

فیلم‌های سینمایی عید چه تعداد مخاطب داشتند؟ چرا نسبت به پارسال رشد نداشتیم؟

اکران نوروزی معمولی



محمدحسین سلطانی

میونگار

بعد از آمارهای شوکه‌کننده سینما در سال‌های ۱۳۹۹، ۱۴۰۰ و حتی ۱۴۰۱ و سقوط گزینایی گیشه‌ها، سینما در سال‌های



در نوروز امسال «دانیاسور» با شروع خود را اوایل اسفندماه به رقم فروش ۸۱٬۶۳۱٬۱۶۰٫۰۰۰ میلیارد تومان رسید و این رقم در نسبت به ۶۵ میلیارد فروش «تمساح خونی» در نوروز ۱۴۰۳ یک تغییری جدی به حساب می‌آید. از طرفی میزان مخاطبان تسماح خونی با رقم ۱٬۰۱۶٬۲۸۶ در نسبت با ۹۲۷۰٬۰۰۷ مخاطب دانیاسور در نوروز امسال نشان می‌دهد دانیاسور تا نسبت به افزایش قیمت‌بلیت‌ها تجربه هر یک و پس از نوروز ۱۴۰۲ تازه به اوج فروش دست یافت.

فیلم‌هایی که برای نوروز نیستند

با نگاهی به فیلم‌های حاضر در اکران نوروز در سه سال اخیر فیلم‌هایی در پایین جدول فروش دیده می‌شوند که معیار نسبت به چه علت فرصت حضور در اکران نوروز را پیدا کرده‌اند. فیلم «عینک قرمز» در اکران نوروز امسال تنها ۵ هزار و ۴۰۰ مخاطب کسب کرد و در فروش هم توانست به نیم میلیارد تومان نزدیک شود. اگر گمان می‌کنید این اتفاق تنها در سال ۱۴۰۰ افتاده است، سخت در اشتباه هستید. فیلم «روشن» با ۶۶۳ میلیون فروش و حدود ۴ هزار

انحصار کمدی در نوروز جدی است

در اکران نوروز امسال ۱۴ فیلم «موسی‌کلی‌الدع» «رها» «پیشترگ» «تورخ» را از میان آثار نوروز ایجاد کنند. در سال گذشته هم آثاری از این‌بین تولید می‌شدند. «آسمان‌غریب»، «پرویز خان» و «روشن» از دیگر آثاری بودند که از باقی آثار ه‌ها به اکران نوروز اضافه‌شدند. در اکران سال ۱۴۰۲ «ملالت‌خصوصی»، «غرب‌به» و «بچه‌های آسمان» از دیگر آثار ژانر

وقتی سخن از تناسب میان جدول چند سال اخیر می‌گوییم

با یک‌نگاه کلی به جدول‌سه‌سال اخیر، وضعیت فروش و مخاطبان سال ۱۴۰۴ بسیار بهتر به نظر می‌رسد یا این حال این نکته حائز توجه است که فروش نوروز امسال به دلیل طوفی بودن زمان آن به‌نوعی شرایط نابرابر را با باقی سال‌های گذشته برقرار نکرده است. اکران نوروز امسال از آن دسته‌هاست که در اکران نوروز و فروخته‌شده‌ها هم که فیلم‌های قابل فروش‌هایشان مانور می‌دهند مخاطب به سینما نایامده است. این رقم یک‌گفتاری جدی دارد. در سال ۱۴۰۳، اکران نوروز از ۱۶ اسفند آغاز شد و در سال ۱۴۰۲ جریان اکران از ۲۴ اسفند آغاز شد. این در حالی

۹۷ آغاز شد و حدود ۱۸ روز ادامه داشت. این یعنی رقم ۳ میلیون مخاطب، یعنی حدود ۱۶۷ هزارمخاطب در هر روز به سینماهای کشور با گذشت‌اند. البته نباید این رقم آن‌قدرها هم عجیب به نظر برسد چون جذابیت فیلم‌های حاضر در اکران آن سال مانند «رحمان ۱۴۰۰» و «شری شیش و نیم»



برای شفاف‌تر شدن وضعیت اکران نوروز و شرایط کنونی فیلم‌ها در اکران گفت‌وگویی با سجاد نوروزی، مدیر سینما آزادی داشتیم. نوروزی در همان ابتدای صحبت‌هایش چندان از شرایط راضی نبود و میزان استقبال مردم در آذر و دی‌ماه را بهتر از وضعیت کنونی اکران می‌دانست: «حقیقت این است که اکران نوروز امسال را نمی‌شود خیلی جدی به حساب آورد. حالا دل‌پیش چیست؟ باید دید بین اکران هفته حساب آرد. «هفتادسی» یا «وزرافه» و کم‌تعدادی اکران نوروز امسال مقایسه کنید. هفتادسی در همان بازه زمانی خیلی بیشتر از کم‌تعدادی‌های نوروز فروخت. با این نگاه دو تا فیلم کم‌تعدادی اکران نوروز امسال کاسا شکست خوردند. حالا این چندان جای فیلم‌هایی است که معلوم نشد چرا اکران شدند؛ نوروز است. این موضوع که به دلیل باید آثاری که نمی‌توانند حتی هزینه ساخت خود را درپایوند در جدول نوروزی‌ها باشند، نکته‌ای است که نشان می‌دهد مخاطب‌شناسی برای اکران نوروز هنوز به‌درستی صورت نگرفته است.

