

论中国内地偶像剧的创作

费晶晶, 郑月

(中国传媒大学 影视艺术学院, 北京 100024)

摘要: 内地偶像剧的发展正面临尴尬处境, 数量上的优势并没有转变为影响上的优势。文章从偶像剧的故事创作、观众定位、偶像因素等方面对造成这一处境的原因进行分析, 以打破伪偶像剧的瓶颈, 呼唤内地真正偶像剧的健康繁荣。

关键词: 偶像剧创作; 偶像; 伪偶像

中图分类号: J904 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001 - 5124 (2009) 03 - 0036 - 04

偶像剧最早起源于日本的“月九”剧^①, 而“偶像剧”一词则来源于凤凰卫视的前身香港卫视中文台连续多年的偶像剧场, 偶像剧是个约定俗成的叫法。人们对偶像剧最直观的印象, 便是青春面孔、新潮服饰、剧情曲折、观念时尚、音乐煽情、故事言情。但这些只是偶像剧的组成要素, 还不足以反映偶像剧的本质。事实上, 作为现代电视剧工业的一个经典套路, 广义上的偶像剧是一系列有卖点的电视剧元素的优化组合, 它的范围不仅仅在青春偶像剧, 不仅仅反映当代都市人的生活 and 爱情, 它能够涵括各个时代, 题材可以多样而广阔。

中国内地偶像剧起步相对较晚, 脱胎于 20 世纪 90 年代的内地都市言情剧, 受日本、韩国偶像剧的启蒙, 吸取了港台剧的经验。按理说随着我国电视事业的蓬勃发展以及偶像剧市场号召力的日渐强大, 内地偶像剧应该能获得更好的收视成果和口碑。然而经过 10 年左右的发展, 内地偶像剧虽然大量涌现, 但却没有形成强有力的规模和冲击力, 在观众中也反响平平。为人津津乐道的仍然是来自日本、韩国、台湾的偶像剧, 内地偶像剧在各路夹攻下日益显得底气不足。到底我们偶像剧的创作在哪里出了问题? 在来自各路的偶像剧的轰炸下, 我们该如何把握偶像剧的创作呢?

一、偶像剧的故事创作

有一句话说得好: 幸福的家庭都是相似的, 不幸的家庭各有各的不幸。用这句话来比喻偶像剧的情况也是很恰当的: 优秀的偶像剧都是相似的, 失败的偶像剧各有各的失败之处。优秀的作品总有一些最为基本的共同元素, 正是这些共同元素的全体构筑了艺术的概念, 也就是说我们谈到“艺术”一词的时候, 我们是在默认所有被称为“艺术”的作品有着一些共同的元素。但这不是说优秀的作品是相互重复、克隆, 恰恰相反, 优秀的作品给我们的直观感觉是它们各有一张脸, 各个相同, 但在细节、具体的情境、叙事方式、演绎形式上是完全不同的, 偶像剧的故事看似雷同、重复, 但从创作角度看是有着很大差异的。一个好的剧本可能拍出烂片, 但一个坏的剧本绝对拍不出好片。

好的故事永远是偶像剧成功的第一要素。因为吸引观众来到电视机屏幕前的首要元素就是故事。故事要“强有力”, 故事的题材对于当前的观众来说要“新”、故事的演绎方式要“奇”、故事的戏剧冲突要“特”。“新”是新颖、新鲜; “奇”是奇思妙想; “特”是有明显的个性特征, 使人过目不忘。这并不是说偶像剧一定要猎奇, 偶像剧不是哗众取宠, 而是能巧妙地运用“陌生化”的创作技巧, 打破惯有的叙事模式和桥段设置, 把已成熟的母题构筑为新颖的故事, 要么是情节的“新”、“奇”、“特”, 要么是表现的角度“新”、“奇”、“特”。

