# اجرای طرح «روضه و زیارت نیابتی اربعین» در البرز

معاون فرهنگی ستاد بازسازی عتبات عالیات استان البرز از اجرای طرح «روضه و زیارت نیابتی اربعین» در این استان خبر داد.

**به گزارش پیام آشنا** به نقل از مهر، امیر رحمانی از برگزاری روضه و زیارت نیابتی همزمان با اربعین حسینی در کربلای معلی خبر داد و اظهار کرد: طرح زیارت و روضه اربعینی طرحی است که از سوی ستاد بازسازی عتبات عالیات استان البرز در حال اجرا است.

وی با بیان اینکه این طرح با توجه به شرایطی که امسال برای اربعین حسینی با شیوع ویروس منحوس کرونا پیش آمده است، برگزار می‌شود، تصریح کرد: شرایط موجود باعث شد تا همچون سال‌های گذشته شاهد پیاده‌روی اربعین نباشیم، بنابراین ستاد بازسازی عتبات عالیات استان البرز با مشارکت کمیته فرهنگی ستاد اربعین کل کشور تصمیم به اجرای طرح «روضه و زیارت نیابتی اربعین» را گرفته است.

معاون فرهنگی ستاد بازسازی عتبات عالیات استان البرز در خصوص نحوه اجرای این طرح تصریح کرد: مشتاقان اهل بیت(ع) می‌توانند با حضور در شبکه‌های اجتماعی ستاد بازسازی عتبات البرز در این طرح ثبت‌نام کنند و

افرادی به نیابت از مشتاقان و دلدادگان سیدالشهدا(ع) در نجف و کربلای معلی، علاوه بر زیارت، تماز زیارتی امام حسین(ع) و حضرت ابوالفضل(ع)، زیارت اربعین حسینی، زیارت عاشورا و روضه مظلومیت شهدای کربلا را می‌خوانند و ثواب آن را به شخصی که در این طرح شرکت کرده، هدیه می‌کنند. وی با اشاره به آغاز ثبت‌نام در طرح روضه و زیارت نیابتی اربعین متذکر شد: ثبت‌نام در اجرای این طرح از پنجم ماه صفر (دوم مهرماه) آغاز شده و زمان اجرای آن از دهم الی بیست و پنجم ماه صفر (هفتم الی بیست و دوم مهرماه) است.

# مرکز نیکوکاری جامع فرهنگ، هنر و رسانه در البرز افتتاح شد

به همت کمیته امداد امام خمینی(ره) استان البرز و با مشارکت انجمن سواد رسانه‌ای ایران با هدف توسعه فرهنگ انفاق و احسان و استفاده از ظرفیت های متخصصان رسانه‌ای و هنری مرکز نیکوکاری فرهنگ، هنر و رسانه استان البرز گشایش یافت.

**به گزارش پیام آشنا** به نقل از ایسنا، محمد صادق افراسیابی- معاون امور محتوایی مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ وارشاد اسلامی در آیین شروع به کار این مرکز از اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی گفت و این مرکز را پل ارتباط مناسبی برای آموزش‌های سواد

رسانه‌ای و تولید محتواهای آموزشی به دانش آموزان، دانشجویان و خانواده‌های تحت حمایت این نهاد بر شمرد و بر ظرفیت اشتغالزایی و کسب وکار اینترنتی تاکید کرد.

محمد محمدی فرد، مدیر کل کمیته امداد استان البرز هم خاطر نشان کرد: در این مرکز هنرمندان و اهالی رسانه علاوه بر اینکه می‌توانند کمک‌های خود را به دست نیازمندان برسانند، می‌توانند با نشر هنری و رسانه‌ای به یاری نیازمندان بشتابند.

در این مراسم امید علی مسعودی رئیس هیئت مدیره انجمن سواد رسانه‌ای ایران هم از دوران گذار از آموزش‌های حضوری به الکترونیک نام برد و سواد رسانه‌ای را به عنوان عامل موثر جهت پیشگیری از عوارض پیام ها در فضای مجازی خواند.

این آیین با حضور فرهیختگان، اعضای هیات علمی دانشگاه‌ها، هنرمندان و روسای انجمن های هنری، روزنامه نگاران، سردبیران خبری و مسئولان صدا و سیما، فرهنگ و ارشاد، جهاد دانشگاهی، معاونت فرهنگی شهرداری و بسیج رسانه برگزار شد.

