

吸引力电影：从视觉到体感

钟平丹

摘 要：本文探讨了吸引力电影的概念，并以国产商业电影为例探讨了吸引力电影在当下中国电影生产中的新特征。本文认为在当下的社会文化语境和电影生态环境中，吸引力电影成为商业电影创作的主流，这一现象体现了观众对电影的审美体验从视觉向体感的转变，电影的吸引力也从视觉上的“惊奇”转向身体感官的沉浸式体验。

关键词：吸引力电影 惊奇美学 体感

DOI:10.13760/b.cnki.csalt.2019.0022

近几年来，中国电影市场发展迅速，票房不断创出新高。与此同时，商业电影创作体现出趋同的创作特征：电影越来越注重视听感官刺激，追求惊奇的效果，叙事却越来越碎片化和松散化。这些特征似乎与早期吸引力电影注重影像形式的视觉冲击力有众多类似之处，但是，由于历史语境的变化，当下的吸引力电影无论是制作模式还是审美体验，都不同于传统的吸引力电影。

一、“吸引力电影”概念溯源

尽管电影在诞生初期已经体现出吸引力电影的特质，但“吸引力电影”概念则是在20世纪80年由约翰·甘宁提出的。甘宁从爱森斯坦的电影理论中挖掘出“吸引力蒙太奇”这个概念，并发展出关于“吸引力电影”的理论，其他的电影学者也有就吸引力电影特征的相关论述。

（一）吸引力蒙太奇——对立和冲突的形式美学

“吸引力蒙太奇”来源于20世纪20年代苏联蒙太奇学派的电影大师谢尔盖·爱森斯坦提出的“杂耍蒙太奇”理论。俄语的“杂耍”

一词来源于法语,其本意为“吸引”或者“吸引力”,也含有“精彩的表演”和“惊奇的表演”的意思。在英语里,“杂耍蒙太奇”被译为“The Attraction Montage”,也就是“吸引力蒙太奇”。爱森斯坦从象形文字得到启发,认为蒙太奇的意义不仅是满足叙事,而是强调将单独镜头组合成一个有意义的序列,从而产生出新的理性意义。他的理论强调了影像吸引力和观众的互动,他把这种在视觉形式层面的吸引力看作艺术评价最为重要的标准。

结合苏联蒙太奇学派产生的历史背景,可以看出俄国形式主义的运动影响。正如俄国形式主义文艺观认为,艺术形式受制于艺术自身的内部特征、艺术的结构和系统,并不直接受制于其他文化系统,因此,电影美学应该研究电影这一媒介作为独立艺术形式的结构及其艺术规律。苏联形式主义者什克诺夫斯基认为陌生化就是把生活转化为艺术,这种手法可以使在日常生活话语中被遮蔽的审美潜能展现出来,“艺术方法是使事物陌生化的方法,即增强感受难度,延长感受时间,使形式难化的方法。因为艺术中感受过程本身就是目的,应当被延长”^①。“陌生化”概念对爱森斯坦影响深远,电影要产生这种陌生化效果,意味着电影在表达上要产生与既定语法规则的差异。镜头与镜头之间的组接不应该仅仅停留在对现实的追求上,而是应该产生一种新的语言、新的意义。这种冲突来自对以往形式的变化,一种由上一个镜头引发的审美期待被另外一个突如其来的镜头打断而引发的陌生感。从一种表现形式跳到另一种,同时把两种表现形式出乎意料地结合在一起,创造了“实际作为”和“画面意象”的新的综合。爱森斯坦试图让这种镜头的对立冲突形成一种强有力的视觉冲击,激发观众的情绪和心理反应,最终让观众接受创作者预设的效果。

对爱森斯坦来说,吸引力就是影像中能够影响和激发人的心理和情绪的视听元素和技巧,它的目的是强迫观众臣服于情感或者心理上的冲击,它和观众赤裸裸地碰撞,强调镜头与镜头之间的对立和冲突。在爱森斯坦的“吸引力蒙太奇”中,对立冲突是核心。爱森斯坦的研究凸显了影像语言形式上的创造力和吸引力,对后来的电影形式美感研究影响深远。

