

华莱坞电影研究丛书 主编◎邵培仁

华莱坞电影理论 多学科立体研究视维

Huallywood Cinema Theory: A Multidisciplinary Research

邵培仁等◎著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

Dualwood Cinema

华莱坞电影理论

多学科立体研究视维

邵培仁等◎著

התקן המסמך

图书在版编目(CIP)数据

华莱坞电影理论:多学科立体研究视维 / 邵培仁等著. — 杭州:浙江大学出版社, 2014. 11
ISBN 978-7-308-14020-1

I. ①华… II. ①邵… III. ①电影事业—研究—中国
IV. ①J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 253282 号



华莱坞电影理论:多学科立体研究视维
邵培仁等 著

责任编辑 卢 川

封面设计 续设计

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 浙江时代出版服务有限公司

印 刷 杭州日报报业集团盛元印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 20.5

字 数 368 千

版 次 2014 年 11 月第 1 版 2014 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-14020-1

定 价 58.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式 (0571)88925591; <http://zjdxcbbs.tmall.com>

华莱坞电影研究的新视界

——《华莱坞电影研究丛书》总序

—

瑞秋·菲尔德(Rachel Field)说:“你无法解释好莱坞(Hollywood),世界上没有这样一个地方。”好莱坞作为美国电影业的诞生地和闻名全球的电影城,位于加利福尼亚州西南部的美国第二大城市洛杉矶市的西北部。好莱坞并非一个行政区域,也没有自己的市政部门,但有一个指定的官员担任所谓的“荣誉市长”,以适应举办各种电影仪式的需要。

同样,你也无法界定华莱坞(Huallywood),地球上也没这个具体的地方,尽管有不少公司试图打造这样的地方。经过香港地区电影界的不懈努力,香港地区曾创下过电影总产值超越印度宝莱坞位居世界第二位的佳绩,赢得“华语梦工场”、“东方好莱坞”的美誉。

随后崛起的横店影视城位于浙江省金华市东阳,建有秦王宫、明清宫、清明上河图等 28 个跨越几千年历史时空、汇聚南北地域特色的大型实景基地和两座超大型的现代化摄影棚,是世界上最大的户外电影制作机构群,中国唯一的“国家级影视产业实验区”,也被认为是具有地标意义的“华莱坞”。

“中国坞”(Chinawood)是印度媒体于 2011 年 12 月底用来形容中国电影产业的新概念。可是过了不到五个月,七星娱乐集团即宣布投资 80 亿人民币,在天津滨海新区建设占地面积达 80 万平方米的环球影视服务总部基地——“中国坞”,意为为中国和美国电影业之间的合作打造全方位的高端合作服务平台,提供电影融资、制作服务、全球发行与营销三大服务。

继万达集团以 26 亿美元收购了美国第二大院线 AMC 成为全球最大院线之后,万达又放出豪言,要拿出 50 亿美元在海外进行一系列大并购。同时宣布,斥资 82 亿美元在青岛打造全球最大规模的影视产业园“东方影都”,包括主题公园、电影博物馆、蜡像馆、水下舞台和电影制片厂以及 20 个工作室,决心要

把集团文化板块业务的年收入做到 131 亿美元。

在中国,试图打造这样一个具体的华莱坞或中国好莱坞的公司还在不断涌现,但最终的“华莱坞”不会是一个固定的地方或区域,而是一个概念、符号和一种精神和文化。

二

目前,好莱坞现象正在发酵,呈现出迅速蔓延之势。除了印度宝莱坞(Bollywood)、尼日利亚瑙莱坞(Nollywood),现在又有新西兰维莱坞(Wellywood)、韩国韩莱坞(Hanllywood)等概念、口号和行动。在中国,上海学者则提出申莱坞(Sengllywood)倡议,北京、广州、浙江等地多家企业几乎同时争先恐后打造海莱坞(Haillywood)影视基地。预计在十年内,中国将超越美国成为世界上最大的电影生产和消费市场。正是在这种情况下,美国学者已经敏锐地针对好莱坞与华莱坞跨国影视合作生产的现状和趋势,适时提出了跨莱坞(Trollywood)影视生产经营的理念。

