



好莱坞员工的困境：推动渐进式收益还是彻底改革？

编译如今



美国的国际戏剧舞台雇员联盟(IATSE)成员决定是否批准与电影公司的协议时,其他工会正在考虑自己的谈判策略和员工运动的状况。

虽然国际戏剧舞台雇员联盟(International Alliance of Theatrical Stage Employees, 简称:IATSE)要求彻底改变其在2021年全国性合同谈判中的工作条件,以促进行业复苏,但目前还不清楚这一时代精神是否将在其他娱乐工会的谈判中被复制,其中有几个工会将要开始更新为期两年的新合同。

在今年5月份与电影公司就新的国际戏剧舞台雇员联盟基本协议(每三年一次)开始谈判后不久,多个行业的劳动力短缺和“大辞职”(用来描述员工辞职激增的说法)开始成为头条新闻。随着今年夏天谈判陷入僵局,国际戏剧舞台雇员联盟成员对工作条件改善的呼声越来越大,他们在社交媒体上被动员起来,并在工会领导人认为有必要的情况下以压倒性多数投票批准罢工(因此加入了10月份威胁或罢工的10万多名员工的行列,导致一些人给这个月起了个“罢工月”的绰号)。

现在,随着国际戏剧舞台雇员联盟成员更多地了解了他们的工会于10月16日与电影公司达成的临时协议,在最后一刻避免了罢工,一些人表示协议中已经出现的改革措施不够激进,并动员成员投票“不”批准。尽管如此,国际戏剧舞台雇员联盟各分会的领导人,包括最大的Local 600电影摄影师协会和Local 700剪辑师协会,都建议投“赞成票”。(一位消息人士此前告诉好莱坞媒体,预计所有13名分会的领导人都会建议投“赞成票”。)

国际戏剧舞台雇员联盟表示,收益包括10小时的周转时间(即工作日之间的停机时间)和3%的年度规模工资增长,但一些成员希望更长的每日周转时间和更高的工资增长,以及其他方面的改进。其他人则采取观望态度,希望当协议的全部细节向成员透露时,工会将提供一个“好莱坞式的结局”,正如工会国际主席马修·勒布(Matthew Loeb)在成员表现出团结一致后谈到这笔交易时所说的那样谈判。成员们预计批准投票将在11月中旬之前进行。

加州劳工联合会(California Labor

Federation)通讯主管史蒂夫·史密斯(Steve Smith)说,“国际戏剧舞台雇员联盟的谈判应该在美国整体劳工‘觉醒’的背景下看待,雇员们不仅在过去几年感到,而是在几十年里,他们看到越来越多的美元通过他们的劳动(产生),流向了我们的当中最富有的人。”

“绝对是复苏了,”国际戏剧舞台雇员联盟Local 700分会的全国执行董事凯茜·雷波拉(Cathy Repola)表示同意,“你只能把人推到这么低的程度,到了那个时候他们又会重新站起来。”她认为当前的情况是多种因素的结果:“社交媒体无疑为人们创造了一种能力,让人们能够在全国范围内交流不同工会正在做的事情,并以不同于传统纸质文件传递的方式传达他们的信息。我认为其中还有一些绝对是因为新冠肺炎疫情;人们有机会反思他们的生活和他们在生活中的优先事项,并渴望重新计划一些东西。还有一部分原因是(源于)乔治·弗洛伊德(George Floyd)的被谋杀和‘黑人的命也是命’运动而引发的抗议活动。”

为强调这一约定,Local 700分会于10月24日举行了一次大约持续四个半小时的在线会议,以解释和回答有关暂定基本协议的问题。估计有1900名成员提出了数百个问题。

Loeb & Loeb 娱乐劳工实践小组的主席艾薇·卡根·比尔曼(Ivy Kagan Bierman)负责处理电影、电视和数码公司的公会和工会谈判,她说:“行业正处于公会和员工感到更有权力的时期。”她指出,美国编剧协会(Writers Guild of America)在工会反对包括包装费在内的商业行为的运动中,成功说服其成员解雇了他们的代理人,这是一个非常大胆的例子。然而,卡根·比尔曼补充说,当谈到所谓的“大辞职”和雇员短缺时,她看到行业雇员“渴望在如此长时间的停工后重返工作岗位”。

10月26日,国际戏剧舞台雇员联盟宣布已就其区域标准协议(Area Standards Agreement)达成初步协议,该协议通常涵盖洛杉矶和纽约制片生产中心以外的工作,其批准投票将与基本协议的投票同时进行。在国际戏剧舞台雇员联盟的新基本协议到位后,将开始就工会的动画协会协议进行集体谈判。Local 399 司机分会

也将很快就其“黑皮书”协议(包括电影公司运输司机、调度员、机械师、动物训练师和牧马人)、外景制片主任协议和选角导演的协议开始谈判——日期尚未确定,所有这些谈判现在都延长到了11月15日。