(二) 吸引力电影——叙事电影中的“惊奇”美学

20世纪80年代,芝加哥电影学院学者汤姆·甘宁(亦译为汤姆·冈宁)在对早期电影和当代电影进行研究的基础上,提出了“吸引力电影”的概念。甘宁认为,吸引力电影不把电影看作一种讲故事的方式,而是看作向观众呈

^① 张冰:《陌生化与蒙太奇——俄国形式主义电影美学评述》,《俄罗斯文艺》,2013年第2期。

现一系列景观的方式。“吸引力电影是直接诉诸观众的注意力,通过令人兴奋的奇观——一个独特的事件,激起观众视觉上的好奇心,提供快感。被展示的吸引力也有可能是电影本身的吸引力,它们通过电影化的手段(慢动作、回放、替身、多重曝光等)强化了电影本身的吸引力。”^①

甘宁在对吸引力电影的论述中,多次提到吸引力电影的震惊、新奇、刺激等特点,这些特点显然来自爱森斯坦的吸引力蒙太奇的陌生化效果。甘宁认为,尽管早期的吸引力电影体现出与叙事电影全然不同的风格,甚至公然抵抗叙事和割裂叙事(比如20世纪初期的先锋电影),但这并不意味着这两者是彻底对抗的:它们只是在电影叙事和形式上的两种不同的审美形态。在叙事电影中,观影的动力来源于故事情节和人物动作,叙事电影总试图构建一个满足观众窥视欲的空间,精心设置一个接一个情节。在这个空间里,连续的情节(或事件)形成了在叙事上的线性推进,这种按照某种逻辑推进的情节形成了一个整体,最终把观众“缝合”在影片构建的虚拟世界里。最终,悬念落地,观众内心的期待得到满足,这是一种被延迟的满足感。而在吸引力电影里,能够引起观众注意或者好奇的单个事件(或镜头)得到更多强调,为此甚至可以牺牲叙事的逻辑性和连贯性,电影的形式以一种直接的方式被展示出来,不断刺激观众视觉,引起观众注意力。它抛弃了叙事的连贯性和整体性,更倾向于表达时间上的断裂性和即时性。如果说叙事电影的目的是想让观众认识世界,那么吸引力电影则希望让观众感受世界。

如何才能让电影有吸引力呢?甘宁在探讨吸引力电影的过程中,把重心放在了“吸引力”上。他的研究突破了吸引力蒙太奇中对镜头对立和冲突的限制,因此能够更加全面和深入地讨论电影吸引力。甘宁主要从两个方面探讨了吸引力电影的形式特征。一方面,他延续了爱森斯坦的研究,从影像的视觉形态上进行讨论。他考察早期电影,认为不能单纯地将早期电影看作叙事电影的雏形,而是应将其视为代表了另外一种电影形态。不管是卢米埃尔还是梅里爱,他们制作电影都不是为了向观众讲一个故事,而是要向观众展示一系列景观。这种景观为当时的观众提供了接近于真实的幻象。被称为世界上第一部电影的《火车进站》严格来说只是一个单镜头的影像记录,拍摄者选取了火车进站的几秒钟作为拍摄重点,并使火车面向观众疾驰而来。尽管观众知道这只是荧幕上的影像,但他们还是被火车驶来的瞬间震惊。梅里爱拍摄的短片加入了魔术、特技等效果,而故事性只是联系这些情节的文本。