同如火如荼、热火朝天的中国电影业界相比,中国电影理论界显得有点滞后和冷漠,身份也有点尴尬。华莱坞概念的提出、界定、深化和弘播,不仅可以激励全球华人、华夏子女积极投身华莱坞影视事业,而且可以引导电影学界将眼光转向一个更加久远、广阔、遍布全球的华语电影生产与传播领域。如果说,华莱坞电影产业的发展繁荣是对大中华地区整体力量崛起的自然回应,那么华莱坞电影理论研究也必须对华莱坞电影产业的历史、现状和趋势给出自己的答案和阐述。在全球性电影竞争的格局中,开拓和扩展人们认识和理解华莱坞电影与世界文化互动互助、共进共演的路径和视野。

基于对华莱坞电影研究的历史反思、现实考量和未来前瞻,我认为,华莱坞就是华人、华语、华事、华史、华地之电影,即它以华人为电影生产的主体,以华语为基本的电影语言,以华事为主要的电影题材,以华史为重要的电影资源,以华地(包括中国国内和国外的华人集聚区)为电影的生产空间和生成环境。换言之,华莱坞既是物质层面上的具体性的空间、地方和电影媒介、电影产业,也是精神层面上的抽象性的符号、历史、文化和愿景。应该说,这种定义和阐释,既可突破过去华语电影研究的语言束缚,也可打破以往中国电影研究的地域局限,从而可以在中华五千年历史文化和世界华语电影的基础上整合力量、集中资源、开辟更加广阔的未来。

三

世界电影正在重新洗牌,好莱坞一家独大的传统格局即将终结,包含宝莱

坞、瑙莱坞、维莱坞、华莱坞等的多极电影世界的态势已经形成。好莱坞“世界娱乐之都”的桂冠已经摇摇欲坠,一方面美国电影生产地点的分布范围不再局限于好莱坞一隅,另一方面世界电影生产者逃离好莱坞的步伐也越来越快。美国导演詹姆斯-卡梅隆已在天津成立了一家合资公司,投资 3D 影视项目。美国梦工厂则在上海投资 3.5 亿美元建造了一家动画工作室。目前,全球都在争抢好莱坞资源,英国、澳大利亚、加拿大、新西兰等国家纷纷提供比好莱坞更优惠的补贴政策。好莱坞所在地洛杉矶市市长埃里克·加切蒂已经宣布该市进入“紧急状态”,发誓“要像守卫骨头的狗那样”夺回“出逃的影视制作”公司,决不让洛杉矶遭受像底特律因汽车业衰落而受到的那种经济重创。

机不可失,时不再来。华莱坞电影发力正当其时,圆梦适得其势。勤劳、勇敢、聪明的中国人既然能在第一、第二产业创造辉煌、称雄世界,也一定能在第三产业特别是电影产业赢得尊严和荣耀。2013 年,“好莱坞”遇到了“武二哥”,中国电影总票房为 217.69 亿元,较上年 170.73 亿元,同比增长 27.51%。其中国产片票房为 127.67 亿元,相比 2012 年的 82.73 亿元,同比增长 54.32%,有 33 部国产片票房过亿元。2013 年,中国新增银幕 5077 块,总量达到了 18195 块。中国电影市场规模正在迅速扩大。据联合国教科文组织调查机构的统计,预计到 2020 年,中国电影票房收入将达到 128 亿美元,有望超过美国跃居世界首位。

因此,作为目前世界第二大电影市场,华莱坞电影不仅拥有全世界不容忽视的飞速发展的丰富资源,而且拥有改变世界电影格局、推进文化输出、重塑国家形象的巨大力量。当下,全世界都正在见证着一个梦想的、想象的、勾画中的、行动着的和奔跑着的动态性华莱坞,试图对她作任何定格式的描述和分析都与瞬息万变的客观事实不相符。

