

中国电影艺术研究中心  
电影文化研究部专版《想见你》：  
从拯救少女到拯救少妇

■文周舟



鉴于影版《想见你》的粉丝属性，必须先标明身份，我不是剧粉，但为了看片，我追完了整部剧，所以是了解剧集但不带剧粉滤镜的纯观众。为避免剧透，对影片中令人目眩神迷蝴蝶穿花般在时间线上不停歇地旋转跳跃，就不做分析了，本文只集中探讨剧版和影版故事中启动一切时空穿越的原始契机——拯救陈韵如。

陈韵如是谁？

陈韵如是凤南中学的一名女生，她平凡而普通，内向而孤僻，茕茕独行，总戴着耳机听着伍佰的歌，在校园传闻里她有很多版本，一会儿是弱女，一会儿是妖妇，她是两起凶案的受害者，第一次她被打破头，第二次她失去了生命，她的生命戛然而止在十七岁，留下一个浓重的问号。

跟《牯岭街少年杀人事件》中的小四一样，陈韵如是台湾青春残酷校园题材影视作品中最经典也最拿手的那种多面而迷离的悲剧女主角，她像一个谜，引诱着你层层深入，最后打开令人悲伤的真相。所以，虽然剧版《想见你》中掌握强势主动地位并且拥有完整浪漫爱情线的是2019年的都市白领黄雨萱，陈韵如一度沦为她时空穿越后的魂器，但随着剧集徐徐展开一瓣瓣遮蔽的折页，我们会发现其真正的主角是那个生活在1998年的女中学生陈韵如。

剧版《想见你》的成功正是对于陈韵如这个角色的不断挖掘与丰富，它的所有时空穿越动作化繁为简都可以用陈韵如这个人物的塑造线来划分阶段。第一阶段，陈韵如是工具人，主要叙事动力是黄雨萱回到过去寻找早逝的爱人。随着剧情揭晓陈韵如会在1999年的小年夜被人杀死，叙事动力发生切换，陈韵如从无人关注的工具人变成了众人保护的受害者，叙事母题、故事类型都从跨时空追爱变成了提前狙击凶手拯救陈韵如。到此处已经是一个反转，而剧集的创作者还不满足于，又在第三阶段赋予了陈韵如更复杂的层次，再次穿越后黄雨萱的灵魂被困在陈韵如的体内，而尝到了做黄雨萱的甜头之后的陈韵如想取而代之，永远以黄雨萱的状态活着，陈韵如从屏幕的受害者陡然变成了腹黑的阴谋者，故事的类型从悬疑切换到双重重人格之争的心理惊悚。然后故事进入第四阶段也就是终曲，被识破后的陈韵如想回到从前的自己，却在黄雨萱的对比下更显失败，决定在1999年的小年夜将自己献祭给那个一直想杀死她的校园变态杀手，结束自己被嫌弃的一生。到这里，黄雨萱才终于知道，原来杀死陈韵如的凶手就是她，是她对爱人的执念，杀死了陈韵如。拯救陈韵如成为剧集最终的指向，而此时拯救陈韵如不再是一次英雄义举，而变成一次道德自赎。

“为什么我都这么努力了，所有人还都让我再努力一点，你们知不

知道这很残忍，我好累，我想结束这一切。”就是陈韵如站在栏杆上的这句台词，让我潸然泪下，也让剧版《想见你》具有了残酷沉重而刺痛人心的质感，当所有人甚至包括屏幕前的观众都想去伸出手拯救陈韵如的时候，她清醒地决绝地选择了自己的命运，将生命定格在那个冷雨夜。

我们从剧本上学会了人物的弧光这个词，也就是人物在故事中从始至终的变化，或者说观众对人物从始至终认识的逐渐深入，从人物弧光来说，从魂器到受害者到反派到悲剧女主角，陈韵如拥有如四眼拱桥般华美的人物弧光。而以这样一个人物为故事的锚，你才会觉得所有人的五次三番地折腾，哪怕是黄雨萱付出再也不能与爱人跨越时空重逢的代价，为了拯救陈韵如，都是值得的。

影版中华丽炫技般你穿我也穿的时空线上翻花，归根结底，还是得以结实的人物动机作为根基，说来还是为了拯救陈韵如。已经变成30多岁少妇的陈韵如居然还是一心闹自杀，说实在的，我有点沮丧。更糟糕的是，我揣测剧作者可能都很年轻，还不太了解主妇的生活，少妇陈韵如好像并没有长大，还怀揣一颗敏感易碎的少女心，当有机会重来一切，不是应该搏一把更好的人生吗，为什么要坚定不移地认为自己的死会让一切变得更好呢。杀死一个少妇的和杀死一个少女的，不太可能是同一件事，前者参考史蒂芬·戴德利导演的《时时刻刻》中朱利安·摩尔扮演的劳拉·布朗，一个在平静中绝望崩溃的主妇；而后者参考索菲亚·科波拉导演的《处女之死》中的四个青春女孩，在少妇的阶段还聊发少女狂，对于观众来说，是件很憋屈的事情。

