



女性·历史·消费

当代电视剧的文化批判

李庚◎著

黑龙江大学出版社



李庚◎著

女性·历史·消费

当代电视剧的文化批判

黑龙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

女性·历史·消费：当代电视剧的文化批判 / 李庚
著. -- 哈尔滨：黑龙江大学出版社, 2011. 12
ISBN 978 - 7 - 81129 - 445 - 3

I. ①女… II. ①李… III. ①电视剧 - 研究 - 中国 -
现代 IV. ①J905.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 166528 号

书 名 女性·历史·消费：当代电视剧的文化批判
作 者 李 庚 著
出 版 人 李小娟
责 任 编 辑 安宏涛 林召霞
出 版 发 行 黑龙江大学出版社(哈尔滨市学府路 74 号 150080)
网 址 <http://www.hljupress.com>
电 子 信 箱 hljupress@163.com
电 话 (0451)86608666
经 销 新华书店
印 刷 哈尔滨市石桥印务有限公司
开 本 787 × 1092 1/16
印 张 15.75
字 数 224 千
版 次 2011 年 12 月第 1 版 2011 年 12 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978 - 7 - 81129 - 445 - 3
定 价 35.00 元

本书如有印装错误请与本社联系更换。

版权所有 侵权必究

序

李庚博士的专著《女性·历史·消费——当代电视剧的文化批判》即将付梓,这本著作是在她黑龙江大学博士后流动工作站研究工作报告的基础上修订完成的,从一定程度上讲是她多年专注的大众文化研究特别是影视文化研究的一个阶段性总结成果。李庚博士希望我能为这本即将出版的著作作序,我欣然应允。一则是由于我作为她的博士后合作导师,对本书的研究初衷和写作过程有较多了解,自己也确有一些想法和希望可谈;二则是因为出席李庚出站报告会的诸位先生均给予其学术研究很高评价,使我进一步确信本书确属有新意有价值之作,因此不揣浅陋,写下如下几点阅读感想,期望学界同人能借此而对其为文之用心有所体认,同时对本研究成果的价值和意义有更多更深的理解与思考。

大众文化作为中国当代文化建构发展的最重要推动力之一,其兴起和繁荣发展与现代化历史进程中社会生活的民主化、多元化密切关联,特别是与现代市民社会的崛起以及市场经济背景下大众媒体的发展紧密相关。随着经济全球化和文化多元化的到来,媒介尤其是大众传媒极大地影响着人们的日常生活和行为方式。媒介生产的文化产品在改变着大众生活方式的同时,更进入人们的精神领域,在某种程度上对整个社会价值理念的建构起到了不可忽视的重要作用。在西方,自20世纪四五十年代起,影视文化等大众文化现象即开始进入理论研究和学术批评的视野。在中国,20世纪80年

代以后随着社会经济、政治与文化格局的变动和转型,尤其是伴随大众媒体的快速发展和通俗文化大潮的不断涌动,影视文化作为当代中国社会备受关注的艺术生产与接受形式之一,以其对亿万受众的生活娱乐和伦理道德建设的重要影响逐渐成为理论研究的话题,以至于成为热点或焦点性的问题。

然而当我们认真检索以往诸多研究成果时不难发现,以往的电视剧研究大多停留在感性认识、现实考察和社会批判的层面上,问题意识的欠缺、价值立场的失位、创新精神的匮乏等始终困扰着研究的深入。因此,如果能够运用崭新的文化理论方法全面深入地对电视剧的本质特征及其价值取向进行理智的分析和评价,无疑对当代中国社会文化的进步和发展是大有裨益的。电视剧艺术的文化批判是一个随着当代社会文化的转型而出现的一个新问题。它不应是单纯的哪一个学科的内容,而应是一个极具包容性的研究领域。对电视剧作文化批判,势必要集哲学、美学、艺术学、社会学、文化学、传播学、符号学等多学科研究于一体,作整合性研究。因而,要想完成这样一个课题是有相当难度的。它需要宽广的学术视野和多学科的知识储备,需要从学理到实践的关联性思考,需要有别于传统的文化研究和电视剧研究的视角与方法,更需要实践一种批判性话语,需要展开深入的文化研究。李庚博士的研究工作正是在这一学术基点上、在反思和总结以往研究得失的基础上展开的。

