



外国电影研究：比较与借鉴

当代好莱坞： 电影风格与全球化市场策略

张爱华 著

CIP 中国电影出版社



HOLLYWOOD

C 外国电影研究：比较与借鉴

当代好莱坞： 电影风格与全球化 市场策略

张爱华 著

TOMMY LEE
JONES

JAVIER
BARDEM

JOSH
BROLIN

NO COUNTRY
FOR OLD MEN

CFP 中国电影出版社

2009 · 北京

图书在版编目 (CIP) 数据

当代好莱坞：电影风格与全球化市场策略 / 张爱华著.
—北京：中国电影出版社，2009. 1

(外国电影研究：比较与借鉴)

ISBN 978 - 7 - 106 - 02892 - 3

I. 当… II. 张… III. 好莱坞—电影事业—研究
IV. J997. 123

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 208094 号

当代好莱坞：电影风格与全球化市场策略

张爱华 著

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 2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/720 × 1000 毫米 1/16

印张/13.75 插页/2 字数/237 千字

印 数 1—3000 册

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 02892 - 3/J · 1020

定 价 36.00 元

序 言

90年代以来,电影研究的视点发生了巨大的转移,长期盛行的结构主义、符号学等理论运动的科学性在新时期受到了学术界的质疑和挑战,尤其在西方,随着多元社会的建构,一个前所未有的“跨学科”、“跨领域”、“跨民族”的研究正在大规模地展开。随之产生了一批以反权威为特征的理论观念,如“中观理论”和前面提到的“跨学科”理论等。近几年来,特别是随着经济全球化的深入,“跨地域”、“跨文化”的研究如日中天,发展迅速。这一方面显示着电影研究文化向全球化语境转向的新趋势,但同时也预示着这一领域内东西方间的相互了解和对话的重要性。

同样在中国,当我们今天漫步在北京的大街上,高高耸立的楼群不时向我们展示着万国风采,我们忽而会看到丰厚敦实的古希腊古罗马式的古典建筑和飞扬向上的哥特式建筑,不时又会是造型怪异的后现代楼群,蛋式,网式,样样皆有,万种风情相互交织,它们从另一角度向我们展示了一个新的国际交流对话世纪的到来。

有目共睹,全球化以来,中国的电影格局的确变化巨大。尤其90年代以来,随着好莱坞电影的进入,我国电影领域出现了一批新兴文化思潮,新兴文化的崛起对我国传统文化和电影电视市场不仅带来极大冲突,同时也带来了极大变化的动力。

回顾世纪之初,当中国电影市场受到了好莱坞的巨大冲击时,我们的电影学者曾万般恐慌和困惑,李亦中先生在他最近发表的“竞争性合作:‘入世’后中美电影业交互态势分析”中,非常生动地描绘了2001年中国电影专家学者聚会京城参加“走向新世纪:中国电影态势学术研讨会”当时所呈现的“悲壮”气氛。几年过去了,回望全球化以来中国电影业的变化,我们发现中国电影产业不仅没有趴下,反而在好莱坞的挑战和对话中迅速成长。我们必须看到这样一个事实:好莱坞是冲击,但好莱坞又是挑战和动力。

虽然它积压了我们国产电影的生存空间,但它有效地激活了中国的电影市场。中美电影的较量和互动使得国内电影创作者的创作技术与艺术水平得到了迅速的提高。

近期在电影制作中,一种微妙的中美风格的混合程式也正在流行中,我们看到东西方文化交织渗透,互为作用,尤其呈现在近期的大片制作热潮中。正像“Rap”这个黑人与白人的杂交音乐形式一样,它既标榜着美国黑人的自我意识,又象征着美国主流流行音乐的进程。后现代文化学者 Gloria Anzaldua 称这种现象为“新混血儿”现象。用后殖民主义批评家 Homi Bhabha 的话来说,这种互动创造了一种文化杂交性的“第三空间”,代表的决不是简单的复制而是对原生态的一种更新和再造。

同时,好莱坞丰厚的市场经营经验带给了我国运营机制以无限的灵感,尤其为国产电影的市场营销提供了诸多可借鉴的经验。好莱坞的影片是高度市场化的工业产品,关于影片的每一项运作都是商业化行为,对于国产电影来说,这些无疑有着巨大的参考意义。近几年来我们的变化是有目共睹的,前不久,连美国电影协会主席丹格里克曼先生也不得不承认近年来中国电影业整合的成功,尤其他赞扬我们的《卧虎藏龙》、《大腕》、《英雄》、《手机》、《十面埋伏》、《天下无贼》、《功夫》等影片在美国电影市场的运作机制。

