Lënda: Historia e filmit dhe televiziont

Ligjërata 6

ZGJERIMI NDËRKOMBËTAR I KINEMASË 1905-1912

Shtetet e Bashkuara të Amerikës

Lufta për të zgjeruarindustrinë filmike amerikane

Sot, Hollywood-i dominon tregun ndërkombëtar në mediat argëtuese, ashtu siç dominon edhe në shumë fusha të tjera. Para Luftës së Parë Botërore, sidoqoftë, Shtetet e Bashkuara ende nuk ishin vendi më i rëndësishëm ekonomikisht në botë. Në këtë periudhë ishte Britania e Madhe ajo që kishte në dorë velat: anijet e saj transportonin më shumë mallra se cilido shtet tjetër, ndërsa Londra ishte qendër ndërkombëtare financiare. Ishte lufta ajo që i mundësoi Shteteve të Bashkuara të mposhtin Anglinë dhe vendet tjera evropiane.

Para luftës kompanitë filmike amerikane u përqëndruan në zgjerimin e shpejtë sipas kërkesës së brendshme dhe i kushtuan pak rëndësi tregut të huaj. Kompanitë amerikane gjithashtu ishin ende në luftë me njëra tjetrën për të përfituar fuqi në industrinë e re. Në mes viteve 1905-1912, producentët amerikanë, distributorët dhe ekspozuesit u përpoqën të sjellin një stabilitet në biznesin e ndryshueshëm dhe konfuz të filmit. Vetëm atëherë ata do të ishin në gjendje të përqëndroheshin edhe në eksport.

Shpërthimi (Boom-i) i Nickleodenëve

Në vitin 1905 filmat shfaqeshin në teatro estradash, në teatro lokale dhe në objekte tjera.Trendi kryesor në industrinë filmike amerikane nga viti 1905-1907 ishte shumëfishimi i shpejtë i teatrove të filmit. Këto ishin lokale të vogla, me më pak se 200 ulëse. Pjesëmarrja zakonisht kushtonte një nickel (prej këtej edhe emri nickleodeon), ose një monedhë për një program që zgjaste nga 15-60 minuta. Shumica e nickleodeon-ëve kishin vetëm një projektor. Derisa ndërrohej shiriti filmik, një këngëtar mund të këndonte një këngë, ndërsa në prapavi kjo përcillej me fotografi slajdesh.

Nickleodeonët u përhapën për disa arsye. Kur kompanitë prodhuese filluan të zhvendosen nga aktualiteti drejt rrëfimeve filmike, shikimi i filmave u bë pak a shumë një risi dhe argëtim i rregullt. Oraret e shkurtuara të punës jepnin më shumë mundësi për argëtim. Përveç kësaj, producentët filmik filluan të jepnin filmat me qira, më shumë se sa i shisnin ata. Shfaqësit nuk kishin nevojë të mbanin programin e njëjtë filmik, meqë mund të porosisnin filma të rinj, ashtu që ata mund të ndërrronin programin e tyre, dy, tri apo edhe shtatë herë në javë. Si rezultat, disa nga klientët vinin rregullisht. Nickleodeonët mund të shfaqnin programet e njëjta të shkurtëra pa ndërprerë nga mëngjesi deri në orët e vona të natës. Shumë ekspozues përfitonin mirë nga kjo punë.

Nickleodeonët kishin përparësi krahasuar me format e mëhershme të shfaqjes. Ndryshe nga parqet e dëfrimit, këto nuk ishin sezonale. Ishin më të lira se teatrot e estradës, dhe më të rregullta se shfaqjet udhëtuese. Shpenzimet ishin më të ulta. Spektatorët zakonisht uleshin nëpër banga apo në karrige të thjeshta druri. Rrallëherë kishte reklamë në gazeta për t' i njoftuar klientët paraprakisht për programin që do të shfaqej. Klientët zakonisht ose vinin rregullushit ose thjesht ndaleshin për të parë. Në hyrje të teatrit ngjiteshin letra të pikturuara me dorë në të cilin shkruante emri i filmit, apo mund të ishte edhe ndonjë fonograf (gramafon) apo ndonjë njeri që tërhiqte vëmendjen e kalimtarëve.

Shfaqja kishte pothuaj gjithnjë një shoqërim me zë. Gjatë filmit, shfaqësi mund të mbante ligjëratë, por piano apo gramafoni ishte shoqërim më i zakonshëm. Në disa raste, aktorët qëndronin prapa "ekranit" (pëlhurës) dhe i thonin dialogët në sinkronizim me veprimet në film. Shumë shpesh, përdoreshin edhe mjetet për të krijuar zhurmë, për të dhënë efektet e plota.

