



非外借

中国

陈晓云 主编

Chinese film star studies Chinese film star studies  
中国电影明星研究三编

中国电影出版社



中国

陈晓云 主编

中国电影明星研究三编

CIP 中国电影出版社

2016·北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中国电影明星研究三编 / 陈晓云主编. —北京:  
中国电影出版社, 2016. 9  
ISBN 978 - 7 - 106 - 04534 - 0

I. ①中… II. ①陈… III. ①电影演员—研究—中国—文集 IV. ①J912 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 202705 号

## 中国电影明星研究三编

陈晓云 主编

---

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)

Email: cfpygb@126.com

经 销 新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司

版 次 2016 年 9 月第 1 版 2016 年 9 月北京第 1 次印刷

规 格 开本/850 × 1168 毫米 1/16

印张/21.25 字数/350 千字

---

书 号 ISBN 978 - 7 - 106 - 04534 - 0/J · 1897

定 价 58.00 元

中央高校基本科研业务费专项资金资助  
(supported by the Fundamental Research  
Funds for the Central Universities)

# 目 录

## 理论探讨

- 明星研究:维度与方法 / 003
- 表演理论和明星研究结合的进路 / 017
- 电影明星的身体呈现与视觉政治 / 036
- 明星研究在中国(2000~2010年) / 053
- 电影明星形象与影迷/粉丝身份的演变 / 063
- 探析明星价值评价 / 073
- 基于吸引力文化资源的娱乐疯癫 / 081
- 基于社交网络的影视明星研究 / 086
- 论坛综述(二则) / 101

## 现象研究

- 上海传统、流离心绪与女明星的表演政治 / 117
- 视觉快感与“去欲望化”明星形象建构 / 130
- 当代中国电影明星的国际化之路 / 144
- 集束明星、微型表演及其政治、文化效应 / 158
- 轻电影的表演文化图景 / 169

- 轻电影与类型化表演 / 179  
电影明星的形象建构与粉丝文化 / 192  
电影明星的形象颠覆与观众认知 / 197  
明星私人事件在新媒体时代的传播 / 205

## 个案分析

- 成龙:用动作改变世界 / 215  
崔嵬:生命的光影与光影的生命 / 226  
仲星火:从都市“他者”到“海派”传人 / 242  
王晓棠:成为“新中国”22大明星 / 254  
李丽华:时代转折、政治角力与女明星的银幕塑形 / 264  
徐静蕾:表演格式及其美学分析 / 278  
贾宏声:银幕内外明星形象的交错与重叠 / 290  
陈冲:从革命女性到反叛女性的双重表演 / 304  
张国荣:“后荣迷”时代的心理现象 / 318

## 附录

- 电影明星研究论文索引(2013~2015年) / 331

后记 / 337

## 理论探讨





## 明星研究：维度与方法

与传统电影史研究以“电影作为艺术”的艺术/美学表述为主体路径与基本观念不同,美国学者罗伯特·C. 艾伦、道格拉斯·戈梅里的《电影史:理论与实践》<sup>①</sup>一书试图建构一种涵盖了美学电影史、技术电影史、经济电影史、社会电影史在内的复合型电影史研究模式,从而为电影史研究提供了美学、技术、经济、社会的不同维度。而在研究电影史的复合结构之中,电影明星几乎连带着各种不同维度,或者说,处于各种不同维度的交接地带,从而构成成为一个意义繁复而结构庞杂的多义体。在构成电影的各个元素之中,电影明星与电影的生产和消费、电影意义的生成、电影价值的评判等均有着直接的关系。生产、消费、解读及批评的不同环节,形成了电影明星研究的基本结构。如同电影史研究可以从美学、技术、经济、社会等不同维度展开,电影明星研究同样可以从影像、生产、产业、消费、社会等多个维度来展开,并分别运用不同的研究方法。而不同维度的明星研究,事实上也是对于明星不同维度的价值评估。

