

התעוררות



✻ ✻ ✻ ✻ ✻ ✻
 עיר הסרטים
 האגדית, אשר
 מליוני נערים
 ונערות בעולם
 חולמים עליה,
 יכלה להיות
 מכשיר חינוכי
 עצום להפאת
 ערכים של
 שאיפת-אמת
 ורצון-יצירה
 בעולם. במקום
 זה הפכה
 הוליבוד מכשיר
 לסילוף האמת,
 ולטיפוחחלומות
 מזויפים על חיי
 מותרות. מדוע?
 ✻ ✻ ✻ ✻ ✻ ✻

קה, באנגליה ובשאר הארצות, החלו מקימים בתי קולנוע משלהם גם בישראל. בעל ביה הקולנוע אינו יכול עוד לבחור בסרטים הוא נאלץ להזמין את הסרט זמן רב לפני שזה מגיע אליו, מבלי לדעת את טיבו. הוא נאלץ לקנות סדרות שלמות של סרטים, הכוללות מלבד הטובים גם פחות טובים ורעים. אין הוא אלא חוליה אחת בשרשרת הארוכה של התעשייה הסוגרת לאליל: הכסף.

אסור שהסרט יאריך ימים, פן יפגע בשוק בסרטים הבאים של החברה. מכאן ה"קניבליזם" של עולם הקולנוע: החברה אינה מוכרת את הסרטים אלא אך "משאילה" אותם. אחרי זמן מסוים חוזרים כל ההעתיקים לחברה, וזו משמידה את כולם — פרט להעתק אחד או שנים למוזיאון הסרטים. במדינות הטוטליטריות המצב גרוע לא פחות. במקום איש הכספים המשקיע את המליונים וכופה את תוצרתו על המונים באמצעות הפרסומות, באה המדינה הכלי-יכולה. היא משתמשת בסרט כמכשיר-שלטון — לכפות בעזרתו את תורתה על אזרחיה. בשני המקרים הסרט הוא מכשיר של שבעור, לא מכשיר לחינוך ולהעלאה.

אנשים השולטים בעולם הרומנטי (מרחוק) של פרוזיקטורים ומצלמות, דאגתם האחת (ולרוב היחידה) היא להחזיר את הוצאות הייצור, בתוספת רווחים שיבטיחו את עתיד ההשקעה. האדם המשלם את פרוטותיו, יוצא מהסרט כשהוא סבור שמחיר הכרטיס היה כדאי או לאו. דאגותיו הכספיות של יצרן הסרטים אינן מענינות אותו. ואין הוא מבין שהמבנה הכספי של הוליבוד הוא הקובע למעשה את איכותה ותוכנה האמנותי של הסחורה המוגשת לו.

לא לידו המקרה. הסרט הוא אחד המוצרים היקרים ביותר של התעשייה החדישה. הוא מעסיק מספר עצום של עובדים ומומחים. ככל שהטכניקה של הסרט מתפתחת, כך עולה חשבון הייצור. חברות קטנות, אמנים עצמאיים, אין להם מקום בין אילי הכספים המעטים השולטים בשוק. אלה פיתחו לעצמם שיטה בינלאומית, אדירת מימדים, של הפצה, פרסומת ושיווק החייבת להבטיח להם שההשקעה העצומה לא תלך לאיבוד — תהיה גם איכותו של הסרט ירודה ואפסית כאשר תהיה.

אי אפשר עוד להשאיר את ההפצה לידי המקרה, לסמוך על המזל או על האיכות. חברות הקולנוע הגדולות קנו מזר נופולין על השוק. הם רכשו את רוב בתי הקולנוע באמרי-

נחיה אילמת עוברת באולם המואפל. הסרט התהיל. משך 90 דקות נשכחות טרדות העולם בחוק, עולם חדש מתגלה על הבד: עולם שכולו יפה, שכל בניו עשירים ואצילים, כל בנותיו חמודות ומושכות. אם נהרגים אנשים, הם עושים זאת בצורה נאה ומושכת. הסרט יכול לסחוט דמעה, ליצור עצבות מתוקה בלב הצופה. אולם לעולם לא יהיה בלתי נעים, לעולם לא יקלקל את מצב הרוח. כי הצופה משלם את פרוטותיו למען דבר אחד: לברוח מן המציאות, להגשים לפחות על הבד, בדמות הכוכבים האהובים עליו, את החלומות שהוא חולם אותם בהקיץ בסתר לבו.

כשגדלקים האורות, יוצא הצופה כשחיוך על שפתיו. הסרט נגמר, בד הקסמים לבן וריק. שוב פונה האיש אל טרדותיו היומיות. חיי משפחה משעממים, חוסר שיכון, שיגרה אינסופית, עבודה קשה בבית החרושת ומאחורי דלפק בחנות.

אולם הסרט לא נגמר. בעומק לבו של הצופה הוא מציין שיש את קיומו, בעל כורחו של האדם ובלי ידיעתו. ערכיו משתנים. הסרט הטביע עליו את חותמו. האידיאלים של ה"סרט הופכים לאידיאלים שלו. בלי משים מתחיל גם הוא לחשוב, ככוכבי הסרט, שהמטרה העליונה בחיים היא עושר חומרי, שהאדם נולד לחיי מותרות, שעולם החלומות יפה יותר, חשוב יותר מעולם המציאות.

מבלי שירגיש בזאת מתחיל האדם לחקות את כוכביו. קורץ בעין קלקרק גיבל, מבליט את סנטרו כספנסר טרייסי, הופך עדין כלסלי הווארד. החייל בצבא, עורך הדין בבית המשפט, הסוחר במשרדו — כולם מתחילים להתנהג כפי שעורך דין או סוחר צריך להתנהג — לפי דעת מפקי ה"סרטים ההוליוודיים.

כל זה נמשך 52 שבועות בשנה, ב"50 ארצות, מניו יורק עד לכפר הינד ביותר באיי הפיליפינים. מעולם לא היה עוד קיים כוח כה עצום להשפעה על נפש האדם ועל תרבות העולם כסרט הצלולויד הצר.

במקום רוח, רוח. אחת הטרגדיות הגדולות היא שכוח עצום זה אינו נתון בידי פילוסופים, בידי אבירי הרוח, גדולי היצירה, אצילי הנפש פילוסופים, ציירים, פסלים פנו למעטים. האנשים המטביעים את רוחם על האנושות, בעזרת הסרט, אינם מחפשים אמת חדשה, ערכים אצילים. הם מחפשים את הרווח.

כי הסרט לא נולד כפרי אומנות. אלא כמוצר תעשייתי. הוא סחורה — סחורה העולה בהוצאות ייצור עצומות. והי-

