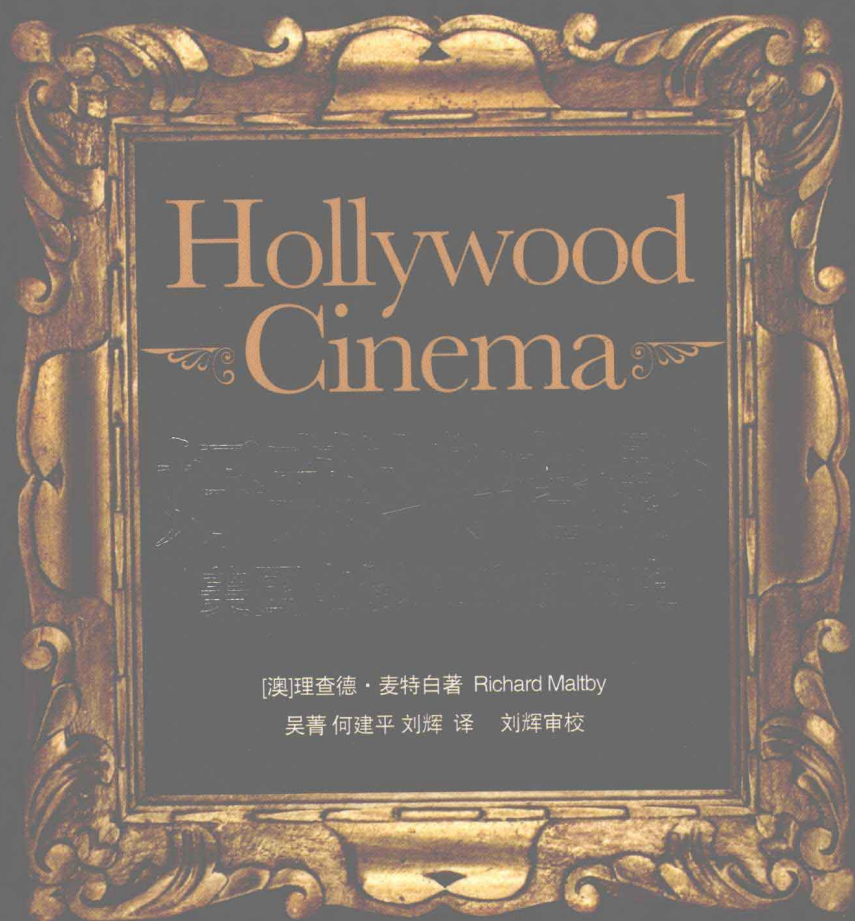




[澳]理查德·麦特白著 Richard Maltby

吴菁 何建平 刘辉 译 刘辉审校

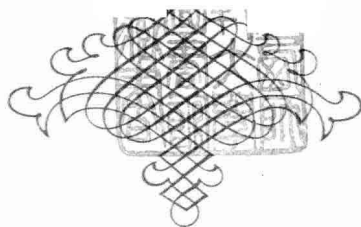


华夏出版社
HUAXIA PUBLISHING HOUSE

Hollywood Cinema 好莱坞电影

美国电影工业发展史

[澳]理查德·麦特白著 Richard Maltby
吴菁 何建平 刘辉 译 刘辉审校



华夏出版社

HUAXIA PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (C I P) 数据

好莱坞电影/(澳)麦特白著;吴菁,何建平,刘辉译.-北京:华夏出版社,2011.7
ISBN 978-7-5080-6577-9

I. ①好… II. ①麦… ②吴… ③何… ④刘… III. ①好莱坞—电影事业—研究
IV. ①J997.123

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 138364 号

Hollywood Cinema, 2nd Edition by Richard Maltby

© 1995, 2003 by Richard Maltby

All Rights Reserved. Authorised translation from the English language edition published by Blackwell Publishing Limited. Responsibility for the accuracy of the translation rests solely with Huaxia Publishing House and is not the responsibility of Blackwell Publishing Limited. No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of the original copyright holder, Blackwell Publishing Limited.

中文简体字翻译版由华夏出版社出版

版权所有, 翻印必究

北京市版权局著作权登记号:图字 01-2010-2448

Copies of this book sold without a Wiley sticker on the cover are unauthorized and illegal.

