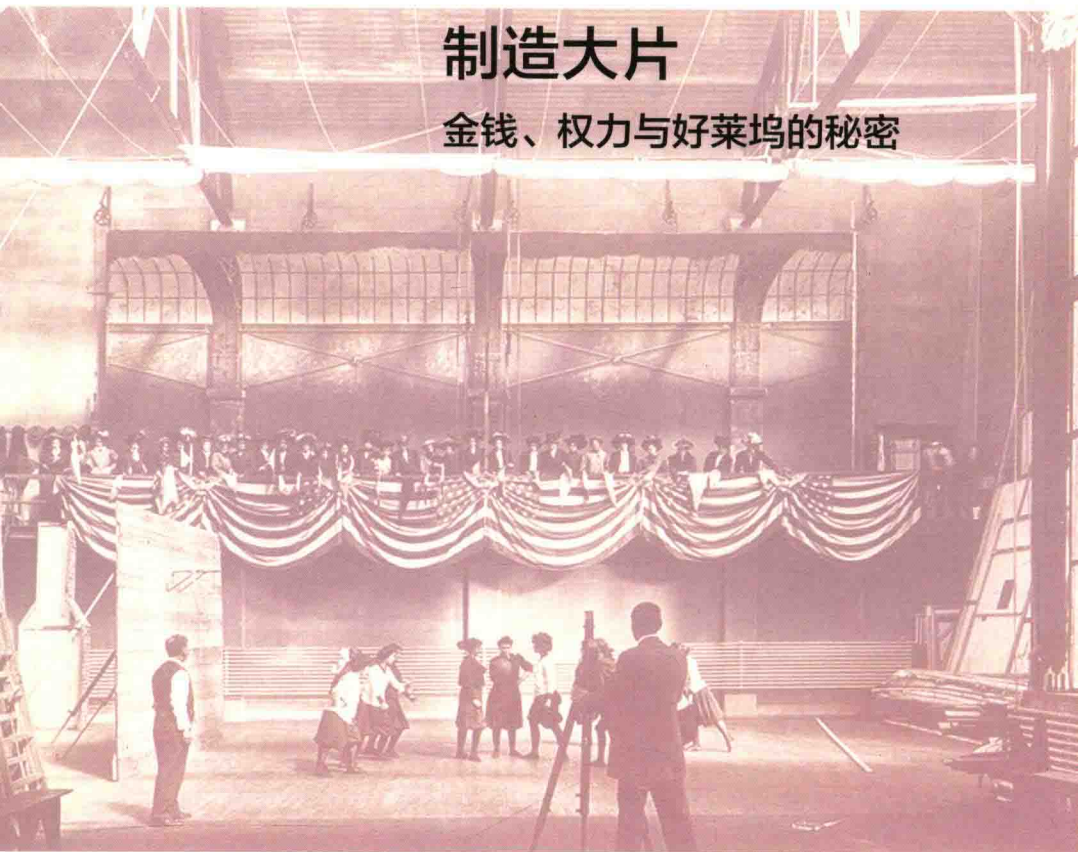


制造大片

金钱、权力与好莱坞的秘密



Money and Power in Hollywood

作者_ [美] 爱德华·杰·艾普斯坦

译者_ 宋伟航

HOLLYWOOD

台海出版社

制造大片

作者_[美] 爱德华·杰·艾普斯坦

译者_宋伟航

台海出版社

Copyright © 2005 by E. J. E. Publications, Ltd., Inc.
All rights reserved including the rights of reproduction in
whole or in part in any form.