گفتنی است در پایان این مراسم حامد توکل رئیس انجمن سواد رسانه‌ای استان طی حکمی به عنوان رئیس هیئت عامل مرکز نیکوکاری فرهنگ، هنر و رسانه به مدت یک سال منصوب شد.

تابش خبر داد:

# تنوع آثار در سی و سومین جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان

دبیر سی و سومین جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان عقیده دارد که امسال در جشنواره شاهد رشد آثار سینمایی در تمامی عرصه‌ها به خصوص در سینمای بلند و دانستانی بودیم و سینماگران در گروه‌های سنی مختلف، آثار متنوع‌تری برای جشنواره ارسال کرده‌اند.

**به گزارش پیام آشنا** به نقل از روابط عمومی بنیاد سینمایی فارابی، علیرضا تابش با ارزیابی وضعیت امروز سینمای کودکان و نوجوانان گفت: سینمای کودک و نوجوان فراز و فرودهای زیادی را پشت سر گذاشته است. از جمله اتفاقات مهمی که در سال‌های اخیر رخ داده و می‌توانم به آن اشاره کنم، این است که نسل جدیدی از کارگردانان سینمای کودک و نوجوان بوجود آمده که به این حوزه ورود کرده‌اند در خلال جشنواره یا دیدن همه فیلم‌های سال در یک محدوده زمانی، می‌توانیم روند رشد و تولید محتوا در سینمای کودک ونوجوان را قضاوت کنیم، همچنین جشنواره به گردش مالی سینمای کودک و نوجوان کمک کرده است. همه می‌دانند که اگر این جشنواره

نوجوانان برگزار کنیم از آنجا که کشور تحت تاثیر کرونا دچار تغییرات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و زیستی فراوانی شده است، امیدواریم امسال بتوانیم حال خوبی برای بچه‌های سرزمینمان فراهم کنیم. این مدیر سینمایی با اشاره به فیلم‌های سی و سومین دوره جشنواره فیلم کودک و نوجوان عنوان کرد: امسال در جشنواره شاهد رشد آثار سینمایی در همه عرصه‌ها به خصوص در سینمای بلند و دانستانی بودیم که جای خوشحالی دارد که سینماگران در گروه‌های سنی مختلف، آثار متنوع‌تری برای جشنواره ارسال کرده‌اند. دبیر جشنواره سی و سوم، درباره برپایی هدفمند چهارمین المپیاد فیلمسازان نوجوانان ایران گفت: از آنجا که نسل نوجوان را نسلی تعیین کننده می‌دانیم، این المپیاد را بستری برای کشف فرصت‌های جدید و شکوفایی استعدادهای ناب قلمداد می‌کنیم در این دوره، گروه سنی ۱۲ تا ۱۷ سال را داریم که در فراخوان ما شرکت کرده‌اند. ۸۳۲ نفر نوجوان به فراخوان المپیاد چهارم پاسخ داده‌اند که این استقبال چهار برابر سال‌های قبل است. از سوی دیگر با توجه به اینکه نوجوانان در ایام کرونا بیشتر درگیر فضای مجازی هستند، استقبال نوجوانان از المپیاد امسال نشان داد که این نسل، به سینما علاقه دارد و به آن پاسخ مثبت می‌دهد. تابش با اشاره به انتخاب آثار در المپیاد چهارم فیلمسازی گفت: پس از ارزیابی آثار ۶۴ نوجوان به مرحله بعدی المپیاد راه یافتند. ۲۷ اثر نیز در بخش ایده پذیرفته شدند و ۳۶ فیلم کوتاه که از یک تا پنج دقیقه هستند نیز به مرحله بعد راه یافتند. به گفته دبیر جشنواره بنیاد سینمایی فارابی، کانون پرورش فکری کودکان ونوجوانان و انجمن سینمای جوانان چهارمین المپیاد فیلمسازی نوجوانان را امسال از تاریخ ۲۷ تا ۳۰ مهر برگزار می‌کنند و درنهایت به گروه‌های برگزیده، مدال‌های طلا، نقره و برنز اهدا خواهد شد.

# چرا سیمرغ برند گردشگری ایران شد؟

مدیرکل دفتر مطالعات و آموزش گردشگری درباره شکل‌گیری برند گردشگری ایران که به تازگی از آن رونمایی شد و کارهایی که باید در خصوص ترویج و نهادینه کردن آن انجام شود توضیحاتی را ارائه داد.