出版发行: 华夏出版社

(北京市东直门外香河园北里 4 号 邮编: 100028)

经 销: 新华书店

印 刷: 北京世界知识印刷厂

装 订: 三河市万龙印装有限公司

版 次: 2011 年 7 月北京第 1 版

2012 年 1 月北京第 1 次印刷

开 本: 730×988 1/16 开

字 数: 766 千字

印 张: 38.25

定 价: 69.00 元

本版图书凡印刷、装订错误, 可及时向我社发行部调换



好莱坞电影

Hollywood 美国电影工业发展史
Cinema



总 序

没有人会怀疑，电影电视对于当代人日常生活、精神想像乃至社会政治、经济、文化所产生的深刻影响。我们很难想像，在今天，如果没有了影像文化，我们的生活将会是什么模样。

正因为如此，随着中国影视传播业的飞速发展，中国的影视教育也蓬勃繁荣。全国开设影视课程的大学已经数以千计，除了北京电影学院、北京广播学院、中央戏剧学院等专业艺术院校以外，许多综合性大学也都纷纷开设影视专业，培养影视传播的各类人才。与此同时，一批已经进入影视传播业的从业人员，也开始了新一轮适应媒介竞争的自我学习和专业更新的过程。正是由于影视媒介的发展和这种发展对于影视传播教育的期待，促使我们编选了呈现给读者的这套“影视传播主流教材译丛”。

这一套译本，与过去的影视教育教材最大的不同在于，它们不仅仅局限为过去那种“影视艺术”教材，而扩大为“影视传播”教材，影视媒介的管理、影视产业、影视职业能力培养等等都被纳入本翻译系列，与中国影视业的产业化发展和市场化趋势结合更紧密，也更加具有实用性。这套译丛选择的是欧美国家影视传媒教育中的主流教材，它们多数都数次重印、修订、再版，经过了一段时间的检验，而我们则挑选了最新版本组织翻译。在选择书目的时候。除了考虑其权威性以外，还考虑到选题是否符合中国读者的迫切需要，比如，我们翻译了《好莱坞电影》，目的就是帮助中国读者深入了解世界上最重要的电影工业好莱坞，同时帮助我们借鉴好莱坞电影经验以推动中国电影的发展；我们也考虑到，某些选题是对中国影视传播专业研究薄弱环节的一些补充，例如《电影电视画面》，在过去我们的影视教材中很少涉及，但是对于我们掌握视听语言却具有重要意义；某些选题则比较强调其实践性，帮助读者培养专业能力，如《电视与银幕写作》，细致地阐述了从创意到剧本的投稿和最后签署采用合同的全部实用过程，对读者会有切实的指导性；另外一部分选题，则是为读者提供一种“地图”式的概论教材，帮助读者尽快地进入影视专业领域。基础性、专业性、权威性、实用性和现实性是我们的选题标准。希望这些标准能够使我们的译丛得到更多的读者认可和真正能够让读者读有所得。

中国是一个影视大国，中国人口众多，看电影(包括通过音像制品和电视看电影)和看电视的人数是世界上任何一个国家都不能比拟的。但是，中国的影视作品/产品的数量、品质却与观众们的期待有明显的差距，这种差距的原因，既来自媒介

所生存的社会政治/经济/文化环境,也来自于影视传播专业人才的匮乏或者从业人员专业素质的匮乏。从这个意义上讲,如果中国不仅要成为影视大国,还要成为影视强国,那么,首先必须成为影视教育的大国和强国。未来的影视传播事业,将期待一批具有国际视野、现代专业技能和优良综合素质的影视人才。而我们则希望通过这套翻译教材,为中国影视教育的人才培养开拓一片视野。

当然,这些教材如同所有教材一样,从来都不是什么金科玉律。“尽信书不如无书”虽然是一句套话,但批评性阅读,从来都是学习中最重要能力之一。所以,我们希望这套书能够为激发读者批判性阅读的热情提供重要的资源。

感谢来自中国最著名高校的其他7位优秀学者慷慨应允担任本丛书的编委,他们中的一些还亲自推荐译著、译者以及审校译稿。这些教授的关怀和支持,是本套丛书得以呈现给读者的重要保证。

尹 鸿

2003年6月18日北京荷清苑

中译本导论

胡克 刘辉

(一)

电影是什么？

这并非是追问一个类似本体论的哲学问题，而是提醒这个问题没有封闭性的答案。电影，远非仅仅只要满足银幕前的观众，它更是涉及其他很多种人需要的工业。制片厂、银行、政府、投资老板、制片经理、技术发明家、导演……一种类似家族族谱似的关系，影响着电影的生产。每一格胶片上的所有因素——人物、色彩、声音、构图、背景、道具，经过仔细的观察，都可以看到隐藏在其后的端倪，这些因素都是来自各方面条件妥协的结果。由此看来，电影是一门艺术？一种商业行为？一种投资？一种宣传方式？一种政治工具？一种造梦方式？抑或是且仅只是一种娱乐呢？

