

حکمرانی و سیاست‌گذاری بین‌الملل در آمریکا

زینب ابراهیم‌نژاد
محسن بیستری

نویسنده:

ناظر علمی:



سرشناسه: ابراهیم زاده، زینب، ۱۳۷۲-
عنوان و نام پدیدآور: حکمرانی و سیاستگذاری سینما در آمریکا/نویسنده زینب ابراهیم زاده؛ ناظر علمی محسن بیسادی؛ ویراستار شیدا محمد طاهر.
مشخصات نشر: تهران: بنیاد سینمایی فارابی، ۱۴۰۲.
مشخصات ظاهری: ۱۷۸ ص.
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۳۹-۲۷-۹
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
پادداشت: کتابنامه.
موضوع: سینما--ایالات متحده--جنبه های سیاسی
Motion pictures--Political aspects--United States
سینما--ایالات متحده--نقد و تفسیر
Motion pictures--United States--Reviews
شناسه افزوده: بیسادی، محسن، ۱۳۶۴-
خاصه: بنیاد سینمایی فارابی
۱۰ جلدی کنگره: PN1۹۹۵/۹
رده بندی دیویی: ۷۹۱/۴۳۶۵۸
مارک: ۹۴۷۸۶۱۶



حکمرانی و سیاستگذاری سینما در آمریکا

نویسنده: زینب ابراهیم زاده
مدیر مرکز انتشارات، آموزش و پژوهش: شیدا محمد طاهر
ویراستار: شیدا محمد طاهر
طراحی جلد و یونیفرم: آژانس رسانه ای آرایه
صفحه آرا: امین سوهانی
لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مؤسسه فرهنگی هنری مشعر
شمارگان: ۵۰۰ نسخه
چاپ اول: ۱۴۰۲
قیمت: ۱۵۰,۰۰۰ تومان
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۳۹-۴۷-۹
شابک دوره: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۳۹-۵۸-۵
نشانی: تهران خیابان ولیعصر بالاتر از پارک ساعی نرسیده به توانیر
نبش کوچه لنکران پلاک ۲۴۵۴

تمام حقوق متعلق به بنیاد سینمایی فارابی و محفوظ است.
تلفن: ۸۸۲۰۸۹۰۴

فهرست

سخن ناشر

۸

نمای کلی

۱۱

مقدمه

۱۷

فصل ۱. تاریخچه فیلم و سینما در آمریکا

۲۱

عصر سینمای کلاسیک

۲۴

عصر طلایی هالیوود

۲۶

هالیوود جدید

۳۱

دوران معاصر

۳۲

هالیوود کنگلومرا

۳۴

مهم‌ترین دوره‌های فیلم‌سازی در ایالات متحده

۳۸

تاریخچه سانسور در سینمای آمریکا

۴۱

تاریخچه اقتصادی صنعت فیلم

۴۴

فصل ۲. ساختار حکمرانی و سیاست‌گذاری صنعت فیلم در آمریکا

۴۹

نهادهای رسمی در ساختار حکمرانی و سیاست‌گذاری صنعت فیلم در آمریکا

۵۱

نهادهای رسمی دارای قدرت تغییر قانون در صنایع مرتبط با هالیوود

۸۱

نهادهای رسمی دارای قدرت پیشنهاددهی در صنایع مرتبط با هالیوود

۵۶

نهادهای اثرگذار (با قدرت غیررسمی) بر سیاست‌گذاری و اداره هالیوود

۶۰

فصل ۳. رویکردها و سیاست‌های حاکم بر صنعت فیلم آمریکا

۶۵

سیاست‌های دولتی ناظر بر هالیوود

۶۶

رویکردهای فرهنگی مخاطبان

۶۸

رویکردهای اقتصادی در هالیوود

۶۹

۷۳	فصل ۴. قوانین و مقررات حاکم بر هالیوود
۷۴	حفاظت از حقوق مخاطبان
۷۴	کد هیز
۷۵	سیستم رتبه‌بندی انجمن تصاویر متحرک (MPA)
۷۷	حفاظت از حقوق مؤلفان
۷۷	قانون حفاظت از فیلم
۷۸	قانون حق مالکیت معنوی اثر
۸۳	فصل ۵. جشنواره‌های سینمایی در آمریکا
۸۵	جایزه اسکار
۸۵	جشنواره ساندنس
۸۶	جشنواره تراییکا
۸۶	جشنواره جنوب به جنوب غرب (XSW?)
۸۷	جشنواره تلوراید
۸۷	جشنواره نیویورک
۸۷	جشنواره فیلم لس آنجلس
۸۷	جشنواره فیلم‌های فانتزی
۸۸	جشنواره بین‌المللی فیلم پالم اسپرینگز
۸۸	جشنواره فیلم سانتا باربارا
۸۸	جشنواره بین‌المللی فیلم هاوایی
۸۸	رقص با فیلم
۹۱	فصل ۶. جایگاه فیلم‌های مستقل در هالیوود
۹۷	فصل ۷. نابرابری در بازنمایی‌های هالیوود
۹۸	بازنمایی کارگران در فیلم‌های آمریکایی
۹۹	کارگران در دوران فیلم صامت

