

“振华三部曲”系列改编收官,从第一部《最好的我们》的8.9分到第三部《暗恋·橘生淮南》的5.3分,曾经风靡一时的校园甜宠剧正在逐渐失去其主要受众

“网生代”需要怎样的青春文化书写?

陈亦水

青春校园情感题材网剧《暗恋·橘生淮南》日前在芒果TV和腾讯视频平台收官。整个故事以洛枳对盛淮南的暗恋为始,又以二人多年之后在振华中学校友签到台上偶遇时盛淮南一句意味深长的“好久不见”为终,呈现了绝大多数中国年轻人在暗恋经历中所体验的悸动与青春忧愁,也迎来了原著作者八月长安的“振华三部曲”系列改编的最终谢幕。

五年前,“振华三部曲”的电视剧改编作品《最好的我们》《你好,旧时光》曾在中国电视剧市场爆红,掀起了“校园甜宠剧”的创作热潮。但无论是2019年腾讯视频播放的《暗恋·橘生淮南》,还是刚收官的《暗恋·橘生淮南》,都和近年扎堆涌现的青春剧较为雷同,在艺术质量上遗憾地未能再延续“振华IP”神话。

“振华三部曲”的昔日辉煌与无息落幕,与21世纪以来中国青年文艺市场有着共振命运。那么在“振华三部曲”之后,我们期待、或者需要怎样的青春文化书写?

“振华三部曲”开启国产“校园甜宠剧”模式

所谓“振华三部曲”,源于八月长安自2009年起出版的青春小说《最好的我们》《玛丽苏病例报告》《橘生淮南·暗恋》,围绕振华中学的少男少女讲述了一系列青春时代的校园往事。作者以富有修辞性的细腻笔触著称,培养了大量读者与粉丝,其改编的电视剧《最好的我们》《你好,旧时光》也接连成为“爆款剧”,掀起了“校园甜宠剧”创作热潮。

而在此前,我国青春文艺创作主要以文学市场为主阵地,得益于中国青年原创文学杂志《萌芽》举办的新概念作文大赛,优秀的“80后”从此脱颖而出,其作品往往带有浓厚的“残酷青春”色彩。随着互联网的普及,晋江文学城、起点中文网等迅速崛起,促使作家写作观念、读者偏好和作品风格,不约而同地朝向大众化和通俗化转变,也影响了青春题材电视剧的审美。

早在2012年,湖南卫视率先推出了“青春星期天”剧场(后更名为“青春进行时”),芒果TV亦凭借《旋风少女》《漂亮的李慧珍》等成为青春剧重要的输出平台。2014年,根据九夜茴同名网络小说改编的搜狐视频自制剧《匆匆那年》,正式掀起“小清新”青春剧创作热潮,电视剧开始取代文学成为青春文艺的重要市场。

在此语境下,2016年,改编自八月长安同名小说的爱奇艺自制剧《最好的我们》以其真实的校园怀旧情感获得了超过30亿点击量;次年深圳卫视和爱奇艺台网联合播出的《你好,旧时光》进一步发力,由此创造了“振华IP”神话。

“振华三部曲”在荧屏上的成功,开创了比先前“小清新”青春剧更明晰的“校园甜宠剧”风格,即:校园生活、怀旧文化、懵懂情感。三者的叠加和早些年赵宝刚“青春三部曲”为代表的都市青春励志剧正式区分开来,成为当代青春题材电视剧的主流审美,迅速引起“80后”“90后”乃至“00后”的成长共鸣。

《暗恋·橘生淮南》:关于暗恋这件小事

作为“校园甜宠剧”的《暗恋·橘生淮南》(以下简称《橘生淮南》,专指2021年版),既没有早些年“残酷青春”的堕胎、出轨等狗血剧情,也鲜有都市职场内容,而是定位为无童年与成人社会之间的青春剧,反映了绝大多数年轻人积极的情感观与心理成长。

但和“振华三部曲”的前两部作品不同的是,原著小说的写作重心在于主观抒情,表现的是高冷聪明的女主角洛枳对于学霸校草盛淮南的关注与暗恋心态;而《最好的我们》和《玛丽苏病例报告》(电视剧名为《你好,旧时光》)则重在叙事,讲述了男女主人公的一件件生动的校园经历。因而以暗恋为主观感受的青春记述方式,使其成为“振华三部曲”中较为独特的一部。

