

电影产业中的资本形态与 当下国家形象构建

陈林侠

进入21世纪以来,国家直接将文化产业推向社会发展的前台,其资本构成出现十分复杂的状态。就电影现状而言,政治资本、文化资本积极转换成经济资本,但繁荣电影产业的正确思路应当是,积极寻求艺术与政治的某种融合,从艺术角度理解主流政治、完成政治认同与身份重塑,并因其强烈的艺术性、感染力,产生出消费诉求,从而完成商业资本的实现(影院的高票房)。即是说,艺术生产只有保持自身的独立,遵循创作逻辑,才能更好地完成自我的增值,艺术资本的价值叠加,才能从根本上实现政治资本与经济资本的越界目的。

任何一种现象都需要文化的理解与阐释,尤其是对一个从弱小到强大的国家形象来说,更需要文化解释、确证这一变化的内在逻辑,梳理其背后的意义,进而确立其“合法性”。德国著名社会学家乌尔利希指出,中国人尚没有就自己的崛起对他人产生的影响进行思考^①。这一说法不仅表现了中国形象本身塑造的严重滞后及其建构国家形象意识的薄弱,而且显示出国内外感知中国经验的差异之悬殊。

与西方那种经受市场自由竞争与磨砺形成的“传媒帝国”不同,新中国传媒在过去几十年的发展中经历了国家政治强力介入的阶段,但21世纪以来,政治资本、经济资本和文化资本之关系发生了意想不到的改变。就电影产业而言,在国家提倡的“绿色经济”、“文化创意产业”理念的引导下,电影产业迅速走上社会发展的前台,政治资本与经济资本、文化资本出现新的整合趋势。如果说,美国电影产业遵循了一条以文化产业运作来达到经济获利(“量”的积累)目的,继而在国际范围内完成意识形态传播(“质”的飞跃)的话,那么,中国文化产业则呈现出在政治资本大力推动下经济资本获得前所未有的强势地位,从而引发经济权力话语越界、位移,并促使电影这一文化场域发生结构性变化的态势。政治资本、文化资本纷纷试图转向经济资本,后者在电影产业中“一家独大”,而各种优势资本前所未有的整合与强化,导致了如“中影”、“上影”、“华谊”、“新画面”等数家性质各异、且具市场竞争力的影视集团公司的出现,它们相继推出了一系列的“主流商业大片”,似乎有助于国家形象的塑造。但是,我在这里不得不

本文为2010年教育部基金项目“全球化背景下中国电影的国家形象建构及其认同研究”(批准号:10YJC760005)阶段性成果,2011年国侨办一般课题“全球化背景下北美华语传媒的中国形象及其建构研究”(批准号:GQBY2011031)阶段性成果

指出的是,这种资源整合及其表现形态无不是以经济资本的消费逻辑为轴心,电影产业中的文化资本,作为社会中“被统治的统治阶级”,在自身领域内难以承受经济资本与政治资本的双重压力,越发呈现出人生内涵、理想价值以及人文情怀趋同且空泛的现象。而电影产业内部经济资本的异军突起所导致的产业结构失衡,加之感官刺激、情感至上的消费主义泛滥,严重影响了当下文化资本的积累与创新。正由于缺乏足够的文化资本及其增值的价值诉求,电影产业难以有力地参与阐释“中国崛起”这一重大的历史工程。在如此的文化语境中,建构刚健、理性、健康的国家形象面临着前所未有的挑战。

一、电影的新类型：主流商业大片

新世纪以来,与文化其他领域的产业化相比,电影产业更为迅速地崛起,已成为一个不争的事实。国内票房2009年62.06亿元,2010年即突破百亿大关;在全球电影市场近年平均增幅8%左右的情况下,中国在2009年同比增幅42.96%,已成为全球票房增长速度最快的市场之一^②。这一系列的数据足以显示,电影产业已成为中国经济发展的一个亮点。在中央与地方各级政府大力扶持、推动下,电影产业不仅吸引了嗅觉灵敏的经济资本的关注,而且也成为了国家意识形态、社会主义核心价值观的重要承载者。我们看到,国务院从“振兴文化产业”到“繁荣电影产业”,连续出台世纪布局、战略规划等指导性意见,显示出电影等文化产业,因科技含量高、附加值高、能源消耗低、环境污染少等行业特点,在激烈的竞争中具有较大的赢利空间。电影产业这一突出的经济优势,在新世纪经济转型、可持续发展的战略高度上,得到了国家的肯定与支持。在2010年国务院颁布的《关于促进电影产业繁荣发展的指导意见》中,电影产业被正式列入新世纪国家战略产业,并在一系列指导性政策和措施的扶植下,将在融资规模、渠道上得到更大的支持。时任国家广电总局新闻发言人朱虹说:“电影产业如果要想再上新台阶,真正成为有影响力、竞争力的文化产业,金融资本的介入成为不可或缺的环节。目前,中国电影产业的发展态势,已经具备了和金融资本对接的条件。”^③可以想见,在集中体现经济资本增值欲望的数字经济/金融资本的大力介入下,电影产业势必出现政治资本转换成经济资本的更为显著的倾向。