从抵制好莱坞到以更加理性的姿态参与国际市场上的互动竞争,我们很多学者现在都承认这样一个事实,如果没有好莱坞的进入和挑战,中国的电影市场不会有这样迅速的进步和发展。正是经历了剧烈的竞争与较量,合作与对话,中国电影才能从茫然中走向今天的繁荣。当本土遭遇国际,我们的对应策略就是要坚持中国电影业的跨国对话。美国比较学会近几年的年度报告也一再提倡“跨文化”研究,以“跨文化”的角度来检查中美电影的当下发展态势与现状,我们就不难看到我们的差异性、互动性与共通性的东西。

那么在中美电影互动与对话中,我们未来的对应策略是什么?如何立足本土,创造一个强大的中国民族电影产业?正是基于这一战略考虑,我将当代好莱坞电影市场经营的新模式和创作趋势作为本项目研究的主要框架,针对好莱坞 90 年代以来神速全球化这一现象,探讨好莱坞近年来电影风格与全球化市场战略转变。我关注的是经济全球化,尤其是好莱坞对全球大众文化的形成产生着哪些关键效应?采用了哪些行之有效的经营模式和策略?如何又反过来会影响到我们电影的教育与创作。最后将通过美国电影市场整体的分析与对比研究去探索中国电影“跨民族”对话的必要性。

第一章《演变中的好莱坞:当前的产业特征与困境》从好莱坞的产业兼并与交叉运营情况分析美国电影中的危机与未来发展态势。虽然近些年来好莱坞在商业运作方面取得了极大成功,但其艺术质量与创意却逐年下降。作品简单而没深度,在电影市场上流行的是大量的续集片,买进他国的成功片或重拍片,而原创作品越来越少,当大众电影一味追求商业利益时,就自然会脱离社会现实,远离对艺术性的追求。这两年反对将电影变成厮杀场地的呼声愈来愈高,尤其“911”后,近期国内的精神危机的加重,中小级的作品开始转向人文关怀主题内容,而这类影片也越来越受到欢迎。这应该对中国专热衷大片制作的导演是个启迪。另一方面揭示了面对伊拉克战争,好莱坞面临的选择与困境。

第二章《感悟“X世代”电影——美国新锐电影风格研究》追踪了新近出现的新锐美国电影群体,他们的个性风格与创作取向。他们以新颖的政治、社会美学价值、独立的电影精神和政治倾向、边缘人的姿态、暴烈的语言,试图在这好莱坞电影霸权的王国中寻找一条崭新的道路。无论在主题内容还是叙述模式都表现了大胆的突破和锐意创新,勇敢探讨人类生存中的共性问题,这批年轻人被称为“X世代”电影人。该论文探讨了“X世代”成长的特殊历史文化背景及新锐意识的形成因素,并剖析了他们共有的电影风格特征。

第三章《与时共舞:美国电影档期研究》指出电影档期问题是近期人们颇感兴趣的话题,长期以来好莱坞在市场营销和竞争中,使其形成了一种特殊的文化语境。众所周知,美国电影生产的一切手段和模式的最终目的都是为了谋取最大的票房利益。伴随着90年代以来电影市场的迅速发展,好莱坞在市场运作中建构了一整套高度成熟、精密严谨的生产营销组织体系,而电影档期则在他们的营销运作中扮演着极为重要的角色。本文旨在通过对美国电影档期的研究,历史地呈现美国电影票房与不同电影档期的互动关系,从而揭示出有关的营销策略,以期对我国今后电影产业建设的观念和意识能有所启发。

第十一章《美国如何创造了电影全球性扩张的神话:好莱坞成功的电影营销策略分析》分析了90年代以来,中国电影产业进入全球化的竞争时代,好莱坞凭借其雄厚的产业实力和一系列成熟的运营机制,全速占领世界电影市场,那么,中国电影市场运作是否可以借鉴好莱坞成功的电影营销策略解决目前产业发展的症结,即是本文的第一诉求。本文通过对中美电影营销理论与实践进行比较研究,以电影《超人总动员》、《英雄》、《一个陌生女人的来信》等为实证分析,在分析其产业特征的基础上,结合产业经济

