

# 作为商品的俄罗斯， 或俄国商业电影的新样板<sup>\*</sup>

——重提《西伯利亚理发师》<sup>①</sup>

文 / [匈牙利] 西拉第·阿科什

译 / 李 时

在后现代主义时代的金钱荒漠里，除了沙子一无所有。世界商业电影的那些类型片也就是一些沙子。它们像沙子似的无孔不入地充塞着这个金钱的时代，占据着这个“渺小的时代”。“伟大的时代”是精神升华、道德变革的时代，是创造历史、创造文化的时代。而今天的文化却是按另一种时钟生活的。今天的世界电影——包括那些热闹的电影节、闪光的“奥斯卡”、豪华的戛纳、巨额的票房——只不过是一片电影荒漠。金钱荒漠的制片人和导演（他们往往合而为一）是用“人群和沙砾”这样的概念来思考问题的。影片越是受欢迎，里面就要有越多的沙子，也就是投进去的金钱和榨取出来的金钱。每一部“沙子影片”都是由完全一样的沙砾组成，只不过把同一些规则和模式稍加变化而已。这样做只是为了在这个荒漠中掀起更大的沙尘暴，从乌有中造出一个什么东西，使人暂时忘记这个窒闷到极点的金钱时代。我们所说的“沙子影片”就是喻指那种精心炮制的商业片，“电影荒漠”则是指金钱荒漠里的一个独特范畴和产业。

然而过去并不是一贯如此的。至少表面上并不是一贯如此。“艺术影片”和“实验影片”的幻景在几十年间遮蔽了评论家的眼睛，使他们看不到金钱荒漠存在这个基本事实。但是如同摩登时代的一切幻景一样，这些幻景也已散去。荒漠的严酷特点就在于，它只容许存在少数的绿洲。然而这些绿洲确实是富有生命力的。这不是产业的追求，不是集体的狂热，而纯粹是个人的执著、生存的选择和紧张的创造活动的结果。因为，精神、道德、艺术，与金钱的荒漠不同，它们的支柱归根结底只能是（或者更确切些说，毕竟是）个人的存在，不管这个人

<sup>\*</sup> 本文转译自俄罗斯《电影学笔记》，第45辑（2000年）。俄译者为И. А. 奥西波娃。——编者

<sup>①</sup> 本刊已于1999年的第5、6两期连载《西伯利亚理发师》的电影剧本。——译者

于何种信仰——“宗教的”或“美学的”——而成为一个有生命力的、有责任感的、自由的和执著于自己选择的人。

毫无疑问,没有荒漠也就没有绿洲。不过绿洲里的时间是按另一种方式计量、按另一个方向流逝的。所以,能够到达绿洲的只能是这样的人,他们是真正富于生气的,不吝惜生命去追求永恒的,心目中仍然珍重着艺术与精神的,即使在荒漠的包围中也不会把“人为造作”同“艺术体现”、“业务技能”同“艺术灵感”混为一谈。当然,为了这种绿洲,为了这种“彼世的”艺术作品,人们需要经历一番拚搏:观众为了享受这种绿洲的欢乐——从荒漠的角度来说一文不值的——也必须经受一番自我认知和反思的折磨。绿洲的激情是一回事,荒漠的激情是另一回事。艺术与商业的旨趣是完全不同的,尽管我们无法否认,金钱也有它自己的激情。那就各取所好吧,有人喜欢绿洲,有人喜欢荒漠好了。不过,归根到底,一个老老实实的消费者难道不应该指望掏了自己的腰包能够看到最好的、最完美的、最有价值的电影吗?试问,如果不是为了获得愉悦,如果不是为了把自己因奔波劳碌或闲极无聊而涨痛的脑袋暂时埋进一小堆沙子,那么千百万在业的和失业的人们干吗要进电影院或者不停地按动电视遥控器呢?荒漠的世界里没有了沙子就是没有了空气。

