

中国商业电影大片的意识形态特征： 以《英雄》、《孔子》为主

朴英顺(国民大学中国人文社会研究所)

一、序论

进入上世纪九十年代之后，电影开始趋向文化产业领域，主旋律电影所具备的中国政府国家意识形态传播功能也逐渐弱化，甚至被商业电影所排除。因此，急需制作表现国家意识形态和带动电影市场的电影。进入 21 世纪，中国加入 WTO，为应对好莱坞电影和保护本国电影，需要与好莱坞足可匹敌的“中国式大片”。在这样的背景下，开始出现“主旋律电影的商业化”、“大片商业电影的主旋律化”现象²⁸。大片商业电影含主旋律价值意味着市场和国家权力同时启动运行。因此，自 21 世纪以来以《英雄》为起点，在文化产业方面开始涌现出同时可确保“经济收益”和“文化”文明大国形象的大片商业电影。

主要专门负责国家意识形态的主旋律电影，开始在商业大片上出现，这就是中国电影的主要变化之一。本稿以探索如何理解大片中所含的主旋律价值为“大片商业电影的主旋律化”起点，过去的大片商业电影研究大部分从主旋律电影扩展方面出发。本稿主要整理随着主旋律电影的发展变化而出现的整体特征，或者微观的作品分析和宏观系统的分析并行研究、较多放在电影意识形态的研究。中国对大片商业电影的概念及特征、历史发展过程、电影内容、题材及形式的研究、对营业战略及海外资本传播的研究、今后发展战略的研究，对各领域进行广泛研究。但是，从微观的角度出发仔细分析作品，对意识形态创作及其含义的研究还微不足道。本稿基于过去的成果，从 21 世纪大片商业电影中，在商业方面取得成功并很好反应主旋律倾向的《英雄》（2002 年）和《孔子》（2010 年）为对象，欲求分析大片商业电影的意识形态现象。主要分析电影文本（text），细致分析在作品中具有怎样的意识形态特征，其意识形态有拥有怎样的含义。

²⁸ “主旋律是中国共产党提出的一种文化思想概念，其核心内容是社会主义、爱国主义、集体主义精神。”
“主旋律是指积极拥护并雄辩国家或政府的意识形态立场的态度或逻辑。”“中国的主旋律电影是为宣传社会主义革命精神和爱国主义等政治意识形态，由国家主导创作的电影。”

二、《英雄》中的意识形态特征

2000 年之后,中国电影开始纷纷制作海外资金投资和政府积极支持的大片商业电影²⁹。《英雄》和《孔子》便是最具代表性的作品之一。《英雄》是中国最具影响力的民营电影公司北京新画面影业有限公司制作发行、由张艺谋执导的电影。大场面(spectacle)及东方影像之美和形象备受海外的瞩目,并在国内外获得了巨额的票房收入³⁰,在 2005 年第九届华表奖荣获优秀对外合拍片奖、合作拍摄荣誉奖、特殊贡献奖项。

2.1 《英雄》的形象与国家意识形态

《英雄》的主要叙事结构以秦始皇与赵国无名的对话开始。无名虽有可以暗杀秦始皇的机会,却没有杀害。其中,引出大统一(“天下”)这一大义,为此刺客以死亡这一牺牲成为英雄。

第一字幕就以“古往今来,在中国历史上,流传着许多关于刺杀秦王的故事”开始,秦王召见无名。但无名刺杀要暗杀秦始皇的刺客,赢得秦王信任入了宫。在秦国法令,必须在 100 步以外参见国王,但无名刺杀要杀害秦始皇的刺客,赢得十步秦王的最高规格。就这样离 10 步,秦始皇和无名开始对话。

2.1.1 英雄[1] 无名-“牺牲”形象

《英雄》中如何描述英雄形象?这如同电影最后字幕,《英雄》的英雄是无名。无名本为赵国人,父母被秦军所杀,自幼流落在秦,被秦人收养。长大后得知身世,为了替全家报仇,决心行刺,十年后,修成绝世剑法“十步一杀技”。无名为刺杀秦始皇,在当代武林高手长空、残剑、飞雪三人的支持下,走到秦王十步前。“十步一杀技”是可以刺杀秦始皇的快而强的技法,但是在那最后的一

²⁹ “2003 年以前,大陆电影市场的盈利比例是:60%来自好莱坞大片;30%来自香港影片;10%来自国产影片。2003 年,《英雄》等国产商业影片得到成功,首次超过了进口大片的票房收入。”尹鸿外,《中国电影产业年度备忘》(《当代电影》,2006,11 页)

