

电影叙事中角色自我呈现过程的“印象管理”模式及其内在驱动力

吕伟毅

摘要 | 本文之所以选择“印象管理”模式的运作机制为研究切入视点，原因在于该理论范式能从社会互动关系层面切入分析电影叙事的角色关系，且该理论能探析电影叙事中角色对自我呈现过程的策略性管理方案，进而解答角色如何建构起自身与自我、他者和社会之间的互动关系，再构成为电影叙事中角色关系的内在戏剧驱动力。基于此前提假设，本文首先阐释、界定“印象管理”模式的定义和该模式运作社会互动关系的必然性机制。其次，分析“印象管理”模式在两个相反层面的具体运作，即角色的“情感整饰”策略和脱离角色刻意控制的“无意动作”。最后，以期通过本文提出的命题和思考之答案，能够为研究者和创作者提供认识电影叙事及其角色关系的新视角。

关键词 | 社会互动；角色关系；印象管理；情感劳动；无意动作

Copyright © 2022 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



“在社会学中，几乎没有什么概念比‘角色’这个概念更多地得到人们的普遍运用，被人们赋予更为重要的意义，并在人们仔细观察时表现得摇摆不定了。”^[1]

——戈夫曼

“印象管理”（Impression Management）是一种预设人物如何进入自己的角色进行表演，

进而参与社会互动关系的秩序逻辑，亦如欧文·戈夫曼（Erving Goffman）所言：“我们向他人呈现我们自己”^[2]，“印象管理”规划的即是个体、集体的自我展示方案。人存在于现

[1] [美] 欧文·戈夫曼：《日常接触》，徐江敏、丁晖译，华夏出版社，1990，第214页。

[2] [美] 欧文·戈夫曼：《日常生活中的自我呈现》，冯钢译，北京大学出版社，2008，第214页。

实世界或是故事世界的“虚拟”情境，通过角色脚本的预设呈现，和他人产生基于自我预期和社会期待的社会互动。而人物及其扮演的角色群们，参与（电影集体创作者/预谋者）精心设计的自我呈现过程，即构成策略性互动的基本前提。而策略性互动的核心手段，即依赖不同情境下的“印象管理”技术，互动表演者与互动观察者互相影响，试图给对方留下某种预设的形象，如外貌、动作、阶层、身份、性格、品质等认知图式，以此作为一种可见、可知、可控的参照系统，目标是促进社会互动进程，以及控制社会互动对象产生的行为反应。在此之中，人物基于“印象管理”技术的控制与表达，渗透于个体意识与无意识的心理结构，进一步型构着角色戏剧性行动的内在驱动力，推进互动进程和关系建构。而对创作者而言，将“印象管理”策略作为一种叙事手段，通过在不同叙事进程中对人物前台、后台信息的有效释放，也即谁在释放、释放什么、何时释放、又为什么释放等，勾连起影片整体的创作意图与影像表达、人物形象与人物关系，乃至电影文本与社会、历史泛文本之间的交互联系。

一、“印象管理”模式与策略性互动

美国情境社会学家欧文·戈夫曼首次提出“印象管理”的概念，他认为：“银幕中的角色和人物与现实生活中的人们一样，在社会互动与人际交往之中，总是试图通过自身的行为（有意或无意）来‘操纵’和‘控制’自己留给他人的印象，为了达到这样一种‘控制’的效果，实现所谓‘印象管理’，人们必然地会自觉地运用一些策略或手段，即所谓‘策略性的自我展示’（Strategic Self-

presentation）”。^[1]而在互动发生的场域，尤其是以职场为前提的情境中，人与人交往的共在主题是每个参与者都期望引导和控制在场他人的反应（被动地和主动地），例如电音舞池引领人群律动的DJ，或无领导小组面试中的组织者和时间控制者，以及建构电影叙事的作者和人物。由此，“印象管理”作为操纵互动关系的手段，首先需要形成共识的情境定义，诸如《民警故事》（1995）的北京片儿警、《29+1》（2016）的设计公司team，人物们基于同一工作场景而联结为共同体；其次在此情境下，人物携带不同的戏剧性目标或存在体验，进入形形色色的关系网络之中，通过各类“印象管理”技术维护目标，延长存在体验；又如《民警故事》中片儿警的打狗计划、《冰雪11天》（2012）中交警疏散拥堵人口的计划，以及为实现该计划，与民众互动时维持的官方形象。因此，“印象管理”涉及如下功能：其一，作为策略性的叙事手段，既存在于角色与角色的互动内，也涵盖于叙事者、人物和观众的互动外。其二，“印象管理”不但驱动人由外至内的戏剧性动机目标，同时使互动内外方控制叙事进程和人物关系进展。尤其在职场题材的电影叙事策略中，“印象管理”对人物形塑形象和建立关系具有不可忽略的价值和意义。

