

日常生活方式：娱乐艺术及其文化道路

蓝爱国

(中南大学文学院, 湖南长沙, 410083)

摘要: 在娱乐媒体十分发达的今天, 好莱坞电影娱乐艺术何以就构成了异域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? 当人们说中国的电影不在中国人的生活方式里, 好莱坞的电影在全世界人的生活方式里的时候, 我们怎么去面对自身的困境并有效转化它者的经验? 诸如此类的问题表明, 我们首先必须跳出好莱坞娱乐艺术的叙事形式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整体视野, 并从这个视野出发全面透析好莱坞娱乐艺术的方方面面。

关键词: 好莱坞电影; 生活方式; 娱乐艺术; 文化道路

中图分类号: I206.7

文献标识码: A

文章编号: 1672-3104(2007)04-0471-05

电影娱乐艺术要成为人们的娱乐方式, 显而易见必须和人们的生活方式密切相关, 并直接构成其生活方式的日常内容。只有如此, 电影娱乐才能真正深入人心并成为文化传播的重要领域之一。比如好莱坞电影作为风行全球的现代娱乐艺术之一, 必须反映出人们的好莱坞式生活趣味才能构成其好莱坞化的生活方式。事实上也正是这样, 因为无论中国、日本、韩国还是英国、法国、德国, 好莱坞电影都在作为一种现代生活方式征服着各国大众, 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](198)})和其对美国国民经济贡献率, 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”^{[1](198)})。有人把当前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肆意入侵和大规模颠覆, 从而疾呼构筑文化防线抵抗好莱坞的娱乐文化阵地, 这既可以从感情上得到深切的理解也可以从理性上得到强大的认同, 但更为重要的问题也许是, 在娱乐媒体十分发达的今天, 为什么只是好莱坞电影娱乐艺术而不是欧洲抑或中国的电影构成了全球大众的生活方式, 并最终成为他们文化价值取向系统中重要的选择标准? 当中国电影人说

中国电影不在中国人的生活方式里时, 我们看到的却是好莱坞电影生龙活虎地攻城略地, 也看到“好莱坞化”的韩国电影国内、国际票房的迅速飙升、电影生存空间的大规模拓展(从亚太到欧美)……诸如此类的事实表明, 也许我们只有跳出好莱坞娱乐艺术的叙事辨析抑或好莱坞称霸全球的意识形态动机或文化野心批判, 在大众生活方式、电影娱乐艺术及其文化产业道路的理性分析系统中寻找一个更为广阔的阐释背景。依托这个背景, 我们不仅能够对好莱坞电影的娱乐力量形成一个比较清晰的文化整体视野, 而且能够从这个视野出发全面透析电影娱乐艺术的方方面面。

一、“原罪”之外的电影娱乐

如果我们不简单地把闲暇定义为空闲时间, 不简单地把闲暇中从事的任何活动都称之为无价值的休闲娱乐, 我们就会更为突出闲暇乃自由及其意志的体现, 闲暇的不断“增产”过程包含人们对于自由观念的不断“增值”式进化。从这个角度看, 无论原始人的劳动还是他们的闲暇都是一种神灵操控体系的产物, 劳动产品是拜神所赐, 闲暇也就充满对神的感恩仪式, 他们的娱乐方式干脆就是劳动的直接延伸, 这也是相当自然的选择。无论他们绘画还是跳舞, 无论他们文

收稿日期: 2007-05-09

基金项目: 国家社科基金项目“电影文化产业的文化传承与文化消费”(06BZX020)

作者简介: 蓝爱国(1964-), 男, 湖南桃源人, 中南大学文学院教授, 主要研究方向: 当代文化与当代文学。

身还是引吭高歌,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,原始人的生活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源,把一切娱乐视为非法,娱乐便不能成为娱神的工具,工作逐渐成为人子的首选,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观念在西方社会中就是一种非常深入的文化传统,“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”^{[2](53)}。总之,从加尔文式宗教、伦理文化立场来看,人通过劳动接近上帝或伦理的最高境界,越多的劳动证明丰富而充实的生活越可以使人成为完人,劳动是人惟一的存在证明。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根源。看到中世纪娱乐的罪恶化、被排斥、受侮辱的同时,我们还必须承认,娱乐的独立自主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神灵和道德戒律的拘禁,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,它正是将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,这是上帝的悲剧却是人类自身的喜剧。我们可以说,在罪感氛围中发展的娱乐创造了后世俗世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娱乐形式、西方人的狂欢节娱乐形式,就典型地体现着不同生活方式和文化道路,因为它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的自由自主控制程度,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世纪之后的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。劳动完全摆脱神灵的束缚,成为自由的劳动;与之相伴,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,促进劳动异化的人性化。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内容和生活内容的平等和自由,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。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,“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”^{[2](179)}。

