

“大男主”还是“大女主”？并非选择题

□雷蕴含



电视剧里的女将军——《琅琊榜》里的霓凰郡主。
图据电视剧《琅琊榜》官方微博

也许很多观众并没有注意到,最近三个月,已经有至少5部“女将军”题材的古装剧扎堆出现;而各大平台寄予厚望的还有3部“大男主”古装剧。原以为会出现热闹的“对打”场面,没想到却被网友戏称“仅粉丝可见”——“粉丝群里火热,都以为自己家的是爆剧,但外面却冷冷清清。”社交平台上观众还在感叹,好剧都去哪儿了?

事实上,当粉丝为了“大男主”还是“大女主”争得头破血流,当演员为了“番位”(指演员在影视作品中的姓名排位次序)闹得不可开交,当剧集还没开机便拿热门角色反复“遛饼”(指剧组还没跟演员接触,先把他(她)的名字放出来炒个热度)……部分古装剧早已沦为喊口号、博流量的工具,陷入创作的死胡同。而从接二连三的“扑剧”(指播放量低、口碑差的影视剧)可见,观众的耐心,也在一次次套路的轰炸中消耗殆尽。



电视剧《甄嬛传》海报。
图据电视剧《甄嬛传》官方微博



电视剧里的女将军——《穆桂英挂帅》里的穆桂英。
电视剧截图

1

流水线生产的古装剧纷纷翻车

不知从何时起,古装剧刮起了一股“大女主”风。首先是女性经商:开餐馆、卖绸缎、做香料……“女性互助+大女主经商+底层逆袭”俨然已成为标准公式。然而,女主角们争相在古代当销冠,观众却只想对着“复制粘贴”的剧情扶额长叹。今年的“女将军101”大赏,女演员们瘦弱的身躯撑不起厚重的铠甲,上战场杀敌的情节仿佛儿戏。更重要的是,“大女主”们口口声声喊着“搞事业”,但为了感情线的发展,关键时刻还是得靠男主角的帮助。观众的吐槽,并非看腻了女性题材,而是对“挂羊头卖狗肉”的敷衍忍无可忍。

再观最近一些“大男主”剧,依旧堪称翻车现场。这部分剧打着“大男主”的旗号,其实目标受众依旧是女性观众,只是在人设上选择了更偏女性喜好的“美强惨”,总结下来,公式也无非是“美强惨人设+易被解读的兄弟情+霸气侧漏的氛围感”。然而,过度美化男主、过度追求视觉符号堆砌和剧情不够紧凑等问题,又只能和“女将军”们一起被观众“打包送走”。

更令观众失望的是,无论“大男主”还是“大女主”,都逃不过流水线生产的魔咒。官宣时的“神仙选角”,拍摄时的“绝美路透”,开播前的“S+制作”……满屏的热搜,全自动走完的“批发爆款”流程,都敌不过最后观众点开正片一看,留下一句:“就这?”

2

经典剧作并非因为主角「独美」

对爆款的机械复制,让创作陷入死循环。一部重生复仇剧爆了,便涌现出多部同类型的剧;一个反派男主的人设出圈了,立刻就有更多“邪魅狂狷”式男主在荧屏上现身。更别提同一批演员在不同剧中轮番上演相似戏码,模式化的演技带着一股“班味儿”。有时还会出现一个演员用几乎相同的造型连拍好几部戏,观众一看,还以为是在玩“消消乐”。这种重复,不仅磨损演员口碑,也消耗了观众的耐心。剧集的同质化,既丢掉了创作初衷,更丧失了创新勇气。

“IP至上”的思维,也正在绞杀原创的生命力。在“流量为王”的导向之下,没有IP便没有安全感。编剧话语权缺失,原创更是举步维艰。如今,有一些网文影视化的选角之争常年挂在热搜,被网友调侃“不知道的还以为是世界名著”。还有一些“原著党”和“剧粉”势同水火,编剧动辄就要被喷“魔改”。长此以往,若是创作者失去孵化新鲜故事的能力,终会遭到市场的反噬。

如今的剧集市场,对宣发的重视程度越来越高。但一部好的古装剧,不会以“大男主”或“大女主”为出发点来进行创作。回顾那些经典剧集,《甄嬛传》里甄嬛的人物塑造有血有肉;《琅琊榜》里梅长苏的性格特征也令人印象深刻。这些剧之所以能被称为经典,并不是因为它们宣称主角“独美”,而是因为它们展现出了人的复杂与真实。

3

要想破局必须沉下心来琢磨「人」

国家广播电视总局日前印发实施《进一步丰富电视大屏内容促进广播电视内容供给的若干举措》,以21条具体措施为影视行业注入了强心针。在内容创作方面,强调实施“内容焕新计划”,加强内容创新。而古装剧的播出调控也不再限制时长和比例,而是按需精准灵活管理。

事实上,古装剧作为一种成熟的剧集类型,曾爆款频出。而现在要想破局,不能原地踏步,必须求新求变。建议从业者们,与其冲着“大男主”和“大女主”的宣发指标来创作,不如沉下心来琢磨“人”。“开金手指”的套路少一点,对人物成长弧光的铺垫多一点;“工业糖精”的堆砌少一点,自然流露的感情多一点;对爆款的盲目复制少一点,对创新的极致追求多一点。毕竟,观众不是韭菜,被“标签”骗进来的“流量”,最终无法成为“留量”。

流水线能生产出千篇一律的“标签剧”,却酿不出打动人的好作品。当古装剧不再纠结于“大男主”还是“大女主”,而是把目光放回真实的人性、合理的故事、真诚的制作,才能真正走出困境,重新赢得观众的喜爱。毕竟,好故事的核心永远是“人”,而不是那些华而不实的标签。

据“天府新视界”微信公众号