

争鸣

作为当今国际影坛数一数二的商业片导演,诺兰的新片《信条》甫一上映就引起了广泛关注。近30万人在豆瓣网上为该片打分,短评接近12万条。但与《盗梦空间》《星际穿越》等前作相比,延续了其一贯“烧脑”风格的《信条》不仅让观众口碑两极分化,也引发学界的不同观点。

争议背后,包含着多媒介环境下电影何去何从的命题。本期文艺百家,我们刊发两篇专家评论,从不同视角对其进行解读。

——编者

# 心智游戏电影能否成为电影工业新配方

## ——评正在上映的诺兰新片《信条》

桂琳

诺兰新片《信条》甫一上映,观众口碑就呈现出两极分化。但无论表示因为喜欢而选择二刷三刷的铁粉,还是电影没结束就愤而离场的观众,都有一个共同的感受,这部片子不太好懂。

不太好懂几乎已成为诺兰电影的标识。这些表面上看起来不太好懂、对观众不友好,但实际上是对观众发出强烈召唤,需要观众与电影一起玩游戏,被电影理论家埃尔塞瑟形象地称为心智游戏电影。这些影片里常常会有诡异的细节、复杂的叙事、心智失常的主人公等,让观众过程变得十分烧脑,甚至必须多次观看,才能对影片完全掌握。

从2000年的《记忆碎片》开始,诺兰的电影大都可以归入这类心智游戏电影之中,或至少具有心智游戏电影的某些元素。而且诺兰的厉害之处是能够将心智游戏作为新配方加入商业大片之中,从独立导演起步到成为如今商业大片数一数二的导演,并且逐渐改变了大片的特质,让其不再仅仅是华丽的大场面,也不仅仅是流畅叙事加个性人物,它还可以、也必须加入更多新的时代内容。

### 信息量超载的谜题:多平台与召唤粉丝

1980年代之后的电影工业几乎可以被称作商业大片时代。作为高投入、高科技、高风险的生产,大片也推动着全球电影工业走向跨媒介的水平联合体新生产机制。票房不再是大片的主要收入,电影的经营越来越多地与其它行业交织在一起,比如电视、游戏,甚至玩具、主题公园和食品业等等。但大片内容如何承担起这种多媒介的新生产机制制存在很多讨论的空间。当大众渐渐对故事简单、充满视听盛宴的高概念大片产生审美疲劳的时候,诺兰从心智游戏电影那里找到了一种新玩法——信息量超载的猜谜游戏。

心智游戏电影就是一种十分适应多平台,为观众多次观看设计出来的电影。首先可以用其特效和奇观价值去吸引影院观影的公众,再通过成为信息交换素材和网络的高知识和秘闻来吸引网络上的粉丝社群,还可以进一步促成DVD、游戏及其他衍生品等的发行。为了达到这样的目标,心智游戏电影中所提供的信息量往往比一般的电影多得多,因为这些电影制作出来就是为了鼓励重复性的观看和吸引狂热的粉丝。这些粉丝接下来会在网上建立活跃的粉丝基地来与电影进行互动。

很多心智游戏电影导演也会非常鼓励粉丝对电影的猜谜行为,比如诺兰就是一个积极鼓励粉丝互动的导演,不仅擅长在电影中设置各种“锁眼装置”,而且通过各种宣传指导观众投入到这个解锁游戏之中,达到吸引大量观众进入影片的目标。在《信条》中,诺兰依然投放了大量召唤粉丝的“锁眼装置”,比如网上已经开展热烈讨论的TENET的涵义、无名的主角、煽、祖父悖论等等。这些饵料诱使粉丝积极投入到对电影文本的讨论,并狂热地一遍遍回看影片,也为影片进一步在多平台扩展故事世界奠定了基础。从《信条》所留下的大量空白来看,制片方甚至可能已经考虑了续集的新拍。这种手段,都与目前多媒介的拍摄机制密切相关,揭示着商业大片的内容和架构在新生产机制下的悄然变化。

### 复杂叙事和心智异常主人公:科技强势时代的感官训练

除了信息量超载和大量谜题,心智游戏电影另外的显著特征就是叙事的复杂和主人公的异常心智。这些特征与我们目前的科技强势时代密切相关。

以叙事来说,在计算机和因特网驱动下,人们需要更多动态的、实时的反馈和反映,而且连接网络的热点和节点也明显地与线性思维分道扬镳。因此,心智游戏电影可以看作是“书写系统在广泛监控、实时性和永恒反馈等条件下的叙事”。而那些受到良好教育的网民以惊人的速度适应了这种体系背后的迷官通道和导航原则,对一些新的复杂叙事有着天然的需求和亲近感。诺兰所获得的非线性叙事大师、后现代叙事大师等赞誉与他在电影中不断探索复杂叙事的可能性密切相关,也恰好满足了这些新观众对复杂叙事的强烈渴望。

