

برخلاف آنچه رسانه‌های آمریکایی می‌گویند، رکورد فروش هفتهٔ اول انیمیشن جهان متعلق به «نِژا ۲» است

جنگ سرد انیمیشنی را چین برد



محمدحسین سلطانی
محرران گروه فرهنگ

یکی از مهم‌ترین رسانه‌های هنر در جهان، چند روز قبل، دروغی ۱۰۰ میلیون‌دلاری گفت. این دروغ را بیش از ۲۰ رسانه آمریکایی و تقریباً تمام رسانه‌های هنر و فرهنگ داخلی تکرار کردند. از دولتی‌ها گرفته تا خصوصی و نیمه‌خصوصی‌ها. دروغ از دهان ورایتی بیرون آمد. آن‌ها یک تیر عجیب زدند و گفتند: زوتوپیا ۲ پرفروش‌ترین اکران افتتاحیه (اکران هفته اول) یک انیمیشن را در تاریخ کسب کرده؛ آن هم با فروشی نزدیک به ۵۶۶ میلیون دلار. شاید گمان کنید که می‌خواهیم استاد بدهیم به تورم و یگویم فلان انیمیشن در ۱۹۰۰ و فلان، بیشتر فروخته است و تورم باعث شده زوتوپیا ۲ پرفروش‌تر شود؛ اما نه! برای شرح داستان نیاز نیست خیلی دور برویم و کافی‌ست نگاهی بیندازیم به خبری که ۱۷ بهمن سال گذشته، ددلاین منتشر کرد. آن‌ها نوشتند ابتدای امسال انیمیشن چینی نِژا ۲ اکرانش آغاز شد و از ۲۹ ژانویه تا ۵ فوریه، ۶/۶۶۵ میلیون دلار فروخت. حالا این دو عدد را بگذارید کنار هم. ۶۶۵ بیشتر است یا ۵۶۶؟ چطور ورایتی با بیش از ۱۰۰ سال سابقه چنین خطایی را مرتکب شده؟ ورایتی در گزارشش نوشته: «قسمت اول «زوتوپیا» در مارس ۲۰۱۶ با فروش ۷۵ میلیون‌دلاری در آمریکای شمالی کار خود را آغاز کرد و با کسب ۳۴۱ میلیون دلار در داخل آمریکا و ۱۰۰۲ میلیارد دلار در سطح جهانی، به موفقیتی عظیم دست‌یافت. با توجه به نقدهای درخشان و توصیه‌های مثبت تماشاگران (تبلیغات دهان‌پدهان)، «زوتوپیا ۲» در موقعیتی قرار دارد که نتیجه‌ای مشابه را رقم بزند و احتمالاً به‌راحتی تبدیل به دومین فیلم امسال خواهد شد که پس از «لیلو و استیج» دیزنی (اکران ماه مه)، از مرز فروش ۱ میلیارد دلار عبور می‌کند.» ورایتی در گزارشش به شکل مشخص می‌گوید که تنها فیلم عبور کرده از ۱ میلیارد دلار فقط لیلو و استیج بوده، درحالی‌که نِژا ۲ (نمانیده چین) بالای لیست جا خوش کرده و توسط رسانه‌های آمریکایی دیده نمی‌شود. شاید گمان کنیم ورایتی اشتباه کرده؛ اما موضوع چیزی بیش از یک اشتباه خبری است.

یک اشتباه کوچولو یا سانسور اخبار

همین حالا صفحه باکس آفیس را سرچ کنید و در نور بالایی سایت روی بخش worldwide بزنید و ببینید فروش امسال سینمای جهان دست کدام آثار بوده. زوتوپیا ۲ اکنون دهم است؛ اما صدر جدول فروش دست چینی‌هاست آن هم با رقم ۱ میلیارد و ۹۰۰ میلیون دلار. البته عددهای دقیق‌تر می‌گویند فروش انیمیشن نماینده چین (نِژا ۲) چیزی نزدیک به ۲٫۱ میلیارد دلار است. نِژا ۲ رتبه پنجم پرفروش‌ترین تولید تاریخ را از آن خود کرده و تنها فیلم غیرآمریکایی جمع همین انیمیشن چینی‌هاست. از ابتدای سال تاکنون آمریکایی‌ها به هر دستی چنگ زدند تا نِژا ۲ از صدر جدول پایین بیاید. اول اجازه اکران نِژا ۲ را در آمریکا ندادند، بعد هم که دیدند نمی‌شود این‌طوری فیلمی را که رکورد سال گذشته درون و بیرون (۲ inside out) را شکسته، سانسور کرد. اکران محدودی به نِژا ۲ اختصاص دادند؛ به حدی محدود که هیچ داده‌ای از آن در باکس آفیس جهانی دیده نمی‌شود. این یعنی آمریکایی‌ها خیلی حساب شده دست به سانسور انیمیشن چینی زدند. حالا این سانسور هم کشیده شده است به اخبار رسانه‌ای پایان سال؛ گویا قرار است مهم‌ترین دستاورد یک سینمای غیرآمریکایی در تاریخ فروش صنعت به فراموشی