**به گزارش پیام آشنا** به نقل از مهر، زاهد شفیعی- مدیرکل دفتر مطالعات و آموزش گردشگری با بیان اینکه پروژه برندسازی در سه فاز تعریف می‌شود، افزود: فاز اول شناخت تدوین استراتژی برند است. فاز دوم استانداردسازی و فاز سوم به پرورش و جنبه ترویج آن مربوط می‌شود که تمامی این مراحل باید به صورت هدفمند و در توالی یکدیگر دیده شود.

شفیعی با اشاره به اینکه در فاز شناخت طراحی و معرفی هویت بصری و کلامی برند مشخص می‌شود تصریح کرد: این کار بر اساس کار مطالعاتی و میدانی با دعوت از دانشگاهیان، کارشناسان، صاحب‌نظران و ۳۰۰ ساعت مصاحبه ویدئویی و میدانی از گردشگران حرفه‌ای خارجی که قبل از ایران به بیش از ۵ کشور دنیا سفر داشته‌اند به شکلی عمقی صورت گرفته است. او با تاکید بر اینکه لوگو خلق و ارائه ارزش از یک مقصد گردشگری دارد افزود: برند یک ابزار هویتی، کاربردی، عقلانی و در عین حال احساسی است که باید موجب شکل‌گیری ارتباطی معنادار در ذهن گردشگر شود. تنوع، کثرت، اصالت، انطباق و یکپارچگی معیارهایی بودند که ما برای انتخاب آن مد نظر داشتیم و باید برندی را انتخاب می‌کردیم که تنوع و کثرت در وحدت را نشان می‌داد. مدیرکل دفتر مطالعات و آموزش گردشگری با این توضیح که سیمرغ نماد یگانگی در عین تفاوت‌هاست، در خصوص انتخاب آن به عنوان لوگوی گردشگری ایران گفت: سیمرغ در ادبیات نمادی از خورشید، فرزانگی، اندیشه‌ورزی، خردورزی و چندوجهی است. با توجه به تنوع کثرت محصول گردشگری ایران، تنوع غذایی، قومی، فرهنگی، رنگ، بناهای تاریخ و... سیمرغ که پرنده‌ای اسطوره‌ای در تاریخ ایران است، بهترین گزینه برای دربرگیری تمامی این معانی بود که حتی در زبان انگلیسی هم با همین نام سیمرغ شناخته می‌شود و ریشه تاریخی در فرهنگ ایرانی دارد. شفیعی در ادامه به انتخاب رنگ آبی و شعار اشاره و تصریح کرد: پرشین بلو با آبی پارسی نیز که به نام ایران ثبت شده است نماد صلح‌طلبی و مهمان‌نوازی ایران است. همچنین شعار انتخابی به این معناست که بدون شک سفر به ایران بانکوه تجربه‌های متفاوت را به گردشگران مژده می‌دهد. انتخاب کلمه شکوهمند بیانگر این است که محصول گردشگری ما نه ارائه امکانات لوکس بلکه میراث فرهنگی و اصالت فاخر ماست.

او با اشاره به اینکه در انتخاب شعار ارائه تصویری حقیقی از مقصد دارای اهمیت است تصریح کرد: در تمامی مصاحبه‌ها نیز گردشگران خارجی به این موضوع اذعان کردند ایران دارای عناصر هویت‌بخش و چوهره واقعی از منابع ملموس و ناملموس است و اگر کلمه شکوهمند را کالبد شکافی کنیم چنین معانی از آن استخراج می‌شود همچنین تجربه متفاوت نیز که در شعار آمده به معنی خرید تجربه به جای کالا به عنوان یک محصول گردشگری متعالی است. شفیعی با بیان اینکه برند به معنی تصویر مثبت نیست بلکه ارائه تصویر واقعی از یک مقصد است، افزود به دلیل فرایند علمی این طرح یک مهندسی اجتماعی روی آن انجام گرفت. در نمایشگاهی که سال گذشته برگزار شد از ۴۰۰ شعاری که مردم مطرح کردند ۱۵ شعار انتخاب و جوهره آن‌ها گرفته شد. ما می‌توانیم بگوییم شکوه تاریخی داشته‌ایم، اما نمی‌توانیم ادعای ارائه خدمات لوکس را داشته باشیم. او با اشاره به استانداردسازی به عنوان فاز دوم شکل‌گیری برند گفت: آئین‌نامه اجرایی برای نشان گردشگری کشور توسط وزیر محترم آماده و به هیئت دولت تقدیم شد. در این آئین‌نامه برای دستگاه‌های مختلف مانند وزارت راه و شهرسازی، امور خارجه، صنعت، معدن و تجارت، وظایف و تعهداتی مشخص شده است. بر این اساس دستگاه‌های باید بسته‌های حمایتی و تشویقی برای نهادینه کردن برند گردشگری ارائه دهند و از امکاناتی که در اختیار دارند در این راستا استفاده کنند. شفیعی تصریح کرد: بخشنامه‌ای نیز برای ذی‌نفعان گردشگری در حال آماده شدن است. آنچه اهمیت دارد این است که در قبال ارائه، عرضه و حمایت از برند باید متعهد بود و نیاز داریم که برند توسط بخش دولتی، خصوصی و واحدهایی مانند حمل‌ونقل که به صورت غیرمستقیم با این موضوع در ارتباط هستند حمایت شود.

