




# 当代西方电影 理论精选

陈犀禾  
徐红  
等编译

 中国电影出版社

# 当代西方电影 理论精选

陈犀禾 徐红 等 编译

**CIP** 中国电影出版社

2012·北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

当代西方电影理论精选 / 陈犀禾等编译. —北京:  
中国电影出版社, 2012. 4

ISBN 978 - 7 - 106 - 03474 - 0

I. ①当… II. ①陈… III. ①电影理论—西方  
国家 IV. ①J909. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 075018 号

## 当代西方电影理论精选

陈犀禾 徐 红 等编译

---

出版发行 中国电影出版社 (北京北三环东路 22 号) 邮编 100013

电话: 64296664 (总编室) 64216278 (发行部)

64296742 (读者服务部) Email: cfpbyg@126.com

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

版 次 2012 年 7 月第 1 版 2012 年 7 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/710 × 1000 毫米 1/16

印张/24.75 插页/2 字数/400 千字

---

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 03474 - 0/J · 1336

定 价 52.00 元

## 前 言

本书以西方 20 世纪 80 年代以后(劳拉·穆尔维的《视觉快感与叙事电影》和麦茨的《想象的能指》以后)的理论和研究方法的发展为主要对象,按“问题”和“领域”而不是按“学派”和“立场”来介绍西方电影理论思潮的最新成果。所讨论的问题包括:什么是电影、什么是电影机制、什么是作者、什么是观众欲望、什么是写实主义、什么是明星的本质、什么是电影工业等。其中涉及符号学、心理分析、接受理论、认知理论、种族理论、性别理论、新形式主义、后现代主义、后殖民主义、文化工业等理论视角。整个系列分为“文本研究”、“文化研究”、“媒体研究”和“工业和观众研究”四个单元,共 16 章。每一章首先对一个“问题”和“领域”的重要概念、整体的历史发展脉络、最新的理论思想现状、重要的代表人物作一个概述,然后对该“问题”和“领域”自 20 世纪 80 年代以来的经典性和代表性文选(3—5 篇)作重点介绍(包括作者背景、文章的主要内容,以及相关评介)。

本书主要参照了以下重要文献:《电影研究导言》(*Introduction to Film Studies*, by Jill Nelmes, Routledge, 2003),《电影理论文选》(*Film and Theory: An Anthology*, by Robert Stam and Toby Miller, Blackwell Publishers, 2000),《牛津电影研究指南》(*The Oxford Guide to Film Studies*, by John Hill and Pamela Church Gibson, Oxford University Press, 1998),以及《电影理论和批评》(*Film Theory and Criticism*, by Leo Braudy and Marshall Cohen, Oxford University Press, 2004)。特此注明并致谢。

同时,本书也是上海大学影视艺术技术学院 2007 年秋天博士研究生研讨课的一个成果,修读这门课的每一个同学都参与了该书某一个章节的编译工作(在每一章节的结尾处注明),我和徐红负责了全书的统稿和修订。该书的部分章节曾在《当代电影》2008—2010 年期间发表,在此也对《当代电影》编辑部的

支持表示感谢。如果本书能对国内学界了解西方当代电影理论的发展有所帮助,那么这是对我们的劳动的最大回馈。

陈犀禾

2011年11月于上海

# 目 录 CONTENTS

---

001 … 前 言

## 第一部分 文本研究

003 … 第一章 明星研究

037 … 第二章 作者研究

055 … 第三章 类型研究

075 … 第四章 文本与互文本

## 第二部分 文化研究

101 … 第五章 阶级与文化工业

127 … 第六章 性别与电影

159 … 第七章 种族与差异

181 … 第八章 另类美学

209 … 第九章 后现代主义问题

# 当代西方电影理论精选

Anthology of Contemporary  
Western Film Theories

---

## 第三部分 媒介研究

233 … 第十章 电影语言与特性

251 … 第十一章 影像与技术

283 … 第十二章 现实主义问题

297 … 第十三章 电影机制理论

## 第四部分 工业和观众研究

313 … 第十四章 工业与体制

333 … 第十五章 观众研究

353 … 第十六章 凝视研究

371 … 附录：中英文人名对照表



第一部分

# 文本研究





第一章

明星研究

如今电影中的明星研究日益成为电影研究中的一个重要维度。本书希望通过本章节的介绍,能够对这一伴随着西方电影工业中的明星制度的确立而产生的电影文化研究领域作全景式的概览。本章分为三个部分:第一部分保尔·华森(Paul Watson)《明星研究概述》是对西方当代电影理论明星研究中的基本概念和相关成果进行了一些初步的论述;第二部分是由托比·米勒(Toby Miller)撰写的《明星和表演导论》,这是一篇关于明星研究的导论性的文章,该文回溯了美国以及西方对明星研究的历史,并讨论了当前明星研究的一些重要趋势;第三部分由《天堂里的身体:电影明星和社会》、《〈罗塞尼〉:作为家庭女神的不守规矩的女人》、《〈码头风云〉中的马龙·白兰度》三篇论文的翻译摘要组成,这可以视作是对明星研究的某些更为深入和特定的领域做进一步探讨。