³⁰ 《英雄》上映两个月,在中国票房收入突破 2 亿人民币、美国 200 万美元、日本 800 万美元、香港 2670 万港币、韩国 1000 万美元、台湾和东南亚 700 万美元。陈晓云,《中国当代电影》(杭州:浙江大学出版社,2004,222-223 页)。同时在北美、日本、韩国等地也票房登顶,全球票房共计 1.77 亿美元(约合 14 亿元人民币)。《恋人》在北美和亚洲的票房共计 900 万美元(约合 1.7 亿元人民币)。

<http://baike.baidu.com/subview/8337/5821185.htm?fr=aladdin>

刻，无名想起残剑写给他的“天下”两字，暂时陷入混乱之中。此时秦始皇说，“寡人的卫士均在殿外的百步之遥，而你近寡人已十步，决定你这一剑吧”，然后转身看着挂在后边的“剑”字。沉默之中看剑字的秦始皇背影和“剑”演出截然不同的氛围。这并非是暴君的形象，而是似乎认真思维的人性化背影。无名摆脱一时的混乱之后，冲向望着“剑”字的秦始皇，刺他致命的一剑（其实，他倒拿剑刺秦始皇的腰眼）：“大王，这一剑臣必须刺，刺了这一剑，很多人都会死，而大王会活着，死去的人请大王记住那最高的境界。”（77：31）最后，无名也像三年前的残剑和飞雪，没有刺杀秦始皇反而牺牲自己，提升了王的权威。秦始皇好像苦恼是否要斩头无名，他为自己的身心安全还是斩掉无名，电影以悲壮场面告终，企图暗杀的英雄以牺牲来收尾。

电影为中国的统一天下这一大义，小小的牺牲是理所当然，便把无名的死视为崇高；另外，逃脱皇帝的负面形象，转变为正面形象。通常，英雄侠客的目的是处置给社会带来混乱的“恶徒”，间接帮助社会维持社会秩序，欲求支配天下的野心和行动，为在现实中无法成为英雄的我们，便给了一种复仇的形象力，让我们感到宣泄（Catharsis）。无名以“十步一杀剑法”可以刺杀，但最终为“大义”（统一天下），收起剑选择“牺牲”的形象来体现。战国时期独霸六国（齐、赵、韩、魏、楚、燕），建立统一国家的秦始皇对手（刺客）——赵国刺客，在六国的“大统一”“命题”（国家意识形态）下，抛弃杀害秦始皇的机会，成为统一的牺牲品。这些“大统一”象征性地体现出如今强调一个中国的中国政府统治理念和政治方向。通过这些牺牲建立的第一统一国家——秦始皇的统一，与目前对内要社会统一和团结，对外梦想中华主义的政治理想相互重叠（overlap）。

2.1.2 英雄[2] 秦始皇-“人性”形象

影片中秦始皇说，“寡人的卫士均在殿外的百步之遥，而你近寡人已十步，决定你这一剑吧”，然后转身看背后的大型“剑”字，过一阵子说：

“寡人悟到了，残剑的这幅字根本就不含剑法招式，写的是剑法的最高境界。剑法，其第一层境界讲求人剑合一，剑就是人，人就是剑，手中寸草，也是利器。其第二层境界，讲求手中无剑，剑在心中，虽赤手空拳，却能以剑气，杀敌于百

步之外。而剑法的最高境界，则是手中无剑，心中也无剑，是以大胸怀包容一切，那便是不杀，便是和平。”（76：42）

秦始皇的这一形象和醒悟，减弱了原有的暴君形象，带来积极形象的效果。秦始皇说真正的剑法不是杀生，而是和平与包容，他确信自己使用这一方法统一中国，建成地球上最强烈的国家。

不过，电影在无名的暗杀计划失败，秦军就喊“居心叵测，大胆行刺，杀无赦，这是大王制定的秦国大法！大王要的天下，一定要令行禁止，给世人一个榜样！”，秦始皇含泪，表现出人性的苦恼和法治间矛盾的心情。这些苦恼的身影中，很难看到残酷的皇帝形象，反而让人引起一种同情心。秦国统一六国后，果断实行改革和刷新的思想根据是法家思想。实际上，秦始皇在执行法律时，视他为暴君（“就连秦国的满朝文武，也视寡人为暴君” 01:26），而影片中的秦始皇却相反。最终，为了法治国家建设奠基，处他死刑。