### 意识形态与人工美化

尼基塔·米哈尔科夫的《西伯利亚理发师》是一部“沙子影片”。其中每个沙砾都是按照市场需求精确打磨出来的。它不是艺术作品,也不是思想产物,不管导演和评论家们怎么说。从精神文化的角度对它做出评价是不可能的,从意识形态的角度来看只不过是一个无伤大雅的神话,而从商业角度来看倒确实是一个值得认真看待的现象。它提供了一种模式和样板,一种迄今不曾存在的俄国商业片的模式和样板。使人觉得,仿佛苏联电影(包括米哈尔科夫自己以前的影片)从来就没有存在过,仿佛俄国商业电影是从1917年革命而中断的地方一直延续下来——当然,如今已经是有声的和彩色的了。和当年默片时代那些吃电影饭的人在克里米亚拍摄《爱情的奴隶》时一样,完全是同样的手段,同样的手法,同样的目的。

硬要给《西伯利亚理发师》加上什么意识形态的含义,这就好比要从例如《兰波》(又译《心之全蚀》)这样的影片里找出意识形态含义一样:商业电影的类型模式本来就不适合于建构什么意识形态,而只适合于缓解和麻痹大众在意识形态垮塌后产生的失落感。70年代的美国因越南战争的失败,90年代的俄国因冷战中的失败和庞大帝国的解体,都产生过这种失落感。意识形态成分只不过是保

证影片广受欢迎的宣传推销的一部分,它们在影片中的作用不是为了意识形态,而是为了人工美化。我们不要忘记,市场化的大众文化,实质上是唯美的和美化的文化;就连政治也可以加以美化。沙皇专制在影片中被表现得可爱动人,当然不是在意识形态的含义上,而是在唯美的含义上,因为它毕竟是那么漂亮!不必让它变为生活现实,只让我们久久地、眼含热泪地欣赏一阵,就足够了。这仿佛是一次梦境。亚历山大三世之所以出现在这个神话里,并不是因为他是使俄国维持和平、秩序和繁荣的最后一个沙皇(或者说,并不是因为他是一个最反动、最狭隘的沙皇,是实行特务统治和残酷镇压的沙皇,如果没有他,说不定俄国也许能够沿着改革之路发展下去,从而避免1917年的动乱)。他之所以出现在影片中,纯粹是因为他很漂亮:近两米高的魁梧身材,一头卷发,一部美髯(尼基塔·米哈尔科夫的先辈,画家瓦西里·苏里科夫<sup>①</sup>说过,他是俄罗斯民族的真正代表,尽管我们知道,在这位沙皇的血管里恰恰没有多少俄罗斯的血脉)。当时的人们把他看作俄罗斯勇士,保罗·特鲁别茨科伊<sup>②</sup>那座名声不佳的雕像也正是把他塑造成这个样子,诚然,带着一点怪诞的色彩。当时甚至流行过一段顺口溜:“当街摆了个柜子,柜上站着个怪物,身上驮着个废物。”简而言之,《西伯利亚理发师》赞美沙皇或君主专利的理由不是宗教的、道德的或政治的,而是唯美的。他之所以需要,是因为他美。至于是威严的美或是慈祥的美,那就无关紧要了。顺便指出,《西伯利亚理发师》这一大众文化的典型模式可以追溯到世纪初的俄国分离派<sup>③</sup>,在文化史上的那一时期,市场上抛出了一种风格化的、异国情调的俄罗斯形象,连起源于日本的套娃娃也成了大众文化里代表俄罗斯的独特标志。就这种意义而言,《西伯利亚理发师》就是这个世纪之交的一个套娃娃。它在市场上推出一个新商品——俄罗斯,并竭力招徕买主。所以从这个角度——不是从政治的或意识形态的角度——来说,它的上市可以说恰逢其时。正像人们常说的,如果没有它,也得想法弄出一个来。