Në vitet para 1905-tës, kur filmat shfaqeshin kryesisht në teatro estradash, apo nga ekipe lëvizëse, bileta hyrëse kushtonte 25 centë apo më shumë – çmim i shtrenjtë për njerëzit që punonin si punëtorë krahu. Megjithatë, nickleodeonët hapën filmin për një audiencë masive, shumica nga ta emigrantë. Nickleodeonët hapeshin përreth bizneseve dhe në lagjet e klasës punëtore në qytete. Punëtorët e krahut mund të ndiqnin shfaqjet në afërsi të shtëpive të tyre, ndërsa sekretarët dhe zyrtarët mund të ndiqnin një shfaqje gjatë pauzës së drekës apo para se të merrnin transportin publik për në shtëpi kur mbaronin me punë. Gratë dhe fëmijët përbënin një pjesë të rëndësishme të audicencës, ata ndiqnin shfaqjet ndërsa ndaleshin për një pushim gjatë shoppingut. Në qytete të vogla, mund të kishte vetëm një nickleodeon, dhe njerëzit e të gjitha shtresave ndiqnin filmat së bashku.

Edhe pse filmat vazhduan të shfaqeshin në teatrot e estradës, në vitin 1908 nickleodeonët u bënë forma kryesore e shfaqjes. Si rezultat nevojiteshin shumë më shumë filma për distributorët, apo shkëmbim filmash. Një nickleodeon-i që në program kishte tre filma e që i jepte ata tri herë në javë, i nevojiej të merrte me qira 450 sish në vit!

Gjatë shpërthimit të nickleodeonve shumica e filmave vinin nga importi i jashtëm. Pathe, Gaumont, Hepworth, Cines, Nordisk, dhe firma të tjera evropiane kishin vërshuar terminet javore. Derisa në SHBA kishte shumë më tepër teatro se në vendet e tjera, kërkohej numër më i madh i kopjeve që mund të shiteshin atje. Shitjet e këtilla ndihmuan industrinë angleze të mbetej e fortë dhe i mundësuan zgjerim të shpejtë industrise italiane dhe daneze.

Përmes nickleodeonëve nisi edhe karriera e disa biznismenëve të rëndësishëm. Vëllezërit Warner (Warner Brothers), e nisën karrierën e tyre si shfaqës në nickleodeon (Cascade Theater në Neëcastle, Penssylvania teatri i parë i Jack, Albert, Sam dhe Harry Warner.

Nëhyrje të teatrit në pllakat shkruante: "Argëtim i zgjedhur për zonjat, zotërinjtë dhe fëmijët).

Carl Laemmle, më vonë themelues i Universal, e hapi nickleodeonin e parë në Chicago në vitin 1906. Louis B.Mayer, (më vonë Metro-GoldwynMayer), udhëhiqte një teatër të vogël në Haverhill, Massachusetts. Drejtues të tjerë të cilët filluan të punojnë me nickleodeonë, përfshijnë Adolph Zukor (më vonë udhëheqës i Paramount), William Fox (i cili themeloi kompaninë e cila më vonë do të shndërrohet ne 20th Century-Fox), si dhe Marcus Loeë. Këta njerëz ndihmuan të krijohet struktura themelore e sistemit të studiove Holivudiane gjatë vitit 1910.

Patentat e fotografive lëvizëse

Kompanitë vs. të pavarurve

Ndërkohë që nickleodeonët kishin nxitur konkurrencën intensive, udhëheqësit më fuqishëm të industrisë ishin konsoliduar mes vete dhe përpiqeshin të përjashtonin nga konkurrenca të sapoardhurit. Ata e kishin kuptuar se kontrolli i lulëzimit të industrisë filmike mund të ishte shumë profitabil.

1907-1908. Kontrolli përmes gjyqit.-

Që nga viti 1897, kompania e Edisonit ishte përpjekur t' i nxjerrte nga kjo veprimtari konkurrentët duke i paditur ata për shkelje të patentës. Edisoni pretendonte të kishte patentë për kamerat e fotografive lëvizëse e projektorëve. Disa kompani, si Vitagraph, i kishin paguar Edisonit një çmim për të pasur të drejtë produksioni. Pas një vendimi gjyqësor që vendosi në favor të Edisonit, në vitin 1904, edhe kompani të tjera u detyruan që të paguanin çmimin për të pasur të drejtën e veprimtarisë në produksionin e filmave. Ndërsa, kompania American Mutoscope & Biograph (AM&B), refuzoi të bashkëpunonte me Edisonin, pasi që kamera e tyre Biograph kishte një mekanizëm tjetër dhe patenta të ndara.