Local 399 分会为即将举行的会谈已经进行了数月的准备工作。Local 399 分会的组织者兼录音秘书林赛·道赫蒂(Lindsay Dougherty)表示:“显然,与美国其他地区一样,我们的成员也在关注劳工运动中正在发生的事情,”尤其是在国际戏剧舞台雇员联盟的新一轮谈判中。“我们的许多成员与国际戏剧舞台雇员联盟成员并肩工作,因此他们团结一致。是的,这肯定会渗透到我们的谈判中。”道赫蒂指出,她的工会即将进行的谈判将特别重要,因为她预计这将是Local 399 分会首次与主要流媒体公司讨价还价;道赫蒂认为,在即将举行的会谈中,成员们尤其希望解决生活成本上涨的问题。

南加州大学历史学教授、工人阶级和劳工史方面的专家史蒂文·J·罗斯(Steven J. Ross)认为,更广泛的好莱坞劳工是否会在未来与制片厂的谈判中要求彻底改变协议,将在很大程度上取决于国际戏剧舞台雇员联盟在与电影和电视制片人联盟(Alliance of Motion Picture and Television Producers, 简称:AMPTP)的最终协议中商谈的内容。“如果雇员联盟在这一点上获胜,也就是说,如果他们确实回到谈判桌上并就每天拍摄之间至少间隔12小时的问题进行更改,那么我认为会在以后看到所有娱乐工会一线人员更多的行动,”他说,“但现在还不清楚。”

查普曼大学电影研究助理教授莉亚·奥德里奇(Leah Aldridge)研究了制作中线下工作的问题,她怀疑其他工会能否像国际戏剧舞台雇员联盟在未来的会谈中获得公众支持那样,有效地使用社交媒体。“我认为国际戏剧舞台雇员联盟的工作人员似乎与日常劳动者有更多共同点,因此社交媒体之类的东西确实有助于他们产生共鸣需求。”她说。

美国编剧协会(WGA)、美国导演工会(DGA)和美国演员工会-美国广电艺人联合会(SAG-AFTRA)的主要基本协议谈判还有近两年的时间,这些工会可能会在更接近这些谈判日期的时候确定具体的优先事项和战略。尽管如此,美国编剧协会东部分会(WGA East)的执行董事洛厄尔·彼得森(Lowell Peterson)补充说,雇员对流媒体公司的不满(国际戏剧舞台雇员联盟在其2021年基本协议谈判中的主要战斗之一是获得更多的流媒体补偿)将继续存在。“我认为每个娱乐工会的每个成员都希望我们解决业务向流媒体转变,而影响他们工作生活方式的问题。国际戏剧舞台雇员联盟面对的是一个正在自我转型的娱乐业,”彼得森在一份声明中说,并指出转向流媒体平台会以多种方式影响编

剧。“随着公司为流媒体平台制作越来越多的内容,他们增加了所有员工的压力和工作量。”

国际戏剧舞台雇员联盟受益于谈判期间发生的传统“媒体断电”(media blackout),社交媒体的支持使工会在Instagram上的关注量增加了大约三倍,在推特(Twitter)上的关注量增加了一倍。此外,其谈判恰逢该行业进入超速运转以弥补与新冠肺炎疫情相关的制片生产暂停。其他劳工团体会谈的时机可能不会这么有利。

Local 700 分会的雷波拉说:“我当然希望情况不会回到原来的样子。工会的真正力量在于普通会员以及他们保持参与工作并让他们的声音被听到的意愿。这是实现变革的唯一途径。”

即将到来的合同谈判:

- 1、司机Local 399 分会的“黑皮书”协议、外景制片主任协议和选角导演的协议的谈判延长至11月15日。
- 2、美国编剧协会的电影和电视基本协议将于2023年5月1日后到期。
- 3、美国演员工会-美国广电艺人联合会的基本协议和电视协议将于2023年6月30日到期。
- 4、美国导演工会的基本协议于2023年6月30日后到期。



AMC影院打造零售爆米花业务

编译如今

全球最大的连锁影院AMC影院将在美国各地的购物中心、杂货店和食品配送服务平台上销售其品牌的爆米花。

爆米花从AMC影院“出走”了。

这家全球最大的连锁电影院上周四表示,他们正在向爆米花零售业务进军。随着美国和世界各地的电影院从新冠肺炎疫情危机中复苏,并应对流媒体时代不断变化的消费者习惯,该计划旨在创造新的收入来源。

从2022年开始,AMC将开始在全国各地零售商店的售货亭、柜台和小商店中销售“AMC影院精选爆米花”。

AMC影院计划在2022年上半年推出五个这样的售卖点。这些最先推出的售卖点不会在有AMC电影院的购物中心。到2022年底,预计将有大约15个售卖点投入运营。

AMC影院表示,计划在2023年及以后开设更多售卖点。产品单将包括传统和美食风味的爆米花、糖果和其他电影院美食,比如自选可口可乐和瓶装水。所有爆米花都将在现场新鲜制作。

AMC影院还计划做外卖服务,该服务将在影院的周边展开,通过送餐服务为客人提供爆米花外卖。

明年年底,AMC影院计划在全国各地的超市和便利店销售其可用微波炉加热的爆米花。

据该公司称,数十亿美元的美国爆米花市场预计将在未来几年内增长,并且是AMC影院核心业务的自然延伸。

“不用说,AMC影院非常了解爆米花,”AMC影院的首席执行官亚当·阿伦(Adam Aron)在一份声明中说,“在我们最繁忙的日子里,AMC影院每天的爆米花销售数量在50吨左右。但是爆米花的流行远远超出了我们电影院的范围。”

