

الفصل الرابع

العازف: هوليوود، الشهرة والإمبراطورية

يذكر القاضي والداني أن كالفن كوليج، رئيساً للجمهورية، أطلق عبارة: "شأن أمريكا هو المشروع التجاري" (بيزنس أمريكا هو البيزنيس)⁽¹⁾. وكما يعرف الجميع "ليس ثمة أي مشروع مثل مشروع العرض"! (ليس ثمة أي بيزنس مثل بيزنس العرض والاستعراض). فمن منا يستطيع نسيان إيثل ميرمان وهي تغني قصيدة إرفنغ برلين الغنائية في فلم ولتر لانغ الملون على الشاشة الكبيرة لعام 1954؛ إن "مشروع الاستعراض" الذي ساهمت ميرمان في إضافته على معالجة هوليوود هو الفودفيل، وما هذا الفلم إلا حلقة واحدة في سلسلة طويلة من رسائل الحب الموجهة إلى تجارة التسلية والإمتاع في عاصمة العالم في مجال توفير المتعة. من البدايات الأولى كان هوليوود في علاقة غرام مع نفسه كما مع جميع عناصر تجارة الاستعراض الداخلة في مشروع صنع الأحلام. غير أن أمريكا نفسها تكاد لا تهتدي إلى الحب ولا تتخرط في عبادة صورتها الذاتية إلا عبر الأفلام، قبل أي شيء آخر. وكما يقول نيال غابلر فإن أمريكا هي جمهورية التسلية؛ والأفلام هي حجارة الزاوية النهائية والأسلحة الفعالة لهذه الجمهورية.⁽²⁾ فالسينما ملاذ من ناحية وأداة لصياغة ميثولوجيا الهروب سبباً للوجود من ناحية ثانية - الأمر الذي يشكل، حسب نموذجنا، ثاني نواميس الميثولوجيا الأمريكية. بوعي ودونه، دأبت الشاشة الفضية على صياغة صورة أمريكا الذاتية وعكس مدى صحة وجدارة إرادتها وادعائها للإمبراطورية. وإذا كانت الإمبراطورية الأمريكية صرحاً شيد على أساس دبلوماسية الدولار، فإن

الأفلام لم تكن واجهة محل العرض وحسب بل شكلت أيضاً بضاعة التصدير الرائدة للمشروع التجاري الأمريكي. وهي تتطوي على معنى دبلوماسي مباشر لأن أمريكا تقوم، عبر الأفلام، بتصوير وصياغة علاقتها الإمبريالية مع باقي العالم كما تعيد تصور واستيعاب تاريخ الثقافات والحضارات الأخرى وصولاً إلى إذابتها في بوتقة نظرتها الخاصة إلى العالم. ففي الأفلام جرى إقناع أمريكا بأن قواتها أنقذت العالم، حاربت الأشرار، أعداء الحرية والقيم لإنسانية، وانتصرت في الحروب كلها بالطريقة السليمة، بالامتلاك المتفوق لتكنولوجيا الحرب. كذلك تمت طمأنة جمهور السينما وإقناعه مرة بعد أخرى بأن الاستخبارات الأمريكية، وجه الخداع المظلم للشؤون العالمية، كفاءة، تعرف كل شيء، ترى كل شيء، وقادرة دائماً على إلحاق الهزيمة بالأوغاد والأشرار. وهكذا فإن السينما تضطلع بدور القوة المحركة، آلة الدفع المركزية، بالنسبة إلى الإمبراطورية - ذلك هو سابع نواميس الميثولوجيا الأمريكية.

إن فلم العازف لروبرت آلتمان، 1992، قاعة مرايا تتناول فيها مهنة صناعة السينما انعكاساتها الذاتية. ويدور الفلم حول الإفلات من جريمة قتل. فالشخصية المركزية، غريزن مل، مدير استوديو يستمع إلى ألحان ودُرى موسيقية تصلح للأفلام، ومن بين الآلاف التي يصغي إليها سنوياً لا يستطيع أن يوافق إلا اثنتي عشرة مرة. في بداية الفلم يكون غريزن في خطر، في عمله من ناحية، وجراء تهديدات بالقتل عبر بطاقات بريدية مسمومة صادرة عن كاتب ساخط، من ناحية ثانية. برباطة جأش راسخة، يقودنا مل عبر عالم هوليوود المعاصر بوصفه مشروعاً تجارياً، منخرطاً في صناعة الشهرة ومؤكداً أحلام الجمهور

الأمريكي. وفي هذه الرحلة الروائية تكون الأشياء كلها ذاتية المرجعية، ذاتية الاستغراق، ذاتية الخدمة، ذاتية الحب وذاتية الاطمئنان سرعة زوال وانعدام أمن. وتقنيات آلتان السينمائية المفرطة في شخصيتها - طبيعية الكاميرا والصوت القلقين، غطاء الحديث الملتقط خلسة، استخدام وجوه مشاهير تؤدي أدوارها كنجوم أكثر الأحيان - تقوم جميعاً على توظيف الواقعية، أداة السينما المعتمدة، لتأكيد خدعة فقاعة الحلم التي هي هوليوود وزيفها.

تبقى بؤرة تركيز الحركة متمثلة بصناعة الفلم، وليس ما نحصل عليه سوى نوع من تشريح جملة الموضوعات السائدة في ميدان السينما. تكون ذرى ألحان الأفلام ثانوية جميعاً، نوعاً من الحمض النووي (الدي. إن. إيه). الموحد من جديد لصيغ تمت إعادة صياغتها بلغة هوليوودية مختزلة: "الخريج 2"، لأن نجومه مازالوا على قيد الحياة؛ "نوع من يجب أن يكون الأرباب مجانين فيما عدا كون قارورة الكوك الآن ممثلة ... نوع من نحن من إفريقيا متقاطعاً مع امرأة جميلة؛ "الشبح متلاقياً مع مرشح من منشوريا". وكل ذروة يجري تقديمها حزمة مزترقة بشريط شهرة. لا بد لكل قطعة من نجم: فأسماء جوليا روبرتس، بروس ويليس وأرنولد شفارتزنجر، أسماء العصر التجارية، لوازم تخترق الفلم كله لدى الإتيان على ذكر أي مشروع سينمائي. المرجعيات السينمائية موجودة في كل الأمكنة بما فيها أسلوب الفلم البصري والتقني. يبدأ الفلم بمبادرة رئيس أمن الاستوديو إلى الرثاء لحال الأسلوب الحديث لتحرير الأفلام: "اقطع، اقطع، اقطع"، على النقيض من مدخل أورسون ولز لفلم لمسة شر (1958). فلم الرعب الشهير هذا بدأ بلقطة متابعة ذات ثلاث دقائق ونصف لتثبيت الخلفية والموضوعات. أما عند آلتان فإن التعليق

مشمول بلقطة المتابعة المتهدية ذات الدقائق الثماني التي ترسخ الخلفية والموضوعات. غير أن الوجه المظلم للمسة الشر تتمثل، على مستوى آخر، بمعالجة العنصرية، خيانة الأصدقاء، الالتباس الجنسي، المكائد، المخدرات وفساد السلطة، وهي جميعاً منعكسة في قاعة مرايا آلتان. جدران مكتب ملّ مغطاة بملصقات الأفلام، وهي أفلام رعب بأكثريتها، وثمة فيض من التلميحات في أثناء الحوار إلى أفلام مثل موت عند الوصول (دي. أو. إيه. DOA)، فلم رعب كلاسيكي آخر من عام 1950، مستند جزئياً إلى فلم ألماني سابق، أُعيد إنتاجه في 1988 وبغنوان لُونِي مِيْتاً في 1969 - وما أكثر ما تتم إعادة إخراج الأفلام! عندما يقوم ملّ بتعقّب الكاتب كاهين الذي يعتقد بأنه وراء البطاقات البريدية المسمومة، يكون الأخير مستغرقاً في متابعة فلم لصوص الدرجات الهوائية. وفلم فيتوريو دي سيكا العائد إلى سنة 1948 هذا إن هو إلا واحد من أفلام تيار الواقعية الجديدة الأوروبية، قصة إنسانية عن البطالة والفقر في إيطاليا ما بعد الحرب. ثمة عاطل عن العمل يهتدي إلى وظيفة - تثبت ملصقات دعاية لأفلام هوليوود - ولكن دراجته تُسرق، فيُحرم من وظيفته، وينطلق هو وابنه في رحلة بحث عن، وتعقب للدراجة الهوائية المسروقة. كان فلم دي سيكا الذي مُنح أوسكار الشرف في 1949 رائد "أفلام الفن" الأوروبية، ميلاد النقاش حول الأفلام بوصفها شكلاً فنياً على النقيض من أفلام هوليوود التجارية الجماهيرية بوصفها أسباب لهو وتسلية تجارية لا أكثر. وفي سياق لاحق يلقي غريفن ملّ خطاباً في حفل عشاء مشاهير بمتحف بلدية لوس آنجلوس، حيث تقوم شركته بتقديم عشرين من أفلامها إلى المحفوظات (الأرشيف) قائلاً:

كثيرون في هذا البلد كما في العالم بالغوا في إطالة النظر إلى الأفلام بوصفها أداة تسلية شعبية أكثر منها فناً جاداً. وأخشى أن تكون أكثرية كبيرة من الصحافة مؤيدة لهذه النظرة. نحن نريد أفلاماً عظيمة تعيش طويلاً على الرفوف. نريد أفلاماً مثل الأفلام الجديدة لجون هيوستون، أورسون وَّلز، فرانك كابرا. علينا نحن كما على ستوديوهات الأفلام الأخرى تقع مسؤولية محددة نحو الجمهور على صعيد الحفاظ على فن الصور المتحركة بوصفه واجبنا الثمين. باتت السينما فناً، الآن أكثر من أي وقت مضى.

خلال هذا الخطاب يتابع جمهور النجوم اللغظ فيما بينهم دون انتباه إلى ما يقال. في قاعة مرايا آلتان ثمة حشد من الانعكاسات والتشويهات، ثمة واقع وأوهام ذاتية التضليل.

ما لا يعرف معنى الزوال في دنيا السينما هو كل ما له علاقة بالمنافسة. يسارع رئيس الاستديو إلى إحلال لاري ليفي محل غريفن مل. يطرح ليفي فكرة لامعة لتحسين الأساس: استئصال الكُتَّاب من عملية صنع الأفلام - فالاستديو يستطيع، ببساطة، أن يبدع أفكاره الخاصة. يجادل أن من شأن أي جريدة أن توفر ما يكفي من المواد، مع السير قدماً على طريق التقاط أفلام جديدة محتملة من زحمة عناوين صحافة اليوم في أثناء ترجمتها إلى صيغ سينمائية مألوفة. إن مصير مشروع فلم واحد يلعب دوراً جوهرياً في قصة العازف، بدءاً بذروة تمهيدية وصولاً إلى عرض نهاية الفلم الذي هو المشهد ما قبل الأخير لفلم آلتان. وهذا الفلم داخل الفلم إن هو إلا مذكرة جلب قضائية -

مفسرة تسهياً بصغية - هاتوا الجثة!- ثمة لوحة سُخّرية سوداء لصناعة السينما. ما يفرضه المخرج على ملّ هو مشروع "واقع"، "براءة" و"ما الذي يحصل". ومذكرة الجلب القضائية ستكون عن وكيل نيابة يؤمن بالإعدام ولكنه يعرف الواقع: المتهمون الزوج يدانون ويُعدمون بنسب أعلى من الآخرين. يقسم وكيل النيابة على أن المتهم التالي الذي سيرسله إلى غرفة الغاز سيكون أنيقاً، غنياً وأبيض. "يا للشرك!" يصرخ العمل. وهو كذلك. ثمة امرأة متهمة بقتل زوجها؛ وكيل النيابة يقع في حبها ولكنه يُقدم، مع ذلك، على إرسالها إلى غرفة الغاز. وفيما عملية الإعدام جارية على قدم وساق يطّلع وكيل النيابة على حقيقة أن الزوج قام بتزوير موته - الزوج بريئة إذن. يهرع وكيل النيابة إلى السجن، غير أنها تكون ميتة. يصر المخرج: "أقول لك ليس ثمة أي عين جافة في البيت". يفاجأ غريفيش ملّ ويصرخ: "ماتت؟" يأتي رد المخرج: "إنها ماتت، لأن ذلك هو الواقع، الأبرياء يموتون". وهو يريد أن يصنع الفلم بلا نجوم: "لأن القصة شديدة الأهمية إلى درجة تحول دون المغامرة بالإجهاز عليها تحت وطأة شخصية معينة. قد يكون ذلك رائعاً بالنسبة إلى أفلام الإثارة ولكن هذا خاص. نحن نريد بشراً حقيقيين هنا. لا نريد أناساً مستمدين من مفاهيم مسبقة التصور". إلا أن الوكيل يردد أدعية هوليوود همساً: "جوليا روبرتس"، "بروس ويليس". غير أن المخرج يبقى مصرّاً، مئة بالمئة، على أن مفهومه ليس حتى فلماً أمريكياً: "لا نجوم، لا نهايات سعيدة جاهزة، لا شفارتزنجر، لا عملية سطو إجرامية، لا إرهابيون. هذه قصة جامدة، مأساة تموت فيها امرأة بريئة. لماذا... لأن... ذلك يحصل". إنه شَرَكُ حقاً. تماماً الصنارة المزوّدة بالطعم التي يكون ملّ بحاجة إليها لإغواء غريمه لاري ليفي وجره إلى حتفه. ينجح ملّ في جعل الفلم

مقبولاً مع تسليمه إلى ليفي واثقاً من أن من شأن الأمر أن يمكنه من التدخل في اللحظة الحاسمة لإنقاذ المشروع. وحين نرى عرض مذكرة الجلب القضائية مستكملاً الآن فإننا نجد أن دَوْرِيَّ البطولة كانا من أداء جوليا روبرتس وبروس ويليس مندفعاً نحو غرفة الغاز، مضطلعين بدَوْرَيْنِ رياديين في العازف. نتابع روبرتس وهي منقولة إلى غرفة الغاز، مثبتة على الكرسي بالأحزمة؛ كريات الغاز تتدحرج، يتدلى رأسها إلى الأمام. يرن جرس أحد الهواتف؛ في آخر الممر نرى ويليس مندفعاً نحو غرفة الغاز، يلتقط فأساً لتحطيم الزجاج ويفتح الغرفة لإنقاذ جثة روبرتس الهامدة بلا حياة على ما يبدو ونقلها إلى مكان آمن - ترتجف! تتمم: "تأخّرت كثيراً!" يرد عليها ويليس: "حركة المرور كانت كَلْبَةً".

