌های تلویزیونالزیتاللتگ. لتلیدر ی آمریکا، انجمن صنعت ضبط موسیقی ایالات متحده آمریکا و ای‌اس‌آربی درجه‌بندی می‌شوند.

درجه‌بندی‌های ام پی‌ای:

جی – تماشاگران عمومی۳

تمامی سنین پذیرفته می‌شوند. هیچ چیزی باعث آزار والدین برای تماشای کودکان نمی‌شود.

پی‌جی – سرپرستی والدین پیشنهاد می‌شود۴

برخی از مواد ممکن است برای کودکان مناسب نباشد. راهنمایی و سرپرستی از سوی والدین تقاضا می‌شود. ممکن است حاوی مطالبی باشد که والدین برای فرزندان خردسال خود مناسب ندانند.

پی‌جی-۱۳ – تذکر قاطع به والدین5

[1] : Motion Picture Association of America
[2] https://www.washingtonpost.com/news/
[3] G – General Audiences
[4] PG – Parental Guidance Suggested
[5] Parents Strongly Cautioned

برخی از مطالب ممکن است برای کودکان زیر ۱۳ سال نامناسب باشند. از والدین درخواست می‌شود احتیاط کنند. برخی از مطالب ممکن است برای کودکان پیش از نوجوانی نامناسب باشد.

آر – محدود[1]

زیر ۱۷ سال به همراهی والدین یا سرپرست نیاز دارد. حاوی تعدادی محتوای بزرگسالانه است. از والدین خواسته می‌شود پیش از اینکه فرزندان خردسال خود را با خود ببرند در مورد فیلم اطلاعات بیشتری کسب کنند.

ان‌سی-۱۷ – فقط بزرگسالان[2]

هیچ فرد دارای ۱۷ سال سن و کمتر پذیرفته نمی‌شود. فقط بزرگسالان. کودکان اجازه تماشا ندارند.

طبق قوانین مقررات ایالات متحده، مجریانی که توسط شرکت‌های تولیدی صنعت بزرگسال استخدام می‌شوند باید بالای ۱۸ سال سن داشته باشند. عدم رعایت این آیین نامه پیگرد قانونی و کیفری را به دنبال دارد. طبق قانون، همه شرکت‌های تولیدکننده صنعت بزرگسالان موظف به داشتن یک نگهبان سوابق هستند که سوابق سنی همه اجراکنندگان را مستند و نگهداری می‌کند.

قانون اجرای حفاظت از کودکان و توهین مصوب ۱۹۸۸ بخشی از قوانین ایالات متحده است. این قانون الزامات سخت گیرانه ای را برای نگهداری سوابق برای تولید کنندگان مطالب واقعی و صریح جنسی در فیلم‌ها تعیین می‌کند. دستورالعمل‌های اجرای این قوانین بخشی از قانون مقررات فدرال ایالات متحده است. از تولیدکنندگان مطالب صریح جنسی می‌خواهد که برای هر مدلی که عکس می‌گیرند، مدرک سنی به دست آورند و آن سوابق را حفظ کنند. بازرسان فدرال این اختیار را دارند که بازرسی از این سوابق را آغاز کنند و هر شخص را به دلیل تخلف در هر زمان تحت پیگرد قانونی قرار دهند.

بازوی اجرای کد - اداره کد تولید - از سال ۱۹۳۴ تا تلاش‌های کنترل فدرال از دفتر اطلاعات جنگ تا عوامل پس از جنگ جهانی دوم که باعث تضعیف کنترل هالیوود تا نابودی نهایی کد در دهه ۱۹۶۰ شد. همگی خوانندگان را تشویق می‌کند تا شکل جدیدی از سانسور مانند سیستم رتبه‌بندی فعلی، معاملات گروه‌های رسانه‌ای، و نقش جشنواره‌های فیلم معتبر را در نظر بگیرند. (بینسن،۲۰۱۸)

«کد تولید» بیش از ۳۰ سال به قوت خود باقی ماند. اما با نمایش فیلم‌های «ماه آبی است» و « چه کسی از ویرجینیا وولف می‌ترسد؟» این کد شکسته شد و سیستم درجه بندی فیلم‌ها شکل گرفت. بر اساس این سیستم دیگر محدودیت‌های سابق از نظر به تصویر کشیدن صحنه‌ای خاص وجود نداشت و به جای آن برای تماشاگران به لحاظ سنی محدودیت‌هایی قائل شدند؛ به این‌صورت که هر فیلم هالیوودی پس از آنکه

[1] R – Restricted
[2] Adults Only-NC17-

مورد بازبینی انجمن فیلم آمریکا قرار می‌گرفت، تماشـــای آن برای رده ســـنی خاص ممنوع و یا منوط به شرایطی خاص می‌شد.(Scott, 2015)

به عنوان مثال دیدن فیلم‌هایی با درجه R برای افراد زیر ۱۷ سال ممنوع است و فیلم‌هایی که درجه NC-۱۷ می‌خورند، در واقع پروژه مرده محسوب می‌شوند چون اکثر رسانه‌ها این فیلم را تبلیغ نخواهند کرد و بسیاری از سالن‌های نمایش به این راحتی تن به اکران این فیلم نخواهند داد.

قانون حمایت از کودکان و اعمال توهین مصوب ۱۹۸۸

در نهایت، یکی از جدیدترین مراحل در تعریف قوانین فدرال در صنعت فیلم. اجرای قانون حمایت از کودکان و توهین در ســـال ۱۹۸۸ به تصـــویب رســـید. این اقدام خاص بیانگر یک الزام ســـختگیرانه برای فیلمسـازان برای حفظ سـوابق مربوط به تهیه کنندگانی اسـت که در خلق مطالب واقعی و جنسـی صـریح در فیلم‌ها نقش دارند[1].

تولید ایمن

از بین تمام قوانین فدرال در صـــنعت فیلم، اجرای قانون حمایت از کودکان و توهین، زمینه را برای تولید ایمن فراهم می‌کند. حتی در مورد مطالب صریح جنسی. در صنعت فیلم؛ برای محافظت از کسانی که در این صنعت کار می‌کنند؛ بازرسان فدرال این اختیار را دارند تا هرکسی را که مرتکب تخلف شود، بازرسی و محاکمه کنند.

سانسور

به طور کلی، سـانسـور در ایالات متحده، که شـامل سـرکوب بیان یا سـایر ارتباطات عمومی اسـت، مسائل مربوط به آزادی بیان را مطرح می‌کند، که طبق قانون اساسی توسط اولین متمم قانون اساسی ایالات متحده محافظت می‌شود.

این آزادی اگرچه اسـاسـی اسـت، اما از زمان ثبت آن با بحث و مناقشـه همراه بوده اسـت. برای مثال، محدودیت‌ها در طول دوره‌هایی که احسـاسـات ضـد کمونیسـتی گسـترده بود، افزایش یافت که نمونه‌ای از جلسات استماع کمیته مجلس نمایندگان درباره فعالیت‌های غیرآمریکایی بود. با توجه به میلر علیه کالیفرنیا (۱۹۷۳)، دادگاه عالی ایالات متحده دریافت که آزادی بیان متمم اول در مورد توهین اعمال نمی‌شـــود، بنابراین می‌تواند از نظر قانونی سانسور شود. در حالی که بیان برخی از اشکال سخنان تنفرآمیز قانونی است مانند زمانی که فرد در اقدامات و اعمال مورد بحث شـــرکت نکند یا دیگران را به انجام اعمال غیرقانونی

[1] www.producersguildawards.com

ترغیب نکند. اما اَشکال شدیدتر آن منجر به این شده است که افراد یا گروه‌ها (مانند کوکلوکس کلان) درگیر شوند.

اصلاحیه اول؛ از سانسور تحمیل شده توسط قوانین حکومتی محافظت می‌کند، اما در برابر سانسور شرکتی، تحریم سخنرانی توسط سخنگویان، کارمندان و شرکای تجاری یا تهدید از دست دادن پول، از دست دادن شغل یا از دست دادن دسترسی به بازار، محافظت نمی‌کند. هزینه‌های حقوقی گاهی اوقات می‌تواند یک محدودیت غیرقابل مشاهده باشد، جایی که ممکن است ترس از شکایت برای افترا وجود داشته باشد. بسیاری از مردم در ایالات متحده طرفدار محدودیت‌های سانسور شرکت‌ها هستند و به این موضوع اشاره می‌کنند که اگر شرکت‌ها از منشور حقوق پیروی نکنند، دولت تحت تأثیر قرار خواهد گرفت. (Romanowski , 2012)

تحلیلگران سازمان گزارشگران بدون مرز، ایالات متحده را در فهرست آزادی مطبوعات خود که در سال ۲۰۱۴ به روز شده است، در رتبه ۴۶ در جهان قرار داده‌اند. برخی از اشکال بیان، مانند توهین و افترا، در رسانه‌های اصلی توسط دولت یا صنعت محدود شده است.

اولین اقدام سانسور فیلم در ایالات متحده، اساسنامه ایالت مین در سال ۱۸۹۷ بود که برپایی نمایشگاه فیلم‌های جایزه‌بازی را ممنوع می‌کرد. در سال ۱۹۱۵، دادگاه عالی ایالات متحده در مورد پرونده شرکت فیلم متقابل علیه کمیسیون صنعتی اوهایو تشخیص داد که فیلم‌های سینمایی صرفاً تجاری هستند و یک هنر نیستند، و بنابراین در متمم اول مورد بررسی قرار نمی‌گیرند.

فیلم‌های اولیه‌ای که سانسور می‌شدند عمدتاً شامل فیلم‌هایی بودند که مسائل نژادی را نشان می‌دادند. این موضوع در آن زمان بسیار حساس بود و در آن زمان عمدتاً غیرقانونی بود.

فیلم‌هایی که «برده‌گی سفیدپوستان» یا «جنس‌سازی» را به تصویر می‌کشیدند که نشان‌دهنده روابط جنسی بین افراد سیاه‌پوست و سفیدپوست بود، صراحتاً ممنوع شد[1].

دوره سانسور فیلم‌ها در آمریکا ۴۴ سال به طول انجامید. به دنبال اعتراض‌های گسترده به فساد موجود در سینمای هالیوود، در سال ۱۹۱۵ پرونده‌ای در دادگاه عالی آمریکا تشکیل و چند سال بعد در سال ۱۹۲۱ کمیته فیلم امریکا تأسیس شد که از چندی بعد وظیفه نظارت و سانسور فیلم‌ها را به عهده گرفت.

در سال ۱۹۲۲ انجمن تهیه کنندگان و توزیع کنندگان فیلم‌های سینمایی را ایجاد کردند (که در سال ۱۹۴۵ به انجمن فیلم‌های سینمایی آمریکا تبدیل شد) در سال ۱۹۵۲، در پرونده جوزف برستین، شرکت علیه ویلسون، دادگاه عالی ایالات متحده به اتفاق آرا تصمیم سال ۱۹۱۵ خود را رد کرد و اعلام کرد که تصاویر متحرک از حمایت متمم اول برخوردار هستند.

[1] https://filmfreeway.com/HollywoodNewDirectors

بنابراین آئین‌نامه «کد تولید» تدوین شـــد. کد تولید تصـــاویر متحرک یا کد هایس مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های سانسور صنعت بود که بر تولید اکثریت قریب به اتفاق فیلم‌های متحرک ایالات متحده که توسط استودیوهای بزرگ از سال ۱۹۳۰ تا ۱۹۶۸ منتشر شد، کنترل می‌کرد. فیلم است» و استانداردهایی را برای یک فیلم خوب وضع کرده است.

خط تمایز بین فیلم‌های خوب و فیلم‌های مســتهجن باریک اســت و علاوه بر این، این ســؤال که آیا اعمال محدودیت برای فیلم‌های زننده به منزله نقض سایر حقوق تضمین‌شده در قانون است نیز مهم است.

اگرچه اولین متمم در قانون اساسی ایالات متحده آزادی بیان را تضمین می‌کند، این آزادی در مورد مطالب موهن اعمال نمی‌شـود. در پرونده راث علیه ایالات متحده سـال ۱۹۵۷، دادگاه عالی به منظور اجرای سانسور، توهین را تعریف کرد. معیارهای زیر توسط پرونده برای اندازه گیری توهین تعیین شده است:

- مضمون غالب اثر در کل باید برای علاقه شدید به رابطه جنسی جذاب باشد.
- کار باید آشکارا با استانداردهای جامعه معاصر توهین آمیز باشد.
- اثر باید فاقد ارزش جدی ادبی، هنری، سیاسی یا علمی باشد.

تعیین اینکه چه موادی حاوی توهین هسـتند بسـیار ذهنی اسـت. با این حال، اسـتانداردهای جامعه تعیین می‌کند که چه چیزی توهین است. استانداردها از ایالت به ایالت دیگر بسیار متفاوت است.

در نهایت، قانون حمایت از کودکان و توهین در سال ۱۹۸۸ به تصویب رسید.

فراوانی

بیش از ۴۰هزار ســالن ســینما در آمریکا وجود دارد و تولید ســالیانه این صــنعت بیش از ۷۰۰ فیلم (اعم از فیلم‌های بزرگ و دارای اکران گســترده و فیلم‌های مســتقل و کوچک اکران محدود) و جمعیت سینماروی آن ۱ میلیارد و ۳۰۰ میلیون نفر برآورد شده‌است

دستورالعمل‌های تولید فیلم در چین

چین نه تنها دومین اقتصـاد بزرگ جهان اسـت، بلکه یک بازار فیلم پر رونق اسـت که آن را به یک انتخاب عالی برای تولید فیلم بعدی شـــما تبدیل می‌کند. امبرلا فیلمز[1]، در حمایت از تولید فیلم در چین و در کل فرآیند، از پیش تولید تا پس از تولید، کمک می‌کند.[2]

دوره‌های سینمای چین

در سال ۱۸۹۶، فیلم‌های سینمایی برای اولین بار به چین راه یافتند. جنبش جدیدی در دهه ۱۹۳۰ شـکل گرفت: فیلمسـازی چپ. این روند تا حدود سـال ۱۹۴۹ ادامه داشـت و تأثیر زیادی بر سـینماهای چین داشت[3].

در دهه ۱۹۳۰، صـنعت فیلم چین تغییر شـدیدی را احسـاس کرد. تهاجم ژاپن به منچوری در سـال ۱۹۳۱ باعث شد تا فیلمسازانی که طرف چپ‌ها را گرفته بودند، احساسات ضد ژاپنی خود را با کار خود نشان دادند.

در سـال ۱۹۴۷، دومین دوره طلایی فیلم در چین آغاز شـد. پس از آن، جنگ جهانی دوم همراه با جنگ چین و ژاپن در طرفین رخ داد و مانع از درخشش آن شد.

از سـال ۱۹۶۶ تا ۱۹۷۲ هیچ فیلمی در چین فیلمبرداری نشـد. این زمان به انقلاب فرهنگی معروف اسـت. محدودیت‌های سـختی برای سـاخت فیلم ایجاد می‌کند. این مشـکلات منجر به تغییراتی شـد که فیلم‌هایی را که امروز از چین می‌بینیم، شکل داد.

«سینمای جدید چین» با نمایش مدل‌های منحصربه‌فرد ظاهر شد که موفقیت تجاری هم در سطح محلی و هم در سطح بین‌المللی به دست آورد. امروز، این رسانه قدرتمند است که با میلیون‌ها نفر در سراسر جهان که از روایت‌های متمایزشان پر از بینش‌های فرهنگی غنی استقبال می‌کنند، ایستاده است.

مدل‌های جدید سـینمای چین را تغییر می‌دهند. در اواخر دهه ۱۹۷۰، چین شـروع به پخش فیلم‌های بیشـتری از کشـورهای دیگر کرد. این به معنای تغییرات بزرگی برای فیلم‌های چینی نیز بود. چین شروع به استفاده از برخی ایده‌ها و سبک‌های دیده شده در این فیلم‌های خارجی کرد.

در نوامبر ۲۰۲۱، اداره فیلم چین چهاردهمین "برنامه پنج سـاله" خود را برای توسـعه فیلم‌های چینی با برنامه‌هایی برای افزایش اکران فیلم‌ها، تبلیغ ۱۰ فیلم داخلی در هر سـال ترسـیم کرد و خواسـتار

[1] Mbrella Films
[2] https://factsanddetails.com
[3] https://Chinesecinemas.org

ساخت ۵۰ فیلم در سال برای درآمد بیش از ۱۵.۶ میلیون دلار در سال شد. بازار. فیلم‌های داخلی نیز باید بیش از ۵۵ درصد از کل باکس آفیس سالانه را به خود اختصاص دهند[1].

سیاست گذاری

در فضای گسترده سینمایی چین، رقابت بین فیلم‌های داخلی و فیلم‌های وارداتی در سال‌های اخیر تشدید شده است. در حالی که صنعت فیلم چین شاهد افزایش تولیدات باکیفیت است که عمیقاً در بین مخاطبان محلی مورد استقبال واقع شده است، فیلم‌های وارداتی، به ویژه فیلم‌های پرفروش هالیوود، همچنان بخش قابل توجهی از بازار را مجذوب خود می‌کنند.

سیستم سهمیه‌بندی چین، که تعداد فیلم‌های خارجی اکران شده را محدود می‌کند، به دنبال متعادل کردن این رقابت است، اما جذابیت فیلم‌های بین‌المللی پرهزینه و پر ستاره همچنان چالشی قانع‌کننده برای سینمای داخلی است. تعامل بین دنیای فیلم داخلی و بین‌المللی، تکامل صنعت فیلم چین را شکل می‌دهد و آن را به سمت نوآوری و جذابیت جهانی سوق می‌دهد.

ادای احترام به ارزش‌های سنتی سوسیالیستی و تشویق آن‌ها در محتوای یک فیلم، پیش نیاز مهمی برای ساخت فیلم در چین است. بر اساس گزارشChina Film Insider : حتی با تغییر چهره فیلمسازی و بازاریابی در چین توسط شرکت‌های جدید، دولت همچنان به ترویج ارزش‌های سنتی از بالا به پایین ادامه می‌دهد.

از محدودیت‌های رشد صنعت سینما در چین می‌توان به یادداشت لوئیز وات در آسوشیتدپرس توجه کرد که: «برای دهه‌ها پس از به قدرت رسیدن حزب کمونیست در سال ۱۹۴۹، سینماهای دولتی فیلم‌های تبلیغاتی با بازی دهقانان و سربازان نمایش می‌دادند.»

وات نوشت: « حتی پس از شروع اصلاحات اقتصادی در دهه‌های ۱۹۸۰-۱۹۹۰، سینماها برای نمایش فیلم‌های خارجی و داخلی مبلغی معادل ۲ مائو (۳ سنت) دریافت کردند. از آنجایی که اقتصاد چین بازار محورتر شد، سالن‌های نمایش دولتی بسته شدند و مردم عادت به سینما رفتن را از دست دادند. شرکت‌هایی مانند گروه املاک واندا، که مالک شرکت سینمای آمریکایی AMC است، یک انقلاب زنجیره‌ای سینمای خصوصی را در شهرهای بزرگ رهبری کرده‌اند.» (لوئیز وات، آسوشیتدپرس، ۲۰۱۷).

چین؛ فیلم‌سازی مستقل را ممنوع نمی‌کند، اما توزیع آن را کنترل می‌کند، بنابراین فیلم‌سازانی که می‌خواهند آثارشان به طور گسترده دیده شود، در نهایت خود را تحت یک فرآیند شتاب دهنده هوس‌انگیز

[1] https://marketingtochina.com/film-industry

قرار می‌دهند. دسترسی به بازار داخلی پرسود در خطر است و حمایت دولت می‌تواند به فروش بین المللی کمک کند، بنابراین سانسورچیان تبدیل به دروازه بان پول و شهرت شده‌اند.

شرکت‌های فیلم سازی

تا آوریل ۲۰۱۵، بزرگ‌ترین شرکت فیلم چینی از نظر ارزش، علی بابا پیکچرز (۸.۷۷ میلیارد دلار) بود. دیگر شرکت‌های بزرگ عبارتند از Huayi Brothers Media (۷.۹ میلیارد دلار)، Enlight Media (۵.۹۸ میلیارد دلار) و Bona Film Group (۵۴۲ میلیون دلار). بزرگ‌ترین توزیع کنندگان بر اساس سهم بازار در سال ۲۰۱۴ عبارتند از: گروه فیلم چین ۳۲.۸٪، Huaxia Film ۲۲.۸۹٪، Enlight Pictures ۷.۷۵٪، گروه فیلم Bona ۵.۹۹٪، Wanda Media ۵.۲٪، Le Vision Pictures ۴.۱٪، Huayi Brothers. ۲۶٪، United Exhibitor Partners ۲٪، Heng Ye Film Distribution ۱.۷۷٪ و Beijing Anshi Yingna Entertainment ۱.۵۲٪ .بزرگ‌ترین زنجیره‌های سینما در سال ۲۰۱۴ بر اساس درآمد ناخالص باکس آفیس عبارتند از: خط سینمای واندا (۶۷۶.۹۶ میلیون دلار آمریکا)، ستاره فیلم چین (۳۹۳.۳۵ میلیون)، مدار تئاتر دادی (۳۷۸.۱۷ میلیون)، مدار متحد شانگهای (۳۵۵.۰۷ میلیون)، گوانگژو جینی ۳۹. میلیون)، بخش سینمای جنوبی فیلم چین (۳۱۸.۷۱ میلیون)، سینما تایم ژجیلنگ (۱۹۰.۵۳ میلیون)، خط سینمای دیجیتال گروه فیلم چین (۱۷۷.۴۲ میلیون)، خط سینمای هنگدیان (۱۷۰.۱۵ میلیون) و انجمن فیلم جدید پکن (۱۶۳.۰۹ میلیون).[1]

شرکت فیلم چین و شرکت پخش فیلمHuaxia ، دو شرکت بزرگ دولتی فیلم در چین، مشارکت خود را در فیلم‌های برتر در سال ۲۰۲۰ افزایش دادند. این افزایش مشارکت منجر به نفوذ و کنترل بیشتر دولت بر فیلم‌های اصلی شده است که می‌تواند بر محتوا و پیام‌های به تصویر کشیده شده در این فیلم‌ها تأثیر بگذارد.

پیش از این، شرکت‌های فیلم خارجی با مسائل مربوط به سانسور در چین، از جمله زمان‌بندی رقابتی اکران و تأخیر در اکران مواجه بودند. اما در سال ۲۰۱۴، یک معامله ویژه بین چین و بریتانیا انجام شد. دو کشور توافقنامه‌ای را برای ساختن فیلم در کنار یکدیگر امضا کردند. شرکت‌های بزرگ متعلق به دولت چین مانند China Film Co و Huaxia Film Distribution Co نیز شروع به ایفای نقش‌های بزرگ‌تری در این کشور کرده‌اند.

البته تغییرات در شرکت‌های فیلم چینی و ساختار صنعت نه تنها بر محتوای فیلم و فروش باکس آفیس تأثیر می‌گذارد، بلکه تنوع و فراگیر بودن صنعت را نیز به چالش می‌کشد.

[1] https://mbrellafilms.com/

تجهیزات و خدمه می‌تواند توسط امبرلا فیلمز برای تولید فیلم شما در چین ارائه شود.

شرکت امبرلا فیلمز می‌تواند طیف وسیعی از تجهیزات را متناسب با بودجه و نیازها، از لایه استاندارد گرفته تا بالاترین سطح مانند ARRI و RED در اختیار قرار دهد.

صدور مجوز

چیزی که در طول سالیان همواره مجاز بوده است؛ فیلم‌هایی با مضمون ضدژاپنی بوده است. چین یکی از آخرین صنایع فیلم کمونیستی باقی مانده را دارد. استودیوهای دولتی هنوز هم فیلم‌های تبلیغاتی و میهنی متعددی را تولید و توزیع می‌کنند که در میان فیلمسازان چینی به عنوان «ملودی اصلی» شناخته می‌شود. فیلم‌های مورد تأیید حزب کمونیست که در اوایل دهه ۲۰۰۰ منتشر شدند عبارتند از: "مائو تسه تونگ در سال ۱۹۲۵"، "قهرملنان خاموش"، درباره مبارزه فداکارانه یک زوج علیه کومیتلنگ، "قانون به بزرگی بهشت"، درباره یک پلیس زن شجاع، و "لمس کردن ۱۰۰۰۰ نفر". خانواده‌ها[1]، درباره یک مقام دولتی پاسخگو که به صدها شهروند عادی کمک کرد. بر اساس یک شمارش، بیش از ۲۰ درصد فیلم‌ها به موضوعات مرتبط با جنگ چین و ژاپن می‌پردازند که بسیاری از آنها با هدف تقویت مشروعیت دولت کمونیستی ساخته شده‌اند. از جنبه مثبت ژاپن، نقش‌های بیشتری برای بازیگران ژاپنی وجود دارد.

به دلیل ممنوعیت‌ها، محدودیت‌ها و دخالت‌ها، فیلم‌های چینی اغلب برای چینی‌ها جلب نیستند چه برسد به تماشاگران بین‌المللی. فیلم‌های چینی که به غرب راه پیدا کرده‌اند، معمولاً فیلم‌های هنرهای رزمی یا فیلم‌های هنری هستند. کارگردانان چینی‌ای که موفق به تولید آثار درجه یک شده‌اند تا حدی به این دلیل است که دولت دوست دارد کارگردانان چینی را در خارج از کشور تحسین کند و از سلطه خارجی در صنعت فیلم می‌ترسد.

فیلمنامه‌های فیلم باید توسط شرکت تولید مشترک فیلم چین، وزارت پخش، تلویزیون و فیلم و در نهایت توسط وزارت حقیقت و تبلیغات کمیته مرکزی حزب کمونیست تأیید شود. بسته به تعدادی از عوامل، این فرآیند می‌تواند از هفته‌ها تا سال‌ها طول بکشد. فیلمبرداری واقعی فیلم باید برنامه ریزی دقیقی داشته باشد.

چین طیف گسترده‌ای از مکان‌های فیلمبرداری را برای تولید فیلم شما ارائه می‌دهد. از مرکز شهری شلوغ شانگهای گرفته تا مناظر کوهستانی خیره کننده زانگجیاج. این کشور تنظیمات متنوعی را برای هر پروژه‌ای ارائه می‌دهد. با سیستم‌های حمل و نقل قابل اعتماد و مقرون به صرفه، فیلمبرداری در چین بدون

[1] https://factsanddetails.com/china/

توجه به مقیاس یا ژانر فیلم شما راحت و مقرون به صرفه است. چه به منظره شهری مدرن و چه به زیبایی طبیعی خیره کننده نیاز داشته باشید، چین مکان مناسبی برای شما دارد.