مخاطب، معذبوق مخاطب قرار گرفت. از طرف دیگر «بچه‌های طوفان» در سال ۱۴۰۲ با حدود ۲۱۸ بلیت فروخته‌شد در میان آثار چند سال اخیر اکران نوروز رکورددار ضعیف‌ترین عملکرد در اکران نوروز است. این موضوع که به دلیل باید آثاری که نمی‌توانند حتی هزینه ساخت خود را درپایوند در جدول نوروزی‌ها باشند، نکته‌ای است که نشان می‌دهد مخاطب‌شناسی برای اکران نوروز هنوز به‌درستی صورت نگرفته است.

نوروزی با اشاره به اینکه فروش کمتر کم‌تعدادی‌های نوروز از انقضای یک شبیه از کم‌تعدادی در ایران دارد، گفت: «کم‌تدایی که صرفاً براساس شوخی‌های کند، اندک، اندک به براساس یک موقعیت اولیه و یک داستان یک‌خطی و شوخی کلامی» در این آثار خلق موقعیت‌های کمیک شاید به تعداد انگشتان یک دست هم نرسد و دیگر دوره فروش‌شان گذشته. چون دیگر چه چیز جدیدی می‌خواهند به مخاطب ارائه کنند؟ مثل فیلم‌های سورپراز مارتی که ۸۰ دوره‌ای بود که فیلم‌های کم‌تعدادی در سورپرازها تا فروخته می‌شد و فروش خوبی به داشت اما آن‌قدر کلیشه و تکراری شد که مخاطب این دست فیلم‌ها را کنار گذاشت. من حتی احساس می‌کنم اگر کم‌تعدادی‌های دیگر چندتولاست هم می‌آمدند و به جریان اکران نوروز اضافه می‌شدند باز هم خیلی توفیقی کسب نمی‌کردند. یکی از دل‌آلش این است که ما سانس‌اتر اکران عید را علمی و تکنیکال بررسی می‌کنیم. ببینید! مثلاً مولفه‌ای به نام سفر در این چند سال گذشته خیلی در زیست ایرانیان جدی شده و اساساً این موضوع خودش خیلی در جریان اکران دردرس می‌اندازد و مخاطب را کاهش می‌دهد. مثلاً شما می‌توانید رشد مصرف

نوروزی با اشاره به اینکه فروش کمتر کم‌تعدادی‌های نوروز ۱۴۰۴ نشان از انقضای یک شبیه از کم‌تعدادی در ایران دارد، گفت: «کم‌تدایی که صرفاً براساس شوخی‌های کند، اندک، اندک به براساس یک موقعیت اولیه و یک داستان یک‌خطی و شوخی کلامی» در این آثار خلق موقعیت‌های کمیک شاید به تعداد انگشتان یک دست هم نرسد و دیگر دوره فروش‌شان گذشته. چون دیگر چه چیز جدیدی می‌خواهند به مخاطب ارائه کنند؟ مثل فیلم‌های سورپراز مارتی که ۸۰ دوره‌ای بود که فیلم‌های کم‌تعدادی در سورپرازها تا فروخته می‌شد و فروش خوبی به داشت اما آن‌قدر کلیشه و تکراری شد که مخاطب این دست فیلم‌ها را کنار گذاشت. من حتی احساس می‌کنم اگر کم‌تعدادی‌های دیگر چندتولاست هم می‌آمدند و به جریان اکران نوروز اضافه می‌شدند باز هم خیلی توفیقی کسب نمی‌کردند. یکی از دل‌آلش این است که ما سانس‌اتر اکران عید را علمی و تکنیکال بررسی می‌کنیم. ببینید! مثلاً مولفه‌ای به نام سفر در این چند سال گذشته خیلی در زیست ایرانیان جدی شده و اساساً این موضوع خودش خیلی در جریان اکران دردرس می‌اندازد و مخاطب را کاهش می‌دهد. مثلاً شما می‌توانید رشد مصرف

