آ مار و ارقام سخن می‌گویند

غروب هالیوود در شرق آسیا

میلاد جلیل‌زاده
روزنامه‌نگار

اوایل دهه ۱۸۹۰ میلادی، از همان روزی که یکی از مدیران کارگاه اختراعات ادیسون، در مقابل دیدگان مردم نیوجرسی، از «شهر فرنگ» پرده‌برداری کرد، آمریکا عاشق سینما شد. آمریکا سهم موثری در اختراع سینما و پیشرفت تکنولوژی آن و تبدیل شدنش به صنعت داشت و ۱۱۰ سال است چنان سیطره‌ای بر صنعت فیلمسازی جهان دارد که ویژگی‌های بومی‌اش به‌بخشی از هویت کلی سینما تبدیل شده‌اند. آمریکا غول سینمای عامه‌پسند است؛ اولین فیلم ناطق سینما را آنها ساختند، اولین انیمیشن را آنها ساختند و سینما را هم آنها رنگی کردند. سینمای آمریکا همیشه به‌عنوان هنری متوسط‌الحال و کلیشه‌ای از جانب روشنفکران اروپا مورد شماتت قرار گرفته؛ اما این همان اروپایی است که گیشه‌های داخلی خودش را هم نتوانسته از شعاع مغناطیس هالیوود دور نگه دارد و از طرفی همین سینمای آمریکا بر شانه فیلمسازان مهاجری ایستاده که از سایر کشورها، خصوصا اروپا به آنجا آمده‌اند؛ جویندگان نقره. سینمای آمریکا سینمای ژانر است؛ عامه‌پسند و قصه‌گو. سینمایی مردسالار است، یک سینمای خشن است و به‌شدت سیاسی و در این زمینه دیگری‌ستیز است. تاریخچه‌ای مشحون از نژادپرستی دارد و اخیرا حتی گاهی ضدخدا و خیلی اوقات ضدخانواده هم شده؛ اما آنقدر وسعت دارد که همیشه در آن استثنائاتی به چشم بخورد. تنها کشوری که در یک بازه زمانی بخصوص توانست به‌رقیبی جدی برای سینمای هالیوود تبدیل شود، آلمان نازی بود. اما نتیجه جنگ جهانی دوم چنان رقم خورد که این رقیب قدر هم کنار برود. طی این سال‌ها کشورهای مختلفی در دوره‌های مختلف با سینمای آمریکا رقابت جدی کرده‌اند. هندوستان، هنگ‌کنگ، ایتالیا، مصر و بسیاری از کشورهای دیگر رقیب هالیوود بودند، اما اینها عموما با سینمای آمریکا تعامل داشتند و کار به‌نوعی از رقابت نکشید که هیتلر در مصاف با هالیوود طراحی کرده بود. وضعیت سلطه سینمای آمریکا بر صنعت سرگرمی‌سازی جهان تا ۱۹۹۰ میلادی که شوروی سقوط کرد و ایالات‌متحده یکه‌تاز عرصه سیاسی دنیا شد، ادامه داشت. در این مدت غیر از سینمای هنری که بلوک سیاسی مقابل حامی آن محسوب می‌شد، سینماهای محلی هم در سایه سدی که همین دوگانه بودن نظم سیاسی دنیا در برابر جهانی‌سازی ساخته بود، رشد می‌کردند، اما از آن روز به بعد وضعیت سینمای دنیا هم تکانه‌های شدیدی خورد. ابتدا سینماهای بومی در سراسر دنیا دچار سکته و توقف شدند. این عمدتا داشت به نفع سینمای آمریکا پیش می‌رفت، اما از سال ۲۰۱۰ به این طرف یک‌سری تلاش‌ها بالاخره جواب داد و صنعت فیلمسازی کشورهای ریز و درشت دنیا سوت قطارهایشان را به صدا درآوردند. از اندونزی در شرق آسیا تا نیجریه در قلب آفریقا، سینمای عامه‌پسند جدیدی کم‌کم سر برآورد. از همه اینها اما برای سینمای آمریکا هولناک‌تر، بیدار شدن اژدها بود. اژدها داشت جهان را می‌بلعید و به همان اندازه که در حوزه‌های دیگر غافلگیرکننده ظاهر شده بود، در سینما هم شگفتی ساخت. چین یک سیاهچاله فضایی بود که ستاره دنباله‌دار هالیوود را در خود می‌بلعید. حالا صحبت از افول سینمای آمریکا به میان آمده است؛ سینمایی که بازوی ایالات‌متحده در پروپاگاندای سیاسی و سودآورترین صنعت این کشور در حوزه خدمات است. این البته حتی بدون حضور چین و سایر رقبای ریز و درشت جدید هم داشت رفته‌رفته اتفاق می‌افتاد، اما نه با شتابی چنین ترسناک. بخش قابل توجهی از قدرت سینمای آمریکا به توان این کشور در انحصاری کردن فضاهای تجاری و فرهنگی برمی‌گشت. اما اگر این انحصار به‌هر نحوی بشکند، شاید دیگر بالا رفتن از شانه فیلمسازان مهاجر به این راحتی نباشد و دیگر نشود یک فیلم متوسط آمریکایی را حتی بیشتر از فیلم‌های خوب یا عالی دیگر کشورها فروخت و خیلی از امکانات دیگر هم ممکن است از بین بروند؛ اما آن روز است که می‌شود فهمید سینمای آمریکا به‌لحاظ ارزش‌های زیبایی‌شناختی و سرگرمی‌سازی، به‌طور خالص و بدون استفاده از امکانات ویژه زمانه، چه اندازه مایه دارد.

