

传播学视角下的英王室题材电影剖析

张悦 李亦中

摘要: 1997年戴妃身亡后,英王室因忽略自身形象而遭民众诟病。近年来,随着英王室对电影等大众传媒的合理运用,已使本国民众的支持率保持历史上较高水准,并在全球舆论范围树立了良好形象。文章以2012年伦敦奥运会开幕典礼英王室片段为切入点,以荣获奥斯卡奖的《国王的演讲》、《女王》两部影片为案例,在传播学视角下探析英王室努力塑造公众形象的尝试。

关键词: 英王室;电影媒介;政治哲学

作者简介: 李亦中,男,教授,博士生导师。(上海交通大学 电影电视系,上海,200240)

张悦,女,硕士生。(上海交通大学 电影电视系,上海,200240)

中图分类号: J905

文献标识码: A

文章编号: 1008-6552(2013)01-0069-04

在2012年伦敦奥运会开幕典礼第三章,会场大屏幕出现一段极为吸引眼球的影像:受英国著名电影《007》主角詹姆斯·邦德的邀请,英国女王伊丽莎白二世盛装步出白金汉宫,与邦德同乘坐直升飞机前往伦敦出席奥运会开幕式。途中,女王搭乘的直升机不仅掠过诸多伦敦标志性建筑,更受到英国民众热情洋溢的挥手敬礼,就连已故首相丘吉尔的塑像都仰头向其微笑致意。当直升机抵达运动场上空时,皇家特工邦德不免流露出略带迟疑的神情,但身背降落伞的女王却先他一步纵身跃下——这位全英最高贵的人物在米字旗图案的伞面映衬之下从天而降。当场内数亿计的观众为眼前景象惊叹不已的时候,《007》电影音乐的旋律随之响起,在一束追光灯的跟随下,伊丽莎白二世及丈夫菲利普亲王款款走进开幕式现场。尽管跳伞镜头是由特技演员代劳的,但这位86岁女王的首次“真人秀”,仍引得全球舆论津津乐道。

英王室成员因其身份所限,少有直接出镜的机会,但温莎家族的宫中轶事历来都是极具票房号召力的电影题材。早在本届奥运会宣传片发布之前,英王室已逐步利用大众传媒的高度关注,通过影视传播手段达到塑造公众形象的目的。2011年初,以英王室为原型的《国王的演讲》,在第83届奥斯卡角逐中一举夺得最佳影片、最佳原创剧本、最佳导演、最佳男主角四项大奖^①。这部由英女王特别授权拍摄的电影,使英王室继影片《女王》之后再度成为国际影坛受人瞩目的焦点,为随后而至的皇家喜事提前预热。当年4月29日,英王室第二顺序继承人威廉王子与凯特的婚礼在伦敦威斯敏斯特教堂举行,全球有超过20亿人通过电视或互联网观看婚礼直播。现实生活中迎娶平民姑娘的英俊王子,很容易令人联想到《国王的演讲》中与平民成为挚友的谦逊君主;电影与现实之间不谋而合的共振效应,大大强化了英王室在民众心目中的良好形象。对于温莎王朝而言,多年来因家族成员层出不穷的负面新闻所带来的阴霾总算开始消散。

据《纽约时报》披露,《国王的演讲》一片在策划、拍摄乃至后期宣传期间,均得到来自英王室的鼎力支持。该片编剧大卫·塞德勒曾借助伊丽莎白太后的回忆,细细打磨这部影片的每个细节,并且得到女王伊丽莎白二世对“艺术夸张”的允许,甚至包括对片中乔治六世(伊丽莎白二世的父亲)爆粗口的默认^[1]。不仅如此,女王在私人放映结束后直言自己“感动并乐在其中”,这份来自皇家的褒奖无疑为票房增添不小的影响力。然而,正因为主创人员与王室之间过于亲密的关系,致使《国王的演讲》在摘得全球各大电影奖项的同时,也受到不少媒体的批评,指该片不敢针砭社会权贵阶级,表现

