

大众文本：一种配方式媒介

何 群

从利维斯主义角度对大众文本进行审视和判断,是大众文本一直被贴着负面标签的思想根源。大众文本是一种配方式媒介,但它在似乎是一成不变的程式中蕴含着种种创新、变化与生机,它以类型传递特定意义的同时又隐含或象征着其他意义。因此,从整体上看,大众文本是一种以动态程式化结构传递多种意义的文本。

大众文本(popular texts)是商业“体制”或文化工业提供的“文化或物质意义上的商品”,是“被大众选择”、“能变成大众文化的文本”。约翰·费斯克在《理解大众文化》一书中给“大众文本”的这个界定,应该是大众文本的一个经典定义了。但是,辟出专章论述大众文本的费斯克,却并没有撕掉大众文本身上几乎生来就被理论界贴上的负面标签。与霍克海默、阿多诺等法兰克福学者们斥责大众文本“标准化”、“伪个人性”一样,费斯克对于大众文本品质的认定是“贫困”、“过度”与“浅白”。这种从利维斯主义的立场和批评标准出发,居高临下地俯视大众文本的态度及其判断,就是大众文本在传统批评视阈中的基本定位。

但这种定位在20世纪90年代之后的中国似乎很快就过时了,随着金庸在国内批评界的人气飙升,直至被推举为“二十世纪中国文学大师”,大众文化和大众文本就以压路机般的不可阻挡之势碾平了批评者曾经起伏不平的心路。发展到今天,面对冯小刚的《集结号》,我们的批评家们已经予以了隆重的礼遇,而且几乎是一片欢呼,“划时代的作品”、“新里程碑”、“新范例”、“样板”的溢美之词不绝于耳。一切仿佛都在表明,大众文本在中国已经被刮目相看和平等对待了。可是,果真如此么?当然不是,当我们仔细研读《金庸小说论稿》、《金庸小说艺术论》,以及学者们遴选“二十世纪中国文学大师”的标准时,认真浏览各种媒体上著名学者们关于《集结号》的评论时,依然能够感到某种理论与实践之间的错位。如批评者们对金庸小说的解读大都是从历史阐释、主题意义、生命意识、现代精神、创造性、审美境界等视角进行的,对《集结号》的肯定是用“现实主义”、“新人文主义”、“个人的人文关怀”、“自我救赎”等来定义的,而对它质

约翰·费斯克:《理解大众文化》,王晓珏、宋伟杰译,中央编译出版社2001年版,第127页。

疑的理由是理想的缺失、“以‘死’来替换‘生’，以死亡的‘价值’替换生命的价值和尊严”，是与库布里克的电影《全金属外壳》在人性揭示上的差距。就此我们可以很明显地感觉到，中国的大众文本分析，基本沿用的还是精英文本的批评模式。我们不能说这种分析是错误的，但至少它是错位的，错就错在这种批评方式是在拿一种很大程度上不适合大众文本的分析方法来分析大众文本，结果将大众文本的真正本质给忽略不计或遮蔽了，并没有揭示出大众心目中的大众文本的真实面目，所以在“礼遇”、“欢呼”的背后仍然是对大众文本的漠视，是一如既往的批评视角。并且，由于这种漠视潜在于批评者意识的深层而难以自我察觉，这种批评视角受到思维惯性的驱使而常常不由自主，就格外显得根深蒂固。而观念的凝滞，必然会为理解和阐释大众文本带来浓重的“先在”理论框架，从而影响大众文本自身的理论建构和我国大众文化的健康发展。

大众文化从上个世纪末以来的“汹汹然”之势，虽然席卷了我国包括精英文化在内的诸多领域，影响深远，但这种力量显然至今还没有强大到足以使大众文本冲破历史的定势，改变传统的地位。大众文本的本来面目也许呈现在“大众”那里，但大众文本的真正价值无疑需要批评者的解读。但“先在”的利维斯主义立场和精英文本的批评模式，势必成为导致批评者从解读走向误读的最大诱因。因而，建构一套适合于大众文本特点的、新的核心概念和评价体系，寻找大众文本自身的演变与创新规律，是进行大众文本批评的首要任务。因为只有在一个合适的衡量、评价指标体系下，大众文本的本来面目和真正价值才能完全显露出来。当然，建构大众文本的理论研究体系是一个庞大而复杂的工程，远不是一人、一时、一事的努力所能造就。本文仅从大众文本的程式和表意特点入手，来初步探讨大众文本的基本性质。