مدیرکل دفتر مطالعات و آموزش گردشگری با این توضیح که گذشته برگشتی یک زنجیره ارزش است و در این زنجیره ایجاد هارمونی میان اجزا دارای اهمیت است، هدایت و راهبری تفسیر مقصد، هماهنگی دیدگاه ذی‌نفعان، هماهنگی میان اجزا و عناصری که موجب شکل‌گیری یک مقصد می‌شوند، هدف نظارتی، ارائه ندادن تصاویر مخدوش و متضاد با هم را از نکاتی عنوان کرد که در این آئین‌نامه به آن‌ها پرداخت شده است.

# تمدید مهلت فراخوان طرح‌های پژوهشی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور

دفتر پژوهش و آموزش نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور از تمدید مهلت ارسال پیشنهادهای پژوهشی تا تاریخ ۱۰ آبان خبر داد.

**به گزارش پیام آشنا** بر اساس اعلام دفتر پژوهش و آموزش نهاد به دلیل استمرار شرایط دشوار ارتباطات علمی ناشی از همه‌گیری کووید۱۹، درخواست‌های مکرر پژوهشگران و تسهیل شورای عالی عتف در بررسی و اعطای مجوز طرح‌های پژوهشی، مهلت ارسال پیشنهادهای پژوهشی تا پایان روز ۱۰ آبان تمدید شد.

بر اساس این اطلاعیه، پیشنهادهای ارسال شده در بازه اصلی فراخوان (۱۱ مرداد تا ۱۰ مهر) دارای امتیاز بوده و امکان بازبینی و تکمیل آن‌ها از سوی پژوهشگران تا ۱۰ آبان امکان‌پذیر خواهد بود.

متن کامل فراخوان و فایل درخواست‌نامه‌ها از طریق سامانه «مدیریت طرح‌های پژوهشی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور» به نشانی http://rpm.iranplir قابل مشاهده و دسترسی است.

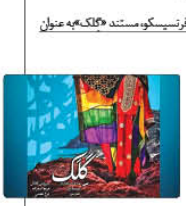
گفتنی است، دومین فراخوان طرح‌های پژوهشی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، ۱۱ مرداد با هدف برآوردن نیازهای پژوهشی این حوزه خدمتی- مدیریتی و دستیابی به راهکارهای سنجیده، همچنین در جهت حمایت از پژوهش‌های کاربردی و مسئله‌محور از طریق تمهید فرصت‌های برابر، شفاف‌سازی فرایند و گزینش مبتنی بر رقابت عادلانه، منتشر شد.

پیش از این و طی فراخوان منتشر شده در سال ۹۷، بیش از ۸۰ پیشنهاده از ۴۰ دانشگاه، پژوهشکده و مراکز مختلف علمی- پژوهشی دریافت شد و پس از داوری، ۱۵ طرح پژوهشی به عنوان طرح‌های پژوهشی نهاد در سال ۱۳۹۸ انتخاب، معرفی و اجرا شد.

## سینمای ایران

# «گِلک» بهترین فیلم مستند جشنواره سانفرانسیسکو شد

در سیزدهمین دوره جشنواره فیلم‌های ایرانی سان فرنسیسکو، مستند «گلک» به عنوان بهترین فیلم مستند انتخاب شد.




