

فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۷، صص ۳۵-۱

دولت و سینما در فرانسه: راهکارهای ایستادگی در برابر سینمای آمریکایی

حجت‌الله ایوبی^۱

استادیار گروه مطالعات فرانسه دانشگاه تهران

چکیده

سینما اثرگذارترین ابزار فرهنگی در روزگار کنونی است. هنر هفتم فرهنگ را نخست، به تماشاخانه‌ها و سپس، از راه تلویزیون و ابزارهای نوین دیداری و شنیداری، به خانه‌های مردم کشاند. شاید به همین دلیل، آندره مالرو توجهی ویژه به سینما داشت و آن را راهی کوتاه برای مردمی کردن فرهنگ و دستیابی به دموکراسی فرهنگی می‌دانست. سینما در فرانسه، از روزگار تولدش، شتابان پیش رفت و تا پیش از جنگ دوم جهانی، سینمای برتر جهان بود. اما از روزگاری که پای آمریکایی‌ها به این عرصه باز شد، با استفاده از ابزارهای نو و سرمایه‌گذاری‌های کلان، صنعت سینما در این دیار، پرشتاب پیش رفت و به هم‌وردی جدی برای سینمای فرانسه تبدیل شد. در این نبرد نابرابر، سینمای فرانسه به یاری دولت نیازمند بود و به‌تنهایی، تاب ایستادگی در برابر این هجوم همه‌جانبه را نداشت. دولت از آغاز، با دو هدف به عرصه سینما وارد شد: یاری رساندن به سینمای فرهنگی و هنری در برابر فیلم‌های تجاری، و ایستادگی در برابر سینمای آمریکایی برای دفاع از نوعی تنوع فرهنگی که فرانسوی‌ها خود را پیشاهنگ دفاع از آن می‌دانستند. در این نوشتار، راهکار فرانسوی‌ها را برای رسیدن به این دو هدف بررسی کرده‌ایم. این رویکرد فرانسوی برخاسته از مسئله‌ای است که دل‌مشغولی سینمای ایرانی نیز به شمار می‌آید. روابط دولت و سینما در فرانسه، ممکن است علاقه سیاست‌گذران فرهنگی کشور ما را نیز به خود جلب کند.

واژگان کلیدی: سیاست سینمایی، سینما، سینمای فرهنگی، سینمای هنری، صنعت سینمایی، مرکز امور سینمایی، میراث سینمایی.

ورود دولت به عرصه سینما برای رویارویی با سینمای آمریکایی

تا پیش از جنگ جهانی اول، فرانسوی‌ها مدعی مقام نخست سینمای جهان بودند، ولی از فردای این جنگ، با ورود سینمای آمریکایی به عرصه، این برتری پایان یافت و سینمای آمریکا، سینمای فرانسوی را به سرعت پشت سر گذاشت. در همین دوره تاریخی است که دولتمردان فرانسوی به چاره‌اندیشی می‌افتند و راهی جز مداخله و یاری رساندن به سینمای ملی نمی‌بینند. پس مداخله دولت فرانسه از همان ابتدا، برای رویارویی با سینمای آمریکایی بود. این رقابت و رویارویی، که از فردای جنگ اول جهانی آغاز شد، همچنان ادامه دارد. جنگ سرد از آغاز، علاوه بر جنبه‌های نظامی و اقتصادی، ابعاد فرهنگی هم داشت. سوتو و سیرنی^۱ ابعاد فرهنگی جنگ سرد را بررسی کرده و نشان داده‌اند که اردوگاه شرق و غرب در سال‌های جنگ سرد کوشیده‌اند که با استفاده از همه ابزارهای فرهنگی، به‌ویژه سینما، خاکریزهای فرهنگی جبهه مقابل را بگشایند. امروز، با تمام شدن جنگ سرد، این نبرد فرهنگی در غرب، بین دو اردوگاه برپاست؛ در سویی آمریکایی‌ها هستند که فرهنگ آمریکایی را تنها فرهنگ برتر می‌دانند و دیگر فرهنگ‌ها را خرده‌فرهنگ‌هایی به حساب می‌آورند که تاب ایستادگی در برابر فرهنگ آمریکایی را نخواهند داشت. در سوی دیگر، طرفداران تنوع فرهنگی قرار دارند، که فرانسوی‌ها خود را سردمدار آنان می‌دانند و برتری هر فرهنگ را بر دیگر فرهنگ‌ها بر نمی‌تابند (سوتو و سیرنی، ۲۰۰۸).

مداخله‌های نخستین دولت در کمترین اندازه و با هدف دستگیری از سینمای ملی بود تا این سینما بتواند در مقابل سینمای آمریکایی ایستادگی بیشتری داشته باشد. از سال ۱۹۱۴، مالیات پنج‌درصدی بر بلیط‌ها بسته شد و در سال ۱۹۲۸، کمیسیون در دولت، مأموریت یافت که از فیلم‌های فرانسوی حمایت بیشتری کند. همزمان، اهالی سینما نیز در چارچوب سندیکاهای حرفه‌ای (۱۹۱۲)، کنفدراسیون عمومی سینما (۱۹۴۸) و انجمن‌های مشابه، به دفاع از منافع جامعه سینمایی این دیار برخاستند. پس اگرچه از فردای جنگ جهانی اول دخالت دولت در امور سینمایی آغاز شد، اما این مداخله حداقلی و بسیار ناچیز بود. به همین روی، پژوهشگران این رشته در این روزگار، از به کار بردن واژگان سیاست سینمایی دولت پرهیز داشتند (پواریه^۲، ۱۹۹۷: ۱۳۰).



1 - Sirinelli jean-Francois, Soutou georges-henri

2 - Poirrier Philippe

اما پژوهشگران سال‌های جنگ دوم جهانی و تشکیل دولت ویشی را دوران آغاز سیاست‌گذاری سینمایی و حمایت و مداخله واقعی دولت در امور سینمایی می‌دانند. تشکیل کمیته سامان‌دهی صنعت سینمایی^۱ در سال ۱۹۴۰، و تأسیس نخستین مؤسسه مطالعات عالی سینمایی^۲ در سال ۱۹۴۴، از توجه ویژه دولت ویشی به امور سینمایی نشان داشت. در همین دوران بود که برای سینماگران حرفه‌ای کارت هویت صادر شد و دولت این مشاغل را به رسمیت شناخت.

اگرچه برخی روزگار حکومت ویشی را سرآغاز توجه دولت به سینما به شمار می‌آورند، ولی همه پژوهشگران فرهنگی بر این نکته متفق‌اند که تشکیل مرکز ملی امور سینمایی سرآغاز نهادینه شدن این رویکرد جدید به سینما بوده است (سوتو و سیرنی^۳ ۲۰۰۸). از این دوران است که سامان‌دهی امور سینمایی ساختاری درخور در درون دولت می‌یابد و سینما در زمره یکی از موضوعات مهم سیاست‌گذاری فرهنگی درمی‌آید. حمایت از سینما و دست‌اندرکاران هنر هفتم در فرانسه، بر عهده مرکز ملی امور سینمایی (سی‌ان‌سی^۴) گذاشته می‌شود. برای فهم درست‌تر سیاست‌های دولت فرانسه در امور سینمایی، باید از سی‌ان‌سی آغاز کرد.

مرکز ملی امور سینمایی (سی‌ان‌سی): مهم‌ترین ابزار سیاست‌گذاری فرهنگی

بر اساس قانون ۲۵ اکتبر سال ۱۹۴۶، مرکز امور سینمایی فرانسه با نام اختصاری سی‌ان‌سی تأسیس شد. این مرکز در سال ۱۹۴۷، به وزارت اطلاع‌رسانی و سپس به وزارت صنعت سپرده شد و پس از تشکیل وزارت فرهنگ فرانسه، به‌عنوان یکی از سازمان‌های وابسته به این وزارت‌خانه درآمد. سی‌ان‌سی از آغاز تأسیس، متخصصان تولید، توزیع، فنی و صادرکنندگان فیلم را گرد هم آورد تا راهی برای حمایت از سینمای فرانسه بیابند. این مرکز از ابتدا یکی از مأموریت‌های مهم خود را مدیریت صندوق حمایت از سینما و سیاست‌گذاری برای توزیع یارانه‌های دولتی در بخش‌های مختلف دست‌اندرکار امور سینمایی تعریف کرد. بنابراین از آغاز، کمک به ساخت و توزیع فیلم، نوسازی و ساخت

1 - Comité d'organisation de l'industrie cinématographique(COIC)

2 - Institut des hautes études cinématographiques

3 - Cazenave olivier

4 - CNC



سالن‌های نمایش، ارتقاء فناوری سینمایی و کمک به ساخت برنامه‌های تلویزیونی در دستور کار این مرکز قرار داشت. از دیگر وظیفه‌های سی‌ان‌سی توسعه امور سینمایی در مناطق مختلف فرانسه و کمک به تمرکززدایی در امور فرهنگی است. به همین سبب، این مرکز از آغاز، قرارداد همکاری با استان‌های مختلف امضا کرده است که آنان را به توجه و پرداختن بیشتر به سینما تشویق کند. اجرای برنامه‌های سینمایی و فرهنگی برای جوانان، به‌ویژه در دبیرستان‌ها و مدارس و آشنا کردن نسل نو با تصویر و سینما از دیگر مأموریت‌هایی است که برای مرکز امور سینمایی تعریف شده است. از دیگر وظایف این مرکز نگهداری از فیلم‌های قدیمی و بازسازی آنها و حمایت از نهادها و سازمان‌هایی است که دست‌اندرکار حفظ میراث فرهنگی سینمایی کشور هستند (پواریه، ۱۹۹۷: ۱۴۵ - ۱۲۹).

از نخستین اقدام‌های مرکز امور سینمایی به تصویب رساندن قانون مالیات بر بلیط‌ها در سال ۱۹۴۸ بود. این قانون که همچنان اجرا می‌شود، موجب شد که صندوق ویژه‌ای برای حمایت از سینما تأسیس و بودجه‌ای معتدبه نصیب مرکز امور سینمایی شود که بتواند تاحدودی استقلال خود را در برابر دولت نیز حفظ کند. پس، از نخستین مأموریت‌های مرکز امور سینمایی توزیع درآمدهای ناشی از این مالیات‌ها بین سینماگران به تناسب میزان فروش آنها بوده است. صندوق حمایت از سینما ۱ با بودجه‌ای بیش از ۵۰۰ میلیون یورو در اختیار این مرکز است. علاوه بر این بودجه، وزارت فرهنگ فرانسه نیز بیشترین کمک‌های ملی خود را از طریق سی‌ان‌سی به سینما اعطا می‌کند. یاری‌رسانی به سینما فقط نصیب تهیه‌کنندگان و دست‌اندرکاران مستقیم ساخت فیلم نمی‌شود، بلکه دیگر عرصه‌ها - مانند آموزش، جشنواره‌کن و ترویج فیلم‌های فرانسوی در خارج از کشور- را نیز دربر می‌گیرد (فارشی، ۲، ۲۰۰۴: ۱۱۰).

همان‌گونه که گفته شد، ورود دولت به عرصه سینما از سال ۱۹۴۸، شماییلی قانونی به خود گرفت. در این سال، قانونی در مجلس تصویب شد که به موجب آن صندوق حمایت از صنعت سینما^۳ تأسیس شد. از این زمان به بعد است که کمک مالی به سینما در دستور کار دولت قرار گرفت و این روش، که کامیابی خود را در عمل نشان داده است، به سستی پایدار



1 - Comte de soutien

2 - Joëlle Farchy

3 - Fonds de soutien à l'industrie de cinéma

در این کشور تبدیل شد و با روی کار آمدن آندره مالرو و جدایی سینما از وزارت صنعت و پیوستن آن به وزارت فرهنگ، این رویکرد نهادینه شد.

س.ان.س از زمان تأسیس تا به امروز، که بیش از شصت سال از آن می‌گذرد، به طور طبیعی، تحولات گوناگونی را پشت سر گذاشته است، ولی همواره، بر اهدافی تقریباً ثابت پایبند مانده است که ذکر شد. به گفته فارشی، پاسداری از فرهنگ فرانسوی، کثرت‌گرایی در آفرینش و مقاومت در برابر سینمای آمریکایی، از اهداف مهم س.ان.سی بوده است. در دو دهه پیش، پاسداری از میراث فرهنگی فرانسه در این عرصه و یاری رساندن به سینمای هنری نیز به وظایف مرکز امور سینمایی افزوده شد (فارشی، ۲۰۰۴: ۱۱۰).

بونه و نیجریه در کتاب پایان فرهنگ‌های ملی: سیاست‌های برخی کشورهای اروپایی، به‌ویژه فرانسه، را برای حفظ فرهنگ ملی در مقابل هجوم فرهنگ آمریکایی بررسی کرده‌اند. در این کتاب، نقش و جایگاه ویژه فیلم و به‌ویژه سینما در این مبارزه تحلیل شده و نشان داده شده است که سینمای فرانسه و برخی کشورهای اروپایی هم‌جوار در این نبرد، برای خود رسالتی تعریف کرده‌اند. س.ان.سی نیز از آغاز، یاری به سینمای ملی را در این رویارویی هدف خود قرار داده است (بونه و نیجریه، ۲۰۰۸).