بیشترین میزان فروش در هفته اول اکران تاریخ انیمیشن برای آمریکا است یا چین؟

سپرده شود. ورایتی در گزارشی که درباره رکوردشکنی زوتوپیا ۲ منتشر کرده هیچ‌اشاره‌ای به تولید چینی‌ها نمی‌کند و تنها انیمیشن تازه دیزنی را با سایر تولیدات آمریکایی در فروش مقایسه کرده و نتیجه‌ای جهانی می‌گیرد. مجموعه این اتفاقات حاصلش یک نتیجه می‌شود: آمریکایی‌ها پرفروش‌ترین صنعت سینما در سال ۲۰۲۵ را سانسور کرده‌اند؛ صنعتی که قرار نیست یک طرفش چین باشد، البته با یک تبصره ۲۸۰ میلیون‌دلاری.

فیلم نسازید! فیلم ببینید!

حالا یک سؤال به وجود می‌آید: آیا آمریکایی‌ها می‌خواهند چین را به طور کامل از بازار جهانی حذف کنند؟ پاسخ یک نه قاطع است. اما چرا؟ برای

توضیحش باید نگاهی بیندازیم به لیست ۱۰ فیلم پرفروش سینمای جهان (به جز نِژا ۲) در سال ۲۰۲۵ که اتفاقاً زوتوپیا ۲ هم در آن حضور دارد. مسئله اینجااست که فروش این فیلم‌ها در سینماهای چین مقدر بوده و مخاطبان چینی روی چند درصد از کل فروش اثر گذاشته‌اند. آمارها می‌گوید نزدیک به ۱۰ درصد از کل فروش سینمای جهان برای چینی‌هاست و عددی نزدیک به ۶۵۰ میلیون دلار از پهناورترین کشور شرق آسیا به‌حساب فیلم‌های آمریکایی می‌رود. در یک موردش همین زوتوپیا ۲ چیزی حدود ۲۸۰ میلیون دلار از فروش ۵۶۶ میلیون‌دلاری‌اش را مدیون چشم‌بادامی‌هاست. این یعنی چیزی نزدیک به ۵۰ درصد کل فروش امید سینمای آمریکا متصل به چینی‌ها بوده است. رسانه پلِ گان نوشت: «زوتوپیا ۲ به لطف چینی‌ها پرفروش شده و

اعداد و ارقام هم همگی این گزاره را تأیید می‌کنند. اگر خود نِژا ۲ را هم در داده‌ها درگیر کنیم، چیزی حدود ۳۰ درصد از کل فروش ۱۰ فیلم برتر سینمای جهان توسط مخاطب چینی به دست آمده است. این یعنی اگر مخاطب چینی را حذف کنیم چیزی بیش از یک‌چهارم کل صنعت به گل می‌نشیند. آمریکایی‌ها در سال‌های پس از کرونا تلاش بسیاری کردند تا سینمای چین از داده‌ها کنار گذاشته شود؛ اما حالا و با توجه به نکاتی که معادلات بازار به مدیران دیزنی و ابرشرکت‌های رسانه‌ای آمریکایی داده‌اند، فرستادن فیلم‌ها به چین دوباره مسئله شده است و بر اساس گزارش‌های میدانی رسانه‌های چینی و صفحه اینستاگرام دیزنی، آمریکایی‌ها حساب ویژه‌ای روی فروش فیلم میان مخاطبان چینی باز کرده‌اند. حالا اینجا یک فرض مطرح می‌شود، اگر ناگهان چین روی فیلم زوتوپیا محدودیت اعمال می‌کرد و آخرین اثر دیزنی در چین اکران نمی‌شد چه بلایی بر سر دیزنی می‌آمد.

