«فرهیختگان» آمار ۵۰ فیلم پرمخاطب از نظر تعداد تماشاچی، کارگردان، تهیه‌کننده، دفتر پخش فیلم و فروش کل را در ۱۰ سال اخیر بررسی کرد

همه برای یکی

مریم قضاملی
خبرنگار گروه فرهنگ

سینما، مدل اکران، فیلم‌های پرفروش، ژانر و خیلی موضوعات دیگر آنقدر مهم است که نمی‌شود به‌راحتی از کنارش گذشت. برای همین است که با بررسی سیر یک تاریخ مشخص می‌توان به نکات مهمی دست یافت و روند و مسیر سینما را ارزیابی کرد. انتخاب ۱۰ سال اخیر در این گزارش و بررسی این دوره از سینما، نشان می‌دهد که هرچقدر هم که اعداد و ارقام فروش بزرگ شوند اما باز هم سینما به وسیله تعدادی محدود چرخانده و در انحصار آن‌ها باقی می‌ماند. در این گزارش از سال ۹۴ تا شش ماهه اول ۱۴۰۳، ۵۰ فیلم پرمخاطب از نظر تعداد تماشاچی، کارگردان، تهیه‌کننده، دفتر پخش فیلم و فروش کل را بررسی کردیم و به نتایج جالبی رسیدیم.

دفتر پخش

در پروسه اکران یک فیلم، دفاتر پخش حکم برگ‌برنده را برای یک فیلم دارند. دفتری که از قدرت و نفوذ بیشتری برخوردار باشد تا حد زیادی می‌تواند فروش خوبی را برای یک فیلم به ارمغان بیاورد. تا به حال حساب‌وکتاب‌های زیادی شده تا رقم حدودی کسب سود دفاتر پخش از یک فیلم به دست بیاید، اما به دلیل عدم شفافیت نمی‌توان به یک فرمول مشخص رسید. در سینمای ایران زیاد دیده شده که دفاتر پخش، مدیر سینماهای بزرگ باشند و سهم بیشتری از پخش را در جیب خود بگذارند.

سال ۱۴۰۱ امیرحسین علم‌الهدی، کارشناس حوزه اقتصاد سینما در گفت‌وگو با مهر به سهم دفاتر پخش اشاره کرد و گفت: «در همان ابتدا از هر قطعه بلیت ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده کسر می‌شود. از مابقی مبلغ ۵۰ درصد سهم دفتر پخش است و ۵۰ درصد دیگر سهم سینماداران می‌شود. دفتر پخش هم براساس قراردادی که با تولیدکننده فیلم دارد، حدود ۱۰ درصد از مبلغ را کسر می‌کند و براین‌مبنا و با احتساب هزینه‌های مرتبط با تبلیغات و موارد دیگر اگر فیلم خوش‌شانس باشد حدود ۳۳ تا ۳۷ درصد مبلغ کل فروش در گیشه به عواملش می‌رسد. در این شرایط اگر یک فیلم یک میلیارد تومان فروش در گیشه داشته باشد، حدود ۳۵۰ میلیون تومان آن سهم مالک فیلم یعنی تهیه‌کننده می‌شود؛ حدود ۳۳ دفتر پخش در ایران فعالیت می‌کنند. البته لازم به ذکر است که دفاتر پخشی هم وجود دارد که با نام‌های مختلف اما توسط یک نفر مدیریت شوند. در میان این تعداد از دفاتر پخش نام تعدادی از آن‌ها بیشتر به گوش می‌خورد. «فیلمیران» توانسته از فاصله سال ۱۳۹۴، تا به امسال با ۲۰ فیلم نام و نشان خوبی از خود به جای بگذارد. این موسسه بین‌المللی در اواخر سال ۱۳۸۳ سه شرکت فیلمسازی «ترکیب» و از درون این‌ها، موسسه فیلمیران به مدیرعاملی علیرضا سرتیپی آغاز به کار کرد. «فیلمساز ان جوان» به مدیرعاملی سید غلامرضا موسوی، «میلاد فیلم» به مدیرعاملی رسول صدرعاملی و «آفتاب نگاران» به مدیرعاملی محمدرضا تخت‌کشیان آن سه شرکت فیلمسازی بودند که ترکیب شدند. فیلم‌های «مست عشق»، «آیینه بغل»، «بچه زنزگ»، «فسیل» از جمله فیلم‌های پرفروش در سال‌های مختلفی هستند که با حمایت این دفتر پخش، فروش خوبی را کسب کردند. فیلمیران از پخش ۲۰ فیلم، توانسته بیش از ۶۳۶ میلیارد تومان برای سینما درآمد داشته باشد. البته این عدد تنها ۲۹ درصد فروش کل سینما را شامل می‌شود و ۷۱ درصد باقی فروش به عهده دفاتر پخش دیگر بوده است. با اختلاف زیاد، «شایسته فیلم» در جایگاه دوم دیده می‌شود. محمد شایسته مدیریت این دفتر پخش را به عهده دارد. اما نام او به عنوان تهیه‌کننده فیلم «هتل» هم دیده شده. فیلمی که در سال ۱۴۰۲، به عنوان دومین فیلم پرفروش سال قرار گرفت. در مجموع، ۵ فیلم توانسته‌اند با همکاری این دفتر پخش در میان ۵۰ فیلم پرفروش این ۱۰ سال قرار بگیرند.