况且,当意识形态本身也只有变成商品,把自己乔装打扮一番,才能多少发挥那么一点作用的情况下,一部商业片又能有什么意识形态的作用呢?的确,如果不是凭借大众文化的手段,花费大量的金钱和艺术想像力,怎么能在短短三个

① 瓦西里·苏里科夫(Василий Иванович Суриков, 1848—1916),俄国画家,巡回展览派画家,最著名的作品有《女贵族莫洛佐娃》、《禁卫军临刑的早晨》、《缅希科夫在别廖佐沃》等。——译者

② 保罗·特鲁别茨科伊(Павел[Паоло]Петрович Трубецкой, 1866—1938),俄国雕塑家,印象主义代表人物。作品有《骑马的列夫·托尔斯泰》(1900),圣彼得堡的亚历山大三世骑马雕像(1909)。——译者

③ 分离派,19世纪末出现于德国的一些美术团体,反对学院派的常规,推崇现代派,涉及绘画、工艺美术和摄影艺术,在俄国和欧美也有类似团体出现。——译者

月中把一个政治上的“零蛋”变成在俄国杜马选举中大获全胜的“熊”党呢?“熊”的力量不是来自政治,而是来自唯美,所以也只能存活到它能打动观众之时为止,即选举前。这个在杜马选举中获胜的作秀党党歌的叠句部分就最好不过地说明了意识形态在今天价值几何:“我不是棕熊,我不是白熊,我驱除妖魔,守护森林。我不是右派熊,我不是左派熊,我是全人类的熊。”如果以为大众文化可以用新的民族思想填补意识形态的真空,那就未免太天真了。它顶多只能借助唯美的办法来支撑现有的体制或未来的政权,只能用唯美的办法,而不是思想或道德,去打动选民。好在今天的选民投票完全是“跟着感觉走”,而决不动脑子的。

### 电影的机械钢琴练习曲<sup>①</sup>

《西伯利亚理发师》完美得就像一架机器。片名本身就一发中的。这个片名的外壳完全包罗了它的内容。不过在这类影片中,除了这种每发必中的噱头之外也就无须再去寻找什么别的东西。我们找不到一点差错,一点失误,一点疏漏,一点含糊。无论哪一个手法、噱头、演员、地点、表情、手势,全都直射靶心:“啪”,“啪”!内行的导演就是一个神枪手,每发都是十环;而且他树的靶子上面除了十环也没有别的。他的一切都是有十足把握的。他深知,欠缺一点,观众就不会答应。观众要的就是百发百中。而《西伯利亚理发师》就是这样。

这个片名可以看作是一种自嘲。按照美国人的设计、在俄国土地上造出的这件机械怪物,不但是片名,也代表了这部影片的作用机制:键盘(即感染手段),牢牢掌握在高明导演的手里,乐器,就是观众自己,是他们的眼睛和耳膜。这一场机械钢琴表演,使观众彻底超脱了他们习惯的生活环境。这也就是这部影片空前卖座的秘密所在。

理发师的主题在片中起着多方面的效果。这个名称既使我们联想到博马舍、罗西尼笔下的那个费加罗(也就是士官生托尔斯泰在毕业晚会上扮演的那个角色),也是指那个古怪的伐木机器(那个冒牌的美国发明家以并不高明的幽默给它取了这么一个名字,正如另一个发明家,美国化了的俄国人尼基塔·米哈尔科夫的幽默也是同样不高明的),最后还暗示了主人公的命运——在故事结尾他真的成了一个西伯利亚的理发师。两个理发师——士官生托尔斯泰和那架美国机器——的命运都掌握在一个美国女郎的手里:士官生想要得到她的爱情,发明家想要得到她的钱,当然,钱不是她的,但她能施展自己的青春魅力通过年迈的将军去搞到钱(为拍摄这部巨片去搞来4500万美元的情况大概也跟为制造伐木