心智游戏电影还十分喜欢塑造心智异常的主人公。在诺兰的成名作《记忆碎片》中,主人公就患有失忆症。还有诸如精神分裂症、妄想狂、歇斯底里症等都是心智游戏电影十分喜爱的主人公状态。这些病症性人物看似失去了控制,但他们的思想却有可能获得一种与我们目前所处的人造的、程序化的和自动化的环境的新关系,成为适应这个由媒介与科技统治环境的新人形象。比如妄想症对我们现在所处的网络社会可能变成一种财富,它能够依靠身体直觉,对环境高度敏感,从而发现新的联系。《信条》里反复告诫我们不要试图去理解,而是去感受,就是一种妄想症的思维模式。而失忆症则使人具有一种随机反应、多重任务的人格特征。《信条》的主人公就被塑造造成失忆症的状态,他虽然来自未来,但却对此毫无记忆。他的身体被完全编辑到这个拯救世界的程序之中,失忆反而成为一个武器,让他就像一个聪明的炮弹,不断接受被编程的任务并严格执行。

但《信条》的主人公设计确实有些大“机器”了,完全去除个人身份,连名字都没有,这可能是导致《信条》让很多观众无法与主人公形成共情,在观影中获得情感满足的重要原因,不像之前的《星际穿越》等都非常好地利用了情感力量来调剂心智游戏电影的前卫感。

### 未来焦虑:作为思想实验的大片

心智游戏电影还喜欢多重时间安排和前后移动的时间框架,而其中最有趣的就是对未来影响现在和过去可能性的思想实验。这种思想实验在被埃尔塞瑟称为心智游戏电影之父的美国科幻小说家菲利普·K·迪克的科幻小说中就反复出现,也被大部分的心智游戏电影所继承。这种循环时间的安排表征的实际上是一种现实的危机感和对未来的焦虑情绪,即通过焦虑地计算未来等待人类的危险,展示过去人类行为所形成的当下危机。

在诺兰的大片序列中,《星际穿越》就充满着这种对人类未来的焦虑,并巧妙设置了一个循环时间,将父亲的离去和归来重叠在一起。《信条》在未来焦虑的展现上更是淋漓尽致。影片以未来人类对现实人类发起攻击作为叙事的基本动因,因为现实人类的胡作非为,未来人类已经没有生存的空间,于是决定彻底毁灭现实人类。而影片的整体情节设计则是从现在回到过去的十分工整的循环拯救过程。《信条》中这种未来、现在和过去的复杂交织正是心智游戏电影未来焦虑思想实验的经典呈现。

值得注意的是,《信条》有意将本应成为主角的未来人类表现为不在场状态,也完全放弃了一般科幻片对未来景象的奇观展示。相反却采取了一种十分写实的影像呈现方式,甚至连本应充满科幻色彩的时间旋转门和时间逆流状态都太过真实,缺少视觉震撼感。诺兰似乎想以这部“写实”影片真正警示人类,如果继续目前的状态,这样的未来并不是幻想。这种严峻的基调可能是《信条》作为商业大片另一个重大失误,将对未来焦虑的比重过于放大,加入过多的思想实验和反思内容,可能能够吸引一部分狂热粉丝,但会损失更大量的普通观众。因为当娱乐性和情感满足都无法获得,普通观众几乎找不到一个可以进入这部大片的入口,必然觉得沮丧。这也说明心智游戏电影的超载信息、复杂叙事和批判性反思对普通观众来说还是有不小的门槛,如果在商业大片中加入过多,可能会成为观影的阻碍。

但无论如何,诺兰还是实现了电影工业的新玩法。他之前已经成功的《盗梦空间》《星际穿越》《黑暗骑士》等大片,说明将心智游戏元素加入商业大片仍然是一种可行的新配方,不仅增加了大片的时代质感,能够对新的时代命题有更敏感的反应能力,而且也让其摆脱高概念大片的简单模式,让一些更复杂和有一定深度的内容能够进入大片之中。