بودجه تولید فیلم

بودجه همیشه یکی از مهمترین جنبه‌های تولید فیلم در هر کجا که فیلمبرداری می‌شود است. تولیدکنندگان بودجه خط را تجزیه می‌کنند و اطلاع می‌دهند که پول سرمایه گذار در طول فرآیند تولید کجا سرمایه گذاری شده است. این فرآیند می‌تواند شفافیت را تضمین کند و تضمین کند که در حین کار هیچ هزینه پنهان یا هزینه اضافی وجود ندارد.

شرکت‌های بزرگ فیلم چینی بیشتر پول خود را از تولید و توزیع فیلم به دست می‌آورند. در مقابل، غول‌های جهانی مانند دیزنی و یونیورسال سهم بزرگی از درآمد خود را از طریق پارک‌های موضوعی، حق امتیاز، صدور مجوز و شبکه‌های رسانه‌ای به دست می‌آورند. تنها حدود ۱۵ درصد از درآمد دیزنی از ساخت فیلم به دست می‌آید.

China Film Insiderدر سال ۲۰۱۵ گزارش داد: «سه شرکت بزرگ فناوری چینBaidu - ، Alibabaو Tencent که در مجموع به عنوان BAT شناخته می‌شوند. همگی سرمایه‌گذاری زیادی روی محتوا انجام می‌دهند و استودیوهای فیلم تأسیس کرده‌اند. با این حال، جاه‌طلبی‌های آن‌ها فراتر از ساخت فیلم است، زیرا هدف آن‌ها ادغام تولید محتوا با طیف وسیعی از خطوط تجاری است که شامل فروش بلیط، فروش کالا، بازی، رسانه‌های اجتماعی و پخش آنلاین ویدیو می‌شود[1].

قوانین مالیاتی

در حال حاضر سالن‌های سینما از کل فروش بلیت مالیات ۵ درصدی دریافت می‌کنند که به صندوق ویژه فیلم مرکزی واریز می‌شود. با این حال، به گفته خبرگزاری شینهوا، اگر ۳/۲ از درآمد یک سینمای چینی از توزیع فیلم‌های چینی باشد، سینما می‌تواند نیمی از مالیات را پرداخت نکند. این معادل ۲.۵ درصد مشوق است[2].

کمیسیون مدیریت صندوق ویژه توسعه صنعت فیلم ملی تنها به سینماهایی اجازه فعالیت می‌دهد که سابقه پاک داشته باشند و در گیشه تقلب نداشته باشند. همچنین، جمهوری خلق چین یک انگیزه مالی

[1] https://www.ft.com/content/1aaabbdc-67e2-11e8-8cf3-0c230fa67aec
[2] https://factsanddetails.com

برای آن دسته از فیلم‌هایی که در خارج از کشور عملکرد خوبی دارند ایجاد کرد. گفته می‌شود که به فیلم‌هایی که بیش از ۱۵۳۰۰۰ دلار در باکس آفیس خارج از کشور کسب کنند، جایزه می‌دهد.

تأثیر این اقدام جدید مشخص نیست زیرا فیلم‌های محلی در حال حاضر در چین عملکرد قوی دارند. با این حال، این مشوق مالیاتی جدید ممکن است بر گزارش باکس آفیس تأثیر بگذارد.

قانون مالیات چین حکم می‌کند که تولید کنندگان خارجی باید ۲۰ درصد درآمد بدست آمده خود در چین را به عنوان مالیات بپردازند. با این حال مقامات مالیاتی پین ۱۰ درصد از این مالیات را برای فیلم‌هایی که بخشی از آن در چین فیلمبرداری شده و تولید شده باشد تخفیف می‌دهند و مالیات ۱۰ درصدی تخصیص می‌دهند.

سرمایه گذاری

پروفسور ژانگ شیانمین در سال ۲۰۰۹ در توصیف سیر تحول سرمایه‌گذاری در فیلم در چین نوشت: «سرمایه‌گذاری خصوصی در تولید فیلم نیز تقریباً به سه مرحله تقسیم می‌شود. اولین گام مشارکت برندها یا شرکت‌های محلی از طریق تبلیغات بود، مانند تبلیغات لوله آب برای فیلم‌های جنگ با اسلحه، تبلیغات سرمایه گذاری در املاک هاینان برای فیلم‌های هنری در ساحل. این همچنین آغاز فروپاشی سیستم استودیوهای بزرگ بود. مرحله‌ای که سرمایه گذاران خصوصی بر وضعیت خود به عنوان مالک انحصاری کپی رایت فیلم‌ها پافشاری می‌کردند در سال ۱۹۹۵ به پایان رسید. امروزه دیگر هیچ کس این کار را انجام نمی‌دهد مگر برای ارتقای یک بازیگر و این نوع سرمایه گذاران معمولاً پس از اولین فیلم خود بازنشسته می‌شوند. (منبع Zhang Xianmin :. dgeneratefilms.com، ۲۰۰۹)

گام دوم، تلاش برای همکاری است. همه، از جمله CEPA ، در مورد تأمین مالی خارج از کشور صحبت می‌کنند. رواج سرمایه در خارج از کشور و پولشویی به این معنی است که سرمایه قبل از بازگشت به خارج از کشور دنبال خواهد شد. این نوع سرمایه گذار معمولاً دو تا چهار فیلم می‌سازد. اولین مورد ممکن است یک تولید کوچک باشد، فقط برای اینکه ببینیم آب چقدر عمیق است. هنگامی که سرمایه گذاری کافی برای آزمایش آب دریافت کردند، احتمال از دست دادن پول را با احتیاط ارزیابی می‌کنند. این مرحله همچنان ادامه دارد. این فرآیند تبدیل پول داغ به تصمیمات آرام است.

به نظر می‌رسد گام سوم ترکیب بازرگانان کنفوسیوس و MBA باشد. کارشناسان مالی فارق از سرمایه فرهنگی این روزها از محبوبیت زیادی برخوردار هستند. اگرچه کارشناسان تقلبی اجتناب ناپذیر هستند، اما MBA واقعی، یا دکترا از ایالات متحده، یا روشنفکران دهه ۸۰ نیز وجود دارند. این افراد قصد دارند ده سال یا نیمی از عمر خود را در این صنعت کار کنند و هدفشان جمع آوری حداقل بیست یا حتی پنجاه عنوان فیلم با نام آنها به عنوان مالکان جزئی حق انتشار است. بسیاری از مردم، از جمله سرمایه‌گذارانی

که از طریق پولشـــویی فریب خورده‌اند، فیلم را چیزی می‌دانند که می‌تواند آنها را ســـهامدار کند. در همین حال، سرمایه‌گذاران مالی و خصوصی علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در چند شرکت بزرگ فیلم‌سازی هستند که قابل مقایسه با خرید سهام با قیمت بالاست.

قوانین نمایش فیلم

یکی از سودآورترین شاخه‌های صنعت فیلم چین، پخش است. از پولی که در سینماها گرفته می‌شد، تا اواخر دهه ۲۰۰۰، ۵۰ درصـد به صـاحب تئاتر، ۲۵ درصـد به اسـتودیو فیلم و ۲۵ درصـد به توزیع کننده می‌رسید (۳۰ درصد برای پخش کننده و ۲۰ درصد برای استودیو بود.) (Berry, 2006). یکی از صاحبان اســـتودیو عصـــبانی به رویترز گفت که او به توزیع کننده خود گفت: "ما پول را برای ســـاختن فیلم‌ها خرج می‌کنیم، همه ریسک سرمایه گذاری را می‌پذیریم، در حالی که شما هیچ کاری انجام نمی‌دهید. شما تقریباً بدون هیچ هزینه‌ای سود می‌کنید".

در اواخر دهه ۲۰۰۰، ۳۲ شـرکت توزیع در چین وجود داشـت. توزیع‌کنندگان اغلب با اسـتودیوها و زنجیره‌های تئاتر همکاری می‌کنند و علاقه‌مند به کسـب درآمد بیشـتر می‌شـوند. فیلم‌ها باید هر بار که سـفر می‌کنند مجوز جدیدی بگیرند. این پول به توزیع کنندگان می‌رسـد، که اغلب در اعطای مجوزها تا زمانی که به اندازه کافی رشوه دریافت نمی‌کنند، کند می‌شوند. در چند مورد فیلمسازان فیلم‌های خود را از استودیوها دزدیده‌اند تا در جشنواره‌های خارجی نمایش داده شوند.

یک بلاک باسـتر اسـتاندارد آمریکایی در اولین اکران، حدود یک پنجم صـفحه‌های داخلی را اشـغال می‌کند. اما در چین، یک فیلم پرفروش آمریکایی سـه پنجم اکران‌های سـینما را به خود اختصـاص می‌دهد. برخی از بلاک باسترهای داخلی می‌توانند چهار پنجم را به خود اختصاص دهند. کارگردان تحسین‌شده ژانگ ییمو به NPR گفت که او فکر می‌کند که افزایش بازار سینمای سرزمین اصلی چین باعث می‌شود کارگردانان چینی تمرکز خود را تغییر دهند. او نیز از این قاعده مسـتثنی نیسـت. ده سـال پیش، فیلم‌های او بر بازار بین المللی تکیه داشـت. برخی از منتقدان حتی به تمسـخر می‌گفتند که مخاطبان اصـلی او داوران جشـنواره‌های بین‌المللی فیلم هســـتند. (منبع: رادیو عمومی ملی، ۴ ژانویه ۲۰۱۰) اکنون، ژانگ معتقد اســـت که یک فیلم چینی می‌تواند ۱۰ برابر درآمدی که در خارج از کشور دارد، درآمد داخلی داشـته باشـد. اسـتدلال او این است که با تجاری بودن، برای روح سینمای چین با هالیوود مبارزه می‌کند.

نظارت بر تولیدات

طیف گسترده‌ای از فیلم‌ها در چین از طریق سرویس‌های پخش مانند Youku و Sohu در دسترس هستند. حضور فرمت‌های جدید و شرکت‌های تولید بزرگ با پلتفرم‌های پخش خود، مانند Tencent Pictures و iQIYI با پشتیبانی از Baidu چشم‌انداز سینمایی در چین را تکان داده و آن را در سال‌های اخیر به طرز چشمگیری تغییر داده است. در عین حال، دولت چین همچنان فیلم‌های پرفروش میهن‌پرستانه خود را تحت فشار قرار می‌دهد و قوانین سانسور سخت‌گیرانه اما اغلب دشواری را حفظ می‌کند که موانعی را برای کارگردان‌هایی که بخواهند فیلم‌هایشان را وارد سینما کنند ایجاد می‌کند.

استنلی رز، استاد دانشگاه کالیفرنیای جنوبی که مشغول مطالعه فیلم چینی است، در فارین پالیسی نوشت، سیستم چینی اهداف چندگانه و در عین حال متناقض را دنبال می‌کند. دولت اهداف تولید و مجوز فیلم را مدیریت می‌کند در حالی که بازار سرمایه گذاری تولید و تبلیغ فیلم را تعیین می‌کند. بنابراین، دولت مداخله می‌کند تا اطمینان حاصل کند که فیلم‌های درست سیاسی ساخته و توزیع می‌شوند، اما محصولات حاصل باید در بازاری که صرفاً به دوام تجاری مربوط می‌شود، تأمین شود.

ویوو اندرو جیکوبز در نیویورک تایمز نوشت: «دولت دست سنگینی بر تولیدات و واردات داخلی دارد، فیلمنامه‌ها را سرهم می‌کند، محتوا را سانسور می‌کند و از تمام ژانرها جلوگیری می‌کند. مقررات اخیر شامل ممنوعیت صحنه‌هایی است که مشروبات الکلی و سیگار کشیدن بیش از حد را نشان می‌دهد و توطئه‌هایی که قهرمانان انقلابی و مقامات دولتی را بدنام می‌کند. (نیویورک تایمز ۱۷ ژوئیه ۲۰۱۱)

سانسور

دفتر فیلم در اداره دولتی مطبوعات، انتشارات، رادیو، فیلم و تلویزیون چین (SAPPRFT) تنظیم کننده اصلی و سانسور کننده فیلم‌ها است. در سال ۲۰۱۰، در مجموع ۵۲۶ فیلم تأیید شده ساخته شد. این سازمان به نام اداره دولتی رادیو، فیلم و تلویزیون، که به نام SARFT نیز شناخته می‌شود، شکایت کرد.

نمایش‌ها و فیلم‌های تلویزیونی توسط سازمان‌های مختلف دولتی تأیید و سانسور می‌شوند. موضوعات تابو شامل رابطه جنسی آشکار، برهنگی، خشونت تصویری، قمار، زنا، ارواح و انتقاد از حزب کمونیست است.

به طور سنتی هیچ سیستم رتبه بندی وجود نداشته است. فیلمی که در چین ساخته شده است برای افراد در هر سنی از جمله کودکان قابل قبول است. در سال‌های اخیر بحث‌هایی در مورد راه اندازی سیستم رتبه بندی مطرح شده است.

کارهای زیادی انجام شـده تا عوامل خارجی بر سـانسـورچیان تأثیر نگذارد. سـانسـورچی‌ها به طور تصـادفی به فیلم‌ها اختصـاص می‌یابند و نمی‌دانند چه چیزی را زودتر از موعد می‌بینند. پیشـنهادات آن‌ها به عنوان نظر رسمی SAPPRFT بدون هیچ اطلاعاتی مبنی بر اینکه چه کسی درگیر بوده است منتشر می‌شود تا از ارتباط بین سانسورچی‌ها و استودیوها جلوگیری شود.

کـارگردان فیلم، لو چوان، در مورد نـاامیـدی کـه از رد شـــدن تقریبـاً همـه فیلمنـامـه‌هـایش برای کارتون‌های مربوط به طلسـم‌های المپیک احسـاس کرد، به لس آنجلس تایمز گفت: «هر شـخصـیت باید کامل باشد. شما نمی‌توانستید خشونت یا خون داشته باشید، که به معنای عدم درگیری یا نمایش بود. خلق چیزی غیرممکن بود. در نهایت نمی‌خواستم دو سال از عمرم را با این تبلیغات تلف کنم، بنابراین استعفا دادم».

اسـتن روزن از مرکز مطالعات آسـیای شـرقی در دانشـگاه کالیفرنیای جنوبی، با توضـیح اینکه چرا هالیوود می‌تواند فیلمی محبوب درباره معروف‌ترین حیوان و ورزش چین بســـازد و چین نمی‌تواند، به لس آنجلس تایمز گفت: «با توجه به پوشـش سـیاسـی، این کار دشوار می‌شود. چین برای ساختن فیلم، اگر با یک پاندای چاق و تنبل، یک نماد ملی شـروع کنید، حتماً یک نفر می‌آید و می‌گوید: "ما نمی‌توانیم تصـویری به دنیا بدهیم، چین چاق و تنبل است".

در سـال ۲۰۱۸، یک وبلاگ نویس چینی نودر یادداشـتی عنوان کرد: «انواع محتوای شـامل تاریخ، ارتش و انقلاب که دلسـرد کننده باشـد بیشـتر مورد بررسـی قرار می‌گیرند.» پدیدآورندگان از «اقتباس‌های خرابکارانه» از رویدادهای تاریخی منع شده‌اند و محتوا باید مطابق با روایت‌های رسمی شخصیت‌های تاریخی باشـد. همچنین به پدیدآورندگان توصـیه می‌شـود که بر زندگی افراد عادی تمرکز کنند و از مسـائل گسـترده نظم اجتماعی و وضعیت ملی اجتناب کنند.

برخی از مقررات دیگر عبارتند از:

۱. جمهوری چین، دولت بی یانگ و جنگ سالاران آن را تحسین نکنید.
۲. داستان‌های مربوط به سن بلوغ باید از عاشقانه، جنایت و خشونت اجتناب کنند.
۳. داسـتان‌های جنایی باید توسـط وزارت امنیت عمومی تأیید شـود و ممکن اسـت حاوی جزئیات زیادی در مورد جرم نباشد.
٤. افراد مشهوری که در جنایات مواد مخدر یا جنسی گرفتار شده‌اند نباید نمایش داده شوند.
٥. همجنس گرایی محترم اســت، اما محتوای همجنس گرا یا شــخصــیت‌های همجنس گرا مجاز نیست.
٦. سلاح یا جنگ را تبلیغ نکنید. کشورهای غربی را به عنوان دشمنان خیالی معرفی نکنید.
۷. داسـتان‌ها را می‌توان از بازی‌ها اقتباس کرد، اما بازیکنان بازی نمی‌توانند شـخصـیت‌های اصـلی باشند.

این یادداشت همچنین خودسانسوری را تشویق می‌کند. برای جلوگیری از خطرات احتمالی سانسور، از دوستان بخواهید ابتدا کار شما را بررسی کنند. (Yang, 2016)

فراوانی

بر اساس درآمدهای جهانی باکس آفیس، چین اکنون بزرگترین بازار فیلم در جهان است. چین برای اولین بار در سال ۲۰۲۰ آمریکا را در زمان قرنطینه کووید-۱۹ که به سینماها اجازه داد زودتر بازگشایی شوند؛ شکست داد، در آن سال، باکس آفیس چین ۳ میلیارد دلار در مقایسه با ۲.۲ میلیارد دلار در ایالات متحده به فروش رسید. چین دومین صنعت سینمای بزرگ جهان پس از ایالات متحده از نظر پولی قبل از شیوع ویروس کرونا در اوایل سال ۲۰۲۰ بود. در سال ۲۰۱۵، درآمد باکس آفیس در چین بیش از ۶.۵ میلیارد دلار بود، در مقایسه با ۱۱ میلیارد دلار در آمریکای شمالی، با احتساب درآمد تبلیغات سینما. در سال ۲۰۱۹، چین ۹.۳ میلیارد دلار در مقایسه با ۱۱.۴ میلیارد دلار در ایالات متحده درآمد داشت. (Adario Strange، Quartz، ۱۲ نوامبر ۲۰۲۱)

سالانه حدود ۸۰۰ فیلم در چین ساخته می‌شود. چین در کنار ایالات متحده و هند یکی از بزرگترین تولیدکنندگان فیلم در جهان است. صنعت فیلم چین در سال ۲۰۰۹ بیش از ۵۰۰ فیلم تولید کرد، در مقایسه با ۱۰۰ فیلم در سال ۲۰۰۲. در سال ۲۰۱۰ بیش از ۵۲۰ فیلم ساخته شد - تقریباً به اندازه آمریکا. فقط هند بیشتر تولید کرد. تنها تعداد کمی از فیلم‌های چینی به سینماها راه پیدا می‌کنند، و بسیاری از این فیلم‌ها توسط گروه دولتی فیلم چین تولید می‌شوند[1].

[1] https://factsanddetails.com

دستورالعمل‌های تولید فیلم در انگلستان

بریتانیا بیش از یک قرن است که صنعت فیلم قابل توجهی داشته است. در حالی که تولید فیلم در سال ۱۹۳۶ به اوج خود رسید. معمولاً تصور می‌شود که «عصر طلایی» سینمای بریتانیا در دهه ۱۹۴۰ اتفاق افتاده است که طی آن کارگردانان دیوید لین، مایکل پاول، و کارول رید تحسین شده ترین آثار خود را تولید کرد. بسیاری از بازیگران بریتانیایی موفقیت‌های منتقدانه و شهرت جهانی کسب کرده‌اند، مانند آدری هپبورن، اولیویا دی هاویلند، ویوین لی، گلینیس جانز، مگی اسمیت، لارنس اولیویه، مایکل کین، شان کانری، ایان مک‌کلن، جوآن کالینز، جودی دنچ، جولی اندروز، دنیل دی لوئیس، گری اولدمن، اما تامپسون، آنتونی هاپکینز و کیت وینسلت برخی از فیلم‌هایی که بیشترین بازدهی را داشته‌اند در بریتانیا ساخته شده‌اند، از جمله چهارمین و پنجمین فرنچایز پرفروش فیلم (هری پاتر و جیمز باند).

در سال ۲۰۰۹، فیلم‌های بریتانیایی حدود ۲ میلیارد دلار در سرتاسر جهان به دست آوردند و سهم بازاری در حدود ۷ درصد در سطح جهانی و ۱۷ درصد در بریتانیا به دست آوردند. مجموع فروش باکس آفیس بریتانیا در سال ۲۰۱۲ به ۱.۱ میلیارد پوند رسید، با ۱۷۲.۵ میلیون پذیرش.[1]

آیین نامه‌ها

قانون فیلم ۱۹۸۵ انگلیس

تأمین مالی صنعت فیلم بریتانیا مدت‌هاست موضوع قوانین خاصی بوده است. شرکت ملی مالی فیلم توسط قانون تولید فیلم سینماتوگراف (وام‌های ویژه) در سال ۱۹۴۹ تأسیس شد. قانون تولید فیلم سینمایی (وام‌های ویژه) در سال ۱۹۵۲ به شرکت مالی فیلم ملی این قدرت را داد که از منابعی غیر از هیئت تجارت وام بگیرد.

سایر قوانین مربوط به امور مالی فیلم، قانون تولید فیلم سینمایی (وام‌های ویژه) ۱۹۵۴ و قوانین فیلم ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ بودند. شورای فیلم‌های سینماتوگراف توسط قانون فیلم‌های سینماتوگراف در سال ۱۹۴۸ تأسیس شد، اما مانند شرکت ملی مالی فیلم، این شورا توسط قانون فیلم ۱۹۸۵لغو شد.

قانون فیلم‌های سینماتوگراف در سال ۱۹۵۷ آژانس صندوق فیلم بریتانیا را تأسیس کرد و مالیات داوطلبانه سابق بر غرفه‌داران را که به نام «هزینه ایدی» شناخته می‌شد، وضع کرد. قرار بود پول آسانی به آژانس صندوق فیلم بریتانیا پرداخت شود که به نوبه خود مسئول پرداخت به فیلمسازان بریتانیایی، بنیاد فیلم کودکان، شرکت ملی مالی فیلم، موسسه فیلم بریتانیا و آموزش فیلمسازان بود. قانون مالی مالیات فیلم

[1] https://www.cinemapress.ir/

۱۹۸۱ مقررات مربوط به آژانس و مالیات غرفه داران را یکپارچه کرد. آژانس در سال ۱۹۸۸ بر اساس یک دستور قانونی که بر اساس قانون فیلم ۱۹۸۵ صادر شد منحل شد.

مؤسسه فیلم بریتانیا بودجه خود را از کمک‌های مالی که توسط شورای خصوصی از صندوق سینماتوگراف که بر اساس قانون سرگرمی‌های یکشنبه ۱۹۳۲ تأسیس شده بود و همچنین از درآمدهای حاصل از اشتراک، فروش و اجاره فیلم‌ها را به دست می‌آورد. قانون مؤسسه فیلم بریتانیا در سال ۱۹۴۹ اجازه می‌داد تا کمک‌های مالی از پارلمان به مؤسسه فیلم بریتانیا داده شود، همانطور که رئیس شورای خصوصی صلاح می‌داند.

قانون فیلم ۱۹۸۵ آژانس صندوق فیلم بریتانیا را منحل کرد. این قانون همچنین شورای فیلم سینماتوگراف را لغو کرد و شرکت ملی فیلم مالی را منحل کرد و دارایی‌های آن را به British Screen Finance Limited منتقل کرد.

این قانون قوانین فیلم ۱۹۶۰-۱۹۸۰ را ملغی کرد و همچنین برخی از مفاد قوانین مالی ۱۹۸۲ و ۱۹۸۴ را ملغی کرد و مقررات جدیدی را برای تعیین اینکه آیا فیلمی «بریتانیایی» واجد شرایط دریافت کمک هزینه سرمایه است یا نه؛ جایگزین کرد.

شرایط تولید و مجوز

مرجع صدور گواهی

یک فیلم بریتانیایی فیلمی است که توسط وزیر امور خارجه دیجیتال، فرهنگ، رسانه و ورزش مطابق جدول ۱ قانون فیلم ۱۹۸۵ تأیید شده است. وزیر امور خارجه به توصیه واحد صدور گواهینامه بی اف آی فیلم‌ها را تأیید می‌کند و هرگونه سؤال در این مورد باید به آنها ارسال شود.

برای فیلمبرداری در فضاهای عمومی باید از مقامات محلی و پلیس مجوز گرفت. لندن به ۳۳ محله جداگانه تقسیم شده است و هر کدام دارای خدمات فیلم Borough Film (BFS) مخصوص به خود برای رسیدگی به درخواست‌های فیلمبرداری برای تمام مکان‌های مدیریت شده توسط مقامات محلی است[1]. این‌ها عبارتند از خیابان‌ها، املاک، مشاعات، تالارهای شهر، مدارس، مراکز خرید و مراکز تفریحی.

برخی از مناطقی که شبیه خیابان‌های عمومی به نظر می‌رسند، در واقع مالکیت خصوصی یا مدیریت شده‌اند. مناطق "عمومی" لندن توسط تعدادی آژانس مدیریت می‌شود از جمله: پارک‌های سلطنتی، میدان ترافالگار، مجلس، خیابان خدمه کوچک، نقاط دیدنی محبوب و مکان‌های خصوصی.

[1] https://www.writing-world.com/screen/film1.shtml

از هر مکانی که استفاده می‌کنید، مهم نیست که چقدر عمومی به نظر می‌رسد، احتمالاً باید به آن اطلاع دهید یا از کسی اجازه بگیرید. تأثیر عدم اطلاع رسانی به مقامات مربوطه می‌تواند منجر به استقرار منابع غیرضروری پلیس شود و می‌تواند فیلمبرداری و جامعه محلی را مختل کند.

اگر خارج از فروشگاه یا رستوران فیلم می‌گیرید، برای نشان دادن نام یا علامت تجاری آن نیازی به مجوز ندارید – اما اگر مکان انتخابی برای ارسال پیام منفی در فیلم شما استفاده می‌شود (مثلاً فیلمی درباره «غذای رستوران مسموم») ممکن است روند قانونی را به خطر بیندازد.

قوانین مالیاتی

برای واجد شرایط بودن برای تخفیف مالیاتی فیلم، باید هر یک از سه شرط زیر را داشته باشد:

- فیلم باید برای اکران در سینما در نظر گرفته شود
- فیلم باید دارای گواهینامه بریتانیایی باشد
- حداقل ۲۵ درصد از هزینه اصلی فیلم باید هزینه بریتانیا باشد. [1]

برای گسترش صنعت تولید بریتانیا، اعتبار هزینه‌های سمعی و بصری و اعتبار هزینه بازی‌های ویدیویی جایگزین معافیت‌های مالیاتی قبلی برای فیلم، تلویزیون و بازی‌های ویدیویی خواهد شد.

