

Ouxiangju Xushixue

偶像剧叙事学

田 园◎著



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

偶像剧叙事学

田 园 著

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

偶像剧叙事学/田园著. —北京: 北京理工大学出版社, 2014. 1

ISBN 978-7-5640-8334-2

I. ①偶… II. ①田… III. ①电视文学剧本-叙事文学-文学研究-中国-当代
IV. ①I207.352

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 215448 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

82562903 (教材售后服务热线)

68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京富达印务有限公司

开 本 / 710 毫米×1000 毫米 1/16

印 张 / 13.25

彩 插 / 4

字 数 / 304 千字

版 次 / 2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

定 价 / 40.00 元

责任编辑 / 王俊洁

文案编辑 / 王俊洁

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 王美丽

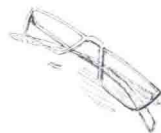


图 2-2 《命中注定我爱你》(1)



图 2-3 《死神少女》(1)



图 2-4 《爱杀 17》(1)



图 2-5 《爱杀 17》(2)



图 2-6 《流星花园》(1)



图 2-7 《下一站幸福》(1)



图 2-8 《流星花园》(2)



图 2-9 《海派甜心》(1)



图 2-10 《海派甜心》(2)



图 2-11 《桃花小妹》



图 2-12 《终极三国》(1)



图 2-13 《终极三国》(2)



图 2-14 《海派甜心》(3)



图 2-15 《贫穷贵公子》



图 2-16 《下一站幸福》(2)



图 2-17 《海派甜心》(4)

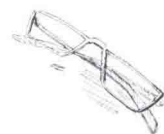


图 2-18 《死神少女》(2)



图 2-19 《死神少女》(3)



图 2-20 《海派甜心》(5)



图 2-21 《篮球火》



图 2-22 《王子变青蛙》(1)



图 2-23 《王子变青蛙》(2)



图 2-24 《命中注定我爱你》(2)



图 2-25 《命中注定我爱你》(3)



图 2-26 《终极三国》(3)

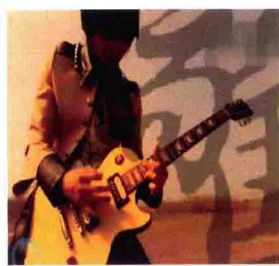


图 2-27 《终极三国》(4)



图 2-28 《终极三国》(5)



图 2-29 《死神少女》(4)



图 2-30 《爱杀17》(3)



图 2-31 《王子变青蛙》(3)



图 2-32 《王子变青蛙》(4)



图 2-33 《王子变青蛙》(5)



图 2-34 《王子变青蛙》(6)

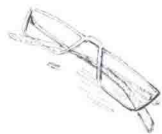


图 2-35 《花样少男少女》(1)



图 2-36 《花样少男少女》(2)



图 2-37 《花样少男少女》(3)



图 2-38 《终极三国》(6)



图 2-39 《终极三国》(7)



图 2-40 《终极三国》(8)



图 2-41 《终极三国》(9)



图 2-42 《终极三国》(10)



图 2-43 《死神少女》(5)



图 2-44 《死神少女》(6)



图 2-45 《死神少女》(7)



在电视剧理论的层面，侧重于电视剧形式的视角，常常涉及电视剧叙事学研究。西方的经典叙事学理论，聚焦于文本本身，对于分析文本的叙事结构及相关规律具有很强的操作性。作为叙事模式化而备受部分专家诟病和成年人漠视的偶像剧，从21世纪初算起，已经走过了10多年的历程。2001年的首部偶像剧《流星花园》播出后，便创下了当年最高的收视率，并风靡东亚，掀起了偶像剧热潮的序幕。从此，偶像剧如雨后春笋般争相而出。自2002年起，每年均有20部左右的偶像剧登上荧幕，产量之丰可见一斑。且每年均有一两部偶像剧伴随着高收视率而成为海峡两岸青少年或粉丝群讨论的热点，并引发相关热潮。偶像剧作为海峡两岸青少年和粉丝群最受欢迎的剧种，诞生至今，十几年内尚无系统的研究总结。2001年，《流星花园》在热播之际遭遇停播风潮，2010年的《死神少女》尚未播完，于12月1日即遭停播待遇。偶像剧虽然深受青少年的热捧，但屡屡遭受行政干预，其引发的影响之大，不可小觑。偶像剧的理论研究明显落后于偶像剧的创作实践。两岸合作或自制的偶像剧已经产生了几百部，而目前国内外对偶像剧的研究尚属于起步期或空白期。因此，此研究有弥补理论空白的积极意义。

