

امپراطوری آمریکایی

گی هنبل

هالیوود، به طور مسلم، پایه دیدگاه سینمایی است که در حال حاضر، حکمفرماست. هالیوود نمی‌توانست بدون امپراطوری آمریکایی به این وضع حاکم برسد و به طور کلی، یک خادم باوفا برای امریکا است.

کلود ژولین (Clowde Julien) در کتابی که به طور چشمگیری کار تحقیقی آن انجام شده است، این مکانیسم را آشکار می‌کند و تمام و جوه این امپریالیسم را که قدرتمندترین حکومت این دوران بوده است، مورد بررسی قرار می‌دهد. ارقام وحشتناک و تأسف انگیزی در طی صفحات این مقاله، تکرار خواهد شد. نصف محصولات کشورهای غیر کمونیستی، فقط به وسیله شش درصد از جمعیت دنیا به مصرف می‌رسد. یک آمریکایی، سه برابر یک اروپایی، هشت برابر یک ژاپنی و صد و شصت برابر یک جهان سومی، انرژی جذب و مصرف می‌کند.

از تولید بین‌المللی ۴۵۶۸/۹ میلیارد کیلو وات انرژی، آمریکا حدود ۱۵۵۲/۳ میلیارد آن را استفاده می‌کند و برای زغال سنگ آنها حدود ۲۴۱۳ میلیارد تن از کل تولید، ۷۰۶۱ میلیارد را مصرف می‌کنند. اینجا هدف، آوردن این ارقام نیست. باید این مسأله را خاطر نشان کرد که اگرچه این موفقیت اقتصادی، به دلیل شرایط ویژه تاریخی و جغرافیایی بوده است، اما همیشه نیز از کشورهای خارجی تأمین شده است. به عبارت دیگر، عوامل خارجی آن را یاری داده است. آمریکا بعد از کشتار سرخپوست‌ها و آوردن میلیون‌ها برده از آفریقا و گرفتن لوییزیان از فرانسویها، آلاسکا از روسها و فلوریدا از اسپانیایی‌ها، اضافه کردن تگزاس و جدا کردن یک سوم مکزیک از مرز اصلی آن، گستره سیاسی و اقتصادی خود را وسعت بخشیده است.

موفقیت امپریالیسم آمریکا، اساساً بر غارتگری پایه ریزی شده و رشد آن به خاطر جنگهای اروپایی تشدید یافته است. در این مورد، خواهیم دید که بعد از سال ۱۹۱۸، سینمای آمریکا شاخه‌های خود را در دنیا پخش کرده و بعد از سال ۱۹۴۵، دقیقاً امپراطوری خود را محکم ساخته است. باید توجه داشت، با آن که آمریکا همواره سعی کرده است، خود را حامی و یاری دهنده کشورهای جهان سوم نشان دهد، ولی در حال حاضر، عملاً عکس آن مشاهده می‌شود. این امریکا نیست که کشورهای عقب مانده و حتی اروپا را یاری می‌دهد. آمریکا از آنها برای ثروتمند شدن خودش استفاده می‌کند. وقتی یک دلار در امریکای لاتین سرمایه گذاری می‌کند، واشنگتن چهار برابر آن را به دست می‌آورد. یکی از رئیس‌جمهورهای کشور کلمبیا، عنوان کرد که

اگر در سال ۱۹۵۰ در قبال وارد کردن یک اتوموبیل جیب از آمریکا، هفده کیسه قهوه تحویل می‌داده‌اند، برای همان جیب در سال ۱۹۶۷، حدود پنجاه و هفت کیسه قهوه، تحویل داده شده است.

سرمایه گذاریهای امریکایی در دنیا، تصاویر و نسبت‌های تعجب‌آوری را به ما نشان می‌دهد. در سال ۱۹۶۹، سرمایه گذاری این کشور بدین شرح است: بیست و یک میلیارد دلار در کانادا و به همان میزان در اروپا. نزدیک به دوازده میلیارد دلار در امریکای لاتین. حدود دو میلیارد در آسیای میانه و پنج میلیارد در ژاپن و استرالیا و زلاندنو و آفریقای جنوبی و حدود دو میلیارد در آفریقا. اگر سرمایه گذاریهای متفرقه را که چیزی حدود هفت میلیارد دلار است، به آن بیفزاییم، به رقم عجیب سرمایه گذاری سالانه آمریکا در خارج به حدود هفتاد میلیارد دلار می‌رسیم.

کندی رئیس‌جمهور آمریکا، اظهار کرده است که این نفوذ اقتصادی برای آمریکا، اجتناب ناپذیر است. او می‌گوید: «اگر هند از بین برود، اگر امریکای لاتین از زیر سلطه ما خارج شود و اگر آسیای میانه به دست بلوک شرق بیفتد، دیگر قمرهای مصنوعی، هواپیماها و زیردریایهای اتمی و توپ و تانکهای ما نمی‌تواند ما را یاری دهند.