به گزارش پیام آشنا به نقل از روابط عمومی پروژه مستند گلک (Gelak) به کارگردانی سیروس کفاش برای سیزدهمین دوره جشنواره فیلم‌های ایرانی سن فرنسیسکو که در ۱۹ و ۲۰ سپتامبر برگزار می‌شود، انتخاب شد و در اختتامیه این جشنواره به عنوان بهترین فیلم مستند جایزه سپنتا را کسب کرد.

این مستند پیش‌تر به فیتال جشنواره pune هندوستان نیز راه پیدا کرده بود و در مسیر جشنواره‌های خود جایزه بهترین فیلم‌برداری را از جشنواره پونا هندوستان به دست آورد.

گلک قصه‌ای سرشار از امیدلست و فریاد فروبرده دختر کان هرمزی است که حاضر نیستند برای هنرشان خاک سرزمینشان را بفروشند و طعنه ای است به دست اندازان بیتالمال و آب و خاک میهن که با وعده های سرخرمن به میدان کار می‌آیند و در قلمت سارقان آن با جیب‌های آویزان بیرون می‌روند.

این مستند پیش از این به بخش به‌بخش مسابقه چندین جشنواره بین‌المللی دیگر راه پیدا کرده بود و در جشنواره بین‌المللی پارس موفق به گرفتن تندیس خلیج‌فارس و دیپلم افتخار بهترین فیلم و بهترین کارگردانی بهترین تدوین شده بود.

سایرعوامل این فیلم عبارتنداز: تهیه کننده و کارگردان: سیروس کفاش مدیر فیلم‌برداری: سیروس کفاش مدیر صدابرداری: محمدمختاری فیلم‌بردار: ایمان وطن پور. گوینده‌متن: فرخ‌تعمتی طراح صحنه ولباس: بهار رحیمی. نویسنده‌متن: مریم اسدزاده تدوین و اصلاح رنگ: مجید رستگار. آهنگساز: مرتضی کریمی صداگذاری ومیکس: علی ابوالقاسمی منشی صحنه: سمیرم کفاش. بازیگر: خدیجه درویشی مشاور رسانه: مریم رودباراتی دستیاران فیلم‌برداری: نوید آقایی عباس قاسمی، شهرام رنجبر. دستیار صدا: تیما مختاری. دستیار لباس: المیرا رضایی. پخش کننده فیلم: سولماز اعتماد. دستیاران فیلم‌برداری: نوید آقای عباس قاسمی. شهرام رنجبر. دستیار صدا: تیما مختاری، نوید آقایی و مدیر تولید: مهدی شیرل.

## کوتاه از آموزش

# فراخوان پنجاهمین جشنواره بین‌المللی فیلم رشد منتشر شد

فراخوان پنجاهمین جشنواره بین‌المللی فیلم‌های علمی، آموزشی و تربیتی رشد منتشر شد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از فارس، پنجاهمین دوره جشنواره بین‌المللی فیلم‌های علمی، آموزشی و تربیتی رشد با شعار کیفیت‌دهی به فرایند آموزش با تنوع بخشی در محیط‌های یادگیری برگزار می‌شود.

موضوعات این دوره جشنواره در دو بخش اصلی و ویژه در چهار آیتم خواهد بود که در بخش اصلی آیتم‌های فیلم‌های علمی، آموزشی و تربیتی مبتنی بر اسناد تحولی آموزش و پرورش، فیلم‌های مرتبط با محتواهای کتب درسی و بیانیه گام دوم انقلاب و در بخش ویژه نگاهی به ابعاد تربیتی زندگی سردار شهید حاج قاسم سلیمانی قرار دارند. مهلت دریافت آثار ۳۰ مهر ۱۳۹۹ است. برای اطلاع از ریز موضوعات جشنواره به نشانی Festival.roshd.ir مراجعه نمایید. فیلم برگزیده اول: تندیس زرین جشنواره به همراه جایزه نقدی، فیلم برگزیده دوم: تندیس سیمین جشنواره به همراه جایزه نقدی و فیلم برگزیده سوم: دیپلم افتخار به همراه جایزه نقدی دریافت خواهند کرد.

نحوه ارسال آثار:

تکمیل فرم فراخوان الکترونیکی یا توجه به آیین‌نامه جشنواره و دریافت کد رهگیری از سایت Festival.roshd.ir ارسال فیلم بر روی DVD به همراه کد رهگیری به صورت حضوری یا پستی (کد رهگیری هنگامی به متقاضی اختصاص داده خواهد شد که تمامی اطلاعات خواسته شده را به صورت صحیح در سامانه ثبت نماید) آدرس دبیرخانه سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی تهران خیابان ایرانشهر شمالی نبش کوچه آذرفر، ساختمان شماره ۴ وزارت آموزش و پرورش (شهید سلیمی) پلاک ۲۷۰ است.