^① 汤姆·冈宁:《吸引力电影——早期电影及其观众与先锋派》,范倍译,《电影艺术》,2009年第2期。

甘宁从爱森斯坦的吸引力蒙太奇理论里借取了“吸引力”一词指代这些早期电影。可以看出早期电影和吸引力蒙太奇之间有一些共同之处：它们是一种能够引起惊奇效果的电影。这种惊诧或多或少造成了叙事的中断，但是却能够直接地影响观众的情绪，这是电影和观众之间直接的对话。如果说常规的叙事电影满足的是一种窥淫癖，那么吸引力电影则“是一种裸露癖电影”^①。与爱森斯坦相比，甘宁认为影像形式上的吸引力不仅限于对立和冲突，任何能引起惊奇感觉的影像语言都符合吸引力的特征。

另一方面，甘宁从叙事电影的角度考察了吸引力电影，并认为吸引力电影和叙事电影并不是电影发展的两个极端。随着电影语言的完善，叙事电影成为主导，反对叙事、探索影像语言特有表达能力的实验片逐渐走向小众，成为先锋艺术的一部分。同时，一些吸引力电影的手法慢慢融入叙事电影之中，成为叙事电影中的一个成分，它往往用“视觉的奇观”或者“新奇的事件”来吸引观众的注意力。不过，在这个过程中，虽然“奇观”或者“新奇”能够像早期吸引力电影那样形成惊奇的效果，但是，它们必须为影片的叙事服务。此时，吸引力电影和叙事电影之间的界线更加模糊了。对于商业电影来说，影片对观众的吸引力是票房的重要保证。吸引观众不能只依靠情节和人物。对于观众来说，对艺术的体验首先是一种感官上的体验，感官上的满足更加直接，也更加具备娱乐化的特征。从这个角度来说，大部分商业电影都可能是吸引力电影。

甘宁的研究构建了吸引力电影在传统电影中的基本形态。他认为吸引力电影的实质是一种“惊奇美学”。这种惊奇的效果来源于电影镜头的画面内容或者电影形式对视觉的冲击力。在传统的叙事电影中，这种吸引力往往呈现为叙事电影中的任意一个能够制造震惊效果的画面或者情节。

在商业电影中，情色和暴力都是常见的吸引力元素，一个身体裸露的镜头，或者一场暴力事件的画面，都能够形成视觉上的吸引力。以好莱坞的电影为例，镜头总是青睐女性的身体细节——无论是在玛丽莲·梦露在地铁通风口被吹起的裙子下隐约显露的大腿，还是小洛丽塔躺在花园里看书，任凭水滴淋湿她的衣服，让她的身体的曲线毫无保留地展示出来——女性的身体在商业电影中被构建为“奇观”。劳拉·穆尔维在她的重要著作《视觉快感和叙事性电影》里指出，电影中的女性被男性“凝视”，成为男性窥视欲和占有欲的对象。这种“凝视”可以理解为一种被吸引的目光，而这种吸引力并非来自女性身体本身，而是镜头对女性身体展示的强化。穆尔维分析了好莱坞

^① 汤姆·冈宁：《吸引力电影——早期电影及其观众与先锋派》，《电影艺术》，2009年第2期。

电影的叙事策略,认为好莱坞叙事是围绕男性角色的在场展开的,通过情节认同,将男性带入主导地位,而当女性的身体被镜头展现和强调时,就有可能因为其本身蕴含的性吸引力而成为电影叙事的异质性呈现。“被展示的女人作为男性观看的客观性客体打破了这个系统流畅的统一性,并且提供了一种对抗性的魅力之源。”^① 穆尔维认为,这种吸引力在叙事电影中,不仅仅是一个商业元素,更重要的是它产生了和当时的叙事节奏相异的效果,从而威胁了完整封闭的叙事系统。例如在“007”系列影片里,邦德身边总会有一个集美貌与智慧于一体的邦女郎。紧凑的剧情和精心设置的情节使观众被捆绑在叙事的链条上,然而,当电影播放到邦女郎身着泳衣从海里走出来的场景时,画面迅速切换为几个特写镜头:精致姣好的面容、性感的胸、修长的大腿,再配以升格镜头等特效,这时,观众的注意力从“故事将向什么方向发展”转变为此刻眼前的美女带给他们的感官上和情绪上的冲击。这时候,原有的观影期待被一种“惊奇”的效果替代,叙事的时间也被迫中断,这一吸引力的展示情节形成了线性叙事上的一个独立单元。由此看来,叙事电影的情节导向和吸引力电影的视觉导向是可以相互作用的,但是,这并不意味着叙事电影和吸引力电影之间达到了平衡。“吸引力提供了一种纯粹展示的震动,唤起惊奇、震惊或单纯的好奇,而不是追踪叙事所依赖的谜。这一展示的爆发,其自身可以通过使用或拖延它的出现和消失来结构,甚至,它可以和叙事结构相互作用,要不统治它们,要不臣服于它们的统治。”^② 在叙事电影中,惊奇只是一瞬间,是为了烘托整体的叙事效果,时间的中断也是暂时,它依然会回归原有的叙事线索。

