

摘要

战争不但是军事与经济力量的较量，同时也是文化力量的较量。二战初期，面对纳粹德国猛烈的宣传攻势给美国制造的战争恐慌与思想攻击，美国决定给予反击。好莱坞电影作为美国文化产业的重要标志，因其受众广、感染力强、承载意识形态等特点，成为美国宣传的重要途径。在二战期间好莱坞和美国政府、军方合作，在战时信息局的引导下拍摄了许多战争宣传片。这些电影大都具备相似的宣传主题，不但鼓动国内军民积极应战入伍、为参加战争的士兵提供娱乐鼓舞士气，而且通过传达战争信息，提高了公众对于战事的认识和对美国政策的认知。同时揭露了敌人的本质，传播了对纳粹和日本的仇恨，提升了美国的战争形象，向全世界传扬了美国精神。

本论文分为四章。第一章主要讲述美国宣传电影的缘起，围绕抵御纳粹宣传的需要、商业利益的驱动、鼓舞士气的需要三个层面进行具体的阐述。在政治方面，以希特勒为首的纳粹集团上台后发起了一场危及世界的宣传战，畸形的文化宣传给美国本土和拉美地区带来了困扰乃至威胁。在经济方面，好莱坞发展的是一种商业化的体系。自身实力的增强、观影人数的增加、票房收入的猛增等诸多方面使得好莱坞的利润不断增加。在社会方面，美国拥有光荣的英雄主义传统，战争期间的电影契合了民众的英雄情怀，民众愿意掏钱进入电影院观看电影。

第二章主要论述二战时期美国宣传电影的演进过程。罗斯福总统认为电影是一种重要的宣传武器，因此他极力促进战时宣传片的制作。从美国参战到二战结束，美国在战时拍摄了大量的影片，包括战争纪录片和好莱坞战争片。

第三章主要论述二战美国电影的宣传主题。美国战争电影的宣传主题与极权国家大相径庭，与民主国家相比既有相似之处也有其独特之处。尽管战争宣传电影题材不一，但大都具备相似的宣传主题，包括促进国家认同、守护民主价值观、兜售美国优越和例外论等。

第四章主要论述二战时期美国战争宣传电影的影响。战时信息局创办的一个宗旨即让民众了解战局、了解美国的战时政策，电影较为成功的完成了该任务。对于美国而言，促进了战时动员，鼓励了士兵坚定作战的决心，亦为冷战的宣传奠定了基础；对于海外而言，美国电影的文化渗透越过了国家边界以及打破了民族界限。不仅向世人传递了美国坚定的作战决心以及树立了美国的正面形象，而且成功地将美国的意识形态、价值观以及文化产品向全世界进行了传播。

关键词：二战；美国电影；宣传

Abstract

War is a battle not just of military and economic force, but also of cultural force. The United States chose to fight back against the war fear and ideological onslaught produced by Nazi Germany's ferocious propaganda blitz at the start of World War II. Because of its vast audience, powerful appeal, and ideology-carrying capacity, Hollywood films became a significant means of American propaganda. During the World War II period, Hollywood worked closely with the United States government and military, producing numerous war propaganda films under the direction of the United States Office of War Information. The majority of these films had propagandist elements in common. They not only inspired domestic military and civilians to join the army, amused troops in the field and raised their morale, but they also increased the public's comprehension of the war and American policies by disseminating war information. At the same time, they revealed the enemy's essence, disseminated anti-Nazi and anti-Japanese hatred, enhanced the United States' war image, and propagated the American spirit around the globe.

There were four chapters in this paper. The first part focused on the origins of American propaganda films, emphasizing the necessity to counter Nazi propaganda, financial interests, and the need to raise morale. In terms of politics, the Nazi party, headed by Adolf Hitler, waged a propaganda war against the globe after gaining power. The abnormal cultural promotion had caused problems in the United States and Latin America, potentially posing a danger. Hollywood had established a commercialized system in terms of economics. Hollywood's earnings had continued to rise due to the strengthening of its own strength, growth in the number of film spectators, a significant increase in box office income, and a variety of other factors. In terms of society, the United States had a glorious tradition of heroism. During the war, films reflected the people's courageous emotions. People were willing to spend money to see movies at the theater.

The growth of American propaganda films during World War II was the focus of the second chapter. President Franklin D. Roosevelt thought that films might be an effective propaganda tool, and he pushed for the development of wartime propaganda films. The United States produced a vast number of films during the world war II period, including war documentaries and Hollywood war films, from the beginning

of the war until the conclusion.

The third chapter revolved around the propaganda theme in World War II American films. The propaganda theme of American war films differs significantly from that of police states. American war films had both similarities and differences from those of democratic nations. Despite the fact that war propaganda films contained a variety of themes, the majority of them shared similar propaganda themes, such as fostering national identity, safeguarding democratic values, and marketing American superiority and exceptionalism, among others.

The fourth chapter centered on the impact of American war propaganda films during World War II. One of the goals of the United States Office of War Information was to educate the public about the war situation and the United States' wartime policy. This mission was successfully achieved by the films. For the United States, it aided wartime mobilization, bolstered troops' will to fight, and laid the groundwork for cold war propaganda; for the rest of the world, the cultural penetration of American films had crossed and broken national borders. They had effectively transmitted American philosophy, values, and cultural products around the globe, not only conveying to the world the United States' resolute commitment to fight and establishing a favorable image of the United States.

Keywords: World War II; American movies; Publicity

目 录

绪论	1
1 选题缘由及意义	1
1.1 选题缘由	1
1.2 选题意义	1
2 研究现状	2
2.1 国外研究状况	2
2.2 国内研究综述	3
3 研究的重点、难点和创新之处	4
4 研究方法	5
第 1 章 二战时期美国战争宣传电影的缘起	6
1.1 抵御纳粹宣传的需要	6
1.2 商业利益的驱动	8
1.3 鼓舞士气的需要	10
第 2 章 二战时期美国战争宣传电影的演进	13
2.1 战争纪录片	13
2.1.1 军队宣传系列纪录片	13
2.1.2 大众化宣传纪录片	15
2.2 好莱坞战争片	17
2.2.1 1942-1943 年	18
2.2.2 1943-1945 年	19
第 3 章 二战时期美国战争电影的宣传主题	21
3.1 人民战争、促进国家认同	21
3.2 守护民主自由价值观	23
3.3 重申男性气概	25
3.4 美国优越和例外论	26
第 4 章 二战时期美国战争宣传电影的影响	29
4.1 促进国内的战时动员、提升士气	29
4.2 传递反法西斯思想、提供罪证	30
4.3 美国形象的提升与文化价值观的输出	32
4.4 为后期战争宣传积累经验	34