<sup>①</sup> 这个小标题是对米哈尔科夫的成名作《一首未完成的机械钢琴曲》(1977)的调侃。——译者

机器搞钱的情况差不多。只是我们不清楚,在今天的莫斯科是谁充当了那个“老将军”的角色)。

接近影片结尾时,片名的文字游戏渐渐解开了:这时这已经不仅仅是说那架在西伯利亚原始密林里横冲直撞的美国机器了。顺便说一句,这个怪物,以及发明这个怪物的那个疯子,简直就像是《绿野仙踪》里走出来的,它也和亚历山大三世、西伯利亚或者俄罗斯一样,成了一个神话角色。因为《西伯利亚理发师》就是一部神话片,一个意识形态的幻术神话,一出奥匈帝国兼美国式的轻歌剧。影片结尾又出现了另一个“西伯利亚理发师”,他不是别人,正是那个因醋意大发而拿琴弓抽打了老将军的前士官生。如今在西伯利亚服苦役期满,已经在这里落了户(唉,这些俄国人!这些无可救药的俄国人!),他的个人命运也反映了伟大的俄罗斯的命运:俄罗斯就是这样一个民族,连塞维利亚的理发师也能被变成俄罗斯的理发师。

在凄惨的结尾中,一对过去的恋人——俄罗斯和美利坚——意识到他们注定不能结合。风韵犹存的美利坚,置身于充满田园情调的俄罗斯农舍中,徘徊于酸白菜和腌蘑菇的罐子之间,她突然意识到,不能再同这个不幸的、发了疯的俄罗斯相见。随后,那个饱经磨难的、略显憔悴的俄罗斯也依顺了命运的安排:眼巴巴地望着远去的美利坚,清醒地意识到,要去追回她是不可能的,也是没有意义的。他把目光收回到西伯利亚的土地上,哀叹一声,点着了自卷的烟卷。此时,两个主人公(更不必说观众这个“替古人流泪的第三方”)都已经明白,这是命运的安排。命运之神就是这样决定的(顺便说一句,这位命运女神为这部影片担当了特别重要的角色,有传说说,因为她的参与,她捞到了一个大价钱)。务实的和乐天的美利坚(诚然还有些粗俗,就像说到莫扎特的那场戏里所表现的),和想入非非的、满腹忧伤的俄罗斯(但也颇有些贵族气派,就像那个世外桃源般的军校环境所显示的),这两个充满青春活力的巨人,尽管相互倾慕已极,却不可能结合。不过不要紧!命运女神对此也早有关注。我们已经看到了未来,“它”正戴着击剑面罩向我们跑来。这是他们的爱情结晶,一个年轻的军校学员,他正在心地善良的高个子美军军曹的率领下进行军事操练。这个小伙子与他那些同学不同的是,对于莫扎特,他一点点(更确切些说是一个音符)都不肯含糊。这个听母亲在来信中讲述这段故事的小伙子,既像美国牛仔那样坚强倔犟,又有一颗和那个俄国士官生一样的心灵。在他身上结合了心灵与理性的两大文明:俄罗斯父亲和美利坚母亲的文化基因、西伯利亚旷野的宁静和伐木机器的喧嚣、疯狂心灵的诗歌和冷静理性的散文,融合到了一起。唉,若是真的,该有多好!

但是归根到底,我们甚至弄不清楚,究竟谁更疯狂:是那些发明这个“西伯利

亚理发师”的美国人,还是那些因为痴迷于歌剧而忘乎所以的俄国人?因为他们都是一些长不大的孩子。至少米哈尔科夫是这样表现的。他是这样说的。他之所以这样说,是因为人们想听的正是这个。要知道,他从来都是说人们想听的话。原先也是这样,只不过人们没有察觉。他从不说自己的话,他没有也不会有自己的话。这并不是一个缺点,而是一种性格特征。表演天赋的本性就是如此。这就是狄德罗说过的演员的悖论。米哈尔科夫从来不是一个了不起的导演,然而他却始终是一个了不起的演员。他的导演术——不管是好是坏——就是演戏。影片就是他的角色。除了装扮成角色,他就不能以别的方式存在。所以他在现实生活中的每一步,他的一言一行也都像是在做戏,不管他在每一具体时刻扮演的是什么角色:是慈爱的父亲,称职的丈夫,让女人动心的美男子,电影家协会的主席,暴发的新贵,世袭的贵族,或是王位继承人。

