

کهنه‌ها دوباره نو می‌شوند

در هالیوود بر سر ابتکار چه آمده است؟

ترجمه: حمید گرشاسبی

حقیقت او دوست دارد که یک قصه را بارها و بارها گوش دهد. «مایکل شنه زینگر که به طور غیر رسمی، یک سینما روی حرفه‌ای و مشتاق است و به طور رسمی، مدیر کمپانی سونی پیکچرز اینترتینمنت محسوب می‌شود، می‌گوید: «داستان‌های غیر اقتصادی با مرگ آریستوفان پایان یافتند. به طور کلی و در عالم درام، فقط هفت موقعیت نمایشی وجود دارد که او همه آنها را استفاده کرده است و حالا مابقی آثار، بازسازی به حساب می‌آیند. راجرت ایرت در جایی نقل کرده که مستقدان، داستان‌های تازه می‌خواهند، حال آن‌که مخاطبان نمی‌خواهند دست از قصه‌های قدیمی بردارند.»

پن دشام، نویسنده، تهیه‌کننده و کارگردان، توضیحی روشن‌گر دارد: «من به طور ثابت سعی می‌کنم که نیت پنهان در یک داستان را تجزیه و

تحلیل کنم. من مطالعات زیادی بر روی روانشناسی داشته‌ام و به این نتیجه رسیده‌ام که انسان هیچ‌گاه رفتاری را بدون دلیل انجام نمی‌دهد. ما با استفاده از آموزه‌های زبان‌شناسی، بر دانش تاریخی خود می‌افزاییم؛ این که چه کسانی تاریخ را ساخته‌اند، ما برای بقاء نیازمند درک و فهم شنیده‌های تاریخی خود هستیم تا اطراف‌مان را بهتر بشناسیم. من فکر می‌کنم همان‌طور که داستان‌گویی، امری تربیتی است، پذیرش داستان هم پرورش‌یافتنی است. حوزف کمپیل که در زمینه افسانه، اسطوره و مذهب‌های دنیا مطالعات وسیعی دارد، معتقد است، مهم نیست که شما به چه زبان، فرهنگ و جامعه‌ای تعلق داشته باشید. داستان‌های خوب در فرهنگ‌های مختلف قابل پذیرش هستند، چرا که آن‌ها چیزهایی را می‌گویند که به اساس رفتارشناسی انسان‌ها مربوط می‌شوند. به این سؤال‌های جامع توجه کنید: مرگ چه تعریفی دارد؟ چه رازی در مرگ نهفته است؟ چه طور می‌شود یک همسر پیدا کرد؟ چه طور می‌شود از شکار شدن جلوگیری کرد؟ چه طور می‌توان برای آدم‌های تحت حمایت خود، غذا پیدا کرد؟ یادتان باشد که همه داستان‌ها، همیشه همین سؤال‌ها را مطرح می‌کنند. «باک هنری که اخیراً فیلم قدیمی فارغ‌التحصیل را اکران کرده، گریشی متفاوت نسبت به بازسازی دارد: «من فکر می‌کنم که همه چیز به بازاریابی برمی‌گردد؛ از سیاست و روان‌شناسی گرفته تا جنگ. چرا هنر عاده باید متفاوت باشد؟»

نورمن و کسلر، نویسنده فیلم تب شبیه شب، معتقد است که



بازسازی آثار سینمایی همیشه در هالیوود رسم بوده است. دادن روحی تازه به کالبد محصولات کهنه، در هر شاخه‌ای از تجارت، روالی استاندارد بوده است. فیلم جنگ‌های ستاره‌ای، اولین فیلمی بود که در سیل به راه افتاده از فیلم‌های قدیمی، به روی پرده سینما رفت. مجموعه‌های تلویزیونی قدیمی، دوباره در قالب فیلم‌های سینمایی تجسی می‌یابند و گاه فیلم‌های سینمایی، به تلویزیون راه می‌یابند و تبدیل به مجموعه‌های تلویزیونی می‌شوند. بازسازی فیلم‌های سینمایی قدیمی هم چنان ادامه دارد. این موضوع در تلویزیون هم مصداق دارد؛ تلویزیون نیز، مجموعه‌های قدیمی خود را در قالب مجموعه‌های تلویزیونی جدید بازسازی می‌کند. به نظر می‌رسد که برخی از مجموعه‌ها، نامیرا هستند. اما سؤالی که باقی است، این که در هالیوود بر سر ابتکار چه آمده است؟