۱۰۱	کارگران در دوران فیلم ناطق
۱۰۴	بازنمایی زنان در هالیوود
۱۱۵	بازنمایی نژادها در هالیوود
۱۲۰	بازنمایی آسیایی‌ها در هالیوود
۱۲۴	داده‌های ترکیبی در خصوص گروه‌های کم‌بازنمایی (نژادی، قومی و جنسیتی)

۱۲۷	فصل ۸. درآمدها، هزینه‌ها و دستمزدها در هالیوود
۱۲۸	درآمدهای هالیوود
۱۳۲	بودجه و هزینه‌ها در هالیوود
۱۳۴	دستمزدها در هالیوود

۱۳۷	فصل ۹. هالیوود و بازارهای بین‌المللی
۱۳۹	جهانی‌شدن صنعت فیلم‌سازی
۱۴۴	نقش هالیوود در بازارهای بین‌المللی
۱۴۵	زنجیره ارزش در هالیوود
۱۴۶	نقش هالیوود در امپریالیسم فرهنگی
۱۵۱	هالیوود و سرمایه اجتماعی

۱۵۳	فصل ۱۰. بلاک باسترها در هالیوود
-----	---------------------------------

۱۵۷	فصل ۱۱. سرویس‌های استریم در هالیوود
-----	-------------------------------------

سخن ناشر

سینما به طور کلی واحد کارزیرانی متعدّد فرهنگی و اجتماعی، همچون انتقال ارزش‌های فرهنگی، بازنمایی و نقد مسائل اجتماعی و گفتمان‌سازی است و می‌تواند به عنوان بازوی کمکی حاکمیت در حل مسائل مربوط به حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی نقش مهمی ایفا کند. به عبارت دیگر، سینما این قابلیت را دارد که به طرح مسئله و ارائه راه حل در حوزه‌های مهم فرهنگی، اجتماعی، سیاسی بپردازد و بر اساس توانایی اثرگذاری عمیقی می‌تواند با استفاده از ابزار هنر بر مخاطبانش داشته باشد، به کاهش معضلات جامعه کمک کند.

سینما علاوه بر این که خود یک حامل فرهنگی مهم است، به منزله پیشرانی برای سایر محصولات رسانه‌ای صوتی-تصویری نیز تلقی می‌شود. بسیاری از رسانه‌های سینمایی به سایر حوزه‌های رسانه‌ای نیز راه می‌یابند و بسیاری از فیلم‌های سینمایی منبع الهامی برای محصولات رسانه‌ای دیگر می‌شوند و البته این تعامل به شکل معکوس نیز برقرار می‌شود.

با توجه به این کارکردها، می‌توان گفت این هنر-صنعت نقش مهمی در نظام حکمرانی فرهنگی و اجتماعی کشورها و نیز حکمرانی فرهنگی جهانی ایفا می‌کند. به عنوان نمونه، همواره یکی از ابزارهای مهم غرب در سلطه و تهاجم فرهنگی نسبت به دیگر کشورها، استفاده از فیلم و سینما به عنوان حامل‌های فرهنگی بوده است. اثرات فرهنگی و اجتماعی مهم سینما و نقش بی‌بدیل آن در نظام حکمرانی فرهنگی و اجتماعی سبب می‌شود مطالعه ابعاد حکمرانی و سیاست‌گذاری در مورد آن ضرورت یابد. با این حال، مطالعات تفصیلی چندانی در این زمینه وجود ندارد. بسیاری از مطالعات انجام شده بر ابعاد هنری، رسانه‌ای و فرهنگی این هنر-صنعت استوار است و فهم آن به عنوان یک مقوله مهم در نظام حکمرانی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. مطالعه

نظام حکمرانی و سیاست‌گذاری سینما در کشورهای مختلف می‌تواند به شکل‌گیری ادبیات حکمرانی و سیاست‌گذاری در مورد سینمای ایران کمک شایانی کند و منشأ ایده‌های سیاستی بدیع و نوآورانه‌ای قرار گیرد که البته باید با اقتضائات فرهنگ اسلامی-ایرانی نیز سازگار باشد.

در همین راستا، پژوهش حاضر به مطالعه نظام حکمرانی و سیاست‌گذاری سینما در چهار کشور آمریکا، انگلستان، ترکیه و چین می‌پردازد. هم‌چنین به علت نقش راهبردی جشنواره‌ها در حکمرانی سینما، جشنواره‌کن و جایزه‌اسکار نیز مورد مطالعه تفصیلی قرار گرفته‌اند.

