

امیر قادری، منتقد سینما در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

اکران نشدن فیلم خارجی بهانه کاسبان سینمای انحصاری است



امیر قادری

خبرنگار گروه فرهنگ

اقتصاد سینمای ایران در شرایط نابسامانی پسر می‌پرد؛ به طوری که اگر به گفته «مهدی نیک‌آیین»، مدیر سینما بهمن تهران قیمت بلیت در سال آینده ۱۰۰ درصد هم افزایش پیدا کند مخارج سنگین سینماداران را جبران نمی‌کند، زیرا تجهیزات موردنیاز آن‌ها برای نمایش بی‌دغدغه فیلم‌ها به‌واسطه از خارجی تأمین می‌شود. از سوی دیگر، بروز مسائل امنیتی در کشور پس از جنگ دوازده‌روزه و همین‌طور خشونت‌های بی‌سابقه خیابانی در هجدهم و نوزدهم دی‌ماه عملاً سینما را به کالایی علی‌السویه در سبد فرهنگی خانوار بدل کرده و تعداد مخاطبان را به میزان قابل‌توجه در نسبت با مورد مشابه سال ۱۴۰۳ تا ۱۲ میلیون نفر کاهش داده و به ۲۳ میلیون بلیت فروخته‌شده تقلیل داده است. مدیر سینما بهمن برای بروزرفت از این شرایط مطالبه همیشگی و دست‌کم گرفته‌شده «اکران فیلم خارجی» را پیش‌کنشیده و گفته که بهتر است درصدی از اکران را در اختیار فیلم‌های خارجی قرار دهیم. این توصیه را باید جدی گرفت، زیرا در نبود رقیب، کاملاً طبیعی است که تولیدکنندگان داخلی برای ارتقای کیفیت محصولات خود، به آب و آتش زنند! حال آنکه اگر این اتفاق رقم نخورد، در مجموع به نفع تمامیت سینمای ایران ختم می‌شود. چهل‌وپنجاهمین جشنواره فیلم فجر از نظر سطح کیفی آثار تفاوتی با دوره‌های پیشین خود نداشت، اما مسئله‌ای که در این میان حائز اهمیت جلوه می‌کرد نبود آثار قابل‌توجه برای تصاحب گیشه در سال آینده سینما بود، به طوری که اگر بخواهیم چند اثر مناسب را برای فصول مختلف اکران نام ببریم به زحمت می‌آییم. حتی با وجود نمایش آثار کم‌دی هم تضمینی وجود ندارد که فیلم‌ها هزینه تولید خود را بازگردانند، چه رسد به اینکه بخواهند به سود هم برسند! همه این مسائل در کنار هم باعث می‌شود تا مطالبه اکران خارجی برای بار دیگر از بیابانی بحث‌های دنباله‌دار سینمای ایران بیرون بیاید و مجدداً شاینت پیدا کند. صنعت - و نه هنر - سینمای جهان اکنون محل رقابت قدرت‌دیرینه، یعنی آمریکا با قدرت‌های نو ظهور مانند «چین» و «هند» است و ما اکنون برخلاف گذشته دیگر برای اکران خارجی تنها نباید به محصولات آمریکایی دل بندیم و می‌توانیم از میان گزینه‌های موجود دست به انتخاب بزنیم. براساس گزارش «روایتی» و بر مبنای داده‌های Artisan Gateway بازار سینمای چین در بازه زمانی ۱۷ تا ۲۲ فوریه جهش فوق‌العاده‌ای داشته و در طول شش‌روز ۴/۴۷ میلیارد یوان به جیب زده است تا بازار سینمای چین و شرق آسیا عملاً به پر فروش‌ترین بازار فیلم جهان در دوماه نخست سال جدید میلادی تبدیل شود. نگاه دوخته مخاطبان عادی و سینفیل‌ها به سینمای آمریکا در کنار اشتیاق برای تماشای فیلم‌های هندی و چینی موهبتی برای اقتصاد سینمای ایران است که نباید آن را رها کنند. در گفت‌وگو با «امیر قادری» منتقد سینما و یکی از طرفداران قدیمی اکران فیلم خارجی به این مسئله پرداخته و دلایل مخالفتان این امر در سینمای ایران را مورد واکاوی قرار دادیم. قادری بسا وجود تاکید بر نمایش فیلم آمریکایی گارد بسته‌ای هم برای اکران آث هندی و چینی ندارد و حتی آن‌ها را در شرایط این روزهای کشور مانند نسخه‌ای شفاف‌بخش توصیه می‌کند.

