

好莱坞制造

娱乐艺术的力量

蓝爱国/著
宁夏人民出版社



好莱坞制造

娱乐艺术的力量

蓝爱国/著
宁夏人民出版社

**MADE
IN
HOLLYWOOD
POWERS
OF
ENTERTAINMENT**

图书在版编目(CIP)数据

好莱坞制造：娱乐艺术的力量 / 蓝爱国著. —银川：
宁夏人民出版社, 2007.1

ISBN 978-7-227-03399-8

I. 好… II. 蓝… 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(2006)第 156672 号

好莱坞制造——娱乐艺术的力量

蓝爱国 著

责任编辑 周立军

封面设计 陈 谦

责任印制 来学军

宁夏人民出版社 出版发行

出版人 高 伟

地 址 银川市北京东路 139 号出版大厦 (750001)

网 址 www.nxcbsn.com

电子信箱 nxcbmail@163.com

邮购电话 0951-5044614

经 销 全国新华书店

印刷装订 宁夏施尔福印刷有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 18.125

字 数 220 千

印 数 4000 册

版 次 2007 年 1 月第 1 版

印 次 2007 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-227-03399-8/J·253

定 价 28.00 元

版权所有 翻印必究

目 录

Contents

导言 好莱坞生活方式:娱乐艺术及其文化道路 / 1

“原罪”之外的电影娱乐 / 5

娱乐传播中的电影选择 / 10

娱乐文化的好莱坞道路 / 19

第一章 美梦成真:好莱坞的电影观念 / 25

梦与真的艺术逻辑 / 27

好莱坞的寻梦历程 / 33

数字时代的“视觉盛宴” / 39

第二章 商业逻辑:好莱坞的意识形态策略 / 43

意识形态视野中的好莱坞 / 46

帝国与大众:好莱坞的双重身份 / 51

好莱坞的商业意识形态 / 61

第三章 成规仪式:好莱坞的娱乐类型 / 69

类型常规:固化的大众文化 / 74

永恒的互动:主流的娱乐类型 / 80

喜剧片 / 82

科幻片 / 85

动画片 / 88

目 录

Contents

第四章 重磅出击:好莱坞的大片情结 / 93

历史视野中的大片 / 96

“大片情结”的内部逻辑 / 101

娱乐时代的大片生态 / 105

第五章 人情辞典:好莱坞的人性分析 / 111

人性的魅力 / 113

人性的文化构成 / 123

第六章 科技魅力:好莱坞的技术崇拜 / 131

无限接近:技术史和好莱坞史 / 134

动力源:好莱坞的技术心态 / 139

技术:拯救抑或沉沦 / 146

第七章 故事魔法:好莱坞的叙事方针 / 155

因果叙事 / 159

多元叙事 / 162

控制叙事 / 164

奇观叙事 / 166

运动叙事 / 169

情感叙事 / 171

明星叙事 / 173

目 录

Contents

第八章 癫狂暴力:好莱坞的暴力美学 / 177

暴力化正义:英雄的终极方案 / 180

杀人不眨眼的黑暗人生 / 184

抽象的符号:暴力的美学建构 / 189

第九章 作者重生:好莱坞的大众本位 / 199

作者的诞生:事实抑或幻觉? / 202

大众的力量:作者的原型身份 / 211

第十章 黑暗深渊:好莱坞的非理性世界 / 219

“反文明”的好莱坞 / 222

本能化的好莱坞 / 227

妖魔化的好莱坞 / 233

第十一章 看的艺术:好莱坞的视觉立场 / 243

视觉史:好莱坞的文化前生 / 245

看了又看:好莱坞的视角、空间惯例 / 250

视觉美学:回到原生态 / 256

第十二章 全面围攻:好莱坞的市场策略 / 265

余韵犹存:好莱坞的国内策略 / 268

横扫千军:好莱坞的国际策略 / 276

导 言 好莱坞生活方式：

娱乐艺术及其文化道路

- 『原罪』之外的电影娱乐
- 娱乐传播中的电影选择
- 娱乐文化的好莱坞道路

电影是一种重要的艺术表现形式。艺术紧密地
进入人们的日常生活。电影艺术同其他艺术一样有
着同样的目标——表现人类思想、感情和经验,并通
过对感官的刺激达到对心灵的探索。