تهیه‌کننده

در این لیست ۵۰تایی، نام افراد زیادی به عنوان تهیه‌کننده دیده می‌شود اما تنها سید ابراهیم عامریان است که توانسته بیش از ۵۰۰ میلیارد برای سینما آورده داشته باشد. این تهیه‌کننده شش فیلم با پرکاربترین کارگردان یعنی سیدمسعود اطیابی کار کرده. تنها تجربه کاری این تهیه‌کننده با کریم امینی منجر به ساخت فیلم فسیل که پرفروش‌ترین فیلم در تاریخ سینماست شده.

کارگردان

سیدمسعود اطیابی، با ۸ فیلم جزء کارگردانان پرکار این ۱۰ سال حساب می‌شود. «هتل»، «بخارست»، «انفرادی»، «نگرانی‌ها» و... بخشی از کارنامه اطیابی‌اند. احتمالاً فروش سه میلیاردی «شنای پروانه»، در روزهایی که سینما هم به خاطر کرونا دچار آسیب شده بود، در تغییر مسیر کاری اطیابی بی‌تاثیر نبود. اطیابی که قبل از آن دو فیلم نگرانی را ساخته بود، با شکستی که سر شنای پروانه خورد، ژانر اجتماعی را به کاردانش سپرد و از آن به بعد تنها در ژانر کمدی فعالیت کرد. اطیابی از سال ۱۴۰۰ تا به الان هرسال یک فیلم کمدی را حتما کارگردانی کرده و توانسته کارهایش را با میزان زیادی مخاطب به فروش برساند. اطیابی تا به اینجا بیش از ۵۰۰ میلیارد برای سینما آورده داشته است.

ژانر

ژانر کمدی در سینمای ایران آنقدر ریشه دوانده که رشد و نمو سینما وابسته به فیلم‌های کمدی شده است. درباره اهمیت و تاثیر این ژانر زیاد گفته شده. در میان ۵۰ فیلم، ۳۵ تا برای فیلم‌های کمدی‌اند. این عدد بیش از ۷۰ درصد فروش را شامل می‌شود. در ترکیب ۱۵ فیلم دیگر ژانرهای اجتماعی، کودک و نوجوان، تاریخی و عاشقانه وجود دارد که به مراتب بخش کمتری از مخاطب و فروش را شامل می‌شوند.

در میان ۵۰ فیلم، تنها دو انیمیشن به عنوان ۵ فیلم پرمخاطب دیده می‌شوند. انیمیشن «شاهزاده روم» در سال ۱۳۹۴، توانست بیش از ۳ میلیارد و ۶۰۰ میلیون فروش داشته باشد. بعد از گذشت ۷ سال، برای بار دوم یک انیمیشن به جمع ۵ فیلم پرمخاطب راه پیدا کرد. انیمیشن بچه زرنگ توانست بیش از ۶۲ میلیارد فروش کند و نزدیک به دو میلیون مخاطب برای سینما بیاورد. ساخت فیلم‌هایی با ژانر تاریخی، هزینه‌های زیادی دارد و کمتر کارگردانی به سراغ همچین ژانری می‌رود. دو فیلم «محمد رسول الله(ص)» و «مست عشق» به خاطر کرونا دچار آسیب شده بود. در تغییر مسیر کاری اطیابی بی‌تاثیر نبود. اطیابی که قبل از آن دو فیلم نگرانی را ساخته بود، با شکستی که سر شنای پروانه خورد، ژانر اجتماعی را به کاردانش سپرد و از آن به بعد