بیل ایدلسون که تا به حال دوبار موفق به کسب جایزه فیلم‌های تلویزیونی شده، معتقد است، ابتکار ایداً چیز بدی نیست، اما مخاطبان بیش‌تر دوست دارند که صرف نظر از اقتصادی یا غیر اقتصادی بودن داستان فیلم، جذابیت‌های آن را کشف کنند. ایدلسون که نویسنده مجموعه‌های کمدی زوج عجیب و ماجراهای باب نیوهارت است، می‌گوید: «مخاطب به کودکی می‌ماند که دوست دارد، هر روز همان قصه قدیمی جک و لوبیای سحرآمیز را شنود. جذاب‌ترین بخش این قصه، داد و فریادهای غول است. مخاطب هیچ اهمیتی نمی‌دهد که این داستان از کجا آمده است. در



صد شبکه تلویزیونی نظر داریم. شما چه طور می‌خواهید مسائل خود را بشناسید؟ شما چه طور می‌خواهید، آن‌ها را پیدا کنید؟»

ریچارد لوئیس ادامه می‌دهد: «مردم با مجموعه‌ای از مفاهیم آشنا سروکار دارند. با وجود شبکه‌های زیادی که در دسترس همگان قرار گرفته، به ندرت می‌توان بین مردم شکافی ایجاد کرد و از آنان خواست تا به فیلم‌های جدید توجه کنند. برنامه‌های تلویزیونی بسیاری وجود دارند که هرگز دیده نمی‌شوند، چرا که قابلیت ارتباط برقرار کردن با مردم را ندارند. اما اگر بخواهیم چند مثال خوب بزنیم، باید از فیلم‌هایی چون *خارج از محدوده‌ها* و *روح خبیث* و شهرت یاد کنیم که احساسی دلپذیر در مردم ایجاد کرده‌اند. ما باید راهی را پیدا کنیم تا از آن طریق بتوانیم داستان‌هایی مشابه با این فیلم‌ها را بیان کنیم؛ داستان‌هایی که روح آثار اولیه را با خود همراه دارند. در حال حاضر در انجمن صنفی، صحبت از ساخت دنباله‌ای برای *روح خبیث* است. قرار شده که دنبیل حی. تراوانتی نیز به گروه بازیگران ملحق شود. البته ما مفاهیمی جدیدتر را نیز به قصه وارد کرده‌ایم. عنوان قبلی این فیلم که از ورژهای آلمانی گرفته شده، اشاره به ارواح موذی دارد. ما به نام فیلم، ورژ میراث را اضافه کرده‌ایم و یک خانواده کامل را هم با قصه فیلم ترکیب کرده‌ایم که با ارواح، نزع می‌کنند. به این طریق ما به همان ساختاری که مورد نظر مردم بوده، داستانی دیگر را بیان کرده‌ایم؛ مجموعه‌ای با ۴۴ قسمت. ما می‌خواهیم داستان‌های خودمان را تعریف کنیم؛ داستان‌هایی که مورد درخواست مردم نیز هستند.»

دیگر پروژه‌های تلویزیونی، یک مجموعه تلویزیونی

بازسازی چیز تازه‌ای نیست. «هالیوود، همیشه فیلم‌های قدیمی را بازسازی می‌کند. گاه این کار تا چهار یا پنج بار صورت می‌گیرد. وقتی که مردم به طور کامل، فیلمی جدید را تماشا می‌کنند، آن‌ها نمی‌دانند که آن فیلم چه طور به پایان می‌رسد، به همین خاطر به هنگام دیدن آن فیلم احساسی از ناامنی، آن‌ها را فرا می‌گیرد. اما فیلم‌های جدید، برخوردار از احساس‌هایی ایمن‌آفرین برای بینندگان هستند. هیأت‌های اجرایی هالیوود، خیلی به دنبال هنر نیستند، آن‌ها بیشتر پول در آوردن را مد نظر دارند.»