——《制片法典》

电影消费显然不仅仅是一个买票、入场那么简单的一次性行为。

在决定一个人能否成为某部电影消费者的简单行为系统中，事实上必然涉及这个人对于生活方式、娱乐艺术、文化价值/立场或简单或复杂的理性认知习惯抑或模式。比如，当大众普遍认为阅读是比看电影更重要的学识修养途径时，建立在书籍基础上的文化生活方式显然对影像娱乐消费的逻辑构成了一定程度上的否定性判断，电影娱乐必然被放置在一个较为低级的文化层次上遭受着选择还是放弃、热爱抑或冷漠的复杂心理振荡。而当大众认为耗费数十元、打发一个多小时的时间远远赶不上吃一顿来得实在又实惠时，显而易见，生存大于娱乐的消费观念反映出大多数民众的实用主义态度，并最终决定电影消费在他们生活中所占有的微不足道的文化位置。至于那些把看电影当作生活中重要内容的爱好者，电影和他们的人际交往主张、生活质量向往、文化道路选择是紧密联系在一起的，“没有电影就没有生活”是那些人在各个地方（尤其是在网络空间）从事非营利电影传播的内在思想动力。

因此，电影的娱乐艺术要变成大众的娱乐方式，必须和大众的生活方式直接相关，并直接构成其生活内容的重要事项。

远一点说，琴棋书画之所以能够成为传统文人的娱乐方式，是因为琴棋书画作为文人生活方式的一种，典型体现着他们潜心追求雅化、诗化的生活主张，从而成为他们用美学阐释人生的方式方法、工具表征之一。近一点看，唱山歌、听信天游、观赏戏剧、耍狮子、玩龙灯、说学逗唱等等通俗艺术之所以



成为大众的自娱自乐方式,乃因为这些娱乐艺术和大众的生产、生活方式相匹配,是他们生产方式的自然调节和生活内容的丰富,而且他们也不需要过多的文字/文化修养就可以自然而然达成并心满意足。由此言之,好莱坞电影作为风行全球的现代娱乐艺术之一,必然反映着现代大众的好莱坞式生活趣味,并构成其好莱坞式生活方式(或者在心理的意义上或者在文化的层面上)。这一点应该是毫无疑问的,无论中国、日本、韩国还是美国、法国、德国,好莱坞电影都在作为一种现代生活方式娱乐着各国大众,只要看看好莱坞电影在各国文化贸易中的支配性地位(1999年法国电影市场的72%,德国电影市场的90%,日本电影市场的64%以上,均为美国电影抢占^①)和对其母国国民经济贡献率就可以清楚地明了这一点(“全世界范围内,全部电视业收入的75%,全部电影业和录像带收入的55%和音乐录音收入的50%给了美国艺术家和公司”^②)。有人把这种正在全球上演的好莱坞“世界大战”看成是好莱坞对于各国民族文化及其生活方式的入侵、践踏和颠覆,从而忙于构筑文化阵地抵抗好莱坞的民族娱乐军团,这既可以从感情上对之作深切的同情也可以从理性上对之作丰富的阐释,但依据我们对于电影观察和思考的思想路径及其文化立场,我们更为关心的问题在于,在媒体娱乐十分发达的当今世界,为什么好莱坞电影娱乐艺术就构成了各国大众的生活方式并最终成为他们文化价值取向系统中重要的选择内容而不是其他国家自行生产的娱乐方式呢?当人们说中国的电影不在中国人的生活方式里,而好莱坞电影却事实性地存在于全世界人民生活方式里的时候,我们怎么去面对自身的影像困境并有效转化他者经验为自我辉煌?……诸如此类的问题表明,也许我们首先必须跳出好莱坞娱乐艺术的本体叙事辨析抑或好莱坞称霸全球的意识形态动机和文化野心批判,在生活方式、娱乐艺术和文化道路的复杂缠绕中寻找一个更为广阔的阐释背景,依托这个背景,我们也许能够对好莱坞电影的娱乐力量形成一个比较清晰的文化视野,并从这个视野出发全面透析好莱坞电影