جزئیات سینما در ۱۰ سال اخیر (۱۳۹۴ تا شش ماهه اول ۱۴۰۳)

میزان فروش	پرفروش‌ترین ژانر		پرکاربترین تهیه‌کننده		پرکاربترین دفتر پخش		پرکاربترین کارگردان	
۵۰ فیلم پرمخاطب	فیلم کمدی	درصد کمدی از کل سینما	سیدابراهیم عامریان	سهم عامریان در سینما	فیلمیران	سهم فیلمیران از کل سینما	سیدمسعود اطیابی	سهم اطیابی در سینما
۲۲،۰۶۰،۴۰۰،۶۲۷،۴۳۴	۱۲،۷۲۷،۹۷۵،۰۶۲،۶۸۹	٪۵۸	۵،۰۹۴،۲۶۲،۹۲۸،۷۲۱	٪۲۳	۶،۳۶۸،۶۷۹،۹۲۲،۵۸۵	٪۲۹	۵،۰۶۱،۱۰۱،۶۶۰،۲۲۰	٪۲۳

سال	اسم فیلم	فروش	مخاطب	تهیه‌کننده	کارگردان	پخش‌کننده	سهم فیلم از کل فروش
۱۳۹۴	محمد رسول‌الله(ص)	۱۲۵،۵۸۸،۲۹۳،۱۲۰	۲،۶۴۳،۱۲۵	مؤسسه سینمایی نور تابان	مجید مجیدی	مؤسسه سینمایی نور تابان	۲۰ درصد
	نهنگ عنبر	۷۰،۱۳۹،۸۷۶،۰۰۰	۱،۲۳۷،۹۲۲	سامان مقدم	سامان مقدم	–	۱۰ درصد
	انیمیشن شاهزاده روم	۳۶،۸۷۹،۱۲۲،۰۰۰	۹۱۸،۲۶۳	حامد جعفری	هادی محمدیان طیفی	حوزه هنری	۵ درصد
	ایران برگر	۲۶،۳۴۴،۳۹۷،۰۰۰	۸۶۴،۰۲۴	فتح‌الله جعفری جوزانی	مسعود جعفری جوزانی	فیلمیران	۶ درصد
	در مدت معلوم	۳۷،۵۲۵،۲۹۴،۹۸۰	۶۴۵،۲۹۳	سیدمحسن جاهد و رؤیا شریف	وحید امیرخانی	فیلمیران	۵ درصد
	سهم پنج فیلم رتبه اول	۳۳۶،۴۷۷،۰۳۳،۱۲۰	۶،۱۲۸،۹۲۷	–	–	–	–
	کل سینما	۷۲۷،۷۳۸،۰۴۷،۰۰۰	۱۳،۳۷۳،۰۳۸	–	–	–	–
	نسبت پنج فیلم به کل فروش	۴۶ درصد	۴۶ درصد	–	–	–	–
۱۳۹۵	من سالاردور نیستم	۱۴۳،۳۰۴،۹۱۱،۰۰۰	۲،۳۹۶،۰۰۶	سیدامیر پروین‌حسینی و منصور سهراب‌پور	منوچهر هادی	رسانه فیلمسازان	۸ درصد
	فروشنده	۱۵۷،۱۲۹،۱۹۶،۴۲۰	۲،۱۶۰،۰۵۰	اصغر فرهادی	اصغر فرهادی	ممنتو فیلمز (فرانسه) فیلمیران (ایران)	۹ درصد
	سلام بمبئی	۱۳۷،۲۶۹،۷۷۱،۹۹۰	۲،۱۵۲،۲۰۲	جواد نوروزبیگی	قربان محمدپور	فیلمیران	۸ درصد
	۵۰ کیلو آلبالو	۱۳۶،۵۶۰،۱۶۰،۰۰۰	۲،۱۴۳،۶۲۵	مصطفی شایسته و محمد شایسته	مانی حقیقی	هدایت‌فیلم	۸ درصد
	بارکد	۱۱۱،۸۷۳،۷۹۹،۰۰۰	۱،۷۱۱،۰۹۹	مصطفی کیایی	مصطفی کیایی	فیلمیران	۷ درصد
	سهم پنج فیلم رتبه اول	۶۸۶،۱۵۷،۸۳۸،۲۳۰	۱۰،۵۶۲،۹۸۲	–	–	–	–
	کل سینما	۱،۶۹۲،۷۸۰،۲۹۳،۰۰۰	۲۵،۹۴۷،۲۸۳	–	–	–	–
	نسبت پنج فیلم به کل فروش	۴۱ درصد	۴۱ درصد	–	–	–	–