一、大众文本：一种配方式文本

在学者们关于金庸的研究著述中，人人似乎都在小心地绕开“程式”或“模式”这个陷阱。具体表现是但凡谈到“程式”，就必会说其“推陈出新”，即所谓“跳出模式，不拘一格”。模式本身是没有价值的，价值在于对模式的突破。在《集结号》的评论中，批评者们也是在反复地强调它对国产大片的创新和对主流电影的突破。而对于“姓‘武’名‘侠’字‘功夫’”的中国大片典型的“古装+复仇+暴力”程式，不少批评者的评论则用“只见树木，不见森林”的方式予以回避，只谈影片本身的“张力”与“超越”。“程式”如此不堪，仿佛一沾上“程式”的边，作品的艺术价值就会消失殆尽。

事实上，“程式”恰恰是大众文本无法摆脱的胎记和普遍存在的特点。肯塔基大学教授约翰·考维尔蒂曾经指出，在西方大众文化的研究中出现了四个广泛使用的概念：“文化主题分析”、“媒介概念”、“神话概念”、“程式概念”，而其中“最有发展前途的”、“最重要的普遍概念”是“程式”。美国学者荷拉斯·纽肯莫甚至在“程式”的基础上提出了“配方”的概念，认为包含了各种不同节目的电视是一种“配方式媒介”，“成功的电视配方被广为摹仿——能够存在下来的配方一定都是广有观众的”。这里的“配方”，其实就是对包括电视节目在内的大众文本中普遍存在的各种程式的形象化指称。

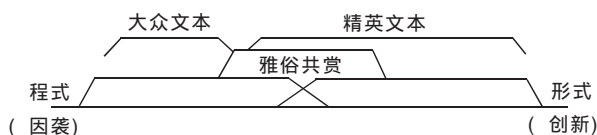
当然，在约翰·考维尔蒂等西方学者看来，大众文本程式最基本的一面，依然是“构造文化产品的传统体系”，即基于“传统因素的传统化构造”，“提供的是众所周知的形象与意义”，“维护的是价值的连续性”，而非“我们先前未曾认识到的新的概念或意义”。但这种判断，并不意味着大众文本就因此而屈居于精英文本的对立面，只能以令人不屑的雷同、粗陋、低劣的面貌行

崔卫平：《集结号 Kitsch 的美学》，载《经济观察报》2008 年 1 月 12 日。

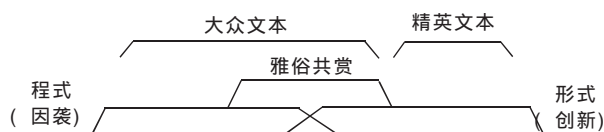
J. G. 考维尔蒂：《通俗文学研究中的“程式”概念》，周宪等编《当代西方艺术文化学》，北京大学出版社 1988 年版，第 425 页，第 429 页。

转引自徐贲《走向后现代与后殖民》，中国社会科学出版社 1996 年版，第 304 页。

走于世。相反,考维尔蒂指出,所有的文本(包括大众文本与精英文本)其实都处在一个由“程式”与“形式”(“形式是作品结构的新创体系”)所构成的“连续统一体”中。也就是说,所有的文本都分布在由“程式”与“形式”两个极点所连接的中轴线上,靠近“程式”一极的是程式化文本,即大众文本;靠近“形式”一极的是“对新创东西做完全创造性安排”的创新性文本,即精英文本。考维尔蒂举例说,最靠近“程式”一极的大众文本如“孤独的冒险家”或者“人猿泰山”的故事,而“形式”一极的精英文本则如乔伊斯的小说《为芬内根守灵》、雷斯内的电影《去年在马里昂巴》、艾略特的诗歌《荒原》及贝克特的戏剧《等待戈多》等,并特别指出,“大多数艺术作品都包含着因袭因素与创新因素”,具有雅俗共赏的特点。这条中轴线我们可以用下图来标示:



考维尔蒂之所以称这条中轴线为一个“连续统一体”,笔者认为,大概基于这样几个原因:一是大多数文本处于“程式”与“形式”之间的“中间地带”,兼具“程式”和“形式”因素,只不过在不同的文本类型中表现出不同的权重,其间并没有一条截然分离、二元对立的界线;二是有相当多的文本分布在中轴线的中央地带,保持着“因袭”与“创新”的基本平衡,呈现出雅俗共赏的接受效果。这种文本在考维尔蒂眼中,是指荷马与莎士比亚等创作的那种“既有因袭的一面又有天才创新的一面”的经典作品,属于“艺术作品”而非程式化作品之列。但笔者以为,雅俗共赏的文本,是俗到“雅”处或雅到“俗”处的文本。它们往往以程式(而非形式)为依托,在因袭的基础上适度求新,其首创程度远远抵不上靠近“形式”一极的精英文本的探索与创新,而且,其潜在和现实的诉求对象均是社会阶层、文化背景和知识结构各异的大多数受众——大众,而非仅限于精英知识分子。因而,作为一种文化生产,它的创作很大程度上已经背离了布尔迪厄所谓“有限生产的场域”,而基本能够归属到供求双方不一的“大规模生产的场域”。但雅俗共赏文本的创新特质又决定着它与一般大众文本不同,是大众文本中的精品;由此一来,大众文本的疆域得到了拓展,精英文本的目标受众更为明确,考维尔蒂的文本“连续统一体”也将发生如下图所示的变化:



