

# 好萊塢

# 電影

## 替

## 工

## 廠

李达义 © 编著



打开好莱坞的聚光灯  
谁拍谁替的残酷拍搏  
由替身系统到偷拍内幕  
由好莱坞的四年战争到好莱坞  
巨片的秘密：发行与放映  
新好莱坞的游戏规则

中国青年出版社

好莱坞

电影

李达义 编著

梦工场

(京)新登字 083 号

责任编辑：顾 申

封面设计：许 欣

图书在版编目 (CIP) 数据

好莱坞电影梦工厂/李达义编著. - 北京: 中国青年出版社, 2001

ISBN 7-5006-4430-2

I. 好… II. 李… III. 好莱坞 - 简介  
IV. J997.123

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 048821 号

中国青年出版社出版发行

社址: 北京东四 12 条 21 号 邮政编码: 100708

网址: [www.cyp.com.cn](http://www.cyp.com.cn)

电话: (010) 84033352

北京颐航印刷厂印刷 新华书店经销

\*

850×1168 毫米 1/32 5.5 印张 110 千字

2001 年 8 月北京第 1 版 2001 年 8 月北京第 1 次印刷

印数: 1—5000 册 定价: 12.00 元

ISBN 7-5006-4430-2/J·449

## 序

我和你们一样，是看好莱坞电影长大的。

小学时，叔叔带我去西门町看《洛基第二集》，从来没看过拳击赛，也不懂拳赛规则的我，不仅在看电影时紧握着双拳，仿佛自己化身为电影中的席尔维斯·史泰龙，承受着对手排山倒海而来的重拳；看完电影后回到学校更想像自己就是席尔维斯·史泰龙，拼命找同学挑战。当然为此我付出了被老师罚站的代价，不过就算罚站时，电影中席尔维斯·史泰龙为东山再起，在海滩奋力练跑锻炼体力的一幕，仍在我心中不断重演。

是的，好莱坞电影就是这样，在我们还对电影、对人事懵懂未知时，就悄悄地攫取了我们的的心灵、一砖一瓦地合力建构我们对这个世界的想像。事实上不仅时下的电影消费主力族群——年轻人深受其影响，年纪在四五十岁上下的这一辈，心灵受好莱坞电影洗礼的情况，恐怕是有过之而无不及：对许多中产家庭默默耕耘的父亲来说，《北非谍影》中，亨佛莱·鲍嘉牺牲自己、成全爱人幸福的酷样，是他们对男性在爱情关系所扮演角色最浪漫的想像。当然除了亨佛莱·鲍嘉，葛





雷哥·莱毕克、詹姆斯·史都华或买利·古柏等人，都各有一票拥护者，他们不像时下青少年喜欢偶像就要冲上亲到、摸到才算，不过在他们心里，永远有一个落是为好莱坞明星所保留着。

今天社会上大多数人：“走！看电影去。”一般指的是“去看好莱坞电影”。美国电影挟其雄厚的资本、令人目眩神迷的光影特效，以及好莱坞近一百年来所发展出独特的说故事技巧，经过精密的计算，包装成一个个九十分钟的梦想，贩卖给所有爱做梦的影迷。关于做“好莱坞梦”另一个吊诡(paradox)是：别当真，那只是电影！问题是，如果我们没把电影当真的话，那谁还爱看电影呢？而且好莱坞电影技法的秘密，就是要观众把故事情节“当真”。没错，我们是不在电影的故事当中，不过当电影院灯光渐暗、大银幕泛起另一个世界的第一道光，一个真实的世界就在我们的想像空间中成形。也惟有我们把这个世界“当真”，观影的乐趣才开始蔓延。而事实上这“想像中的真实”，正是人类思维认识世界的重要方式，例如回忆。所谓回忆，其实就是在脑中播映过去的事件，但是由于时间的绝对性，我们永远没法再身处

那事件中,但我们从没听到人说:“嘿!别把回忆当真。”所以如果我们对某部电影念念不忘,代表我们已经将那“想像中的真实”内化成意识的一部分。其实它就像回忆一样(回忆也只是记住对我们有意义的吉光片羽,谁能记住过去所有的事呢?)是我们认识当下的“分类手册”,然后意识再根据手册上的分类,把“经历”变成“回忆”,强化(多半是强化)、更改或销毁这本手册。

