

<<明星>>

图书基本信息

书名：<<明星>>

13位ISBN编号：9787301158609

10位ISBN编号：7301158602

出版时间：2010-1

出版时间：北京大学出版社

作者：【英】理查德·戴尔

页数：326

译者：严敏

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

在进入21世纪全球化的图像时代后，电影明星早已渗透大众文化的诸多层面，从书刊的封面、插图，街道、地铁的招贴，到电视、网络的影像，明星不停地为商品、政治，也为自己做广告，其“广而告之”的特殊魅力似乎无所不在，无处不灵。

2008年的北京奥运会就是一个众星拱月、皆大欢喜的明星（电影、体育、媒体、政界）表演。

然而，与日常生活中多见不怪的追星现象相反，明星研究作为一个学术领域却起步甚晚，明星的象征意义也不如人们想象得那么不言而喻。

2005年5月美国《新闻周刊》的封面女郎是章子怡，目的是吸引英文读者思考这么一个政治问题：“中国是下一个世界超级大国吗？”

青春靓丽的女性形象配上背景中北京的长城和上海的东方明珠，章子怡就这么成为西方主流媒体心目中代表“新中国的面孔”，但这个新的中国形象（女性）所代表的是什么呢？

与以往的中国形象（男性、女性）有什么差异？

在西方了解中国的历史中，中国与外国的明星所扮演的又是什么样的角色？

显然，明星研究所关注的类似问题不仅涉及娱乐消遣，也不仅限于通俗文化。

经过30年的发展，明星研究成为一个跨学科领域，考察电影、艺术、文化、社会、政治、经济、传播之间错综复杂问题。

内容概要

电影的魅力总是离不开明星表演与明星形象，然而，在英国著名电影学者理查德·戴尔看来，明星并不是某个真实的男人或者女人，戴尔在本书中将明星为一组“符号形象或者文本”，并提供了将这“符号形象或者文本”加以分析的语言和方法。

戴尔指出，明星乃是一种由电影和大众传媒等等媒体文本一起参与构建的“被建构的个体”，充满了历史的、美学的和意识形态诸方面的意涵，戴尔通过对许多影片、杂志、广告和批评文章的深入而细致的考察，深刻地对之加以揭示。

本书着重论述了马龙·白兰度、简·方达、葛里泰·嘉宝、玛丽莲·梦露等盛极一时的好莱坞明星，为读者看待、认识、思考这些银幕上熠熠生辉的形象提供新的视角。

本书自1979年首印之后已经六次重版，成为西方最经典的明星研究著作与影视学科的必读教材。此中文版据原版最新版本翻译，新版本特别收录并由保罗·麦克唐纳撰写的独立一章，跟踪了理查德·戴尔提出“明星研究”概念并为之建立理论范式后该领域的一些最新进展。

作者简介

理查德·戴尔，著名电影理论家，英国伦敦大学国王学院电影系教授。

<<明星>>

书籍目录

引论第一篇 明星作为社会现象 第一章 明星地位形成的条件 第二章 生产：消费 明星的渊源 明星作为生产现象 明星作为消费现象 第三章 意识形态 明星VS人物 人生如戏 历史范例——从神到凡人 明星与现状 代偿 魅力第二篇 明星作为形象 第四章 明星作为明星 消费 成功 寻常性——随明星而“异”？ 变味的梦想 爱情 第五章 明星作为典型 社会典型概念 非传统性或颠覆性典型 第六章 明星作为特定形象 特定形象：简·方达第三篇 明星作为符号 第七章 明星和“人物” 人物的概念 人物的建构 明星作为影片中的人物 第八章 明星和表演 表演研究的趋向 表演符号 第九章 关于作者身份的说明 明星作为作者 明星和作者结论 附：文献目录[增补]重新建构明星概念 明星与历史 明星制在美国产生的渊源 定位明星 明星的形体和表演 文化的具形化 动作和表演，明星和演员 明星与观众 明星和观影者 日常生活中的明星 明星和次文化 明星作为劳工 明星的工作形象 明星作为体制 结论 附：增补的文献目录 明星是谁？ ——译后记