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文化旗帜的举止,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。欧洲因其过多的文化追求而始终不能娱乐,导致娱乐成为一个可望而不可及的复杂事情。人们一般认为韩国电影的神奇崛起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,其实韩国电影的东方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,即娱乐就是简单的娱乐。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方式自身的力量。正因为如此,韩国电影反而获得了一种充分的民族性,谁也不能在韩国电影中忽视它的那份“韩国性”。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,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莱坞都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。

二、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的地域性甚至是季节性,因为人的身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。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、民俗性的、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，成为大众公共的文化对象之一。

鉴于当代已经把书籍阅读看成是知识获取的主要途径而不仅仅是娱乐方式，因此我们对于书籍的传播现象也就存而不论。从书籍到报纸的传播转变，虽然都是在文字的领域内发生的变化，但这个变化的前因后果却有着根本性的差异。书籍表征着城市理性的娱乐方式，它是按照书籍理性文化路线设计出来的生活方式，那些有序的交通网络、完整的功能划分、规矩的城市公园、流水线体制规划出来的超市布局 and 不断麦当劳或肯德基化的饮食结构，无不体现出城市生活方式和娱乐方式的合理性、科学性和功利性。但书籍理性却在自己的理性秩序之外忽略和遗忘了大众的生活和娱乐。书籍传播的理性是有局限的生活规划和娱乐方式，大众的生活方式和娱乐方式处于“无名”的状态，即一种公开存在但却缺乏命名的认识短缺之中。谁来命名并呈现出一个城市的完整形象？在我们看来，报纸就是这种身负使命的大众传媒，报纸是城市咖啡馆、酒馆生活方式和娱乐方式在传媒业的延伸。因为我们可以明显看到，报纸作为传媒的二重性，那就是追求理性真理的使命意识和它满足大众酒馆式娱乐的迫切心情在新闻功能系统中的平行并列，而在新闻价值的体系中，事物的重要性和事物的新奇心比肩而立，新闻的教育性和新闻的娱乐性同等重要，普利策的自由理想和黄色报纸的畅销同时存在。报纸传播的这种特征不是传媒的矛盾而是现代生活方式的必然，因为现代本就是一个理性和非理性的生活漩涡，一个立体的人性空间，报纸只是正好体现了它的特征并以此为城市提供娱乐。

电视的娱乐本质在于它对语言建构的现代生活方式的解构，电视用它的现代形象塑造新的大众生活方式，这种生活方式，用尼尔·波兹曼的话说就是，“一切公共话语都日渐以娱乐的方式出现，并成为一种文化精神。我们的政治、宗教、新闻、体育、教育和商业都心甘情愿地成为娱乐的附庸，毫无怨言，甚至无声无息，其结果是我们成了一个娱乐至死的物种”^{[3](4)}。简而言之，语言传播是排斥性的，它拒绝它者的进入而提供主体沉迷于语言自我的世界建构，电视是拖入式的，它消融成员之间的个性差异，变成一个电视的单一受众面对电视娱乐。电视诞生时和报纸等大众传媒一样以传播新闻为职责，但电视不得不面对的一个问题是，它把大众拖入自己的银屏消费方式后，它也就把大众丰富的户外活动、老友聚会、闲聊互动等等娱乐方式消灭了，它面临必须进一步丰富自

身的娱乐方式并把这种方式当做全部的生活方式推荐给大众的责任，于是，电视在成为典型大众生活方式构成内容的同时也成为大众惟一的娱乐方式之一，一种不仅决定我们对世界的认识，而且决定我们会怎样认识世界的工具^{[3](104)}。