结 语	36
参考文献	37
致 谢	40
攻读硕士期间的研究成果	41

绪论

1 选题缘由及意义

1.1 选题缘由

纵观美国发展史，我们会发现，战争塑造了美国。她在不断的战争中发展壮大，尤其是在被美国人称为“美好战争^①”的二战中。当人们提及二战的历史时，经常将注意力集中于交战国的经济、军事和政治等范畴，对于战时宣传提及甚少。美籍研究者哈罗德·德怀特·拉斯韦在专著《世界大战中的宣传技巧》曾提及：“现代战争一般在三个战线展开，即军事、经济和宣传。”^②因此，宣传也是战争至关重要的一部分。

事实上，美国在二战中十分重视战争宣传工作。1939年二战爆发之际，美国总统富兰克林·罗斯福就开始酝酿成立战时宣传机构事宜，希冀传递“积极”和“准确”的战时信息。随着战局的推进，尤其是珍珠港事件之后，战时宣传工作显得愈发重要。由于电影所特有的媒介宣传特性，再加上好莱坞电影在传播的过程中与美国的文化遗产、价值观念以及国家形象等产生了密切的联系，使得好莱坞电影逐渐成为美国政府在战争宣传中直接的工具。在政府宣传机构即战时信息局的引导之下，好莱坞电影业和美军并肩作战，拍摄了许多宣扬爱国主义和美国基本价值观的影片。这些电影把战争宣传与国家形象充分融合，不仅促进了国内的战争动员、激发了民众的参战热情、维护了国家形象，而且揭示了法西斯国家丑陋的面目和企图侵占世界的邪恶思想，进而组织团结了反法西斯同盟国家，这对于战争的进程和结局起着重要影响。不仅如此，这些带有明显宣传色彩的影片在为美国外交提供媒介支持从根本上捍卫美国国家利益的同时，也培养了全球观众的价值取向，为美国以后长期运用电影媒介进行文化渗透和宣传教育积累了宝贵的经验。

1.2 选题意义

该论文的选题共有两方面的意义。首先，第二次世界大战是迄今为止世界上最为残酷的一场战争，世界各国人民遭受了巨大苦难。对于这场世界大战，除了交战双方的经济、军事实力外，文化宣传也是我们需要关注的一部分。美国在二

① M.Todd Bennett: *One world, big screen Hollywood, the allies, and world war II* [M]. North Carolina: University of North Carolina press, 2012, p.23.

② 哈德罗·D·拉斯韦尔. *世界大战中的宣传技巧* [M]. 北京: 中国人民大学出版社. 2003: 178.

战时期制定了相应的宣传战略，好莱坞是其中重要的一环。因此，研究好莱坞电影对于理解美国如何在文化领域中获得优势地位至关重要。其次，该论文的选题也具有现实意义。二战期间，美国政府通过与好莱坞合作，探索出了一条既符合好莱坞电影业商业利益又有利于美国的道路。好莱坞的成功可以说为推广中国的电影业提供了一种思考模式。

2 研究现状

2.1 国外研究状况

国外学术界对该问题的研究成果较为丰富。主要研究内容如下：

(1) 以二战中战争宣传具体形式为研究内容的中文译著有：日本作者池田德真所著的《宣传战史》^①一书，主要介绍了英、美、德各国在两次世界大战中的宣传以及各国对战时宣传的态度，并指出美国的战时宣传属于报道派；美国学者哈德罗·D·拉斯韦尔所著的《世界大战中的宣传技巧》^②，主要介绍了参战国家如美国、英国、德国在第一次世界大战和第二次世界大战中所采用的各种宣传手段，如电影、广播、海报等。重点对宣传的组织、符号、过程和作用四个层面进行了阐述，最终认为宣传对于战争的胜利起着决定作用。以美国二战宣传为内容的英文著作有马丁·曼宁（Martin.J.Manning）、赫伯特·罗曼斯丁（Herbert.Romerstein）的《美国宣传的历史词典》^③（*Historical Dictionary of American Propaganda*），主要讲述了宣传的两种形式，一是美国政府对国内人民和国外的宣传形式和手段；另一种是外国针对美国的宣传。(2) 以研究电影作为一种重要的宣传工具，参与战争为议题的书籍中，中文译著主要有美国学者马克·哈里斯的《五个人的战争：好莱坞与第二次世界大战》^④，该书历史资料严谨详尽，主要讲述了好莱坞历史上最伟大的五位导演从参加战争到回国期间的经历以及拍摄电影的过程。在政府的同意下，导演们自由出入战区，并拍摄了许多影片。他们所拍摄的电影作品对于正确认识美国政府的战争政策、盟友以及敌人等发挥了重要作用，不仅如此对于美国形象的提升也具有重大价值。该书详细而引人入胜的一手史料对于本文的写作具有重大价值。英文著作方面主要有拉夫尔·唐纳德（Ralph Donald）的《好莱坞招募二战宣传片》^⑤（*Hollywood Enlists*

① 池田德真著.林世侯译.宣传战史[M].北京：新华出版社.1984年.

② 拉斯韦尔著.张洁.田青译.世界大战中的宣传技巧[M].北京：中国人民大学出版社.2003年.

③ Martin.J.Manning.Herbert.Romerstein.*Historical Dictionary of American Propaganda*[M].New York: Greenwood Press,2004.

④ 马克·哈里斯编.黎绮妮译.5个人的战争—好莱坞与第二次世界大战[M].北京：社会科学文献出版社.2017年.

⑤ Ralph Donald.*Hollywood Enlists Propaganda Films of World War II*[M].Washington: Rowman & Littlefield Pub Inc,2017.

Propaganda Films of World War II), 通过研究二战时期的美国宣传电影, 作者展示了各种宣传技巧是如何将美国的娱乐活动与政府的目标结合在一起; 苏得·劳伦斯 (Suid Lawrence) 的《电影中美国军人形象的塑造》^① (*The making of the American Military image in Film*), 该书主要研究了电影工业和美国武装部队之间的共生关系, 探讨了宣传电影是如何反映和影响美国军队形象的变化; 克莱顿·科普 (Clayton R. Koppes) 的《好莱坞走向战争——政治、利润和宣传如何塑造了二战电影》^② (*Hollywood goes to war -How politics, profits and propaganda shaped world war II movies*), 这本书详细讲述了美国政治利益如何与美国宣传相连接, 塑造了大量的美国二战影片。(3) 在以研究好莱坞战时电影宣传影响方面的著作中, 中文译著有法国学者雷吉斯·迪布瓦的《好莱坞——电影与意识形态》^③, 作者首先对电影与意识形态的关系进行了思考, 然后在两者的关系上, 从文化研究的角度, 试图通过深入分析众多案例来揭示美国电影如何呈现美国的意识形态, 该书的二元理论对于本文撰写具有重大参考价值; 英文著作方面有罗伯特·麦克劳夫林、萨利·帕里 (Robert L. McLaughlin、Sally E. Parry) 的《我们永远都有电影》^④ (*we ' ll always have the movies*), 主要展示了二战期间好莱坞电影是如何在审美和文化上发挥作用, 以此来说明电影如何创造了一种理解战争的方式; 罗伯特·埃伯温 (Robert Eberwein) 的《好莱坞战争电影》^⑤ (*the Hollywood war film*), 该书主要目的在于通过介绍好莱坞战争片类型, 并以此为依据, 探讨了战争电影的含义、战争电影在历史问题中的作用以及战争电影引发出的“现实主义”概念。

2.2 国内研究综述

当前, 我国学界对于电影宣传方面也有一些论述, 但都是概括而言, 对于美国二战电影宣传方面, 美国政府同好莱坞之间的互动过程等进行具体研究的文献相对较少。通过阅读和分析, 得出以下结论:

(1) 从总体文化背景研究美国影片, 如蔡卫, 游飞编著的《美国电影研究》^⑥, 该书在详细的资料基础上对美国类型电影如战争片、历史传记片、社会政治片等进行了概括与赏析。(2) 以好莱坞电影参与美国公共外交为研究内容的文

① Suid Lawrence. *Guts and Glory. The making of the American Military image in Film* [M]. Lexington: University of Kentucky Press, 2002.