诺兰的探索也说明,一些有探索精神的独立电影的存在完全可以作为商业电影的助推器,是应该受到电影工业重视的内容。而新一代观众对商业大片也有新的要求,他们渴望大片能够提供一些更让他们烧脑和惊叹的内容。这些对中国电影工业如何发展自己的商业大片是有启示作用的。

(作者为中国社会科学院大学人文学院副教授)



▶ 诺兰经典电影《盗梦空间》剧照  
▼ 诺兰新片《信条》剧照



如果观众不去理解它,其最有华彩之处便黯然失色;但若试图去理解它,又会造成情感游离

# 《信条》成为了自己的悖论

张成

一百年前,中国早期影评人、戏剧人马二先生有言“人生最大之问题,时间而已矣”。在中国电影初兴时,卜万苍、田汉等中国影人便着力探索电影这一新兴媒介与时间、梦境的关系。自现代电影发轫以来,不管是王家卫说的“功夫就是时间”,在功夫片中探讨电影与时间的关系,还是塔尔可夫斯基赋予长镜头时间的压力,抑或是伯格曼那句“电影是梦、是音乐的脸庞人口的名言”,乃至现代派电影宗师费里尼在《八部半》中所做的电影与梦境、意识流、幻想间完美的镜像实验,电影是表现时间与梦境的最佳大众媒介,已成为现代电影的基本共识。

近日公映的电影《信条》沿着上述脉络,大玩“时间游戏”,却导致口碑两极分化,争议严重。一是《信条》导演诺兰的粉丝甘之如飴,在网上做了各种解析长文、时间线图表以及视频论文;另一种则是观众的质疑:看电影还要带本参考书作辅助吗?那看电影的意义又是什么?《信条》略显干瘪的情感难道不是硬伤吗?

《信条》的解读维度如同影片本身,仿佛信息交叉的小径,指向了多重文化想象和社会心理:从电影类型的角度看,《信条》是一部特工片,在麦高芬的设置和解决路径上,让人耳目一新;《信条》是一部粉丝电影,它必然带有粉丝文化的消费属性,在粉丝文化的范畴内解读这部电影,确实给人一以贯之的快感,但在A级制作中,这种玩法是否具有共享性,有待商榷;从现代电影的角度看,《信条》的美学探索的价值与得失值得总结。

### 理性结构工整精巧,却失之于感性和情感

类型无高下,关键是类型潜在的表达。新世纪以来,最成功的特工电影如“谍影重重”系列、“碟中谍”系列、“007”系列,从人设、到影像风格,以及对传统特工电影的反思,都对特工片做出了各自的贡献和开拓。《信条》也不例外,片中无论是反派通过时间逆行毁灭世界的方式,还是两场重头对抗戏中,用所谓的“钳形时间”来构作戏剧包袱,都让人耳目一新。

然而,诺兰在构思创作《信条》这个工整、精巧的理性结构时,失之于感性和情感。以《谍影重重》为例,第二部和第三部时间线关联紧密,动作戏、追逐戏也比较满,却不会让人觉得情感单薄,伯恩虽然像《信条》的主人公一样,也在全球奔波,可街头巷尾、地铁、市场等场景

却与观众的日常经验充满亲和力,换句话说,“谍影重重”系列是在日常生活中,突然闯入一位孤胆英雄伯恩,比较符合观众的日常知觉经验,而《信条》则设定了一个高概念的世界,让观众来条缕析,与普通观众的日常经验是反向而行。《信条》中有句台词“不要去理解它,而是去试图感受它”。这或许是诺兰对观众的期许,事实上,诺兰在叙事层面也完全按照特工片的节奏去架构剧情,对片中的高概念一头雾水的观众,只要稍微了解一点特工片的套路,也不难看懂《信条》。观众可能一时间无法迅速理解反派萨塔尔怎样得到“钳形时间”得到了“算法”,但只要知道萨塔尔在叙事层面就完全按照特工片的节奏去架构剧情,对片中的高概念一头雾水的观众,只要稍微了解一点特工片的套路,也不难看懂《信条》。观众可能一时间无法迅速理解反派萨塔尔怎样得到“钳形时间”得到了“算法”,但只要知道萨塔尔在叙事层面就完全按照特工片的节奏去架构剧情,对片中的高概念一头雾水的观众,只要稍微了解一点特工片的套路,也不难看懂《信条》。

由此看来,《信条》本身就成为“悖论”:如果观众不去理解它,《信条》最有华彩的地方便黯然失色,沦为“烂大街”的套路,除了打就是追逐;但若试图去理解分析,又会严重干扰对后续信息的接受,同时无法代入人物,情感势必是游离的。