1946年，美国社会心理学家阿希（Solomon Asch）发表了《形成人格印象》一文，开篇明确提出：“我们看见一个人，他的性格几乎立即在我们的心中形成某种确定性印象。一个眼神、几句话，就足以告诉我们一个高度复

[1] 孙承健：《电影、社会与观众》，中国电影出版社，2018，第62页。

杂事情的故事。”^[1]也即,阿希提出了在社会互动中建立第一印象及其运作印象合法原则的问题。1957年,美国社会心理学家洛钦斯(A.S.Lochins)进行了一场社会心理学实验,他将学生詹姆生活片段的社会故事当作实验素材,通过剪辑和重组后形成两种类型的詹姆形象:外向的和内向的,分发给实验参与者,发现这群参与者对故事主人公性格的认知受到了剪辑和重组的价值导向。于是,证明了阿希提出“首因效应”的存在。“首因效应”(Primacy Effect,也可称为“第一印象效应”)作为互动的起点,是“预谋者”进行“自我展演”策略性规划的前提,它影响了社会认知的形成。“先入为主”的第一印象判断,已然构成人类意识与无意识中认知图式的雏形,演变为后续人物互动的前奏。也即是说,“其一,无论来源如何,我们对他人的初始判断会影响我们对后来获得的其他信息的诠释。判断一旦形成,就会影响我们对后来信息的使用——经常以不易察觉的细微方式。”^[2]对于“首因效应”的策略性操纵,一般而言分为两种方式,明确设计和无意流露,或二者互为纠缠。影片《29+1》片头,创作者通过一系列拼贴的关键词和场景,完成角色从后台的无意流露至前台的刻意表演,构成观众眼中的“首因效应”。如快节奏计时的闹钟、因压力而不想上班的独白、为上班演出的精英装扮等,已然为观众构建起关于林若君的第一印象:时尚上班族、租房蜗居、严格的饮食标准与护肤流程、30岁且不愿结婚。因此,观众在演员登场后的一系列自我呈现中,已然接受创作者和人物本身不可见的价值预设,即故事讲述一位女人的自我压抑与职业失重。而电影《我是植物人》(2010)中,创作者同样利

用“首因效应”,为观众和人物建立起悬念起点。林莉发现自己躺在医院,但却遗失记忆,她忘记了自己是谁这一界定人物“自我”的关键问题。这种模糊的“印象管理”策略,一方面作为戏剧性目标牵引观众注意,另一方面,则构成林莉与自我、刘聪或其他者社会机构互动间的不稳定性因素。或如印度电影《嗝嗝老师》(2018)的开篇,便树立起奈娜不停打嗝的教师形象,以此型构社会偏见带来的关系冲突。实际而言,对于现代陌生人社会带来的快节奏的城市环境,乃或职场生活,人与人的社会互动关系往往依托于“首因效应”定位对方。

深入戏剧性的互动进程后,不同阶段的“印象管理”策略,如同节拍表上的鼓点,通过有计划地控制他人的节奏,以完成人物关系线多重奏鸣的变奏、协奏、合奏。如果要乐队完成一场没有杂音的默契演出,参与者需要在共同的情境定义中形成共识性认知,否则便会产生关系冲突。而这种认知图式,可借鉴欧文·戈夫曼提出的三点“印象管理”策略:(1)戏剧表演的忠诚(Dramaturgical Loyalty)。(2)戏剧表演的纪律(Dramaturgical Discipline)。(3)戏剧表演的谨慎(Dramaturgical Circumspection)。其一,基于演出者而言,他要忠于所扮演的角色、所交互的对象和所存在的情境,并“形成一个完整的社会共同体,就能为每一位表演

[1] Solomon Asch, "Forming Impressions of Personality," The Journal of Abnormal and Social Psychology, 1946, <https://www.psychspace.com/psych/viewnews-13673.html>.