三是在历史的维度中大众文本和精英文本常常可以相互转化。精英文本随着历史语境的变化可能会变身为大众文本,大众文本也可能走向经典。这就更加意味着精英文本与大众文本之间边界的模糊性。当然,边界的模糊并非抹平二者的本质差别,而是强调文本边界的弹性,和可能呈现的更大的变化空间。

通过对大众文本和精英文本整体存在格局的重新认定,我们认识到,程式固然是大众文本的本分,创新同样是其题中应有之义,只不过大众文本的创新有其自身的独特呈现。这种呈现主要体现在两个方面:一是程式本身始终处在变化中,二是大众文本的首创是有限创新。

(一) 程式:变化中的配方

众所周知,程式是大众文本中一种反复、频繁地出现,能够被大众广泛和迅速识别的符号体

必须排除低劣的精英文本就是大众文本的观念,那些既不能圆熟地使用“传统因素”又无多少创新性的作品,其实是失败的作品,而非大众文本。大众文本与精英文本的区别是结构和审美上的,而非技巧上的。

系。这个体系由于经过市场的反复检验,多次得到了“畅销”的印证,因此常常成为一种轻易难以更改的配方。但这并不是说,大众文本的程式就是“铁板一块”、“千篇一律”的代名词,事实上,大众文本的符号体系本身就是一个蕴含着变化与生机的结构。罗兰·巴特在他的著作《神话——大众文化诠释》中,曾把“符号”概念区分为两个层面:一是语言层面上的由于语言惯例的能指和所指的组合所构成的符号;二是现代神话层面上的由使用的语言符号转变而成的能指和所指的组合所构成的符号。如果用这两个层面来衡量大众文本的符号体系,大众文本的程式也可以表现为两种形式:一为形成和确定某种程式语言层面的符号及其组合的过程,二是运用程式的语言符码生成新的符号及其组合的过程。我们把前者称之为配方程式,把后者称之为程式配方。而无论是前者的形成还是后者的诞生,或者是从前者到后者的演变、从后者到前者的反动,都无不在定规中表现出运动与变化。

如果说大众文本的配方程式,类似于斯特劳斯、托多洛夫、巴特等结构主义者笔下的“结构”、“抽象结构”、“惯例”或“一般叙述”,是一种能指和所指相对凝定的稳定结构,其文本的创新程度不够凸显的话,那么,程式配方文本的创新性则不言而喻。因为程式配方是以配方程式的语言符码作为生产材料与手段建构而成的新的符号体系。事实上,《集结号》对于好莱坞电影《野鹅敢死队》、《拯救大兵瑞恩》和韩国电影《太极旗飘扬》等以往战争电影模式元素的汲取是非常明显的。它的线形叙事、观察战争的平民角度及其人道主义蕴涵,很大程度上是一种对于好莱坞式商业电影程式的回归。但导演的聪明之处在于他没有完全照搬某一种现成的类型电影的配方程式,而是通过打破原有配方程式,然后对各种配方程式的构件用新的配方重新加以组织、合成,以一种程式配方的结构体现了作品的创新性。这也就是有学者把《集结号》的成功原因归结于“把所有的界限全打破了”的缘故。然而,打破界限并不意味着一个大众文本就此改变了身份,成为了精英文本。当批评者们把溢美之词不遗余力地奉献给《集结号》时,事实上表达的是对大众文本程式配方的肯定和认同。而他们对于《集结号》“人文细节的展示还差一点”、“差一步就可以到伟大”的遗憾,恰恰也是一个精英知识分子对大众文本的遗憾。