سینمای آمریکا و عموزاده‌های اروپایی‌اش

استراتژی هالیوود در قبال چین، همکاری و همخوان شدن و به‌عبارتی کنار آمدن با رقیب جدید است، اما جایگاه صنعت و بازار فیلم‌های اروپا متفاوت است زیرا اروپا برای مقابله با چین، مشکلات عدیده‌ای دارد؛ نوع صنعت سینمایی و تقسیم نامتوازن بازار فیلم اروپا، همکاری اندک بین کشورهای عضو، عدم‌توزیع فیلم‌های اروپایی در خارج از بازارهای ملی و سهم بسیار زیاد فیلم‌های هالیوود در بازار اروپا، از جمله این مشکلات هستند. کمپانی‌های اروپایی دوست دارند همکاری با چین را بهبود دهند، اما منابع مالی کمی برای سرمایه‌گذاری در تولید محصولات مشترک دارند. آنها بلوک‌های تبلیغاتی قوی‌ای برای فشار آوردن به گیشه چین ندارند و دانش لازم برای ارائه فیلم در بازار جهانی فیلم هم در اختیارشان نیست. اروپایی‌ها فقط می‌توانند معیارهای خلاقیت فرهنگی-هنری را ارائه دهند، اما آیا این چیزی است که صنعت فیلمسازی چین به‌دنبال آن است؟ (به‌عبارتی آیا چینی‌ها منتظر تایید ارزش زیبایی‌شناختی آثارشان توسط فستیوال‌هایی از قبیل کن، ونیز و... می‌مانند و اصلا آیا این چیزها تاثیری روی بدنه اصلی سینما می‌گذارند؟) به‌طور سنتی، از دیرباز اروپا شکارگاه مورد علاقه سینمای آمریکا بود، هرچند تاریخ نشان می‌دهد که برخی اوقات، کشورهای اروپایی (به‌عنوان مثال فرانسه و ایتالیا) تلاش کرده‌اند در برابر حضور پرقدرت فیلم‌های فرامنطقه‌ای مقاومت کنند. با این وجود در سال‌های اخیر، سینمای آمریکا سهم قابل توجهی از بازار اروپا را به خودش اختصاص داده است. علاوه‌بر این، چشم‌انداز بازارهای سینمایی اروپا چندان درخشان نیست و سینمای آمریکا تلاش خواهد کرد تا مسیرهای بیشتری را در آنجا به‌وجود بیاورد. البته کشورهای عضو اتحادیه اروپا سال‌هاست متعهد شده‌اند که از به‌ثمر رسیدن چنین تلاشی جلوگیری کنند. در دوره‌های مختلف، حمایت‌های دولتی بسیاری درجهت حفاظت از سینمای اروپا به‌کار بسته شده است. چنین حمایت‌هایی با سیستم اقتصاد آزاد که اروپا کاملا به آن پیوسته، همخوانی ندارد و از طرفی، عمده تلاش‌های دولتی درجهت تقویت ساختار فرهنگی و هنری قرار دارند نه تجاری و سیاسی. این درحالی است که حمایت‌های دولت چین از سینمای این کشور در مسیر تجاری و سیاسی هم بسیار پررنگ است. دلایل مختلفی برای وضعیت ضعیف صنعت فیلم اروپا وجود دارد. موارد ...