النهاية. في غرفة العرض تتفعل مساعدة وُلز وتصرخ: "استسلمت. ماذا عن الواقع؟ فيرد عليها المخرج الذي سبق له أن أقدم على مثل هذه الاحتجاجات على الفن والمعنى، على الواقع والبراءة الميتة قائلًا: "ماذا عن النهاية القديمة المجرّبة في كانوغا بارك؟" ثم يتابع: "الجميع مَقْتُوها. أما الآن فالجميع يحبونها. ذلك واقع!" وتأتي إضافة لاري ليفي متمثلة بعبارات: "هذه ضربة معلم. إنها سبب وجودنا في هذا المكان". نعم، ليس ثمة مشروع مثل مشروع العرض في الحقيقة!

في مسار قصة العازف يقترف ملٌ جريمة قتل ديفد كاهين ويفلت منها. يؤمن خطأ بأن كاهين هو مرسلِ رسائل التهديد بالقتل، وينجح في الاهتداء إلى مكانه للتعامل معه والسعي إلى كسبه مقابل وعد بإنتاج فلمه، قصة شاب أمريكي في اليابان. يرى البوليس أن ملٌ هو المشبوه الرئيسي، غير أن الشاهدة الوحيدة تتعرف خطأ على ضابط شرطة على أنه الرجل الذي رآته مغادراً مسرح جريمة القتل. في هذا الواقع، ثمة

بريء لقي حتفه ومَلَّ يفلت من أيدي حشد من رجال الشرطة. باختصار، مَلَّ مجرم يقتل دون سوء نية، صدفة تقريباً، ولكن مع حضور ذهني ودون تأنيب ضمير. إنه رجل يعشق كل ما هو فارغ أخلاقياً ومحاييد عاطفياً، بمن في ذلك عشيقته الرجل الذي قتله، الرسامة الأجنبية الغريبة جون غودموندزدوتر، التي تمارس الفن للفن. يرنو إلى مزاعم الفن، ولكن تظاهراً فقط، لأن ولاءه مكرس لمجرد النجاح في عالم تجارة السينما القائم على المنافسة. يحدد لنا شروط أي فلم، جملة العناصر غير القابلة للاختزال المتجذرة في مكونات الحمض النووي لمعادلات السينما: "التشويق، الضحك، العنف، الأمل، العزيمة، العُري، الجنس ونهاية سعيدة قبل كل شيء". يعيش في عالم مفعم بالتطرف، بالإباحية وبالزيف. يقوم بتوظيف السلطة، من منطلق المزاجية والحققد، في خدمة أغراضه الخاصة. وهو ينجح ظافراً. لا يقف عند حد إنقاذ لاري ليفي بل ويصبح رئيساً للاستوديو آخر المطاف. ونحن معجبون به. في نهاية الفلم، فيما هو عائد مستقلاً سيارته من الاستوديو يرن جرس هاتفه. المخابرة من كاتب البطاقات البريدية المسمومة. يتابع مَلَّ الإصغاء فيما يقوم هذا الصوت اللغز بإيصال أحد الأفلام إلى ذروته: ثمة إداري ستوديو يقترب جريمة قتل ويفلت من قبضة العدالة - إنها حبكة العازف. يطرح مَلَّ سؤالاً: "هل تستطيع ضمان تلك النهاية؟" يرد الكاتب اللغز بالإيجاب. فيقول مَلَّ وهو ينعطف إلى زقاق فرعي ويوقف السيارة أمام منزله، وهو بيت نموذجي مزين بعدد من أصص الورد حول الباب وعلم أمريكي مرفرف بكبرياء، حيث تستقبله زوجته الجميلة والحامل في الشهر التاسع، جون غودموندزدوتر: "اتفقنا إذن!" الصورة المجازية باتت مكتملة.

في هوليوود، تتم دائماً إعادة تشكيل الواقع ليتناغم مع المعادلات المعتمدة. وهذه المعادلات هي وظيفة هوليوود المتمثلة دائماً بالحرص على تأكيد صورة أمريكا الذاتية وهيمتها الكوكبية. تبقى السينما محرك الإمبراطورية مجازياً وعلى أرض الواقع. فميلاد السينما جاء متزامناً مع التحركات الأولى للإمبريالية الأمريكية فيما وراء البحار. بدأ عرض الصور المتحركة على الشاشة الكبيرة سنة 1896. وفي أمريكا اهتمت التكنولوجيا الحديثة إلى ملاذ لها في مسارح الفودفيل، تجديداً للتسلية بين الفصول المختلفة، وفي الأروقة الرخيصة والمسارح الملحقة بالمحلات التجارية في أحياء الطبقة العاملة. في 1898 اجتاحت الولايات المتحدة حُمى الحرب - كانت صرخة المعركة هي: "تذكروا المين!" حين زُعم أن بارجة أمريكية نُسفت في ميناء هافانا، فاندلعت الحرب الإسبانية - الأمريكية. إن الحرب هي التي مهدت لرؤية تيودور روزفلت الداعية إلى إمبريالية أمريكية، رؤية مستخلصة من إعادة صياغة الإمبريالية البريطانية والدارونية الاجتماعية. سارعت الأفلام إلى التجاوب مع المزاج الشعبي؛ حرفياً تماماً، بدأت الأفلام مع الذهاب إلى الحرب. إن توماس ألفا أديسون الذي أعلن نفسه مخترعاً للأداة الجديدة أطلق على أحد أفلامه اسم: رفع رايات المجد العتيق فوق قلعة مورو (1899)، مع أن الصورة الهزلية أخذت أمام شاشة خلفية في مقر إنتاجه بوسْتْ أورانج النيوجيرسية، بدلاً من الصرح التاريخي المعروف في هافانا القديمة. وكما يقول روبرت سكلار فإن؟ الابتداء كان، بالطبع، هو الهدف: ما من أفلام صور متحركة صُنعت عن القتال في كوبا. ما كان مهماً هو أسلوب استجابة صانعي الأفلام لتحدي إعادة إنتاج الحرب لعرضها على متفرجي مسارح الفودفيل".⁽³⁾

والحرب هي التي وقَّرتْ لأمريكا فرصة السيطرة الكوكبية على تجارة السينما. في تناقض صارخ مع القصة الشائعة، لم يكن أديسون المخترع الوحيد لتكنولوجيا السينما والأفلام. لا شك أن أديسون كان متفوقاً في الدعاية الذاتية؛ فمخترع الشهرة والنجومية عدَّ الأعظم بين الأمريكيين الأحياء. كان شديد الاحتكار لاعتراف الجمهور إلى درجة مكَّنَّته من إقناع مخترعين آخرين ببيعه تكنولوجيتهم لأن من شأنها أن تحقق قدراً أكبر من الرواج إذا سُوقَت باسمه بدلاً من أسمائهم. غير أن جزءاً كبيراً من تطور السينما المبكر كان في فرنسا، وفي الأعوام الأولى كانت شركة باتي فرير الفرنسية المنتجة الطليعية لأفلام البكرة والبكرتين القصيرة التي أوجدت الجمهور الشعبي الجماهيري للسينما. من الصعب العثور على الإحصائيات والسجلات ذات العلاقة بالأعوام الأولى من تاريخ السينما إضافة إلى أنها مشوشة في الغالب، لأن الأفلام بدأت قبل اعتماد نظام حقوق التأليف. تم افتتاح دار العرض السينمائي المتفرغة للأفلام بلندن سنة 1907؛ وكانت برامجها مؤلفة حصراً من أفلام شركة باتي الفرنسية. وفي 1909 أوردت صحيفة بريطانية ذات علاقة بتجارة الأفلام أرقاماً تحدثت عن أن حصة المنتجين الفرنسيين والأمريكيين من السوق السينمائية البريطانية هي 40 و30 بالمئة على التوالي. "ليس ثمة أي أرقام موازية عن سوق الولايات المتحدة، غير أن من المحتمل أن باتي فرير باتت كبرى الشركات المنتجة للأفلام المعروضة في الدور الشعبية الرخصية"⁽⁴⁾ ما أدى إلى تغيير كل شيء هي الحرب العالمية الأولى، التي دامت، بالنسبة إلى أوروبا، من 1914 إلى 1918. كانت تلك حرب تعبئة جماهيرية واسعة في أوروبا حيث شغلت جميع الطاقات المنتجة للأمم الرئيسية وتمخضت عن مذابح غير قابلة

للتصور، جرى تسجيل بعضها في الحقيقة بآلات تصوير سينمائية. جيلٌ كامل من شباب أوروبا قضى جراء نزيف حرب الخنادق في حقول الفلاندر، مما أبقى خسائر القطاع التجاري لصناعة السينما في فرنسا وإيطاليا، الرائدتين على هذا الصعيد حتى ذلك التاريخ، في الظل. بادرت الصناعة الأمريكية إلى ملء الفراغ. تماماً كما أقدم وودرو ولسن على إقحام أمريكا في الحرب فالاضطلاع بدور مسيطر في مفاوضات فيرساي التي أنهتها، مقترحاً نظاماً عالمياً جديداً، كانت الولايات المتحدة هي الأخرى عاكفة، لدى انتهاء الحرب، على إنتاج نحو 85 بالمئة من الأفلام المعروضة في العالم كله، و98 بالمئة من تلك المعروضة في أمريكا - هيمنة ما كانت لتتعرض إلى أي تقليص مستقبلاً. أصبحت الأفلام البند الأول في خارطة التوسع التجاري الكوكبي الأمريكي، الأكثر نجاحاً ودواماً - خصوصاً بفضل البنية والممارسات التي تبنتها الصناعة في سنواتها الأولى.

كان أديسون، الأعظم بين الأمريكيين الأحياء، عازماً على السيطرة. تمثل ما أرادته بالتحكم الكامل، مئة بالمئة، بميدان الصور المتحركة. ولهذه الغاية حاول إجبار منافسيه على استخدام آلة تصويره هو فقط بموجب ترخيص وحصر بيع أو تأجير الأفلام بالعارضين الذين يوافقون على استخدام آلات عرض وأفلام مرخصة أو مجازة. كان يستخدم أدواته بعد تسجيلها بأكثر العبارات تعميماً في مكتب براءات الاختراع ولدى المحاكم ضماناً لموقفه لدى مقاضاة المنافسين المخففين في الالتزام. ونظراً لأن أحداً من المنافسين لم يكن يضاهي أديسون في موارده المالية، فقد كان من شأن المراحل المتعاقبة للدعوى الحقوقية أن تعني الإفلاس بسهولة حتى في حال كسب الدعوى. في 1901 كسب

أديسون دعوى ضد شركة بيوغراف، غير أن الدعوى استؤنفت. أعلن القاضي وليم جي. واليس: "من الواضح أن أديسون لم يكن رائداً"⁽⁵⁾. لم يكن قد اخترع الفلم، أو آلة التصوير المؤهلة لالتقاط الصور المتحركة بسرعات كبيرة وعلى فترات مضبوطة، على الرغم من أنه كان أول في الميدان على الصعيد التجاري وربما كان قد اخترع طريقة ناجحة لجعل اختراعات أناس آخرين شغالة. لاذ أديسون بمكتب براءات الاختراع، ومزيد من الدعاوى القضائية أعقبت في عامي 1906 و1907. أما في 1908 فإن شركة بيوغراف رفعت بريقاً أبيض ودعت إلى التفاوض. كانت النتيجة تسوية عامة شاملة لتسع شركات إنتاج رئيسية، بما فيها شركة أديسون وشركتان فرنسيتان: باتي فريزر وميلي. تأسست شركة براءات الصور المتحركة؛ تمثل الغرض بما ظل أديسون دائماً على السعي من أجله من البداية: الاحتكار الكامل. اتفقت شركة البراءات مع مؤسسة إيستمان كوداك، الجهة الأمريكية الوحيدة المنتجة لمعدات التصوير والعرض السينمائية، على حصر البيع للمنتجين المرخصين الذين يلتزمون بعدم تأجير أفلامهم إلا للموزعين والعارضين الحاصلين على ترخيص يخولهم عرض أفلامها. وأي موزع أو عارض يخالف الشروط كان من شأنه أن يتعرض للإقصاء، وكان العارضون ملزمين بدفع أجرة محددة لشرطة البراءات مقابل تأجير أفلام مجازة. كان أديسون يحصل على حصة كبيرة من هذه الحقوق والجمعالات حتى قفزت أرباحه الصافية إلى ما يزيد على مليون دولار في السنة. حرصت شركة البراءات أيضاً على استبعاد منتجي الأفلام البريطانيين والإيطاليين من السوق الأمريكية؛ فقط شركة بريطانية وأخرى فرنسية - عدا شركتي الإنتاج الفرنسيين العضوين في شركة البراءات - حصلتا على حصة

صغيرة مؤلفة من ثلاث بكرات في الأسبوع لكلتيهما. وبعد أن نجحت في ترسيخ مكانتها واصلت شركة البراءات تعزيز عملية التكامل الرأسي للصناعة عن طريق المبادرة إلى إيجاد آلية تبادل التوزيع الخاصة بها، طارده أصحاب التراخيص أو استخدامهم عندها. كانت الشركة ترخص لنصف إلى ثلثي دور العرض السينمائي الـ 6000 عبر أمريكا.

أنشأت شركة براءات اختراع الصور المتحركة قاعدة أرباح ميسرة وكانت راضية عن سيطرتها. إلا أن رضاها عن النفس انطوى على بذور فنائها، وإن أوجدت النمط الذي كان سيغدو أساس الصناعة السينمائية حتى خمسينيات القرن العشرين. كانت الشركة تنتج أفلاماً أحادية البكرات ومن ثم ثنائيتها على مضمض لتزويد دور العرض الرخيصة (ذوات القروش) كما كانت تعرف دور العرض السينمائي المتفرغة التي بدأت تنتشر في طول أمريكا وعرضها عام 1905. وهذه الدور المتزاحمة في أفقر أحياء المدن تميزت بشهية بالغة النهمة للأفلام وكانت تغير برامجها يومياً. إلا أن شركة البراءات، المعروفة باسم التروست ما لبثت أن بدأت تعرض شروطاً تفضيلية على المعارضين الذين يبادرون إلى افتتاح دور عرض في أحياء أكثر غنى أو في أمكنة واقعة في المركز حيث يستطيعون عرض الأفلام لفترات أطول والحصول على أجور أعلى. يلاحظ سكلار أن "شركة البراءات كانت تتطلع إلى التحويل التدريجي للقواعد الاجتماعية الحاضرة للسينما، عن طريق الإعلان والعرض في الصحف المحلية ومن خلال بناء سمعة جيدة لنسخ ممتازة من الأفلام المراقبة سلفاً"⁽⁶⁾. بهذه الطريقة تركت الشركة ثغرة في جدار القطاع الأوفر ربحاً والأكثر ولاء في السوق مكنت أعداداً من المنتجين المستقلين من الازدهار. ما لبثت الساحة السينمائية أن أصبحت ميدان قتال حياة

أو موت خرج منه المستقلون منتصرين. تولى قيادة هجوم المستقلين يهودي مولود في ألمانيا يدعى كارل لايمل كان مدير مخزن ألبسة إلى أن افتتح دار عرض أمامية رخيصة. سرعان ما بدأ يوزع على دور غير مرخصة وأخرى شاكية من سوء خدمات التروست، منتقلاً إلى الإنتاج وصولاً مع الزمن إلى تكرار المثل الذي ضربه التروست. حاول المستقلون من أمثال لايمل، قدر استطاعتهم، الالتفاف على قيود التروست، أو عقدوا الأمل على مجرد الإفلات من الرقابة: مموهين كاميراتهم ومنتشرين في مواقع نائية، بما فيها كاليفورنيا، هروباً من جواسيس التروست الباحثين عن الانتهاكات الموصلة إلى المحاكم. وعلى امتداد هذا المسار، كان لايمل هدفاً لـ 289 دعوى قضائية منفصلة كلفته 300000 دولار.