مرکز امور سینمایی از آغازین روزهای تشکیل، یکی از وظایف مهم خود را پاسداری از سینمای فرانسوی در مقابل سینمای آمریکایی می‌دانست (ورنیه، ۲۰۰۴: ۴). اما درست در آغاز تأسیس این مرکز، دولتمردان فرانسوی قراردادی را با آمریکایی‌ها به امضا رساندند که از نظر بسیاری از پژوهشگران، کمک شایانی به سینمای آمریکایی محسوب می‌شد و راه را برای ورود سینمای هالیوودی به فرانسه هموار می‌کرد. این قرارداد که به تفاهم‌نامه بلوم - بیرنس^۳ مشهور است، تأثیر شگرفی بر هجوم فرهنگی آمریکا به فرانسه از راه سینما داشت.

قرارداد بلوم - بیرنس: دروازه هجوم سینمایی آمریکا به فرانسه

لئون بلوم، که از چهره‌های مشهور تاریخ تحولات سیاسی فرانسه است، در این زمان، سفیر تام‌الاختیار اقتصادی فرانسه در ایالات متحده آمریکا بود. بلوم در تاریخ ۲۸ مارس

1 - Negrier emmanuel, Bonet lluis

2 - Jean- Marc VERNIER

3 - Blum - Byrnes



۱۹۴۸، تفاهم‌نامه‌ای را با جیمز بیرنس به امضا رساند که به موجب آن، فیلم‌های آمریکایی اجازه می‌یافتند بدون هیچ محدودیتی وارد فرانسه شوند. البته برای یاری به سینمای ملی، سالن‌های نمایش موظف شدند در هر فصل، حتماً چهار هفته را به پخش فیلم‌های فرانسوی اختصاص دهند. این محدودیت در حقیقت، چاره‌اندیشی بلوم برای یاری‌رسانی به سینمای فرانسه در مقابل سینمای آمریکایی بود. اما جاذبه فیلم‌های آمریکایی سینمای فرانسه را بحران‌زده کرد و تولید فیلم در فرانسه، که در این دوره کمتر از ۶۰ فیلم در سال بود، در مقابل سینمای آمریکایی به زانو درآمد. به همین دلیل، اهالی و کارشناسان امور سینمایی شدیداً از این طرح انتقاد و این تفاهم‌نامه را «تهاجم» آمریکا تعبیر کردند. در مقابل این اعتراض‌ها، در ۱۶ سپتامبر ۱۹۴۸، تفاهم‌نامه اصلاح شد و به موجب آن تعداد هفته‌های پخش اجباری فیلم در فرانسه از چهار هفته به پنج هفته افزایش یافت. همچنین، تعداد فیلم‌های دوبله شده آمریکایی به ۱۲۰ فیلم در سال محدود شد. با این حال، برنده اصلی این قرارداد سینمای آمریکایی بود که در این روزگار، «دشمن» اصلی سینمای ملی به شمار می‌رفت (بونه و نیجریه، ۲۰۰۸).

بستن چنین قراردادهایی نشان می‌دهد که نگاه به سینما در این دوران، کاملاً تجاری است و تصمیم‌گیری برای سینما با رویکردی اقتصادی همراه است، نه فرهنگی. اما همان‌گونه که گفته خواهد شد، دیری نمی‌پاید که فرانسویان به این باور می‌رسند که فیلم «کالایی است نه مانند دیگران» و مواجهه تجاری با مسئله سینما از اساس نادرست است. در سالیانی که گذشت، کشمکش بین این دو رویکرد به شیوه‌های مختلف خود را نمایاند و باید گفت که این نوع نگاه به سینماست که تعیین‌کننده سیاست‌گذاری سینمایی هر دولتی در این دیار است و اساساً، شناخت سیاست‌گذاری در امور سینمایی در دوره‌های مختلف، با فهم تحولی شناخته می‌شود که در نگاه به سینما رخ می‌دهد. این نگاه در آغاز، اقتصادمحور و تجاری - صنعتی بود، اما با روی کار آمدن نخستین وزیر فرهنگ فرانسه، نگاهی جدید به فیلم و سینما شکل گرفت و سینما از سلطه نگاه اقتصادی و تجاری رهایی یافت.

دوران آندره مالرو: رویکردی فرهنگی و هنری به سینما

همان‌گونه که گفته شد، نخستین رویکرد نسبت به سینما اقتصادی و تجاری بود. به همین دلیل، تا سال ۱۹۵۹، یعنی روزگار تشکیل نخستین وزارت فرهنگ در فرانسه، سی‌ان‌سی و



نهادهای وابسته به امور سینمایی در وزارت صنعت جای داشت. یکی از نخستین اقدام‌های مالرو جدا کردن سینما از وزارت صنعت و جای دادن آن در وزارت نوپای امور فرهنگی بود. این اقدام آندره مالرو از رویکردی تازه به سینما نشان داشت که مالرو در ذهن خود می‌پروراند و کمتر کسی در آن روزگار با او همراه بود (اورفالینو، ۱۹۹۶).

نگاه صنعتی و اقتصادی، حمایت از سینما و پرداخت یارانه را با اصول و منطق اقتصادی برمی‌تابید و معیار اصلی‌اش میزان فروش و تعداد ورودی‌ها به سالن‌های سینما بود. قوانین برداشت از صندوق یاد شده، گواه چنین رویکردی است. پیش از مالرو، نخستین هدف مداخله دولت، فقط تولید فیلم‌های جدید و بالا بردن شماره فیلم‌های تولیدی هر سال بود. به نظر می‌رسد که سی‌ان‌سی در دستیابی به این هدف چندان هم بی‌توفیق نبود. ساخت بیش از ۲۰۰ فیلم در سال، در سایه کمک‌های صندوق حمایت از سینما ممکن بود. افزایش معنادار و چشمگیر فیلم‌اولی‌ها در هر سال نشان می‌دهد که این صندوق توانست گام‌های مؤثری برای ورود نسل‌های جدید به عرصه کارگردانی و ساخت فیلم بردارد. افزایش فیلم‌اولی‌ها از متوسط ۳۸ فیلم در سال‌های ۱۹۹۷، به میانگین ۵۸ فیلم در سال‌های اخیر را فارسی نشانه کامیابی سیاست‌های یاد شده می‌داند (بونه و نیجریه، ۲۰۰۸).

بر اساس چنین نگاهی به سینما، مهم‌ترین شاخص برای کمک به فیلم‌ها درآمدهای ناشی از فروش آنها بود و مبنای دیگری برای توزیع یارانه بین تهیه‌کنندگان وجود نداشت. ولی نخستین وزیر فرهنگ فرانسه که سینما را از وزارت صنعت گرفت، سودای دیگری در سر می‌پروراند. پیام جدایی سینما از صنعت و پیوستن آن به وزارت امور فرهنگی، سرآغاز رویکردی جدید، یعنی نگاهی فرهنگی به سینما بود. از این دیدگاه، مبنای میزان فروش، که برخاسته از نگاهی اقتصادی و بازاری است، به‌تنهایی کافی نبود، چرا که فقط فیلم‌هایی می‌توانستند از این امتیاز بهره‌گیرند که در بازار فروش، مشتریان بیشتری را از آن خود کنند. از این دیدگاه، مشتری‌محوری موجب می‌شد که سرمایه‌گذاران سینمایی به جای پرداختن به فیلم‌های فرهنگی و هنری، به تولیداتی مردم‌پسند و سطحی روی آورند. سینمای مشتری‌محور هم که هدف و رسالتی برای خود نمی‌شناسد و همه دل‌نگرانی‌اش فروش بیشتر است. فروش به هر قیمتی، این خطر بزرگ را دارد که سینما را از رسالت‌های فرهنگی‌اش بازمی‌دارد؛ وظایفی که مهم‌ترین آنها فرهنگ‌سازی و پاسداری از ارزش‌های



فرهنگی جامعه است. همفکران مالرو بر این باور بودند که همراه با حمایت از سینمای تجاری، به سینمای فرهنگی و هنری نیز باید توجه شود. از همین زمان است که حمایت از سینمای مبنای دیگری در کنار شمارگان ورودی به سالن‌ها نیز پیدا کرد و آن کمک به سینمای فرهنگی است. بدین‌سان مجمعی برای گزینش فیلم‌های فرهنگی و هنری تأسیس شد. این مجمع که همچنان فعال است، فیلم‌های فرهنگی و هنری را برمی‌گزیند و از آنها حمایت مالی می‌کند (نیمری و تروآت، ۱، ۱۹۹۹).

پس، همراه با کمک‌های فراگیر مبتنی بر شمارگان فروش، کمک جدیدی به نام کمک گزینشی^۲ نیز شکل گرفت. یارانه گزینشی عرصه‌های گوناگونی را دربر می‌گیرد که مهم‌ترین آنها یاری‌رسانی به فیلم‌های فرهنگی برگزیده مجمع یاد شده است. فیلم‌های برگزیده این مجمع پیش از تولید، مبالغی را به‌عنوان کمک برای ساخت دریافت می‌کنند. این مجمع مدتی است که حمایت از فیلم‌های خارجی کشورهایی را نیز در دستور کار خود قرار داده است که سینمایی ناشناخته‌تر در فرانسه دارند. کم نیستند فیلم‌های بلند و کوتاه ایرانی که از چنین حمایت‌هایی برخوردار شده‌اند. ناگفته پیداست که در پس ذهن پایه‌گذاران این اندیشه، رقابت با سینمای هالیوودی نیز نهفته است. به بیانی دیگر، فرانسوی‌ها برای مقابله با سینمای آمریکایی دست یاری خود را به سوی سینمای کشورهای دیگر دراز کرده‌اند. یکی از کشورهایی که فرانسوی‌ها برای رویارویی با سینمای هالیوود به سینمای آن دل بسته‌اند، سینمای ایران است. ژان کلود کریر، پیر سینمای فرانسه می‌گوید: «در روزگاری که سینمای اروپا به روزمرگی افتاده بود، فیلم‌های ایرانی بارقه‌امیدی ایجاد کرد. سینمایی ساده با متن قوی و تکنیک شایسته پا به عرصه جهان سینما گذشت و ما را از روزمرگی و در جا زدن رهاوند» (۱۵ اردیبهشت ۱۳۸۷). کارمیتز، صاحب یکی از شرکت‌های بزرگ سینمایی فرانسه، در دیداری می‌گفت: «عباس کیارستمی ما را در مقاومت در برابر آمریکایی شدن سینما یاری می‌کند. چرا که ما توان مالی و تکنیکی مقابله با هالیوود را نداریم. عباس کیارستمی به ما می‌آموزد که با سادگی و بدون هزینه با غول هالیوود بجنگیم».

یکی دیگر از وظایف این مجمع کمک به آمایش فرهنگی سرزمینی و یاری‌رسانی به سالن‌های نمایشی است که در نقاط مختلف کشور درآمد کافی ندارند و بدون حمایت



1 - Nemery (Jean-Claude) et Thuriot (Fabrice)

2 - Soutien sélectif

دولتی از ادامه فعالیت ناتوان هستند. این سیاست دولت موجب شد که مراکز سینمایی در سراسر کشور، به زندگی فرهنگی خود ادامه دهند و شهرهای کوچک از هنر هفتم همچنان بهره‌مند باشند. کمک به سرمایه‌گذاران، شرکت‌های سینمایی و آنها که ادامه کارشان برای پایایی سینمای فرانسه ضروری است، از دیگر عرصه‌هایی است که از این کمک‌های گزینشی بهره‌مند می‌شود (پالمر ۱، ۲۰۰۴).

همان گونه که فارشی آورده است، در کنار کمک‌های یاد شده، از دهه هفتاد سی‌ان‌سی نیز دایره کمک‌های خود را به عرصه‌های جدید گسترش داد و از رسانه‌های چندتصویری و فناوری‌های تازه سینمایی نیز حمایت کرد. بنابراین، برای پویایی و ماندگاری سینما، دولت از عرصه‌های مختلف تولید و توزیع و دست‌اندرکاران و میانجی‌های هنر هفتم به شیوه‌های مختلف، حمایت مالی کرد (فارشی، ۲۰۰۴: ۱۱۲).