这就是好莱坞电影使“美梦成真”的真正威力,在过去100年中,好莱坞不但打造出“美国梦”,进入80年代这“美国梦”更有全球化的倾向,我们看到“铁达尼号”式的爱情观普遍深植人心;马英九市长在西门町扮妆秀上,身穿星际大战舰长制服,象征领导者带领台北市进入21世纪。消费主义(consumerism)已经从美国资本主义社会的专利变成统一世界的新语言,这其中好莱坞电影居功厥伟。问题是,好莱坞电影打造出来的是“美国梦”,它真的适合只能在边陲地带抬头遥望好莱坞星光的台湾人吗?又或者,我们好像应该花点心思,多了解这“美国梦”是如何打造出来的。

如果盲目崇拜好莱坞电影是一种精神官能症



248853

OIVE

的话,盲目贬抑好莱坞电影,将艺术和商业对立,就是一种精神躁郁症,它反应的是我们自己对国产片前途、对心无负担地接受观影乐趣的不确定心态。没错!二次战后美国以外的许多电影运动,都是冲着好莱坞电影而来,但正由于好莱坞电影像一块吸力极强的磁铁,牢牢吸住全世界电影青年的目光(你知道楚浮看希区考克的《迷魂计》看了几次吗?),他们才努力地要挣脱好莱坞的枷锁。所以这些重要的电影运动,在某种程度上皆是与好莱坞电影的一种对话,如果不了解好莱坞电影,是根本无从了解这些状似高深的“艺术电影”。

在变妆秀和模仿秀塞满综艺节目的台湾社会,人们最大的乐趣就是宣称:“我不是我!”,而从未与民间真正结合过的学界,似乎也暗暗以“后现代的去主体性”,夹道迎接民间社会后现代共和国的来临。那么就让我也搭搭后现代的列车,跟着高喊“‘我是谁?’已不再重要”(主体性是流动的、不固定的)。不过我却很想知道,“那么,谁是我呢?”(哪些素材是我们变妆或模仿的重要对象?)我想,认识好莱坞电影可以多多少少回答有自我认同恐惧的台湾社会这个问题。

## 目录

序 ..... ( I )

### 打开好莱坞的家庭相簿: 古典好莱坞

时期(1930~1945) ..... ( 1 )

都是说话(有声片)惹的祸 ..... ( 6 )

换汤不换药? 古典好莱坞电影形式和内容  
..... ( 12 )

古典叙事结构 ..... ( 13 )

古典好莱坞与美国神话 ..... ( 24 )

集体智慧的结晶: 类型电影 ..... ( 35 )

类型的诞生和片场制度 ..... ( 37 )

观众——电影类型的真正作者 ..... ( 41 )

文化冲突与类型的深层结构 ..... ( 43 )

秩序类型和整合类型 ..... ( 49 )

《原野奇侠》与《迫切的任务》..... ( 54 )



---

<b>谁把戏院照得满室生辉: 电影明星</b> …	( 69 )
明星世界 .....	( 72 )
谁在打造明星 .....	( 77 )
好莱坞电影工业与明星制度 .....	( 86 )
<b>电影界的百年战争: 制作人与导演</b> …	( 97 )
制作人篇 .....	( 97 )
导演篇 .....	( 102 )
虚构品的作者 .....	( 104 )
都是作者论惹的祸 .....	( 108 )
作者=虚构 .....	( 110 )
<b>电影门市部: 发行与放映</b> .....	( 115 )
票房 vs. 利润 .....	( 120 )
派拉蒙判例 .....	( 125 )
垂直整合 .....	( 127 )
<b>总裁的秘密: 新好莱坞的游戏规则</b> …	( 135 )
钱! 钱! 钱! .....	( 136 )
穷则变, 变则通 .....	( 142 )

结 语 ..... (147)

〈附录一〉好莱坞历来重要作品简表  
..... (153)