四

华莱坞不要忌妒好莱坞,而要以好莱坞为参照的“想象”,敬重好莱坞、学习好莱坞。这既是尊重客观事实,也是华莱坞文化自信、文化自觉和文化自强的具体表现。与狼共舞,就得是狼。宝莱坞和瑙莱坞已经成为打造民族电影风格、创新民族电影“想象”的典范。华莱坞电影业界和学界必须奋起直追,既要十分清楚自身的文化基因、历史传统的来龙去脉、优势特色,有一种发自内心的自豪感和荣誉感,又要十分明白中华文化包括华莱坞电影生存、发展的现实基础和未来走向,在传播全球化和文化转型的大背景下不断增强华莱坞电影的创新意识和自主能力,在顺应世界文化潮流的进程中持续巩固自主地位、提高竞争能力。在虚心学习好莱坞电影技巧的同时,努力用好莱坞的技巧讲好华莱坞

的故事。

当然,华莱坞也要把好莱坞作为一个追赶和超越的目标,否则是没有出息的。华莱坞作为一面文化旗帜,不仅在特定社会环境或社会规范下能被广泛接受与认可,而且具有很强的涵盖性、统合性、包容性和辨识性,符合华人社会的希望与期待。它能产生巨大的号召力和向心力,让分散、游离、漂浮的力量再度融入和聚合,从而可以将已经消沉的智慧和无望的边缘状态再次激活和升华,让华人社会形成强大的归属感、凝聚力和身份认同,进而有可能释放出前所未有的生机与活力,产生巨大的传播力和影响力,甚至有可能形成一种全球性的电影话语权。

华莱坞有十分优越的基础和条件。相同的中华文化传统,共通的华语传播通路,共同的人类基因遗传,相似的中华历史认同,以及可以共同挖掘、开发、传扬的物质或非物质文化遗产,包括中华文学、中华艺术、中华武术、中华美食、中华医药、中华服饰、中华书画、中华音乐、中华歌舞等,都会自然而然地汇聚、融合、生成和升华,成为华莱坞电影在文化、美学、资金、人才等层面开启合作和进行国际传播的珍贵宝藏和强大动力。

创新是电影的灵魂,内容是电影的命根。一部世界电影史,就是一部电影创新史。电影创新是电影产业的核心竞争力和电影传播的最高境界。没有基于中华五千年历史和当代现实以及切合观众真实需求的创新性的电影内容,就失去了华莱坞电影生存与发展的基础。许多电影制片人和导演凭经验办事,靠拍脑袋决策,不重视市场调查、前期策划和创意写作,违背当今电影生产的趋势和规律,结果常以失败告终。相反,一些重视创意策划的新锐电影公司,凭借内容优势和电影叙事、艺术表达的国际水准,加上年轻的明星阵容,在投入不多的情况下,没有炫耀科技,也没有玩弄技巧,即获得巨大收益,产生良好声誉。因此,内容至上,应该成为华莱坞追赶和超越好莱坞不变的宗旨。

华莱坞作为国家的面孔,体现中华文明的“精、气、神”。我们必须积极探讨在制片、发行和播映方面一整套同世界接轨的运营方略和模式,积极向世界传播华莱坞。特别是在电影全球推广营销方面,华莱坞必须以最大诚意向好莱坞学习和致敬。为什么好莱坞会成为国际舆论和社会时尚的风向标,成为影响世界文化、经济甚至政治的重要的文化现象?这与其强大的市场推广和整合营销能力不无关系。先影院放映再社会推广,先国内播映再全球发行,先纯电影营销再后电影拓展,按部就班、有序有节地进行立体的全方位的整合营销传播,是好莱坞电影的基本运营模式。好莱坞电影宣传营销费用往往占到总经费的25%左右。它们意识到,没有强有力的宣传推广,要观众摆脱电视的诱惑自觉地去电影院看电影是很难的。

在全球电影多极格局中,华莱坞电影融合和合作的进程在加快,整体力量开始显现。从20世纪80年代开始,华莱坞电影先后经历了由间接融合到直接融合、由初步合作到全面合作再到深度合作等多个阶段。现在已经进入华莱坞后融合时代,一种由低到高、由下到上、由简单到复杂排列的物理性融合、化学性融合和生物性融合的金字塔融合模型即将形成,一种融入业界期待、愿景和学界思考、理想,具有“高级生命体”特征的最高融合境界已经晨光微现。