同样,法国哲学家利奥塔也对电影中的这种视觉上的感官冲击和叙事之间的关系进行了研究。他认为,电影是一门再现—叙事艺术,电影剧本的结尾使剧情中的一切不协调最终得以解决,电影代表了一种秩序。利奥塔看到了影片中与影片运动节奏不和谐的镜头形式,例如影片《乔》中,表现父亲殴打女儿的男友的场面时,用了特写镜头和快速剪接,营造出紧张的感受;当父亲误杀了自己女儿的时候,镜头停留在女孩的脸上。这种极快或者极慢的镜头都打破了影片的重现性。利奥塔认为,这种极快或者极慢的镜头打破了影片前进的秩序,构成了对再现性叙事的反抗,也改变了观众和电影的关系。

① 斯科特布·卡特曼:《奇观、吸引力和视觉快感》,黄石译,《电影艺术》,2011年第5期。

② 汤姆·甘宁:《现在你看见了,现在你看不见了——吸引力电影的时间性》,宣宁译,《艺苑》2015年第3期。

被再现的不再是力比多的客体，银幕自身以其最形式化的外观取代了这个地位。电影底片因为从肉体中获利而不再是一无是处，因为它把自身当成显现的肉体……代价是抛弃自身身体的完整性和运动的综合，让它得以存在，让观众的身体从中获得快感：这些客体苛求的麻痹不再来自客体—模特儿，而来自客户—主体。自身有机体的解体、通行管道的限制、力比多在极小的局部区域释放（眼睛—皮层），以及近乎整个身体在紧绷之中的中立。^①

在利奥塔看来，叙事电影中非常规的镜头剪接能使观众在叙事的中断中体会到来自感官的直接刺激，这种力量是独立于叙事之外的，它抛弃了叙事的情感带动，单靠影像语言本身的力量来吸引观众。但是这种刺激可以被看成叙事电影中的一种另类的叙事策略，它最终还是要统一于整体的故事情节。而地下电影或者实验电影中的极端镜头，例如镜头的急速停止与急速运动，则是一种“反电影”的存在。“反电影”的提出让人不得不重新思考，什么才是利奥塔所说的“电影”？很显然，利奥塔讨论的“电影”主要指叙事电影，无论是电影中的故事还是电影的影像语言，都应该为电影的叙事服务，脱离叙事，凸显影像语言独立性的镜头则可能走向“反电影”。

不管是穆尔维还是利奥塔，他们在分析电影的时候都看到了电影的影像形式能够产生的吸引力和对观众情绪的影响，但却无法摆脱电影是叙事艺术这一理念。因此，他们对电影的研究依然聚焦于电影的叙事性。从电影史来看，对于电影的探讨也确实多围绕电影的叙事性展开。尽管电影诞生初期的一些电影明显地体现出吸引力电影的特征，但在传统的电影研究里，它们仍然被认为是记录或者表达“事件”的媒介。

