

类型·明星·意识形态表述

——兼论《建国大业》的产业化策略的得失

黄望莉

摘要：在当前中国“主旋律”电影“主流”化策略的影响下，《建国大业》无论在票房上还是在意识形态的表述上都获得了官方、学界和民众的一致赞赏。然而，反观其成功的商业策略的背后，却不是一个常规的电影产业操作方式，这不得不使我们深思：从产业化的角度来看，《建国大业》带给中国主流电影的是一个个案，抑或是一个范例呢？

关键词：《建国大业》；意识形态；主流电影；产业化策略

作者简介：黄望莉，女，讲师，博士。（上海大学 影视艺术技术学院，上海，200072）

中图分类号：J905

文献标识码：A

文章编号：1008-6552(2010)01-0052-05

172位明星参与，其中83位是一线演员，中影集团总裁韩三平亲自挂帅总导演，影片《建国大业》到10月7日止，票房达到3亿3千4百万人民币，直逼4亿人民币的票房业绩，被誉为史上最强华语片^[1]。这成为2009年最为重磅的一部献礼影片，也是2009年最为重要的娱乐事件之一。毫无疑问，这部华语“献礼片”无论在类型写作上，还是在明星机制的运作上，甚至编导在其中的主流意识形态的表达上，都呈现出非常复杂的现象，这部具有标志性意义的献礼片在中国电影史上必然成为一个不断值得深入探讨的话题。

就在来自官方、学界和民众中一浪高过一浪的赞誉之声中，主创者进一步透露出将继续拍摄《建国大业》的前传的传言。这看似成功的“主流”电影商业化的案例为下面相类似的操作提供了一个思路，但是，越来越多的质疑提出，《建国大业》为中国电影产业化发展提供的是一个普遍适用的案例呢，还是仅仅应当把它当作一个独特的个案呢？回答这个问题迫使我们重新审视该片在操作层面上带给中国电影产业发展的影响。在“主旋律”电影向“主流化”转变的过程中，究竟这样的商业操作方式能获得怎样的经验和资源？

一般来说，在商业电影叙事中，类型、明星和导演都成为系统的重要组成部分。一部艺术作品为了获得观众、学术界等方面的认可，必然是通过对人类日常相关生活经验的描绘，并上升到一个理性的归纳总结来完成的。在这其中，类型的叙事模式所带给观众的预期、明星在其中的符号表征带给观众的观赏欲望以及编导在其中所赋予的话语的表述，使得整个言说系统充满了多种的可能性。同样，从类型、明星和电影导演的功能等三个方面来分析《建国大业》，也可以窥见这部影片是如何在这三者之间将主流意识形态的表述通过其商业概念的包装巧妙地缝合进电影文本中，使得观众在这一套“潜在”意义系统中被其所传达的意识形态内涵所俘获。

从“主旋律”到“主流”：一个类型的结构过程

1987年3月，国务院电影局在全国故事片创作会议上首次提出“突出主旋律、坚持多样化”的口

号，并于同年7月4日，经中央批准，由丁峤任组长的革命历史题材影视创作领导小组（后正式更名为“重大革命题材影视创作领导小组”）在北京成立。1988年1月1日起广电部、财政部决定建立摄制重大题材故事片的资助基金为止，“主旋律”电影一度成了“重大革命历史题材和重大现实题材”的代名词^[2]。而“主旋律”电影所倡导的意识形态表述正如时任中宣部副部长贺敬之在1987年全国故事片厂创作会议上的讲话中所指出的：“作品的社会主义和共产主义的思想内容，应该成为我们文艺的主旋律。我们的主旋律必须反映时代的精神，塑造社会主义新人，给人们以鼓舞和鞭策，而不能贬低、丑化、歪曲我们的社会主义。”因此，“主旋律”电影的生产在中国这20年间，在商业片和艺术片之外形成了第三类电影形态，甚至被某些专家称为中国所特有的一种电影类型。然而，随着电影产业化发展的逐步深入，“主旋律”电影在观众、市场之间所遭遇到的尴尬态势，也使得政府部门以更加开放的态度逐步抛弃“主旋律”电影的概念，而大量的运用“主流电影”这一词汇来试图涵盖和扩大“主旋律”概念的外延，从而依靠产业的态势来发展中国真正的主流电影。事实上，这些年来以《水云谣》、《集结号》等为代表的在商业上和政治上获得双向成功的影片也佐证了中国“主流”大片策略的成功转型。