بریتانیا مقصدی محبوب برای فیلمبرداری فیلم‌های پرفروش هالیوود مانند باربی و ونکا است. با این حال، سقف معافیت مالیاتی بریتانیا به این معنی است که کار روی جلوه‌های بصری اغلب به کشورهایی مانند کانادا، هند و استرالیا می‌رود.

نیل هاتون، مدیر اجرایی اتحادیه صفحه نمایش بریتانیا، که یک نهاد صنعتی است، گفته است که بریتانیا "در خطر از دست دادن موقعیت خود به عنوان یک رهبر جهانی در این زمینه است" زیرا سرمایه گذاری در بریتانیا راکد بود، در حالی که سایر کشورها مالیات خود را اعمال کرده بودند.

وزارت خزانه داری گفت که بر اساس این سیستم جدید، یک تولید تلویزیونی کودکان، تولید تلویزیونی انیمیشن یا فیلم با یک میلیون پوند هزینه واجد شرایط، ۴۲۵۰۰ پوند اضافی معافیت مالیاتی دریافت خواهد کرد. یک تولید تلویزیونی سطح بالا، تولید فیلم یا بازی ویدیویی ۵۰۰۰ پوند تخفیف دریافت خواهد کرد. افزایش کمک برای انیمیشن به فیلم‌های انیمیشن و همچنین برنامه‌های تلویزیونی گسترش خواهد یافت.

[1] https://screenaustralia.gov.au/funding-and-support/producer-offset/guidelines/qualifying-expenditure

صنعت فیلم بریتانیا تا حدی به لطف یک طرح تشویقی که به استودیوهای هالیوود اجازه می‌دهد از سال ۲۰۰۷ تا کنون ۲۵ درصد تخفیف مالیاتی بر هزینه‌های تولید بریتانیا درخواست کنند، پیشرفت کرده است، که در سال ۲۰۱۵ به فیلم‌هایی با تمام سطوح بودجه تعمیم داده شد.

هاتون گفت که اقدامات جدید به این معنی است که فیلم و تلویزیون از ۰.۵٪ تخفیف مالیاتی سخاوتمندانه بیشتر، نرخ خالص ۲۵.۵٪ بهره مند می‌شوند. این در مورد بازی‌های ویدیویی نیز صدق می‌کند.

انیمیشن سود بیشتری خواهد برد. کاهش مالیات بر هزینه‌های اصلی تولید، از ۲۵ درصد به ۲۹.۲۵ درصد افزایش یافته است. هاتون گفت: «این یک پیشرفت قابل توجه برای انیمیشن است.

وی خاطرنشان کرد که ایرلند ۳۲ درصد تخفیف مالیاتی برای انیمیشن، کانادا ۴۳ درصد و جزایر قناری ۵۰ درصد تخفیف مالیاتی ارائه کرده است. هاتون افزود: «آن‌ها واقعاً به دنبال آن هستند.

مانع دیگری که جلوی بریتانیا را می‌گیرد این است که اعتبارات مالیاتی فقط برای ۸۰ درصد اول بودجه بریتانیا اعمال می‌شود و استودیوها را وادار می‌کند تا برخی از آثار را به کشورهای دیگر منتقل کنند. هاتون گفت که اتحادیه صفحه نمایش بریتانیا در تلاش است تا سقف جلوه‌های بصری برداشته شود و کاهش مالیات در این زمینه تا "اواسط دهه ۳۰" افزایش یابد. او امیدوار است که این امر در بودجه ۶ مارس اتفاق بیفتد و افزود که می‌تواند ۳۰۰۰ شغل با فناوری پیشرفته ایجاد کند.

اعتبار مالیاتی بسیار خوبی برای فیلمبرداری در بریتانیا وجود دارد.. همچنین از نظر گروه‌ها و مکان‌ها و زیرساخت‌های استودیو، بریتانیا شهرت بسیار خوبی دارد.

چهار تا از بزرگ‌ترین شرکت‌های جلوه‌های بصری جهانFramestore - ، Cinesite، MPC و DNEG - راه‌اندازی شدند و دفتر مرکزی آنها هنوز در بریتانیا است، اما در سال‌های اخیر بر توسعه خارج از کشور تمرکز کرده‌اند.

نایجل هادلستون، وزیر مالی خزانه داری، گفت: «ما با این سیستم جدید، سخاوتمندانه‌تر از اعتبار مالیاتی استعدادهای تولید فیلم در بریتانیا، مانند باربی، دره شاد و Grand Theft Auto حمایت می‌کنیم. بریتانیا یک رهبر جهانی در خلاقیت است و ما می‌خواهیم با آسان‌تر کردن پیشرفت فیلم، تلویزیون و بازی‌های ویدیویی بریتانیا، اطمینان حاصل کنیم که این امر در آینده نیز ادامه خواهد داشت.»

معافیت مالیاتی فیلم

برای تمام فیلم‌های واجد شرایط بریتانیا با هر سطح بودجه، شرکت تولید فیلم (اف پی سی) می‌تواند تخفیف نقدی قابل پرداخت تا سقف ۲۵ درصد از هزینه‌های واجد شرایط بریتانیا را مطالبه کند.

معافیت مالیاتی ۸۰٪ از هزینه اصـلی محدود شـده اسـت، یعنی حتی اگر ۱۰۰٪ هزینه‌های واجد شـرایط انگلسـتان را داشـته باشـد، تخفیف مالیاتی فقط تا ۸۰٪ قابل پرداخت اسـت. هیچ محدودیتی برای بودجه فیلم یا میزان تخفیف قابل پرداخت در سقف ۸۰ درصد وجود ندارد.[1]

واجد شرایط بودن به عنوان محصول مشترک بریتانیا

بریتانیا با اسـترالیا، کانادا، چین، فرانسـه، هند، اسـرائیل، جامائیکا، مراکش، نیوزیلند، سـرزمین‌های فلسطینی اشغالی و آفریقای جنوبی قراردادهای تولید مشـترک فیلم امضا کرده است. از این میان، اسـترالیا، کانادا، نیوزلند، اسرائیل و سرزمین‌های اشغالی فلسطین نیز امکان اجرای برنامه‌های تلویزیونی را دارند.

- باید یک شـرکت تولیدی بریتانیایی وجود داشـته باشـد که مسـئول تمام عناصـر بریتانیایی تولید از ابتدا تا تکمیل باشد.
- باید شرکت‌های تولیدی مربوطه در سایر کشورهای طرف تولید کننده وجود داشته باشد.
- در هر کشـور باید یک تولیدکننده مشـترک وجود داشـته باشـد و در هر کشـور درخواسـتی ارائه شود.
- تصمیم به طور مشترک توسط مقامات در هر کشور اتخاذ خواهد شد.
- سهم فیلمسازی از هر کشور متناسب با بودجه هر کشور خواهد بود.

اف پی سـی مسـئول فیلم در شـبکه مالیات شـرکت بریتانیا اسـت و باید مقدمات پیش تولید، فیلمبرداری اصلی و تحویل را فراهم کند.[2]

فیلم‌های واجد شرایط: فیلم بریتانیایی

فقط فیلم‌هایی که به‌عنوان فیلم بریتانیایی تأیید شـده‌اند، واجد شـرایط تخفیف مالیاتی فیلم اف تی آر هسـتند. چنین گواهینامه‌ای ممکن اسـت موقت باشـد، در صـورتی که فیلم تکمیل شـده باشـد و یا نهایی باشد حتی اگر هنوز کامل هم نشده باشد، می تواند گواهینامه را دریافت نماید.

مرجع صدور گواهی

یک فیلم بریتانیایی فیلمی اسـت که توسـط وزیر امور خارجه دیجیتال، فرهنگ، رسـانه و ورزش مطابق جدول ۱ قانون فیلم ۱۹۸۵ تأیید شده است. وزیر امور خارجه به توصیه واحد صدور گواهینامه بی اف آی[3] فیلم‌ها را تأیید می‌کند و هرگونه سؤال در این مورد باید به آنها ارسال شود.

[1] https://moondancefilmfestival.com/
[2] https://certification.stage32.com
[3] BFI

سه راه وجود دارد که یک فیلم می‌تواند به عنوان بریتانیایی شناخته شود:

- انجام آزمون فرهنگی درج شده در جدول ۱ قانون فیلم ۱۹۸۵
- رعایت شـرایط یکی از معاهدات دوجانبه تولید مشـترک بریتانیا یا شـرایط کنوانسـیون اروپایی در زمینه تولید مشترک سینمایی
- در تمام موارد، فیلم باید به طور رسـمی برای واجد شـرایط بودن برای اف تی آر[1] تأیید شود.

فیلم‌های واجد شرایط: حداقل هزینه بریتانیا

از ۱ ژانویه ۲۰۰۷ تا ۳۱ مارس ۲۰۱۴ برای واجد شـرایط بودن برای تخفیف مالیاتی فیلم اف تی آر حداقل ۲۵٪ از هزینه اصلی اف پی سی[2] برای فیلم باید در بریتانیا هزینه شود. برای فیلم‌هایی که تا ۱ آوریل ۲۰۱۴ تصویربرداری اصلی آنها تکمیل نشده است، این سطح از هزینه به ۱۰٪ کاهش می‌یابد.

تولیدات مشترک

در مورد تولید مشـترک، ۲۵٪ یا ۱۰٪ (هر کدام که اعمال می‌شـود) شـرط هزینه در بریتانیا با توجه به مخارج متحمل شده توسط همه تهیه کنندگان مشترک تعیین میگردد و نه فقط هزینه هایی که شرکت تولید فیلم بریتانیا (اف پی سی) متحمل شده است[3].

مثال

کل هزینه اصلی فیلم ۱۰ میلیون پوند است که ۳ میلیون پوند آن هزینه در بریتانیا است. ۲ میلیون پوند از این مخارج توسط تهیه کننده مشترک بریتانیا متحمل می‌شود و ۱ میلیون پوند باقیمانده توسط تهیه کننده مشترک فرانسوی متحمل می‌شود.

از آنجایی که ۳۰ درصد از کل هزینه‌های اصلی فیلم مربوط به هزینه‌های بریتانیا است، فیلم حداقل آستانه مخارج بریتانیا را برآورده می‌کند و به شرط انجام سایر آزمایش‌ها، اف پی سی بریتانیا بر اساس معیار اصلی بریتانیا از تخفیف مالیاتی فیلم برخوردار خواهد شد.

هیچ تعهدی برای انجام کلیه فعالیت‌های تولیدی در انگلسـتان وجود ندارد. می‌توان با اجرای عناصـری از فرآیند تولید در بریتانیا، واجد شـرایط تخفیف مالیاتی فیلم بریتانیا شـد. حتی اگر فقط عناصـر

[1] FTR
[2] FPC
[3] https://entertainmentlaw.uslegal.com/

خاصی از فرآیند تولید در بریتانیا اتفاق بیفتد، ضروری است که در اسرع وقت در اف پی سی بریتانیا به منظور واجد شرایط بودن برای تخفیف مالیاتی فیلم انگلستان ثبت شود.

مطالعه موردی

فیلمنامه‌ای که در ایالات متحده ساخته شده است برای فیلمبرداری اصلی خود باید در مکانی با تپه‌های شنی فیلم‌برداری شود و استودیو/تهیه‌کننده می‌خواهد ضبط را به بریتانیا بیاورد.

از آنجایی که پروژه تمام معیارهای واجد شرایط را برآورده می‌کند، یعنی اف پی سی بریتانیا در طول آماده سازی اولیه در بریتانیا گنجانده شده است، ضبط در بریتانیا انجام می‌شود و در صورتی که هزینه‌هایی که در بریتانیا انجام شده است بیش از حداقل ۱۰ درصد هزینه ها باشد، هزینه‌های ضبط VFX/post/soundtrackبرای تخفیف مالیاتی فیلم بریتانیا واجد شرایط خواهد بود.

علاوه بر هزینه‌های ضبط VFX/post/soundtrack که واجد شرایط تخفیف مالیاتی فیلم بریتانیا هستند، هزینه‌های «خنثی» (هزینه‌های واجد شرایط که در سراسر فرآیند تولید پخش می‌شوند، از جمله تهیه‌کنندگان ارشد، نویسندگان، کارگردان، بیمه‌ها) نیز در حین فعالیت در بریتانیا واجد شرایط خواهند بود. یعنی اگر هزینه‌های ضبط VFX/post/soundtrack به ۲۰٪ از کل مخارج اصلی برسد، ۲۰٪ از هزینه‌های "خنثی" نیز در حالی که فعالیت در بریتانیا مستقر است واجد شرایط خواهد بود[1].

قوانین نمایش فیلم

هیئت رده‌بندی فیلم بریتانیا بی بی اف سی (قبلاً هیئت سانسور فیلم بریتانیا)؛ یک سازمان غیردولتی است که توسط صنعت فیلم بریتانیا در سال ۱۹۱۲ تأسیس شد و مسئول ملی طبقه‌بندی و سانسور فیلم‌های نمایش داده شده در سینماها و آثار ویدیویی است.[۲] مانند برنامه‌های تلویزیونی، تریلرها، تبلیغات، اطلاعات عمومی/فیلم‌های تبلیغاتی، منوها، محتوای جایزه، و غیره که در رسانه‌های فیزیکی در بریتانیا منتشر می‌شوند. این یک الزام قانونی برای طبقه‌بندی تمام آثار ویدیویی منتشر شده بر رویVHS ، DVD، Blu-rayشامل فرمت‌های ۳ Dو ۴K UHD، و تا حدی کمتر، برخی بازی‌های ویدیویی تحت قانون ضبط ویدیویی ۱۹۸۴ است.

[1] https://screenaustralia.gov.au/funding-and-support/producer-offsetExternal
www.eig.org.uk
[2] https://www.gov.uk/hmrc-internal-manuals/film-production-company-manual

نظارت بر تولیدات

تاریخچه و مرور کلی

بی بی اف سی[1] در سال ۱۹۱۲ به عنوان هیئت سانسورکننده فیلم بریتانیا توسط اعضای صنعت فیلم تأسیس شد که ترجیح می‌دادند سانسور خود را مدیریت کنند تا اینکه دولت ملی یا محلی این کار را برای آنها انجام دهد. بی بی اف سی در ۱ ژانویه ۱۹۱۳ شروع به کار کرد.

قانون سینماتوگراف ۱۹۰۹ سینماها را ملزم به داشتن مجوز از مقامات محلی می‌کرد. بنابراین، قانون ۱۹۰۹ امکان اعمال سانسور را فراهم کرد[2].

بر خلاف اداره کد تولید آمریکا، که فهرست کتبی از تخلفات را در کد تولید تصاویر متحرک خود داشت، بی بی اف سی کد مکتوب نداشت و در ترجمه خود برای تولیدکنندگان مبهم بود که چه چیزی نقض مقررات است. با این حال، در سال ۱۹۱۶ زمانی که رئیس وقت بی بی اف سی، تی پی اوکانر، چهل و سه تخلف را از گزارش‌های سالانه بی بی اف سی ۱۹۱۳-۱۹۱۵، در جریان شورای ملی اخلاق عمومی: کمیسیون تحقیق سینما (۱۹۱۶) فهرست کرد، تا حدودیموارد نقض مقررات روشن شد، این‌ها عبارت بودند از[3]:

عناوین و زیرنویس‌های نامطلوب، مبهم و بی‌احترامی، ظلم به حیوانات، رفتار بی‌احترامی با موضوعات مقدس، صحنه‌های مستی بیش از حد، لوازم مبتذل در صحنه پردازی،شیوه عمل جنایتکاران، ظلم به نوزادان خردسال و ظلم و شکنجه بیش از حد نسبت به بزرگسالان به ویژه زنان، نمایشگاه غیر ضروری زیرپوش،نمایشگاه خونریزی فراوان، فیگورهای برهنه، ابتذال توهین آمیز و ناشایست در رفتار و پوشش، رقص بی ادب،صحنه‌های عاشقانه بیش از حد پرشور، صحنه‌هایی که تمایل به تحقیر شخصیت‌ها و نهادهای عمومی دارند، وحشت واقع گرایانه از جنگ،حوادثی که تمایل به تحقیر متحدان سیاسی دارد، صحنه‌هایی که یونیفورم پادشاه را برای تحقیر یا تمسخر استفاده می‌کنند، موضوعات مربوط به هند، که در آن افسران بریتانیایی در منظری نفرت انگیز دیده می‌شوند، و در غیر این صورت تلاش می‌شود به بی وفایی افسران بریتانیایی، کشورهای بومی یا بدنام کردن اعتبار بریتانیا در امپراتوری اشاره کند، بهره برداری از حوادث تلخ جنگ، قتل‌های وحشتناک و صحنه‌های خفه کردن، اعدام‌ها، عادت به مواد مخدر، مانند تریاک، مرفیا، کوکائین و غیره، موضوعات مربوط به اغوای از پیش برنامه ریزی شده دختران، صحنه‌هایی حاکی از بی اخلاقی، موقعیت‌های جنسی نامطلوب، موقعیت‌هایی که روابط ظریف زناشویی را برجسته می‌کند، زن و مرد در رختخواب با هم، روابط نامشروع، فحشا و دادگستری، حوادثی که بیانگر ارتکاب واقعی تجاوزات جنایی به زنان است، صحنه‌هایی که تأثیر بیماری‌های مقاربتی، ارثی یا اکتسابی را نشان می‌دهد، حوادث حاکی از روابط محارم، مضامین و ارجاعات مربوط به خودکشی نژادی، مادی نشان دادن چهره متعارف مسیح.

[1] BBFC

[2] https://filmlondon.org.uk/production-finance-market/new-talent-strand

[3] https://screenaustralia.gov.au/funding-and-support/producer-offset/guidelines/qualifying-expenditure

در مورد فیلم‌هایی که در سینماها نمایش داده می‌شوند، مقامات محلی مجوز قانونی نهایی را در اختیار دارند که چه کسی می‌تواند یک فیلم خاص را ببیند. اکثر مواقع، مقامات محلی توصیه هیئت مدیره برای صدور گواهی برای یک فیلم را می‌پذیرند. استثناهای قابل توجهی وجود داشته است - به ویژه در دهه ۱۹۷۰ که هیئت مدیره اجازه داد فیلم‌هایی مانند آخرین تانگو در پاریس (۱۹۷۲) و جن گیر (۱۹۷۳) با گواهی X (که اساساً همان فیلم "۱۸" امروزی است) اکران شوند. بسیاری از مقامات محلی بدون توجه به ممنوعیت فیلم‌ها تصمیم گرفته‌اند. سی و نه مقام محلی در بریتانیا یا ممنوعیت کامل، یا یک گواهی X را بر زندگی برایان مونتی پایتون (۱۹۷۹) اعمال کردند، که بی بی اف سی آن را به عنوان AA (مناسب برای سنین ۱۴+) رتبه‌بندی کرده بود.

سانسور

سانسور در بریتانیا سابقه طولانی دارد و گاهی قوانین سختگیرانه و گاهی سست در زمان‌های مختلف وجود دارد. شهروندان بریتانیایی بر اساس قانون عرفی دارای حق برای آزادی بیان هستند. در سال ۱۹۹۸، انگلستان کنوانسیون اروپایی و تضمین آزادی بیان آن در ماده ۱۰ را در قوانین داخلی خود تحت قانون حقوق بشر گنجاند.

با این حال، طیف گسترده‌ای از استثنائات وجود دارد؛ از جمله تهدید، توهین یا رفتارهایی که قصد یا احتمال ایجاد آزار، هشدار یا ناراحتی یا ایجاد اختلال در صلح را دارند، تحریک به نفرت نژادی، تحریک به نفرت مذهبی، تحریک به تروریسم از جمله تشویق تروریسم و انتشار نشریات تروریستی، تمجید از تروریسم، جمع آوری یا در اختیار داشتن یک سند یا پرونده حاوی اطلاعاتی که احتمالاً برای یک تروریست استفاده می‌شود، محاصره یا تصور مرگ پادشاه، فتنه، بی حیایی از جمله فساد اخلاق عمومی و توهین به عفت عمومی، افترا، خویشتن داری قبلی، محدودیت در گزارش دادگاه از جمله اسامی قربانیان و شواهد و پیش داوری یا مداخله در روند دادگاه، ممنوعیت مصاحبه پس از محاکمه با هیئت منصفه، محدودیت زمانی، نحوه و مکان، آزار و اذیت، افشای اسرار تجاری، مطالب طبقه بندی شده، کپی رایت، حق ثبت اختراع، رفتار نظامی، و محدودیت در گفتار تجاری مانند تبلیغات.

شرکت‌های فیلم سازی

اتحادیه‌ها

اتحادیه‌های بریتانیا در مورد نرخ دستمزد و شیوه‌های کاری راهنمایی و پشتیبانی می‌کنند.

اتحادیه کارگری بریتانیا[1] برای مجریان حرفه‌ای و متخصصان خلاق است.

اتحادیه رسانه و سرگرمی بریتانیا[2]، پخش، سینما، فیلم، رسانه‌های دیجیتال، تولید مستقل، اوقات فراغت، تئاتر و هنر را تحت پوشش دارد.

انجمن نویسندگان بریتانیای کبیر[3] یک اتحادیه کارگری است که نماینده نویسندگان حرفه‌ای در تلویزیون، فیلم، تئاتر، رادیو، کتاب، شعر، انیمیشن و بازی‌های ویدیویی است.

تولید ارون[4]

یک شرکت تولید فیلم بریتانیایی است که در درجه اول مجموعه فیلم‌های جیمز بلند را تولید می‌کند. این شرکت در Piccadilly لندن مستقر است و همچنین از استودیو Pinewood در بریتانیا کار می‌کند.

فیلم‌های هیدی[5]

یک استودیوی فیلم بریتانیایی است که در سال ۱۹۹۶ توسط تهیه کننده دیوید هیمن در لندن، انگلستان تأسیس شد و دفتر مرکزی آن در حال حاضر در Borehamwood، Hertfordshire قرار دارد.

استودیو ایلینگ[6]

جایگاه منحصر به فردی در تاریخ سینمای بریتانیا دارد. تعدادی از شاخص‌ترین فیلم‌های زمان خود را تولید کرده، تنها استودیوی فیلمبرداری عمودی یکپارچه بریتانیا است که برند مخصوصاً بریتانیایی فیلم‌های خود را می‌سازد و همچنین دارای امکانات افسانه‌ای است.

اکاس فیلم[7]

یک شرکت تولید فیلم و تلویزیون بریتانیایی است که در لندن مستقر است. Ecosse Films برنامه‌هایی برای BBC، ITV، Channel۴، Showtime، Sky Atlantic، Starz Channel و WGBH تولید می‌کند.

[1] Equity
[2] BECTU
[3] WGGB
[4] Eon Productions
[5] Heyday Films
[6] Ealing Studios
[7] Ecosse Films

فراوانی

در طول سال ۲۰۲۲، سینماهای سراسر بریتانیا تقریباً ۱۱۷ میلیون بلیت فروختند که در مقایسه با کمتر از ۷۵ میلیون بلیت فیلم در سال گذشته افزایش یافته است. با این حال، رقم سال ۲۰۲۲ هنوز کمتر از تعداد پذیرش‌های ثبت‌شده در سال ۲۰۱۹ است: در آخرین سال قبل از شیوع کووید-۱۹، سالن‌های سینما در بریتانیا بیش از ۱۷۶ میلیون بلیت فروختند.

قیمت بلیط و درآمد گیشه

علیرغم کاهش تعداد بلیت‌های فروخته شده سینما از زمان شیوع ویروس کرونا، میانگین قیمت ورودی سینما در بریتانیا در سال ۲۰۲۲ به بالاترین حد خود رسید و برای اولین بار در این قرن به ۷.۶۹ پوند انگلیس رسید. اما این برای افزایش بیشتر درآمد باکس آفیس بریتانیا کافی نبود. در سال ۲۰۲۲، این رقم در حدود ۹۰۲ میلیون پوند بود که کمتر از درآمد ۱.۲۵ میلیارد پوندی باکس آفیس ثبت شده در سال ۲۰۱۹ بود.

موفقیت در خارج از کشور

بریتانیا در میان پنج بازار برتر باکس آفیس در سراسر جهان قرار دارد .در سال ۲۰۲۱ تقریباً ۸۰۰ میلیون دلار درآمد داشت. در همان سال، درآمد جهانی باکس آفیس فیلم‌های ساخته شده در بریتانیا به ۳.۶ میلیارد دلار افزایش یافت که نسبت به ۱.۱ میلیارد دلار در سال قبل ۲۳۰ درصد افزایش داشت.

دستورالعمل‌های تولید فیلم در هند

سینمای هند، متشکل از فیلم‌های سینمایی ساخته شده توسط صنعت فیلم هند، از اواخر قرن بیستم تأثیر زیادی بر سینمای جهان داشته است. سینمای هند از صنایع مختلف فیلم تشکیل شده است، از جمله بالیوود، که فیلم‌های سینمایی به زبان هندی می‌سازد و یکی از بزرگترین صنایع فیلم در این کشور است.مراکز عمده تولید فیلم در سراسر کشور شامل بمبئی، حیدرآباد، چنای، کلکته، کوچی، بنگلور، بوبانسوار-کاتک و گواهاتی است[1]. خروجی فیلم. در سال ۲۰۲۲، سینمای هند ۱۵۰۰۰ کرور در گیشه به دست آورد.

سینمای هند از هنر فیلم چند زبانه و چند قومی تشکیل شده است. در سال ۲۰۲۲، سینمای هندی ۳۳ درصد از درآمد باکس آفیس را به خود اختصاص داد، پس از آن تلوگو با ۲۰ درصد، تامیل نماینده ۱۶ درصد، کانادا با نماینده ۸ درصد و مالایالام با نماینده ۶ درصد قرار گرفتند. دیگر صنایع برجسته فیلم بنگالی، مراتی، اودیا، پنجابی، گجراتی و بوجپوری هستند. از سال ۲۰۲۲، مجموع درآمد صنایع فیلم هند جنوبی از صنعت فیلم هندی زبان مستقر در بمبئی (بالیوود) فراتر رفته است.[2] از سال ۲۰۲۲، سینمای تلوگو پیشتاز درآمد گیشه سینمای هند است.