① 卢燕、李亦中主编：《隔洋观景：好莱坞镜像纵横》，第198页，北京大学出版社，2004年版。

② 卢燕、李亦中主编：《隔洋观景：好莱坞镜像纵横》，第198页，北京大学出版社，2004年版。

娱乐的方方面面。



“原罪”之外的电影娱乐

大众的生活内容，不外是工作和休闲，但就是这样两个清楚明白的生活主体内容之间却存在着复杂的文化关系，影响并制约着人们对娱乐在生活方式中地位、价值、意义等等方面的判断、推理、选择、实践和反思。

很多人理所当然地认为，早期人类社会应该是拥有最多闲暇和娱乐活动的种族群落，在他们“够吃”的生产/消费原则生存体系中，闲暇及其娱乐机遇应该是空前绝后的丰富，但如果我们不简单地把“闲暇”定义为“空闲下来的时间”，不简单地把闲暇中从事的任何活动都称之为有价值的休闲娱乐，我们就会更为突出“闲暇乃自由及其意志的体现”这一陈述的本质意义，也就是说，闲暇的不断“增多”过程包含人们对于自由观念认知的不断“增值”、“进化”。从这个角度看，无论原始人的劳动还是他的闲暇都只是自然神灵完全控制的产物，劳动产品是神灵所赐，闲暇是对神的感恩活动时节，他们的娱乐方式直接就是劳动的延伸，无论他们绘画还是舞蹈，无论他们文身或者引吭高歌，其中无不充满对于神灵的敬畏和祈祷，娱乐就是劳动，劳动就是生活，原始人的生产方式和娱乐方式高度结合终究也是他们无可奈何命运的折射与反映。

当基督教把人当成原罪之身，把娱乐当成撒旦的巫魔会元素，从而视一切娱乐为非法，娱乐便不再能成为娱神的工具，劳动即祭祀，工作逐渐成为人类的首选娱神活动方式，与之相伴，神圣的观念也就渐次转移到劳动上面。比如加尔文关于劳动和上帝关系的理念在西方社会中就是一种非常深入、广泛传播的文化传统，“存在着不同种类的（对上帝的）服务，但是在上帝看来无所差别。存在着不同种类的劳动，但它们都同样是上帝安排的”“好的劳动技能取悦于上帝，又有益于劳动者。劳动者通过劳动从上帝那儿获得恩惠的奖赏，但这不是因为他们应该得到这份奖赏，而是因为上帝的慈悲把这种神圣



价值馈赠于劳动者”^①。

可以说,东方形成的工作伦理系统和西方建立的宗教化劳动观念是漫长古典时期的主导性世界文化体系之一,这些文化观念可能包括节约、简朴、勤奋、勤劳、节制、守时、自力更生、坚忍不拔等等我们至今还在坚守的伦理品质。总之,在加尔文式宗教、儒家伦理文化立场来看,人只有通过劳动才能找到接近上帝或伦理最高境界的拯救道路,越多的劳动越能证明丰富而充实的生活也越能使人借此成为完人,劳动是人唯一的合法存在证明。

与这种神圣劳动观相应,闲暇时间的娱乐被挤压到一个几乎被遗忘的角落,娱乐成为人罪感的基本形式。比如清教主义信徒就反对看戏剧,认为这是浪费时间;他们反对艺术,认为艺术只是一种感性的展示;他们反对器乐,包括教堂的伴奏,他们认为性生活只是为了传宗接代,而不包含为了快乐和满足。

正因为有如此漫长的工作/娱乐观念存在,所以娱乐与道德堕落、宗教教规忤逆的内在必然关系常常导致人们对于娱乐形成一个极为严厉的审判态度,劳动和娱乐的分离,最终导致娱乐从人们生活方式的日常秩序中排除,娱乐变成某种特定时刻的特定感恩仪式,年节的娱乐活动正是娱乐从人们日常生活中独立并隔绝开来的证明。