电影伴随着现代都市的发展而逐渐成熟，并在都市文化的各个方面中都体现出了影响力。对电影的考察可以来自许多方面，但是不论是从艺术、商业或政治的角度，都不得不强调它许多其他艺术部类不可比拟的影响力。事实上，电影作为一种渗透力极强的现代产物，改变着人们所谓现代化的生活观念和方式。从这个角度来讲，“电影是什么”更多是一个反思我们自身生活方式的话题。

电影产生于 1895 年的法国，它的最初形态是一种类似杂要的娱乐方式，远不具有今天的重要性。而对电影最初的认真研究来自艺术界，一批艺术家们发现了这种“会动的绘画”，认为它综合了几种艺术的特点。1911 年，意大利诗人和电影先驱里乔托·卡努杜发表《第七艺术宣言》，在艺术史上第一次宣称电影是一种艺术，是在建筑、音乐、绘画、雕塑、诗歌和舞蹈六种经典艺术门类之后产生的新的艺术门类，正式确立了把电影定为一种艺术门类，而不是一种杂要的技艺。从此，“第七艺术”成为“电影艺术”的同义语。可以说，电影所获的第一次社会地位的提升是 20 世纪初欧洲艺术家们赋予的。这种传统在一定程度上一直延续到今天，到目前为止，几乎所有关于电影的研究多是在电影作为艺术的基本认识之上进行的。

但电影不仅仅只是一种艺术。

创作的艰难性和作品的惟一性在传统的艺术观念中占据着重要的地位。这两个特点决定了任何一种艺术都强调天才的独创，在内容和形式上对陈腐的观念进行革

新。但电影却并不符合传统艺术的观念：创作上的集体工作特点；作品的可复制和可拼贴的特点。对现代社会广泛意义上的电影做出认真全面的考察后会发现，传统艺术远不具备包容电影的能量——甚至于一度曾经被广为推重的电影作者论观念，也只能说是对电影的一种误读。

从任何一个层面的电影人的角度来看，都可以得出一个迥然有别的“电影是什么”的答案。在投资者看来，电影是一种回报高、风险低的资金回笼方式；在一个电影公司老板眼里，电影是一种满足观众娱乐需要的生意；从一个导演角度看，电影是一件组织各种人员从事创作的艺术；在一个专栏评论家笔下，电影是一页新闻纸的最新消息和评论；学者认为电影是一门有关社会和艺术的研究对象；而对一个观众来说，电影就是一次持续两个小时的娱乐。对“电影是什么”的不同看法，折射出了电影在现代社会中所具有的多重意义。不论这些人提出什么样的特定要求，他们都是把电影当作思考的出发点和中心的。在这个意义上，所有这些人可以被称为“电影人”，因为他们改变着电影的表现形态，同时电影也改变着他们的生活方式。他们思考电影的方式都是认真切实的，所以他们对“电影是什么”的答案是有理由的。

对这种多元的声音的认识，形成了对电影的科学认识的基础。随着社会现代性的进一步改变和科技的不断发展，有关电影的观念也从来没有停止过变化。虽然电影产生仅是百年有余，但是由于电影自身综合性和拼凑性的特点，它从未将自己摆放在一种不容置疑的经典地位。正如身边的电影院给人的感觉一样，电影就在我们日常生活的周围，参与着我们的生活节奏。电影从不排拒任何人、任何阶层，这更多体现出具有现代意义的平等“对话”意义。

有关“电影是什么”的认识是一种处在不断历史发展过程中的观念。每个对电影有热情的人都有机会参与到这个历史的构建之中，而每个电影观念的改变都鲜明体现出一种合理的历史动机，正像有声电影的出现、色彩的引入、宽银幕电影的普及等。对于电影史中曾经出现过的每一种观念的考察，都需要从多个角度来看，因为各个层面的电影人对这个历史观念的构建都产生着作用。只有这样，我们对电影观念的认识才是透彻而不是蒙昧的，全面而不是偏执的。而对于各个层面的电影人来说，通过对各种电影观念的认识来重新把握“电影是什么”的问题，不妨看作是一个交流对话的过程。电影本身也许从来不需要追寻形而上的真理，但有关电影的认识却无疑可以通过平等广泛的交流越辨越明。

(二)

本书的作者理查德·麦特白(Richard Maltby)是澳大利亚弗林德斯大学人文学院主任和电影研究中心教授。他曾在英国的埃克塞特大学创建比尔·道格拉斯中心，专门从事电影史和流行文化的研究。他的专著有《无害的娱乐：好莱坞和舆论的意

识形态》(1983),并主编过《认识好莱坞观众:文化身份和电影》(1999)、《好莱坞景观:改变电影观众的视知感》(2001)。而本书是他多年来对好莱坞电影工业和电影形态研究的专著,全书分为“商业美学”、“历史”、“惯例”、“方法”四编,共十八章节,详细介绍了好莱坞电影的研究意义、大制片厂的发展历史、好莱坞电影的美学特点和美国的电影理论。

如作者所说,本书研究的对象是好莱坞电影,但是好莱坞电影所具有的商业运作特色,使得对它的分析不能像对欧洲电影那样追求人文深度,所以一个全新的问题是:如何“严肃研究好莱坞电影”(take the Hollywood seriously)?