هدف اصلی این طرح پژوهشی، مطالعه و ارائه گزارشی توصیفی از حکمرانی و سیاست‌گذاری سینما در برخی از مهم‌ترین کشورهای جهان است. نهادها و سازمان‌های مختلفی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در زمینه حکمرانی و سیاست‌گذاری سینما، ایفای نقش می‌کنند که عبارت‌اند از:

۱. نهادهای حاکمیتی سیاست‌گذار

۲. نهادهای حاکمیتی تنظیم‌کننده

۳. نهادهای حاکمیتی تسهیل‌گر یا دارای شأن ارائه خدمت

۴. جشنواره‌ها (اعم از حاکمیتی و غیر-حاکمیتی) که کارکردهای حکمرانانه یافته‌اند.

در هر یک از چهار کشور مورد مطالعه، مهم‌ترین نهادهای بازیگر در عرصه حکمرانی سینما، از منظر مؤلفه‌های مرتبط با حکمرانی و سیاست‌گذاری صنعت سینما مورد بررسی قرار گرفته‌اند و نتیجه در قالب یک سند توصیفی برای هر کشور ارائه شده است. به علاوه کشورها بر اساس مؤلفه‌هایی همچون موارد ذیل صورت گرفته است: تاریخچه صنعت سینما در آن کشور، اطلاعات توصیفی یا آماری از وضعیت صنعت سینما در آن کشور، ساختار حکمرانی و نهادهای دخیل در حکمرانی سینما در آن کشور، قوانین و مقررات حاکم بر صنعت سینما در آن کشور، رویکردها و سیاست‌های کلان حاکم بر نظام حکمرانی سینما در آن کشور، ارتباط صنعت سینمای آن کشور با بازارهای جهانی و معرفی اجمالی جشنواره‌های مهم سینما در آن کشور.

در مطالعه جشنواره‌کن و جایزه‌اسکار، مؤلفه‌هایی همچون «تاریخچه جشنواره»، «ساختار سازمانی»، «جایگاه و کارکردهای آن در نظام حکمرانی»، «مدل تأمین مالی سازمان»، «رویکردهای محتوایی» و «سوگیری‌های ایدئولوژیک و سیاسی» مورد بررسی قرار گرفته است.

پژوهش حاضر اولاً از جهت «منظر مطالعه» (مطالعه ابعاد حکمرانی و سیاست‌گذاری) و ثانیاً از جهت «موضوع مطالعه» (مطالعه حکمرانی سینما در کشورهای خارجی که صاحب تجربه طولانی هستند، ولی پژوهش‌گران ایرانی به تبع غفلت کلی از موضوع حکمرانی سینما، کمتر به آن‌ها پرداخته‌اند)

می‌تواند بدیع و نوآورانه تلقی شود، زیرا همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، عمده مطالعات سینما در جمهوری اسلامی ایران بر ابعاد فرهنگی، هنری و اجتماعی سینما تمرکز دارد و مسئله حکمرانی و سیاست‌گذاری سینما کمتر مورد توجه بوده است. غفلت از این منظر سبب می‌شود حاکمیت جمهوری اسلامی ایران نتواند حکمرانی مناسبی را در این عرصه رقم بزند و به همین علت به جای آن‌که صنعت سینما یک فرصت برای نظام حکمرانی فرهنگی باشد، گاهی به تهدیدی برای آن تبدیل می‌شود. هم‌چنین به عللی، ازجمله فقر دانش حکمرانی در این عرصه، سینمای ایران نتوانسته نقش مهمی در توسعه‌ی گفتمان انقلاب اسلامی به خارج از مرزهای ایران داشته باشد.

حکمرانی و سیاست‌گذاری هنر-صنعت سینما در ایران فاقد منطق و چارچوب کارکردی-نهادی مطلوب است. علاوه بر پالش‌ها و نقصان‌های درون‌نهادی همچون ابهام مأموریت‌ها و فرجه‌ی ساختاری که اثربخشی و کارایی برخی نهادها را با اختلال مواجه کرده، فقدان نقشه جامع کارکردی-نهادی و نیز تشکیلاتی و تارخ بین‌نهادی، به مشکلات افزوده است. مطالعه و بررسی حکمرانی و سیاست‌گذاری صنعت سینما در کشورهای مختلف جهان، می‌تواند به شکل‌گیری ایده‌های نوآورانه برای بهبود و ارتقای عملکرد نهادهای سینمایی ایران کمک شایان توجهی کند. این مسئله هم در مورد مسائل درون‌نهادی و هم در مورد شیوه تعامل نهادها با یکدیگر و نیز جایگاه آن در نقشه جامع نهادی کشور در حوزه سینما، اهمیت دارد. به همین دلیل، مطالعه کشورهای مختلفی که ایده‌ها و نظام‌های حکمرانی متفاوتی دارند، ضروری است. در پژوهش حاضر تلاش شده کشورها و جشنواره‌های مورد مطالعه به صورت متنوع انتخاب شوند تا با ایده‌های مختلف حکمرانی و سیاست‌گذاری سینما آشنایی بیشتری حاصل شود؛ ایده‌هایی که بر گفتمان‌های فرهنگی وایدئولوژیک متفاوتی تکیه دارند و به دنبال اهداف متفاوتی نیز هستند.