### 影像维度

影像维度对于电影明星的讨论,实质上是探讨明星在镜头前的魅力。

从电影本体论的角度而言,电影明星是留存于影像中的最为重要的视觉/听觉元素之一,从明星的身体姿态、服饰打扮、行为动作到声音造型。无论电影明星背后蕴含着多大的梦想与情感力量,其首先被观众感知的,恰是电影作为视觉/听觉相结合的艺术/文化样式所特有的元素。也就是说,对于电影明星这一文本的解读,与对于影片文本的解读一样,都需要从观众能够直接感知到的视觉/听觉层面入手,因而,诸如面相学之类的知识在此或许可以有它的用武之地,尽管我们至今依然很难找到其学理上的对

应点,这确是个让人兴味盎然却又暂时找不到有效切入点的话题。比如,它至少可以部分解释为什么有些电影明星有着可以称之为“电影脸”的面容,诸如葛丽泰·嘉宝、卓别林、英格丽·褒曼、奥黛丽·赫本、伊莎贝尔·阿佳妮、梅丽尔·斯特里普、茱莉叶·比诺什、阮玲玉、姜文、周迅等等,而有些脸一旦被银幕“放大”,便全然失却了光彩与魅力,哪怕这些脸在电视屏幕上或者现实生活中或许很有活力。这可以部分解释为什么有些优秀的电视剧演员到了大银幕上全无魅力,甚而成为“票房毒药”。

从演员表演角度而言,“表演的符号有:脸部表情、声调、手势(主要是手和手臂,还有任何肢体如颈、腿等)、身体姿势(人的站法或坐法)、身躯运动(整个身躯的运动,包括人怎么站起或怎么坐下、怎么走路、怎么奔跑等)。其中最重要的,通常认为是脸部表情,这跟日常生活中人与人之间交流一样,脸部表情是头等重要的。但正因为它是最重要的,所以它的含糊性也最强。”<sup>②</sup>但令人困扰的问题在于,“电影脸”是否存在着“客观”的标准,也即那种可供分析的物理性标准,这就如同世界性之难题“美”,我们知道,不同时代、不同国家和民族、不同性别,乃至不同个体,都可能存在着不同的审美标准,“环肥燕瘦”说的大概就是这个道理。在我们讨论“电影脸”的时候,会陷入同样的困扰与矛盾之中。

从一般的电影表演角度而言,“上镜”是对于演员的一个基本要求,也是其在一定程度上区别于舞台表演的主要特质之一,即所谓镜头前的表演及角色魅力,某种恰当的、符合当代或者更长时段内观众需求的外形与气质,它取决于演员外(外形、相貌)和内(精神、气质)相结合而共同产生的魅力。因此我们也就不难理解,于明星而言,演技往往不是第一位的。除了“上镜”这一基本标准之外,生动、暧昧、多义、魅惑等都可以单一或者共同成为电影明星的基本特质要求。

在电影明星形象的建构中,美女与俊男,毫无疑问是经常被提及的话题,这一点几乎在任何一个时代都不会例外,尽管某些特殊的历史阶段也有可能流行与之相反的审美观。在理查德·戴尔看来,只有梦露和方达才是真正的“美女”,因为其符合托马斯·B. 赫斯在《美女和偶像》一书中提出的关于“美女”的“标准”：“到40年代为止,美女形象都按照严格的标准定义。其众多标准中,首先是‘美女郎’(pin-up girl)本身,她必须是健康

的、美国籍的、拉拉队队长类型的——翘鼻、大眼、长腿，丰满的臀部和胸脯，特别是要有开朗、友善的笑容，能露出整齐甚至洁白的牙齿。然后是她的服装和姿势。这些必须是吸引人的，但不是勾引人的，是柔情的，但不是激情的；它们通过暗示，掩而不露。她两腿的位置要仔细摆好，不可让大腿内侧露出太多；肚脐要遮住，胸脯大部分也如此，除了那人人皆知的几毫米‘乳沟’。身段在服装里面凹凸有致，但不是指身上各个细部——包括乳头和阴阜的突出，它们都必须一丝不苟地被遮住。这在选拔时有双重的压力，偷窥的公众只想看见更多更多，而同一批公众出于社会功能又支持禁止私处暴露的法典和法律。在这两股力量交织之下，美女形象倾向于一种近乎拜占庭的严谨，并假设偶像有一些象征性的东西。美女女郎和贞洁女王这两者一下子成为宽慰和平凡的容易辨认的视觉形象，它也是理想的形象，因此可看不可及。”<sup>③</sup>