بنابراین، با تشکیل وزارت فرهنگ فرانسه توسط آندره مالرو، اساساً، نگاه به سینما تغییر کرد. مالرو یکی از اهداف مهم خود را دموکراتیزه کردن فرهنگ می‌دانست. این فرایند از دیدگاه مالرو بدون هنر هفتم ناممکن بود. پس سینما در سیاست‌گذاری فرهنگی آندره مالرو جایگاه بلندی یافت. رویکرد جدید به سینما، رویکردی کاملاً فرهنگی و هنری بود. به همین دلیل، مالرو کوشید سینما را از سیطره وزارت اقتصاد برهاند و به وزارت تازه تأسیس فرهنگ ملحق کند. کارشناسان سینمایی سال‌های ۶۹-۱۹۵۹ را دورانی تاریخی و نقطه عطفی در تاریخ سینمای فرانسه می‌دانند (توبیان^۱، ۱۹۸۱). مجله «سینمای فرانسه» در این روزگار، با چاپ چندین مقاله به این نگاه جدید روی خوش نشان داد و آن را دیدگاهی تحول‌آفرین برای سینمای فرانسه قلمداد کرد. از اینجاست که در کنار شاخص کمی تعداد نمایش فیلم، که برخاسته از رویکردی اقتصادی یا صنعتی است، ملاک دیگری به نام «کیفیت» مطرح می‌شود و مرکز امور سینمایی مأموریت می‌یابد که خود را با این رسالت جدید هماهنگ کند. برای نخستین بار، در کنار تعداد بلیط‌های فروخته شده، کیفیت فرهنگی و هنری نیز به‌عنوان شاخصی برای پرداخت کمک و یارانه به سینما در نظر گرفته می‌شود. اهمیت این تصمیم به اندازه‌ای است که برخی آن را سرآغاز جریانی جدید



1 - Palmer Rpbet
2 - Serge Toubian



می‌دانند و از آن به «موج نو» در سینمای فرانسه تعبیر می‌کنند (تروفو، ۲۰۰۴: ۲۹۳). در سال ۱۹۵۴، فرانسوا تروفو مقاله‌ای را در مجله سینمای فرانسه به چاپ رساند و در آن از «مؤلف‌محوری» به‌عنوان محور اساسی سیاست جدید ستایش کرد. در این مقاله تأکید شد که مؤلفان و نویسندگان فراموش‌شدگان عرصه سینما هستند. از دیدگاه تروفو، سینما مرهون همین گروه فراموش‌شده است. او به دست‌اندرکاران امور سینمایی توصیه کرد که مؤلفان را در زمره هنرمندان قرار دهند و چتر حمایت دولتی را قبل از هر چیز، بر این گروه مؤثر بگسترانند. این موج جدید حمایت از مؤلفان در سال ۱۹۵۹، به جنبشی هنری در سینما منجر شد و مالرو با تأکید بر لزوم بالا بردن کیفیت فیلم‌های فرانسوی، سینمای هنری را محور سیاست‌گذاری فرهنگی خود اعلام کرد. بی‌درنگ، مرکز امور سینمایی گروهی را تشکیل داد که هدف آن شناخت فیلم‌های فرهنگی و هنری و حمایت از آنها بود؛ با این استدلال که این فیلم‌ها به دلیل غیرتجاری بودن، اساساً، مخاطب‌های کمتری دارند و بدون حمایت دولت توسعه آنها ممکن نیست.

بنابراین، بازیگر جدیدی به نام «نویسنده» یا مؤلف در عرصه سینما ظاهر و روز به روز بر اهمیت او افزوده شد. اما همان گونه که دانیل توسکان دوپلاتتیر^۲ گفته است، موج جدید بازیگر جدید را از پشت صحنه به میدان آورد و همزمان، بازیگر مهم دیگری به نام «تهیه‌کننده» را، که پیش‌تر محور سینما بود، از صحنه بیرون راند (دوپلاتتیر، ۱۹۸۱).

پیش‌تر آمد که مالرو به‌دنبال مردمی کردن فرهنگ بود. او به سینما و خانه‌های فرهنگ به‌عنوان یکی از ارکان مهم این فرایند می‌نگریست. با تکرار می‌لگنیسود جامعه‌شناسی سینما و مخاطبانش، نشان داده است که چگونه سینما به یکی از مقوله‌های مردمی فرهنگ تبدیل شد (دوسینگلی^۳، ۲۰۰۷). به همین دلیل، سینما در سیاست‌گذاری‌های مالرو جایگاه بالایی داشت. اما مشکل اساسی مالرو کاهش روزافزون تماشاگران فیلم‌های سینمایی بود. بر اساس آمار منتشر شده از سال ۱۹۵۷ تا ۱۹۶۷، تعداد بینندگان فیلم در سینما از ۴۱۱ میلیون نفر به ۲۱۰ میلیون نفر کاهش یافت.

با وجود این، مالرو در حمایت از سینمای هنری و فرهنگی کمترین تردید را به خود راه

1 - François Truffaut

2 - Daniel Toscan du Polantier, LM, 29 oct, 1981.

3 - De Singly Francois

نداد. یکی دیگر از اقدامات مالرو در این زمینه، طبقه‌بندی سالن‌های سینمایی بر اساس رویکردشان بود. بر این اساس، سالن‌هایی که در گروه «هنری» طبقه‌بندی می‌شدند، از حمایت ویژه برخوردار بودند. این اقدام آندره مالرو موجب تشویق بیشتر سالن‌ها برای پخش فیلم‌های فرهنگی شد و سرمایه‌گذاری در این عرصه را رونق بیشتری بخشید. مالرو برای ترویج بیشتر فیلم‌های فرهنگی سیاست حمایت از فیلم‌های کوتاه را نیز در پیش گرفت. بر این اساس، فیلم‌نامه‌های بلند و کوتاه فرهنگی از کمک مالی پیش از ساخت برخوردار می‌شدند. این تصمیم گامی بلند برای حرکت به سوی سینمای مؤلف در فرانسه تلقی می‌شود. بنابراین، دوران مالرو را باید به‌حق، دوران جدیدی در تاریخ سینمای فرانسه دانست. اما با پیروزی والرئ ژئیست گاردستن در سال ۱۹۷۴، دوران جدیدی در تاریخ سینمای فرانسه آغاز شد و به دلیل حمایت رئیس‌جمهور جدید از اقتصاد آزاد، بار دیگر رویکرد اقتصادمحور به سینمای فرانسه بازگشت.

دوران والرئ ژئیست گاردستن: رویکرد اقتصادی و تجاری

با روی کار آمدن ژئیست گاردستن، نگاه به سینما کاملاً دگرگون شد. سال‌های ۱۹۷۴ تا ۱۹۸۱، دورانی است که دولت عملاً، خود را از عرصه سینما کنار کشید. ژئیست گاردستن و یارانش بر این باور بودند که سینما باید روی پای خود بایستد و از قوانین بازار و عرضه و تقاضا پیروی کند. نگاه دولتمردان این زمان به سینما همان نگاه گذشته بود و سینما که تازه از سلطه وزارت صنعت رهایی یافته بود، دوباره در این دام گرفتار شد. بر اساس چنین رویکردی بود که بودجه فرهنگ به کمتر از نیم درصد کل بودجه دولت سقوط کرد. در سال ۱۹۸۱، والرئ ژئیست گاردستن دولت را با بودجه فرهنگی ۰/۴۷ درصد به فرانسوا میتران سپرد (نیمری و تروآت، ۱، ۱۹۹۹).

یکی از نشانه‌های بی‌اعتنایی به فرهنگ در دوران والرئ ژئیست گاردستن را می‌توان در کشمکش بر سر جایگاه وزارت فرهنگ در این سال‌ها سراغ گرفت. پس از مالرو، وزارت فرهنگ نخست به دبیرخانه‌ای در دولت تبدیل شد و کمی بعد، به وزارت محیط و ارتباطات تغییر نام یافت. افت جایگاه وزارت فرهنگ در ساختار دولت، نشان می‌دهد که برخلاف دوران مالرو، فرهنگ در اولویت برنامه‌های دولت ژئیست گاردستن نبود و در





سیاست اقتصاد لیبرالی نوین، فرهنگ جایگاهی نداشت.

پس از انحلال وزارت فرهنگ، میشل گی از سال ۱۹۷۴ تا ۱۹۷۶، به عنوان دبیر دولت در امور فرهنگی - هنری منصوب شد. سیاست‌های جدید دولت در عرصه فرهنگ، به ویژه تصمیمات میشل گی تا اندازه زیادی متأثر از جنبش‌های دانشجویی ماه می سال ۱۹۶۸ بود. میشل گی در تلاش بود تا از ابزار فرهنگ برای رویارویی با تنش‌های سیاسی بهره گیرد. از بین بردن ممیزی یا سانسور، طبقه‌بندی فیلم‌های پرونو به «X» از کارهایی بود که بیشتر برای راضی کردن دانشجویان ناراضی و نواخواه این دوران انجام شد. در همین سال‌ها، مالیات بر بلیط سینما افزایش یافت و پیش‌پرداخت هزینه‌های فیلم نیز دوبرابر شد. در زمان دبیری میشل گی، سینما رقیب جدیدی به نام «تلویزیون» پیدا کرد. دبیر فرهنگی دولت به این نکته توجه داشت و حمایت از سینما را نه فقط در مقابل سینمای آمریکایی، بلکه در مقابل تلویزیون ضرورتی اجتناب‌ناپذیر می‌دانست. میشل گی به خوبی دریافته بود که تلویزیون می‌تواند رقیبی سرسخت برای سینما باشد و نیک می‌دانست که در این رویارویی نابرابر، دولت از ورود به این عرصه برای یاری سینمای ملی ناگزیر است (داردی کریتین، ۲۰۰۷).

میشل گی در حالی دبیری دولت را ترک می‌کرد که امور فرهنگی به حاشیه رفته بود و فرهنگ کاملاً از اولویت برنامه‌های دولت خارج شده بود. دبیر بعدی فرهنگ در دولت، در سال‌های ۱۹۷۷ - ۱۹۷۶، و وزیر پس از او هم به دلیل کمی بودجه نتوانستند کاری از پیش برند و این روند همچنان ادامه یافت. مرکز امور سینمایی هم به طور طبیعی، با الهام گرفتن از رویکرد جدید بیشتر در اندیشه کمک به سینما از نظر اقتصادی و تجاری بود و سینمای هنری در سیاست‌های این سال‌ها جایگاهی نداشت. با چنین رویکردی بود که مالیات بر بلیط‌ها به هفت درصد کاهش یافت و بهای بلیط‌های سینما رقابتی شد. همچنین در سال ۱۹۸۰، یک روز در هفته با عنوان سینمایی ارزان‌تر (دوشنبه‌ها) برای تشویق مردم به دیدن فیلم تعیین شد.

نگاه صرفاً اقتصادی، به تدریج مشکلات خود را نشان داد. چندین مقاله در مجله سینما علیه این سیاست به چاپ رسید. در چنین فضایی بود که سوسیالیست‌ها روی کار آمدند و وزیر معروف فرهنگ فرانسه به نام ژاک لانگ دوران جدیدی را در عرصه فرهنگ، به

طور کلی، و در عرصه سینما، به طور خاص، آغاز کرد. سال ۱۹۸۱، برای سینمای فرانسه سال مهمی است. فرانسوا میتران در این سال، با برنامه‌های فرهنگی تهیه شده توسط ژاک لانگ به قدرت رسید. لانگ نیز چون مالرویی جدید بر مسند وزارت فرهنگ فرانسه تکیه کرد و بار دیگر، اراده سیاسی به مراتب قوی‌تری از روزگار مالرو به یاری امور فرهنگی شتافت. نگاه لانگ به سینما همان نگاه مالرو بود، با این تفاوت که او در تلاش بود که بین «فرهنگ و اقتصاد» آشتی دهد. به همین دلیل، او از اصطلاح جدید «صنعت فرهنگی» سخن می‌گفت. رویکرد ژاک لانگ رویکرد سومی بود که می‌کوشید دو رویکرد صرفاً فرهنگی مالرو و رویکرد کاملاً اقتصادی دوران ژیسست گاردستن را جمع کند و این دو نگاه متضاد را با هم آشتی دهد.

دوران ژاک لانگ : سینما به مثابه صنعت فرهنگی

ژاک لانگ پس از انتصاب به وزارت فرهنگ، در سخنرانی خود در مجلس ملی فرانسه، یکی از اهداف مهم خود را آشتی دادن بین بخش خصوصی و دولتی در پرداختن به امور فرهنگی اعلام کرد. لانگ اظهار داشت که فرهنگ را نباید حیات خلوت بخش عمومی دانست و بخش‌های خصوصی هم در این عرصه در تلاش‌اند و چاره‌ای جز هماهنگی بین این دو بخش برای پیشبرد امور فرهنگی وجود ندارد (پولو، ۲۰۰۳: ۱۳۰). این جمله ژاک لانگ که «اقتصاد و فرهنگ هم‌رزم‌اند» به شعار این دوران تبدیل شد. ژاک لانگ تنها راه مبارزه با «امپریالیسم فرهنگی آمریکا» را همکاری این دو بخش می‌دانست (پولو، ۲۰۰۳: ۱۳۰).