Në vitin 1907, Gjykata e Apelit, dha një vendim të rëndësishëm. Edison, kishte paditur përsëri kompaninë AM&B për shkelje të patentës. Gjyqi riafirmoi se kamera e AM&B ishte mjaft e ndryshme nga kamera e Edisonit dhe nuk kishte shkelje patente. Vendimi gjithashtu pohoi se dizajnet e tjera të kamerave **kishin** shkelur patentën. Si rrjedhojë, të gjitha kompanitë prodhuese dhe importuesit supozohej se duhej t' i paguanin Edisonit apo kompanisë AM&B taksën për të mbetur në këtë biznes.

Rivaliteti në mes Edison Company dhe AM&B u intensifikua edhe më shumë në vitin 1908. Edisoni vendosi të padisë sërish kompaninë AM&B, kësaj here duke pretenduar se kjo e fundit kishte shkelur patentën e shiritit filmik. AM&B e kundërshtoi duke e blerë patentën për lupën Latham, dhe duke e akuzuar Edisonin për përdorimin e kësaj pajisjeje në kamerat e tij.

Në vitin 1908 të dy kompanitë ngritën marrëveshjen e licencimit: anëtarët e Shoqatës së të Licencuarve të Edisonit i paguanin Edisonit për të pasë të drjetën e prodhimit të filmave, ndërsa Shoqata e të Licencuarve të Biograph-it, mbledhte paratë kryesisht nga kompanitë e huaja dhe importuesit të cilët dëshironin të sillnin filmat në tregun amerikan.

Tregu filmik po shkonte drejt kaosit. Ekspozuesit kishin nevojë për një numër shumë më të madh të filmave, por producentët ishin aq të zënë duke luftuar me njëri tjetrin dhe nuk ia dilnin të prodhonin tituj të mjaftueshëm. Gjatë kësaj periudhe, Edison dhe AM&B vendosin të bashkëpunojnë. Ata krijuan një kompani të ndarë e cila do t' i kontrollonte të gjithë konkurrentët nëse posedonin dhe paguanin taksat për patentat ekzistuese. Kompania u krijua në dhejtor të 1908, dhe quhej MPPC (Motion Picture Patents Company) dhe udhëhiqej nga Edison dhe AM&B. MPPC i përkisnin edhe disa kompani të tjera: Vitagraph, Selig, Essanay, Lubin, dhe Kalem. Për të vazhduar veprimtarinë, secila prej tyre duhej të paguante taksat dy kompanive kryesore (Vitagraph, e cila kishte kontribuuar për një patentë marrëveshje, mori përsëri një pjesë të tarifës së licencave).

Në përpjekje për të zgjeruar tregun amerikan, MPPC në mënyrë strikte e kufizoi numrin e kompanive të huaja që mund t' i bashkoheshin rrjetit apo të importonin filma. Pathe dhe Melies, iu lejua të bëhen pjesë e MPPC, si dhe George Kleine, një kompani e madhe nga Chicago e cila importonte filmat evropianë nga Gaumont dhe Urban-Eclipse (një kompani anglo-franceze). Disa kompani të tjera si kompanitë daneze e italiane mbetën jashtë. Edhe pse kompanitë e huaja vazhduan të operonin në Shtetet e Bashkuara, qoftë përmes MPPC apo si të pavarura, ato kurrë nuk arritën të kenë një pjesë më të madhe të tregut siç e kishin para vitit 1908. Franca dhe Italia vazhduan të mbeten liderë në tregjet jashtë Shteteve të Bashkuara deri në Luftën e Parë Botërore.

MPPC shpresonte të kontrollonte të trija fazat e industrisë: produksionin, distribuimin dhe ekspozimin. Vetëm kompanitë e licencuara mund të bënin filma. Vetëm kompanitë e licencuara të distribuimit mund t' i shisnin ata, dhe të gjitha teatrot që dëshironin filma të bërë nga MPPC duhej të paguanin një tarifë javore për ta pasur këtë privilegj. Eastman Kodak u pajtua që t'u shiste shirit filmik vetëm anëtarëve të MPPC, dhe si marrëveshje ata nuk kishin të drejtë të blinin në kompani të tjera përpos Kodak-ut.

Ky aranzhim përgatiti terrenin për një kontroll në mbarë tregun filmik amerikan nga një**oligopol**.[1] Anëtarët e oligopolit MPPC tentuan të eliminonin të gjitha kompanitë e tjera duke i kërcënuar se do t' i padisnin për shkelje patentash. Një producent i cili përdorte kamerën filmike pa paguar tarifat e patentimit për MPPC, rrezikonte të dilte para gjyqit. E njëjta gjë mund t'i ndodhte edhe ekspozuesve, pasi MPPC pretendonte të kontrollonte patentat për t' i mbrojtur projektorët e vet.

[1]Kur një kompani dominon tregun, ajo kompani ka monopolin. Në oligopol një numër i vogël kompanish bashkëpunojnë për të kontrolluar tregun dhe për të bllokuar hyrjen e kompanive të reja.

