

[英] 吉尔·布兰斯顿 (Gill Branston) 著
闻 钧 韩金鹏 译



电影与文化的现代性

Cinema and Cultural Modernity

培文·媒介与文化译丛

电影与文化的现代性

Cinema and Cultural Modernity

[英] 吉尔·布兰斯顿 (Gill Branston) 著

闻钧 韩金鹏 译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

北京市版权局著作权合同登记 图字: 01-2006-1559 号

图书在版编目(CIP)数据

电影与文化的现代性 / (英) 布兰斯顿 (Branston, G.) 著; 闻钧, 韩金鹏译.

—北京: 北京大学出版社, 2012.6

(培文·媒介与文化译丛)

ISBN 978-7-301-20758-1

I. ①电… II. ①布… ②闻… ③韩… III. ①电影文化—文化研究 IV. ①J90

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 120536 号

Gill Branston

Cinema and Cultural Modernity

ISBN: 0-335-20076-1

Copyright © Gill Branston, 2000

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and Peking University Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SARs and Taiwan.

Copyright © 2012 by McGraw-Hill Education (Asia), a division of the Singapore Branch of The McGraw-Hill Companies, Inc. and Peking University Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司和北京大学出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾)销售。

版权 © 2012 由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司与北京大学出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

书 名: 电影与文化的现代性

著作责任者: [英] 吉尔·布兰斯顿 著 闻钧 韩金鹏 译

责任编辑: 黄敏劼

标准书号: ISBN 978-7-301-20758-1/G·3428

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子信箱: pw@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672

编辑部 62750112 出版部 62754962

印 刷 者: 三河市欣欣印刷有限公司

经 销 者: 新华书店

890 毫米 × 1240 毫米 A5 8.5 印张 236 千字

2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 30.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究。举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

英文版丛书主编前言

为了开拓研究电影的新的理论途径，吉尔·布兰斯顿在《电影与文化的现代性》一书中对当今电影研究的争论中一些我们比较熟悉的基本观念进行了重新审视。她认为我们应该在文化现代性的大框架内去理解电影，而要实现这个目标，最好是仔细阐述电影的历史、体制和再现，尤其是要深入研究处于不同时间、空间、地点的电影受众。因此这种研究方法有它自己的特点：一方面它拒绝采用那些更为传统的批判模式，另一方面它对当今电影的不停变换的界限进行深入探寻。这是一本令人兴奋的著作，作者就电影“不停变化的形式”（mutating forms）提出了很多有趣的观点，同时又凸显了在研究它们时所用的非常新颖的理论框架。

媒介与文化书系（Issues in Cultural and Media Studies）尝试对当前思考和研究中关键而迫切的问题进行多样化的批评性研究。鉴于媒介和文化研究的概念议程变化太快，本书系致力于对正在进行当中的重估和评判工作做出贡献。每本书都力图以崭新的视角对某一特定话题进行生动、创新性的全面介绍。这能使读者对相关领域中最为重要的一些争论有充分的了解，同时对如何在将来的研究中使用新的研究模式有重要的认识。整体而言，本书系将以富有想象力和吸引力的独特方式，涵盖媒介和文化研究课程的核心部分。

斯图尔特·艾伦（Stuart Allan）

致 谢

感谢斯图尔特·艾伦对本书的终稿所提出的建议，感谢他在我写作过程中的给予我的耐心支持和鼓励。感谢劳伦·布兰斯顿和露西·布兰斯顿，她们在有关本书的和许多其他问题上给了我很多的灵感。感谢罗德·布鲁克斯和罗伯·西格，他们在我写作过程中给予了很大的支持，还和我进行了多次讨论。感谢开放大学出版社的罗斯·费恩和维芙·克拉克内尔，他们在获得插图版权许可方面提供了巨大的帮助。感谢罗伯·高尔文，他帮助我对好莱坞大片与生态环境方面的联系作了深入研究。感谢克莉斯汀·格莱德希尔 (Christine Gledhill)，她让我看了《重塑电影研究》(*Reinventing Film Studies*) 的部分章节的草稿。感谢瓦尔·希尔、大卫·拉斯特德、安迪·梅德赫斯特、罗伊·斯塔福德、吉莉安·斯旺森、塔娜·沃伦、罗拉·杨，与他们通电话和电子邮件给了我很多帮助。感谢特莎·珀金斯 (Tessa Perkins) 让我阅读了她的论文《为了谁(为了什么)?》(*Who [and what] is it for?*) 的草稿。感谢开放大学出版社的贾斯廷·沃恩在写作过程中提供的鼓励和耐心支持。感谢克莉斯汀·费斯和乔纳森·英格尔德比细致的文字编辑。最后要感谢我过去和现在的学生们，他们的观点和评论对我来说是不可或缺的，甚至(或尤其)是当这些观点出乎我的意料的时候。