理查德·戴尔(Richard Dyer)的《天堂里的身体:电影明星和社会》原文出自《天堂里的身体:电影明星和社会》,该著作是西方明星研究的经典作品。作者理查德·戴尔是英国沃维克大学颇负盛名的电影与文化研究专家。其主要著作有《明星》、《天堂里的身体:电影明星和社会》、《形象问题:关于再现问题的随笔》、《酷儿文化》、《现在你看到了:女同性恋和男同性恋电影研究》等。该文对明星的本质和明星的制造进行了精辟的论述。

《〈罗塞尼〉:作为家庭女神的不守规矩的女人》的作者凯瑟琳·卡·罗维(Kathleen K. Rowe),是美国俄勒冈大学的助理教授,主要讲授电影研究,女性主义和性别问题是其关注的主要领域。原文出自《不守规矩的女人:性别和欢笑的性别》(德克萨斯大学出版社1995年版)。本文探讨了演员条件和角色要求的“匹配”问题。这可以和下篇论文中探讨的马龙·白兰度的“演技派”风格对照起来看,他们代表了电影表演中的两个基本流派。

詹姆斯·纳瑞莫(James Naremore)的《〈码头风云〉中的马龙·白兰度》原文出自《电影中的表演》(加利福尼亚大学出版社1988年版)。文章作者詹姆斯·纳瑞莫是一位出色的当代文化与电影专家,曾任教于印第安娜大学,著作颇丰,除上述著作外,还包括《奥逊·威尔斯的神奇世界》、《文森特·明利尼的电影》等。本文对演技派明星马龙·白兰度的表演进行了探讨。

# 明星研究概述

保尔·华森

## 一、导论：三种审视明星的方法

什么时候一名演员也是一个明星？明星身份(stardom)和表演(performance)之间的关系是什么？在电影制作过程中明星发挥何种作用？明星身份和名人(celebrity)之间有区别吗？电影明星缘何如此之迷人，并对我们具有巨大的吸引力？这些问题一直是严肃的学术研究的难点问题。当电影进入21世纪时，在消费统治一切的文化语境下，这些问题的答案甚至变得更加复杂起来。直到最近，评论家们在谈论明星身份的问题时，主要采用三种方法。

### 方法1：作为商品的明星(star as commodity)

这是第一种方式，它把明星定位于电影制作和营销的经济语境框架内。在电影创作者和技术人员被长期合同束缚的大制片厂体系时代，明星通过体现一整套特定的期望，并延伸出某种特定的快感，成为“好莱坞给观众提供可预期保证的基本手段之一”（理查德·迈特比[Richard Maltby]和伊安·克莱文[L. Craven]）。<sup>①</sup> 20世纪50年代大制片厂制度瓦解以后，明星成为电影制作所围绕的关键“包装”元素。苏珊·哈沃德(Susan Hayward)<sup>②</sup>解释说：“制片人会愿意为那些拥有最走红明星的影片慷慨解囊”，“明星可以为影片吸引资金支持，否则它们便可能无法开始运作”。更有甚者，即使随便看一下电影推广（海报，片花，在印刷媒体、电视、网络中的访谈，以及许多进一步的正在制作中产品的推

---

① 理查德·迈特比、伊安·克莱文：《好莱坞电影》，牛津：布莱克维尔出版社1995年版，以下所用作者言论均引自本书。

② 苏珊·哈沃德：《法国的电影》，伦敦：罗德里奇出版社1993年版。

广)的那些促销材料,也能发现明星在宣传影片及产生足以收回制作成本的观众数量中所扮演的重要角色。在这种视角下,在如类型电影这样的框架内,明星被理解为是工业产品的特定形式,通过保证某种特定的快感,承担电影营销的一个商业策略的角色,明星们成为一种“用来销售电影票的机制”(理查德·迈特比、伊安·克莱文)。