随着电影语言的逐渐完善，叙事电影成为主流，吸引力电影的发展呈现出两个方向。一方面，20世纪初期的先锋电影艺术家们对这门新的艺术形式产生了强烈的好奇心，他们坚持让电影从文学和戏剧的束缚下脱离出来，他们拍摄的电影抛弃了叙事，探索影像本身的张力和对观众的吸引力。但是，这种电影由于不符合大众的审美而只能转向小众的实验电影领域。另一方面，在叙事电影中，吸引力电影依附于电影叙事，成为叙事电影的吸引力元素之一，它必须为叙事服务，并被统一于叙事体系之中。在叙事电影中，吸引力元素体现为视觉上的“奇观”，任何可能刺激观众，引起观众兴趣的元素都可以归入“奇观”：暴力、情色、大场面等。和爱森斯坦的吸引力蒙太奇一样，这些“奇观”也会产生“惊奇”的美学效果，只不过，这种“惊奇”会很快

^① 让·弗朗索瓦·利奥塔：《反电影》，李洋、于昌民译，《电影艺术》，2012年第4期。

被电影的叙事性消解，最终作为叙事电影中的一个噱头被淹没在叙事之中。

二、吸引力电影在现代电影中的发展

观众对于视觉艺术的感知，首先来自对艺术形式的感受，继而产生情感。作为消费社会中的大众艺术，电影走向感官上的娱乐化而更容易吸引观众。随着国产电影的商业化，引起观众兴趣意味着投资利益最大化，因此，电影影像的吸引力成为商业电影的必备元素。伴随着电影制作技术的快速进步和影院环境的完善，观众对电影的感觉模式也由视听刺激逐步转向各种感观并行的体验。

从张艺谋的电影《英雄》开始，中国电影进入了“大片”时代。所谓“大片”，意味着大投资、大制作、大场面。中国电影自商业化以来，受到好莱坞电影和香港电影的影响，越来越重视视觉上的吸引力。行业需求、技术进步为国内吸引力电影的发展提供了良好的生态环境。从现有的电影作品中，我们不难看出吸引力电影的集中表达。

（一）形式的不断突破

商业电影主要以叙事电影为主。叙事电影经过过年的发展 and 积累，已经成为在叙事上和视听上都较为成熟的电影类型。类型化意味着拥有相对固定的观众群。但是，类型要产生持续的吸引力，必须不停地推陈出新。中国特有类型片——武侠片的发展既是一个鲜明的案例。

20 世纪八九十年代是香港武侠片的辉煌时期，尽管那时武侠片叙事的套路不外乎复仇、保国保家等模式，但从中我们依然能看到武术指导的极力创新。例如，徐克在翻拍胡金铨导演的武侠电影《龙门客栈》时，在人物形象、武打套路、画面构图方面更加注重营造视觉刺激。《龙门客栈》的构图平稳大方，体现出中国独有的意境美，人物和故事围绕着侠义精神展开；《新龙门客栈》更加注重人物个性的塑造，叙事中添加了更多的爱情、江湖等戏份。在镜头的调度上，《新龙门客栈》凸显视觉冲击力，镜头的任意切换使节奏显得跳跃而又紧张，特别是在影片的高潮部分，几个江湖侠士身受重伤，奄奄一息，观众预料的情节就要来临——根据以往的观影经验，剧情一定会突转，因为正义必将战胜邪恶。但是，这个突转却极具戏剧性：黑店老板娘金镶玉的店小二突然从沙土里跳出来，拿着他平时做人肉叉烧包的菜刀，以令观众眼花缭乱的速度上下挥舞。这时，镜头切换为反派的主观镜头，观众和反派一起看到了令人震惊的一幕：反派腿上的肉被剥得干干净净，只剩下一根腿