当然,认识到娱乐的罪恶化、被排斥、受侮辱历史的同时,我们也必须承认,娱乐的独立门户实际上也是人们自由观念演进的形式之一,娱乐在特定的时空区域摆脱任何神灵和所有劳动伦理戒律的拘禁,表明人类的生活方式中已经有一部分不再属于上帝而属于人类自身,它正是未来人类完全摆脱神灵观念的文化基础。是充满罪感的娱乐而不是纯洁的上帝或伦理成为人类证明自己人性的手段,这是历史进化过程中,上帝最大的悲剧、人类最好的喜剧。我们可以说,在罪感氛围中发展的娱乐活动创造了后世俗性文化主要的娱乐形式、娱乐规则、娱乐快感模式、娱乐哲学理念——比如说东方人的庙会

^① 【美】托马斯·古德尔·杰弗瑞·戈比:《人类思想史中的休闲》,第53页,云南人民出版社,2002年版。

娱乐形式、西方人的狂欢节娱乐形式就典型的体现着不同生活方式和文化道路,因为他们产生自不同的罪感基础,发展着不同的娱乐观念,最终形成不同的文化理念。

劳动脱离神赐观念的根本基础在于人类对于劳动生产自由自主控制阶段的到来。

从西方而言,14 世纪之后的商业繁荣导致城市人文主义观念崛起,18 世纪之后工业革命从工业生产创造的角度进一步把这种人文传统巩固下来,使之成为人类社会的基本原则。与劳动完全摆脱神灵的束缚,成为自由的劳动相伴随,闲暇及其娱乐也就获得了存在的合法身份,不再在罪感和耻辱中发展自身。此时娱乐的方式和范围空前扩大,人类在娱乐中更能看到自己的自由意志,并用这种娱乐中的自由意志反哺劳动,促进异化劳动的人性化。

人文时代的娱乐主题是什么呢?那就是在人的范围内促进娱乐方式和生活方式的平等和自由。有闲阶层娱乐和大众阶层娱乐的两分是一个长久的事实,这种两个世界的娱乐分立表达的是一种对于劳动和娱乐之间分离关系的不正常认可——劳动者不能从闲暇及其娱乐中验证自由的快乐,有闲者却通过摒弃劳动的权力获得了无数的闲暇和娱乐,于是一种与血缘继承、等级、财富占有有多寡而来的社会阶级划分导致娱乐剥削的存在成为一种新的可耻的存在。

安徒生《卖火柴的小女孩》最能激起人们义愤的就在于,小女孩被剥夺的不仅仅有她的生存权而且是与之相伴的娱乐权力,有闲阶层的娱乐权正是建立在大众生存权的遗忘基础上。与此同时,人们还普遍认为,有闲阶级的娱乐是一种打破工作和消费之间平衡的行为,因此,有闲阶级的娱乐既不能促进自我完善、文化改良,也不能促进社会发展,相反,他们仅仅对时间进行了非生产性利用以取得自己的某种地位。因此人文主义乃至最终确立的“自由、平等、博爱”理性原则为人类社会彻底清除劳动/工作方式、休闲/娱乐方式中的罪感文化提供文化发展思路,从而为一个大众娱乐时代的到来提供一次彻底的文化清场。



也就是说,伴随工作人性化而来的是娱乐及其生活本身的世俗化,或者说,娱乐摆脱非娱乐的文化责任而回归成为一种纯粹的娱乐,这种娱乐类似于游戏带给人的体验,雨果·拉内(Hugo Rahner)指出:“在游戏活动中,人们总是快乐地、情绪高昂地表达出自己的热情和精神气质的。实际上,游戏的奥秘和乐趣正在与此,它表明了人们对另一种生活的希望。”“游戏有其自身的魅力,它使人扮演着另一种完全不同的角色,是对未来的‘预先占有’……在游戏中,人世间的现实突然成为一种转瞬即逝的东西。人们随时准备接受游戏中出现的令人惊异的和新奇的事情,进入一个运用不同法则的世界。……人们在游戏中,甚至连身体都摆脱了世俗的负担,而合着天堂之舞的节拍轻松摇动。”^①