然而,政治力量推进文化产业发展的现实状态,文化产业中政治资本的特征,在国内研究中尚未得到足够的重视。事实上,即便在法国著名社会学家布尔迪厄那里,政治资本也没有单列出来加以对待。他强调的是统摄了如社会资本、文化资本、经济资本等各种资本形式的权力场^④,虽看到权力场中可能性力量之间的斗争,但仍只是以社会资本涵盖政治资本,忽视政治势力进入经济场域的资本力量。“社会资本是实际的或潜在的资源集合体,那些资源是同对某种持久性的网络的占有密不可分”。具体地说,社会资本产生于家族、部落、学校、党派等整套体制性行为在社会网络中的权力交换,“它使得行动者以自己的权力所占有的资本产生了收益增值效应”^⑤。可以看出,在布尔迪厄上面论述中,政治资本“隐而未显”。其实,政治资本虽然属于社会资本,但其强烈的权力意志远非一般的社会资本可比,它作为一种结构性力量,能够强力贯彻国家意志,有效分配公共资源,并“持久性”地占据社会网络,成为社会资本中最为核心、也是最具增值力的部分。进而言之,政治资本所具有的强制性的“结构因素”构成散布于无形的关系网络之中的体制性力量。它隐藏在各种类型的资本中,潜在而深刻地决定了其他各种资本的内在结构形态和动作,“掌控”甚至“决定”了各种资本的力量对比及其社会影响。因此,当它积极转换成经济资本时,势必会爆发出巨大的难以遏制的能量。

在我看来,当下中国电影产业如此跳跃式发展,根本原因在于政府的介入,即政治资本积极参与到经济资本的运作中。这突出表现在被称作电影领域的“国家队”。比如,国家整合中国电影公司、北京电影制片厂、中国电影合作制片公司等八家单位,重组中影集团,建立了包括创作、制作、发行等国内最完整的产业链,使其成为本行业内的龙头企业。在访问中影集团副总经理史东明时,尹鸿认为:“‘中影’具有特殊的行业地位,在电影行业也具有比较特殊的政治地位,许多民营的、海外的、境外的公司都愿意与‘中影’合作。”因此,“人们甚至有些担心,‘中影’从投资到制作到院线,都完全形成强势产业链,是否会形成垄断,影响其他企业的发展”^⑥。客观地说,对中影集团以强势的产业链“垄断”市场的担忧广泛存在于电影行业中,其他影视公司很难与之竞争。即便是面对上影集团的所谓的“高利润”挑战,史东明也十分自信地说,中影集团的利润是从“拍片子”的主业获得的,不包括电影频道的利润。“如果把频道的账并过来,我们每年至少是十来亿元的利润”,远远超出上影集团5000万的年度利润。他还介绍说,其他电影集团、公司与中影集团“竞相合作”,合作的主要原因是看中了中影集团突出的“营销宣传”和“发行能力”^⑦,但是“营销与发行”均是借助社会网络、关系渠道,这显然是中影集团将独家占有的“政治权力”转换成“经济利益”的集中体现。