由于陈韵如这个锚式人物的失重，“拯救陈韵如”跟剧版同样的主题就变得失去了穿透人心的力量，也让一直暗恋陈韵如的莫俊杰还有金世佳扮演的陈韵如的老公这些附着在陈韵如这个角色上的其他配角完全失去了凭依，另外剧版中田雨萱、陈韵如两生花般的厚实的历史纵深结构也被打薄，一群人就在那2014、2017年间来回腾跃，做着无尽螺旋的游戏，影版的质感一下子轻飘起来，如果说剧版像块千层蛋糕，影版就像块印度抛饼。看完影版《想见你》，我终于明白了为什么时空穿越需要一个比较大的时间跨度，因为时间本身就是丈量人生最重要的维度，时间甚至能让一个本来普通的故事发酵，生出别样的韵味。

现在的爱情戏真的越来越难拍了，越来越多人自信地拍一部纯纯的爱情片，谈恋爱都得混搭进各种类型之中，穿越、悬疑、人格分裂玩得花团锦簇目不暇接，编剧的技术活也从故事板、人物小传变成了时间线和思维导图，是我们习惯了把简单的事情复杂化，还是我们真的对爱情不那么感兴趣了。

『还记得年少时的梦吗？』  
——关于《阿凡达：水之道》的絮语

■文左衡

迁，并尝试为《阿2》今天在中国的经历做些说明。

2010年1月4日，《阿凡达》在中国大陆地区上映，迅速成为最大电影现象，当时仅有的14块IMAX银幕，如核爆一般引发连锁效应，电影现象随即上升为文化事件。拥有中国北方最大IMAX银幕的中国电影博物馆人满为患，这个位于北京东北五环外城乡结合部的地方数日之内声名大噪。据电影博物馆的同志介绍，周围的村民因近水楼台之便，在线上售票平台还未发达之际，通过排队购票而获利者大有人在。再后来，临近工地的务工人员也不辞严寒加入彻夜排队人群。他们未必都能领略该片好处，许多是被听闻此片、此影厅大名的家乡父老打着、也推动着，成为了那一年世界顶级电影产品的消费者。他们的目的，是要在春节返乡后，用一张票根，来证明自己汇入过那次空前绝后的文化事件，从而成为春节期间亲友仰视的文化英雄！与此同时，拥有全国最大IMAX银幕的东莞也在迎接全国各地的狂热观众。

2009年底，国内银幕数为4723块。在此基础上，《阿凡达》票房达到13.39亿元，是中国电影产业化改革以来第一部破10亿的影片。这个纪录迅速引起卡梅隆和美国电影工业的关注。2012年2月，《中美双方就解决WTO电影相关问题的谅解备忘录》，中国政府同意将在每年20部海外分账电影的配额之外增加14部分账电影的名额，但必须是3D电影或IMAX电影，片方票房分账比例也将由此前的13%提高到25%，不能不说，《阿凡达》与有力焉。

与当年盛况相比，《阿2》表现，似乎可以这样说：仍有很多人期待其再次成为超级电影事件，但从它到目前为止的表现来看，很可能难以达成。票房仍然会相当出色，但难以复现超级文化现象的奇迹了。毕竟，2022年底我国营业银幕数已达76486，其中IMAX、杜比和中国巨幕、新贵CINITY等在内的特殊影厅已超过7000个。如按照当年的比例，《阿2》的中国票房将在世界影史上留下一个惊世骇俗的新纪录。不过，从数学和艺术哲学上看，这情景出现的概率极小。中国电影市场的发育曲线，总体固然不断走高；也正因此，单片冲高的幅度，反倒不可能一骑绝尘。

2010年时的中国，电影正在重新成为更大人群、潜在观众所认知的高端文化消费产品。《阿凡达》适时引发观影狂潮，从文化史的角度看，仍然是所谓“中国现代性体验”的再一次震惊：外来先进文化产品属性、技术层面的“降维打击”、消费者“被”饥饿营销的偶然事件，叠加在一起，于是呈现出几何级数的增长。

那一轮中国电影观众在年龄上与“80后”文化-社会现象也正重合，他们的青春观影经验与2003年中国电影产业化改革进程大致并行，见证甚至开启了中国电影市场黄金期的到来。90后、00后则已经将电影的繁荣接受为常态，也不会因某部影片激动万分。更不用说，微博、微信、短视频等媒体体验更迭，在很大程度上使新一代年轻人对电影本身的感情连接不可能和以往世代年轻人相同。