学、电影理论、管理学、营销学等学术理论,指出好莱坞成功的电影营销策略,提出未来中国电影营销必然采取的三大战略,以提高我国电影产业的竞争性,推动全球化背景下的中国电影产业迅速发展。

其他文章从经济、社会的不同层面分析了 90 年代以来好莱坞对全球大众文化和电影市场形成产生的关键效应,揭示了他们采用的一系列新的成功的经营模式和策略。此外,还重点分析高科技时代的美国电影形态,我们的研究涵盖变化中的世界电影文化环境;数码科技时代的新电影制作和电影观念;数字电影风格的形成的特点。最后部分将讨论在全球化传媒环境中好莱坞文化帝国主义的形成,将重点探索其产业结构,商业运作及流通模式,从中把握其发展脉络和走势。

从教育的层面,当代好莱坞电影的研究为我们的学生和学术领域提供了最前沿的学术话题,对新锐美国电影的研究和国际化思考。21 世纪是交流、参与和竞争的世纪,具有鲜明的开放性和交流性,这就要求我们培养一批具有适合时代要求的新型电影人才。他们必须具有创新素质,独特的思维能力和开创精神。更重要的是要具有交叉复合的知识结构和现代电影意识。当代新好莱坞电影的研究将向他们提供一种新式的国际电影语境和思考,通过对比研究加深我们在新形势下对彼此电影观念和创作技能及走向的认识和交流,这将有利于培养 21 世纪的新型电影人才。

美国学者 Thomas Elsaesser 在《不宣而战:好莱坞 VS 全世界》里面讲到,抵御好莱坞电影工业对国际电影市场控制的最好的方法是与之建立一种对话。实际上,无论是李安、吴宇森,还是张艺谋都以自己不同的方式积极参与到这个国际对话中来了,他们在与好莱坞的合作互动中不仅展示了中国文化,同时还引进了好莱坞的技术和制作方法。所以,如何在文化焦虑中寻求中美文化融合,在国际化的合作中加强对话,提高我们的创作水平,是我们当下应该讨论并关注的问题。

目 录

序言	1
第一章 演变中的好莱坞:当前的产业特征与困境	1
第二章 感悟美国“X 世代”电影——美国新锐电影风格研究	11
第三章 与时共舞:美国电影档期研究	27
第四章 好莱坞六大电影公司的发展及策略	35
第五章 从中美电影的比较分析中看中美数字特技制作的差异	47
第六章 好莱坞的看门功:从《泰坦尼克号》逼真效果看其电影的观赏性	63
第七章 迪斯尼经营与创作模式的启示	79
第八章 好莱坞未来潜意识的情景再造途径	91
第九章 抢滩:好莱坞游戏电影风潮	103
第十章 好莱坞近期的灾难片与危机意识:灾难片模式探索	115
第十一章 美国如何创造了电影全球性扩张的神话:好莱坞成功的电影营销策略分析	131
第十二章 从小成本走来的米拉麦克斯公司	179

第一章

演变中的好莱坞：当前的产业特征与困境

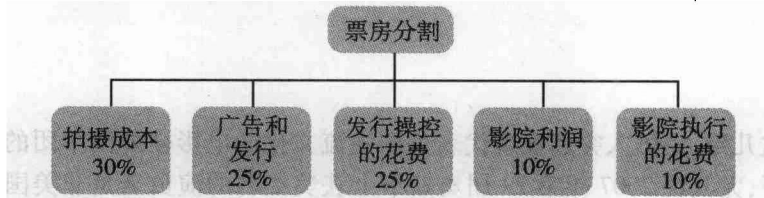
这几年,美国人突然发现代表美国主流文化的电影被外国军团的面孔淹没了,尤其在 2007 年第 79 届奥斯卡上获奖提名的演员全是非美国本土的演员,那届奥斯卡还出现这样一个令人无法忽视的重大趋势:在获得最佳影片提名的五部影片中,没有任何一部影片是在好莱坞完成拍摄的。很多富有创新性的电影,往往来自美国以外的市场。难怪有业内人士惊呼:好莱坞还仍然是美国的吗?的确,好莱坞今非昔比,已发生了脱胎换骨的变化。

自 20 世纪 80 年代以来,随着社会政治文化和科学技术的急剧变化,全球娱乐产业的格局也发生着巨大的变化,如今的好莱坞处于核心地位的电影公司已经从八家演变成六家大公司,它们 30 年来遭遇了风风雨雨,解体与再组,虽然依然是今天世界电影领域无法撼动的娱乐帝国,但其发展模式正在发生着微妙的改变,我们要特别关注。追其根,我们不得不首先谈及市场利润问题。