〈附录二〉赤胆英雄手帕情——记  
《铁面特警队》 ..... (159)

## 打开好莱坞的家庭相簿

# 古典好莱坞时期

(1930~1945)

电影发展到今天已经无所不能了，如实地重现二次大战战争场面、或把侏罗纪恐龙搬到21世纪的纽约街头，好莱坞电影真可以说有本领“呼风唤雨”、“无所不能”。那么，我们为什么还要从古典好莱坞开始谈起呢？我想，因为电影作为一门年轻的艺术，科技的新发展虽然带给电影视觉效果上革命性的突破，但电影最重要的灵魂，或者说好莱坞电影的灵魂，还是在于剧情的起承转合、人物内心的刻画和某些类型电影元素与生俱来的特殊魅力。而这些让观众心甘情愿掏出钞票的电影技法，是美国电影发展近百年的成果，而古典好莱坞时期是酝酿这些技法成熟、并且将它们发展到顶峰的时刻。

如果这么说你还觉得太抽象的话，让我用比方和实际数据，告诉你好莱坞电影“太阳底下没有

 好  
莱  
坞  
·  
电  
影  
·  
梦  
工  
厂


新鲜事”的真相。众所周知的是：电影如果是艺术品，它也是以工业手法创造出来的艺术品，特别是好莱坞电影。那么我们姑且把好莱坞电影看成是洗发精，今天市场上生产“洗发精”的8家主要公司（简称“八大”，它们是派拉蒙、华纳、米高梅、博伟、福斯、哥伦比亚、环球和联美），除了博伟之外，其余7家都在1945年前，成为电影工业的主要玩家。所谓古典好莱坞时期，又称片场时期（The Studio Era），指的是就由这几家大制片场控制整个电影工业的时期。既然生产洗发精的公司数十年如一日，而生产的方式也大同小异（的确有变化，请读者耐心看下去），我们有理由相信洗发精充其量是换了换掺在其中的化学香料，其主要成分变化有限。

如果你是正宗的美国电影迷，平日又勤读影剧新闻，不难发现每次由美国影艺学院或者是美国电影协会（American Film Institute）举办的“本世纪最伟大的影星”票选结果，总是活人少死人多，好像这是专为死人举办的活动。而那些榜上的常客，如亨佛莱·鲍嘉、葛丽泰·嘉宝、詹姆士·凯格尼、约翰·韦恩、詹姆斯·史都华、买

利·古柏、史宾赛·屈塞、凯瑟琳·赫本……(族繁不及备载),全都在1945年前确立他们巨星的地位。二次战后还能入选的,往往只有詹姆斯·狄恩、马龙·白兰度和玛丽莲·梦露等小猫两三只。事实上古典好莱坞时期,不只奠定了这些超级巨星的地位,也发展出影响深远的“明星制度”,在本书第三章我们再回来讨论。

“今天晚上去看电影!”,“看什么片?”,发问的人心中想的可能是某一部电影,而回答的人可能会说:“动作片、爱情片还是战争片?”类型电影几乎已经等于好莱坞电影的代名词,我们通常还不太清楚到底什么是类型电影时就以类型的标准在选取电影。包括西部片、歌舞片、喜剧片、盗匪片、恐怖片、科幻片和通俗剧(melodrama)等所有重要类型电影原型,都在古典好莱坞时期发展成熟,其中除了西部片、恐怖片和科幻片稍晚才发展到顶峰,其余类型都在此时期找到它最精准的原型,并且吸引了成千上万电影观众的心,古典好莱坞时期可以说是类型电影发展最重要时期。

其实美国电影工业在古典好莱坞时期登上顶峰,统计数字告诉我们:在这16年中,全美每周

平均有 8000 万人次买票进电影院,这个数字是当时美国人口的一半多一点。另一个数字也很惊人:当时人们有 83% 的休闲消费是电影上。说电影创造美国 (movie-made America) 一点都不为过。

