

سالن‌ها - دو تا سه برابر شده است. اما این گسترش کمی، بدون پشتوانه محتوایی و بدون ارزیابی واقعی از تقاضای مخاطب، نه تنها به موفقیت منجر نشده، بلکه به پراکندگی مخاطب و سالن‌های نیمه‌پر انجامیده است.

مهمترین دلایل افت مخاطب

دلایل این کاهش بهره‌وری را باید در چند محور کلیدی جست‌وجو کرد: نخست، افزایش نامتوازن ظرفیت بدون در نظر گرفتن نیاز و سلیقه مخاطب؛ دوم، نبود فیلم‌هایی که واقعاً توانایی جذب گسترده را داشته باشند؛ سوم، رقابت فزاینده با پلتفرم‌های خانگی و سرگرمی‌های جایگزین که بخش بزرگی از توجه مخاطب را به خود جلب کرده‌اند؛ و در نهایت، افزایش مستمر قیمت بلیت بدون آن که همزمان کیفیت تجربه تماشای فیلم در سالن‌های سینما ارتقا یابد. در مجموع، وضعیت کنونی سالن‌های خالی و سانس‌های نیمه‌پر را می‌توان به مثابه زنگ خطری جدی برای مدل اکران نروزی دانست. اگر این الگو همچنان بر مبنای گسترش کمی و آمارهای فروش اسمی باقی بماند، بازگشت به دوران پر مخاطب گذشته ناممکن خواهد بود. بازتربیف سیاست‌گذاری‌ها بر مبنای «مخاطب‌محوری» به جای «ظرفیت‌افزایی صوری»، تنها راه نجات و احیای بهره‌وری واقعی سینمای ایران در این بازه طلایی است.

اکران نروزی در سینمای ایران نه تنها یک رویداد سینمایی است، بلکه نقش فرهنگی و اجتماعی بسیار مهمی ایفا می‌کند. این اکران به عنوان یک فرصت طلایی برای جذب تماشاگر و بازیابی فیلم‌ها عمل می‌کند و به‌ویژه در سال‌های اخیر که سینما با چالش‌های مختلفی روبروست، اکران نروزی به عنوان یکی از مهم‌ترین دوره‌های سال برای سینماگران و صنعت فیلم‌سازی ایران محسوب می‌شود.

جدول: میانگین مخاطب به ازای هر سانس (۱۳۹۲-۱۴۰۴)

سال	تعداد تقریبی سانس	تعداد مخاطب	میانگین مخاطب در هر سانس	نکته مهم
۱۳۹۲	حدود ۱۵,۰۰۰	۱,۸۷۶,۵۸۵	۱۲۵ نفر	ظرفیت سالن‌ها کمتر، اما بهره‌وری بالا
۱۳۹۳	حدود ۱۸,۰۰۰	۲,۷۳۶,۲۰۵	۱۵۲ نفر	رشد تقاضا و مخاطب در اکثر شهرها
۱۳۹۴	حدود ۲۰,۰۰۰	۱,۷۵۱,۵۸۲	۸۷ نفر	افت محتوایی و سردرگمی در انتخاب فیلم‌ها
۱۳۹۵	حدود ۲۵,۰۰۰	۷,۵۳۹,۴۲۹	۳۰۱ نفر	سال طلایی؛ اقبال گسترده به فیلم‌های کمدی
۱۳۹۶	حدود ۲۶,۰۰۰	۷,۰۹۳,۷۳۷	۲۷۲ نفر	تثبیت روند موفق قبلی
۱۳۹۷	حدود ۲۷,۰۰۰	۷,۰۰۰,۰۰۰	۲۵۹ نفر	همچنان مخاطب‌محور، ولی شروع کاهش اعتماد
۱۳۹۸	حدود ۲۳,۰۰۰	۳,۰۰۰,۰۰۰	۱۳۰ نفر	توقیف «رحمان ۱۴۰۰» و اثر روانی آن
۱۳۹۹	صفر	صفر	—	تعطیلی کامل به‌خاطر کرونا
۱۴۰۰	حدود ۸,۰۰۰	۱,۰۰۰,۰۰۰	۱۲۵ نفر	بازگشایی محدود با رعایت فاصله‌گذاری
۱۴۰۱	حدود ۱۵,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰	۱۳۳ نفر	افزایش اعتماد، اما بدون پدیده خاص
۱۴۰۲	حدود ۲۲,۰۰۰	۳,۰۰۰,۰۰۰	۱۳۶ نفر	درخشش «فسیل»؛ بالاترین فروش تاریخ
۱۴۰۳	حدود ۳۷,۰۰۰	۱,۳۵۰,۰۰۰	۳۶ نفر	افت شدید مخاطب در ازای رشد ظرفیت
۱۴۰۴	حدود ۷۷,۰۰۰	۲,۴۰۰,۰۰۰	۳۱ نفر	بیشترین سانس، کمترین بهره‌وری یک دهه اخیر



آنچه در سال‌های اخیر و به‌ویژه در ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ مشاهده می‌شود، افت جدی در بهره‌وری اکران است. این کاهش در حالی رخ داده که ظرفیت اکران - چه از نظر تعداد سانس و چه از نظر توسعه سالن‌ها - دو تا سه برابر شده است



این آثار به‌وضوح دیده می‌شود.

فسیل؛ پدیده‌ای کم سابقه

نکته قابل تأمل در میان تمامی این نمونه‌ها، عملکرد فیلم «فسیل» است. این اثر با تلفیق ژانر کمدی، استفاده از چهره‌های محبوب و روایت نوستالژیکی که هم نسل‌های قدیمی‌تر و هم جوان‌ترها را درگیر می‌کرد، توانست به پدیده‌ای کم‌سابقه در تاریخ اکران نروزی تبدیل شود. فسیل نشان داد که اگر همه عناصر یک فیلم به‌درستی انتخاب و هدایت شوند، حتی در شرایط کاهش کلی مخاطب نیز می‌توان شاهد موفقیتی همه‌جانبه بود.

یکی از شاخص‌های کلیدی برای ارزیابی اثربخشی اکران نروزی، نسبت «تعداد مخاطب به ازای هر سانس» است. این شاخص که تحت عنوان بهره‌وری اکران هم شناخته می‌شود، به ما نشان می‌دهد که ظرفیت واقعی سالن‌های سینما تا چه اندازه پُر شده و آیا رشد کمی سالن و سانس واقعاً منجر به جذب مخاطب شده است یا نه. بررسی آمار ۱۳ سال گذشته نشان می‌دهد که این شاخص در سال‌هایی که فیلم‌ها با محتوای جذاب، چهره‌های محبوب و تبلیغات درست همراه بوده‌اند، به شدت افزایش یافته و در سال‌هایی که صرفاً بر افزایش تعداد سانس بدون توجه به نیاز مخاطب تمرکز کرده، افت کرده است. در سال‌هایی که سینمای ایران توانست