《英雄》中的“剑”（与书法连接）字是这部影片的一种话头。为天下大统一、大义的牺牲，就用“剑”一个字来解释。归根结底，“剑”字象征着“宽容与和平”，以一种“烘托技法³¹”，实现设定周边人物或情况，以意识形态的方式来传达的方式。《英雄》布置五名剑客（长空、五名、残剑、飞雪、如月），使秦始皇的天下统一意识形态予以正当化、客观化，同时对剑客的牺牲也予以正当化。剑客创作一个牺牲偶像（icon），确认秦始皇中国统一的必要性和伟大的一面，同时突出积极地形象。

2.1.3 英雄[3] 皇帝-“统治”形象

《英雄》中的“皇帝”带有统治形象的象征性英雄。皇帝是秦始皇首次使用的称号。这代言着梦想成为统治的秦始皇统治理念，是实现强有力的统一天下之理想象征性英雄。《英雄》中的“天下”是政治、领土、文化等各种因素包括在内的复合概念，公元前 221 年，因秦始皇的中国统一，解除政治军事上的分裂和对峙，完成“大统一”。最后，中国不仅实现包括政治、军事领域上的诸夏“空

³¹ 指陪衬，使明显突出，中国画技法名，文学创作的一种表现手法，即通过侧面描写，使所要表现的事物鲜明突出。国画的一种画法，用水墨或淡的色彩点染轮廓外部，使事物鲜明突出。
<http://baike.baidu.com> “烘托” 参考

间”，还实现拥有与此相应的民族“文化”国家“大统一”。实际上，英雄[2]和英雄[3]是匀速关系。“皇帝（英雄）形象”是秦国或秦始皇为中心轴，不仅体现中国的强力历史，还让人联想到目前中国梦想的大统一和团结形象。电影将强大的秦国设定为中心轴，以各种映像和叙事方式来描绘未来中国的形象。

电影中的英雄[1]、[2]、[3]以“牺牲”、“人性”、“统治”等形象来描述，但要实现“天下”大统一的理想，实际上是一个同样的梦想。《英雄》中的英雄就像意味着一个“大统一”，是个总体。各不相同的英雄[1]、[2]、[3]形象，与中国统一天下和要带动天下的中华主义是同样的形象。这些设定在现实中起到给中国人民心中树立基于中国民族优越性的民族意识或国家意识形态作用。

2.2 “天下”与国家意识形态

残剑在沙漠上想刺杀嬴政的无名写下“天下”二字，并讲给他三年前没有刺杀理由。然后，无名把残剑的话，讲述给秦始皇。

“七国连年混战，百姓受苦，唯有大王才能停止战乱，一统天下。残剑希望我为了天下放弃刺杀大王。他跟我说，一个人的痛苦，与天下人比，便不再是痛苦，赵国与秦国的仇恨，放到天下，也不再是仇恨。”（72：38）

听完这句话，秦始皇含泪说：“没想到最了解寡人的竟是寡人通缉的刺客！寡人孤独一人，忍受多少责难，多少暗算，无人能懂寡人之心，就连秦国的满朝文武，也视寡人为暴君，想不到残剑与寡人素昧平生，才真正懂得寡人，与寡人心意相通！”（73：20）电影中的“天下”意味着“大统一”。大统一则是“譬如北辰，居其所而众星拱之”，天下在一个秩序之下运行、统一。如同“普天之下，莫非王土，率土之滨，莫非王臣（《诗经·小雅·北山》”，“天下”意味着靠一个中心才能统一，而且能够实现的唯一人物设定为秦始皇，并认为秦始皇的军事膨胀及领土扩张这一政治野心是无可非议的正当。进而，如同“大统一”象征本民族或多民族的领域，意味着目前中国所重视的少数民族或“三中国”团结。这些观点从李春植的主张中也可看到：“中国天下观的政治、军事实践，归根结底是为中国民族的领土膨胀以及为掌握政治霸权（hegemony），再说就是为中国民族的世

界性膨胀以及为掌握霸权³²”。

实际，在电影政策上也体现这些“大统一”的国家意识形态。兼容香港和台湾合起来的“三中国电影³³”以及在海外活动的“华语电影”，谋求中国电影产业的发展，欲求实现中国“电影的大统一”。这些战略措施可理解为将“一个中国”政策扩大至文化艺术领域，是一个为应对好莱坞电影以及为保护中国电影的政策。因好莱坞的攻势以及加入世贸组织，文化意识逐渐扩大到产业意识，中国政府欲求统一三中国电影来体现中华圈的文化力量，并开辟本国大片商业电影的出路。这些政策包含着包容香港和台湾，以“一个中国”这一概念来一体化，向世界传播“中华”文化的国家意识形态。