程式配方大众文本的创新,主要是通过拼贴、戏拟等构成原则来实现的。所谓拼贴,主要是指将不同语境下的事物、人物或语言组合在一起,使其产生一种反讽、调侃的表达效果,它可以表现为多种形态;所谓戏拟,则主要是通过游戏性的模仿、反写或改编原有文本,以达成一种揶揄、戏谑、狂欢化的喜剧效应。这两种构成原则给大众文本带来了一种互文性,一种在同一部作品中由不同语言方式的共存交互作用而建构起来的、巴赫金谓之“多声部”或“复调”的性质。当然,在巴赫金和陀思妥耶夫斯基的小说那里,多声部小说或复调作品在拥挤杂乱、众声喧哗的互话语空间中内存着一种和谐与统一;但在大众文本的“多声部”中,戏拟、拼贴式混合建构的意图与效果并不在于和谐,而在于冲突,在于“以解构消解结构,以互文替代模式、以游戏攻击精审”的解构主义争斗。正如郝建在分析《疯狂的石头》时所指出的那样,“《疯狂的石头》的喜剧效果有很多是来自与既成观赏经验偏离走调的对话,来自跟以往形式系统和他人作品进行调侃和调皮的承接。影片在叙事手法、情景处理和镜头语言等方面都与《两杆冒烟的枪》、《偷枪拐骗》形成了模仿和对话关系”。但“本片更大量的喜剧效果”是来自于对以往经典革命价值观的互文对照,“例如将以前政治话语中的权威人物的斗争哲学语录改写为‘与老爸斗,其乐无穷’,多少沿用了王朔喜好的话语变形方法;包世宏的助手以为喝可乐中了五万元大奖,他到了北京。这时的喜剧效果是来自音乐,无声源的配乐歌声响起,是童声唱的文革时候歌曲‘我爱北京天安门’……”影片在这种“拼贴”与“戏拟”中不遗余力地所致力于的,就是对既往大众文本配方程式、价值观念乃至精英文本的某些叙事与价值选择的解构,并在解构中加以一定程度的建构,从而传递出了一种独有的游戏精神和幽默品格。需要注意的是,《疯狂的石头》的解构

罗兰·巴特:《神话——大众文化诠释》,许蔷蔷等译,上海人民出版社1999年版,第173页。

张首映:《西方二十世纪文论史》,北京大学出版社1999年版,第428页。

郝建:《游戏精神、对话性叙事与现实质感——对电影《疯狂的石头》的读解》,载《深交所》2006年第8期。

并没有导向对主流价值观的颠覆，其幽默也没有上升为意味深长的精英文本式的“黑色幽默”，所以影片虽然是独立的小制作电影，但依然是大众文本。而它作为大众文本的创新，正是在这种解构与建构中彰显出来的。

（二）文本：有限的“首创”

大众文本的创新，与精英文本的创新是有显著区别的。一方面，大众文本的创新程度与精英文本不同。拉尔夫·科恩在论述与大众文本密切相关的“类型”范畴时，曾经指出，一种类型能够“列出长串共同特征、态度、人物、范围、场所等等”，更“强调组成类型的语义因素”，这应该是大众文本，另一种类型更“强调未确定的或可变因素之间的关系”，这大概就是精英文本。如果说大众文本强调程式的建构材料的“语义方式”，精英文本更“关注材料安排在一起的结构”的“句法方式”的话，那么，“句法方式”的创新性不言而喻，但正如金庸小说存在着配方程式并不能说明它就单调乏味一样，“语义方式”也并非完全陈陈相因。它也有创新，只不过这种创新是一种语义因素的调整，而非整体意义上的“句法方式”的改变。罗伯特·瓦尔肖在一篇论强盗片的文章中更加明白地指出：“首创性只有在这样的程度上，亦即当它只是加强了所期待的体验而不是根本改变它时才是受欢迎的。”这就是说，大众文本的创新是有限度的，是在经典程式规则的框架里所作的部分更新，是一种程式或类型的改良，而非对程式与类型的革命性的颠覆。而且，这种更新不能改变程式、类型结构的整体意义，而只能补充或增加意义。因而，大众文本的这种“首创性”只是某种程度上的创新，是一种推陈出新，或者“戴着镣铐的跳舞”。

另一方面，大众文本的创新规律也与精英文本不同。精英文本的创新，通常体现在每一个作品之中，其发展过程体现为一个连贯的、逻辑的、历史的创新链。而大众文化产品的创新则体现在一类文本与另一类文本的特性区别上，突出表现在每一类产品中最具代表性、经典性的某一部或几部产品中。如果我们也要追寻大众文本的进化机制的话，那么，这个链条则如广阔丛林里的朵朵野花，或如无垠天空中闪烁的点点星光，不连贯，但真实、感性地分散着，存在着，而且相互呼应着。并且，在相互的呼应之中也并非没有进展。美国学者路易斯·贾内梯曾经在类型电影分析中将大众文本的发展过程划分为四个主要阶段：