然而,一个明星的商业能力还是与他们被那些来自许多文化和国家语境中的观众所喜欢的能力密切相关。于是,明星的其他两种研究方式,它们的视角便从工业性问题上转移开来,聚焦于对电影明星制造特定意义及快感的方式进行思考,因此它们便对明星身份的更富社会性和心理性的层面更加关注。

#### 方法2:作为文本的明星(star as text)

这样,第二种审视明星身份的方法寻求将明星作为一种符号,更准确地说,是一种通过互文本网络建构起来的形象加以理解。这种混合了符号学、社会学、意识形态批评的研究方法,是对明星身份诸问题进行研究的最熟悉的方法,它与理查德·戴尔(Richard Dyer)<sup>①</sup>富有开创性的工作最紧密地联系在一起。的确,戴尔的工作影响如此之大,以至于近25年来,他提供的明星身份的批评词汇成为批评的中心话语,甚至如果不依照他的研究方向,就无法真正对明星身份进行讨论。这种方法的重心是认为明星不是活生生的演员,而被认为是“由比他们所体现的文本远为复杂的元素构成的、复杂的个体形象(personas)”(伊沃尼·塔斯克[Yvonne Tasker])。<sup>②</sup>这种观点包含着两个重要的含义。首先,虽然明星身份一方面确实是由真实的个体所显现的,在很大的程度上,它们是由明星的姓名、外形、音质,以及特定的表演技能所定位的;另一方面,“我们却从来不认识作为真实个体的他们,而只是认识他们显现于媒体文本中的形象”(戴尔)。其次,明星身份不仅可以在明星现身的电影中得以显现,同时它也贯穿于那些明星或许可能亲自,也可能不亲自出现于其中的,其他的各种“官方”与“非官方”文本(宣传和营销材料、报纸、杂志、电视、网站、DVD中的“花絮”以及传记等)之中。的确,在这个互文本的网络里,“明星”自身开始变得可以被理解,因为明星只能通过这些文本接近我们,他们也只是作为文本而存在,因此,其作为文本形式的可被理解性只能存在于这个互文本的范围之内。然而

<sup>①</sup> 理查德·戴尔:《明星》,伦敦:英国电影学院1979年版,以下所用作者言论均引自本书。

<sup>②</sup> 伊沃尼·塔斯克:《引人入胜的身体:性别、类型和动作电影》,伦敦:罗德里奇出版社1993年版,第13页。

这里的关键问题是,如同保尔·麦克唐纳(Paul McDonald)<sup>①</sup>所指出的:“将明星作为文本的研究……不能局限于某些特定影片或明星表演之中。”因为准确地说,他们是“互文本的产品,在其中非电影的因素如促销推广、宣传和批评与电影文本之间具有互相的影响……换言之,明星的形象是不能在这个不断流动的文本系列之外而被认识的。”按照这种说法,明星研究的目的并不是剥除互文本的这些层面以揭示明星的本来面目,而是要准确地对影响明星形象的、外显的和内涵的各种意义进行分析,并且要在一个更广泛的意识形态和社会话语语境内对其进行解读。

### 方法3:作为“欲望的客体”的明星(star as “object of desire”)

互文本方法聚焦于明星在文本内部和互文本之间得以被认知的方式,第三种主要方法则强调对明星的消费。的确,如果说观众下意识中认为“明星作为文本”的方法是获得意义的途径,坚持明星的形象是由阅读行为所建构的观点,那么,观看关系(spectatorship)的政治学和“凝视明星”的快感就形成了对明星—观众关系加以理论化工作的明确焦点。詹姆斯·唐纳德(James Donald)<sup>②</sup>提出,尽管观看关系是“关于明星的整个研究中被热烈讨论的问题”,然而,“一个更好的对其进行研究的起点应该是:并不是对电影明星在电影制作中投资回收作用的关注,而是应该从我们情感投入得到的难以计算的回报……那些明星引人入胜的形象所饱含性欲的注视的时刻开始”。所以,在这个层面上,明星首先应被看做是一个欲望的客体,并且对观众认同他或她的形象,从中发现意义,获取一种特定满足的方式进行研究。也许,这种方法最有影响的是,它成为将电影中的视觉快感问题进行理论化的女权主义性别心理分析文本的一个分支。女性明星传统地被看做是在一个超越故事领域的、色情的裸露癖时刻,一个打断叙事要素的性别化的奇观。与之形成对照的是,男性明星/英雄则被界定为一个理想的、能够对叙事进行控制的自我,这便形成了观众进行认同的中心机制。

