

THE CREATIVE EDGE

INSIGHTS FROM THE LIVES OF THE WORLD'S MOST FAMOUS OUTSIDERS

边锋

文化偶像的创意人生

〔澳〕布伦特·D. 泰勒 著

周朗 译

大卫·贝克汉姆
安吉丽娜·朱莉
布拉德·皮特
猫王普雷斯利
可可·香奈儿
J.K. 罗琳
麦当娜



商务印书馆
The Commercial Press

边 锋

文化偶像的创意人生

〔澳〕布伦特·D. 泰勒 著

周朗 译

 商务印书馆
创于1897 The Commercial Press

2014年·北京

**The Creative Edge:
Insights from the Lives of the World's Most Famous Outsiders**

All Rights Reserved. Authorised translation from the English
language edition published by Wrightbooks, an imprint of
John Wiley & Sons Australia, Ltd.

© 2008 Brent Taylor.

图书在版编目(CIP)数据

边锋:文化偶像的创意人生/(澳)泰勒著;周朗译.—北京:
商务印书馆,2014

ISBN 978-7-100-09337-8

I. ①边… II. ①泰…②周… III. ①文化—名人—人物
研究—西方国家 IV. ①K815.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 169841 号

所有权利保留。

未经许可,不得以任何方式使用。

边锋

——文化偶像的创意人生

〔澳〕布伦特·D.泰勒 著

周朗 译

商 务 印 书 馆 出 版

(北京王府井大街36号 邮政编码100710)

商 务 印 书 馆 发 行

北京中科印刷有限公司印刷

ISBN 978-7-100-09337-8

2014年5月第1版

开本 880×1260 1/32

2014年5月北京第1次印刷

印张 15 1/2

定价:39.00 元

引 言

没有任何人预见到《哈利·波特》热潮的到来！作者没有预见，出版商尤其未曾预见，此书第一版仅仅印刷了 500 册而已。整个系列的最后一本在头一天面市的第一个小时就卖出了 25 万册，而全系列 7 本的销量则高达 3 亿册。2003 年，在写完《哈利·波特》全系列很早之前，BBC 就宣布说 J.K. 罗琳比女王更加富有。罗琳这位普通到不能再普通的单身母亲，仅仅在两年时间内就摆脱贫困而名利双收。但为什么只有她能够从世界上数万苦苦挣扎创作的小说家中脱颖而出呢？

猫王也是非常突然地摇身出现在音乐界。作为一名自学成才的歌手，在去太阳唱片录制碟片时，猫王才刚刚踏上自己的音乐之旅。在那个年代，很少有人拥有私人的录音设备，而他也只是为了听听自己的声音而已。录音棚里一个助理被他的声音吸引，于是猫王得到了一次专业的录音机会。他摆弄着录音器，幸运的是当他热身透嗓时，唱片公司老板听到了他与众不同的嗓音，于是数周后猫王就发了第一张专辑。猫王在其职业生涯中发行了两亿张唱片，参演了 33 部电影。

在数量庞大的梦想着大红大紫的年轻人中，为什么只有他能够力拔头筹呢？

在一夜成名之前，麦当娜和披头士是在公众面前长期磨炼过技艺的。跟猫王一样，没有人知道他们会成名。但他们一出来几乎就进入了全盛时期，一举踏上熠熠星途。

巨星的骤然升起不仅限于传媒界。作为征服珠峰的第一人，埃德蒙·希拉里尚未从世界真正的巅峰走下来，就已登顶了传媒世界的巅峰。爱因斯坦和弗洛伊德在名闻天下之前已经默默耕耘多年，而他们留下来的财富比本书中所有其他偶像都更加持久。安迪·沃霍尔得到的名气远比分配给他的15分钟长得多（“每个人都能当上15分钟的名人”，这是安迪·沃霍尔留给媒体时代最乐观的寓言——译注）。

所有这些人所从事的工作都跟至高的创造力有关。他们化腐朽为神奇。有时候，创新好像只不过是在现代文化的炼丹炉里加几味辅料而已，但这几味辅料所造成的影响却远远大于所有成分加在一起。