[2] [美] 莎伦·布雷姆:《亲密关系(第3版)》,郭辉、肖斌、刘煜译,人民邮电出版社,2007,第90页。

者提供了一个位置和道德支持的来源。”^[1]尤其是在正式机构的职场中，如《惊涛骇浪》（2003）、《战狼》（2015）、《湄公河行动》（2016）、《红海行动》（2018）等影片，其中国家机构及其团体基于“救援”功能取向和“以人为本”的道德前提，决定角色及其脚本都遵循此类策略性互动。虽然互动过程受到外部环境的不稳定性干扰，然而整体的戏剧节奏，仍是由角色基于情境定义和为维持这种情境定义所支持的现实情况而主导。其二和其三，可归为“剧班成员深谋远虑，或预先对如何上演表演进行设计”^[2]。一方面，“戏剧代表着一种‘伪装’的艺术，或接受另一种完全与自己相异的性格，或表现出与以往不同的自己，或在冷血中变得热血沸腾，或说出一些言不由衷的话”^[3]，因此，角色将前台自我与后台自我互为割裂，剥离情感诉求与真实意志，以便行使“印象管理”的整饰；而另一方面，通过克服原初自我性质的表演，或使互动顺利进行，或避免矛盾，或解决已有的冲突，可借此构成关系发展的拐点。《29+1》中，林若君要挽回当场爽约的客户，然而她刚从父亲去世的医院赶来，却遭到客户一顿指责。林若君压制住内心那个不断臭骂客户的小剧场，她随即控制情绪，以沉稳的话语表达留下客人。

而诸如此类的“印象管理”手段，一方面喻示着角色如何遵循脚本行事，进此揭示出更深层目的：阻止“表演崩溃”（Performance Disruptions），也即保持合作团队，抑或个体本身的运作一致，维持戏剧性现实或故事现实的完整性。另一方面，由于戏剧或生活携带的不确定性要素，如出现不合时宜的搅局人，灾难性的情境突变等，使“表演所支持的现实可能会进一步受到破坏或削弱”^[4]。随着情境现实和表演共

识的失效，也会造成人物的自我认知失调、精神错乱，或进入互动的失序之中，这些不稳定性因素同样是故事拐点的标志。虽然戈夫曼的“印象管理”策略集中于人物如何默契共舞，而非作为闯入者破坏互动秩序，不过他的理论观念仍可为创作者提供人物原型及其行动路线的思路。无论何种情况，“印象管理”的实质都是创作者选择的策略性整饰方案，用以完成人物形象塑造及人物关系进程的建构。

二、“情感劳动”——对“自我心灵”的整饰策略

1983年，美国学者阿莉·拉塞尔·霍克希尔德（Arlie Russell Hochschild）首次提出“情感劳动”（Emotional Labor，也可理解为“情感工作”）这一概念，意指个体将情感作为商品筹码，在与其他人的职场互动中进行展演/表演，从而完成“自我”再生产，甚或“自我”过劳式销售的工作策略。实际上，以“情感劳动”主导的“感知—行为”表演技术，作为一种职业流程的“印象整饰”手段，通过参与者在不同职业场景中如何感知、流露情感的整饰方案，构建起多方互动的感受规则，进而完成社会交换目标。反观21世纪全球化的经济运作逻辑，虽然资本主义的运作逻辑仍旧围绕生产与消费的关系，然而其对象已然发生转变。诸如

[1] [美] 欧文·戈夫曼：《日常生活中的自我呈现》，冯钢译，北京大学出版社，2008，第184页。

[2] [美] 欧文·戈夫曼：《日常生活中的自我呈现》，冯钢译，北京大学出版社，2008，第187页。

[3] 韩炳哲：《透明社会》，吴琼译，中信出版社，2019，第73-74页。

[4] [美] 欧文·戈夫曼：《日常生活中的自我呈现》，冯钢译，北京大学出版社，2008，第182页。

医美、健身房、家政服务、养老机构等现代社会机构，基于人性化的服务为其宗旨，如健身房构建起的小型家庭式社区等，喻示从业者的主要业务即为整饰“自我”的“情感劳动”，同时也变为型塑职场人际互动的主要方式。反观21世纪后国产电影中的职场角色，诸如《桃姐》（2011）、《飞越老人院》（2012）、《幸运是我》（2016）、《盛先生的花儿》（2016）、《你好，疯子！》（2016）、《中国机长》（2019）等影片，片中的医务工作者、保姆、公益员工及空姐等社会角色，均是围绕“情感劳动”而建立起“印象管理”认知模式，进而发生的社会互动过程。但是，纵观霍克希尔德全书的整体论述，代表着西方文化对个体权力界限的绝对分割，恰恰匮乏的是职场互动中形成人情互动关系的价值视点。也即是说，扮演者“将自己的情感服务（Emotional Offering）限定在‘恰当’（Right）情感的表层扮演上，但同时不管怎样，又要忍受‘虚伪/虚假’（False）或机械的感觉”^[1]。即使当这种扮演介入意识的深层，仍无法回避其剥离的本质。可是对电影创作者而言，更为重要的在运用“情感劳动”的印象整饰过程中，人与人之间如何由短期转为长期，抑或更为长久的深层交流，如何将角色外部的伪装驱动力转化为内部的情感驱动力。至此，一个角色才能于给定的印象策略中实现真正转变，而人性的弧光也在此时凸显。