图书在版编目 (CIP) 数据

制造大片：金钱、权力与好莱坞的秘密 / (美) 爱德华·杰·艾普斯坦著；
宋伟航译. — 北京：台海出版社，2016.5

书名原文：The Big Picture: The New Logic of Money and Power in Hollywood

ISBN 978-7-5168-1039-2

I. ①制… II. ①爱… ②宋… III. ①好莱坞—电影事业—研究
IV. ①J997.12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 114371 号

制造大片：金钱、权力与好莱坞的秘密

著 者：爱德华·杰·艾普斯坦

译 者：宋伟航

责任编辑：刘 峰

特约编辑：崔 健 周 昀

装帧设计：陆智昌

特约策划：心灵自由·陈寿文

责任印制：蔡 旭

内文制作：陈基胜

出版发行：台海出版社

地 址：北京市朝阳区劲松南路 1 号，邮政编码：100021

电 话：010-64041652（发行，邮购）

传 真：010-84045799（总编室）

网 址：www.taimeng.org.cn/thcbs/default.htm

E-mail：thcbs@126.com

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市三佳印刷装订有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误，请与本社联系调换

开 本：960 mm × 1340 mm 1/16

字 数：288 千字 印 张：26.75

版 次：2016 年 6 月第 1 版 印 次：2016 年 6 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5168-1039-2

定 价：58.00 元

版权所有 翻印必究



目 录

1. 新旧好莱坞	001
----------	-----

PART 1 江山代有新制

2. 造物主	029
3. 全球美国化	092
4. 好莱坞六巨头	101
5. 梦想交换中心	116

PART 2 欺人的艺术·艺术的自欺

6. 受苦受难开发记	141
7. 放行的绿灯	153

8. 预备制造假象	162
9. 灯光, 镜头, 开拍	168
10. 点点滴滴	178
11. 假象大功告成	186

PART 3 招徕观众

12. 打知名度	193
13. 赶观众进戏院	201
14. 进攻号角响起	205

PART 4 好莱坞的经济逻辑

15. 爆米花经济	213
16. 外面的世界	221
17. DVD 革命	227
18. 电视授权的暴利	238
19. 商品授权	245
20. 前事不忘, 后事之师	249
21. 米达斯公式	256

PART 5 好莱坞的社交逻辑

22. 到好莱坞一游的票友	265
23. 集体的灵犀	274
24. 新兴的精英阶层	280
25. 好莱坞的工作和玩乐	318
26. 作假的文化	326

PART 6 好莱坞的政治逻辑

27. 脑中的画面	345
28. 游戏规则	352
29. 好莱坞眼中的世界	360
尾声：好莱坞的过去与未来	374
后记：电视大亨崛起	390
致谢	397
出处说明	400
注释	402

1. 新旧好莱坞

The Two Hollywoods

诸神的黄昏*

一九四八年三月二十日，好莱坞众家精英顶着结冰的低温和凛冽的狂风，鱼贯走过成排的新闻摄影机，准备进入洛杉矶的神殿大会堂（Shrine Auditorium），参加第二十届奥斯卡金像奖颁奖典礼。进入会堂，众人发现舞台被改装为硕大的生日蛋糕，摆了二十个巨型的奥斯卡奖座权充二十根生日蜡烛。

那一晚，各家片厂可资庆祝的事可真不少。他们拍的电影放眼世界的艺术形式，堪称民主之最，蔚为全美大众最主要的付费娱乐。一九四七年，全美约只有一亿五千一百万人，但是，一般一个礼拜就会有九千万人次以平均四十美分的票价去看一场电影。如此庞大的人潮相当于在全美有活动能力的人中，三

* 译注：诸神的黄昏——原文作 *The Twilight of the Gods*，乃北欧神话预言诸神大战导致世界毁灭的传说，作曲家瓦格纳（Richard Wagner，1813—1883）名剧《尼伯龙根的指环》（*Der Ring des Nibelungen*）的最后一部也以此为名。