نوروزی با اشاره به اینکه فروش کمتر کم‌تعدادی‌های نوروز ۱۴۰۴ نشان از انقضای یک شبیه از کم‌تعدادی در ایران دارد، گفت: «کم‌تدایی که صرفاً براساس شوخی‌های کند، اندک، اندک به براساس یک موقعیت اولیه و یک داستان یک‌خطی و شوخی کلامی» در این آثار خلق موقعیت‌های کمیک شاید به تعداد انگشتان یک دست هم نرسد و دیگر دوره فروش‌شان گذشته. چون دیگر چه چیز جدیدی می‌خواهند به مخاطب ارائه کنند؟ مثل فیلم‌های سورپراز مارتی که ۸۰ دوره‌ای بود که فیلم‌های کم‌تعدادی در سورپرازها تا فروخته می‌شد و فروش خوبی به داشت اما آن‌قدر کلیشه و تکراری شد که مخاطب این دست فیلم‌ها را کنار گذاشت. من حتی احساس می‌کنم اگر کم‌تعدادی‌های دیگر چندتولاست هم می‌آمدند و به جریان اکران نوروز اضافه می‌شدند باز هم خیلی توفیقی کسب نمی‌کردند. یکی از دل‌آلش این است که ما سانس‌اتر اکران عید را علمی و تکنیکال بررسی می‌کنیم. ببینید! مثلاً مولفه‌ای به نام سفر در این چند سال گذشته خیلی در زیست ایرانیان جدی شده و اساساً این موضوع خودش خیلی در جریان اکران دردرس می‌اندازد و مخاطب را کاهش می‌دهد. مثلاً شما می‌توانید رشد مصرف

در پی اکران ناموفق فیلم «سفیدبرفی» و «والت دیزنی تولید لایو-اکشن گیسومکند» (Tangled)، «موتوفکشد» (The Monkey King)، «تورخ» و «پرویز خان» از دیگر آثاری بودند که از باقی آثار ه‌ها به اکران نوروز اضافه‌شدند. در اکران سال ۱۴۰۲ «ملالت‌خصوصی»، «غرب‌به» و «بچه‌های آسمان» از دیگر آثار ژانر «موسی‌کلی‌الدع» «رها» «پیشترگ» «تورخ» را از میان آثار نوروز ایجاد کنند. در سال گذشته هم آثاری از این‌بین تولید می‌شدند. «آسمان‌غریب»، «پرویز خان» و «روشن» از دیگر آثاری بودند که از باقی آثار ه‌ها به اکران نوروز اضافه‌شدند. در اکران سال ۱۴۰۲ «ملالت‌خصوصی»، «غرب‌به» و «بچه‌های آسمان» از دیگر آثار ژانر «موسی‌کلی‌الدع» «رها» «پیشترگ» «تورخ» را از میان آثار نوروز ایجاد کنند. در سال گذشته هم آثاری از این‌بین تولید می‌شدند. «آسمان‌غریب»، «پرویز خان» و «روشن» از دیگر آثاری بودند که از باقی آثار ه‌ها به اکران نوروز اضافه‌شدند. در اکران سال ۱۴۰۲ «ملالت‌خصوصی»، «غرب‌به» و «بچه‌های آسمان» از دیگر آثار ژانر

نوروزی با اشاره به اینکه فروش کمتر کم‌تعدادی‌های نوروز ۱۴۰۴ نشان از انقضای یک شبیه از کم‌تعدادی در ایران دارد، گفت: «کم‌تدایی که صرفاً براساس شوخی‌های کند، اندک، اندک به براساس یک موقعیت اولیه و یک داستان یک‌خطی و شوخی کلامی» در این آثار خلق موقعیت‌های کمیک شاید به تعداد انگشتان یک دست هم نرسد و دیگر دوره فروش‌شان گذشته. چون دیگر چه چیز جدیدی می‌خواهند به مخاطب ارائه کنند؟ مثل فیلم‌های سورپراز مارتی که ۸۰ دوره‌ای بود که فیلم‌های کم‌تعدادی در سورپرازها تا فروخته می‌شد و فروش خوبی به داشت اما آن‌قدر کلیشه و تکراری شد که مخاطب این دست فیلم‌ها را کنار گذاشت. من حتی احساس می‌کنم اگر کم‌تعدادی‌های دیگر چندتولاست هم می‌آمدند و به جریان اکران نوروز اضافه می‌شدند باز هم خیلی توفیقی کسب نمی‌کردند. یکی از دل‌آلش این است که ما سانس‌اتر اکران عید را علمی و تکنیکال بررسی می‌کنیم. ببینید! مثلاً مولفه‌ای به نام سفر در این چند سال گذشته خیلی در زیست ایرانیان جدی شده و اساساً این موضوع خودش خیلی در جریان اکران دردرس می‌اندازد و مخاطب را کاهش می‌دهد. مثلاً شما می‌توانید رشد مصرف