面对电视媒介带来的社会生活革命，电影不得不发生一个彻底的转化。这个转化体现在三个方面：第一是对待现实的态度问题；第二是对待人类自身的罪恶问题；第三是对待影像的奇观问题。经典好莱坞时期的电影最为突出娱乐类型的打造，因为好莱坞是一个被现实需要控制的文化单位，是工业体制之中的娱乐机器，专门负责生产工业体制、工业美学标准范畴内的娱乐产品，从而保证工业文化道路就是大众日常选择模式中最合理、最合情也最合法的生活方式。与经典好莱坞文化路线截然不同，新好莱坞在对待人类自身的问题上变得比以前任何时期都更为裸露、直率、直接和残忍，电影的影像比任何时期的影像都来得尖锐、刺激、震撼、惊心动魄和心惊肉跳。好莱坞因此被人批评为是一个堕落的好莱坞，一个只知道刺激人们欲望的好莱坞。有时候好莱坞的确就是这样一副“无赖”的模样，但在一定程度上讲，这却是它适应“后电视”时代这种生活的必然方式，好莱坞要做的是如何把“无赖”生活化、人性化，从而使自身的“无赖”转化为文化的“无赖”分析和阐释，最终通过这种黑暗的途径抵达大众生活的真实现实。我们知道，电视对于电影挑战的最直接观察印象就是它把电影观众大量的转化成了电视观众，其实根本的挑战在于电视抢夺了电影很多的表现题材、表现方法、表现对象和表现原则，从而迫使电影不得不另辟蹊径，寻找非电视的电影表现。好莱坞的选择路径就是它要比电视的影像更影像，制造出视觉的奇观，让电视一时半会只能看着、呆着，跟着电影的感觉走。视觉奇观的制造需要两个方面的机制：一是技术意识的建立，一是奇观思维的建立。技术是确保奇观实现的基础，卢卡斯的《星球大战》系列就很好地证明了这一点。总体来看，技术意识的建立对于好莱坞而言是轻而易举的事情，尤其是对新技术的敏感。好莱坞一直有这样的“优良”传统，因为好莱坞电影一直就是建立在不断的技术更新基础上的。奇观思维依托技术但又是超技术的，因为奇观思维的本质是文化的认知路线，是摒弃影像的日常叙事法则而建立一种以惊奇为视觉效果的独特娱乐方针，因此，奇观思维反映了好莱坞电影力求和电视传播截然不同的求异心理。可能好莱坞的视觉奇观思维会走火入魔，为奇观而奇观，电影成为视觉盛宴的同时既丧失叙事的精彩纷呈，也丧失思想内容的深度追求，但好莱坞显然意识到奇观已经不是一个你不要制作的问题，而是一个你如何制作的问题，是一

个电影面对电视培养起来的一代代新人如何争取他们从电视中走出来进入影院消费的生死问题。也就是说,电视已经培养了几代对于视觉消费习以为常的大众人群,他们的生活方式就是一种以影像为中心的生活方式,他们的文化道路选择也常常以视觉思维作为先导,在此情形下,电影的奇观思维不过是适应他们的生活步伐,满足他们的文化胃口而已。

三、娱乐文化的好莱坞道路

如果以娱乐为标准,我们可以把历史划分为“娱乐匮乏”的时代和“娱乐过剩”的时代。娱乐匮乏的时代,有限娱乐成为无限工作的休整和调节,娱乐过剩时代,娱乐和工作成为彼此的延伸,娱乐的产业化由此诞生。那么从娱乐匮乏向娱乐过剩转化过程中的动力是什么?其间又发生了什么样值得关注的文化转向? Godbeyd 认为,“从许多方面来说,那种要尽可能多地‘体味生活’‘体味一切令人愉悦’的事情的愿望其实是一种最大的贪欲。……资本家积累巨资并大笔投入,而个人在各种各样寻求快乐的活动中作出的时间投资也是资本家一种自我实现的形式,把时间作为珍贵资源的竞争者发现,他们体验中确实得到了快乐。”在 Godbeyd 看来,资本主义的生产方式刺激了大众体验一切的贪欲,并把这种贪欲转化为商品生产的基本动力,是贪欲推动了生产的向前发展,并以体验的名义创造出一种“体验经济”的新生产方式——娱乐的生产方式。Godbeyd 继续说道:“资本主义使我们沉迷于不必要的物质追求之中,并因此而播下了‘体验主义’(experientialism)的种子。当不断创造出新的物欲的经济系统的能力开始受到一些限制时,这些欲望和需求也就转化为休闲体验。人们冒险,做遍及欧洲的旅行,窥伺别人的性生活,冲浪,按照佛教中禅宗的做法消除杂念从而专心致志地学习打网球,通过大量精神疗法改变人际关系,制酒以及其他种种‘购买’来的体验。这样便产生了一种漫游癖:人们不是为了观看别处的风光,而是为了体验别处的生活。”^{[2](236-237)}“漫游癖”是资本主义体验经济在娱乐休闲领域的自然延伸,正是这种漫游癖的娱乐优先需求推动了如此泛化、多样、丰富、繁荣的娱乐生活出现。且不论 Godbeyd 资本主义娱乐生产动力学是否就是一个心——物二元的互动结构产物,它所揭示的娱乐体验主义取向的确可以构成一种新的文化方向的核心——我们已经从一个客观的“需求——满足型”文化时代进入到了一个内在的“体验——快感型”文化阶段。