شایان ذکر است صندوق پستی: ۴۸۷۴/۱۵۸۷۵ تلفن: ۹- ۸۸۸۳۱۱۶۱ (داخلی ۲۳۲۲۴) مستقیم ۸۸۳۰۱۴۷۹ کدپستی: ۱۵۸۴۷۶۷۳۵۹ و پست الکترونیکی roshd.ir@festival50 و یا oerp.ir@festival50 نیز جهت ارتباط با مخاطبان در نظر گرفته شده است.

## سینمای جهان

# فروش «تنت» نولان ۳۰۰ میلیون دلاری شد

با وجود این که فروش «تنت» جدیدترین فیلم کریستوفر نولان از ۳۰۰ میلیون دلار عبور کرد، اما فروش در داخل آمریکا در حد فاجعه بوده است.

**به گزارش پیام آشنا** به نقل از مهر، با وجود فروش بسیار پایین فیلم «تنت» در بازار داخلی آمریکا فیلم «شیدایی» (هاکوس پاکوس) دیزنی که یک فیلم کمدی به کارگردانی کنی لوئرکا با بازی بت میدلر است و سال ۱۹۹۳ که اکران شد فروش چشمگیری داشت در سینمو اکران آنلاین حسابی درخشید و تقریباً فروشی برابر با «تنت» در آمریکا را ثبت کرد این فیلم موفق شد فیلم «جهش یافتگان جدید» را هم پشت سر بگذارد در هفته‌ای که گذشت «هاکوس پاکوس» که برای هالووین دوباره اکران شده فروشی ۱.۹ میلیون دلاری را از نمایش در ۲۵۷۰ سالن سینما کسب کرد و «تنت» ۲.۷ میلیون دلار از نمایش در ۲۷۲۲ سالن سینما کسب کرد و مجموع فروش این فیلم در داخل آمریکا را به ۲۵.۱ میلیون دلار رساند. «جهش یافتگان جدید» نیز یک میلیون دلار از اکران در ۲۱۵۴ سالن سینما فروخت و مجموع فروشش در آمریکا را به ۲۰.۹ میلیون دلار رساند. با همه اقبالی که انتظار می‌رفت از «تنت» صورت بگیرد به نظر می‌رسد تماشاگران آمریکا در حالی که میزان شیوع کرونا در داخل کشور بسیار بالاست، برای بازگشت به سینما ها مردد هستند در عین حال بسته بودن سینماهای بازارهای بزرگ فیلم یعنی نیویورک و لس آنجلس نیز همچنان مزید بر علت هستند.

«تنت» در دیگر کشورهای جهان بسیار بهتر ظاهر شده و این آخر هفته با اکران در ۹ هزار منطقه‌ای در مجموع ۱۴.۲ میلیون دلار فروش کرد. این فروش مجموع فروش بین‌المللی فیلم را به ۲۶۲ میلیون دلار رساند تا در مجموع فروشش در سطح جهان به ۳۰۷ میلیون دلار برسد در شرایط عادی این رقم فروش برای فیلمی که با هزینه ۲۰۰ میلیون دلاری ساخته شده یک فاجعه محسوب می‌شود اما در دوران پاندمی باید با اغماض بیشتری به این آمار نگاه کرد. استودیو برادران وارنر هنوز امید خود را از دست نداده و معتقد است فروش فیلم بالاتر می‌رود، هر چند فروش به شیوه‌های دیگر از جمله نمایش دیجیتال و فروش اجازه نمایش تلویزیونی می‌تواند این رقم را بالاتر ببرد اما برای نولان که مدافع سرسخت تماشای فیلم در سینما است این یک تجربه خیلی ناخوشایند است.

در صورت اکران نشدن فیلم‌های محبوب دیگر و تعطیل کردن سینماها- همان طور که روز گذشته زنجیره سینمایی سینورلد این کار را کرد- می‌تواند به نابود شدن صنعت نمایش فیلم منجر شود و شغل‌های زیادی از بین برود در بین میان سینماهای مستقل با مالکان خصوصی و سینماهای کوچک‌تر قطعاً ورشکست خواهند شد.