2.3 场面调度 (mise-en-scène) 中的“中华民族”形象

影片中，秦国在建立统一国家过程中，处处可以看到展现中国民族文化的独创性场面和刺客活动场面。

第一，场面开始，就展现巨大的中国文化之规模。巨大的宫殿以及数万军事与兵力，以及象征威严的高大阶梯等，都象征着第一统一中国的强大秦国。展现中国文化规模，具有为本国国民赋予自豪感，给外国人强调中国面貌的效果。

第二，华丽的色彩和美丽的自然，增添东方的神秘感和幻想。每一片段都适当安排美丽的山水，呈现大自然的壮观 (spectacle)。例如：在枫树林中，飞雪和如月的生死决斗；如月被刺后的枫树林场面；书法学堂和用朱砂写下的“剑”字等，都用古代象征皇帝权威的黄金色和中国文化色彩的图标 (icon) 红色填满画面。无名和飞雪的决斗，飞雪死后，宛如一幅东洋画般的山水为背景，无名和残剑的水上虚拟决斗以神奇的画面 (绿色) 与一望无际的黄土高原 (黄色) 一起，成为一个广阔大自然的一部分，展现在眼前。这些场面，超越“风光”和“色彩”，唤起中国神秘而东方的气氛。

第三，以武术、围棋、古琴、竹筒、书法等，间接而象征性地呈现出中国传统文化的优越性。下雨天在棋馆，围棋和剑术交叉时，所演奏的中国传统乐器古

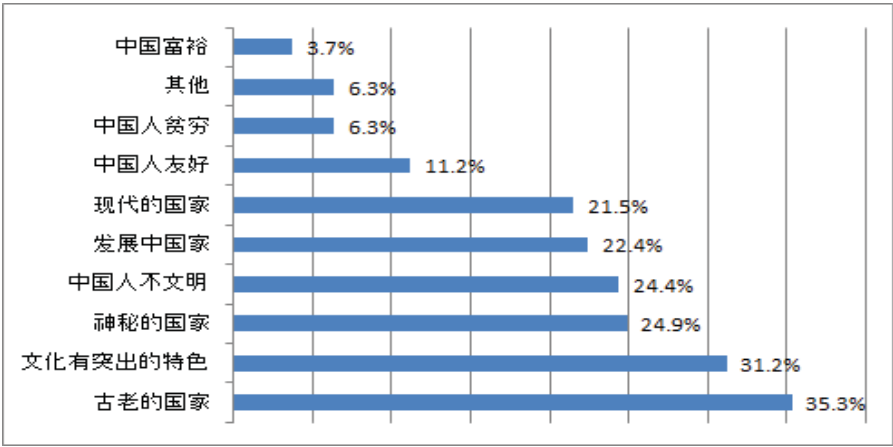
³² 李春植，上述书籍，36-37页

³³ 三中国电影是大陆、香港、填完电影的总称。“华语电影”从90年代后期随着大陆、香港、台湾之间的大片合作陆续出现，就开始广为使用。2004年，内地与香港澳门签署《关于建立更紧密经贸关系的安排》(CEPA)，鼓励香港电影界进入内地，同时将使成为内地电影产业发展的养分。刘宇清，〈华语电影：一个历史性的理论范畴〉(《电影艺术》，2008，第5期，38-43页)等

琴，宛如翩翩起舞的刺客武术场面等，惟妙惟肖地布置在每一场面里。特别是无名去找残剑时，看到挂在书堂上的秦國小篆体“剑”字，是证明并象征(metaphor)中国是文化大国，通过文字统一和汉字创作，间接体现中国文化的优越性。“剑”从表面上象征硬实力即军事力量，但从前面引用文中的最高剑术境地是“包容与和平”以及“秦国的箭再强，可以破我们的城，滅我们的国，可亡不了赵国的字”来看，有效凸显作为文化软实力即文化大国形象之效果。就这样，利用非物质性的围棋、古筝、武术、文字等文化软实力，同时体现中国文化的传统性和特殊性。比如，“动中静”和“静中动”的虚拟武术中，通过强而柔的方式和象征秦始皇的话头“剑（阳、强忍）”和“书法（阴、柔软）”的非对称结构，适用中国传统的“阴阳”思想。这些东方形象中，中华主义起到渗透作用。