### 巨片的出笼

耗资 4500 万美元、集中了一大批俄国和美国大明星的《西伯利亚理发师》无疑是一部巨片。在后苏联时代的俄国电影中从未有过,在可预见的将来恐怕也不会有。影片的首映式是一年多以前,1999 年 2 月 20 号在克里姆林宫大会堂举行的,那里从 70 年代以来从没放过电影。大制作,大炒作,当然要有盛大的首映式。有史以来“最俄国味”的电影的首映式,场面豪华,气势宏大。克里姆林宫的夜空燃放了焰火,亮起了《西伯利亚理发师》的字样。322 平方米的巨型银幕是为放映该片专门在伦敦定制的。确保还音完美无瑕的杜比环绕声系统是由一家德国公司提供的。4500 个座位的大厅里,有俄国政府的全体高官和各国驻俄使节出席捧场。前厅里特意布置了亚历山大三世时代的文献展览,还有一支军乐队奏乐助兴。市内的商店里,在首映前夕摆出了“西伯利亚理发师”牌的伏特加。俄国伏特加配俄国影片!

首映的日期和地点,当然都不是偶然的。行家手中是不会出现什么偶然性的。早在古罗马时代,人们就把偶然性叫做愚人的女神。更何况是今人!何况是大众媒体的大亨们。在大斋节前夕的最后一个礼拜六,在沙皇统治的旧地克里姆林宫,借着《西伯利亚理发师》首映的机会,让百姓和当局聚集一堂,这当然不是什么偶然,而是行家的精心安排。确实,米哈尔科夫把沙皇的箴言“君主专政,博爱众生,崇奉正教”成功地翻译成了溶化于大众文化中的政治语言。把一个意识形态的口号变成了市场上的广告词,借以推销商品,当然就是影片。尽管不真实,却很漂亮。而且,正因为不真实,才益发漂亮。这就是热门货的道理。政治上也是一样。

精心炮制的“沙子影片”的寿命也就是它在市场上运作的时间,从资金投入  
到票房回收。它的存在就是为了运作,在运作中造成某种效应,有了这种效应,  
才能赢利。所以它的运作精确得像一架机器。《西伯利亚理发师》带动了一度垮  
塌的俄罗斯神话,用大众文化的手段使它重新活跃起来。不这样做也是不可能  
的。古老美好的俄罗斯,只有以大众文化的神话的形态,也就是说,不是作为意  
识形态,而是作为一种唯美的对象,才能打动俄罗斯人的想像和感情。只有以这  
种形态并在这个时间里,即这个大众文化的神话顺利运作的时间里,它才能起作  
用。就这种意义而言,尼基塔·米哈尔科夫不愧是俄国的斯皮尔伯格,只是还不  
太清楚,他的才能在什么领域里,在政治上还是电影上,得到了最充分的发挥。

俄国报刊把《西伯利亚理发师》誉为“片王”,就像“炮王”或“钟王”那样。不  
过这个“王”也跟它的剧作和思想内容有关:演的就是沙皇,演的就是专制君主,  
演的就是俄罗斯,换句话说,这是对所有喜欢拿俄罗斯作秀的人都适合的一个神  
话。拿沙皇做戏在俄罗斯早有传统,当然今天这不是在政治上,而是大众文化的一  
部分,不过,大众媒体,普通百姓,执政当局,人人都喜欢扮演一下这个角色(例  
子俯拾即是,叶利钦不就串演了一回“沙皇鲍利斯”<sup>①</sup>)的角色吗)。政治的与艺  
术的虚拟世界,在这里融合成为一体,虽然不完全像斯大林时代那样。(首映式  
后的宴会上,人们为总统的健康举杯,同时高奏格林卡的作品《为沙皇而生》中的  
乐曲《荣耀啊!》<sup>②</sup>。)