收稿日期: 2008 - 10 - 08

通讯作者简介: 郑月 (1972 -), 女, 天津人, 中国传媒大学影视艺术学院副教授。

以偶像剧里最常见的经典母题“灰姑娘情结”为例来说明。何谓“灰姑娘情结”？即一个女人的幸福来自于也只能来自于与强势异性的恋情以及由此自然而然产生的婚姻。^[1]这在偶像剧中作为颠扑不破的常识贯穿始终。以轰动一时的台湾偶像剧《流星花园》为例，故事本身很简单，只是又一个麻雀变凤凰的老套故事，可是为什么那么有吸引力呢？这是因为故事在延续“灰姑娘”的经典母题下，将故事进行了颠覆性的演绎，不再是温文尔雅的王子，不再是小鸟依人的女孩，取而代之的是横行霸道的学生领袖，和永不低头的钢铁意志女孩，由此在阶级和性格极端对立的二人之间生发出来的一系列尖锐的矛盾冲突，充满了张力和戏剧性。该剧借此主题向情感缺失的观众提供了一种机会，在一种本质保守的叙事里融入女性主义或前女性主义的乌托邦幻想，从而使在现实中迷茫的观众有了情感的投射点，让愉快参与、乌托邦、女性中心的幻想之类的内容有所附丽；通过新颖、奇妙、特别的讲述，从而包容并驾御了那些幻想碎片，在一个看似真实的故事里再一次满足了观众的“灰姑娘”情结。2002年内地推出了偶像剧《红苹果乐园》，无论从内容到形式都是《流星花园》的一场翻抄，在故事架构、人物设置、戏剧冲突、对白设计等方面抛弃了本土的特质，吃力地模仿着港台，结果“土不土、洋不洋”，观众没有感觉到“新”、“奇”、“特”，口碑也不佳，甚至被讽为“呕像剧”。之后日本、韩国推出了各自打造的偶像剧《流星花园》，将本国的元素、人文传统自然地融入剧情之中，获得了良好的市场收效。可以看出，偶像剧的故事是否好，关键在于讲述、表达的方式，“新瓶装旧酒”未必有错，但这个新一定要有创意，能够完美地表现出所承载物的美好。

二、偶像剧的观众定位

从接受美学的立场看，艺术的价值和意义只有在读者与观众的自觉自愿的接受中才能得以实现和具体化。现代影视文化产业已经从早期的粗放式生产进入了一个精耕细作的阶段。其中一个突出的表现是对每一类影视作品的观赏对象都作出细致而准确的预测和定位，认准了定位，故事的表达才能有明确的对象。目前内地偶像剧在观众定位上有明显的误区，即“想象的读者”和“现实的读者”有极大断层，使得故事的传达失去了接受对象，造成了观众的缺席。对于观众的定位，应该把握以下几个方面不同：

1. 年龄、性别的差异。不同年龄的观众的欣赏趣味是不一样的，所谓“少不看《水浒》，老不看《三国》，这一点无须赘言。性别差异对于偶像剧的收视影响似乎很少被重视。偶像剧的观众群主要是16-30岁的女性观众，特别是大学女生，因此，要首先了解这个群体的视听习惯、观看心理、喜爱的演员类型、追随的流行趋势等。明显的例子：韩国的《我的野蛮女友》使女主角全智贤一炮而红，“野蛮女友”行为方式、思考模式、着装样式等迅速成为年轻女性的模仿对象，全智贤干净、俏丽的形象也迅速在人们心中扎根。而内地同样题材的《我的麻辣女友》却惨遭“滑铁卢”，关键之一在于选角上的失误，女主角萧淑慎在观众心中的定位一向是艳丽、性感的都市时髦女子，其行为出位大胆，公众形象较为复杂，不适合演绎纯情女子。可见，一定要重视对偶像剧的观众定位。

2. 受教育程度、职业的不同，对影视作品的理解程度与欣赏趣味必然会有差别。这里并没有高下之分，而是找不同，以便能更好地为偶像剧的创作进行准确定位。受过较高教育的人倾向于看颇有深度的剧集，而受过教育少的人可能更喜欢看轻松搞笑的类型，白领阶层爱看《像雾像雨又像风》，而家庭妇女可能更爱看《人鱼小姐》。

3. 生活习惯的差异也可能对偶像剧的收视形成影响。成人一般要上班，所以看电视的时间一般在晚上，而退休人员和全职家庭妇女的收视高峰在白天，学生的收视高峰在假期。因此，偶像剧的观众定位必须考虑到既有和潜在观众的收视习惯。