无论是人物的浸入式表演（Deep Acting），抑或表层式展演（Surface Acting），当代“情感劳动”的所指，已然不局限于情感社会学定义“去人性化”的伪装性表演策略，而发展为包含“真情实感”等内在驱动的实意表演策略。诸如此类的“印象管理”策略，即构成电

影叙事人物塑造和人际互动的法则。一方面，表层式展演产生疏离的自我感受与表演计划，也即人们运用情感的“付出”时刻装点“自我”。像《飞越老人院》中的院长、护工等职业角色，既要老人们当作业务往来的客户，又因为职业的特殊性而需投入自我情感。于是，其职场互动常常围绕情感如何展演，以及展演时如何与他人交流而建构。比如护士如同儿女般照料老人的情节，便映射出“替代老人的家属”这一角色的价值预设，从而构建起她们特殊的情境感受规则。不过，护士们仍将介入情感的感受当作一类展演手段，而此类“印象策略”主导的表演多依赖外部环境驱力，如有偿服务、规定责任等，难以触及人性的内核。另一方面，浸入式表演形成整饰/融合的自我可能与实演体验，如为李家工作多年的保姆桃姐。桃姐原以保姆的服务功能示人，然而这份工作却是以多年的“情感劳动”为基底，在与少爷罗杰如母如子的职场关系中，那份掩饰“自我”的展演策略，终转换为人物内在的驱力，为真正的情感驱使，促使二人在情境变动中完成情感关系转折。又或是《幸运是我》的芬姨与阿旭，初为计较利益的房东房客，后因共同生活的接触，多少需要付出携带“情感劳动”的整饰策略。如芬姨为阿旭做早餐，阿旭帮忙解决芬姨遭遇的困境。在两人日益的交流过程中，他们因理解彼此的痛点而慢慢卸下面具。尤其是当阿旭再次被父亲抛弃，留在他身边只有芬姨；或是芬姨差点走失，只有阿旭关心她的安危。这些情节的设置，使得两个善

[1] [美]阿莉·拉塞尔·霍克希尔德：《心灵的整饰：人类情感的商业化》，成伯清、淡卫军、王佳鹏译，上海三联书店，2020，第11页。

良的人物在人物互动关系中散发出人性的美好光芒。芬姨希望阿旭可以照顾她后半生，也即用遗产来交换他的“情感劳动”，可是对阿旭而言，戏里戏外已然不重要了，重要的是他找到心中缺席已久的“母亲”。

正如戈夫曼所言：“自发情感在人们的相互回应中，发挥着策略的功能（Function as Moves）”^[1]，无论是构建婚姻家庭空间，抑或都市化的职场空间，由外在驱动力推至内在驱力的情感过程，均可作为一种策略性手段应用于电影叙事。反观20世纪初工业化的社会时期，人们“从他人那里取得服务之需而不必发生情感反应”^[2]。再反观现代的功绩社会，多数人的工作内容和方式由与机器互动转向与被机器化、数字化了的人互动，自此情感本身也成为营销、服务他人/社会的展演策略。也正是如此过程中，围绕当代人“情感展演”的社会现状及社会心态，型构所谓的过劳型倦怠状态，触发一系列社会现象与心态症候。而“从私人领域进入公共领域，情感付出的标准化和商业化趋势，已经在整个社会阶层系统中风行。”^[3]所以，如何从围绕“情感劳动及其表演”的职场空间，以此为印象管理策略，构思人物的动机、目标与戏剧性行动；更需以此为契机发掘人性于情感展演中的致变性作用。实际而言，创作者应不断反思在“情感劳动”的时代背景下，其带给当代人的生活方式与存在状态的影响。