一、产业兼并与整合背后的动力

80 年代,好莱坞跌入了有史以来的第二次低谷,大批电影院关门倒闭,这期间原因种种,但主要原因是录像带的出现与普及极大地重击了电影市场。家庭录像带和有线电视的利润已经超过了票房利润。从那时起,大部分的钱是从电影录像带以及有线电视市场上赚来的,而不是来自全国影院的售票处。进入 90 年代后情况更不敢想象,《史瑞克》的国内总票房收入约为 26800 万美元,但是却从 VHS\DVD 的销售和出租中赚到了 47000 万美元。DVD 市场实际上在创造着巨额利润。《蜘蛛侠》在家庭录像发放的第一周就卖了 14500 万美元的 DVD。这导致深陷在经济危机泥潭中的各电影公司不得不考虑产业格局的重新整合问题。

为了解释这个现象,让我们先看一下美国电影从制作到发行中的利润列表,思考一下当你买了票后钱都流向哪儿去了?对于每一美元,剧院留下10%的钱用来支付它的执行费用,另外10%为它的收益,发行方留下25%作为执行费用(发行方操控全球的剧院组织),一部电影的广告和发行将会消耗掉票房收入的25%。最后留下了大约30%的拍摄成本费用,那以后才能开始产生利润。然而,在今天这个平均花费已经接近5000万的时代,那些30%的收入很难能够支付这笔花费。



高价的明星们索取总收入的一定份额进一步削减了那些本应是利润的收益。例如《K-19》,影星哈里森福特挣了2500万美元为片酬以及额外的20%的总收入。而且,制作公司经常依赖外部投资来支援制作费,并且那些利益参与者们将会在制作公司看到影片利润前就得到了利益。《终结者3》的总收入的一半都被投资人拿走了!那事实上是说,加上影片庞大的制作费——两亿美元,实际上这部影片没有获得任何收益。尽管电影业看起来很火,市场很活跃,但昂贵的电影制作费和发行费给影院收入留下的是微薄的利润。出于这个原因,好莱坞必须另寻市场和合作伙伴以获取更大的收入。

恰恰在80年代,外国资本适时地出现了。一家意大利金融财团收购了米高梅;著名的澳洲传媒大亨默多克的新闻集团收购了福克斯;日本索尼公司收购了哥伦比亚公司以及后来的三星公司;加拿大的酒业巨头西格玛收购了环球;后者又被法国媒体巨头维旺迪后来购并。

除了海外军团的收购,外国直接投资拍片的增长十分迅速。从1977年到1993年,外国在美国电影业的资产增长了271.1倍,销售增长了233.1倍。但是,这些外国投资的绝大部分只是证券、股票等的买卖,也就是说,对电影生产和内容的控制权仍然掌握在美国人手中。

兼并风潮中自然有美国公司。1989年美国最大的出版公司——时代,兼并了华纳通讯公司而成为当时世界第一大出版公司。1995年他们又组建了“时代——华纳娱乐公司”,旗下不仅有电视制作公司还有目前表现最为出色的HBO和Cinemax有线电视频道,而因此跃升为美国屈指可数的大电视集团公司。刚刚进入21世纪,他们又带给世界一个爆炸性的新闻,当

时美国最大的电脑网——美国在线和时代华纳宣布合并而成立美国在线时代华纳公司。它标志着一个多种媒体的融合与合作时代的到来。美国也修改了法律放宽了限制,与此同时,2002 年全球网络游戏总产值达到 310 亿,超过电影成为世界娱乐业的领先产业。对于绝大多数电影制作业来说,单靠影片的票房收入已很难收回制片和发行的成本。因此,录像带市场、有线电视、卫星电视、广告、网络等其他发行和销售市场,以及交叉开发和出售电影的周边商品,已经成为电影业的生命线。

二、目前好莱坞娱乐产业的经营模式

案例 1:美国在线时代华纳

华纳兄弟公司现在属于美国在线时代华纳公司,后者现在是全世界最大的媒体娱乐公司。好莱坞电影仅仅是美国在线时代华纳公司控制的众多娱乐传媒中的一支,它包括六大核心区域:美国在线(互动网络、网络所有权、互联网技术以及电子商务服务),电影娱乐产业(电影制作),电视网(有线电视以及广播网的节目),有线公司(有线电视系统的硬件服务),音乐(音乐唱片制作以及发行),出版业(书籍和杂志的直接市场)。即美国在线,电影娱乐产业,电视网,有线电视公司,音乐唱片公司和出版业。