سینمای ایران نیاز به رنسانس دارد

نوروزی در میانه صحبت‌هایش با اشاره به نیاز سینمای ایران به یک تحول جدی، تغییر کلی در سیستم تبلیغات را حائز اهمیت دانست: «در حقیقت سینمایی ما نیاز به یک رنسانس سینمایی دارد. احتیاج به یک نوآوری دارد. چه در کم‌تدیی و چه در غیرکم‌تدیا واقعاً دوره این جور فیلم‌سازی دیگر تمام شده، ما یک‌سری مخاطب سنتی پنج و شش میلیون نفره در سینما داریم. حالا ممکن است یکی دو میلیون هم به این مخاطب اضافه شود. به غیر از این‌ها چرا ما نباید حداقل ۲۰ درصد جامعه به به سینسما بیاوریم. ببینید ما الان شش هفت میلیون نفر داریم که در طول سال ممکن است دو سه بار سینما بروند، چهار بار بیایند سینما. سینمای ایران تلاش کرده به سمت آن برود اما مسائلی مانند خب اگر ۳۰ میلیون نفر، چهار بار بروند سانس‌ان سینما می‌تواند چه اتفاقی در سینما می‌افتد؟ می‌دانید چه اتفاقی در سینما چه در این‌جا زیرساخت و چه از حیث تولید می‌افتد. می‌توانم تمام مصاحبه‌های ۵ سسال اخیر را برایتان بیاوم که همین موضوع را چنلین بار تکرار کرده‌ام. شما نگاه کنید به مخاطب بدهد که چرا سینما یک گام به جلو برداشته است. من بارها گفته‌ام ما به اخراج مجلد چرخ علاقه داریم و مرتب اشتباهاتی‌مان می‌ان را تکرار می‌کنیم. یعنی حتی یکی که ذره اگر اراده چه در بخش خصوصی چه در میان مستولان باشد.»

نوروزی یکی از مسائل مهم اکران نوروز در ایران را تغییر نکردن نظام سانس‌ان سینما در ایران دانست: «شما با ژورنالیست‌هایی که دهه شصتی هستند و همان دهه ۷۰ یا اوایل دهه ۸۰ کارشان را در مطوعات شروع کردند صحبت کنید. بپرسید نظام سانس‌ان سینمایی ایران چی بوده؟ همان چیزهایی را می‌گویند که در دهه ۸۰ گفته‌اند. ما هنوز دیگر همان بندهای مستقیم و برخی سر همین بندهای مقاضوت می‌کنند. شما چشواره ما شاهد آن شدیم از زندگی ما را پوشش می‌دهد؟ کدام ساختار اجتماعی و کدام اندام

نوروزی با اشاره به اینکه فروش کمتر کم‌تعدادی‌های نوروز ۱۴۰۴ نشان از انقضای یک شبیه از کم‌تعدادی در ایران دارد، گفت: «کم‌تدایی که صرفاً براساس شوخی‌های کند، اندک، اندک به براساس یک موقعیت اولیه و یک داستان یک‌خطی و شوخی کلامی» در این آثار خلق موقعیت‌های کمیک شاید به تعداد انگشتان یک دست هم نرسد و دیگر دوره فروش‌شان گذشته. چون دیگر چه چیز جدیدی می‌خواهند به مخاطب ارائه کنند؟ مثل فیلم‌های سورپراز مارتی که ۸۰ دوره‌ای بود که فیلم‌های کم‌تعدادی در سورپرازها تا فروخته می‌شد و فروش خوبی به داشت اما آن‌قدر کلیشه و تکراری شد که مخاطب این دست فیلم‌ها را کنار گذاشت. من حتی احساس می‌کنم اگر کم‌تعدادی‌های دیگر چندتولاست هم می‌آمدند و به جریان اکران نوروز اضافه می‌شدند باز هم خیلی توفیقی کسب نمی‌کردند. یکی از دل‌آلش این است که ما سانس‌اتر اکران عید را علمی و تکنیکال بررسی می‌کنیم. ببینید! مثلاً مولفه‌ای به نام سفر در این چند سال گذشته خیلی در زیست ایرانیان جدی شده و اساساً این موضوع خودش خیلی در جریان اکران دردرس می‌اندازد و مخاطب را کاهش می‌دهد. مثلاً شما می‌توانید رشد مصرف