ما با این شرایط، می‌فهمیم که چگونه این دزد دریایی (امریکا) چشم‌بند سیاه و پای چوبیش را با لباس و اونیفورم یک ژاندارم پرهیزکار، عوض می‌کند. به خصوص که خود را با یک استدلال بشر دوستدارانه برای این تغییر قیافه، توجیه می‌کند. آنچه را که در سال ۱۸۴۲ در طول جنگ مبارزه با تریاک جان کوانسی آدام (John Quincy Adam)، رئیس‌جمهور امریکا نوشته است، می‌خوانیم:

«تعهدات اخلاقی برای تبادلات تجاری بین ملتها، باید بر پایه این اندیشه مسیحی که از ما می‌خواهد همسایه خود را مانند خود دوست بداریم، باشد. اما از آنجایی که چین یک کشور مسیحی نیست، مردم این کشور، این اندیشه مسیحی را ندارند و نمی‌توانند همسایه‌های خود را مانند خود دوست بدارند، سیستم آن بدخلق و ضدجامعه است. پایه اساسی امپراطوری چین، ضدتجارت است و خود را مجبور نمی‌بیند که با کشورهای دیگر تجارت کند. الان، زمان آن رسیده است که این سیستم به خاطر حقوق طبیعی بشر و به خاطر حقوق کشورها، تغییر کند و پایان پذیرد.»

از این تاریخ به بعد، آمریکا یک لحظه هم دخالت‌هایش را برای



منفعت شخصی خود در خارج قطع نکرده است. تمام کودتاهایی که آنها مستقیم یا غیرمستقیم انجام داده اند، حیرت آور است. ویلسون (رئیس جمهور سابق آمریکا) برای توجیه این عمل می گوید که احساسات ملی (ناسیونالیستی) آمریکایی، شکل برتری از یک انترناسیونالیسم آزاد را دارد.

امپریالیسم آمریکا به هر شکلی، سعی در مخفی کردن این دارد که سینمای هالیوود، نماینده روابط عمومی آمریکا نیست. خیلی واضح است که این مرکز کالیفرنایی که به وسیله کمپانیهای بزرگ از نظر مالی تأمین می شود. از طریق ایذئولوژی، نقش محکم تر کردن قدرت آمریکا را دارد؛ به همان شکل که تعداد بیشتر انتشارات (Reader's digest) ذهن میلیونها خواننده را مسموم می کند. یا تمام این آژانس های مطبوعاتی که تصاویر زیادی از مطالب روزنامه ها را در دنیا تأمین می کنند. یا این موسیقیهایی که از ایستگاههای رادیویی پخش می شود و سریالهایی که ساعتی متادای را در شبکه های مختلف تلویزیون، اشغال می کند. علاوه بر این، در پشت این قضایا، آمریکا به وسیله ادبیات و سینمایش برای انسانهایی که در بدبختی زندگی می کنند، از خوشبختی، آزادی و عدالت حرف می زند.

واضح است که تبلیغات آمریکایی به وسیله سینما در ظرف چند هفته، غرب را قبضه می کند. البته، این خدمتگزاری چندان وضع رضایت بخشی ندارد. از سال ۱۹۴۷ تاکنون، نزدیک به صد مرکز فرهنگی و کتابخانه آمریکایی را در خارج از آمریکا آتش زده اند. بعد از نمایش فیلم جان وین «کلاه سبزا» که مبارزه نهضت، آزادی مردم ویتنام را به تمسخر می گرفت، تماشاگران، همان سالن سینما، را به آتش کشیدند. شاید، آینده آشکار کند که این یک مقدمه تهاجم عمومی در دنیا علیه این عامل اصلی حکمفرمایی آمریکایی است که سبک سینمای هالیوودی، آن را در همه جا، رواج می دهد.

امپراطوری سینمایی

«سینمای آمریکا، دیپلماسی دلار را دنبال می کند؛ به همان شیوه که مبلغین مذهبی، فاتحین را دنبال می کردند.» این گفته ژان کلود باتز (Jean Clowde Batz) ما را به بررسی ساختار این سلطه گرایی از نظر سینما و ادار می کند. شاید این گفته به نظر

سینمادوستان که عادت کرده اند سینمای آمریکا را بهترین در دنیا در نظر بگیرند. کمی غیرمعمول و ناشایسته بیاید؛ آنها که می پندارند، این معبد فرهنگی و هنری مستقل در مقابل هر باد و هر جاذبه و مد قدرت دهنده، یعنی قدرت دلار، فاتحانه مقاومت می کند. یکی از هدفهای این مقاله، روشن کردن این مطلب است. شارل فور (Charles Ford) در کتابش به نام «داستان هالیوود» این اندیشه مارسل کارنه را می نویسد که به عقیده او: «پشت سینمای آمریکا، چیز دیگری بجز قدرت دلار وجود دارد و چه بخواهیم و چه نخواهیم، در آن هوش و ذکاوت است.» من چیزها را به شکل دیگری می بینم. هیچ کس مخالف این نیست که هالیوود، سیستم تولیدی فوق العاده ای را خلق کرده یا استعدادهای درخشانی را جذب کرده است. اما لازم می دانم در اینجا گفته ریمون بورد (Reymond Bord) در مقدمه کتاب «تاریخ سینمای نازی» از فرانسیس کورتاد (Francis Courtade) و پیر کادار (Pierre Cadar) را بیاورم:

«کینیت متوسط تولید سینمای نازی، همانند هالیوود است. کافی است، مونتاژ قسمتی از اروین لیزر Erwin leiser «Deutsch land Erwache» را دید تا از قدرت میزانش آن متعجب شویم. Vest Harlan, Karl Ritter, Hans Steinhof. آنها آرمهایی بودند که می دانستند چگونه یک فیلم را بسازند. آنها انگیزه، علاقه و مهارت یک فور یا ویدور را داشتند و یک اکیپ تکنیکی که با یک اشاره چشم و در کوتاهترین زمان، می دانستند چگونه یک راه حل درست را پیدا کنند.»

گسترش سینمای آمریکا، حاصل یک سری جنگهای طولانی اقتصادی در داخل و خارج است. ما در این جا به طور خلاصه، می توانیم آن را به سه دوره مهم تقسیم کنیم:

الف) قبل از اولین جنگ جهانی: این دوره، مشخصاً به خاطر دو موضوع اهمیت دارد؛ از یک طرف جنگ ثبت مدرک اختراعات (Brevets) که در آن ادیسون، لومیر و تمام رقیبهای آمریکایی اش را رد می کند و در عرض ده سال، پانصد شکایت علیه آنها ارائه می کند. از طرف دیگر، مسئله ای که کمتر اهمیت پیدا کرد (Longres des Dupes) در پاریس و روز دوم فوریه ۱۹۰۹ بود که در واقع، پیروزی آمریکا بر اروپاییهای از هم پاشیده به حساب آمد.



از بحران جنگ خارج شده بود، در شرایطی نبود که بتواند به اندازه آمریکا در این زمینه، مشارکت داشته باشد.

انتشار فیلمهای ناطق در سالهای ۳۰-۱۹۲۸. منفعت زیادی را برای صنعت سینمای آمریکا می آورد. در شماره ۲۴۱ «کابه دوسیمما» جان لویی کومولی (Jean - luis comoli) می نویسد: «باید توجه کرد که این مسأله تولید سینمای ناطق در آمریکا، نه تنها باعث توقف سینمای کشورهای دیگر که مکتبهای بزرگ سینمای صامت بودند. مثل فرانسه، سوئد، ایتالیا و آلمان و غیره شد، بلکه تعداد زیادی از سینماگران مهم این کشورها بعد از آخرین سالهای صامت به هالیوود رفتند. اما با سینمای ناطق به نظر می رسد که وجه تمایز هر کشوری، زبان ملی آن باشد. ولی نوشتار فیلمی آن به طرق قواعد و شکلهای تجاری و هالیوودی می رود»

این مشاهدات بدبینانه را خوشبختانه، جریانات سینمای واقع گرا و شاعرانه فرانسه در سالهای ۱۹۳۶، نئورالیسم ایتالیای سالهای ۵۰-۴۵ و تمام سینمای جوانی که بعد از ۱۹۶۰ به وجود آمد، تا حدودی زد می کند و نشان می دهد که هالیوود، صد درصد هم موفق نبوده و نتوانسته است که همه چیز را به یک شکل تحت تسلط خویش درآورد. در حال حاضر، باید به دنبال این بود که فیلمهای ساخت آمریکا روی ایران، چگونه فرهنگ هر کشور را آلوده می کنند. همچنین یک بار دیگر باید مطمئن شد که امپریالیسم اقتصادی از امپریالیسم فرهنگی، جدا نیست و بالعکس.

پ) بعد از دومین جنگ جهانی

بعد از جنگ جهانی دوم است که به خصوص سینمای آمریکا، سلطه گری خود را در همه دنیا گسترش می دهد. در این دوره نیز چهار عامل مهم و مشخص کننده وجود دارد:

۱. در کتاب جالب و خواندنی «صنعت بین المللی فیلم» توماس گی باک (Thomas H. Guback) می نویسد: «بعد از دومین جنگ جهانی، هزاران فیلم در هالیوود بود که به دلیل جنگ در اروپا پخش نشده بود. در آغاز سال ۱۹۴۶، تعداد زیادی از آنها به اروپا فرستاده شد. بین سالهای ۱۹۴۶ تا ۱۹۴۹، بیشتر از ۲۶۰۰ فیلم آمریکایی به ایتالیا فرستاده شد. حتی برای یک بازار کوچک مثل هلند در همین زمان، ۱۳۰۰ فیلم فرستاده می شود. بین