与此同时,在中影集团的大力推动下,电影业创造出了“主流商业大片”这一全新的电影类型。从《英雄》开始,出现了既能体现主流价值观、又能满足商业利益和大众观影需求的“主流商业大片”,它以整合社会所有优势资本于一身的专断方式(大资金、全明星、名导演、全球首映、“地毯轰炸式”宣传),一举颠覆了电影界自上世纪90年代以来形成的文化/艺术片、政治/主旋律片、经济/商业片等的三分格局,更准确地体现了拥有“结构性”力量的政治资本向经济资本转换的新动向。尹鸿认为,“主流商业大片”的核心意思,“是将主旋律与商业片这两个概念的分裂性弥补起来,将过去我们曾经在研究中总结过的主旋律的娱乐化和娱乐片的主旋律化用一种更符合产业规律、市场规律的方式重新整合和界定。其核心意义可能是说,所有的主旋律电影必须是商业的,必须具有商业性,而所有的商业电影则必须是主流的,应该表达社会的核心价值”^⑧。不容否认,艺术、政治、经济的三分法确实割裂了电影作品的统一性,这种分类不过是认识、归纳现状的权宜之计,但三分法也显示出资本之间的某种制约与均衡。新世纪以来,“制约”被“产业规律”、“市场规律”代替,主旋律电影与商业片被直接等同,这不仅说明了政治资本与经济资本之间的一次“毫无障碍”地顺畅交换(因为两者目标一致,都指向电影市场的票房),而且,清晰地体现了政治资本参与市场消费的强烈诉求。如史东明介绍说,中影集团目前正在进行“复兴大业”主题系列的创作规划,“‘复兴大业’中的《建国大业》算‘建国篇’,然后2011年建党90周年算‘建党篇’,再有一个‘辛亥篇’,由此生发出去,内容越来越丰富”。如《黄花岗》是“辛亥革命”的一次预演,能够做出“很类型的片子”;《秋瑾》也能做出类型来,“要在侠字上把文章做足”^⑨。中影集团由于“国家队”的特殊身份,拟定这种表现国家政治意志的题材规划,完全无可厚非,但将以上政治题材的创作规划在本质上定位于商业大片,使其遵循经济资本的消费逻辑,这是否偏离了政治资本本应具有的政治诉求?我们想象得出,“非常壮烈、惨烈”的《黄花岗》肯定会极力突出战争故事、场面及其战场的视觉效果(这种创作思路,已经在民营影视公司华谊兄弟出品的《集结号》中得到具体的展现);所谓做足“侠字”的《秋瑾》当然要添加较多的武打动作,抱以现代政治理想的革命志士或将蜕变为义薄云天、快意恩仇的江湖侠客(同样,这种创作思路也非首创,而在以香港电影人为班底的“人人影视公司”制作的《十月围城》中有了成功的典范)^⑩。这表明,国家企业性质的中影集团在题材创作、叙事模式等思路上已经和其他民营企业混淆在一起。尽管史东明也说,“目前我们可能强调商业元素更

多一些,但如果商业因素跟意识形态打架了,那必须让位于意识形态”^⑩。但仔细想来,与“主流商业大片”关系最密切的,还是商业性,这是因为经济获利是该类大片最直接的目的,意识形态仅仅是划定了题材(言说的对象)、范围(叙述的框架)与程度(商业化的底线)。以“数星星”的娱乐主题替换政治主题的创制思路已经成为一种时尚。活跃在一线的演艺明星大批地介入政治叙事,借助明星的“气场”吸引观众,但是由于散布在各个时段不断出现的明星携带着区别于一般演员的特殊信息,常使观众分散注意力,跳出故事情节,停止投入情感,观影蜕化成一种观“星”,蜕化成一种平面化的“娱乐”。明星之所以具有票房号召力,在于能够唤起人们对他过去成功的记忆。从一定程度上说,明星及其表演个性在人们的观影经验中已然定型,他们与其所扮演的承载着“突出”的、“值得珍惜”的“稀缺”价值的银幕形象有相当密切的关系。因此,当“数星星”的明星机制要求明星(尤其是更直观的诉之形貌的偶像明星)扮演与明星过去的银幕形象完全矛盾的人物时,这不能不成为观影时一个难以逾越的障碍。如张国立之于蒋介石,陈坤之于蒋经国(《建国大业》),周润发之于袁世凯(《建党伟业》)等等。凡此种种均表明,“数星星”的明星机制,在很大程度上模糊了观众对政治人物的价值判断以及爱憎的情感判断,重大政治题材的叙事变成演员与观众一起参与狂欢的“娱乐活动”。