آیین نامه‌ها

حقوق و محدودیت‌های قانون اساسی

قانون اساسی هند به هر شهروند هندی حق نمایش فیلم را طبق ماده ۱۹ (۱) (الف) تضمین می‌کند. اما حق آزادی بیان آنها با محدودیت‌های خاصی همراه است، زیرا پخش عمومی فیلم‌ها احتمالاً می‌تواند احساسات افراد جامعه را تحریک کند. بند ۲ ماده ۱۹ استثنائات حق بیان را تعیین می‌کند و این استثنائات جامع و کامل است. مقررات ارائه شده در ماده ۱۹ (۲) در واقع حوزه سانسور را در فیلم‌های هندی هدایت می‌کند و بر ارزش‌ها و استانداردهای جامعه ما تأکید می‌کند. قانونگذار اتحادیه صلاحیت وضع قوانینی در مورد سانسور فیلم‌های هندی را در اختیار دارد و این اختیار توسط ورودی ۶۰ تحت برنامه هفتم قانون اساسی هند تضمین شده است. دولت همچنین می‌تواند قوانین مربوط به موضوع سانسور را بر اساس قانون مرکزی؛ تنظیم کند.

قانون سینماتوگرافی هند

[1] https://www.bollywoodreporter.com
[2] https://testbook.com/history-of/indian-cinema

اولین قانون سینماتوگراف هندی در سال ۱۹۲۰ تصویب شد که هیئت‌های سانسور را در شهرهایی مانند مدرس، کلکته، بمبئی، لاهور و رانگون ایجاد کرد. هدف اصلی این قانون کنترل مناسب بودن فیلم‌هایی بود که قرار است در شبه قاره هند اکران شوند. قاضی منطقه و در برخی شهرها، کمیسیونرها این اختیار را داشتند که افرادی را برای بازرسی و بررسی فیلم‌هایی که قرار است برای عموم مردم هند منتشر شود، منصوب کنند.

قانون ۱۹۱۸ توسط قانون سینماتوگرافی هند ۱۹۵۲ (قانون) لغو شد. قانون جدید سینماتوگراف هند قوانینی را برای سینمای هند وضع کرده بود که تا به امروز رعایت می‌شود. این قانون تضمین می‌کند که فیلم‌ها از قوانین تعیین‌شده پیروی می‌کنند و هیئت قانونی شورای مرکزی صدور گواهینامه فیلم را تأسیس می‌کند که وظیفه آن کنترل اجرای عمومی فیلم‌ها بر اساس قوانین قانون سینماتوگرافی هند در سال ۱۹۵۲ بود.

قانون سینماتوگرافی هند چارچوب سانسور را در هند تعیین می‌کند. مقامات دولتی طبق قوانین مندرج در قانون سینماتوگراف منصوب می‌شوند و شامل رئیس در رأس و به دنبال آن اعضای هیئت مدیره و سپس هیئت‌های مشورتی می‌شود و این منصوبان دولتی برای فیلم‌هایی که با دستورالعمل‌های مندرج در این قانون مطابقت ندارند کاهش می‌دهند و گواهی نمی‌دهند. عمل. بخش ۲ قانون تعریف قانونی هر کلمه را با توجه به قوانین در سانسور ارائه می‌دهد. بخش ۵ (ب) قانون مقررات محدودکننده فیلم‌ها را بیان می‌کند و این مقررات مطابق با محدودیت‌های مندرج در ماده ۱۹ وضع شده است.

قانون حق انتشار هند و بالیوود[1]

قانون حق نشر هندی ۱۹۵۷ موضوع حق انتشار را در فیلم‌های هندی تنظیم می‌کند و از منافع فیلمسازان، فیلمنامه نویسان، ترانه سراها، آهنگسازان موسیقی در برابر استثمار محافظت می‌کند. قانون حق انتشار هند به شدت تحت تأثیر قانون حق انتشار ۱۹۵۶ است و از آثار و ادبیات اصلی اصلی محافظت می‌کند. محدوده کپی برداری از اثر اصلی و اصطلاح "حق نشر" در بخش ۱۴ قانون حق انتشار هند در سال ۱۹۵۷ تعریف شده است.

با این حال، اصطلاح «کپی» در قانون حق انتشار تعریف نشده است و دادگاه‌های هند به ندرت این اصطلاح را بر این اساس تفسیر می‌کنند و از آن زمان بحث در مورد این موضوع وجود داشته است. چنین بحثی در مورد R.G Anand v. Delux Films دیده شد. در این مورد، دیوان عالی تفسیر گسترده‌تری از اصطلاح «کپی» ارائه کرد و دستورالعمل‌های خاصی را برای تعیین موارد نقض حق انتشار وضع کرد. این دستورالعمل‌ها عبارتند از:

[1] https://blog.ipleaders.in/laws-rules-bollywood/

در یک ایده، موضوع، مضامین، طرح‌ها یا حقایق افسانه‌ای تاریخی نمی‌تواند مواردی از حق انتشار وجود داشته باشد و نقض قوانین کپی رایت در این موارد به شکل، نحوه و ترتیب و بیان ایده نویسنده محدود می‌شود. در مورد حق انتشار اثری که از یک ایده تقریبا مشابه استفاده می‌کند، گفته می‌شود که منشأ آن ایده مشترک است، شباهت‌هایی در مورد مذکور ظاهر می‌شود. با این حال، آزمون نهایی این است که تأثیر اثر کپی شده بر شخص ثالث را پس از تماشای/خواندن هر دو اثر توسط طرف بررسی کنید.

نقض حق نسخه برداری یک قانون دزدی دریایی است و از این رو باید با شواهد واضح و قانع کننده ثابت شود، مشروط بر اینکه تحت تمام آزمایشات ارائه شده توسط رویه قضایی R.G Anand قرار گرفته باشد.

سیاست گذاری

توهین یکی از دلایل ممنوعیت نمایش عمومی یک فیلم است. بخش‌های ۲۹۲، ۲۹۳ و ۲۹۴ قانون مجازات هند، مجازات‌هایی را برای جرائم توهین فهرست می‌کند. این بخش‌ها، نمایشگاه عمومی، گردش، واردات و صادرات و تبلیغ اعمال منافی عفت را که مجازات‌های جزای نقدی و حبس دارند جرم می‌دانند. اعمالی که زنان را به‌طور ناشایست به تصویر می‌کشد و اعمالی که نمایش نامشخص زنان را در فیلم‌ها نشان می‌دهد، توسط قانون «نمایندگی نامناسب زنان» (ممنوعیت) ۱۹۸۶ منع شده‌اند و این اعمال ناپسند نیز طبق بند ۶۷ قانون فناوری اطلاعات ۲۰۰۰ مجازات می‌شوند، که بیان می‌کند که انتشار مطالب مستهجن به هر شکل الکترونیکی‌ای پیگرد قانونی دارد.

درگیری‌های جمعی و مذهبی گاهی اوقات دلیل سانسور یا توقیف قسمت‌هایی از فیلم‌ها است و این بیشتر به دلیل سخنان نفرت انگیز است. سخنان تنفرآمیز سخنانی است که نه تنها فرد را آزار می‌دهد، بلکه احساسات یک طبقه را نیز بر هم می زند، به گونه‌ای که به اعضای آن طبقه در جامعه با دید پستی نگاه می‌شود و حس تنفر نسبت به اعضای آن طبقه ایجاد می‌شود. . بخش ۱۵۳-A قانون مجازات هند ۱۸۶۰، اعمالی را که به دشمنی بین افراد به دلایل مربوط به مذهب، نژاد، محل تولد، سکونت، زبان و غیره دامن می‌زند جرم می‌داند و شامل اعمالی می‌شود که برای حفظ هماهنگی در جامعه مضر است.

بخش ۲۹۵ الف مجازات اعمالی را بیان می‌کند که عمداً و از روی بدخواهی به قصد آزردگی از طریق احساسات مذهبی گروهی از مردم از طریق تحقیر اعتقادات مذهبی یا دین آنها صورت می‌گیرد. بخش ۵۰۵ (۲) مجازات را برای اظهارات تشویق کننده دشمنی، نفرت یا بدخواهی در میان گروه‌های مختلف افراد جامعه بیان می‌کند.

فیلم‌ها نمی‌توانند صحنه‌هایی را نشان دهند که برانگیختن نفرت علیه دولت هندوستان را تشویق می‌کنند و این نوع صحنه‌ها طبق بخش ۱۲۴A قانون مجازات هند ۱۸۶۰ مجازات می‌شوند.

هتک حرمت افراد از طریق صحنه‌های نمایش داده شده در فیلم‌های هندی نیز طبق بند ۴۹۹ قانون مجازات هند ۱۸۶۰ مجازات می‌شود.[1] الفاظ افتراآمیز به آن دسته از کلمات گفته می‌شود که به گونه‌ای گفته می‌شود یا نوشته می‌شود که آبروی یک فرد را خدشه دار کند و در این فرآیند ایجاد شود. احساس نفرت افراد دیگر نسبت به فرد که به تصویر کلی فرد در جامعه آسیب می‌رساند.

شرکت‌های فیلم سازی

سینمای هند یک شرکت جهانی است و فیلم‌های آن در سراسر آسیای جنوبی توجه و تحسین بین المللی را به خود جلب کرده است. از زمان پیدایش سینمای هند در سال ۱۹۱۳، سینمای هندی از جایگاه برترین صنعت فیلم برخوردار بود، اما در سال‌های اخیر صنایع دیگر رقابت سختی را با آن آغاز کردند. هندی‌های خارج از کشور ۱۲ درصد از درآمد این صنعت را تشکیل می‌دهند. [2]

دهاراما[3]

شرکت تولید و پخش فیلم هندی است که توسط یاش جوهر در سال ۱۹۷۹ تأسیس شد. در سال ۲۰۰۴ پس از مرگ او توسط پسرش، کاران جوهر، اداره شد. این شرکت که در بمبئی مستقر است، عمدتاً فیلم‌های هندی را تولید و توزیع می‌کند.

سرگرمی فلفل قرمز[4]

یک شرکت هندی جلوه‌های بصری، تولید و توزیع است که توسط شاهرخ خان و همسرش Gauri Khan در سال ۲۰۰۲ تأسیس شد. این شرکت از Dreamz Unlimited منقرض شده تغییر شکل داد.

سرگرمی رلیانس[5]

یک شرکت رسانه‌ای و سرگرمی هندی است. این شرکت تجارت رسانه‌ای و سرگرمی خود را در بین پلتفرم‌های محتوا و توزیع انجام می‌دهد. این شرکت در ۱۵ فوریه ۲۰۰۵ تأسیس شد.

---

[1] https://www.mondaq.com/india/broadcasting-film-tv-radio/827892/the-cinematograph-Act-of-india

[2] مراکز اصلی تولید فیلم در هند عبارتند از:
Arka Media Works ،UV Creations Films ،Aascar Films ،Aashirvad Cinemas ،AGS Entertainment ،Ajay Devgn FFilms ،AVM Productions ،Dharma Productions ،Eros International ،Geetha Arts ،Hombale Films ،Lyca Productions ،Modern Theatres ،Reli Intertainment. ،Red Chillies Entertainment ،Mythri Movie Makers ، Selman Khan Films ،Sun Pictures ،Suresh Productions ،UTV Motion Pictures ،Yash Raj Films & Zee Entertainment Enterprises.

[3] image of Dharma Productions

[4] Red Chillies Entertainment

[5] Reliance Entertainment

تولیدات راجشری[1]

راجشری پروداکشنز یک شرکت تولید و پخش فیلم هندی است که در بمبئی، هند، در سال ۱۹۴۷ تأسیس شد و عمدتاً در زمینه تولید فیلم‌های هندی فعالیت دارد.

شرایط تولید

فیلمبرداری در هند اغلب شامل برخورد با ادارات مختلف دولتی برای دریافت مجوز است. یک دفتر اختصاصی تسهیل فیلم اف اف اُ زیر نظر وزارت اطلاعات و پخش وجود دارد که به عنوان یک مکانیسم تسهیل کننده و یک پنجره برای فیلمسازان بین المللی عمل می‌کند. بسیار مهم است که با مقررات محلی آشنا شوید و از قبل برای همه مجوزهای لازم درخواست دهید[2].

هند قوانین و دستورالعمل‌های سختگیرانه ای برای سانسور دارد، به ویژه برای محتوایی که ممکن است توهین آمیز یا بی احترامی به احساسات مذهبی، هنجارهای فرهنگی یا شخصیت‌های عمومی تلقی شود. درک این دستورالعمل‌ها برای جلوگیری از عوارض قانونی مهم است.

در صورت ارائه تمام اسناد مورد نیاز، پردازش مجوز شما برای فیلمبرداری معمولاً بیش از سه هفته طول نمی‌کشد. در مواردی که مشاوره از وزارت امور داخله و وزارت امور خارجه مورد نیاز است، باید زمان بیشتری را برای رسیدگی به درخواست خود اختصاص دهید. اجازه نامه صادر شده توسط وزارتI&B ، دولت هند، اجازه شما را از سایر مقامات محلی تسهیل می‌کند، که ممکن است در برخی موارد نیاز به دریافت مستقیم از این مقامات باشد.

به عنوان بخشی از پردازش درخواست، اسکریپت شما توسط یک متخصص از هیئتی که توسط وزارت تشکیل شده است، ارزیابی خواهد شد. در صورت لزوم، ممکن است یک افسر رابط به یک تیم فیلمبرداری پیوست شود. در جایی که یک افسر رابط تا این حد به تیم تیراندازی وابسته است، دولت هند هزینه‌های او را تقبل خواهد کرد. در موارد استثنایی، ممکن است لازم باشد قبل از اکران در هر نقطه از جهان، فیلم تکمیل شده را به نماینده دولت هند، در هند یا در یک مأموریت هندی در خارج از کشور نشان دهید تا مطمئن شوید که فیلم مطابق با آن فیلمبرداری شده است. با فیلمنامه ارزیابی شده و اینکه فیلم از نظر ارائه دیدگاهی صحیح و متعادل نسبت به موضوع مورد بحث هیچ اعتراضی ندارد.

در حین فیلمبرداری اگر احساس شود که تغییرات مادی یا انحراف از فیلمنامه مصوب ضروری است. قبل از فیلمبرداری این صحنه‌ها باید از وزارت I&B از طریق اف اف اُ مجوز گرفته شود.

[1] Rajshri Productions
[2] https://www.britannica.com/topic/Bollywood-film-industry-India

پس از اتمام فیلمبرداری در هند، اف اف اُ باید بازخورد متقاضـــیان را در رابطه با تجربه آنها از فیلمبرداری در هند، از جمله درخواست اطلاعات مربوط به داده‌های مربوط به فیلمبرداری، جستجو و جمع آوری کند. تولیدکننده موظف است فرم بازخورد را ارسال کند[1].

اف اف اُ همچنین باید تریلر و تصاویر پوستر با کیفیت فیلم را برای نمایش در پورتال وب اف اف اُ و سایر وثیقه‌های بازاریابی که اف اف اُ ممکن است برای ترویج فیلمبرداری در هند ایجاد کند، پس از انتشار پروژه مذکور جستجو کند.

تولید با داشتن اعتبار «فیلم ساخته شده در هند» و لوگوی دفتر تسهیلات فیلم در تیتراژ نهایی تولید پروژه موافقت می‌کند. آرم رسمی اف اف اُ را می‌توان از دفتر تسهیل فیلم دهلی نو تهیه کرد.

پس از دریافت مجوز ملی صادر شده توسط وزارت اطلاعات و مرجع صدا و تصویر هند، می‌توانید همان رویه‌ای را که برای فیلمسازان داخلی اعمال می‌شود، برای درخواست مجوزهای دولتی/محلی خاص دنبال کنید.

صدور مجوز

چگونه مجوز فیلمبرداری در هند دریافت کنیم؟

گرفتن مجوز فیلم در هند می‌تواند یک فرآیند پیچیده باشـــد، اما با زمان برای آماده ســـازی و هماهنگی فراوان، می‌توان آن را انجام داد.

فیلمسازان موظفند درخواست خود را به اداره تسهیل فیلم اف اف اُ[2] که زیر نظر وزارت اطلاعات و صدا و سیما فعالیت می‌کند، ارسال کنند.

می‌توانید به صورت آنلاین در وب سایت رسمی آنها درخواست دهید. برنامه باید شامل یک برنامه دقیق فیلمبرداری، لیست اعضای خدمه، جزئیات تجهیزات و موارد دیگر باشد.

همراه با درخواست، ممکن است از شما خواسته شود که یک نسخه از فیلمنامه یا خلاصه‌ای از فیلم را برای بازبینی ارســـال کنید. این برای اطمینان از این اســـت که محتوا، قوانین یا مقررات هند را نقض نمی‌کند، به ویژه قوانین مربوط به احساسات مذهبی و نظم عمومی.

ممکن است هزینه‌ای مرتبط با فرآیند درخواست و سایر جنبه‌های تولید وجود داشته باشد. این‌ها بسته به مکان و ماهیت فیلمبرداری شما متفاوت خواهد بود.

[1] https://www.musicgateway.com/blog/filmmaking/indias-movie-industry
[2] FFO

هنگامی که اف اف اُ درخواست شما را دریافت کرد، با مقامات محلی و ایالتی مربوطه برای دریافت مجوزهای لازم ارتباط برقرار خواهد کرد .اف اف اُ به عنوان یک نقطه تماس واحد برای ساده کردن این فرآیند عمل می‌کند.

اگر اعضای خدمه شما اتباع هند نیستند، برای کار در هند باید ویزای مناسب را دریافت کنند. به طور معمول، این ویزای «J» (ژورنالیستی) یا ویزای فیلم بسته به ماهیت تصویربرداری است .اف اف اُ می‌تواند شما را در این فرآیند نیز راهنمایی کند.

توصیه می‌شود هنگام فیلمبرداری در هند پوشش بیمه‌ای مناسب برای خدمه و تجهیزات خود داشته باشید.

پس از انجام تمام این مراحل و تأیید درخواست شما، اجازه شروع فیلمبرداری را دریافت خواهید کرد. این ممکن است با شرایط خاصی همراه باشد، مانند محدودیت‌هایی برای فیلمبرداری در مکان‌ها یا زمان‌های خاص، که باید رعایت شود.

دفتر تسهیل فیلم اف اف اُ که توسط وزارت اطلاعات و پخش، دولت هند راه‌اندازی شده است، به‌عنوان یک نقطه بازگشایی و تسهیل پنجره واحد برای تهیه‌کنندگان و شرکت‌های تولید با هدف کمک به آنها در دریافت مجوزهای لازم فیلم‌برداری عمل می‌کند .اف اف اُ همچنین اطلاعاتی را در مورد مکان‌های فیلمبرداری و امکانات موجود در صنعت فیلم هند برای تولید/پس از تولید منتشر می‌کند و با دولت‌های ایالتی برای کمک به آنها برای راه اندازی امکانات مشابه همکاری نزدیک دارد .اف اف اُ در شرکت ملی توسعه فیلم(NFDC) ، یک شرکت مرکزی بخش عمومی زیر نظر وزارت اطلاعات و پخش (I&B) مستقر و اداره می‌شود.[1] فیلمسازانی که مایل به فیلمبرداری فیلم‌های بلند، نمایش‌ها و سریال‌های تلویزیونی/وب و سریال‌ها و سریال‌های تلویزیونی/وبی واقعی خود در هند هستند، می‌توانند به صورت آنلاین در وب‌سایت اف اف اُ، www.اف اف اُgov.in.، درخواست دهند.

هیئت مرکزی صدور گواهینامه فیلم[2]

هدف اصلی هیئت مرکزی صدور گواهینامه فیلم (CBFC) صدور گواهینامه برای فیلمسازان برای نمایش عمومی فیلم‌ها و اطمینان از این است که این فیلم‌ها یک سرگرمی عمومی سالم را برای عموم مردم ترویج می‌کنند.

[1] https://cleartax.in/s/impact-of-جی اس تی-rates-on-entertainment-industry
[2] https://www.musicgateway.com/blog/filmmaking/indias-movie-industry

بودجه

هند تنها کشوری است که در آن یک ستاره می‌تواند تا ۴۰ درصد از کل بودجه فیلم را دریافت کند. در هیچ کجای دنیا هزینه استعدادها بیش از ۱۵ تا ۲۰ درصد افزایش نمی‌یابد. این دلیل اصلی عدم کیفیت فیلمنامه و سایر زیرساخت‌های فنی فیلم‌های هندی است. این واقعیت در تمام مناطق و زبان سینمای هند رایج است. ستارگان منطقه مذکور مقدار زیادی از بودجه فیلم را به عنوان دستمزد دریافت می‌کنند. با این حال، با تبدیل شدن ستاره‌های بیشتری به تولیدکننده، آن‌ها دستمزد اولیه خود را رها می‌کنند و سهمی در سود می‌گیرند.

یک فیلم اصلی بالیوود دارای بودجه متوسط ۲۰ تا ۵۰ کرور INR است. بخش عمده‌ای از این بودجه (۴۰ تا ۵۰ درصد) را ستاره‌های فیلم دریافت می‌کنند و بقیه را بین نویسندگان، عوامل و تکنسین‌ها تقسیم می‌کنند. [1]

قوانین مالیاتی

تأثیر جی اس تی[2] را بر مصرف کننده نهایی با استفاده از سالن‌های فیلم با یک مثال بهتر درک کنیم. در سینماها (مولتی پلکس)، غذاها و نوشیدنی‌ها با مالیات بر ارزش افزوده ۲۰.۵ درصد و به طور متوسط ۳۰ درصد مالیات بر بلیط ها بسته به ایالت دریافت می‌شود. بلیت‌های فیلم با ۲۸ درصد جی اس تی جذب می‌شوند. از آنجایی که مواد غذایی و نوشیدنی‌ها تحت عرضه غذا/نوشیدنی‌ها در پذیرایی در فضای باز قرار می‌گیرند، ۱۸ درصد جذب خواهند شد.[3]

بنابراین، می‌بینیم که نرخ جی اس تی برای صنعت سرگرمی کمتر از مالیات بر ارزش افزوده و مالیات خدمات است. جی اس تی بسته به ایالت، تأثیر متفاوتی بر صنعت سرگرمی خواهد داشت. برای ایالت‌هایی که مالیات سرگرمی بالایی دارند، جی اس تی سودمند خواهد بود زیرا قیمت‌ها را برای مصرف کنندگان نهایی کاهش می‌دهد. با این حال، جی اس تی تأثیر منفی بر ایالت‌هایی خواهد داشت که قبلاً مالیات سرگرمی پایینی دارند.

دولت اقدامات زیر را برای کمک به صنعت سینما انجام داده است:

- معافیت از عوارض گمرکی برای تجهیزات فیلم وارد شده تحت کارنه ATA (ورود موقت) اعطا می‌شود.

[1] https:// unacademy.com/content/upsc/study-material/commerce/entertainment-tax-in-india/
[2] جی اس تی
[3] http://filmmakersfans.com/real-budget-range-indian-films-check-now/

- معافیت از عوارض گمرکی برای فیلم‌های خارجی که برای شـرکت در جشـنواره‌های مختلف فیلم به هند وارد می‌شـوند اعطا می‌شـود، دولت چندین مشـوق مالی برای همتراز کردن بخش فیلم با بخش فناوری اطلاعات ارائه کرده است. مانند:
- ارائه یک بخش جدید تحت قانون مالیات بر درآمد برای ارائه کسر تا ۱۰۰٪ برای شرکت‌ها و افراد در بخش سرگرمی نرم افزار صادر کننده.
- تمدید تعطیلات مالیاتی برای راه اندازی مالتی پلکس در خارج از محدوده شهرداری؛
- معافیت سی دی‌های صوتی از عوارض مالیاتی به منظور جلوگیری از سرقت موسیقی.
- برای تشـــویق کیفیت بهتر فیلمبرداری، عوارض گمرکی دوربین‌های فیلمبرداری، پروژکتورها و برخی تجهیزات مرتبط مورد استفاده صنعت فیلم کاهش یافت.

نظارت بر تولیدات

دهلی نو- هیات سانسور هند درپی بازنگری در قانون سینماتوگرافی سال ۱۹۵۲ این کشوراست که می‌تواندم حدودیت هایی را در سـینمای این کشـور بوجود آورند. این هیات همچنین جریمه سـنگینی برای کپی غیرقانونی فیلم‌ها در نظر گرفته که بین ۵۰۰ هزار(حدود هشت هزاردلار) تا دو میلیون و ۵۰۰ هزا روپیه (حدود ۴۰ هزاردلار)است. همچنین مجازاتی تا سه سال حبس برای این جرم لحاظ می‌شود. به عنوان مثال، جریمه نمایش فیلم برای مخاطبان نامناسب همچون کودکان زیر ۱۵ سال، یک تا سه سال حبس و ۱۰۰ تا ۳۰۰ هزار روپیه جریمه در پی خواهد داشت.[1]

پیشـــنهاداتی که هیات اطلاع رسـانی و سـخن پراکنی ارائه کرده، بر این نکته تاکید دارد که تعریف فیلم نباید به محتوای تصویری و دیالوگ‌ها محدود شود بلکه آوازها هم باید به تأیید هیات مرکزی ارائه مجوز فیلم برسـد. هنگامی که فیلم به تأیید رسـید دسـت اندرکاران آن دیگر در مقابل جرائم مربوط به خدشـه دار کردن عفت عمومی قرار نمی‌گیرند.

پیش نویس این قانون برای نخسـتین بار مجوز مربوط به سـن را مطرح کرده که شـامل طبقه بندی تماشاگران فیلم به افراد بالای ۱۲ سال، بالای ۱۵ سال، بزرگسالان و شاغلان حرفه‌های مختلف است.

هیئت مرکزی صدور گواهینامه فیلم (CBFC)، نهاد نظارتی فیلم هند، به کارگردان‌ها دستور می‌دهد تا هر چیزی را که توهین‌آمیز به نظر می‌رسد حذف کنند، از جمله جنسیت، برهنگی، خشونت یا موضوعاتی که از نظر سـیاسـی خرابکارانه یا تابو تلقی می‌شـوند. با این حال، در چند دهه گذشـته، تغییر محسـوسـی در رویکرد هیئت مدیره نسبت به سانسور صورت گرفته است. یکی از عوامل کلیدی که باعث این تغییر می‌شود، نفوذ فزاینده هالیوود و طرز فکر لیبرال سـرخپوسـتان جوان اسـت که منجر به افزایشِ قرار گرفتن در معرض

[1] https://timesofindia.indiatimes.com/entertainment/hindi/web-stories/bollywood-films

ارزش‌های فرهنگی لیبرال شده است. علاوه بر این، جهانی شدن و مدرنیزاسیون نقش مهمی در شکل دادن به جامعه هند ایفا کرده است که منجر به پذیرش بیشتر نگرش‌های مترقی نسبت به مسائل اجتماعی شده است. در نتیجه، هیئت فیلم هند با دستورالعمل‌های سانسور ملایم‌تر شده است، و به فیلمسازان اجازه می‌دهد تا آزادی خلاقانه‌تری را برای کشف موضوعاتی که قبلاً تابو به حساب می‌آمدند، بررسی کنند.