باورکردنی نیست رکود سینمای آمریکا!

... پوشاندن هزینه‌ها ... روند روبه‌رشد تقریبا مداومی ... صادرات فیلم و محتوای سمعی و بصری ... ایالات‌متحده به‌ویژه پس از جنگ جهانی ... در طول جنگ سرد، انگیزه اصلی سیاسی ... را بیشتر جزم کرده است تا این استراتژی ... نه‌تنها شیوه زندگی آمریکایی‌ها را در سر... قدرت نرم ایالات‌متحده دارند، بلکه برای تج... (جوزپه ریچری؛ ۲۰۱۶) در سال ۲۰۱۴، ... مقابل ۳/۳ میلیارد دلاری قرار می‌گیرد که ... بیش از ۱۳/۱ میلیارد دلار بود که ۶ درصد از ... را شامل می‌شود. (MPAA ۲۰۱۶) به عبارت ... کرده است ...

اژدهای چینی وارد می‌شود

طبق آخرین آمار رشد ۲۳/۷ درصدی «تعداد پرده‌های نمایش» در سراسر جهان، نشان‌دهنده یک روند ساختاری مهم برای آینده صنعت ...

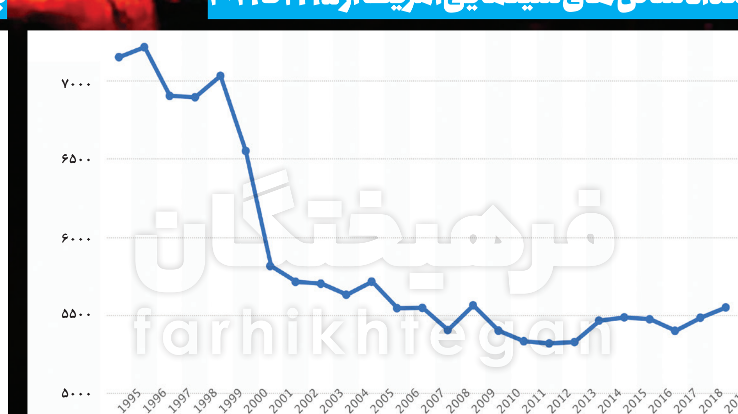
چرا در عصر اینترنت، هنوز گیشه برای آمریکا مهم است؟

در بازار امروز ایالات متحده، درآمد سینما از نمایش آثار در سالن‌های نمایش، معمولا فقط ۲۵ تا ۳۰ درصد از کل درآمد ناخالص یک فیلم را تشکیل می‌دهد. بنابراین چرا نسبت به اتفاقاتی که برای سالن‌های سینما می‌افتد، باید نگرانی وجود داشته باشد؟ همان‌طور که کارشناسان اقتصاد سینما می‌گویند، مساله اساسا به شرح ذیل است. سالن‌های سینما گامی اساسی در بهره‌برداری اقتصادی از یک فیلم هستند زیرا درآمد گیشه، یک عنوان در چند هفته اول خود برای هر فیلم تعیین می‌کند و در مرحله بعد همین عنوان تعیین خواهد کرد که آن فیلم چقدر در سایر پنجره‌های تجاری فروش داشته باشد. از VOD تا DVD و از تلویزیون کابلی تا تلویزیون‌های پابلیک و رایگان که حق پخش آثار را می‌خرند، همه بسته به رده‌بندی فیلم‌ها در جدول فروش سالن‌ها مورد توجه قرار می‌گیرند یا قیمت‌گذاری می‌شوند. علاوه‌بر این، گیشه در دو هفته اول رونمایی از یک فیلم، درآمد بسیار سریع و متمرکزی در یک بازه زمانی کوتاه برای آن تولید می‌کند؛ در حالی که عوامل فیلم، برای کسب سایر درآمدها باید صبورتر باشند. به‌عبارتی خلاصه‌تر، اهمیت اکران یک فیلم در سالن‌های سینما به دو دلیل است؛ اول تبلیغات و بازاریابی متمرکز برای فیلم‌ها که باعث فروش آنها در پنجره‌های اقتصادی بعدی خواهد شد و دوم ۲۵ تا ۳۰ درصد از کل درآمد ناخالص یک فیلم که به‌صورت فوری و در مدت زمان کوتاهی به فاصله دو تا سه هفته به‌دست می‌آید.