这些方式是熟悉西方人喜好的张艺谋导演的专长，也是《英雄》在西方能够得到好评的重要因素之一。这些东方的、中国的形象，引起了中国乃至世界观众的强烈反响。中国电影文化国际传播研究团队针对外国人进行“中国电影对中国形象带来的影响”问卷调查。结果，就像中国是“发展中国家（22.4%），是现代化的国家（21.5%）”等，虽有中国是经济富强的国家等综合性的评价，但过半以上回答“中国是古老的文明国家（35.3%）”，是具备“独特文化色彩（31.2%）”的“神秘的国家（24.9%）”。一言以蔽之，“东方神秘的文明国家”这一表现，就是通过中国电影对中国以及中国文化的整体印象。

<表 1> 中国电影对中国形象的影响



来源：《2013 年度中国电影文化的国际传播研究调研分析报告》（上）

如<表 1>所示,通过中国电影对中国的印象是带东方神秘色彩的“持有中国固有文化特色的文明国家”。这些特征通过《英雄》、《孔子》影片的各种场面调度,以中华主义编码化(encode)现象来出现。

三、《孔子》中的意识形态特征

3.1 孔子形象与儒家的现实政治

《孔子》(2010年)是由中国最大国营电影公司中影集团制作、发行,国家一级导演胡玫执导,描述从公元前551年至公元前479年孔子一生的一部典型的大片商业电影。《孔子》根据孔子的思想和人物形象特征可分为九个细节。电影从孔子的“很久没有梦见周公了”这一叹息开始(也是收场白)。第一,重视礼节和仁的孔子:公元前501年,鲁定公时期,鲁国政权掌控于“三桓”(季氏、叔氏、孟氏)时,鲁定公召唤孔子,开始官职生活。当时,虽然有冬祭的传统礼节,但围绕很长时间维持下来的殉葬制度,与原有势力针锋相对。第二,作为外交家、战略家的孔子:与齐国景公在国界会晤的场面。他以重视礼仪的大义名分外交战术和卓越的军事智略,找回被夺去的土地。第三,作为军事家的孔子:镇压公山扭(实际上应为公山不狃)的叛乱。第四,作为主张改革的政治家孔子:虽然倒塌三桓的三城,试图改革,但最终受挫。第五,因与既得权的纠纷,周游天下的孔子:公元前497年,从鲁定公(特别是大司徒)收到玉诀(象征“决裂:”)后,离开鲁国周游天下,受尽风霜之苦。第六,孔子的人文关怀(与历史事实不同,是胡玫导演插入的):孔子见卫国君夫人南子,在美人诱惑前依旧展现人文的圣人风采。第七,怀才不遇苦行者孔子:虽然满腹经纶,却找不到安身之地,带领弟子到处漂泊,特别是在蔡国的旷野荒郊饥饿彷徨,饱经艰险。第八,有血有肉、情感丰富的孔子:周游列国时,冰河碎裂,心爱的弟子颜回在冰河中救起竹简被冻死,孔子涕泪横流,十分伤心;而且卫国和秦国作战时,子路死在卫国的战场,得知消息,老泪纵横,为弟子的牺牲而悲伤、叹惜。第九,政治家、教育家孔子:晚年回到鲁国后,专心于自己的教学,卒于公元前479年,享年73岁。

对上述各种形象可如下简略概括:第一,在对峙与纠纷的结构中,体现出作

为政治改革家的面貌。孔子与拥护殉葬制度的既得权实力即三桓的冲突中，推进改革。在此过程中，原有的传统礼节和重视生命的“仁”思想相互冲突。孔子主张恢复古代的礼仪，但杀人是不能成为传统，主张放三桓的家奴和漆思弓。即，主张礼法是社会秩序的行动之标准和品德，但理解人的痛苦并救济（仁和恕）是与人的理性判断之前的本能（心）相似。孔子主张，礼法虽然是为整顿混乱社会秩序的传统制度，但对人的爱心是超乎礼法或制度，更加体现出强调以人为本的孔子形象。第二，孔子以实事求是、务实的领导者形象描述。与齐国会晤时，三桓家臣公山狃不排兵力，孔子以军事战略获胜，并归还三十年前齐国占领的鲁国领土，展现战术家风貌。同时，为阻止三桓的政治独霸，提出堕三都(即拆毁三家所建城堡)的举措³⁴，并提出为拯救在费地因盲目执法和过度的税收征收而受苦的百姓，主张要改革。拆毁城墙并镇压公山狃造反。就这样每一场面调度都呈现出作为军事战略家、政治改革家、兵法家的角色。第三，以充满情感并重视人才的教育家形象描述。与同甘共苦的弟子离别的场面；被季孙氏逼走周游列国时，和家族分手的场面；周游列国时，如“丧家犬”凄凉的场面等，都真实描述孔子的真挚情感。就这样，以不对称结合呈现出“富有人情与情感的孔子”和“政治（军事、外交、政治）家孔子”的截然不同的形象。这些叙事结构和各种人物形象，比起刻画儒家始祖圣人的形象，更多勾勒出在现实生活中实际行动来付诸于实践的孔子形象。这又可以理解为，在现实政治中儒家的各种实践性的作用。