华莱坞试图追赶和超越好莱坞,并不是一定要取代它的位置以称霸电影世界,而是要与世界各国电影界共同努力不断丰富世界电影艺术,着力建设一个文化多元化的世界。华莱坞不应该也不可能以一种解放了被压迫的状态,再度复制一个她曾经深受其害的单极独大的单向度的电影世界。在全球化时代,作为长期遭受好莱坞电影霸权文化的掠夺、挤压的华莱坞,文化觉醒后的电影蓝图应该是在积极吸纳和借鉴好莱坞的先进理念、管理智慧和经营谋略,在合理继承和革新中华优秀传统文化的基础上,探寻华莱坞同世界接轨的共通价值、理念和独有模型、特色,通过电影的形式促进世界文化的多极化和世界电影的繁荣与发展,使华莱坞电影成为与其母体的空间结构、文化传统、综合实力、文化理想相适应的世界电影舞台上闪亮的明珠,世界多元文化的重要一极。

五

2013年的金秋时节,我们在杭州成功举办了浙江大学“国际传播视野中的华莱坞电影”学术研讨会,华莱坞电影这一话题得到学界、业界和期刊界的广泛关注和支持,相继有50余篇会议论文在各类期刊上发表。2014年11月,浙江大学传播研究所和浙江省重点创新团队——浙江省(浙江大学)国际影视产业发展研究中心再次在杭州联合主办浙江大学“媒介生态学视野中的华莱坞电影”学术研讨会。同时,团结国内外电影研究者推出《华莱坞电影研究丛书》。意在用事实证明,“华莱坞”不会只是一个符号、一句口号,而是一个崭新的电影研究视界、方向和热点,伴随着电影学界持续稳定的关注、思考和研讨,还必将转化为电影业界的一种群体智慧、集体行动和整体突围。“华莱坞”也不会只停留在当下的想象和期待之中,还必将伴随着中华民族走向世界的矫健身姿和坚定脚步,成为展现中华文化魅力的星光大道和璀璨舞台,成为创造世界文化繁荣、共享人类文明和谐的全新天地和生态绿洲。

是为序。

邵培仁

2014年8月26日于杭州市沿山河畔寓所

目 录

上编 华莱坞电影研究的基本理念

第一章 华夏诉求:华莱坞电影研究的宗旨	(3)
一、作为核心概念的华莱坞	(3)
二、国际传播语境中的华莱坞	(5)
三、华莱坞电影出发的坐标和优势	(11)
四、华莱坞电影发展如何突围?	(15)
五、华莱坞电影的策略与愿景	(18)
六、立足本土的华莱坞电影	(22)
第二章 世纪愿景:华莱坞电影研究的路标	(27)
一、构建华莱坞电影共通体的理念	(28)
二、华莱坞电影研究的多层面解读	(29)
三、多向度架构中的传播张力	(35)
四、从本土到全球的国际化传播	(38)
第三章 国际视界:华莱坞电影的生存空间	(43)
一、面向世界的华莱坞电影为何步履艰难?	(43)
二、华莱坞须合理集聚力量、拓展空间	(47)
三、延伸与拓展国际化生存空间三种途径	(52)

第四章 东方智慧:华莱坞电影的文化基因	(59)
一、华莱坞电影战略的思想来源	(59)
二、应变而生的华莱坞	(60)
三、从模仿走向创新的华莱坞	(65)
四、华莱坞电影的再生与创新之道	(67)