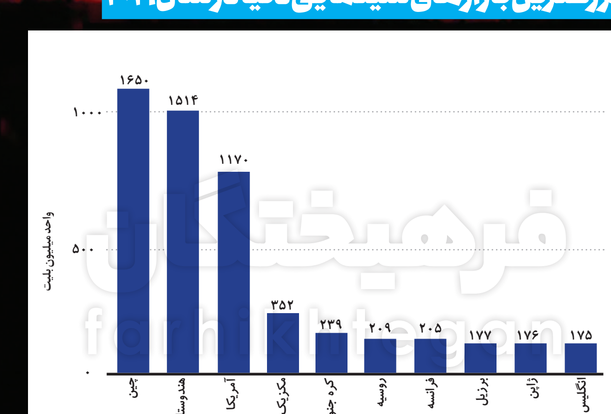
جمعیت‌شناسی مخاطبان آمریکایی سینما

آمار انجمن تصاویر متحرک آمریکا (MPAA) جمعیت ایالات‌متحده را به چهار دسته تقسیم می‌کند که دو دسته از آنها تاثیری در بازار فیلم ندارند؛ آنهایی که هرگز به سینما نمی‌روند (۳۱ درصد) و کسانی که به‌ندرت به سینما می‌روند (۱۰ درصد). دو گروه دیگر شامل مصرف‌کنندگان «ضعیف» هستند (۴۹ درصد) که کمتر از یک بار در ماه به سینما می‌روند و افراد «قوی» که حداقل یک بار در ماه فیلم‌ها را داخل سالن‌های نمایش می‌بینند. «ضعیفان» به‌رغم حضور بسیار کمترشان، ۴۹ درصد از پذیرش‌ها را انجام می‌دهند، یعنی حدود نیمی از بلیت‌های سینما توسط آنها خریداری می‌شود و افراد گروه «قوی» هم ۴۹ درصد دیگر بلیت‌ها را می‌خرند. بازدیدکنندگان نادر هم دو درصد مشارکت می‌کنند. برای توجه به تاثیر اینترنت بر بلیت‌فروشی سینماهای آمریکا می‌توان توجه کرد که در سال ۲۰۱۵ که رکود سینمای آمریکا نگرانی تحلیلگران را برانگیخت، به‌طور کلی، ۶۲ درصد از مصرف‌کنندگان «قوی» سینما و ۵۴ درصد از مصرف‌کنندگان «ضعیف»، به یک یا چند دستگاه پخش ویدئو دسترسی داشتند و این روند همچنان افزایش پیدا کرده است.

تعداد سالن‌های سینمایی آمریکا از ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۹