۱۳۹۶	نهنگ عنبر۲	۲۰۹،۹۱۸،۹۸۵،۱۹۰	۲،۶۷۴،۶۴۸	سامان مقدم	سیامان مقدم	فیلمیران	۱۲ درصد
	آینه بغل	۲۰۲،۱۷۷،۰۵۹،۴۲۲	۲،۶۵۰،۶۹۷	منصور سهراب‌پور	منوچهر هادی	فیلمیران	۱۱ درصد
	گشت ۲	۱۸۸،۷۱۱،۰۱۶،۰۰۰	۲،۳۳۵،۹۰۷	سعید سهیلی	سعید سهیلی	هدایت فیلم	۱۰ درصد
	اکسیدان	۱۰۸،۳۳۸،۰۲۱،۶۶۰	۱،۳۱۰،۵۲۰	منوچهر محمدی	حامد محمدی	رسانه فیلمسازان	۶ درصد
	خوب، بد، جلف	۱۰۵،۵۲۹،۷۶۷،۰۰۰	۱،۲۱۵،۹۸۷	محسن چگینی و عبدالله اسکندری	پیمان قاسم‌خانی	هدایت‌فیلم	۶ درصد
	سهم پنج فیلم رتبه اول	۸۱۴،۶۹۲،۸۴۹،۲۷۲	۱۰،۱۸۷،۷۷۹	–	–	–	–
	کل سینما	۱،۸۰۵،۱۲۵،۵۶۱،۸۵۰	۲۲،۸۵۶،۰۹۷	–	–	–	–
	نسبت پنج فیلم به کل فروش	۲۵ درصد	۲۵ درصد	–	–	–	–
۱۳۹۸	مطرب	۳۸۵،۴۵۸،۳۲۲،۳۰۰	۳،۲۹۷،۱۳۸	مصطفی کیایی	مصطفی کیایی	فیلمیران	۱۳ درصد
	تگزاس۲	۲۵۰،۸۹۲،۴۰۳،۷۹۰	۲،۴۰۶،۹۲۰	سیدابراهیم عامریان	مسعود اطیابی	نیکان‌فیلم	۸ درصد
	متری شش‌ونیم	۲۷۷،۸۵۹،۶۵۱،۸۲۰	۲،۳۱۷،۲۴۵	جمال ساداتیان	سعید روستایی	خانه فیلم	۹ درصد
	رحمان ۱۴۰۰	۲۲۵،۴۴۲،۱۸۵،۳۷۰	۱،۷۹۷،۱۸۴	علی سرتیپی	منوچهر هادی	فیلمیران	۸ درصد
	شبی که ماه کامل شد	۱۹۱،۲۵۳،۷۶۵،۴۴۰	۱،۷۱۶،۹۱۵	محمدحسین قاسمی	نرگس آبیار	نور تابان	۶ درصد
	سهم پنج فیلم رتبه اول	۱،۳۳۰،۸۸۶،۳۴۸،۷۴۰	۱۱،۵۳۵،۶۲۲	–	–	–	–
	کل سینما	۲،۹۹۳،۴۳۷،۴۶۷،۰۰۰	۲۶،۳۱۰،۳۸۴	–	–	–	–
	نسبت پنج فیلم به کل فروش	۴۴ درصد	۴۴ درصد	–	–	–	–
۱۳۹۹	شنای پروانه	۳۳،۱۶۲،۲۶۸،۵۰۱	۲۰۰،۳۷۷	سیدابراهیم عامریان	سیدمسعود اطیابی	خانه فیلم	۳۶ درصد
	خوب، بد جلف ۲: ارتش سری	۱۵،۷۱۵،۵۶۵،۴۲۹	۹۹،۲۵۸	محسن چگینی	پیمان قاسم‌خانی	فیلمیران	۱۷ درصد
	آقای سانسور	۱۲،۳۷۶،۶۹۳،۴۷۶	۸۹،۵۲۸	غلامرضا گمرگی	علی جبارزاده	نمایش‌گستران	۱۳ درصد
	دیدن این فیلم جرم است	۱۱،۷۲۵،۲۲۵،۴۲۱	۳۸۹،۲۲۰	محمدرضا شفا	رضا زهتابچیان	بهمن‌سبز	۱۳ درصد
	زن‌ها فرشته‌اند ۲	۷،۵۸۱،۱۲۳،۵۳۰	۵۹،۵۹۵	حسین فرحبخش	آرش معجریان	فیلمیران	۸ درصد
	سهم پنج فیلم رتبه اول	۸۰،۵۶۰،۸۲۶،۳۵۷	۵۳۷،۲۳۷	–	–	–	–
	کل سینما	۹۱،۹۷۲،۱۳۷،۰۹۳	۶۳۳،۸۳۵	–	–	–	–
	نسبت پنج فیلم به کل فروش	۸۸ درصد	۸۶ درصد	–	–	–	–