1. 原始阶段。这个阶段的类型片通常是幼稚的，尽管它在感情上有着强大的冲击力，部分的原因是它的形式新颖。类型片的许多程式是在这个阶段确立的。
2. 经典阶段。这个中间阶段使诸如平衡、丰富和自信之类经典的理想具体化。类型片的价值观念得到确认并被广大观众所接受。
3. 修正阶段。类型片通常比较具有象征性和模棱两可，它的价值观念不太肯定。这个阶段倾向于复杂的风格，更多地求助于理智而不是求助于感情。类型片预先确定的程式往往被当作讽刺的陪衬来利用，怀疑和破坏大众的信念。
4. 拙劣模仿阶段。类型片这个发展阶段彻底地嘲弄了它的程式，把这些程式贬低为陈规陋习，并以一种可笑的方式来表现。

其中，“原始阶段”和“经典阶段”正是配方程式建立和达到成熟、稳定的阶段，“修正阶段”和“拙劣模仿阶段”则是程式配方盛行的时期。而且，路易斯·贾内梯特别举例指出，“拙劣模仿阶段”之后西部片又“突然恢复生命”，再次焕发了生机。由此可见，文本类型从“原始阶段”一直发展到“拙劣模仿阶段”，再到下一个配方程式的重新生成，其内在的驱动力虽然以“跟风”与复制为主，但也充满了修正、怀疑与探索。而且，正是这种修正、怀疑与探索，带来了大众文本文程

拉尔夫·科恩：《类型理论、文学史与历史变化》，载《天津社会科学》1996年第5期。

罗伯特·瓦尔肖：《直接的体验》，引自托马斯·沙兹《旧好莱坞/新好莱坞：仪式、艺术与工业》，周传基、周欢译，中国广播电视出版社1992年版，第41页。

路易斯·贾内梯：《认识电影》，胡尧之等译，中国电影出版社1997版，第225页。

式的不断翻新,造就了其不竭的活力。

基于大众文本程式的上述特点,考维尔蒂指出,“在判断程式时是否另需一套与程式化作品相对的美学标准,这是一个重要的和有趣的问题……”,“尽管可能有不少理由使人相信,一部更具形式的作品也许要伟大得多,但我们仍应在通俗文化的研究中避免这种轻率的结论。在把形式与程式相区分时,我们所力图加以处理的是作品与其文化之间的关系,而不是作品与艺术特质之间的关系”。然而,在我们的大众文本批评中,显然重视建构甚于解构,关注创新多于程式。但是,对于中国目前的大众文化发展来说,大众文本批评应该更加关注程式的研究。因为我们一直秉承的文化传统是精英文化,精英知识分子在文本的历史传承过程中早已建立起一套可以衡量一切的艺术评价标准,创新成为文本至高无上的要求。在这种观念下的大众文本,基本处于被抑制或被遮蔽的状态。而大众文化的发展必然需要大众批评观念的解放,需要重新创建大众文本的评价标准和重新界定大众文本的创新尺度。当然,正如理查德·E. 凯夫斯在其著作《创意产业经济学——艺术的商业之道》中所指出的那样,“创造性活动中的创新有时并不容易界定,因为任何产品,只要不是对某一现存产品的简单复制就可以算作是创新”,然而,“从另一方面来说,如果在某一艺术领域内任何稍具新意的东西都可以算作重要创新的话,那么这一领域就根本不具备统一的判断准则,而临界等级评定也就失去了其价值,不能帮助消费者在众多创造性产品中进行理性的衡量和选择”,因此,对创新性文本的评定应有一个标准,而且,制定的评定标准应该“在严格标准和宽松标准之间找到一个平衡点——若标准过于严格,那么某些创新的出现最终将把这一‘既定标准’完全推翻;若标准过于宽松,那么在指导艺术家们的培训发展方向和消费者的文化消费投资方面,这些标准就不能够提供稳定的评估标准和参考点”。由此可见,根据一个科学的评定标准来评价文本尤其是消费社会中大众文本的“创新”指数,是十分重要的,而这个标准的制定,不仅需要创作界、批评界、理论界的介入,还应有商业界、消费者等多方人士的参与。

二、大众文本：一种意义的媒介

《集结号》上映之后,媒体上众说纷纭。综合来看,关于《集结号》的评论,不少都是从以下两个方面来阐释其独特的思想蕴涵的:一是影片对主流意识形态进行了书写。批评的典型句式类似于“《集结号》应该是中国电影战争片这种类型当中的一部划时代的作品。因为它通过这样的一种方式,让中国电影重新回到了一个主流意识形态的英雄的那样的一个时代……”,或者是《集结号》“是一部有着教育意义的革命历史片,它告诉我们,和平年代的幸福是那些英雄烈士用生命换来的”,从而谱写了时代的“主旋律”。二是影片开辟了一个新的“人文的维度”。其基本句式是因为“人文意识形态”和“国家意识形态”曾经是“水火不容的”,所以,“在几年的大片歧途之后,冯小刚们终于接过了精神价值的叙述”。批评中的仁者见仁、智者见智,是很正常也很值得鼓励的事情。但是,如果多数批评者几乎都是在不顾及批评对象地自说自话,这种批评就很令人深思。