我们这个时代的娱乐含义是什么?中国《现代汉语词典》的解释是:1.使人快乐或消遣;2.快乐有趣的活动。把这两个不同释义组成一个叙述语句就是,“娱乐乃快乐有趣的活动使人从中得到快乐或消遣”,该句子有点同义反复,哈罗德·L·天格(Harold L. Vogel)这样说道:“在最基本的层面上,任何能够刺激、鼓励或者激发一种快乐消遣的东西都能被称为娱乐……虽然生命中充满了束缚、纪律、责任、琐事和大量不愉快的事情,但是娱乐与它们相反,它总是人们喜欢和想做的事情。这就要求消费产品与服务的基础……娱乐——作为动因——正是通过它的结果体现出来的:一种满足和快乐的心理状态”^②。无论如何,娱乐就是排除了过多文化干扰的一种心理“需求—满足”叙事,这一点我们可以从工作/娱乐的复杂文化关系史中得到一定程度的印证,娱乐作为一个很纯粹的事情,它所要做的就是提供娱乐,不仅多样而且丰富。

欧洲是一个对好莱坞电影怀有巨大排斥心理的地方,无论是他们每一部

^① 【美】托马斯·古德尔、杰弗瑞·戈比:《人类思想史中的休闲》,第179页,云南人民出版社,2002年版。

^② Harold L. Vogel, *Entertainment industry Economics: A Guide for Financial Analysis*, 5th edn (Cambridge: Cambridge University Press, 2001), pp. xvii - xviii.

电影中故意和好莱坞相区别的叙事策略还是他们通过戛纳、柏林、威尼斯电影节刻意树立自己的文化旗帜举止，都表明欧洲电影尽管渴望娱乐自己的大众，但从来就没有实现过这样一个单纯的梦想，他们的电影依然承载太多的文化理想，从而使得他们的电影文化道路总是成为一个沉重的文化话题。吕克·贝松从开始因为他过于好莱坞娱乐化而被排斥到他后来被希望利用其好莱坞娱乐手法振兴欧洲电影的个案表明，欧洲因其过多的文化追求而始终不能得到单纯娱乐，最终导致娱乐成为一个可望而不可即的复杂事情。

人们一般认为韩国电影的神奇崛起（这个崛起使得很多中国电影人又增添了一种好莱坞恐惧之外的韩流恐惧）在于它模仿了好莱坞，把好莱坞的娱乐艺术移植到了韩国电影中，最终使得韩国电影异军突起，其实娱乐艺术的移植手法之说不过是最表层的符号，韩国电影的强势崛起关键在于它通过好莱坞娱乐艺术看到了娱乐艺术最本质的一面，那就是，娱乐只是简单而纯粹的娱乐，娱乐是一个抛弃自身文化顾忌的行为，只要做到文化的无所顾忌，娱乐也就充满了力量——一种不是来自娱乐而是来自生活文化及其存在方式的力量——正因为如此，韩国电影通过娱乐观念的解放反而获得了一种此前充满文化诉求而不得的电影民族性，谁又能在韩国娱乐电影中忽视它那份浓厚的“韩国性”呢？

欧洲和韩国的经验、教训表明，所谓娱乐艺术的力量就是回到娱乐本身。因为一旦回到娱乐本身，娱乐焕发出来的就是一种文化的力量和气质。正因为如此，我们看不到人们对于好莱坞娱乐艺术的所谓文化本质的探询，相反，无论好莱坞自身还是好莱坞研究者就只是直接论述了好莱坞的娱乐元素、好莱坞娱乐生活、好莱坞生活方式中的娱乐特征，因为娱乐就是好莱坞文化的直接呈现。好莱坞剧作家弗朗西斯·马里恩在1937年这样说道：“观众希望有趣的事情让他们兴奋，让他们消遣，让他们充满悬念，让他们能自我认同，哪怕激发他们的愤慨；他们哭着……‘给我安慰，给我快乐，给我悲伤，给我感动，给我梦想、欢笑、战栗和哭泣！’而更重要的事情是，观众希望电影‘让他们愉快地回家’。观众期待电影能为他们提供真实生活经验的替代品，而且电



影故事要能包含让他们获得情感满足的元素。观众愿意看到影片对接近理想生活的展示,而不是他们已经知道的实际生活。观众希望看到可能的限度内发生的有趣的事情,他们更喜欢在银幕上展示他们的白日梦。”^①马里恩这种说法和联美制片负责人巴赫在分析《天国之门》市场失败的原因时所指出的好莱坞电影追求目标是极为一致的,他说,《天国之门》的失败,不是因为它4400万美元的预算丝毫没有考虑利润的回报,而是因为它在娱乐上的失败,它没有“调动观众在最基本的、自然的人性层次上的同情和怜悯”。也就是说它虽然颇有艺术的野心,但因为没有娱乐,所以也就没有观众的认可和市场成功。

