

刘宗智 济南报道

热度与争议并存

《庆余年2》刚刚完播,《墨雨云间》便以“爆火”之势迅速接下了这波“泼天流量”。开播短短两天时间,站内热度破万,创下了平台今年最快破万的剧集纪录。除了各平台热搜,观众甚至围绕主要角色开始了造梗,比如王星越喜提“古偶曹贼”的新赛道。但争议也接踵而至,围绕该剧在演员表演、剧情逻辑等方面的问题,一些观众也认为该剧片面追求快节奏和强剧情的“爽”。

热度走高,争议不断,这熟悉的画风出现在于正作品上,反倒让不少观众觉得“对味”。于正和他的“于正剧”一直都是饱受争议的。

在观众一般的认知中,制片、编剧都是默默守在作品背后的,银幕荧屏前的影视作品和演员大红大紫,而幕后的制片和编剧大多只在业界闻名。显然于正并不是一个只想待在幕后的人,他打破常规,像明星一样为自己在公众前树立形象。采访中的于正都是高调的,敢直言不讳地褒奖自己和自己的作品。在国产剧序列中,“于正剧”早已被作为一种现象在讨论,而就在近几年于正作品数据走低、被认为“过时”的时候,《墨雨云间》再度证明了其在内容开发上的某些特质。

相对于一个纯粹的编剧或者幕后创作者,于正的底色显然更为复杂。他不仅将自己运营为一个营销IP,帮助作品完成最快宣传和引流,对于外界的看法,于正表示完全不在乎,也非常坦然地接受自己的招黑体质,“观众喜欢我的作品就好了,不需要喜欢于正,生活中有无数喜欢于正的人。”

从“余征”到“于正”

于正,本名余征。1997年考入上海戏剧学院表演系的他,彼时的愿望是“做个知名的演员”。然而缺乏表演天赋的他,未能实现自己的理想,反而阴差阳错地踏入了编剧行业。1998年,在行业内崭露头角的于正签约香港TVB担任编剧,翌年,跟随香港著名导演李惠民学习,并在其创立的工作室担任编剧。2003年,傅星与于正联合编剧的电视剧《带我飞,带我走》播出,这是于正首部担任编剧的影视作品。

2002年,“于正工作室”应运而生,于正由此正式踏上了职业道路。如今观众口中的“于正剧”,是指由“于正工作室”制作出品的影视剧,在这些影视作品的片头,观众经常可以看到“于正作品”的图章字样。于正在社交平台上说:“‘于正工作室’是一个以我为中心的很大的团队,每年都会出品若干优秀的电视剧、电影,除了我自己担任编剧的剧,也会购买其他优秀的剧本来拍,唯一不变的是精彩的故事和精良的制作,且所有的题材确定和演员选择我都会亲自把关。”

从《美人心计》开始,于正开始被观众所认可,2011年“爆



褒贬不一『于正剧』

近日,由吴谨言、王星越等人主演的古装剧《墨雨云间》火热开播,成功拿下暑期首“爆”的好成绩。在观众们热议剧情的同时,于正也再次证明了自己的市场号召力。自2011年来,于正凭借着《宫锁心玉》一炮而红,随后《陆贞传奇》《延禧攻略》等陆续“出圈”,其个人创作风格逐渐形成。

火”的《宫锁心玉》将他推上事业顶峰。此后于正一直维持“高产”,尽管外界的“吐槽”从未停歇,但“于正剧”依旧收到了市场与收视率抛出的橄榄枝。

于正在微博中说:“一个合格的制作人懂剧本、懂导演、懂美学、懂表演,才能拍出一部具有自己强烈风格的剧集。”今天的于正在影视创作中的角色已经远远地超出了编剧本本身,身兼制片人、出品人以及艺术总监的他,既支配与统筹着影视创作过程中的所有环节,又指导规划着“于正剧”的艺术风格。

“于正模式”

于正把自己作品的成功秘诀归纳为三点:刺激性的故事、新鲜的视觉、和谐搭配的演员——这构成了所谓的“于正模式”。

在叙事策略上,“于正剧”强调过山车般的刺激感,多而密的桥段,明快的节奏,让观众总有意想不到情节,才能产生引人入胜的效果,让观众看得过瘾。从《大清后宫》《锁清秋》再到《胭