其实在弗兰克·麦克康奈尔（Frank McConnell）提出的“一个文化的四个阶段历史周期”相符合的四个“原型”叙事形态中^①，所谓的中国“重大历史题材”的影片也没能逃脱出“国王建立国家——史诗”的叙事原型。“献礼片”/“主旋律”电影作为一种类型，在叙事上基本延续了以往的故事结构模式，在风格上也采用了以往的严肃的（革命）现实主义风格。这些表面上大量相似题材的“主旋律”电影类型中，其实只出现相当少数的基本迷思/意识形态主题^②，例如，表达一种进步的为人民利益着想的社会主义和共产主义价值观基本上成为具有“通识性”的价值观。同样，类型研究也会运用图像学（iconography）通过某一类型的道具、服装和布景都能够让观众立刻判定某一类型的视觉能指（signifier）。《建国大业》尽可能的罗列出当时革命战争时期重要的历史人物及其他历史抉择。即使在小人物身上也以点睛之笔突出他们对革命事业的认同感。因此，这部影片从影片题材的选择（重大革命历史事件）及其组合、历史人物的表现，都为观众对这部影片的观赏预期提供了明确的方向，从类型原则上来看，“重大历史题材和人物”的影片应当被纳入“史诗”类型叙事的电影。其实，无论是“主旋律”电影还是“主流”电影，重大革命历史题材的影片却一直是中国电影形态中一个重要的创作来源，也是每次“献礼片”中最为重要的故事素材。这次也不例外，总导演韩三平也不讳言，拍摄该片的初衷是新中国要过60岁生日了，得准备一份像样的礼物献给母亲，“这是新中国电影人向新中国成立60周年的一次集体献礼！”

《建国大业》的类型模式的建立并不是基于商业的目的，而是出于政府对主流意识形态表述的需求而产生的。中影公司作为一个国营电影制作公司，如何将一部“献礼片”变成一部主流大片，一部具有普适性价值观、传递主流意识形态的影片，并获得当前各个社会阶层、甚至海外文化界的认可，这是他们所必需承担的责任。那么这部影片首先在叙事形态上就要保证常规性，要尽量符合大众观影的常规接受心理。《建国大业》将各个重大历史事件作为叙事语段（syntagmatic），而通过1945年到1949年间两个新旧政权较量的线性线索勾连起每一个叙事段落。在主旋律电影中，“二元对立”的主流叙事模式中，国共两党在国民革命最后的阶段尖锐的对立和其中的纠葛被一再书写，大量与台湾当局的不

① 这四种类型形态即：国王建立国家——史诗、武士巩固国家——冒险传奇、无名小卒中了制度法律的圈套——通俗夸张剧情片、小丑指出这种制度状态的愚蠢性——讽刺文学。请参阅 F. McConnell, *Storytelling and Mythmaking*, (Oxford University Press, New York, 1979)

② 迷思是指某种不真实、但却因为不断重复，所以变成那些共享真实的人们的一部分。在一些情况下，迷思也变成文化“常识”的成分。迷思还是某种文化意识形态。

同表述变成一种共享的“真实”，从而创作出华语电影文化中的迷思（myths）。另外，这部影片在对历史线性的叙事的同时，将其之奇、之趣围绕着主题意旨给予充分展开。这部看上去很严肃的“献礼片”却在故事内容上努力挖掘趣味性和传奇性，如，暗杀民主人士的故事点、蒋经国上海“打老虎”的经过等；还有诸多传奇人物，如杜月笙、毛人凤等也采用明星来丰富人物的形象，并非脸谱化呈现在银幕上。这些都被纳入到《建国大业》的叙事内容中，将大事情、小事件演绎得相得益彰。