دادگاه عالی هند نقش مهمی در شکل‌دهی رویکرد هیئت سانسور به غربی‌سازی فیلم‌های بالیوود ایفا کرده است. دادگاه نگرش لیبرال‌تری نسبت به بیان خلاق در سینمای هند نشان داده و در مواردی که تصمیمات هیئت سانسور بیش از حد یا خودسرانه تلقی می‌شد، مداخله کرده است. این منجر به رویکردی ظریف‌تر نسبت به مسائل غربی‌سازی در بالیوود شده است و دادگاه بین نیاز به حفظ فرهنگ و ارزش‌های هندی و نیاز به اجازه دادن به فیلمسازان برای بیان آزادانه خود تعادل برقرار می‌کند.

سانسور

سانسور در هند به‌طور کلی، شامل محدودیت گفتار یا سایر رسانه‌های عمومی است، موضوعات مربوط به آزادی بیان را که توسط قانون اساسی هند محافظت می‌شود، دربرمی‌گیرد.

قانون اساسی هند حقیقتاً آزادی بیان را تضمین می‌کند، اما به منظور حفظ هماهنگی عمومی و مذهبی، با توجه به پروسه تنش عمومی در میان آحاد ملت و به منظور حفظ یکپارچگی، محدودیت‌های خاصی را بر محتوا در نظر می‌گیرند. براساس قوانین فناوری اطلاعات ۲۰۱۱، محتوای قابل اعتراض شامل هر چیزی است که "وحدت، یکپارچگی، دفاع، امنیت یا حاکمیت هند را تهدید می‌کند، و همچنین روابط دوستانه با کشورهای خارجی یا نظم عمومی را نقض می‌کند.[1]

سانسور در هند در طول تاریخ خود اشکال مختلفی داشته است. اگرچه قانون اساسی هند به طور رسمی آزادی بیان را تضمین می‌کند، با توجه به سابقه تنش‌های جمعی در این کشور، عملاً محدودیت‌های خاصی در محتوا وجود دارد، با دیدگاه رسمی نسبت به "حفظ هماهنگی جمعی و مذهبی". بر اساس قوانین فناوری اطلاعات ۲۰۱۱، محتوای قابل اعتراض شامل هر چیزی است که "یکپارچگی، یکپارچگی، دفاع، امنیت یا حاکمیت هند، روابط دوستانه با کشورهای خارجی یا نظم عمومی را تهدید کند". تحلیلگران گزارشگران بدون مرز، هند را در فهرست آزادی مطبوعات در سال ۲۰۲۳ در رتبه ۱۴۰ جهان قرار می‌دهند و آن را به عنوان یک وضعیت "جدی" طبقه بندی می‌کنند.

در سال ۲۰۰۲، ویجی آناند، فیلمساز هندی و رئیس سابق هیئت سانسور فیلم این کشور، با پیشنهاد قانونی برای قانونی کردن نمایشگاه فیلم‌های درجه X در سینماهای منتخب در سراسر کشور، بحثی را به راه

[1] https://www.bananaip.com/ip-news-center/film-expression-censorship-india-censorship-cases-udta-punjab-anhad-lipstick-burkah-part-3/

انداخت و گفت: «پورن در همه جای هند نمایش داده می‌شود. به طور مخفیانه... و بهترین راه برای مبارزه با این هجوم فیلم‌های آبی، نمایش آشکار آنها در سینماها با مجوزهای قانونی مجاز است». او در عرض یک سال پس از اینکه مسئولیت هیئت سانسور را برعهده گرفت، پس از اینکه با انتقادات گسترده‌ای از حرکاتش مواجه شد، استعفا داد.

در سال ۲۰۰۳، هیئت سانسور هند فیلم Gulabi Aaina (آینه صورتی) را ممنوع کرد، فیلمی درباره تراجنسی‌های هندی به تهیه کنندگی و کارگردانی سریدار رنگایان. هیئت سانسور اشاره کرد که این فیلم "مبتذل، توهین آمیز و تابو" است. فیلمساز دو بار دوباره درخواست تجدید نظر ناموفق داد. این فیلم همچنان در هند ممنوع بود، اما اجازه پخش در پلتفرم‌های پخش آنلاین را داشت. این فیلم در جشنواره‌های متعددی در سرتاسر جهان به نمایش درآمده و جوایزی را کسب کرده است. منتقدان آن را به دلیل "تصویر حساس و تاثیرگذار از جامعه به حاشیه رانده شده" تحسین کرده‌اند.

فراوانی

گفتنی است صنعت سینمای هند با تولید سالانه بیش از یک هزار و صد فیلم سینمایی بزرگترین تولید کنند فیلم‌های سینمایی در یک کشور بوده و از صنایع پرورونق و پر درآمد دراین کشور محسوب شده و مخاطبان چند صد میلیونی نفری آن درداخل هند برونق این صنعت روز به روز می‌افزایند.

فراتر از تولید، بخش رسانه و سرگرمی در هند نیز یک نیروگاه اقتصادی است و حجم بازار ۱۶۳۱ میلیارد روپیه در سال مالی ۲۰۱۹ را شامل می‌شود. فیلم‌ها ۱۸۳.۲ میلیارد روپیه درآمد تولید کردند که ۱۵.۳ درصد افزایش نسبت به سال ۲۰۱۸ نشان می‌دهد.[1]

[1] https://www.dnaindia.com/bollywood/

دستورالعمل‌های تولید فیلم در استرالیا

سینمای استرالیا

فیلمسازی در استرالیا، قدمت طولانی و متمایزی دارد و به اواخر قرن ۱۹ میلادی برمی گردد. در سال ۱۸۹۶ ، کمپانی لومیر لومیه ۱، نماینده خود ماریو سستیه ۲ را برای تهیه فیلم کوتاهی از زندگی مردم استرالیا به این کشور فرستاد. سستیه که یک شیمیدان فرانسوی بود، از عابران پیاده، در یکی از خیابان‌های شهر سیدنی، فیلمبرداری نمود. یک ماه پس از آن نیز وی از مسابقات اسب سواری فلمینگتون ۳ استرالیا، سیزده فیلم کوتاه تهیه کرد و از این مسابقات به عنوان رویدادی ورزشی که «یک ملت برای دیدنش دست از کارشان می‌کشند »، یاد کرد. این مسابقات اسب دوانی که به جایزه بزرگ ملبورن نیز مشهور است، جذابیت زیادی برای بینندگان این فیلم‌های کوتاه در سراسر اروپا به همراه داشت. (Vanderbent, ۲۰۰۶)

استرالیا مکانی در سطح جهانی برای فیلمسازی است. بسیاری از تولیدات سینمایی و تلویزیونی با بودجه کلان در استرالیا فیلمبرداری می‌شوند یا کارهای شرکت‌های استرالیایی پس از تولید، دیجیتال و جلوه‌های بصری را به نمایش می‌گذارند.

در سال ۱۹۶۸ ، شورایی برای بررسی توسعه فیلم و هنر در استرالیا ایجاد شد؛ در سال ۱۹۷۵ این شورا به کمیسیون فیلم استرالیا AFC ، تغییر نام داد. در سال ۲۰۰۸ ، این کمیسیون نیز مورد بازبینی قرار گرفت و اصلاحاتی در اختیارات و عملکرد آن انجام گرفت و به نهاد سینمای استرالیا تغییر نام داد[1].

این نهاد نیز فیلم‌های ساخته شده و در دست ساخت را بررسی می‌کرد و با حمایت از تولیداتی که به روشن‌تر نمودن وجهه استرالیا کمک می‌نمود، از فیلم‌های استرالیایی، حمایت می‌کرد. این نهاد ارائه تصویری مثبت و روشن از استرالیا را در ارتقای وضعیت داخلی نیز بسیار مؤثر می‌دانست، به طوری که این نهاد در طول تاریخ تأسیس خود باعث شد که هویت استرالیایی بودن در فیلم‌های این کشور از بریتانیایی بودن متمایز شود و مردم از طریق فیلم‌های داخلی‌شان به این باور برسند که کشورشان و هویتشان از بریتانیا متمایز است.

استرالیا به دلیل سبک زندگی و لوکیشن های دیدنی و متنوع ما یک مقصد محبوب و در سطح جهانی برای فیلم سازی است. استرالیا ارائه می‌دهد:

- خدمه و استعدادهای خلاق مورد احترام و جستجوگر
- بازیگران استثنایی و امکانات فنی شناخته شده بین المللی
- خدمات پس از تولید برنده اسکار
- یک شبکه مشترک از آژانس‌های فیلم متعهد به حمایت از تولید فیلم.

[1] https://www.nytimes.com/

Ausfilmدروازه استرالیا برای اطلاعات در مورد فیلمبرداری در استرالیا است Ausfilm .دفاتری در سیدنی و لس آنجلس دارد و جزئیات فیلمبرداری را در هر ایالت از جمله مکان‌ها، بازیگران و خدمه، امکانات، تکنسین‌ها و استعدادهای خلاق ارائه می‌کند.

انجمن مالی فیلم استرالیا

شرکت مالی فیلم استرالیا اف سی سی[1] آژانس دولتی مسئول تأمین مالی تولیدات تجاری فیلم، مستند و تلویزیون استرالیا از سال ۱۹۸۸ تا ۲۰۰۸ بود. آژانس تأمین مالی، از پروژه‌ها با هدف بازگرداندن بخشی از بودجه خود از طریق سرمایه گذاری حمایت می‌کند. این سازمان مسئول تأمین مالی چندین فیلم بلند برجسته استرالیایی بود که از جمله آن‌ها می‌توان به سالن رقص سخت (۱۹۹۲)، عروسی موریل (۱۹۹۴) و ماجراهای پریسیلا، ملکه صحرا (۱۹۹۴) اشاره کرد. در طول عمر خود، اف سی سی از ۲۴۸ ویژگی با سرمایه گذاری کل ۶۶۲ میلیون دلار استرالیا پشتیبانی کرد. در سال ۲۰۰۸، اف سی سی توسط تصویر استرالیا جانشین شد[2]، که نهادهای مالی مشابهی را که توسط دولت استرالیا اداره می‌شد ادغام کرد.

تأمین مالی توسط اف سی سی

بین سال‌های ۲۰۰۴ و ژوئن ۲۰۰۷، اف سی سی سیاست‌های مالی خود را با اجرای سیستم «دو دری» خود برای تولیدکنندگان استرالیایی که به دنبال تأمین مالی بودند، ساده‌تر کرد. اولین "در" به پروژه‌هایی اشاره داشت که قبلاً از منابع غیردولتی یا خصوصی بیش از یک چهارم بودجه خود تأمین مالی شده بودند، واجد شرایط برای تأمین مالی خودکار توسط اف سی سی تا ۴۵٪ از بودجه خود بودند. چنین پروژه‌هایی به عنوان فیلم‌های بازار نامیده می‌شدند. دومین «در» که به عنوان فیلم‌های «ارزیابی» نامیده می‌شود، مستلزم تعهد بازار، اعم از مالی یا غیرمالی، مانند تعهد پخش‌کننده تئاتر برای اکران فیلم، و همچنین نیاز به گذراندن ارزیابی توسط کمیته داخلی بود. چنین فیلم‌هایی احتمالاً بودجه بیشتری را توسط اف سی سی تأمین می‌کردند. [3]اگرچه تفاوت کمی بین نمایش‌های باکس آفیس فیلم‌های «بازار» و «ارزیابی» وجود داشت، فیلم‌های «ارزیابی» تمایل دارند در جشنواره‌های جهانی فیلم به نمایش درآیند.

تصویر استرالیا

تصویر استرالیا نهاد اصلی تأمین مالی دولت فدرال استرالیا برای صنعت تولید فیلم استرالیا است که بر اساس قانون تصویر استرالیا ۲۰۰۸ ایجاد شده است. از ۱ ژوئیه ۲۰۰۸ تصویر استرالیا وظایف آژانس‌های قبلی خود، کمیسیون فیلم استرالیا (AFC) و انجمن مالی فیلماف سی سی را بر عهده گرفت.

[1] FFC
[2] https://www.legislation.gov.au/F2018L00112/latest/text
[3] https://www.screenaustralia.gov.au/funding-and-support/producer-offset/legislation-and-rules

این آژانس نه تنها به افراد و شـرکت‌های داخل صـنعت کمک مالی می‌کند، بلکه تخفیف مالیاتی را برای تولید محتوای تصویر اسـترالیا که به عنوان جبران کننده برای (آفست) تولید کننده شـناخته می‌شـود، مدیریت می‌کند. (تخفیفات دیگری که مجموعه «مشـوق تولید تصـویر اسـترالیا» را تکمیل می‌کند توسـط وزارت ارتباطات و هنر نگهداری می‌شود.

استرالیایی بودن فیلم

صـنعت سـینمای اسـترالیا هم اکنون یک صـنعت جهانی شـده اسـت و همین جهانی شـدن می‌تواند سـرپوشـی بر هویت فیلم باشـد. در اسـترالیا در سـال‌های پایانی سـده بیسـتم، صـرف اینکه عده‌ای از عوامل فیلم، همچون بازیگر یا کارگردان یا نویسـنده اسـترالیایی باشـند، فیلم اسـترالیایی نامیده می‌شـود. با این حال معیار سومی نیز وجود دارد و آن این است که فیلم درباره استرالیا باشد و یا ربطی به استرالیا پیدا کند. البته امروزه این امر نیز ماهیت متمایزی به فیلم نمی‌دهد[1].

امروزه تعریف فیلم اسـترالیایی، توسـط نهادهای دسـت اندکار سـینمای اسـترالیا، بسـیار سـاده اسـت و این تعریف فیلم‌هایی را در بر می‌گیرد که زیر نظارت مستقیم و کامل کمیسیون فیلم استرالیا هستند. اگرچه حتی این تعریف نیز کامل به نظر نمی‌رسـد و با مشـکلاتی مواجه اسـت؛ به طور مثال، فیلم پیانو ۱ ۱۹۹۳، توسط جین کمپیون که متولد و بزرگ شده نیوزیلند است نوشـته و سـاخته شـده اسـت. موضوع فیلم درباره نیوزیلند است و در نیوزیلند نیز فیلمبرداری شده است اما با توجه به اینکه کمیسـیون فیلم اسـترالیا حمایت مالی این فیلم را پس از نگارش فیلمنامه آن، به عهده گرفته است، فیلم، محصول استرالیا به حساب می‌آید.

شرایط تولید

در سـال ۱۹۹۳، کمیسـیون فیلم اسـترالیا شـعبه بومی را تأسـیس کرد که کار آن از طریق دپارتمان بومی تصـویر اسـترالیا ادامه یافت. این شـاخه به دنبال توصـیه‌های گزارش شـرلی مک‌فرسـون و مایکل پوپ، با عنوان ترویج مشـارکت بومی در صـنعت فیلم و تلویزیون، با هدف اصـلی افزایش نرخ مشـارکت مردم بومی و جزیره‌ای تنگه تورس در صنعت نمایشگر ایجاد شد. پس از تأسیس تصویر استرالیا در سال ۲۰۰۸، اداره این بخش را به دست گرفت.

آمارها نشـان می‌دهد که طی ۲۵ سـال از وجود دپارتمان بومی، تغییر قابل‌توجهی در تعامل بومیان و سـاکنان جزایر تورس اسـترایت در صـنعت فیلم وجود دارد. یک مطالعه در سـال ۲۰۰۲ نشـان داد که هیچ بازیگر بومی در سال ۱۹۹۲ نقش قابل توجهی در تلویزیون استرالیا نداشـته است و این تعداد تا سـال ۱۹۹۹

[1] https://www.arts.gov.au/funding-and-support

تنها به دو نفر افزایش یافته است. با این حال، مطالعه تصویر استرالیا در سال ۲۰۱۶ نشان داد که ۵ درصد از شخصیت‌های اصلی تلویزیون استرالیا بین سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵ بومی بودند[1].

از ژوئن ۲۰۱۸، وزارت بومی استرالیا ۳۵ میلیون دلار به بیش از ۱۶۰ پروژه کمک مالی کرده بود که بودجه سالانه آن ۳.۳ میلیون دلار استرالیا بود.

در آگوست ۲۰۱۸، دپارتمان ۲۵ سال فعالیت خود را جشن گرفت، که فیلمسازان، بازیگران و سایرین مرتبط با صنعت، از جمله ریچل پرکینز، ایوان سن، لیا پرسل، و وارویک تورنتون، در کاریج ورکز در ردفرن جشن گرفتند.

برای واجد شرایط کمک از دپارتمان بومی تصویر استرالیا بودن، متقاضی باید یک بومی یا استرالیایی جزیره‌ای تنگه تورس باشد و باید پروژه‌ای را توسعه دهد که در آن یک استرالیایی بومی یا جزیره‌ای تنگه تورس نقش خلاقانه‌ای مانند نویسنده یا کارگردان داشته باشد.

تولیدات یارانه‌ای دولت

۱. هنگام بررسی صدور گواهی، وزیر هنر یا نماینده وزیر هنر باید متقاعد شود که:
- انتخاب نقش‌های اصلی و نقش‌های مکمل به طور دقیق، شخصیت‌های استرالیایی به تصویر کشیده شده را منعکس می‌کند.
- حداقل ۵۰ درصد از بازیگران در نقش‌های اصلی و ۷۵ درصد از بازیگران در نقش‌های مکمل استرالیایی هستند.
- در صورت امکان، یک بازیگر استرالیایی برای ایفای نقش یک «شخصیت سنتی استرالیایی» انتخاب شده است.

۲. در مواردی که معیارهای پاراگراف قبل رعایت شود، استفاده از بازیگران خارجی ممکن است در شرایط زیر مناسب تلقی شود:
- حداقل ۶۰ درصد بودجه یک فیلم بلند، تله فیلم یا مینی سریال سرمایه گذاری خارجی است، استخدام یک بازیگر خارجی ممکن است مناسب باشد.
- حداقل ۳۰ درصد بودجه تولید را سرمایه گذاری خارجی تشکیل می‌دهد و بودجه در مورد فیلم‌های بلند بیش از ۲.۵ میلیون دلار است.
- حداقل ۳۰ درصد بودجه تولیدی سرمایه گذاری خارجی است و بودجه در مورد ویژگی‌ها از ۷.۵ میلیون دلار بیشتر است.

[1] https://www.arts.gov.au/funding-and-support

تولیدات سینمایی یا تلویزیونی که توسط دولت یارانه نمی‌گیرند

۱. در مواردی که فرصت‌های معقولی برای شهروندان یا ساکنان استرالیا برای شرکت در تمام سطوح تولید فراهم شده باشد، ممکن است گواهی صادر شود. اسپانسر باید:
   - نشان دهد که تلاش‌های معقولی برای انتخاب بازیگران استرالیایی در تمام سطوح تولید انجام شده است
   - توضیح روشنی در مورد نیاز به بازیگران خارجی به وزارت ارائه کند
   - نشان دهد که در صورت نیاز وزیر هنر یا شخص مجاز توسط وزیر هنر، دستورالعمل‌های انتخاب عوامل رعایت شده است.
۲. در رابطه با سرمایه گذاری خارجی، حامی باید اسنادی را به وزارتخانه ارائه کند که نشان دهد سرمایه گذاری خارجی یا سرمایه گذاری خصوصی تضمین شده در برابر بازده خارجی توسط توزیع کننده، از نسبت بودجه صرف شده برای اجراکنندگان خارجی بیشتر است.
۳. اسپانسر در مورد استخدام یا استخدام بازیگر خارجی با MEAA مشورت کرده است. این امر مستلزم:
   - ارائه جزئیات پیشنهاد به اتحادیه،
   - مهلتی برای اظهار نظر به اتحادیه بدهید که در شرایط معقول باشد اما بیش از ۱۴ روز نباشد.

اگر درخواستی برای تولیدی ارائه شود که در قالب برنامه‌های فیلم یا تلویزیونی که در بالا تحت عنوان "حوزه" ذکر شده است، نباشد، اسپانسر ممکن است موردی را ارائه کند که نشان دهد چرا باید واردات یک بازیگر خارجی در نظر گرفته شود.

هر مورد براساس شایستگی‌های خود در نظر گرفته خواهد شد و نظرات MEAA در تعیین نتیجه در نظر گرفته خواهد شد. در مواردی که نظر MEAA را جویا می‌شود، حداکثر ۱۴ روز به اتحادیه فرصت داده می‌شود تا اظهار نظر کند.

سیاست گذاری

قبل از شروع یک پروژه سینمایی در استرالیا، درک فرآیند اخذ مجوزهای لازم بسیار مهم است و چندین نکته کلیدی وجود دارد که باید در نظر داشت:

برای فیلمبرداری در اماکن عمومی باید از شوراهای محلی مربوطه یا نهادهای دولتی ایالتی مجوز فیلم بگیرید. برخی مکان‌ها، مانند پارک‌های ملی، مکان‌های میراث فرهنگی، یا زمین‌های بومی ممکن است

به مجوزهای اضـافی نیاز داشــته باشــند. برای جلوگیری از عوارض قانونی احتمالی، درک قوانین و الزامات از قبل بسیار مهم است.

آب و هوای استرالیا در سراسر قلمرو وسیع آن، از شمال استوایی تا معتدل جنوب، و قسمت داخلی خشک متفاوت است. درک این تغییرات به برنامه ریزی برنامه عکاسی و تدارکات شما کمک می‌کند.

شرکت‌های فیلم سازی

هیولا و خرس ؛ ملبورن

یک شرکت تولیدی مستقر در ملبورن است که توسط سارا هیکی، جاش میچل فری و رایان برد در سال ۲۰۱۳ تأسیس شد. از زمان تأسیس، این شرکت به سرعت برای مفاهیم تولید سطح بالا و توجه دقیق به جزئیات شناخته شده است.

تولید فیلم و تلویزیون اسکایدایو با اوسی خان ؛ ملبورن

مشــاور .Aero Sports بدلکار هوایی و هماهنگ کننده بدلکاری با تخصــص در هماهنگی اجرای ایمن و فیلمبرداری سکانس‌های اکشن هوایی. چتربازی، بیس جامپینگ، چارتر هواپیما، مهارهای سفارشی و غیره.

خانه آسیاب ؛ سیدنی

یک شـرکت تولید ویدیو با خدمات کامل و با تجربه اسـت که محتوای مؤثر، جذاب، سـرگرم کننده و با کیفیت بالا تولید می‌کند. ما با تعدادی از مشــتریان در شــرکت‌ها، دولت، رســانه‌ها و مشــاغل کوچک کار می‌کنیم.

نور سبز کوچک؛ فیتزروی

یک شـرکت تولیدکننده فیلم و تلویزیون دیجیتال مسـتقر در اسـترالیا اسـت. این شـرکت در مارس ۲۰۰۹ توسط توماس و اما الیوت تأسیس شد. بیش از ده پروژه فیلم بلند در مراحل مختلف توسعه دارد.

صدور مجوز

مراحل دریافت مجوز فیلم در استرالیا به طور کلی مسیر مشابهی را در بین ایالت‌ها و قلمروها دنبال می‌کند، اما مشـخصـات آن می‌تواند متفاوت باشـد. همیشـه با کمیسـیون فیلم محلی یا آژانس دولتی مربوطه چک کنید تا مطمئن شوید که همه الزامات را برآورده می‌کنید. در اینجا یک دستورالعمل کلی وجود دارد:

دریافت مجوز فیلم در اســترالیا می‌تواند دلهره آور به نظر برســد، اما می‌توان با برنامه ریزی دقیق و درک الزامات، روند را به آرامی طی کرد. به یاد داشـــته باشـــید، هر شـــهر یا ایالت ممکن اســـت فرآیند و هزینه‌های خاص خود را داشته باشد و برخی از مکان‌ها ممکن است به مجوزهای اضافی نیاز داشته باشند.

همیشـه از احترام به قوانین محلی، هنجارهای فرهنگی و ملاحظات زیست محیطی در تولیدات خود اطمینان حاصـل کنید. در حالی که ممکن اسـت مدتی طول بکشـد تا مجوز دریافت شـود، کمیسـیون‌ها و شوراهای فیلم محلی بیش از حد خوشحال هستند که به تولیدات در جهت یابی این الزامات کمک می‌کنند.

روند درخواسـت برای دریافت بودجه از تصـویر اسـترالیا قبلاً پیچیده بود و سـازندگان را ملزم می‌کرد که اعتبارات قبلی تصـویر را داشـته باشـند تا واجد شـرایط باشـند. با این حال، معرفی وجوه Generate و پرمیموم عملاً هیچ مانعی را برای واجد شـــرایط بودن اجازه نداده اســـت و ورودی‌های جدید را تشـــویق به تکمیل فرآیند درخواست می‌کند. درخواسـت برای دریافت کمک مالی از تصـویر اسـترالیا نیاز به خلاصـه یک صفحه‌ای و همچنین ارائه سه دقیقه به دوربین دارد که داستان، مخاطب مورد نظر و نحوه دسـترسـی فیلم به آنها را شرح دهد.

بودجه

از سال ۲۰۲۰ (با ارائه یک سیستم جدید در سال ۲۰۱۸)، تصویر استرالیا چندین برنامه بودجه برای فیلمسازان استرالیایی اجرا می‌کند[1]:

برنامه Generate که بودجه‌ای برای توسـعه داسـتان فراهم می‌کند، به «سـازندگان محتوای تصـویر جدید، نوظهور یا با تجربه که توانایی و اشـتیاق به داسـتان سـرایی همراه با صـدای خلاق متمایز و معتبر را نشان می‌دهند» تعلق می‌گیرد.

همچنین برای توسـعه داسـتان، جایزه بودجه پرمیمو م برای «سـازندگان محتوای تصـویر که سـابقه کار/اعتبارات تولید قابل توجهی در پروژه‌هایی دارند که موفقیت تجاری و/یا تحسین منتقدان دارند» است.

برنامه مالی بین المللی برای پروژه‌هایی که از قبل آماده بازار هستند و مقداری بودجه را از یک منبع تجاری تأمین کرده‌اند، بودجه تأمین می‌کند. این برای فیلم‌هایی است که پتانسیل جذابی برای باکس آفیس بین المللی دارند.

همچنین برنامه‌های جداگانه‌ای برای تأمین مالی فیلم‌های بلند مربوط به بومیان اســـترالیا، فیلم‌های مستند، و برای عرضه فیلم‌ها به بازارهای بین المللی وجود دارد.

[1] https://factsanddetails.com/

قوانین مالیاتی

مشوق تولید تصویر استرالیا

بخش ۳۷۶ قانون ارزیابی مالیات بر درآمد ۱۹۹۷ (ITAA) سه جبران مالیاتی را برای مخارج تولید استرالیایی مشخصی که توسط یک شرکت تولیدکننده در ساخت فیلمی که در آن حداقل سطح هزینه انجام شده است، فراهم می‌کند. شرکت فقط در رابطه با یک فیلم مستحق یکی از سه تخفیف مالیاتی است. شرکت می‌تواند در اظهارنامه مالیات بر درآمد خود جبران مالیات را مطالبه کند.