② Clayton R. Koppes. Gregory D. Black. *Hollywood goes to war -How politics, profits and propaganda shaped world war II movies* [M]. Berkeley: University of California Press, 1987.

③ 雷吉斯·迪布瓦著. 李丹丹. 李昕辉. 好莱坞: 电影与意识形态 [M]. 北京: 商务印书馆, 2014年.

④ Robert L. McLaughlin. *We Always have the movies American cinema during world war II* [M]. Lexington: University of Kentucky Press, 2006.

⑤ Carl Boggs. Pollard Tom. *The Hollywood War Machine: U.S. Military and popular culture* [M]. New York: Routledge press, 2016.

⑥ 蔡卫. 游飞编著. 美国电影研究 [M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2014年.

献，主要有徐海娜的《好莱坞电影：美国的形象大使》^①一文，主要从一战、二战、冷战，尤其是冷战三个阶段分析了好莱坞与政府之间的合作，以及好莱坞在美国的扶持下，不断走向世界，称霸世界；顾刚的《论二战期间美国政府对好莱坞电影的影响》^②，主要通过对战时信息局文件的要求与实际电影中的人物形象进行对比，探析美国政府如何影响电影的发行与内容；陈哲的《好莱坞参与美国战争舆论动员的公共外交行为研究》^③一文，着重选取了第一次世界大战、第二次世界大战、冷战期间还有新世纪四个阶段，详细整理了好莱坞在这四个阶段是如何参与战争动员与争取战争舆论，并在此基础上分析了美国政府与好莱坞两者的互动关系以及实质。（3）以好莱坞拍摄的具体电影作品为研究内容的文献，苏兴莎的《影像的力量：20世纪以来好莱坞电影与美国价值观的塑造和传播》^④一文，在对20世纪以来好莱坞多部电影作品分析的基础上，揭示了好莱坞电影是如何在美国塑造国民的价值观以及传播美国价值观的；程青松的《细细的红线-生命中不能承受之轻》^⑤，该文章对具体拍摄的影片进行了细致的分析，并概述了电影文本如何折射出一个国家的文化价值观、社会大背景以及宗教信仰的。（4）对两部不同风格的美国二战影片进行比较的主要有毕耕、田志勇的《战争与人性的碰撞——（拯救大兵瑞恩）与（细细的红线）艺术特色之比较》^⑥等。

3 研究的重点、难点和创新之处

本文将在国内外现有成果的基础上，从美国宣传机制和好莱坞电影产业的合作出发来研究二战期间美国电影的战争宣传。涉及的问题包括二战美国宣传电影的缘起、主要的演进过程，二战中美国政府如何为电影工业提供方针政策，这些影片又达到了怎样的宣传效果与影响，以求对二战时期的美国战争宣传电影进行一个系统化、整体化的分析。

主要创新之处是以“二战”时期作为研究的时间节点，我国学界对于电影宣传方面有一些论述，但具体论述二战时期宣传电影的文章较少。其次，也很少有文章关注到美国宣传电影的一个影响即充当了证实纳粹罪行的证据。最后，较少文章深入研究了美国政府是如何与好莱坞合作的。本文将在前人的基础上，再加上中英文相关资料详细论述二战时期美国宣传电影的缘起，以及归纳美国宣传电影在不同时间段的演进过程。通过与极权国家电影宣传的对比，明晰美国电影的

① 徐海娜.好莱坞电影：美国的形象大使[J].公关世界,2012(7).

② 顾刚.论二战期间美国政府对好莱坞电影的影响[J].今日中国论坛,2015(3).

③ 陈哲.好莱坞参与美国战争舆论动员的公共外交行为研究[D].北京：外交学院,2009年.

④ 苏兴莎.影像的力量—20世纪以来好莱坞电影与美国价值观的塑造和传播[D].吉林：吉林大学,2016年.

⑤ 程青松.《细细的红线》生命中不能承受之轻[J].电影艺术,2000(1).

⑥ 毕耕.田志勇.战争与人性的碰撞——（拯救大兵瑞恩）与（细细的红线）艺术特色之比较[J].安徽农业大学学报,2000(4).

宣传主题；通过战时美国政府和电影业的合作，明晰美国宣传的实质是为国家利益所服务。

论文的不足之处是：一、对于二战时期美国战争宣传电影的影响分析不够透彻。二、对于好莱坞在战时拍摄的一些经典电影分析不透彻。

4 研究方法

1 文献研究法：笔者将通过查阅大量的中外相关资料与文献，首先对二战时期的美国宣传电影进行归纳与整理。其次，笔者将借助图书馆、互联网等途径来获取大量的外文资料、论文与著作，以使二战时期战争宣传电影这一选题能有一个完整、详细、清晰、可靠的资料保障。

2 案例分析法：本文在写作的过程中将穿插一些好莱坞在战时拍摄的一些经典电影。通过对影片的制作过程、主要的内容以及影响等方面，展示战时的电影是如何受到美国政府和军方的引导和控制的，从而揭示出其蕴含的美国意识形态。

3 历史归纳法：梳理总结二战时期战时信息局电影部和好莱坞之间合作的过程，进而对电影的演进过程进行归纳。

第 1 章 二战时期美国战争宣传电影的缘起

电影作为一种绝佳的宣传手段，在一战时已被美国政府使用，其突出的成效为二战时期的宣传提供并累积了经验。一方面，电影将视听完美结合，给观众留下一个深刻印象，另一方面，电影成为美国政府宣传国家政策、争取人心的重要手段。“通过提供一种象征性现实”，电影能够改变“人们对于周围环境的看法，使得意见逐渐趋同”^①，因此让电影这种文艺作品形式为国家利益服务，成为各个国家战争努力的一部分。二战期间，电影作为重要的宣传和教育手段，普遍受到了交战国的重视，法西斯国家与反法西斯国家不仅在现实的战场上进行斗争，也在电影制作上相互较量。随着艺术的大背景发生变化，战争成为大多数国家电影制作的主题，美国作为一个电影制作大国尤为如此。最终在国家利益的驱使下，二战时期美国政府与好莱坞进行了合作。