目 录

英文版丛书主编前言	1
致 谢	2
导 言	1
电影并未死亡	2
现代性	3
好莱坞、电影研究, 以及本书	6
第一章 好莱坞的历史	12
早期电影史	14
作为文化工业的电影	23
消费文化	26
片厂制	31
古典的还是标准化的?	39
对于现代性和现代主义的思考	45
第二章 “全新”的好莱坞	51
后片厂制的历史	53
高概念和多渠道销售的过山车电影	62
全面全球化的媒体集团	72
第三章 “全球流行”的电影?	84
全球化, 文化帝国主义和电影	85
“全球化就是美国化”?	91
FX 特技和全球化叙事	98

2 电影与文化的现代性

	展示全球 / 地方的不平等	104
第四章	作者与能动性	118
	关于作者身份和电影的理论	119
	关于场面调度	124
	文化政治、能动性和作者	126
	作者品牌：希区柯克的案例	131
	集体生产和能动性	137
第五章	明星、身体与灿烂的群星	145
	制片厂历史中的明星	147
	明星与文化政治	151
	观众与影迷	159
	表演、形象、演出	162
	后片厂制时代的明星	172
第六章	电影感动观众	180
	“文本性”的局限	181
	穆尔维与视觉震撼	187
	电影精神分析	191
	认同与叙事	197
	从观者到观众	201
	“逃避”，乌托邦，影院	203
第七章	确立一种批判性的“再现政治”	213
	从再现到身份	215
	再现，刻板印象，政治	219
	各种现实主义	225
	观众	229
	再现的负担	235
	回到未来？	241
	术语表	244
	参考文献	249

导 言

有人认为电影已经完蛋了，而电影研究也已随之衰亡。即使我们把电影的概念限定为动态的、非系列的 (non-serial) 视听虚构作品，与以前相比，它的界限也已经大大扩展——包括广告、音乐录影带、数字电影和电视电影——所以“电影”研究看起来似乎已经过时了。2000年1月，美国在线 (AOL) 先与时代华纳公司 (Time-Warner)，随后与百代 (EMI) 合并，这很好地说明了那些名字已不怎么引人瞩目的美国大电影公司的命运。(人们谈起这笔交易的时候，居然说是“电视业”或“娱乐业”与“信息产业”和互联网公司的合并。) 在这样的全球控股的集团公司中，大电影公司只不过是用来为玩具、汽车、音乐、电脑游戏、时装、快餐等进行跨行业营销 (即协同增效 [synergy]) 的工具而已。

如果我们把电影定义为一种存在于胶片上的艺术形式，那么它已经是一个濒危物种了。电影现在正以各种不同的方式传播：胶片、录像带、数字形式，或者是这三者的结合——比如，电影《玩具总动员2》(*Toy Story 2*) 在拍摄中没有使用摄影机，在放映时也没有运用传统的放映机。这意味着又一个电影早期所具有的、保持了很长时间的魔力被消解了，这种魔力指的是电影作为“真实的痕迹” (‘trace’ off the real) ——无论是提供纪实性的证据或是展示明星光亮的肌肤——的地位。现在有些电影在拍摄时都不一定需要真人演员或真实的场景：数

字技术正在骄傲地展示着让先前任何电影特效都相形见绌的杰出表现能力（参见 Romney 1997）。

如果我们把电影定义为在一个既公开又私密的空间里，在大银幕上以完整的形式被观看的事物，那么我们如何看待这样一个现实呢：现在大多数电影已经不是在这样的空间中被观看了；人们在居家观影时，不停地转换频道（zapping）和其他轻松愉快、不完整的观看方式已经司空见惯。换句话说，从上面的描述中我们可以看到，随着电影公司所属的大企业集团中其他部门在商业和技术上的发展，以前电影研究（Film Studies）中主要通过文本分析来研究的电影的那些特性已经消失了。