骨。此时，观众的震惊是不言而喻的：这是一种前所未见的刀法！此时，影片情节的高潮、情感的高潮、视听的高潮融合在一起，形成影片最为精彩的部分，传统武侠片中最为重要的侠义精神在这里似乎也仅是故事的线索，故事的意义和合理性被抛至脑后。这一令人震惊的视觉奇观弥补了剧情的不足，也形成了影片最为显著的特色。除了不断突破原有套路，在影像上挖掘吸引力，20世纪90年代的武侠片还发展出各种亚类型，如武侠爱情片、武侠魔幻片、武侠喜剧片等，在这些影片中，也有电影制作人们在武侠电影的视觉创新方面做出的各种努力。如今，我们在院线上仍然能够看到徐克导演的武侠片，如电影《神探狄仁杰》系列，无不充满离奇的情节和不断打破常规的细节。不断打破常规，是徐克的武侠片始终保持吸引力的重要原因之一。惊奇感来自对事物的陌生感。正如甘宁所说：惊奇总会给熟悉让路。在叙事电影中，视听上的不断创新是足够的吸引力的保证。

（二）奇幻类题材的盛行

在近几年的国产商业电影中，奇幻类题材电影的数量较多，其票房和口碑均取得不错的成绩，传统的历史、武侠题材电影也有向奇幻电影发展的趋势。和其他题材电影相比，奇幻题材电影本身就超越生活逻辑，具有更为广阔的想象空间，也更容易制造视觉上的“惊奇美学”。

当然，“奇观”不仅指景观，同时也包含“奇人”“奇事”等一系列能够产生惊奇效果的元素。从题材来说，如《画皮》《鬼吹灯》《西游记》《盗墓笔记》等电影中，鬼怪、盗墓、神话等题材本身就能产生吸引力。这些电影多改编自大众耳熟能详的神话传说或者网络故事，电影制作人们不仅仅是将这些故事视听化，还在场景和人物造型上用功，追求以一种前所未有的视觉形象给观众带来新奇的视觉效果。在盗墓题材电影中，阴森恐怖的墓室、诡异的棺材、突然出现的魂魄、各种奇形怪状的图腾和天马行空的故事情节交织在一起，时刻刺激观众的眼球。在改编神话故事的电影里，重点则在角色造型上，例如大陆和香港合拍的《西游记》系列电影，人物的造型显得颇为夸张，无论是唐僧师徒还是各种妖怪，都呈现出较以往的电影和电视剧更加丰富和夸张的造型。由于妖怪本来就存在于人的想象之中，没有具体形态限制，因此《西游记》系列电影中的各种妖怪在造型上任意发挥。例如在电影《三打白骨精》中，白骨精在最后与孙悟空的决斗中，变成一个由无数人体骸骨拼接组成的巨大骷髅，并且能不停地重组。电影用具象化的视听形象阐释了“白骨精”一名，正如有观众在网上评论：“这部电影刷新了我对西游记中妖怪的认识。”新的形象意味着吸引力。除了神怪题材的影片，一些历史人物和

事件也被附加了神怪元素,如《妖猫传》《神探狄仁杰》《四大名捕》等影片,神怪元素的加入使影片摆脱了历史和生活逻辑的限制,奇观化的视觉效果吸引了观众的注意力,也弱化了情节漏洞的负面影响。可以说,奇幻题材电影本身就是吸引力电影,是当下商业电影的最佳选择。