سه تخفیف مالیاتی عبارتند از:

جبران مالیات قابل استرداد برای هزینه‌های استرالیا در ساخت فیلم‌های استرالیایی که به عنوان «تغییر مالیات تولیدکننده» شناخته می‌شود.

یا ۲۰٪ از کل QAPE (واجد شرایط هزینه‌های تولید استرالیا) شرکت در فیلمی که یک فیلم بلند نیست.

یک جبران مالیات قابل استرداد برای هزینه‌های استرالیایی برای ساخت فیلم، که به عنوان «تغییر مالیات مکان» شناخته می‌شود. مبلغ جبران مالیات موقعیت مکانی عموماً ۱۶.۵٪ از کل QAPE شرکت روی فیلم است.[1]

یک جبران مالیات قابل استرداد برای هزینه‌های استرالیا برای تولید جلوه‌های پستی، دیجیتالی و بصری برای یک فیلم، معروف به "جبران مالیاتی PDV"است که مبلغ جبران مالیات PDV به طور کلی ۳۰٪ از کل QAPE شرکت در فیلم است که مربوط به تولید، دیجیتال و جلوه‌های بصری فیلم است.

در صورتی که شرکت سازنده یکی از سه تخفیف مالیاتی را برای یک فیلم واجد شرایط درخواست کند، هیچ یک از دو تخفیف مالیاتی دیگر در رابطه با فیلم موجود نیست. این بدان معناست که یک فیلم ممکن است تنها برای یکی از موارد مشوق‌های تولید تصویر استرالیا تأیید شود.

اُفست مالیاتی (جبران هزینه‌های) تولیدکننده یک جبران مالیات قابل استرداد برای هزینه‌های استرالیایی برای ساخت فیلم‌های استرالیایی است. میزان جبران مالیات تولید کننده عبارت است از:

۴۰٪ از کل QAPE شرکت در یک فیلم بلند

۲۰٪ از کل QAPE شرکت در فیلمی که یک فیلم بلند نیست.

هنگامی که شرکت در اظهارنامه مالیات بر درآمد خود برای سال درآمدی که فیلم در آن کامل شده است، جبران مالیات تولیدکننده را مطالبه کرد، جبران مالیات تولیدکننده شرکت را بر اساس گواهی نهایی

[1] https://www.ato.gov.au/forms-and-instructions/film-industry-incentives-2016

صادر شده توسط تصویر استرالیا و تعیین کل QAPE شرکت با توجه به تاریخ محاسبه خواهد شد. سپس آن جبران مالیاتی را در برابر بدهی مالیاتی استرالیایی شرکت برای سال درآمدی که فیلم در آن کامل شده است اعمال می‌کنند و باقیمانده را به شرکت بازپرداخت می‌کنند.

گواهی‌های صادر شده توسط وزیر هنر و نمایش استرالیا می‌تواند در موارد تقلب یا ارائه نادرست جدی باطل شود. در چنین حالتی، ابطال مستلزم بازپرداخت کامل هرگونه جبران مالیات فیلم است. تصمیمات مبنی بر عدم صدور یا ابطال گواهی صادر شده قبلی قابل بررسی در دادگاه تجدیدنظر اداری است.

نظارت بر تولیدات

صدور گواهی نهایی توسط تصویر استرالیا برای یک شرکت (برای یک فیلم) شرط اصلی برای استحقاق شرکت برای جبران مالیات تولیدکننده است. اسکرین استرالیا چنین گواهی نهایی را تنها در صورتی برای شرکتی صادر می‌کند که معیارهای تعیین شده در بخش ITAA ۱۹۹۷ برای صدور چنین گواهینامه‌ای رعایت شده باشد.

به طور کلی تصویر استرالیا باید متقاعد شود که:

- فیلم کامل شده است
- دارای «محتوای قابل توجه استرالیایی» است یا یک محصول مشترک رسمی بین استرالیا و کشور دیگری است.
- این فیلم در قالب و ژانر واجد شرایط است.
- شرکت متقاضی تمام فعالیت‌های لازم برای ساخت فیلم را انجام داده یا مقدمات انجام آن را فراهم کرده است.
- مجموع QAPE شرکت روی فیلم آستانه‌های مربوطه را برآورده می‌کند یا از آن فراتر می‌رود.

به عنوان بخشی از فرآیند ارزیابی درخواست برای گواهی نهایی، تصویر استرالیا به طور رسمی کل QAPEشرکت را در فیلم برای اهداف جبران مالیات تولیدکننده تعیین می‌کند. برای بحث کامل در مورد آنچه که QAPE را تشکیل می‌دهد.

سانسور

در استرالیا از سانسور به‌نام طبقه‌بندی مطالب یاد می‌شود هرچند مطالبی که «مردود شده» اعلام شوند فروش و انتشارشان ممنوع‌است. این سیستم همچنین دارای سطح‌بندی‌ها و دسته‌بندی‌های مختلفی‌است که فروش، نمایش، یا استفاده از برخی مواد برای کسانی که زیر سن تجویز شده باشند را

ممنوع می‌کند. از آنجا که اســترالیا کشــوری‌اســت که به صــورت فدرال و ایالتی اداره می‌شــود مســئولیت طبقه‌بندی مطالب و نظارت بر این‌گونه چیزها به عهده هر ایالت است. به‌طور کلی در استرالیا:

در قرن بیستم به علت سانسور زیاد میزان تولید و قاچاق مطالب سانسور نشده در بازارهای استرالیا به مقدار زیادی بالا رفته بود. همچنین از طرفی در سـال ۱۹۹۳ به‌دنبال اعتراض‌هایی که در برابر درجه‌بندی شدن +۱۸ برای فیلم سکوت بره‌ها (فیلم) صورت گرفت و در نتیجه آن درجه‌بندی به +۱۵ تغییر یافت لزوم تجدیدنظر در وضعیت سانسور در استرالیا بیشتر احساس شد. پیش از آن هم رمان عاشق لیدی چترلی؛ از سال ۱۹۲۹ در استرالیا، انگلستان، آمریکا و بسیاری از کشورها ممنوع بود ولی در سال ۱۹۶۴ کتابی به‌نام «محاکمه لیدی چترلی» که نشان‌گر وضعیت محاکمه در بریتانیا است در ایتالیا انتشار و یک نسخه از آن به داخل استرالیا قاچاق شد و در سال ۱۹۶۵ مخفیانه تکثیر و پراکنده گردید[1] .

فراوانی

هزینه سالانه نمایش استرالیا برای نمایش درام برای سال‌های ۲۲/۲۰۲۱ ۲.۲۹ میلیارد دلار بود که از رکورد هزینه‌ای برای عناوین اســترالیایی ۱.۵۱ میلیارد دلار، به اضــافه ۷۷۷ میلیون دلار برای تولیدات خارجی تشکیل شده است.

در آگوست ۲۰۲۰، بودجه ۲.۷ میلیون دلار استرالیا به ۹ پروژه اختصاص یافت که شامل دو فیلم بلند، دو ســریال تلویزیونی (یکی برای کودکان) و چندین پروژه آنلاین اســت. در اکتبر ۲۰۲۰، بودجه بعدی برای اولین دور از بودجه برای ســال مالی ۲۱/۲۰۲۰ از طرح‌های بودجه Premium وGenerate ، که شامل بودجه برای ۷ فیلم بلند، ۱۶ سریال درام تلویزیونی و ۵ پروژه آنلاین است، اعلام شد.

در حال حاضر تغییرات قانونی قابل توجهی در دست بررسی است که بر نحوه ساختار هزینه‌های تولید استرالیایی واجد شرایط (QAPE) تأثیر می‌گذارد.

[1] https://www.arts.gov.au/funding-and-support

دستورالعمل‌های تولید فیلم در فرانسه

سینمای فرانسه متشکل از صنعت فیلم و تولیدات فیلم آن است، چه در داخل کشور فرانسه ساخته شده باشد و چه توسط شرکت‌های تولید فیلم فرانسوی در خارج از کشور. این قدیمی‌ترین و بزرگترین پیشرو سینماهای ملی در اروپا است.

در سال ۲۰۱۳، فرانسه پس از ایالات متحده دومین صادرکننده بزرگ فیلم در جهان بود. فرانسه موفق‌ترین صنعت فیلم در اروپا را از نظر تعداد فیلم‌های تولید شده در سال با رکوردشکنی ۳۰۰ فیلم بلند تولید شده در سال ۲۰۱۵ دارد. صنعت فیلم فرانسه بیش از هر کشور دیگری در اروپا به خودکفایی کامل نزدیک شده است و حدود ۸۰ تا ۹۰ درصد هزینه‌ها را تنها از درآمدهای تولید شده در بازار داخلی بازیابی می‌کند.

ژان رنوار، مارسل کارنه، فرانسوا تروفو و ژان لوک گدار تاثیرگذارترین کارگردانان تاریخ سینمای فرانسه هستند. رنه کلر، ژان کوکتو، رنه کلمان، روبر برسون، آلن رنه، ژاک دمی، کلود شابرول، لوئی مال، ژان پیر ملویل، برتراند تاورنیه، کلود سوته، اریک رومر، اگنس واردال، موریس، بلیر، آندره تکینه، فرانسوا اوزون و کریستوف اونوره از دیگر کارگردانان مهم سینما هستند.

فرانسه جدا از سنت قوی و نوآورانه فیلم خود، مقصدی پیشرو برای فیلمسازان و بازیگران از سراسر جهان بوده است. در نتیجه، سینمای فرانسه گاهی با سینمای کشورهای بیگانه عجین می‌شود. کارگردانانی از کشورهایی مانند لهستان (رومن پولانسکی، کریستوف کیشلوفسکی، و آندره ژولوسکی)، آرژانتین (گاسپار نوئه و ادگاردو کوزارینسکی)، روسیه (الکساندر الکسیف، آناتول لیتوک)، اتریش (مایکل هانکه)، و گرجستان (گلا تار بابلوانی، گله تار بابلویانی،) در ردیف سینمای فرانسه مطرح هستند. برعکس، کارگردانان فرانسوی در کشورهای دیگر مانند لوک بسون، ژاک تورنور یا فرانسیس وبر در ایالات متحده، کارنامه پربار و تاثیرگذاری داشته‌اند.

پاریس دارای بالاترین تراکم سینماها در جهان است که با تعداد سالن‌های سینما به ازای هر نفر اندازه‌گیری می‌شود، و در بیشتر سالن‌های فیلم «مرکز شهر پاریس»، فیلم‌های خارجی که در مکان‌های دیگر به سینماهای «خانه‌های هنری» منزوی می‌شوند. [1]

در سال ۲۰۱۶، وزارتخانه، دپارتمان سینما را ایجاد کرد که در سال ۲۰۱۹ با تغییر نام آن به بخش سینما و صنایع خلاق (Mission Cinéma et Industries Créatives) آن را به صنایع سمعی و بصری، بازی‌های ویدیویی و کتاب‌های کمیک گسترش داد.

[1] https://www.cinemapress.ir/

شرکت‌های فیلم سازی

سی ان سی کمک رایگان برای تأمین مالی پروژه شما در فرانسه ارائه می‌کند: یا از طریق تولید مشترک و کل سیستم حمایت عمومی یا تخفیف مالیاتی برای تولید بین المللی. این به شما کمک می‌کند با آژانس‌های مربوطه در مورد مکان‌ها، مجوزهای فیلمبرداری، و همچنین اطلاعات مربوط به کار به عنوان یک شهروند غیر اتحادیه اروپا، نرخ‌ها، امکانات استودیو، امکانات پس از تولید، فروشندگان VFX، انیماتورها، تأمین کنندگان و استعدادها تماس بگیرید.

شرکت‌های قابل توجه پخش و/یا تولید فیلم فرانسوی عبارتند از:

Ad Vitam، Alfama Films، ARP Sélection، Bac Films، Diaphana Films، EuropaCorp، Gaumont، Haut et Court، KMBO، Le Pacte، Les Films du Losange، Mars Films، MK2، Pan-Européenne، Pathé، Pyramide Distribution، Rezo Films، SND Films، StudioCanal، UGC، Wild Bunch.

شرایط تولید

مرکز ملی سینمای فرانسه سی ان سی مسئول تبلیغ بین المللی فرانسه به عنوان مقصد فیلمبرداری است. فیلم فرانسه، کمیسیون ملی فیلم، که اکنون بخشی از سی ان سی است، فروشگاه یکپارچه برای تولیدات خارجی و افرادی است که برای فیلمبرداری در فرانسه آماده می‌شوند:

فیلم فرانسه توسط سی ان سی[1]:

- پیدا کردن همه چیزهایی که یک تولید خارجی باید در مورد پروژه خود در فرانسه بداند.
- تسهیل جستجوی لوکیشن، فیلمبرداری، انیمیشن، وی اف ایکس[2] و کارهای پس از تولید در فرانسه.
- اتصال تولید با تخصص: یک شبکه محلی قوی از ۳۲ کمیسیون فیلم محلی و صنعت.
- مشاوره در مورد مقررات و مجوزهای مربوط به تولید، از جمله ویزا.
- ارائه تخصص در مورد تخفیف مالیاتی برای تولیدات بین المللی (TRIP) و ارزیابی صلاحیت پروژه‌ها.
- همکاری با دولت و صنعت برای اطمینان از اینکه فرانسه یکی از بهترین مکان‌ها برای تولید فیلم و تلویزیون است.

[1] https://www.سی ان سی.fr/web/en/filming-in-france
[2] وی اف ایکس

سی ان سی هر ساله در رویدادهایی مانند جشنواره فیلم کن، برلیناله، جشنواره فیلم انسی و همچنین جشنواره‌ها و بازارهای دیگر در سراسر جهان حضور دارد. همچنین یک دفتر نمایندگی در لس آنجلس دارد و توسط شبکه دیپلماتیک فرانسه در سراسر جهان پشتیبانی می‌شود.

دلیل برتری تولید در فرانسه:

۱. فرانسه بیش از هر زمان دیگری فرصت‌های قوی و مقرون به صرفه‌ای را به عنوان پایگاه تولید ارائه می‌دهد.
۲. تا ۴۰٪ تخفیف مالیاتی برای تولیدات بین المللی(TRIP)
۳. TRIP از پروژه‌های غیر فرانسوی که به طور کامل یا جزئی در فرانسه ساخته شده‌اند پشتیبانی می‌کند.
٤. آخرین تحول فرانسه در تخفیف مالیاتی آن برای تولید بین‌المللی از ۳۰ درصد به ۴۰ درصد در تمام هزینه‌های واجد شرایط زمانی که حداقل هدف ۲ میلیون یورویی را در VFXدر فرانسه خرج کنید، افزایش می‌یابد[1].

تخفیف مالیاتی برای تولیدات بین المللی

- تخفیف مالیاتی معادل ۳۰ درصد از هزینه‌های واجد شرایط قبل از مالیات است [۲]
- سقف آن ۳۰ میلیون یورو برای هر پروژه است
- هزینه‌های فیلم‌های واجد شرایط حداکثر تا ۸۰ درصد از کل بودجه در نظر گرفته می‌شود.

سفر به فرانسه برای شرکت‌هایی در دسترس است که:

- در فرانسه مشمول مالیات بر درآمد شرکتی هستند.

صدور مجوز

هیچ مجوز فیلمبرداری که کل فرانسه را پوشش دهد وجود ندارد. هر مکان فیلمبرداری تابع مجوز خاصی است.

[1] https://www.filmfrance.net/en/plan-your-production/production-services-companies/
[2] http://filmmakersfans.com/?s=france+film

در برخی موارد، صرفاً یک توافق نامه کتبی اصولی و بدون نیاز به هزینه است. در موارد دیگر باید هزینه‌ای پرداخت کنید که میزان آن هم به ماهیت پروژه و هم به مدت زمان فیلمبرداری بستگی دارد. این هزینه در زمان درخواست مجوز توسط سازمان / مالک درخواست شده مشخص می‌شود.

شبکه فیلم فرانسه به عنوان بخشی از مأموریت‌های خود[1]:

- ماهیت/نیازهای هر شاخه (تدارکات، دسترسی، قیمت و غیره) را شناسایی می‌کند.
- به بهبود گفتگو بین متخصصان صنعت فیلم و مدیران سایت که میزبان فیلمبرداری هستند، کمک می‌کند.

برای دریافت مجوز فیلمبرداری در یک مکان خاص در سریع‌ترین زمان ممکن، توصیه می‌شود ابتدا فایلی را با اطلاعاتی که در اختیار دارید تهیه کنید. این فایل به طور کلی می‌تواند از طریق ایمیل ارسال شود یا در صورت امکان به زبان فرانسوی (در غیر این صورت به زبان انگلیسی) به صورت آنلاین تکمیل شود. به طور کلی شامل عناصر زیر است:

عنوان پروژه؛ نام کارگردان؛ شرکت تولیدی؛ نوع پروژه (فیلم کوتاه، داستانی، فیلم بلند، مستند، تلویزیون واقعیت، کلیپ، نمایش‌های پخش و غیره)؛ بودجه تخمینی؛ تاریخ (و زمان در صورت امکان) فیلمبرداری؛ تعداد روزهای برنامه ریزی شده؛ گواهی بیمه برای فیلمبرداری؛ شرح دقیق صحنه‌هایی که قرار است در مکان مورد نظر اتفاق بیفتد. گزیده‌ای از فیلمنامه یا خلاصه داستان مربوط به محل فیلمبرداری (در برخی موارد فیلمنامه کامل)؛ تعداد تکنسین‌ها؛ شرح تجهیزات مورد استفاده (روشنایی، مجموعه ژنراتور، جرثقیل، دالی، شات ردیابی و غیره)؛ تعداد وسایل نقلیه.

علاوه بر مجوز فیلمبرداری، ممکن است اقدامات اضافی در چارچوب مقررات برای حفاظت از تنوع زیستی ضروری باشد. فرانسه، مانند سایر کشورهای عضو اتحادیه اروپا، شبکه‌ای از مناطق طبیعی ایجاد کرده است که غنای بیولوژیکی آن باید به حفظ تنوع زیستی در سراسر قلمرو اروپا کمک کند.

مراحل فیلمبرداری از هلیکوپتر یا هواپیما نسبتاً پیچیده است، این ارائه دهنده خدمات تخصصی انتخاب شده است که پس از شناسایی و توسعه طرح پرواز، مجوز پرواز را درخواست می‌کند. برخی از درخواست‌های پرواز به سختی به دست می‌آیند (فراز شهرها، پرواز در ارتفاع پایین). دریافت مجوز بین ۳ هفته تا ۲ ماه طول می‌کشد. پرواز بر فراز پاریس اصولاً ممنوع است.

[1] https://www.screendaily.com/news/french-film-production

بودجه

سی ان سی[1] تخصیصات وزارت فرهنگ را برای سینما مدیریت می‌کند:

- کمک‌های مالی برای تولید و توزیع فیلم، ایجاد و نوسازی سینماها، صنایع فنی و...
- کمک‌های مالی برای تولید برنامه‌های ساخته شده برای همه کلنال‌های تلویزیونی (تلویزیون زمینی، کانال‌های پخش کابلی و ماهواره‌ای).
- طرح‌های حمایت از تولید نیز توسط اقدامات تخفیف مالیاتی (SOFICA) اجرا می‌شوند.

این سازمان اقدامات فیلم و تلویزیون را برای وزارت فرهنگ و ادارات اداری دولتی و حساب‌های بودجه دولت برای صنعت تولید فیلم و تلویزیون (COSIP) مدیریت می‌کند.[2]

سی ان سی دو نوع یارانه برای تولید ارائه می‌دهد: پشتیبانی خودکار برای تولید، و حمایت انتخابی (تولید، توسعه، نوآوری، تبلیغات بین المللی...). مبلغ پشتیبانی خودکار برای هر پروژه بر اساس معیارهای مختلفی از جمله: مدت زمان، فرمت، هزینه فرانسوی ... در مورد فیلم‌های بلند، پس از پخش پروژه تولید می‌شود و برای پروژه‌های بعدی در اختیار تهیه کننده قرار می‌گیرد. این حمایت‌ها برای تولید اشکال جدید داستان‌سرایی دیجیتال، پروژه‌های انتقال رسانه یا بومی وب، از جمله فیلم‌هایی که برای واقعیت مجازی طراحی شده‌اند، باز است.

«فناوری‌های جدید در تولید» صندوقی است انتخابی برای کمک به کاهش ریسک‌پذیری تولیدکنندگان پروژه‌های سینمایی یا تلویزیونی که به صورت سه‌بعدی کار می‌کنند یا از فناوری‌های دیجیتال نوآورانه (جلوه‌های بصری دیجیتال، مصنوعی، تصویربرداری، توسعه فرآیندهای خاص) استفاده می‌کنند.

سرمایه‌گذاری تهیه‌کنندگان در تولید در مقایسه با میانگین سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۱۹ در ۳۹.۵ درصد ثابت ماند، در حالی که پخش‌کنندگان، سرمایه‌گذاران قدیمی سینمای فرانسه، ۲۹.۷ درصد از بودجه را در مقایسه با ارقام ۲۰۱۷-۲۰۱۹ تشکیل دادند.پنج فیلم بیش از ۷ میلیون یورو بودجه داشتند.[3] Canal+ با سرمایه‌گذاری ۱۱۷.۳ میلیون یورو در تولید اکثریت فرانسوی در سال ۲۰۲۲، بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار باقی می‌ماند که ۴۳.۲ درصد از کل سرمایه‌گذاری رادیویی را شامل می‌شود که بالاترین سطح از سال ۲۰۱۶ است.

مانند همیشه، سرمایه گذاری در فیلم فرانسوی منوط به فروش بلیت در سینماها است، بنابراین با ادامه روند بهبود کشور در گیشه، تجدید حیات باید در ارقام تولید در ماه‌ها و سال آینده منعکس شود. مطالعه سی ان سی بر تولیدات و تولیدات مشترک فرانسوی متمرکز بود و ارقام منتشر نشده در مورد

[1] سی ان سی
[2] https://www.kftv.com/country/france
[3] https://www.سی ان سی.fr/web/en/filming-in-france#frenchprod

هزینه‌های خارجی در این قلمرو برای تولیدات بین المللی که از تخفیف مالیاتی آن برای تولیدات بین المللی، TRIP بهره می‌برد، در نظر نمی‌گرفت.

قوانین مالیاتی

تولید خارجی تا ۳۰٪ (یا ۴۰٪) واجد تخفیف مالیاتی است اگر هزینه‌های VFX فرانسه بیش از ۲ میلیون یورو از هزینه‌های واجد شرایط انجام شده در فرانسه باشد و در مجموع می‌تواند حداکثر ۳۰ میلیون یورو برای هر پروژه باشد. این پروژه‌ها باید شامل عناصر مربوط به فرهنگ، میراث و قلمرو فرانسوی یا اروپایی باشد.[1]

تخفیف مالیاتی به چه کسی تعلق می‌گیرد؟

تولید خارجی به طور انتخابی توسط سی ان سی به شرکت خدمات تولید فرانسوی اعطا می‌شود که مطابق با قراردادی که با یک شرکت تولیدی غیر فرانسوی منعقد شده است، مسئولیت تأمین وسایل هنری و فنی برای ساخت فیلم بلند یا پروژه تلویزیونی مربوطه را بر عهده دارد. از یک سو مدیریت عملیات مادی برای ساخت و از سوی دیگر نظارت بر حسن اجرای آن.

تخفیف مالیاتی را می‌توان به پروژه‌هایی اعطا کرد که ۲۵۰,۰۰۰ یورو یا ۵۰ درصد از بودجه جهانی آنها را در فرانسه هزینه کنند و برای یک کار زنده حداقل ۵ روز فیلمبرداری در فرانسه دارند. در مجموع می‌تواند حداکثر ۳۰ میلیون یورو برای هر پروژه باشد.

این مصوبه حق تخفیف مالیاتی را در پایان هر سال مالی می‌دهد. اگر میزان تخفیف مالیاتی از مالیات بر درآمد شرکتی که در سال جاری تعلق می‌گیرد بیشتر باشد، مابه التفاوت توسط دولت فرانسه پرداخت می‌شود. امکان تخفیف در یک موسسه مالی، تحت شرایط خاصی که در قانون پیش بینی شده است، وجود دارد. تاریخی که سی ان سی پرونده درخواست را دریافت می‌کند، تاریخ شروع در نظر گرفتن هزینه‌های واجد شرایط است.

قوانین نمایش

تعهدات پخش فیلم از تلویزیون

ضوابط مربوط به پخش فیلم از شبکه‌های تلویزیونی در مصوبه شماره ۱۲۲ مقرر شده است. ۹۰-۶۶ مورخ ۱۷ ژانویه ۱۹۹۰، به موجب قانون شماره. ۸۶-۱۰۶۷ از ۳۰ سپتامبر ۱۹۸۶.

[1] https://eufcn.com/members/film-france-the-french-film-commission/

خدمات پخش اول: سالانه حداقل یک فیلم را به عنوان اولین پخش تلویزیونی انحصاری (به استثنای پرداخت به ازای هر بازدید) یا بیش از ۱۰ اثر سینمایی در انحصاری دوم، ظرف ۳۶ ماه از اولین اکران در سینماها پخش می‌کنند.

خدمات انحصاری اول: اولین خدمات نمایشگاهی که سالانه حداقل ۷۵ فیلم را به عنوان اولین پخش تلویزیونی انحصاری ظرف ۳۶ ماه از اولین اکران در سینماها پخش می‌کند (حداقل ۱۰ مورد از آنها فیلم‌های اصلی فرانسوی زبان هستند که حقوق آنها پیش خرید شده است. ، یعنی قبل از پایان فیلمبرداری خریداری شده است)

خدمات تلویزیونی باید حداقل ۶۰ درصد از کل تعداد سالانه پخش و تکرار فیلم را به آثار اروپایی و ۴۰ درصد را برای آثار اصلی فرانسوی زبان اختصاص دهند.[1]

نظارت بر تولیدات

۲سی ان سی (مرکز ملی سینما و تصویر متحرک فرانسه) یک سازمان اداری دولتی است که در سال ۱۹۴۶ زیر نظر وزارت فرهنگ و فرهنگ فرانسه ایجاد شد.

مأموریت‌های اصلی سی ان سی عبارتند از:

- پشتیبانی نظارتی ـ مالی از صنایع فیلم، پخش، ویدئو، چند رسانه‌ای و فنی.
- تبلیغ فیلم و تلویزیون برای توزیع برای همه مخاطبان.
- حفظ و توسعه میراث سینمایی.

