



مدیریت استراتژیک پروژه های تولید آثار سینمایی

توسط کمپانی های هنری کشور

حامد پوراسفندیانی^{۱*}، سید علی آل احمد^۲

حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی، دفتر طرح و برنامه h.pouresfandyani@gmail.com

حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی، دفتر طرح و برنامه aleahmad.1982@gmail.com

چکیده

کمر صنعتی در دنیا است که سرمایه گذاران، سیاستگذاران، مدیران و مجریان آن به اندازه صنعت فیلمسازی، از نتیجه حاصله و محصول نهایی تولیدی‌شان آگاهی و اطمینان کم و محدودی داشته باشند. زیرا در صنعت فیلم سازی هیچ مدل قطعی و قانون مشخص و ساده‌ای که اطمینان بدهد بر مبنای آن می‌توان قطعاً محصول موفق تولید نمود، وجود ندارد. در حقیقت با توجه به این که هر فیلم محصول نهایی فرایندی است که در دو عرصه کاملاً متفاوت (صنعتی و هنری) مدیریت و در نهایت تولید می‌گردد، همواره مدیران خود را مجبور می‌سازد که همواره با نگاهی کلان و استراتژیک امور تکنیکی و همچنین محتوایی و هنری محصول تولیدی خود را توأمان مورد هدایت داشته باشند. این امر نیاز به برپانمودن و پیاده سازی سیستمی را که بتواند تولید فیلم را ساختارمند و سازماندهی شده نماید، حیاتی می‌سازد. باید بتوان نقاط کلیدی در جهت ددهی استراتژیک یک محصول سینمایی را در کل فرایند تولید فیلم شناسایی کرده و به شکلی منطقی و ساختارمند، تلاش شود تا بهترین تصمیم‌ها در راستای سوق دهی کلان آن اثر به سوی انتظارات استراتژیک مدیریتی گرفته شود. مقاله حاضر با ارائه رویه ای مدون و ساختاردهی شده تلاش دارد ابزار لازم برای این هدایت استراتژیک کلان را معرفی نماید.

واژه های کلیدی: صنعت سینما، پروژه سینمایی، ساختار استراتژیک، فرایندهای تولید سینمایی، رویه‌های ممیزی

۱- مقدمه

سینما به عنوان یک هنر-صنعت پرنفوذ، اثرگذار و جذاب همواره به عنوان ابزاری کارا و تاثیرگذار، در راستای جهت دهی به افکار عمومی بوده است. عرصه مورد بررسی آنجا پیچیده تر می‌شود که به جهت هزینه بالای پروژه های تولید آثار سینمایی ناگزیر می‌شویم عوامل اقتصادی موثری همانند هزینه تولید، هزینه بازاریابی و تبلیغات، حجم فروش و... را نیز در تحلیل آثار تولیدی خود مدنظر قرار دهیم. آنگاه برقراری تعادل مابین «صرفه اقتصادی تولید یک فیلم» و «همسویی آن با مبانی فکری و ارزشی» کاری به غایت پیچیده و حساس جلوه خواهد کرد و مدیریت فرهنگی را با چالشی عمیق روبرو می‌کند. اینجاست که مفهوم اساسی و تاثیرگذاری همچون «مدیریت استراتژیک» در مدیریت فرهنگی دارای معنایی پیچیده و گاه متناقض می‌شود. در مقاله حاضر پس از بررسی اجمالی مبانی مدیریت استراتژیک، با نگاهی جامع به زنجیره تولید یک اثر

۱ و * - نویسنده مسئول: کارشناس سینمایی دفتر طرح و برنامه حوزه هنری، کارشناس ارشد مدیریت و دارای سابقه فعالیت چندساله در عرصه حرفه‌ای تولید سینما

۲ - سرپرست مرکز برنامه ریزی راهبردی دفتر طرح و برنامه حوزه هنری و کارشناس ارشد اقتصاد