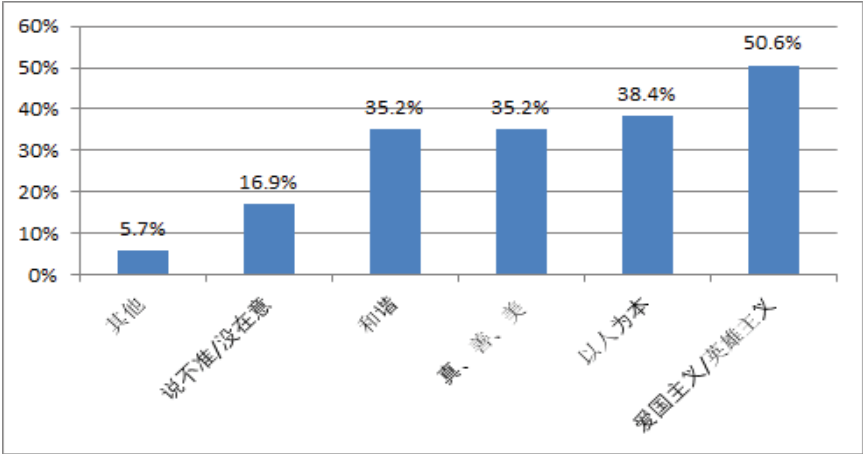
两个作品都体现天下大统一（《英雄》）和改革传统（《孔子》），而其方式都具有类似性，即，不是一个杀生的霸权形象（硬实力），而是追求包容的王道形象（软实力）。而且，其过程通过对峙和纠纷，最终达到“和谐”的大统一。例如：《英雄》中的“剑（阳、强忍、法）”和“书法（阴、柔弱、仁）”，《孔子》中的礼法和仁恕，好似相互对立，但最终还在归结于“和谐”与“时中”的方式。《孔子》虽然主张恢复礼法，但又说杀人不是传统，并救出漆思弓；《英雄》中，为大义选择牺牲，在这一法治中，强调包容和和平。

《孔子》中孔子是代表儒家思想，《英雄》中的秦始皇是法治作为础石的代表性人物。儒家和法家两个典型人物所追求的思想不同、政绩不同、历史对他们

³⁴ 当时的礼法是诸侯国的都城不能超过 18 尺，而都超过这一标准。这是一种对临郡的挑战又是一种蹶等行为，因此建议拆毁城堡。

的评价也不同。但是，电影并非只停留在过去对他们的原有的典型解释（框架）上，而以各种各样（甚至与原有评价完全不同）的形象来勾画³⁵，他们的人物形象以英雄主义和以人为本相结合的形式来表现。通过儒家的仁义而体现的人本主义和秦始皇的“依法治国”精神，反映出如今同时重视儒家的现实政治理念和“依法治国”的中国政府的统治理念。上述特征是中国电影文化的国际传播研究组进行的问卷调查“国外观众从中国电影中的了解的文化价值观”中也明显表露出其特点，回答爱国主义、英雄主义（50.6%）最多，依次是以人为本（38.4%）、和谐（35.2%）³⁶。

〈表 2〉 国外观众从中国电影中的了解的文化价值观



来源： <2011年度中国电影文化的国际传播研究调研分析报告(下)>

3.2 中华民族的复兴

近来，现代中国提倡“儒教复活”梦想“文化中国”。改革开放以后，为弥补意识形态的空白，从传统文化的复原、新儒家的重视等民族主义角度，强调儒教的复活。特别是，2008 年北京奥运会之后，内部强化中国民族的认同性，加强社会的统一和凝聚力；对外为国家利益及牵制西欧，致力于构筑文化软实力。中国近代没有摆脱儒学、孔子的框架，反复连出现批判和继承这一连续和断绝的现象。如今，儒学复兴利用媒体致力于大众化。就是在中国的社会主义理念渐