在这本书里，我们会分析到底是什么原因让一个“其貌不扬”的人变成文化偶像。大部分的现代“英雄”都处在文化领域，尤其是电影、电视、流行音乐和职业体育界。现如今，几乎每个小孩都梦想长大后成为流行歌手、影视明星或者体育明星。但是，在其他生活领域中，也存在着许许多多重要的文化偶像，而且他们也将继续存在下去。本书中主要关注的是最喜闻乐见的文化形式，但为了全面起见，也会提到一些具有历史意义的文化活动，比如科学和探险。

时下明星都被偶像化，越来越多的人想成为文化偶像。我们经常会看到报道说小孩要辍学，因为他们相信自己可以名利双收。或许

他们是可能，但是由于盯着这一个希望的人越来越多，竞争也自然更加激烈，而成功的可能性则越来越小。由于标准的快速提升，要想通过传统表演而一举成名已日趋艰难。以前做歌手只要会唱歌就可以了，但现在他们既要能唱又要善舞，就这样可能还只够加入合唱团而已。

不过，也有些人虽然非常出名，但他们并不擅长娴熟、专业的表演。他们的做法是让自己的技艺与众不同。令人吃惊的是，这些并不完美的表演者恰恰也是大红大紫的那些人。披头士既不是最一流的乐手，也不是最一流的表演者，但他们的影响可谓不同凡响。从做实验的角度来说，爱因斯坦并不是伟大的物理学家，他把做实验的苦差事留给了别人，只做自己最擅长的事情。罗琳也并非最杰出的作家，但她卖出去的书比任何文人墨客都要多得多。

偶像所做的事情总是与众不同，而且非常具有吸引力。他们改变了游戏规则，也正因为如此，他们才确保了将自己的竞争对手远远地抛在后面。

让文化偶像成名获利的东西到底是什么？本书将对此进行剖析，并回答这个问题：为什么是他们？

创造力的重要性

改变名利游戏，使其适合自己的天赋和观念，偶像们就是这样获得了非凡的成功。要做到这一点，他们必须具备创造力。

很少有人生来就既有钱又有名。大部分人比如我们都得努力工作，才有望成功，不过单靠努力是不行的。真正重要的是其他人认为

你的工作有多少价值。新奇的想法总是比耳熟能详的东西更受重视。任何产品都是如此，比如手机。当移动电话业刚刚起步时，手机卖得很贵，通话费也很高。后来这个行业逐渐成熟，手机和话费的价格就急转直下。这个行业努力要保持让人惊艳的效果，于是手机变得越来越小巧，配备的技术越来越多，卖得也越来越便宜。现在的手机有了摄像头、MP3 播放器、时尚的造型，等等等等，应有尽有。与众不同的新手机由于新奇而获得比实际更高的价值，但手机的魅力却以无法阻挡的趋势在下降。不久之后，手机就会跟冰箱一样稀松平常了。不过，人们一直而且将继续向手机市场投入高水准的创造力，吸引消费者的目光。

对于文化产业来说，创造力就更是至关重要了。新奇就是王道！我们不能想象时装业每季没有推出新装，电视台只播纪录片和新闻。没有创新，所有产品都会黯然失色，公众会转身而去。猫王碰到的就是这种情况。当他突然出现在世界舞台上时，他的风格青春时尚，光鲜亮丽，还带着些许危险和性感的味道，一下子就吸引了数以百万计的歌迷。当表演日趋成熟时，猫王的风格逐渐过时，显露疲态，因此到他过世时他其实已几近破产了。如果猫王后来没有变得那么臃肿的话，人们完全可能把他称为他自己以前的影子。但是猫王后来变得极度成功，他过世后魅力更甚于生前，这只是因为人们喜欢怀旧而已。

麦当娜就比任何明星都更了解新奇和改变的重要性，每过几年她就会成功地重塑自己的形象。当麦当娜刚刚崭露头角时，她跟现在完全不一样。从出道以来，麦当娜的勤奋简直令人难以置信，她也因