与张艺谋电影联系在一起的关于“谋女郎”的传说，则几乎提供了另一种关于东方/中国女性的美学标准，即网络上盛传的所谓“美人指数”：

脸形：瓜子脸。

额头：既阔又高的“大脑门”，也就是常说的“天庭饱满”。细微的区别是巩俐的额头最狭，董洁的额头最鼓，章子怡的额头最方。

眉毛：眉型属于“柳叶眉”。比较而言，巩俐的眉毛最粗，章子怡的眉毛最细，董洁则居中。

眼睛：非大非小的眼睛。三人中，章子怡的眼睛稍小。

两眼间距：一只眼的长度。巩俐和章子怡刚刚好，董洁的稍长一些。

鼻子：介乎于东西方人之间。董洁更修长，章子怡更挺拔。

嘴巴：唇型基本一模一样。区别在于巩俐的嘴唇最厚但最小，董洁的嘴最大。

头发：一把未经修剪和漂染、“清汤挂面”似的油黑直发。

发型：随意的“马尾巴”，没有刘海，完全显露出光洁的额头和脸部清晰的轮廓。<sup>④</sup>

与前述所试图表述或者建构的更带社会文化普泛性意义的“美女”之“标准”不同,张艺谋的“美人指数”可能更多体现其作为导演个人的偏好与选择,或者也是与其一以贯之的故事模式及文化主题形成对应关系的一种表演/演员/明星选择,而由于其影片在国际电影节或者本土市场上的巨大影响力,此种本带有个人标准的审美趣味,又进而演化为其“表演中国”的主要路径与标志性符号。《新周刊》则如此评述关于“谋女郎”的基本审美观及其文化生产力:“世界有‘邦女郎’,中国则有‘谋女郎’。巩俐的丰满韵味、章子怡的辣劲野性、董洁的清纯风情、魏敏芝的倔强韧性……以致后来被张艺谋选为某汽车广告女主角的徐筠,也被善于构建视觉通道的传媒形容为具备着‘巩俐的嘴形、章子怡的眼睛和董洁的风情’,最新的‘谋女郎’是有望在《千里走单骑》中出演的蒋雯,同样被形容为‘章子怡的脸容,巩俐的嘴’。来来去去,竟都基本在同一类型的形象标准下。张艺谋挑选女演员的标准,在某种程度上演化为一种看女人的标准,在其影视文化霸权下,在某种程度上代表着一类中国人对女人的欣赏态度。巩俐继续在戛纳显露水蜜桃诱惑,章子怡的小腰已经在香港晃迷了一众富家子弟,‘谋女郎’不仅是中国男人自身的梦想,而且具备全球性态度。”<sup>⑤</sup>颇有意味的是,关于“谋女郎”之“美人指数”本身的描述,却又仅仅是指向明星的“身体”,尤其是“脸”的。

### 生产维度

电影明星的生产维度,事关“明星制造”的多重路径。

首先,北京电影学院、中央戏剧学院、上海戏剧学院等专业院校以及相关艺术团体,亦即通常所说的科班出身,成为“明星制造”的主体平台。北电表演系96班(赵薇、陈坤、黄晓明等)与中戏表演系96班(章子怡、刘烨、袁泉、梅婷、秦海璐等)“不约而同”地共同成为“明星班”,这一对于电影教育、创作来说都具有启发意义的话题,却并没有获得太多学理上的研究,终究是一个令人遗憾的现实。有意味的是,毕业于北电的赵薇、陈坤、黄晓明等,其最初成名多是因为电视连续剧,并因此而拥有了广泛的知名度和庞大的粉丝群;而毕业于中戏的章子怡、刘烨、袁泉、梅婷、秦海璐的成名作,则与《我的父亲母亲》(张艺谋导演,1999年)、《那山,那人,那狗》(霍建起

导演,1998年)、《春天的狂想》(滕文骥导演,1998年)、《红色恋人》(叶纛导演,1998年)、《榴莲飘飘》(陈果导演,2000年)等影片联系在一起,而他们恰凭这些出道之作分别获得了第23届大众电影百花奖最佳女演员奖(章子怡)、第19届中国电影金鸡奖最佳男配角提名(刘烨)、最佳女配角奖(袁泉)、第5届华表奖优秀女演员奖(梅婷)以及第20届香港电影金像奖最佳新人奖、第38届台湾电影金马奖最佳女主角奖和最佳新人奖、第6届香港电影金紫荆奖最佳女主角奖、第7届香港电影评论学会奖最佳女演员奖(秦海璐)。

