

浅谈印度印地语电影服装设计的嬗变

文/金虎(编译)

摘要:服装设计直到近来一直是印度电影业所忽视的一个方面。本文试图介绍印度印地语电影中的服装设计的发展情况。早期印地语电影中的服装是一个薄弱环节,主要是因为电影业实力有限,管理体制欠合理,从业人员不专业。这一时期电影服装设计的美学追求和评判尺度是真实与美观。随着印度经济的发展、服装设计师的涌入和西方先进理念的传入,印地语电影的服装艺术逐步提升,设计师的地位日益提高,管理体制得到优化,在追求真实美观的同时呈现出商品化的倾向。

关键词:印地语电影;服装;服装设计师

就影片产量与观众人数而言,印度电影业是世界上最为庞大的电影业,同时也是世界上历史最为悠久的影业之一。位于孟买的宝莱坞在印度的地位相当于好莱坞在美国的地位,在实力与影响上都当执印度影业之牛耳,在世界上也具有相当广泛的辐射力。这篇文章将简要地介绍印度电影业中为人所忽视的一个方面——印地语电影服装设计的发展状况,特别是服装设计的组织形态与美学策略的嬗变。

1 殖民时代及独立之初的电影服装设计

服装作为电影一个重要的有机组成部分,在印度电影诞生之日的殖民统治时代便随之产生。这个时期,印度电影中的服装设计处于萌芽起步阶段,艺术成就普遍不高,主要表现在以下几个方面。第一,服装设计还没有真正提到电影制作的议事日程。第二,服装粗制滥造,质量低劣。第三,服装过于花哨,不够真实。第四,服装在塑造人物形象、营造环境气氛和传达剧情信息等方面作为有限。造成这种局面的原因是多种多样的。首先,印度电影业受到了英国殖民统治者的残酷压制,无论是在政策上还是在经济技术上都严重地受制于人。第二,由于在殖民统治下,印度电影公司普遍实力偏弱,无暇顾及电影的服装问题。第三,当时的电影人对服装问题重视不够,服装人员综合素质和专业技能普遍偏低。许多电影公司没有专门的服装部门,而是通常临时将其交由后勤部门负责。尽管如此,印度电影服装人在极其恶劣的条件下艰苦奋斗,展开探索,还是取得了一定的成就。第一,初步确立了电影服装真实美观的美学标准和追求,尽管这种标准和追求常常难以实现或相互抵牾。这

个时期的印度电影人已经认识到,电影服装首先必须真实,这样才能有效地营造戏剧情境,真实地塑造人物形象,引导观众相信影片故事,从而入戏。同时,电影服装应该美丽,体现一种艺术追求,予人以视觉的愉悦。第二,初步建立了简易松散的服装组织形式,确立了服装人的职位。巴布罗·潘特(Babul uob Phalke)执导的《塞兰特里》(1919)、《雄狮之城》(1919)和《抗暴君记》(1920)等影片艺术成就较高,情节惊险,场景豪华,服饰艳丽,获得了极大的成功。潘特影片中的服装可以说代表着当时印度电影服装制作的较高水准。^[1]

上世纪四十年代末至六十年代末,随着印度独立,印度电影迎来了其发展的黄金时期,作为印度第一大民族语言的印地语电影也进入了其发展的繁荣时期。这个时期印地语电影主要有两大潮流,一个是以爱情和歌舞为主的商业电影,一个是反映社会问题的新写实电影,其中成就较高的是后者。这个时期的电影服装设计继承和发展了殖民时代真实美观的艺术追求和评判标准,并将其推向了极致。在新写实电影中,如《流浪者》(1951)、《两亩地》(1953)等等影片的服装负责人直接从印度现实生活中选取普通人的真实着装,惟妙惟肖地刻画了印度贫民的悲惨境况,真实地反映了印度社会的贫困、剥削、政治事件和阶级斗争,直接拉近了同观众的距离,引起了广大观众的深切共鸣,受到了他们的普遍欢迎。而大多数商业影片的服装虽然在制作品质上较殖民时代有了较大的提高,但基本上乏善可陈,华丽庸俗,老套陈旧,缺少生活感和真实感。当然,也有少数商业大片如《莫卧儿大帝》(1953)和《泰姬玛哈》

(1962)的服装设计与制作精美考究,严谨细致,颇值得称道。这些服装从某种意义上象征了印度的古老文明,对于塑造印度历史上的风流人物、讴歌印度璀璨的历史文化发挥了重要的作用。