三、偶像剧遭遇“伪偶像”

目前内地对偶像剧的概念大致包涵以下四个要素：青春面孔、情爱题材、靓丽时装、时代场景。从这一点便不难理解为何不少内地偶像剧都长着一张相似的面孔：俊男美女主角，投入不菲的造型和服装花费，从头到尾谈不完的恋爱，北京、上海等都市背景。这让我们不得不反思，为什么投资

上占着优势,播出时铺天盖地,但内地的偶像剧仍然常被认为是徒有其表的花架子。

当前内地偶像剧的创作中,普遍存在着“伪偶像”的创作倾向。所谓的“伪偶像”概括起来有以下几点:

1. 角色外貌出众,缺乏个性内涵。在众多的内地偶像剧中,美丽惹火的长相成为选角时必不可少的因素。而这样的美丽又是被规定过的,青春玉女们都同样是流行的发型、时尚的妆容、名贵的衣饰,同时也是同样的语气、同样的对白模式、同样的表演方式。这是对偶像元素的肤浅理解,收视口碑双赢的日剧《花样男子》里的井上真央、韩剧《咖啡王子一号店》里的尹恩惠、台湾的《命中注定我爱你》里的陈乔恩并非容貌出众的美女,一切的可爱均源自率真而不做作的角色性格。

2. 有浪漫到极致的行为模式,缺乏生活真实的根源依托。男女主人公情感的演绎是偶像剧的重头戏,创作人员总是要在这些情节上尽可能地发挥创意,但发挥创意并不是凭空捏造,情感的演绎是有起、承、转、合的整体,要经得起推敲,不是为浪漫而浪漫。2007年湖南卫视推出的《又见一帘幽梦》,剧情、台词和1998年台湾版的《一帘幽梦》相比,几乎没做任何改动,但在演绎上却被弱化,制作方把大量的精力、资金投放在了豪华生活的展现上,人物的情感发展过程苍白而缺乏说服力。显然,此剧的硬伤在于混淆了艺术高于生活和脱离生活的区别。

3. 频频出现的都市场景,华丽的生活方式,脱离现实的导向。白领、豪宅、洋酒、咖啡、酒吧……该类具有鲜明城市时髦生活印记的符号频频出现于众多内地偶像剧中,“伪偶像”用这样一种虚假的繁华堆砌出屏幕上的美丽诱人。看似精致的一个个镜头之后是对现实生活的恶意篡改,对现实问题的回避,对观众的误导。以热播的《奋斗》为例,虽然名为奋斗,以反映当前“80后”的生活状态为宣传重点。但通片看去,只见灯红酒绿、纸醉金迷,丝毫不见年轻人该有的昂扬、朝气以及为了目标积极进取的努力,与其说“奋斗”,还不如叫做“不奋斗”更贴切本片所演绎的内容。

“伪偶像”是缺乏生活内容、缺乏道德底蕴、缺乏偶像气质的一种定位,是在商业化趋势下模仿日韩偶像剧,在激烈的竞争中日益浮躁的创作心态的一种折射。真正的偶像剧是要传递一种积极而深刻的生活理念,而不是炫耀某种生活方式。内地偶像剧要走出瓶颈,首先就必须清楚区分“偶像”和“伪偶像”的区别,才能找到健康的发展方向。

四、偶像剧的偶像因素

1. 演员的外形、气质要与角色契合。相对于外表,应更关注演员与角色融合后是否有个性,角色是否能引起目标观众的共鸣。电视剧要通过演员的表演来完成,因而演员外形的可视性是否与所要扮演的角色相吻合,这是偶像剧能否流行的一个非常关键的因素。在演员的外形与角色之间存在着冲突的可能性。并不是说演员一定要非常漂亮英俊。韩剧《我叫金三顺》的女主角金三顺的扮演者金善雅外形条件与女主角饱受艰辛仍然乐观坚强的形象较为吻合,因而该角色获得了巨大成功,使得“金三顺”成为了虽不起眼但仍然自立拼搏的都市职业女性的代言人。同样,崛北真希之于《花样少男少女》里的信子、林依晨之于《恶作剧之吻》里的袁湘琴,这些演员的外形特征和角色的契合程度达到了惊人的地步。相比之下内地偶像剧对此一直重视得不够,好像一谈演员外形就是专挑漂亮的外貌,一谈这种契合就限制了演员拓宽戏路。其实,如果演员的外形与角色不吻合,那么即使演员有很高的演技,也未必能保证作品的成功。内地版《射雕英雄传》之所以遭遇滑铁卢,与选角的失误有很大关系,郭靖的憨厚被演绎成了傻气,这与演员的外形特征不无关系。