استفانو جی. کانال که بالغ بر چهل برنامه تلویزیونی را کارگردانی کرده، راجع به منطق بازسازی نظر داده است: «ثابت شده، آن فیلم‌هایی که بر اساس برنامه‌های تلویزیونی ساخته شده‌اند فیلم‌های خوبی بوده‌اند. فیلم‌های پرفروشی چون *فراری* و *مأموریت*: غیر ممکن مثال‌های خوبی برای این موضوع هستند. وقتی که چنین سودهایی حاصل می‌شود، شما باید دیوانه باشید که این کار را انجام ندهید.»

نورمن لیر، نویسنده و تهیه‌کننده کهنه کار تلویزیون درباره نگرانی‌های جدی خود در رابطه با فقدان حمایت از نوآوری صحبت می‌کند: «سینما و تلویزیون جزو تجارت‌های بزرگ آمریکاست. این نهاد توسط غول‌های هالیوودی کنترل می‌شوند؛ در واقع آنها یک پروژه را از اول تا آخر دنبال می‌کنند و سلائق شخصی خود را بر کار نویسندگان اعمال می‌کنند.» لیر که خالق مجموعه‌های همه در خانواده، *ماد*، *خانواده جفرسون* و چند برنامه تلویزیونی و تهیه‌کننده فیلم‌های سینمایی *گوجه فرنگی‌های سبز سرخ* شده و کنارم پیمان، بوده، نگرانی خود از کاهش فرصت‌های خلاقه برای نویسندگان را شرح می‌دهد: «بین دیزنی - که از یک کمپانی فراتر رفته و خود تبدیل به یک ملت شده است - و تایم وارنر و کمپانی‌های خبری مرداک اختلاف زیادی وجود ندارد. اگر شما بخواهید برای مخاطب عام بنویسید، در هر کجا که باشید، داستان‌تان را باید آن قدر ریز کنید تا از کیف این کمپانی‌ها عبور کند.»

مفاهیم بسته‌بندی شده

ریچارد لوئیس و جان واتسون که در کمپانی تریلوژی اینترتینمنت گروپ همکاران پن دنشام به حساب می‌آیند، احساس نمی‌کنند که به وسیله «مفاهیم بسته‌بندی شده» محبوس شده‌اند. محصولات تلویزیونی چند سال اخیر آن‌ها و ادغام آن‌ها با شبکه تلویزیونی بین‌المللی متروگلدوین می‌یر، سبب شده است که آن‌ها در بازاریابی محصولاتشان از امتیاز بهتری برخوردار شوند. دنشام می‌گوید: «ما قصد داریم که به ریشه‌های تاریخی خود برگردیم. ما باید میراث تاریخی خود را بازسازی کنیم و آن را به مردم معرفی کنیم. در آینده دنیا را باید از طریق صد شبکه تلویزیونی مشاهده کرد. در آینده، کامپیوترها و تلویزیون‌های وضوح بالا و همین طور شبکه وب تبدیل به ضرورت‌های زندگی بشر خواهند شد. ما به آن