电影产生于1895年的法国,当年它就是一种类似杂耍的娱乐方式,吸引的也是那些对于这种新奇杂耍感兴趣的大众,至于逐渐风行并演变成一大行业,娱乐创造价值的吸引力显然功不可没。娱乐本身没有价值,娱乐的价值在于它能够开发并满足大众身上与生俱来的娱乐需求,而这种娱乐需求被投资商人看成是一种能够赚钱的绝佳领域,于是好莱坞不仅成为娱乐艺术的大本营,也成为电影商业制度建设得最为完善的娱乐生产企业(这种娱乐企业制度对好莱坞的繁荣发展居功甚伟),从而能最终不断促进电影娱乐沿着娱乐的轨道前进。面对好莱坞也许我们必须认识到,娱乐艺术的基本前提是娱乐,就跟建筑艺术的基本功能是建筑一样,不能因为电影是一种艺术就忘了它的根本——娱乐,电影只有建立在娱乐的基础上才可能艺术、才应该艺术,否则电影就失去了它的根基,最终导致电影永远不能完成它的艺术使命,成为一个充满焦虑的文化空场,时时谈论它,时时又在失去它。

娱乐传播中的电影选择

现代化传播方式兴起以前的很长一个时期内,娱乐都是依托人际传播的

^① 【澳】理查德·麦特白：《好莱坞电影》，第8页，华夏出版社，2005年版。

方式,缓慢、匀速地进行着,这种娱乐传播的人际性也常常决定了娱乐形态的地域性甚至是娱乐内容的季节性,因为人的实体传播能力总是受到时空条件的局限而导致娱乐被身体的活动范围决定。当然,人际传播的娱乐方式也由它的超稳定性而逐渐积淀形成了民俗性的文化生活方式,并在全体人类的范围内呈现出丰富多彩、迥然有异的娱乐内容和形式,比如爱尔兰的风笛演奏和傣族的泼水节之间的形式差异和内容差异。大众传播方式的出现,不仅使娱乐的传播方式得以超身体、超自然、超时空,而且把先前各种地域性的、民俗性、季节性的娱乐内容普遍化、类同化、标准化为大众传媒所能理解和欣赏的方式,也就是说,在大众传播的视野中,娱乐越来越具有一种普遍的形式,乃大众公共的娱乐对象之一。

书籍阅读是18世纪以来大众主流的休闲选择方式之一,尽管目前它有一点式微的趋势(中国近几年的读书调查统计数字都十分令人失望,书籍阅读量和书店堂皇的建筑构成有趣的反讽)但依然是不可忽视的文化渠道。书籍传播的权威性一方面是建立在它被认为是文化修养的必须途径上,所以书籍常常被看成是个体修养的重要手段。看书不仅是大众的高雅消费,同时是一种文化认同方式。按照尼尔·波兹曼的说法:“阅读过程能促进理性思维,铅字那种有序排列的、具有逻辑命题的特点,能够培养沃尔特·翁格所说的‘对于知识的分析管理能力’。阅读文字意味着要跟随一条思路,这需要读者具有相当强的分类、推理和判断能力。”^①另一方面,书籍的传播权威建立在人类对语言能指符号的长久信仰基础上,弗莱曾经说过,“书面文字远不只是一种简单的提醒物;它在现实中重新创造了过去,并且给了我们震撼人心的浓缩的想像,而不是什么寻常的回忆”^②。也就是说语言这个人类的金手指,在对物的命名过程中使物脱离物的秩序转变成人类自身的证明,人类通过语言不断使自己变得更为语言化。卡西尔这样写道,“随着人类象征性活动的进展,物质现实似乎在成比例地缩小,人们没有直面周遭的事物,而是在不断地和

① 【美】尼尔·波兹曼:《娱乐至死》,第67页,广西师范大学出版社,2004年版。

② 【加】弗莱:《伟大的符号:圣经和文学》,第227页,多伦多,学术出版社,1981年版。