ادامه در صفحه ۱۳

پنجشنبه ۱۷ آبان ۱۴۰۳
۰۱۴
شماره ۴۲۷۳
FARHIKHTEGANDAILY.COM
FARHIKHTEGANONLINE

سلبریتی‌ها انتخابات را به ترامپ باختند

زخم کاری به فرهنگ شهرت

ایمان عظیمی
خبرنگار گروه فرهنگ

انتخابات ریاست جمهوری آمریکا برگزار شد و دونالد ترامپ با شکست نامزد دموکرات‌ها برای مرتبه دوم به کاخ سفید راه یافت. دلایل شکست کاملا هریس به موارد گوناگونی بازمی‌گردد که ما در اینجا فقط به یک مورد اساسی آن نگاه می‌اندازیم. بدیده «سلبریتی» در حکم یک سد مستحکم دفاعی و حتی تهاجمی برای گلوبالیست‌ها و دموکرات‌های آمریکایی است. آن‌ها قصد دارند با استفاده از این موجودیت دنیا را تحت انقیاد خود درآورند و از راه کنترل «سلیقه» و «ذائقه» فضای سیاسی و فرهنگی دنیا را در مشت بگیرند. برای نمونه، حمایت تمام قد «تیلور سوئیفت»، خواننده و موزیسین ژانر کانتری و پاپ از کاملا هریس این گمان را تقویت کرد که طیف زیادی از مردم آمریکا به سمت نامزد دموکرات‌ها گرایش نشان خواهند داد و او را به‌عنوان چهل‌وهفتمین رئیس جمهور ایالات متحده به دنیا معرفی می‌کنند اما تجربه ۲۰۱۶ ثابت کرد که پیروزی ترامپ در انتخابات تنها یک اتفاق نبوده و جبهه مقابل او دچار خطای شناختی‌اند، وگرنه از اتفاقات پیش درس می‌گرفتند و روی حمایت خواننده و بازیگر جساحت قمار نمی‌کردند. بحران در آمریکا به دلیل حمایت‌های گاه و بی‌گاه شرکت‌ها و کمپانی‌های بزرگ از جنبش‌های نوظهور و هویت‌طلب جنسی و همجنین دست گذاشتن روی گسل‌های فرهنگی و تبعیض مثبت و گلخانه‌ای به نفع طیفی خاص از اجتماع رنگین‌پوستان سبب شده تا بخش اعظمی از مردم آمریکا عملا از فرایند شرکت در امرسیاسی و سیاستگذاری فاصله بگیرند و با انتخاب آدم بدنامی همچون ترامپ نسبت به گردانندگان اصلی میزانسن قدرت در کشور خود واکنش نشان دهند. در این گزارش با استفاده از نمونه‌های موجود به دلایل فرهنگی شکست سخت دموکرات‌ها در برابر محافظه‌کاران می‌پردازیم.