سینمای ایران در حال حاضر با بحران مخاطب روبه‌روست. باتوجه‌به اینکه شنسما از گذشته تاکنون یکی از موافقان پروپاقرص و همیشگی اکران فیلم خارجی در سالن‌های سینما بوده‌اید، آیا پیگیری این مسئله

یعنی نمایش آثار بین‌المللی را راه چاره سینمای ایران برای بروزرفت از این شرایط قلمداد می‌کنید؟

بله همان‌طور که شنسما فرمودید، من سالیان سال، یعنی از انتشار اولین مطالبم تاکنون درگیر مسئله اکران فیلم خارجی بوده هستم؛ این اصرار و مطالبه چند دلیل دارد که یک‌به‌یک آن‌ها را با شنسما در میان می‌گذارم. نخست آنکه نمایش آثار خارجی از حق مردم ایران می‌دانم، زیرا مخاطب باید بتواند از حق خود مینبر استفاده از محصول خوب - که در میان آثار خارجی پیدا می‌شود- بهره‌برد. نکته دوم آنکه باعث رقابت می‌شود و در مجموع کیفیت سینمای ایران را مانند بسیاری از حوزه‌های دیگر ارتقا می‌دهد؛ دلیل سوم را هم باید در پدیده آمدن سرمایه‌های جدید جست‌وجو کرد. این سرمایه با وجود یک‌سری برنامه مناسب می‌تواند به تولید در سینمای ما دامن‌دهد و آن را گسترش دهد و حتی به زنجیره سالن‌سازی استمرار ببخشد.

سینمای ایران با تجربه اکران خارجی بیگانه نیست؛ ولی این مورد برخلاف آنچه پیش از انقلاب جریان داشت تبدیل به یک سنت پویا نشده است. شما این مسئله را چطور ارزیابی می‌کنید؟ یعنی این پرسوه در حال حاضر به‌صورت گزینشی انجام می‌شود و معنی اکران خارجی

این نیست که یک یا دو فیلم را به‌شکل محدود نمایش دهیم. نکته همین است. گهگاهی یک فیلم خارجی اکران می‌کنند تا عدم استقبال از آن را به حساب عدم تمایل مخاطب از این آثار بگذارند. این مسئله تأمل برانگیز است که چطور می‌شود تمام طرف‌های درگیر در سینمای ما تنها نسبت به یک چیز، یعنی مخالفت با اکران فیلم خارجی هم‌داستان باشند؟ از طیف سینمای تجاری و بدنسده که کارش را پیش از انقلاب آغاز کرد و بعد از انقلاب توسعه داد گرفته تا فیلساز ارگانی، و روشنفکر و حتی لیبرال‌ش مخالفان نمایش آثار خارجی اند و این مخالفت را با من در میان گذاشته‌اند. برخی از این افراد و جریان‌ها که به‌ظاهر متمایل به بازار آزاد هستند تعداد کم سالن‌های سینما را بهانه

کرده و بعضی دیگر تهاجم فرهنگی را علت اصلی مخالفتشان با این امر قلمداد می‌کنند. حال، اکران فیلم خارجی زمانی معنا پیدا می‌کند که تا جای ممکن هم‌زمان با نمایش عمومی آن در جهان باشد. از طرف دیگر، ما در مجموعه کافه سینما به اکران فیلم‌های خارجی پرداختیم که اگر آن‌ها هم استمرار همراه نمی‌شد اکنون جسا نمی‌افتاد. می‌خواهم این را بگویم که نمایش آثار آن‌روی باید به بخشی از سبد خرید مخاطب و انتظارش نسبت استفاده از محصولات درست فرهنگی تبدیل شود، وگرنه اگر ما این جریان فرهنگی را در میانه راه رها کنیم چه

سودی عائد مان می‌شود؟ تجربه من از نمایش فیلم‌های روز دنیا این بوده که مخاطب با وجود برخورداری از امکان دانلود و تماشای اثر موردنظر در خانه، ترجیح می‌دهد تا آن را در قالب یک تجربه جمعی و شنیدن نقد و نظر با دیگران و در سینما ببیند. در مورد انیمیشن که تقاضا بسیار بالاتر است، زیرا می‌توان آن را به‌صورت خانوادگی و در جمعی بیش از حد تصور تماشا کرد. این تقاضا در ابعاد گسترده‌تر به نفع تمامیت مخاطبان تمام می‌شود؛ چون انتظارات آن‌ها را برآورده می‌کند؛ آن‌هم در شرایطی که منافع گروه‌های خاص در اغلب موارد به مردم خوش‌سلیقه و آگاه ترجیح داده شده است.