《集结号》是一部商业大片,这应该已经成为公论。但评论者在认同这种定位的时候,却并没有给予影片以相应的批评尺度。无论上述哪一种立场,都不是属于大众文本的。倒是一位普通观众的观片感想,《集结号》“放弃所有的意识形态,还原成简单的人性而已”,一语中的,切入

J. G. 考维尔蒂:《通俗文学研究中的“程式”概念》,周宪等编《当代西方艺术文化学》,第 430 页。

理查德·E. 凯夫斯:《创意产业经济学——艺术的商业之道》,孙绯等译,新华出版社 2004 年版,第 192—193 页。

周祖荣:《集结号 上新闻联播,为啥不行?》,来自人民网(<http://www.people.com.cn>) 2007 年 12 月 27 日

本文有关《集结号》凡未专门注明出处的引用材料,均来自新浪娱乐(<http://ent.sina.com.cn>) 2007 年 12 月 27 日。

唐易水:《从 集结号 看国产大片精神觉醒》,载《人民日报》2008 年 1 月 3 日。

参见 <http://ping.ent.tom.com/c-1651229p0.html>。

到了《集结号》作为一个大众文本的意义内核。这句话，与影片的编剧刘恒、监制陈国富和导演冯小刚极力避开有关影片宏大意义的讨论，只声称“传统的战争片是为政治服务的，这个电影，还是从市场切入，希望在市场上能够赢得大部分观众”的行为相契合，也与贾磊磊等学者所断定的“人性的主题”相呼应。但是，由此我们也产生了一些疑问，“人性的主题”在中外战争片中并不少见，“每一个牺牲都是永垂不朽的”的普世价值观念也屡见不鲜，在这个意义上影片的主题到底“新”在何处？如果非要给这种主题和观念寻找一种创新点，那只能是相对于国产商业大片和主流战争电影而言。然而，在改革开放近三十年、中国电影早已在向好莱坞取经、商业片不断在探索的今天，这点思想创新真的那么激动人心吗？

问题的症结自然不在影片中，而在于批评者用非商业电影的方式解读了商业电影，或者说，用政治的、精英的等非大众文本的读解方式阐释了大众文本的表意体系。因而解决问题的首要前提是解决观念问题。

精英文本的表意方式我们都很熟悉，即精英文本作者的表达方式无论多么含蓄、曲折，最终都是要直接昭示某种独特的意义的，所以批评者对于意义的解读要到文本中去寻找。大众文本的表意和解读方式则有很大不同。事实上，当大众文本的程式以一种经典（之所以被称为“经典”，“是因为它是实际操作的准则，而不一定是因为它有高度的艺术性”）结构反复出现的时候，在某种意义上，它已经代表着一种“普遍一致和反复发生的领悟模式”，映射着人类某种通过生活遗传下来的深层心理模式。这种映射决定了大众文本的表意方式不可能是作者思想的直接传达，而表现出曲折、间接的特点。

约翰·考维尔蒂在其通俗小说的研究中，将小说的文本模式切割成文化模式和情节模式两个方面。文化模式与情节模式的有机结合，即构成了大众文本的某一类型。因此，在大众文本的意义传达上，相对于大众文本的程式来说，大众文本程式的载体——大众文本的类型是其更内在的本质规定。也正是在这个意义上，考维尔蒂给类型所下的定义是“统一地履行各种文化职能的叙事常规结构”。而美国学者安·图德则干脆认为，“类型是存在于任何特定群体或社会中的一种文化概念”。这些论述显然无一不在说明，类型与大众文本的意义呈现密切相关。

类型是大众文本程式的表现常态，而“一种类型的成功就意味着它的那些常规已自动确立在人们的普遍意识之中，并已成为传达一系列特定的心态和某种特定美学效果的被确认的媒介”。对此，美国学者斯坦利·卡维尔提出了“一个类型就是一种媒介”的观点，指出：“电影的轮换现象是人们所熟悉的历史事实，这个事实曾经被某些电影理论家看作不择手段的商业化现象，实际上却是电影固有的一种可能性，甚至可以说，这是已经创造出一种媒介的最好象征。因为一次轮换就是一个类型（监狱片、南北战争片、恐怖片等等）；而一个类型就是一种媒介。”

