

法国128影视手册

128

电影经济学

[法]洛朗·克勒通/著

刘云舟/译

L'ÉCONOMIE
DU
CINÉMA

法国  影视手册

电影经济学

[法] 洛朗·克勒通/著 刘云舟/译

L'ÉCONOMIE
DU
CINÉMA

CFP 中国电影出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电影经济学/(法) 克勒通著; 刘云舟译. —北京: 中国电影出版社, 2008. 1

(法国 128 影视手册)

ISBN 978 - 7 - 106 - 02909 - 8

I. 电… II. ①克…②刘… III. 电影事业—产业经济学 IV. J99

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 203560 号

© Armand Colin 2006

图字: 01 - 2005 - 3250 号

策 划: 李梦学 古 力

责任编辑: 吉晓倩

装帧设计: 赵子航

责任校对: 紫 薇

责任印制: 刘继海

电影经济学

[法] 洛朗·克勒通/著 刘云舟/译

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路 22 号) 邮编 100013

电话: 64299917 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部)

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

版 次 2008 年 5 月第 1 版 2008 年 5 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/850 × 1168 毫米 1/32

印张/5.125 字数/107 千字

印 数 1—3000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 02909 - 8/J · 1028

定 价 18.00 元

法国 128 影视手册

出版前言

“法国 128 影视手册”系列丛书是 ARMAND COLIN 公司于本世纪初成功打造的一套涉及电影、电视的实用性手册。该丛书涵盖了影视理论、创作、制作及营销管理技巧等方面的内容,一册一个主题,共 128 册。文字简明扼要,深入浅出,读者对象包括影视爱好者、专业大学学生及影视从业人员。

近年来,随着影视文化产业改革步伐的加快,中国影视业正在努力缩短与国外的差距,越来越多热爱影视艺术的年轻人热切希望学习影视创作及其相关的理论,影视教育日益普及,由此带动了影视专业图书市场的繁荣。

为了适应不同读者层的需求,作为国家级唯一的电影专业出版社,我社从“法国 128 影视手册”系列丛书中慎重选择了六本首次引进翻译出版,读者可以从中获得影视基础知识和创作常识。在这套丛书的文字翻译上,我们追求既保持原汁原味又要适应中国读者阅读的行文,一改外版影视专业理论图书枯涩难懂的面貌,使之深入浅出、通俗易懂;在图书装帧方面,我社的编辑和设计人员力求在设计上与原著风格保持统一,让读者能更直观地感受国外影视理论图书的风格。总之,我们希望通过这套丛书的翻译出版,给广大读者更开阔的视野,更多的选择,使读者能够轻松开启影视艺术殿堂的大门。

前 言

本书介绍并阐释了对于理解电影经济必不可少的基本概念。它设置了一些分析的框架,给予了一些定位,提供了一些解读的图表,并为深入研究提出了某些建议和线索。本书汇集了从社会、经济各方面探讨电影的必不可少的全部基本元素,这是特别有用的,因为这些方面的问题会被掩盖,或只是以直观的、道听途说的、存有偏见的方式被探讨。

本书要谈论的有:电影产业链的结构和动力学、制片、发行、放映、观众、电影与电视和视听整体的关系。重要的是不仅要进行解释,而且要对各部门的主要问题展开分析,进而探讨电影这一容易引发激情的领域目前的许多问题。从根本上说,本书的目的在于对思考电影经济学的特殊性有所贡献。

本书由七章组成,大约分为 50 个章节,每一节都将运用一些图表、图释^①和若干定义(编入书后的“术语表”),探讨电影经济学的一个基本主题。^②

研究对象的定义

在通常的含义上,电影首先是通过一些影片定义的。人们在影院里能够看到的,基本上是一些长故事片,它们差不多构成了全部的电影市场。当人们谈论电影经济学

的时候,通常所考虑的正是这一范围,以致将短片、实验电影、家庭片或业余爱好者拍摄的影片排除在外。这些电影具有它们自身的经济学,但是,它们实际上没有纳入考虑的范围,根据商业的标准衡量,它们自然是不重要的。这些影片在电影节、博物馆或大学校园内放映,很少出现在某家影院的海报上。而电影经济学通常是以观众人次、上座率和营业额为衡量的尺度,确定自己的研究对象。

本书试图在有限的篇幅里阐述电影经济学,面对的却是一种扎根于地理和文化的多样化的现实。电影自诞生初始就是国际化的,电影经济同样是国际化的,但是,对众多国家的研究显然大大超出本书的范围,我们所作的选择是深入分析法国的电影经济状况。