2. 画面要有美感,注意细节道具的巧妙利用。在偶像剧中,除了故事情节信息会对观众产生刺激外,单纯的画面信息也是很重要的因素,画面本身也要具有可视性。在这方面必须充分考虑观众的收视习惯,在与剧情冲突不大的情况下,偶像剧画面应适度地追求美感。提倡美感并不意味着简单地展示优美的风景、华丽的时装和家具等,而是说与剧情配套的灯光、布景、道具等应该形成统一风格,不过于“求实”,不偏向“失真”。这方面韩剧给了我们很好的启示。韩国偶像剧的画面效果几乎达到了电影的效果,有意识地与自然场景区别开来,在唯美的画面中传达出质朴、丰富的底

蕴，源于自然，又成功地高于自然，让观众在观赏时获得美的享受。

偶像剧之所以“偶像”，还在于剧中小道具的巧妙使用，如主人公的配饰、场景中的装饰品、剧情需要而设置的道具等。这样的设计既要符合剧情，与角色的性格、生活状况相吻合，又要别出心裁、不落俗套。成功的小道具运用往往能成为一剧的“点睛之笔”，甚至比剧情本身更成为观众心目中的经典记忆。如韩剧《宫》中不时出现的小熊玩偶，在推动剧情、美化画面方面都起了不容忽视的作用，以至于《宫》剧成功后，泰迪熊也成了商家的热卖产品。充满温情的小道具，有时比豪车宝马更易打动观众的心，因而值得内地偶像剧借鉴。

3. 台词有内涵、有深度、有张力，源于生活，高于生活。对白推动着情节的发展，偶像剧的台词要符合目标观众的读解，要口语化、年轻化并且质朴化。切忌华丽词藻的堆砌，努力做到言之有物、语句精准、贴近生活，最重要的是必须与角色紧密融合，使话语符合说话人的社会地位、角色性格、思考方式。

总之，我们不能忽视偶像剧对于本国文化的阐释与解读，以及由此生发出的对于本国年轻人世界观、人生观、价值观、婚恋观的一系列思考和探索。观众在欣赏偶像剧时，也是与其中的文化传统、文化观念对话的一个过程，在解读剧情后，也就自然而然地认可了其中的世界观、人生观等。在中国的电视剧市场中，偶像剧不该是一个虚有其表的摆设，在引导流行文化方面偶像剧起着非常重要的作用，因此，内地偶像剧应当存在并且需要大力扶植。正确地定位偶像剧的内涵和本质，多方面、多层次地把握创作的尺度，才能开创内地偶像剧真正的繁荣。

注释：

①周一晚九点黄金电视时段播出的电视剧，日本人从周一到周日有个特别的叫法，周一晚九点被称为“月九”。

参考文献

[1] 王俊. 玻璃鞋里的爱情——从女性主义的视角看偶像剧[EB/OL]. (2006-06-13)[2008-08-18]. <http://www.alleyshot.com>.

On the Production of Idol Drama in the Mainland China

FEI Jing-jing, ZHENG Yue

(*College of Film and TV Arts, Communication University of China, Beijing 100024, China*)

Abstract: The development of the idol drama in Mainland China is facing an embarrassing situation for it is not as influential as it is prolific. This article analyzes the reasons of this situation from story telling, audience positioning and idol factors of the idol drama. Revealing the pseudo-idol drama, this article aims for the health and prosperity of the real idol drama in Mainland China.

Key Words: production of idol drama; idol; pseudo-idol

(责任编辑 骆良钢)