پ) بین دو جنگ جهانی: همه متخصصین سینما بر این عقیده اند که بعد از ۱۹۱۸، سینمای آمریکا، نفوذ خود را در دنیا شروع کرده است. تطابق زمانی این تاریخ و پایان جنگ اول جهانی نشان می دهد که در این پدیده، فقط هوش و ذکاوت نیست، بلکه دلار هم پشتیبان آن است. این دوره به وسیله چهار عامل مهم مشخص می شود:

۱. کاربرد (braindrain) فرار مغزها

شارل فورد در صفحه «۱۰۳» کتاب «داستان هالیوود» عنوان می کند که سردمداران آمریکایی در سال ۱۹۲۳، تصمیم می گیرند که صنعت سینمایی اروپا را که برای آنان خطرناک شده بود، نابود کنند. اولین حملات در وحله اول، سینمای آلمان، فرانسه و سوئد را هدف قرار داد. بیشتر هنرپیشه ها، از فرانسه به هالیوود می روند و می توان از ماکس لندر، لئون بری و شارل روشفور نام برد. آلمان و آتریش بیشتر صدمه می بیند و از میان کارگردانان که به طرف هالیوود می روند، می توان ارنست لوییچ، مورنو، برچو ویسکی پل لنی را نام برد. همچنین از سینمای مجار، مایکل کریس الکساندر کردا و از سینمای سوئد، ویکتور سسترم و گرتا کارپو را نام برده اند. تعداد زیادی نیز از انگلستان به خاطر شباهت زبان به هالیوود می روند. شاید مبالغه نباشد، اگر بگوییم که هالیوود به مانند یک دراکولای خون آشام از خون هنرمندان اروپایی تغذیه می کند. باید توجه کرد که این فرار مغزها، موفقیتهای زیادی با خود می آورد.

۲. پایه گذاری «M. P. A. A» در سال ۱۹۲۵

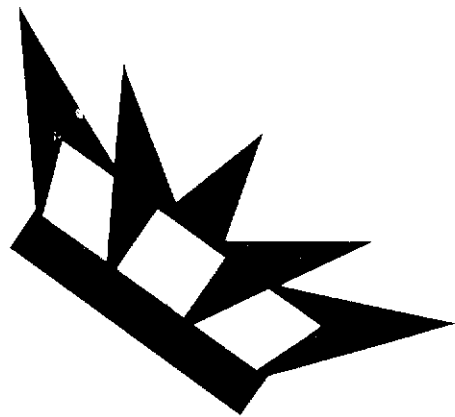
M.P.A.A (Motion Picture Association of America) هماهنگ کننده تمام کمپانیهای سینمایی است. نقش این تشکیلات و نفوذ فیلمهای آمریکایی در بازارهای خارجی، بسیار مهم است.

۳. اشغال کردن بازارهای خارجی

در سال ۱۹۲۵، فیلمهای ساخت آمریکا، نود و پنج درصد زمان پخش را در انگلستان، هفتاد درصد در فرانسه و شصت و هشت درصد در ایتالیا را اشغال می کند و کشورهایی هم که تحت استثمار فرانسه و انگلستان بودند نیز از این مسئله، بی نصیب نشدند.

۴. استیلای سینمای ناطق

این ابداع سرمایه گذاری مالی زیادی لازم داشت. اروپا که تازه



در مقابل وزیران دارایی، اثر زیادی نخواهد داشت. اگر ما نتوانیم یک جبهه واحد را تشکیل دهیم، M.P.E.A.A.، اگر از هم پاشد، حدود صد میلیون دلار در سال از دست می‌دهد. M.P.E.A.A. برای هالیوود، یک سلاح فوق العاده است. این موسسه، برای سینمای آمریکا نیاز دارد که در حال حاضر، پنجاه درصد از درآمد خود را از بازارهای خارجی تامین کند. چهار کشور اروپایی غربی انگلستان، ایتالیا، آلمان و فرانسه نصف درآمد خارجی را تشکیل می‌دهند. در واقع، ما بیست و پنج درصد سینمای هالیوود را تامین می‌کنیم. بین سالهای ۱۹۵۱ تا ۱۹۶۵، درآمد سینمای آمریکا از اروپا، رقم شگفت‌انگیز ۱/۹ میلیارد دلار است (این رقم، مربوط به سال ۱۹۷۵ است). هیچ کدام از بخشهای اقتصادی آمریکا به این میزان، وابسته به خارج نیست. باید توجه داشت که با یک میلیارد و صد و هفتاد میلیون پیننده در سال، بازار اروپایی برابر بازار آمریکایی است؛ با وجود این که اروپا، دو برابر آمریکا فیلم تولید می‌کند. آمریکا با این فشار، ما را وادار به مصرف بی اندازه فیلمهایش می‌کند. در حالی که از بخش فیلمهای خارجی در کشورش خودداری می‌ورزد. به طور مثال، در سال ۱۹۵۶ فیلمهای آمریکایی، حدود پانزده میلیون دلار درآمد داشته اند. در حالی که با بخش فیلمهای فرانسوی در آمریکا، فقط دو میلیون دلار، حاصل آمده است.