李庚博士期间所学专业是广播电视艺术学,进入哲学博士后流动站以后,对哲学研究的浓厚兴趣和勤奋学习开阔了她的理论视野,提升了她的学术涵养。展现在我们面前的这部学术新著最突出的特点在于它能够从文化研究立场并以多学科交叉研究视角对当代电视剧进行比较系统的阐释和批判。在这一课题的研究中,李庚博士借用法兰克福学派、文化研究的经典观点和方法来分析考察当代电视剧文化现象。同时在具体的电视剧文本探讨中,将文学和电影研究中的类型理论框架引入对电视剧的文化解读,从女性主义文化、新历史主义批评和消费文化的理论视角,分别对当代中国电视剧

类型中具有焦点意义的三类电视剧,即家庭伦理题材电视剧、古代历史题材电视剧和青春偶像剧进行详尽深入的文化批判,体现了学理分析的历史意识与辩证精神的统一。尤为难能可贵的是,李庚博士的研究绝不是对大众文化景观作泛泛的现象化描述,而是始终贯穿着对电视剧艺术的批判性分析,她从电视剧文本出发,一方面深切感受到电视剧艺术作为大众文化的典型表征正在改变着我们的文化形态和生活方式,另一方面也注意到当今电视剧生产运作过程中所存在的负面问题,并对此进行严肃而非传统的文化批判和哲学思辨,这既体现了她对彰显中国当代社会精神文化价值抱有坚定的志向,更表现出她对中华民族文化发展的现状和未来存有深切的忧思与憧憬,其现实关怀的价值指向和民族本位的战略思考充分体现了中国知识分子“文章合为时而著,歌诗合为事而作”的优良传统,体现了学术所蕴涵的人文精神的价值真谛。

学术研究诚然是一种理性运思,但学术不是冰冷的逻辑推演,而应是热情洋溢的诗意流淌,在学术之中见诸个人的真性情,在学术之外期望着境界的高格和人生的担当。正是在这个意义上,我认为李庚博士所坚守的批判性的理论思考、价值评判和观念建构是一条充盈意义的通途,她在这条道路上艰辛跋涉过程中形成的这部著作也是值得肯定和赞许的。因此,我向各位学界同人推荐这部著作,同时,我更希望李庚博士以此为新的学术起点,继续深入探索影视传播以及大众文化研究领域中存在的各类前沿问题,拓展自身的学术视野,努力提高学术水平,在学术的跋涉和思想的追问中,为自己也为中国学界贡献更多的创新思想和理论成果。

是为序。

张政文

2011年7月于黑龙江大学

目录

导 论 / 1

第一章 性别话语的日常化表述 / 25

第一节 关于女性主义 / 25

一、妇女解放运动与女性主义流派 / 26

二、女性主义媒介批评 / 32

第二节 当代家庭伦理题材电视剧的文化内涵 / 40

一、当代家庭伦理题材电视剧的发展变迁 / 41

二、当代家庭伦理题材电视剧的叙事策略 / 47

第三节 镜像中的性别符号体系 / 54

一、男性的镜城 / 55

二、女性意识的表述 / 64

第四节 刻板与多元——女性形象的呈现 / 72

一、刻板化的女性形象 / 73

二、多元化的女性形象 / 79

第二章 英雄时代的追忆 / 89

第一节 新历史主义概述 / 89

一、“新历史主义批评”的内涵与影响 / 89

二、“新历史主义批评”的核心思想 / 93

第二节 历史题材电视剧的英雄叙事 / 99

一、历史题材电视剧的内涵与外延 / 101

二、英雄与英雄崇拜 / 113

三、英雄叙事的史诗化品格 / 122

第三节 英雄形象范式的构建 / 130

一、明君形象范式 / 131

二、贤臣形象范式 / 136

三、草莽形象范式 / 141

四、感伤中的英雄悲剧 / 147

第四节 英雄叙事的话语实践 / 152

一、民族国家想象的重要构成——盛世话语 / 153

二、权谋与人性的修辞——政治话语 / 158

第三章 青春叙事与偶像奇观 / 167

第一节 消费社会与消费文化 / 167

一、消费社会的到来 / 168

二、消费文化的影响 / 172	
第二节 青春偶像剧的发展变迁 / 177	
一、国内青春偶像剧的概况 / 179	
二、国内青春偶像剧的主题设置 / 185	
第三节 青春偶像的生产 / 197	
一、青春偶像的视觉呈现 / 197	
二、青春偶像剧中的欲望观赏 / 205	
第四节 青春偶像剧的日常生活审美 / 211	
一、日常生活审美化 / 213	
二、城市空间的审美表征 / 216	
参考文献 / 227	
后记 / 241	