无论是文艺创作还是日常生活里,关于暗恋这件小事最普遍也最难描述,尤其是在大众文化领域的电视剧创作上,如何呈现甜而不腻、还能避免陷入“早恋”的尴尬境遇,这种分寸感的拿捏十分考验创作者对于影像叙事的把控力。

例如,在《橘生淮南》里表现男女主人公第一次讲话的叙事空间中,洛枳和盛淮南一个室内在暗、一个室外在明,充满雾气的玻璃格挡在二人之间,看起来似乎前言不搭后语的一问一答,洋溢着又欲说还休又充满幻想的青春情愫,使得暗恋这件小事不仅仅属于洛枳的个人想象,还给予了盛淮南角色除了校草学霸形象之外更多的发挥空间,增添了一丝丝青春校园的“甜意”,也为二人在大学里的相遇埋下伏笔。

除了洛枳和盛淮南,剧中还描写了性格鲜明的张明瑞、江百丽、戈壁等大学生群像,这些角色也在各自支线索剧情中表现了不同程度的成长,共同记述了幸福与烦恼并存的青春故事。

但正所谓“成也甜宠,败也甜宠”,当完全以暗恋这一非常主观、高度个人化的心理情绪为主线叙事时,同时也造成了剧情的推动力不足、人物行为逻辑缺乏合理性等问题。

例如,在人物塑造方面,洛枳仅仅因为儿时和盛淮南见过一面就产生了长达十五年的暗恋心理,实在缺乏情感基础,并且作为暗恋方,一向内敛隐忍的洛枳却会突然做出亲手送情书的事,更有违人物行为逻辑。在美术布景上,大学宿舍空间的装潢竟似贵族学校才可能存在的男女女粉式的清新文艺色调,极大地降低了故事中校园生活的可信度。再看影像和声音,充斥着大量过度修饰的美白滤镜、过曝的旁白、常常铺满整集的背景抒情音乐、还有叠化转场剪辑方式等,严重影响了叙事节奏,也降低了剧集作为视听艺术的审美品质。

事实上,这并非《橘生淮南》一部剧的问题,而为近年跟风生产的不少“青春校园甜宠剧”所共有。以资本流量为导向、为受众审美偏好量身定制的青春剧市场,导致了剧作层面的情节单一、人物单薄、故事模式固化的同质化现象,再加上情节推动力的不足,脱离现实等艺术问题,造成了观众的审美疲劳。

值得注意的是,曾率先开辟青春剧频道的湖南卫视在今年2月突然宣布,“青春进行时”剧场将终止,由主打故事性强、剧情紧凑的悬疑剧“季风剧场”所取代,意味着“校园甜宠剧”正在失去平台优势及其文化市场。

甜宠剧式微根本原因在于创作者自身的创作观念

那么,是否我们不再需要青春文艺作品了呢?

答案当然是否定的。任何一个健康的文化市场,都需要有类型多元、题材多样的文艺作品,并且任何一个历史时期,都需要独属一代人的青春书写方式。

从20世纪80年代改革开放之初的“青春无悔”,到21世纪初记录市场经济浪潮下个体困惑的“残酷青春”,再到中国经济崛起语境下的“甜宠青春”,不同程度反映了中国经济与社会文化的时代变迁。

而“青春校园甜宠剧”的今日式微,根本原因在于创作者自身的创作观念,这和近年来碎片化、奇观化的快餐式创作模式不无关系。换言之,无论是青春文学还是影视作品,都过度注重流量所带来的巨大利润,却本质上忽略了对于艺术自身的审美追求。

早在21世纪初,著名中国作家、文学评论家白烨面对“80后”作家异军突起现象时就认为,他们的写作并非青春文学,而是一种文化现象,他们只是用文字在表达自己而非有意识地追求文学,并提醒当时的年轻作者:“在当下的社会环境中,出书或者成名并不困难,但这并不等于文坛的认可和文学上的成功。不要被媒体的炒作所迷惑,更不要被眼前的利益所困惑。”而今二十年过去了,在媒介巨变的今天,这句提醒仍具有重大警示意义。

无论大众文化市场风向如何转变,期盼中国青年文艺创作者们仍能在“流量为王”的浮躁环境下,以艺术的审美为标准,以文化价值表达为追求,创作出具有现实性、历史感和人文关怀的作品,真正讲述属于当代中国年轻人自己的青春故事。

(作者为艺术学理论博士后,北京师范大学仲英青年学者)