众所周知,好莱坞作为一个全球性的电影中心,很早就突破了美国地域的限制,在全球影视市场占有重要地位,在观众的观影经验中也居于主流。举例来说,连在30、40年代的中国电影中心上海,豪华电影院中放映的也差不多都是好莱坞电影,而民族电影几乎很少能够与之竞争。但与此同时,几乎所有大学和研究机构的学者都以一种批判的眼光看待好莱坞电影,认为好莱坞电影庸俗重复,缺乏艺术价值和批判精神,是意识形态的软性工具。这种对好莱坞电影持批判态度的学院派观点由来已久,好莱坞电影几乎成了所有学院方式文本分析的对立面。学院派这种来自艺术论和知识论观点的好莱坞电影批判,使得好莱坞电影虽然数目众多,占据着绝大部分的电影观众和电影市场,却一直被教科书所抛弃。好莱坞的被忽视,是所有电影研究中最让人惊讶但又是电影研究者最习以为常的一种态度。

理查德·麦特白在本书中认真地提出了对好莱坞研究的意义问题,并提出了独具特色的研究路径。较之欧洲电影,好莱坞电影也许缺乏艺术性,但是却具有更大的观众普及率。对于好莱坞电影来说,艺术和商业从不分离:电影自身的商品特性,使得它的每项艺术成就都与商业需要有着一定的关联;但电影又远远不是那种批量式生产的商品,每部电影之间都有着艺术区别的需要。坐落在洛杉矶的这片生产梦幻的工厂显得那么奇特,它生产娱乐,出售娱乐,所以它一点都不严肃。好莱坞电影提供了一个避难之所,让人们好像来到一个乌托邦的世界,放弃生活的负担和琐碎。当然,这种以娱乐为目的的电影经常被有些人看人是撒谎的工具,是社会的病态,但是这并不影响大量观众喜欢它。对于本书来说,并没有把艺术作为惟一考评电影的标准,而是把电影作为一种社会现象,从电影的生产和消费环境出发来考察好莱坞电影,而且,书中的重点并不是放在某些先锋运动或者电影思潮的介绍,而是研究那些最有社会影响的主流商业电影。人们总是苛求好莱坞电影的艺术性,却忽略好莱坞电影同时也是一种商品。直至今日,好莱坞电影已经影响到地球上的每一块银幕,它所带来的美国文化已经成为全球化的文化,难道对它的商业和美学做出研究还没有必要吗?

好莱坞电影长期以来没有得到研究的另一个原因是:面对好莱坞电影的娱乐性和商业化,以文学分析和文化批判为学养积淀的电影研究无法找到合适的切入口来

解剖好莱坞。德国法兰克福学派的本雅明在《机械复制时代的艺术》一书中，虽然集中评价了电影作为复制性的艺术作品的特性，但是并未改变他对商业电影本身的不屑一顾。正如麦特白所说，“这本书给读者提供工具，使你们能说出自己知道但是以往不知如何表达的好莱坞”。麦特白没有采用以往的社会批判或精神分析的方式从外部来审查好莱坞电影，而是通过对好莱坞电影的运作方式、形式特点、历史过程、批评环境这些好莱坞电影本身的真实一面的考察，认真分析了好莱坞电影的商业和美学互动的特点。

全书对好莱坞的分析是多层面的，包括八大制片厂的制片史、电影制作-发行-放映的运作机制、好莱坞商业电影的政治影响、商业电影的类型运作方式等等，总而言之，对于作者来说，电影并非是一种孤立的艺术或商品，而是同时受多种因素影响的产物。好莱坞作为具有美国地域标记的一种商品，有着流畅的运作机制和稳定的产品品质，因为电影的本性正是作为一种娱乐性商品以满足观众的需要，但另一方面，电影中又恰恰不能体现这种制作的痕迹。这暗示着好莱坞的一条潜规则：电影永远是一种精心制作的娱乐产品，但是在产品中又不表现出任何背后的制作方式。就像正/反打的过肩镜头一样，你永远感觉你是站在对话方的一个角度上，面对着对方聆听——但事实上这仅仅是电影处理银幕时空的一种剪辑方式。有关好莱坞的分析正是通过这条潜规则的悖论来展开，好莱坞也许很喜欢通过明星海报、八卦杂志、娱乐电视节目不断宣传外在的光环，但是有关自身的完善的产业方式却有意地通过声音的缺席来遮蔽自身。