王晓明说:“中国特色的文化工业已经有了相当的规模,它在社会的支配性结构中的位置,也越来越移向中心,因此,它势必要更大范围地参与社会的再生产,更有效地发挥自己的功能。”^⑪中影集团,最具国家政治性质的企业,集中推出一系列“主流商业大片”,试图以主流的政治题材参与市场的竞争和消费,这一行为本身意味着在电影产业化过程中,政治意识形态从内部发生了质的变化。这种资本转换遵循的是经济消费的原则与逻辑,所谓意识形态的“再生产”,恰恰未能有效地传播政治意识,而是把以经济利益为目的的 market 主义推广开来,成为当下激进的经济资本的代言者。尹鸿说得比较极端:“从某种意义上说,市场是最大的政治,没有市场的影响力,就没有政治的话语权。”^⑫然而,无论从何种意义上说,市场/经济效益及其发展都不能被当作“最大的政治”,政治除了推进经济发展外,承载着更多体现社会公权的功能,市场也并非实现政治话语权、影响观众的惟一途径,电影的市场化不过是影响观众的众多途径之一,实现政治话语权显然不仅仅是通过票房所标识的影院渠道。从这个角度说,布尔迪厄的提醒很重要:“欲理解资本发挥作用的真正逻辑、资本从一种类型向另一种类型的转换、积累资本的法则,我们就必须反对两种既相对立却又同样偏激的观点:一种是经济主义的观点,它在最后的分析中总要将所有的资本类型简化为经济资本,从而忽略了使资本的其他类型产生特殊效果的东西;另一种观点是符号主义的观点(当前最典型的是结构主义、符号交互作用论、民族学),它总喜欢将社会交换简化为交往现象,因而忽略了一个严酷的事实,即所有的学科都有可能被简化为经济学。”^⑬如果说计划经济体制中的电影是一种简化现实的“符号主义”,单单强调社会交换背后的意识形态,那么,“市场是最大的政治”的说法,显然属于同样是简化现实的“经济主义”。事实上,当政治资本转换成经济资本的时候,“主流商业大片”无论怎样“主流”,均以实现“高票房”为目的,其价值观的“趋同”、无关痛痒的“审美”,均说明了电影产业中其他类型的资本显然未能发挥太多的功能。迅速崛起的电影产业,不过是政治资本转换成经济资本、并被极端地简化成经济主义的表征。

二、国家形象的位移与文化资本的颓势

对知识分子在现实社会的地位,布尔迪厄精当地概括为“统治阶级中的被统治阶级”,并

认为“所有那些忙于对文学和艺术作品进行科学性研究的人,总是忽略了对这样一种社会空间的思考,即创作了这些作品及创造了其价值的那些人所处的社会空间”^⑤。在新世纪以来飞速发展的电影产业中,代指文化资本及其艺术群体的知识分子不仅在社会现实中处境尴尬,即便在自身的文化领域中也出现了显见的颓势,这已成为一个当下不容回避的事实。就电影生产而言,无论是贾樟柯、冯小刚,还是张艺谋、陈凯歌、姜文,活跃在一线的导演们,或与主流政治资本(有着国企背景的影视集团),或与完全市场化的商业资本(如“华谊兄弟”、“新画面”等民营影视公司),或与海外资本,进行重组,但无论何种组合形式,艺术领域均受到商业逻辑的严重侵入,而代指艺术资本的导演大多处于一种缺乏艺术自主性的权力真空状态。即便是在国内最具艺术资本的张艺谋,被业内称为“黄金搭档”(与制片人张伟平)的“二张组合”,也由于种种复杂的原因,越来越明显地呈现出商业资本的消费逻辑,如选择周杰伦、小沈阳等作为时尚消费热点,大规模的演员选秀活动,参与演唱“二人转”等等^⑥。陈凯歌的情况有所不同,他一直顾盼于商业与艺术之间,既希望于艺术资本的支持,又想谋求商业资本的成功,因此,他的电影明显缺乏坚定的艺术立场,从而导致艺术性的羸弱无力,这显然是不堪双方压力的结果。姜文在《太阳照常升起》遭遇市场失败后,转而拍摄商业大片《让子弹飞》,着力突出暴力、“色情”、平等的“狂欢式”的“乌托邦”叙事,缔造了华语电影最高的票房纪录。而对于国内最具票房号召力的导演冯小刚来说,商业资本具有更高的期望值,它不仅不再满足于“冯氏电影”所带来的票房收益,而是更加热衷于干预影像画面与故事内容。《唐山大地震》、《非诚勿扰》(1、2)的醒目硬伤,足以表明商业资本等外界因素导致电影情节的不合理,这不能不严重地影响到冯小刚电影的艺术创作。众所周知,贾樟柯因擅长表达汾阳县城的本土经验(如《小武》、《站台》、《任逍遥》的“故乡三部曲”)而被誉为最具国际知名度的第六代导演,但却因上影集团的支持(专门设有“贾樟柯工作室”)相继拍摄了《二十四城记》、《海上传奇》,表达成都、上海等全然陌生的都市经验,并在获得大投资的情况下同样积极地筹拍商业大片《双龙会》。