分之二都去了电影院，而这还没有斥巨资进行全国大促销。这一大批人只是单纯地习惯于看电影，不管住家附近的电影院在放什么片子，就是要定期去看一看。

大部分进戏院的人也没有要专程看哪一部片子。通常，他们先是看一段新闻短片，然后是一段喜剧短片如《三个臭皮匠》(*Three Stooges*)，接着是连环卡通如《飞侠哥顿》(*Flash Gordon*)，再来是卡通短片如《兔八哥》(*Bugs Bunny*)，一部B级剧情片^{*}，如西部片，最后才是正角上场^[1]，美国在一九四七年的时候，电影院比银行还要普遍，全国的小区电影院总计达一万八千家，每家影院只有一间放映厅、一个银幕、一部扩大机（摆在银幕后面）、一间小放映室和一处大门华盖。一般在每个周四，UPS快递的货车就会到电影院取走前一周放映的片盘，同时送上新的。戏院将新片片名放在大门华盖上，当地方报纸登载放映时间表——那时候，这大概就是戏院为电影打的广告而已。

这些电影和短片几乎全出自于当时七大片商旗下的地区交易所。这七大片商又分别隶属于当时好莱坞的七大片厂：派拉蒙 (Paramount)、环球 (Universal)、米高梅 (MGM)、二十世纪福克斯 (Twentieth Century-Fox)、华纳兄弟 (Warner Bros.)、哥伦比亚 (Columbia)、雷电华 (RKO)。这几家电影公司以大约一个世代多一点的时间，就将操纵美国大众看什么、听什么的机制练得炉火纯青，几乎无人得以遁逃。一般来说，这样的机制就叫作“片厂制度” (studio system)。

而这些片厂也有着共同的渊源：默片时代播放影片的骑楼商场、五分钱电影院和展览厅。各大片厂的开山祖师，个个都是白手起家、自学而成的犹太人，都是在十九世纪末至二十世纪初被东欧大移民潮推送到美国来的。他们全都做过劳力的工作，如捡破烂、卖毛皮、跑腿小弟、屠夫、旧货商、推销员，后来才转行改放电影，而且，这一行多的是忠心的影迷，英文还不熟练的移民更是

* 译注：所谓“B级剧情片”(B feature)，在这年代，指拍摄质量较差、片长较短的片子。

狂热，市场竞争相当的激烈。为了凌驾对手，他们凭直觉就知道什么是上上策，这就是后来经济学家口中的“规模经济”（economies of scale）。“米高梅”的创办人路易·B.梅耶（Louis B. Mayer, 1884—1957）循借贷的门路，将他名下的戏院从马萨诸塞州海佛希尔（Haverhill）的一家扩充成好几家，集结成所谓的“院线”（circuit）——之所以叫“院线”，是因为当时他们多半利用单车将电影片盘从一家送往另一家放映（当时播放场次的间隔排得还很紧，有时候戏院已经在放第一卷片盘，而最后一卷片盘还在另一家戏院放映着），这样，他向片商租来的同一部电影就可以在多家戏院里面同时放映——票房自然也多出好几倍。院线又再扩展之后，这些创业人才便也成立了交易所，自己当起片商，将电影发行给其他戏院老板。不过，他们赚的钱还是以自家戏院的票房收入（box office）为主——之所以称作“票房”，是因为那时卖票收到的现金全部都锁在戏院办公室的盒子里。

再到后来，他们发现没办法从独立片厂那里定期拿到影片，这些新兴的片商便再跨出下一步——自己拍起了电影。一开始，他们的片厂都设在美东地区，但在十九、二十世纪之交，制片量大增，“爱迪生托拉斯”^{*}施加的压力也与日俱增。“爱迪生托拉斯”是托马斯·爱迪生（Thomas Edison）成立的法人组织，负责处理美国电影摄影机和放映机的基本专利[†]。几家新生的电影公司动不动就被“爱迪生托拉斯”抓进法庭告上一状，持续不断的官司压力，逼得这几家公司决定搬到美洲大陆的另一头再起炉灶，离东岸的“爱迪生托拉斯”律师群愈远愈好。加州一座新辟的小村“好莱坞”就此雀屏中选，成为几家新片厂的新家。