娱乐产业包括华纳兄弟的电影制作、发行公司以及小一些的电影公司——新线电影公司和卡斯特洛克娱乐公司。华纳家庭录像公司向下游周边市场出品华纳兄弟、新线和卡斯特洛克的电影录像带。华纳家庭录像带公司是众多发行 DVD 格式的录像产业的龙头老大,到 2002 年已经发行了 900 部 DVD,其中包括《骇客帝国》,为其带来 1100 万美元的利润。

华纳兄弟公司的电视产业《老友记》是全世界电视节目的主要发行公司,涉及 175 个国家和 40 余种语言。他们拥有一个发行电视节目系统的资源库,其中包括 6500 部电影,36000 部电视节目,以及 14000 部卡通动画片。华纳兄弟公司的电视网掌握了全美 90% 的家庭从周日到周四晚间约 11 小时的系列节目。为了管理有线电视网络的节目,华纳兄弟拥有 TBS、TNT、CNN、CNN 国际、特纳经典电影、美国卫星电视等的控制权,这使时代华纳拥有美国有线电视节目市场的主导供应权。以 CNN 为例,它拥有 8500 万美元的订阅客户,而 TBS 则拥有 8700 万的客户。

这个娱乐产业集团同样也包括华纳兄弟公司的消费产品制造产业,它授权电影角色的商标图案给零售商和商品制造商,如《蝙蝠侠》、《哈利·波

特》的一系列商品。

华纳兄弟公司同样也拥有电影院,分布在七个国家拥有 800 余个放映厅。比如中国很流行的万达华纳影院。另外,音乐唱片公司和制作公司的控制权也掌握在华纳兄弟公司的手中。出版业则操控包括 139 种杂志及书籍,其中的著名品牌包括《时代》、《人物》、《娱乐周刊》等。

美国在线操控两家世界性的网络服务公司,美国在线音乐版权以及网络投资公司,包括电影票服务和美国在线的瞬时信息服务。

从这些简单的描述中我们可以得出,美国在线时代华纳创造了媒体节目并且控制了将节目传达给受众的发行渠道系统(网络、剧院、录像、有线电视和广播节目)。这种多样性都有哪些有利之处呢?一个好处是,美国在线时代华纳可以在其他相关利益的商业运作里来补贴旗下任何一个商业领域的损失,这个主要的优点也意味着时代华纳可以把它旗下跨越广泛媒介市场产业的表现所得的利润全部收入囊中。华纳的策略也是其他几大公司的主要发展方向。

因此,不管《哈利·波特》和《蝙蝠侠》的角色是怎样出现的——作为一部电影、一本唱片集、一本书、家庭录像带、漫画书或者玩具模型和游戏——美国在线时代华纳确保了一个稳定的金钱来源。电影的剧院票房收入在今天已经无法承担高额的电影制作费用了。出于这样的原因,好莱坞的大部分产业已涉猎不同媒体公司,这成了大制作电影为电影产业赢得利润的唯一方法了。

案例 2:迪斯尼

兼并风云中表现出色的还有迪斯尼公司,他们早在 1993 年就将美国独立电影业中成绩显赫的米拉麦克斯电影公司纳入旗下,90 年代中期,他们又以 192 亿美元吞并了当时经济上遇到困难 ABC 广播公司,这意味着全美第一大电视网从此并入了全美最有创造力的电影公司。ABC 家庭为导向的战略和网络使迪斯尼的电影电视节目得到了优先播放权,同时也使 ABC 在竞争中独占优势。此外,ABC 公司使迪斯尼一下子拥有了该公司带来的 10 家电视台,7 家报纸,25% 的电视观众。目前,它旗下还有 6 家电影制片公司:迪斯尼电影制作公司(DisneyFilm Studio),好莱坞电影公司(Hollywood Pictures),米拉麦克斯电影公司(Miramax,原创办人已离开),塔奇斯通电影公司(TouchStoneCo,国内翻译成试金石电影公司),地平线电影公司(Dimension Films)和皮克斯(Pixar)。而迪斯尼早已超越其单纯动画制作的领域,电影、电视、网络、出版发行的多媒体互动与主题公园、旅游业、衍生产