公允地说,商业资本对电影生产的介入从上世纪90年代就出现了,但当时的介入仍外在于艺术场域:艺术资本尚能通过自我坚守在一定的范围内实现价值的增值。如张艺谋、陈凯歌等就是通过国际电影节的路径,以海外的赞誉获得艺术资本的累积与叠加。但是,这种策略在历经三十多年后效果已经非常有限。由于学术研究的深入与普及,特别是在后殖民主义理论的揭示下,国际电影节的意识形态性、艺术趣味的狭隘性及其日益明显的商业化倾向,已经人所共知,加之在大大小小的国际电影节上获奖的华语电影日益增多,且良莠不齐,这也严重影响这种渠道的艺术价值。不仅如此,张艺谋作为这一路径最成功的代表,自《英雄》以来也开始主动放弃艺术资本对抗商业资本的增值策略,转而直接遵从商业资本的引导。可以说,中国导演热衷拍摄商业大片的事实,再形象不过地显示出这一“执守艺术”的虚妄^⑦。制作拍摄投资规模小、难以赢得大回报的文艺片,仅是不得已为之,或只是拍摄商业大片的前提或准备而已。这种现象与国家推动下发展电影/文化产业的政治资本密切相关,表明导演们虽然“创作了作品及其价值”,但自身所处的“社会空间”远未臻理想的状态。

需要分辨的是,我们并不是否定商业片的价值。事实上,商业片与文艺片至多只是题材的分野,在艺术价值上并不存在必然的高下(20世纪80年代那种认为商业片没有艺术性、艺术片没有商业性的僵化观念,早已被人们所抛弃)。人们已经认识到,商业片是电影产业得以良性运作的根本力量,占据电影生产的重要地位。国内导演们积极拍摄商业片当是情理之中的事情。然而,问题的关键在于,当下导演们无视自身的艺术传统、创作经验、知识背景的种种差异,一旦获得商业资本的支持,均无一例外地投身于商业大片的拍摄。这无不反映出商业资本

已经促成艺术场域内部的畸变。换言之,在商业资本的渗透下,传统的艺术观念发生动摇。艺术资本作为一种精神价值与力量,影响日渐式微,不仅在现实社会中处于“被统治地位”,即便是在自身的场域中,在政治资本转换成经济资本、经济资本愈发强大的压力下,也难以维系自身的独立及其增值方式。在商业逻辑的强力作用下,电影艺术的价值、力量及其对社会现实的梳理与认知功能,均在不同程度地流失。

如上所述,在当下电影产业的发展中,文化资本“对抗”经济资本的状态已不复存在,与政治资本相似,文化资本同样在积极寻求向后者的转换,在电影艺术中出现了以普适的人性价值来实现观众“量的最大化”的现象,这是满足经济资本天然趋利的典型表征。它使得电影在产业化的过程中,“一家独大”的经济资本与国家意识形态产生矛盾。正面的国家形象在最具国际传播力的电影媒介中模糊不清,这不能不是政治资本舍弃艺术资本而朝向经济资本转换的结果。经济资本的消费逻辑不仅未能促进国家形象的认同,反而以“奇观”效应、“传奇”消费、世俗趣味进一步解构了政治认同所需的心理基础。应该说,文化解决的是社会认同感与建构共同体问题,这是一个虽“微观”但意义重大的政治命题。由此,文化生成出政治的功能。“布尔迪厄坚信,人类的各种文化实践从来就不会脱离社会的政治经济权力运作,也不会隔绝于社会变迁与历史转型过程。文化从来也不只是这些历史过程的被动记录,相反,它一直是生产和再生产社会等级结构的重要且隐秘的力量”^⑧。文化不仅不会“脱离”社会政治经济权力的运作,而且能够“生产和再生产”出建构社会秩序结构所需的“权力”。布尔迪厄进一步认为,与使用国家机器暴力迫使民众屈从不同,文化权力能够将支配秩序更深入、细致地铭刻进被统治者的身体与神经之中。可以说,文化资本的生产,不仅仅是生产知识,还是培植一种具有政治意义的工具^⑨。全球化背景下经济资本的自由流动与整合,带来了民族国家的政治功能弱化,因此,文化作为一种隐秘地发挥政治功能的“微观”力量,在当下社会更为迫切,电影虽然看起来“彻底”消融在个体的日常生活中,以“似乎”是纯粹娱乐消费的面貌出现,然而却能得到世界各国政府的关注,背后显然有大义存焉。