1.1 抵御纳粹宣传的需要

20 世纪 30 年代，看似“平静”的国际政治舞台实则暗潮汹涌。纳粹德国精心谋划不断冲破凡尔赛-华盛顿体系的束缚、日本的铁蹄早已踏入中国国土、意大利也将其目标投向了其他国家，一场不可避免的战争正在临近。随着战火涉及的区域愈加广大，人们对于战争的认识也逐步增加，人类意识到战争不仅仅是军事、经济力量的较量。对此德国军事理论学家埃里希·鲁登道夫曾明确提出“总体战”理论，核心观点在于在这场战争中，大量的人力、物力和情感资源都应被用来支持军事行动，全面战争的考验要求平民也必须投入并参与战争努力，而宣传成为控制舆论和国家武库中的一个重要武器。因此，国家需要动员各种可以使用的手段进行宣传。

宣传实际走上历史舞台始于第一次世界大战，一战给全球各地造成巨大灾难的同时也赋予了“宣传”新含义。在战争期间，英、法、美、德等国家相继启用了宣传机器，以进行对敌对国、中立国、甚至是本土民众的宣传。当时宣传较为成熟的大国集中在英国，英国宣传的明显成功为战败的德国提供了丰富的反宣传资源。希特勒坚持认为，德国军队并没有在战斗中被击败，而是德国社会内部的士气瓦解而被迫投降，英国的宣传则加速了这一进程。^②据此，希特勒深信宣传在任何以获得权力为目的的政治运动中起着至关重要的作用，因此，以希特勒为首的纳粹上台后不久便开启了一场危及世界的宣传战。20 世纪 30 年代的纳粹德

① 周庆安.田媛媛.好莱坞电影的风险其鸣与公共外交的涵化效应[J].对外传播,2015(2):16.

② David Welch.*World war II propaganda:Analyzing the art of persuasion during wartime*[M].California: ABC-Clio.2017,p.15.

国政府把电影转化为一种政治宣传手段，针对希特勒的影像也成为当时最有效的宣传武器之一。1934年，在希特勒的命令下，那个时代为数不多的女性导演之一莱妮·里芬斯塔尔拍摄了《意志的胜利》，这部电影是纽伦堡第六届纳粹党代表大会的官方纪录，是对国家社会主义运动的一次深入研究，记录了数百万民众欢迎希特勒作为救世主的画面。^①针对该电影，《洛杉矶时报》称，即使是最温和的德国人，看过莱妮·里芬斯塔尔导演的《意志的胜利》这部电影后都会热血沸腾^②；除电影之外，德国还广泛利用广播、报纸、小册子、橱窗海报等多样手段进行宣传，致力于分裂世界。1940年春天，法国的突然沦陷让人们将共和国的衰落归因于丧失了意志，人们越来越担心是否需要作出更大的努力来唤醒人们对于民主价值的信心。^③

对于美国，在纳粹上台前后，戈培尔就曾广泛利用美国国内的黑人即“叛变的美国人”秘密宣传，以此来说服美国人民，即德国既没有力量也没有意图伤害任何人，让美国保持放松状态。1939年9月，第二次世界大战爆发。尽管美国在战争初期一直保持中立，德国军队距美国本土还很遥远，但希特勒仍然期望将战略目标触及到更远的地方，尤其是随着欧洲战争步伐的加速，希特勒认识到美国是其推行战略计划的主要障碍者和潜在敌人。因此，德国开始有意识地对美国进行文化渗透，再次将矛头指向了美国。在纳粹的宣传中，美国人和英国人一样，因为他们的财富、懒惰和暴行以及对下层阶级和盟友的漠视而遭到诋毁。^④德国对美国的宣传与对英俄的宣传一样普遍。各种模式化的美国低俗的概念蔓延，这些宣传材料宣传美国人典型的傲慢，宣传美国是被宠坏的、傲慢的、不知如何战斗的傻瓜，除此之外美国人还被描述为“古代文明的野蛮破坏者”、容易采取“恐怖主义和强盗行径”的国家以及“美国是一个由华尔街操控的反动的资本主义国家等等”。^⑤这些负面的陈词滥调不仅在德国非常有效，同时也在诸如英法等盟友的公众间产生了对美国的不利影响。

20世纪30年代末，纳粹德国的崛起和希特勒对欧洲秩序的挑衅引发了诸多反应。但对于罗斯福而言，轴心国在20世纪30年代末造成最直接的威胁是对美国本土还有美国“天然势力范围”拉美地区的经济和战略威胁。美国政府将拉美地区视为美国的专属势力范围，但是这一势力范围似乎正受到德国特工和纳粹附

① Doris Milberg. *World war II on the big screen 450+ films, 1938-2008*[M]. Carolina: McFarland company. 2010, p.89.

② Clayton R. Koppes. Gregory D. Black. *Hollywood goes to war -How politics, profits and propaganda shaped world war II movies*[M]. Berkeley: University of California Press. 1987, p.49.

③ Clayton R. Koppes. Gregory D. Black. *Hollywood goes to war -How politics, profits and propaganda shaped world war II movies*[M]. Berkeley: University of California Press. 1987, p.49.

④ Michael. J. Stout. The effectiveness of Nazi propaganda during World war II[D]. *Eastern Michigan University*. 2011, p.84.

⑤ 约翰·B.亨奇编. 蓝胤淇译. 作为武器的图书，二战时期以全球市场为目标的宣传、出版与较量[M]. 北京：商务图书馆. 2016:131.

属团体的威胁，特别是例如乌拉圭、阿根廷、巴西和智利的大规模有德国移民并且有很强贸易联系的国家。1933年希特勒上台后加强了外国纳粹党组织，拉美地区诸多城市还建立了纳粹德国“朋友”协会。一次美国政府对在布宜诺斯艾利斯会议进行规划时，美国情报机构开始思虑，德国可能利用纳粹在南美的支持，在某一天对美国发动军事攻击。希特勒也毫不掩饰他的野心，他曾明确表示要把南美洲转变为一个“民主毫无意义且徒劳无益”的地区。^①为此德国采取了各种手段进行对美洲进行宣传与渗透，企图造成与美国意见的不合，挑起人们对美国的敌意，诋毁美国的国际声誉与形象。其中，德国非常重视电影的作用，纳粹德国通过低价或者免费的方式为拉美地区民众放映电影，影片内容不仅突出展示德国军事力量强大，宣传纳粹的意识形态等，还对美国文化进行贬低与批判，通过对比的方式加深了对拉美地区的文化渗透。在德国的畸形宣传下，在德国政治和经济的影响下，拉美民众普遍表现出对德国的敬仰之情，而以南锥体^②公众为代表的拉美民众反美情绪却不断增长。