³⁵ 目前，中国的大片级主旋律电影以及大片商业电影对原有历史人物的叙事战略采取不同的方式。比如，《建国大业》对毛泽东或周恩来并没有以历史的特别典型的英雄来描述，而与广大人民在一起同甘共苦的平凡的人物来描述。在田野里和孩子玩的场景或醉酒搭着肩膀唱歌的场面，把历史上英雄领导人，以日常生活中平凡的人物来描述。

³⁶ 中国电影文化的国际传播研究, <2011 年度中国电影文化的国际传播研究调研分析报告(下)> (《现代传播》, 2012, 第 2 期, 15 页).

渐单薄的情况下，就把传统文化和儒教思想及中华主义代码（code）摆在电影之中。这又说明，大众媒体（电影）依然是意识形态的装置。《孔子》导演胡玫是中国电影集团所属国家一级导演，与张艺谋一起分为第五代导演。制作《雍正王朝》、《汉武帝》等，兼任全国人大代表以及北京政协委员。从她的作品倾向和社会地位来看，《孔子》影片中表露出传统文化优秀性和中国民族主义意识形态，是理所当然的。同时，《孔子》虽然不是武侠片，但通过叙事结构和孔子的人物形象，很好体现出政治意识形态和文化大国形象乃至英雄形象。通过大片战略，布置中国传统文化，凸显中华民族的自豪感。影片中排列中国古代雄伟的骑马军团、华丽的集团舞蹈场面、鲁国雄壮的会议场景及箭、战争技术等场面，呈现中华民族的优越性。

文革时期，孔子和传统文化成为被打倒的对象，因理念斗争被破坏被断绝。进入八十年代出生的“80后”或九十年代出生的“90后”，他们作为中国人，其民族自尊心较薄弱。而且，如今的中国年轻人通过各种互联网和大众媒体，容易接触外国电影，他们的价值观也受到西欧文化的影响。从这一观点来看，《孔子》对年青一代将起到更加巩固中国民族自尊的作用。可以说，《孔子》是以糅合国内的贫富巨差、民族矛盾等社会矛盾转为“和谐社会”的政治意识形态，弘扬文化强国这一国家形象的软实力电影。

四、大片商业电影的意识形态含义

主旋律电影为政治宣传目的而制作的电影，从这一角度来看，意识形态意味着共产党和政府这一特定的理念或价值体系。因此，主旋律电影的意识形态，给大众较强赋予国家权力的支配和统治的正当性。但是，《英雄》和《孔子》中所体现的意识形态的特征，相对基于中华民族的文化因素，较强体现出文化意识形态特征。那，大片商业电影中出现的意识形态含义是什么？第一，大片商业电影的意识形态特征，主要形成于“大众文化的世界化进行过程之中，主要以象征中华民族自尊和认同感的一种‘文化’为座右铭（motto），带着‘文化性’民族主义倾向”。比如，可能成为确保唯我独立文化地位的主题（motive），带着对内谋求以文化团结社会，对外传播本国的文化优越性及形象的文化外交性格。即，

大片商业电影的意识形态强调中华民族的文化优越性,对内在凝聚中国人的共同情绪及社会团结方面,将起到积极地作用。同时,在强调本国文化优越性中,还存在政治意识形态。不像主旋律电影直接宣传国家意识形态,但大片商业电影也包含政治意识形态。其实,国家意识形态是不能明确地分层“政治的”或“文化的”,因为相互都带有内在的联动性。但是,比起主旋律电影,前者的意识形态比大片电影相对强调后者的意识形态。进入 2000 年代后,主旋律电影也添加商业性和艺术性,为打消原有民族主义和政治性电影的消极一面,大片商业电影将不暴露“政治”意识形态。即,大片商业影片中添加的主旋律价值,通过电影产业的趋势及对外电影媒体,为提高中国的国家形象这一大局出发。这又意味着主旋律含义并不局限于政治文化之中,已扩大到面向中国价值的综合性的文化含义。