موزیکال است که از فیلم شهرت الهام گرفته شده است. این مجموعه، داستان یک گروه هنری را تعریف می‌کند که اعضاء آن سعی دارند در برابر صنعت سرگرمی‌سازی در لوس‌آنجلس مقیوست کنند. همه آن‌ها کوشش می‌کنند که در عرصه هنر باقی بمانند. این مجموعه، داستانی دربارهٔ هنر، تجربه، ارتباط با افراد دیگر و گروه بازی است. آن‌ها می‌دانند که هنرمند هستند و باید از کارشان لذت ببرند، اما گاه از کارهای خود ناامید می‌شوند. این مجموعه، ظاهری تقریباً متفاوت دارد، هر چند که با عنوان آن، تمام دنیا آشنا هستند. تریلوژی از سی‌بی‌اس خواسته است تا بر اساس فیلم هفت دلاور مجموعه‌ای تهیه کند. نوشتن قصه فیلم به عهده والتر میریچ نهاده شده که تهیه‌کننده فیلم اصلی بوده است. میریچ اکنون مجری طرح است. دنشام راجع به او می‌گوید: «افتخار ما آن است که با او کار خواهیم کرد. او حافظه بسیار خوبی دارد. در واقع این کار، همکاری دو نسل از داستان نویسان است.» در تریلوژی فقط دو شخصیت اصلی داستان حفظ شده‌اند و موسیقی مجموعه نیز از نسخه اصلی آمده است. قهرمانان جدید، قربانیان و افراد شرور اجازه می‌دهند که سیر داستان به سوی کمال سوق یابد. دنشام معتقد است که این مجموعه، داستانی فوق‌العاده برای جذب بینندگان هفتگی دارد و روابطی منطقی بین شخصیت‌ها وجود دارد. «ما دوست داریم به دست مردانی حمایت شویم که در زندگی خود اشتباه کرده‌اند و آن‌ها علی‌رغم گذشته تیره خود، خودشان را وقف آدم‌هایی می‌کنند که از آن‌ها ضعیف‌ترند. این یک فرمول عمومی است؛ فرمولی که برای فیلم‌هایی چون جنگ‌های ستاره‌ای، رابین‌هود، نابخشوده، هفت سامورایی، سفید برفی و هفت کوتوله نیز مصداق دارد.» همکاری دو نسل از داستان نویسان منجر به ساخت یک مجموعه ۸۸ قسمتی شد که خارج از محدوده‌ها نام داشت. این مجموعه تلویزیونی عمومی - تخیلی در سال ۱۹۹۵ پخش شد و در مجموع در ۱۳ رشته نامزد دریافت جایزه از جشنواره فیلم‌های تلویزیونی شد که از آن میان، جایزه بهترین مجموعه داستانی را از آن خود کرد.

بازسازی تلویزیونی و مالکیت

شلدون آبند قصد دارد که از تئوری نسبت انیشتین در صنعت سرگرمی سازی استفاده کند. او از این فرمول استفاده می‌کند: $MK + N = P$ (موضوع کهنه به اضافه نیروی تازه مساوی است با موضوع تازه) او می‌گوید: «پیگمالیون نسخه‌ای بسیار کهنه دارد. من آن را مطالعه می‌کنم و بر آن متمرکز می‌شوم. سپس به محتوای کهنه آن، فرمی تازه می‌دهم. باور من این است که ادبیات نامیراست.»

آبند به عنوان مالک امریکن پبلی کمپانی که قدمتی ۱۰۹ ساله دارد، امتیاز یک برگردان سینمایی از داستانی کوتاه را خریداری کرده است. این داستان متعلق به کورنل ولریچ است که هیچکاک از روی آن پنجره عقبی را ساخته است. او قصد دارد که فیلمی بر