ژاک لانگ تلاش کرد که اندیشه صنعت فرهنگی را نهادینه کند. قوانین متعددی که از تصویب مجلس ملی گذشت، از جمله قانون «حق مؤلف» در سال ۱۹۸۵، از جمله این تلاش‌هاست. از دیگر اقدامات ژاک لانگ بازتعریف رابطه سینما و تلویزیون بود. با تلاش‌های وزیر فرهنگ دولت فرانسوا میتران مالیات شبکه‌های تلویزیونی برای کمک به صندوق سینما دوبرابر شد. اقدام مهم دیگر ژاک لانگ تمرکززدایی در سیاست‌های سینمایی و گسترش سینما در مناطق بود. ژاک لانگ کوشید با توزیع یارانه‌ها و حمایت از سالن‌های سینما، بازار سینما را در شهرهای مختلف رونق بخشد و به تمرکز همه امکانات



فرهنگی در شهر پاریس پایان دهد.

جمله معروف ژاک لانگ در مقابل نمایندگان مجلس ملی، در تاریخ ۱ آوریل ۱۹۸۲، که «نه دخالت، نه بی تفاوتی، نه سپردن همه امور به قانون بازار و نه سینمایی دولتی» (لوموند، ۱۹۸۱، شماره ۱۰) گویای این رویکرد جدید به امور سینمایی بود. او هدف خود را گام برداشتن به سوی سینمایی فرانسوی اعلام کرد. این جمله لانگ رابطه بین اقتصاد و سینما را نیز به خوبی نشان می دهد. او در تلاش بود که سینما را از انحصار چند شرکت بزرگ درآورد و پای بخش های مختلف و سرمایه گذاران کوچک را هم به عرصه سینما باز کند. رویکرد این دوران، دخالت دولت، کمک به بخش خصوصی و پاسداری از سینمای هنری و فرهنگی بود. اما پایه اساسی سیاستی که سینما را صنعتی فرهنگی می دانست، در وهله نخست، سرمایه گذاران این عرصه بودند. به همین سبب، حمایت از سرمایه گذاران جایگاه ویژه ای در سیاست های ژاک لانگ داشت.



حمایت از سرمایه گذاران برای صنعتی شدن سینمای فرهنگی

گفته شد که ژاک لانگ در تلاش بود که بخش خصوصی را به سرمایه گذاری در عرصه فرهنگی، به ویژه در حوزه سینما، تشویق کند. مشکل اصلی پیش روی سینما این بود که هنر هفتم کمتر سوددهی داشت و صنعتی دیربازده و غیراقتصادی به شمار می رفت و ژاک لانگ به همین دلیل، دخالت دولت را مشروع و ضروری می دانست. یکی از نخستین اقدامات ژاک لانگ تشکیل شرکت خصوصی ایفکیک^۱ بود. ایفکیک شرکتی بود خصوصی با سرمایه گذاری و مشارکت دولت به میزان بیست درصد، مشارکت شرکت خصوصی ویژه ای^۲ با سرمایه ای معادل بیست درصد و هشت بانک مهم و معروف فرانسه هر یک با سهام هشت درصد. این شرکت نقش میانجی را عهده دار بود و مأموریت داشت که با سرمایه گذاری و دادن وام به تهیه کنندگان و پیش پرداخت هزینه ساخت فیلم، عرصه سینما را یاری رساند. این شرکت که ضامن اصلی اش دولت بود، در حقیقت، به مثابه «بانک فرهنگ» عمل می کرد. ایفکیک با تشکیل کمیته ای تخصصی طرح های پیشنهادی را بررسی و آنها را به بانک ها و شرکت های سرمایه گذار برای گرفتن وام ارسال می کرد. بدین ترتیب،

1 - IFCIC

2 - CEPME

سینما در عرصه بازار و سرمایه‌گذاری از قوانین بازار آزاد پیروی می‌کرد و ضمانت دولت، امکان ورود بانک‌ها و شرکت‌های خصوصی را در این حوزه ممکن می‌کرد. پس از نه ماه از تشکیل ایفکیک، ۶۱ پرونده بررسی شد و برای ۵۸ شرکت ارسال شد. دولت با ضمانت ۳۱ میلیون فرانکی خود توانست مبلغ ۵۱ میلیون فرانک تسهیلات برای تهیه‌کنندگان دریافت کند. در نتیجه این سیاست‌ها، در این نه ماه، ۷۰ فیلم با هزینه‌ای معادل ۲۵۵ میلیون فرانک ساخته شد (کلریس ۱، ۲۰۰۵: ۲۶). برنامه‌های ژاک لانگ در مدتی کوتاه موفقیت خود را نشان داد و دست‌اندرکاران بزرگ سینما مانند توسکان دوپلاتنیر ۲ و مارین کارتینر ۳، صاحب شرکت بزرگ ام‌کادو ۴ این اقدام را تحسین کردند و آن را سرآغاز دوره‌ای جدید در تاریخ سینما دانستند (لوموند، ۱۱ نوامبر، ۱۹۸۱).

با گسترش وسایل نوین ارتباط جمعی مانند شبکه‌های کابلی، ویدئوها و سی‌دی‌های صوتی و تصویری، ژاک لانگ قانونی را در ۳۰ ماه می ۱۹۸۴ به تصویب هیئت دولت رساند که به موجب آن حق مؤلف مصوب در سینما را به همه این عرصه‌ها گسترش داد. به موجب این قانون، حق مؤلف که پیش از این، فقط ناظر به بخش فیلم در سالن‌های سینما بود و نسبت به شیوه‌های دیگر بخش ساکت بود، به تمام بخش‌های یاد شده تسری یافت. همچنین مالیات‌های جدیدی به سود تهیه‌کنندگان، کارگردانان و هنرمندان سینما به تصویب رسید. به موجب این قانون، همه تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان ویدئو، کاست و سی‌دی ملزم به پرداخت مالیات شدند. این امر اگر چه اهالی سینما را خشنود کرد، ولی نارضایتی گسترده‌ای را بین دست‌اندرکاران عرصه‌های دیگر دیداری و شنیداری ایجاد کرد (لوموند، ۲۶ ژوئن، ۱۹۸۴). ژاک لانگ این اقدام را وسیله‌ای برای آشتی و پیوند بین «فناوری و خلاقیت» اعلام کرد (لوموند، ۳۰ ژوئن، ۱۹۸۴).

به منظور تشویق سرمایه‌گذاران در عرصه سینما، ژاک لانگ در سال ۱۹۸۵، قانونی را به تصویب مجلس رساند که به موجب آن، این سرمایه‌گذاران از معافیت‌های مالیاتی چشمگیری برخوردار شدند. ژاک لانگ در توجیه این اقدام خود اعلام کرد که درصدد است که این فرهنگ را به وجود آورد که «اثر سینمایی را هر فرانسوی از آن خود بداند و

- 1 - Céline Cleris.
- 2 - Daniel Toscan Plantier.
- 3 - Marin Karmitz.
- 4 - MK2



همه خود را در مقابل آن مسئول احساس کنند» (ژ. و، ۲۴ ژوئن، ۱۹۸۵).

در سال‌های ریاست ژاک لانگ، فرهنگ به جایگاه پیشین خود بازگشت و امور فرهنگی دوباره جایگاهی شایسته در دولت پیدا کرد. ژاک لانگ کوشید که امور فرهنگی را در عرصه‌های مختلف سامان دهد. قانون تمرکززدایی مصوب سال ۱۹۸۲، به امور فرهنگی منزلتی درخور در سیاست‌گذاری‌های قدرت‌های محلی بخشید. در بین بخش‌های مختلف فرهنگی، سینما در سیاست‌های ژاک لانگ جایگاهی ویژه داشت و اجرای پاره‌ای از سیاست‌های فرهنگی لانگ، به‌ویژه در عرصه تمرکززدایی بدون سینما ناممکن بود. از آغاز دهه نود، دوران تازه‌ای در عرصه فرهنگ آغاز شد. مهم‌ترین ویژگی این دوران پیدایش فناوری‌های تازه در عرصه‌های دیداری و شنیداری بود که صنعت سینما را سخت تحت تأثیر خود قرار داد. به دلیل ویژگی‌های مهم این دوران، شایسته است که آن را در مبحثی جدا بررسی کنیم.



دهه نود و ناتوانی دولت در برابر شرکت‌های بزرگ سینمایی

تا دهه نود، به‌ویژه با سیاست‌هایی که ژاک لانگ در پیش گرفت، وزارت فرهنگ مهم‌ترین بازیگر امور سینمایی بود. اما از سال ۱۹۹۴، دو رخداد مهم دولت و وزارت فرهنگ را در این عرصه به حاشیه راند. نخستین رخداد ادغام شرکت‌های کوچک سینمایی و تبدیل آنها به چند گروه بزرگ و غول‌پیکر و در نتیجه، پیدایش رقیبان تازه و قدرتمند در مقابل دولت بود. دومین اتفاق، توسعه فناوری‌های جدید در عرصه‌های دیداری و شنیداری و انقلاب دیجیتال بود که قواعد بسیاری از بازی‌ها را در این حوزه دگرگون می‌کرد. بدین‌سان، غول‌های اقتصادی بزرگ سرمایه‌گذاری در امور سینمایی را بر عهده گرفتند و دولت و وزارت فرهنگ را به حاشیه راندند. این شرکت‌ها به‌طور طبیعی، رویکردی اقتصادی به سینما داشتند و دل‌مشغولی مبارزه با سینمای آمریکایی یا حمایت از سینمای مؤلف دغدغه نخست آنها نبود. بنابراین، همان‌گونه که آلن اوکلر و سیلوی پراس^۱ آورده‌اند، این سال‌ها را باید سرآغاز افول سیاست‌گذاری دولت در امور سینمایی دانست (اوکلر و پراس، ۲۰۰۱: ۱۲۵).

یکی از نگرانی‌های دولت در این دوران، حمایت از سالن‌های سینمایی کوچک و افراد

و گروه‌های مستقلی بود که به شرکت‌های بزرگ سینمایی ملحق نشده بودند و در تلاش بودند که به زندگی مستقل خود ادامه دهند. مرکز امور سینمایی ادامه زندگی این گروه‌های کوچک مستقل را برای پاسداری از تنوع فرهنگی و حتی مقابله با سینمای آمریکایی لازم می‌دانست. به همین سبب، مرکز امور سینمایی (سی‌ان‌سی) حمایت از این گروه‌های کوچک و مستقل را در دستور کار خود قرار داد و با گذراندن قوانین جدید، ساخت سالن‌هایی با ظرفیتی بالاتر از ۱۵۰۰ نفر را به تصویب کمیسیون ویژه‌ای مشروط کرد که در شهرها به این منظور تشکیل شده بود. هدف از این اقدام حفظ موازنه حادقلی بین سرمایه‌گذاران بزرگ و گروه‌های کوچک سینمایی بود.

رخداد مهم دیگر در سال ۲۰۰۰ به وقوع پیوست. در این سال، شرکت بزرگ سینمایی او.ژ.س^۱ در اقدامی بی سابقه در عرصه سینما، برای مشتریان سینمایی کارت‌های ویژه‌ای با ظرفیت نامحدود صادر کرد. دارندگان این کارت‌ها می‌توانستند هر چند مرتبه‌ای که بخواهند به سینما بروند و فیلم ببینند. شرکت سینمایی او.ژ.س با این اقدام مشتریان فراوانی را در حقیقت، پیش خرید و بسیاری از مشتریان دیگر سالن‌ها را از آن خود کرد. با توجه به ارزان شدن ورودیه‌ها در صورت استفاده بیشتر از کارت، تماشاگران فیلم‌ها به طور چشمگیری افزایش یافت. در پی این اقدام، که دیگر شرکت‌های بزرگ سینمایی به سرعت از آن تقلید کردند، قانون بازار و اقتصاد خود را بر عرصه فرهنگی و سینما تحمیل کرد و فیلم، که گفته می‌شد «کالایی نه مانند دیگر کالاهاست»، به «کالایی بسان دیگر کالاها» تبدیل شد. در حالی که دست‌اندرکاران امور سینمایی که تمام سیاست‌های خود را بر این اصل پی ریخته بودند که «فیلم کالایی باشد متفاوت از دیگر کالاها» (اوکلر و پراس، ۲۰۰۱: ۱۲۶). نخستین قربانی تجاری شدن فیلم، سینمای مؤلف و فیلم‌های فرهنگی و هنری بودند که توان رقابت با فیلم‌های تجاری را نداشتند.