این پژوهش و پژوهش‌های مشابه آن هم‌چنین می‌توانند به شکل‌گیری ایده‌هایی برای ترسیم وضع مطلوب نهادی در ایران (و در صورت نیاز، بازطراحی نهادی در برخی بخش‌ها) کمک کنند و منشأ ایده‌های پژوهشی دیگری نیز واقع شوند.

بدین وسیله از زحمات و حسن همکاری همه عزیزانی که در به فرجام رسیدن این مجموعه تلاش کرده‌اند، صمیمانه قدردانی می‌کنم.

حمیدرضا بشیری فراز

مدیر مرکز انتشارات، آموزش و پژوهش بنیاد سینمایی فارابی

هالیوود یکی از بزرگ‌ترین صنایع فیلم‌سازی در دنیا محسوب می‌شود و از جهت حجم و تأثیر تولیدات آن نه فقط در کشور ایالات متحده، بلکه در سراسر جهان شاخه شده است. در بسیاری از کشورهای جهان، فیلم‌های هنری و غیرهنری با تولیدات هالیوود مقایسه می‌شوند و اخیراً مضامین مشابهی با صنعت فیلم آمریکا در صنایع فیلم‌سازی بسیاری از کشورها مشاهده شده است. به دلیل پیچیدگی‌هایی که این صنعت دارد، می‌توان آن را از جهات مختلفی مورد بررسی قرار داد.

یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی که باید آن را بررسی کرد، تاریخچه این صنعت در ایالات متحده است. پس از این که اختراعات اولیه در صنعت فیلم باعث شکل‌گیری صنعت سینما در آمریکا شد، ادیسون نوعی انحصار در استفاده از محصولات مربوط به فیلم‌برداری و نمایش در نیویورک به وجود آورد. این انحصار و درگیری‌های حقوقی هنرمندان با ادیسون، به علاوه آب‌وهوای بارانی این ایالت، باعث شد برخی از هنرمندان به ایالت کالیفرنیا و، وستای هالیوود مهاجرت کنند و در نتیجه این مهاجرت، صنعت سینمای هالیوود متولد شد. تعداد هنرمندانی که در این ایالت مشغول تولید اثر می‌شدند، روز به روز افزایش یافت و نخستین پایه‌های سیستم استودیویی در این ایالت شکل گرفت. پس از شکل‌گیری، استودیوها وارد عصر طلایی خود شدند که، افزایش تولید فیلم‌ها به همراه انتخاب سینما به عنوان شکل غالب تفریح در ایالات متحده، باعث شد تا این استودیوها بر صنعت سرگرمی آمریکا شد. اما استودیوها حوزه تسلط خود را گسترش دادند و علاوه بر سطح تولید، بر سطوح عرضه و پخش نیز تسلط یافتند. پس از مدتی و هم‌زمان با ظهور تلویزیون، وزارت داد و ستز ایالات متحده در پرونده‌ای موسوم به پرونده پارامونت، حق دسترسی استودیوها به سینماها را بر اساس قانون ضدانحصار غیرقانونی دانست و عصر طلایی هالیوود پایان یافت. هم‌زمان با این امر، دیگر سینما شکل غالب تفریح مردم آمریکا نبود و تلویزیون جای آن را گرفته بود. سینما وارد عصر رکود شد. پس از دوره‌ای، سینما در تولید محصولات تلویزیون همراه شد و هم‌چنین کد تولید (موسوم به کد هیز که تولیدکنندگان را ملزم به رعایت قوانینی در محتوای کرد تا فیلم اجازه اکران پیدا کند) تسلط خود را از دست داد. در همین زمان، تعدادی از کارگردان‌های جوان هالیوود شروع به فیلم‌سازی کردند و عصر هالیوود جدید آغاز شد. در این عصر جدید، برخلاف عصر طلایی که تهیه‌کننده در مرکز کار تولید فیلم بود، کارگردان به عنوان محور تولید فیلم‌های سینمایی قرار گرفت و دوران جدیدی را برای هالیوود رقم زد. در این عصر فیلم‌های بلاک باستر، یا پر فروش اهمیت بسیار زیادی یافتند و هم‌چنان به دلیل سودآوری بالایی که این فیلم‌ها برای شرکت‌ها و استودیوهای هالیوودی دارند، دارای اهمیت بسیاری هستند. پس از پایان عصر جدید، دوران معاصر هالیوود شکل گرفت. در این دوران متولی اصلی هالیوود نه استودیوها،

بلکه شرکت‌های چندملیتی مالک آن‌ها بودند که جهت‌گیری‌های صنعتی و اقتصادی بازار فیلم هالیوود را مشخص می‌کردند.