好莱坞电影在此时期不仅风靡美国,更重要的是它同时席卷了全世界各地(特别是欧洲),好莱坞电影成为电影进入有声时期(第一部有声片《爵士歌手》拍摄于 1927 年)第一个最重要的世界电影现象。也就是说好莱坞电影成为拍电影的一种“准则”,不管你喜不喜欢它,都必须先学会它,好莱坞电影的拍摄方式和叙述技巧成为拍电影的典范,其他异于这套方式而存在的电影,很可能被认为是“错的”。诚如今天很多电影拍摄的教科书会这样写:

对所有有野心的电影工作者来说,最重要的就是在你打破规则(好莱坞电影拍摄方式)前,先将它们学得滚瓜烂熟。学习正确的拍电影之道、学习观众看得懂的拍片方法、学习怎样感动观众。没错,打破现有的准则很重要,但在打破之前,先要懂得正确的方式。



——摘自 *The Five C's of Cinematography: Motion Picture Filming Techniques Simplified*

直到今天情况仍然变化不大，特别是在台湾这种对好莱坞电影认识不深，却又热烈拥抱它，并且把好莱坞电影这种特殊时空下的产物（美国资本主义、有声电影的来临、美国立国神话种种历史条件，本章后将详述），当成电影存在惟一的方式，而谴责或漠不关心台湾自己特殊时空下产生出来的电影。不过从另一方面来说，台湾的电影工作者，似乎也很少在电影中正视好莱坞电影对世界电影、和对台湾电影文化的影响（到目前为止，台湾电影我只看过符昌铎导演的《绝地反击》一部片，讨论好莱坞对本地电影环境的影响）。

综合以上所述，我们可以了解到古典好莱坞时期，是美国电影发展成熟的关键时刻，也是好莱坞电影完全“美国化”的时刻。好莱坞电影逐渐放弃默片时期电影发展出的象征、充满舞台风格夸张的表演，而改采写实风格表演和完全美国化的故事内容。下面我们就来讨论这种变化是怎么形成的。

## 都是说话(有声片)惹的祸

在进入正题之前,让我们先来谈谈什么叫“古典好莱坞时期”。一般电影史家一致同意,最迟至1930年,美国电影工业正式进入有声电影时期,古典好莱坞时期开始。此时期的特征是,当时最主要的五大电影公司(派拉蒙、20世纪福斯、米高梅、华纳和雷电华),彻底形成了旗下直接拥有电影工业三大流程——制作、发行和放映的垂直整合企业(vertical intergration),另外三小(环球、联美和哥伦比亚)没有直接经营戏院,但也掌控发行和制作。这8家公司每年的拍片量占市场的95%,每年平均生产450部以上的电影。要有这样的产量,他们必须以几近装配线(assembly line)的方式生产电影(其实和生产汽车没什么两样)。

电影工业当时是全美排名前五的产业,而且是由这8家公司彻底把持的托拉斯产业体系。为了以装配线的方式生产电影,各大片场必须寻找供应不乏的原料,和自行成立“装配”一部电影所



需的各部分“零件”。前者构成了好莱坞电影努力向美国人民耳熟能详的民间故事、文学寻找题材,以及不断重复之前卖座很好的电影,促成了类型电影的诞生。后者使大片场将制作电影的流程分工到最精细,然后直接雇用各部门所需的电影人才,诸如明星、导演、编剧、服装……他们每天到片场上下班打卡,“剧本写作部门”按照老板交代下来的故事写剧本,写好后送“剧本修改部门”,之后将剧本交到导演手上,剧组按照预定的进度表拍摄,拍完后再将底片送后制部门剪接,这时其他工作人员早已接到新的指令,展开下一部片的工作,电影也就这样快速地一部部拍出来。

由于此时期大片场在生产电影方面的重要性超过一切,所以古典好莱坞时期又称片场时期。因为这种近似装配线的生产方式,每家片场几乎专注于生产某种特定的类型电影(场景类似、剧本也像,很符合经济原则),像米高梅专拍歌舞电影、华纳以盗匪电影闻名等。观众只要看到出品公司,立刻就可以感觉出来这是哪种电影,电影公司的吸引力远远超过导演。不过,不管怎么说明星还是永远最有魅力的,在严格的合约之下,一位明