اساس آن داستان بسازد. قرار است تهیه‌کننده این فیلم، استیون هانت (تهیه‌کننده فیلم‌های انجمن شاعران مرده و اما) و بازیگر آن کریستوفر ریو باشد. او می‌گوید: «من همیشه دوست داشتم فیلم پنجره عقبی را بازسازی کنم یا دنباله‌ای بر آن بسازم. ما این کار را خواهیم کرد، اما نه با استفاده از مواد خام هیچکاک، بلکه با بهره‌گیری از جدیدترین تکنولوژی‌های روز. قرار گذشته‌ایم که هسمه چیز را تغییر دهیم: از صندلی چرخ‌خدار گرفته تا دوربین‌ها، میکروفون‌ها، پرده‌ها و غیره.» کمپانی یونیورسال در سال ۱۹۸۳، فیلم پنجره عقبی را دوباره به نمایش گذاشت. از آن موقع به بعد، آبند با آن کمپانی بر سر تصاحب حقوق داستان ولریچ به جنگ و جدل پرداخت؛ طوری که کار آن‌ها به دادگاه کشیده شد. در سال ۱۹۹۰، دادگاه با نظر به این که نویسنده داستان مرده است، به نفع آبند رأی داد. «مالکیت» در حوزه ایده‌های بازسازی شده، همیشه امری یکسان و ثابت نیست. گاه اتفاق می‌افتد که نویسندگان متوجه می‌شوند از مفاهیم و شخصیت‌های خلق شده به وسیله آن‌ها، فیلمی ساخته‌اند، بدون این که حتی یک دلار هم به آن‌ها داده باشند. اوضاع همیشه یک شکل نیست. شروود شوآرتز که قصد دارد بر اساس مجموعه‌های برادی بانچ و جزیره گلیکان، فیلمی بسازد، با آگاهی کامل از حقوق مولفان، هشت سال تمام، تلاش‌های بسیاری کرد تا صاحبان صنایع و کمپانی‌های فیلم‌سازی، حقوق مالی نویسندگان را به رسمیت بشناسند. او معتقد است که خود نویسندگان نیز باید برای مالکیت آثار خود، ارتباطی گسترده با قانون کپی رایت داشته باشند.

وقتی که کمپانی کلمبیا تصمیم گرفت بر اساس مجموعه تلویزیونی افسون شده، فیلم بسازد، هیچ مشورتی با نویسنده و تهیه‌کننده آن، سول ساکس، انجام نشد. ساکس می‌گوید که کلمبیا حقوق مادی او را ضایع کرده است. «در هنگام قرض داد برای نوشتن آن مجموعه، از ساخت فیلمی سینمایی بر اساس این مجموعه حرفی به میان نیامد. حالا این شرم‌آور است که می‌گویند ما در حال استفاده از فرمی دیگر هستیم. آن چه اهمیت دارد، این است که، آن شخصیت‌هایی که من خلق کرده‌ام، آن قدر جذابند که مردم با آن‌ها ارتباط برقرار می‌کنند و با آن‌ها زندگی می‌کنند. یادم هست وقتی که این مجموعه پخش می‌شد، دانش‌آموزان به محض رسیدن به خانه، به تماشای آن می‌نشستند.» در این زمینه نورمن لیر هم نظر جالبی دارد: «من فکر می‌کنم که صنعت دوباره‌سازی برای پیوند بینندگان به گذشته باب نشده است. آن چه که صاحبان صنایع به دنبال آن هستند، این است که از این طریق تجارت کنند. بازسازی آثار قدیمی، حاصل میل آن‌ها به نوستالژی نیست، بلکه حاصل میل آن‌ها برای بدست آوردن پول از طریق نوستالژی است.» ریک کوپ که خود نیز دستی در صنعت بازسازی دارد و از طرفداران آن محسوب می‌شود، می‌گوید: «استفاده از واژه بازسازی، شاید کمی مسأله‌انگیز باشد. ما ایده‌ای را از جایی می‌گیریم و آن را تغییر می‌دهیم؛ با انطباق با شرایط روز. من فکر می‌کنم که با وجود سینما، تلویزیون و مولتی مدیا، مکان‌های فراوانی برای خلاقیت