我国台湾偶像剧的叙事涵盖了亚洲偶像剧的各种模式，以之为研究对象完全可以支撑偶像剧叙事学的正面建构。本书即通过考察21世纪以来我国台湾偶像剧叙事的发展变迁，探寻电视剧显现的叙事模式与文化价值、时代语境之间的联系，把握偶像剧的叙事特色与深层叙事特征。本书将系统全面地对偶像剧的叙事进行研究。从研究性质上看，本研究是建立在形式研究基础上的叙事学研究，着重探讨在消费文化语境中，作为青少年叙事文本的偶像剧如何通过具体的叙事建构意义世界、提供给青少年以情感宣泄。海峡两岸电视剧创作各有所长，对二者进行比较分析，有利于学习先进，取长补短，促进两岸偶像剧的共同繁荣；同时，也有利于促进偶像剧批评和创作的良性及理性发展。偶像剧是电视剧的重要组成部分之一。总结历史，探索我国台湾偶像剧故事创作的内在规律，分析偶像剧创作的经验和教训，可为偶像剧



创作和批评的良性及理性发展提供参照。在经济快速发展的今天，青少年的时尚消费和追求会越来越多，偶像剧的需求也会越来越大，这已在居高不下的收视率中得到了验证。近年来，大陆偶像剧在创作上显现了一些误区，在收视率和美誉度之间难获平衡。当两岸偶像剧掀起拍摄高潮之时，相关的理论研讨却非常滞后，理论落后于实践。因此，有必要进行偶像剧的理论研究，走理论研究与实践创作相互促进之路。

本书的出版受重庆市社会科学规划博士项目《偶像剧叙事研究》的资助。项目批准号：2012BS30。本书是该项目的最终研究成果。

著 者



绪 论 /1

第一章 偶像剧的叙事前提 /17

第一节 消费文化语境 /18

第二节 中国台湾偶像剧概观 /30

第三节 偶像剧的叙事体系构建 /42

第二章 偶像剧的叙事空间 /55

第一节 空间概论——多重分隔 /56

第二节 偶像剧叙事空间——镜头空间 /67

第三节 偶像剧叙事空间——地志空间 /86

第三章 偶像剧叙事的情节 /105

第一节 情节：从亚里士多德到结构主义叙事学家 /106

第二节 偶像剧的情节类型 /111

第四章 偶像剧叙事的人物 /129

第一节 人物：性格与行动 /130

第二节 偶像剧人物——主角 /139

第三节 偶像剧人物——配角 /153

第五章 偶像剧的深层叙事 /165

第一节 深层结构与神话叙事 /166

第二节 偶像剧叙事深层结构 /172

结 语 偶像剧叙事的启示与借鉴意义 /187

附 录 偶像剧名录 /190

主要参考文献 /198

绪 论

一、研究对象及概念梳理

丰厚的中国偶像剧创作实践和不断形成的观赏热潮极大地推动了相关的理论研究。电视剧作为当代社会最有影响力的艺术传播形式，有着不断建构当下文化现实的突出作用。偶像剧叙事对形成当代青少年的情感价值与道德价值取向有着潜移默化的影响，因而对其进行深入研究十分必要。电视作为一种大众传播媒介，从它诞生的那一刻起，就与叙事有着千丝万缕的联系。本书力图以叙事为切入点，遵循时间和地域的限制，对 21 世纪第一个十年的台湾偶像剧做一个全面研究，以此为根基构建偶像剧叙事学。我们选择通过文本解读来进行台湾偶像剧叙事研究。选题的研究对象是消费文化语境中台湾偶像剧（2001—2010 年）的叙事研究，运用经典叙事学的研究方法考察偶像剧文本中的情节结构、角色设置、叙事空间等。偶像剧叙事艺术的研究角度和层次极为丰富，本书主要围绕其独特的叙事特征展开论述，对其中符合一般电视剧规律的如叙事时间等则不作重点论述。研究范围有三个限度：一是叙事研究，而非偶像剧的制作播出、经济学与收视影响分析；二是时间，限于 21 世纪最初十年，即 2001—2010 年；三是空间，限于中国台湾创作的偶像剧，而非韩国、日本的偶像剧，较少涉及中国大陆地区的偶像剧。在论述过程中，如没有特别说明（如日本偶像剧、韩国偶像剧），所出现的“偶像剧”均指中国台湾偶像剧。