بزرگ‌ترین بازارهای سینمایی دنیا در سال ۲۰۱۹



ادامه در صفحه ۱۳

ادامه از صفحه ۱۲

خداحافظی با غول کله‌زرد و سلام به غول زردپوست

در بازار جهانی فیلم، چین مرتبا اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. پذیرش فیلم‌های گیشه چینی سال‌به‌سال در حال رشد است و فیلم‌های چینی و شرکت‌های وابسته قادر به تجارت بیشتر در خارج از کشور هستند. در مقابل، بازارهای فیلم‌های آمریکا و اروپا از یک خط افقی فراتر نمی‌روند و هزینه‌های تولید فیلم آنها رو به افزایش است. آمریکا و اروپا هر دو تلاش می‌کنند وارد بازار فیلم چین شوند و با شرکت‌های سینمایی چینی همکاری داشته باشند. در چین، سهم فیلم‌های وارداتی از سال ۲۰۰۱، هنگامی که این کشور به سازمان تجارت جهانی (WTO) پیوست، به‌طور قابل توجهی رشد کرد؛ اما گیشه فیلم‌های داخلی چین و فیلم‌های وارداتی آن در این سال‌ها به‌طور همزمان رشد مداوم داشتند. در سال ۲۰۱۲، سهم فیلم‌های وارداتی چین حتی به رقم بیش از ۵۰ درصد از فروش گیشه‌ها رسید. فیلم‌های ملی چین به‌مرور رهبری بازار را به‌دست آوردند و در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ با سهم ۵۴/۵ و ۶۱/۵ درصد از بازار به‌تدریج قوی‌تر شدند. اکثریت قریب به اتفاق فیلم‌های وارد شده توسط چین از هالیوود بودند. ۹ فیلم از ۲۰ فیلم پرفروش گیشه‌های چین در سال ۲۰۱۵، تولید شرکت‌های آمریکایی یا تولید مشترک بودند؛ خصوصا یونیورسال، والت‌دیزنی و پارامونت. تاریخ توسعه صنعت فیلم چین به‌طور کلی می‌تواند به سه مرحله تقسیم شود؛ سینمای اولیه، سینمای کنترل شده و سینمای معاصر. سینمای چین داستانی آموزنده دارد. این ۹۵ سال تاریخ سینمای چین در رصد رادار قانون حق انتشار بود و محدودیت‌های اصلی آن عبارت بودند از فناوری توسعه‌نیافته، کمبود سرمایه خصوصی، اختلال در زمان جنگ و نگرانی‌های عقیدتی و سیاسی. سینمای معاصر چین عمری نزدیک به ۴۰ سال دارد. پس از سومین نشست عمومی یازدهمین کمیته مرکزی CPC (CCCPC) در سال ۱۹۷۸ که چین را به روند اصلاحات و نوسازی اقتصادی بازگرداند، سینمای چین با سه مرحله وارد دوره جدید سینمای معاصر شد. اول دوره بازیابی اصلاحات داخلی (۱۹۷۹ تا ۱۹۹۰)، سپس دوره انتقالی بازار (۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰) و سرانجام صنعتی شدن سینما (۲۰۰۱ تا کنون). تا سال ۲۰۱۰، چین به سومین تولیدکننده فیلم در جهان تبدیل شده بود و فقط هند و ایالات‌متحده از آن جلوتر بودند. با وجود گسترش گسترده کپی‌های غیرمجاز، چین همزمان طی این سال‌ها به یکی از بزرگ‌ترین بازارهای مصرف فیلم هم تبدیل شد. سرانجام از سال ۲۰۱۲ به این سو چین از نظر درآمد، به رتبه دومین بازار بزرگ فیلم در جهان رسید. سال ۲۰۱۵ بود که سینمای آمریکا بر اثر شوک سایت‌های غیرمجاز کپی فیلم، دچار بحران اساسی شد. در این زمان بازار چین تنها امید هالیوودی‌ها بود. آمریکا از سال‌ها پیش تلاش می‌کرد محدودیت‌های قانونی چین برای ورود فیلم‌های خارجی را کاهش دهد. در این خصوص سال ۲۰۱۱ از چین شکایت شد و مذاکراتی در این خصوص صورت گرفت. پس از آن جو بایدن، معاون وقت رئیس‌جمهور آمریکا، مذاکرات پنج‌ساله‌ای با همتای چینی‌اش درخصوص مراودات سینمایی انجام داد تا هالیوود را توسط بازار چین نجات دهد؛ اما زمان خریدن چینی‌ها بی‌حکمت نبود!

ماه‌های منتهی به پایان سال ۲۰۱۹، یک روند شگفت‌آور و برای هالیوود نگران‌کننده ظاهر شد؛ چین با فیلم‌های تولید خود به بخش عمده‌ای از بازار جهانی سینما دست یافته بود و همچنان درحال گسترش این نفوذ است. استیون زیتیک، ۳۰ دسامبر ۲۰۱۹ در واشنگتن‌پست نوشت؛ بسیاری از افراد در هالیوود تصور می‌کردند که این روند طولانی (نجات فیلم‌های آمریکا در گیشه چین) ادامه می‌یابد و ما تنها کاری که باید به‌عنوان یک استودیوی اجرایی انجام دهیم، این است که بتوانیم یک سهمیه اکران از طرف دولت چین به‌دست بیاوریم و محصول آمریکایی را به بازار ۶۰ هزار سالن چین برسانیم. همین که به آنجا می‌رسیدیم، سود مطمئنا تضمین‌شده بود. با این حال، افزایش تولیدات ...

رقیب جدید برای بلاک‌باسترهای آمریکایی

چند ین سال است که شرکت‌های بزرگ فیلمسازی آمریکا یک الگوی مشخص تولید را برای تقویت موقعیت بازار خود هم در داخل آمریکا و هم و به‌ویژه در خارج از کشور اتخاذ کرده‌اند. ...