سلبریتی لخت است

تیلور سوئیفت به اندازه یک کشور ۲۸۳ میلیون نفری در اینستاگرام دنبال‌کننده دارد و به‌طور میانگین برای هر پستش در این رسانه نزدیک به ۶ میلیون لایک می‌گیرد. طبیعی هم به نظر می‌رسد که سیاستمداران بتوانند دنیا بخواهند از این امکان بهره ببرند و سید رأی جناحی که به آن تعلق دارند را برکنند ولی آیا این راه همچون مُسکنی که برای تسکین دادن به درد مورد استفاده قرار می‌گیرد و در اغلب اوقات هم جواب می‌دهد، قرار است گلوبالیست‌ها را به سر منزل مقصود برساند؟ جواب ما این است که عرصه سیاست و فرهنگ هیچ قرابت و نزدیکی‌ای به حوزه علوم تجربی ندارند و نباید هم انتظار آن را از مردم و افکارعمومی داشت که مطابق آنچه در اتاق‌های فکر تعیین شده است، عمل کند. «تیلور سوئیفت» در راه حمایت از کاملا هریس تنها نبود ولی نقش ویژه‌ای در این میان ایفا کرد، به‌طوری که براساس نظرسنجی «مورنینگ کنساالت» که نتایج آن در ماه مارس ۲۰۲۳ منتشر شد، تقریبا سه چهارم طرفداران تیلور سوئیفت سفید پوست‌اند و از حزب دموکرات در انتخابات ریاست جمهوری پیروی می‌کنند. پیش از انتشار پست تیلور سوئیفت در حمایت از هریس نیز یک سوم آمریکایی‌ها در نظرسنجی ها گفته بودند که نظر این خواننده ممکن است تصمیم آن‌ها را برای حمایت از یک کاندیدا تغییر دهد. اما اشد آنچه نباید می‌شد و علی‌رغم تمام پیش‌بینی‌ها اسم هریس به عنوان اولین رئیس جمهور زن از صندوق‌ها بیرون نیامد. پیروزی ترامپ در دوی مارتن انتخابات آمریکا بدون اینکه خود او به طور قطع دارای خصوصیات لازم برای قرار گرفتن در این جایگاه باشد، نتیجه دستکاری فرهنگ عمومی توسط گردانندگان زمین بازی سیاست در ایالات متحده است. سلبریتی‌زایی و توجه بیش از حد به سبک زندگی بازیگران، ورزشکاران حرفه‌ای و خوانندگان ژانرهای پرطرفدارتر موسیقی و ساخت یک پیامبر جعلی از ایشان یک‌شبه به‌وجود نیامد که یک‌شبه بخواهد از بین برود ولی همین مسئله تحمل شکست را برای دموکرات‌ها در دومین انتخابات مهم این سال‌هایشان، یعنی پس از انتخابات ۲۰۱۶ تبدیل به اتفاقی عادی و روزمره کرد. به عبارت دیگر، بی‌اهمیت شمردن بخش مهمی از جامعه آمریکا -که حتی در نظرسنجی‌های رسانه‌های اصلی متمایل به جمهوری‌خواهان و دموکرات‌ها هم نقش فعال آن‌ها دست‌کم گرفته می‌شود- آثار زیادی در پی دارد که فقط نوک کوه‌یخ آن در انتخابات‌ها و بازی‌های اینچنینی نمایان می‌شود.