品的交叉运作成了迪斯尼取得各种利润的最大保证。

以其名下的著名动画片《狮子王》为例，该片在电影电视出版领域取得了 50 亿的好成绩以后（包括 5800 万个 VCD 的出售），又在卡通玩具服装等衍生产品领域获得 70 亿美元的销售收入。同时还不惜花大钱雇佣大牌明星、歌手，为其动画配音插曲。众所周知，迪斯尼的动画插曲是非常考究的，艾顿为《狮子王》高歌一曲《今夜你能感受我的爱吗》，休斯顿为《埃及王子》高歌的动人旋律都引起过巨大的轰动，不仅为动画增光加色，也被制成了畅销唱片。这使迪斯尼不仅能在动画片上，同时也在其衍生产品唱片上，又多赚了一笔。此外，还有迪斯尼通过版权出售带来的利润惊喜。

作为 1993 年世界上最卖座的电影，《侏罗纪公园》的表现提供给我们一个产品授权的成功案例。侏罗纪公园的相关产品包括：冰激凌、冷冻比萨、点心、果汁……以及非有不可的玩具恐龙。另外，视频录像带及电脑游戏也占商品营销的绝大部分。大洋软件公司花费 200 万美元取得《侏罗纪公园》视频游戏的首发权。在法国，这部电影在 10 月 20 日放映，而到了 12 月，大洋软件公司就已经在法国卖出了 250000 美元的视频游戏。《侏罗纪公园》刚开始放映时，以其为主题的电脑游戏、食品、服装、书籍、玩具等的火爆销售是那样的令人震惊，以至于 MCA 环球（电影制作的联合公司）的负责全球商品推广的副总裁预测说，《侏罗纪公园》相关商品的全球销售将会彻底超过美国的国内销售。

正是由于诸媒体的联合与互动造就了一个新的好莱坞，一个拥有巨大娱乐文化产业的国际娱乐巨人。在全球化语境中，它营造出一种独特的文化生态和运作方式。这不仅意味着这个世纪文化艺术的发展与繁荣，也揭示了一个目前新的国际娱乐资本发展的趋势向着新的垄断阶段发展。目前这种兼并风潮越演越烈，已延伸到各种区域，一不留神，小鱼就会被另一条大鱼吃掉，如昔日辉煌的米高梅自 80 年代至今已被出售 5 次之多，不断地更换东家，目前在索尼旗下。

现在的好莱坞的主流片商只有 6 家，也就是美国电影协会（MPAA）目前的 6 个成员：索尼影业（Sony/Columbia）（包括米高梅（MGM/UA））、福克斯（20th Century Fox）、迪斯尼（Disney/Buena Vista）、华纳（Warner Bros.）、派拉蒙（Paramount）、环球（Universal）。

这些影片公司分别属于时代华纳（Time Warner Inc.）、迪斯尼（The Walt Disney Co.）、新闻集团（News Corp.）、维亚康姆（Viacom Inc.）、索尼公司（Sony Corp.）和通用电器（General Electric Co.）等世界级传媒集团。

整合后的好莱坞也的确焕发出了新的生命力，不仅使它经济上具有强

大的实力,同时分担了各种风险,也因此使好莱坞最终摆脱了 80 年代中期的困境走向 90 年代的复苏繁荣。据美国商业报报道,1997 年随着《泰坦尼克号》的成功,好莱坞年收入高达 360 亿美元。1998 年当时任美国好莱坞电影协会主席的萨姆纳·瑞德斯通在一次有关美国电影工业未来发展的探讨会上发表了长篇演讲,他指出了 4 个好莱坞未来发展的重点:即经济重点,市场重点,科技重点和名牌重点。这些“重点”很好地诠释了好莱坞之后所采取的一系列策略。

显然,经济是他们的重中之重。好莱坞组建的初衷就是为了赚钱。《泰坦尼克号》使美国娱乐巨头们看到一片极具潜力的国际市场,也加速导致其资金的重心转移。他们在把握国内的市场外便将重点放到了全球市场。其策略种种,最主要是在世界各地建立自己的电影跨国集团,加速资本的国际流动网络,从而达到操控全球文化娱乐市场的目的。他们进入亚洲与进入欧洲的手段相同,均通过合拍和买断发行权的手段开始的。此外,还协助当地建立美国式的多室放映厅,包括在中国,因为他们知道每一个放映室对他们就意味一块金砖。据统计,自 20 世纪 90 年代以来世界最卖座的 100 部影片均是好莱坞影片,全球市场的 90% 利润也自然流入他们的口袋之中。