框定概念的内涵与外延，是进行有效论述的前提条件之一。本绪论将对几个主要概念——偶像、偶像剧、青少年进行梳理与界定。

（一）偶像与偶像剧

1. 偶像

偶像一词的用法常是引申义或者比喻义，这使“偶像”的含义复杂化。在论述偶像剧之前，需要先对“偶像”进行界定。在词义学上，偶像原指土木等雕塑的神像，比喻盲目崇拜的对象。现在大多用来形容在某些领域内出类拔萃的人物，为公众所崇拜的对象。因此，这个词原来是贬义，现在已经



有褒义的特征，至少是一个中性词^①。观众崇拜的对象，在娱乐界，即指演艺明星。演艺明星的出现促进了偶像剧这种新的电视剧艺术形式的诞生。因为有了对偶像，也就是对明星的崇拜，偶像剧的诞生才显得理所当然。明星是一个世俗神话，他的世俗和神话的双重力量不断吸引着大众，引导着大众的种种消费。相对而言，远古时代对图腾的崇拜主要是一种皈依和敬畏的情感。而对演艺明星的崇拜则是感情上的迷恋，是在当代消费文化语境中产生的一种新的偶像崇拜。由此可见，“偶像”这个名词的产生与发展和经济有着极大的关系。当经济的发展使整个社会由“生产者中心主义”向“消费者中心主义”转移的时候，偶像也由科学家、劳模等转变成了现在娱乐界的演艺明星。

2. 偶像剧

偶像剧又名青春偶像剧，其生产国和地区主要是韩国、日本、中国大陆和中国台湾地区。这四者对偶像剧的界定有所不同。

日本国内将偶像剧定义为趋势剧（trendy drama）。趋势剧演员河毛俊作、编导山田良明和大多亮、脚本家松原敏春等人曾对趋势剧做过较为精确全面的定义：都会、流行、时尚、男女、爱情、友情等同辈关系而非上下关系（父母子女等）串联而成的剧集，通常表现日本当时社会的现象及讨论现代人所面临的种种问题，剧中的人、事、地、物等往往反映时下的流行趋势^②。趋势剧还引入了新闻专业的时效观念，进而捕捉“最新潮的服饰、最热门的约会地点、新兴的爱情观、最新的流行语”^③。制作播出按一年四个季度划分，每周一集，每部剧集的播出历时一个季度。因此，剧中的时空背景、演员服饰、流行观念等可与现实世界保持同步，引导每季的潮流更迭。在某种程度上起到了类似时尚资讯的作用，传播生活方式和生活态度^④。

“韩国的爱情剧在中国又称青春偶像剧，以青春时期的爱情为中心情节，以纯爱、浪漫、唯美为主要特征。偶像剧是韩国电视剧的重要类型，也是进入中国最多的韩剧类型。2000年起，大批韩国偶像剧通过电视台、网络、音像市场为东亚观众熟悉，风靡势头历数年而不衰，至2006年，《宫》在亚洲热播，人气依然不减。”^⑤

中国台湾偶像剧显然超出了韩国偶像剧的限定，“纯爱、浪漫、唯美”仅

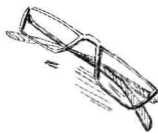
① 邹群：《褒义的“偶像”》，载《咬文嚼字》，2003年，第4期，第17页。

② 任艳丽：《解读日本趋势剧的文化意蕴》，载《中国电视》，2006年，第8期，第79页。

③ 同上。

④ 同上。

⑤ 韩英：《大众叙事与精神家园》，四川大学博士学位论文，2007年，第85页。



仅显现了一部分中国台湾偶像剧的特征，而关注温馨友情、热血青春、探案灵异等走非浪漫主义路线（爱情戏较少）的偶像剧也日益引起关注，如“黑糖”三部曲、“终极”系列等。显然中国台湾偶像剧不能仅限于爱情剧这一称呼。