(三) 影像语言的非常规化

传统的叙事电影以叙事的流畅性作为镜头剪接的依据,而在现代电影中,碎片化的镜头拼贴和镜头运动速度的任意改变则成为商业电影吸引力策略之一。

镜头的碎片化意味着镜头与镜头之间缺乏叙事上的连贯性,由于连贯性的缺乏,视觉上产生了对立和冲突,带来全新的视觉感染力。例如在影片《西虹市首富》中王多鱼推行“脂肪险”引发全民健身的段落,伴随着音乐《卡路里》,碎片化地展现了市民疯狂锻炼的百态。值得注意的是,这一组碎片化的镜头里的每个画面都有视觉亮点:道路上拥挤奔跑的人群,白领穿着高跟鞋上楼梯的腿,一边指挥交通一边扭动身体的交警,保险公司飞速旋转的数钞机,深藏猪肉以增加体重的保险客户……把这些富有视觉冲击力的画面剪接在一起,让观者对影片的狂热和黑色幽默有了更为直观的感受。这种镜头剪辑方法和爱森斯坦的“杂耍蒙太奇”有着很多的类似之处。依靠剪辑形成冲突的镜头语言在现代电影中依然能够发挥有效的作用。在这样的剪辑中,情节上的连贯性不再是绝对的,意义的产生来源于视觉形式引发的情感反应。

同样,镜头运动速度的改变也能引起类似的效果。这种视觉吸引力主要来源于与日常生活节奏的差异。在电影中,镜头速度的加快会给人带来跳跃感和紧张感,镜头速度的放缓则会让观众以镜头内视角感受事物。美国电影学者维维安·索布切克详细分析了中国电影《英雄》中武打段落的慢动作,她认为从静态到动态图像的运动是早期电影最主要的“吸引力”场景,对于19世纪的观众来说,电影最大限度地提高了观众对速度的认识和感知;在现代电影中,即使是让人眼前一亮的情节,也会迅速回归动作本身,观众因动作的特效而感到眩晕。也就是说,相对于情节而言,动作和速度能更快、更直接地引起观众的反应。索布切克指出,叙事电影中的慢动作不仅突然打断当前进行的快速运动,而且从感知和形而上学的角度来说“直达要害”,突然出现的极端慢动作不仅向我们揭示难以掌控的爆发力和微观运动,也拓展了

我们以人本主义惯常“在世存在”的思维方式观察世界的狭窄的视野。^①

早期的吸引力电影是一种“惊奇美学”，其效果来源于对原有心理感知界限的突破。不断地打破常规，意味着为这个不断变革的世界提供新的观察角度。吸引力电影中的“惊奇”瞬间造成叙事节奏的中断，突然而来的视觉冲击使观众从日常的刻板生活中脱离出来，用一种新的方式来感受体验生活中的惯常瞬间。

从情节的创新、题材的拓展，到影像语言的非常规化，吸引力电影一直在拓展自己的发展方向，并显示出强大的生命力。在后现代的语境中，碎片化、零散化、拼贴等早已成为生活的日常，吸引力电影中的“惊奇”造成的叙事中断并不像在传统电影中那样刺目和难以接受。这种断裂既是形式，也是叙事。叙事电影无法像以前那样把吸引力电影统一于自己的叙事体系中，吸引力电影也无法摆脱叙事，两者形成一种新的平衡关系。

三、现代吸引力电影的审美体验

吸引力电影在现代电影中的回归强调了电影形式的意义生产机制和艺术感染力。随着电视的普及和多媒体的迅速发展，叙事媒介的多样化让商业电影制作者进一步意识到感官刺激和享受的重要性。电影制作技术的提高使图像的仿真度越来越高，影院环境和放映设备的改善也让观众更加习惯观景氛围和感官刺激。叙事中的情绪能够感染观众，但这是缓慢的、循序渐进的过程，而电影中的大场面在影院中的宽屏或巨幕中放映出来的时候，电影屏幕和场面的“大”融为一体，使坐在屏幕前的观众置身于影像的奇观中，这种视觉震撼远远超过了在电视和电脑前观影的体验。可以说，当类型电影的情节逐渐趋于同质化的时候，情节对吸引力电影的掌控力越来越弱，电影的产业化发展和技术的进步更加凸显了影像语言本身的力量，强烈的感官体验成为电影和其他叙事的明显区别，由此，商业电影不可避免地走向对于视觉奇观的构建。大陆电影从张艺谋的《英雄》开始进入“大片”时代。摄影专业出身的张艺谋导演对场景的设计和道具的制作要求极为苛刻，力争把画面效果做到最佳。尽管观众对影片的剧情褒贬不一，但美轮美奂的画面和逼真的视觉效果仍让观众赞叹不已。“奇观”成为现代商业电影中吸引力的重要因素。我们不难发现现代商业电影和早期电影的相似之处。早期电影观众看到