其次,包括“超级女声”、“快乐男声”、“加油!好男儿”等在内的电视选秀活动,成为“明星制造”又一种可能的路径。选秀节目本身,并不直接事关电影表演,而多与音乐相关,但又不仅仅限于音乐,是多种因素综合考量的结果。这至少可以部分解释最终夺冠的,未必是歌艺最佳的,但必定是最受欢迎的。电视选秀的层层选拔机制,往往借用了与传统明星出场类似的仪式化场景,而使得大众直接介入了造星机制,从而获得更大的现场感与满足感。从选秀舞台上走来的张含韵、李宇春、周笔畅、何洁、叶一茜、尚雯婕、谭维维、蒲巴甲、马天宇、井柏然、乔任梁和付辛博等,先后参与了电影表演,无论是影片,还是他们的个人表演,均显得参差不齐。选秀明星值得关注的问题是,共同参与“明星制造”的粉丝。“粉丝”与以前所谓的“追星族”一词,其内涵可能不尽相同。“追星族”通常主要指追逐、迷恋明星的一个“族群”,他们并不参与“明星制造”,而“粉丝”则不同,他们往往是“明星制造”的元素和动因之一,比如在“超级女声”等选秀节目中,明星与粉丝是在其互动的过程中同步产生的。粉丝往往成为这些明星的潜在观众,以包场、多次观影等行为来贡献票房,这也验证了“明星的大名出现在影院的遮蓬上,又位于片名的上方,一定会吸引观众,不仅是因为他们的个人磁力,还因为他们是某种娱乐类型的象征,因为他们能够确保制作成果远远超出平均水平。”<sup>⑥</sup>尽管此种“确保”未必能够成为国产电影的现实,但粉丝与票房之间,确实建构了一种非理性的紧密关系。

第三,魏敏芝、王宝强等“草根明星”的意外成功,在工业化的“明星制造”这个层面上,尚缺乏可以复制的特质,具有偶然性,而仅仅可以视为个案。此处所谓“草根”,对于魏敏芝和王宝强而言,当然具备“底层”的意义;

但“草根”显然还有另外一层所知,指的是与专业无关的普通人,因了“意外”而走上演艺之路,并成为明星,他们中至少还包括高圆圆、夏雨、周冬雨等,后二者也是因为分别主演《阳光灿烂的日子》(姜文导演,1995年)和《山楂树之恋》(张艺谋导演,2010年)之后,而分别考入艺术院校。在没有形成成熟完整的电影工业机制和造星机制的时代,由于专业演员无法进入某些特殊角色(包括年龄、身份、身体、职业的特殊性)的真实体验的情形下,草根明星的作用往往能够凸显出来。但是,这类演员往往具有双重性,本色表演是其获得成功的原因,也是其受到诟病的根由。一方面,他们可以特别迅速地进入某种角色,通常是与其个人相似度较高的角色,但往往也受这种角色所限,因此昙花一现者不在少数,诸如电影史名作《偷自行车的人》(维托里奥·德·西卡导演,1948年)以及国产影片《沙鸥》(张暖忻导演,1981年)、《千里走单骑》(张艺谋导演,2005年)等,但也有一些演员,则由此进入这个行业,而具备了可以塑造多种角色的职业演员特质。草根明星生产的方式均更多具备个案意义,而并不具备作为电影工业体制之重要组成部分的普遍价值。