فرضی که می‌توانست

بدترین سال سینمای قرن بیست و یک را تکمیل کند

اگر زوتوپیا به رقم فروش ۲۸۰ میلیون دلار فروش در چین نرسید، زوتوپیا به جایگاه بیست‌وچهارم جدول فروش جهانی سقوط می‌کرد و این یعنی قرار گرفتن در کنار الیو، آینه‌دق سینمای آمریکا و پیکسار. الیو به عنوان مهم‌ترین تولید پیکسار در سال ۲۰۲۵، ۱۵۰ میلیون دلار هزینه برد و فقط به همان میزان ۱۵۰ میلیون دلار توانسته در جدول اکران بفروشد. این یعنی الیو به شکل مشخصی ورشکست شده است و بنابر آمار ددلاین، سینمای آمریکا در تابستان ۲۰۲۵ بدترین آمار ۲۸ سال اخیر را به ثبت رسانده است. با توجه به همین پیش‌بینی‌ها بود که اکران زوتوپیا در برنامه‌های دیزنی جلوتر افتاد تا کمی از دُر فاجعه بودن اتفاقات ۲۰۲۵ کاسته شود. ورایتی می‌گوید: «زوتوپیا ۲» جانی تازه به گیشه بخشیده است (به اصطلاح گیشه را توریو شارژ کرده)؛ گیشه‌ای که از تابستان تاکنون به‌شدت با رکود دست‌وپنجه نرم می‌کرد. این دومین آخر هفته پیاپی بود که سالن‌های سینما ملول از تماشاگر و پرونو بودند؛ آن هم پس از اکران Wicked: For Good که بیش از روز شش‌گزارگی با فروش ۱۴۷ میلیون‌دلاری از راه رسید. استقبال اولیه از «زوتوپیا ۲» همچنین یک پیروزی ضروری برای دیزنی محسوب می‌شود؛ استودیویی که اخیراً با زنجیره‌ای از شکست‌های اکران (سینمایی) روبه‌رو شده بود، از جمله «چهار شگفت‌انگیز: گام‌های نخست» مارول، «الیو» پیکسار، «ترون: آرس» و «اسپرینگستین: مرا از ناکجا آباد رها کن». پس از پشت سر گذاشتن یک دوره متلاطم، این استودیو با «زوتوپیا ۲» و فیلم ماه دسامبر یعنی «آواتار: آتش و خاکستر»، تا پایان سال بر گیشه‌ها حکمفرمانی خواهد کرد.»

عبور از وضعیت تک‌قطبی به بالاخره اتفاق افتاده است؟

در نهایت، ایسن ماجرا یک تصویر کاریکاتوری از وضعیت امروز هالیوود می‌سازد؛ صنعتی که از یک‌سو با تیرهای دروغین و سانسور، سعی دارد رقیب شرقی (نِژا ۲) را نامرئی جلوه دهد تا پرسنژ «شماره یک بودن» خود را حفظ کند؛ اما از سوی دیگر برای بقای خود و قرار از ورشکستگی، محتاج همان رقیب نامرئی است. ماجرای «زوتوپیا ۲» و «نِژا ۲» ثابت کرد دوران تک‌قطبی سینما تمام شده است؛ حالا هالیوود در وضعیتی گیر افتاده که اگر چین را «سانسور» کند، پای آبرو وسط می‌آید و اگر چین را «تحریم» کند، جیبش خالی می‌ماند. این یعنی هالیوود دیگر پادشاه مطلق نیست؛ پادشاهی است که تاجش را مدیون چشم‌بادامی‌هاست.

گزارش «فرهیختگان» از باتکلیفی ۸۴ روزهٔ معاونت هنری وزارت ارشاد

هنر بدون مسئول اداره می‌شود



عاطفه جعفری
دسبر گروه فرهنگ

۸۴ روز است که معاونت هنری وزارت فرهنگ و ارشاد بدون معاون اصلی اداره می‌شود؛ دوره‌ای طولانی که اگر چه با حضور یک سرپرست مدیریت می‌شود؛ اما همچنان برای جامعه هنری، نشانه‌ای از بالاتکلیفی و نبود تصمیم قطعی در یکی از حساس‌ترین کرسی‌های فرهنگی کشور است. جایگاهی که نقش مستقیم در سیاست‌گذاری، بودجه‌ریزی و برنامه‌ریزی بسیاری از رویدادهای هنری دارد، از موسیقی و تئاتر گرفته تا هنرهای تجسمی و جشنواره‌های مهم ملی.