نجح المستقلون بالابتكار والمبادرة وتبني نظام "نجم" معين أكثر من أي شيء آخر. لم يكن منتج التروست يعرفون الممثلين الذين يظهرون في أفلامهم. أما الجمهور المولع بالسينما فسرعان ما تعلق بممثلين مفضلين وراح يمطر أولئك الذين وقع اختياره عليهم، مثل "فتاة البيوغراف": فلورنس لورنس، بوابل من رسائل الإعجاب. راهن لايمل على الأمر ساحباً لورنس من شركة بيوغراف في 1909 ومانحاً إياها مكافأة نجوم في أفلام شركته. وفي 1910 استخدم ماري بيكفورد من بيوغراف عارضاً عليها ضعف راتبها تقريباً. حين كانت دور العرض الرخيصة تغير برامجها يومياً، وهي ممارسة دامت إلى عشرينيات القرن العشرين، كان تعرف الجمهور على أسماء النجوم الدعاية الأنجح: "تفوق النجوم ما عداهم في ترويج الأفلام".⁽⁷⁾ ليس العازف قصة رثاء لما آل إليه هوليوود اليوم، بل هو تصوير دقيق للمحطة التي انطلق منها والهدف الذي ظل دائماً على بلوغه باستمرار.

بدأت صناعة السينما بعيداً عن رادارات حُرّاس الثقافة والفن الراقِيَيْن من النخبة وحُماة الآداب العامة من الطبقة الوسطى. اهتدت إلى جمهورها بين صفوف المهاجرين والطبقات العاملة. أوجدت جمهورها أكثر الأحيان عبر تملق نزعة التلصص الشَّبَقِيَّة، بأفلام نساء يقمن بالتعري، وهو أمر أقرَّتْ به الصناعة نفسها: "في البداية حشد من العناصر الدونية تزاومت في هذه التجارة؛ ... ظلت المناشدة تستهدف في الغالب ما هو شاذ ومبتذل... وثمة أناس صنعوا وآخرون عرضوا صوراً احترفت تلبية أحط الغرائز عند البشر"⁽⁸⁾. ففي 1908، عام تأسيس شركة براءات الصور المتحركة تحركت مدينة نيويورك لإبطال ترخيص جميع دور العرض الـ 600 الرخيصة فيها وأقرت قوانين تشترط إجازات جديدة أعلى، تضع الأفلام تحت إشراف الشرطة وتفرض التحكم بحضور الأطفال. سارعت الصناعة إلى الرد على هذا التطور الجديد عبر اقتراح نظام رقابة ذاتية، نمط آخر كان سيدوم وسيحدد مسار تطور هوليوود. غير أن محاولات التكرار للأصول، مساعي الهروب من الأحياء المعزولة (الجيتوات) وأحلام التعاون والتنسيق مع الأوصياء على الاستقامة الأهلية، لم تفلح في إنقاذ التروست. ففي 1915 تمت إدانته بوصفه منظمة تشكل قياداً على التجارة بموجب بنود قانون شيرمان لمكافحة الاحتكار. إلا أن شركة براءات الصور المتحركة (التروست) كانت قد بدأت تتعرض للهزيمة على صعيدي التجارة والخيال أمام الصنف الجديد من المنتجين المستقلين عندما تلقت ضربة الفأس هذه.

أما المنتجون الظافرون الذين قلبوا هوليوود إلى إمبراطورية تخصهم، في عنوان نيال غابلر الملائم،⁽⁹⁾ فقد نجحوا لأنهم جاؤوا من

الخلفية ذاتها التي كانت تفرز جماهير المتفرجين الذين جعلوا الأفلام بضاعة تجارية ناجحة. وإضافة إلى لايمل، كان كل من وليم فوكس، أدولف زوكور، جيسي لاسكي ونسيبه سامويل غولد فيش (غولديون لاحقاً)، يهوداً أيضاً، جميعهم من أوروبا الشرقية. كانوا يعملون في التجارة أو توفير أسباب اللهو قبل اقتحام عالم السينما. يقتبس غابيلر كلام أحد المنتجين اليهود تفسيراً: "كانوا الجمهور. كانوا الناس أنفسهم"⁽¹⁰⁾. كان المعنيون مهاجرين جدداً في أمريكا، جزءاً من أكبر موجات الهجرة إلى أمة مهاجرين. بين عامي 1870 و1900 استقبلت أمريكا أحد عشر مليوناً من المهاجرين الجدد. ومع حلول عام 1924 كان نحو 22 مليوناً من المهاجرين الجدد قد عبروا محطة الوصول في جزيرة إليس. بداية القرن العشرين كان ما يزيد على 60 بالمئة من السكان في المدن الاثنتي عشرة الأكبر أمريكيين إما مولودين أجنباً أو جيلاً أول. كان هذا هو الجمهور الرئيسي للسينما، تماماً كما كان منبع أولئك الذين باتوا مسيطرين على، ومتحكمين بتطور هذه الصناعة. إنه الجمهور الذي قرأ في السينما مشروع العمر القائم على صياغة الذات من جديد في قالب جديد ومتميز، مع اكتساب التاريخ القصصي والحكاية الأسطورية للهوية الجديدة. كانت السينما وسيلة التواصل الأكثر مباشرة، عاملة عبر صورة بصرية مستمدة من الواقع للإيحاء بهذا الواقع. لم تكن الأفلام الصامتة تتطلب أي إتقان للغة الأدبية؛ تابعت رواية قصصها إيحاءً وتلميحاً، لغة ليست شاملة تماماً بل منظومة مشفرة يستطيع الجميع امتلاكها بسرعة. تمثل تحرك السينما الأمريكية الإمبريالي الأول بنوع من إمبريالية العقل. لم يكن كونهم يهوداً أوريبيين يعني أن أرباب السينما فهموا جماعات الأحياء المعزولة (الجيتوات)

المنتسبة إلى أمم كثيرة بدائية على التغير في مواجهة مدن أمريكا فقط، بل ويؤكد إخلاصهم للعملية التي أعقبت المجيء إلى أمريكا: عملية الذوبان في البوتقة، عملية الاندماج. وهذه العملية شكَّلت القطب المغناطيسي الجاذب بالنسبة إلى يهود أوروبا القرن التاسع عشر بوصفها الوسيلة الوحيدة لتجنب غائلي الاضطهاد والحرمان اللتين كانوا يواجهونهما. فـ "ما كان يوحد (اليهود الذين اخترعوا هوليوود) في صلة قرابة روحية عميقة هو رفضهم القاطع والمطلق لماضيهم مع إخلاصهم الموازي لوطنهم الجديد ... ثمة احتضان منهم، بل وحتى معانقة مرضية، لأمريكا"⁽¹¹⁾. ويضاف إلى ذلك:

كانوا عازمين على اصطناع إمبراطورياتهم على صورة أمريكا وعلى ابتداع أنفسهم على صورة الأمريكيين المزهريين. كانوا عازمين على ابتكار قيم أمريكا وأساطيرها، تقاليدها وأنماطها الأصلية.... وعبر قيامهم بصنع أمريكا "ظُلِّ"، أمريكا قائمة على إضفاء الصفة المثالية على كل ما له علاقة بالوطن من أمور مبتذلة أُلبست أثواب المجد، نجح هوليوود في خلق حُرْمَة قوية من الصور والأفكار - بالغة القوة إلى درجة مكنتهم، بمعنى من المعاني، من استعمار الخيال الأمريكي. ما من أحد كان يستطيع أن يفكر بهذا البلد دون أن يتذكر أفلامه. ونتيجة لذلك ما لبثت المفارقة - أفلام أمريكية مئة بالمئة لمنتجين غرباء مئة بالمئة - أن ارتدت على ذاتها. باتت القيم الأمريكية تتحدد، إلى حد كبير، بالأفلام المصنوعة من قبل اليهود، آخر المطاف. وفي التحليل الأخير، نجح

اليهود، إذ تمكنوا من ابتكار أمريكتهم التي ألبسوها ثوب المثالية على الشاشة، في إعادة اختراع البلد على صورة قصتهم الخيالية.⁽¹²⁾

بلغت الأعمال والتجارة تمكّن هذا الصنف الجديد من صانعي الأفلام، من "الملوك" أو "الأرباب"، ليس فقط من الحلول محل شركة براءات اختراع الصور المتحركة، بل وقد نجحوا أيضاً في تجاوز الحاجز الطبقي والثقافي والتعالي عليه حيث كان أسلافهم قد أخفقوا. وقد تحقق لهم ذلك من خلال إنتاج أفلام أعلى وأطول، ذات خمس بكرات أو مدتها ساعة كاملة. وهم لم يتأخروا في تجريد التروست من ادعاءات الولاء للطبقة الوسطى عبر إنتاج ما عدّه أدولف زوكور، "ممثلين مشهورين في مسرحيات شهيرة". كان المستقلون، لا التروست، هم الذين بدؤوا بترجمة الثقافة الأدبية والمسرحية إلى أفلام سينمائية. وقد حرصوا على الاحتفاظ بإرادة السيطرة عبر الدمج الرأسي للصناعة في إطار ملكية فردية أو مشتركة، وإن غيروا محتوى الأفلام؛ كان ذلك نتاج إعادة ابتكار وليم فوكس وما لبث أن أصبح نموذجاً يُحتذى في الصناعة. ظلت التهديدات بالملاحقة والتحقيقات الفعلية ذات العلاقة بمخالفة قانون حظر الاحتكار سمة متكررة من سمات تاريخ هوليوود، إلا أن ضربة الفأس لم تقع على رأس الصنف الجديد من أرباب السينما إلى ما بعد الحرب العالمية الثانية. دام اشتغال هؤلاء بإعادة تشكيل صورة أمريكا الذاتية وبناء قلعة محصنة يتعذر فتحها للهيمنة على الثقافة الشعبية الكوكبية مدة 33 سنة بالتمام والكمال.

كان الصنف الجديد من أرباب السينما هم الذين بدؤوا بشراء الأراضي الرخيصة حول لوس آنجلوس وبإقامة الاستوديوهات في المكان

الذي كان سيغدو، إلى الأبد، معروفاً باسم هوليوود. لم يكن افتقار كاليفورنيا إلى الحركة العمالية المنظمة - جنباً إلى جنب مع الشمس الساطعة خلال السنة كلها مع تنوع هائل للمشاهد داخل دائرة سهلة الوصول - الأقل شأنًا بين عوامل جذب المكان. فالمنطقة المحيطة بهوليوود كانت تستطيع، وقد فعلت، أن تشكل تقليداً لأي مكان في العالم، مما أدى إلى تمكين الأفلام من تجسيد العالم، من أن تكون هي نفسها العالم. والأفلام الأمريكية قُدر لها أن تكون للعالم. في 1921 كتبتُ الأمريكي العالم أن صناعة السينما قد أصبحت "ملوثة بروح الأممية الجديدة التي تجذرت بكثير من العمق في تربة الحياة الاقتصادية والصناعة للبلاد نتيجة انتهاز فُرص زمن الحرب والانقضاء عليها"⁽¹³⁾. أو بعبارة أنسب هي "التجارة تتبع السينما"⁽¹⁴⁾ قالها ادوارد جي. لوري في الساترداي إيفنغ بوست، مضيفاً: "بيدو الآن أن الشمس لا تغيب عن الإمبراطورية البريطانية ولا عن الصور المتحركة الأمريكية". عضو في مجلس اللوردات البريطاني وقف شاكياً من اضطرار مصانع ميدلاندز إلى تعديل أنماط تصميمها لأن الزبائن في الشرق الأوسط يطلبون أحذية وملابس شبيهة بتلك التي ينتعلها ويرتديها النجوم الأمريكيون بنسبة 35 بالمئة بعد ظهورها في أحد أفلام هوليوود، فيما باشر مهندسو العمارة بناء أكواخ وشاليهات شبيهة بما في كاليفورنيا. تشكل قدرة هوليوود على تشجيع التجارة وفَرْض توجهات ثقافية شعبية دليلاً آخر على أن الهيمنة الكوكبية الخاصة بالسينما إن هي إلا قوة دفع إمبراطورية. لم يتأخر الكونغرس في التقاط المغزى. في 1925 بادر إلى تخصيص مبلغ 15000 دولار لاستحداث قسم للسينما في مكتب التجارة الخارجية والداخلية. والإحصائيات الصادرة عن

المكتب تبين بوضوح مدى طغيان السينما الأمريكية التي زاد عدد الأفلام التي أنتجتها سنوياً على ما تم إنتاجه في أي بلد آخر: ففي 1927 فقط، أنتج هوليوود نحو 700 فلم طويل، مقابل 214 في ألمانيا و44 فقط في بريطانيا. تراوحت حصة هوليوود من العروض السينمائية الإجمالية في معظم بلدان العالم بين 75 و90 بالمئة. كتبت صحيفة اللندن إيضنغ بوست تقول:

إذا أقدمت الولايات المتحدة على إلغاء أجهزتها الدبلوماسية والقنصلية، على إبقاء مراكبها في المرافئ وسياحها في وطنهم، وعلى الاستقالة من أسواق العالم، فإن مواطنيها، مشكلاتها، بلداتها وأريافها، طرقها، سياراتها، مكاتب محاسبتها وصالوناتها ستبقى مألوفة في أقصى زوايا العالم... فالفلم بالنسبة إلى أمريكا الآن هو ما كانه العَلَم ذات يوم بالنسبة إلى بريطانيا عن طريقه [عن طريق الفلم] يستطيع العم سام أن يحلم بإنجاز أُمركة العالم ذات يوم، إذا لم يتم لجمه في الوقت المناسب. (15)