随着纳粹宣传的恐惧增加，不由得引起美国政府的担忧。战争部长亨利·史汀生警告道，德国人正在利用美国的新闻自由机构讨论自由，国家必须反击。其他战争顾问也指出：国家应该动员宣传战，就像动员地面战和空战一样。自由派演说家罗伯特·舍伍德也声称，“美国必须用美国的宣传来对抗纳粹的宣传。”^③而电影从诞生之初，就为意识形态创造了一个意义非凡的载体。^④这是电影的政治属性，也是电影最主要的功能。一战结束后，由于战争的残酷性以及美国的既定利益没有得到满足等，美国孤立主义重占上风，导致当时的罗斯福政府不敢再推行政府组织的强有力的公开宣传行为。但是面对德日法西斯的残酷行径，美国急需笼络全国的人心。电影在当时是面向大众传播有效的方式，李普曼曾表态：“不期望领导人与民众因基本理念进行理性的对话。相反，领导人应该找到恰当的词语或形容来抓住大众的想象力，而运用这些象征符号最理想的媒介是电影，因为在影片中，民众能分辨是非。”^⑤

1.2 商业利益的驱动

好莱坞发展的是一种商业化的电影体系。20世纪一二十年代，由几个大制

① Sarah Ellen Graham. *Culture and propaganda: the progressive origins of American public diplomacy* [M]. Burlington: Ashgate Publishing Company, 2015, p. 51-53.

② 南锥体主要为阿根廷、智利和乌拉圭三国

③ Laura Clarkson Lefler, *A war of words: American's Domestic and foreign Propaganda efforts in world war II* [D]. *University of Tennessee, Knoxville*. 2001, p. 15.

④ Bryan Everett. *American Exceptionalism in the Film industry in the Middle Twentieth Century* [D]. *University of North Georgia*. 2017, p. 12.

⑤ Robert L. McLaughlin. *We always have the movies American cinema during world war II* [M]. Lexington: university press of Kentucky. 2006, p. 21.

片厂集团与一些小制片厂所形成的好莱坞制片体系经过持续发展,到了三十年代逐渐兼并成为由八大公司垄断的具有现代托拉斯性质的电影城。派拉蒙、华纳、米高梅、福斯和雷电华这五家大影片公司和环球、哥伦比亚和联美三家较小的公司创造了一个垂直整合的行业,并控制了美国 95%电影的发布。到了 20 世纪 30 年代,美国电影经历了巨大的转变,由原先的默片转变到了有声电影时期。声音的出现极大的改变了电影,使其从纯视觉的艺术变成视听结合的艺术,之后电影的情节更加曲折复杂,人物形象更加完整丰满,情感表现更加丰富细腻。总之,电影因为增加了声音的维度可以叙述更加复杂的内容,形成更加复杂的时空结构^①。可以说,好莱坞的实力随着有声电影的出现进一步加强,之后好莱坞的运转规则更加完善,经济利润也随之增加,好莱坞进入了黄金时期。对此,霍普金斯曾说过,好莱坞电影作为美国最伟大的推销员,向外国消费者兜售着美国的商品,不仅增加了外贸收入,还推动了美国经济的增长。海斯也曾游说美国贸易官员支持好莱坞的出口,并声称每出口一英尺的电影就为美国带来一美元的收入。^②从中可窥见美国电影对于经济的重要作用。

战争助长了电影收入,汽油和橡胶的短缺剥夺了美国人的一项传统乐趣,从而使得数百万人选择重返影院。在此期间,美国人看电影的频率比以往时候都高,尽管联邦对影院门票大幅提高,但战争期间的上座率仍创下记录,观影人数戏剧性的反弹,票房收入的递增,这对于好莱坞来说是一笔巨大的财政恩惠。据美国人口普查局和劳动统计部的资料显示,1940 年,每周观影人数为 6100 万,几乎为全美人口的一半。到了 1945 年,全美有 8500 万电影观众,占全部人口的 62%。^③此时,好莱坞的外国市场也依旧广大,自第一次世界大战以来,美国电影工业一直主导着全球电影市场,20 世纪 30 年代,外国市场的收入占美国电影业总收入的 35%左右,其中有 2/3 来自欧洲市场。^④在拉丁美洲,20 世纪 30 年代末,大约有 5000 家剧院放映着美国电影;在亚洲,有 6000 多人观看,欧洲的观众数量最多,有超过 3.5 万人定期观看美国电影。^⑤在这个时代,有如此多的人定期看电影,使得好莱坞获得了巨大的经济利润。据统计,1937 年以资产和产量计算,好莱坞在美国所有产业中分别排名第 11 位和第 14 位^⑥,而此时好莱坞高管们的薪酬也跃居第二。

① 曹毅梅.世界电影史概论[M].郑州:河南大学出版社.2010:101.

② M.Todd Bennett.*One world,big screen Hollywood,the allies,and world war II*[M].North Carolina : University of North Carolina press.2012,p.58.

③ William H.Young.Nancy K.Young.*World War II and the Postwar Years in American and Cultural Encylopedi*[M].California:ABC-Clio.2010,p.491.

④ David Bordwell.*The Cinema of Essentein*[M].Massachusetts:Harvard University Press.1993,p.6.

⑤ Clayton R.Koppes.Gregory D.Black.*Hollywood goes to war -How politics,profits and propaganda shaped world war II movies*[M].Berkeley: University of California Press.1987,P.21.

⑥ M.Todd Bennett.*One world,big screen Hollywood,the allies,and world war II*[M].North Carolina :University of North Carolina press.2012,p.34.

商业的发展也使得屏幕上的政治活动有利可图，好莱坞-华盛顿联盟的基石是当一个法律问题被解决后形成的。1938年，美国司法部起诉电影公司违反了《谢尔曼反托拉斯法》。面对现实和经济上毁灭的可能性，以华纳兄弟和海斯为首的影院和制片厂代表纷纷前往白宫。哈里沃纳要求罗斯福总统最亲密的心腹、商务部部长哈里·霍普金斯代表好莱坞进行干预，理由是好莱坞促进了国家利益。商务部部长显然同意这一观点，1940年7月，他说服联邦检察官颁布一项法令，允许电影公司保留其影院，以换取电影对罗斯福政策的支持。同时，美国政府也可以借助电影推销战争债券，据统计战时美国10%的战争债券销售渠道是电影院，但20%的债券都是在电影院销售的，许多演员和工作人员出于本能爱国，利用他们的公众形象和影响力来支持战争。

总之，电影对于美国经济而言具有重要的作用，它不仅带动了美国经济增长，也使得企业自身的利润增加。这样的形势使得好莱坞倾向于与政府合作、乐意进行战争宣传电影的拍摄。

1.3 鼓舞士气的需要

美国英雄文化的形成深受亚瑟王和荷马史诗的影响，早在古希腊罗马时期，就存在崇拜英雄的传统战争观。盎格鲁·撒克逊人迁徙时将这一观念带到了北美大陆，并将其根植于美利坚人的文化基因中。此后，在向西部开发的过程中，艰难的生存条件使得美利坚人产生了一种对英雄主义的崇拜。之后，受资本主义新教伦理的影响，英雄主义被美国民主化和基督教化，后逐渐形成以个人主义为基础的美国核心价值观。美国人自诩拥有先进文明，深受救世主般命运和历史进步观念的影响，强调一种独特的文化使命，相信自身的政治自由和自我意识活动是人性高尚之处的反映。