电影并未死亡

本书要提出这样一个观点：电影远未“死亡”，虽然电影和电影影像在全球范围的传播并不均衡，但它们一直是各种高度发达的视觉消费文化的核心内容，而这对 21 世纪各种屏幕的融合（convergence of screens）起着非常关键的作用。虽然就某些文化想象的传播而言，电视还担当着更为重要的角色；虽然在媒体报道中电影已经被归到了“娱乐”的标题之下；虽然不少知名的电影经济学家都强调和微软及通用电器这样营业额惊人的大公司相比，好莱坞的规模相对来说还是比较小，但是电影所起的作用却是至关重要，不容忽视。它是大企业集团所拥有的各种先进媒体工业中的龙头。

如果说电影是第一个真正的大众传媒，那么电影研究可以被看作动态影像（moving image）媒介研究的雏形。由于篇幅的限制，本书只能集中讨论一些相关的问题。我认为，与其说电影已经消亡，还不如说它在不停地变化。不管怎样，要理解电影，最好的方法是把它所有的构成过程结合在一起进行研究，而不是像“电影研究”这个说法有时

给人的感觉那样，完全只限于文本分析。最近出版的一些非常优秀的相关著作（比如 Stam and Miller 2000）都同时收录了论述电影和电视的文章，但几乎没有评论这两者在体制和历史上所存在的差异。虽然很难理清电视和电影之间的交集关系，但我认为在讨论电影时，还是可以给它下一个定义：电影是由大多是虚构叙事的“影片”（films）构成，主要运用好莱坞片厂制时代发展起来的各种连戏、叙事和类型体系。虽然我们可以把广告和音乐录像看作微型电影，而且它们在当代好莱坞一些巨星的演艺生涯中也起过非常重要的作用，但在本书的讨论中不会涉及。限于篇幅，本书也不会讨论纪录片，但会简要地论述一些和现实主义相关的问题。

现代性

本书意在运用和联系近来电影研究和政治争论中出现的一些理论，凸显电影在更为宽泛的文化现代性的形成过程中的作用，本书认为这是一种非常有价值的理解电影的方式。人们正逐渐意识到，在用唯物主义和批判性的理论来理解媒介时，“现代性”（modernity）这个概念大有用处。虽然 1980 年代后现代主义（postmodernism）话语颇为兴盛，但不管是那种法兰克福学派式的悲观论调，或是那些鼓吹消费者力量的连珠妙语，似乎都没有能够像现代性那样为我们提供一种历史性的理解。

现代性绝非一个简单的概念或时代划分（参见 Morley 1996）。和“后现代主义”及“后现代性”这两个极其难以界定的术语一样，现代性的定义也存在许多的问题。我只能姑且把它看成一个历史分段，从 19 世纪不间断地往前追溯到 18 世纪晚期法国和美国的政治革命所最终产生的社会、经济和文化变革，再往前可以追溯到在欧洲发端的工业革命。现代性还和那些虽然互相之间存在着矛盾差异（参见 McGuigan 1999：

第二章)但被统称为“启蒙运动”(the Enlightenment)的各种思想运动的理性主义诉求密切相关。从广义上来说,正在兴起的大众传媒正是这种变革的体现。这些变革所追求的是一个民主化的未来,而不是过去封建时代的稳定和遵从。与高度强调文本和真理相对性的后现代主义相比,现代性更能产生那种追求人人平等和重新分配权力的政治理想。虽然这些理想现在被认为是由各种话语建构而成的,但是它们不会退出历史舞台;这些理想经常能够产生各种各样的身份政治(identity politics),而这各种身份政治又非常愉快地瓦解了早期的各种“宏大的”解放性政治(emancipatory politics)。也许悖论的是,这些理想正是从启蒙运动非常强调的“进步”、“生产力”和“个人主义”这样的概念中产生的,而以上概念对推动资本主义生机勃勃地发展起着至关重要的作用。现代性这个时期在性别、种族、性和阶级方面的权力结构发生了很大的变化,应该被看作属于资本主义时代。