Gjatë vitit 1909, industria filmike amerikane u stabilizua në njëfarë mase. Anëtarët e MPPC bënë një orar të rregullt javor të shfaqjeve. Filmat e rinj kushtonin më shumë, dhe çmimi i tyre ulej pasi ishin shfaqur disa herë (një situatë që vazhdon edhe sot). Gjatësia e filmit një rrollësh u bë standard. Çdo rulon filmi kishte çmimin e njëjtë të huazimit, pavarësisht se çfarë ishte filmi, ngaqë producentët e shikonin filmin si produktet tjera standarde.

1909-1915. Të pavarurit Fight-Back

MPPC hasi edhe në sfida. Jo të gjithë producentët, distributorët dhe ekspozuesit dëshironin të paguanin tarifa për Edisonin dhe AM&B. Kishte edhe ekspozues të tjerë të cilët kishin blerë projektorët e tyre në mënyrë të pavarur dhe ishin të mërzitur nga ky fakt i pagesës së tarifave. Vlerësohet se gjashtë mijë teatro ishin pajtuar të paguanin tarifat, ndërsa ishin edhe dy mijë të tjerë që kishin refuzuar. Teatrot e palicencuara kishin siguruar një treg për të cilët shërbenin producentë dhe distributorë të palicencuar. Këta shpejt u identifikuan si të pavarur.

Në vitin 1909, goditja më e madhe efektive erdhi nga Carl Laemmle, i cili drejtonte kompaninë më të madhe distribuuese pasi kishte marrë licencën e vet. Ai filloi me kompaninë e tij të pavarur (Independent Motion Picture Company) IMP, një kompani e vogël që më vonë do të shndërrohet në Universal studio. Për pak vite, më shumë se 12 company të vogla, nisën të funksionojnë gjithandej vendit, duke përfshirë Thanhouser, Solax (që udhëhiqej nga Alice Guy Biache, më herët ishte pjesë e Gaumont në Francë), dhe Neë York Motion Picture Company, e udhëhequr nga Thomas H. Ince, i cili do të bëhej njëri nga producentët më të rëndësishëm në vitin 1910). Teatrot e pavarur mund të huazonin filma nga kompanitë evropiane, jashtë marrëveshjes së MPPC. Duke u përpjekur t' i iknin marrëveshjes së MPPC për shkeljen e patentave, këto kompani të pavarura përdornin kamera që funksionin me mekanizëm të ndryshëm.

Duke iu përgjigjur lëvizjes së të pavarurve, MPPC në vitin 1910 krijoi kompaninë General Film Company, si një përpjekje për të monopolizuar distribuimin. Gneral Film Company do të bënte shpërndarjen e të gjithë filmave të realizuar nga producentët e MPPC. Kjo e fundit punësoi edhe detektivë të cilët do të evidentonin të gjithë producentët të cilët përdorinin kamerën me Latham lupë, dhe mjetet tjera të patentuara nga MPPC. Në vitet 1909-1911, MPPC ngriti padi pothuaj ndaj të gjithë prodhuesve të pavarur për shkeljen e patentës së kamerës. Një padi e tillë ndaj Laemmle të IMPC, ishte e bazuar në kamerën me Latham lupë. Gjyqi në vitin 1912, vendosi kundër MPPC, sepse kamera me Latham lupë, ishte përfshirë në patentat e mëhershme. Si rrjedhorë e kësaj, mund të përdornin çfarëdo kamera pa u frikësuar për shkeljen e patentës. Ky vendim gjyqësor ishte një goditje e rëndë për MPPC.

Gjithashtu në vitin 1912, Qeveria Amerikane kishte nisur procedurat kundër MPPC për shkak të detyrimit në tregun jolojal. Rasti u vendos në vitin 1915 kundër MPPC. Deri

nëkëtë periudhë, megjithatë, një numër i kompanive të pavarura ishin bërë aleate me distributorët vendorë dhe ishin të prirur për formatin e ri të filmave – filmat e luajtur (artistikë).

Nga ana tjetër, disa anëtarë të MPPC ishin bërë viktima të keqmenaxhimit të kësaj të fundit. Si rezultat i kësaj, disa anëtarë nga sektori i pavarur i industrisë filmike, filluan të krijojnë oligopolin e ri, stabil, i cili do ta formësonte industrinë filmike holivudiane.