此引领了市场潮流，一直赚得盆满钵满。

因为消费者不断需要新鲜事物，于是创造力在这个日新月异的世界里变得无比重要。人们要看新电影、新电视节目。他们要听新的音乐，要看新的时尚。他们需要新的艺术和文化。他们要体验新技术、感受新刺激。人们需要被娱乐。那么所有这些新东西从何而来？只能靠创造。这就是创造力之所以重要的原因——它是我们的世界、而且更重要的是文化产生变化的支撑。

创造力不会骤然出现。它是人们做出来的东西。许多饱学之士一直想要了解创造力，看它是如何产生的。如果创造力仅仅是一个可以学习的过程，那么就不会有沃霍尔和其他伟大的画家了，因为这样一来人人都可以学会绘画创作了，跟学刷房子毫无二致。但是，很显然，这两种画匠之间存在着巨大差异，而我们只有一个沃霍尔——因此创造力似乎是跟某些人有关，而不是一个可以教会的过程。

显然，从某个程度上来说，人人都是有创造力的，但是事实又说明：极度的创造力跟个性相关。在本书中，我们将会审视一个具有创造力的人到底是什么样子。

创造力与文化偶像

要了解创造力及其在这个世界上的地位，最合适的分析对象莫过于文化偶像了，因为他们既富有创造力，又非常非常成功。可以说，他们创造了自己。他们都是从相对比较低的地位上爬起来，最后在我们集体思维中占据了超比例的份额。

当然，文化偶像绝非这个世界上唯一具有创造力的一群人。他

们只是比别人更能在大众面前成功地展示自己的创造力而已。除此之外，对创造力的理解也是见仁见智、因时因地而大相径庭。我们很难找到一条简单的标准，去判断哪些是创新、哪些又不是。有人会觉得某个画家很有创造力，但有些人会觉得这个画家只是在模仿其他艺术家的作品而已。有的人认为创造力仅限于艺术的范畴，有的人却认为它的范畴要更大。

创造力存在于观者的心中。它不像一斤米或一里路那样绝对，可以测量得清清楚楚。人们认为一个人或一事物越创新，这个人或这个事物就越具有创造力。没有哪个人是品味的评判者，品味是由市场决定的。

我们都认识一些我们自认为很有创造力的人，但他们没有市场。一个人要让别人认为他有创造力，他就必须做一些受到别人重视、与众不同的事情。拥有一些特别的想法，但没有做出什么行动，这对于有这些想法的人来说或许颇有趣，但别人不会因此就断定说他们具有创造力。采取行动可能很简单，讲给别人听啦，在酒吧喝酒时娱乐一下同伴啦，给几个人朗读一首诗啦，都可以。别人越想听到这些想法、越欣赏这些东西，就越会认为这个人有创造力。如果有许许多多的人都重视他们的作品，那么他们也许就可以被称为文化偶像了。

每个人都认识一些跟别人不同的人，但是如果这些人的产出没有受到别人的重视，那么我们就只能说这些人是疯子。有时候创新与疯狂可以被视为旅途的同行者，两者之间的关系我将在后面的章节中进行探讨。可以说，有一部分极具创造力的人是疯子，但大部分的人都不是。由于艺术家的早期作品都极其荒诞，所以人们往往会误以为

他们的精神状态不稳定。不稳定的精神状况自然会使一个人看上去异于常人。在很多例子当中，极富创造力的人会精神失常，比如凡·高。众所周知，他在精神错乱的状况下把自己的耳朵割掉了。不过，因疯狂而异于常人是不够的，因为我们并不会认为那么多的疯子和罪犯都具有创造力。这就是为什么说创造力跟不同人群的判断有关，它既要异于寻常，又要具有存在价值。

由于创造力依赖于人们的判断，而文化偶像的工作受到许多人的重视，他们也是唯一一个受到如此重视的群体，因此，我们必须近距离地去了解这个群体，从而了解创造力及其成因。

本书如何挑选文化偶像

任何一个写这样一本书的人都会有一个冲动，就是把那些最受欢迎、文化偶像统统选进来。但我抵制了这种冲动！

我的第一本书是《局外者的优势：亿万富翁白手起家的成功之路》，我从很多渠道为这本书搜集了资料，本书也同样如此。在挑选文化偶像的时候，我参考了三个相互独立的信息来源。首先是美国的一本书：《他们改变了世界：世界因他们而不同的 200 个文化偶像》。第二本书来自英国：《伟大人生：百年讣告》。第三个是《福布斯 2007 年度 100 位名人榜》。本书中的偶像基本上都出现在这三本书的两本里面。