电影这种商品的特殊性在于，无论如何，它是一种综合性的艺术，这决定了好莱坞的商业美学也同样是一个值得反复思考的问题。对于好莱坞电影来说，美学并非是理论性的，而是实践性的，它很快就会接受来自票房的检验。而且，商业美学的原理也并非是恒定的，它随着观众兴趣的变化而变化。所以，类型、空间、时间、表演、叙事这些传统的美学范畴，同样在好莱坞的电影美学中出现。值得注意的是，商业电影对这些范畴考察的方式是独特的，因为来自商业目的的需要而对美学原则的改变总是复杂的，如何使得这种复杂性仍旧能够归纳进美学的范畴之内则更为复杂。好莱坞电影从来不会盲目追求制作实验电影或者艺术电影，因为它要尊重观众的要求，只有观众要求对电影美学的某些方式改变，好莱坞才会进行电影的创新和改变。一方面，好莱坞电影根据制片方针的变动，生产出一系列连贯的类型片，如喜剧片、剧情片、歌舞片、西部片等；另一方面，好莱坞通过透明剪辑、连贯叙事、鲜明的人物性格等美学特点来保证电影中信息的表达。所以，好莱坞电影美学并不是一个深刻的美学问题，因为电影中空间、时间、表演和情节的表达方式都是遵循惯例的。但这并不是说制作一部优秀的好莱坞电影只需拥有一部电影手册就可以了，艺术的本质仍需要天才式的艺术创造在电影这种商品中发挥作用。以巴赞为首的法国批评家们高度赞扬了约翰·福特、阿尔弗雷德·希区柯克这些在制片

厂体制内仍能发挥出鲜明的个人艺术特点的导演们，但就好莱坞大制片厂内的影片生产模式来说，艺术的创造性不仅体现在导演上，而且还体现在公司经理、制片人、宣传经理对影片的改动上，当然也可以一人担当几个职位。好莱坞的特殊性体现在这种作为商品的艺术上，它既是妥协的，同时又是创造的。

电影批评和理论也是对好莱坞电影研究中不可缺漏的一环，这涉及到好莱坞的舆论环境和人才培养问题。不论是报纸的娱乐专栏，还是专业杂志的评论文章，或者专业的理论著述，这些作家与好莱坞之间的关系都是既密切又疏离的，因为他们并不属于好莱坞，但是他们又密切关注好莱坞。作为好莱坞生物链中的一环，外在的评论环境和知识环境都间接刺激了好莱坞的成长；不论对于好莱坞的评论是正面或是否定的，这些声音都具有切实的针对性和有效性。因为大众品味需要良性的培养，而好莱坞自身的宣传则更像广告，所以有关评论好莱坞的文章因其独立的思考地位，更能影响观众的趣味。作者论和类型批评是两种最为有效的好莱坞电影批评方法，而美国评论界也是在这种批评方式影响下成长的。长久以来，学院派对于好莱坞持鄙视的态度，一直到20世纪60年代，随着电影研究作为一门学科在大学和研究机构中逐渐成长起来，有关电影研究的各种声音才逐渐多了起来。在这种风气下，好莱坞的新生力量也被培养了起来，70年代的“好莱坞文艺复兴”中出现了一批受过学院教育的电影人，大大区别于制片厂时代的学徒式导演，他们对于电影的认识是更加新颖和全面的。他们之中有史蒂文·斯皮尔伯格、马丁·斯科塞斯等当今好莱坞的大牌导演和制片人，事实证明，这批电影人深深影响了当前好莱坞电影的商业和艺术形态。