از سوی دیگر، پیش خرید و ورودی‌های نامحدود یکی از پایه‌های اساسی سیاست مالی مرکز امور سینمایی را نیز سست کرد، زیرا همان گونه که پیش‌تر گفته شد، یکی از منابع مهم درآمد صندوق حمایت از سینما، مالیات بر بلیط‌های خریداری شده برای هر فیلم بود. خرید کارت این اجازه را به مشتری می‌داد که در مدت اعتبار کارت به طور نامحدود فیلم ببیند. بنابراین، رابطه بین تماشاگر و بلیط ورودی هر فیلم قطع شد و مالیات بر هر فیلم بر

1 - UGC



اساس تعداد ورودی معنای خود را از دست داد. تدابیری جدید اندیشیده شد و بر اساس قوانین تازه، مالیات بر کارت‌ها سامان دهی شد. کمی بعد، رقیبان یو.ژ.س مانند ام.کا.دو و گومون نیز دست به کار شدند و با پیمان مشترک با یکدیگر، قطب قدرتمندی را در مقابل یو.ژ.س به وجود آوردند.

با دوقطبی شدن صنعت سینما، دولت رسالتی سنگین برای پاسداری از سینمای ملی فرانسه و حفظ استقلال شرکت‌های کوچک و مستقل پیدا کرد. مرکز امور سینمایی سیاست‌های جدیدی را برای حمایت از سینمای هنری و فرهنگی در پیش گرفت و این تلاش همچنان ادامه دارد. به‌رغم همه تلاش‌ها، همه کارشناسان این عرصه بر این باورند که دوران طلایی سیاست‌گذاری‌های دولت به‌عنوان تنها بازیگر قدرتمند این عرصه به پایان رسیده است و دولت به‌ناچار، باید بازیگران جدید و پر قدرت این عرصه را جدی‌تر بگیرد و به رسمیت بشناسد. اما همچنان یکی از دل‌مشغولی‌های مهم تجاری شدن سینما، همان گونه که گفته شد، ایستادگی در برابر سینمایی هالیوودی است (روژی‌مونت، ۱، ۲۰۰۲).



نبرد فرانسه و هالیوود در دوران جدید

با همه تدابیری که اندیشیده شد، سینمای هالیوود همچنان بر سینمای اروپا حکم می‌راند و سینماهای اروپایی، خواسته یا ناخواسته، به تسخیر هالیوود درآمده‌اند. فرانسه از معدود کشورهایی است که به تماشاخانه‌هایش رخصت نمی‌دهد که بیش از شصت درصد از فیلم‌هایشان غیرفرانسوی باشد. با وجود این، هالیوود روز به روز، مشتریان بیشتری را از آن خود می‌کند و سینمای اروپا ناتوان از رویارویی با این غول آمریکایی است. در سال ۲۰۰۲، ۷۰ درصد از درآمد سینمای اتحادیه اروپا با ۱۵ عضو، از آن فیلم‌های آمریکایی بود و در حال حاضر، وضعیت بهتر از این نیست. روند رو به رشد تماشاگران فیلم‌های آمریکایی از سال ۱۹۷۳ تاکنون، این خطر را به‌وضوح نشان می‌دهد. در این سال، فقط ۲۰ درصد از ورودی‌های سینماهای اروپا را فیلم‌های آمریکایی به خود اختصاص می‌داد. این رقم در سال ۲۰۰۳، به ۵۳ درصد رسید. فارشی نشان داده است که به‌موازات پیشروی هالیوود در کشورهای اروپایی، فیلم‌های آسیایی و فیلم‌های دیگر کشورها نیز به همین نسبت، بازار خود را در اروپا از دست داده‌اند. در نتیجه، نمایش فیلم‌های غیراروپایی و غیرآمریکایی

در سینماهای اروپا، در سال‌های اخیر، به کمتر از چهار درصد کاهش یافته است (فارشی، ۲۰۰۴: ۱۱۲).

بنابراین، در این نبرد، اروپا خود را شکست خورده می‌بیند. در این رقابت سخت و شاید نابرابر، فرانسوی‌ها خود را پرچمدار این مبارزه می‌دانند. فارشی مدعی است که این مبارزه در درجه نخست، بین فرانسه و آمریکا است. هجوم فیلم‌های آمریکایی به فرانسه، ریشه در فردای جنگ دوم جهانی دارد. در آن دوران که اروپا و از جمله فرانسه، به موجب قرارداد مارشال صحنه تاخت و تاز آمریکایی‌ها بود، با انعقاد قراردادهای همکاری مشترک، سیل فیلم‌های آمریکایی به اروپا سرازیر شد. همان گونه که گفتیم، انعقاد قرارداد سال ۱۹۴۸ معروف به بلوم - بیرنس ۱ سرآغاز ورود فیلم‌های آمریکایی به فرانسه بود. به موجب این قرارداد فیلم‌های آمریکایی بدون هیچ محدودیتی توانستند وارد سالن‌های سینمای فرانسه شوند. در این قرارداد، که اعتراضات فراوانی را هم برانگیخت، اگرچه سالن‌های سینما ملزم شدند در هر سه ماه، حتماً چهار هفته را به فیلم‌های فرانسوی اختصاص دهند، ولی سینمای آمریکایی توانست خود را بر بسیاری از پرده‌های سینما تحمیل کند (روژیمونت، ۲۰۰۲).

در مذاکرات سال ۱۹۹۳، به نام تمایز فرهنگی ۲ که فرانسوی‌ها پرچمدار آن بودند، داد و ستد فیلم‌ها و کالاهای دیداری و شنیداری از قانون تجارت آزاد، معروف به گات، استثنا شد؛ هدف اصلی این اقدام، حمایت از تولیدات داخلی اروپایی‌ها در مقابل هجوم فیلم‌های آمریکایی بود. در مذاکرات سال ۲۰۰۵، همین دل‌مشغولی اروپایی‌ها همچنان وجود داشت، ولی شعار تمایز فرهنگی فرانسوی‌ها جای خود را به شعار جدید «تنوع فرهنگی» داد که باز هم کاملاً فرانسوی بود و به ابتکار فرانسویان به تصویب یونسکو هم رسید (ریگوردو، ۲۰۰۴). در هر صورت، در این مبارزه نابرابر، راهی جز مداخله دولت و کمک مالی به سینمای فرانسوی وجود ندارد. این شیوه از دیرباز با فراز و فرودهای فراوان، همیشه مد نظر دولتمردان بوده است. با توجه به اهمیت شیوه‌های تأمین منابع مالی سینما، درنگی بیشتر در این باره ضروری است.

- 1 - Blum-Byrnes
- 2 - Exception Culturelle
- 3 - Regourd Serge



منابع مالی یارانه‌های سینمایی

یکی از منابع مالی مهم یارانه‌های سینمایی را مالیات‌های مستقیمی تشکیل می‌دهد که تماشاگران هنگام خرید بلیط می‌پردازند. به طور متوسط، ۱۱ درصد روی قیمت بلیط هر فیلم کشیده می‌شود و این مالیات‌ها بخش عمده‌ای از بودجه صندوق حمایت از سینما را تشکیل می‌دهد (۹۰ درصد در سال ۱۹۸۲ و فقط ۴۴ درصد در سال ۲۰۰۲). با توجه به این واقعیت است که برخی گفته‌اند که بخش چشمگیری از هزینه‌های سینمای فرانسه را سینمای آمریکا می‌پردازد، چرا که ۵۳ درصد ورود به سالن‌های نمایش مربوط به تماشاگران فیلم‌های آمریکایی است. بخش دیگری از درآمدهای صندوق حمایت از سینما را به طور غیرمستقیم، تلویزیون می‌پردازد. همه شبکه‌های کابلی درصدی از درآمدهای خود را به عنوان مالیات روانه این صندوق می‌کنند و از سال ۱۹۹۳، درصدی از درآمد حاصل از فروش برنامه‌های ویدئویی نیز به درآمدهای این صندوق افزوده شد (بنهامو، ۱۹۹۶).



همان گونه که پیش‌تر آمد، یکی از اهداف مهم این صندوق یاری رساندن به تهیه‌کنندگان فرانسوی است و هدف این است که سینمای فرانسه بتواند در مقابل موج مهاجم، به‌ویژه تهاجم سینمای آمریکایی مقاومت کند. به همین دلیل، سی‌ان‌سی موظف است که بخشی از درآمدهای خود را به سرمایه‌گذاری دوباره برای تولید فیلم‌های جدید و بازپرداخت بدهی‌های فیلم‌های پیش‌تر تولید شده اختصاص دهد. پژوهشگران سیاست‌گذاری فرهنگی فرانسه بر این باورند که مداخله دولت در روزگاری که گذشت، رمز ماندگاری سینمای فرانسه است. نبود این کمک‌ها ممکن بود سینمای فرانسه را در مقابل هالیوود به کلی از بین ببرد (بنهامو، ۱۹۹۶). اما فروش بلیط فقط بخشی از هزینه‌های سینما را تأمین می‌کند. به تدریج، با پیشرفت شگفت‌انگیز تلویزیون و مشتریان فراوانی که روزبه‌روز این جعبه جادویی از آن خود کرد، از آنجا که بیشتر این مشتریان از دنیای سینمادوستان آمده بودند، این اندیشه ایجاد شد که این رقیب تازه به دوران رسیده باید سهمی از هزینه‌های سینما را نیز بر دوش کشد.

سهام تلویزیون در یاری به سینما

آن زمان که نخستین وزیر فرهنگ فرانسه زمام امور فرهنگی را به دست گرفت، برای اهالی سینما دغدغه‌ای به نام تلویزیون وجود نداشت. در نخستین سال‌های وزارت مالرو، فقط شبکه تلویزیون فرانسه در ساعاتی محدود و آن هم به صورت سیاه و سفید برنامه پخش می‌کرد. تلویزیون در این روزگار، برای دوگل و دولت فرانسه وسیله‌ای برای خبررسانی و گهگاه هم پخش فیلم‌های سینمایی با کیفیتی پایین بود (اوکلر و پراس، ۲۰۰۱: ۵۷۷).

اما به تدریج، اوضاع به نفع تلویزیون دگرگون شد. نصب گیرنده‌ها در سراسر کشور، این جعبه جادویی را به همه خانه‌ها کشاند. در سال ۱۹۶۴، دومین شبکه تلویزیون هم شروع به کار کرد و در سال ۱۹۶۸، به بهانه بازی‌های المپیک در گرونوبل، نخستین تصاویر رنگی از تلویزیون پخش شد و روزبه‌روز، بازار این رسانه تازه گرم‌تر شد. در سال ۱۹۷۵، سه شبکه تلویزیونی فرانسه با ساعت‌هایی به مراتب بیشتر از گذشته برنامه‌های متنوع پخش می‌کردند. از سال ۱۹۶۸، تبلیغات تجاری در تلویزیون مجاز شد و اهمیت این رسانه دوچندان شد. در نتیجه این تحولات، پای اهالی سینما، از کارگردانان تا بازیگران، به تلویزیون باز شد و از همین جا بود که برای نخستین بار، زنگ خطر برای سینمایان به صدا درآمد (اوکلر و پراس، ۲۰۰۱: ۵۷۷).

به همین دلیل، مرکز امور سینمایی، به نمایندگی از اهالی سینما، در سال ۱۹۷۱، با سازمان تلویزیون فرانسه به گفتگو و سپس انعقاد قرارداد نشست. به موجب این قرارداد، مقرر شد که نخست، تلویزیون فقط ده درصد از برنامه‌هایش را به پخش فیلم‌های سینمایی اختصاص دهد و نه بیشتر، و دوم اینکه ۵۰ درصد از این فیلم‌ها حتماً فرانسوی باشد. همچنین مقرر شد که هر سال، ۱۰ درصد به قیمت خرید فیلم‌های سینمایی افزوده شود و تلویزیون مبالغی را به‌عنوان مالیات به صندوق حمایت از سینما بپردازد. در این نخستین قرارداد، تلویزیون متعهد شد که در تولید مشترک فیلم‌های سینمایی به مرکز امور سینمایی یاری رساند. همان گونه که اوکلر و پراس گفته‌اند، در این سال، هنوز سینما خود را در موضع قدرت می‌یافت و هر دو ضمن حفظ استقلال خود می‌کوشیدند همدیگر را یاری رسانند (سیلوسترو، ۲۰۰۱: ۴۰۲).

چشم و هم‌چشمی سینما و تلویزیون به نفع تلویزیون ادامه می‌یافت و روزبه‌روز



تلویزیون مخاطبان بیشتری را به سوی خود می کشید. سینماگران خالی شدن سالن ها را نتیجه سیاست های شبکه های تلویزیونی می دانستند و خواهان سخت گیری بیشتری بودند. در سال ۱۹۷۴، سومین شبکه تلویزیون، شبکه سینمایی نام گرفت و از امتیازات بیشتری برای پخش فیلم های سینمایی برخوردار شد. علاوه بر محدودیت هایی که پیش تر برای پخش فیلم های سینمایی پیش بینی شده بود، سخت گیری های تازه ای برای تلویزیون در نظر گرفته شد؛ از جمله اینکه تلویزیون فقط اجازه داشت ۳۶ ماه بعد از اکران فیلم ها بر پرده سینما، آنها را پخش کند. این مدت درباره فیلم هایی که تولید مشترک سینما و تلویزیون بود به ۲۴ ماه کاهش می یافت. همچنین پخش فیلم های سینمایی برای شبکه جدید F1 و A۲ در شب شنبه و روزهای شنبه و یکشنبه قبل از ساعت ۸:۳۰ ممنوع شد. این شبکه ها حق پخش بیش از ۱۵۰ فیلم در سال را نداشتند. اما شبکه سوم، که شبکه سینمایی قلمداد می شد، اجازه داشت هر هفته، چهار فیلم سینمایی پخش کند (اوکلر و پراس، ۲۰۰۱: ۵۷۸).