三、角色“无意动作”对“印象管理”策略的逆反效应

“一个角色‘是在他人面前可见地实施的一束行为’，是与他人的行为的拟合”。^[4]“印象管理”策略型构的一套角色在戏剧演出中自我展演之话语，从生活场景、服装造型、

行为举止、语言、面部微表情、内在心理等细节展现，潜在地构成角色在剧中的自我形象，进而构成角色戏剧性行动的内在驱动力，与此同时，内在驱动力作用于和角色产生互动的其他角色时，亦会构成其他角色产生戏剧性行动的内在驱动力。在社会生活和社会互动中，角色认知和行为实施依赖于社会个体的内在思维与外部反应，甚至由此构成个体与集体社会态度的过程，也源自对有意味符号的运用。米德所言“有意味的符号”是指在刺激的反应之中给定的东西，进而，反应根据个体控制了社会行动的态度，个体“自我”正是在这个过程中不断生成且包含着其他人的社会态度，也即主观自我和客观自我的双向交互。因为个体自我高度依赖和契合于他人的反应，正因如此，“印象管理”策略不仅依赖于角色本身的表演方案，而更多取决于他人的反应。于此之中，“无意动作”作为一种状况外的事变，构成了“印象管理”策略的反作用力。在电影《分手的决心》（2022）中，宋瑞莱脱离了被指控为犯罪嫌疑人的危机处境，转而与负责侦办命案的刑警海俊开始交往。电影叙事于此拐点处，即人物互动关系由职场里的职业互动转向职场外的情感互动，在突破了警察与犯罪嫌疑人的社会角色脚本预设同时，又为这段情感关系埋下了

[1] [美]阿莉·拉塞尔·霍克希尔德：《心灵的整饰：人类情感的商业化》，成伯清、淡卫军、王佳鹏译，上海三联书店，2020，第112页。

[2] [美]林顿：《人格的文化背景》，于闽梅、陈学晶译，广西大学出版社，2006，第11页。

[3] [美]阿莉·拉塞尔·霍克希尔德：《心灵的整饰：人类情感的商业化》，成伯清、淡卫军、王佳鹏译，上海三联书店，2020，第196页。

[4] [美]乔纳森·H·特纳：《社会学理论的结构》，邱泽奇、张茂元等译，华夏出版社，2006，第381页。

不稳定性的隐患。两人看似自然的交流，却通过一些无意的小细节呈现出异样之味，比如宋瑞莱当着海俊的面试探，烧掉了丈夫案发现场的照片，而海俊不经意间瞥见了瑞莱的手机解锁密码，马上又告诉她自己会忘掉。在影片的前半部分，一种充满怀疑和吸引的博弈关系，在两人的互动中展开，已然打破了电影开始建立的角色第一印象。

“印象管理”策略解决的核心问题是角色参与表演时的秩序崩溃，或者说，预防表演者支持的情境现实被打破，进入了窘迫和不协调的境遇。然而“无意动作”恰恰破解了表演者精心操作的“印象管理”艺术，让角色意欲塑造的品性露出无意识的裂隙。也正是这份无意识的自我呈现，为人提供了一个认识角色剧中自我之他面的途径。“表演者的举动在表达方面必须谨慎，因为许多微不足道、漫不经心的举动，恰好完全等于传达了在此时为不恰当的印象”^[1]，如秘密或无人评价的消极特征，戈夫曼将这些事件、举动称为“无意动作”，亦可称之为“事变”。如婚姻纪实真人秀《再见爱人》第二季（2022），节目组寻找三对已经离婚或即将离婚的夫妻作为观察对象，将不同代际婚姻家庭的矛盾关系作为一个社会学研究课题，意图窥探当代人遭遇的婚恋问题。曾经互为爱人的苏诗丁和卢歌，在参与“我眼中的我”“我眼中他/她”的画师自画

像环节之后，卢歌看着与自己想象之中完全不同的苏诗丁自画像，内心遭受巨大冲击，原来相识8年的爱人在他的眼前竟然如此陌生。这份冲击感夹杂着主持人易立竞的反问，通过个体在镜头前面的“无意动作”，打破了他先前整饰的“印象管理”策略——一个颇为冷静的戏剧艺术家形象。角色身体无意动作从稳定性转向不稳定性，以及言语间掺杂疑惑的肯定，恰恰传达的是一种否定意味，而如此的否定意味背后，实质指向的是两人价值观冲突导致对情境定义解读的完全相异，进而在日积月累的相异叠加中发酵出的关系矛盾。《花束般的恋爱》（2021）叙事预设也体现此类命题，面对职业生涯发展规划的巨大差异、现实生活与理想追求的难以兼得，最终酝酿了一对恋人的关系矛盾，表象这个矛盾的即是角色“无意动作”，其在两人相处的生活细节中均有所呈现。

总体而言，电影集体创作者，特别是编剧、演员、导演可以适当地运用“无意动作”，产生一些“事变”效应，让角色打破先前“印象管理”构造的有意动作同时，基于内在无意识的层面，又形成一种逆反性的“印象管理”策略，以便从正反两个角度对电影叙事角色关系进行设计。

〔吕伟毅 中国艺术研究院研究生院〕

〔1〕〔美〕欧文·戈夫曼：《日常生活中的自我呈现》，冯钢译，北京大学出版社，2008，第201页。