ظلت قدرة الأفلام على التأثير في الجماهير مبعث قلق منذ البداية. ومع تحرك هوليوود لوضع اليد على جماهير الطبقة الوسطى في أحيائها واكتساب الاحترام والتقدير، صار فرسان الوصاية على الحشمة والذوق الأهليين أكثر، لا أقل، قلقاً. وكما على الدوام فإن محاولات كبح تأثير الأفلام تركزت على مظاهر الشبق بدلاً من استهداف الآثار الأعمق لآلية صنع الأساطير وجملة العواقب الاجتماعية والسياسية للخوف، لانعدام الرحمة وللإيديولوجيا الإمبريالية المتجسدة في الأفلام والفاعلة من خلال صيغها ومعادلاتها الروائية. إن نظام

الرقابة الذاتية الذي أُقر في 1908 لم يمنع بعض الولايات من السعي إلى ممارسة قدر أكبر من الرقابة المباشرة عن طريق الإيعاز بقص مشاهد معينة أو حظر أفلام كاملة قبل عرضها أمام الجمهور. اثنان من مثل هذه القوانين المحلية العائدة لولايات بعينها تعرضا للاختبار أمام المحكمة العليا سنة 1915: أقدمت شركة ميوتشوال السينمائية على المطالبة بحماية التعديل الأول. فالقاضي جوزف ماكيننا المتحدث باسم المحكمة يقول: "مباشرة نشعر بأن الحجة التي توفر ضمانات حرية الرأي والتعبير للعروض الجماهيرية المعلنة على لوحات الإعلانات في مدننا وبلداتنا خاطئة أو مشروطة.... من المتعذر عدم التسليم بأن عرض الصور المتحركة إن هو إلا عمل خالص وبسيط يجري القيام به من أجل الربح مثل العروض الأخرى، ولا يجوز النظر إليه، كما يقضي دستور أوهايو، حسب ما نرى، كما لو كان جزءاً من صحافة البلاد أو أحد أجهزة الرأي العام"⁽¹⁶⁾. ومع حلول عشرينيات القرن العشرين بات نظام ستوديو هوليوود ناجزاً، مزاجاً بين إنتاج الأفلام وبين نظام توزيع تراتبي معقّد عبر دور عرض محلية مملوكة ومُدارة من قبل الاستوديوهات. "كنظام مصمم لتركيز النفوذ وكمشروع للربح، كان بلا خلل، إذا ما بقي شرط أساسي موفراً:.... مهما أصبحت سلطة ملوك السينما وأرباحهم مُرعبة في عشرينيات القرن العشرين، فإنهم لم يكفوا قط عن التعويل على قُدّرتهم على إمتاع الجمهور"⁽¹⁷⁾. غير أن هوليوود لم يكتف بالاعتماد على الجمهور الأمريكي - فقد كان مشروعاً كوكبياً. المبيعات فيما وراء البحار شكلت ما يزيد على ثلث الدخل الإجمالي عبر سنوات العشرينيات. كان الهامش الحيوي للأرباح العالية. للرواتب

المرتفعة ولنمط الحياة الباذخ للملوك والنجوم. كان العالم قشرة التزيين المحلاة فوق كعكة هوليوود.

حقبة الأفلام الصامتة رسخت أجناس صناعة السينما الرئيسية. استمد هوليوود قصصه من المسرح، من الأدب الروائي الأمريكي إلى الروايات القصيرة، كما من الصحف والسيناريوهات المجانية التي بدأت تتدفق كالطوفان على الاستوديوهات. كان هوليوود المكان المؤهل لقلب القصص إلى ما يطلق عليها رولان بارت اسم "تمثيلات جماعية". ولكن النجوم الذين كانوا سبب رواج الأفلام ما لبثوا، مع صيرورة السينما محور صنع الأساطير الثقافية، أن اختطفوا اهتمام الجمهور واحتفظوا بمقادير متزايدة منه. حَسَدٌ من مجلات الهواة، من القصص والزوايا الصحفية المكرسة لحيوات النجوم الخاصة، انبثق قبل الحرب العالمية الأولى وصاحب ارتقاء هوليوود إلى موقع الهيمنة الكوكبية. آليات عرض، حفظ وحماية الصورة العامة للنجوم أصبحت صناعة بحد ذاتها، صناعة علاقات عامة مضطلعة بدور واجهة عرض الإنتاج الذي يبيعه هؤلاء النجوم: الأفلام. إن ثقافة المشاهير تبدأ مع صعود هوليوود. ما لبثت أساليب عيش، حب واستمتاع النجوم، مثلها مثل الطرق التي من شأنها أن تمكّن فتاة أو شاباً عاديين من أن يصبحا نجمين، أن أصبحت جزءاً من هموم الجمهور اليومية.

في 1921، أعلنت عناوين الصحف بأعلى الأصوات نبأ اتهام روسكو؟ الطبل؟ آربوكل بجريمة قتل ممثلة شابة. كانت فيرجينيا راب إحدى الحسنات الكثيرات في حفلة دامت إلى ما بعد عطلة عيد العمال، بصحبة كميات كبيرة من المشروبات الكحولية المهربة. بعد انتهاء الحفلة اكتُشفت في إحدى غرف النوم، ممزقة الثياب شديدة المرض. ما

لثبت أن ماتت في المستشفى. اتُّهم آربوكل بجريمة القتل وتمت مقاضاته لاحقاً. ثمة كانت ثلاث محاكمات؛ اثنتان انتهتا بتعطل هيئة المحلفين قبل تبرئته في الثالثة. وفيما كانت قضية آربوكل تتفاعل مدمرة سمعته المهنية، انقضت فضائح أخرى على العناوين وراحت تقلب هفوات النجوم وخطاياهم الخاصة إلى مفاجآت صاعقة لحماية الأخلاق الأهلية مثلها مثل الأفلام نفسها. والعويل المتصاعد للشكوى الصارخة من تأثير الأفلام وثقافة المشاهير انعكس في الصحف، في الكتب وفي عدد كبير من الدراسات الأكاديمية لسوسيولوجيين جادين. كتب نورمان إي. رتشاردسون في 1921 يقول: "إن أولادنا يصبحون ما يرونه في الأفلام بسرعة"⁽¹⁸⁾. وفي طبعة عائدة إلى عام 1926 لمجلة علوم سياسية مرموقة مكرسة كلياً للأفلام، رأى أستاذ السوسيولوجيا بجامعة بنسلفانيا، دونالد يونغ، أن الأفلام تواصل؟ تقديم ونشر مواقف شخصية واجتماعية بعيدة جداً عن متناول أكثرينا"⁽¹⁹⁾. وفي العدد نفسه عدّ ولتون إيه. باريت السينما أداة "لنقل الأفكار، الرموز والأسرار؛ ورآها؟ قدرة على سرد الوقائع على مسامع الأكثرية الساحقة مع تقديم الاقتراحات، التي لم تكن الأقلية الحاسدة عازمة، كما لم يسبق لها قط أن فعلت، على تمكين خدم الإنسانية المتواضعين وحضارة الاستغلال من معرفتها". وفي مقال كتبه سنة 1916، قام أستاذ علم النفس بجامعة هارفارد، هوغو مونستربيرغ بتسليط الضوء على التأثير المعقد للأفلام قائلاً: "إن العمق والحركة، على حد سواء، يصلان إلينا في عالم الصور المتحركة، لا بوصفهما واقعين جامدين بل على أنهما تزاوج بين الواقع والرمز"⁽²⁰⁾.

رد هوليوود على هذه البيانات المختلفة عن سطوته ونفوذه بمنهجه القديم القائم على اقتراح الرقابة الذاتية، مع مبادرة جديدة تؤكد

سلطتها إلى ما شاء الله. تشكلت منظمة نقابية جديدة: رابطة منتجي وموزعي الأفلام السينمائية. بادرت الصناعة السينمائية إلى تعيين المدير العام للبريد، وهو رئيس سابق للجنة القومية الجمهورية ومن حكماء الطائفة المشيخية، ولّ آتش. هيس، رئيساً للرابطة. تمثلت مهمته بالترويج لنوع جديد من الانشداد إلى الأفلام السينمائية من خلال سلسلة طويلة من فعاليات العلاقات العامة بما فيها عمليات تجنيد الأنصار وكسب المؤيدين وراء الكواليس في واشنطن. كان هيس يقول إن الصور المتحركة منطوية على وعد بلا حدود بوصفها؟ اسبيرانتو العين؟ الحاطمة لسائر الحواجز اللغوية، قادرة على التحدث مع جميع الأمم والشعوب وهي عازمة، دونما تأخير، على إزالة جميع أشكال سوء التفاهم بين الأمم وصولاً إلى إلغاء الحرب. وفيما كان هيس دائباً على الترويج لطبعته من الرسالة التحضيرية للأفلام السينمائية، كان مكتب هيس عاكفاً على تطوير شرعة إنتاج لمعايير رقابة ذاتية شاملة لقضايا الذوق والحشمة. كتبت طبعة عام 1930 للشرعة بقلم كاثوليكي علماني وناشر مطبوعات سينمائية يدعى مارتن كويغلي، بالتعاون مع قس يسوعي يدعى دانييل إيه. لورد. بوضوح شديد قامت الوثيقة بصب الرقابة الذاتية في قالب رسالة تمدينية: "إذا قدمت الصور المتحركة قصصاً قادرة على التأثير إيجابياً في حيوات الناس، فإن من شأنها أن تغدو العامل الأقوى لخدمة قضية تحسين أحوال البشر". وهذه الرسالة كانت رسالة كوكبية دون لبس: "يسلم منتجو الصور المتحركة بالثقة الكبيرة التي وضعها فيهم أهل العالم والتي جعلت الصور المتحركة وسيلة كونية للتسلية والإمتاع... ومن هنا، نجدهم، رغم عدّهم للصور المتحركة وسيلة لهو دون أي غرض تعليمي أو دعائي صريح في المقام الأول،

متأكدين من أن من شأن الصورة المتحركة أن تكون، وهي داخل إطار حقل التسلية، مسؤولة على نحو غير مباشر عن التقدم الروحي أو الأخلاقي، عن أنماط أسمى من الحياة الاجتماعية، وعن قدر كبير من التفكير السليم"⁽²¹⁾. بعبارة أخرى كان من شأن هوليوود أن يكون شديد النزوع نحو الإمساك بطرفي المجد كليهما: ليس الأمر إلا لهواً، إلا عملاً تجارياً مربحاً، ولكنه عمل بالغ الأهمية ومفعم بالنبل في الوقت نفسه. تضمنت الوثيقة معايير وصف الجريمة ("لا يجوز بالمطلق دفع الجمهور إلى التعاطف مع الإجرام، مع الخطأ، مع الشر أو مع الخطيئة")، الجنس، التجديف، الرقص، الملابس، الدين والمشاعر القومية ومستلزماته، معلنة أن "من شأن تقديم التاريخ، المؤسسات، الشخصيات المرموقة ومواطني الدول الأخرى، أن يكون منصفاً". وفي 1934، حين بدأت رابطة الحشمة الكاثوليكية تحث منتسبيها على مقاطعة الأفلام التي عدتّها الكنيسة بعيدة عن الحشمة، أقدم هيس على طرح تطبيق أشد صرامة للرقابة الذاتية من خلال إدارة شرعة الإنتاج، برئاسة الصحافي الفيلاذلفي الكاثوليكي - الإيرلندي السابق جوزف آي. برين. كان مكتب برين، كما بات يعرف، جهاز الفرض المتمتع بصلاحيه الموافقة على، انتقاد أو رفض الأفلام المنتجة أو الموزعة من قبل استديوهات هوليوود.

أما في 1927 فقد تغير عالم هوليوود. ففي تشرين الأول/أكتوبر من ذلك العام أقدمت دار عرض سينمائية على عرض مغني الجاز، أول الأفلام الناطقة. كان الفلم أداة مناسبة لهذه الانطلاقة الجديدة من جانب إمبراطورية هوليوود. يصفه لسلي هاليول في إنجيل أفلامه السنوي بـ "بكائية يهودية نموذجية"⁽²²⁾. إنه قصة نجل مرثّل يحقق

الشهرة في دنيا الاستعراض بوصفه مغنياً أسود الوجه في جنس العروض الغنائية الأمريكية. كان تاريخاً: "لم تسمع شيئاً بعد". ومباشرة آثار مخاوف من احتمال تعرض هيمنة هوليوود للخطر جراء تنوع لغات العالم مقابل لغة الأفلام الصامتة الكونية. ومع مجيء نسبة 30 - 40 بالمئة من الموارد الإجمالية من أسواق أجنبية، فإن الأمر كان مبعث قلق. إلا أن إغراء هوليوود، مضافاً إلى احتكاره للملكية عدد كبير من دور السينما وشبكات التوزيع حول العالم، كانا عاملين بالغي القوة. فحصته من الأسواق الألمانية والبريطانية لم تتقلص بين عامي 1927 و1931 إلا بما هو أقل من 10 بالمئة مقابل أقل من 15 بالمئة في فرنسا. أما في أمكنة العالم الأخرى فقد واصل هوليوود توفير 60 إلى 90 بالمئة من مجموع الأفلام المعروضة، بل وحتى نسبة الثلث أو أكثر من أسواق معينة مثل الهند واليابان المتمعتين بصناعتين سينمائيتين عاليتي التطور. ظلت ربحية إمبراطورية السينما الكوكبية متواصلة، متكيفة مع حوافز اللغة عن طريق الدبّاجة، الكتابة المصاحبة للصورة بل وحتى من خلال توظيف فرص نظام الاستوديو وحضور ممثلين أجانِب لإنتاج نسخ لغات أجنبية مزامنة عن الأفلام.

مع إضافة الصوت باتت الأفلام السينمائية أكثر إقناعاً من أي وقت مضى. سارع ملوك السينما إلى تبني وتعزيز دورهم أوصياء أخلاقيين على أمريكا بصحبة بضاعتهم التجارية: تأكيد القيم الأمريكية كما حدوها، أعادوا تشكيلها وعرضها عبر قيامهم بصنع الأساطير الثقافية. وهكذا فإن داريل إف. زانوك كان في 1941 يستطيع أن يجادل على نحو مقنع أمام جلسة استماع برلمانية قائلاً إن هوليوود كان قد أنتج "صوراً (أفلاماً) بالغة القوة والنفوذ إلى درجة أنها استطاعت

ترويج نمط الحياة الأمريكية، ليس في أمريكا فقط بل وفي العالم كله⁽²³⁾. أما لويس بي. ماير، مؤسس استوديو إم. جي. إم. (MGM) فقد كان، حسب رواية حفيده، يرى أفلامه النموذجية عن بلدان أمريكا الصغيرة "أدوات لأسطورة أمريكا وعدّها، بالفعل، وسائل تشكيل ذوق البلاد. تمثل إحدى جوانب الحياة في روسيا الشيوعية التي كان من شأنها أن تستثير إعجابه لو بقي هناك بالأسلوب المعتمد في توظيف الفن لصياغة المجتمع... كان يريد غرس القيم في ربوع الوطن ويعرف مدى قدرة الأفلام على النفاذ وكان شديد الرغبة في المراهنة على السينما"⁽²⁴⁾. أما جاك وارنر، أحد شركاء وارنر إخوان، الشركة التي أنتجت مغني الجاز، فقد عبّر عن شعور عام حين قال لأحد المراسلين: "يزداد الاقتناع رسوخاً يوماً بعد يوم بأن الأفلام السينمائية تستطيع أن تضطلع، وهي تفعل، بدور بالغ الأهمية في ميدان التنمية الثقافية والتعليمية للعالم"⁽²⁵⁾.