Presioni social dhe autocensura

Përhapja e shpejtë e nickleodenëve çoi drejt presionit social që kishte për qëllim reformimin e kinemasë. Shumë grupe religjioze dhe punëtorë socialë i konsideronin nickleodeonët si vende ogurzeza ku mund të devijonin të rinjtë. Filmat shiheshin si një terren për ushtrimin e prostitucionit dhe hajdutërisë. Filmat francezë kritikoheshin për trajtimin në mënyrë komike të tradhtisë bashkëshortore. Kah fundi i 1908-ës kryetari i Nju Jorkut shpejt arriti t'i mbyllte të gjitha teatrot e qytetit, si dhe krijoi bordet e cenzurës lokale në disa qytete. Një grup i shqetësuar qytetarësh të Nju Jorkut formuan Bordin e cenzurës në mars të 1908-ës. Ky ishte një trup privat që synonte përmirësimin e filmave dhe kështu parandaloi qeverinë federale për të nxjerrë një ligj për cenzurën. Producentët mund të paraqisnin filmat në mënyrë vullnetare, ndërsa filmat që kalonin mund të pwrmbanin një shënim pwr aprovim. Në mënyrë që të fitonin respekt anëtarët e MPPC lejuan që filmat e tyre të verifikoheshin, madje ata e mbështesnin bordin edhe financiarisht. Ky bashkëpunim bëri që grupi të ndryshonte emrin në Bordi Nacional i Cenzurës (ndërsa në 1915, në Bordi Nacional i Redaktimit). Edhe pse bordet e cenzurës vazhduan të formoheshin në nivelet komunale dhe shtetërore, asnjë ligj cenzure nuk kaloi. Variante të këtyre politikave të vetë-cenzurës vullnetare kanë ekzistuar në industrinë filmike amerikane që nga atëherë. Të dyja palët edhe anëtarët e MPPC edhe të pavarurit u përpoqën të përmirësonin imazhin publik të filmave duke lëshuar filma prestigjiozë të cilët do të apelonin te spektatorët e klasës së mesme dhe asaj më të lartë. Filmat u bënë më të gjatë dhe më kompleks në narracionin e tyre. Rrëfimet e filmave dilnin nga librat e famshëm apo portretizimi i ngjarjeve të rëndësishme historike si kundërpërgjigje e slapstick dhe krimi filmave. Disa nga këta filma prestigjiozë si Vrasja e dukës së Gizës dhe Rënia e Trojës, erdhën nga jashtë.

Producentët amerikanë gjithnjë e më shumëu orientuan kah këto materiale të këtilla burimore. Në vitin 1909, David W. Griffith, duke dashur të bëhej regjisori më i rëndësishëm i filmave pa zë, filmoi veprën me vargje të Robert Broëning, "Pippa Passes", duke cituar vargje nga origjinali si nëntituj. Veprat e adaptuara të Shekspirit të përmbledhura në dy ose tri rulonë u bënë të zakonshme.

Së bashku me këto lëvizje për të tërhequr audiencën e përzgjedhur u bë një ndryshim në teatrot ku shfaqeshin filmat. Disa nga nickleodeonët vazhduan të veprojnë edhe gjatë vitit 1910, por qysh në 1908, ekspozuesit filluan të ndërtonin ose ndryshonin teatro më të mëdha për të shfaqur filma. Këto instutucione, mund të merrnin nga 10 deri në 25 cent apo edhe më shumë për programe më të gjatë. Disa teatro kombinuan filmat dhe akte të drejtpërdrejta të estradës. Projektimet që bëheshin gjatë interpretimeve të këngëtarëve, që konsideroheshin si klasë e ulët, gradualisht u zhdukën derisa teatri pak më i avansuar filloi të përdorte dy projektorë dhe kështu nuk ishte e nevojshme të kishtë këngtarë derisa ndërroheshin shirtat filmik.

Paraqitja e filimit të metrazhit të gjatë

Filmi me shumërulon, i cili u quajt film i metrazhit të gjatë, u pranua gjithandej në vitin 1911, me lëshimin në qarkullim të dy krijimeve evropiane, Kryqtarët (The Crusaders) në dy rulon, dhe Ferri i Dantes (Inferno) në pesërulon. Por, edhe më i suksesshëm u bë filmi "Dashuritë e mbretëreshës Elizabet" (Louis Merkantone "La Reine Elizabeth", 1912), në të cilin rolin kryesor e luan Sara Bernar, e që e bindi industrinë për shpagimin financiar të filmit të metrazhit të gjatë në Amerikë. Ky film ishte një "dramë e filmuar" dobtë, por që ishte aq fitimprurës për importuesin e tij Adolf Cukor, saqë me paratë e fituar ky i fundit themeloi produksionin e pavarur Famous Players (siç thuhet, kishte fituar 80 mijë dollarë, ndërsa kishte investuar 18 mijë).