قمار، برد و باخت دارد

این فقط سلبریتی‌ها نبودند که از تمام توان‌شان برای رأی آوردن کاملا هریس استفاده کردند، بلکه مقاطعه‌دهندگان جدید و قدیم آن‌ها، یعنی کمپانی‌های هالیوودی و مدیران‌شان حسابی برای رأی آوردن نامزد دموکرات‌ها تلاش کردند. به گزارش فوربس، ۸۸ کارآفرین و رهبر تجاری در آمریکا با ارسال نامه‌ای به کمپین انتخاباتی هریس و تیم والز پیوستند و بیان کردند برای رأی آوردن او تلاش می‌کنند. «جیمز مرداک»، فرزند «روپرت مرداک» مؤسس «شبکه رسانه‌ای فاکس» برخلاف پدرش -که به سرسختی در محافظه‌کاری شهره است- از هریس حمایت کرد. نام‌های دیگری همچون «جف بیزکس»، مدیرعامل سابق تایم وارنر، «بری دیلر»، مدیرعامل سابق پارامونت پیکچرز و «مایک لینتون»، مدیرعامل سونی اینترتینمنت از جمله حامیان هریس بودند که بی‌هیچ واهمه‌ای نام خود را در سیاهه مشتاقان دومین زن نامزد انتخابات ریاست جمهوری آمریکا «مهمان پرمشتری» نهایت تلاش خود را به انجام رساندند. حتی رذیای میاسیون هم برای پالوده نگاه داشتن جامعه آمریکا از گزند ضدارزش‌ها و ضد هنجارها با اجرای «نظام‌نامه تولید تصاویر متحرک» در سال ۱۹۳۴ به اوج خود رسید و «ویلیام هریسون» طراح این قانون اخلاقی را به اوج محبوبیت در میان پیروان آئین مسیحیت و جامعه سفیدپوستان آمریکا رساند. اما پیروزی نسبی «جنبش حقوق مدنی آمریکا» در سال ۱۹۶۸ همه چیز را در شرف نقیض قرار داد؛ از این پس بازیگران رنگین‌پوست برای بازی در فیلم‌های هالیوودی دارای سهمیه شدند و روند جهانی کردن ارزش‌های آمریکایی آغاز شد. این آغازی بر پایان اُسطوره «دولت‌گرایی» در هالیوود شد.

مخاطب خواهان «تغییر واقعی» است

«تنفیلکس»، بزرگ‌ترین پلتفرم «vod» در جهان است و زمین بازی صنعت سرگرمی را به تابعی از تصمیمات خود بدل کرده است. آن‌ها با دمیدن بر فعالیت‌های خانمان‌سوز جنبش‌های عجیب و غریب جنسی و تولید محتوا برای آن‌ها و همچنین پول‌سازی برای کارگزاران خود، یعنی همان سلبریتی‌ها به جنگ فرهنگی میان دو لبه دامن زده است. در یک طرف قضیه گلوبالیست‌ها و در سوی دیگر ما جراطیفی از محافظه‌کاران و بیوه‌گرایان -که البته آن‌ها نیز از حمایت شرکت‌های بزرگ تجاری در خاک آمریکا برخوردند- قرار دارند. بین‌المللی فیلم را می‌توان نقش سرمایه‌گذاران خارجی در به حرکت درآوردن چرخ‌دنده‌های اقتصاد آزاد دانست. نتایج به‌گونه‌ای رقم خورد که در شروع دهه ۱۹۸۰ میلادی، اداره شرکت‌های بزرگ هالیوودی نظیر «کلمبیا پیکچرز»، «یونیورسال» و «سونی» به دست سرمایه‌گذاران خارجی افتاد و روند تولید آثار آمریکایی در ژانر بومی این سینما، یعنی وسترن رو‌به‌افول رفته کند و درنهایت بین‌المللی فیلم رامی‌توان نقش سرمایه‌گذاران خارجی در به حرکت درآوردن چرخ‌دنده‌های اقتصاد آزاد دانست. نتایج به‌گونه‌ای رقم خورد که در شروع دهه ۱۹۸۰ میلادی، اداره شرکت‌های بزرگ هالیوودی نظیر «کلمبیا پیکچرز»، «یونیورسال» و «سونی» به دست سرمایه‌گذاران خارجی افتاد و روند تولید آثار آمریکایی در ژانر بومی این سینما، یعنی وسترن رو‌به‌افول رفته کند و درنهایت بین‌المللی فیلم رامی‌توان نقش سرمایه‌گذاران خارجی در به حرکت درآوردن چرخ‌دنده‌های اقتصاد آزاد دانست. در شروع دهه ۱۹۸۰ میلادی، اداره شرکت‌های بزرگ هالیوودی نظیر «کلمبیا پیکچرز»، «یونیورسال» و «سونی» به دست سرمایه‌گذاران خارجی افتاد و روند تولید آثار آمریکایی در ژانر بومی این سینما، یعنی وسترن رو‌به‌افول رفته کند و درنهایت بین‌المللی فیلم رامی‌توان نقش سرمایه‌گذاران خارجی در به حرکت درآوردن چرخ‌دنده‌های اقتصاد آزاد دانست. نتایج به‌گونه‌ای رقم خورد که