ساختار حکمرانی و سیاست‌گذاری در ایالات متحده متشکل از چند نهاد رسمی (با قدرت تغییر قانون و قدرت پیشنهاد) و نهادهای اثرگذار بر سیاست‌گذاری و اداره هالیوود است. مهم‌ترین نهاد با قدرت اثرگذاری قانونی، وزارت دادگستری است که در مسئله پرونده پارامونت نقش آن کاملاً مشهود شد. نهاد دیگری که قدرت وضع قانون ندارد، ولی جایگاه بالایی در ساختار حکمرانی هالیوود دارد است، کمیسیون تجارت فدرال (FTC) است که می‌تواند گزارش‌هایی را علیه استودیوهای هالیوود و سیاست‌های آن‌ها تنظیم کند و به وزارت دادگستری ارائه دهد. نهادهای رسمی دیگری نیز هستند که قدرت پیشنهاددهی دارند یکی از آن‌ها شورای تلویزیون و رسانه والدین (PTC) است. این شورا نیز از نقطه نظر حقوق کودکان هالیوود، مورد بررسی قرار می‌دهد و در صورت مغایرت سیاست‌ها و فعالیت‌های هالیوود با قوانین موجود، گزارش‌هایی علیه آن تنظیم می‌کند و به کمیسیون تجارت فدرال ارائه می‌دهد. مهم‌ترین نهاد اثرگذار بر سیاست‌گذاری و اداره هالیوود نیز دولت است. در سازمان‌های کلیدی دولتی مانند سیا، اف‌بی‌ای، وزارت دفاع این کشور، ادارات و دفاتری به نام سرگرمی راه‌اندازی شده است که در تولید فیلم با همکاری می‌کنند. این دفاتر در ازای مشاوره (و در بعضی موارد تغییر فیلم‌نامه‌ها)، امکاناتی مانند لوکیشن‌های فیلم‌برداری و تجهیزات در اختیار فیلم‌سازان قرار می‌دهند. هم‌چنین موارد بسیاری از حمایت ستاره‌های هالیوود از شخصیت‌های سیاسی مشاهده شده است و بسیاری معتقدند پیروزی برخی از رؤایان جمهور در ایالات متحده مرهون تلاش این ستاره‌ها بوده است. هم‌چنین بسیاری از افرادی که در رده‌های اول دولت فعالیت می‌کردند، پس از پایان خدمتشان به هالیوود رفته و در آن‌جا به فعالیت پرداخته‌اند. از مجموع این داده‌ها می‌توان به این نتیجه رسید که رابطه بین هالیوود و واشنگتن رابطه‌ای عمیق و جدی است و هر دو از یکدیگر سود می‌برند. نهادهای دیگری مانند کمیسیون فدرال ارتباطات در این ساختار حکمرانی جایگاهی ندارند و وظیفه آن‌ها بیشتر ناظر بر اشکال ارتباطی‌ای مانند تلویزیون است تا هالیوود.

رویکردها و سیاست‌های حاکم بر هالیوود را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد؛ رویکردهای دولتی، رویکردهای اقتصادی و رویکردهای فرهنگی. در زمینه رویکردهای دولتی می‌توان به نقش مشوق‌های مالیاتی اشاره کرد که هر ایالت بر اساس آن اجازه دارد اعتباراتی را برای فیلم‌سازان در ایالت خود در نظر بگیرد. این کار بیشتر به این دلیل انجام می‌شود که ساخت فیلم‌ها در یک ایالت خاص علاوه بر این که می‌تواند شغل‌های متعددی را در همان ایالت به وجود بیاورد (اعتبارات تخصیص داده شده با دریافت