في عقدي الثلاثينيات والأربعينيات من القرن العشرين، وهو ما يعرف بـ "العصر الذهبي"، كان هوليوود خاضعاً لنظام الاستوديو، لاقتصادات المدى الهائلة القائمة على الإنتاج بالجملة التي كانت تمكّن هوليوود من مواصلة إنتاج كميات كبيرة من السلع الكافية لتلبية طلبات جماهير المتفرجين في طول العالم وعرضه. كان كل استوديو برئاسة سليل إحدى الأسر المهاجرة العصامية. والأفلام المنتجة من قبل كل ستوديو كانت تعبر عن شخصية ونفسية الرئيس الذي كان يتولى رئاسة إمبراطوريته بتحكم كلي. فالاستوديوهات كانت خزانات آمالهم وأحلامهم ونظرتهم إلى أمريكا. وهكذا فإن مهمة التمدين والأمركة ما لبثت أن أصبحت، وبقية، جزءاً لا يتجزأ من رسالة السينما. والطابع

المميز للأفلام لم يكن سوى طابع إمبراطورية أمريكا . كتب غابيلر يقول: "من تزاوج الطاقة، الريبة، الكآبة، نزعة تحطيم الأصنام، والليبرالية انبثق ليس نوع مميز من الأفلام وحسب، بل ورؤية مميزة لأمريكا - أمريكا المدنية خصوصاً. كانت تلك بيئة قاسية ولامبالية، بيئة معادية على نحو شبه كوزمولوجي، حيث يعكف جيش من القوى على منع المرء من اكتساب الفضيلة بيسر. كان ذلك عالماً زاخراً بعوامل الإحباط وآيات التحدي - عالماً يكمن فيه الأمل الوحيد والمعنى الوحيد لا في المثل الأخلاقية العليا، لا في الحب، لا في العائلة، لا في التضحية، بل في الحركة المخمّرة بنوع من الشعور الغامض بالشرف". وهذه الرؤية ما لبثت أن اهتدت إلى نوع من الصدى لدى الطبقات العاملة وما دونها في أمريكا المدنية المبتلية بأزمة الكساد الكبرى، تلك الطبقات التي كانت مثقلة بإحساسها الخاص بالغرر، بالريبة وبالقلق، بما جعل هذه الأفلام قادرة على تحديد إطار تجربة كثيرين من منتسبيها"⁽²⁶⁾. ليس التركيز، المعنى والخطاب، في كوزمولوجيا هوليوود، كما في جميع الأساطير، إلا الإنسان الوحيد، الفرد المعزول، آخر المطاف. ظلت وظيفة الأفلام متمثلة على الدوام بإعادة صنع الذات.

ثمة أفلام مستمدة من الواقع ومضبوطة على إيقاع روح الواقع صارت أكثر واقعية من الواقع. لا يعني ذلك أن جميع أفلام هوليوود وثائقيات انتصارية عن أمريكا وأدوات مباشرة وجاهزة بيد الإمبراطورية بالتالي. بل الأصح هو أن الأفلام تبقى تعبيرات معدّلة عن أمريكا لأمريكا، وهي تعمل على حصر الروح الأمريكية وعزلها بوصفها كلية الواقع الإجمالية. إنها تزود أمريكا بصورة عن ذاتها، غير أنها تقوم أيضاً بتقديم أمريكا بوصفها صورة مجسّدة للعالم. ومن ثم تبادر إلى تسويق

هذه الرؤية في العالم كله. تماماً كما يجري تصوير أمريكا عبر استخدام قوالب نمطية مشفرة، شخصيات نموذجية في روايات صيغية تستكشف أساطير وخرافات ثقافية لتمثيل أمة جعلت مثالية، كذلك جرى تجسيد العالم في سفر الألعاب الهوليوودي. إن شعوب العالم وتاريخه قد تمت إعادة تشكيلهما أيضاً بوصفيهما شخصيات نمطية وروايات مقوّلة، إن أساطير وخرافات العالم كله باتت ذاتية في بوتقة الحمض النووي المعدل لأسلوب هوليوود في سرد الحكايات.

ثمة اطراد لافت في نظرة هوليوود إلى العالم، تلك النظرة التي يمكن وصفها بـ "الرؤية الكولومبية". فالأفلام نجحت في إعادة تذكير العالم بسلسلة من الأطروحات، الموضوعات، الأفكار والرموز التي صاحبت كرسنوفر كولومبوس، الرجل الذي "اكتشف" أمريكا. يصر التاريخ التقليدي على جعل كولومبوس إنساناً "حديثاً"، رجل علم عقلاً مشغولاً بفتح الطريق أمام تقدم أوروبا ورسالتها التمدنية الإمبريالية. ولدى تركيب هذه اللوحة يحرص التاريخ على طمس كل ما يتنافر أو يتناقض مع الصورة. يقوم التاريخ، على نحو خاص، بكييل فيض من السخرية والازدراء لجملة الكتب المدرسة جيداً والمقروءة بعناية التي اختار كولومبوس اصطحابها في رحلته. كانت هذه الكتب تعبر عن رؤيته للعالم، عما كان يتوقع العثور عليه لدى وصوله إلى الشاطئ الشرقي وهو المسافر غرباً، وقد اعتمد أساليبها التقليدية في وصف كل ما وجده عند الوصول. بعيداً عن أن يكون "حديثاً"، كان كولومبوس رجلاً "قروسطياً" من قمة الرأس إلى أخمص القدم، وكانت رؤيته للعالم متشكّلة بفعل رحلات السير جون ماندفيل وصورة العالم (إيماجو موندي Imagi Mundi) تأليف بيير دايلي، وهما الكتابان اللذان أخذهما معه⁽²⁷⁾.

وهذان الكتابان القروسطيان الأكثر رواجاً قَدِّمًا عالم ما بعد أوربا مكاناً زاخراً بالخوارق والعجائب، مزدحماً بأقوام غريبة الأطوار متحدية لقانون الطبيعة وتعيش خارج قواعد الحياة المسيحية المحددة لجملة قيم الحياة الفعلية، معايرها وصيغها الطبيعية بالنسبة إلى جميع الأوربيين. بعيداً عن أن تكون خرافات، حكايات من نسج الخيال وبراهين على الإيمان العمياء للعقل القروسطي، كانت النظرة إلى العالم الواردة في الكتب التي قرأها كولومبوس، وطريقة تفكيره تجسدان نظرة إيديولوجية محكمة إلى كل الأشياء. وقد زودت كولومبوس، ومعه أوربا، بما ليس أقل من التصميم على الهيمنة التي هي أم الإمبريالية. يضاف إلى ذلك أنها تمخضت عن قصص جيدة، قصص نموذجية مؤكدة لما كان الأوربيون بحاجة إلى معرفته: لقد كانوا (الأوربيون) الناس الحقيقيين، الفعلين، مركز الكون؛ أما جميع الآخرين، جميع من ليسوا مسيحيين، من ليسوا أوربيين، فما كانوا إلا مخلوقات غير طبيعية بأشكال ودرجات متباينة، مخلوقات متزاوجة مع الخرافة وأعمال الشيطان، أو أدوات بيد الشيطان نفسه، موجودة لا لشيء إلا لتكون هدفاً للسيطرة، للتعذيب، للاجتياح وللامتلاك. كانت هذه الإيديولوجيا فصلاً واضحاً بين الخير والشر، بين نحن وهم، بين الصديق والعدو، رؤية شديدة العدائية للعالم الموصوف من منطلقات أخلاقية بالغة الحدة والصرامة منطوية على معانٍ إمبريالية واضحة. وهذه الإيديولوجيا "القروسطية" كانت مصدر إلهام جميع قصص الرحلات التي دأبت على دغدغة مشاعر جمهور القراء بعد أن باتت المعلومات العلمية العقلانية المجردة متوافرة بزمن طويل. وفي القرن العشرين جاء هذا التراث العتيق من رصيد الأساطير والخرافات الداعمة للإمبريالية ليحط في هوليوود، حيث أصبحت

جميع القصص الجيدة مرشحة لإعادة القولة والصيغة لتشكّل جزءاً من إيديولوجية أمريكا الإمبراطورية.

لدى بلوغ مراكب كولومبوس يابسة الأمريكتين تبين أن الناس هناك فئتان بسيطتان، قديمتان ومعروفتان: فئة أبناء الطبيعة المسلمين، الأبرياء المستعدين للتعليم والانخراط في نعمة الحضارة، من جهة؛ وفئة أكّلة لحوم بشرية موجودين خلف سور الحضارة، فئة أعداء لا بد من إبادتهم، من جهة ثانية. وبلغه هوليوود ثمة كان الهندي الطيب، الدليل المخلص، المرأة الهندية السهلة من ناحية؛ أو الهندي المتعطش للدم، الخصم، العدواني المتوحش والقاتل بالأجرة الذي يتعين إلحاق الهزيمة به، يجب استئصاله من جذوره من الناحية المقابلة. تبقى أمة وثقافة أسطورية قائمتين على أسس النظرة الكولومبية في الداخل. كانت أمة تأسست على العبودية في العمق. بلغه هوليوود ثمة أعداد من زوج البيت (الخدم)، من المربيات الزنجيات المعروفات باسم مامي - مثل هاتي ماكدانييل أو بترفلاي ماكوين في ذهب مع الريح - من صبية الخُدّ وهات الزوج، من الروتشسترات، من الزنجيات السهلات؛ هناك السود الأوغاد، مصدر التهديد المشؤوم، الشرير الكامن المرشح لأن ينتفض ويتمرد في أي لحظة وينقضّ على النساء البيض في أسرّتهن لاغتصابهن وصولاً إلى قلب النظام كله رأساً على عقب - في تقليد بدأ مع ميلاد أمة (1915) واستمر حتى الأفلام القائمة على عنصر استغلال الزوج في سبعينيات القرن العشرين مثل السهم (Shaft). تأتي العنصرية متجذرة في أسس أمريكا ثم تشق طريقها عبر لغة هوليوود. فهؤلاء الآخرون، هنوداً أكانوا أم زنجياً، الذين كانوا جزءاً من أمريكا ظلوا أصحاب عقول موروثه عما قبل الحداثة: خرافيين، ضحايا سهلة

للمشعوذين، للأشباح، للأرواح، لكل من هب ودب من المحتالين، وفي رهبة دائمة من المعجزات التي يستطيع عالم البيض المتمدن أن يجترحها.

أبحر كولومبوس، مثله مثل جميع المكتشفين الآخرين الذين فتحوا العالم لمصلحة أوروبا، متوجهاً نحو جزر الهند. وعبارة "جزر الهند" هذه كانت تسمية شاملة لكل ما ليس أوروبا المسيحية، شرقاً وغرباً. ما كان سيتم العثور عليه هناك هو تجسيد صورة العالم الإيديولوجية العامة التي سبق لها أن ترسخت في أذهان المكتشفين؛ وهي صورة أخذها المكتشفون معهم ودأبوا على نقشها في أذهان من التقوهم. الأمر نفسه صحيح بالنسبة إلى هوليوود. ثمة كان مواطنون أصليون في متناول اليد، وكانت تقاليد أفلام الوسترن قادرة على الانتقال إلى أي مكان في العالم يتطلبه مسار القصة بسهولة. أوائل ثلاثينيات القرن العشرين، حين أدى واقع أزمة الكساد إلى تقليص جمهور أفلام الوسترن الطويلة الممتازة بنزعتها القومية التفاؤلية الانتصارية، سارع هوليوود إلى نقل نشاطه إلى التخوم الهندية للإمبراطورية البريطانية. كان حيوات رماح بنغالي (1934)، غونغادين (1939)، المستندان إلى خليط بين جنود ثلاثة لكبلنغ وأشهر قصائده الشعرية. ووي ولي ونكي (1937) المستند إلى إحدى قصص كبلنغ القصيرة، جميعاً، أفلام وسترن في الشرق أساساً. فحيوات رماح بنغالي كان نموذجاً لجزر هند كولومبية حتى أنه أُعيد إنتاجه في 1939 بعنوان جيرونيمو، حيث تم قلب الأفغان إلى آباتشي في نص معدّل قائم على استخدام مواقع مناسبة في مناطق هوليوودية قادرة على أن تكون أي مكان في العالم. حتى هجوم الفوج الخفيف في طبعة 1936 لمايكل كورتييز مدعوم بقصة خلفية تفسر الهزيمة العسكرية

الكاملة في حرب القرم عقوبة انتقامية لصورات خان، ذلك الوغد الأفغاني الداعم للعدو الروسي! أما أفريقيا فتدخل عالم السينما عبر جنس الطرزان. ثمة كان ما لا يقل عن 34 فلماً طرزانياً منذ الفلم الناطق الأول: طرزان النمر، في 1929؛ وكذلك فإن طرزان قد سافر إلى جزر الهند، طافياً على السطح في الهند (سنة 1962)، منتقلاً إلى نيويورك في 1942. جميع تقاليد القارة السوداء ألبست أثواباً هوليوودية في عمليات إعادة إنتاج مناجم الملك سليمان (1950 و1985) وعمل رايدر هاغارد الآخر هي (1935). في الأفلام يجري إغراق الأفارقة في بحر العقلية البربرية للوثنية الحيوية، نقيضة كل ما هو متحضر. أما الصينيون فهم إما أشرار، كما هو الحال مع منغ، خصم فلاش غوردون (في مسلسلات الاستوديوهات العالمية، 1936 - 1940، أو برابرة، لا أثر فيهم من الفضائل الإنسانية مثل أهل الأرض الطيبة (1937)). وقد كان لكل من الخطر الأصفر وأرض الغيشا تمثيلاته النمطية السينمائية للماضي، الحاضر والمستقبل - وهي جميعاً عقيمة، قاسية، متعصبة وبلا روح في معارضتها لجميع الأبطال الأمريكيين. بقي الشرق الأوسط من حيث الجوهر أرض ألف ليلة وليلة. جاءت جولاته الأولى في الشيخ (1921) ولص بغداد (1924) الشهوانيين لرودولف فالنتينو، مع الليالي الألف وواحدة الزاخرة بالقصص المفرخة لحشد من التجسيدات الهوليوودية لكل من علاء الدين والسنباد في أرض بلا زمن زاخرة بالإغراء، بالعجائب وبأوغاد الشر - قبل وصول الأوغاد الحقيقيين الإرهابيين الذين ما لبثوا أن سيطروا على رؤية هوليوود وابتأوا يوفرون رصيد الحكبات المطلوبة لأعداد لا تحصى من الأفلام. وفيما يخص هوليوود يبقى الشرق

الأوسط إما عالماً خيالياً بعيداً أو واقعاً كثيباً في الوقت الراهن، ولا شيء بين الاثنين. حين لم يكن فالنتينو مشغولاً بإغراء النمط البدوي الحالم، كان عاكفاً على تجسيد العاشق اللاتيني، فكرة أصيلة قائمة على صب العالم فيما بعد في قوالب بلاد زاخرة بالعواطف الجياشة. أو ثمة كانت المكسيك، أرض الكادحين، الأوغاد، اللصوص، قطاع الطرق، الثورات المتواصلة بلا نهاية والقبولية العنصرية الصارخة. وبالطبع فإن المسألة تكمن في أن عملية القبولية العنصرية هي من وظائف النظرة العالمية الكولومبية، إذ تقدم صوراً سهلة مطبوخة للبلاد وأهلها، مطلعة جمهور السينما على الواقع عبر تقديم حواشي سهلة تبين هويات الشخصيات النمطية - عاجز، شهواني، فاسد - ومسارات قصص نموذجية جارية آنذاك، الآن ودائماً في تاريخ العالم متدفقة عبر عصابة من الأوغاد الأجانب وكوكبة من الأبطال الأمريكيين. إنها رؤية لعالم جاهز للترحيب برسالة التمدين الأمريكية وبأمس الحاجة لمثل هذه الرسالة. في رؤية هوليوود الكولومبية يضطلع البطل بمهمة الرجل الأبيض وينتصر. والقدرة الفريدة للسينما بوصفها إمبراطورية تنبثق من الضرورة الهيكلية للصيغة الروائية - ما من فلم إلا وله بكرة أخيرة، مشهد حل العقدة، خاتمة تتويجية؛ وذلك الحل يؤكد القوة والهيمنة الأمريكيتين. باختصار، الأخيار ينتصرون، وذلك يعني، في الأفلام بالطبع، أن أمريكا تنتصر.