这一选择的理由一目了然,因为,法国电影由于不断完善的调控体系,以及面对好莱坞电影的强势所保持的地位,已经成为世界范围内的一种参考。在国际背景下,特别是在与美国和其他欧洲国家的关系中分析法国电影经济,是立足于一种特殊而富有教益的情形,能够开拓超越自身的认识和分析。

最后,对电影经济学的思考已经不能脱离电视和视听整体。对它们之间错综复杂的关系的研究将在以下的阐述中占有相当的分量。

注释:

- ① 除非特别说明,本书里的图表和图释是根据法国国家电影中心发表的数据制作的。
- ② 在本书的翻译过程中,洛朗·克勒通先生及时解答了译者遇到的一些疑难问题,译者对此表示感谢。

导 论

电影院是公共场所。电影院在 20 世纪成为人们自由穿越的空间之一,就像相聚的场所一样,电影院成为卓异的大众空间。每个人都可以进入这个既神秘又平常,既独特又具有共性的世界。对于影片及存在于其中的色彩缤纷的缩影世界,每个人都以自己的方式回忆和想象,感觉自己有理由参与并加以评论。这无疑增加了这一世界的魅力,对这一世界的研究是没有止境的,绝不能局限于一种企图揭示终极意义的研究。

在学院的领域里,电影一般作为艺术加以探讨,人们自愿接受这种约定,这种研究的使命是完善诗学,不断产生新的电影思想,促进关于作品的严密理论。电影也可以视为演出,娱乐,或受产业、金融和商业逻辑支配的活动,这些逻辑作用于电影中,并参与了电影的混合构成。电影是一个不纯的缪斯女神,其混合性所具有的多种张力无疑大大有利于它的创造力。

为了研究电影的经济方面,本书以分析电影的艺术与产业的混合性开始,说明运用社会科学提供的概念框架的条件。第二章阐述电影和视听产品的市场,特别注意这两者之间的互补性和竞争性,并关注法国电影与好莱坞模式的对比。

随后的章节研究大众、影院和电影放映的种种变化。

这样可以阐明一些与此有关的主要问题：上座的回升及其持续势头的不确定性、超级多厅影院的有力扩展与传统影院的未来、新兴发行渠道对原有平衡的冲击。然后聚焦于影片的上映、发行和越来越强化的影片促销，并强调电影领域中营销学的优势和限度。

第五章分析法国电影生产的演变：每年摄制的影片数量、影片的摄制成本和影片投资的变化。以后的部分针对产业分析，特别注意集中化和企业战略的问题。最后一部分涉及有关机构和有利于电影的政策，特别是最近对文化例外和调控体系的未来的讨论。

电影在自身原有的同一性和自身产业链的组织中，受到以信息和传播不断更新的技术为特征的一些新的发行模式的强烈影响，变得非常脆弱。以象征意义来衡量，电影是重要的，但是，以商业和金融为尺度分析，电影则是屈从于超越其上的一些力量的、不断承担风险的一个微观部门。这一中心问题贯穿本书所表述的全部思考。

我对电影和视听经济学研究小组的成员们表示感谢，与他们的交流和讨论常常启发并深化我的思考。我也要对学生们表示敬意，他们通过参与巴黎第三大学的教学和研讨，对我的研究有所帮助。^①

注释：

- ① 电影和视听经济学研究小组是洛朗·克勒通 1988 年在巴黎第三大学创立的。——译注

目 录

前 言	1
导 论	1
1. 思考电影经济学	1
艺术和经济研究	3
市场与调控	5
艺术和文化经济学	7
鲍莫尔定律	8
艺术和产业	10
福特主义和文化产业	12
文化实践	14
2. 电影市场	18
文化消费	19
电影和视听节目的消费开支	21
影院电影与视听传播	24
影片的流通和增值	26
电视市场上的增值	27
录像市场	29
法国电影的市场	31
面对美国电影	34
法国电影的出口	36

3. 大众和影院	41
电影的放映	43
超级多厅影院	47
票价和票房收入	50
上座集中化	53
大众和观众	56
电影观众	58
4. 发行与营销	61
发行商	63
影厅的排片	66
影片的上映	69
影评和营销	72
销售学问题	74
营销和广告	76
5. 制片与投资	79
制片成本	82
制片人的职能	85
法国电影的投资	88
公共电视频道的投资	90
“Canal +”频道的资助	92
电影和电视	97
6. 产业链和战略	100
创新和战略	101
集中化	103
产业经济学	105
卖方寡头垄断结构	107
文化企业及其管理	109

7. 政策和调控	112
国家电影中心	114
文化政策问题	116
公共干预	118
文化例外的得失	119
调控体系的未来	121
结 论	124
术语表	127
参考书目	143