یک مثال ناخوشایند، نوع برخورد M.P.E.A.A. با توافق Blum Byrnes «در ماه مه ۱۹۴۶ است. آنها پیش بینی کرده بودند که هر سال در مقابل شصت و پنج فیلم کشورهای دیگر به یکصد و بیست و یک فیلم آمریکایی اجازه پخش بدهند. اگر تعصب حرفه‌ای در کار نبود سطح سینمای فرانسه امروزه مثال سینمای بلژیک بود. اعداد حیرت‌انگیز هستند در ۱۹۴۶، قبل از توافق نابرابر، در فرانسه سی و پنج فیلم فرانسوی در برابر سی و هشت فیلم آمریکایی پخش می‌شد. در ۱۹۴۷، بعد از توافق، پنجاه و چهار فیلم فرانسوی در مقابل پخش سیصد و سی و هشت فیلم آمریکایی بود.

ژرژ سادول، می‌نویسد: «در یک کنفرانس مطبوعاتی در ۲۲ ژوئن ۱۹۴۶ در لئون بلوم وزیر فرهنگ فرانسه اعلام کرد، دوستان آمریکایی توافق کردند که ما سی درصد تولیدات ملی خود را ننگه داریم. در حالی که ایتالیا موفق شد فقط هفده درصد را ننگه دارد و من اعتراف می‌کنم که اگر می‌بایستی، به خاطر منافع بیشتر فرانسه، صنف سینمایی را فدا کرد، من با کمال میل، این عمل را انجام می‌دادم. توماس گی باک در کتاب خود «صنعت بین‌المللی

۱۹۴۹ تا ۱۹۵۰، انگلستان، حدود ۸۰۰ فیلم آمریکایی دریافت می‌کند. در آلمان نیز به همین شکل است و آنها می‌توسیدند که بنیاد اروپای غربی، در دامن کمونیست بیفتند. بنابراین، در دورنمای (طرح اصل ۴-اصل مارشال) این بود که روحیه آنها را تغییر باید داد و از شایستگی راه زندگی آمریکایی برای آنها تعریف کرد می‌توانیم ببینیم که به وجود آمدن نشریات سینمایی «سیاست مؤلفین» که همه تقریباً آمریکایی بودند، انعکاس فرهنگی این عملکردها را نشان می‌داد.

۲. به وجود آوردن (Motion Picture Euro - M.P.E.A.A. (Peen Association of America در ۱۹۴۶ این سندیکای ویژه که تمام کمپانیهای پخش فیلم آمریکایی را دربرمی‌گیرد، سه مشخصه جالب توجه دارد: این موسسه به طور مستقیم با کاخ سفید به وسیله واسطه‌هایی که همکاران نزدیک رئیس جمهور بوده‌اند، ارتباط داشته و از معافیت (Sherman Anti-trust act) ۱۸۹۰ بهره‌مندی شده است که به برکت آن فعالیتهای اقتصادی شرکتیهای انحصارطلب در خارج از آمریکا، بدون از هم پاشیدگی تولیدکنندگان اصلی همانند اروپا در زمینه سینما به وسیله دولت آمریکا به وجود آمده بود. بالاخره، M.P.E.A.A. تنها بخش اقتصادی آمریکاست که این مهارت و خصوصیت را دارد که مستقیماً با دولتهای خارجی وارد مذاکره شود. به همین سبب است که این موسسه را وزارت امور خارجه یا بخش کوچکی از دولت آمریکا، نامیده‌اند. اولین رئیس M.P.E.A.A. اریک جانستون (Eric Johnston) گفته است: «فیلمهای ما محدود شصت درصد زمان پخش را در کشورهای خارجی اشغال می‌کند. اگر یکی از این کشورها بخواهد از پخش این مقدار فیلمها ممانعت کند، من به سراغ وزیر دارائی آن کشور می‌روم و بدون این که تهدیدی در کار باشد، از او می‌خواهم که فیلمهای ما بیشتر از نصف سانسهای پخش را اشغال کند. این مسأله، ایجاد کار می‌کند و بعد به دنبال آن یک هواداری قابل توجه اقتصادی برای کشور مربوطه است. بعد، دوباره به سراغ آن وزیر می‌روم و میزان درصد مالیتی را که از فروش این فیلمها در سالنهای آن کشور به وجود می‌آید، یادآوری می‌کنم. اگر آن وزیر دارایی، سرباز زد و نافرمانی کرد، مجبور می‌شوم از حربه‌های دیگری که در قدرتم است، استفاده کنم.

