

娱 乐 文 化 研 究 丛 书

廉 静 王一川 主编



张艺谋神话的终结

——审美与文化视野中的张艺谋电影

王一川 著

河南人民出版社

娱 乐 文 化 研 究 丛 书

廉 静 王一川 主编

张芝谋神话的终结

——审美与文化视野中的张艺谋电影

王一川 著

河南人民出版社

张艺谋神话的终结

——审美与文艺视野中的张艺谋电影

王一川 著

责任编辑 夏晓远

河南人民出版社出版发行(郑州市农业路73号)

郑州市邙山书刊商标装潢厂印刷 新华书店经销

开本 850×1168 1/32 印张 11.625 字数 220千字

1998年10月第1版 1998年10月第1次印刷 印数1—3000册

ISBN 7-215-04204-9/I·557 定价:16.00元

总 序

廉静 王一川

娱乐,就是获得感性愉悦或使人获得感性愉悦之意。按通常理解,审美文化(如各种艺术活动)的主要目的正是要使人获得娱乐。鲁迅在1913年指出:“美术诚谛,固在发扬——真美,以娱人情,比其见利致用,乃不期之成果。沾沾于用,甚嫌执持”(《鲁迅全集》,第8卷,人民文学出版社1981年版,第47页)。按鲁迅的设想,艺术(美术)的目的就是以“真美”去“娱人情”,即是以真正美的东西去使人获得感性愉悦。至于它涉及现实功利关系,实在不是其本意(“见利致用,乃不期之成果”)。强求艺术直接服务于现实功利需要,实在是违背了艺术自身的审美规律(“沾沾于用,甚嫌执持”)。这种关于艺术旨在以非功利性审美去娱乐情感的看法,无疑道出了审美文化的一个基本特征。

审美文化的这种娱乐特征在不同的作品中有着不同表现形态与价值品级。凡优秀、伟大的作品,应当使读者、观众获

得丰富而深刻的审美愉悦,而且在审美愉悦中被陶冶和提升,享受人生与世界的自由并洞悉其微妙的深层意蕴。审美文化离不开直接的娱乐性,但仅有娱乐性是远远不够的,只有当其与文化中某种更根本更深层的东西融合起来时,才富于价值。然而,在实际的审美文化活动中,娱乐常常扮演一个变动着的令人难以捉摸的角色。

本世纪上半叶,中国由于现代文化启蒙和民族救亡任务的异常重要、艰巨和紧迫,娱乐在审美文化中自然处在次要的、被忽略的、被抑制的地位,富于特殊感染魅力的审美文化必须无条件地承担起社会动员和文化批判这一非常使命。即使是有所倡扬,也主要是要它服务于社会动员和文化批判。启蒙和救亡的紧迫情势要求严肃的理性沉思,要求知识分子创造“真美”艺术去唤醒公众的社会使命感和文化批判热情,自觉地承担社会责任。这种理性沉思精神和非娱乐化传统成为这时期中国审美文化的主流。

从 70 年代末期起,复苏的精英文化在审美文化中占据着主导地位,它把精英知识界所构想的审美、诗意启蒙任务作为审美文化的根本使命。这时的审美文化虽然不可避免地体现有某种娱乐性,但它主要是为着实现急迫的文化反思和批判意图。即是说,娱乐在新时期仍然被当作社会批判和文化反思的必要手段,本身并没有展示出多少目的性来。

进入 90 年代以来,在计划经济体制向市场经济体制转化的新形势下,消费社会来临,市民阶层产生,理性沉思型为主

导的审美文化出现了裂变,在大众文化、主流文化和精英文化这种一分为三的新的审美文化格局中,娱乐文化勃然兴起,成为人须臾不可离开的需求,成为一种消费和产业。

这种变化是逐渐生成的。80年代初,第二次“美学热”掀起,对“政治化”倾向的拒斥和对“纯审美”的追求,实际上已在呼唤娱乐文化;同时,处在边缘的一些娱乐型艺术,如金庸武侠小说、流行歌曲、娱乐影片,悄悄地开始以娱乐性和独特审美品格引来公众的惊喜和欢迎,并逐渐地使这种娱乐需要不断获得再生产,这些为90年代的娱乐潮埋下了某种“伏线”。值得一提的是电影界的“娱乐片”热:随着《少林寺》等武打片风靡全国,一批电影导演、电影美学家和批评家把“娱乐片”作为中国电影发展的新方向,并引起争论。通过广泛讨论,电影主管部门制定的全国电影规划指出:“加强各类片种的观赏性、娱乐性,为满足人民群众多样化的文化娱乐和审美需求,实现电影的多元化功能而努力。……有鉴于较长时期以来,我们确实存在着只重认识、教化功能而忽视娱乐功能的倾向,现在有必要特别强调注重影片的娱乐功能,以匡正以往的偏颇。……强调注重电影的观赏性、娱乐性是非常必要的。有鉴于处在改革、开放的形势下,人们对多种文化的渴求、需要愉悦、松弛乃至健康的宣泄,因此强调注重电影的观赏性和娱乐性乃是贯彻“二为”方向的题中应有之义。”(见《当代电影》1989年第2期)这里明确地把电影的娱乐性提到“二为”方向的高度去认识。在当时,娱乐片同“美学热”中的“纯审美”渴