作为一个移民国家，美国有着光荣的英雄主义传统，在英雄主义的基调下，拯救者形象被反复提及歌颂，而电影中的人物则很大程度上契合了民众心中的英雄情怀。不仅如此，电影还有利于促进美国价值观的永恒，电影与观众习惯性接触到的个人行为和社会联系模式有关。对许多人来说，看电影本身是一种社交仪式，民众在观看时，可以为那些不太倾向于阅读报纸和其他书面材料的人澄清复杂的问题，会受到强烈的感染力影响，产生倾向性与认同感，从而有助于获得国家所需的支持。电影作为社会化的中介角色，好莱坞电影为不同的观众提供了相互认同的社会行为和价值观标准。电影对社会价值的肯定有助于国家的建设和巩固进程，正如刘易斯指出的那样，参与国家的象征性建设确保了好莱坞电影作为

一个国家文化产业的核心作用。^①正是因为电影具有以上特性，民众才愿意掏钱进入电影院看电影，美国才重视电影在宣传中的作用，尤其是在外交领域中的作用。

1941年日本偷袭珍珠港，暴力抵达美国自身海岸时，整个国家都感受到了冲击波，被激怒的美国决心参战。富兰克林·罗斯福总统认为唤起美国民众对于参战的支持热情和抗衡海外的舆论宣传至关重要，尤其是民众对于反法西斯潮流的拥护愈显关键。^②罗斯福总统认识到了宣传的潜力，但他也从更大的角度上思考这个问题。珍珠港事件一个月后，他在向国会的讲话中强调了对公众信息需求以及对不同冲突的理解，谈到需要向美国民众传达六个方面的问题即战争、敌人的目标和特点、联盟国家的实质、国内生产的重要性、前线的角色以及盟军战士面临的现实。基于这样的思虑，罗斯福总统于1942年6月13日发布了第9182号行政命令，建立起了战时信息局。罗斯福总统下令指示，战时信息局的工作一定要利用好电影、广播和其他媒体，制定和实施信息计划，以促进国内外对战争的进展、政府政策和政府目标的理解，消除对美国的“幻想”。^③事实上在信息局成立之前，不少好莱坞电影人都曾主动地向罗斯福总统请愿，期待好莱坞的电影界能够加入战争宣传行列。罗斯福总统认为，电影是一种有效的宣传媒介，对整个战争可以作出有益的贡献。^④因此，战时信息局成立之后，好莱坞就被罗斯福指定为一个重要的战争产业，这也成为电影业和美国政府之间“美好友谊的开始。”^⑤

1941年12月17日洛厄尔·梅里特担任美国战时信息局电影部的负责人，担任政府和好莱坞之间的协调联络人。罗斯福在对梅里特的任命书中很清楚地指出：“电影是告知公众的最有效的工具之一，梅里特将与好莱坞建立联系，并确保电影公司实现他们的承诺，以帮助战争的努力。”^⑥为此，梅里特得到了副局长潘特的大力支持，罗斯福说过：“电影工业是世界上最强大的宣传工具，不管它是否努力做到这一点。”^⑦但出于战争的考虑，战时信息局发布了《电影界政府信息指南》，明文规定战时电影必要的宣传方向：1、这部影像有助于赢得战争吗？2、影片故事尝试澄清或者解释什么样的战争信息问题？3 如果这是一个

① Theodore Kornweibel, Jr. Propaganda, cinema and the American character in world war II [J]. *American Studies*. Vol. 22, No. 1. 1981, pp. 5-19.

② 顾刚. 论二战期间美国政府对好莱坞电影的影响 [J]. 今日中国论坛. 2015(3): 100.

③ Ian Scott. From Toscanini to Tennessee: Robert Riskin, the OWI and the Construction of American Propaganda in World War II [J]. *Journal of American Studies*. 2006, pp. 347-366.

④ Laura Clarkson Lefler. A war of words: American's Domestic and foreign Propaganda efforts in world war II [D]. *University of Tennessee*. Knoxville. 2001, p. 7.

⑤ Krista Leigh Richmond. The beginning of a beautiful friendship: World war II propaganda in feature films from 1939-1943 [D]. *University of Tennessee*. 2003, p. 8.

⑥ Clayton R. Koppes, Gregory D. Black. *Hollywood goes to war - How politics, profits and propaganda shaped world war II movies* [M]. Berkeley: University of California Press. 1987, p. 70.

⑦ David Welch. *World war II propaganda: Analyzing the art of persuasion during wartime* [M]. California: ABC-CLIO. 2017, p. 98.

“逃避”作战主义的画面，它是否真的会损害美军以及盟军的作战力量？4 影片是否仅仅是利用战争作为有利可图的手段，它是否有助于对世界冲突的理解？5、影片对于理解世界冲突和各种相关力量有新的贡献吗？6、影片上映后，是否会如实反映情况？满足当时的需求？还是会过时？7、影片是否会令年轻人感到被宣传欺骗？^①除了这七个问题之外，战时信息局还发布了一份不断更新的手册，指导电影公司如何协助战争努力，比如参加好莱坞高层的故事发布会，审查每个主要电影公司的剧本，有时还会为关键演讲写对白等。^②这份手册也被称之为“战争的标尺。”^③除了适用于电影的手册外，还有一个由六个基本主题组成的框架，旨在更好的理解战争，即 1、我们为什么战斗，胜利后会有什么样的和平；2、我们与谁战斗、我们的对手和各国人民的性质；3、我们在战斗、工作和生产中与谁结盟；4、我们每个人如何战斗；5 后方必须做什么和必须放弃什么才能赢得战斗；6、战斗部队及前线战斗人员的工作。^④

本章小结

综上所述，二战时期美国战争宣传电影的缘起有其复杂的原因。除抵御纳粹别有用心宣传和鼓舞士气的需求外，与好莱坞的商业利益驱动也有很大关联。为了抵御纳粹的宣传，捍卫民主自由，赢得战争胜利，美国政府开始与好莱坞进行合作，最终电影成为了战争文化的工具之一，推动着美国的战争努力。

① Clayton R.Koppes.Gregory D.Black.*Hollywood goes to war -How politics,profits and propaganda shaped world war II movies*[M].Berkeley: University of California Press.1987,P.66.

② Barry E.Cardwell.Film and motivation—the“why we fight”series[D].*U.S.Army war College*.1991,p.57.

③ Joy L Bennett.From Hitler to Hollywood:Transnational cinema in world war II[D].*Bowling Green State university*.2011,p.37.