中国台湾地区：“中国台湾地区偶像剧其实没有统一而严苛的定义，大体是承袭日本当红戏剧型式的走向，再加入中国台湾观众的独特喜好糅合而成，是一种现阶段流行的戏剧类型。归纳中国台湾偶像剧主要有五项特色：①演员以年轻的俊男美女为主；②剧情走向现代青春、都会与爱情路线；③画面讲求唯美，制造浪漫氛围；④影片风格梦幻；⑤早期大多改编自成名漫画。偶像剧的特色不外乎是年轻貌美的男女主角、唯美浪漫的爱情故事、绚烂华丽的场景等，目的在赋予观众广大的想象空间。”^①“台湾本土偶像剧多半呈现出以浪漫爱情为主，和年轻人日常生活相关，并且符合台湾社会发展的现状。不论是在剧本的取材上，还是在场景的选择上，都是以台湾本土的状况为最优先的考虑，也和目标阅听人的日常生活雷同，因此，常常能够引起目标阅听人的共鸣。”^②即偶像剧是以年轻人的友情、爱情为主线的一种融合青春时尚的电视剧，多以其扑面而来的青春气息和对年轻人的心理和成长的丝丝入扣的刻画而吸引大众。

中国大陆：“偶像剧能给年轻人一种‘陌生的美感’：年轻漂亮的演员、浪漫的情调、永恒的爱情、时尚的服装和布景。它以一种新的情调让人重新认识城市生活。”^③“青春偶像剧与一般的言情剧、教化剧和社会问题剧不同，它不利于在思想上给观众以深度启发，以免观众不胜思想负担；它追求的是让观众在情感上卷入剧中，在动情中走入梦幻。”^④“青春偶像剧受日、韩同类作品的感染和影响，多以爱情为题材；也可以纳入言情剧范畴，其核心在于塑造青春偶像型的角色，而其观众群为青少年；也有人把这类节目称为‘青春偶像剧’。”^⑤

可见海峡两岸对偶像剧的认识基本一致。日、韩两国对同类剧种的定义

① 柯尹乔：《台湾偶像剧品牌建构要素之初探性研究——以三立偶像剧为例》，我国台湾世新大学公共关系暨广告学系硕士班硕士论文，2010年，第8页。

② 翁铃雅：《偶像剧的疗愈系功能：本土偶像剧的阅听人研究》，我国台湾世新大学公共关系暨广告所硕士论文，2008年，第3页。

③ 黄会林：《受众·电视剧·青春偶像剧探析》，载《电影艺术》，2004年，第3期，第68页。

④ 唐军：《大众文化艺术平衡中的融合与超越》，西南大学硕士学位论文，2008年，第28页。

⑤ 崔慧琳：《论当前台湾偶像剧风靡的原因》，载《吉林省教育学院学报》，2009年，第12期，第37页。



和划分都与我们所指称的偶像剧概念存在差异，这其中有不同社会形态下各国国情不同的因素，也有不同民族、不同地域审美情趣差异的因素。

综合上述四种认识，我们认为，偶像剧是指：以适合扮演年轻人的偶像艺人主演，多以青少年的爱情、友情、成长为主线，表面上较少涉及社会政治背景和复杂的家庭伦理，视觉审美上带有唯美主义特征，以青少年的视角来认知、展现世界，以青少年为主要收视对象的现代剧。“偶像剧与肥皂剧或其他时装剧最大的不同是青少年视角，是青少年群体为偶像剧提供了典型的内容和观看立场。”^① 青少年视角是最关键的特征与前提，据此，可以肯定偶像剧的诞生具有里程碑的意义，它成功地开拓了新的目标受众领域、探索出适合青少年的收视内容与发行模式。青少年这一群体的收视地位第一次得到了肯定。在电视领域，我们有各种成人节目，也有少儿节目，但介于二者之间的青少年节目却一直被漠视。正是这种可择性以及潜藏其后的巨大创新空间，在电视领域产生了积极的竞争优势。“偶像剧成功在台攻占戏剧市场的原因在于，相较于早期的三台连续剧，偶像剧题材新颖，符合时下流行趋势，因此较易吸引年轻人观看，创造新的戏剧市场区隔。”^② 偶像剧用了不到 10 年的时间，就紧紧吸引住了中国年轻观众的视线。而艺术创新性、尖锐的批判锋芒、提升大众的欣赏水平等日常讨论电视剧的原则不适用于作为消费文本的偶像剧。对偶像剧的评判标准首先是其目标受众的喜好，即收视率。