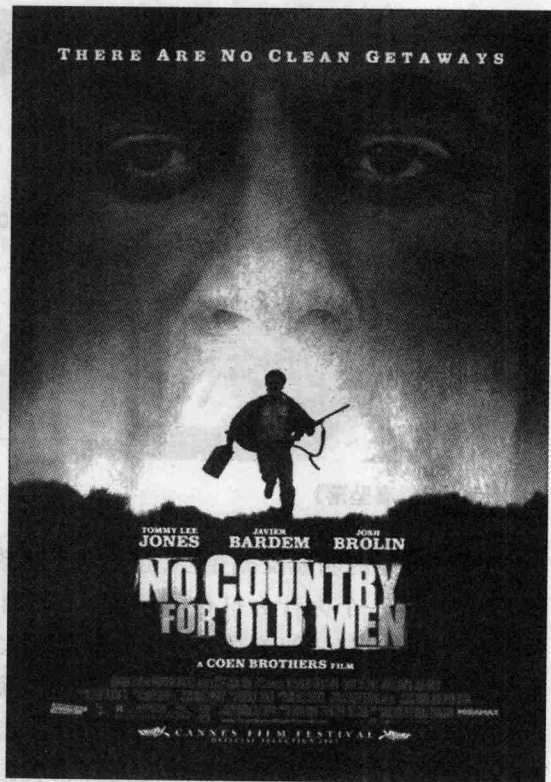
兼并后的美国各大媒体集团凭藉着自己经济强势正以惊人的速度向全球扩张。他们拥有美国主要的电影厂、全部电视网、全球 80%—85% 的音乐市场、卫星和报业出版业。凭借雄厚的实力,好莱坞已在世界各地迅速组建其子公司,一则寻觅新的机遇,二则形成一统天下的制作网。其多数子公司集中在欧洲,现在英国多数电影制作公司都属于美国人,虽然他们的股东也许分散各地,但控制权在美国人手里。由于“911”,北欧和一些国家近来开始抵制美国文化。《新周刊》报道,德国正在刮本土文化之风,但有意思的是,由于好莱坞发展强劲,德国的富商们还是愿意将钱投入好莱坞。这几年好莱坞在世界各地的子公司成倍增长,他们的利润也百倍增长。

三、目前的困境

滚雪球式的合并潮使美国电影公司完全托拉斯化,导致集团体系中懂电影创作的人越来越少,目前只占 20% 的比例,业内不懂电影的管电影的情况越发严重。正如吴宇森在北京电影学院的报告中讲的那样,越来越多的官僚作风正在不断地扼杀艺术创造力。虽然近些年来好莱坞在商业运作方面取得了极大成功,但其艺术质量与创意却逐年下降。学术界公开指出

“911”后娱乐业整体表现令人失望，作品简单而没深度，陈套而无创意。在电影市场上流行的是大量的科幻、传说或者动作片与续集片。原创作品越来越少，甚至目前买国外畅销片成为风潮，再拍成美国版，如2007年的奥斯卡获奖片《无间道风云》。人们对美国电影公司发展策略开始担忧，这样发展的最终结果是使好莱坞电影丧失了定位点，有人甚至担心好莱坞这块曾经生产过数百部世界经典电影的地方将会在不久的将来成为人文沙漠。

此外，一向以美国人为中心的好莱坞电影文化自全球化以来变调了。有一些美国人质问媒体为什么在自己的屋檐下要看法国人的故事，墨西哥人的故事，西班牙人的故事。他们现在不但要知道如何分清马奈和莫奈的画不一样，还要学会了解第三世界的人与生活。“911”以后美国人特别盼望能有人文气息浓厚的本地影片抚慰他们的精神，但事实令他们沮丧。我们的确不能忽视“911”的影响，此次恐怖事件如同一颗重磅炸弹炸掉美国人的骄傲。从某种程度上讲，这次事件不但撞毁了美国人的精神大厦，而且撞击了他们的自信；不但撞击了经济，还撞击了他们的安全感。在接下来的漫长反恐的斗争中我们看到了美国人的困惑、迷茫、压力及灾难所引发的自闭症、焦虑症、忧郁症以及仇恨、多疑等心理扭曲。这些都反映在一批优秀的电影作品中，如《迷失东京》、《撞击》、《搏击俱乐部》、《巴别塔》、《杯酒人生》和今年获奥斯卡最佳影片奖的《老人无依》等。后者不仅展示了老无所依的社会现象，还触及了人性与道德的退化问题。影片自始至终充满了命运无法把握的悲观宿命感和对社会的不信任，充满凄凉与血腥，目前这种诙谐的情绪正在美国蔓延，充分展示了“911”所带来的深远伤害。