رئیس M.P.E.A.A. اضافه می‌کند که اگر دو یا سه کمپانی آمریکایی در این بازی شرکت نکنند، اگر این کمپانیها، ممانعت از پخش فیلمها را توسط دولتها قبول کنند، گفته‌ها و تهدیدهای من



۱۹۵۷ تا ۱۹۶۷، این موسسات آمریکایی ۳۵۰ میلیون دلار در تولید فیلمهای ایتالیایی سرمایه‌گذاری کرده‌اند. فقط از ۱۹۶۸ تا ۱۹۶۹ آنها نود میلیون دلار سرمایه‌گذاری کرده‌اند. در عرض بیست سال، این سرمایه‌گذاریهای آمریکایی در مجموع سینماهای اروپای غربی، چندین برابر شده است.

این نفوذ سینمای آمریکا در سینمای اروپای غربی، باعث شد که در مرحله اول، شرکتهای جزء که به وسیله آدمهای پوشالی و بدلی مثل مترسک، اداره می‌شدند، در اروپا تأسیس شوند. بعد، کمپانیهای آمریکایی به دلایل مختلف، توانستند ملیتهای اروپایی به دست آورند و بدین ترتیب، به موسسات دولتی داخل شوند و توریهای خودشان را اجرا کنند. نوماس گی باک می‌نویسد:

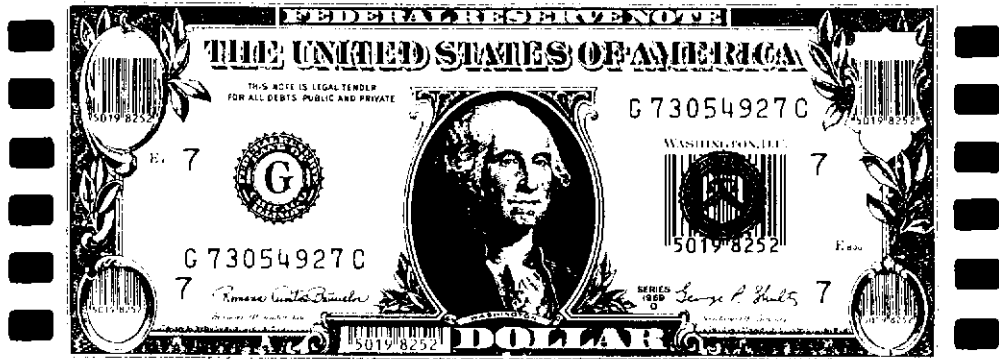
«چند سال پیش با نماینده یک شرکت آمریکایی در یک کشور اروپای غربی ملاقاتی داشتم. او اعتراف کرد، موسسات آمریکایی، کنترل‌کننده موسسات محلی بخش فیلم که معمولاً باید تصمیمات را آنها بگیرند، هستند. با وجود این که فقط هفت مؤسسه آمریکایی در مقابل سی یا چهل مؤسسه محلی بوده، آمریکایی‌ها تصمیم می‌گرفتند و کنترل می‌کردند. صرفاً به خاطر این که بخش مهمی از مخارج و بودجه را آنها عهده‌دار بودند. علاوه بر این که آنها حق رأی مساوی با موسسات داخلی داشتند و همچنین می‌توانستند از یک رأی وتو (Veto) در زمان لازم، استفاده کنند. بنابراین، چون تمام استراتژی روسای این موسسات را می‌شناختند، وقتی که به ضرر مافع امریکا می‌بود، می‌توانستند مانع عملکردهای آنها شوند. این دخالت بی‌مورد، اکثر اوقات به وسیله توافق «Leonins» مشروعیت پیدا کرده است. همچنین، مثلاً بر اساس یک قرارداد امضاء شده در ۱۹۵۹ «دست اندر کاران حرفه‌ای سینمای ایتالیا» متعهد شدند که تمام احتیاطهای لازم را نسبت به اولیای امور دولت ایتالیایی به کار برند. برای این که تضمین کنند که هیچ تغییری در قوانین فیلمهای ایتالیایی نخواهد بود که مستقیم یا غیرمستقیم، منافع فعالیتهای موسساتی را که عضو M.P.E.A.A در ایتالیا بودند، به خطر اندازد.»

امروزه بجز هالیوود در کالیفرنیا، یک هالیوود دیگر در لندن (بازار انگلیسی که هشتاد درصد آن به وسیله «M.P.E.A.A» کنترل می‌شود)، یک هالیوود در ایتالیا و یک هالیوود در فرانسه وجود دارد. سرمایه‌گذاری سالانه آمریکاییها در سینمای فرانسه و ایتالیا، در حال حاضر، چیزی مشابه چهل میلیون دلار است. اما خیلی مشکل است که میزان سرمایه‌گذاری این رادر فرانسه، دقیقاً پیدا کرد. چون