脂雪》《陆贞传奇》,于正一路将男女主角“虐”到底。剧情千回百转,奇峰迭出,桥段多而密。同时,“于正剧”的女性叙事角度,为女性形象的塑造提供了足够的空间,充分展示出女性角色的魅力、肯定其价值追求,符合当下观众的喜好。

在演员的挑选上,于正也别有所求。他多次提到,首先演员一定要美,其次演员搭配要和谐。于正认为市场永远是“大明星不抵小清新”,新鲜感、青春气息非常重要,一定要推陈出新。“于正剧”至今仍然保持着一部

剧捧红一个女演员的纪录,比如杨幂、赵丽颖、袁珊珊、吴谨言等。

比起纯粹的幕后编剧,于正更接近于一个为市场而生的制作人。他曾说:“最重要的是剧本故事好看,电视剧观众就是王道,要抓住观众的心。”为此,他研究收视率和观众心理学,结合当下观众的情感需求创作。对于外界的批评,于正认为是好事,“要做得更好,把痛苦变成创作的养料,这种心理暗示能促使我更好地工作。”比如《宫锁心玉》出在大众市场对穿越题材最感兴趣的时候,《延禧攻略》则是在观众对玛丽苏虐剧厌烦之后打出的大女主爽剧牌,《鬓边不是海棠红》踩中了耽改的最后几波红利。有人评价于正是“为商业而艺术”,他愿意去捕捉当下最火热的话题和题材,面向观众需求,拿出完成度相对较高的东西来配给市场。

根据对市场的观察,于正也在调整“于正剧”的制作模式。比如开始引进外部导演,包括《墨雨云间》的侣皓吉吉和执导《五福临门》的杨欢。而在侣皓吉吉的镜头下,《墨雨云间》确实有不少非常养眼的“名场面”,在保持快节奏的同时提升了视听体验。

“爽”剧的逻辑

改编自网文、不断创造高收视率的爽剧,有其内在爆火的逻辑。一方面,创作者善于捕捉生活中的热点、痛点,捕捉写字楼里年青一代的生存焦虑,以穿越的形式,在古装剧里让现实中的弱者实现职场跨越。比如《延禧宫略》《庆余年》《知否知否应是绿肥红瘦》等皆改编自穿越网文,主人公在故事中实现升级打怪。另一方面,在表现形式上,这些爽剧也越来越像目前被称为爆款的微信公众号文看齐,在公众号文里,是“你的同龄人正在抛弃你”这样粗暴简单的结论,在剧中,是所谓金句,比如《延禧攻略》里,“先开口的人,就已经输了。”比如《知否知否应是绿肥红瘦》里,“有些事情越是明白,心头便越是荒凉。”

《墨雨云间》有着很强的“于正牌爽剧”痕迹。剧集改编自千山茶客的小说《嫡嫁千金》,是典型的复仇爽剧,剧情推进和起伏堪比短剧。相较于以往的长剧,《墨雨云间》把全剧的节奏做了细密的切割,不仅情节容量大,而且在每一个剧情小单元里都有频繁的情节反转,让观众的情绪始终跟着情节走,在对人物产生认同的基础上,最大程度保证了可看性和沉浸感。除了王星越饰演的男主肃国公萧蘅,薛芳菲与“前夫哥”沈玉容,表哥叶世杰和仅出场几十秒的“狂徒”都有情感拉扯,播出后人物关系很快引发观众玩梗,加速了《墨雨云间》的话题出圈。爽感拉满,观众其实只需要跟着故事狂奔。社交平台的高赞短评中,有观众称“女主那种对抗命运不公的韧劲,真让人心情舒畅”。

于正靠着“吃鲜桃一口”的内容策略多次踩中市场风口,尽管他放言“我没做过一部赔钱的电视剧”,但除了高收视率、高热度,如何实现口碑逆袭也将成为于正接下来无法回避的问题,《墨雨云间》或许是一个不错的契机。