مالیات از این مشاغل تازه جبران می‌شود)، می‌تواند صنعت توریسم آن ایالت را رشد دهد و جریان‌های درآمدی جدیدی برای آن به وجود آورد. شکل دیگری از رویکردهای دولتی، در بخش واکنش دولت آمریکا به خطر سرخ و مبارزه با اندیشهٔ کمونیسم در هالیوود در جریان جنگ سرد خود را نشان داد که واضح‌ترین نمونهٔ رویکردهای دولتی در هالیوود به شمار می‌رود. در پی این سیاست‌ها، دولت آمریکا دست به تحقیق در هالیوود زد تا عناصر مرتبط با کمونیسم را در هالیوود شناسایی و از فعالیت منع کند و در بخشی دیگر، فیلم‌های ضد کمونیستی در هالیوود ساخته شد. رویکردهای اقتصادی، شامل دو رویکرد استفاده از فناوری‌ها و خودتنظیمی^۱ می‌شود. منظور از خودتنظیمی در عرصهٔ سیاست‌گذاری این است که سیاست‌گذار یا تنظیم‌گر قواعد کلانی را به صنعت عرضه می‌کند و صنعت متعهد می‌شود که خود سازوکار اجرایی آن را طراحی کند و در مقابل، تنظیم‌گر نیز نیازی به مداخلهٔ زیاد در کار صنعت ندارد. به همین دلیل، استودیوها از پرداختن به مسائل مناقشه‌برانگیز، استفاده از خط سیرهای داستانی پیچیده و ست‌فهم اجتناب کرده و بازیگران ستاره را برای تضمین فروش به پروژه‌های خود دعوت می‌کنند. از سوی دیگر، در طول تاریخ هالیوود بارها شاهد ظهور فناوری‌های جدیدی بوده‌ایم که اگرچه به صورت مقطعی سود سالبور در کاهش داده‌اند، اما پس از دوره‌ای هالیوود توانسته خود را با این فناوری‌های جدید هماهنگ کند و حاصل‌های درآمدی جدیدی را به وجود آورد؛ تلویزیون، ویدیو، دی‌وی‌دی و در سال‌های اخیر اینترنت و سرویس‌های استریم.

یکی از مسائلی که در حوزهٔ رویکردها و سیاست‌ها، فرهنگی می‌توان به آن اشاره کرد، توجه به فرهنگ‌های مختلف است. با گسترش بازارهای هالیوود با سطح بین‌المللی و گسترش مخاطبان، هالیوود برای این که بتواند فروش خود را تضمین کند، شروع به توجه به فرهنگ‌های مختلف کرد و سعی کرد ویژگی‌های فرهنگی کشورهای مقصد را نیز در آثار خود بگنجانند. مقولهٔ دیگری که در حوزهٔ رویکردهای فرهنگی این صنعت مشاهده می‌شود، استفاده از کد تولید برای جلوگیری از ریزش مخاطبان آن دورهٔ سینمای آمریکا بود. جامعهٔ آمریکا در آن زمان جامعه‌ای سنتی-مذهبی بود و استفاده از کد تولید باعث می‌شد مخاطبان از محتوای غیراخلاقی موجود در فیلم‌ها دور بمانند. در نهایت، کلیدواژهٔ فهم صنعت هالیوود، «تجارت فیلم» است که همهٔ ساختارها و رویکردها برای افزایش سود استودیوها و شرکت‌های چندملیتی تنظیم می‌شود.

علاوه بر قوانینی که در قانون اساسی ایالات متحده وجود دارد و روابط هالیوود با سایر صنایع و بخش‌های آمریکا را تنظیم می‌کند، قوانین و مقرراتی نیز وجود دارند که بیشتر ناظر به محتوای فیلم‌ها

هستند. یکی از این قوانین کد هیز بود که به آن اشاره کردیم. از قوانین دیگر می‌توان به رتبه‌بندی ام‌پی‌ای اشاره کرد که فیلم‌ها را بر اساس محتوایی که در آن وجود دارد، به دسته‌های G, PG, PG-13 و NC-17 تقسیم می‌کند. هر کدام از این دسته‌بندی‌ها مشخص می‌کند فیلم برای چه گروه از مخاطبان مناسب است و والدین می‌توانند تصمیم بگیرند کودکان و نوجوانان خود را در تماشای فیلم با خود همراه کنند یا خیر. قانون دیگری که در عرصه محتوادر هالیوود وجود دارد، قانون حفظ مالکیت معنوی اثر (کپی‌رایت) است. بر اساس این قانون، تضمین می‌شود که صاحبان اثر مالکیت معنوی آثار خود را در اختیار دارند و هیچ‌کس غیر از آن‌ها (و کسانی که از آن‌ها اجازه گرفته‌اند) نمی‌تواند آثارشان را کپی یا اکران کند. هم‌چنین کسی بدون اخذ مجوز از آن‌ها نمی‌تواند از اثر هنرمند در محصول هنری خود استفاده کند. قانون دیگری که در زمینه محتوا وجود دارد، قانون حفاظت از فیلم در سال ۱۹۸۸ بود که با تصویب آن از در اختیار عموم قرار گرفتن برخی محصولات استودیویی جلوگیری به عمل آمد. (طبق قانون، اثر هنری پس از گذشت تعداد سال‌های مشخصی از انتشار، از مالکیت خصوصی خارج می‌شود و عموم مردم می‌توانند از آن استفاده کنند.) قانون حفاظت از فیلم مختص فیلم‌هاست، در حالی که قانون کپی‌رایت از تمامی آثار هنری حمایت می‌کند. این قانون برای سه بار تغییر کرد و در نهایت طول دوره مالکیت آثار هنری را به ۷۵ سال رساند.