最近,杰基·斯塔西(Jackie Stacey)<sup>③</sup>已经试图在他的《实际的观众》的研究

① 保尔·麦克唐纳:《明星研究》,见《流行电影的研究方法》,曼彻斯特:曼彻斯特大学出版社1995年版,以下所用作者言论均引自本书。

② 詹姆斯·唐纳德:《明星》,见英国电影学院《电影手册》1999年第2版,以下所用作者言论均引自本书。

③ 杰基·斯塔西:《明星的凝视:好莱坞电影和女性观看关系》,伦敦:罗德里奇出版社1994年版。

中,将这种注意导入处于历史语境的电影观众的快感和观看关系的研究之中。与那种总体性的、由心理分析方法理论性地解释观众喜欢明星的原因的方法不同,斯塔西发展了一种人种学的方法。他通过使用观众的访谈(或调查)与从他们的个人来信和日记中收集信息相结合的方法,对明星—观众的关系进行研究。从这些第一手的原始资料,斯塔西将女性观众对明星的反应、识别,以及对明星形象运用的不同方式进行了分类。这样,与心理分析方法的普遍化的倾向不同,斯塔西可以在各种不同的认同模式和不同的快感样式之间进行区分。

## 二、当代明星的本质

对明星身份的上述三种研究方式,自20世纪70年代晚期以来,始终在电影研究中摇摆不定。如同克里斯汀·格拉提(Kristen Geraghty)<sup>①</sup>指出的,由这些方法得出的明星身份的定义表现为一系列的二元性:明星的银幕表演和他们银幕外的存在、演员和他们的角色之间、迷人魅力与日常性,以及公共性和个人领域之间的对立。由此她提出,通常来说:“对关于明星和他们观众关系的研究是对一种不稳定与矛盾的状况的研究,它既是互文本的(跨越不同的电影),也是超越文本(跨越不同种类的材料)而被建构起来的。”确实是,正是电影明星的这种内在的不稳定性,即一个明星可以意味着许多潜在互相冲突着的事物的方式,主导了对明星的学术研究工作。直到最近,仍然鲜有人注意到这种工作几乎完全是在明星制度和那些示范了这些运作制度的明星的阴影下进行的。所以,虽然试图向明星提供长期固定合同(这些合同把对明星的公共与私人形象的整体控制权,全部提供给了制片厂)的行为到20世纪50年代已经结束,但关于明星研究的亚学科仍然深受曾作用于如玛丽莲·梦露、詹姆斯·卡格尼、亨弗莱·鲍嘉、玛琳·黛德丽、葛丽泰·嘉宝等人物的批评词汇的影响。即便在评论界对上述明星之后的新近的明星进行研究时,他们仍压倒性地倾向于移植用于描述制片厂制度黄金时代明星身份的那些术语,而不去担心它们对其后的社会—经济样式的潜在的不适用性。简而言之,最近的关于明星的研究著作仍倾向于通过直接地运用在戴尔的著作中已经建立的概念模型,去对当代电影明星的明星身份进行研究。

---

<sup>①</sup> 克里斯汀·格拉提:《重新检视明星身份:文本、身体和表演的问题》,见《重构电影研究》,克里斯汀·格兰德希尔等编,伦敦:阿诺德出版社2000年版。

然而,随着研究基础的变化,在很大程度上,如今明星的研究变得比 20 世纪 70 年代更加复杂。首先,现在“明星”这个术语自身正随着名人、超级明星、巨星这样的多种称谓,而被赋予文化上的等级制度。而且,正如我们现在经常说的通俗音乐明星、摇滚明星、肥皂剧明星、足球明星、一般的体育明星、明星 DJ、明星艺术家、明星建筑物、明星时尚设计师、明星模特、明星政治家,甚至是明星学者,等等,明星身份的概念已经发生了巨大的扩展。如果说电影曾经提供过“明星身份的最规范的确认”(克里斯汀·格兰德希尔[Christine Gledhill])<sup>①</sup>,那么近年来,好莱坞对那些在其他娱乐工业成名的明星的持续引入(如流行音乐领域的天后詹尼弗·洛佩兹、麦当娜、布兰妮·斯皮尔斯、碧昂斯·诺里斯、惠特尼·休斯顿、曼迪·摩尔,世界摔跤联合会的冠军德威恩·约翰逊,前时尚模特卡梅隆·迪亚兹与许多来自电视界的明星,最著名的如乔治·克鲁尼等),其数量正呈逐渐增长的态势。理所当然,这也对通常人们认为不成问题的、电影与明星现象的特殊关系提出了质疑。