④ Joy L Bennett.From Hitler to Hollywood:Transnational cinema in world war II[D].*Bowling Green State university*.2011,p.37.

第2章 二战时期美国战争宣传电影的演进

第二次世界大战期间美国的电影，其制作目的不仅是为了娱乐，也为了宣传。在战争期间美国政府通过与好莱坞合作拍摄了大量宣传电影，包括战争纪录片和战争战斗片。战争纪录片主要分为军队宣传记录片和大众化宣传纪录片，除了战争纪录片，好莱坞战争片也大力发展。

2.1 战争纪录片

2.1.1 军队宣传系列纪录片

1939年到1940年之间，欧洲战火纷飞，虽然美国还没有被卷入战争，但鉴于纳粹德国的汹汹气势，美国已经开始为战争做准备，并最终通过了和平时期的征兵法令。1940-1941期间，美国进行了大量的野外演习试图提高扩编后陆军的训练和备战水平。然而不久后，陆军参谋长乔治·马歇尔将军意识到，士兵们对他们自己参与演习的战争目的知之甚少，结果导致士兵们积极性不高，甚至还对上级指挥官提出了抱怨。针对这种情况，1941年6月，马歇尔在一份备忘录中向第一至第四军的指挥官发出了指导，“如果这些人自己明白他们在做什么以及他们这样做的原因，我们就不会有士气问题。”^①

1941年12月8日，日军偷袭珍珠港，美国政府由此改变中立立场，宣布对轴心国开战，转变成战时思维，但是士气问题依旧没有解决。由于战争需要大规模动员，民主政府发现宣传机器在维持军民士气方面必不可少，最终施洛斯·伯格上校同意从电影行业找到一个合格的人，委托他在信号兵团执导一系列定向电影。于是珍珠港事件发生几个星期之后，卡普拉应马歇尔的个人召见到五角大楼。在《名人录》中，卡普拉回忆了他与马歇尔初次见面时的细节，“马歇尔说在短时间内，我们拥有了一支由公民组成的军队，这些士兵是在两次世界大战成长起来的，他们是大萧条、孤立主义与干涉主义之间激烈辩论的“产物”，在这支军队中，平民与职业军人的比例即将高达50比1，我们认为这是优势，但德国和日本认为这是我们最大的弱点，美国的士兵贪图享乐、不守纪律，是无法对抗训练有素、身体强壮、积极性高的职业军队，法西斯国家认为这样的美军没有威慑力可言。”^②然而马歇尔认为，如果向这些年轻人说明为什么要求他们穿上军装，他们就on能像猛虎一样投入战斗。“仅仅给士兵穿上军装，给他们配备武器，教他们军事纪律的知识，并不能使他们成为真正的士兵。显然，只有内心有某种强

① Barry E. Cardwell. Film and motivation—the “why we fight” series[D]. U.S. Army War College. 1991, p. 61.

② Barry E. Cardwell. Film and motivation—the “why we fight” series[D]. U.S. Army War College. 1991, p. 61.

大的动机，创造一种自愿的、热情的而不是强制的纪律，才有可能获得军事上的成功。”^①有鉴于此马歇尔希望卡普拉能为美军拍摄一部关于战争的纪录片，以使用这样的形式为民众提供有事实根据的知识，让士兵明晰他们作战的目的、美国的战时政策以及坚定的作战信念等。经过马歇尔的点拨后卡普拉信心满满，他向马歇尔保证：“我会拍出有史以来最好的纪录片。”^②随后在马歇尔的推动下，一群好莱坞电影制片人和导演集合起来准备制作电影，向观众解释武装反抗轴心国的主要动机和目的。卡普拉领导着这个团队，对卡普拉来说，我们为何而战系列电影目的很明确……为了赢得这场战争，必须赢得人类心智的战斗。^③在1942年5月1日写给洛厄尔·梅勒特的备忘录中，卡普拉指出了电影应采取怎样的方式创造一种必胜的意志，即获知敌人侵略真相、增强军队获胜的信心、表明正在为国家和自由而战、高举自由的旗帜。^④因此他决定让敌人向美军的士兵证明美国的正义性，用敌人自己的电影来揭露他们奴役的目的、让美国的孩子听到纳粹和日本人喊出他们对自己对优等民族的诉求，那样美国自己的战士就会知道他们为什么穿上了制服。

最终经过与其他几位导演的合作，卡普拉根据他们提供的影片，在不到三年的时间里制作了名为《我们为何而战》（*Why we fight*）的系列影片。该系列电影总计有八部电影，不仅在美国海军、陆军战队和海岸警卫队中被列为必看片，而且观看的事实在每个士兵的记录中都有标记。有些也向民众公映，还有些被译为外语如法语、西班牙语、葡萄牙语等在其他盟国如英国、澳大利亚、新西兰等地上映。

《我们为何而战》系列电影是二战中最重要的战争宣传片，获得了1944年纽约最佳纪录片奖。该系列影片在美国本地发挥了“军号”的效果，肯定了美国精神的道德基础。霍夫兰基于陆军部信息和教育司研究处写道，《我们为何而战》系列电影的目的不纯粹是以训练的方式进行教学，而是为了传达对事实的特定解释，克服偏见，激发动机，以及总体上改变态度。^⑤它不仅改变了全世界的纪录片制作，也改变了向军队灌输和告知真相的马车式方法，巴赞甚至将其归类为一种新的电影类型即“编辑过的意识形态纪录片。”^⑥

关于系列电影的作用，卡莱尔美国陆军军事历史研究所曾在1990年向来自美国不同地区随机选择的200名二战老兵发送了一份调查报告，问题之一则是看

① Barry E. Cardwell. Film and motivation—the “why we fight” series[D]. *U.S. Army war College*. 1991, p. 61.

② Barry E. Cardwell. Film and motivation—the “why we fight” series[D]. *U.S. Army war College*. 1991, p. 63.

③ 马克·哈里斯编. 黎绮妮译. 5个人的战争—好莱坞与第二次世界大战[M]. 北京: 社会科学文献出版社. 2017: 170-171.

④ Barry E. Cardwell. Film and motivation—the “why we fight” series[D]. *U.S. Army war College*. 1991, p. 63.

⑤ Barry E. Cardwell. Film and motivation—the “why we fight” series[D]. *U.S. Army war College*. 1991, p. 66.

⑥ Tanine Allison. Screen combat: recreating world war II in American film and media[D]. *Brown University*. 2001, p. 83.

系列电影《我们为何而战》有何反应。调查结果如下：

表 2-1 二战老兵看系列电影的反应

答复	数字
保护民主、自由和人民	41
对国家的热爱	40
责任和荣誉	39
轴心国侵略	26
国家需要	12
这是应该做的事	10
活下去	8
职业军人	6
犹太人	4
别无选择	4
为了团结	3
有一场战争在进行	3
父母来自波兰	2
冒险	1
同龄人压力	1

表格节选自 Barry E. Cardwell, film and motivation—the “why we fight” series[D]. U.S. Army War College. 1991, p. 80.