Edhe më bindës ishte treguar, filmi italian Quo vadis?, i cili në Amerikë u shfaq në pranverë të vitit 1913. Në atë film kishte një mori skenash masive dhe efekte të kushtueshme speciale, të cilët e mbanin publikun pa frymë gjatë tërë shfaqjes, e cila zgjaste më shumë se dy orë. Ky ishte një fakt për producentët amerikanëqë e ardhmja e filmit, ishte në filmin e metrazhit të gjatë. Quo vadis? gjithashtu paraqiti edhe një preceden të rëndësishëm: u shfaq ekskluzivisht në salla të klasit të parë në vend të nickleodeonëve (politikë kjo që e kishte ndjekur më vonë edhe në filmat e tij të metrazhit të gjatë, David Griffith) kështu që tërhoqi edhe publikun më të përzgjedhur, krahasuar me ata që filmi amerikan i kishte nga fillimi. Pas këtij filmi paraqitet megahiti historik, në vitin 1914, Cabirija, film ky që thuhet se kishte ndikuar në masë të madhe në filmat e Griffith-it. Ky i fundit sigurisht i kishte shikuar këta filma italianë, derisa i kishte punuar filmat e tij siç ishin "Judita nga Betulia" (Judith of Bethulia, 1913), dhe "Lindja e një kombi" (The Birth of the Nation, 1915).

Spektalet italiane ndikuan edhe në një pjesë të konsiderueshme të publikut, prandaj dëshira për filmin e metrazhit të gjatë përfshiu tërë vendin, që paraqiste një provokim për udhëheqjen konservative të MPPC dhe kërcënimin për vet ekzistencën e filmave të tyre një apo dy rrollësh. Në fillim ishte problematike çështja e distribuimit të filmit të metrazhit të gjatë, sepse distributorët që punonin njëkohësisht për Patent Company dhe

për të pavarurit, ishin të përcaktuar për filma njërrollësh, prodhimi i të cilëve ishte më i lirë.

Për shkak të vlerave më komplekse, shpenzimet për prodhimin e negativëve për *tërë mbrëmjen* ishin relativisht të larta, prandaj u rregullua sistemi i pagesës sipas gjatësisë së filmit. Megjithatë, deri në vitin 1914 u themeluan shoqata distribuuese të filmit të metrazhit të gjatë të cilat u morën me raportin e vendosjes së çmimit të filmit dhe të hyrave nga biletat, dhe këta distributorë të rinj treguan përparësitë financiare për filmin e metrazhit të gjatë në raport me ata të shkurtërit. Ekspozuesit e kuptuan që filmat e metrazhit të gjatë mund të rrisnin çmimin e biletës hyrëse dhe se më e lehtë ishte të shfaqej një film i metrazhit të tillë me vetëm një titull sesa programe të kombinuara nga disa pjesë. Kur është fjala për prodhimin, producentët e kuptuan se shpenzimet e prodhimit të filmave të metrazhit të gjatë, amortizohen menjëherë duke iu falënderuar vëllimit të shitjes së distributorëve, të cilët ishin të etur për të ngritur çmimin e biletës hyrëse në sallat e kinemasë.

Filmi i metrazhit të gjatë (në mënyrë arbitrare i definuar çdo film që ishte i gjatë katër e më shumërulon)u bë më i çmuar në sytë e shikuesve të klasës së mesme sepse paraqiste një format, analog me shfaqjet teatrale dhe ishte i përshtatshëm për adaptimin e romaneve dhe pjesëve teatrale sipas shijes së qytetarëve të klasës së mesme. Gjatë dekadës së parë të shekullit XX, produksionet filmike ishin të bindur se janë duke realizuar përmbajtje argëtuese për klasën e pashkolluar të popullsisë.Publiku që dëshironte diçka më shumë se tregimet e shkurtëra dhe të thjeshta aksion apo komeditë, këtë nuk mund ta gjente në pëlhurën e kinemasë, andaj parapëlqenin të rrinin në shtëpi pranë librit, apo shkonin në teatër. Megjithatë lindja e filmit të metrazhit të gjatë, krijoi mundësinë e realizimit të filmave të luajtur me përmbajtje më të komplikuar dhe iu ofroi krijuesve filmikë aplikimin e formatit të veprave serioze artistike. Filmat e metrazhit të gjatë, gjithashtu vendosën edhe kriteret e kualitetit të produksioneve, duke vënë standarde më të lartë të vlerave të filmit. Filmat e gjatë duhej të punoheshin ngadalë, dhe me më shumë kujdes se sa filmat një apo dy rrollësh, ndërsa kur publiku e pranoi filmin e metrazhit të gjatë, standardet e larta teknike u bënë arenë e re e luftës së konkurrencës brenda industrisë filmike.