تعداد بلیت‌های فروش‌رفته سینمای هالیوود در جهان

سال	بلیت فروخته‌شده	Total Box Office	تورم کل جعبه تنظیم	میانگین قیمت بلیت
۲۰۲۰	۴۱۶،۶۷۷،۳۷۴	۳،۷۹۵،۹۳۰،۸۸۰	۳،۷۹۵،۹۳۰،۸۸۰	۹,۱۱
۲۰۱۹	۱،۲۳۹،۲۵۴،۷۳۵	۱۱،۲۸۹،۶۱۳،۴۰۳	۱۱،۲۸۹،۶۱۳،۴۹۷	۹,۱۱
۲۰۱۸	۱،۳۱۱،۳۲۳،۱۸۸	۱۱،۹۴۶،۱۵۶،۷۶۴	۱۱،۹۴۶،۱۵۶،۹۴۳	۹,۱۱
۲۰۱۷	۱،۲۲۵،۶۳۹،۴۳۸	۱۰،۹۹۳،۹۸۸،۵۶۰	۱۱،۱۶۵،۵۷۵،۳۰۹	۸,۹۷
۲۰۱۶	۱،۳۰۱،۶۵۸،۹۰۴	۱۱،۲۵۹،۳۵۲،۷۶۴	۱۱،۸۵۸،۱۱۲،۶۱۱	۸,۶۵
۲۰۱۵	۱،۳۲۳،۲۶۶،۳۲۰	۱۱،۱۵۵،۱۳۸،۰۷۹	۱۲،۰۵۴،۹۵۶،۱۸۰	۸,۴۳
۲۰۱۴	۱،۲۵۷،۴۰۰،۶۱۸	۱۰،۲۷۲،۹۶۶،۱۹۶	۱۱،۴۵۴،۹۱۹،۶۳۰	۸,۱۷
۲۰۱۳	۱،۳۳۹،۱۶۸،۹۲۶	۱۰،۸۸۷،۴۴۶،۳۴۱	۱۲،۱۹۹،۸۲۸،۹۲۴	۸,۱۳
۲۰۱۲	۱،۳۸۱،۱۰۶،۴۴۰	۱۰،۹۹۳،۶۱۰،۲۰۷	۱۲،۵۸۱،۸۷۹،۶۶۶	۷,۹۶
۲۰۱۱	۱،۲۸۲،۸۹۱،۷۲۱	۱۰،۱۷۳،۳۳۳،۷۶۷	۱۱،۶۸۷،۱۴۳،۵۸۸	۷,۹۳
۲۰۱۰	۱،۳۲۸،۵۴۹،۰۲۳	۱۰،۴۸۲،۲۵۴،۰۲۵	۱۲،۱۰۳،۰۸۱،۶۰۵	۷,۸۹
۲۰۰۹	۱،۴۱۸،۵۶۷،۳۸۸	۱۰،۶۳۹،۲۵۷،۲۸۴	۱۲،۹۲۳،۱۲۳،۵۷۶	۷,۵۰
۲۰۰۸	۱،۳۵۸،۰۴۱،۴۰۸	۹،۷۵۰،۷۳۹،۳۷۱	۱۲،۳۷۱،۷۵۷،۲۳۲	۷,۱۸
۲۰۰۷	۱،۴۲۰،۰۳۶،۶۸۰	۹،۷۶۹،۸۵۴،۹۱۴	۱۲،۹۳۶،۵۳۴،۱۵۷	۶,۸۸
۲۰۰۶	۱،۳۹۸،۷۳۸،۲۸۳	۹،۱۶۱،۷۳۸،۲۲۱	۱۲،۷۴۲،۵۰۵،۷۵۷	۶,۵۵
۲۰۰۵	۱،۳۷۳،۲۱۵،۶۴۰	۸،۸۰۲،۳۱۴،۳۷۶	۱۲،۵۰۹،۹۹۴،۴۸۲	۶,۴۱
۲۰۰۴	۱،۴۹۵،۶۴۷،۹۸۸	۹،۲۸۷،۹۷۵،۹۵۸	۱۳،۶۲۵،۳۵۳،۱۸۴	۶,۲۱
۲۰۰۳	۱،۵۲۴،۲۹۹،۸۱۵	۹،۱۹۱،۵۲۹،۷۶۲	۱۳،۸۸۶،۳۷۱،۳۲۷	۶,۰۳
۲۰۰۲	۱،۵۷۵،۷۵۴،۷۶۸	۹،۱۵۵،۱۳۶،۹۹۸	۱۴،۳۵۵،۱۲۵،۹۳۱	۵,۸۱
۲۰۰۱	۱،۴۷۶،۲۱۶،۰۷۸	۸،۳۵۵،۳۸۴،۶۳۹	۱۳،۴۴۸،۳۲۸،۴۶۸	۵,۶۶
۲۰۰۰	۱،۳۹۷،۴۶۰،۰۷۹	۷،۵۳۲،۳۱۱،۴۷۹	۱۲،۷۳۰،۸۶۱،۳۳۱	۵,۳۹
۱۹۹۹	۱،۴۴۴،۶۶۴،۰۸۶	۷،۳۳۸،۸۹۴،۸۵۲	۱۳،۱۶۰،۸۸۹،۸۲۷	۵,۰۸
۱۹۹۸	۱،۴۴۳،۸۲۷،۰۰۳	۶،۷۷۱،۵۴۹،۶۳۷	۱۳،۱۵۳،۲۶۳،۹۸۷	۴,۶۹
۱۹۹۷	۱،۳۸۵،۲۱۸،۹۳۵	۶،۳۵۸،۱۵۵،۷۹۹	۱۲،۶۱۹،۳۴۴،۵۰۸	۴,۵۹
۱۹۹۶	۱،۳۰۵،۱۶۹،۲۷۴	۵،۷۶۸،۸۴۸،۹۶۹	۱۱،۸۹۰،۰۴۸،۷۵۱	۴,۴۲
۱۹۹۵	۱،۲۲۱،۶۸۹،۶۹۱	۵،۳۱۴،۳۵۰،۸۴۸	۱۱،۱۲۹،۵۹۳،۰۸۶	۴,۳۵