正如伐木机器“西伯利亚理发师”在森林中攫取木材那样,米哈尔科夫的“商  
业理发师”也是在那里攫取、攫取,攫取观众的喜爱,攫取金钱,攫取各种奖项,攫  
取政治声望——总之是他所能碰到的一切。只要这架机器还没停止,油料还没  
烧完,或者说消费者还没感到厌烦,那么他就会继续攫取下去。在俄国,美国方  
式的含义可比一般的美国方式宽泛得多:米哈尔科夫既要表现出自己是市场运  
作的行家,又要充当国事活动的精明官员,既要迎合消费者的需要,又要满足当  
局的期望。所以他就造出了这样一件机器般的影片,借助大众文化的手段,美化  
政治,达到国家与人民在市场上的统一。片中有一句台词:“他是个俄国人,这就  
很能说明问题了。”这句话就足以说明一切。像任何一个口号一样,这句话近乎  
一种调侃。然而却能让我们从另一侧面来看待事物。做一个俄国人,在漫长的  
历史上曾有过多种不同含义:这是一种命运,一种使命,是复活和苦难的历程,是

① 指普希金原作、穆索尔斯基作曲的歌剧《鲍利斯·戈都诺夫》。——译者

② 即格林卡歌剧《伊万·苏萨宁》的终场乐曲,当时是俄国的代国歌,2000年底由普京下令废止,仍  
采用原苏联国歌曲调,另填新词。——译者

战争与和平,是罪与罚。而现在这个概念所包含的含义却是前所未有的:做一个俄国人就是漂亮。其所以漂亮,就是因为这很“疯狂”,这很出人意料,这很神秘,又很遥远。俄国、俄国的题材,在西方——在西方人的眼里——始终正是以这种形态呈现在市场上的(并非偶然的是,尼基塔·米哈尔科夫在文学方面的好兄弟维克多·叶罗费耶夫在世界市场上抛出了一本后现代主义的作品,题名就叫《俄罗斯美人儿》)。与以前不同的是,现在俄国人自己也开始从旁边观看自己,仿佛是用别人的——西方人的眼光观看自己,并因看到自己变得遥远、异样且带着异国情调而感到快乐。没有办法,现实如此,或者说现实里只剩下了这点,你也只有认可了。别人的东西看起来总是漂亮的。

在《西伯利亚理发师》里,美国大众影片的那种潇洒和明快确实冲淡了早先史诗式的苏联大众影片的枯燥和单调,结果就弄成了这么一种“新型俄国影片”。米哈尔科夫通过这部影片创造了一个商业电影的样板,它既是本国的又是全球的。也可以说,他既把本国的东西全球化,也把全球的东西本国化了,(民族形式的大众文化根本就不存在!)因为在今天,要推销俄罗斯,即便是在俄罗斯国内,也只有用美国化了的形态装扮起来,才是可能的。从这个角度来说,“沙子影片”《西伯利亚理发师》可以定位为遵国家之命的大众文化巨片《攻克柏林》与遵市场之命的大众文化名片《日瓦戈医生》的杂交种,也就是在金钱与媒体的催化下,拜占廷与美利坚的结合。不过这里绝对没有欧洲文化(当然俄国本身也包括在内)的参与。

### 韩国影片销往好莱坞

由著名影星车承元主演的影片《金奉斗老师》未及在本国上演便在不久前的北美最大电影交易会 AFMA 上与好莱坞著名公司米兰麦克斯签订了北美地区的发行合同。此前《我的黑道老婆》和《家族荣耀》等片虽然曾与好莱坞的公司签约发行,但均在影片在国内走红之后。《金奉斗老师》未拍竣之前就签约发行,在韩国电影史上尚属首次。

(榕 编)