导 论

当代社会随着媒介对社会生活越来越多的介入,大众传媒推出的文化产品极大地影响着人们日常的工作、娱乐和休闲。媒介内容不仅潜移默化地改变着大众的生活方式,而且渗透到每一个人的心灵和意识领域,甚至在某种程度上作用于整个社会价值理念的建构。在这其中,电视剧无疑是当前中国媒介文化话语场中影响最大的大众文化形态之一。

一、研究缘起与背景

(一) 电视剧作为大众文化最重要的表征之一

自从电视诞生以来,人们就被其声画兼备的传播魅力所折服,但电视不仅仅是能够远距离传送信息的电子技术设备,更以文化传播的方式构建着大众的精神空间。人们生活在这个世界上,总是试图最直接地认识周围的事物。“眼见为实”,是从古至今每一代人最朴素也是最难以企及的梦想。对于物理视野和活动范围有限的一般人来说,电视正好可以实现其面对真实世界的渴望。电视跨越时空,以真切的画面和声音,展现这个世界的历史、现在与未来,它对时间与空间的消解极大地满足着人们探寻这个世界的需要。就传播内容而言,电视生产两类文本,即“真实”文本和“虚构”文本。所谓“真实”的文本,包括如消息、专题、评论等各类电视新闻节目,还有各种题材的电视纪录片等,都是以真实客观的视角对新闻信息和历史事件进行

“报道”，属于非虚构类的电视节目；而电视剧、电视晚会、电视娱乐节目等电视文本则属于“虚构”文本，这些以电视剧为核心的艺术类节目遵循着文艺创作的规律，“来源生活，更高于生活”，为观众提供审美和娱乐。

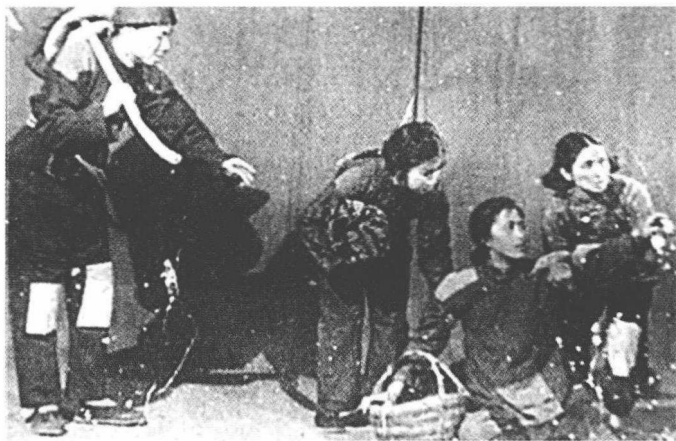


图1 电视剧《一口菜饼子》剧照

中国的电视事业起步于1958年5月1日。这一天，中国第一座电视台“北京电视台”，即后来“中央电视台”的前身，开始试播。一个月后，中国第一部电视剧《一口菜饼子》（见图1）制作播出。

可以说，电视剧伴随着中国电视事业发展的整个历程。此后，电视剧经历了从起步到逐渐繁荣的阶段，尤其进入20世纪90年代以后，它已演变成“中国大众最喜爱的一种虚构性叙事形态，成为当代人生活、情感和社会演化的‘见证’，成为人们生活中最基本，最主要的‘叙述故事’和‘消费故事’的渠道”^①。作为当代大众文化最典型的范本，电视剧在当下中国的普及程度、受众人数以及巨大的影响力已远远超过了诗歌、小说、戏剧和电影等其他传统的文艺体裁。电视剧在国内的兴盛发展，有着多方面的复杂原因。其中，有的学者认为，“电视连续剧所具有的这种文化地位与东方人的家庭生活方式，与社会公共服务条件都有密切关系，加上人们文化消费的选择空间比较小，电影市场萎缩、社会生活水平不高，这些都决定了电视剧在人们的娱乐生活中的重要性”^②。经过五十多年的发展，中国已经成为目前世界上最大