هر پروژه‌ای که در ذهن دارید، هر چند از نظر فنی یا هنری بلندپروازانه باشد، می‌توانید از خدمات یک شریک فرانسوی مانند تخصیص بودجه استفاده کنید. حمایتی که ارائه می‌دهند بسته به پروژه و مرحله تحت نظارت متفاوت است و می‌تواند از نوشتن فیلم تا تبلیغ آنها را شامل شود.

[1] https://en.unifrance.org/directories/company/82661/film-france-سی ان سی
[2] du Cinéma et de l’image animée

سانسور

تمام فیلم‌هایی که برای اکران در سینما در نظر گرفته شده‌اند، باید به پیشنهاد کمیسیون طبقه‌بندی فیلم[1]، که می‌تواند یکی از پنج رتبه‌بندی را به فیلم بدهد، توسط وزارت فرهنگ ویزای اعطا شود:

همگان(universal/U): مناسب برای همه مخاطبان

(-۱۲): برای زیر ۱۲ سال ممنوع[2] است (مثل قانون حفاظت از حریم خصوصی آنلاین کودکان، که قانون حفظ حریم خصوصی کودکان زیر ۱۳ سال را از استفاده از رسانه‌های اجتماعی منع می‌کند)

(-۱۶): برای زیر ۱۶ سال ممنوع است

(-۱۸): برای زیر ۱۸ سال ممنوع است اما پورنوگرافی نیست. معمولاً برای فیلم‌های حاوی رابطه جنسی غیرشبیه‌سازی یا خشونت/بی‌رحمی شدید استفاده می‌شود.

(-۱۸ یا X): برای زیر ۱۸ سال ممنوع و پورنوگرافی. این یک رتبه بندی فی نفسه نیست و معادل رتبه آمریکایی "بدون رتبه" است زیرا چنین فیلم‌هایی در سینماها پخش نمی‌شوند.

سینماها طبق قانون موظفند از تماشای فیلم توسط مخاطبان زیر سن قانونی جلوگیری کنند و در صورت کوتاهی ممکن است جریمه شوند.

کمیسیون نمی‌تواند رتبه یک فیلم را کاهش دهد، اما می‌تواند آن را ممنوع کند، اگرچه این اختیار به ندرت استفاده می‌شود. در عمل، این بدان معنی است که بیشتر فیلم‌ها در فرانسه به جای سانسور، دسته بندی می‌شوند.

هرچند هیچ دستورالعمل کتبی در مورد اینکه چه نوع محتوایی باید دریافت کند و رتبه‌بندی‌هایی که به صورت موردی داده می‌شود وجود ندارد اما کمیسیون‌ها معمولاً به محتوای خشونت‌آمیز، جنسی و مواد مخدر اشاره می‌کنند. با این حال، محتوای جنسی نسبت به بسیاری از کشورهای دیگر، از جمله ایالات متحده، بسیار کمتر احتمال دارد که رتبه بالایی کسب کند[3].

طبقه بندی از طریق یک "کمیته مشاهده" انجام می‌شود که از برخی دستورالعمل‌های پیشنهاد شده توسط 4(CSA) برای تصمیم گیری در مورد طبقه بندی استفاده می‌کند. CSA نظارت و کنترل را در زمان پخش اعمال می‌کند، نه قبل از آن. و می‌تواند بعد از شکایت بیننده از طرف خود تحقیقات بیشتری انجام دهد. تحریم‌های CSA می‌تواند از یک هشدار ساده تا ممنوعیت پخش متفاوت باشد.

[1] Commission de classification cinématographique
[2] Interdit aux moins de 12 ans
[3] https://eufcn.com/members/film-france-the-french-film-commission/
[4] Conseil supérieur de l'audiovisuel

برخی از سوالاتی که CSA می‌خواهد توسط کمیته‌های مشاهده در هنگام ارزیابی یک نمایش از آنها پرسیده شود به شرح زیر است:

- تعداد و ماهیت صحنه‌های خشونت آمیز
- آیا صحنه‌های خشونت آمیز بی دلیل هستند یا برای سناریو مهم هستند؟
- آیا زنان به شکلی محترمانه به تصویر کشیده می‌شوند یا با بی احترامی؟
- آیا جنسیت به تصویر کشیده می‌شود؟ و تماشاگران جوان چگونه می‌توانند به چنین صحنه‌هایی واکنش نشان دهند؟

فراوانی

در سال ۲۰۱۲، با ۲۲۶ میلیون بلیط (۱۹۰۰ میلیون دلار) برای فیلم‌های فرانسوی در سراسر جهان (۵۸۲ فیلم در ۸۴ کشور اکران شده)، ۸۲ میلیون بلیط در فرانسه (۷۰۰ میلیون دلار) بوده است.

سال ۲۰۱۲ چهارمین سال برتر از سال ۱۹۸۵ بود. سینمای فرانسه به سهم بازار ۲.۹۵ درصد از استقبال جهانی رسید. از ۴.۸۶٪ از فروش در سراسر جهان.

در سال ۲۰۱۵ سینمای فرانسه ۱۰۶ میلیون بلیط فروخت و ۶۰۰ میلیون یورو در خارج از این کشور به دست آورد. پردرآمدترین فیلم Taken۳ (۲۶۱.۷ میلیون یورو) و بزرگترین منطقه از نظر فروش بلیط، چین (۱۴.۷ میلیون) بود.

باکس آفیس فرانسه در سال ۲۰۲۲، ۷ میلیارد و ۳۶۹ میلیون دلار و در سال ۲۰۲۳ ۸ میلیارد و ۹۰۶ میلیون دلار بوده است. سیر صعودی سینمای فرانسه، فروش بیشتر آن در سال ۲۰۲۴ را نوید می‌دهد.

فصل پنجم: نتیجه گیری

- مقدمه
- مجوز و جذب سرمایه کشورها
- معافیت های مالیاتی کشورها
- نطارت، سانسور و رتب بندی کشورها
- بند اخلاقی
- نتیجه گیری
- پیشنهاد تحقیق

مقدمه

این پژوهش با هدف اصلی بررسی دستورالعمل ها و تعیین چارچوب های تولید فیلم در کشورهای دیگر طراحی و پیگیری شد که بعد از استخراج و تعریف مقولات تحقیق، لزوم بکارگیری و چگونگی به کارگیری و تثبیت قوانین و سیاست‌ها مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از این بررسی‌ها در فصل چهارم ارائه گردید. در این فصل نیز برای جمع بندی و نتیجه گیری از بحث، پاسخ هر یک از پرسش‌های فرعی پژوهش را به طور خلاصه ارائه کرده و این دستورالعمل ها مورد بررسی قرار گرفته، نتیجه گیری و پیشنهادهای تحقیق ارائه می‌شود.

مجوز و جذب سرمایه کشورها

صدور مجوز فیلمسازی در کشورهای مختلف دستورالعمل های متفاوتی داراد. در مورد تولیدات تعاملی با سینمای دیگر کشورها یا فعالیت فیلمسازان خارجی نیز قوانین خاص همان کشور موجود است که به تفصیل در فصل ۴ آورده شده است.

در بخش جذب سرمایه و هزینه های فیلم، برخی از کشورها مانند انگلستان با توجه به میزان انگلیسی بودن فیلم، پس از احراز شرایط، یارانه به آن اختصاص می دهند. اما بیشتر کشورها در بخش دستورالعمل های تولید فیلم به تخفیفات مالیاتی و ایجاد مشوق برای تولید فیلم پرداخته اند. تقریبا تمامی کشورها برای سینما و فیلم تخفیفات مالیاتی خوبی را درنظر گرفته اند تا سرمایه گذار خصوصی نیز برای فعالیت در سینما رغبت بیشتری داشته باشد.

شرکت های فیلمسازی نیز باید ضمن سرمایه گذاری در سینما و حمایت از فیلمسازان درآمد خود را نیز تثبیت کنند. منابع درآمدی این شرکت ها در کشورها مختلف است اما خلاصه الگوی رفتاری این شرکت ها در مقایسه شرکت های چینی و آمریکایی مشخص می شود. شرکت های بزرگ فیلم چینی بیشتر پول خود را از تولید و توزیع فیلم به دست می آورند. در مقابل، غول‌های جهانی مانند دیزنی و یونیورسال سهم بزرگی از درآمد خود را از طریق پارک‌های موضوعی، حق امتیاز، صدور مجوز و شبکه‌های رسانه‌ای به دست می‌آورند. تنها حدود ۱۵ درصد از درآمد دیزنی از ساخت فیلم به دست می آید.

CBFCکه توسط بخش ۳ قانون تأسیس شده است، بیان می‌کند که دولت هند می‌تواند برای تماشای فیلم‌هایی که قرار است اکران شوند، هیئتی برای صدور گواهینامه فیلم تشکیل دهد و آنها را برای تماشای عموم تأیید کند. رئیس و اعضای CBFC توسط دولت مرکزی انتخاب می شوند. هدف اصلی هیئت

مرکزی صدور گواهینامه فیلم (CBFC) در هند صدور گواهینامه برای فیلمسازان برای نمایش عمومی فیلم ها و اطمینان از این است که این فیلم ها یک سرگرمی عمومی سالم را برای عموم مردم ترویج می کنند.

تصویر استرالیا نهاد اصلی تامین مالی دولت فدرال استرالیا برای صنعت تولید فیلم استرالیا است که بر اساس قانون تصویر استرالیا ۲۰۰۸ ایجاد شده است.

یک فیلم بریتانیایی فیلمی است که توسط وزیر امور خارجه دیجیتال، فرهنگ، رسانه و ورزش مطابق قانون فیلم ۱۹۸۵ تأیید شده باشد. وزیر امور خارجه به توصیه واحد صدور گواهینامه BFI فیلم ها را تأیید می کند.

معافیت های مالیاتی کشورها

استرالیا برای ایجاد یک بازار تعاملی و استفاده از ظرفیت های تولیدی سایر کشورها و جذب فیلمسازان به طبیعت، امکانات فیلمسازی و عوامل تولیدی کشور خود تخفیفات مالیاتی خوبی برای فیلم های استرالیایی (فیلم هایی که در استرالیا تولید می شود) قرار داده است. افست مالیاتی (جبران هزینه های) تولیدکننده یک جبران مالیات قابل استرداد برای هزینه های استرالیایی برای ساخت فیلم های استرالیایی است. میزان جبران مالیات تولید کننده عبارت است از: ۴۰٪ از کل QAPE شرکت در یک فیلم بلند و ۲۰٪ از کل QAPE شرکت در فیلمی که یک فیلم بلند نیست.

تخفیف مالیاتی فرانسه را می توان به پروژه هایی اعطا کرد که ۲۵۰،۰۰۰ یورو یا ۵۰ درصد از بودجه جهانی آنها را در فرانسه هزینه شود و برای یک کار تلویزیونی زنده حداقل ۵ روز فیلمبرداری در فرانسه داشته باشد.

سالن های سینمای چین از کل فروش بلیت مالیات ۵ درصدی پرداخت می کنند که به صندوق ویژه فیلم مرکزی واریز می شود. با این حال، به گفته خبرگزاری شینهوا، اگر ۳/۲ از درآمد یک سینما از توزیع فیلم های چینی باشد، سینما می تواند نیمی از مالیات را حفظ کند. این معادل ۲.۵ درصد تشویقی است.

معافیت از عوارض گمرکی برای فیلم‌های خارجی که برای شرکت در جشنواره‌های مختلف فیلم به هند وارد می‌شوند اعطا می‌شود، دولت چندین مشوق مالی برای بخش فیلم ارائه کرده است: ارائه یک بخش جدید تحت قانون مالیات بر درآمد برای ارائه کسر تا ۱۰۰٪ برای شرکت ها و افراد در بخش صادر کننده سرگرمی و کاهش عوارض گمرکی دوربین های فیلمبرداری، پروژکتورها و برخی تجهیزات مرتبط برای کیفیت بهتر فیلمبرداری.

مشوق های تولید فیلم در آمریکا مشوق های مالیاتی هستند که به صورت ایالتی در سراسر ایالات متحده برای تشویق تولید فیلم در ایالت ارائه می شوند. از دهه ۱۹۹۰، ایالت‌ها انگیزه‌های رقابتی فزاینده‌ای را برای جذب تولیدات از سایر ایالت‌ها ارائه کرده‌اند. ساختار، نوع و اندازه مشوق ها از ایالت به ایالت دیگر متفاوت است. بسیاری از این بسته‌ها شامل اعتبارات مالیاتی و معافیت‌ها می‌شوند و بسته‌های تشویقی دیگر شامل کمک‌های نقدی، مکان‌های بدون کارمزد یا سایر امتیازات است.

برای واجد شرایط بودن برای تخفیف مالیاتی فیلم در انگلستان، باید هر یک از سه شرط زیر را داشته باشد: فیلم باید برای اکران در سینما در نظر گرفته شود، فیلم باید دارای گواهینامه بریتانیایی باشد، حداقل ۲۵ درصد از هزینه اصلی فیلم باید هزینه بریتانیا باشد.

نظارت، سانسور و رتبه بندی کشورها

دولت چین فیلم‌های پرفروش میهن‌پرستانه خود را تحت فشار قرار می‌دهد و قوانین سانسور سخت‌گیرانه اما اغلب دشواری را حفظ می‌کند که موانعی را برای کارگردان‌ها ایجاد می‌کند تا اگر بخواهند فیلم‌هایشان را وارد سینما کنند. نمایش ها و فیلم های تلویزیونی توسط سازمان های مختلف دولتی تایید و سانسور می شوند. موضوعات تابو شامل رابطه جنسی آشکار، برهنگی، خشونت تصویری، قمار، زنا، ارواح و انتقاد از حزب کمونیست است.

چین سیستم رتبه‌بندی فیلم‌ها مانند ایالات متحده یا اروپا ندارد که به بینندگان این فرصت را بدهد که پیشاپیش قضاوت کنند که آیا یک فیلم برای کودکان یا نوجوانان خیلی خشن است یا خیر. در عوض بر سانسور متکی است: فیلم‌ها و نمایش‌های تلویزیونی یا صحنه‌هایشان حذف شده‌اند یا کاملاً ممنوع شده‌اند. هنری سیلینگ لی، متخصص رسانه در آکادمی رهبری اجرایی چین در پودونگ، یک مدرسه نخبه در چین، گفت: «عدم وجود یک سیستم رتبه‌بندی «به این معناست که فیلم‌های روی پرده باید برای بچه‌ها مناسب باشند – این موضوع سال‌ها مورد بحث بوده است-». منطقه شانگهای برای آموزش ستاره های در حال ظهور در حزب کمونیست چین. او گفت: «ما باید برهنگی و خشونت را از فیلم‌ها حذف کنیم» تا زمانی که احتمال حضور کودکان در سینما هنگام نمایش فیلم وجود داشته باشد. (منبع: گری مولانی، نیویورک تایمز، ۱۱ آوریل ۲۰۱۳)

در حالی که سیستم های رتبه بندی غربی بر موضوعاتی مانند خشونت و پورنوگرافی تمرکز می کنند، چین نگرانی های بسیار گسترده تری در مورد محتوای فیلم ها دارد. چین یک کمیته سانسور فیلم متشکل از حدود ۳۰ کارمند دارد که سوابق آنها بسیار متنوع است، از متخصصان سینما، فدراسیون زنان، اتحادیه جوانان (کمونیست)، معلمان و یک کمیته مذهبی. لی افزود. (منبع: تانیا برانیگان، گاردین، ۱۶ ژوئن ۲۰۱۱)

بحث معرفی نظام رتبه‌بندی در چین و کشورهای دارای سانسور سال‌هاست که ادامه دارد، اما اجرای آن سخت است، زیرا در صورت استفاده از این سیستم، پوشش سایر ملاحظات دولت آسان نخواهد بود. الزامات رسمی، که به کیفیت‌های اخلاقی و همچنین سیاسی محتوا مربوط می‌شود، می‌تواند برای بیگانگان گیج‌کننده باشد.

فیلمسازان هندی باید در برنامه ریزی محتوای فیلم بسیار محتاط باشند زیرا یک حرکت اشتباه و نکته بعدی که می دانیم این است که فیلم از نمایش عمومی توسط مقامات محروم می شود. سانسور در هند در طول تاریخ خود اشکال مختلفی داشته است. اگرچه قانون اساسی هند به طور رسمی آزادی بیان را تضمین می‌کند، با توجه به سابقه تنش‌های جمعی در این کشور، عملاً محدودیت‌های خاصی در محتوا وجود دارد، با دیدگاه رسمی نسبت به "حفظ هماهنگی جمعی و مذهبی". بر اساس قوانین فناوری اطلاعات ۲۰۱۱، محتوای قابل اعتراض شامل هر چیزی است که "یکپارچگی، یکپارچگی، دفاع، امنیت یا حاکمیت هند، روابط دوستانه با کشورهای خارجی یا نظم عمومی را تهدید کند.

در استرالیا از سانسور به‌نام طبقه‌بندی مطالب یاد می‌شود هرچند مطالبی که در مرحله‌بندی «مردود شده» اعلام شوند فروش و انتشارشان ممنوع‌است. این سیستم همچنین دارای سطح‌بندی‌ها و دسته‌بندی‌های مختلفی‌است که فروش، نمایش، یا استفاده از برخی مواد برای کسانی که زیر سن تجویز شده باشند را ممنوع می‌کند. از آنجا که استرالیا کشوری‌است که به صورت فدرال و ایالتی اداره می‌شود مسئولیت طبقه‌بندی مطالب و نظارت بر این‌گونه چیزها به عهده هر ایالت است.

هیئت رده‌بندی فیلم بریتانیا BBFC؛ قبلا هیئت سانسور فیلم بریتانیا یک سازمان غیردولتی است که توسط صنعت فیلم بریتانیا در سال ۱۹۱۲ تأسیس شد و مسئول طبقه‌بندی و سانسور ملی فیلم‌های نمایش داده شده در سینماها و آثار ویدیویی است. مانند برنامه‌های تلویزیونی، تریلرها، تبلیغات، اطلاعات عمومی/فیلم‌های تبلیغاتی، منوها، محتوای جایزه، و غیره) که در رسانه‌های فیزیکی در بریتانیا منتشر می‌شوند. این یک الزام قانونی برای طبقه‌بندی تمام آثار ویدیویی است.

تمام فیلم‌هایی که برای اکران در سینمای فرانسه در نظر گرفته شده‌اند، باید به پیشنهاد کمیسیون طبقه‌بندی فیلم، که می‌تواند یکی از پنج رتبه‌بندی را به فیلم بدهد، توسط وزارت فرهنگ ویزای اعطا شود. هرچند هیچ دستورالعمل کتبی در مورد اینکه چه نوع محتوایی چه رتبه ای باید دریافت کند و رتبه‌بندی‌هایی که به صورت موردی داده می‌شود وجود ندارد اما کمیسیون‌ها معمولاً به محتوای خشونت‌آمیز، جنسی و مواد مخدر اشاره می‌کنند. با این حال، محتوای جنسی نسبت به بسیاری از کشورها از جمله ایالات متحده، رتبه پایین تری کسب می کند.

دوره سانسور فیلم‌ها در آمریکا ۴۴ سال به طول انجامید. به دنبال اعتراض‌های گسترده به فساد موجود در سینمای هالیوود، در سال ۱۹۱۵ پرونده‌ای در دادگاه عالی آمریکا تشکیل و چند سال بعد در سال

۱۹۲۱ کمیته فیلم امریکا تاسیس شد که از چندی بعد وظیفه نظارت و سانسور فیلم‌ها را به عهده گرفت. بنابراین آئین‌نامه «کد تولید» تدوین شد. کد تولید تصاویر متحرک یا کد هایس مجموعه ای از دستورالعمل های سانسور صنعت بود که بر تولید اکثریت قریب به اتفاق فیلم های متحرک ایالات متحده که توسط استودیوهای بزرگ از سال ۱۹۳۰ تا ۱۹۶۸ منتشر می شد، نظارت می کرد.

انجمن تصاویر متحرک آمریکا از سیستم درجه‌بندی فیلم‌ها موجود در ایالات متحده، برای درجه‌بندی فیلم‌ها بر اساس محتوای آنها استفاده می‌کند. این نوع درجه‌بندی اختیاری و داوطلبانه است و به لحاظ قانونی به صورت یک اجبار نیست و فیلم‌ها می‌توانند بدون داشتن این درجه‌بندی نیز اکران شوند؛ البته برخی از سینماها از اکران فیلم هایی که در دسته «۱۷NC» قرار می‌گیرند، خودداری می‌کنند.

درجه‌بندی‌هایMPA :

جی – تماشاگران عمومی: تمامی سنین پذیرفته می‌شوند. هیچ چیزی باعث آزار والدین برای تماشای کودکان نمی‌شود.

پی‌جی – سرپرستی والدین پیشنهاد می‌شود: برخی از مواد ممکن است برای کودکان مناسب نباشد. راهنمایی و سرپرستی از سوی والدین تقاضا می‌شود. ممکن است حاوی مطالبی باشد که والدین برای فرزندان خردسال خود مناسب ندانند.

پی‌جی-۱۳ – تذکر قاطع به والدین: برخی از مطالب ممکن است برای کودکان زیر ۱۳ سال نامناسب باشند. از والدین درخواست می‌شود احتیاط کنند. برخی از مطالب ممکن است برای کودکان پیش از نوجوانی نامناسب باشد.

آر – محدود: زیر ۱۷ سال به همراهی والدین یا سرپرست نیاز دارد. حاوی تعدادی محتوای بزرگسالانه است. از والدین خواسته می‌شود پیش از اینکه فرزندان خردسال خود را با خود ببرند در مورد فیلم اطلاعات بیشتری کسب کنند.

ان‌سی-۱۷ – فقط بزرگسالان: هیچ فرد دارای ۱۷ سال سن و کمتر پذیرفته نمی‌شود. کودکان اجازه ورود ندارند و فقط بزرگسالان امکان تماشا دارند.

بند اخلاقی

بند اخلاقی برای کاهش تنش و هزینه نهادها و مؤسسات ابداع شده است و اکنون یک اصطلاح استاندارد در قراردادهای تبلیغاتی، تلویزیونی، فیلم‌های سینمایی و قراردادهای ورزشی است. زمانی‌که رفتار

چهره[1] برای منافع کارفرما مضـر باشـد، یا ارزش اجرای مورد نظر را کاهش دهد، چنین مقرراتی از کارفرما و نهاد نظارتی محافظت می‌کند. (Strenheimer, 2015)

گنجاندن یک‌بند اخلاقی در یک توافق‌نامه کتبی روشـی محتاطانه برای محافظت از منافع منحصربه‌فرد مخاطبان و آگاه کردن چهره‌ها از نقش آنها در آن است.

درمجموع، شرط اخلاقی تعهد چهره به پرهیز از رفتاری است که به منافع کارفرما آسیب می‌زند و نقض هریک دلیل عادلانه‌ای برای جریمه یا محدودیت در قراردادهای بعدی است.

توجه به این نکته حائز اهمیت اسـت که این بند به هیچ‌عنوان مخالف حضـور و فعالیت چهره‌ها در فضای اجتماعی، رسانه‌ای و مجازی نیست و یا به‌دنبال راهی برای محدود کردن فعالیت آنها نیز نیست، بلکه به‌دنبال ایجاد یک بستر برای کنش مسئولانه آنها در این فضاست، چنین طرحی می‌تواند رشد و مشهور شدن چهره‌ها را تسریع و تسهیل کند، اما در کنار آن با ساماندهی فعالیت آنها توسط خودشان، فضای فکری و احساسی جامعه را به سیاستگذاری‌های کلان فرهنگی، اجتماعی و سیاسی نزدیک‌تر کند. (Piedra & Valery, 2021)

طبق نتایج گزارش، چهره باید تعهد بدهد به اخلاق عمومی پایبند بوده، در راستای حفظ یکپارچگی و اعتماد عمومی رفتار کند و همچنین کاری که مقام و شـأن او را زیر سـؤال ببرد یا در جامعه موجب نفرت‌پراکنی، تحقیر، مذمت، تمسخر، صدمه زدن، توهین یا جریحه‌دار کردن احساسات عمومی، غرض‌ورزی و وارد کردن خسارت به حکومت شود را انجام ندهد. (Kelsey, 2018)

نتیجه گیری

پژوهش حاضر برای پاسخ گفتن به سؤال «دستورالعمل ها و چارچوب های تولید فیلم در کشورهای دیگر به چه صورت است؟» شکل گرفته است. و هدف اصلی آن «بررسی دستورالعمل ها و تعیین چارچوب های تولید فیلم در کشورهای دیگر» است.

بر اساس یافته‌های پژوهش، مطالعه و بررسی دستورالعمل های تولید فیلم در کشورهای دیگر به این سبب است که ضمن آشنایی با سینمای دیگر کشورها، قوانین و آیین نامه های آن کشورها در خصوص صدور مجوز فیلم، بودجه بندی، قوانین مالیاتی، نظارت بر تولیدات، سانسور، شرکت های فیلمسازی، جشنواره ها و شرایط تولید فیلم در آن کشورها نیز مورد بررسی قرار گیرد.

[1] چهره شامل بازیگران و عوامل سینمایی معروف و شناخته شده است. این کلمه معادل سلبریتی نیز هست.

کشورها برای موفقیت فیلمسازان در تولید و اکران یک فیلم و همچنین بهره‌مندی از الزامات یک اثر سینمایی باکیفیت؛ حمایت هایی از طرف نهاد ها و سازمان‌های سینمایی و نهادهای متصدی سینما و کمپانی‌های فیلمسازی را دارند. حمایت در سرمایه گذاری، حمایت در انتخاب گروه[1] حرفه‌ای، حمایت در تخفیفات مالیاتی، حمایت در اکران و سانسور فیلم و همچنین حمایت از طریق جشنواره ها.

سینما امروزه به عنوان یک بازوی اقتصادی برای دولت ها عمل می کند. فروش بالای گیشه سینمای کشورهای مورد بررسی در این تحقیق، نشان دهنده رقابت جدی کشورها بر سر تصاحب سهم بیشتری از مخاطب برای فیلم های خود است. صنعت سینمای چین، هالیوود و بالیوود سه صنعت بزرگ سینمای جهان از نظر فیلم‌های تولید شده و درآمدهای گیشه هستند. سینمای آمریکا با مدیریت تعداد تولیدات خود سعی در ایفای نقش در بازار پخش دارد و سینمای هند با تعداد زیاد تولیدات سعی در فراگیری و ایجاد فروش های کوچک و تبدیل آنها به درآمد کلان دارد. در این میان سینمای چین با حرکتی پر شتاب به یکی از سینماهای پرفروش دنیا تبدیل شده است که البته به دلیل محدودیت های فیلمسازی و سانسور در این کشور همچنان نمی تواند رقیب جدی برای بالیوود و هالیوود به حساب بیاید چرا که اولین شرط ایجاد یک بازار پرفروش توجه و استقبال مخاطب از تولیدات آن است.