许多人已经从很多不同的角度对启蒙运动和其政治诉求进行了有力的批判。有的论者认为启蒙思想指望历史有一定的规律,并最终有一个光明的结局,这只不过是一种“宏大叙事”(grand narrative)而已。有人批判启蒙思想是欧洲中心论。有人批评它是建立在一套很显然是以“(男)人”和他的“权利”为中心的话语之上的。有人认为启蒙思想没有意识到“理性”(Reason)话语和后来出现的科学的话语可以沦为工具或是压迫手段,没有认识到这些话语有着自己所没有意识到的欲望和目标。在此我并不想对这些批判作一一辩驳,但是我认为,尽管与现代性息息相关的一些价值观存在着种种问题,但是和那些宣称“历史已经终结”或是宣扬我们生活在“知识经济”或“虚拟经济”时代的时髦理论相比,“现代性”能让我们发现一些更令人满意的研究问题的方式。而上述那些理论差不多只是在鼓吹非理性、无意义性和消费文化,当然这种鼓吹是以一种很时髦的方式进行的,暗示着历史正以某种时髦的方式在“进步”。这难道不就是又一种并无新意的“宏大

叙事”吗？

这种争论在英国工党政府被称为“第三条道路”的政治运动中也出现过。1997年5月1日，工党大快人心地取代了老套而守旧的保守党开始执政。就如斯图尔特·霍尔（Stuart Hall）和其他人（在2000年1月伦敦的批判政治学会议上）指出的那样，由于撒切尔主义（Thatcherism）把自己展示成一种现代化的力量，为了构筑一个强有力的反对党（同时也承认撒切尔主义的某些观点有一定的价值），工党觉得有必要去模仿这种咄咄逼人的话语方式。在这个过程当中，工党不仅放弃了一些原先强调的重新分配政治权力的主张，也不再关注阶级不平等问题（一定意义上是要和老工党划清界限），而且也削弱了原有的那种历史意识，也不再强调现代性可以有多种不同的可能性。斯图尔特·霍尔认为，“撒切尔的老朋友 TINA（There Is No Alternative，‘你别无选择’的缩写）又借尸还魂了”，这在工党那套所谓全球化不可避免的资本主义逻辑上体现得尤为明显。

在1990年代末，为了把“启蒙理性”（Enlightenment rationality）所强调的“公共性”（属于男性的？）与被认为是更为私人化的（属于女性的？）让人愉悦的“消费文化”（cultures of consumption）联系起来，许多学者开始强调“消费文化”从根本上具有现代性。学者们对马克思理论中的生产领域也进行了重新构想。很多启蒙思想熏陶出来的“理性的，思想开明的个人”（意味着“男人”）可能

通过在日常经历中展示出理性和个性，从而学会了一些这样的存在方式。这些经历包括上班和在物质上构建新的家居生活，穿着打扮成一个时髦的都市人，参加那些刚刚被商业化的休闲活动。

（Slater 1997: 24）

——这种休闲活动也包括看电影。

好莱坞、电影研究，以及本书

这些似乎与电影研究风马牛不相及。但是它们开拓了一些新的理论空间，我们可以用之思考电影，研究被电影所深深吸引，并处于一个在被认为是极其公共的（传统上是夜间离家外出的活动；看电影时与很多不认识的人一起）同时又是极其私人的（漆黑一片的电影院确保你做出的反应不会被别人注意到，电影可以让你偷偷地去想象那些最为“偏离常规”的生活方式）空间中的电影观众。

1970年代有一些关于电影的争鸣，这些争鸣产生了很大的政治能量，使我第一次对电影这个领域产生了极大的兴趣。在这些争论中，很多论者坚持认为：首先我们应该去赞颂、去更好地理解像电影这样在过去备受贬损的通俗媒介。虽然这种理论主要感兴趣的是电影的形式和“语言”，但从某种意义上说，这是一种追求平等的尝试，它试图改变当时人们对“文化”的固有看法。第二个相关的举动是探寻电影与解放性政治之间可能存在的关联，很多研究者一开始是（也有人说这是灾难性的）运用当时出现的结构主义—语言学的理论来进行这种探索的。伊格尔顿（Eagleton 1983）对再后来的后结构主义持极端的批评态度：

后结构主义是1968年那种极度兴奋和幻灭，解放与放纵，狂欢与灾难相结合的产物。后结构主义者发现虽然他们无法打破国家机器的权力结构，但是他们可以去颠覆语言的结构。至少没人会因为你这么做而把你打得头破血流。

(Eagleton 1983: 142)