ردیف	نام فیلم	مبلغ فروش بر فیلم (میلیارد تومان)	مجموع فروش (میلیارد تومان)	فروش بلیت	فروش بلیت
۱	دانیاسور	۸۱٬۶۳۱٬۱۶۰٬۰۰۰	۹۳۷٬۰۰۷	۴۲۱٬۲۴۴	۳۱۲٬۷۵۷
۲	موسی‌کلی‌الدع	۳۴٬۸۰۹٬۵۸۲٬۰۰۰	۲۹٬۳۶۹٬۹۶۱٬۰۰۰	۲۵۳٬۸۳۸	۱۹۳٬۳۷۵
۳	کرتکل مولوتف	۲۳٬۰۷۸٬۴۲۰٬۰۰۰	۱۸٬۷۸۱٬۶۲۱٬۰۰۰	۱۴۳٬۷۷۷	۱۲۰٬۵۳۸
۴	هفتادسی	۲۳٬۰۷۸٬۴۲۰٬۰۰۰	۱۸٬۷۸۱٬۶۲۱٬۰۰۰	۱۴۳٬۷۷۷	۱۲۰٬۵۳۸
۵	رها	۲۳٬۰۷۸٬۴۲۰٬۰۰۰	۱۸٬۷۸۱٬۶۲۱٬۰۰۰	۱۴۳٬۷۷۷	۱۲۰٬۵۳۸
۶	پسر دلفینی	۱۱٬۱۹۴٬۲۲۶٬۰۰۰	۷٬۰۸۵٬۹۵۳٬۵۰۰	۹۳٬۵۵۲	۵٬۴۵۶
۷	پیشترگ	۷٬۰۸۵٬۹۵۳٬۵۰۰	۶٬۷۷۸٬۸۷۸٬۰۰۰	۹۳٬۵۵۲	۵٬۴۵۶
۸	بامبولک	۶٬۷۷۸٬۸۷۸٬۰۰۰	۶٬۷۷۸٬۸۷۸٬۰۰۰	۹۳٬۵۵۲	۵٬۴۵۶
۹	عینک قرمز	۴۴۳٬۴۴۶٬۰۰۰	۴۴۳٬۴۴۶٬۰۰۰	۴۴۳٬۴۴۶٬۰۰۰	۴۴۳٬۴۴۶٬۰۰۰

ردیف	نام فیلم	مبلغ فروش بر فیلم (میلیارد تومان)	مجموع فروش (میلیارد تومان)	فروش بلیت	فروش بلیت
۱	تسماح خونی	۶۵٬۹۰۶٬۱۱۰٬۰۰۰	۱۰٬۱۶٬۲۸۶	۱۵۲٬۲۹۵	۳۸٬۵۳۳
۲	بیبیلن	۱۰٬۴۸۵٬۹۵۴٬۰۰۰	۲٬۶۹۶٬۸۳۵٬۵۰۰	۴۲٬۱۹۱	۵٬۳۲۶
۳	پرویز خان	۲٬۶۹۶٬۸۳۵٬۵۰۰	۲٬۶۹۶٬۸۳۵٬۵۰۰	۴۲٬۱۹۱	۵٬۳۲۶
۴	آبادلتجی	۲٬۶۵۳٬۷۱۹٬۵۰۰	۲٬۶۵۳٬۷۱۹٬۵۰۰	۴۲٬۱۹۱	۵٬۳۲۶
۵	نوروز	۱٬۲۸۶٬۵۱۶٬۰۰۰	۱۸۱٬۸۱۴٬۶۵۵٬۷۵۰	۲۸٬۸۴۴	۳۵٬۰۸۱
۶	ایلیا جستجوی قهرمان	۱٬۵۴۴٬۴۰۲٬۰۰۰	۱۰۱٬۵۸۶٬۲۳۰٬۰۰۰	۱۹٬۰۲۴	۶۷٬۵۱۹
۷	مسافرتی از کانورا	۱٬۱۰۵٬۸۶۲٬۰۰۰	۹۵۷٬۸۱۰٬۰۰۰	۱۹٬۰۲۴	۶۷٬۵۱۹
۸	آسمان‌غریب	۹۵۷٬۸۱۰٬۰۰۰	۹۵۷٬۸۱۰٬۰۰۰	۱۹٬۰۲۴	۶۷٬۵۱۹
۹	روشن	۲۶۳٬۷۵۷٬۵۰۰	۲۶۳٬۷۵۷٬۵۰۰	۲۶۳٬۷۵۷٬۵۰۰	۲۶۳٬۷۵۷٬۵۰۰