从报业时代的城市公园设计到电视时代的城市居住环境的人性化改造,大众会感觉到一种以社会福

利形式逐渐把休闲娱乐纳入正规社会管理系统的娱乐公共化倾向,这种倾向是社会文明进步的必然反映,也是娱乐逐步脱离个人生活方式、实践方式和思想方式的过程,也就是说有很大部分娱乐并不一定就是大众需要的娱乐,而是一种体制化的福利馈赠,这个馈赠在保证大众幸福生活的同时,也无形之中控制着大众的生活节奏和理想范式。当如此众多的公共娱乐扑面而来充满大众的生活时,大众的惟一选择似乎就是在无数娱乐中不断作出选择、抛弃、抛弃、选择的多样/单一选择,大众成了一个超级遥控器,不断把预先设置的娱乐信号投射到银屏和幕布上。大众这种被动的、消极的娱乐接受位置在法兰克福学派及其继承者的眼中正是大众成为资本的产品或意识奴隶的根本所在,从而他们需要唤醒他们的反抗意识,通过选择不加入这种资本的游戏来颠覆资本的旧秩序。法兰克福学派及其继承者的批判思维诚然可贵,但显而易见忽视了大众对于娱乐选择权的主动性、大众对于自身生活方式及其文化道路选择的主体性,如果完全按照此种逻辑对待商业主义秩序中的娱乐,对待文化产业机制中的娱乐,我们只能摒弃一切娱乐,把娱乐看成是资本主义意识形态传统中的文化帝国主义新策略,这种思路只能放弃问题而不是解决问题。与之相反,英国伯明翰等大众文化学者力图证明,在资本主义的资本霸权、生产霸权和意识形态霸权体制中,大众用戏弄、利用、改写、伪装、诡计、偷盗等诸多手段把主流文本转变成大众的文本,使强势者的话语体系为我所用,因此大众对于支配者的权力从来没有循规蹈矩地接受和消费。娱乐的生产被划分成两个阶段的生产:第一阶段是支配着的娱乐生产,按照主流、体制、商业、霸权的逻辑进行;第二阶段的生产是大众对于前者的再生产,他们为文本增添大众所能认同的意义。据此,依照大众文化学者的逻辑,Godbeyd 负面意义上的体验主义漫游癖却可能正好是大众反抗体制化娱乐来作出自己娱乐选择的基本原则之一,他们通过体验式观赏和接受,把体制化的娱乐转化成为自己的娱乐,使之成为表现自我生活范式和文化道路的重要资源。费斯克指出,“快乐之所以是有快感可言的,只是因为它是由体验到快乐的大众生产出来的,它不是从外部传送给人民的。”^[4]也就是说,体验主义的体验是大众生活方式的反映,什么样的娱乐能够满足大众的生活体验,大众就选择什么样的娱乐方式进行消费。

好莱坞电影多年的市场征战似乎为好莱坞的娱乐产业化提供了丰富的经验,从而能够保证好莱坞电影在全球市场范围的成功运作,资本市场的青睐又似乎从另一个方面加强了好莱坞的市场竞争能力,因为他们有充足的资金保证他们的巨片主义策略、多媒体营销方针屡试不爽、屡战屡胜。但《珍珠港》表明,