بزرگ‌ترین بازارها ازلحاظ درآمد

رتبه	کشور	درآمد گیشه (میلیارد)	گیشه از فیلم‌های ملی
	جهان	۴۱,۷	
۱	ایالات‌متحده	۱۱,۰۸	۸۸,۸ ٪ (۲۰۱۵)
۲	چین	۹,۱۵	۶۲ ٪ (۲۰۱۸)
۳	هند	۲,۴۴	۸۵ ٪ (۲۰۱۵)
۴	ژاپن	۲,۳۹	۵۴,۴ ٪ (۲۰۱۹)
۵	انگلستان	۱,۷۲	۴۴,۳ ٪ (۲۰۱۷)
۶	کره جنوبی	۱,۶	۵۲,۲ ٪ (۲۰۱۵)
۷	فرانسه	۱,۵	۳۶,۲ ٪ (۲۰۱۷)
۸	آلمان	۱,۱۱	۲۶,۳ ٪ (۲۰۱۷)
۹	روسیه	۱,۰	۱۷,۴ ٪ (۲۰۱۵)
۱۰	استرالیا	۰,۹۵	۴,۱ ٪ (۲۰۱۷)
۱۱	برزیل	۰,۹	۸,۹ ٪ (۲۰۱۷)
۱۲	مکزیک	۰,۸۷	۶,۶ ٪ (۲۰۱۷)
۱۳	کانادا	۰,۷۶	۳,۲ ٪ (۲۰۱۷)
۱۴	اسپانیا	۰,۷	۱۷,۴ ٪ (۲۰۱۷)
۱۵	ایتالیا	۰,۷	۱۷,۶ ٪ (۲۰۱۷)