یافت می‌شود. شاید بهتر باشد که مثالی بزنم. اگر شما به نمایش نامه‌های شکسپیر توجه کنید، خواهید دید که او نیز همین کار را می‌کرده است. البته من نمی‌خواهم فیلمی مثل **برادی بانچ** را با آثار شکسپیر مقایسه کنیم. اما خوب، او نیز ایده نمایش نامه‌هایش را از دوران پیش از خود می‌گرفته و آن‌ها را در قالبی درخشان می‌ریخته است. من فکر می‌کنم که حالا دیگر مرزبندی‌های مشخصی بین سینما و تلویزیون وجود ندارد.» سول ساکس که هالیوود نوشته‌ای از او را، مورد استفاده قرار داده، می‌گوید: «هالیوودی‌ها چیز زیادی نمی‌دانند. ویلیام گولدمن معتقد بود که هیچ کس، هیچ نمی‌داند. اما در مورد هالیوودی‌ها، موضوع از این بدتر است، چرا که آن‌ها نمی‌دانند که هیچ نمی‌دانند.» شروود شوآرتز نیز نظری مشابه دارد: «برای هالیوودی‌ها هیچ اهمیتی ندارد که هیچ نمی‌دانند. آن‌ها پول و قدرت دارند. اما نویسندگان فقط مغز دارند.»

جو استفانو نیز معتقد است که بسیاری از نویسندگان گمان می‌کنند که دیگر جایی برای خلاقیت نیست. در واقع این موضوع بیش‌تر از حس بی‌اعتمادی صاحبان کمپانی‌ها نسبت به نویسندگان ناشی می‌شود. وقتی که یک نویسنده، اثری جدید خلق می‌کند، صاحبان کمپانی‌ها نمی‌دانند که آیا این اثر جدید با موفقیت روبرو خواهد شد یا نه؟ اما آن‌ها خوب می‌دانند که فیلمی چون **خارج از محدوده‌ها** پرفروش خواهد شد. امروزه، هنر با پول محک می‌خورد. نویسندگان مجبورند که برای سرگرم ساختن مردم بنویسند. امروزه دیگر به بکر بودن موضوع ارزشی نمی‌دهند.

همان‌هایی که قبلاً دیده‌اید

نمایش مجدد فیلم‌های قدیمی، خود می‌تواند بخشی از صنعت دوباره‌سازی باشد. باک هنری معتقد است که نمایش مجدد فیلم‌های قدیمی راهی مناسب برای پول درآوردن است؛ همان‌طور که **جنگ‌های ستاره‌ای**، این موضوع را ثابت کرد. اما بروس پالترو، تهیه‌کننده، گفته کار که می‌خواهد مجموعه‌ای تلویزیونی بر اساس فیلم **فارگو** بسازد، نمایش مجدد فیلم‌ها را، راهی برای بازشناسی فرهنگ می‌داند؛ راهی که ما به واسطه آن می‌توانیم به گذشته احترام بگذاریم. او دوست ندارد که **پدرخوانده** را با صدایی جدید بر پرده سینما ببیند. او همان نسخه قدیمی را دوست دارد. مایکل شله زینگر نیز نمایش مجدد را چیز جدیدی تلقی نمی‌کند. او معتقد است که با نمایش مجدد فیلم‌هایی چون **لورنس هرستان** و **بانوی زیبای من** می‌توان به پول سرشاری دست پیدا کرد. به ندرت

اتفاق می‌افتد که نمایش مجدد فیلم‌ها، برای فیلمنامه‌نویس آن نفع مادی داشته باشد. صاحبان کمپانی، توجهی به حقوق مولفان ندارند. جورج لوکاس، البته یک مورد استثنایی است. او به هنگام ساخت فیلم، تمام حقوق بازسازی و دنباله‌سازی را نیز از آن خود کرد. البته فوکس قرن بیستم و لوکاس اصرار دارند که بگویند نمایش مجدد فیلم را به منظور کسب درآمد انجام نداده‌اند. تام شرآک، مدیر بخش داخلی فوکس قرن بیستم در لوس‌آنجلس تا به‌حال گفته است که آن‌ها نمی‌خواسته‌اند برای به دست آوردن پول بیش‌تر، درخواست‌های لوکاس را زیر پا بگذارند. لوکاس مایل بود که سه‌گانه **جنگ‌های ستاره‌ای** را با جلوه‌های صوتی و تصویری بهتری نمایش دهند. او می‌خواست که خانواده‌ها یک جا هر سه فیلم را به تماشا بنشینند؛ طوری که گویی یک داستان را دیده‌اند. بیست سال پیش، وقتی که این فیلم‌ساز مستقل چون، ایده فیلم **جنگ‌های ستاره‌ای** را مطرح کرد، استودیوهای بزرگ پاپس کشیدند. سی سال پیش، مایک نیکولز هم برای ساخت فیلم **فارغ‌التحصیل** مجبور شد که به پنج استودیو مراجعه کند.