第四,来自相声(如冯巩、牛振华、郭德纲等)、小品(如赵本山、潘长江、小沈阳等)、体育(如李连杰、陶虹、赵文卓、吴京等)、模特(如瞿颖、于娜、胡兵、李艾、王海珍、杜鹃、吕燕等)、歌手(如毛阿敏、崔健、周晓鸥、韩庚等)等领域的明星的跨行发展,由于其在原有的专业领域拥有较高的平台及知名度,似乎更容易发挥其作为明星的特质。跨行明星现象在国外也较普遍,歌手惠特妮·休斯顿与凯文·科斯特纳共同主演了《保镖》(米克·杰克逊导演,1992年);凭《洛城机密》(寇特斯·韩森导演,1997年)获得第70届奥斯卡奖最佳女配角奖的金·贝辛格是从杂志封面女郎和国际顶尖模特走向电影表演的;冰岛歌手比约克凭借丹麦导演拉斯·冯·特里尔执导的《黑暗中的舞者》(2000年)而成为第53届戛纳影后;贝利、坎通纳、乔丹、贝克汉姆等体育明星都先后出演电影。但于欧美国家而言,这些跨行明星出演电影更多具玩票性质,与香港及内地明星的“多栖”发展全面出击存在较大差异。跨行明星中值得引起关注的问题是,东北小品演员和湖南卫视主持人“组团”进入电影界,为中国电影带来了什么?

从近年来中国电影发展的整体上看,如何建构符合电影工业需求的理

性、科学的明星生产机制,避免盲目盲从与随意性,仍然是值得进一步探索的问题。

## 产业维度

从产业维度来讨论电影明星,事实上是评估明星的商业价值,或者说,潜在的商业价值,因而,这一论题与上一维度之间有着内在相关性,而它本质上则牵扯着明星制这一由好莱坞确立的电影生产机制。在电影作为工业的体制中,“明星是最可预料的经济因素,制片厂视之为票房的保证。简单来说,明星在传统无常的电影界中提供了稳定的保障。即使至今,明星仍是可投资的商品。对投资者而言,明星是大投资的利润保障。”<sup>⑦</sup>

众所周知,经典好莱坞电影具备制片人制度、类型电影和明星制这三个基本特征,而三者之间又是互相联系、互相牵扯、互为表里的。类型电影是按照不同类型或者样式制作出来的影片。类型电影与制片厂制度有着密不可分的联系,因为它实际上要求影片制作的标准化。类型电影有着公式化的情节、定型化的人物和图解式的视觉形象。电影明星所需要的除了基本的演技要求之外,是某种在摄影机前可以体现出来的魅力,某种恰当的外形和气质。明星是按照类型模式生产的。“玛丽·碧克馥永远是作为一个飘零弱女吸引着观众,而围绕着嘉宝的那种感情深沉、神秘莫测的气氛则使她成为人们的主要谈资。约翰·怀恩是著名的西部牛仔,枪法高明,杀人无算;亨弗莱·鲍嘉作为受挫的英雄人物和顽强可怕的私家侦探是永远不变的。浪子型的埃洛·弗林或硬汉型的詹姆斯·贾克奈,荡妇型的丽泰·海华丝或贤良型的凯瑟琳·赫本都终生难变其形象。”<sup>⑧</sup>对于美国电影工业而言,“虽然个别影片可以没有明星而存在,但一个没有明星的电影业是难以想象的——至少没有明星的美国电影业是难以想象的。明星制对于作为一个社会机构的美国电影业的有效运转起到了至关重要的作用。”<sup>⑨</sup>根据学者研究,中国“明星制”的雏形可以追溯到20世纪20年代:“随着1920年代早期电影业的繁荣,尤其是叙事长片的兴起,观众对‘现实的口味’和对艺术片的兴趣的日益强烈,要求女演员的加入甚至成为主角的呼声也日益高涨。演员的职业为不同背景的妇女提供了前所未有的机会,反对家庭和社会偏见的新型女学生勇于拥抱这种银幕生活,艺妓、

歌唱小姐则从电影中看到了改善社会地位的可能。加上印刷媒体,如早期电影期刊和影迷杂志从旁佐助,明星制的雏形出现了。”<sup>⑩</sup>但20世纪复杂多变的社会格局,以及由此带来的电影观念与形态的变化,并没有在早期电影发展的基础上有效地建构起电影工业体系,以及与之相关的明星制。电影明星的沉浮起落,也从一个侧面折射出中国电影观念乃至社会文化观念的演变及其特征。