作为全球商业电影的楷模，好莱坞的运作机制影响着全球的商业电影市场，包括欧洲电影、香港电影、韩国电影、印度电影这些次一级的商业电影中心。而对于好莱坞电影的商业和艺术的认识，更是具有一定的指导意义。本书中别具一格的对好莱坞电影的案例分析，对于读者来说想必深具启发，因为每个分析都与每章的观点相互映证，所以每部电影的分析角度就显得颇为特殊，这种分析大大区别于一般的评论品鉴，而是把社会状况、制片方针、票房数据等一些隐藏在影片之后的因素作为分析的根据。例如对《卡萨布兰卡》的分析，就是以《制片法典》规定的电影表达方式和大制片厂寻求暧昧表达两者间的妥协作角度，在第16章的这个案例分析中我们可以看到作者一种独特的电影叙事观念。叙事远远不是好莱坞电影情节发展的关键动机，它受到很多因素的影响，在《卡萨布兰卡》中的人物对话和故事结局，很多受到当时审查机构与制片厂之间妥协关系的影响，所以人物和情节的关系在影片中会有意表现得暧昧不清，这样就能在观影经验与政治立场不同的观众之间形成不同的故事链，故事同时在几个层面上进行。《卡萨布兰卡》是三角恋爱故事，抑或是战争故事，而人物之间的关系是否真的如画面上所表现的那样？影片故意留下许多空白让观众填充意义，对于影片来说，艺术的动机并非最重要，更多的是面

对当时的审查方式的制作需要，而这种暧昧的表达方式也正是那个时代好莱坞电影共有的影像特点。在本书中，对《泰坦尼克号》做出的商业电影特点的分析；对《雨中曲》做出的有关好莱坞娱乐性的分析；对《帕特·加勒特和强盗比利》所做的西部类型片分析；在《一个明星的诞生》中对明星制的分析；在《蛋黄向上》中对电影技术改变好莱坞电影运作方式的分析；在《普通人》中对好莱坞电影空间表现方式的分析；在《酋长儿子》中对好莱坞表演方式做出的历史考察；在《阿甘正传》中对电影之外的政治因素的介绍；在《天使之翼》中对好莱坞电影评论界的分析，每个案例分析都能折射出好莱坞工业的一面。

对好莱坞的生产环境和消费环境的具体考察，使好莱坞研究的意义自动显现了出来，因为这里的研究区别于任何艺术评论或者商业研究，而是两者间的妥协。这种妥协体现出一种崭新的电影观念：电影就是电影，它具有独立自主性。电影自身不必非要借助传统艺术观念或者知识观念来进行研究，它的现代性带来的是一个全新的知识问题。它更追求日常的状态，而非某种领域内的深刻。当这种全新的电影观念提出来时，使我们面对电影研究时的视域完全改观。电影的出现已经有百年之久，但是今日的电影和百年之前的电影也许面对着同样的问题。当银幕上的奇观再次征服观众的时候，电影的魅力就仍旧是神秘的，对它的研究也正从此出发。

(三)

商业电影和艺术电影相区分的观念由来已久，这个观念在教科书中对各段时期的实验电影运动编撰成史的时候体现得更为明显。梅里艾有关停机再拍的最初实验，法国印象派绘画发展而来的电影运动，德国表现主义的电影运动，意大利新现实主义运动，法国新浪潮运动，这些断代的、支离的运动汇集一处而成为了一部汹涌的电影史，从表明上证明着某种视角上的电影发展的历史。虽然历史永远只是一种当代观念史，但是对于电影这个仅有百年历史的对象来说，它的发展远远不能归结于这一抽象的断语。因为对于电影来说，很多亲历历史者仍然健在。不过，教科书中的电影史总是与人们的生活经验背道而驰。

本书首先强调的是电影作为一种娱乐性商品的特性。百年来电影的观看状态几乎从来没有发生过变化，总是银幕与观众之间的互动关系。这种关系不同于绘画式的审美静观，观众也许会在观看的同时随意交谈，吃爆米花。电影首先是娱乐观众的，而电影工业首先是要求盈利的。既然好莱坞式的电影天生即是一种商品，它的背后就必然暗藏着一套市场择次的规律。正因为如此，商业电影和艺术电影的截然区分在好莱坞的电影史中从来就不存在。所有电影都是商业电影，商业电影不忽视艺术价值，艺术电影也直接或间接以盈利为目的。在60、70年代，因为电视的出现、城市居住结构的变动、战后“婴儿潮”一代等因素导致电影观众的结构变动，好莱坞发生了无法通过市场预测制定制片方针的困难，这段时期，联艺、环球、米

高梅等电影公司通过制作小投资的实验电影和艺术电影投放市场,对观众市场进行预测。这次好莱坞的变动在几个方面产生了影响,一方面是《邦尼和克莱德》、《午夜牛郎》、《美国风情画》等一批实验风格的艺术电影的出现,史学家们称之为“好莱坞文艺复兴”;另一方面,电影公司根据票房市场的反馈情况,制定了分众电影策略和“巨片综合症”大制作(blockbuster)策略两种不同的制作和发行方针,从而在80年代初前后以《大白鲨》、《星球大战》、《夺宝奇兵》等一系列影片重新赢得观众,挽救了电影市场,并掌握了调控市场的主动权。