中编 华莱坞电影研究的立体审视

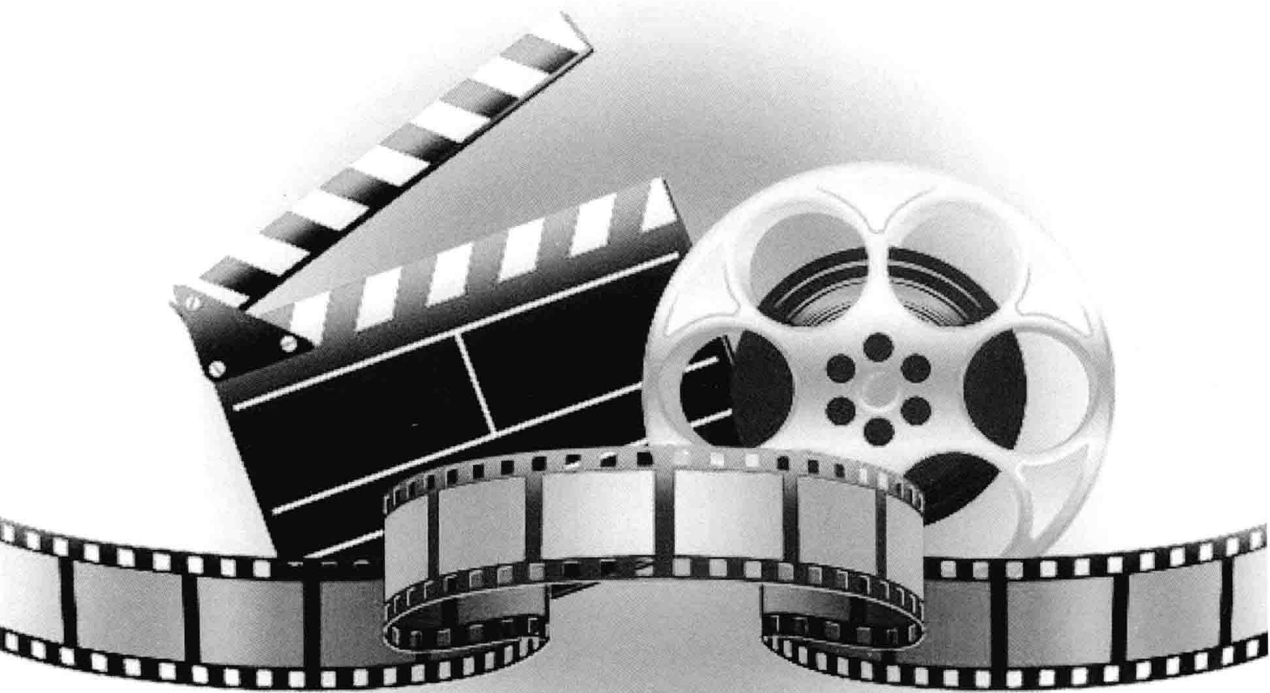
第五章 全球语境:华莱坞电影的跨文化传播策略	(79)
一、华莱坞电影要参与跨文化传播	(80)
二、华莱坞电影:国际化与本土化的契合	(82)
三、让西方观众进入东方情境	(87)
四、华莱坞电影的“双赢”策略	(90)
第六章 华夏景观:华莱坞电影的地理资源	(92)
一、华莱坞电影视觉接受的空间变迁	(93)
二、用影像呈现华夏地理与想象世界	(96)
三、电影对现实地理的重塑与拓展	(104)
第七章 天人合一:华莱坞电影的生态空间	(108)
一、华莱坞:一种确定电影生态的方法	(108)
二、华莱坞电影的社会生态想象	(110)
三、动态性的电影空间	(113)
四、华莱坞电影的生态建设	(114)
第八章 城市想象:华莱坞电影中的光明之城	(118)
一、现代化憧憬与城市想象的正能量	(118)
二、华莱坞电影中“憧憬型”的光明城市	(120)
三、改革题材影片城市图景的负面因素	(124)
四、突出与建构“光明之城”的正面图景	(126)
五、城市想象:美好憧憬中的光明之城	(129)