فرانسه تنها کشوری است که شبکه های تلویزیونی اش را به کمک اجباری به سینما فراخوانده است و همه شبکه های خصوصی و دولتی بخش هایی از هزینه های سینما را بر عهده دارند. این اقدام از روزگار والرئیس گاردستن آغاز شد. در سال ۱۹۷۲، پس از تشکیل سازمان رادیو و تلویزیون فرانسه توسط رئیس جمهور وقت (اوارت. اف.)، نخستین قرارداد همکاری بین سازمان یاد شده و سی ان سی بسته شد. به موجب این قرارداد، شبکه های تلویزیونی به کمک مالی به صنعت سینما ملزم شدند. دولت های بعدی هم بر این قرارداد تأکید کردند و در زمان حکومت سوسیالیست ها، قراردادهای تکمیلی جدیدی در سال های ۱۹۸۲ و به ویژه در سال ۱۹۸۶ به امضا رسید (سیلوسترو، ۲۰۰۱: ۴۰۳). به موجب قانون جدید، علاوه بر مالیات های متداول، سازمان تلویزیون فرانسه به سرمایه گذاری برای تولید فیلم های بلند و کوتاه و همچنین پیش خرید درصدی از فیلم های سینمایی ملزم شد. این اقدام هوای تازه ای برای سینمای فرانسه بود و امید تولید فیلم های بیشتر فرانسوی را نوید می داد. بر اساس این قانون و قوانینی که چند سال بعد، در سال ۲۰۰۱ و سپس ۲۰۰۲ تصویب شد، شبکه های تلویزیونی به بستن قرارداد همکاری برای تولیدات مشترک و پیش خرید فیلم های سینمایی ملزم شدند. به موجب قانون ۱ ژانویه

۲۰۰۲ شبکه کابلی ملزم شد که ۲۰ درصد از درآمدهای خود را صرف خرید حقوق (امتیاز پخش) فیلم‌های سینمایی فرانسوی کند. درست یک سال بعد، در ۱ ژانویه ۲۰۰۳، همه شبکه‌های کابلی و شبکه‌های معمولی مشمول این قانون شدند و به خرید حقوق فیلم‌های سینمایی متعهد شدند.

امروز در همه کشورهای، تلویزیون یکی از رقبیان سرسخت سینماست. این جعبه کوچک جادویی فرزند ناخوانده تمام خانه‌هاست. اگر روزگاری کیفیت بالا و تصویر زیبای پرده‌های سینما به تنهایی، برای جذب تماشاگر کافی بود، امروز، صفحه‌های بزرگ و ال‌سی‌دی سینما را به خانه‌ها آورده‌اند. استقبال از سریال‌های تلویزیونی و فیلم‌هایی که پیوسته در هزاران شبکه در حال پخش است، روزبه‌روز سالن‌های سینما را خالی و خالی‌تر می‌کند. در فرانسه، از سال ۱۹۷۲، دولت به یاری سینما شتافت و با تصویب قوانین مختلف این مسابقه را به سود سینما داوری کرد. به موجب قوانین سال‌های مختلف شبکه‌های تلویزیونی اجازه یافتند حداقلی از فیلم‌های فرانسوی را پخش کنند و در برخی روزها، حق پخش فیلم‌های سینمایی را ندارند. هدف از این اجبارها، کشاندن هر چه بیشتر مردم به سالن‌های سینماست. سیاست‌های در پیش گرفته شده توسط فرانسوی‌ها بی‌تأثیر نبود و روزبه‌روز بر رونق سینمای این دیار افزوده شد. با وجود این، برخی این یاری‌رسانی تلویزیون را برای سینما پرهزینه می‌دانند و بر این باورند که پیش‌خریدهای تلویزیونی و قراردادهای تولید مشترک، یعنی از بین رفتن استقلال جامعه سینمایی. چرا که سینما باید آن‌گونه بیافریند که خوشایند تلویزیونی‌هاست (فارشی، ۲۰۰۴: ۱۱۲).

چشم‌انداز روابط تلویزیون و سینما ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰

روابط تلویزیون و سینما همچنان موضوع گفتگوست. در تازه‌ترین اقدام‌های انجام شده، به ابتکار وزارت فرهنگ فرانسه، قراردادی بین وزارت خانه‌های فرهنگ و ارتباطات و اقتصاد و دارایی از سویی و تلویزیون فرانسه از سوی دیگر در تاریخ ۲۴ آوریل ۲۰۰۷ به امضا رسید. این توافق‌نامه که «قرارداد اهداف و شیوه‌ها»^۱ نام گرفته و به‌اختصار، کوم^۲ خوانده می‌شود، روابط این دو عرصه را تا سال ۲۰۱۰ سامان‌دهی کرده است. در این سال‌ها،

1 - Contrat d'objectifs et de moyens

2 - COM



تعداد شبکه‌های دیجیتال کابلی این کشور به بیست شبکه خواهد رسید. از نظر فنی نیز شبکه‌های تلویزیونی شتابان به سوی استفاده از فناوری‌های بسیار پیشرفته پیش خواهند رفت. بالاترین کیفیت تصویر، امکان ضبط فیلم‌های سفارشی و خدماتی مانند آن، دسترسی به آخرین فیلم‌های سینمایی را با بهترین کیفیت ممکن خواهد کرد. یکی از اهداف کوم تشکیل گروهی قدرتمند از شبکه‌های تلویزیونی در رویارویی با شبکه‌های خصوصی است. این گروه در تلاش خواهد بود با اتخاذ سیاست‌های مناسب و هماهنگ، بیشترین امکان انتخاب را برای بینندگان فراهم کند. تلویزیون فرانسه (فرانس تلویزیون) با این هدف بلندپروازانه در تلاش است که گذشته طلایی خود را باز یابد و با ایجاد شبکه‌های دیجیتالی قطب تازه‌ای را در مقابل شبکه‌های کابلی و خصوصی ایجاد کند (کوم، ۲۰۰۷).

یکی از راه‌های موفقیت در این راه، «افزایش فوق‌العاده سرمایه‌گذاری برای تولیدات سینمایی در عرصه‌های تازه و ابتکاری است». در این قرارداد اعلام شده است که فرانس تلویزیون در نظر دارد از این راه یکی از میراث‌های مهم دیداری و شنیداری اروپا را ایجاد کند. به موجب این قرارداد، یارانه تلویزیون برای کمک به ساخت فیلم، هر سال افزایش خواهد یافت. افزون بر این، به گفته پاتریک دو کارولیس^۱ در سال ۲۰۱۰، دست کم ۲۰ میلیون یورو بیش از میزان مقرر، به تولید برنامه با کمک سینما اختصاص خواهد یافت (کوم، ۲۰۰۸: بند ۱). برای دفاع از تولیدات فرهنگی، فرانس تلویزیون متعهد شد که در هر روز، تولید حداقل یک برنامه فرهنگی با کیفیت بالا را دست کم به مدت یک ساعت در روز تضمین کند. بر این اساس، پخش برنامه‌های محلی و به‌ویژه تلاش در راستای تنوع فرهنگی از اصول تولید و پخش در برنامه‌های تلویزیونی خواهد بود. در این قرارداد، برای سامان‌دهی رابطه دولت و کوم، مجمعی به نام مجمع راهبردی پیش‌بینی شده است. این مجمع قرار است ۱۸ ماه بعد از تاریخ امضای این قرارداد، گزارشی از پیشرفت طرح را به دولت ارائه کند (کوم، ۲۰۰۸: بند ۲).

به‌طور خلاصه، این قرارداد بر آن است که جبهه‌های متحد از شبکه‌های مجانی برای مقابله با شبکه‌های تجاری تشکیل دهد؛ شبکه‌هایی که روز به روز بر تعدادشان افزوده می‌شود. مدیران فرانس تلویزیون به‌خوبی می‌دانند که این آرزو بدون یاری گرفتن از سینما دست‌یافتنی نیست. برخلاف گذشته، که سینما خود را در رقابت نابرابر با تلویزیون



1 - Patrick de Carolis

می‌دید و دست نیازش به سوی شبکه‌ها دراز بود، امروز شبکه‌های ملی و فرهنگی تر تلویزیون خود را در رقابتی نابرابر با شبکه‌های کابلی و تجاری می‌بینند. این شبکه‌ها که بیشتر مجانی هستند، خود را در برابر هزاران شبکه کابلی می‌بینند که با استفاده از پول و با نگاهی تجاری، روزه‌روز از بینندگان شبکه‌های ملی می‌کاهند. امروز، زنگ خطر برای این شبکه‌های کم و بیش فرهنگی هم به صدا درآمده است و آنها نیز ادامه زندگی خود را دشوار می‌یابند. پس این شبکه‌ها به ناچار، به هم‌پیمانی با رقیبان دیروز خود برای ایستادگی در برابر حریف قدرتمند جدید مجبور شده‌اند. قرارداد کوم در حقیقت، دست‌نیازی است که این بار تلویزیون به سوی سینما دراز کرده است و هدفش نبرد با شبکه‌هایی است که اگر نگوییم هالیوودی‌اند، دست‌کم، می‌توان گفت که با فرهنگ هالیوودی و با استفاده از روزآمدترین فناوری‌ها به میدان آمده‌اند.

بنابراین، از نخستین روزهای زندگانی سینما تا به امروز، یکی از دل‌نگرانی‌های مدیران فرهنگی و بخشی از سینماگران پاسداری از مجموعه‌ای از اصول و ارزش‌ها در برابر موج شبکه‌ها و فیلم‌هایی است که برای خود رسالتی جز مشتری‌یابی نمی‌شناسند. سینمای آمریکایی نماد سینمای تجاری است و فرانسوی‌ها کوشیده‌اند نماد سینمایی باشند که برای خود رسالتی بالاتر از سودآوری می‌شناسد. شاید به همین دلیل، پاسداری از میراث سینمایی همواره، در دستور کار دولتمردان فرانسوی بوده است.

پاسداری از میراث فرهنگی سینمایی

با پیشرفت سینما به تدریج، اهالی این عرصه دل‌نگران پاسداری از میراث فرهنگی برخاسته از هنر هفتم شدند. چندین نهاد، که بیشتر غیردولتی بودند، به تدریج، به این سمت و سو گرایش یافتند و برای حفظ دستاوردهای این عرصه چاره‌اندیشی کردند. یکی از نخستین سازمان‌های مردم‌نهاد که در این راستا گام برداشت، مرکزی است که «سینماتک» نام گرفت.

سینماتک انجمنی است مردم‌نهاد که هانری لانگ‌لوآ^۱ و تنی چند از همفکرانش آن را در سال ۱۹۳۶، پایه‌گذاری کردند. لانگ‌لوآ برای فرانسوی‌ها و به‌ویژه برای اهالی هنر هفتم نامی شناخته شده و شاید فراموش نشدنی است. این انجمن که در پاریس، در خیابان‌های

1 - Henri Langlois





اولم^۱ و شایو^۲، سالن‌های نمایش داشت، بر سر مسئله‌ای که اتفاقاً، به حفظ میراث سینمایی مربوط می‌شد با وزارت تازه تأسیس آندره مالرو به مقابله‌ای تاریخی برخاست که نتیجه آن، عقب‌نشینی دولت و تاریخی شدن نام لانگ‌لوآ بود. اختلاف سینماتک با دولت از آنجا آغاز شد که مرکز امور سینمایی جابجایی و تولید فیلم‌هایی را ممنوع کرد که نکاتیوشان از نیترات بود و خطر آتش‌سوزی آنها را تهدید می‌کرد. این فیلم‌ها که به «آتش‌زا» لقب یافتند، بخشی از میراث فرهنگی فرانسه بودند. لانگ‌لوآ تعداد زیادی از این فیلم‌ها را از کارگاه‌های سینمایی جمع‌آوری و در انبار سینماتک نگهداری کرد. دولت به این اقدام او اعتراض کرد، چرا که سینماتک هیچ‌گونه امکانات امنیتی نداشت و هر آن، خطر آتش گرفتن این فیلم‌ها وجود داشت. مرکز امور سینمایی خواهان اعزام نماینده‌ای دائمی به سینماتک شد تا بتواند از این طریق، سیاست‌های سینماتک را با استانداردهای خود هماهنگ کند. لانگ‌لوآ با این پیشنهاد مخالفت کرد و آن را با اصل غیردولتی بودن سینماتک ناسازگار دانست. درگیری‌ها بالا گرفت و مرکز امور سینمایی کمک مالی خود را به سینماتک قطع کرد و لانگ‌لوآ به نشانه اعتراض استعفا کرد. اهالی سینما یک‌پارچه برای دفاع از رئیس و پایه‌گذار سینماتک به میدان آمدند و با برگزاری راهپیمایی‌ها و نشست‌های اعتراض‌آمیز دولت را از مواضع خود عقب‌نشاندند و لانگ‌لوآ را به سینماتک بازگرداندند (روژیمونت، ۲۰۰۲).