不可否认,好莱坞并不是对于每个艺术家来说都是天堂,正如好莱坞导演协会的会长、《一夜风流》的导演和制片人卡普拉所说:“在好莱坞,能够按照自己想法创作的导演没有几个。”这种艺术和商业之间的矛盾又体现在好莱坞的每部作品中。但这并不影响好莱坞仍能产生出上座率极高的电影。好莱坞的商业美学有着独到之处,它总能最大程度的激发观众的情感,“不同的感动、不同的心情、不同的看法去让每个观众起码在其中一段时间中感到快乐”。好莱坞电影的商业美学总是最大化观众对于电影情节的期待,它不是带领观众去发现什么,而是满足观众想看到什么。男女爱情、个人英雄、生活情趣等故事总是会突破来自阶级、现实中的困难,以团圆和胜利的结局使得观众感同身受。好莱坞的美学实践服务于商业目的,有意识地面对艺术和商业之间的矛盾。

美学、技术和商业之间的关系,是好莱坞电影也无法规避的内在矛盾。对于好莱坞来说,放映规范、观众、影片之间错综复杂的互动构成了商业电影的全部内容:如何保证在一块标准的银幕上——放映出统一规格的胶片——呈现出一个故事并满足观众的期待?不论是20世纪30、40年代的电影,还是21世纪初,这种关系对于好莱坞来说几乎没有什么改变。电影毫无疑问并非完全是一个金钱的问题,但电影工业观念确实深深影响着电影美学观念。

类型片概念是好莱坞商业电影中相对稳定的一套美学范畴,因为对于电影公司和研究者来说,这套范畴都可以有效的方法来应用。类型片并不是一种发明,而是经验的总结。对于制片厂来说,只有根据固定的类型范畴来制作电影,才能保证最大程度地满足观众对于电影的预期,同时对自己影片分类也是方便观众的选择。对于类型的分类鲜明地体现了商业和艺术的妥协,因为类型电影的制作使得电影就像流水线上的产品,让电影有了批量生产的可能性;而另一方面,每部类型电影和每种类型都具有自己的独特性,它拥有一定数量的类型视觉因素,对这些因素的组合是一个创造性的工作。电影类型随着观众兴趣的变化而发生变化,任何一种类型从理论上来说都是有生命的,只是某种类型的电影总是具有较长的生命力,例如爱情主题的电影;而有些类型的电影在经过一段时间而发生变形或死亡,例如西部片。对于制片厂来说,生产若干部类型片也许只是一个“生产季度”的计划,因为对于制片方针来说,通过类型片的分类,有利于形成自己独特的品牌形象和目标市场,

同时也削减了制作的成本。

而当代的商业电影在美学上的成就是独特的。随着《泰坦尼克号》等大制作电影的成功，“巨片综合症”大制作——全面发行模式(wide release)——多厅电影院这种新型的制作—发行—放映模式已经逐渐成为主流。一方面电影制作数量开始逐渐减少，再也不像大制片厂时代时期的每年上百部的批量生产，而是每年仅生产十几部的电影；而另一方面，在这种环境下，电影美学开始发生内容和形态上的变化。电影的叙事性因素开始减少，而景观式的镜头开始逐渐增多。长久以来，电影被普遍认为是一种叙事性的艺术，“怎么讲述一个两个小时的故事”这样一个来自亚里士多德《诗学》的观念根深蒂固。但故事和情节在电影中的重要性逐渐在丧失，而展现一段几分钟的奇观或者随意穿插附加故事成为当代电影发展的一个趋势。这种新的电影形态进一步拉大了电影和传统艺术间的距离，商业要求对于电影美学的改变显得随意但又不可改变。在这样一个失衡与平衡间的自我调整过程中，好莱坞商业美学正逐渐形成一种独立的形态。

(四)

对于国内的读者来说，这本书起到的是一种矫正的作用。随着电影市场的进一步发展和影碟市场的繁荣，观众对于电影的观念已经远远不是那种露天大院式的经验。电影对于观众来说，已经成为一种娱乐和艺术。新一代的电影观众逐渐成熟，但面临着电影产业发展的契机，观众对电影的评价标准和认识程度仍停留在对明星或者导演的喜好上，而对于主流商业电影和作为工作的电影的认识却显得片面和浮泛。

就内地、香港、台湾三地的华语电影来说，只有香港电影以其灵活的商业运作方式，在产业发展和类型模式上取得了一定的成功。对于众多的影迷来说，观影经验中都留有香港电影的印记。但是在国内的评论环境和理论研究中，对香港电影的引介却仍处于初级阶段，对香港电影的批评是失语的。在艺术电影和商业电影之间严格区分的传统观念，仍在某种程度上左右着人们对于当代电影的评论话语。这种声音失语和当前文化产业发展的状况是不符的，也正反映出当前人们对电影观念模糊的现状。