图例:“振华三部曲”中的第一部《最好的我们》剧照

▲“振华三部曲”中的第三部《暗恋·橘生淮南》剧照

新综艺·新观察

《明星大侦探》连续六季维持高口碑与关注度,且带动线下创意娱乐产业发展

当“网生代”叙事模式成为综艺节目的创意策略

尹一伊

随着节目模式的大范围引进和普及,季播综艺已成为各大卫视及网络平台着力打造的重要产品。然而,对于大多数爆款综艺而言,保持季播内容对观众的吸引力、维持品牌效应并非易事,“综艺N代”往往难逃“高开低走”的命运。在众多季播综艺中,明星推理网络综艺《明星大侦探》第六季上周末刚刚收官,目前本季季累计播放量已超过20亿,豆瓣评分9.1分,基本保持了前五季的关注度与口碑。

作为一档主打分众市场的推理型网络综艺,《明星大侦探》维持常青的原因当然是多元的。目前,大众与媒介话语对《明星大侦探》的分析通常还停留在节目模式、营销策略等方面,却忽略了真正为节目提供实质内容的叙事创意策略。应该说,《明星大侦探》在整体布局上准确地抓住了网生代观众的文本消费与创作习惯,从而开创了独具一格、具有一定超前性的“网生代”叙事模式。六季以来,《明星大侦探》对叙事的重视程度不断提高,并且通过衍生创作、世界观搭建等方式逐渐摸索出了一套“永动”的创意机制,不仅令节目成为当下国内市场中将叙事、游戏与综艺文本融合的优秀范本,更带动了“剧本杀”等线下创意娱乐产业的发展。

尽管想象力与创造力仍然是内容创作的核心基础,但是在网络文艺蓬勃发展的今天,以网络为主要投放平台的各类媒介文本如何觉察、研究与顺应网生代受众的文本消费特征,应该成为业界与学界关注的前沿问题。

以叙事悬念取代游戏悬念,新的受众互动模式随之产生

《明星大侦探》的节目制作模式引进自韩国JTBC的推理类真人秀节目《Crime Scene犯罪现场》,自第一季起即沿袭了母版节目的核心模式,由嘉宾进行角色扮演,于特定场景中寻找证据、推理案件真相。

与《犯罪现场》一样,《明星大侦探》

有着明确的游戏流程与轮次,并设有点数(投票)、奖励(金条)、阵营(侦探、嫌疑人)等鲜明的游戏化元素。作为许多真人秀与综艺节目的主体内容之一,“游戏”环节往往能够提升节目的娱乐性与互动性,以环节设置、嘉宾互动和游戏结果作为悬念,激励观众的参与感。其重点在于呈现嘉宾对于游戏环节、规则的现场理解与反应,并由此建构通往游戏结局的多重可能性。例如《奔跑吧!兄弟》《全员加速中》《极限挑战》等真人秀节目,均以“游戏”作为主要的悬念机制,着重于对配合、输赢、复活等游戏元素的设计和描写。《犯罪现场》原版也注重“搜证”“推理”等游戏实践,以烧脑复杂的推理过程与高门槛的受众参与而著称。

但是,尽管设计巧妙的“游戏悬念”能够在短时间内为综艺带来显著的心理参与和互动感,但游戏机制的重复性和套路化往往也导致以游戏悬念为核心的节目在“新鲜感”消退后失去对观众的吸引力。过于复杂的游戏设计意味着受众理解和准入的高门槛,而当简单的“规则”“玩法”被穷尽,游戏机制带来的悬念也会随之消失。即使是规则繁琐、可玩性极强的“狼人杀”节目也在红极一时后走入自我重复的瓶颈。

也许正是意识到了这一点,《明星大侦探》虽然同样以推理游戏模式贯穿全程,却并不以“游戏”作为核心悬念机制。实际上,在迄今六季的创作过程中,《明星大侦探》与其韩国母版模式逐渐分离,开始实现对游戏悬念的弱化。尤其是在第五季和第六季中,嘉宾对“密码”的破译过程几乎隐去了。可见,《明星大侦探》正在将“游戏过程”逐渐简化为“信息陈列”,这意味着“游戏悬念”的失效,取而代之的则是以故事结局为导向的“叙事悬念”。通过调用丰富的故事题材、不断创新的类型叙事,节目弥补了游戏玩法的单调,完成了从“叙事型游戏”向“游戏化叙事”的转向,成就了节目的常看常新、常青不败。当观众的注意力从看“推理”转向看“故事”,叙事的反转和“神展开”取代了推理的正误和游戏的输赢,新的受众互动模式也随之产生。