在“市场是最大的政治”已然暴露出诸多弊端的背景下,汪晖的观点就显得重要起来。他指出,文化与政治都是人类生活的基本特质,它们之间并无必然分界;“文化转向”并不是对政治的逃避,而是对政治的一种独特介入方式,一种新文化的“核心在于重新界定政治的内涵、边界和议题,其潜在含义是对既往政治的拒绝……换言之,政治的中心是文化、价值、伦理、道德及其呈现形式(语言、文体和艺术表现,等等)”^⑩。从这个角度说,以电影这一艺术媒介来表达、传播、建构国家形象等政治命题,即是政治的“文化转向”(政治资本转换为文化资本),它是以艺术的叙事策略、理解方式、阐释原则介入当下的政治。因此,文化资本更需要来自政治资本的尊重与支持,以维系自身的价值与力量,而不应在政治与经济的双重压力下,不得不全面“转向”经济资本。

三、文化资本因“差异”而“增值”:国家形象建构的当下策略

电影生产的复杂性就在于,电影虽然被“产业化”,成为赢利的商品,但它仍然需要突出文化资本的原则与逻辑。质言之,电影的产业化应当通过依靠、扶持、壮大文化资本及其力量,以市场化的行为完成国家推动下的文化产业的振兴与繁荣,而不是完全无视文化资本这一重要中介,仅仅经由政治资本的渠道,利用政治题材的某种庇护,完成经济资本增长的产业化目标。显然,繁荣电影产业的思路在于积极寻求文化资本与政治资本的某种融合,从艺术角度理

解政治、完成政治认同与身份重塑,并因其强烈的艺术性、感染力,产生出消费诉求,从而实现影院的高票房。因此,当我们对电影产业带来较多经济利润而欢欣鼓舞的时候,更需要关注政治资本、文化资本的一再被抑制和受损害的现实。在经济资本占据主导地位的情况下,弘扬“社会主义核心价值观”的电影,为了获得市场,追求平均主义的大众消费,往往使消费热点发生转移,抽离独特、真切的个体经验,诉之感官刺激,使其蜕变为一个赏心悦目的视觉“消费品”,而国家意识形态再难以成为推动故事发展、情感力量的有机组成部分,显得空洞无物。

对艺术与经济资本的关联,布尔迪厄是从短期“反经济”与长期“合经济”的角度加以辩证分析的。他说:“纯艺术的反‘经济’的经济建立在必然承认不计利害的价值、否定‘经济’(‘商业’)和(短期的)‘经济’利益的基础上,赋予源于一种自主历史的生产和特定的需要以特权;这种生产从长远来看,除了自己产生的要求之外不承认别的要求,它朝积累象征资本的方向发展。象征资本开始不被承认,继而得到承认并且合法化,最后变成真正的‘经济资本’。”^②即是说,从短期看,艺术资本的价值及其增值,需要遵循“自己产生的要求”,以对抗政治资本、经济资本为前提,全然顺从政治资本的意志与经济资本的逻辑,非但不能实现“象征资本”的增加,更不能完成未来时期转换成经济资本的任务。当然,这里所谓的“对抗”政治资本与经济资本,并不是说“硬性”地反抗、颠覆国家意识形态,而是说文化资本需要遵循艺术生产的逻辑,发挥自我增值的力量,以此维系自身领域某种程度的独立。这种“独立”的场域也不是那种审美经验萎缩的“唯艺术”主义,而是一种面向并受到政治、经济等社会场域变化影响的关系空间。它之所以能够保持“独立”,根本在于拥有分析、认知、阐释社会现象的象征性权力。用布尔迪厄的话说,“文化生产者拥有一种特殊的权力,拥有表现事物并使人相信这些表现的相应的象征性权力,这种象征性权力还表现在文化生产者,用一种清晰的、对象化的方式,提示了自然世界和社会世界或多或少有些混乱的、模糊的、没有系统阐释的,甚至是无法系统阐释的体验,并通过这一表述赋予那些体验以存在的理由”^③。即是说,文化资本的权力和增值在于从纷繁无序的现实中提炼出一整套理解当下、并促使他人信服的抽象观念与原则体系,这一体系囊括了政治观、社会观、道德观等意识形态。因此,电影艺术的生产,需要根据艺术场域自身的逻辑与原则,对越界而来的政治意识,进行重构与整合,做出自身的应答与阐释。这种阐释不是有意地“反抗”某种既定的政治观念,更不是简单地顺从政治观念,而是经由具体人物跌宕起伏的情感变迁、人生历程的命运选择,呈现出一种经由人文激情、理想价值浇灌之后的另一种“政治理想”;它不用刻意迎合既定的意识形态,而是从归类、理解、阐释当下社会秩序及其政治观念的角度,显现出一种事关国家政治的宏观的规划远景,生产出不同于现实政治的种种“差异”,而这种差异正是对现实政治的阐释。进而言之,主流政治价值与国家意识形态一旦进入艺术领域,必然会因话语方式、表现形态、阐释角度等发生诸多改变。在政治领域中脱颖而出、占据主导地位的政治观念与意识形态,在越界进入艺术场域后,同样需要经历一次艺术场域的多种元素、关系的竞争,这种竞争需要遵从艺术场域的规则,并且落实到微观的生活事件与具体的人物身上,由此实现对这种政治资本的论辩与维护。