① 尹鸿：《尹鸿影视时评》，河南大学出版社2002年版，第149页。

② 尹鸿：《尹鸿影视时评》，河南大学出版社2002年版，第149页。

的电视剧生产国和消费国。而从文化产业发展的态势看,电视剧追随着国家改革开放和经济前行的脚步,早已成为当代社会具有标志性意义的文化事物。

无论是从社会影响上还是从它自身的生产数量和质量上来考量,中国自20世纪90年代以来的电视剧的确走入了自己最繁荣的时期。而在同一阶段,媒体逐渐走向市场,电视的社会功能发生了明显的转变。从目前中国电视剧的总体状况来分析,国家意识形态管理的规范化与中国电视剧市场机制的完善化并行发展。这一时期,随着经济全球化的发展和中国社会的进一步改革开放,后现代主义思潮涌入中国,精英文化的色彩逐渐淡化,大众文化承载的欢乐神话和游戏精神,使“物欲至上”、“娱乐至死”等观念处于流行的地位。现代大众文化的突出特征是以文化工业生产为标志,以市民大众为消费对象,以现代传播媒介为手段,而电视剧与生俱来的大众化、通俗化和市场化正好与大众文化的本质内涵相契合,它必然成为大众文化最大的共谋者。那么电视剧作为大众文化最重要的表征之一,对于它的研究必然不能离开大众文化的语境和范畴。

(二) 西方大众文化研究的概况

大众文化最早产生于19世纪末20世纪初的西方社会。到了20世纪30年代,大众文化在欧美发达国家初步繁荣,可以说它流行于整个20世纪,到今天大众文化已成为一种世界性的文化思潮。西方学术界对大众文化的研究已持续了近一个世纪,最早的大众文化研究,可追溯到19世纪末20世纪初的时候。当时西方学者最先提出了较为系统的大众文化理论,后来随着大众文化的发展,他们对大众文化的理解逐步深入,也因此带来了分歧。不同的学者在学科定位、研究方法、研究范围、理论视角与学术关注的问题等多个层面均存在完全相异的意见,这样大众文化研究不同的学术理论流派出现了。其中,德国的法兰克福学派、英国的伯明翰文化学派以及后现代主义学派等影响最大也最为深远。

20世纪二三十年代,关于大众文化的研究形成了以霍克海默、阿多诺、

马尔库塞(H. Marcuse)、洛文塔尔(Leo Lowenthal)等学者为代表的德国法兰克福批判学派(Frankfurt School)。这一最负盛名的文化研究学派,在理论观点上以对大众文化持否定的批判态度为主要特征。霍克海默等人最早开始关注大众文化,并结合自己的学科视角进行研究批判。法兰克福学派将“大众”视为固定不变的、单质的群体,或者说是“没有鉴别能力”的一群“经济上、文化上和政治上受工业巨头主宰的、被动的、无助的乌合之众”^①。在法兰克福学派的学者看来,大众文化以商业原则代替艺术原则,是被商业异化了的文化。大众文化产品实质上是工业生产的成果,在其生产流通过程中,精神需求被市场要求所置换。因而,它不能不是平庸的、雷同的。大众文化千篇一律的流水线生产,使传统文化自主的性格、经典的价值丧失殆尽。“颠覆”、“否定”和“救赎”的使命,在大众文化的语境下只能是空中楼阁。更重要的是,大众文化借助于大众传媒对大众施加影响,操纵着社会大众的思想和心理。长此以往,人民自身的判断力悄悄地消失,他们最后只能成为被动的文化消费者。法兰克福学派采取坚决批判的态度面对如洪水一般汹涌而来的大众文化,将批判的矛头直接指向现代西方资本主义社会。因此,他们的大众文化理论被称做“批判理论”(critical theory)。他们的研究为后来的大众文化研究奠定了最早的基础,而他们对文化工业的忧虑和敌视则成为大众文化批判理论中影响最为深远也是最为重要的组成部分。今天看来,法兰克福学派的思想家们所持有的是精英主义立场,他们坚持认为大众文化整体上就像一个大杂烩,大众的文化需求本质上都是文化工业提供的“虚假需要”,而大众本身却不自知。后来的学者普遍认为,这些对大众文化的定论,不免有失偏颇,过于激进。而且,法兰克福学派对文化工业的批判绝大多数局限在意识形态和精神领域,他们的理论往往没有充分的实证依据来支撑,这也成为它的一大缺陷。

20世纪中叶,伯明翰文化学派(Birmingham School)诞生。理查德·霍

^① 参见 J. Storey, *Cultural Studies and the Study of Popular Culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1996。