یکی دیگر از عناصر مهم در ساختار سینمای آمریکا، جشنواره‌ها هستند. بیش از ۶۰ درصد جشنواره‌های فیلم جهان در آمریکا برگزار می‌شود. مهم‌ترین جشنواره‌های فیلم آمریکا عبارت‌اند از: اسکار (از سال ۱۹۲۹ برگزار می‌شود و متولی آن آکادمی علوم و هنرهای تئاتر و سینما است)، ساندنس (از سال ۱۹۸۵ و برای حمایت از جریان فیلم مستقل در آمریکا و جهان برگزار می‌شود)، SXSW (از سال ۱۹۸۷ برگزار می‌شود و دارای دو بخش جشنواره و کنفرانس است و می‌تواند بزرگان حوزه‌های مرتبط با فیلم‌سازی را در کنار هم جمع کند)، ترابیکا (از سال ۲۰۰۲ و برای بازسازی مرکزیت فرهنگی نیویورک پس از حملات ۱۱ سپتامبر برگزار شد)، تلوراید (از سال ۱۹۷۴ و در تعطیلات مربوط به روز کارگر برگزار می‌شود). این جشنواره بخش رقابتی ندارد و صرفاً فیلم‌های منتخب در این رویداد نمایش داده می‌شود)، نیویورک (از سال ۱۹۶۲ برگزار می‌شود) و لس‌آنجلس (از سال ۱۹۹۵ برگزار می‌شود و به فیلم‌های واقعاً مستقل و بدون بودجه اجازه اکران می‌دهد).

مطالعه نابرابری‌ها در صنعت فیلم هالیوود نشان می‌دهد هنوز اقلیت‌های نژادی و زنان، به نسبت جمعیتشان در ایالات متحده بازنمایی اندکی در فیلم‌های هالیوودی دارند. علاوه بر بازنمایی اندک، اغلب نژادها در فیلم‌های هالیوود دچار کژبازنمایی هستند. همین رویکرد را در خصوص زنان نیز

می‌توان مشاهده کرد. نقش بازارهای بین‌المللی در هالیوود بسیار پررنگ است و با افزایش این نقش، به لحاظ محتوایی تغییراتی در فیلم‌های هالیوود مشاهده شده است. هم‌چنین نقش هالیوود در بازارهای بین‌المللی نیز پررنگ است و از آن جایی که یکی از مهم‌ترین محصولات صادراتی آمریکا فیلم‌های هالیوودی است، می‌توان ادعا کرد که هالیوود نقش پررنگی در صنعت سرگرمی جهان دارد و در واقع به معیاری برای سنجش فیلم‌ها در سراسر جهان تبدیل شده است.

در پایان و به عنوان جمع‌بندی باید گفت که هالیوود یکی از مهم‌ترین، ثروتمندترین و قدرتمندترین صنایع در جهان است که می‌تواند تأثیرات گسترده‌ای بر فرهنگ‌های مختلف در جهان بگذارد. مسئله امپریالیسم فرهنگی، مفهومی است که از آن برای تبیین تسلط هالیوود بر صنایع سرگرمی جهان استفاده می‌شود. هالیوود با توجه به گستره مخاطبان خود و هم‌چنین قدرت نفوذ بالا، می‌تواند اندک‌اندک فرهنگ‌های محلی را محو و ارزش‌های آمریکایی را جایگزین ارزش‌های محلی کند. به همین دلیل، بسیاری از محققان در سراسر جهان نسبت به این موضوع هشدار داده‌اند. به عقیده این دسته از محققان، بحث جهانی‌شدن ارزش‌ها، بیش از آن که مربوط به «جهانی‌شدن» باشد، مرتبط با «آمریکایی‌شدن» است و هالیوود با گسترش وسیع محصولاتش که در سراسر جهان توزیع می‌کند، توانسته است بسیاری از فرهنگ‌های محلی و خدیده فرهنگ‌ها را تبدیل به «فرهنگ آمریکایی» کند.

به طور فزاینده‌ای مورخان از تاریخی که جنگ‌ها، معاهدات و انتخابات ریاست جمهوری را روایت می‌کند، دور شده‌اند و سعی می‌کنند تصویری از شیوه زندگی روزمره توده مردم ارائه دهند، و فیلم نقش مهمی در این روایت از تاریخ دارد. فیلم می‌تواند به عنوان عنصر ثبت‌کننده زمان و حرکت، ژست‌ها، راه رفتن‌ها، ریتم‌ها، نگرش‌ها و تعاملات انسانی و موقعیت‌های مختلف را حفظ کند. درواقع، وقتی به تاریخ اجتماعی و فرهنگی، به ویژه نقش مهم اوقات فراغت در زندگی مردم عادی توجه می‌کنیم، فیلم نه تنها شواهد و مدارک بسیاری را ارائه می‌کند، بلکه نقشی کلیدی را بر عهده می‌گیرد. فیلم‌های داستانی بازنده کردن رویدادها، به تصویر کشیدن نگرش‌های اجتماعی و حتی آشکار کردن مفروضات ناخودآگاه جوامع گذشته، به عنوان شاهدهی تاریخی عمل می‌کنند (FilmAs SocialAnd Cultural History, n.d.).