陈凯歌最近的两部作品以两种截然不同的叙事,在文化资本与政治资本之间作出非此即彼的选择,成为艺术场域仍然未能完成政治意识表达的有力佐证。如在《梅兰芳》中,他以梅兰芳的“拒演”,传达主流的抗日民族主义立场,这是导演不假思索地对当下既定政治观念的表达,而不是由故事中的梅兰芳这一特殊人物自然生成的结果(故事中的梅兰芳此前没有任何机会流露自己的政治立场及其价值判断,影片的“日本入侵”只是一个停留在社会层面的宏观事件,而没有成为深入心灵、体现价值属性的关系事件)。我认为,“拒演”这一事件,应是从电

影中的梅兰芳这一“类似纪实”的人物的关系属性、生活经验(如身份、经验、背景、人生观、政治观,等等)综合之后自然产生的结果,需要遵守建构人物形象的艺术规律,而非当下的政治观念使然。《梅兰芳》后半部分之所以空洞而缺乏真实感,就是因为导演/现实政治观念对人物/艺术资本的越俎代庖。如果说《梅兰芳》放弃艺术生产的逻辑而遵守故事之外的政治法则,那么《赵氏孤儿》的情况则相反。陈凯歌虽然浓墨重彩地呈现了屠岸贾在这一权力争斗事件中的“欺主犯上”(谋害赵王)、“阴险狠毒”(豢养猎狗、暗自设伏)、“滥杀无辜”(屠杀赵氏三百人的性命),但是,电影主要叙述了一个喻指人性天然向善的故事。“赵氏孤儿”在成长过程中,虽然遭遇屠岸贾/“人性恶”的诱惑,但还是站在程婴/“人性善”的一边报仇雪恨。这是一种典型的隐喻修辞,存在“言此意彼”的多义性。这种隐喻修辞意味着“此言”/故事为轻、“彼意”/哲理为重。因此,在《赵氏孤儿》中,陈凯歌仅仅从抽象的人性角度演绎善恶故事,彻底消解了权力斗争所包含的政治价值、伦理价值、生命价值,失去了对这一政治斗争的基本判断。这种以“人性抗拒政治”的纯粹“艺术化”处理,忽视与现实的关联互动的审美经验,使艺术生产失去理解当下社会秩序、提炼政治观念的功能。应该说,陈凯歌这种非此即彼的态度,具有一定的代表性,实则表明了艺术生产缺乏足够的策略,难以有效地面对进入艺术场域的政治话语。

事实上,文化资本如何成功处理政治资本,并不乏经典案例。如尹力执导的《张思德》就值得我们关注。影片最大的亮点就是,它能够严格地遵循艺术生产的逻辑与原则,准确地控制好政治与艺术场域在“大/小”上的不同。如从人物形象说,现实中的伟人毛泽东的分量远远超过普通战士张思德,但在电影生产的艺术场域中,“小人物”张思德却占据了绝对主角的地位,影片恰到好处地拿捏住毛泽东的分量,使之成为一个塑造张思德形象重要的辅助性元素。从事件上说,日常工作的“小事”成为影片的表达重点,然而这些看似无关紧要的“生活琐事”背后却透露出解放区的“政治大事”,如张思德的“挖地比赛”与359旅开发“南泥湾”的“大背景”、老炊事员不情愿退休与延安“精兵简政”的人事改革、刘秉钟贪污与延安解放区的整风运动等之间的内在联系,几乎每一生活细节都能牵扯出延安重大的政治事件。可以说,影片拍摄的最终目的虽然是为了褒扬真实的政治人物、渲染整体的政治气氛(即政治资本向艺术场域的越界行为),但是,无论从人物塑造还是使用素材、叙事手段,都与影像之外的政治目的保持相当距离,以艺术生产的标准选择、取舍政治资本,有效地维护了艺术资本的独立性。最终的效果是:众多的生活细节,烘托出一个充满政治激情、积极向上、朝气蓬勃的延安,建构出了一个更符合政治理想的延安形象。与艺术资本短期“反经济”却在长期“合经济”的逻辑一样,当艺术资本与政治资本保持适当距离,反而能更好地实现政治资本的某种构想。