出亲近王室的媚态,“太过粉饰且讨好王室”。无论如何,这部拍摄成本仅1500万美元的影片在奥斯卡舞台上却风光无限,收到了极佳的传播效果。

一、王室作为“传播者”的传播意图

莎士比亚在对王权历史进行研究后,提出了“戴王冠的头,无法安睡于枕席”的犀利观点。不同于昔日因掌控实权而造成的辗转难眠,在如今的“福利制君主制度”下,英王室家族更因受政府拨款及纳税人的供养,而不得不改变一部分旧时期的行事风格,力争满足来自政府的要求与民众的期望。英王室与英国社会大众之间矛盾的凸显起始于戴妃身亡,这次事件使得双方就“王室的社会责任”而引发激烈的摩擦。由于戴安娜生前具有很高的社会影响力,是否为她举办隆重葬礼已不仅仅是温莎家族内部的家务事了。但王室因遵循传统而对当时形势作了错误的预判,结果导致在1997年底的“王室支持率调查”中处境惨淡,甚至有不少国民提出可以考虑直接废除君主立宪制。那次事件使英王室开始明白:保持自身高贵的形象与传统家族家规固然重要,但在一定程度上迎合当代民众的要求也在所难免,有必要向皇家叛逆者戴安娜效仿新式作风,利用大众传媒表现平等与亲民的公众形象^[2]。

与此同时,社会大众的窥探欲与英王室低调的做派也不断产生碰撞。在对名流生活怀有狂热兴趣的现代社会,人们希望通过大众传媒来窥视名流生活中的隐私,但传统王室在一般情况下并不欢迎这样的曝光。戴安娜王妃因受狗仔队偷拍而致车祸身亡的惨剧,使王室见证了这种来自大众窥私欲和不良媒体互动所带来的极端后果。王室逐渐认识到,在当今社会没有任何良策可以逃避这种文化,进而将“为大众提供非严肃类新闻信息”视作自身履行的社会责任之一。英国分析人士坎那笛尔·D称,在如何保持王室家族新闻价值这一方面,“略显不敬的娱乐报道”与毕恭毕敬的严肃新闻同样起着重要作用^[3]。不难看出,自戴妃亡故的危机之后,英王室着手重塑自身形象,并在最大限度上利用大众传媒的传播力量。例如,让王室成员以个人身份加入社交网络face book,配合八卦刊物的采拍照乃至主动为其提供日常生活照片。在诸多传播方式中,电影媒介因其娱乐特性,在构建英王室良好形象方面建功颇多。

二、民众作为“传播对象”的传播反馈

关于王室是否需要现代社会继续保持下去的议题,英国国内曾发起不同层次、不同领域的讨论,最终证实持保皇意见者居多。有学者分析,这些保皇派人士并非怀有错误的大国沙文主义心态,而只是单纯地认为王室家族能够体现国家的历史的连续性与庄严传统。对于数百万英联邦国家公民而言,英王室家族象征受人爱戴及高贵杰出的身份。这种尊敬与向往之情,也同样来自全世界范围。据英国旅游局2010年7月公布的统计数字,每年受“王室文化”吸引而慕名来访的海外游客,至少带来5亿英镑的旅游消费,而且每逢王室有大规模庆典活动时,这种吸引力有增无减^[4]。专事采访英王室的记者马修·恩格尔称,现代王室好比一家企业,其永不倒闭的秘诀就是为整个社会提供经久不衰的幸福价值观。英女王如同这家企业的掌门人,世界风云变幻莫测,唯有她和她的家族永恒不变^[5]。

虽然有调查称,包括英联邦国家在内的大多数观影者在进入影院之前,并不清楚《国王的演讲》主人公乔治六世的生平史实。但由于英王室在世人心目中已烙下神秘高贵的印象,因而该题材的上座率在好奇心与窥私欲的作用下已有相当保障。《国王的演讲》小说作者,即影片中治疗师罗格的嫡孙马克·罗格在接受采访时强调:“如果我听某人说‘我正在做一部电影,关于两个地位悬殊的中年男人,且其中一个还是口吃’,我绝不认为观众会在影院门口排队。但关于王室的任何事情都是这样迷人。”^[1]从传播学理论来看,大众传播将受众态度的影响分为“活化”、“强化”、“转化”这三个层面。如果说,在英王子婚礼前几个月热映的《国王的演讲》,将英王室重新置于传播对象关注视野内,起到了