وجود سرپرست، طبیعتاً بخشی از امور را از توقف نجات داده، اما نمی‌توان انکار کرد که «سرپرستی» هیچ‌وقت جای «مدیریت تثبیت‌شده» را نمی‌گیرد. بسیاری از تصمیم‌های کلان، نیازمند حکم قطعی و اختیار کامل مدیریتی هستند؛ اختیاراتی که معمولاً سرپرست به‌دلیل موقتی بودن جایگاهش، یا نمی‌تواند اعمال کند یا ترجیح می‌دهد از آن عبور نکند. همین مسئله باعث شده فرایندهایی مثل سیاست‌گذاری جشنواره‌ها، برنامه‌ریزی بودجه سالان آینده، پاسخ به مطالبات صنفی و حتی تعیین مدیران زیرمجموعه با کندی و احتیاط پیش برود.

این خلأ طولانی، پرسش مهمی را شکل داده: چه چیزی مانع از معرفی معاون اصلی شده است؟ کمبود گزینه مناسب؟ اختلاف‌نظرهای درونی؟ یا اینکه انتخاب معاون هنری در اولویت مدیریت کلان فرهنگی نیست؟ نبود پاسخ رسمی، فضای حدس و گمان را بیشتر کرده و حساسیت جامعه هنری را بالا برده است. برای هنرمندان، این ۸۴ روز بیش از آنکه یک مسئله اداری باشد، نشانه‌ای از وضعیت فعلی مدیریت فرهنگی کشور است؛ وضعیتی که در آن هنر با مشکلات مالی، ساختاری و حمایتی روبه‌روست و حالا یک بالاتکلیفی مدیریتی نیز به آن اضافه شده است.

در این گزارش به سراغ این رفتهیم. این دوره طولانی سرپرستی چه پیامدهایی داشته، چه چیزهایی متوقف یا کند شده و جامعه هنری از مدیری که هنوز نیامده، چه انتظاری دارد.

نگاه محتاطانه یا اختلاف نظر

خلا ۴ روزه در معاونت هنری، سؤالی کلیدی را پیش روی فعالان فرهنگی قرار داده؛ چرا وزارت ارشاد هنوز نتوانسته فرد نهایی را منصوب

در تقویم هنری کشور جای ثابتی دارند؛ مثل برنامه‌ریزی جشنواره‌ها، انتخاب دبیران یا هماهنگی‌های کلان از زمان‌بندی معمول عقب‌بمانند. در تئاتر، گروه‌های نمایشی بیش از همه از این وضعیت آسیب دیده‌اند. حمایت‌های تولید، هماهنگی سالن‌ها و مسیر دریافت مجوز اجرا با تأخیر و ابهام روبه‌روست. همین‌کندی، بسیاری از گروه‌ها را مورد کرده که آیا اصلاً برنامه‌ریزی برای نیمه دوم سال منطقی است یا نه. تصمیم‌گیری سریع در تئاتر یک امر حیاتی است که در نبود یک مدیر ثابت، این سرعت به کمترین حالت ممکن می‌رسد. در موسیقی نیز شرایط مشابهی دیده می‌شود. مجوز کنسرت‌ها دیرتر صادر می‌شود، برنامه‌ریزی جشنواره‌های موسیقی در هاله‌ای از انتظار مانده و حمایت‌های مالی و صنفی که معمولاً در پایان سال به هنرمندان می‌رسد، در بالاتکلیفی است. موسیقی برخلاف تئاتر مستقیماً با اقتصاد و معیشت هنرمندان گره خورده، بنابراین هر روز تأخیر، پیامد مالی برای گروه‌ها و برگزارکننده‌ها دارد.

هنرهای تجسمی شاید در ظاهر کمتر به تصمیم‌های روزانه وابسته باشند، اما پروژه‌های زیرساختی و رویدادهای ملی این حوزه نیز از بالاتکلیفی متأثر شده‌اند. برنامه موزه‌ها، خرید آثار هنری و تخصیص بودجه به گالری‌ها یا مجموعه‌های دولتی، همه بدون معاون اصلی در حالت «انتظار» مانده‌اند. بسیاری از گالری‌ها نیز با احتیاط برنامه‌ریزی می‌کنند؛ چون نمی‌دانند سیاست سال آینده چگونه خواهد بود. در هنرهای نواحی، آیینی و سنتی، این وضعیت بیشتر خود را در «بی‌توجهی» نشان داده است؛ رویدادهای کمتر دیده می‌شوند، بودجه‌ها دیرتر آزاد می‌شوند و جلسات هم‌اندیشی کمتر از گذشته برگزار می‌گردند. مجموع این وضعیت‌ها فضایی از محافظه‌کاری و رکود در بدنه هنر ایجاد کرده؛ مدیران میانی محتاط‌شده‌اند، هنرمندان ناامیدتر و پروژه‌های بلندمدت، پشت به تصمیم‌های نگرفته مانده‌اند. در نهایت نبود یک معاون قطعی، هنر را متوقف نکرده، اما آن را در حالت «معلق» نگه داشته، نه جلو می‌رود و نه می‌تواند برنامه‌ای دقیق برای آینده بنویسد.