ردیف	نام فیلم	مبلغ فروش بر فیلم (میلیارد تومان)	مجموع فروش (میلیارد تومان)	فروش بلیت	فروش بلیت
۱	فبیل	۳۳٬۲۳۳٬۱۷۵٬۷۵۰	۶۶۲٬۸۷۶	۱۲۰٬۶۶۴	۹۳٬۲۴۴
۲	بخارست	۵٬۹۴۱٬۵۷۹٬۰۰۰	۴۸۳٬۵۷۳٬۰۰۰	۶۷٬۵۱۹	۶۶٬۳۳۲
۳	ملات‌ات خصوصی	۴۸۳٬۵۷۳٬۰۰۰	۴۸۳٬۵۷۳٬۰۰۰	۶۷٬۵۱۹	۶۶٬۳۳۲
۴	غریب	۳٬۲۵۸٬۱۰۳٬۰۰۰	۳٬۱۲۴٬۲۷۸٬۵۰۰	۵۴٬۴۲۸	۲۲٬۳۸۹
۵	خط استرا	۳٬۱۲۴٬۲۷۸٬۵۰۰	۳٬۱۲۴٬۲۷۸٬۵۰۰	۵۴٬۴۲۸	۲۲٬۳۸۹
۶	عروس خیابان فرشته	۲٬۶۳۴٬۹۷۵٬۰۰۰	۲٬۶۳۴٬۹۷۵٬۰۰۰	۲۲٬۳۸۹	۳۰٬۵۹۸
۷	چپ راست	۱٬۱۰۳٬۰۰۳٬۷۵۰	۱٬۱۰۳٬۰۰۳٬۷۵۰	۲۲٬۳۸۹	۳۰٬۵۹۸
۸	لوپت	۱٬۰۱۷٬۷۵۳٬۵۰۰	۱٬۰۱۷٬۷۵۳٬۵۰۰	۲۲٬۳۸۹	۳۰٬۵۹۸
۹	بچه‌های طوفان	۱۹۱٬۰۰۰٬۰۰۰	۱۹۱٬۰۰۰٬۰۰۰	۱۹۱٬۰۰۰٬۰۰۰	۱۹۱٬۰۰۰٬۰۰۰

تخت جمشید

براساس آمار وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، از ۲۹ اسفند۱۴۰۳ تا ۱۴ فروردین ۱۴۰۴، بازدید ۱۰۴ میلیون و ۸۳۳ هزار و ۸۳ نفر از اماکن فرهنگی تاریخی زیر مجموعه این وزارتخانه ثبت شده است و تخت‌جمشید، حافظیه، معبدیه در صدر فهرست پربازدیدترین اماکن تاریخی قرار دارند. تخت جمشید با ۹۸ هزار و ۴۴۶ بازدید در صدر اماکن پربازدید در تعطیلات نوروز ۱۴۰۴ قرار گرفت. پس از آن، حافظیه با ۲۸۲ هزار و ۶۷ بازدید و سسعییه با ۳۱۶ هزار و ۱۴۳ بازدید بیشترین تعداد بازدیدکننده را داشتند. پاسارگاد نیز ۲۱۳ هزار و ۱۲۱ بازدید در رتبه چهارم، رگ کریم‌خان با ۱۷۹ هزار و ۴۴۶ بازدید در جایگاه پنجم و باغ فیض کاشان با ۱۷۱ هزار و ۳۵۶ بازدید در رتبه ششم پربازدیدترین اماکن تاریخی قرار گرفتند. در روز ۱۲ فروردین ۱۴۰۴، تعداد بازدیدها از اماکن فرهنگی تاریخی به ۲۱۶ هزار و ۹۷ نفر رسید که تخت‌جمشید همچنان در صدر استقبال گردشگران را داشت.

دیزنی با تولید لایواکشن‌ها به کجا می‌رود؟

قمار هالیوودی با دارودسته قدیمی



ایمان عطیسی

میونگار گروه پورنو

کمیانی والت دیزنی در سال ۲۰۱۵ تانک رویز برای خود ترتیب داده و با درصد ریسک بالا سعی در تصاحب بازار انیمیشن فیلم‌های ابرقهرمانی دارد. این کمیانی بزرگ هالیوودی توانلید از اکثر ۱۲ لایواکشن - که در مورد «شریشه» و «سفیدبرفی» تاکنون در ایران درآمد داشته - قصد دارد تا یک‌هشتم درآمد کم‌تدیی خود را به‌عنوان میراث آیدمانش از سازنده و فصل جدیدی از فعالیت‌های سینمایی رای برای خود در هالیوود رقم بزند. اما دیزنی برای دستیابی به این هدف تاکنون بر تیه مرز موقعیت و شکست حرکت کرده و توانسته در اجران طوره که انتظار داشته حقوق عمل کند. «موفاس: شریشه» اولین لایواکشن این استودیو بود که در سراسر دنیا اکران شد و فروش نسبتاً خوبی هم به نسبت بودجه ۲۰۰ میلیون دلاری‌اش به دست آورد. داستان «موفاس: شریشه» در ادامه منتقلی «شریشه» - که در سال ۱۹۹۴ فصل نازاری در تولیدات سینمایی این شرکت به حساب می‌آمد - روایت می‌شد اثر باکترین جاشیه وارد اکران و نقاط مختلف جهان شده‌هیم دلیل هم توانست فروش قابل توجهی را در باکس آفیس تجربه کند. این اثر در آمریکای شمالی (ایالات متحده و کانادا)