“一个类型就是一种媒介”的观点，本文认为大致包含着两个层面的意义：第一，每一种类型都是给与一种表达可能性以特定意义的媒介，其作品只是某种“特定的心态和某种特定美学效果”的传递者，而不是承载者。一种大众文本类型的特定意义，在类型自身确立的时候就由那个使得该类型成功的“名噪一时”的作品所基本奠定了。此后的该类型的大众文本，就大致沿袭原有的意义指向，成为其规定意义的重复者。即使是该类型的意义在以后得到了添加或者修正，那也是由该类型某一个出类拔萃的作品来完成的。一旦意义的添加与修正完成之后，该类型的其他文本就又会成为此修正意义的复制者。因此，绝大多数的大众文本类型作品，在意义生产方

马戎戎：《冯小刚：电影就是这个社会的盲肠》，载《三联生活周刊》2007年第47期。

路易斯·贾内梯：《认识电影》，胡尧之等译，中国电影出版社1997年版，第211页。

荣格：《心理学与文学》，三联书店1987年版，第121页。

Cf. John G. Cavetti, *The Six-gun Mystique*, Bowling Green, Ohio: Bowling Green University Popular Press, 1970.

安德鲁·图德：《类型与批评的方法论》，载《世界电影》1998年第3期。

T. 贝沃特、T. 索布夏克：《类型批评法：程式电影分析》，载《世界电影》1997年第1期。

斯·卡维尔：《看见的世界——关于电影本体论的思考》，《电影理论文选》，中国电影出版社1990年版，第289页。

面则呈现出一种了无新意的“空洞”状态。

第二,大众文本的每一次轮换,都构成了一种类型不同于其轮换前或轮换后的类型的独特性。这种独特性,在卡维尔看来,就是电影等大众文本类型的“个性”。他说,大众文本类型的个性,就如同人的类型与个性之关系,因为“使某个人属于某种类型的东西,并不是他同这个类型的其他人的相似之处,而是他同其他类型的人的明显差异”。但是这种类型的“个性”与意义的创新无关,也不在于揭示“人的某种个性”和具有“社会作用”,而在于通向“人性的整个领域”,表达人类共通的感受和普世的价值观念。只不过不同的类型所叩击的是“人性的整个领域”的不同侧面,唤醒的是人们心底里不同的欲望而已。

由此观念出发,可见,《集结号》的成功并不在于它创造了新的意义,而在于它找到了传递意义的新的媒介——一种新的中国商业大片类型。这是一个由迥然不同于延续了几年的《英雄》、《夜宴》等中国商业大片模式的视觉形象,以求得“烈士”名分这一不同于好莱坞同类电影的武力解决方式,以平民、个体这一不同于中国既往战争电影的叙事视角与价值立场,而构成的新的类型。这一类型一方面在与此前的中国商业大片的轮换中展示了“个性”,另一方面在汲取《野鹅敢死队》、《拯救大兵瑞恩》和韩国电影《太极旗飘扬》等以往战争电影模式元素时,也将其“人性的主题”承接了过来。由于这种“个性”的展示和这种主题的承接,在中国当下这个商业电影语境中都具有首次性,所以影片给人们带来了一种新鲜的思想感受。

但是,大众文本的意义如果仅仅止于“人性的整个领域”,显然是不够的。罗兰·巴特在他的《神话学——大众文化诠释》中,将大众文本的词义区分为两个层次:第一层次为“初级词义”,即大众文化产品的表层意义,亦即他所谓的“神话的能指”中的“意义方面”。这个“意义”往往是显而易见的,是一种直接可感触到的、具有丰富性和足够的合理性的文本“内容”。它往往是属于历史的、文化的;第二层次为“第二级词义”或“隐含之义”,即他所谓的“意指作用”或“含蓄意指”所表达的意义。这个层面的意义才是大众文化作为一种“神话”的核心“意指”。在罗兰·巴特那里,“神话”被理解为意识和习惯的意识形态,隐含的“神话”则往往“捍卫着现状——资产阶级的规范,并有力地支持着一个社会中统治阶级的利益和价值标准,力图将事实上部分的和特殊的东西弄成普遍的和全面的,将文化的弄成自然的。神话的产生就是由文化和历史的状态转入自然的、被认为是理所当然的状态的转折点”。由此可见,当大众文本类型的意义传达,以指向人类共通的“人性的整个领域”相标榜,创造出一个个乌托邦世界的时候,自觉与不自觉中已经隐含了意识形态倾向。并且这种倾向与“人性”观念相互纠结、渗透,难分彼此,具有很强的隐蔽性。这也是阿多诺等法兰克福学者抨击大众文化是对民众的欺骗的缘由之一。