第九章 电影产业:华莱坞电影是艺术也是工业	(131)
一、作为娱乐和赚钱机器的电影	(131)
二、电影工业的三种生产制度	(134)
三、电影的制作与销售过程	(136)
四、华莱坞电影整合传播的对策	(138)
第十章 移步换形:华莱坞电影的公路奇观	(142)
一、景观与地理:媒介视野下的影像呈现	(142)
二、电影是塑造流动性景观的最佳媒介	(144)
三、现实与想象交织的电影地理	(146)
四、“在路上”的华莱坞电影	(150)
第十一章 伤痕记忆:华莱坞电影的灾难影像	(151)
一、《1942》:直面历史灾难的电影	(152)
二、转换:历史叙事的多重表达	(153)
三、真相:影像表达的历史困境	(156)
第十二章 武打美学:华莱坞电影的中华功夫	(162)
一、世界电影格局中的华莱坞	(162)
二、华莱坞功夫电影的影像表现与文化阐释	(163)
三、功夫电影中的“星文化”:明星的生产与消费	(168)
四、功夫迷:华莱坞电影中的亚文化迷群	(173)
五、华莱坞电影需要努力的方向	(177)
第十三章 舌尖百味:华莱坞电影的中华美食	(178)
一、华莱坞电影及其现状	(179)
二、华莱坞影视中的饮食奇观	(181)
三、中华饮食文化的特点	(183)
四、饮食景观引导下的华莱坞电影文化传播策略	(189)

下编 华莱坞电影研究的多重镜像

第十四章 华莱坞电影的香港镜像	(195)
一、电影、价值与文化	(195)
二、研究问题与方法:言、象、意与电影文本分析	(197)
三、人对自我的态度:从以暴制暴到心灵救赎	(200)
四、人对生死的看法:从快意恩仇到生命伦理	(205)
五、人与社会的关系:从江湖社会回归家庭本位	(208)
六、功夫电影与文化变迁的理性维度	(211)
第十五章 华莱坞电影的台湾图景	(215)
一、台湾电影发展的历史变迁	(216)
二、台湾电影发展的困境之论	(217)
三、台湾电影发展的破冰之策	(221)
四、华莱坞电影新版图:是意义的出口还是文化区位的共建?	(226)
第十六章 好莱坞:值得学习和敬重的榜样	(227)
一、“华莱坞电影”:一个新理念	(227)
二、国际传播视野中的电影媒介	(229)
三、好莱坞电影与华莱坞电影	(232)
四、积极价值观传播:源自好莱坞电影的启示	(236)
第十七章 宝莱坞:印度电影产业的振兴与发展	(239)
一、特殊生态坐标上的宝莱坞电影	(239)
二、媒介生态学视野下的生态位概念及相关理论模型	(240)
三、媒介生态学视野下对印度电影生态位的多维考察与实测分析	(244)
四、媒介生态学视野下对印度电影生态位的定性讨论	(254)
五、结语:努力寻找到适合自己的生态位	(259)
第十八章 瑙莱坞:非洲梦工厂的崛起之路	(260)
一、全球化语境下的瑙莱坞	(260)

二、瑙莱坞的发展历史与现状	(261)
三、全球化语境下的多极影像新时代	(264)
第十九章 横店影视基地:华莱坞影视剧的巨型“孵化器”	(266)
一、作为东方好莱坞的横店影视基地	(266)
二、横店:中国影视文化产业集群发展的典范	(267)
三、横店:华莱坞电影产业发展的样本意义	(282)
四、横店对于华莱坞电影产业发展的启迪	(289)
第二十章 国际电影节:华莱坞电影叫板奥斯卡	(291)
一、媒介地理身份:国际电影节的命名与地点	(292)
二、作为文化产业地缘政治经济学图景的国际电影节	(294)
三、媒介地理与媒介人种语境下的电影节观众	(295)
四、电影节的作品:解码后的媒介地理景观	(297)
五、体现媒介地理话语权力与价值观的电影节奖项	(298)
六、电影节的氛围:狂欢的奇观	(300)
七、媒介地理与软实力崛起:国际电影节对华莱坞的启示	(302)
参考文献	(304)
索 引	(313)
后 记	(315)



上 编

华莱坞电影研究的基本理念

第一章 华夏诉求：华莱坞电影研究的宗旨

随着世界政治、经济、文化格局的风云变化，长期以美国电影为主导的全球电影市场生态面临挑战，华莱坞电影在经历了长期的摸索和探求，以更具包容性而非排他性、更具创新的而非模仿的多元发展模式，正进入本土实践的新阶段，展开华莱坞电影和世界电影的对话与竞争。

一、作为核心概念的华莱坞

正如追问“电影是什么？”和“文学是什么？”一样，当我们提及“华莱坞”的时候，不禁要问的第一个问题便是：“华莱坞是什么？”这既成了本书的开篇提问，也构成了本书的核心概念。