加特(Richard Hoggart)、雷蒙·威廉斯和斯图亚特·霍尔(Stuart Hall)等文化研究学者不同于霍克海默和阿多诺等人,他们不同意全面否定大众文化的法兰克福学派的观点,开始为大众文化作出辩护,这也成为西方大众文化研究具有历史意义的转折点。1964年,在霍加特与威廉斯等人的倡议和主持下,英国伯明翰大学创立了当代文化研究中心(Centre for Contemporary Cultural Studies, CCCS),这里被国际公认为当代文化研究的发源地,而这里的“文化研究”(Culture Studies)学派则被称为“伯明翰学派”。威廉斯等人指出研究中心的宗旨在于对文化形式、文化实践和文化机构及其与社会和社会变迁的关系的探讨,而有关大众文化与大众日常生活的话题是其最关注的内容。霍加特、威廉斯等人首先强调了在社会发展过程中文化的主要意义和关键作用,文化不再只能用高雅文化来定义,大众文化可以被理解为一种特殊的生活方式和探讨普遍社会问题的特殊途径。进入20世纪70年代,霍尔、莫利、霍布森、威利斯、海蒂兹和麦克卢比等人,以富有创建性的研究成果,成为英国文化研究的新一代代表人物。霍尔曾经担任伯明翰当代文化研究中心第二任所长,被誉为当代西方文化研究的理论大师。他的著作《电视话语的制码解码》(*Encoding & Decoding in the Television Discourse*, 1973)、《文化研究:两种范式》(*Cultural Studies: Two Paradigms*, 1980),将文化主义与结构主义相结合,更深刻地导致了文化研究的转向。霍尔的研究成果一方面是文化和传媒研究从消极走向积极的转折点,另外也为后来对法兰克福学派和文化帝国主义理论的批判打下了较为坚实的理论基础。

以霍加特和霍尔为代表的英国文化研究学者们站在平民的立场,致力于发掘大众文化的积极作用。他们不认同关于受众只能被大众文化摆布的观点,注意发现和研究受众对大众传媒、大众文化的意识能动作用,并提出大众并不是完全消极地等待和接受,在传播流程里面,受众可以作出自己的选择和批判。因此,英国文化研究学派认为,观众的能动接受完全可能抵消大众文化可能的负面影响,大众文化转而或许呈现出积极的社会效果。英国文化研究学派极力为大众文化辩护,并且坚持把文化研究与大众的日常生活相勾连,指出大众文化代表着每天围绕着人们的流动不止的现实生活,

它具有沟通、交流及促进多样化和差异性的积极功能。总体来说,英国文化研究学派对大众文化持明确的赞赏立场,霍加特和霍尔等人的努力使大众文化得到了比此前更为深入的探讨和认同,这就“矫正了法兰克福学派过于强烈的批判精神,为文化工业提供了新的研究思路”,大众文化研究的学科化趋势也就此出现。

后现代主义理论学派出现在 20 世纪 60 年代以后,J. 斯道雷(John Storey)、D. 斯特里纳蒂(Dominic Strinati)、约翰·费斯克(John Fiske)是这一学派的领军人物。英国社会学家斯特里纳蒂在其重要的理论著作《大众文化理论导论》(*An Introduction to Theories of Popular Culture*, 1995)一书中,系统地阐述了大众文化理论的相关概念和重要的理论问题。英国桑德兰大学媒体与文化研究中心主任约翰·斯道雷教授在《文化理论与通俗文化导论》(2001 年)中,对什么是通俗文化提出了自己的看法,并且发表了界定通俗文化的各种不同方法。尤其值得注意的是,他在书中对文化理论与通俗文化之间关系进行了深入的探究。

约翰·费斯克是美国当代大众文化研究的著名学者,他是 20 世纪 80 年代以来对大众文化研究最有影响力的人物之一。约翰·费斯克与约翰·哈特利(John Hartley)合著的《解读电视》(*Reading Television*)在 1978 年出版。两年后,《解读流行》(*Reading the Popular*)与《理解大众文化》(*Understanding Popular Culture*)这两部代表着费斯克最重要研究成果的专著面世。费斯克在他的著作中,对大众文化进行了一些颇具真知灼见的思考,他自己也被视为当代美国大众文化研究的“拓荒者”。根据马克思主义政治经济学的商品交换价值和使用价值理论,费斯克提出了“两种经济”的大众文化理论。所谓“两种经济”即“金融经济”和“文化经济”。费斯克以电视为文化产业的例子,阐发他的两种经济理论,提出在资本主义社会里,电视节目作为商品,生产和发行于这两种平行而且共时的经济系统之中,其中金融经济注重的是电视的交换价值,流通的是金钱;文化经济注重的是电视的使用价值,流