这种对于电影评论观念的模糊影响着电影工业的发展。观众缺乏正确的舆论导向和认识方法，就不知如何选择看电影的标准；制片公司不能正确预测电影市场的趋势，就无法制定良好回报的制片方针；创作者在制作方和观众两者之间无法找到合适的表达形式，影响了电影美学的形成。由于基本理念的无法厘清，电影工业自身的良性生态环境就无法形成，直接导致民族电影工业在外来竞争者的优势下逐渐灭亡。电影是一种软件产品，只有当它的市场越来越大的时候，边际利润才会越来越大。电影工业和电影市场的形成，是培养和保护的过程，而对“电影是什么”的

正确认识，是一个基本的起点。

本书通过对好莱坞的全面考察，为我们提供了一套系统完备的“电影是什么”的观念，有助于我们对于日常生活中电影的思考，有助于我们对自己的民族电影的判断。对于一般读者来说，可以重新看待好莱坞电影作为独特的娱乐方式，增加对于电影的知识；对于电影创作者来说，可以学习好莱坞式商业电影独特的艺术形式和规则；对于制片人来说，可以从好莱坞式的商业规则中，学习好莱坞的电影理念和运作方式；而对于理论家来说，可以通过对好莱坞特性的认识反思电影的历史和问题。借助这样一本数十万字的大著，向国内读者介绍一种全新的眼光看待日常的电影，对于中国电影产业的发展，不可说不是略有裨益。

致 谢

这本书的源起，一直是一项合作性事业，很多人在成书过程中作出过贡献。伊恩·克雷文(Ian Craven)和我在开始着手这本书的时候就把它作为一个合作性的项目，共同建构了它的概念体系。伊恩写了一些章节的草稿，并且本书很大程度上保留了我们之间最初确定的写作大纲的框架。

本书极大地受益于布莱克威尔出版公司匿名读者的批评性意见，他们促使我们对一些假设进行再思考。这里研究的一些问题同样也经过了我们的几届学生的检验和修订。通过他们的质疑和讨论，增进了我们对好莱坞多方面的理解。如果他们看到这里，他们中的很多人将会认出某个观点或术语在他们过去的讨论会中曾露出过第一缕曙光。

在本书写作的关键时刻，凯特·鲍尔斯(Kate Bowles)使这个难以驾驭的文本获得了一种秩序，并坚持认为我们应真实地说出我们想要说的话。当其他的一切遭到失败，凯特为我们找到论说的方式，特别在15章和16章的材料中，她重新修改了很多观点。鲁思·维西(Ruth Vasey)阅读和纠正了本文的6个版本，不时地做出改进。希望本书篇幅更短的读者可能永远也不知道他们应该多么感谢鲁思，因为鲁思坚持它不能更长了。对鲁思的感激之词需要一本书才能说完，在此我感谢她所做的每一件事情。

埃克塞特(Exeter)的朋友曾经阅读和聆听了本书中的一些观点，并在我备受考验的写作过程中对我提出了很多建议和支持，而且他们还大幅度地并不对这本书提出任何个人要求。我衷心地感谢斯图亚特·默里(Stuart Murray)，卡伦·爱德华兹(Karen Edwards)，安东尼·法瑟吉尔(Anthony Fothergill)，朱迪思·希金巴顿(Judith Higginbottom)，乔·希顿(Jo Seton)，迈克尔·伍德(Michael Wood)，理查德·布拉德伯里(Richard Bradbury)，彼得·夸特梅恩(Peter Quartermaine)，罗恩·坦普林(Ron Tamplin)，而尤其感谢米克·基德利(Mick Gidley)，因为他的友谊、引导，和作为学者和教师的典范。我还同样感谢埃克塞特英美研究学院同意我的学术休假，使我能完成本书的写作。因为商业观念在本书中占有中心位置，我由衷感谢提洛·伯里欧(Tino Balio)，大卫·波德威尔(David Bordwell)，玛丽-贝丝·哈拉洛维奇(Mary-Beth Haralovich)，李·雅科布(Lea Jacobs)，史蒂夫·尼尔(Steve Neale)，珍妮特·斯泰格尔(Janet Staiger)和克莉丝汀·汤普森(Kristin Thompson)。道格拉斯·马丁(Douglas Martin)帮助我编排了年表。

和其他学者的讨论还非常多，这体现在本书庞大的尾注中。这一研究工程的合