یکی از رهاوردهای این رخداد ساخت مرکزی به نام خدمات آرشیو فیلم (اس.آ.اف.^۳) توسط مرکز امور سینمایی در منطقه بوآ داریسی^۴ بود. سی‌ان‌سی این مرکز را محلی امن برای نگهداری فیلم‌ها اعلام کرد و از سینماتک خواست در صورت تمایل، فیلم‌های آرشیو خود را به این مرکز بسپارد. با روی کار آمدن ژاک لانگ، به تدریج، رابطه بین سینماتک و دولت نیز بهبود یافت. بعد از آتش‌سوزی در انبار سینماتک، ژاک لانگ انباری را در بوآ داریسی در اختیار گرفت و باقی‌مانده فیلم‌ها را بدانجا روانه کرد.

ژاک لانگ گام دیگری را نیز برای حفظ میراث فرهنگی سینمایی برداشت. وی با همکاری سینماتک در سال ۱۹۸۵، در محل کاخ توکیو، بنایی را به نام «کاخ دیداری و شنیداری»^۵

1 - Ulm

2 - Chaillot

3 - Services des archives des films

4 - Bois d'Arcy

5 - Palais de l'Image de du son

تأسیس کرد. در کنار این مرکز دیداری و شنیداری، تأسیس مرکز آموزش، موزه سینمایی و مرکز ملی عکاسی را نیز پیش‌بینی کرد. همچنین در سال ۱۹۹۲، برای پاسداری از میراث مکتوب و انتشارات عرصه سینما کتابخانه‌ای به نام کتابخانه فیلم تأسیس شد. این کتابخانه که به بی‌بی‌اف مشهور است، مرکز ملی عکاسی را هم به سوی خود کشید و این دو مرکز وظیفه حفظ میراث نوشتاری و تصویری (عکس) سینمایی را برعهده گرفتند. در این مرکز، همه آثار چاپ شده و تصاویر مربوط به سینما و سینماگران و همه آفیش‌های سینمایی نگهداری می‌شود. این کتابخانه به امکانات بسیار پیشرفته برای نگهداری این آثار مجهز است. بدین ترتیب، گام مهم دیگری برای حفظ میراث سینمایی برداشته شد.

بی‌تردید مهم‌ترین اقدام دولت فرانسه را برای نگهداری از میراث سینمایی باید در تشکیل مرکز آرشیو فیلم و قانون اجباری شدن ارسال فیلم به این آرشیو دانست. مرکز امور سینمایی در سال ۱۹۷۵، قانونی را به تصویب رساند که به موجب آن، همه تولیدکنندگان فیلم به ارسال نسخه‌ای از فیلم خود به مرکز آرشیو ملزم می‌شدند. این قانون در آغاز، فقط فیلم‌های فرانسوی را شامل می‌شد. در سال ۱۹۹۲، این قانون به همه فیلم‌هایی تسری یافت که در سرزمین فرانسه ساخته می‌شود. بدین ترتیب، سالانه بیش از ۵۰۰ فیلم به این مرکز ارسال می‌شود و در آنجا، با استفاده از امکانات پیشرفته از این میراث مهم فرهنگی این دیار پاسداری می‌شود.

سینماتک تولوز و مؤسسه لومیر لیون، وابسته به دانشگاه لیون، از دیگر مراکز سینمایی است که بخشی از فیلم‌های مناطق خود را آرشیو کرده‌اند و از حمایت‌های مالی دولت برای نگهداری و بازسازی این فیلم‌ها نیز برخوردارند. در آرشیو لیون همه فیلم‌ها و تصاویر برادران لومیر نگهداری می‌شود (اوکلر و پراس، ۲۰۰۱: ۱۲۸).

دیری نباید که مدیران فرهنگی عرصه سینما به‌خوبی دریافتند که پیشرفت سینما در کشور، در کنار همه اقدامات اجرا شده، جز از راه توسعه آموزش میسر نیست.

آموزش سینماگری و سینمادوستی

آموزش در عرصه‌های گوناگون هنری، همواره یکی از دل‌نگرانی‌های سیاست‌گذاران فرهنگی این دیار بوده است. آموزش‌های سینمایی در گذشته‌ای نه‌چندان نزدیک ریشه



دارد و همواره، به آن توجه می‌شده است. از آغاز، رویکرد آموزشی در عرصه سینما، رویکردی کارگاهی بود، نه دانشگاهی و نظری. چرا که دست‌اندرکاران تولید فیلم، از کارگردان گرفته تا فیلم‌بردار و صدابردار و دیگر عوامل تولید، بیش از هر چیز نیازمند تجربه عملی هستند.

با چنین رویکردی است که شهرداری پاریس در سال ۱۹۲۶، مرکزی را برای آموزش سینمایی در خیابان ووژی رارد^۱ بنا نهاد. این مرکز به تدریج، به نام همین طولانی‌ترین خیابان پاریس، ووژی رارد، شهرت یافت. مرکز آموزشی ووژی رارد به تربیت عوامل فنی نور، صدا، تصویر و عکاسی می‌پرداخت و به دلیل موفقیت‌هایی که به دست آورد، از وزرات آموزش ملی عنوان مدرسه ملی لویی لومیر را کسب کرد و به دلیل گسترش فعالیت‌هایش در سال ۱۹۸۹، به شهر مارن لاواله^۲ انتقال یافت.

مدرسه عالی لویی لومیر از آغازین روزهای تأسیس، تربیت عوامل فنی سینما را هدف اصلی خود قرار داد و هیچ‌گاه در اندیشه تربیت کارگردان یا بازیگر نبود. به همین دلیل، همگام با گسترش سینمای فرانسه، ضرورت وجود مرکزی برای آموزش در این زمینه‌ها احساس می‌شد. با پایان جنگ دوم جهانی و آزادی فرانسه، دولت به مارسل هربیه^۳ مأموریت داد که مرکزی فراگیر برای آموزش‌های سینمایی تأسیس کند. هربیه این مرکز را «مؤسسه مطالعات عالی سینمایی» مشهور به «ایدهک»^۴ نامید. این مؤسسه با هدف تربیت کارگردان، بازیگر و دیگر عوامل فنی و هنری دست‌اندرکار ساخت فیلم تأسیس شد. اساتید این مرکز سینماگرانی حرفه‌ای بودند و آموزش‌ها به گونه‌ای بود که دانشجویان این مؤسسه در عمل، سینماگری را تجربه می‌کردند. این مؤسسه غیردولتی از حمایت‌های مرکز امور سینمایی نیز برخوردار و بسیار از آن استقبال شد. تا سال ۱۹۸۵، بیش از ۱۴۰۰ دانشجوی فرانسوی و خارجی در این مؤسسه آموزش دیدند و به جمع سینماگران پیوستند. سینماگران سرشناس و بزرگ فرانسوی در این مدرسه به انتقال تجربیات خود پرداختند و همین به شهرت جهانی این مرکز افزود.

این مؤسسه به‌رغم موفقیت‌هایش، با مشکلات مالی زیادی مواجه و دوران افولش



1 - Vaugirard

2 - Maren la Vallée

3 - Marcel Herbie

4 - Institut des Hautes Études Cinématographiques (IDHEK)

آغاز شد. هنگامی ژاک لانگ روی کار آمد که ایده‌ک دوران بحرانی خود را می‌گذراند. ژاک لانگ با دعوت از چهره‌های سرشناس این حوزه، بازسازی مرکز آموزش سینمایی را در دستور کار خود قرار داد. یکی از مدیران مشهور فرهنگی به نام ژاک گاژوز ۱ به‌عنوان مدیر اجرایی و ژان کلود کریر، نویسنده و کارگردان مشهور فرانسوی، به‌عنوان رئیس گروهی از سینماگران برجسته، مأموریت یافتند مرکز جدید آموزشی سینمایی را راه‌اندازی کنند. مرکز امور سینمایی (سی‌ان‌سی) نیز مأمور شد امکانات لازم را برای تأسیس این مرکز فراهم کند. این مؤسسه در آغاز، «مؤسسه ملی تصویر و صدا» نام گرفت، ولی بعد، به «بنیاد اروپایی حرفه‌های تصویر و صدا» تغییر نام داد که به‌اختصار فمیس ۲ نامیده می‌شود. اگرچه نام این مرکز تغییر مختصری کرد و به «مدرسه عالی ملی حرفه‌های تصویر و صدا» تبدیل شد، نام اختصاری فمیس همچنان بر روی این مؤسسه باقی مانده است.

از مدرسه عالی سینمایی فمیس استقبال فراوانی شد و دانشجویان بسیاری از فرانسه و دیگر کشورها خواهان تحصیل در این مدرسه سینمایی هستند. از ویژگی‌های این مدرسه عالی، کارگاهی بودن دوره‌های آموزشی آن است. در این مدرسه، رشته‌های گوناگون سینمایی، از کارگردانی گرفته تا امور فنی و بازیگری، آموزش داده می‌شود. آموزگاران این مدرسه سینماگران حرفه‌ای در رشته‌های مختلف سینمایی هستند و دانش‌آموختگان آن به جمع اهالی سینما می‌پیوندند.

در کنار مراکز حرفه‌ای آموزش، چندی است که آموزش سینما مفهومی تازه‌تر یافته است. دست‌اندرکاران امور سینمایی به‌درستی دریافته‌اند که راه گسترش سینما فقط تربیت بازیگر و عوامل تولید نیست و در کنار این مهم، باید مردم نیز سینما رفتن و فیلم دیدن را بیاموزند. به همین دلیل، مرکز امور سینمایی آموزش فیلم دیدن و رفتن به سینما را نیز سالیانی است که در دستور کار خود قرار داده است. بدین‌سان، هر سال، برنامه‌های آموزشی ویژه‌ای برای دانش‌آموزان مدارس ابتدایی و راهنمایی پیش‌بینی می‌شود و هزاران نفر از کودکان و نوجوانان می‌آموزند که چگونه فیلم ببینند. این برنامه در سطوح مدارس ابتدایی با عنوان «مدرسه و سینما»، ۸۷ پارتمان و ۳۶۵۰۰۰ دانش‌آموز و با نام «مدرسه راهنمایی و سینمایی»، ۸۸ پارتمان و ۴۵۰۰۰۰ دانش‌آموز را زیر پوشش گرفته است. برنامه «دبیرستان

1 - Jacques Gajos

2 - Fondation européens des métiers de l'image et du son (Fémis)



و سینما»، ۲۰۰ هزار دبیرستان و ۴۰۰ هزار دبیرستانی را با سینمای هنری آشنا کرده است. مرکز امور سینمایی برای اجرای این آموزش‌ها ۱۱ قطب آموزشی را در مناطق مختلف ایجاد کرد. این قطب‌ها برنامه‌ریزی و اجرای این آموزش‌ها را بر عهده دارند (ایوبی، ۲۰۰۸).

امروز، سینمای فرانسه خود را مرهون این ابتکار می‌داند و سالن‌های سینما ثمره این دوره‌های نوین آموزشی در مدارس است. هر سال، کارگروه ویژه‌ای تعدادی از فیلم‌های مهم و قوی را برای آموزش در دوره‌های مختلف آموزشی برمی‌گزیند و در مناطق مختلف، معلمانی برای همراهی دانش‌آموزان در سینما برای دیدن این فیلم‌ها و سپس، برگزاری کارگاه‌های لازم برای تحلیل آنها آموزش می‌بینند. فیلم «خانه دوست کجاست؟» از عباس کیارستمی از جمله فیلم‌های برگزیده برای آموزش در مدارس بود. هر سال دانش‌آموزان فرانسوی در کنار دیگر دروس، سینما رفتن، فیلم دیدن و نقد و بررسی و فهم فیلم را می‌آموزند. بی‌تردید، این اقدام تأثیری شگرف در افزایش شمار سینمادوستان داشته و در عمل، موفقیت خود را نشان داده است.



نتیجه‌گیری: درخواست‌های امروز اهالی سینما از دولت

«مجله سینمای فرانسه» که کوشیده است در دوره‌های مختلف، سخن‌گوی اهالی سینما باشد، در شماره ۶۲۲ خود، دوازده هدف را به‌عنوان اهداف اساسی سینمای این روزگار مطرح کرده است (آوریل ۲۰۰۷: ۱۳ - ۱۰). این اهداف در حقیقت، نشان‌دهنده مشکلات سیاست‌گذاری سینمایی فرانسه در روزگار کنونی است. شرح برخی از این درخواست‌ها، مروری است بر بایسته‌های سیاست‌گذاری سینمایی در روزگار کنونی و شاید، نتیجه‌گیری مناسبی برای این نوشتار.