（二）青少年

偶像剧的主要收视群体是青少年。鉴于我国大陆、港、澳、台地区对青少年年龄的界定各不相同，本书因分析我国台湾偶像剧，故对青少年年龄的界定主要参考台湾地区的定义。现归纳如下：

1. 词义（辞典及百科全书的定义）

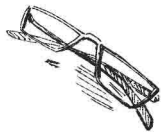
《教育大辞书》将“青年期”（ADOLESCENCE）的起点界定为：早在九十岁即开始，有的则延至十四五岁才出现。^③《张氏心理学辞典》将“青年期、青少年期”（ADOLESCENCE）界定为：女性 12~21 岁，男性 13~22 岁。^④

① 田园、付清泉：《2009 海峡两岸暑期偶像剧比较研究》，载《中国广播电视学刊》，2010 年，第 3 期，第 51 页。

② 柯尹乔：《台湾偶像剧品牌建构要素之初探性研究——以三立偶像剧为例》，我国台湾世新大学公共关系暨广告学系硕士班硕士论文，2010 年，第 2 页。

③ 《教育大辞书》（四），中国台湾编译馆（主编），台北市文景，2000 年，第 963-964 页。

④ 张春兴（编）：《张氏心理学辞典》，1991 年，台北市：东华。



《大英简明百科》将“青少年期”(ADOLESCENCE)定义为:青春期(PUBERTY)与成人期(ADULTHOOD)之间的过渡时期(12~20岁)。^①

2. 我国台湾学者的定义

张春兴认为:大致自青春期开始的11~12岁,一直到21~22岁一段时期。^② 翁宝美认为:青少年是儿童期和成人期之间的过渡,一般在11~21岁。^③ 王焕琛、科华葳综合各家研究,认为青少年期以12~18岁称为少年,18~25岁则称为青年。^④

3. 法规的定义

我国台湾的“儿童及少年福利”相关规定中有:“所称少年,指十二岁以上未滿十八岁之人。”台湾的“少年事件处理”相关规定中有:“少年者,谓十二岁以上十八岁未滿之人。”“台湾青少年事务促进委员会”在参考有关意见后,对学制、各种相关规定做了整体考虑,将12~24岁定为适切的青少年年龄。

综上,台湾地区对青少年的年龄界定主要集中于10~20岁。为了便于本书论述的统一需要,我们综合各家之研究,认为王焕琛、科华葳(1999)的观点最具参考意义,即12~18岁称为少年,18~25岁则称为青年。偶像剧的收视群主要是12~25岁的青少年,小部分女性观众的年龄向上延至30多岁,向下可至小学低年级阶段。本书论述过程中所指观众主要局限于收视主体观众,即12~25岁的青少年。

二、研究缘由和意义

电视剧研究可以在四个层面上展开:一是电视剧的发展史;二是电视剧的欣赏与批评;三是电视剧理论;四是电视剧学,包括电视剧社会学、电视剧心理学等。^⑤ 其中,电视剧理论是在电视剧文化实践的基础上,对电视剧的规律及可能性进行的逻辑思考。在电视剧理论的层面,侧重于电视剧形式的视角,常常涉及电视剧叙事学研究。西方的叙事理论,聚焦于文本本身,对

① 《大英简明百科》,大英百科公司主编,2004年,台北市:远流。

② 张春兴:《教育心理学:三化取向的理论与实践》,2007年,台北市:东华。

③ 翁宝美:《父母癌症青少年之悲伤历程研究——以正向影响为焦点之探讨》,我国台湾南华大学生死学研究所硕士论文,2007年,台湾嘉义县。

④ 王焕琛、科华葳:《青少年心理学》,1999年,台北市:心理。

⑤ 把电视剧研究分为四大类,源自麦茨把电影研究分为四大类,参见朱辉军:《电影形态学》,北京:中国电影出版社,1994年,第3页。