نظر به آینده

هم چنان که به هزاره‌ای تازه نزدیک می‌شویم، ما نمونه‌هایی تازه از فرهنگ خود را کشف می‌کنیم. هالیوود بسیار دوست دارد که اساس کار خود را بر پایه تکنولوژی‌های جدید استوار کند، اما آیا این باید بدان معنا باشد که ما از خلاقیت‌ها فاصله بگیریم؟ سول ساکس می‌گوید: «آینده‌ای وجود ندارد. در مورد هالیوود، آن چه که معلوم است، حال و گذشته است. هالیوودی‌ها به آینده کلان نظر ندارند. آن‌ها فقط می‌توانند، فصل آینده را ببینند تا در ماه آینده سرآمد باشند. هالیوودی‌های برای آدم‌های خلاق مزاحمت ایجاد می‌کنند. آن‌ها کشتزاری ندارند تا برای آینده در آن بذری بکارند. آن‌ها فقط به دنبال گذاری کوچک هستند تا از آن گل سرخی بزدند. آن‌ها حتی تاجران خوبی هم نیستند»

جو ودون نیز نظری مشابه دارد. او که یکی از نویسندگان فیلم‌های **داستان اسپای بازی** و **رستخیز بیگانه** بوده، می‌گوید: «هالیوود همواره سعی دارد که تقلب کند، بزدل و راه‌هایی آسان برای ساختن فیلم‌های موفق پیدا کند. اما من فکر می‌کنم که مردم هنوز دوست دارند که داستان‌های خوب و تازه را تجربه کنند، هر چند که گاه اتفاق می‌افتد که آن‌ها به شنیدن تکرار یک داستان تمایل نشان می‌دهند.» ■

مارشا اسکاز برو





پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

فدایا

پرونده یک موضوع؟

اقتصاد سینما

- گفت و گو با دکتر حسین نژاد رئیس سازمان توسعه سینمایی سوره / فیلم بی مخاطب، بهتر است که ساخته نشود / ۵۸
- اقتصاد سینما، از تحلیل تارا هبرد / رضا سالک / ۶۸
- گفت و گو با رئیس بنیاد فیلم اتریش / سینمای اروپا و چالش‌های فرهنگی - اقتصادی / ۷۵
- گفت و گو با فرانک مارشال تهیه کننده و کارگردان / از دغدغه تهیه کنندگی تا کاپوس کارگردانی / ترجمه: جلیل جعفری یزدی / ۷۸
- ترفندهای بازاریابی هالیوود و سینمای مستقل / فیلم‌های برنده، فیلم‌های بازنده / ترجمه: مهدی عبدالله زاده / ۸۳
- تبلیغ کالا در فیلم / ترجمه: سعید خاموش / ۹۰
- بینش‌های حاشیه‌ای / منطقه‌گرایی، ملی‌گرایی، جهان‌گرایی / ۹۴
- فیلم، هالیوود، سینمای ملی، هویت فرهنگی و سیاست‌های سینمایی / ۱۰۳
- چرا آمریکا بر بازار فیلم دنیا تسلط دارد / ۱۱۲
- شگردهای مواجهه هالیوود با جهانی شدن اقتصاد در دهه نود / ۱۲۲
- حجم و ترکیب مبادلات سمعی و بصری / ۱۳۴
- اقتصاد مخاطب‌سازی و جریان‌های یک سویه توزیع فیلم / ترجمه: سودابه نبی / ۱۴۰