یکی از خواسته‌های مطرح شده در این مقاله، افزایش سهم حمایت‌های گزینشی مرکز امور سینمایی است؛ چرا که بیش از ۸۰ درصد از یارانه‌های صندوق حمایت از سینما در عمل، به سینمای تجاری و بر اساس میزان فروش آنها اختصاص می‌یابد. از این دیدگاه، صندوق حمایت از سینما از اهداف نخست خود بسیار دور شده و به وسیله‌ای برای حمایت از سینمای تجاری تبدیل شده است؛ این در حالی است که یکی از اهداف مهم

این صندوق یاری‌رسانی به مؤلفان و هنرمندان این عرصه بود (مجله سینما، ۲۰۰۷: شماره ۶۲۲).

درخواست دیگر مجله سینما توجه در خور و شایسته به توسعه امور سینمایی در مناطق فرانسه است. در این مناطق، در کنار مرکز امور سینمایی، مناطق هم بودجه‌ای را برای حمایت از سینما اختصاص می‌دهند. از این یارانه‌ها بیشتر تهیه‌کنندگان فیلم‌های بلند بهره می‌برند و دیگر عوامل دست‌اندرکار در صنعت سینما از این حمایت‌ها محروم‌اند. مجله سینما پیشنهاد می‌کند که مرکز امور سینمایی از فیلم‌های کوتاه و بلند، کارگردانان و به‌ویژه مؤلفان و هنرمندان این عرصه در مناطق نیز حمایت کند.

از دیگر مشکلات عرصه سینما در این روزگار، تسخیر تمام سالن‌ها و بیشتر پرده‌ها توسط فیلم‌های پرفروشی است که گاهی تا هزار نسخه تکثیر می‌شوند. این فیلم‌های پرفروش و تجاری به محض آغاز اکران، همه سالن‌های سینما را به تصرف خود درمی‌آورند و مجالی برای فیلم‌های کم‌فروش فرهنگی و هنری باقی نمی‌گذارند. سینمای مؤلف در هیچ جای دنیا توان رقابت با سینمای تجاری را ندارد و برای اینکه روی پای خود بایستد، باید از یاری دولت بهره گیرد. مجله سینما خواهان کاهش تعداد نسخه‌های این دسته از فیلم‌هاست، چرا که فقط از این راه است که فیلم‌های کم‌فروش‌تر مجالی برای اکران می‌یابند. این دسته از فیلم‌ها برای فروش بیشتر باید مدتی به مراتب طولانی‌تر از فیلم‌های تجاری بر پرده‌های سینما باقی بمانند و لازمه این کار بستن راه هجوم فیلم‌های تجاری به سالن‌های سینمایی است (مجله سینما، ۲۰۰۷: شماره ۶۲۲).

فیلم‌هایی را که مرکز امور سینمایی ذیل عنوان «فیلم‌های هنری»^۲ برچسب می‌زند، از امتیازات ویژه‌ای برخوردارند. مجله سینما خواهان بازنگری و به‌روز رسانی شاخص‌های فیلم‌های هنری است.

سالیانی است که در سیاست‌های آمایش سرزمینی و توسعه شهرهای کوچک و روستاها، سینما نیز جایگاهی پیدا کرده است. به همین دلیل، دفتر توسعه امور سینمایی در مناطق تشکیل شده و وظیفه سیاست‌گذاری در این عرصه را عهده‌دار است. مجله سینما تقویت هرچه بیشتر این دفتر و توجهی به مراتب بیش از گذشته را به جایگاه سینما در آمایش

1 - Cahier de cinéma

2 - A&E



سرزمینی خواستار است (اوبی، لافوند گرلیتی، مازوریه، ۲۰۰۷).

توجهی بیش از گذشته و نه فقط پاسداری از میراث سینمایی، بلکه معرفی آنها به نسل جدید، یکی از ضرورت‌های این روزگار است. مجله سینما رسیدگی بیشتر به این امور را نه فقط حراست از تاریخ سینمای فرانسه می‌داند، آن را تنها راه پیشرفت سینما در روزگار کنونی برمی‌شمرد. مجله سینمایی این پرسش را پیش می‌کشد که آیا زمان آن نرسیده است تا به جای تعداد بسیار کم سینماتک به سی سینماتک در سراسر فرانسه بیندیشیم؟ (مجله سینما، ۲۰۰۷: شماره ۶۲۲).

همان گونه که گفتیم، چندسالی است که آشنایی با سینما در برنامه‌های درسی مدارس ابتدایی و راهنمایی فرانسه قرار گرفته است. هر سال چند فیلم بلند و کوتاه را مرکز امور سینمایی و وزارت آموزش ملی برای مدارس انتخاب می‌کنند و دانش‌آموزان به همراه معلمان آموزش دیده خود، با این فیلم‌ها و مراحل تولید آنها آشنا می‌شوند. مجله سینما با تأکید بر ادامه این روش، آموزش در مقاطع مختلف را یکی از راه‌های خوب ایجاد فرهنگ سینما رفتن در کشور می‌داند و بر این باور است که این کار باید در عالی‌ترین سطح بررسی شود و آموزش امور سینمایی بخشی ثابت از درس هنر مدارس کشور را تشکیل دهد.

از دیگر رخدادهای دوران معاصر، توسعه فناوری دیجیتال در عرصه فیلم است. دستگاه‌های کوچک و ارزان قیمت دیجیتال، فیلم‌برداری و حتی فیلم‌سازی را از انحصار شماری اندک از حرفه‌ای‌ها درآورده و شمار گسترده‌ای از فیلم‌برداران و فیلم‌سازان جوان و غیرحرفه‌ای (آماتور) با دنیای سینما تماسی شخصی و تجربی پیدا کرده‌اند. مجله سینما این پدیده تازه را به فال نیک گرفته و خواهان گسترش آن شده است. از این دیدگاه، تماس عملی لایه‌های گوناگون جامعه با صنعت سینما و آشنایی آنها با پاره‌ای از ظرایف هنر هفتم علاقه به سینما را در جامعه دوچندان می‌کند و بر خیل عظیم تماشاگران حرفه‌ای سینما می‌افزاید. از جمله رهاوردهای این انقلاب علمی، بالا رفتن انتظار فیلم‌دوستان، و در نتیجه، رشد کیفی فیلم‌ها و سینماست.

از دیگر نکاتی که مجله سینما به آن توجه کرده، توجه به رسانه‌ها و ابزارهای مختلفی است که می‌تواند یاری‌رسان سینما در اجرای رسالت خود باشد. در این میان، تلویزیون نقشی مهم دارد. مجله سینما بر این باور است که تلویزیون فرانسه در معرفی سینما، اعلام



برنامه‌ها، سرمایه‌گذاری و حمایت از سینما می‌تواند تأثیری سرنوشت‌ساز داشته باشد. رسانه‌های دیداری و شنیداری، و از نشریات علمی تا کتاب‌ها و روزنامه‌ها، هر یک باید در این عرصه مهم کمک‌رسان سینمای فرانسه باشند. مرکز امور سینمایی و وزارت فرهنگ، برای بسیج همه این امکانات می‌تواند ابتکار عمل را به دست گیرد.

یکی از پیامدهای فناوری جدید تکثیر غیرقانونی فیلم‌هاست که سینمای امروز را مانند دیگر عرصه‌های سمعی و بصری به مبارزه می‌طلبد و دخالت هر چه بیشتر دولت را برای حمایت از سینما و فیلم می‌طلبد (گازنوف، ۲۰۰۸). اهالی سینما خواهان حمایت جدی دولت از سینما در مقابل تکثیر غیرقانونی و دسترسی مجانی به سینما هستند.

حاصل آنکه از روزگار ورود دولت به عرصه سینما و با گذر زمان شیوه‌های گوناگون برای حمایت از سینما، به ویژه سینمای مؤلف، آزموده شده است. امروز با گسترش صنعت سینمایی بسیاری از این شیوه‌ها مقبول اهالی سینماست و خواسته اصلی سینماگران امروز همچنان ادامه حضور البته پررنگ‌تر و قوی‌تر دولت در عرصه سینماست. امروز هم بسان روزگار پس از جنگ دوم جهانی، همچنان سینمای فرانسه دل‌مشغول و نگران حفظ هویت خود در برابر هجوم سینمای بیگانه و فیلم‌های تجاری است. برای ایستادگی و پاسداری از سینمای فرهنگی و هنری راهی جز سیاست‌گذاری فعال فرهنگی از سوی دولت‌ها وجود ندارد.



Auby, J.F. & Lafond-Grellety, J. & Mazurier, L. (2007) *Les politiques culturelles en milieu rural méthodologies et bonnes pratiques territoriales*, Paris: La découverte.

Benhamou, F. (2004) "Industries culturelles, mondialisation et marchés nationaux", in Perret Jacques et Saez Guy (eds.), *Institutions et vie culturelle*, Paris: La Documentation Française.

Benhamou, F. (1996) *L'économie de la culture*, Paris, La Découverte.

Binet, A. (2000) *Société et culture en France depuis 1945*(définitions, biographies, chronologies), Paris: Ellipses.

Boeuf, L.(1993)"Culture et société", in *Cahiers français*, No. 260.

Cazenave, O. (dir.) (2008) *Les industries culturelles face aux défis de la gratuité*, Paris: La Documentation Française.

Dardy-Cretin, M. (2007) *Michel Guy secrétaire d'Etat à la culture 1974-1976, Un innovateur méconnu*, Paris: Ministère de la Culture et de la Communication/ Comité d'histoire du ministère de la culture.

De Singly, F. (2007) *Sociologie du cinéma et de ses publics*, Paris: La Découverte.

Fabiani, J.L., Stiegler, B. & Alexandre, O. (2007) *Utopie à la recherche d'un cinéma alternatif*, Paris: L'Harmattan.

Farchy, J. (2004) "La politique du soutien au cinéma", in Perret Jacques et Saez Guy (eds.), *Institutions et vie culturelle*, Paris: La Documentation Française.

Faure, A. & Negrier, E. (dir.) (2007) *Les politiques publiques à l'épreuve de l'action locale*, Paris: L'Harmattan.

Frodon, J.M. (1995) *L'âge moderne du cinéma français*, Paris: Flammarion.

Fumaroli, M. (1999) *L'État culturel, essai sur une religion moderne*, Paris: Editions De Fallois.

Goetschel, P. & Loye, E. (2002) *Histoire culturelle de la France, de la Belle Époque à nos jours*, Paris: Armand Colin.

Moulinier, P. (1995) *Politiques culturelles et décentralisation*, Paris: Ed. du C.N.F.P.T.

Moulinier, P. (1999) *Les politiques publiques de la culture en France*, Paris: P.U.F.

Negrier, E. & Bonet, L. (dir.) 2008() *La fin des cultures nationales ? Les poli-*



tiques culturelles à l'épreuve de la diversité, Paris: La Découverte.

Negrier, E. & Jourda, M. (2007) *Les nouveaux territoires des festivals*, Paris: Michel de Maule.

Nemery, J. & Thuriot, F. (1999) "Le cinéma en France et en Europe. Enjeux territoriaux, nationaux et européens", in *Les Cahiers de l'Administration territoriale*, No.16.

Palmer, R. (dir.) (2004) *Culture et Régions d'Europe. Premiers éléments d'étude sur les politiques culturelles des régions d'Europe*, Conseil régional Nord-Pas-de-Calais.

Poirrier, P. (1997) "L'histoire des politiques culturelles des villes", in *Vingtièmes siècle-*, revue d'Histoire, No 53: 129-146.

Polo, J. F. (2003) "La politique cinématographique de Jack Lang", in *Politix*, No. 61.

Regourd, S. (2004) *L'exception culturelle*, Paris: P.U.F.

Rogemont, M. (2002) *Quel avenir pour le cinéma français et européen ?*, rapport d'information (version provisoire), Paris: Assemblée nationale.

Saint-Pulgent, M. (1999) *Le gouvernement de la culture*, Paris: Gallimard.

Silvestro, S. (2001) "L'évolution en cours de la politique audiovisuelle européenne", in *Revue du Marché commun et de l'Union Européenne*, No. 449: 400-404.

Sirinelli, F. & Soutou, H. (dir.) (2008) *Culture et guerre froide*, Paris: Presses de l'Université Sorbonne.

Truffaut, F. (1982) *Le plaisir des yeux*, Paris: Éditions Jean Claude Lottes.

Urfalino, P. (1996) *L'invention de la politique culturelle*, Paris: La Documentation Française.

Vernier, M. (2004) *L'État français a la recherche d'une politique culturelle du cinéma : de son invention a sa dissolution questionnaires*, Paris: Quaderni.