华莱坞(Huallywood)电影观点的提出，犹如一声亲切的呼唤。她确实是受到美国好莱坞(Hollywood)的启迪，得到印度宝莱坞(Bollywood)和尼日利亚瑙莱坞(Nollywood)的激励，但更多的是基于在华人电影研究中对历史的反思和对现实的考量，以及对未来的前瞻。20 世纪初期，从美国南部的外景地到后来的电影制作中心，时至今日“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”^①。这个早已超越了地域限定的好莱坞，不断汇聚世界电影人的力量，借助声光色制造出一幕幕梦幻作品销往世界各地，将好莱坞打造为今日人人心中的“美国商标”。正是这样的普及率、覆盖率和渗透力使我们在听闻好莱坞的时候会有种不言自明的知晓感，能够在脑海中勾勒出一幅幅美国图景，甚至从未到过此地、也尚未西方化的地区，在好莱坞

^① [澳]理查德·麦特白著：《好莱坞电影：美国电影工业发展史》，吴菁，何建平，刘辉译，华夏出版社 2011 年版，第 3 页。

“魔弹”威力下,都失去了抗体。再回望我们的民族电影工业,从2009年国内电影票房实现了跃升百亿的奇迹式增长,进入“百亿时代”,到2013年突破票房收益200亿大关,且进口片票房首现负增长态势。喜人成绩给我们带来了希望和动力,同时我们也要看到不论是以地域划分的大陆电影、香港电影、台湾电影、澳门电影还是以语言为统和的华语电影,虽然拥有巨大的市场潜力,但因缺少有序、整体的规划,本土电影创作力、口碑及影响力的弱势,海外市场的颓势都使好莱坞电影的传播力与影响力远不及好莱坞电影的造梦能力。如何增强好莱坞电影的市场竞争力,提升其在世界电影格局中的文化影响力仍是一个亟待深思和讨论的话题。

好莱坞电影观点的提出,并不是华人电影与“莱坞”的简单重合,也不是对两者的硬性拼凑;既非对华人电影在当前全球化语境中的历程总结,亦非对表象的简单描绘。好莱坞电影希望用更具宏观性的思维视角,全景式的目光,从本土望向全球,用更广阔的包容力接纳全球华人电影,借由新的理念和观点的启发,尽可能地避免仅从个别方向、个别角度去谈论、界定甚至论争我们的电影工业,在理性思维论述中展开对好莱坞电影工业趋势与走向的进一步描绘与勾勒。

好莱坞的电影观点在诸多电影人和研究者的心中积淀、聚集、发酵、升华,并非是凭空而现的一个新名词而是经过时间推移和历史积淀,在宏观背景下提出的一个深思熟虑的观点。是中国电影还是华语电影的争论由来已久,对从不同的视角进行的界定和解读、关注和分析都已拥有大量的著述。“若定位于民族电影,该如何处理一些具有历史争议性的课题?若是跨国电影,或以语言界定的电影(Chinese language cinema),该怎么对待不同层次的语言政治、认同政治、资金结构、文化表述、观众与市场的分布?”^①随着电影业的不断深化和发展,新的趋势与格局的成型,现有的华语电影概念涵盖的范围也显得有些狭窄,“世界华语电影”这样一种提法既体现了当前电影业增势的迅猛,在地理范围的不断延伸和扩大,同时也表现出概念与市场发展之间存有的不足。正如随着传播学科的不断变化,传播概念也不断丰富推进一样,华人电影工业的发展用单一的语言概念界定也不再能满足文化、产业、市场多元要素之间的发展与建构,特别是在进入世界电影市场时,要通过电影与世界对话。以国家或语言为主导的概念其局限性在发展中也日益凸显,与整体电影工业的脚步亦难以步调一致,而好莱坞电影概念的使用正是应了这个迫切之时。

好莱坞电影观点的提出,立足于当前电影产业发展环境与格局中的新思

^① 叶月瑜主编:《华语电影工业:方法与历史的新探索》,北京大学出版社2011年版,第14页。