Për t' u përshtatur me filmat e rinj dhe me pulbikun e tyre, lindën edhe sallat e reja të shfaqjes në të gjithë vendin: e para e këtij lloji ishte salla Strand, me tre mijë e treqind ulëse, të cilën në vitin 1914 e hapi Michel Marks në zemër të teatrit të Broduejit në Manheten. Këto ishin salla të pajisura në mënyrë elegante, komode, "pallate ëndrrash" me të cilat në fillim të viteve të njëzeta të shekullit XX, udhëhiqnin studiot e Holivudit. Psh. Salla Strand, kishte dy kate, enterier të bukur dhe dysheme të mermerta me drita të kristalta, me qilima të kadifenjtë, me disa foaje dhe me orkestër prej tridhjetë anëtarësh – e të gjitha këto për çmimin e shtrenjtë të biletës hyrëse prej 25 centësh. Meqë ishin aq bukur të arreduara, këto studio kërkonin shfaqjen e vazhdueshme të filmave të gjatë me

qëllim të tërheqjes sa më të madhe të publikut. Në vitin 1916 kishte rreth 21 mijë salla të tilla gjithandej në SHBA. Paraqitja e tyre simbolizoi epokën e përfundimit të nickleodeonëve dhe fillimin e sistemit të studiove holivudiane.

Lindja e sistemit star

Qëllimi i MPPC-së për të monopolizuarindustrinë e filmit duke marrë patenta dhe duke lëshuar licenca për patentat ishte ndërtuar mbi përvojën e Edisonit me fonografin, por MPPC nuk anticipoi në ndryshimet e tregut të fotografive tëlëvizshme, e veçanërisht në kryengritjen e krijuesve të pavarur filmik me të cilët u ballafaqua dhe me potencialin e filmit të metrazhit të gjatë. Edhe një gjë të cilën Patents Company e kishte vlerësuar gabimisht ishte fuqia e strategjisë së tregut e cila më vonë do të njihej gjithandej si "Sistemi i yjeve të filmit/Star System". Ky sistem nënkuptonte, huazimin e aktorëvemë të njohur nga industria e teatrit dhe krijimin e publicitetit me ta si "yje", por dhe menaxhimine tyre, me qëllim të arritjes së kërkesës për filma me ta. Në fillim producentët e MPPC-së frigoheshin se përdorimi i emrave të aktorëve dhe regjisorëve në siglën hyrëse ose në pllakate do të përdorej si argument nga ana e këtyre të fundit për rritje pagash. Kështu, me vite, aktorët e parë të popullarizuar ishin të njohur për publikun vetëm me emrin e rolit që e luanin: Merry Pickford ka qenë Meri e vogël; ose sipas kompanive në të cilat janë paraqitur filmat – Florens Lorenc ishte vajza e Biograph, edhe pse prodhuesit ishin vazhdimisht të mbuluar nga kërkesat për informacione për aktorët e tyre. Megjithatë, në vitin 1909 në shtyp filluan të publikoheshin artikuj për personalitetet siç ishin Bent Arpin, Perl Ëhite dhe Marry Pickfod; ndërsa në 1910 Carl Laemmle nga IMP e nxorri Florenc Lorencin nga Biograph-i dhe e promovoi atë në një seri shkrimesh mediale duke e shndërruar në yll kombëtar filmik.

Sapo e angazhoi Lorencin ai publikoi një artikull anonim për vdekjen e saj, duke përdorur për herë të parë emrin e saj të vërtetë. Pataj e filloi nje kampanjë të gjerë reklamuese per te demantuar kete shkrim si "genjeshter e erret" te cilen e kishte lancuar Patens Company per ta fshehur faktin se zonjusha Lorenc ka kaluar ne IMP; dhe , si fakt qe ajo eshte ende gjalle, Laemmle premtoi se King Bagot, nje personalitet tjeter i njohur i IMP-se (gjithashtu per here te pare i permendur publikisht me emër te vertete), do ta percjelle zsh. Lorenc ne Sant Louise ne diten kur filmi i tyre i pare i perbashket, i xhiruar per IMP, do te shfaqej premierë ne kete qytet. Pothuaj ndodhi prishje e rendit publik kur, siç dukej, gjysma e Sant Louise kishin dalur ne stacionin hekurrudhor per ta pare drejteperdrejte ish vajzen e Biograph-it, ende te gjalle, dhe – me kete kishte lindur sistemi i yjeve filmike (Star System). Popullarizimi i aktoreve sipas Laemmles siç ishin Florenc Lorenc dhe King Bagot, u tregua aq i suksesshem sa qe edhe producentet tjere te pavarur filluan praktikat e promovimit te yjeve filmike. Madje edhe antaret e MPPC-se filluan ta kerkojne kete lloj publiciteti, edhe pse asnjehere jo ne masen sikur rivalët e

tyre.Kompania Biograph me se gjati i rezistoi kesaj risie dhe tek ne vitin 1913 filloi reklamimin e emrave te aktoreve dhe te regjisorit te tij te famshem David Griffith, i cili se shpejti, pavaresisht te gjithave, do te kalonte ne rradhet e krijueseve filmik te pavarur. Kompanitë prodhuese tani pernjehere i ekspozuan publikut te tyre shkelqimin e publicitetit me fotografi, pllakate, kartolina dhe revista per adhuruesit e filmit, ne te cilat paraqiteshin yjet e tyre te dashur filmik, dhe keshtu popullariteti i yjeve shume shpejt morri dimensionet mitike, qe do te paraqiste themelet e politikes se produkcioneve filmike amerikane gjate 50 vjetëve të ardhshme.