不出一世代的时间，这几位创业尖兵几乎就从“布衣”迈向“卿相”了。到了一九四〇年代，几家片厂老板领的高薪已在世上数一数二。由于都出身寒

* 译注：“爱迪生托拉斯”（Edison Trust）——是“影业专利公司”（Motion Picture Patents Company）于当时的俗名，虽然名之曰 trust，但不是信托的意思，而是“托拉斯”（垄断）的意思。

† 译注：“基本专利”（basic patent）——所有对等专利当中第一件收录进数据者。

微，暴享巨富自然洋洋自得，纷纷自命为“大亨”（mogul）——这样的封号虽然未必适当，因为这个英文字原指穆斯林的独裁君主^{*}，却也就这样与他们合体，变成了他们的一部分。路易·梅耶刚移民到美国时，靠捡破烂维生。他的女婿大卫·塞尔兹尼克（David Selznick，1902—1965）说过，梅耶十九岁时的身家连“买一份三明治的钱”都不够。但是，到了一九四七年，梅耶已经是全美薪酬最高的企业主管，每年从“米高梅”领走一百八十万美元的薪资。

这几家片厂于一九四七年总共制作了近五百部电影——剧情片和B级片都有。^[2]虽然几家的营销策略未必完全相同，但美国电影界在一九四七年的样貌算是相当单纯。像是把电影授权给电视或其他媒体放映，或是把电影里的角色权授给玩具、电玩、T恤等商品厂商作发行这类事情，那时的片厂都还不懂。没错，外国的市场是有一些票房收入，但大部分都会被高额关税吃掉——例如英国定的进口关税就高达百分之七十五——而且，欧洲和亚洲国家多半对“通货回流”（currency repatriation）定有限制。因此，外国的获利几乎没办法回收到美国来。

总之，片厂的利润几乎只从一个源头来：美国的票房。一九四七年，美国六大片厂超过百分之九十五的营收，出自他们的电影在北美各戏院的票房（行话叫“租金”，因为这个收入就是戏院向片厂“租”片子来放映所要支付的）。总计达十一亿美金，排在杂货店和汽车销售后面，是美国零售业的第三巨头。

这样的“横财”，各家片厂捡起来真是轻而易举，因为所有戏院几乎全都掌握在他们手里。“米高梅”“华纳兄弟”“派拉蒙”“二十世纪福克斯”“雷电华”都有自家的连锁戏院，票房收入占他们的总营收近半。“哥伦比亚”和“环球”依靠的是旗下片商，因此于戏院的掌握没有那么直接。美国、加拿大各大城市的首轮戏院，也就是影片首演的地点，大部分都被片厂所掌握。新片在这些首轮戏院上映，随之而来的影评、宣传、口碑才是片子最重要的广告。片厂

* 译注：Mogul——发音出自十六至十九世纪统治大半个印度半岛的莫卧儿王朝。

旗下既然有那么多直营的戏院，大可自行决定他们出品的片子首演地点、时间、档期等问题。首轮放映的时间一般长达数月，片厂便可趁这期间安排后续在小区戏院放映的事宜。例如，一九四七年，萨缪尔·戈德温（Samuel Goldwyn，1879—1974）的名片《黄金时代》（*The Best Years of Our Lives*）首映六个月，在纽约的阿斯托大戏院（Astor Theater）却还没下片，而这一家戏院便是“米高梅”通过子公司“洛伊斯影城”纳入旗下的。^{*}

不仅如此，这几家大片厂连独立戏院也几乎全都纳入掌握，小区戏院和二轮院线自然也包括在内。片厂用铁腕契约牢牢钳制这些戏院，强制规定他们要放哪几部片子（一般是十部），俗称“包片”（block：卖片花），戏院老板不依还不行。戏院若是不肯播包片，那就一部片厂的电影也要不到——也就是没有大明星来吸引影迷进戏院看戏了。只有几家放映外国片的艺术电影院，有本钱拒绝大片厂雷厉风行的“盲目投标”（blind bidding）制。