影片《老无所依》

“911”以后,美国以布什为代表的右倾政治势力开始占上风,发动了对伊拉克的战争以雪其国耻,并对国内持正义的民主声音进行打压。非正义的伊拉克战争,使好莱坞患上了失语症,在很长一段时间内,除迈克尔·摩尔(Michael Moore)的《华氏911》外,没有一部正面反映这次海湾战争的影片,米勒麦克斯公司在发行这部记录片的过程中也经历了磨难,他们的东家迪斯尼因怕招惹布什政府坚决反对,迫使米勒麦克斯公司的总裁最后绕过迪斯尼自行发行了该片。该片一周内拿下1亿票房。但本事件让我们再次看清好莱坞与政治有多么紧密的关系。

在伊拉克战争的头几年中,好莱坞推出了大批战争史诗片,如:《特洛伊》、《亚瑟王》和《魔戒三部曲:国王的归来》等影片。有趣的是它们的故事都远离现代,虽能借古颂今,张扬勇敢的兵团精神,但也表露出好莱坞的迷茫及暧昧态度。在民主派和共和派几乎各占一半的好莱坞目前也充满了暗下的较量。

由于反战呼声随着死伤人数的上涨此起彼伏,哥伦比亚公司2002年推



影片《黑鹰坠落》

出一部另类作品《黑鹰坠落》,它没有直接描写伊拉克战争,而是描写美军1994年抓捕索马里军阀艾迪德时所引发的一场艰苦战斗。由于战前情报失误,不足百人的美军面对人数超过5000的索马里民兵,陷入了一场残酷血腥的巷战,最后以美军失败告终。此片没有

《红色警戒》里的明显反战企图,也没有《拯救大兵瑞恩》里的强烈爱国情操,但提出了一个为什么打仗的问题。《黑鹰坠落》投放市场后好评如潮,从本质上说,一部记叙美军大失败的电影极大地迎合了大众反战的情绪,但立刻让那些电影制片厂的权威们出尽冷汗,感到不知所措。

2003年华纳公司推出了《最后的武士》,这不只是一部好莱坞全球化经典作品那么简单,它通过内森向世人宣布美国人带给第三国家的是正义和文明,可见用心之良苦。

随着伊拉克局势趋于恶化,2005年后,批判现实主义开始占据上风。就连原本没多少争议的第一次海湾战争,也在这一年被山姆·门德斯的影片《锅盖头》大加挖苦。2007年之后,更多反战作品问世,例如2008年的好莱坞新片《拒绝再战》。该片描述了美军士兵从伊拉克战场回到了他位于德州的家乡小镇,虽然将战争抛到了身后,可是布兰登和史蒂夫并没有摆脱掉伊拉克的阴影,在醉酒后的怒骂、逐渐破碎的婚姻关系以及已经变质的友谊当中,我们看到了压抑在他们心中的恶魔是如何影响着他们的。这个时候,又一件意想不到的事情发生了,布兰登收到了军队要求他继续回伊拉克服兵役的命令,正在努力让生活重回正轨的布兰登觉得自己的世界彻底地颠覆了,最后决定违抗命令。他穿越了整个国家,做了一个不折不扣的逃亡者。

另一部值得提及的有关伊拉克战争题材的影片是2008年由卡麦隆前妻凯瑟琳·毕格罗导演的《拆弹部队》,现已被选入2008年第65届威尼斯电影节的主赛单元,该影片讲述了驻伊美军和地方反叛部队的残酷斗争,美军战士时刻面临致命炸弹的威胁,呈现了他们的痛苦与无奈。

对入侵伊拉克的问题,多数美国人感到非常困惑,也是好莱坞的烫手山芋。在民主正义与国家民族主义冲突的选择中,作为导演,他们只有透过这些片子反映他们这一代人对战争和战争片的不同甚至相矛盾的态度。目前出现了一个值得我们注意的趋势:业内对波斯湾战争的反思似乎又回到了70—80年代新好莱坞时期电影人对越战批评的模式中,批评战争的呼声越发强烈。无论如何,“911”已成了好莱坞挥之不去的阴影。在近期一部分优秀的影片中我们看到了美国人的困惑,也目睹了好莱坞转型后的困境。