Zhvendosja në Hollywood

Këto 50 vjet kaluan pothuaj në tërësi në paralagjen e Los Angjelesit (e cila deri atëherëishte zonë industriale) të quajtur Hollivud. Kjo ishte rezultat i migrimit masiv të kompanive prodhuese nga lindja e SHBA-së, e cila ndodhi në vitin 1907-1913. Arsyet e zhvendosjes së tërë industrisë nga ana lindore në KaliforninëJugore gjatë këtyre viteve asnjëherë nuk janë bërë të qarta plotësisht, por një fotografi e përgjithshme e këtij fenomeni megjithatëështë e qartë deri nënjë farë mase. Në kohën e shpërthimit të Niklodeonëve, kur prodhuesit realizonin deri në 20 apo 30 filma të rinj në javë, u bë e nevojshme që produksioni të organizohej në kuadër të orarit sistematik vjetor të xhirimit. Meqenëse xhirimi bëhej kryesisht jashtë, varësisht nga ndriçimi i disponueshëm natyror, këto orare xhirimi nuk mund të realizoheshin në afërsi të Neë Yorkut apo Chicagos ku ishte e vendosur fillimisht industria filmike për të mundur të shfrytezojë përparësitë që i ofronte fuqia punëtore e trajnuar për teatër. Kështu, qysh në vitin 1907 producentët, siç ishte kompania Selig Polyskope, kishin filluar të zhvendosin gjatë dimrit disa njësi prodhuese në vende më të nxehta. Së shpejti u bë e qartë që producentët kishin marrë një qendër të re industriale – qendër ku moti ishte më i nxehtë, peisazhet më tëllojllojshme, krahas kualiteteve të tjera (siç ishte disponueshmëria e talentëve të aktrimit) të cilet ishin shumë të rëndësishëm për krijimtarinë e tyre shumë jo konvencionale. Shumë kompani eksperimentuan me xhirime në lokacionetë ndryshme: në Jacksonville në Florida, në San Antonio - Texas, Santa Fe në Neë Mexiko, madje edhe në Kubë, por përfundimisht qendra e industrise filmike amerikane në fund u bë Hollyëood-i.Mendohet se distanca në mes Kalifornisë Jugore nga selia e MPPC-së në Nju York, si dhe afërsia e kufirit meksikan bënë këtë vend tërheqës për krijuesit e pavarur filmikë, edhe pse në vitin 1911 antarët e MPPC-së siç ishin kompanitë Selig, Kalem, Biograph, Esaney, gjithashtu themeluan njësitë e veta duke reaguar edhe në përshtashmëritë tjera që ofronte ky regjion. Veç tjerash kushtet klimatike në këtë pjesë mundësonin produksion të pandërprerë gjatë tërë vitit (Shërbimi Meterologjik i SHBA-së vlerëson se atje mesatarisht ka 320 ditë me diell në vit, ashtu që ishte e mundur që edhe enterieret të xhiroheshin jashtënëse skena do të mbulohej për t' i fshehur hijet). Po ashtu edhe reliefi i llojllojshëm, rreth 50 milje përreth Hollyëood-it, me male, lugina, liqene, bregdet dhe shkretëtirë mundësonte simulimin e Mesdheut në bregdetin e Paqësorit , ndërsa Griffith Park mund të shërbente në vend të maleve të Alpeve të Evropës

Qendore. Veti të tjera tërheqëse ishin edhe se Los Anxhelesi kishte statusin e qendrës profesionale teatrore, taksat e ulëta dhe shumësi të fuqisë punëtore, si dhe pronat tokësore. Kjo e fundit u mundësoi të sapoardhurve të blinin prona tokësore të klasit të parë ku do t' i vendosnin studiot e tyre, ateletë për xhirime me dekor dhe në të cilat do të mbanin hapësira të hapura prapa studiove. Nga 1908 deri 1912 shumë producentë të pavarur u zhvendosën përgjithmonë në Hollyëood, deri sa disa anëtarë të Patens Company filluan të xhironin filma sezonalë. P.sh. Griffith i pari e zhvendosi ekipin e Biographit gjatë dimrit 1910 dhe ashtu vazhdoi derisa nuk e braktisi Biographin në vitin 1913. Punën e vazhdoi duke xhiruar gjatë tërë vitit në Kalifornine Jugore për kompaninë Mutual Film Company.