اتفاقاً می‌خواستم به همین اشاره کنم. اگر منافع گروه‌های درگیر در داخل سینمای ایران حکم کند که از اکران فیلم خارجی حمایت کنند آیا می‌توانیم به آینده نمایش آثار بین‌المللی و باز شدن این گره دل خوش کنیم؟

البته ما محدودیت‌های دیگری هم مانند کپی‌رایت و تحریم داریم؛ ولی نکته‌ای در این میان وجود دارد که بیانش خالی از لطف نیست. می‌شود برای بروزرفت از این شرایط راه‌حل پیدا کرد و ما هم پیش‌تر شاهد بوده‌ایم که وقتی اراده‌ای برای نمایش فیلم خارجی وجود داشته این اتفاق افتاده است و برای این قضیه هم می‌توان راه‌حل‌هایی پیدا کرد. برای مثال اگر ما بخواهیم فیلم‌های هندی را در ایران اکران کنیم آیا این مسئله باز هم شامل تحریم‌های خارجی می‌شود؟ این مورد هم مانند ماجرای کمبود سالن‌های سینما، ضرب اشغال آن و موارد دیگر بهانه‌ای بیش نیست. صنعت سینمای ما هم مثل صنعت خودرو درگیر ورشکستگی است و حاضر نیست بپذیرد که خود را در قالب یک چرخه رقابتی بازتعریف کند، درحالی‌که اکران فیلم خارجی در بلندمدت به نفع تمامیت سینمای ایران تمام می‌شود مگر آنکه رانت‌خوار باشند و روی ضعف و نابلدی‌شان اصرار بورزند. رقابت، کیفیت را بالا می‌برد، سرمایه زیادی را به سینمای ایران به خصوص در حوزه سالن‌سازی تزیق می‌کند و هم فرهنگ سینما رفتن را جا می‌اندازد. من با سینماگران باسابقه و اهل فن هم صحبت کردم؛ آن‌ها حرف من را تأیید کردند که فیلم پرفروش‌تری در ایران فیلم پرفروش می‌آورد، نه اینکه جای باقی آثار را در گیشه



حضور ترکیه در «مست عشق» در نهایت به شراکت بر سر مولانا انجامید، بی‌آنکه دستاورد ملموسی برای ایران به همراه داشته باشد

حراج مولانا در ترکیه



عاطفه چغفری

مدیر گروه فرهنگ

با رسیدن فیلم «مست عشق» به اکران آنلای، دوباره بحث همکاری‌های مشترک ایران و ترکیه در سینما و سریال‌سازی داغ شده است؛ همکاری‌هایی که طی سال‌های اخیر با امید گسترش بازار، جذب مخاطب منطقه‌ای و افزایش بازگشت سرمایه شکل گرفته‌اند، اما حالا پرسش‌های جدی در باره توازن منافع در آن‌ها مطرح است. «مست عشق» در ایران با فروش حدود ۱۰۲ میلیارد تومان اکرانش به پایان رسید، اما در ترکیه کمتر از نیم میلیارد تومان فروش داشت و در سه هفته ابتدایی اکران، نزدیک به ۱۳ هزار نفر به تماشای آن رفتند؛ آماري که نشان می‌دهد بازار ترکیه آن‌گونه که تصور می‌شد به این پروژه مشترک واکنش نشان نداده است. با این حال، مسئله فقط یک فیلم نیست. طی چند سال گذشته، مجموعه‌ای از فیلم‌ها و سریال‌ها با حضور بازیگران ترک با یا مشارکت شرکت‌های ترکیه‌ای تولید شده‌اند؛ پروژه‌هایی که اغلب با این استدلال پیش رفتند که می‌توانند پلی میان دو بازار باشند. اما در عمل، به نظر می‌رسد کفه ترازو بیشتر به سود طرف ترک سنگینی کرده است. بازیگران و عوامل ترک با دستمزدهای قابل‌توجه، گاه فراتر از عرف معمول در تولیدات ایرانی حضور یافته‌اند، درحالی‌که بازگشت اقتصادی ملموسی از بازار ترکیه نصیب پروژه‌ها نشده است. ازسوی دیگر، نمایش مکرر لوکیشن‌های شهری و توریستی ترکیه در فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی، عملاً به‌نوعی تبلیغ غیرمستقیم برای صنعت گردشگری آن کشور تبدیل شده؛ تصویری جذاب و پرزرق‌وبرق که می‌تواند در جذب گردشگر نیز مؤثر باشد. حتی در صنعت روایت و سرمایه‌نمادین نیز این پرسش مطرح است که در پروژه‌هایی مانند «مست عشق»، چگونه چهره‌هایی چون مولانا که ریشه‌های عمیق در تاریخ و فرهنگ ایران دارند در قالب تولید مشترک بازتعریف می‌شوند و سهم روایت ایرانی تا چه اندازه پررنگ باقی می‌ماند. آیا این همکاری‌ها به تثبیت هویت فرهنگی ما کمک کرده‌اند یا به‌تدریج به‌اشتراک‌گذاری و حتی کم‌رنگ‌شدن آن منتهی می‌شوند؟