从第一季到第六季,除了游戏场景的升级外,节目的游戏环节几无变化,而叙事的复杂度则持续攀升,连环案件和案中案成为“标配”。同时,在《明星大侦探》最近的两季中,已经出现大量推理服务于情节的片段。例如,嘉宾在几无依据的情况下迅速点出“灵魂交换”等显然超出一般推理思维的超现实推断,强行推进情节“神展开”,就是为了故事进展而牺牲推理过程的典型。而在连环案的情节中,第一案中的“输家”也能够继续以嫌疑人身份参与后两案,也意味着“输赢”在情节主导的节目模式中不断弱化。在叙事类型方面,节目的情节设计逐步跳出经典的悬疑推理叙事框架,加入大量情感、伦理、恐怖、魔幻、科幻元素,也时常与社会热点话题相呼应,极为可观地丰富了故事的内涵与可看性。情节的反转不再局限在传统推理类型叙事中常见的罪手法、证据误导等方面,转而也在世界观、人物关系等方面着手,再次体现出节目设置中弱“推理”、重“情节”的倾向。

“连续剧”+“平行宇宙”:开发“网生代”叙事模式

作为一档延续六季的“长寿综艺”,《明星大侦探》在分众市场大获成功,收获了相对固定的青年观众群体。2018年,节目曾更名为《我是大侦探》并尝试在湖南卫视上星播出,却最终没能收获理想的关注度与口碑,只得重回网播平台。推理型综艺上星的“水土不服”,除去在文本创作方面受限等外部原因之外,也由于《明星大侦探》整体的叙事框架独具“网感”。节目对于元文本的开发与创作,以及由此衍生的文本互动,非常符合青年亚文化群体的文本消费习惯,却未必迎合大众市场的常规消费偏好。

从第一季开始,《明星大侦探》就坚持创作以特定IP为元文本的衍生故事,以各种形式改编、演绎过包括《暗恋桃花源》《大话西游》《东方快车谋杀案》《小红帽》等经典作品。对于青少年受众,特别是网生代受众而言,对衍生创

作和同人创作的阅读和消费习以为常。如亨利·詹金斯所言,他们往往不仅是衍生文本的消费者,更是这类文本的积极创作者。在《明星大侦探》中,对经典IP的悬疑化演绎不仅能够唤起特定观众群体的情怀,也容易激起青少年观众较为强烈的参与感,是一种极具“网感特征”的创作方式。但是,改编式创作也受到原作用在内容、世界观、人物设计和情节走向等方面的限制,导致《明星大侦探》改编案件的创作水平几乎都并不出彩。二次创作在有效开发并演绎元文本方面,仍有较大提升空间。

相较于既有元文本的改编,《明星大侦探》在叙事方面的最大优势是成功将“爆款原作”转化为后续创作的元文本,通过对独立原创故事的衍生创作,实现特定文本的品牌化与系列化。这种元文本与衍生文本的互动与反哺,为节目创意提供源源不断的叙事活力,甚至能够形成世界观。六季以来,《明星大侦探》已经成功打造“恐怖童话”“NZND”等爆款系列,在第六季第一案中也通过非玩家角色的重复出现完成了与前作中“灵魂交换”设定的呼应。有趣的是,《明星大侦探》对前作的衍生并不是简单的“续集”创作,而是巧妙地将前作中的“灵魂交换”设定的边缘角色、背景设定和视听元素的微妙勾连与前作形成文本同构性。

如果说“连续剧”式的系列创作仍是满足当下大众消费习惯的主流模式,那么“平行宇宙”式的衍生创作则更加符合网生代与亚文化受众的消费习惯。类似的创作模式,既能够延续前作的主要叙事特点,继承“爆款”的关注度,同时也将部分创作与理解空间下放给受众。看似独立的“平行宇宙”之间的种种关联成为受众阅读、理解文本的线索,也是观众在享受新故事之余,得以建构元文本想象和“粉丝”身份的基础。由于卫视平台播放与大众媒介消费的特点,这种衍生创作模式很难在大众市场上生效,却能够有效巩固网生代受众的忠诚度,延续《明星大侦探》对目标受众群体的吸引力。

(作者为传播学博士、北京师范大学青年学者)