《阿凡达：水之道》（下称《阿2》）其实是一部非常值得从艺术角度深度研究的影片，无论是作品分析，还是文本细读，又或者是文化阐释，都大有文章可作。这也给篇幅短小的时评带来不小的难度。对此，笔者最简单的判断和态度如下：首先，这是一部观赏性非常好的影片，如果您喜好好莱坞主流超级大片的叙事和影像，并且选择了放映条件良好的影厅，那么您一定会同意这一点。其次，这是一部有接受门槛的影片，如果您对逐渐展开的故事、精心构建的庞大虚构世界、关系复杂的人物、超长的观影时间等等感到难耐，同时又对顶尖电影技术造就的视听体验缺乏敏感——更遑论被其震撼到，那么，实话实说，它很难是您的菜。第三，即使笔者本人是卡梅隆导演多年拥趸，也得承认，《阿2》在艺术和科学的平衡方面未臻化境，在影史上的未来评判恐怕不会特别高。最后，笔者仍然期待看到这个故事的下一部甚至更多。毕竟，对于一个趣味通俗的影评人，见证庞大如“图鲲”的电影现象沉浮迁徙于影史大洋之中，是难得的运气。

2010年春，笔者曾于广州图书馆谈《阿凡达》，并预判了它在第82届奥斯卡奖上的成绩——这其实并不难，比我更能“铁口神算”的电影观察员车载斗量。2021年春，《阿凡达》在国内复映，又应邀给某高校同学做过一次讲座，简单谈了对卡梅隆科幻理想、当下电影美学趣味及中国观众接受等的看法，事后倒是有些忐忑，生怕被《阿2》彻底推翻。现在稍微踏实一些，所谓虽不中亦不远矣。

此文不妨就从外国讲起，略为勾勒十多年间中国话语境的变

《阿凡达》之后，中国电影技术高速进阶，影厅数量、品类增多，视效大片经验随之日常化，而甄别视效成色的电影教育对大众而言并未很好地做到先普及后提高，这都导致为数不少观众观看《阿凡达》的感受是“至今已觉不新鲜”。

中国市场迅猛扩张的另一结果是改变了电影文化的格局。2010年的市场以一二线城市为主体。2013年前后出现的热词“小镇青年”虽无轻视意味，却明显揭示一种趋势：内地三线以下的观众稳步成为市场上越来越有“购票-话语”权力的一种主体型力量。他们的教育程度、消费组成、审美趣味深刻地影响了引进片的市場表现。

以“新主流大片”这一词语为表征的头部级国产影片，彰显着中国观众对本土化电影文化的一种诉求。以科幻片为例，标准类型兼喜剧如《流浪地球》，跨类型兼喜剧如《独行月球》，都显然和这种诉求隐秘相关。尽管后者的综艺化——对于深度影迷而言不认为是非电影化的——受到质疑，但在至少在大众化的中国观众那里可以被欣然接受。

时移势异，文化语境变了，这是最主要的原因。相比之下，疫情影响影院经营，并非关键。

因此，用电影分众的思维来看待《阿2》以及绝大多数影片的具体表现，得出的结论要客观、科学得多，同时我们的心态也要平静、从容得多。在中国当前的文化语境里，《阿凡达2》恰恰是分众态的。它的目标市场，仍然是一二线城市；它的目标人群，也仍然如前所述。而同时我们还必须注意到，随着影市回暖，《阿2》的票房和口碑都有力上升。这看似反驳了本文的基本判断，但实际上是在揭示艺术学另一条规律：艺术和文化的发育和普及，迟早会影响更多人群，使他们逐渐接触到更多、新鲜也更优质的文艺资源。电影的分众趋势，毕竟是建立在其大众文化属性的基础之上的。这意味着，顶级产品如《阿2》者，永远有机会最大可能地召唤出了潜在的、边缘的观众群体。更不用说，它提前让大众对VR、AR、元宇宙等有一种形象的、同时也很可能不无误解的体验。

电影的大众性如何重新认识、定义、彰显、发挥作用，是电影研究面对的大命题。以中国电影而论，其在世界范围内，正可视为是分众态的。那么，中国本土化的高端电影产品，距离成为国际文化交流的硬通货、国际货币，成为全球化大众的，还差多少、还差哪些条件，就是上述大命题的演绎了。

还需指出一点：电影（广义的）文明红利未来将重于文化红利。如果将基于影像生产的元宇宙看作一种生产力，那么它无疑将产生新的生产关系，改变人类的感知经验和思维方法，并构建新的意识形态。由此来看，电影该是文明大事，不可不察。

在隐喻的维度上，“潘多拉”的魔盒再一次打开了。卡梅隆为我们持续带来了创造力、想象力、热情、专注，还有故事。他始终不曾偏离电影的本位。导演白发萧然，《阿2》的主角也已中年。但人类的电影梦境，从不曾老去。牢记梦境的美好，是电影人的第一信条。