در مجموع ۲۵۴ میلیون دلار به جیب زد و در سایر نقاط هم به فروش ۴۶۶ میلیون دلاری دست یافت در مجموع ۷۲۱ ملیون دلار کارش را با باکس آفیس تقریباً به‌تمام برساند. «حیروت ناز‌های فیلم در شبکه‌های اجتماعی هم فراگیر شد؛ به‌طوری‌که مخاطبان را می‌توانستند تا به استقبال این پخش‌بند و قسمت جدید شریشه‌ها در فهرست باکس آفیس سال ۲۰۲۴ در رتبه ششم اکثر پر فروش قرار دهند. این موقعیت باعث شد تا مدیران والت دیزنی نسبت به اقداماتی آتی خود اطمینان خاطر بیشتری داشته باشند و در مسیر بازسازی خاطرات گذشته تردیدی به خود راه ندهند. اما انتخاب این رویکرد در ادامه توانستست چندان کارگشا باشد و لایواکشن سفیدبرفی در مرحله اکران عمومی شکست خورد. این فیلم برخلاف «موفاس: شریشه» - حاشیای متعددی رویبرود و همین مسئله به‌سبب گردید تا اثر نتواند به‌معنی چرخه خودی در اکران نشان دهد. استراتژی مدیران استودیو دیزنی در انتخاب بازار گزینش و پیش از هر چیز به فیلم‌نبره‌ی‌ز چون آن‌ها سعی کردند‌نگاهی تجدیدنظرطلبانه به کاراکتر سفیدبرفی داشته باشند و از ریچل راکلر رنگین‌پوست در نقش سفیدبرفی سفیدپوست پرورید قرار دهند. در واقع گل‌نزدن به خاطرات گذشته و فعالیت موجود در داستان اصلی سفیدبرفی نوشته پروان گریم به همان دلیل کار را خراب کرد و نظر طرفداران این انیمیشن به مخاطب‌ها نسبت به نشان‌های نسخه جدید آن جلب نکرد. اما این فروش بلندچندان بالای سفیدبرفی در اکران قطه به این مورد مهم ختم نشد و داستان در همین نقطه به پایان نرسید. نظرات سیاسی و غیرسیاسی ریچل راکلر در شبکه‌های اجتماعی دلیل دیگری بر پایان افسانه سفیدبرفی در باکس آفیس بود. از بازگشت این اثر به انتخاب دیزل‌اند تا ترس به‌عنوان رئیس جمهور آمریکا او هوادارانش را نفرین کرد و نوشت که دنیا چهار سال رفت‌انگیز را با وجود ترس‌اپ و ر‌ای‌دهندگان تلخ تجربه خواهد کرد. راکلر در ادامه عنوان کرد که به همین دلیل دوست ندارد در دو مسدسته این شخص روی آشیای و آرامش به خود بیندند. او همچنین با اعلام خداحافظی از رسانه آپیکس (تویتر) از دوستان‌اش خوست تا آن‌ها هم در پی اقدام آپیکس رازتک کنند. راکلر در ادامه با حمایت از مردم لایف‌اسکین حمله یی‌ای‌ای هم‌پرسه‌سینما چهل‌تای گرفت تا عملکرد سفیدبرفی در این میان اولین محصولی قرین‌ی‌الت دیزنی در سسال جدید لقب بگیرد. در واقع اکران پرحاشیه سفیدبرفی در اکران باکس‌آفیس که رسانندگان آن به جیش‌های توطئه‌ور جنسی و ژن‌ادی‌ها باعث شد فیلم‌ها به‌زیر به‌سر بخورند که تا عملاً به سوددهی و حتی بازگشت سرمایه هم نرسد. بعد از لایواکشن سفیدبرفی پی ۲۴۰ تا ۲۷۰ میلیون دلار تخمین زده‌شد که با احتساب فروش ناچیز آن در آمریکای شمالی و فروش نقاط جهان توان توانسته به نقطه‌ای قابل‌تکلیف نرسد. سفیدبرفی از سوم آوریل ۲۰۲۴ تا ۷ فوریه ۲۰۲۵ در کلر در آمریکا فروش داشت و در اکران آمریکا جانی‌اش تنها ۶۷ میلیون دلار به دست آورده است. به گزارش «هالیوود ریپورتر»، لایواکشن سفیدبرفی برای رسیدن به نقطه امن خود در جدول باکس آفیس باید حداقل ۵۰۰ میلیون دلار فروش کند. اما با توجه به امتیاز پایین ثبت شده در وبسایت‌های نقد فیلم نظیر «ایم‌ا‌دب» «متاکرتیک» و «روتن تومیتوز» و همچنین استقبال سرد و بی‌روح مخاطبان در سینما به یکی از کم‌تندترین شکست‌های تاریخ استودیو «والت دیزنی» تبدیل شد. اگرچه «امتیاز بالا» با پایین نمی‌تواند سنگ محک جدی‌ای برای ارزیابی یک اثر از آن‌ها می‌تواند باشد. مانند سال‌های سینما از نشانگران باشد. والت دیزنی هم‌اکنون برای ادامه این روند، یعنی بازسازی خاطرات گذشته و انتخاب پیش روی خود می‌نمید. نخستین آنکه دست به ترکیب برنده ترند و مثل «موفاس: شریشه» از «ام‌تی‌ف‌ان‌ترین موبک سینما داستان‌ها را روایت کند و بیل به جیب بزند یا اینکه قلیه را به چشش رکود و اقلیت‌های نژادی بیازد و به سیاق تفلیکس شالوده خاطرات گذشته را بازتولید کند تجدیدنظرطلبانه آیین بیزه که در این مورد باید‌حاصلین شکست در مرحله اکران را همچون پروژه‌ای نامیدکننده سفیدبرفی به تن خود بداند. اکنون ده اثر در مرحله تولید، پیش‌تولید یا نگارش فیلمانه‌ها دارند که اکثر آن‌ها بازسازی یا تداوم‌ی‌ده‌ای به فیلم‌های مهم و خاطرم‌ساز دیزنی به حساب می‌آیند. قرار است حداقل سال ۲۰۲۵ تا ۲۰۳۰ اکران شوند، به همین دلیل ما در ادامه گزارش پیش روی‌ده آن‌ها خواهیم پرداخت.