其次,是信息时代和随之而来的数字化形象制造技术与计算机动画带来的转变。在这种语境下,一个突出的变化是,“‘电影’作为一个研究对象的定义,不仅被大大地扩展,而且其作为一个实物对象与形态的观念也被动摇了”(维维安·索布查克[Vivian Sobchack])。<sup>②</sup> 在这种方式中,不仅有一种新种类的“虚拟演员”或计算机产生的明星加入竞争(在这一点上,这些形象如《玩具总动员》[Toy Story, 1995]中的“巴斯光年”、“伍迪”,《怪物公司》[Monsters, Inc., 2001]中的“苏莉”和“麦克”,《怪物史莱克》中的驴子、史莱克和《星战前传》中的扎扎·平克斯,他们可能是明星制度中经济学逻辑的新宠),而且日益增多的电影中的“明星”正逐渐被描述为一个数字的实体或特效(一个龙卷风、海啸、火山或风暴、史前的恐龙,抑或变种的爬虫,一种神秘的、精神上的或奇幻的力量,要么是由大自然或外星行为而导致的一场威胁地球/破坏城市的大灾难)。这样,电影的形象制造与传统的电影摄影机成像技术过程发生了分离,电影明星的概念现在也不一定是血肉之躯的人类,甚至也不一定是传统意义上的一个角色。这样,来自皮克斯公司《怪物公司》中的“苏莉”和“麦克”,以及梦工厂《怪物史莱克》(2001)中的驴子等虚拟明星,作为嘉宾出现在 2002 年奥斯卡颁奖典礼

① 克里斯汀·格兰德希尔:《〈明星身份:欲望的工业〉导论》,伦敦:罗德里奇出版社 1991 年版。

② 维维安·索布查克:《什么是电影的历史?》,见《重构电影研究》,克里斯汀·格兰德希尔等编,伦敦:阿诺德出版社 2000 年版,第 301 页。



礼上,就别具意味。他们在颁奖典礼上的出现,不仅标志着该届“最佳动画长片”奥斯卡奖即将揭晓,也凸显了当代流行文化中明星身份出现的更为复杂的扩容。这种扩容使我们不但不能完全套用那些分析明星的、传统的、统治性的模式,也需要我们对曾经思考这些不同明星身份的不同模式的概念和描述进行再思索。

格拉提认为,由于明星这个术语具有非特定的、无所不包的性质,我们不能简单地将之抛弃,但是,我们确实需要在一个更广阔的流行娱乐和媒体文化的语境中,对其当代构造进行检验。“电影明星身份……必须在贯穿于整个娱乐样式的、由媒体驱动的对‘变得出名’的状态进行创造与利用的语境中进行考察。”在这里,“变得出名”(being famous)的概念是重要的。因为它可以使我们注意明星、超级明星、巨星这样的概念,与名人、演员一样,位于同样的声望连续体上,而这个声望连续体自身也被结合进大众媒体文化的运作,并由其提供动力支持。换言之,它可以使我们对明星地位的不同模式、形式或程度进行言说,亦即,“明星”不同的对象连接,可以作为一个区别的关键要素,帮助我们对那些不受不同媒体分类,或个别媒体内部不同媒体样式限制/划界的种类进行区分。正是在这个意义上,格拉提试图在“名人”、“专业人员”和“演员”的类别里对明星身份进行重新思索:“这些分类更好地帮助我们理解电影明星共有的东西,也可以帮助我们理解他们是如何与其他媒体的公众人物进行区别的。”

#### 1. 作为名人的明星(star-as-celebrity)

名人是一种相对不与其专业作品领域连在一起的明星身份模式。换言之,名人不是由某人的优点或他们选择的专业中的能力来维持的,而几乎完全是由他们的名声或丑名来维持的。在这个意义上,格拉提指出,关于明星传记的信息对于名人特别重要。他们的明星身份几乎完全根植于这些信息之上,并且“通过流言飞语、新闻和电视报道、杂志文章和公关活动进行建构”。这样,关于电影明星的最新的失和、他们对宠物狗的宠爱,或者他们最喜欢的设计师的内容,还有少部分的类似关于音乐家、运动员、女性、皇室、肥皂剧明星、时尚女孩(It-Girls)、社交名流、设计师、电视人物的八卦“珍闻”都特别受到关注。例如,英国明确致力于名人报道的周刊《现在!》(NOW!)杂志,在2002年5月8日的那一期,特别主题报道了名人的“劳燕分飞”,其中既有汤姆·克鲁斯和佩内洛普·克鲁兹、朱莉亚·罗伯茨和丹尼·莫德分手的内容,为了使其更加突出,同时还配置了其他的流行音乐明星、肥皂剧明星、电视推荐人、足球教练、足