فیلم» به طور مشروح، توضیح می‌دهد که چگونه فعالیت انگلیسیها، ایتالیاییها و فرانسویان برای تأسیس موسسه‌ای معادل M.P.E.A.A در آمریکا به شکست انجامیده است. یکی از گردانندگان این موسسه، روز ۱۰ اکتبر ۱۹۵۶ در روزنامه «Variety» توضیح می‌دهد که سیاست کلی این بوده است که هر نوع بازار فیلمی، باید تحت نفوذ و کنترل M.P.E.A.A باشد. به همین دلیل نیز (L'italien film export) شرکت بخش فیلم ایتالیایی به طور کلی در آمریکا تعطیل می‌شود. از طرف دیگر، باید اضافه کرد که تهیه‌کنندگان فرانسوی و اروپایی، به طور کلی، این راه نفع خود می‌دیدند که بخش بین‌المللی فیلمهایشان را به موسسه مشهور M.P.E.A.A بسازند.

۳. تولیدات خارجی (run away production) وقتی که دولتهای اروپای غربی، تصمیم گرفتند که در مقابل برگشت پول فراوان از بخش فیلمهای آمریکایی به امریکا، مقدار از این پول را ضبط کنند، این سیستم تولید به وسیله M.P.E.A.A طرح شد. همچنین به دنبال (Franco - American film Agreement) ۱۹۴۸، این موسسه (M.P.E.A.A) در فرانسه فقط حق داشت که ۳۶۲۵۰۰۰ دلار از صنعت سالانه را به آمریکا ببرد. ده میلیون دلار بقیه در موسسه (Joint production film) سرمایه‌گذاری می‌شد. همان سال، انگلستان چهل میلیون دلار منفعت آمریکا را ضبط کرد و فقط شانزده میلیون دلار را به آمریکا فرستاد. البته، زیاد برای آمریکایی‌ها مشکل نبود که این مسأله را به شکل دیگری حل کنند. سناتور فول برای (Fulbright) در یک بازرسی، از رئیس M.P.E.A.A توضیح چگونگی انتقال دلارهای حاصل از فروش فیلمها را به امریکا می‌خواهد. اریک جانستون، شرح می‌دهد که برای مثال مجبور بوده است، خرده‌چوب را از اسکانداوناوی بخرد و به ایتالیا بفروشد و در آنجا دوباره با لیر ایتالیایی تانکرهای «Fin mecanica» را بخرد و به کمپانیهای آمریکایی بفروشد. برای این که دلار به دست آورد که در واقع، پولش همان حاصل فروش فیلمهای وسترن، با آه و ناله‌های سوفیا لورن بوده است. مثال شگفت‌انگیز دیگر، خرید مقادیر زیادی ویسکی و حمل آن از بندر ماری به وسیله کشتی به آمریکا برای فروش بوده است. سناتور فول برای به جانستون می‌گوید: «شما واقعاً نابغه هستید.»

در همین دوران به خصوص، سرمایه‌گذاری آمریکا در تولید فیلمهای صد درصد فرانسوی، ایتالیایی، انگلیسی و آلمانی است که M.P.E.A.A از پولهای تصرف شده‌اش، استفاده می‌کند. از



دومینگونیز است و همچنین، بزرگترین و مهمترین سالنهای پخش در کانادا، تحت اختیار آنهاست. «Universal» نزدیک بوده به دست شرکت وستینگهاس بیفتند. «Warner - Bros» به وسیله شرکت «Kinney National Service» که سومین موسسه کرایه اتوموبیل است و همچنین ده ها شرکت دیگر نیز دارد اداره می شود.

با دانستن این مطالب، دیگر نمی توان گفته دوستداران سینمای آمریکا را که اصرار دارند، انکار کنند که فیلمهای ساخت هالیوود در صادرات امریکا نقشی نداشته است، قبول کرد. مفهوم زندگی استاندارد امریکایی در این فیلمها، باعث نفوذ راحت تر کوکاکولا و «lucky Strike» یا «Ford» است. «Stereotypys» کلیشه هایی که روی کارمندان دفاتر در توکیو، همان اثر را گذاشته است که روی کارمندان در پاریس یا در میلان.

امپراطوری سینمایی امریکایی، بنا بر آنچه که در اینجا گفته شد، یک تصور ذهنی نیست. وجود دارد و ریشه های خودش را در همه جای دنیای غرب و اکثر کشورهای آسیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین، دوانده است.

در آخر این مقاله، لازم می دانم دو نکته را تذکر دهم: من کاپیتالیسم اروپای غربی را در مقابل کاپیتالیسم شمال آمریکا قرار داده ام. از طرفی، ما به استقلال کاپیتالیسم اروپای غربی نیز مطمئن نیستیم. با وجود این، یک فیلم اروپایی به شرطی که کاملاً مستقل از امریکا باشد و تمام فرهنگ ملی اروپایی را حفظ کند، به نظر من، کاملاً در حد منطقی است. به عقیده من، آسانتر است که تمام قدرتهای دموکراتیک برای تولید یک فیلم، مبارزه کنند. به هر جهت، این وظیفه اروپایی هاست که حساب خود را با آنها تسویه کنند؛ به خصوص با بورژواها و سرمایه داران اروپایی.