در حقیقت فیلمساز در همه کشورها با ۳ مشکل اساسی روبرواست: اول؛ گرفتن مجوز فیلمسازی فیلم، دوم؛ جذب سرمایه و سوم؛ اکران فیلم. هر چند کیفیت هر کدام از این سه مشکل در کشورها مختلف متفاوت است اما همانطور که در فصل ۴ آمده است تمامی قوانین و دستورالعمل های فیلمسازی مربوط به این موارد آورده شده است تا در کشورهای صاحب سینمای آشنا و پرفروش در دنیا بررسی شود.

تعامل با سینمای دنیا یکی از راه حل های اصلی کشورهای مورد بررسی برای پیشرفت و گسترش سینمای خود است. تعامل به این معنا که تولیدات مشترکی در داخل کشور مربوطه تولید شود، امکانات و عوامل سینمایی کشور در خدمت تولیدات مشترک قرار گیرند و تجربه و دانش فیلمسازی دیگر کشورها موجب افزایش دانش فیلمسازی فیلمسازان داخلی گردد. از طرفی تولید فیلم توسط فیلمسازان داخلی در دیگر کشورها و ایجاد امکان بهره مندی از امکانات آنها موجب اتصال جریانات و تفکرات به روز فیلمسازی به سینمای کشورها خواهد شد.

از دیگر مشوق های کشورها برای تعامل با سینمای دنیا استفاده از شرایط جغرافیایی و اقلیمی برای لوکیشن های فیلم ها است. یکی از بهترین کشورها در ایجاد چنین بسترهایی؛ استرالیا است. استرالیا با معرفی لوکیشن های خاص، طبیعت منحصر به فرد خود را در اختیار فیلم ها و فیلمسازان دیگر کشورها قرار می دهد تا برای فیلمسازی به آنجا بیایند و پس از سفر و به استرالیا با استفاده از مشوق های مالیاتی موجود در آنجا فیلمسازان زیادی را برای تولید به آنجا جذب می کند.

[1] cast

تولید فیلم مشترک با سینما یا فیلمساز خارجی نیازمند فراهم کردن شرایط تولید آثار بین المللی و خارجی در کشور نیز هست. شرایطی از جمله، تسهیل در مجوز های فعالیت، تبیین و تدوین قوانین و حق کپی رایت و حق پخش فیلم، مشخص کردن محدودیت ها و سانسور در فیلمسازی برای شناخت کامل فیلمساز خارجی از شرایط و قواعد موجود.

سیستم سهمیه‌بندی سینمای چین، که تعداد فیلم‌های خارجی اکران شده را محدود می‌کند، به دنبال متعادل کردن این رقابت است، اما جذابیت فیلم‌های بین‌المللی پرهزینه و پر ستاره همچنان چالشی قانع‌کننده برای سینمای داخلی است. تعامل بین دنیای فیلم داخلی و بین‌المللی، تکامل صنعت فیلم چین را شکل می‌دهد و آن را به سمت نوآوری و جذابیت جهانی سوق می‌دهد.

در واقع ایجاد یک بازار فیلم های خارجی و تخصیص سهم فروش گیشه در اکران فیلم های خارجی بسیار حائز اهمیت است و بیننده و مخاطب سینما باید بتواند برای تماشای فیلم های خارجی به سینما برود و به چرخه اقتصادی سینما نیز کمک کند. اما تنها راه تعامل با سینمای خارجی اکران فیلم های خارجی نیست و همانطور که گفته شد فیلمسازی مشترک با سینمای دیگر کشورها راه حل تکمیلی است. اصلی ترین شرط برای آغاز بازار مشترک و فیلمسازی تعاملی ایجاد قوانین و دستورالعمل های پایدار و مشخص است. سینمای هند، استرالیا، فرانسه و انگلستان برای ایجاد چنین بازاری قواعد مشخصی دارند و تعامل مناسبی نیز با سایر کشورها برای تولید فیلم دارند.

همچنین فرانسه و استرالیا برای تولید فیلم یک دستورالعمل ۱۵ ماده ای از سال ۱۹۸۷ تدوین کرده اند که طبق آن همه تعاملات لازم میان سینمای دو کشور درنظر گرفته شده است تا هر دو بتوانند از ظرفیت بازار مخاطب یکدیگیر استفاده کرده و ضمنا بتوانند از ظرفیت های فیلمسازی در دو کشور نیز بهره ببرند. به منظور بهره مندی از توافقنامه تولید مشترک CNC/AFC، تولیدکنندگان دو کشور که مایل به ایجاد یک محصول مشترک هستند، باید درخواستی را ارائه دهند، مانند آنچه در فرانسه و استرالیا توسط مقامات مربوطه آنها مورد نیاز است. این درخواست ها باید شامل موارد زیر باشد:

۱ .سند ثبت کسب حق چاپ.

۲ .فیلمنامه مفصل.

۳ .فهرستی از کادر فنی و هنری اصلی که ملیت آنها و نقش هایی که باید توسط بازیگران اصلی بازی شود را مشخص می کند.

۴ .بودجه تفصیلی و برنامه مالی.

۵ .پیش نویس برنامه تولید فیلم.

۶ .قرارداد تولید مشترک منعقد شده بین شرکت های تولید کننده مشترک.

مقامات صلاحیت دار دو کشور پرونده هایی را که به این ترتیب پس از تسلیم آنها تشکیل شده است در اختیار یکدیگر قرار خواهند داد. سپس مقامات ذیصلاح کشور دارای منافع مالی اقلیت؛ تنها پس از دریافت نظر مقامات ذیصلاح کشور دارای منافع مالی اکثریت، موافقت خود را اعلام می کنند.

از راه های تعامل با سینمای دیگر کشورها، اعتبار بخشی به جشنواره ها و توسعه آنها در سطح بین المللی است. دعوت از فیلم ها و فیلمسازان خارجی، ایجاد شرایط مناسب برای حضور آنها و استفاده از داوران بین المللی سه عامل اصلی اعتبار بخشی به جشنواره های هر کشور است. از دیگر راه های توسعه جشنواره ای می توان به جشنواره های مشترک در دو کشور نام برد، برای مثال جشنواره جشنواره فیلم آلیانس فرانسه یک جشنواره فیلم فرانسوی در استرالیا است که با هدف برجسته کردن غنا و تنوع سینمای فرانسه، در استرالیا برگزار می شود و یا جشنواره فیلم ژاپنی استرالیا. سینمای هند نیز جشنواره هی مشترک این چنینی دارد: جشنواره فیلم هند لس آنجلس یک جشنواره فیلم در لس آنجلس، کالیفرنیا است و یا جشنواره فیلم هند ملبورن یک جشنواره سالانه در ملبورن استرالیا است.

آنطور که در بخش دستورالعمل های آمریکا آورده شد فیلمساز وظیفه دارد تا از قوانین حاکم بر سینما باخبر بوده و آن ها را رعایت کند:

- فیلمسازان و تهیه کنندگان باید قوانین اوراق بهادار فدرال و ایالتی را هنگام درخواست سرمایه گذاری از حامیان بالقوه رعایت کنند.
- آنها باید خطرات و مزایای پروژه را شفاف سازی کنند.
- تأیید کنند که سرمایه گذاران دارای اعتبار یا واجد شرایط برای سرمایه گذاری در چنین سرمایه گذاری هایی هستند.
- فیلمسازان و تولیدکنندگان باید از محدودیت‌های محتوا و سیستم رتبه‌بندی که توسط انجمن فیلم‌های سینمایی آمریکا (MPAA) ایجاد شده است، آگاه بوده و آن را رعایت کنند.
- فیلمسازان و تهیه کنندگان باید بیان هنری و آزادی بیان خود را با هنجارهای قانونی و اجتماعی فحاشی و نجابت متعادل کنند.

فرضیه تحقیق اکتشافی است و آنچه محقق از یافته‌های تحقیق به عنوان فرضیه تحقیق استخراج نموده است؛ بر مبنای هدف اصلی «بررسی دستورالعمل ها و تعیین چارچوب های تولید فیلم در کشورهای دیگر» چارچوب و دستورالعمل تولید فیلم در کشورهای دیگر را مشخص می کند.

پیشنهاد تحقیق

- مقایسه و تطبیق دستورالعمل تولید فیلم در کشور های آمریکا، انگلستان، چین، هند، استرالیا و فرانسه با قوانین و آیین نامه های داخلی کشور ایران.
- بررسی راهکارهای ایجا یک بازار تعاملی با سینمای دیگر کشورها
- آسیب شناسی سینمای ایران از منظر امکان فروش فیلم های در سایر کشورها
- بررسی راهکارهای توسعه جشنواره ای سینمای ایران
- بررسی الزامات و محدودیت های ایجاد جشنواره مشترک با سایر کشورها

منابع و مآخذ

فارسی:

۱- اجلالی، پرویز، (۱۳۷۹)، سیاستگذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران، نشر آن، تهران.

۲- اکبرپور، علیرضا، (۱۳۹۲)، صنعتی سازی سینمای ایران، نشر جمال هنر، تهران.

۳- اکبری، محمدعلی، (۱۳۸۱)، تجربیاتی از برنامه ریزی فرهنگی در ایران، فصلنامه، فرهنگ عمومی، شماره ۳۳.

۴- اکبری، محمدعلی، (۱۳۸۲)، دولت و فرهنگ در ایران ۱۳۵۷، انتشاراتی روزنامه ایران، تهران.

۵- امید علی، میثم، حسینی، سیدحسن، (۱۳۹۱)، مطالعات میان رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، سال دوم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۹۱. صص ۳۷-۲۵.

۶- (بیابانی و دیگران، ۱۳۹۴)

۷- (باهنر و ترکاشوند، ۱۳۸۸)

۸- (باهنر، روحانی، ۱۳۹۰)

۹- پورتر، مایکل، (۱۳۹۴)، مزیت رقابتی ملل، ترجمه مجیدی، جهانگیر، انتشارات رسا، تهران.

۱۰- پورتر، مایکل، (۱۳۹۶)، استراتژی رقابتی، ترجمه مجیدی، جهانگیر، چاپ ششم، انتشارات رسا، تهران.

۱۱- پیرس و رابینسون (۱۳۸۹)، برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک، ترجمهٔ سهراب خلیلی شورینی، چاپ دوم، انتشارات یادواره کتاب، تهران.

۱۲- تقی زادگان، معصومه، (۱۳۹۲)، سیاست گذاری در سینمای ایران، حوزه هنری خراسان رضوی.

۱۳- جبلی، پیمان، ۱۳۸۳، به سوی الگوی هنجاری تلویزیون بین المللی جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه، دانشگاه امام صادق (ع).

۱۴- (دایمون و هالووی، ۲۰۰۵، ۲۱۷)

۱۵- (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱:۴۴۳)

۱۶- شیخ زاده و همکاران، (۱۳۹۰)، تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی، فصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی، سال پنجم، شماره دوم.

۱۷- صالحی امیری، عظیمی، ۱۳۸۷، مبانی سیاست گذاری و برنامه ریزی فرهنگی.

۱۸- صلواتیان، سیاوش، (۱۳۹۸)، امکان سنجی و شناسایی الزامات تأمین مالی جمعی تولیدات بلند حرفه‌ای در سینمای ملی ایران، ناظر: ابراهیم غلامپور آهنگر، مدیر پروژه: محمود اربابی، معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی، سازمان امور سینمایی کشور.
۱۹- عرفان منش، ایمان و صادقی فسایی، سهیلا، (۱۳۹۴)، مبانی روش شناختی پژوهش اسنادی در علوم اجتماعی، فصلنامه راهبرد فرهنگ، شماره بیست و نهم.
۲۰- علی احمدی، علیرضا، فتح الله، مهدی و تاج للدین، ایرج، (۱۳۹۰)، نگرش جامع بر مدیریت استراتژیک، انتشارات تولید دانش، تهران.
۲۱- کافمن، راجر و هرمن، جری (۱۳۸۵). برنامه‌ریزی استراتژیک در نظام آموزشی: بازاندیشی، بازسازی، ساختارها، بازآفرینی ترجمه فریده مشایخ و عباس بازرگان. انتشارات مؤسسه فرهنگی برهان. تهران.
۲۲- کلو، باستین، (۱۳۷۷)، مدیریت تولید فیلم، چاپ اول، ترجمه: علیقلی زاده، تقی، بنیادسینمایی فارابی، تهران.
۲۳- کیپوری، آرمان، رشیدی، ناصر، (۱۳۹۴)، نقش و جایگاه واحدهای صنفی کوچک و متوسط: مفاهیم، سیر تحول، راهبردها، نشر ساکو، تهران.
۲۴- گلشنی، علیرضا، قائدی، محمدرضا، (۱۳۹۵)، روش تحلیل محتوا؛ از کمی گرایی تا کیفی گرایی، فصلنامه روش‌ها و مدل‌های روانشناختی، سال هفتم، شماره بیست و سوم.
۲۵- (گلیزر و اشتراوس، ۱۹۶۷: ۶۱)
۲۶- مک کوایل، دنیس، ترجمه: اجلالی، پرویز، ۱۳۸۲، درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲۷- مؤمنی راد، اکبر و همکاران، (۱۳۹۲)، تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج، فصلنامه اندازه گیری تربیتی، شماره چهاردهم، سال چهارم.
۲۸- مهدی زاده، سید محمد، (۱۳۸۹)؛ نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: نشر همشهری، چاپ اول.
۲۹- نور مگز، ۱۳۹۷، «نشست ماه؛ الزامات مدیریت راهبردی و نحوه تعامل نظام با سلبریتی‌ها»، نشریه دیده‌بان امنیت ملی، شماره ۸۲.
۳۰- نور مگز، ۱۳۹۹، «سلبریتی‌ها و فرایندهای هویت‌یابی سیاسی-اجتماعی»، نشریه «نامه هویت»، شماره ۵۴.
۳۱- نوری، حسین، (۱۳۹۶)، تحلیل نحوهٔ بکارگیری مطالعات امکان سنجی در مدیریت تولید پروژه‌های بزرگ سینمایی و تلویزیونی، پایان نامه، دانشگاه صدا و سیما.

انگلیسی:

1- ADMINISTRATIVE AGREEMENT ON FRENCH-AUSTRALIAN CINEMATOGRAPHIC RELATIONS, signed in Cannes on 15 May 1986.

2- Allio, R.J and Randall, R.M, (2010), Kiechel's history of corporate strategy, Journal of Strategy & Leadership, Vol. 38, Issue 3, pp 29 – 34.

3- Anthony, R. N. (1965). Planning and control systems: A framework for analysis. Boston: Harvard University.

4- Berry, Christopher Ph.D, 2006, China on Screen: Cinema and Nation (Film and Culture Series) Paperback, April 4, Columbia University Press.

5- Biesen, Sheri Chinen, 2018, Film Censorship: Regulating America's Screen, Wallflower Press, London.

6- Bloore, P(2009), Re-defining the Independent Film Value Chain, Discussion document, UK Film Council.

7- Baughman, James L, 1991, Hollywood and Broadcasting: From Radio to Cable, Journal of American History, September, Pages 718–719.

8- Dagdeviren, M. & Yüksel. I. (2010). A fuzzy analytic network process (ANP) model for measurement of the sectoral competititon level (SCL), Expert Systems with Applications, 37, 1005–1014.

9- Dess, G and Lumpkin, G. T (2003), Strategic Management: Creating competitive advantages, Mc Graw-Hill, United States.

10- Goodyear, Michael P., 2021, Adapting Indian Copyright: Bollywood, Indian Cultural Adaptation and the Path to Economic Development, Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law.

11- Farish, Kelsey, 2018, "Morality clauses and talent contracts", Employmentm, https://kelseyfarish.com/

12- Harmon, Renee, Lawrence, Jim, (2003), The Beginning Filmmaker's Guide to a Successful First Film, Walker Books; First Edition.CLARK, A. CHINN.

13- CINDY E. HMELO-SILVER, RAVIT GOLAN DUNCAN, (2006), Scaffolding and Achievement in Problem-Based and Inquiry Learning: A Response to Kirschner, Sweller, and Clark Pages 99-107.

14- Hax, D.C and Majluf, N (1996), The Strategy Concept and Process, Prentice Hall, United States.

15- Hopkins, M. (1970). Mass Media in Soviet Union. New York: Pegasus.

16- Hoyt, Eric, 2010, Hollywood and the Income Tax, Indiana University Press.

17- Hu, Zhifeng, 2018, Film and Television Culture in China Hardcover, June 30, Paths International Ltd.
18- Hume, David, 1978, A Treatise of Human Nature, Oxford: Clarendon Press.
19- Hunger, D.J and Wheelen, T.L (2001), Strategic Management, Addison-Wesley Publishing Company,United States.
20- Journal of Contemporary Film, 14 (1). pp. 71-91. ISSN 1474-2756.
21- Kressler, Noah B.,2005, "Using the Morals Clause in Talent Agreements: A Historical, Legal, and Practical Guide", Columbia Journal of Law & the Arts, Vol. 29, Available at SSRN, p 16 - 20.
22- King, N., & Horrocks, C., (2010), Interviews in qualitative research, London: Sage.
23- Küng, L (2008), Strategic Management in the Media: Theory to Practice, SAGE publication Ltd, United States.
24- Lancrenon, Anaïs & Lelièvre, Julien, 2015, Producing Films in France, la Direction de la communication.
25- Lim, Song Hwee, 2020, The Chinese Cinema Book 2nd Edition, June 25, British Film Institute.
26- Olsson, Jan, 2009, Los Angeles before Hollywood: Journalism and American Film Culture, Columbia University, New York.
27- Olmsted, C., S. M (2006), Competitive strategy for media firms: strategic and brand management in changing media markets, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, United States.
28- Pascale R.T., & Sternin J., (2005). Your Company`s Secret Change Agent, Harvard Business Review, 83(6): 113-20
29- Porter, M. E (1998), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance,The Free Press publishing Company, United States.
30- Piedra, Valery & Nicolas, Emilio, 2021, "Morality Clauses Take Center Stage: Tips to Help Protect Your Next Project From Being Associated With Talent Controversy", April, Insights, p 11- 17.
31- Romanowski, William D, 2012, Reforming Hollywood: How American Protestants Fought for Freedom at the Movies, Oxford University, New York.
32- Rivarda, S. Raymond, L. & Verreault, D. (2006). Resource-based view and competitive strategy: An integrated model of the contribution of information technology to firm performance. Journal of Strategic Information Systems, 15, 29–50

33- Sanchez-T.A (2006), Issues in Media Globalization, In Handbook of media management and economics, Editor Alan B. Albarran; co-editors Sylvia M. Chan-Olmsted, Michael O.Wirth, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, London.
34- Scott, B. (1989), Competitiveness: self-help for a worsening problem, Harvard Business Review, 6, 115-121.
35- Smith, A. (1973). The Shadow in the cave. London: Allen & Urwin.
36- Scott, Ellen C, 2015, Cinema Civil Rights: Regulation, Repression, and Race in the Classical Hollywood Era Get access Arrow, Rutgers University Press, New Brunswick.
37- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
38- Strenheimer, K, 2015, "Celebrity culture and the American dream", Stardom andsocial mobility, New York: Routledge.
39- Shuang, Zheng, 2021, "China bans celebrities with 'lapsed morals' from endorsing products", from appearing on Chinese shows.
40- Taylor, Porcher L., Pinguelo, Fernando M., 2010, "The Reverse-Morals Clause: The Unique Way to Save Talent's Reputation and Money in a New Era of Corporate Crimes and Scandals", Cardozo Arts & Entertainment Law Journal.
41- Yang Lee, C. (2009). Competition favors the prepared firm: Firms' R&D responses to competitive market pressure, *Research Policy*, 38, 861–870.
42- Yang, Y, 2016, Film Policy, the Chinese Government and Soft Power. New Cinemas:
43- Vickery, G and Hawkins, R (2008), Remaking the Movies: Digital Content and the Evolution of the Film and Video Industries (ISBN 926404329٢) o-operation and Development (OECD), OECD Publishing, France.

سایت:

1- https://www.festival-cannes.com/en/
2- https://filmfreeway.com/
3- https://www.filmup.co/make-first-feature-film/
4- https://www.indiewire.com/feature/
5- https://www.newfilmmakersla.com/about-us/
6- https://oscar.go.com/
7- https://www.premiumbeat.com/
8- https://www.theguardian.com/
9- https://www.theguardian.com
10- https://www.premiumbeat.com
11- https://www.nytimes.com/
12- https://www.washingtonpost.com/
13- https://www.latimes.com/
14- https://www.thetimes.co.uk/
15- https://www.nationalgeographic.com/
16- https://www.newyorker.com/
17- https://time.com/
18- https://www.newsweek.com/
19- https://www.reuters.com/
20- https://www.lonelyplanet.com/guides
21- https://screenaustralia.gov.au/funding-and-support/producer-offset/guidelines/qualifying-expenditure
22- https://screenaustralia.gov.au/funding-and-support/producer-offsetExternal
23- www.eig.org.uk
24- https://moondancefilmfestival.com/)
25- https://www.writing-world.com/screen/film1.shtml
26- https://certification.stage32.com
27- https://entertainmentlaw.uslegal.com/
28- www.producersguildawards.com
29- https://axislc.com/public/film-production-law
30- https://beverlyboy.com/filmmaking/federal-laws-in-the-film-industry-what-they-mean-to-filmmakers/

31- https://pictureshowman.com/movie-censorship-in-the-united-states/
32- https://www.washingtonpost.com/news/
33- https://www.cinemapress.ir/
34- https://filmfreeway.com/HollywoodNewDirectors
35- https://nyc-business.nyc.gov/nycbusiness/description/film-production-tax-credit
36- https://disneyworld.disney.go.com/park-rules/
37- https://www.foxcorporation.com/
38- https://www.fox.com/
39- https://filmlifestyle.com/movie-censorship-in-america/
40- https://www.ncsl.org/fiscal/film-tax-incentives-back-in-the-spotlight
41- https://rodriqueslaw.com/blog/best-film-incentives-are-available-united-states/
42- https://www.cdtfa.ca.gov/industry/film-and-television/
43- https://www.avalara.com/taxrates/en/state-rates/california
44- https://marketingtochina.com/film-industry
45- https://mbrellafilms.com/
46- https://factsanddetails.com
47- https://Chinesecinemas.org
48- https://factsanddetails.com/china/
49- https://www.kftv.com/country/china
50- https://www.ft.com/content/1aaabbdc-67e2-11e8-8cf3-0c230fa67aec
51- https://testbook.com/history-of/indian-cinema
52- https://www.musicgateway.com/blog/filmmaking/indias-movie-industry
53- https://www.britannica.com/topic/Bollywood-film-industry-India
54- https://www.hollywoodreporter.com
55- https://www.bananaip.com/ip-news-center/film-expression-censorship-india-censorship-cases-udta-punjab-anhad-lipstick-burkah-part-3/
56- https://www.mondaq.com/india/broadcasting-film-tv-radio/827892/the-cinematograph-Act-of-india
57- https://scroll.in/reel/873364/raabta-partner-kaante-how-bollywood-has-dealt-with-plagiarism-cases
58- https://blog.ipleaders.in/laws-rules-bollywood/
59- https://slate.com/news-and-politics/
60- https://cleartax.in/s/impact-of-gst-rates-on-entertainment-industry

61- https:// unacademy.com/content/upsc/study-material/commerce/entertainment-tax-in-india/
62- https://www.npr.org/2005/06/08/4694425/slates-explainer-bollywoods-censorship-rules
63- https://www.dnaindia.com/bollywood/
64- https://timesofindia.indiatimes.com/entertainment/hindi/web-stories/bollywood-films
65- https://www.quora.com/How-much-does-an-average-Bollywood-film-cost-to-make
66- http://filmmakersfans.com/real-budget-range-indian-films-check-now/
67- https://www.cnc.fr/web/en/filming-in-france#frenchprod
68- https://www.cnc.fr/web/en/filming-in-france
69- https://www.kftv.com/country/france
70- https://www.filmfrance.net/en/plan-your-production/production-services-companies/
71- http://filmmakersfans.com/?s=france+film
72- https://www.boxofficemojo.com/year/?ref_=bo_nb_di_secondarytab
73- https://focus.london/newfront/exhibitor/film-france-cnc
74- https://eufcn.com/members/film-france-the-french-film-commission/
75- https://en.unifrance.org/directories/company/82661/film-france-cnc
76- https://www.screendaily.com/news/french-film-production
77- https://britishfilmcommission.org.uk/guidance/
78- https://www.filminginengland.co.uk/studios-and-build-spaces/
79- https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1985/21/2015-01-29
80- https://filmlondon.org.uk/production-finance-market/new-talent-strand
81- https://www.gov.uk/hmrc-internal-manuals/film-production-company-manual
82- https://www.legislation.gov.au/F2018L00112/latest/text
83- https://www.screenaustralia.gov.au/funding-and-support/producer-offset/legislation-and-rules
84- https://www.arts.gov.au/funding-and-support
85- https://www.ato.gov.au/forms-and-instructions/film-industry-incentives-2016

Abstract

In order to determine the strategy and policy in the field of cinema, the country's cinema trustees need to know and familiarize themselves with the guidelines and regulations of other countries. Achieving this recognition is possible by examining film production guidelines in the countries of America, England, China, France, Australia and India. In this research, based on the theories of media norm and based on the theory of authoritarianism and social responsibility, the existing guidelines for film production in these countries have been reviewed and evaluated. The main problem of the research is to examine the guidelines and determine the frameworks of film production in other countries, which by using the method of studying library documents and examining the regulations, documents and resources available in the field of film production in the countries under study in order to answer It is. All the guidelines for film production in other countries have been examined and with their analysis, the most important issues related to film production in the countries that have been determined based on the internal laws and cultural policies of each country, including licensing, budget and capital attraction, supervision Productions and censorship, laws and tax exemptions and ethical clause are examined in this research.

Key words: regulations, guidelines, film production, censorship, cinema, other countries, tax, license.

Iranian Organization of Cinema and Audiovisual Affairs

Collecting and analyzing regulations and guidelines for film production in other countries; Case study of America, China, India, Australia, England, France

by:

Hossein Nouri

research supervisor:

Ghader Ashena & Behrooz Fathi

2023-2024