这几家大片厂不仅有办法操纵旗下影片的放映业务，连放映的营收都由他们垄断。大明星、大导演、大剧作家，不管是哪一类别的影人，那时候都别想分一杯羹。制片一样休想。虽说是有罕见的例子，参与影片拍摄的人员是可能分到了一部分的净利，但是，片厂收到的戏院“租金”绝对不容他人染指。

而那时发行和营销的成本都不高，对于片厂更是莫大的助力。由于那时的新片只在几个大城市的一小撮戏院里首映，之后才会移往别的地区放映，同一批影片的拷贝和海报，就可以在美国的东北部用过之后搬到南部和西部再用，因此，发行成本并不多。一九四七年，一部片子的发行成本平均六万美元左右而已。不仅如此，那时候还不需要遍及全国的广告攻势，地区性广告费用的一大部分也都是戏院支付，明星上台、拍新闻片为片子做宣传也都免费。所以，那时的广告预算，一部片子平均不到三万美元。

^{*} 译注：洛伊斯影城（Loews Theatres；Loews Incorporated）成立于一九〇四年，北美历史最老的连锁电影院，二〇〇六年和 AMC Theatres 合并。一九二四至一九五九年也在米高梅的旗下。

影片的租金收入扣掉这些发行和广告的成本之后，便都是片子的“纯收入”（net receipt）。一九四七年，各家片厂的纯收入总计约九亿五千万美元。

所以，若要赚到利润，各家片厂当然就要把制作影片的成本压低在纯收入的总和之下。而各家片厂为了放大“规模经济”的效益，弄出来的作业模式形如“电影工厂”（film factory），职员和设备可以二十四小时轮班。摄影棚用长长一大排弧光灯（arc lamp）就可以打出看不到阴影的强光，气候变化也可以人造，有机器帮忙刮风、下雨、飘雪，海上的浪头也可以在室内游泳池翻搅出来。异国场景可以在露天片厂复制，摆上道具，一个个临时演员身穿戏服穿梭其间就成了。例如，“米高梅”一九四七年拍冒险片《三个火枪手》（*The Three Musketeers*），背景设在十七世纪的法国，但全片都是在“米高梅”自家的摄影棚和露天片厂里面摄制的。

片厂的技术设备一般会有同步背景投影机，工作人员可以从丰富的影片数据库调出所需的数据片，和正在拍摄的演员或第二工作组拍的影片叠在一起，看不出破绽。片厂也有动画摄影机，可以翻拍缩小版的模型、戏偶或其他复制品，制造出景象全尺寸的错觉。而这些当然也需要一批五花八门的大军作支持，如电气技师、摄影师、裁缝师、化妆师、搭景师、录音师等领周薪的技术人员。“米高梅”设于卡尔弗城（Culver City）的制片厂在一九四七年算是最大的一家，他们就可以同时在摄影棚内开拍六部电影。有生产线一半的人力、物力和场地，不出一个月就可推出一部剧情片，有的B级片不出一个礼拜就可以问世。

有了这类工厂作业的体系，各大片厂也就可以严格管制自家的产品。弗兰克·卡普拉（Frank Capra, 1897—1991）一九三九年写过一封投书给《纽约时报》（*The New York Times*），指出：“单单是今天，就有六名制作人批准了手上约百分之九十的剧本，剪好了手上约百分之九十的影片。”^[3] 这些制作人直接向片厂厂长负责，片厂厂长再直接向片厂老板负责。