从上述表格可以看出，为何而战系列电影取得了不错的成效。正如大卫·卡尔伯特所描述的那样，《我们为何而战》电影以从未有过的方式向全世界的士兵和观众定义了美国的战争目标。它是电影的媒介，提供了 1941 年至 1945 年美国战争目标最全面的陈述。^①

2.1.2 大众化宣传纪录片

美国参战之前好莱坞故事片对于战争的关注度远不及纪录片和新闻片。1940

^① Laura Clarkson Lefler. A war of words: American's Domestic and foreign Propaganda efforts in world war II[D]. University of Tennessee-Knoxville. 2001, p. 8.

年，由路易斯·德·罗切蒙执导的非虚构纪录片《我们看的壁垒》就试图为美国参与二战争取支持，这部电影通过强调美国参与第一次世界大战的益处来解释美国介入第二次世界大战的必要性，即由于美国士兵的英勇牺牲才有了一个民主安全的世界，但这个世界却受到了法西斯主义和暴政崛起的威胁。此后不久，派拉蒙在1941年发行了《战火纷飞的世界》，试图勾勒和解释亚欧冲突爆发的原因。

美军参战后，随着战局的持续发展，此时的纪录片不仅报道形式上发生了改变，由原先仅报道简短情况发展到对实战情况进行及时的图像，而且有关战争的比例也在不断攀升。后随着约翰·福特、威廉·惠勒和弗兰克·卡普拉著名导演的参与，许多导演也加入了拍摄行列，他们拍摄了大量影片，其中著名的例子包括约翰·福特的《阿留申战役》、《中途岛》（1942）、约翰·赫斯顿的《来自阿留申人的报告》（1943年）、威廉·惠勒的《战斗的女人》（1944）等。其中约翰·福特的《中途岛战役》是一部奥斯卡获奖纪录片，记录了美国在太平洋的第一次决定性胜利，这是战争的一个重大转折点。^①1942年5月下旬，海军上将尼米兹致电福特，告诉其需要数名摄影师去记录太平洋地区的一项任务，福特随之前往。当抵达目的地后不久，日军第一波偷袭部队接近，福特立即与他的团队开始拍摄，在众多参加战役的美国导演中，福特毫无疑问是第一个出现在最佳时间、最佳位置的人，^②他在中途岛发电站顶部的瞭望塔就位，不仅向指挥部汇报他在空袭时观测到的情形，还细致的用镜头记录下了日机进攻美军航母、美军给予还击、空中反抗和战后清点伤亡的场景。多年之后福特在接受采访时依旧对当时的景象历历在目，“我准备好了，战斗开始时我扛着16毫米摄影机，眼前有很多景象，不时有炸弹在我身边爆炸，我用我的摄像机拍摄了当时发生的一切，零式战斗机在50英尺上空飞过，投下炸弹，命中目标，所有的东西都被炸飞，我也被震倒了，但我还是坚持拍完了。”^③在随后的成品中，福特基本上使用了他所拍摄的每一帧真实战斗视频，鲜活地展现了战争场景。最终福特成功了，影评人纳尔逊·贝尔称这部电影为“18分钟的现实。”^④对他而言，这部电影不仅仅是一部制作电影，而是一部描绘了所有英雄荣耀的真实电影，《华盛顿邮报》评论道：“中途岛无疑标志着战争画面新纪元的开始。”《纽约时报》也详细阐述道：“在这十八分钟里，观众在炸弹爆炸的轰鸣声、战斗机发出的轰隆声以及水面舰艇上高炮的轰鸣声中投入前线。”^⑤

① Robert Eberwein, Barry Keith Grant. *The Hollywood War Film* [M]. New Jersey: Wiley-Blackwell, 2009, P.67.

② 马克·哈里斯编，黎绮妮译. 5个人的战争—好莱坞与第二次世界大战[M]. 北京：社会科学文献出版社. 2017:185.

③ 该文字来自福特的采访录音

④ Tanine Allison. *Destructive Sublime: World war II in American film and media* [M]. New Jersey: Rutgers University Press. 2018, p.51.

⑤ Tanine Allison. *Destructive Sublime: World war II in American film and media* [M]. New Jersey: Rutgers University Press. 2018, p.51.

对许多评论家而言，记录片因无聊而出名，但菲利普·邓恩却持不同的观点。他在《好莱坞季刊》关于记录片与好莱坞的文章中认为大多数记录片都有一个共同点，即每一部都有明确的需求，每一部都被认为是一种思想武器，从最广泛的意义上说，记录片几乎总是一种宣传工具。^①总之，拍摄于枪林弹雨中的作品生动翔实地记录了当时发生在不同战场的战斗情况，他们在没有布景和演员的帮助下捕捉电影，像这样的纪录片风格的电影具有明显的现实主义优势。弗兰克·卡普拉、约翰·福特、约翰·休斯顿、乔治·库克等优秀导演通过他们的才华、非凡努力等，让数以万计的美国人了解战争、为战争激动和愤怒，迸发出高昂的爱国主义热情，激发了美国民众的反法西斯斗志，同时也向全国各地的人民传递了美国政府坚定不移的反法西斯决心。因此，这些电影在影响美国、美国盟友以及敌人的叙事方面有着巨大的潜力。除此之外，它们还为描述二战的许多其他虚构的好莱坞特色的故事片提供了信息并产生了重大影响。^②

2.2 好莱坞战争片

珍珠港事件之后，好莱坞迅速加入了战争行业。电影迎合现实，与国家战略相交融，极大的促进了战争片的发展。在珍珠港事件之前，好莱坞拍摄的战争片数量相对较少，但之后该片数量有增无减，由之前的试探性制作转向为全面生产。据多萝西·琼斯记载，从1941年12月1日到1944年12月1日，电影业发行了1321部故事片，每十部电影中就有三部关于战争的电影。^③整个二战期间与战争有关影片的发行量可从下列图表中获悉。

表 2-2 战争题材的好莱坞影片数量（1942-1945）

	战争题材影片数	影片总数	战争题材影片所占百分比
1942 年	121 部	488 部	24.8%
1943 年	115 部	397 部	29.0%
1944 年	76 部	401 部	19.0%
1945 年	28 部	350 部	8.0%

表格节选自拉塞尔·厄尔·谢恩.美国电影业 1939-1970 战争影片分析[M].纽约·阿尔诺出版公司.1976年.第 31、61 页.

① Tanine Allison.Screen combat:recreating world war II in American film and media[D].Brown University.2001,p.54.

② Bryan Everett.American Exceptional-ism in the Film industry in the Middle Twentieth Century[D].University of North Georgia.2017,p.40.

③ Ralph Donald.Hollywood Enlists Propaganda Films of World War II[M].Washington: Rowman & Littlefield Pub Inc.2017,P.42.

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/768021006065006025>