章节摘录

插图：第一章 明星地位形成的条件 弗朗切斯科·阿尔贝罗尼（Francesco Alberoni）和巴瑞·金（Barry King）两人都提出不同的社会结构是明星现象存在所必须获有的条件。

这些条件与其说是足够的，毋宁说必备的——换言之，这些条件不会自动地产生明星，而只是奠定基础，让明星得以制造出来。

阿尔贝罗尼论及的是明星作为一种普遍的社会现象，而不仅仅是电影明星及其地位。

他给明星下的定义已经在他的论文题目中点明了（“无权势的精英” The Powerless Elite），其要点基于一个事实，即明星是这样一群人，“他们的制度性权力十分有限，或者说不存在，不过他们的行为和生活方式都会引起相当大、有时甚至是极其大的兴趣”（见阿尔贝罗尼上述论文，P.75）。

关于产生明星现象的基本条件，阿尔贝罗尼表示是：——法律状况——有效的行政系统——已建成的社会制度（这三个要素确保社会作用是限定的，须依据“客观”准绳[即效率]来评判。

在这种情况下，明星只能在属于他们自己的领域内运作，在那里没有任何危险会“伤害”他们的“魅力”，而这种“魅力”从政治角度来看已变得十分重要”。

)

后记

“旗下的明星比天上的星星还多哩！”

”这是好莱坞黄金时期“米高梅”老板路易斯·迈耶说的一段溢美之词。

的确，随着明星制的建立以及大批欧洲表演精英的涌入，那一时期好莱坞的男女明星真是繁星璀璨。像葛丽泰·嘉宝、玛琳·黛德丽、凯瑟琳·赫本、蓓蒂·台维丝、英格丽·褒曼、费雯丽、秀兰·邓波儿、伊丽莎白·泰勒等女星，克拉克·盖博、贾莱·古柏、约翰·韦恩、詹姆斯·史都华、詹姆斯·贾克奈、劳伦斯·奥立佛、卡莱·葛伦、马龙·白兰度等男星家喻户晓，人见人爱。

同样，其他国家也经过打造涌现出许多明星，例如：法国的让·伽班、钱拉·菲利浦、阿兰·德龙、碧姬·芭尔铎；意大利的索菲亚·罗兰、吉娜·罗乐勃丽季达、马切洛·马斯特洛亚尼；德国的玛丽娅和麦克西米伦·谢尔姊弟、罗密·施乃黛；瑞典的丽英·厄尔曼；英国的詹姆斯·梅森；中国的胡蝶、阮玲玉和李丽华；日本的三船敏郎；墨西哥的陶乐蕾丝·德里奥等等。

明星们成了“外交大使”和“大众偶像”，所到之处无不引起轰动，言行打扮无不被人效尤。

现在，尽管明星制业已消亡，但明星依然是电影工业生产的“主力军”和观众消费注重的“品牌”，依然是影片的卖点和电影节的亮点。

新生代明星层出不穷，演技派和偶像派明星不断转型，使得世界影坛“银河系”益发膨胀，甚至爆出“超级巨星”。

<<明星>>

媒体关注与评论

明星现象目前已经是中国大众文化的重要现象之一，它甚至动了一个巨大的产业。而中国学术界却没有一本自己的明星研究著作。

这不能不说是一个巨大的缺憾。

在这个意义上，尔《明星》一书的翻译出版填补了我国学术界的一个空白。

——陶东风 首都师范大学中文系教授这本书破译了明星的神话学。

明星的秘密，不是他（她）的私生活秘密，而是他（她）被构建的秘密，在书中一览无余。一本文化研究的典范之作。

——汪民安 北京外国语大学外国文学研究所教授

编辑推荐

《明星》：明星是谁？他们非凡的魅力源自何处？理查德·戴尔通过对许多影片、杂志、广告和批评文章深入和细致的考察，分析出明星在历史、意识形态和美学诸方面的意义，改变了我们认知银幕偶像的方式。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>