اکنون که چند تجربه پرهزینه پشت سر گذاشته شده، شاید زمان آن رسیده باشد که مدل این همکاری‌ها با نگاهی واقع‌بینانه بازخوانی شود؛ اینکه سهم فرهنگی و رسانه‌ای هر طرف دقیقاً چیست و آیا ادامه این مسیر، بدون بازتعریف قواعد بازی، به نفع سینمای ایران خواهد بود یا نه.

مشکل توازن است

در سال‌های اخیر، پروژه‌های مشترک ایران و ترکیه کم نبوده‌اند؛ از

فیلم‌های سینمایی گرفته تا سریال‌هایی که با حضور بازیگران، عوامل یا سرمایه‌گذاران دو طرف شکل گرفته‌اند. اصل همکاری منطقه‌ای، اتفاقی مثبت و حتی ضروری در فضای امروز صنعت تصویر است. بازارهای محدود داخلی، هزینه‌های بالای تولید و رقابت فشرده پلتفرم‌ها باعث شده تولید مشترک به یک راهبرد جدی تبدیل شود. طبیعی است که سینمای ایران هم بخواهد از این ظرفیت استفاده کند و با همسایگان خود وارد تعامل حرفه‌ای شود. اما مسئله اصلی، همکاری نیست؛ مسئله توازن است. تولید مشترک زمانی معنا دارد که سود و دستاورد آن برای هر دو طرف قابل‌اندازه‌گیری و ملموس باشد؛ چه در حوزه اقتصادی، چه در حوزه فرهنگی و چه در زمینه توسعه بازار. اگر نتیجه کار به شکلی باشد که یک طرف بیشتر بهره‌بردار و طرف دیگر عمدتاً هزینه‌کننده، دیگر نمی‌توان از یک مشارکت برابر سخن گفت. در برخی از این پروژه‌ها، حضور بازیگران ترک با دستمزدهای بالا، نمایش گسترده لوکیشن‌های آن کشور و استفاده از ظرفیت تبلیغاتی آن‌ها، عملاً به تقویت برند فرهنگی و حتی گردشگری ترکیه کمک کرده است. در مقابل، بازگشت اقتصادی مشخص یا دسترس‌ی پایدار به بازار آن کشور برای تولیدکنندگان ایرانی چندان پررنگ نبوده است.

شناسنامه‌ای که مشترک شد

در میان همه بحث‌های اقتصادی و تجاری درباره همکاری‌های مشترک، یک لایه مهم‌تر هم وجود دارد؛ لایه‌ای که به هویت فرهنگی ما بازمی‌گردد. در پروژه‌ای مانند مست عشق، ما با شخصیتی روبه‌رو هستیم که صرفاً یک سوره دراماتیک نیست، بلکه بخشی از شناسنامه فرهنگی ایران است؛ مولانا. شعاری فراتر از فروش داخلی برای ما داشته است؟ حافظه تاریخی و ادبی ما حضور دارد. همکاری مشترک در باره چنین چهره‌ای، ذاتاً اشکالی ندارد. ادبیات و عرفان مرز جغرافیایی نمی‌شناسند و طبیعی است که کشورهای مختلف نسبت به مولانا احساس تعلق کنند. اما مسئله اینجاست که وقتی پای تولید مشترک به میان می‌آید، باید دید سهم روایت، سهم سرمایه‌گذاری نمایان و سهم منافع فرهنگی چگونه تعریف شده است. آیا ما توانسته‌ایم از این پروژه برای تثبیت و تقویت روایت ایرانی از مولانا استفاده کنیم؟ آیا این همکاری آورده‌ای فراتر از فروش داخلی برای ما داشته است؟ وقتی اثری درباره یکی از مهم‌ترین بزرگان فارسی‌زبان ساخته می‌شود و در نهایت نه بازار خارجی قابل‌توجهی نصیب ما می‌شود و نه دستاورد فرهنگی روشنی، این پرسش جدی‌تری می‌شود که چرا در حفاظت و تثبیت هویت خود تا این اندازه کم‌دقت عمل می‌کنیم. مشاهیر ادبی ما- از شاعران و عارفان