此外，《建国大业》在不违背“主旋律”电影的基本模式和经济生产原则基础上，能够加强既有模式的运作，从而丰富并且发展了“主流”电影类型的商业形态。笔者曾经就中国主流电影的形态明确提出：“商业类型影片应当成为中国电影产业发展的主流影片，尤其是对于那些中小投资的影片，类型的基础是影片票房的保证。”^[3]事实上，《建国大业》是打着“献礼片”的口号，以中等投资的规模，却做了一个商业大片，按照一定的工业法则提供了一种有效的电影观赏经验的方式。为了消除年轻观众对主旋律影片的抵触情绪，中影集团在宣传过程中采用了“主流影片”这一称谓，从而使更多观众易于接受；精确地掌握影片宣传节奏，根据实时票房调整宣传策略，形成了主流正面宣传再加商业运作的方法，最后强调影片社会责任的完整流程；与大量商业合作伙伴进行了多种形式的广告交换，在节省宣传发行成本的同时，在市场上达到了最佳的宣传效果。所有这些按照商业类型形式的宣传和制作策略客观上消弭了观影者和意识形态之间的鸿沟，在商业的外衣下包裹了来自官方的意识形态宣传。

玩弄明星：主流意识形态商业化策略

《建国大业》在主流意识形态上并未超越过多的观众观赏预期，但是却在形式表现上做出了看似超常规的尝试，尤其是“明星”策略的运用，不仅超越了观众以往观赏“主旋律”类型电影的经验性体验，而且通过对“星星”的细数，将文本内外的明星形象在对比中获得观赏的快感。众所周知，明星是保证电影产业计划成功的要素之一，它能够提供给某部影片以担保价值（insurance value）、制作价值（production value）、并最终汇合成的商标价值（trademart value）（即可以基于宣传或行销目的而动员运用的特质）。明星策略并没有明显的用于流行文化或正统文化的分野，却成为最为方便易行的一种打着商业策略而获得意识形态认同的有效手段，充分发挥明星再创主流意识形态的功能。影片《建国大业》正是运用这一商业概念，抛弃了以往“主流史诗”电影拍摄中演员所扮演的角色务求“逼真”、通过“特型演员”的表演以期获得观众的认同。但是该片则是在运用众多明星群体出演的轰动效应之时，通过化妆术和演员成熟的形体控制和公众表演来挑战观众观赏期待。在“假定性”和“真实性”的原则之间唤起观众的“心理真实”，获得观众的认同和会心一笑。

《建国大业》在明星的数量上就采用了超常规的观念来运作：所谓在“为共和国母亲送一份礼物”的召集下，两岸三地 172 位明星零片酬参演。这种做法使得在片中饰演宋美龄、在好莱坞发展的女演员邬君梅感慨地谈到：“在好莱坞也不可能做成这样的电影。”事实上，有人为此做了一个计算：若所有演员正常计酬，光片酬就将令影片成本增加 5 倍以上。据有着丰富经验的导演黄建新估算，《建国大业》起用的明星片酬市价总和在 4 亿元人民币左右，而该片的总投资不过是 3000 万元。从这些看似商业成功的数据中，似乎在预示着：这部主流电影的这种非常规的操作方法是可以被复制的。事实上，中影在这部影片成功后确实宣布了还将筹拍《建党大业》的计划，并且依然起用全明星出演。然而，这一切也带来了更多的质疑：作为“主旋律”影片的商业化运作，“无偿”的全明星出演是否符合商业制作模式？“无偿”难道真的是无条件的吗？推动“无偿”运作背后的真正原因就这么难以猜想吗？是否每一个导演、每一部商业电影都能做到这一点呢？这一切显然是值得商榷的。

有了以上的“全明星”阵容的条件，《建国大业》在明星的人员的复杂性上也采用了超常规的方式来制作。安排“卡司”正好是商业电影的主要功能。从结构主义的观点来看，挑选“卡司”的目的就