福布斯的榜单采用的是最客观的一个标准——文化偶像的收入。公众用金钱对偶像们进行了投票。但是不幸的是，由于仅仅只关注了收入，这份榜单忽略了那些不太能赚钱的文化活动。正是由于这个原

因，我又参考了前面两本书。这两本书是由专家组根据偶像的影响力而非收入来对他们进行评分的。

虽然强势媒体对于文化的概念施加了同质化的影响，但是文化绝不同质，文化偶像所涉及的领域也各不相同。本书就囊括了许多不同类型的文化形式。除了影视、流行音乐、写作和运动这些受人瞩目的形式之外，本书还包含了另外四种形式，因为它们曾经一度在大众的心目中是最重要的文化形式。它们是科学、探险、艺术以及艺术经营。

我们可以写一本书探讨各种文化形式中偶像形成的原因，但这样做的必要性并不大，除非是各文化形式中的成功因素大相径庭，但实际情况并非如此。书中每种文化形式都写到了两至三人，这样就确保了比较全面的覆盖。

文化稍纵即逝。除非文化偶像在事业上高度成功或者离开了人世，否则我们很难看到他们真正的文化影响。影视明星一茬接一茬。今天谁还会不时地想起鲁道夫·瓦伦蒂诺、查理·卓别林、葛丽泰·嘉宝和玛丽·碧克馥呢？流行明星一茬接一茬。流行乐巨星宾·克罗斯比和弗兰克·辛纳屈很快就淡出了我们的记忆。倘若不是每年圣诞都会播放《白色圣诞》这首歌的话，宾·克罗斯比这位上世纪40年代的歌星早就彻底消失在我们的视野中了。安吉丽娜·朱莉和布拉德·皮特现在虽然在福布斯100位名人榜上高居榜前，但一旦他们退出银幕，就不会再有任何人记得他们。名人往往就是流星！如果一个明星早已过世，但他依然能让我们关注，那么他必定拥有某些经久不衰的特质。由于这个原因，本书挑选了一些虽已过世但依旧星光熠熠的人。他们

经受住了时间的考验。

这本书中还有一些人，包括麦当娜，人们认为他们早就有其固定地位了。麦当娜同时出现在福布斯榜单和《200 个文化偶像》的名单上。她出道已经很长时间，人们认为她在流行乐和演唱之外的领域也产生了巨大的社会影响。麦当娜一直是女性改变的先锋人物。另外还有一些有其固定地位的文化偶像，比如猫王和列侬，他们也站在娱乐业重要的分水岭上，同时出现在《200 个文化偶像》的名单上和《百年讣告》中。

现在，由于流行乐、演出业和职业体育所拥有的吸金能力，其他形式的文化创造力已经基本上被挤到鲜为人知的角落里去了。但是，忽略这些领域将是一个错误。弗里达·卡洛和安迪·沃霍尔在 20 世纪受到的关注完全不亚于同时代的演艺红星。倘若用沃霍尔画作现在的售价来衡量他的影响力，那么他是个超级巨星。

流行文化总是比科学更容易被人选中，除非这个科学家是爱因斯坦或弗洛伊德。太空竞赛终结后，英雄科学家的时代已经一去不复返，但是这两位科学家已经成为伟大科学家的原型，而且在他们所生活的年代里，爱因斯坦和弗洛伊德也的确是文化偶像。他们都通过性格的力量向文化注入了一些非常奇特的观点，这些观点很多至今依然存在。由于其文化地位，弗洛伊德和爱因斯坦两人同时出现在《200 个文化偶像》和《百年讣告》中。

文学作家过去是如假包换的明星。海明威和弗吉尼亚·伍尔芙在他们的年代都是文学巨匠，但现在已基本淡出公众视线。现在，通常只有能够大卖特卖的作家才能当上文学明星。J.K. 罗琳和丹·布朗