“活化”作用；那么，该片对王室家族的美化与褒扬，只不过是传播对象原本就持有的正面态度和观点进行“强化”而已，难度系数远远低于“转化”其持有的某些“本非如此”的想法。传播对象对传播内容的潜在接受，无疑是英王室借助电影媒介再次成功塑造自身形象的重要前提。

三、电影作为“传播内容”的文本分析

美国宣传分析研究所早在1939年出版过《宣传的艺术》一书，书中介绍的宣传方式具有代表性，时至今日亦不难在政客演讲或商业广告中发现类似的宣传手法^[7]。以下就《国王的演讲》和《女王》两片运用的传播手法略作分析。

（一）粉饰法

意指将某事物与“美善”字词链接，使一般传播对象在未经验证之下轻易产生接受或认同。当今大众传媒发达，拥有丰富受传经验的传播对象往往对此类直接宣传十分敏感，倘若他们对传播内容有着较高等度的预先接受，恐怕传播者须要动用非常高明的技巧，方能打动受传者的心扉。

在英王室题材影片中，王室成员竭尽全力承担社会责任的银幕形象，往往以浓重笔墨加以突出刻画。例如《女王》一片，我们看到首相布莱尔义愤填膺地驳斥那些王室反对者，认为女王将其一生都奉献给了这个国家的民众。再如《国王的演讲》中，继承王位的乔治六世深知自己肩负重责，必须扮演鼓舞民心、弘扬士气的精神领袖角色。为了达成这个目标，他在平民朋友罗格的帮助下，克服自身因长期处于王室森严规范而造成的内心压抑，也击退了自认无法达到父辈期待而产生的自怨自艾。在影片末尾处，乔治六世以一篇颇受后人称赞的著名演讲，振奋全体英联邦民众抗击纳粹法西斯的信心，为这场正义战争的胜利奠定了精神基础。实际上，身为“名义”君主的英王室并不掌握动用一兵一卒的权力，但千百年来历史赋予三狮徽章的象征力量却不容小觑。这也解释了为何时至今日，英联邦民众仍对王室充满期待的根本原因。电影中对于英王室成员心怀家国的生动描写正中本国观众下怀，而对世界范围内其他并不拥有“君主”的观者来说，领略有陌生感的王室魅力也同样令人觉得新奇。

除了国难当头时承担精神领袖的职责之外，人们对于王室成员的高尚道德及幸福生活也同样充满期待。这些普世价值观中的美好因素，有助大众尊重王室成员并认同其拥有的高贵地位。正是为迎合受众心理，电影中对于这类品德行为的描写可谓细致入微。在英王室题材影片中，彬彬有礼的君主会时常就某些琐事向周遭的侍从表示感谢，举手投足间体现出谦卑有礼的亲民态度，在无形中拉近了受众与王室的心理距离。在影片《女王》中，女王被问及“为何仍使用旧车”时，她不以为然地反问：“为什么要换车？这辆车还可以用。”在《国王的演讲》中，乔治六世和妻子对王兄登基大宴宾客表现出反感，体现其反对奢侈浪费的朴素作风。这类情节描写令人观众心生敬重，也使得作为纳税人的英国观众从感性上认可王室的开销。影片中的王室成员不仅严于律己，更在话语间体现出社会道德感，如乔治六世的妻子伊丽莎白王后就对滥伐树木的行为表示不满。这种先进的环保理念明显超越片中人物所处的历史背景，旨在向当今观众心目中植入王室成员道德楷模的形象。

与近年来是非不断的英王室婚姻相类似，历史上皇家闺中也鲜见相敬如宾的佳话。据王室仆人回忆，乔治六世经常对妻子发怒，甚至还对王后拳脚相加。但在《国王的演讲》这中，史书记载的家庭暴力均被温馨融洽的家族氛围所取代。国王在密闭的车内与王后热吻的镜头令观者羡慕这对恩爱眷侣，贵为君主的乔治六世在女儿面前扮演笨拙企鹅的镜头更使人难忘。在《女王》片中，这位在外界看来举止高贵典雅的女君主，却时常在母亲和丈夫跟前表现出迟疑不安。至于伊丽莎白二世起初不愿公开悼念戴妃的原因，乃是基于祖母担心两位小王孙受到隆重葬礼的伤害。这些描绘王室亲情的情节，即使往昔难以接近的君主走下神坛，体现出人性的一面；也将王室家族塑造成和睦家庭的典范，为观众所喜爱。