望和文学中的金庸小说热、流行歌曲等,构成了审美文化界娱乐渴望和呼唤的组成部分。

从这个意义上说,90年代娱乐文化潮是80年代中后期娱乐渴望与呼唤在市场经济条件下的现实化。90年代初以来,审美文化领域的新景观是:大众文化、主流文化、精英文化都把娱乐作为一种必要的和不可缺少的因素植入自身,以往那种严肃的理性沉思精神相对减弱甚至被消融了。

以现代大众传播媒介向公众大量制造信息的大众文化(mass culture,按其原意当译为大量文化或媒介文化),把引发公众的即时娱乐(或瞬间快感)作为自身的主要目的,调动一切可能的现代传播媒介手段,最大限度地娱乐公众,并不断再生产他们的娱乐愿望,使他们充分享受到“消费社会”的便利,这是大众文化所擅长的。但由此而呈现的娱乐性会体现不同的价值,需要冷静分析。

旨在动员社会和教化公众的主流文化(dominant culture),为了尽可能赢得和征服最大量的公众,也借鉴有效的娱乐手段,力求在轻松的感性愉悦中传播社会意图,以取得最佳社会效果。近年,“主旋律”影片和广播、电视的大众娱乐节目,可以说是80年代后期电影界制定的“娱乐片”战略的一种变异性的具体实现。

在这种情形下,精英文化(elite culture 或 high culture)面临挑战,承袭80年代理性沉思传统和从事形式实验的那部分精英文化人从广场退向书斋,另一些精英文化人则不得不暂

且放弃“孤芳自赏”旧习,努力向大众文化吸取成功的娱乐手段,以便传递独特审美体验,或者通过言语的狂欢获取个体的满足,从而也带有了娱乐文化特性。

娱乐成为大众文化、主流文化和精英文化共同拥有的一种显著特征。

在日常生活领域,随着休闲方式的日常化,娱乐成为人们实际生活的一种新“时尚”。与80年代人们对严肃的理性反思的追求相比,不假思索的快适和轻松的享受似乎成了日常生活的本来面目。家居生活、商场购物、上班、旅行等,都可以处处“遭遇”无所不在的娱乐氛围。这表明,人们的实际生活已经和正在出现审美化、娱乐化趋势。

我们深切地感到:娱乐成了90年代审美文化和日常生活的一种普遍景观和重要特征。我们正在面对娱乐文化。具体地说,我们正置身在以娱乐文化面貌出现的审美文化(大众文化、主流文化和精英文化)潮流之中。从当前市场经济体制和消费社会状况来说,娱乐文化潮显然具有某种历史必然性和审美合理性。在告别长期的“政治化”倾向以后,在经历长久的娱乐渴望和呼唤以后,审美文化有理由把感性娱乐放在重要地位。应该改变落后的文化生产,以满足日益增长的文化需求。

承认审美文化从理性沉思走向感性娱乐这一趋势具有一定的必然性和合理性,并不意味着放弃清醒的价值评判。相反,审美导向和价值判断显得更加迫切和必要。娱乐文化潮

16966

迫使我们面对新的文化价值问题:什么样的娱乐文化是真正有意义、有价值、适合中国国情的?在建设有中国特色的社会主义文化中,“娱乐”扮演着怎样的角色?一系列陌生的问题对我们的现成知识体系构成挑战。我们所习以为常的精英文化思路,还能继续行之有效地畅行于新问题之中吗?我们是否需要作出相应的调整?是全力以赴地推动娱乐文化潮,使它不折不扣地演变并扩展为整个审美文化的唯一特性,还是严厉地批判它、抑制它,迫使它按精英文化的高雅标准去重新塑造?是相信它代表着经典美学的“美是生活”理想的实现,还是认定这种理想遭了解构或无情嘲弄?或者,既承认娱乐文化的某种合理性和优势,又正视它的某些弊端,从而作冷静的阐释和评价,为它在审美文化领域划定合适的地盘、规定合理的任务?目前,要对这些问题给出一个确定的和唯一正确的答案,是不大现实的,但却是不容置疑的。有鉴于这些问题亟待研究而又缺乏研究,我们的探索就是适时的、不应拖延的了。

面对娱乐文化,我们需要的是冷静的研究,理性的阐释。依照一定的学理方式评论 90 年代中国娱乐文化,考察其成败得失及未来走势,为走向 21 世纪的娱乐文化和审美文化的发展提供合理化借鉴,是我们组编这套丛书的基本出发点和意图。