就是两个典型例子，他们都可以在福布斯榜单上找到。

沃尔特·迪士尼和可可·香奈儿事业起步时都是手艺人，继而在自己所选择的动画和时装领域成为巨人。他们利用自己原本的天赋创建了企业，直到今天他们的名字依然是无人不知、经久不衰的品牌。沃尔特·迪士尼和可可·香奈儿都出现在《200 个文化偶像》和《百年讣告》中。

毫无疑问，职业体育是一大大文化现象，现在也是娱乐产业中一个十分盈利的组成部分。本书中包含了福布斯 2007 年度榜单中的两位收入最高的体育运动员。他们是泰格·伍兹和大卫·贝克汉姆，各因高尔夫和足球运动而名利双收。伍兹和贝克汉姆取得了高度的文化成就，他们很小就投入了职业运动，还有他们的训练方式都跟一般人完全不同。体育是否具有创造力是很难判断的。是不是要把这两位体育健将纳入本书中，我跟自己斗争了很久，最后还是决定把他们收录进来。不管体育是否具有创造力，这些偶像都是在别人的

帮助下创造了自我。显然，贝克汉姆跟童年对于文化偶像的妻子一道创造出了自己的公众形象，他们使这个形象成为了一个巨大的特许商业产品。

磨练自己的创造力。探险在过去很流行，因为那时还有大量未知领域尚待征服。艾米莉亚·埃尔哈特是早期的偶像飞行员，而征服珠峰的埃德蒙·希拉里则是最后一位受到全世界瞩目的探险家。他们之所以被收录在《边锋》中，是因为他们在探险中展现了相当层次的创造力，而且他们都写了自传。

这两人也都出现在《200 个文化偶像》中。

我力图使本书中收录的男性和女性数目相当。在福布斯 100 位名人榜中，女性占的数目要少于男性。而且除了奥普拉·温弗瑞和麦当娜之外，她们的排名也比男性靠后。在前 20 位名人中，女性只有 4 位。明明安吉丽娜·朱莉获得的奖项和声誉说明她的演技比布拉德·皮特好，但皮特的排名还是比朱莉高 9 位。朱莉和皮特两人都收录在本书中。

另外还有一个挑选偶像的重要标准，那就是他们每个人都有真实可靠的传记，传记中详细谈到了他们的童年。童年对于文化偶像的形成至关重要。文化偶像在孩提时期就开始寻找并磨炼自己的创造力。

市场

本书选中的每个文化偶像都以其不同的活动类型吸引着不同的人。有的人非常商业化，有的一点都没有商业味。比如，埃德蒙·希拉里从来没有任何商业定位，他征服珠峰虽然举世瞩目，但只是一个媒体现象，并没有让他直接赚到什么钱。埃尔哈特一开始也差不多，但她有意识地让探险成为一个回报丰厚的职业。她收取出场费、出书、代言产品，跟现在的职业运动员几乎毫无区别。弗洛伊德和爱因斯坦比较居中，他们的产品是思想，他们的市场既有学者，又有通过媒体知道他们的大众。他们赚不到多少钱，但是赚钱也从来不是他们的兴趣。当爱因斯坦接到普林斯顿大学的聘书时，他实际上要求降低了自己的薪水。作为艺术家，沃霍尔和卡洛都没有敲锣打鼓地要商业化，但是他们的确是商业化了，沃霍尔比卡洛更甚。沃霍尔过世时，住在

一栋价值一亿美元的豪宅里。他们的市场针对的是所有有购买艺术品意向的人。本书中的其他所有人都拥有商业市场，有粉丝或者追随者，他们的成功直接可以用金钱来衡量。媒体是把他们跟购买他们的大众联系起来的第一个纽带。

为了避免对每个偶像的支持者做笨拙的限定，我在全书中会用“市场”这个词来简称所有偶像所吸引的人群，不论偶像的产品是否具有商业价值都是如此。音乐具有商业市场，同样地，思想也具有非商业市场。