至于吸引观众进影院的大明星，片厂则用合约把他们绑死，俗称“明星制”（star system）。一九四七年，四百八十七名男演员和女演员就被这样的合约绑

住——这类招牌名号，如平·克劳斯贝（Bing Crosby，1903—1977）、鲍勃·霍普（Bob Hope，1903—2003）、贝蒂·葛莱宝（Betty Grable，1916—1973）、贾利·库柏（Gary Cooper，1901—1961）、英格丽·褒曼（Ingrid Bergman，1915—1982）、亨弗莱·鲍嘉（Humphrey Bogart，1899—1957）、克拉克·盖博（Clark Gable，1901—1960）、约翰·韦恩（John Wayne，1907—1979）、艾伦·拉德（Alan Ladd，1913—1964）、格利高里·派克（Gregory Peck，1916—2003），都在内。这样的合约一般一签就是七年，挡下了这些演员在其他地方演出的机会，也有“续订权”（renewal option）。所以，这些大明星在合约期间就如片厂的“动产”一般，片厂派给他们的角色一定要接，要他们出席的宣传场合也一定要全力以赴，若是没有乖乖配合，可能就会被留职停薪。一九四七年，拉娜·特纳（Lana Turner，1921—1995）就这样挨了“米高梅”一记闷棍，因为她一开始不愿接片厂派给她的《三个火枪手》中的角色。由于没有奥援，正值明星事业高峰的她很可能就此再也没戏可拍。所以，最后她还是向“米高梅”的安排屈服，接下了那一角色。

除此之外，片厂也可以将旗下的签约明星外借予别的片厂，叫价超过签约的价码，再把多出来的价差收进自己的口袋。琼·克劳馥（Joan Crawford，1904—1977）签在“米高梅”旗下的时候，一九四二年就被外借到“哥伦比亚”拍《他们都吻了新娘》（*They All Kissed the Bride*），贝蒂·戴维斯（Bette Davis，1908—1989）签在“华纳兄弟”旗下时，也曾在一九四一年外借到“雷电华”拍《小狐狸》（*The Little Foxes*）。

一般来说，片厂和明星签的合约也让片厂有权单方面决定明星的公共形象，以配合电影的宣传活动。这样一来，明星受访的脚本该怎么写，其实片厂都有权主导，连明星公开发言、拍照的姿势、该闹些什么花边新闻，片厂一概有资格去管，明星的长相、发色、生平，他们一声令下就可以要人家改，姓名就更不在话下。例如，伊索尔·达尼耶洛维奇（Issur Danielovitch）的名字就改成了柯克·道格拉斯（Kirk Douglas，1916—），麦里昂·莫里逊（Marion

Morrison)改成了约翰·韦恩,伊曼纽·葛登堡(Emmanuel Goldenberg)改成爱德华·罗宾逊(Edward G. Robinson, 1893—1973)。

片厂当然也要投桃报李,除了提供签约明星的年薪、大片里的角色,也让片厂旗下拥有可操纵的媒体——包括新闻片和影迷杂志——帮明星多做曝光和宣传。不过,不论明星能在片厂的庇荫下享有多少曝光的机会,比起他们为票房创造出来的额外盈余,明星领的薪水仍是偏低。一九四七年,连最风光的当红巨星如克拉克·盖博,平均一部片子拿的报酬也不到十万美元。合约到期以前,明星就算在影迷间愈来愈红、在娱乐媒体上面的风头愈来愈劲,也绝对无权开口提高报酬。“明星制”其实等于交给片场一把尚方宝剑,任由他们通过捏塑出来的人物,为产品打上品牌——例如“詹姆斯·卡格尼(James Cagney, 1899—1986)警匪片,”“罗伊·罗杰斯(Roy Rogers, 1911—1998)西部片”、“克拉克·盖博爱情片”——充分压榨明星光环的利益。

好莱坞的片厂一旦把住了演员的片酬,就有办法控制产品的成本。其实,那时候,他们拍的片子几乎没有赔钱的。一九四七年摄制电影的成本,包括片厂的日常账务,平均一部也只有七十三万二千美元,而片厂每出品一部剧情片,纯收入平均高达一百六十万美元。^[4]片厂拍电影真是好赚!就算卖得较差的片子,利润只有几千块,但卖座大片发行到海外所吸引的汹涌人潮,还是可以让《黄金时代》这样的名片利润超过五百万美元。