本丛书的各位作者可能各自依托着彼此不同的理论模式,持有各自不同的见解,但都力求对娱乐文化作出清醒的理

性阐释与评价。观点得失,该由读者朋友去评判。

本丛书的策划、写作和出版,得到河南人民出版社的大力支持和协助,在此谨表示衷心的感谢。

1997年11月15日于北京



王一川，1959年生于四川沐川。80年代先后毕业于四川大学、北京大学和北京师范大学中文系，获文学学士、硕士和博士学位。1988至1989年赴英国牛津大学做博士后研究。现为北京师范大学中文系教授。著有《意义的瞬间生成》（山东文艺出版社1988）、《审美体验论》（百花文艺出版社1992）、《语言的胜境》（海南出版社1993）、《语言乌托邦》（云南人民出版社1994）、《中国现代卡里斯马典型》（云南人民出版社1994）、《修辞论美学》（山东师大学出版社1997）等，主编《20世纪中国文学大师文库》。

目录

引 言	(1)
第一章 面对张艺谋神话	(4)
一 何谓张艺谋神话?	(4)
二 当代中国的“丑小鸭”奇迹	(8)
三 向西方认同的突出范例	(19)
四 走向世界第一人?	(24)
五 个人的自我实现偶像	(31)
六 面对张艺谋神话	(36)
第二章 三方会谈语境中的张艺谋神话战略	(50)
一 战略、话语战略与无意识	(51)
二 历史总导演	(53)
三 文化、娱乐文化与艺术	(55)

四	文化语境	(64)
五	三方会谈语境	(67)
六	张艺谋神话战略模型	(72)
第三章	寻根、弑父与原始情调	
	——当代自我与古典传统	(76)
一	“寻根”潮与民族精神	(76)
二	张艺谋的寻根方位	(85)
三	寻根与弑父	(92)
四	弑父的本文世界	(96)
	1. 从弑父通向从父	
	——《红高粱》	(97)
	2. 悲剧的重复与结构化权力	
	——《菊豆》	(99)
	3. 黑暗之神与女巫的反讽性游戏	
	——《大红灯笼高高挂》	(102)
	4. 代理弑父者的尴尬	
	——《秋菊打官司》	(107)
	5. 弑父、无父与安贫(平)	
	——《活着》	(110)
五	原始情调	(113)
六	原始情调之一:野性、阳刚和狂欢	(119)
七	原始情调之二:愚昧、悲哀和沉郁	

		(123)
八	原始情调之三:古朴、古执和震惊	(126)
九	原始情调之四:变乱、柔韧和平和	(129)
十	边缘化、寓言化和他者化	(132)
第四章	求异、娱客与异国情调 ——当代自我与西方他者.....	(137)
一	求异与西方精神.....	(137)
二	从慕客到娱客.....	(141)
三	后殖民语境中的“容纳”战略.....	(145)
四	西方人眼中的中国式异国情调.....	(154)
五	寓言型中国情调.....	(158)
六	张艺谋与陈凯歌.....	(168)
七	西方利益圈里的张艺谋本文.....	(171)
八	民族性与他性.....	(175)
第五章	当代自我的双声性 ——在古典传统与西方他者之间	(179)
一	双重引导.....	(180)
二	互为独白.....	(183)
三	异口同声.....	(184)
四	当代自我的双声性.....	(190)

第六章 奇变体、象征化和愤气结韵

——张艺谋影片的审美特征····· (192)

一 审美特征问题····· (193)

二 张艺谋的审美特征自述····· (195)

1. 非运动镜头····· (195)

2. 视觉表现性····· (196)

3. 杂种电影····· (198)

4. 好看电影····· (200)

5. 个人性及叙述性····· (202)

6. 纪实性····· (203)

三 审美特征三层次····· (205)

四 文体特征:奇变体 ····· (207)

五 形象特征:象征化 ····· (223)

六 气韵特征:愤气结韵 ····· (230)

1. 《黄土地》:悲沉 ····· (231)

2. 《红高粱》:亢韵 ····· (232)

3. 《菊豆》和《大红灯笼高高挂》:悲抑 ····· (233)

4. 《秋菊打官司》:震惊 ····· (233)

5. 《活着》:淡韧 ····· (234)

6. 《摇啊摇,摇到外婆桥》:清浊互抗 ····· (234)

第七章 张艺谋神话:终结及其意义

——张艺谋与中国电影及审美文化潮	(241)
一 从超常奇迹到平常活动	
——张艺谋神话的终结	(241)
二 从“走向世界”到“走在世界”	
——一个现代性想象的消解	(244)
三 以奇代正的成功范例	
——张艺谋与中国电影格局的转变	(247)
1. 以奇抗正	(248)
2. 以奇代正	(250)
3. 各代化解	(255)
四 启蒙神话抑或商业神话	
——张艺谋与精英文化向大众文化的转变	(259)
五 从理性反思到感性愉悦	
——张艺谋与中国娱乐文化潮的兴起	(269)
结语:后神话时代的中国电影	(291)
外篇	
谁导演了张艺谋神话	(298)
“无代期”中国电影	(308)
中国电影的本体错位	(327)

小品式喜剧与市民社会乌托邦 ——《有话好好说》印象·····	(337)
后记·····	(354)