奇怪的是，尽管我们知道文化偶像很能赚钱，但很少有人会认为他们贪得无厌或者自私自利（不像政客和商人）。由于他们英雄般的地位，由于人们喜爱他们的作品，他们的形象被洗得干干净净。大家是这么想的：“我爱他们的作品，他们就是他们的作品，所以我爱他们。”因为作品好，所以一切都好。正是因为如此，名人根本就没有所谓的负面报道。但是如果政客一旦涉及跟金钱、性或者毒品相关的丑闻，他们的事业就无一不走到了终点。负面报道是我们跟名人之间的娱乐合同的一部分。即便没有买过票去看他们的演出，我们还是希望他们用各种抓人眼球的行为来娱乐我们。

黑暗的一面

我们都希望自己崇拜的英雄完美无缺。但不幸的是，像我们绝大多数人一样，英雄也不是那么简简单单的。他们既有令人推崇的特点（基本上就是他们成名的原因），也有不足之处。许多偶像的缺陷还远大于常人。即便在他们刚刚出道时这些缺点并不存在，名利双收

的生活所带来的压力和诱惑也会导致这些缺点一一涌现。

如果你希望自己所喜欢的名人千人一面，那么这本书并不适合你。本书中所有人物都是多面的，而且

大部分人的公众形象都比他们的真实面目要“好”很多。比如，猫王是在近乎孤独和疯狂的状态中死于暴食和毒瘾的。他早已不是刚开始时那个看上去狂野不羁但歌声纯美的性感之神了。但是，猫

王的歌迷们根本就不想知道这些。他们希望他一直维持原来的形象。再比如约翰·列侬。虽然他的情歌优美动人，让数以百万计的女性爱上了他，但是列侬对自己的女人却很差劲。不过披头士总是披头士，媒体还是把列侬的缺陷藏起来了，因为人人都希望他就是自己所希望看到的那个样子。

所以我们人人都有希望。我们认为自己没有名人那么单纯，但是本书中所有的名人几乎始终都在怀疑自己的存在价值，实际上他们大部分人都有强烈的不安全感。但是，如果你只看到他们的表面，那么你是不会知道这些的。

尽管如此，这些名人的工作依然令人敬佩。但如果这本书只提到这一部分，那么它就增加不了什么价值，因为这些信息早就公之于众了。所以这本书要更加丰富一些——它对文化偶像进行审视，去挖掘是否有一些共同因素可以解释他们为何取得了如此巨大的成功，同时还会探索创造力对于偶像的成功所起到的作用。

挑战

大部分的传记都充满了关于主人公的有趣故事。这样的写法读起来是很有意思，但是这种典型的作传方式很难让人了解人物取得成功的关键因素有哪些、哪些又不是。是否是他们所处的时代？或者是他们的父母？他们所就读的学校？他们采取的什么行动？又或者完全是走运而已？

每个人的生活都是自己所无法控制的实验。不幸的是，生活不是计算机模拟游戏。我们不能说：“回到一开始，看看会怎么样。”如果这样，结局是好一些还是差一些？在生活的游戏里，我们所拥有的选择是有限的，每一个后来的选择都是基于之前所发生的事情。我们每个人都有可能跟不同的人走入婚姻，或者找一份起到关键作用的工作，或者移民，等等。即使这样，最终的结果可能也不会比现在更好，因为我们不知道所有的因素加在一起会怎样相互作用。改变任何一件事会导致一连串的改变，甚至影响一个人的一生。更重要的是，我们不会知道是生活中的哪一段导致了变化的产生。

文化偶像也同样如此：辞藻华美的传记如汗牛充栋，但是它们都有局限性，因为这些传记仅仅让我们看到这些人物所做的事情。这些传记的作者有时候也会猜测哪些是导致人物成败的关键因素，但是由于缺乏任何的比较，这些猜测也只能流于猜测罢了。

仅仅关于猫王的一本传记无法让我们知道到底是什么成就了猫王。同样，单单靠列侬和麦当娜的两本传记，我们也无法了解他们生命中的关键因素。但是，如果把这三本传记放在一起，寻找他们的共同点，那么机会就来了。如果我们找到了所有三位偶像所受到的影响