رتبه‌بندی ژانرهای سینمای آمریکا از ۱۹۹۵ تا ۲۰۲۰

	ژانر. دسته	فیلم‌ها	Total Box Office دلار	بلیت	اشتراک‌گذاری
۱	حادثه‌ای	۱،۰۵۶	۶۳،۶۹۱،۵۴۲،۹۲۸	۹،۱۱۴،۷۵۷،۲۸۹	٪۲۷,۱۹
۲	اکشن	۱،۰۴۹	۴۷،۷۲۸،۳۲۰،۵۲۵	۶،۷۶۶،۳۷۰،۶۸۱	٪۲۰,۳۷
۳	درام	۵،۳۷۰	۳۷،۳۸۶،۲۷۴،۶۳۷	۵،۷۲۳،۸۱۰،۰۲۵	٪۱۵,۹۶
۴	کمدی	۲۳۵۰	۳۴،۱۹۵،۸۸۷،۴۷۲	۵،۲۶۱،۷۱۶،۷۳۲	٪۱۴,۶۰
۵	تریلر / تعلیق	۱۱۱۰	۱۹،۷۱۰،۸۱۷،۰۰۷	۲،۸۷۰،۹۶۵،۱۵۳	٪۸,۴۱
۶	وحشت	۶۱۷	۱۱،۸۹۶،۶۱۴،۱۹۵	۱،۷۱۵،۱۷۵،۳۵۱	٪۵,۰۸
۷	کمدی رمانتیک	۶۰۲	۹،۹۲۶،۱۰۰،۷۸۰	۱،۶۰۰،۱۸۰،۶۹۰	٪۴,۲۴
۸	موسیقی	۱۸۷	۴،۱۰۵،۹۶۴،۹۱۶	۵۴۲،۱۸۰،۷۹۵	٪۱,۷۵
۹	مستند	۲،۳۴۶	۲،۲۴۰،۳۳۹،۴۰۹	۳۳۶،۳۹۳،۵۶۶	٪۰,۹۶
۱۰	کمدی سیاه	۱۸۹	۱،۶۷۷،۴۶۱،۷۰۲	۲۳۳،۲۰۹،۱۱۰	٪۰,۷۲
۱۱	وسترن	۸۳	۱،۰۸۴،۹۸۵،۹۹۹	۱۴۹،۹۵۶،۶۷۸	٪۰,۴۶
۱۲	کنسرت / اجرا	۷۶	۳۹۶،۳۳۷،۵۷۷	۵۴،۰۱۱،۵۴۴	٪۰,۱۷
۱۳	مولتی‌ژانر	۴۴	۳۷،۱۲۰،۶۰۶	۴،۴۴۷،۸۱۵	٪۰,۰۲
۱۴	رئالیسم	۴	۶۲۱،۶۹۶	۷۳،۸۱۰	٪۰,۰۰

بزرگ‌ترین بازارهای رقیب آمریکا به‌لحاظ تعداد مخاطبان

رتبه	کشور	تعداد پذیرش (میلیون‌ها بلیت)	بلیت فروخته‌شده در سرانه
۱	هند	۲،۰۲۰	۱,۵۵
۲	چین	۱۶۲۰	۱,۱۶
۳	ایالات‌متحده	۱۲۴۰	۳,۷۸
۴	مکزیک	۳۳۸	۲,۶۸
۵	کره جنوبی	۲۱۷	۴,۲۵
۶	روسیه	۲۱۳	۱,۴۸
۷	فرانسه	۲۰۶	۳,۰۷
۸	ژاپن	۱۹۴	۱,۵۴
۹	برزیل	۱۸۱	۰,۸۷
۱۰	انگلستان	۱۷۱	۲,۵۹

پرفروش‌ترین گونه‌های خلاقیت سینمایی در آمریکا از ۱۹۹۵ تا ۲۰۲۰

رتبه	منابع قصه‌های سینمایی	فیلم‌ها	کل ناخالص دلار	متوسط ناخالص دلار	سهم بازار
۱	داستان‌نویسی معاصر	۷،۰۷۰	۹۴،۴۰۱،۲۴۳،۹۸۹	۱۳،۳۵۲،۳۶۸	٪۴۰,۲۹
۲	کودکان و نوجوانان داستان	۵۲۷	۳۱،۵۶۶،۷۹۱،۴۲۴	۵۹،۸۹۹،۰۳۵	٪۱۳,۴۷
۳	علمی- تخیلی	۶۶۰	۲۸،۹۳۶،۶۴۳،۱۶۱	۴۳،۸۴۳،۳۹۹	٪۱۲,۳۵
۴	فانتزی	۷۹۱	۲۳،۸۰۲،۵۶۳،۴۲۲	۳۰،۰۹۱،۷۳۶	٪۱۰,۱۶
۵	سوپرقهرمان	۱۱۹	۱۹،۴۳۱،۴۱۵،۰۵۶	۱۶۳،۲۸۹،۲۰۲	٪۸,۲۹
۶	داستان تاریخی	۱،۴۲۳	۱۷،۵۷۷،۹۷۸،۲۹۴	۱۲،۳۵۲،۷۶۱	٪۷,۵۰
۷	دراماتیک‌سازی	۱،۱۱۵	۱۵،۱۴۲،۰۹۹،۷۸۸	۱۳،۵۸۰،۳۵۹	٪۶,۴۶
۸	واقعی	۲،۴۰۵	۲،۹۳۵،۵۶۲،۴۰۵	۱،۲۲۰،۶۰۸	٪۱,۲۵
۹	انواع خلاق متعدد	۳۷	۱۳۲،۰۴۸،۳۲۲	۳،۵۶۸،۸۷۴	٪۰,۰۶

ادامه در صفحه ۱۳