是替角色找到最适当的“词形”变化“组合”，换句话说，安排不同演员担当某一个角色也就是观众进入一个想象角色结构的过程。然而，明星的形象在建构的过程中，他们不只是他们自己真实人格纯粹的表现，明星个人特征被成功地转化为观众所欣赏的银幕形象，明星和银幕上的形象达到交互辉映的目的。在这部影片中，角色和明星之间打破常规建构方式，在影像人物呈现上不在意单纯的“相像”，而在于“明星”的“反串”效果，让观众假定陈坤所扮演的就是“蒋经国”、许晴扮演的就是“宋庆龄”、张国立所扮演的就是“蒋介石”、唐国强所扮演的就是“毛泽东”。如果说这些演员还在通过自身的表演功底来完成一个形似的历史人物的话，那么冯小刚的“杜月笙”和姜文的“毛人凤”以及刘德华扮演的“俞济时”、陈道明扮演的阎景文等的明星魅力、个人魅力就超越于他们所饰演的角色魅力。还有，影片运用武打明星成龙、李连杰等在“文戏”中出任角色的策略，他们带给角色的意义过于极端，观赏者也要冒着从叙事写实幻觉中分散注意力的危险来获得对人物形象的认同，故意将影片的注意力集中在明星身上，形成出人意料的喜剧效果，这都是明星玩弄自己形象的例子，但是观众却在这几个段落的观赏中获得了前所未有的乐趣。这些明星的表演开启了观众幻觉的“鸿沟”，但不会为他们的观赏带来问题，其主要原因一方面在于观众娴熟于“悬置不信任”（suspending disbelief）来处理银幕上的惯例，同时更复杂的原因在于这些明星所带来的非常强烈的、更广泛的文化形象，他们所扮演的历史人物在后现代文化叙事中是否足够“真实”已经不重要了，重要的是他们在银幕上是否足够娱乐就行了。

影片文本中这种忽略电视明星和电影明星的差异，忽略导演和明星的差异、打破明星的类型原则，其目的就是为了满足大众文化下的消费欲望，而影片通过明星建构意义的本质，潜藏的意识形态文本叙述更是在消费的过程中消弭了华语各区域间的意识形态矛盾。另一方面，当众多明星将它们的风格、个人特质带入到电影中，在娱乐观众、满足观众娱乐消费的同时，他们也通过大量的传媒宣传实现了“明星”身份的被一再确认，最终实现明星自我营销的目的。最为直接的例子就是因为该片的成功出演，许晴高调签约“华谊兄弟”公司，成为内地一线女星。商业行为和主流意识形态的宣传实际上起到了模糊了“主旋律”电影与“主流”史诗电影这两者之间的差异，也是一次“主流”电影商业身份的确定和动态转变。

编导的融合：意识形态矛盾的消弭

随着“作者论”的深入发展，导演越来越多地获得电影创作的主导权，尤其是在中国的电影体制中，导演被认为是电影真正的“作者”。“电影导演是个将个人风格带入电影符号当中的人……电影导演能够担负主要创造力来源，并且控制成品展现的功能”^[4]通常对于整个影片来讲，电影导演是个将个人风格带入电影符号当中的人，其自身所拥有的一套主题与风格是与其个人特质和传记特质有关的。但是，《建国大业》的导演队伍却呈现出他们复杂的背景，从而也将他们个人的印记带入到影片的创作中。首先，这次影片中参与导演工作的人员众多，从总导演韩三平到导演黄建新和张国立，再到联合导演吴宇森和陈可辛等，他们来自不同的华语区域，因此对主流文化的表达上呈现出多元的人文内涵。

总导演韩三平是一位在体制内运作的成功出品人和制片人，近些年“中影”公司在“主旋律”电影和商业大片上的齐头并进，使得他在影片总体把握的方向上既延续了对建国历史的常规表述，又在创作风格上趋向商业模式的套路。导演黄建新作为“第五代”的代表人物，也是一位从未脱离过体制内制作的导演。他在艺术形式上的探索、共和国情结、集体主义精神的极致追求，使得他在导演这部影片的过程中保持了一个严肃的格调。但是，另一方面却侧重于艺术的、甚至诗意的对当时以延安为代表的革命地区的生活内容进行呈现，蕴宏大叙事于细节的表达中，突出伟人的人情、人性。例如影片中的一些场景：毛泽东与儿女在一起、三大战役后毛主席等人在一起喝酒唱国际歌、甚至到建国典