过去许多的印度学者和评论者一般都十分强调服装的真实性,并对这个时期印度电影进行了猛烈的抨击。他们认为,电影中的服装一直是印度电影业中的薄弱环节,也一直是被忽视的方面。尽管人们对其服装冷嘲热讽,电影界却没有引起重视,并采取措施予以改进。印度电影的服装缺乏一般的常识,不同民族、不同时代和不同风格的服饰常常被滥用,超离想像,缺乏趣味,让人抓狂。在好莱坞中,魅力女皇是通过能添加其魅力的特制服装和发型来逐渐打造成适合其自身的美丽形象;而宝莱坞的电影演员穿的是任何当下流行的衣服,是否合适、是否符合剧本的要求都是最不重要的考虑。这种缺乏水准、想像荒诞的服装严重破坏了电影的真实性。^[2]

这种局面固然与当时印度电影业的综合实力有相当的关系,但更主要的原因在于印度电影业对服装设计的忽视,不尽合理的管理体制和素质低下的从业人员。虽然这个时期的电影服装管理体制较殖民时代有较大完善和进步,但基本模式仍未发生根本变化。印地语电影中的服装设计与制作是一个支离破碎的过程,因为印地语电影相较于好莱坞电影是在一种异质的模式下生产的。服装设计与制作是同电影的其他元素同时展开的。专门的电影服装设计师很少,通常影星们为自己的影片都雇有个人的设计师,也有舞衣设计师。

印地语电影的服装制作嵌套于一种独立裁缝、男性服装店、设计师和戏剧供应店所组成的社会世界中。介于拍摄现场和服装来源之间的工作人员称为服装人,他们负责电影的服装。从历史上看,电影现成的套装主要来源于服装供应店,它们有自己的制衣人员,手头上有大量的衣物可供租用,如军装、古装和舞衣。服装人的主要职责是在整个拍摄过程中负责服装,保证衣物安全、干净和完好,在拍摄过程中随时可用。他们还负责从各个地方如服装供应店、浣衣工、珠宝匠和裁缝那里将衣物和材料运输至拍摄现场。服装人都是男性,他们按照合同工作,通常一次负责4至5部影片的服装。这能确保他们有正常稳定的经济来源,并扩大业务往来。服装人这一行业的招聘也不是通过组织如人事部门或中介机构进行的,而是通过家庭关系和熟人。

他们接受的训练更像一种“情境学习”,这是非正式工作的一个重要特征,因为他们要从一场戏赶到另一场戏进行现场实践学习。从一部电影开拍到结束,服装人都身临拍摄现场,照看、清洗、缝补和保管衣物,为每天的每场戏做好充分的准备。他们通常都是说非英语的阶层,不像那些电影精英现在更喜欢把英语作为拍摄现场的交际语。在印地语商业电影中,服装部中传统上没有‘服装管理者’(组织购买服装管理服装人员)和‘服装提供者’(将服装送至片场)的划分,也没有别的职责分工。一般只有一个主要的服装人和两个助手,另外再就是按日结算工资的服装人,主要是负责群众和舞蹈的场景。服装人同设计师没有一种长期固定的工作关系,他们只负责把设计师设计制作的衣物直接送到拍摄现场。

2 七十年代以来电影服装设计的倾向

七十年代以来,随着印度经济的迅速发展,印度电影的服装设计也发生了重大的变化。电影界对服装设计的重要性有了新的认识,许多电影公司成立了专门的服装部门,电影服装设计师的地位日益提高。这主要有以下几个原因。首先,随着印度经济的发展,印度电影业实力迅速增强,以往无暇无力顾及的电影服装逐渐受到应有的重视。第二,政府大力扶持电影产业发展,鼓励以电影产业为龙头带动包括服装业在内的相关产业的共同发展。^[3]第三,在同国外电影的交流中,西方电影的先进服装管理体制和成熟的设计实践深深地震动了印度的电影界,改革印度的电影服装体制成为大家的共同心声和实际行动。^[4]最后,这也是印度电影服装设计师们以自己的优秀成果共同努力争取的结果。现在,导演不会在事先没有准备的情况下派服装人去独立裁缝、男性服装店、设计师和戏剧供应店那里取衣服,而是选择雇佣专门的服装设计师。

活跃于上世纪五十年代到九十年代初的老一辈设计师很多来自老一辈的中产阶级。他们说英语,接受了较好的人文艺术教育,深受独立后的印度独特身份思想的影响,这种独特身份植根于自力更生和独特的艺术传统中。随着社会的发展和教育的普及,越来越多的电影服装设计师不仅仅是富有创意的服装艺术家,而且成为服装方面的史学家。他们一般都系统学习了古今服装知识,有一定的艺术文化修养,有相当的造型能力,掌握一定的服装剪裁和制作技能,能达到影片所要追求的艺术效果。其中一位著名的服装设计师是巴努·