再好的市场配方生产出来的也不是万能膏药，该失败的依然会失败，电影不是市场计划，《亚历山大》《亚瑟王》的票房失利似乎又表明，资本也不能决定电影就必然成为大众的娱乐，资本一样可以带来电影灾难。因此，决定好莱坞电影道路根本发展的不是产业化，不是资本运营，而是产业和资本之外的大众体验主义文化选择。产业化和资本运营只是建立在成功的电影娱乐基础上，没有电影娱乐的成功何来产业和资本的市场，如果可以撇开电影娱乐谈论产业化和资本运营，他们可以直接产业化大众和资本化观众而不需要产业化和资本化电影娱乐本身。从这个逻辑出发，我们可以说，电影娱乐的道路就是大众的娱乐道路，就是大众的娱乐态度，就是大众选择什么样的娱乐作为他们体验人生、社会、世界、未来、理想、信念的渠道和途径，而大众的娱乐道路也就是他们的生活道路，就是他们快乐、苦恼、郁闷、期待、狂欢、痛苦、堕落、工作和消遣的情感体现，就是他们的人生计划、未来设想、现实处境、人际关系、家庭构成的实践方式，就是他们关于自由、平等、博爱、民主、公正、参与、思想的理性模式。从经典好莱坞到新好莱坞的巨大转变在于没有一种固定的电影娱乐类型美学和文化可以类型化大众了，所有的娱乐类型都已经被打破、颠倒和重组，好莱坞惟一没有丢失的可能就是其娱乐艺术中的大众哲学，这个大众哲学既决定娱乐也决定电影的生存和发展，所以我们说好莱坞的娱乐艺术及其文化道路蕴藏在好莱坞的生活方式中，因为这种生活方式就是大众的生活方式，就是大众的哲学。好莱坞娱乐艺术的一切秘密和力量都在于它们总是企图掌握这

种大众文化、大众哲学，通过成功和失败不断测试大众的体验内容，从而最终确定自己的方向。

瑞秋·菲尔德说：“你无法解释好莱坞。世界上没有这样一个地方。”约翰·福特说：“好莱坞是一个无法用地理概念来定义的地方，我们谁也不知道它究竟在哪儿。”这些说法如果不是包含某种深意是不会令人关注的，但不同的语境肯定有不同的意义阐释，我们更愿意把它们和迈克尔·埃斯纳的话联系在一起，他说：“我认为，这个国家的娱乐业与其说是把世界美国化，不如说把娱乐全球化。”的确，娱乐艺术是没有国家、民族、地域之分的，笑和哭的艺术遍布全球，好莱坞不重要，好莱坞创造的娱乐艺术才是第一值得研究的对象，那些贴着好莱坞标签的娱乐艺术征服全球大众不是因为好莱坞而是艺术化的娱乐本身，因此，我们应紧跟大众的脚步去探询那娱乐艺术的秘密和力量。

参考文献：

- [1] 卢燕, 李亦中. 隔洋观景: 好莱坞镜像纵横[M]. 北京: 北京大学出版社, 2004.
- [2] 托马斯·古德, 杰弗瑞·戈比. 人类思想史中的休闲 [M]. 昆明: 云南人民出版社, 2002.
- [3] 尼尔·波兹曼. 娱乐至死[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2004.
- [4] 约翰·菲斯克. 理解大众文化 [M]. 北京: 中央编译出版社, 2001.

Daily lifestyle: The art of entertainment and its way of culture

LAN Aiguo

(School of Literature, Central South University, Changsha 410083, China)

Abstract: How does the Hollywood movie constitute the public's daily life style of the foreign countries, and then become the important part of their value of culture today when the entertainment media is developing so rapidly? It is said that Chinese movie does not exist in Chinese life style while Hollywood movie survives in the whole world. How can we face this kind of predicament and convert the good experiences more effectively? Such a problem implies that, we have to jump out of the analysis of essence of the art of Hollywood, or the motive of Hollywood being the Number One of the world as well as the judgments of the culture greed. We have to look for a wider background in the complicated entwining among the life style, art of entertainment and the way of culture. Based on this background, we can form a clear cultural field to the amusement power of the Hollywood movie, offering a completely way to analyze all the aspects of the entertainment art.

Key words: Hollywood movie; lifestyle; art of entertainment; culture way

[编辑：苏慧]