只是,片厂大亨出品这些东西,要的不仅是利润而已。暴富未必可高枕无忧,他们也要有尊荣、钦羨和地位来巩固他们的身价。这一则等式里的“社会”面,早在二十年前就已经有了正式的名分,一九二七年,路易·梅耶在国宾大酒店(Ambassador Hotel)的一场晚宴上,向在座的三十五名影坛高级主管提议,请大家一起想出一种做法来表彰好莱坞(也就是他们这一帮人)的成就。集思广益的成果就是要成立美国电影艺术科学院(Academy of Motion Pictures and Sciences, AMPAS, 简称:影艺学院),每年办一场盛会,颁发“影艺学院奖”(Academy Awards, 俗称“奥斯卡奖”)给表现杰出的影人。^[5]

一九四八年，奥斯卡奖的最佳影片颁给了“二十世纪福克斯”的《君子协定》（*Gentleman's Agreement*）。《君子协定》改编自劳拉·霍布森（Laura Z. Hobson, 1900—1986）的同名小说。这部黑白片囊括了好几位片厂的签约演员，格利高里·派克、西莱斯特·霍姆（Celeste Holm, 1917—2012）、约翰·加菲尔德（John Garfield, 1913—1952）、桃乐茜·麦姬尔（Dorothy McGuire, 1918—2001）。摩斯·哈特（Moss Hart, 1904—1961）改编的剧本，即如大部分的好莱坞剧情片，经典的叙述元素尽现于此：有起、有承、有合；有上升、有回落、有矛盾、有冲突、有解决。^{*}里面还有一个能立即勾起观众共鸣的角色，菲利浦·葛林（格利高里·派克饰演），一位斯文的杂志作家，为了拿到“反犹”的第一手报道而冒充犹太人。戏里的冲突几乎全在理性的层面，解决也不带一丝暴力，没一丝血腥。不止性爱、裸露、猥亵等等一概看不到，连口头暗示也付诸阙如，因为这些全被片厂自己的检查规定查禁得一干二净。^[6]

导演伊利亚·卡赞（Elia Kazan, 1909—2003）也以《君子协定》一片拿到了奥斯卡奖。年方三十八岁的这一位剧场导演，是在“二十世纪福克斯”买下小说的电影版权、签下了摩斯·哈特改编成的剧本也审核过关，再分派旗下的签约明星出任戏里的主要角色之后，才获得了聘用。而伊利亚·卡赞也和片厂制里大部分的导演一样，在“主摄影”（principal photography）开始时才到场，主摄影一结束就离开。那时候导演的本分，就是依照片厂编好的拍摄进度表带动演员和技术人员发挥最大的本事。

《君子协定》拍摄时间排的是十二个礼拜，其间，“二十世纪福克斯”高级主管群——片厂厂长达里尔·扎努克（Darryl F. Zanuck, 1902—1979）也在内——还要逐日审查卡赞的拍摄进度。之后，卡赞也要负责影片的剪辑和配乐。早在一九二〇年代，片厂制在“米高梅”的欧文·萨尔伯格（Irving Thalberg，

* 译注：起（beginning）、承（middle）、合（ending）、上升（rising action）、回落（falling action）、矛盾（conflict）、冲突（confrontation）、解决（resolution）都是剧本分析评论的学术用语。

1899—1936) 手中就已经打造得很完善,凌驾在创意之上的绝对权威也已经掌握在片厂手中。扎努克那时为“二十世纪福克斯”制作了一百七十部电影,《君子协定》自不例外,从头到尾一概有他作严密的监督。

卡赞以《君子协定》上台领取奥斯卡奖的那晚,《君子协定》还在首轮戏院上映不辍,那时,片子于纽约的梅菲尔大戏院(Mayfair Theater)首映已经有四个月了。即使在这样的时间点,片子还没移师到小区戏院上映,也都已经为片厂赚进了拍摄花掉的二百万美元成本。虽然《君子协定》是知性片,主要拍给成人看,但若做更普遍的发行,理当也能吸引更广的观众群,因为《君子协定》跟当时每一部片厂推出的剧情片一样,都会于戏院的放映档期和一部青少年看的B级片、一部儿童看的卡通片搭配在一起。