第二,最近,拥有强大军事力量和经济势力的中国快速成长,以一些西方国家为主产生中国威胁论。而且,因“腐败政治”、“人权问题”、“少数民族问题”、“南海纷争”等问题,海外的中国国家形象大为下滑。中国政府为解决国内诸多的问题以及应对外部牵制,谋求国民团结,对外体现强力的中国面貌,打消国际社会对中国的负面印象,以文化软实力致力于构筑新的国家形象。美国学者 Dwight Macdonald 主张,大众文化是官方文化的**下线文化**,将逐渐安家落户并统一后,成为政治手段³⁷。即,大众媒体是统治阶层利用大众文化成为统治大众的主要手段。中国也为推动党和政府的主要政策方案——改革开放,为普及宣传官方文化,积极利用大众媒体(电影)。由此可见,大片商业电影与主旋律文化在一定的**张力**中,联动共生。而且,通过此,所体现的中国国家形象,又与通过“中华文明”的中兴来建设的文化大国相连接。

五、结论

本稿主要关注最近中国电影界出现的新变化之一,即大片商业电影的国家意识形态。以《英雄》、《孔子》为对象,通过电影文本(text)的分析,观察大片电影在怎样的场景添加国家意识形态,并具有何等意识形态特征及含义。

目前,中国虽然维持市场经济体系,但在中国社会与国家无关的领域甚少。

³⁷ 王晓路 等,《大众文化》,《文化批评关键词研究》(北京:北京大学出版社,2007,55 页)

这是中国电影中存在国家意识形态影响力的理由，是在大片商业电影中出现意识形态的原因所在。即，大片商业电影符合国家权力对文化领域要求构筑的理念。在电影文本中也可以发现，文化意识形态超越“社会主义、爱国主义、集体主义”政治意识形态，向“大统一、人文主义（以人为本）、中华民族文化”等社会大统以及对外文化软实力来扩展。

从《英雄》和《孔子》的叙事结构及人文形象中可以看出，姜乃英的“如果中华民族文化的特征使中国人对文化潜力感到自豪，认为其将成为文化软实力的核心力量，而且通过电影媒体，欲求扩散文化软实力的政府意志相接轨，大片商业电影的意识形态的扩展与中华主义的表现将会持续下去”这一主张是正确的。而且通过中国古典，将会更加积极开发各种各样的文化内容。得益于此，中国政府灵活扩展电影产业或电影文本中的意识形态，对内团结中国社会，对外以文化软实力积极利用文化媒体，进而把电影当作文化软实力的媒介，提高国家形象，谋求中国崛起。因此，理解中国的文化产业和文化软实力的新的认知变化，将成为理解国家意识形态及国家形象关系变化的主要轴心，也从这一角度将欣赏大片商业电影。

最后，我补充几点今后要研究的方法及层面。第一，需要从需求者角度予以分析。媒体的生存在于读者与观众。有必要对观看电影的观众反应进行实质性的分析。比如，2007年的问卷调查中，对“主旋律电影的最大问题是什么？”回答是“离谱（36.1%）”、“疏略而且完成度底（28.6%）、教化色彩浓厚（24%）”、“观看后，没有心得（11.3%）”。那么，如何证明主旋律电影或大片商业电影在中国票房上的成功。第二，从监督者的立场予以分析。分析国家意识形态流入大片商业电影的机制时，需要研究分析导演等电影艺术人的参与方式及意图。就是分析政府具有提高国家形象、扩大文化软实力等意向之下，电影艺术界人士（导演）是以何等理由同出一辙。是否因制作费支援，还是为商业性的成功？或者是他们自身的爱国心等需要深层研究分析。这些方法虽然在接近性方面有限制，但通过深层采访或问卷调查来进行实证性研究。第三，需要系统分析。除了对作品分析以外，并行系统分析，才能正确研究中国电影的意识形态的创造。例如，比较分析国营企业和民营企业的电影生产系统及环境差异，他们生产的电影在他们的作品中都创造出如何不同的意识形态等。第四，需要对电影美学进行分析。分

析作品时，趋向主旋律化的大片商业电影，在意识形态内所内在的电影本身的批评意识是什么？中国的审美意识或电影意识是什么？因好莱坞电影需求剧增，大片商业电影今后美学方面的生存战略是什么？要从电影美学角度进行研究。第五，需要多方面进行分析。任何题材都不能摆脱市场，上世纪九十年代末开始，市场反而起到变化国家的推动作用。那么，“市场”、“商业性”本身是不是又一个意识形态？从这一角度出发，需要对“市场”及“商业”所推动的中国电影的国家意识形态趋向及特征，进行多方位研究。