^① 维维安·索布切克：《直击要害——技术、本质、创造和慢动作的吸引力》，徐明明译，《电影艺术》，2011年第4期。

电影中火车进站时感到震惊,是因为影像的真实性。观众越觉得画面效果真实,越容易产生认同感。早期电影用一种记录的方式拍摄下了火车进站的日常影像,这种活动的影像在当时来说显然比绘画更加真实。在现代电影中,强大的后期制作技术能够把任何想象空间都具体呈现在画面上,越来越高的像素更加展现了细节的完美。对真实的追求不仅仅体现在视觉上,还体现在感觉上。“在小说中,情节的事件总是过去,阅读的事件总是当下,二者之间永远存在时差;在电影中,所有的一切都集中在影片放映的时候,就好像它们正在发生。”^①这种体验让观影走向“沉浸式体验”,电影制作技术的发展使电影能够实现几乎任何需要的视觉效果,电影院的环境和放映设备的不断完善也给吸引力电影实现感官享受提供了必要的条件。同时,吸引力电影也为观众带来新的审美经验,一方面,被强化的视觉冲击把人们关于世界的经验碎片化和瞬间化,由此产生一种转瞬即逝的现代化体验;另一方面,对感官的刺激唤回了身体而非眼睛对电影的感知。美国学者劳拉·马科斯重新解读了甘宁对于吸引力电影的总结,她认为吸引力电影的实质是观众对荧幕影像的身体化反应,即银幕上的动作带来的是观者对影像的即时性身体反应。马科斯认为,人们在获取信息时,“不是经由视觉模式,而是经由身体的接触”,“即便视觉认知在电影经验方面具有不可替代性,影像诉诸的不仅仅是普通意义上的视觉,而是一种体化视觉”^②。这种经由现象学发展而来的“体感经验说”为吸引力电影的研究提供了一个新的维度。

结 语

当下商业电影制作技术和放映技术的提高促进了吸引力电影的迅速发展,不仅为吸引力电影中的“惊奇美学”的视觉化提供了必要的技术支持,更为重要的是,它使观众的感知习惯逐渐发生了变化。麦克卢汉认为,媒介是人的延伸。“技术的影响不是发生在意见和观念的层面上,而是要坚定不移、不可抗拒地改变人的感觉比例和感知模式。”^③电影媒介的发展必然影响观众的感官方式。如果说传统吸引力电影中的吸引力来源于视觉刺激引发的相关脑

① 让·米特里:《电影符号学质疑:语言与电影》,方尔平译,吉林出版集团有限责任公司,2012年,第183页。

② Laura U. Marks, *The Skin of the Film: Intercultural Cinema, Embodiment, and the Sense*. Durham, London: Duke University Press, 2000.

③ 马歇尔·麦克卢汉:《理解媒介——论人的延伸》,何道宽译,商务印书馆,2000年,第46页。

神经反应，那么现代吸引力电影则唤起了身体的整体感知。现代吸引力电影意味着电影的审美体验从视觉转向了体感。

针对“吸引力电影”的发展现状，一些学者表示担忧，认为对感官刺激的过度追求会导致电影走向“后情节”时代，电影不再依靠叙事来打动观众，却能够以视听刺激吸引观众，这将使电影观众单一地迷恋视觉景观，传统电影的美学价值将不复存在。这种担忧并非空穴来风。必须承认，在资本的驱使下，的确有些电影一味追求视觉效果，忽视情节的合理性，使得电影作品空洞无物，甚至充满了恶俗的趣味。因此，电影制作者们依然要谨慎把握好电影叙事和吸引力因素的平衡。

作者简介：

钟平丹，四川大学艺术学理论专业博士研究生，四川师范大学文学院副教授。