其实,饰演尼尔的罗伯特·帕丁森出色地完成了任务,即斯坦尼体系中的最高任务,尼尔的醇厚、包容、忠诚、勇敢、机智、果敢与舍生取义品质在较满的戏中,被充分展现,多刷几次影片,对这个人物的感情体会更深,可惜现在只能淹没在繁复的故事线中。

### 理解与感受不该被割裂,“烧脑”应为“走心”服务

无怪乎有人说《信条》更像游戏,而不是电影。特工片奇观的视觉吸引力与高概念,阻碍了观众通过电影这一媒介去感知时间的路径,导致影片仿佛一个能工巧匠制作的钢琴,美轮美奂,却弹不出声音。电影中所谓的“烧脑”,应该与物理学家做的事异曲同工,只不过媒介不同,电影人通过电影来认知感受世界,而不是贩卖知识点。《信条》中正、倒放的配乐和影片结构被拿来与巴赫的“螃蟹卡农”对比,将《信条》与伯格曼的电影对比,即可知现代电影应该给现代人提供通往内心世界的途径。伯格曼是巴赫的铁杆粉丝,在多部影片中使用卡萨尔斯的巴赫“大无伴奏”,十二平均律,晚年还致敬巴赫导演了一部与“萨拉班德舞曲”同构的电影《萨拉班德》。作为现代派电影宗师,伯格曼对电影与时间关系的探索和实验达到顶峰,在《苏妮与亚历山大》的下半部,拍

摄了平行时空,与孩子想象瑰丽的主观世界同构,丝毫不违和;在《假面》中探讨了时空、意识的重叠倒置;伯格曼喜爱用音乐结构来架构剧情,如套用了复调音乐结构的《犹在镜中》,奏鸣曲结构的《秋天奏鸣曲》等等,但丝毫不会感到伯格曼高蹈地贩卖这些“梗”,因为伯格曼电影的精巧结构最终都指向精神世界与自省。

经过早年现代派电影大师的开疆拓土后,大卫·林奇、今敏等当代大师,以及更年轻的汤浅政明等人仍然在“烧脑”的路上,做出执正驭奇的新玩法,但不管怎样玩,其共同点都是通过电影打通现代人的知觉、时间与梦。无独有偶,大卫·林奇的《双峰》第三季反思了核武器给人类带来的危害,其叙事非常烧脑,即使无法完全理解故事线,仍然能从影片中感受到丰富充盈的情感力量。相较而言,《信条》与观众的情感互动是缺位的。反观诺兰早期的《追随》《记忆碎片》,片中人物的茫然与困惑,既构成了人物动机,又与人物结局因果互成,因果与宿命论是诺兰片中一以贯之的价值观,在《信条》中,诺兰试图否定因果,只保留面对宿命的乐观,但在成片中用好莱坞特工片的既定因果套路中反因果,只把“扭曲时间”当作梗来用,割裂了“理解”与“感受”。

诺兰从处女作开始就不走寻常路,尤其善于打破故事的线性时间,重塑新的感知。而在营销前置的环境中,诺兰电影“烧脑”的特点便被放大为噱头。不少影片,尤其是推理影片,模仿这一点,“营销前置”在某种程度上改变了创作:即从电影创作开始,便把营销操作融入其中,将在营销期间可能用到的点,“埋梗”在电影中,等到上映前营销期间,再将埋的这一系列“梗”当作谜题,作为话题发布在营销平台。通过“埋梗”与“解谜”的互动,制造话题和电影消费的愉悦感,形成一条消费闭环。除了这种主打“理性”的营销,还有主打“情感”的营销,在情感社会学中,“后情感”是一种被资本掌控,来模拟资本塑造的情感的一种情感。不管是“烧脑”还是“后情感”,若看电影都不再依赖独立思考后得到快乐和快感,而被营销“绑架”,就已经荒腔走板。

学者苏·布劳尔认为,粉丝是“文化口味”的制造者,“文化口味”划定了文化区隔,如坊间流传的英剧、美剧、日剧、韩剧间的鄙视链,其文化区隔心态,亦适用于《信条》。实际上,无论是英美还是日韩,其电视剧都各有所长也各有短板,人为制造鄙视链,则隐隐地折射出背后的文化等级观念。不管是看电影,其他文艺审美,提高独立思考能力,破除这种鄙视链,才应该是初衷吧。

(作者为中国艺术研究院博士候选人、影评人)