《集结号》同样不可避免地打上了意识形态的色彩,只不过其意识形态的色彩并不像权威媒体上所发布的那样,表现了壮烈的集体主义和英雄主义情怀。当然,《集结号》的意识形态依然没有脱离中国社会主流价值观的轨道,只不过因为在文本中采用了疏离和归顺策略,使这种主流价值观体现得格外巧妙而已。影片中对不带任何政党标记的解放军队伍的人物设置、对战场上战士作为每一个个体的原生状态的描写、特意设计的压根未吹响的集结号的故事契机,以及对“兄弟”牺牲之后被定义为“失踪人员”的愤懑情绪的渲染……无一不在体现着某种从人们习常的主流意识形态观念中脱离出去的疏离策略,而且,正是这种疏离将个人的命运从历史的整体场景中分离开来,表现出对人的关怀,体现了“人性的主题”。但影片并没有在这种疏离的思路脱缰而去,通过团长的牺牲、死去的“兄弟”被定义为“失踪人员”的理由陈述和最后“平反”的大结局等,影片又巧妙地归顺了主流意识形态,消弭了个人与历史之间的嫌隙,缝合了人性与政治的矛盾,并在此基础上生发出一种新的政治语义:当权者同样尊重每一个人的牺牲。由此,我们发现冯小刚对网友的反应是很切合文本实际的:“我们是主旋律,是生活的主旋

斯卡维尔:《看见的世界——关于电影本体论的思考》,《电影理论文选》,第289页。

夏建中:《当代流行文化研究:概念、历史与理论》,载《中国社会科学》2000年第5期。

律。我们这是重新谱写主旋律，改变观众对主旋律的陈旧看法。”然而，这样的“主旋律”是巧妙地附着在其“人性的主题”之中的，是含蓄、曲折地表现出来的，是需要人再三揣摩才能体会到的。也许正是在这个意义上，《集结号》“靠近了现在好莱坞电影的意识形态表达方式”。

隐含的意识形态倾向显然给大众文本带来了更深一层的内在蕴涵，使其表意结构由平面趋于层级构架。但是在一些优秀的大众文本中，甚至还存在着比“第二级词义”更为深层的意义。这种意义，我们似乎在《集结号》中也能约摸感受到。电影研究者饶曙光就曾经敏锐地谈及，《集结号》实际上整个的后面一个多小时，“就在表达一种，我们现在每个人都会遇到一些不公平的东西，我们通过这个电影，能够宣泄我们的这种心理。那么冯小刚恰好在一个平衡的点上让你去宣泄，但又控制在主流价值的一个有效的范围之内”。这就是说，《集结号》的后半部事实上还表达了一种为遭遇不公平者寻求公平的语义，并且这个语义最能打动观众，由此饶曙光认为影片深刻体察和把握了主流社会心理。《集结号》这种与大众社会心理相契合的意义，恐怕很多观众在观看时都能感受到，并产生了强烈的共鸣。但这种意义显然不是影片在其情节布局、感情铺排中直接抒写出来的，而是通过人物的不公平遭遇及其为改变命运所作的努力展示出来的隐喻或象征意义。这个隐喻或象征意义能够被捕捉到，成为《集结号》的所谓“取得最大市场化，争取最大层面的观众的最有效的武器”，一定与接受者的现实体验相关联，更可能是某种社会心理的隐形表现。因而这种意义实际上是《集结号》连接当下社会现实的一条通道。

《集结号》的多层语义构架，是大众文本表意体系立体化的具体体现。它使我们认识到，大众文本同样可以做到多义性，只不过这种多义性的体现与精英文本不同。大众文本的多义性不是在每一个大众文本中都能得到体现，能够做到多义性的文本常常是大众文本中的精品；大众文本的多义常常是“舶来品”——某些既成意义的传递者而非思想创造者；这些舶来的意义是如此地贴近受众的心理需求，常常令受众百读不厌，因为受众面对它不需要观赏只需要消费，而消费也是生活中最大的乐趣之一。

综上所述，大众文本是一种配方式媒介，但它在似乎是一成不变的程式中蕴含着种种创新、变化与生机，它以类型传递特定意义的同时又隐含或象征着其他意义。因此，从整体上看，大众文本是一种以动态程式化结构传递多种意义的文本。这种文本，脱离不了成规，思想也难得“深刻”一回，但是，无数大众无怨无悔的选择，让我们坚信这是它的特点，而非缺点。

（作者单位 中央财经大学文化与传媒学院）

责任编辑 陈剑澜

尹鸿：《集结号 为主流电影找到了样板》，来自新浪娱乐（<http://ent.sina.com.cn>）2007年12月27日。

饶曙光：《集结号 对于中国电影具有方向性意义》，来自新浪娱乐（<http://ent.sina.com.cn>）2007年12月27日。