اولویت‌های مدیربهدی چه باشد؟

این روزها چند نام به‌عنوان گزینه‌های نهایی معاونت هنری مطرح شده‌اند و به نظر می‌رسد یکی از آن‌ها بیش از بقیه به مرحله انتخاب نزدیک شده است. اما فارغ از اینکه در نهایت چه‌کسی این صندلی را در اختیار می‌گیرد، سؤال اصلی این است: معاون آینده باید چه ویژگی‌هایی داشته

باشد و با چه اولویت‌هایی وارد میدان شود تا بتواند این دوره بالاتکلیفی و رکود را جمع کند؟ اول و مهم‌تر از همه، معاون آینده باید شناخت واقعی و نه صرفاً رسمی از حوزه هنر داشته باشد. کسی که فقط از منظر اداری به این حوزه نگاہ کند، در همان ماه‌های اول به بن‌بست می‌رسد. معاون هنری باید بدنه هنری را بشناسد، اعتماد گروه‌های مختلف را داشته باشد و زبان گفت‌وگو با هنرمندان، صنف و مدیران میانی را بلد باشد. هنر با بخشنامه اداره نمی‌شود؛ با فهم، مذاکره و درک حساسیت‌ها اداره می‌شود. ویژگی مهم دیگر، قدرت تصمیم‌گیری و جسارت است. معاون جدید در شرایطی وارد میدان می‌شود که بسیاری از رویدادهای عقب‌افتاده، پروژه‌ها نیمه‌کاره مانده و مدیران میانی در انتظار تصمیم بالادستی هستند. او باید بتواند از همان هفته اول، تکلیف جشنواره‌ها، بودجه و اولویت‌ها را روشن کند. دوره‌ای که معاونت هنری برای «سازماندهی اولیه» زمان بخواهد، گذشته است؛ هنر کشور تحمل دوباره تعویق را ندارد.

از دیگر ویژگی‌های ضروری، تجربه اجرایی واقعی است. معاون آینده باید کسی باشد که حداقل در یک حوزه هنری سابقه مدیریت یا فعالیت داشته باشد؛ در تئاتر کار کرده باشد، در موسیقی با سازوکار مجوز و کنسرت آشنا باشد، یا در تجسمی تجربه اجرایی داشته باشد. شخصی بیرون از میدان، به‌سادگی نمی‌تواند گروه‌های درهم هنری را باز کند. اما مهم‌تر از ویژگی‌ها، اولویت‌هایی است که معاون آینده باید باافاصله به سراغ آن‌ها برود. اولین اولویت، سامان‌دادن به تقویم جشنواره‌ها و تعیین تکلیف آنها است. دومین اولویت، شفاف‌سازی روند مجوزهاست؛ چه در موسیقی و چه در تئاتر. سومین اولویت، ایجاد توازن میان مرکز و استان‌هاست؛ هنرمندان خارج از تهران مدت‌هاست از بی‌توجهی گلابه دارند. چهارمین اولویت، احیای پروژه‌های نیمه‌تمام و زیرساخت‌های هنری مانند سالن‌های فرسوده، موزه‌ها و خانه‌های هنرمندان است. شاید مهم‌ترین نیاز این روزها، بازسازی اعتماد است؛ معاون آینده باید گفت‌وگو را به‌صحنه هنر برگرداند؛ جلسات صنفی منظم، مشورت با بدنه حرفه‌ای، شنیدن اعتراض‌ها و تبدیل آن‌ها به تصمیم. بدنه هنر امروز بیش از هر چیز دنبال مدیری است که «حاضر باشد کنارشان بایستد» نه صرفاً دستور بدهد.

در نهایت؛ معاون هنری آینده اگر می‌خواهد موفق باشد، باید هم «بلد هنر» باشد، هم «بلد مدیریت» و از همان روز اول، با برنامه‌روشن وارد میدان شود.