از سال ۱۹۱۵ تا ۱۹۵۵ فیلم‌ها محبوب‌ترین شکل سرگرمی داستانی در آمریکا بودند. بنابراین فیلم‌ها به نسبت رمان‌ها و نمایانما، مخاطبان بیشتری را هدف قرار می‌دادند و هم‌چنان نیز این‌گونه است. مخاطبان انبوه به این معنا نیست که فیلم‌ها در آمریکا همه دیدگاه‌ها را نشان می‌دهند، بلکه اغلب برعکس این مورد صدق می‌کند، زیرا استودیوهای فیلم‌سازی از برخی از دیدگاه‌های بحث‌برانگیز اجتناب می‌کنند تا مخاطبان گسترده را آزار ندهند. از آن جایی که فیلم‌ها در سطح جهانی و ملی برای کسب سود اکران می‌شدند، تهیه‌کنندگان سعی می‌کردند به گروه‌هایی که آن‌ها را بانفوذ می‌دانستند، توهین نکنند و معمولاً از جنجال سیاسی، یا حمله به عقاید اقلیت‌ها اجتناب می‌کردند (FilmAs SocialAnd Cultural History, n.d.).

علاوه بر این - همان‌طور که در بخش‌های آینده به آن خواهیم پرداخت - از سال ۱۹۱۶ تا دهه ۱۹۵۰ فیلم‌ها از سوی متمم اول قانون اساسی (مربوط به آزادی بیان) محافظت نمی‌شدند. یک حکم دادگاه در سال ۱۹۱۶ (در رابطه با فیلم تولد یک ملت در ایالت اوهایو) اعلام کرد که این فیلم به دلیل تأثیرات روان‌شناختی و طیف مخاطبان گسترده (از جمله زنان، کودکان و طبقات پایین) از نظر قانونی می‌تواند به شدت مورد سانسور قرار بگیرد. اگرچه استودیوها گاهی فیلم‌هایی جنجالی می‌ساختند، ولی معمولاً از موضوعاتی مانند تعصب نژادی، کار کودکان و بیماری‌های ناشی از رابطه جنسی اجتناب می‌کردند. به همین ترتیب، هالیوود بر خلاف روند کنونی، در آن زمان بازارهای خاص کوچک را نادیده می‌گرفت. مجموعه‌ای از تهیه‌کنندگان مستقل خرد فیلم‌هایی را ساختند که گوشه‌های بازار

(نیچ مارکت)^۱ را هدف قرار دادند (مانند فیلم های آمریکایی-آفریقایی تولید اسکار میشو^۲ یا فیلم های ییدیش^۳ به کارگردانی ادگار جی. اولمر^۴). این فیلم های مستقل شواهد جالبی در مورد مسائل و مفروضات رایج در جوامع اقلیت ارائه می کنند که اغلب در تضاد شدید با فیلم های هالیوودی هستند (Film As Social And Cultural History, n.d.).

یکی از راه هایی که می توان میزان اهمیت فیلم و سینما در آمریکا را سنجید، میزان پولی است که مردم برای فیلم های سینمایی طی این سال ها خرج می کردند. در سال ۱۹۶۰، متوسط قیمت یک بلیت سینما ۶۹ سنت (معادل چهار دلار امروزی) بود. در سال ۱۹۴۳ و با وجود جنگ، آمریکایی ها ۲۵.۷ درصد از بودجه تفریحی خود را در سینما خرج می کردند. تا سال ۱۹۶۰، این مقدار به ۵.۲ درصد و در سال ۱۹۷۰ به ۲.۹ درصد کاهش یافت، زیرا مردم مانند در خانه و تماشای تلویزیون را به کارهای دیگر، از جمله رفتن به سینما ترجیح می دادند. درآمد فیلم ها بین سال های ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۰ به یک سوم کاهش یافت (از ۱.۴ میلیارد دلار به ۹۵ میلیون دلار). تعداد کل فیلم های منتشر شده در ایالات متحده از ۴۰۰ فیلم در سال ۱۹۶۰ به ۱۸۶ فیلم در سال ۲۰۰۷ کاهش یافت (Ganzel, 2007).

۱. Niche Market: این اصطلاح به بخش بسیار خاصی از مصرف کنندگان اشاره دارد که ویژگی های مشترکی دارند و به دلیل این ویژگی ها احتمالاً محصولات یا خدمات خاصی را مصرف می کنند. در نتیجه، این بازارهای خاص شامل گروه های کوچک و بسیار خاص درون بازار هدف بسیار گسترده تری است که ممکن است هر کسب و کاری سعی کند به آن ها دست پیدا کند.

2. Oscar Micheaux

3. Yiddish

4. Edgar G. Ulmer