建构国家形象这一重大政治命题,从根本上需要艺术话语的高度参与,因为后者以充满激情的人文想象先行实现了当下国家政治意志的远景规划,并以这一人文精神、理想价值烛照出现实政治的某种不足。但是无论经济资本还是政治资本,只要发生越界行为,都需要遵循他者场域的原则与逻辑。质言之,艺术场域中,艺术生产只有保持自身的独立,遵循特有的创作逻辑,才能更好地实现自我增值,也正是这种价值的叠加与积累,才能从根本上达到政治资本与经济资本越界的目的。因此《张思德》以一片之力虽然未能产生足够的政治与经济效应,但是它所标示的政治资本朝着文化资本的“文化转向”,继而实现经济增值的思路,不能不成为发展电影产业、建构现代理性的国家形象的共同路径,尤其是值得政治资本大力且长期的支持与倡导。

① 乌尔利希:《中国或成现代化新模式:国家资本主义和个人自由有机组合》,多维新闻网(dwnnews.com) 2007年10月15日。

- ② 尹鸿:《2009年·中国电影产业备忘》,载《电影艺术》2010年第2期。
- ③ 《国家广电总局新闻发言人朱虹就〈关于促进电影产业繁荣发展的指导意见〉答记者问》,载《电影》2010年第3期。
- ④②① 布尔迪厄:《艺术的法则:文学场的生成和结构》,刘辉译,中央编译出版社2001年版,第15页,第175页。
- ⑤①⑤② 布尔迪厄:《文化资本与社会资本》,《文化资本与社会炼金术:布尔迪厄访谈录》,包亚明译,上海人民出版社1997年版,第202页,第79页,第86页。
- ⑥⑦⑧⑨⑪⑬ 史东明、尹鸿:《主流价值 商业诉求 电影产业——关于主流商业大片的对话》,载《当代电影》2010年第1期。
- ⑩ 相关论述可参见拙作《中国电影中的国家形象及认同危机》,载《二十一世纪》(香港)2011年第2期。
- ⑫ 王晓明:《是推开门窗的时候了》,载《当代作家评论》2011年第1期。
- ⑭ 布尔迪厄语,转引自薛晓源、曹荣湘:《文化资本、文化产品与文化制度——布尔迪厄之后的文化资本理论》,载《马克思主义与现实》2004年第1期。
- ⑯ 相关论述可参见拙作《“全球本土化”与中国电影资本重组中的三种“跨地性”叙述》,载《戏剧(中央戏剧学院学报)》2011年第1期。
- ⑰ 也正是这个原因,围绕《三峡好人》有意与《满城尽带黄金甲》同一档期上映,已经与艺术资本结合后的经济资本/张伟平对艺术资本/贾樟柯的不屑与口角,恰好表现出“国际电影节”光环的消散及其路径对艺术资本增值的有限性。
- ⑱⑲ 张怡:《文化资本》,载《外国文学》2004年第4期。
- ⑳ 汪晖:《文化与政治的变奏——战争、革命与1910年代的思想战》,载《中国社会科学》2009年第4期。

(作者单位 暨南大学新闻与传播学院)

责任编辑 容明

·书 讯·

《山陕商人与梆子戏考论》

刘文峰 著

文化艺术出版社2011年6月出版

中国艺术研究院研究员刘文峰所著《山陕商人与梆子戏考论》是作者1996年出版的《山陕商人与梆子戏》的修订版。全书分为四章:明清时期的山陕商人考、梆子戏源流发展考、山陕商人与梆子戏关系考、商贾观剧场所——会馆戏楼考。当年该书一经出版,就引起了读者的广泛关注。著名戏剧理论家张庚先生在序中认为,该书“把梆子戏的历史和山陕商人联系起来这个研究很重要,这种联系搞清楚了许多重要的问题,比如为什么梆子产生于山陕,发达于山陕?梆子腔为什么在乾嘉以来短短几十年就流行于北方以至于逐渐达到全国?又为什么自清末民初以来在京津等大城市衰落的这样快?不仅如此,这本专著还从剧目研究中得出了梆子戏反映商人生活的剧目很多,又从史实研究中抓搜出梆子反映商人的美学观点,直至商人亲自下手从艺术上改造梆子的事实。”山西省戏剧评论家郭士星先生发表《以史为鉴 振兴戏曲》一文,对该书做了更为详尽的评论。修订版增加了新发现的会馆戏楼资料,并在附录中收入近年来作者研究梆子戏与晋商的三篇论文。这三篇论文继承了该书一贯“广收博采、资料详实、观点鲜明、论证有力”的特点,通过大量的资料,进一步论述了山陕商人与梆子戏的密切关系。