自那以后，电影研究已经历了很多发展和变化，我们现在很难一厢情愿地单纯运用现实主义理论、再现理论，或是政治经济决定论来研究电影问题。但是正如不少论者提出的那样，现代性的使命在这个领域

内并没有“完结”，我们需要对它进行重新思考。这种思考需要以“既从电影本身，又参照其他事物”（within and against）的方式来进行：一方面要从历史的角度，同时又要从与经济学相关的角度来分析电影在美学和形式上的魅力。我们要重新审视像“现实主义”这样的概念，这些概念由于被滥用而逐渐失去了原有价值，但是不会退出历史舞台。在本书中，我们无法对它们逐一讨论，只能从中选择一些重要的进行探讨。

限于篇幅，本书只能集中探讨好莱坞电影的历史、前景和它存在的问题，因为各位读者曾经观看过或者研究过的绝大多数电影都是产自好莱坞。有的时候好莱坞电影的想象力让人叹为观止，似乎能与观众内心深处的一些梦想产生共鸣——但有时也让人失望透顶（虽然较少有人对这个方面进行研究）。所以本书的一个重要目的是要总结好莱坞的历史，但我会避免落入几种常见的理论模式：比如说认为好莱坞之所以能在全世界获得统治性地位，是因为其与生俱来的、具有普世魅力的电影叙事本领；或是把好莱坞看作一种纯粹帝国主义势力，因它的成功而哀叹；或是把它当作意识形态装置（ideological apparatus）的一种邪恶伪装，要对它抵抗到底。不过在本书的所有章节中，我都会用到一些好莱坞主要产品（大片和“高质量的”为明星量身定做的影片）以外的或是与之角度不同的影视材料。还有，对影片制作中的观众的作用的讨论会穿插在各章之中，而不是单辟一章来介绍。

本书的前三个章节论述了在各个不同历史阶段好莱坞历史的混杂性（hybridity）和其复杂的物质过程，在这些章节中，我强调了好莱坞的现代性。要理解好莱坞，“后现代性”这样一个抽象突兀的历史分段概念并不是一种最为理想的方式，米里亚姆·汉森（Miriam Hansen）对电影所具有的类似“公共领域”的作用进行了大胆而极富思辨的思考（参见 Hansen 2000），她的理论可能是一个更好的选择。第一章“好莱坞的历史”探讨了电影从 1890 年代在欧洲创立到 1948 年左右制片

厂制度终结的这段历史。本章通过介绍“标准化”(standardization)、“古典好莱坞电影”(CHC)、“文化工业”(culture industries)这样一些影响深远的术语来剖析这个与众不同的行业。在这个章节中,我们还将讨论好莱坞电影与政府、广告、消费之间的密切联系,这在任何对好莱坞电影取得的商业成功的论述中都是不可缺少的。第一章还描述了好莱坞所采取的一些野蛮的经济手法和暴力手段,当然这与好莱坞在商业上所具有的无可置疑的吸引力形成一种强烈的对比。汉森认为这种吸引力源于好莱坞在“感官/美学”(sensuous-aesthetic)方面所采取的创新,她认为我们可以重新审视好莱坞的现代性,并把它看作一种“白话现代主义”(vernacular modernism),在这一章中我们将对这种非常大胆的想法作简略的描述和讨论。

第二章正如标题“‘全新’的好莱坞”所显示的那样,强调好莱坞在不断地进行重塑。生命力顽强的“旧元素”和新生事物并存,这在好莱坞电影中周边产品(tie-in products)的悠久历史中,在好莱坞与消费文化、广告、市场调查之间的关系当中都得到了很好的体现。同时在研究性质全新的“高概念”(high concept)或是“全球性盛事”(global event)大片时,我们需要对这种关系进行重新阐释,因为这些电影有着非常不同的运作模式,它们对电影工业的生态有着很大的影响。

第三章“‘全球流行’的电影?”试图分析跨国的全球性投资和制片对好莱坞的“银幕电影”(films on screen),对这些电影的叙事、视听、特效,对“围绕着”这些影片所展开的不同市场营销策略所产生的种种影响。其中特别包括如下问题:这种影响对全球性电影的“美国化”(American-ness)意味着什么?对全球性电影与那些民族电影从业者还有美国和其他国家的独立电影人的关系又意味着什么?对在其他民族的“本地”环境中的大片制作的全球一本地生态意味着什么?那些像《玩具总动员2》的电影和其本身的市场营销紧密连接在一起,同时又是对这种市场营销的一种自我反思(self-reflexive)。我们应该如何理解