通的是“意义,快感和社会认同”^①。无疑,两种经济模式的提出,为大众文化研究开创了一个新的天地,提出了一些有意义的问题。费斯克的主要理论贡献就在于发现受众不是无助地、被动地接受大众文化传播的信息,大众在某种程度上具有不容忽视的抵抗性和创造力,因而,大众文化工业产品抵达他们那里时,他们也在生产和流通着各种“意义”——这种由大众主动参与的意义的生产和流动就是大众文化。^② 费斯克明确地反对法兰克福学派对大众文化的彻底批判,他对大众文化的发展持积极乐观的态度。

另外,在当代西方大众文化研究中,意大利马克思主义者安东尼奥·葛兰西(Antonio Gramsci)的“霸权理论”(Hegemony Theory)有着十分重要的理论价值。葛兰西在其著名的《狱中札记》中,提出了文化霸权理论,这一理论被视为影响最大的西方马克思主义学说之一,并对大众文化研究有着极为深远的意义。他认为“例行的、视为当然的每日思想结构促成了垄断的结构”^③,社会中统治阶级的意识形态通过市民社会的各种机构,如教育、家庭、教会以及大众文化和大众传媒来传播,并成为整个社会的思想,文化霸权也就由此建立。文化霸权观念的关键不在于迫使公众屈从于统治者的强权,而是让个人自觉自愿地接受统治阶级的意识形态。葛兰西的文化霸权学说与法兰克福学派的大众文化批判理论和强调经济基础的一般西方马克思主义文化理论都不同,它极力强调意识形态对经济基础的反作用,更看重文化自身的功能。

进入20世纪八九十年代,大众文化的研究呈现出跨学科的特色。大众文化与传媒的关系是传播学研究的重要课题;大众文化在社会变迁中的功能被社会学者不断提及;而文化学者把大众文化与精英文化及主流文化之间的关系看做是本学科研究的重点。在不同学科理论的包围中,文化研究形成了真正的多维视野,该项研究也被不断地向更高处推进。总之,西方大众文化研究的各个学派从不同的视角对大众文化进行了深入而又颇具特色

① 参见 J. Fiske, *Television Culture*. London: Routledge, 1987。

② 参见孙英春《大众文化:全球传播的范式》,中国传媒大学出版社2005年版。

③ 陈犀禾主编:《当代美国电视·前言》,复旦大学出版社1998年版。

的分析,从而构建了大众文化研究的坚实基础,促进了大众文化的发展,也深化了人们对大众文化的认识。

(三)关于电视剧的大众文化批判视角

20世纪90年代以来,中国社会在巨变中向前飞速发展。经济体制和社会结构随着市场经济的逐步确立及成熟,发生了重大的变革。商品经济意识如同空气一般,占据了社会生活的各个领域。在这样的社会文化语境下,中国社会审美文化在其发展过程中逐渐形成了主流文化、精英文化和大众文化三元并立发展的格局。与此相应,电视剧作品也就逐渐出现了主导文化电视剧、精英文化电视剧和大众文化电视剧等三个代表不同文化思潮的类型。

大众文化的文艺作品与传统通俗文艺作品的区别就在于,它不仅是老百姓重要的精神生活食粮,而且它还进入了精英知识分子的生活中,为他们所接受。大众文化在与主导文化和精英文化的博弈中,异军突起,呈现出繁荣兴盛的局面,由此,大众文化电视剧也就逐渐占据了荧屏的主流地位。20世纪90年代后,业已成为当代审美文化常态之一的大众文艺,淋漓尽致地展现着大众的欢乐与伤痛,表露着大众的文化需求和文化理想。对于电视剧来说,表达大众的情感诉求、彰显大众的理想愿望,同样是其最基本的追求目标。我们发现,原本专注于重大社会问题的反映,艺术风格正统严肃,作品内容基本回避纯粹个人情感特别是两性情感的电视剧作品此刻发生了根本性的变化。“我们对故事的嗜好反映了人类对捕捉人生模式的深层需求”^①,电视剧是人们今天生活中最重要最基本的讲述故事、消费故事的渠道。电视剧的演绎有着相对稳定的叙事成规,而这其中,类型化是其实现叙事成规最重要的手段之一。J.希利斯·米勒先生曾说:“我们之所以一再地需要相同的故事,是因为我们把它作为最有力的方法之一,甚至就是最有力

^① (美)罗伯特·麦基:《故事:材质、结构、风格和银幕剧作的原理》,周铁东译,中国电影出版社2001年版,第23页。