لیلو و استیج

انیمیشن لیلو و استیج «رای نخستین‌بار در سال ۲۰۰۲ میلادی به نمایش درآمد و براساس داستان‌هاگن کارکن را گرفت. به‌طوری‌که باعث شد این اثر در ادامه به یکی از انیمیشن‌های برطر قدر «ادزینی» تبدیل شود نسخه‌های گوناگون و متفاوتی از آن در قالب «سریال‌های تلویزیونی» «چندین انیم‌سپ‌آف» حتی «انیمیشن‌های

قسمت جدید «پت و مت» در دست ساخت

انیمیشن «پت و مت» نخستین‌بار در سال ۱۹۷۶ با عنوان «متفکران» روی پرده سینماها رفت و این اثر خلافتاً توسط ویمویر بنس و ولا‌نیمیر رویی کاریکاتورست‌های اهل کالیفرنیا، آفریده و به‌شبهه استاندارد تبدیل می‌شد. این دو ساخت نخست از این مجموعه «ماه‌های مرد» بیشتر انیمیشی صحنه دست‌نزدانند. قسمت ۳۰۰ قسمت از این انیمیشن محبوب تولید شده و قسمت‌های جدید آن نیز در دست ساخت است.

در اسیان پو‌نامی‌کلی کلیه ابزار و لوازم‌فنی که معمولاً برای انجام کارهای فنی و مهندسی لازم می‌شود از قبل چک‌شده، تمه، انبار پیچ و مهره، گیوه‌کار، مقبض اندازگی‌کری و… در اندان‌های کوچک و با وقت زیاد ساخته شده و توسط شخصیت‌های پو‌نامی‌های مورد استفاده قرار می‌گیرند. پت و مت با اعتمادبه‌نفیس بالا و البته مهارت زیاد در کار با این ابزار فنی، کم‌اب‌ی‌پروا به تخریب آنچه موجود است می‌پردازند و البته نتیجه کار هم کاملاً از قبل قابل پیش‌بینی است.

نوروزی با اشاره به اینکه فروش کمتر کم‌تعدادی‌های نوروز ۱۴۰۴ نشان از انقضای یک شبیه از کم‌تعدادی در ایران دارد، گفت: «کم‌تدایی که صرفاً براساس شوخی‌های کند، اندک، اندک به براساس یک موقعیت اولیه و یک داستان یک‌خطی و شوخی کلامی» در این آثار خلق موقعیت‌های کمیک شاید به تعداد انگشتان یک دست هم نرسد و دیگر دوره فروش‌شان گذشته. چون دیگر چه چیز جدیدی می‌خواهند به مخاطب ارائه کنند؟ مثل فیلم‌های سورپراز مارتی که ۸۰ دوره‌ای بود که فیلم‌های کم‌تعدادی در سورپرازها تا فروخته می‌شد و فروش خوبی به داشت اما آن‌قدر کلیشه و تکراری شد که مخاطب این دست فیلم‌ها را کنار گذاشت. من حتی احساس می‌کنم اگر کم‌تعدادی‌های دیگر چندتولاست هم می‌آمدند و به جریان اکران نوروز اضافه می‌شدند باز هم خیلی توفیقی کسب نمی‌کردند. یکی از دل‌آلش این است که ما سانس‌اتر اکران عید را علمی و تکنیکال بررسی می‌کنیم. ببینید! مثلاً مولفه