阿塔伊亚(Bhanu R. Athaiya)。1953年,她开始了自己充满传奇的服装设计生涯,在接下来的56年里,她设计的优秀服装作品规定了印地语电影的服装设计的美学风格。她因其在理查德·阿滕伯勒(Richard Attenborough)导演的《圣雄甘地》(1982)中的服装设计而成为第一个获得奥斯卡奖的印度人。近来的一些知名印度影片的服装如《圣女勇士》(2005)、《故土》(2004)和《印度往事》(2001)都由她操刀设计。她一生还获得过许多重要的服装设计大奖,并出版了服装设计方面的专著。

宝莱坞当代服装设计师是年轻一代的中产阶级,他们说英语,享受着安逸的西方式生活,接受过有关经济或商业的大学毕业教育,不少人还有海外游学的经历,思想上倾向于新自由主义所带来的经济和社会变革。他们有男有女,年龄基本上都在40岁以下。近来的服装人员中,还有为服装设计师工作的服装助理,拍摄团队中承担服装职责的助理导演。负责服装工作的服装助理和助理导演多为女性,中产阶级,受过良好的教育,年龄在30岁以下。今天的服装设计师通常同时活跃于时装业和电影业,呈现出两个行业相互交叠的总趋势。设计师像罗基(Rocky S.)和法德尼斯(Vikram Phadnis)有自己的店面,玛尔何勒(Manish Malhotra)在同希特设计工作室(Sheetal Design Studio)联合的基础上在孟买的数家著名商店里出售自己的品牌。卢拉(Neeta Lulla)是一个多产的电影服装设计师,同时也为很多名人设计制作服装;而辛格(Anna Singh)具有更长时间的电影服装设计的经历,在过去的15年里设计了无数的时装。

当代的服装设计师都认为有必要对现存电影服装制度进行改革。他们主张每部电影都应该设立专门的服装设计师,明确界定服装管理者在每部电影每场戏中的职责。主要的解决方案指向了片场助理导演们,特别是负责服装工作的助理导演。也可能出现这样的紧急情况,服装设计师有事不能出现在拍摄现场,他派其助理代表他处理相关事宜。服装设计师们的要求正在今天宝莱坞中逐步实现。同时,他们还学习西方特别是美国电影的制度方法,设立第一助理、第二助理等职务。服装工作也往往由最低级别的助理承担。这些助理导演还引进了更加形式化专业化的组织工具。他们会根据电影分镜头记录服装的变换,直接同设计师进行讨论。导演和制片人要求设立专门的服装部,特别是在大制作的影片中,因为这样他们就不需要事必躬亲分

散精力。印地语电影服装设计与制作在保留印度电影优良传统的同时,充分学习和借鉴了西方电影的理念和实践方式。

近年来,宝莱坞不少电影中的服装设计出现了一种“商品消费”的倾向,如《有时欢乐有时悲伤》(2001)、《班迪与巴卜莉》(2005)、《幻影车神2》(2006)和《阿克巴大帝》(2008)等。这些影片中的服装从很大程度上引领了印度的服装潮流和消费趋势,推动了服装相关行业的发展,甚至在世界上都产生了较大的影响。电影制片商、广告商、服装生产商和销售商等由于共同的利益而日益联合起来,试图在商品经济中充分开发服装的经济潜力。而在这个过程中,他们必须感谢服装设计师日益重要的作用,因为服装设计师是随着商品经济的发展而崛起的。电影界和服装界已形成普遍共识,电影服装除了能帮助影片塑造人物形象、传达故事信息和营造情境气氛外,在社会经济方面也有相当大的或直接或间接的影响力,可以引领服装潮流和流行趋势,推动服装相关行业的发展,提高观众的审美趣味和欣赏水平。^[5]

3 结语

今天,印度印地语电影服装设计的组织形态在自己固有的基础上汲取了西方电影服装体制的先进理念。电影服装设计的美学追求也更为多元,除了传统的真实美观的标准外出现了服装商品消费的新趋向,使用名牌产品来包装影片和人物,同时又以影片和明星来宣传服装,从而形成了一种良性互动。关于真实、美观、商品以及明星之间的关系显然还有待于进一步的讨论,愿拙文能抛砖引玉,就有道而正焉。

参考文献:

- [1][印]菲罗兹·伦汞瓦拉.印度电影史[M].孙琬译.北京:中国电影出版社,1985:78.
- [2]Kobita Sarkar. Indian Cinema Today [M].New Delhi: Sterling Publisher Pvt. Ltd, 1975: 113—121.
- [3] Rachel Dwyer. Bombay Ishtyle[C]. Fashion Cultures. New York: Routledge, 2000.
- [4] Clare Wilkinson-Weber. The Dressman's Line: Transforming the Work of Costumers in Popular Hindi Film[J]. Anthropological Quarterly, 2006, 79(5).
- [5] Clare M Wilkinson-Weber. From Commodity to Costume: Productive Consumption in the Making of Bollywood Film Looks[C]. Journal of Material Culture, 2010, 15(1).

(收稿日期:2012年4月25日)