（二）平民化

意指传播者表现出贴近平民日常生活的一面，争取获得来自普通民众的信任。英国政治文化中历来有妥协与宽容的传统，其秉承“议会君主立宪制”的政体便体现出平民与精英两个阶层在政治上的博弈与彼此牵制。在这一权力制衡过程中，王室与民众之间的感情便成为弱化矛盾冲突的润滑剂。为此，皇家成员往往不惜放低身段，主动向平民示好。在《国王》上映后不久，有历史学家和线上博客评论对该片历史情节的真实性提出质疑，如平民罗格居然用王室家庭中的昵称“伯蒂”来当面称呼国王，事实上在当时历史背景下，这种亲密行为是绝对不可能的。由此不难看出，编剧面对王室题材，虽以真实历史事件为原型，但为了刻意塑造王室亲民形象而加以修饰，让王室成员尽量体现出平等特征。

为满足观众的观赏心理，王室题材影片还设置平民违抗乃至顶撞君主的情节。如《国王的演讲》中，罗格初次与国王见面时就提出在治疗口吃过程中，他与乔治六世须保持平等关系，否则难以治疗；此后，罗格为帮助乔治六世克服恐惧心理而擅自坐在象征君主地位的宝座上。在《女王》中，布莱尔与伊丽莎白二世的关系为君主立宪制下的首相与君王，他对待女王的谦恭态度，不会像罗格与乔治六世那种朋友般的“不敬”，布莱尔在温和的言辞中始终坚持自己的观点，未曾对王室流露出一丝惧意。

当平民“违抗”君主后，运用自己的智慧与勇气帮助王室成员渡过难关，这也是君主立宪制下平民政治的又一种体现。在《国王的演讲》中，没有医师执照的罗格帮助乔治六世出色地完成了鼓舞民心的战时演讲，使他成为一名获得民众拥戴的合格君主。在“改革派”政客布莱尔的斡旋下，《女王》中的伊丽莎白二世也在支持率暴跌之后，重新获得民众的认可。此外，更重要的一点是影片不仅表现出平民可以成为国王的朋友，更渲染其并不利用这种友谊来获取经济利益或者荣耀名誉。《女王》中的布莱尔不曾为自己对王室意外获取超高支持率而居功自傲；《国王》中的乔治六世表示自己可以支付高额医疗费时，罗格也只象征性地要了几个硬币。这些剧情鲜明体现出王室及其支持者理想中对于民众的态度：寻求大众与王室之间新型的平等关系，同时又对王室怀有传统意义上的尊敬。在《女王》的结尾，首相布莱尔的妻子戏称他和女王的关系好像异性朋友，正体现了王室及其支持者所期待的君民关系：虽因立场不同而产生争执，但英王室自诺曼王朝以来与英国民众近百世的相伴相守，已奠定彼此亲密无间的一份感情。

我们注意到，在大众传媒时代，福利性君主制下的英王室已经学会运用政治哲学迎合趋势，通过电影媒介等方式塑造自身形象，以此满足社会大众的心理需求。但在大众传媒过于狂热的时代，英王室能否注重平衡的把握，在承认并接受社会对其独特身份提出窥视要求的同时，谨记波兹曼“娱乐至死”的警世危言，避免王室文化沦为大众娱乐的附庸，值得研究者继续跟踪观察。

参考文献：

- [1] Catherine Mayer. Enter the King [J]. The Times, 2011 (2).
- [2] Tristram Hunt. Monarchy in the U K [J]. Public Policy Research, 2011: 167-174.
- [3] Cannadine D. Making history now and then [M]. Palgrave Macmillan, 2008.
- [4] John M T. Balmer. Scrutinising the British Monarchy [J]. Management Decision, 2011, 47 (4): 639-675.
- [5] Matthew Engel. Welcome to the firm [J]. Financial Time Magazine, 2011.
- [6] 鲁杰. 美军心理战经典故事 [M]. 北京：团结湖出版社，2004：254.