از طرف دیگر، لازم است بگویم که اگر بیشتر من بحث ضد هالیوودی را از نقطه نظر اروپای غربی دیده ام، به خاطر این است که «M.P.E.A.A» نصف درآمد خود را از کشورهای اروپای غربی به دست می آورد. و به خصوص، در این کشورهاست که شعبه های هالیوودی را تأسیس کرده است. ولی مطمئناً، این امپراطوری سینمایی امریکایی، خرابی و ویرانی را در کشورهای دیگر دنیا نیز گسترش داده است. از نظر پخش فیلم، تقریباً در همه کشورها، از نظر تولید نیز در چندین کشور و اخیراً، در آفریقا نیز به نظر می رسد که مشغول تأسیس یک هالیوود است. *

* این مقاله از کتاب «پانزده سال سینمای دنیا» ترجمه شده است. **ترجمه: مهتاب منصور**

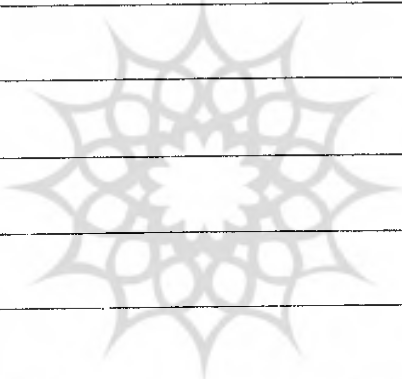
تا به امروز، هیچ تحقیق دقیقی در این زمینه نشده است و مرکز سینمایی فرانسه نیز انگار، عجله ای برای پیدا کردن آن ندارد.

در حال حاضر، ایجاد سرمایه گذاری در خارج، سه نوع منفعت برای «M.P.E.A.A» دارد: اول این که از نیروی انسانی با شرایط ارزاتر از هالیوود استفاده می کند. دوم این که از مشکلات پیچیده و هول انگیز سندیکای تکتیسین های امریکایی، خلاص می شود. (دو عاملی که بودجه را پایین می آورد). سوم این که بر روی جهت دادن سیاسی و زیبایی شناختی محصولات اروپایی، نفوذ می کند و اثر می گذارد. در مقابل این مورد سوم، می توانیم از یک طرف، مسؤولیت حکمفرمایی امریکا در خنثی کردن گسترده سیاست ثنوراکسیسم ایتالیا و سریع ناپدید شدن سینمای آزاد انگلستان را مثال زد. از طرف دیگر، چه کسی می تواند به طور جدی، انکار کند که طبع «اسپاگتی وسترن» در ایتالیا و سریالهای «Z» در فرانسه، حاصل امریکایی شدن روحیه خالقین آنها و مورد سلیقه مردم اروپای غربی باشد؟ توماس گی باک از یک فرهنگ امریکایی Mid-Atlantic صحبت کرده و سیاست جهانی (Cosmopolitanism) را آشکار می کند. او ما را به مقایسه زیبایی شناختی در فیلمهای «نبرد ریلها» و «آیا پاریس می سوزد؟» دو فیلم رنه کلیمان درباره مقاومت فرانسویان در مقابل نازیها دعوت می کند. تأثیر شش میلیون دلار سرمایه گذاری شده توسط یک موسسه امریکایی در فیلم دوم، آیا روحیه ملی کارگردان را منحرف نکرده است؟

اما در مورد ارقام، جالب است بدانیم که از ۳۷۵۰ میلیارد دلار سرمایه گذاری شده برای سینما، رقم دو میلیارد دلار فقط به سینمای آمریکا، اختصاص داده شده است. قانوناً، باید از خود بیرسیم که آیا اروپایی ها در حال تبدیل شدن به یک اقلیت فرهنگی در این دیگ همه قاطی (Melting - Pot) امریکا نیستند؟

۴. تشکیل یک شرکت عظیم (Conglomerats) چهارمین مشخصه سینمای امریکا، از اواخر جنگ جهانی دوم، ایجاد اتصال چندین شرکت و فعالیت کاملاً متفاوت از هم در قلب یک شرکت نیرومند اقتصادی بوده است. مجله «entreprise» مثلاً نشان داده که شرکت «united Artists» که به وسیله ترانس امریکا خریداری شده، خود صاحب کمپانیهای بیمه و شرکتهای هواپیمایی است. «Paramount» به سهم خود در دست شرکت بزرگ «Western industrie, Gulf» است که صاحب شرکتهای بیمه، ذوب فلزات صنعتی و تولید وسایل بدکی اتوموبیل است و صاحب پخش عمده ای از «PANAM» (شرکت هواپیمایی امریکایی) است که مسوول فروش سیگار در باهاماس و سنت

۱۵۸



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی

هستنا