1. 思考电影经济学

经济研究通常被理解为对资源的关注,以及对资源的正确使用。古典经济学优先关注财富的生产、分配和消费的过程。它强调财产的有限性,强调由此而来的、面对需求和欲望的不可避免的紧张状态。自由主义的传统将经济学基本构想为建立在交易和选择上的体系。它假设互动中的社会行动者以最大限度地实现他们的利益为目标,从这种理性计算出发来作出决定。根据这种观念,市场是供给和需求相会之处,由于市场的自调控效能,能够产生有可能是最佳的宏观经济平衡。其他的思想学派,特别是受英国经济学家凯恩斯影响的学派,对这种表述提出异议,强调国家对于必要的市场外调控所发挥的作用。

“经济学”的词源强调,通过规范和规则实施家庭的管理及范围更广的一家企业或一个国家的管理。经济学研究会引导建立一些规律,这些规律显示了组织生活的某种才智。然而,这种研究的实证性、规范性和经济科学模式化的倾向值得思考。这种学科框架下建立的概念和方法论的工具对于思考电影经济学是富价值的,但必须懂得检验它们,不要被它们带来的假定前提欺骗。规范性是其中一种常见的倾向,正如经济主义来源于对现实世界加以某种切分的一些过分自负的看法。经济学是资财的学问,理想的状态是为超越经济学的目标服务。而常见的是,资

财的逻辑成为经济学本身的终极目标。

马克思主义将他的经济理论与一种政治学说和一种哲学相结合,对走出狭义的定义做出了贡献。他的政治经济学设定为对生产的社会关系的研究,从而区别于新古典经济学。新古典经济学将经济学首先定义为稀有资源在交替选择的目的之间的配置。而唯物主义的学说假设经济基础和文化之间是分离的,其决定论并不适宜将这两种世界作一个富有成效的比较。

思考一种电影经济学,并避免照搬其他领域所构想的一些模式和一些分析框架,这就意味不将第七艺术作为一个简单的应用对象而受制于那些不相干的规则。相反,重要的是从电影的特殊性出发,运用与它相关的科学知识。研究要求严格性,要求在一种适宜的跨学科的状态下开展工作。

电影具有一种很强的可见性,有利于激发兴趣。首先,电影面向最广大的观众,并且,由于它的艺术属性,容易吸引对创造价值感到亲切的人。电影的魅力和它所引发的丰富话语可能导致研究者较为自由地运用科学的方法,但是,参与通俗实践的便利性和研究的多种可能使认识的严格要求更加成为必不可少的因素。

经济学、社会学、历史学和管理科学已经展开了对艺术和文化的专门研究。这些创新的、对它们而言是非正统的研究活动,先是被这些学科圣殿的守卫者们有保留地对待,但后来就很难否定它们特有的贡献,以及它们能够向原有学科作出的回报。此外,信息和传播科学以其跨学科的传统,构成一种特别有利的框架,使有可能过分离散的各种研究相互结合。

艺术和经济研究

与电影研究中长期占优势的一种思辨的和阐释的传统相比,社会科学以对实践的工作、论证的条件和辩驳的标准加以方法论思考的重要性为特征。社会科学不认同作品美学阐释的优势,因而有助于艺术的去理想化:艺术既不具有完全的自由,又不具有绝对的价值,艺术可以通过对行动者、对机构和对它们之间互动的研究合情合理地加以思考。

定义艺术和文化经济学的边界的标准是不稳定的。这一领域的界标比较难确定,因为它紧邻一些其他的学科,例如社会学、历史学、法学或政治学等社会科学,以及美学、批评或艺术史等经典学科。这种相邻性绝不保证互联与互惠,因为独特性和领域的完整性可能为了另一种理由而占据优势。当然,互联与互惠、使用各种手段解决各种问题可以在研究小组内实现。

一种学科的定义首先立足于它的取向、它的分析选择、它的方法,但同样也立足于一种思想的历史。经济学优先考虑资源及其配置问题。这样可以阐明作出必要选择的条件:评判各种备选方案,考虑任何决定的机会成本。^①

经济分析倾向于重视一种经验的和归纳的研究,这种建立在对事实情况、结构和行为的研究上的立场,在一个像艺术这样具有象征性增值过程的领域里相对怪异。它属于功利主义的视角,根据这种哲学学说,个人的利益是行为的主要基础。其创始人是英国的边沁(1748—1832),他是以“看不见的手”理论闻名的英国经济学家亚当·斯密(1723—1790)的一个近亲。他的理论假设个人对自己