گرفته تا نویسندگان و متفکران- سرمایه‌هایی هستند که به‌سادگی به دست نیامده‌اند. آن‌ها ستون‌های هویت تاریخی ما را ساخته‌اند. هرگونه روایت سینمایی از این چهره‌ها، در واقع بازتعریف بخشی از هویت ملی است. اگر قرار است درباره چنین شخصیت‌هایی تولید مشترک انجام شود، باید چهارچوب روشنی برای حفظ روایت بومی، سهم فرهنگی و حتی منافع اقتصادی تعریف شود. در غیر این صورت، ممکن است در ظاهر شریک یک پروژه باشیم، اما در عمل سهمی از تثبیت جهانی هویت خود نداشته باشیم. اشتراک‌گذاری هویت زمانی معنا دارد که دو طرف از آن سود ببرند؛ نه اینکه یکی سرمایه‌نمادین را بیاورد و دیگری بهره‌تلیغاتی یا اقتصادی بیشتری ببرد.

سینما فقط صنعت سرگرمی نیست؛ ابزار روایت هویت است. وقتی درباره چهره‌هایی چون مولانا فیلم می‌سازیم، در حال بازنمایی تاریخ و فرهنگ خود هستیم. کوتاهی در این عرصه، صرفاً یک خطای تجاری نیست؛ می‌تواند به‌تدریج به کم‌رنگ‌شدن سهم ما در روایت مفاخرمان منجر شود. اگر از شاعران و نویسندگان که هویت ما را ساخته‌اند به‌درستی صیانت نکنیم، دیگران این روایت را به شیوه خود بازنویسی خواهند کرد.

حفظ و تقویت این هویت، نیازمند دقت، برنامه‌ریزی و مطالبه‌گری جدی‌تر در همکاری‌های بین‌المللی است. مشارکت، زمانی ارزشمند است که عزت فرهنگی و منافع ملی در آن به همان اندازه دیده شود که جذابیت‌های تجاری دیده می‌شود.

اوضاع در سریال وخیم‌تراست

همکاری‌های ایران و ترکیه فقط به سینما محدود نمانده و در حوزه سریال‌سازی هم نمونه‌هایی داشته است؛ پروژه‌هایی که با امید دسترس هم‌زمان به دو بازار و بهره‌گیری از ظرفیت بازیگران و لوکیشن‌های مشترک شکل گرفتند، اما در مرحله پخش با ابهام‌ها و توقف‌هایی مواجه شدند.

بگیرد، چون سسوی تمام این حرف‌ها پای مردم را به سینما باز می‌کند. مانند اتفاقی که در سال ۱۴۰۲ با فسیل افتاد. اگر به دوره‌های مختلف سینمای ایران نگاه بیندازیم، رونق و منفعت مالی تاکنون فقط به نفع چند فیلم تمام شده است؛ حال بیابید گسترده‌تر و با افق دید بازر به این سوره بپردازیم، به این شکل که اگر فیلم خارجی در سینمای ایران اکران شود، علاوه بر آنکه اقتصاد هنر را سروسامان می‌بخشد و تأثیر مستقیم و مثبتی روی گیشه می‌گذارد، به‌شکل غیرمستقیم فرهنگ فیلم‌بینی و سینما رفتن را در میان مردم گسترش می‌دهد.