كانت هذه الإمبراطورية التي شيدت من الرصيد السينمائي من قبل نظام الاستوديو الهوليوودي. نجت من اجتياح الراديو للساحة وخدمت الأمة في أثناء الحرب العالمية الثانية، حاشدة جمهورها الأكبر ومحافظة على هيمنتها الشاملة للعالم. غير أنها ما لبثت أن تعرضت للإطاحة بفعل قوانين حظر الاحتكار نفسها التي أفلست شركة براءات

اختراع الصور المتحركة. يتحدث نبال غابيلر عن هذا العالم قائلاً: "لا يبقى إلا تعويذة، إلا مشهد للعقل، إلا باقة من القيم، من المواقف ومن الصور، إلا نوع من التاريخ والميثولوجيا اللذين يشكلان جزءاً من ثقافتنا ووعينا. لا يبقى سوى أمريكا خيالاتنا نحن وخيالاتهم. ومن أرحام يأسهم وأحلامهم أنجبوا لنا هذه أمريكا"⁽²⁹⁾. غير أن هوليوود كانت قد باتت متعرضة لوباء فقدان الجماهير لمصلحة الوليد الجديد في الحي: التلفزيون، لدى نزول الفأس على رقبة نظام الاستوديوهات. نجحت الاستوديوهات في التكيف جزئياً عبر تعديل دورات النظام وأفلام الدرجة الثانية، تلك الأجناس المألوفة بنظرتها العالمية المتجذرة، برسائلها وبصيفها الأسطورية، عن طريق تشغيل المرافق الإنتاجية لتنفيذ برامج تلفزيونية. تعرضت الإمبراطورية للتقسيم وإعادة التشكيل ولكنها بقيت ممسكة بزمام الأمور. صحيح أن جماهير السينما وأرباحها كانت متضائلة من الخمسينات وحتى السبعينيات، غير أن هوليوود ظلت حية وبصحة جيدة. فآليات الهيمنة على الأسواق العالمية المترسخة منذ السنوات الأولى، وقد شهدت قدراً غير قليل من التحسين والتطوير عبر حقبة شيوع الاستوديوهات، مازالت موجودة. يقول المخرج اليوناني المولد كوستا غافراس:

عندما يأتي الحديقة الجوية، الهارب أو أي فلم عظيم آخر إلى باريس، يسارع الموزعون الأمريكيون إلى إملاء الشروط: "يمكنكم الاحتفاظ بالحديقة الجوية لمدة 10 إلى 15 أسبوعاً، غير أن حصولكم عليه مشروط بشراء أربعة أو خمسة أفلام أمريكية أخرى لتُعرض معه بمعدل فلم كل أسبوعين". يُعرف هذا باسم القطار - فلم قاطر مع

عربات مقطورة تابعة. وبصرف النظر عن مدى رواج الأفلام الثانوية فإن عرضها لا يدوم إلا خلال العدد المبين في العقد من الأسابيع. من الطبيعي أن يوافق المعارض على الشروط لأنه لن يكون قادراً على الحصول على فلم آخر يحمل عنوان الحديقة الجورجية لاجتذاب الجمهور. هذا يعني أن الفرص المتاحة لدى أفلام فرنسية أو أوروبية أخرى ضئيلة جداً في أي سينما محددة. (29)

إن آلية عرض البرامج والعروض التلفزيونية الأمريكية تعمل وفق أسس مشابهة. فعروض هوليوود تباع في حزم، مشتملة على اثنين من العروض المُبهرّة ولكن مع كميات كبيرة من مواد أخرى؛ وقد يتم أيضاً إخضاع الحزمة كلها لرقابات مشتركة. إذن، تكاد حركة المرور المعاكسة أن تكون معدومة مع أن الأسواق الأجنبية مفتوحة أمام الأفلام والمنتجات التلفزيونية الأمريكية - ليس ثمة أي فُرص عرض أفلام إنجليزية، فرنسية أو آسيوية منتجة محلياً في دور العرض الأمريكية أو تقديم عروض تلفزيونية غير أمريكية عبر الشبكات التلفزيونية الأمريكية. تتحكم الأفلام الأمريكية اليوم بنحو 70 بالمئة من السوق الفرنسية، 85 بالمئة من السوق الإيطالية، 90 بالمئة من السوق الألمانية وجُل السوق البريطانية. وأرقام البلدان الآسيوية والأمريكية اللاتينية ليست مختلفة كثيراً. حتى في الهند، حيث توجد صناعة سينمائية محلية مزدهرة ومعترف بها، تتمتع الأفلام الأمريكية بحصة ذات شأن من السوق. في حين أن أفلام هوليوود تشكل ما هو أقل من عُشر الإنتاج السنوي من الأفلام الطويلة، نرى أن الأفلام الأمريكية تحقق ما يزيد على 70 بالمئة من واردات شبابيك التذاكر في طول العالم وعرضه. يعلّق كوستا

غافراس: "من شأن أي شيء يمثل هذه الفخامة وبمثل هذا القدر الكبير من التأثير في عقول الناس أن يكون خطراً على الروح الديمقراطية".

لم تتماثل أفلام هوليوود للشفاء الكامل من انهيار نظام الاستوديوهات حتى ثمانينيات القرن العشرين، حين نجح نظام جديد مع تكنولوجيات جديدة في توفير فرص "طازجة" في عالم سائر في طريق العوامة لنوع من العودة إلى أرباح فلكية من الطراز القديم. بدلاً من النظام التراتبي القديم القائم على دور العرض السينمائية ذوات المراتب الأولى والثانية، بادر هوليوود إلى تشديد قبضته على التسويق بالجملة، الفلم نفسه في كل دور العرض المتوفرة التي تعمل في اليوم نفسه. كان هذا نظام التوزيع الذي تمخض عن القنبلة العملاقة بوصفها ظاهرة كوكبية. ونجاح أي فلم مروج، معلن، ومشهر عبر جميع وسائل الإعلام المتوفرة من راديو، تلفزيون، صحف ومجلات، ومستحيل التجاهل لأنه آسر اهتمام الجمهور، كان من شأنه أن يكون نجاحاً مدوياً حقاً. وملتقطاً الخيوط الممدودة في الأيام الأولى من تاريخ السينما، تطور الانفجار العملاق إلى أداة ترويج: أشرطة تسجيل صوتية، ملصقات، قمصان وأشياء جديدة بالتذكر من جميع الأصناف باتت ملحقات ضرورية لا بد من اقتنائها بالنسبة إلى الصغار والكبار في كل مكان تعزيزاً للمحصلة النهائية. كثيراً ما كان صانع الانفجار العملاق متمثلاً بالماضوية، بنوع من العودة إلى الموضوعات، المعادلات، الأفكار والأطروحات التي كانت قد مكنت هوليوود من الازدهار أيام عز الاستوديو. ثمة محاكاة ماضوية قد حلت. فإنديانا جونز، بطلة سبيلبرغ، المسيطرة على شباك التذاكر، لم يكن إلا محاكاة واعية ذاتياً لأفلام الثلاثينيات، وجاءت طبعة الثمانينيات متضمنة جميع أشكال التتميط العنصرية للشعوب الأخرى وكل ألوان

تجسيد العدو الشرير الأبدي في قالب النازيين. وفي عودة أخرى إلى المعادلات التي صنعت هوليوود، جرى بعد ذلك استحضار أبطال خارقين مجددين من الأفلام الهزلية: سوبرمان، باتمان، سبايدرمان وآخرون كثر. ما لبث شيوع كاسيتات الفيديو، الكابلات، القنوات التلفزيونية الفضائية والإنترنت أن أدى إلى إضفاء أعمار جديدة على أفلام هوليوود، الجديدة منها والقديمة على حد سواء، إذ وفرت موارد ربح جديدة من "الكاتولوجات" السابقة، فرصاً جديدة لإعادة عرض أفلام قديمة على دائرة مطّردة الاتساع من جمهور النظارة، مناسبات مطّردة التعاضم لنوع من الأسر المحكم لاهتمام الجمهور في كل الأمكنة. من المؤكد مئة بالمئة أن الإمبراطورية، بلغة انفجار الثمانينيات العملاق الجوهري، ضربت ضربتها وعادت إلى استئناف سيادتها وهيمنتها بوصفها القوة المتفوقة في ثقافة شعبية جماهيرية معولة، يتمثل محورها بهوليوود الحلم الأمريكي.

لاشك أن هوليوود يدعم الحلم الأمريكي ويعزز القوى المحركة للميثولوجيا الأمريكية، كما يضطلع بدور وصيفة الإمبراطورية بأربع طرق مميزة. يتولى، أولاً، زرع الخوف والريبة. فالخوف، كما يعاد التأكيد مع كل فلم وسّترن، يحيط ويطوق المستوطنين الذين صنعوا أمريكا. ومن ثم هناك جيش كامل من الأوغاد: ثمة بارونات الأرض (كبار الإقطاعيين)، المضاربون، القتلة المحترفون، المرابون، ملوك السكك الحديدية، جميع صنوف المغامرين والمحتالين المشعوذين المجردين من الضمير، الساسة والقضاة المنحرفون، والأنظمة القائمة على سلطة خالية من الرحمة مثل السجون، المكنتات السياسية والشركات الصناعية - وجميعها قادرة على التهام بسطاء الناس الأبرياء، المواطنين العاديين

المبتلين بقوى تتجاوز قدرتهم على التحمل. وحين تتلاشى جاذبية القوى الأرضية لدى الجمهور، يسارع هوليوود إلى إعادة تركيب الحمض النووي للندالة والخسة لإنتاج غرباء بشعين ينقضون على جماعات أمريكية مسالمة. في أثناء الحرب الباردة كانوا يجسدون الخوف من احتمال قيام الشيوعيين الحمر باحتلال الولايات المتحدة في أفلام معينة مثل غزو خاطفي الأجسام (1955). لا غرابة أن 45 بالمئة من الأمريكيين يؤمنون بأن أجساماً غريبة ذكية زارت الأرض وهي شديدة الرغبة في اختطافهم! وموجات الرعب القومية التي تتكرر بانتظام مألوف من أصناف نباتية أو حيوانية غازية مثل "أسراب النحل الأفريقية القاتلة" و "أسراب النمل النارية الأمريكية الجنوبية" كثيراً ما تتم معالجتها سينمائياً: الجراد (1978)، يعيشون (1988)، هزات (1989)، مع ملحق في (1955): أو دراما الصدى الصريح الأول، الذي يمكن أن يقال إنه الأفضل: الطيور (1963). في أوقات الأزمة كان هوليوود يبادر دائماً إلى ابتكار أجناس فنية جديدة من أفلام الرعب في عشرينيات القرن العشرين، أفلام الفضاء والأجسام الغريبة ومسوخ الحيوانات المرعبة، إلى أفلام الرهبة الدامية الرخيصة الملأى بالثعابين المخيفة في سبعينيات القرن العشرين مثل مذبحه منشرة تكساس (1974) لتوب هوبر، أو هالوين (1978) لجون كاربنتر اللذين يقر مخرجاها صراحة أنهما يعكسان الصدمة الفيتنامية⁽³⁰⁾. هذه الأفلام كلها تقوم على النص الفرعي نفسه: ثمة أمريكيون ودودون، يعشقون السلام، مهددون هم وبيئتهم النباتية والحيوانية؛ ثمة خطر دائم متمثل باحتمال قيام أجنبي أكثر عدوانية بمهاجمتهم والإجهاز عليهم.

لا يتردد هوليوود، ثانياً، في وضع اليد على روايات وتواريخ عائدة لثقافات أخرى، وفي تعزيز الجهل بالآخر والتحامل عليه. وعلى النقيض

تماماً من قيود شرعة الإنتاج فإن الصورة العنصرية المقولبة، النظرة الكولومبية إلى العالم، هي التي يعكسها هوليوود ويفرضها عنوة على باقي العالم. وتقوم الأفلام الأمريكية، ثالثاً، بالعمل على ترسيخ وتعزيز جملة مُثُل الحلم الأمريكي والقيم الأمريكية بوصفها مُثلاً وقيماً يتعين على كل شخص فوق كوكب الأرض التماسها بلهفة. وتتولى السينما، رابعاً، مهمة عكس فكرة أمريكا بوصفها أمة كونية صاحبة حق طبيعي في الهيمنة. دأبت أفلام الحرب والجاسوسية على ترسيخ السيادة الأمريكية، تلك السيادة المتعاملة مع الأمم الأخرى كما لو كانت أطرافاً تابعة أو جهات ذوات أدوار ثانوية. وفي سائر الأفلام كانت أمريكا على الدوام "قائدة العالم الحر" لا لشيء إلا لأن ذلك هو المزاج الأصلي الذي تبنته أمريكا أساساً لسلوكها.