最大利益的追求,自动地有利于全体的利益,在此意义上是讲自发的行动。

经济学一般突出物质的决定作用,但分析行动者的话语和表现是同样有用的。为了理解电影经济学,人们不能只研究产业结构、企业战略或数据。人们可能会将行动者的表现排除在研究范围以之外,但这种表现实际上值得重视。尽管如此,这种研究理应谨慎行事,并且保持清醒:照搬现有的价值分类和价值尺度,好像它们是一些客观的范畴,这样有可能重现行动者的偏见,重复相同的说法、相同的信条、相同的局部和偶然的看法。

定义艺术价值本身的企图属于作为价值科学的价值哲学,而要理解艺术价值在社会关系上是如何构成的,则应借助于努力平衡解释因素的某种相对主义。社会科学经常对有关常识的概念加以辨析,特别是要去除艺术的自足性和创作天才的独特性这些普遍信仰的神秘色彩。重要的是不要受实体论的影响,将社会和经济视为一些超越行动者的超验性现实。经济在很大程度上属于产生一些现实效果的表现体系。有关卖座力的数字即提供了一个例子,它们通过每周向潜在观众提供获得最大成功的影片的分档信息所造成的影响,对电影经济具有越来越大的间接作用。

经济主义是此类研究最大的危险之一:通过收缩的社会生活这种棱镜看世界,将现实缩减为世界的一小部分。所以,为了避免走入这一局限,经济学需要向其他人文科学和社会科学开放,同样,也需要以美学研究的感性化丰富自己,从中获得启发性。

市场与调控

市场是供给和需求相会之处。在某些情况下,这一相会之处是具体的,但是,在确定交易的数量和让与的价格到达一些平衡点的情况下,这一相会之处更是抽象的。价格不仅是有关市场状态的一种信息,更是反作用于市场的一种变数。实际上,市场的行动者在他们的买卖过程中,在他们的投资过程中,是要考虑这种变数的。

然而,市场并不是经济行动者交易和相会的平和场所:尊重每一方的利益,必然会产生与全体的利益相符合的一种平衡。这种平和的表现其实是一个幻影,掩盖了一种以力量的对比为标志的粗暴现实。通过影片之间存在的激烈竞争、大众接受的不确定性、利益的不一致和产业链各段之间的较量,或者与电视产业的不明确的关系,电影领域特别清楚地表明了这种粗暴性的存在。

完整且完善的竞争市场的古典模式建立在与原子性和信息流通有关的一些严格的假设上。这是经济科学的重要参考范式之一,启发了大量的研究工作,尽管许多研究与现实相比是有差距的。经济要素具有理性的公设受到了特别广泛的批评,反而引发了有限理性理论的发展。^②

人们通常赋予市场自调控、灵活性和校正的效能,人们也责备市场的短期行为和某种盲目性,特别是针对投机和不稳定的情况。市场其实没有意识:它是表现多个行动者联动的预测和行为的一种复杂体系。为了抵制放任自流的市场导致的失控风险,人们可以求助于一些外调控体系,这些体系基本隶属于公共权力,但也不应忘记有关专业组织的作用。

文化领域与这些干预政策关系格外密切,因为市场的

自发平衡经常可能受到另一些优先性的干扰。如果经济力量和经济约束的较量导致必须关闭一些影院,甚至导致一种民族电影的消失,该怎么办呢?对于某些人来说,回答是显而易见的:听之任之足矣,市场必然会表现尽可能最佳的平衡。他们认为,得到观看的影片是适应需求的影片,人们理应接受这一判决。这种形式的推论产生自供给回应需求的看法,但没有考虑到相反的关系:在文化领域里,供给造就需求,从长期看是通过文化的适应,从短期看是通过具体的供给活动和促销手段进行的。发挥决定性作用的是一个整体中介体系,用以创造象征的价值,产生接近或放弃接近一部作品、一场演出的欲望。

然而,干预包含一些负面效果或官僚主义的风险,这是不应忽视的。对文化政策的批评主要集中在公共机构的相对无效性和其实难以衡量的对积极外部效应的高估上,因此各种理想主义的话语得以放任自流。事实上,市场的某些衰退迹象不足以说明一种公共干预手段缺乏有效性。根据这种分析,“文化至上”的狂热含有暧昧性,设立特殊的行政机构不能促进该部门的和谐发展,相反会导致更多的开支和职位。但除此以外,难道公共钱财的使用就不会产生一些积极的外在效应吗?

在有关意识形态的讨论以外,重点不在于在国家和市场之间作出选择,而在于建立和完善一些模式,使市场的运行适宜接纳文化的和社会的优先权,同时也不忘公共的和私人的良好管理的必要性。就像在其他领域里一样,这是当代社会应当在这一特殊领域里实行的最重要且要求最严格的工作之一。