礼上毛泽东和刘烨所扮演的士兵等这些桥段细节的设计使得影片对个个重大事件的交代和发展都通过一场场人物戏来获得体现。尤其是七届二中全会的纪实手段的使用,超越了一般对该种电影手法的认识,体现了导演对多种艺术表现手法的娴熟运用。

而在该片中也曾参与导演工作的吴宇森、陈可辛等深受西方政治观念的影响,他们在意识形态上必然采取更加开放的态度来表达他们对“建国”的理念。尽管该片在叙事冲突上依然保持着二元对立的原则,但是却日趋模糊政治斗争的争议,而是将民主建国过程的正反两方面的差异性表现出来,扩大了“建国、立国”的丰富含义,政治协商成为调和以往“极左”政治表述的策略。不仅如此,影片还将国共两党的政治活动和事件以对等态度纳入叙事之中,体现了一种相对客观的历史态度。以新的历史观表述共产党的成功是历史的必然选择。从这一点来看,这部影片依照新的历史观,在“重大历史题材”类型叙事中所建立的二元结构也为这种“迷思”定位,所有的意识形态矛盾被形象性地解决。毫无疑问,正是这种操作模式的奇特性、非常规性最终导致这部影片无论在意识形态的表达上,还是在叙事技巧上都呈现出复杂性和多样性。这些话语的表述也是编导们在其中起到作用的结果。

结 语

为建国 60 周年而做的献礼片中,还有一部在票房大卖的影片《风声》,它的成功不仅体现在叙事模式上严格遵循了商业电影的创作规律,该片主要的叙事部分采用了一个“密室”原型的故事,并突出戏剧性和人物性格、情绪和情感的冲突,明星们的表演魅力被集中放大到银幕上,从中充分体现了类型、明星和导演三者之间的动态关系,因此,这部影片从商业操作的角度上来看是符合常规电影的制作方式的,它所获得的成功为中国“主旋律”电影的类型发展、明星策略等方面提供了一个成功的案例。反之,《建国大业》在号称大制作的名义下,无论是在明星还是在导演的操作层面上都没有遵循常规的电影商业制作模式,而是凭借制片方和导演的个人资源而运作的。而这样的事例,在商业电影环境下,例如好莱坞,是不可能发生的故事,却成为一部符合国情的商业运作的影片。正如很多人质疑的,这部影片符合“国情”的商业操作难道真的是可以复制的吗?它给中国电影产业的发展带来的是正面的效应,还是依然暴露出国产电影产业发展的一个弊端呢?

今天,尽管在理论界和创作界,人们在认识“主旋律”电影、“重大历史题材”影片、“献礼片”等类型之时,越来越期望模糊彼此之间的界限,而纳入到“主流”电影的商业操作之中。无可否认的是,《建国大业》将众多华语明星,包括华语导演和演员,高调结构在一部传递主流意识形态的电影中,不仅为“主流”电影的创作提供了另外一种可能性,而且为意识形态的矛盾提供了一套迷思性的解决方法。

参考文献:

- [1] [http: ent. cctv. com](http://ent.cctv.com), 央视网娱乐频道, 2009 - 10 - 07.
- [2] 陈犀禾. 大陆电影和市场之“手”——大陆电影的美学和政治经济学 [EB/OL]. 当代文化研究网, [http: //www. cul - studies. com](http://www.cul-studies.com).
- [3] 黄望莉. 主流与类型: 浅析中国主流电影的当下流向 [J]. 当代电影, 2007 (6), 129.
- [4] Jill Nelmes 编. 陈芸芸译. 电影学入门 [M]. 台湾: 韦伯文化国际出版有限公司, 2006: 295.