إلى حد بعيد جداً، تكون جملة وظائف السينما هذه مدعومة ومغذاة بالشهرة، أكثر ركائز الإمبراطورية شيوعاً - الناموس الثامن للميثولوجيا الأمريكية. فالشهرة، النجومية، إن هي إلا القوة التي جعلت هوليوود الآلية القادرة على بيع إنتاجها لجماهير متفرجين في الوطن وحول العالم. تمثل أوائل كبار النجوم الكوكبيين بمشاهير الأفلام الصامته: تشابلن، ماري بلفورد، فيربانكس وفالنتينو. وتآلف الجمهور مع النجوم تجاوز أدوارهم في أفلام معينة. وهؤلاء النجوم أضفوا ألوان أشخاصهم على الأدوار التي أدوها في أفلام مختلفة. كانوا حريصين على رعاية الصورة، وفكرة العلاقات العامة عن أشخاصهم بعيداً عن الشاشة وعليها ألفتها الاستوديوهات لترويج أفلامها. وما لبث نظام النجوم أن تمخض عن سلسلة كاملة من الصناعات التي عاشت في علاقة تكافلية مع هوليوود: مجلات المعجبين، كتبة أخبار النجوم،

المساحات الواسعة المخصصة لأنماط حياة النجوم في صفحات المطبوعات، غراميات وتصرفات النجوم التي ظلت توفر الغذاء لشهية متزايدة النهم لدى صناعة إعلامية متنامية ومتنوعة باطراد. وعلى صعيد العملة الصعبة، فإن من العسير معرفة ما إذا كانت الأفلام أم النجوم هي الذُّخر الأعلى ريعية لدى إمبراطورية هوليوود. أما المؤكد فهو أن النجوم عنصر جوهري من عناصر السيطرة الكوكبية لجملة الأفكار والثقافة الأمريكية، لمجموعة السلع والمنتجات الأمريكية، ولقائمة الأنماط الاستهلاكية، إضافة إلى كونهم أداة أساسية من أدوات تعزيز الحلم الأمريكي على مستوى كوكب الأرض. إن النجوم، تلك الأسماء المألوفة المتكررة دائماً في الأخبار لسبب أو آخر، أو دونما أي سبب على الإطلاق، هم من صنع السينما والتلفزيون. وبما أن الإنتاج السينمائي والتلفزيوني الأمريكي مسيطر على كوكب الأرض، فإن أكثرية النجوم الكوكبيين أمريكيون وهؤلاء النجوم امتداد لصناعة التسلية الأمريكية من ناحية وأداة تسلية مكتفية ذاتياً، مع قناة فضائية بالكوابل شغالة عالمياً على مدار الساعة هي قناة إي (E)، من ناحية ثانية. وهم موزعون على جميع الأصناف والفئات المختلفة - في حقيقة الأمر "لا يقل عدد الأصناف المتباينة من المشاهير عن عدد الحيوانات الموجودة في حديقة الحيوانات" (31). وعملية تصنيف المشاهير قد أصبحت اختصاصاً بحد ذاته. وقد درج الإعلاميون على اعتماد نظام التدرج: قائمة آ، قائمة ب، قائمة ج. ومجلة البنزس المعروفة فوربس تنشر قائمة سنوية تضم المئة الأوّل من المشاهير، مرتبين حسب معايير قوة الكسب، كثرة الظهور في الصحف وعلى شاشات التلفزيون وكثافة الاستفهام عبر المواقع الإلكترونية يتم نشر "قوائم لاهبة"، للمشاهير بانتظام. وعاماً بعد آخر

تقوم مجلة معروفة مثل تايم بنشر قائمة بأسماء "أكثر الناس نفوذاً في العالم"، مرتبين - دونما خجل - وفقاً لمدى مساهمتهم في الثقافة الأمريكية وضمنان هيمنتها⁽³²⁾. ثمة نشرات أسبوعية، مثل بيبيل (الناس) وهولو! (مرحباً)، مكرسة كلياً للمشاهير وأنماط حياتهم؛ جرائد ومجلات، مثل فانيتي فير، تخصص بانتظام قطاعات واسعة لما ليس أكثر من مجموعات صور لمشاهير؛ ولا يجوز نسيان البرامج التلفزيونية التي لا تكف عن ترويج السينما والتلفزيون الأمريكيين. هناك صناعة داخل صناعة الشهرة، صناعة تغازل وتدير وتساعد على اصطناع وضمنان دوام جيش من المشاهير - في فلم أحباء أمريكا (2001)، نجح العالم في اقتناص محاولة استهزاء هزيلة بعشق هوليوود لنفسه. يصب العمل جام غضبه على الخدم الخنوعين، على "فرسان" الإعلان الجلادين وعلى مروّجي الأفلام الرخيصة. غير أن هناك أيضاً "مصورى لوحات، فناني مكياج، اختصاصي تصفيف شعر، مصممي أزياء، كشافي مواهب، أقسام إعلان وتسويق؛ المدراء، تجار المخدرات، مندوبي الصحف، أطباء نفسيين، جراحي تجميل ومحامين مستخدمين عند كبار المشاهير؛ مستشاري الصورة، كتبة الخطب، محترفي تجميل الصورة... فالمساعدون أساسيون بالنسبة إلى المشاهير المشغولين ويعرفون الآن باسم مساعدي المشاهير الشخصيين أو مساعدي المشاهير، وثمة في الولايات المتحدة وكالات متخصصة بتوفيرهم"⁽³³⁾.

للحفاظ على هيمنة أمريكا وإمبراطوريتها يضطلع المشاهير بأداء ثلاث وظائف حيوية مترابطة. يقومون، أولاً، بإيجاد سوق وصيانتها. فقدرة المشاهير الأمريكيين على التحكم باهتمام العالم بأسره هي قاعدة إمبراطورية شيدت على أساس التجارة وفي سبيلها. والتقنيات القادرة

على خلق المشاهير هي نفسها التقنيات المستخدمة لتسويق النفوذ السياسي وإدامته، أو لترويج وإشاعة سلعة استهلاكية جديدة. ليس المشاهير، في الحقيقة، سوى سلع؛ و"يجري تصنيفهم تماماً مثل السيارات، الملابس والحواشيب"، ولكل منهم "قيمة تجارية"⁽³⁴⁾. على السطح، للمشاهير، كما نرى في أحياء أمريكا، قيمة تجارية واضحة بالنسبة إلى الجهات المصنعة والشركات التواقفة إلى ترويج منتجاتها. أما على المستوى الأعمق فإن المشاهير يوجدون سوقاً للربحية اللانهائية في كل ما هو أمريكي. فكل ما يفعلونه، كل ما يرتدونه وينتعلونه، كل ما يحيطون أنفسهم به لا يلبث أن يصبح ذا أهمية فيفرخ سوقاً. ليست السوق التي يخلقها المشاهير، في التحليل الأخير، إلا سوقاً لترويج الحلم الأمريكي. ذلك هو السبب الكامن وراء اضطلاع المشاهير بمثل هذا الدور الحاسم في الحفاظ على الإمبراطورية وتوسيعها.

يتولى المشاهير، ثانياً، أداء وظيفة جذب الانتباه في عالم بات فيه شد اهتمام أي كان متزايد الصعوبة. إن المشاهير ناجحون في اقتناص انتباه الجمهور الدولي وأسره بما يوفر إمكانية توظيفه وصياغته وفقاً لإملاءات الإمبراطورية. إنهم معروفون لا لشيء إلا لأنهم معروفون ببساطة، ويتمتعون بجاذبية التعرف الفوري. بوصفهم طبقة خاصة من الناس يمنحون فوراً فرصة الوصول إلى العروض التلفزيونية والمساحات الواسعة من التغطية الصحفية. لدى صدور فلم معين، أو نجاح عرض تلفزيوني جديد في اقتحام الشاشة الصغيرة، يندفع المشاهير إلى الشوارع للفت أنظار العالم إلى الغلّة الجديدة. غير أن هذا الانتباه ليس مقصوراً على الغلّة الجديدة. فالمشاهير يقومون أيضاً بشد الأنظار إلى الإمبراطورية: ما يحدث في أمريكا وللأمريكيين. لذا فإن رسالة أمريكا

مذاعة مرة بعد أخرى وعلى نحو مطرد بألسنة أناس متمتعين بإعجاب أكثرية سكان كوكب الأرض التواقين إلى تقليدهم.

يقوم المشاهير، ثالثاً، بإطلاق الدعوة إلى تأييد إيديولوجيا الإمبراطورية الأمريكية. فهؤلاء المشاهير لا يكتفون بلفت أنظار الناس وأسرها من أجل تفريخ أسواق للبضائع والخدمات الأمريكية - بل هم يعملون أيضاً على خلق الرغبة وتشكيل بؤرة إغراء. ما يبيعه المشاهير فعلاً هو الرغبة النفسية في، والحاجة الاجتماعية إلى، نمط حياتهم، ما يجسّدونه وما يمثلونه. لا شك أن المشاهير يجسّدون جملة من القيم والأفكار - ذلك جزء من القصة المشمولة بمادتهم الدعائية، والخدمة التي يقدمها المشاهير الأمريكيون إلى شبكة التجارة والتسويق التي يعملون لمصلحتها. ثمة ملايين حول العالم يروزون نجاحهم أو إخفاقهم عبر اتخاذ مشاهير أمريكا معياراً. ما يقوم به هؤلاء بالفعل هو تشرب المبادئ والقيم المشفّرة، رعاية الرغبة المصنعة لاستهلاك الإمبراطورية الأمريكية. تتمحور رمزية المشاهير حول النجاح الممتحن بالاختبار النهائي لمدى كونه نموذجاً صالحاً للاعتماد في الحياة احتمالاً وضرورة. يبقى المشاهير الحلم الأمريكي لا بوصفه أسلوب حياة، بل بوصفه هوية، بوصفه صورة ورمزاً للذات الأمريكية. يروي بيلي وايلدر قصة طريفة عن مؤسس مصنع أفلام إم. جي. إم. (MGM): لويس بي. ماير. لاحظ وايلدر ماير ممسكاً بنجم الأربيعينيات الطفل ميكي روني من ياقته وهو يصرخ: "أنت آندي هاردي! أنت الولايات المتحدة! أنت النجوم والخطوط. تأدب! إنك رمز!"⁽³⁵⁾ وهكذا فإن الشهرة هي إيديولوجية أمريكا منحوتة بأحرف كبيرة على مستوى كوكب الأرض.

بهذه الطرق الثلاث تمارس الشهرة وثقافة الشهرة وظيفتها في

ملكوت معلوم حقاً لإمبراطورية أمريكا. جوائز الأوسكار لا تقدم إلا تفسيراً واحداً لكل من نفوذ السينما الأمريكية من ناحية والمدى الكوكبي لشهرة أمريكا من ناحية ثانية. فالاحتفال المرصع بالنجوم يذاع على كوكب الأرض ويتمخض عن تغطية لانهائية عبر شبكات التلفزيون، الراديو، الصحافة والإنترنت. فحكاية نجم معين مثل مايكل جاكسون تُنقل إلى جمهور عالمي أسير وهي تتكشف، دقيقة بعد دقيقة. والحياة الشخصية للأزواج المشهورين، مثل جنيفر آنيستون وبراد بيت، مغامراتهم الجنسية وثوراتهم الزوجية، منقولة ضربة بعد ضربة، إلى متفرجي كوكب الأرض. ليست هذه أحداثاً جديدة بنشرات الأخبار فقط، وإن كانت تسلط الضوء حتى بوصفها أخباراً على مقدار النفوذ الأمريكي لمشاهير أمريكا. إنها طقوس وشعائر تضيء أثواب الأسطورة على سطوة أمريكا وتكيل آيات المديح لمحرك الإمبراطورية.

ليست الشهرة، إذن، إلا نوعاً خاصاً من الميثولوجيا، إضافة إلى كونها جزءاً لا يتجزأ من المنظومة الإجمالية للميثولوجيا الأمريكية. ثمة ثلاث كلمات تشكل جسراً يدخل الثقافة الشعبية الأمريكية في دنيا زاخرة بالأساطير والخرافات؛ إنها كلمات: بطل، نجم ومشهور. لا يكف الخبراء عن إبلاغنا بأن الرواية الأسطورية قائمة دائماً على أساس مآثر الأبطال. ففي الملاحم، حكايات البطولة والقصص، يكون الأبطال، بوصفهم نماذج إنسانية، هم الذين يتولون مهمة توظيف القيمة الثابتة بأساليب معقدة لتعليم الجماهير وثقيفها. والأبطال الذين هم أفراد يبدون أكبر من أنفسهم يكتسبون الشهرة عن طريق القيام بأعمال استثنائية، من خلال إبداء آيات الشجاعة، الذكاء أو المهارة القيادية. وهم لا يصبحون أبطالاً إلا بالانخراط في رحلة ملحمية تفضي إلى

تمكينهم من التغلب على فيض من المصاعب المستعصية ومن إضفاء القيمة على ذواتهم. في الميثولوجيا الأمريكية، يجري إلباس نجوم الأفلام السينمائية والتلفزيونية أثواب البطولة لمجرد انخراطهم في رحلة احتراف مهنة التسلية والإمتاع. وعلى الطرف الآخر من الطيف، ثمة مشاهير ثانويون، مشاهير ألعاب رياضية أمريكية خصوصاً، يسعون بدأب من أجل أن يصبحوا نجوماً. إن السينما هي التي تقوم، آخر المطاف، بتوفير البريق اللازم لأي مشهور حقيقي. لذا فـ "إن البطل" رغم "تميزه بإنجاز"، كما يقول دانييل بورستن في كتاب الصورة، أو ما حصل للحلم الأمريكي، لا يتوفر، بوصفه نجماً/صاحب شهرة، على ما هو أكثر "من صورته أو علامته التجارية"، ليقدمه إلى الجمهور. فـ "البطل أوجد نفسه؛ والشهرة صنعتها وسائل الإعلام. كان البطل إنساناً كبيراً؛ أما صاحب الشهرة فاسم كبير" (36).