全球观众与这种电影的关系？“流行”（popular）这个说法在多大程度上适用于在全球宣传炒作的盛事电影产品？

第四章“作者与能动性”和第五章“明星、身体与灿烂的群星”讨论的是在电影研究内外都有很高个人地位的电影工作者，即导演和明星。在这两章中，我们会探讨关于导演和明星的一些理论。关于导演的作者身份（directorial authorship）的争论一直是电影研究很重要的一部分，尤其是在1960年代电影研究开始形成的时期，那时的电影研究者急切地要让电影获得与其他艺术同等的地位。这种强调导演个人创造性的理论现在仍然大行其道（godamongdirectors网站上关于塔伦蒂诺[Tarantino]的描述就是很好的例子），当然这通常也是导演们为了确立自己的名声而做的话语工作的成果。在这一点和许多其他方面，希区柯克都是许多当代好莱坞运作手法的先驱，本章将通过一个简短的案例分析来探讨他在评论界中进行“名声管理”（reputation management）的技巧，在他自己确立这个现在已经很稳固“品牌”的过程中，这种争取合法性的话语斗争是十分重要的。本章还提出这样的观点：有些理论强调电影制作中存在着其他形式的集体性、过程和具体情景中的能动性（situated agency），这些理论依然有着很大价值。从这些理论之中，我们可以获得对电影制作策略的新认识，即电影制作是依靠谈判和协作，而不是靠个人单枪匹马的英雄主义来完成的。

接下来要讨论的是明星理论，我们将探讨在一个充满其他形式的名人和对建构性（过于）强调的数字文化中，明星们的实际在场（尤其是他/她们的身体）所处的地位和所受到的关注。本章提出，在明星研究刚确立时，文化环境与现在很不一样。在当时，强调明星在场（star presence）的建构性是一种非常有力的批评工具。但现在我们无需过多地强调这种无限的建构性，我们更应该重视明星的在场和他（她）们职业生涯中所体现出的真实能动性，因为这体现了对现实的有限性——比如地点和时间，它们对位于社会中的身体产生影响或通过这身体

起作用——的认识，以及在这些限制之中进行成功谈判的可能性。

第六章“电影感动观众”试图探讨各种用来研究电影“文本性”(testiness)的理论，还有在这些研究方式中被忽视的观影者是如何在“认同”(identify)或“逃避主义”(escapism)这样的术语中重新浮出水面的。现在很多论著在对电影进行文本研究方面堪称范例。而在本章中，我们要关注的是电影研究在历史上最有名的理论之一——“注视”(the look)理论，这其中又涉及极富争议的“电影精神分析”(cine-psychoanalysis)。从这种理论中产生了带有浓厚决定论色彩的定位(positioning)理论(很奇怪的是，这种模式也通常从后结构主义中产生)，一些论者认为这种模式表面上似乎指向一种解放政治，但实际上却阻碍了这种解放政治。而在“认同”(identification，暗含着观众很无助地“被吸入了”文本)和“逃避主义”(观众通过这些文本“让自己陷入狂喜”[bliss out]，有着积极和消极的“效果”)这两个概念上，我们可以很清晰地看到两种截然相反的对观众的看法。本章在最后提出了这样的观点：让观众体验娱乐电影(对我们来说是“文本”)的那些强有力的话语、试映或放映手法与他们感受到的愉悦或失望是密切相关的。

第七章“确立一种批判性的‘再现政治’”探讨了最近电影和文化研究中最微妙的一些发展趋势。1960和1970年代有些电影研究者热衷于文化和政治变革(当然不是所有的电影研究都是这样的，也没有必要如此)，他们非常兴奋地发现“再现”这个概念十分有价值，本章将讨论自此之后电影研究理论发生的一些变化。通过这一探讨，我们应该认识到在走向“身份政治”的过程中我们有所失，也有所得。本章的标题来自于特莎·珀金斯(Tessa Perkins)的文章，她提出应该运用1980和1990年代的一些理论成果，重新致力于“创建一种更为全面的建立在特定的社会文化背景之中的……再现的政治”(Perkins 2000: 92)。“政治”需要有共享，需要团结和决断，这意味着我们要重新审