从理论上而言,“这种‘明星制度’涉及一系列表演行为,包括把演员‘自我’(self)特质抽离成‘戏剧角色’(dramatic persona),将‘戏剧角色’延伸为其‘社会角色’(social persona)等。如今,‘明星’一词也用于其他能够散发特质并在一举一动间吸引大众目光的公众人物,如运动员、政治人物等,都可被视为‘明星’。这些明星们共同的特征是,透过媒体宣传等造神活动,他们的个人魅力与专业表现并驾齐驱,他们的私生活和公众活动一样受人注目,他们台下幕后的个人表现甚至被当作是他们台上幕前的角色表演之延伸,并同样受到普罗大众的凝视。换个角度看,善于行销个人魅力的明星们,往往也精于计算个人行径的公众形象,操弄观众的眼神。这些明星扮演自己必须要像演员揣摩戏剧角色般,掌握精密表达准确并且贯彻一致。一如最早一批透过镜头面对大众凝视的好莱坞电影明星一般,他们扮演自己也好像在设计一个戏剧角色、塑造自己的公众角色则犹如构思一张图像。”<sup>⑪</sup>也因此,明星制的基础层面,其实是对于一个电影明星的商业价值的考量,然后才能进一步拓展至社会文化价值。所谓商业价值考量,本质上即是关于电影明星的性价比,亦即演员片酬与其票房收益之间的比例关系。好莱坞有所谓的“两千万俱乐部”,即单部影片片酬超过两千万美元的电影明星,朱莉娅·罗伯茨成为第一个进入男性当道的“两千万俱乐部”的女明星。

自2004年以来,《福布斯》中文版都会根据调研和系统评估结果发布“福布斯中国名人榜”,至2014年,这11次评估中,获得前十的基本是演艺明星和体育明星,其中2014年榜单前十位分别是范冰冰、刘德华、周杰伦、黄晓明、章子怡、杨幂、林志玲、李娜、吴奇隆、成龙。<sup>⑫</sup>在这一评估体系中,我们可以清晰地看到,收入是其中重要的评估指标而并非唯一指标。尽管量化的评估对于电影明星这样的职业身份来说并不能涵盖其全部价值与魅



力,但从电影作为文化工业这一角度而言,却有着重要的参考价值,它起码可以避免目前电影界普遍存在的仅仅根据主观想象与个人好恶对于电影明星的盲目评价与启用现象,有效规避无节制的权力机制对于电影创作的介入。但另一方面,无论何种评估方式,仍然会带有一定的主观色彩,对于迥异于文学、绘画、音乐那样的个人创作而言,作为团队创作的电影,明星在一部具体影片中到底起到怎样的作用,也是一个需要精心考量的问题。或许,在大数据时代,这一棘手的问题能够得到更好的解决。

明星制的建立,需以电影工业的良性发展为基础,需要对明星的商业价值、娱乐价值、社会价值以及回报能力有一套相对理性、科学的评估机制。

## 消费维度

电影明星的消费维度所要探讨的话题是,在消费文化盛行的时代,明星如何不可避免地成为文化消费对象。一方面,是电影明星在引导消费,“明星视自己为摩登生活方式的化身,最终他们也确实成了其象征,尤其时尚方面。”<sup>⑬</sup>另一方面,则是明星自身成为受众的消费对象。

电影明星对于大众文化的引导性消费,在早期电影中就已经有所呈现。“20年代早期电影开始兴盛起来,尤其是叙事长片得到发展,‘现实趣味’和情节剧越来越流行,这增加了对女演员的需求,她们不仅被用来填补情节空白,而且开始充当主要角色。因此,银幕表演的职业为许多不同背景的女性提供了前所未有的机遇。其中有反抗家庭、打破社会偏见,加入电影行业的新潮女学生,还有一些妓女和歌女,她们希望借助电影改变她们的社会地位。在印刷媒介的帮助之下——包括早期的商业和影迷杂志——一个明星系统已然初步形成。王汉伦、殷明珠、杨耐梅、张织云、张美烈、傅文豪、黎明珩、萧养素、李旦旦、李丽娜、汪慧娴和曹剑秋等女演员投身这个现代的大众媒介,显示出了过人的勇气,因为这个行业仍然为当时的上层社会所不齿。她们的明星地位很大程度上在于她们都最能代表现代性的生活方式——包括流行时尚、发型、驾驶汽车,以及非传统的男女关系(诸如结交多个男友,选择同居、拒绝婚姻)。她们事实上是中国第一代‘摩登女郎’。”<sup>⑭</sup>颇有意味的是,在中国早期电影中,似乎女明星身上纠