تماماً كما يجري إلباس النجوم أثواب الأسطورة بوصفهم أبطالاً، يتم إضفاء الصفة الأسطورية على الأبطال بوصفهم نجوماً. يقوم جون ووكر بتسليط الضوء على هذه النقطة عبر سرد قصة حياة أودي مورفي (1924-1971) كان مورفي ابناً يتيماً لعائلة تكساسية متواضعة. ما إن فقس من البيضة، كما يقول المثل، حتى التحق بالجيش، قاتل في الحرب العالمية الثانية، وعاد منها واحداً من أكثر جنود أمريكا أوسمة. ثم ما لبثت حياة الشهرة أن قادت إلى وظيفة/عمل في الأفلام؛ لعل الأكثر لفتاً للنظر هو أن مورفي مثّل نفسه في طبعة 1955 السينمائية لسيرته الذاتية إلى الجحيم ذهاباً وإياباً. كثيرة هي أفلام الوسترن من الدرجة الثانية التي مثلها مورفي، آخذاً، عادة، دور مقاتل ميداني. "كان مورفي"، إذن، "بطل حرب حقيقياً ما لبث أن أصبح نجماً هوليوودياً يمثل أدوار

بطولة رغم أن مهاراته التمثيلية كانت محدودة وملامحه الطفولية حرمته من القدرة على الإقناع بوصفه شخصاً صلب العود⁽³⁷⁾. عانى نجم الأفلام والبطل من آثار جروح أصيب بها ثم ما لبث أن قضى في حادث طائرة وهو ما يزال في السادسة والأربعين من العمر. إلا أن قصته لا تنتهي بموته. فالفنان الأمريكي رتشارد كراوس أحياء ذكرى مورفي وأكد مكانته الأسطورية في سنة 2000 عبر رسم سبع لوحات للنجم، قدمها هدية إلى مؤسسة أودي مورفي البحثية. وأسطورة مورفي تحرص المؤسسة على إبقائها حية عبر موقعها الإلكتروني ونشرتها الإخبارية إضافة إلى نادي معجبين. كذلك يتم إحياء ذكرى مورفي في قاعة مشاهير الكابوي القومية بمدينة أوكلاهوما.

إن التاريخ الأمريكي متختم بالأبطال الذين هم من هذه النوعية. وكما سبق لنا أن ناقشنا في الفصلين الأول والثاني فإن الرواية التاريخية لقصة أمريكا نفسها منسوجة عبر سرد مآثر أمثال هؤلاء الأبطال الذين هم أناس حقيقيون - جورج واشنطن، توماس جفرسون، دانييل بون، أندرو جاكسون، ديفي كوكيت، كيت كارسون، بوفالو بلو؟ وأبطال زائفون مثل جسي جيمس وبيلي كيد. ونحن نعلم أنهم أبطال لأن تلك هي الطريقة التي اعتمدت لإكسابهم الشهرة، وشهرتهم هذه يتم تأمينها عبر تغليفها بالأسطورة، موضوع الأجناس الروائية الشعبية القائمة على حيواتهم ومآثرهم. غير أن الشيء المثير للاهتمام حقاً بالنسبة إلى التاريخ الأمريكي ليس كونه مغلفاً بأساطير أبطال، نجوم ومشاهير، بل معاصرته، تزامن حدوث الفعل والأسطورة. ليس سرداً معاشاً في ضوء التاريخ بمقدار ما هو منعكس على المسلسلات، الصحف الصفراء، البرامج التلفزيونية الثانوية، سير الحياة السينمائية والأفلام آخر

المطاف. من المؤكد دون أي لبس، أن أمريكا تركب التاريخ وتعكف في الوقت نفسه على استهلاك التاريخ والأسطورة عبر توظيف انبهار الجمهور بالأبطال والنجوم.

ليست المسألة مسألة فصل الواقع عن الأسطورة، كما ليست قضية تطهير للحقيقة من وهم الخيال. فجوهر الأمر هو فهم أسلوب تشغيل آليتي التصنيع "الفبركة" والتوظيف. ومن البدايات الأولى لنظام النجوم ثمة قالب محدد للشهرة النجومية. إنه القالب نفسه الذي يشكل البنية الروائية لفلم السيرة، لفلم قصة حياة هذا الشخص المشهور أو ذلك. تتطلق القضية من بدايات متواضعة، من الصراع المبكر لانتزاع الاعتراف بالموهبة، من النجاح المبالغ الذي هو نتاج الاجتهاد والإخلاص ولكنه لا يدور إلا على آلية الموهبة المتعذر وقفها. وثمة بعد ذلك سلسلة متنوعة الحلقات من السيناريوهات، من الحياة المضطربة والمأساة الشخصية إلى احتلال قلوب الملايين كما يجري بناء النجم بوصفه أيقونة، بوصفه التجسيد الحي للحلم الأمريكي. في دراسة للشهرة يرى ليو برودي أن الشهرة في العالم القديم - عبر الجزء الأكبر من التاريخ في الحقيقة - كانت طريقة لتمجيد "ما كان يوحي بأنه دائم من أفعال البشر وأفكارهم، ما يوحي بأنه فوق الموت وبعيد عن متناول جميع حوادث الحياة".⁽³⁸⁾ بالمقابل نرى أن "الثقافة الشعبية في المجتمعات الديمقراطية تشكل نوعاً من الذاكرة العاطفية الجماعية التي تدعم عملية خلق هوياتنا الاجتماعية، لا لأننا مدينون بالولاء للدولة ومناسباتها المؤسساتية، بل لأننا نحيل مراحل حيواتنا على أناس عامين وأفعالهم"⁽³⁹⁾. ويلاحظ برودي أيضاً أن للمال دوراً بالغ الأهمية في عملية التصنيع والتوظيف. وهو يرتب أيضاً تبعات معينة على احتمالات

إجراء الحوار السياسي في أمريكا. يجري، على نحو متزايد باطراد، تقديم الساسة، تغليفهم وتسويقهم عبر محاكاة النجوم. ففلم سيرة حياة المرشح القائم على استخدام التقاليد المألوفة في أفلام هوليوود، الموحية بأبعاد بطولية، ما لبث أن أصبح إحدى ضرورات أي حملة. تبقى الصورة صناعة نمو سياسي في حين نرى أن المضمون دائب على التلاشي في الحوار السياسي. يبدو أن الشهرة هي الطريق المضمونة إلى النجاح. في عمق الروح الأمريكية ثمة انبهار بالأبطال - وهذه ظاهرة طبيعية جداً في الثقافات كلها. إلا أن الرغبة الأمريكية تنصب على أبطال محددتين، أبطال يكونون نجوماً، ونجوم متمتعين بحضور كوكبي. بات القالب التاريخي متشابكاً مع ثقافة الشهرة الصاعدة، مديباً كلاً من السينما، الشهرة، السياسة والإمبراطورية في بوتقة مركبة واحدة.

التخوم المعاشة تحولت إلى أسطورة، وبوصفها أسطورة انتقلت بسرعة إلى عوالم الثقافة الشعبية. هذه الصيغة دائبة على التكرار. وكما يؤكد لاري ليفي في العازف فإن الصحف هي المنبع الأساسي للقصص المناسبة للسينما والتلفزيون: مطبخ ثقافة الشهرة. ليس الخبر مادة لثقافة الشهرة بمقدار ما هو انحراف حديث. في أمريكا ظل الخبر على الدوام الأساس الراسخ لأكبر الصناعات وأوسعها انتشاراً: صناعة الشهرة. فدعاوى المحاكم، صرعة القصة المأخوذة من صلب الواقع، لا تكتفي بإشباع النهم الذي لا يعرف معنى الامتلاء للقصص المناسبة لدى السينما والتلفزيون - بل وتساهم في تحويل المجرمين إلى مشاهير ونجوم. إذا كانت الأسطورة ساحة للتفاوض والسينما والتلفزيون اثنين من مجالات الأسطورة، فإن من غير المستغرب أن يتم إقحام كل ما يحدث في أمريكا على الأفلام والبرامج التلفزيونية هناك. ليس الأمر هو أن

أمريكا تعيش نفسها عبر التلفزيون، أن الأحداث تصبح أحداثاً لدى مشاهدتها مباشرة على الشاشة الصغيرة، ببساطة، ليس ذلك إلا نصف القصة. أما النصف الآخر الأكثر أهمية للقصة فهو أنه ليس هناك -افتراضياً- أي فجوة زمنية بين الحدث في الواقع وتوغله في آلية الأسطورة والوساطة عبر وسيلة الدراما التلفزيونية والفلم السينمائي. من شأن ضربة 9/11 وما حصل بعدها أن تقدم نوعاً من التفسير. في غضون أسابيع قليلة أصبح الحدث موضوعاً للعمل التلفزيوني الأول في الطبعة الخاصة الجناح الغربي⁽⁴⁰⁾. ما إن تم إلقاء القبض على قنّاصة واشنطن - وهم الذين زرعو الرعب في الضواحي المحيطة بواشنطن العاصمة عن طريق إطلاق النار العشوائي - حتى أصبحوا فلماً تلفزيونياً. حقاً، كان الفلم قد بُث قبل أن تتوصل هيئة المحلفين إلى إصدار الحكم! وفي مسلسل جاغ JAG التلفزيوني كانت المحاكمة العسكرية لإرهابيين مشبوهين تُصوّر بسرعة موازية تقريباً لسرعة قيام الإدارة بالإعداد للمحاكمات الفعلية. والمحامون العسكريون الذين يقومون، في الواقع، بالإشراف على التتكر لحقوق الإنسان في أمكنة مثل خليج غوانتامو، كانوا يقدمون، انتهاكاً للقانون الدولي، رسوماً على الشاشة الصغيرة بوصفهم أمثلة ساطعةً لالتزام أمريكا الشديد بمبادئ العدالة، التوازن والاستقامة. فهم يتعقبون الإرهابيين، يهزمونهم ويقدمونهم إلى العدالة برباطة جأش، وفق منهج وبنجاح لا يعرف معنى الخطأ. ثمة مسلسل تلفزيوني آخر باسم الوكالة، يقدم مثلاً واضحاً آخر على سير عملية الأسطورة الآنية من ناحية وعلى ما يقدمه التلفزيون من نقيض شاذ، مضاد للواقع من ناحية ثانية. بالإعلان عنه بوصفه المسلسل الأول الذي يصوّر في مباني مقر قيادة وكالة الاستخبارات المركزية، كان

ضحية تباهي الواقع. أما مواد القصصية، وهي معدة سلفاً، فقد أظهرت منظمة عاكفة على التعامل مع أحداث باتت واقعاً، فتعين إبعادها عن البرامج. غير أن الأهم، نظراً لاستناد الحرب على العراق إلى معلومات استخباراتية خاطئة كلياً، هو عن مسلسل الوكالة مروّج بقسوة لا تعرف الرحمة بوصفه كَشْفاً لمعرفة المنظمة التي كانت كبش فداء تلك الحرب ونجاحها الخالي من الشوائب. إن الأحداث الفعلية تتم أسطرتها، حتى قبل قيام الأمريكيين أنفسهم أو أهل العالم باستيعابها وهضمها. وهذا النزوع يتسارع، مقحماً المستقبل على الحاضر لإنتاج سلسلة متصلة متناغمة لكل من الماضي، الحاضر والمستقبل. هذه ليست تسلية مجردة؛ ليست دعاية خالصة أو لَفَتَة علاقات عامة ذكية فقط. إنها حركة سياسية ذات تبعات سياسية، لأنها عملية من صنع إيديولوجيا متماسكة: نحن لا نكتفي برؤية الحياة فلماً - نحن نعيش في كنف أحد أفلام حيواتنا، حيث تغدو فرصة وقف ما يجري ومناقشته، معرفة سبب حدوثه، والوقوف على مدى إمكانية فعل أي شيء، أكثر نُدرَة باطراد. فالنقاش الجاد لأي شيء يجري إغراقه في بحر إملاءات وضجيج ثقافة نجوم ومشاهير لم تعد جلبة خلفية، بل هي الحياة نفسها.

في لقطة التعقب الافتتاحية للعازف، ثمة إداريون يابانيون يتجولون في مباني الاستوديو وابن أحد مستثمري الوول ستريت يحوم حول مكاتب كبير تنفيذي الاستوديو التماساً لموعد مع أحد المشاهير. يتم نسج العلاقات بين الوول ستريت، الشهرة والسينما ببراعة. وظاهرة انتشار ثقافة الشهرة بوصفها وسيلة الحياة الكوكبية في القرن الواحد والعشرين، وقوة الشركات الكوكبية، ما لبثت أن تمخضت عن تجميع صناعة التسلية الأمريكية بأيدي أعداد متناقصة باطراد من الشركات.

جل ما نراه ونسمعه خاضع الآن للهيمنة الاقتصادية والثقافية لعدد من الشركات العملاقة مثل آ. او. إل. AOL تايم وورنر، ديزني، جنرال إلكتريك، نيوز كوربوريش، إيه. تي. أند تي. AT&T، فياكوم وسوني. لقد دأبت عملية الدمج، عملية السعي إلى الاحتكار والسيطرة الكاملة التي طبعت ميلاد هوليوود وصعوده المطرد على إعادة تشكيل نفسها استعداداً لولوج حقبة تكنولوجية جديدة. إلا أن اللوياتان (التنين) نفسه يزداد ضخامة ونفوذاً أكثر فأكثر، ملتهماً مقادير متعاضمة من الأمكنة والأزمات، قالباً كل جانب من جوانب حيواتنا إلى شكل من أشكال الإمتاع بالمعلومات. وفي النهاية يبادر إلى اختزال الجماهير في طول العالم وعرضه إلى وحدات معيارية من مستهلكي الإمبراطورية. يقول بنيامين باربر إن "التأثير الفعلي لعمليات الدمج الرأسيّة هذه من شأنه أن يتمثل بالمجانسة التدريجية للثقافة على مستوى كوكب الأرض مع خنق كل اختلاف. لن يأتي هذا نتيجة قدر مكشوف من الرقابة، الطغيان أو حتى النوايا الاحتكارية لدى حفنة صغيرة من مالكي وسائل الإعلام، بل جراء نفاذ قوى السوق التي تقف في صف ثقافة الأكثرية الشعبية. إن التقليد والتنافس في سبيل كسب سوق الأكثرية تلك سوف يعملان على طرد كل ما هو مفرط في الابتكار والتجديد أو في الاختلاف".⁽⁴¹⁾ ينعت باربر هذه النزعة بـ "الكليانية"؛ وصفها آخرون بـ "الشمولية". على الصعيدين كليهما لا تسعى السينما والشهرة لمجرد توسيع الإمبراطورية وتعزيزها بل وتعملان أيضاً لاستعمار خيال ومستقبل جميع الثقافات الأخرى. فكل تلك الأشياء الباقية خارج نطاق سلطة الإمبراطورية، وقائع الناس الآخرين والثقافات الأخرى، لا يمكنها أن توجد إلا على الأطراف والهوامش. إن إقحام كل فرد على كوكب الأرض في الحوض الدافئ

للسينما والشهرة لا يترك مجالاً ذا شأن لتصور إمكانيات أخرى، طرق أخرى للمعرفة، للوجود وللعمل. لم نعد نعرف كيف نتخيل لأن هوليوود يتخيل نيابة عنا جميعاً: "لقد أضحي خيالنا، لقد أضحي قُدرتنا على التصور، فالوصف⁽⁴²⁾". فشأن تجارة العرض هو شأن الإمبراطورية، شأن استعمار جميع العقول وتقويض كل ملكات الخيال.