一九四八年三月,寒冷的一夜,衡诸一切征兆,看来这样的体制应该运作如常,挑不出毛病才是;那么多老面孔不都现身来证明了吗?第二十届奥斯卡金像奖颁奖典礼盛会上,最早一批好莱坞大亨悉数到场,只有两人缺席。一是卡尔·拉姆勒(Carl Laemmle, 1867—1939),他是“环球影业”的创办人,这时已经去世。另一位是威廉·福克斯(William Fox, 1879—1952),“二十世纪福克斯”的创办人,他虽然在一九二九年差一点拿下“米高梅”,但后来却落得破产,又因为破产案企图行贿法官而被抓去坐牢。^[7]不过,好莱坞若真能帮世人上课,那这一课就是:眼见不为真。一九四八年,美国影业就正处于无可挽回、翻天覆地的剧变当口。

那一晚,众人的举止虽然平静如常,但是齐集颁奖会场的好莱坞权力精英,一个个都心里有数:凶险的风暴已经当地平线堆起了不祥的乌云。美国众议院的反美调查委员会(Un-American Activities Committee)极力要揪出共产党于美国的颠覆阴谋,好莱坞渐渐被该委员会锁定为大箭靶。一九四七年,已经有

不少剧作家、演员、导演收到传票，必须亲赴委员会接受审讯，要他们指认影坛里的颠覆分子。多人拒绝合作，结果就被套上“藐视国会”的罪名，其中十人——也就是人称“好莱坞十君子”^[8]——甚至被迫要在入狱或是出亡中间二选一。许多当时数一数二的剧作家，陷在这样的夹缝里进退维谷，便选择移居海外，躲掉国会的传票——如约瑟夫·洛塞（Joseph Losey, 1909—1984）、本·巴尔兹曼（Ben Barzman, 1911—1989）、唐纳德·奥格登·斯图尔特（Donald Ogden Stewart, 1894—1980）都是如此。

各大片厂值此风声鹤唳，不仅没办法挺身抗拒国会讯问，反而宣布：旗下有谁胆敢以宪法“不自证己罪”的条文作自保，或拒绝和国会合作指证潜伏的共党分子，一律会被片厂开除，列入黑名单。美国的演员工会（Screen Actors Guild, SAG）也由当时的会长罗纳德·里根（Ronald Reagan, 1911—2004）率领，表示支持片厂。那时片厂甚至雇用联邦调查局的退休干员，来帮他们铲除旗下政治背景可疑的员工。所以，颁奖典礼虽然众人笑语依旧，但所谓爱国的丑陋议题却蠢蠢欲动，随时会撕裂好莱坞影坛的社群肌理。

不仅如此，还有更密的乌云，来势更加险恶。“联邦政府控告派拉蒙等公司”（*US v Paramount et al*）一案已经缠讼十年之久，美国司法部一直以反托拉斯诉讼对各大片厂施压，指控几家大片厂操纵电影发行、放映的渠道，依照《谢尔曼反托拉斯法》（*Sherman Anti-Trust Act*），已经构成了“非法钳制贸易”的罪行。一道道下级法院的裁定，都判司法部胜诉，大片厂上诉的机会几乎没有。为了了结这一件案子，美国政府那时已经下令各大片厂终止“包片”的做法，不是要放掉旗下的发行部门，就是要放掉旗下的戏院，但不论放掉哪一边，片厂对于戏院放映影片都不再有控制权——而每一位片厂老板都知道：这控制权正是片厂制的要害所在。“雷电华”是各大片厂里面最弱的一家，这时也已经准备好要脱队，自行和联邦政府签署和解协议。“雷电华”若真的签了，那么，其他几家片厂就有不得不跟进的压力，就算不会把他们压垮，也至少会压得他们喘不过气来。而且，一旦大家全都签了，就表示片厂制土崩瓦解。