سینمای چین در حال حاضر پررونق‌ترین بازار سینمای دنیا محسوب می‌شود و در گونه سینمای اکشن و انیمیشن حرف‌های زیادی برای گفتن دارد؛ حال سؤال این است که دست‌اندرکاران امر آیا نمی‌توانند با وجود مشکلاتی که برای اکران گسترده فیلم خارجی وجود دارد به تولیدات چینی و نمایش آن در ایران روی بیاورند؟ علی‌القاعده برخلاف فیلم‌های آمریکایی مشکل خاصی در رابطه با نمایش آثار چینی وجود ندارد.

فکر نمی‌کنم فقط با پخش این فیلم‌ها رونق به سینمای ایران بازگردد و فکر می‌کنم روش‌هایی هم برای پخش آثار آمریکایی وجود دارد. حال اگر این اتفاق نمی‌افتد بیشتر به دلایل دیگر بازمی‌گردد تا مسئله عدم اکران و مسوارد دیگر، زیرا اکنون، بعد از مدت‌ها دو فیلم آمریکایی «زوتو پیا ۲» و «کانجورینگ ۴» به‌صورت گسترده در حال اکرانند. الان بخشی از بازار داخلی سینمای کشورهای همسایه ما در اختیار سینمای قابل دفاع و خوب هند است، پس نه‌تنها ما قادر به اکران فیلم آمریکایی هستیم بلکه می‌توانیم به تولیدات دیگر کشورها نیز چشم بدوزیم. یکی از ویژگی‌های جهانی شدن سینما در دو دهه اخیر این بوده است که فیلم‌ها برای نمایش در میان فرهنگ‌های مختلف ساخته و عرضه می‌شوند و به این ترتیب بسیاری از آثار آمریکایی قابلیت نمایش در جوامعی مانند ایران را دارند. در کنار فیلم چینی که شما عنوان کردید و در کنار فیلم هندی که من به آن اشاره کردم می‌توان آثار آمریکایی را هم لحاظ کرد. من یاد می‌آید که در واکنش به درخواستم برای اکران فیلم خارجی با این ادعا طرف می‌شدم که مردم ایران تمایلی برای تماشای آثار خارجی سانسور شده ندارند! درحالی‌که اگر مردم علاقه‌ای به تماشای فیلم سانسور شده نمی‌داشتند به سینما هم نمی‌رفتند و ما نمی‌توانیم حرف خودمان را به آن‌ها تحمیل کنیم؛ درحالی‌که این مسئله همان‌طور که اشاره کردم با ساخت فیلم‌ها برای فرهنگ‌های مختلف مرتفع شده است. تجربه کانن فیلم ما هم نشان می‌دهد که حتی مخاطب حرفه‌ای که با امکان دانلود و تماشای آثار در پلتفرم‌های مختلف آشناسنت ترجیح می‌دهد تا تجربه تماشای فیلم در سالن سینما با هموطنانش را از دست ندهد. در واقع مخاطب حرفه‌ای این تغییرات حداقلی را می‌پذیرد، چه رسد به مخاطب غیرحرفه‌ای که عملاً تجربه فیلم دیدنش خانوادگی است. در نتیجه می‌توان فیلم‌های هندی، چینی و آمریکایی را اکران کرد و عدم تماشایشان صرفاً بهانه جریان سینمای انحصاری است. این جریان نمی‌خواهد کیفیت محصولاتش را بالا ببرد چون باید به منفعی که خارج از چرخه عرضه و تقاضا انتظارش را می‌کشد، بیندیشد. الان اگر یکی از فیلم‌های قدیمی «کریستوفر نولان» - که بارها توسط تلویزیون پخش شده و کاملاً در دسترس کاربران برای تماشا از طریق پلتفرم‌ها و همین‌طور دانلود کردن است- را در حاشیه‌ای‌ترین نقطه تهران اکران کنیم بدون شک سالن پر می‌شود.

نام فیلم، سریال و سال ساخت	تعداد مخاطبان	میزان فروش (بنا بر قیمت تیر در همان بازه زمانی)
فیلم ترانه‌ای عاشقانه برایم بخوان (۱۳۹۷)	۱۴۲۰۱	۱۵۶ میلیون تومان
فیلم درخت خاموش (۱۴۰۰)	۳۷۳۳	۵۴ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان
فیلم مست عشق (۱۴۰۲)	۱۳۲۳۶	۵۱۸ میلیون تومان
سریال بلیت یک طرفه (۱۴۰۳)		در پلتفرم‌های معتبر ترک پخش نشد
سریال هزار و یک شب (۱۴۰۴)		هنوز در پلتفرم‌های معتبر ترک پخش نشده است