

《新編輯部的故事》：模仿抑

今年四月中，喜劇《新編輯部的故事》的開播在內地引起坊間不少議論：一來由於它號稱上世紀九十年代初熱播電視劇《編輯部的故事》二十周年的致敬之作；二來因為導演鄭曉龍亦曾參與策劃《編輯部的故事》，並因執導去年熱播電視劇《甄嬛傳》而為人熟知。

《編輯部的故事》首播於一九九一年，由內地鬼才作家王朔等人編劇，圍繞《人間指南》雜誌社編輯部六位性格各異編輯的相遇和相處展開。因演員葛優和呂麗萍等演員的出色演技、幽默的情節對白以及對社會不平事的嘲諷，引來大批擁躉，以至於一家大細晚上圍坐電視機前觀看《編輯部的故事》的景況，成為那一代人的集體回憶。

因了這集體回憶，以及正在熱播的情景喜劇《愛情公寓》的連帶效應，《新編輯部的故事》未映先熱，在北京衛視開播當晚收視便升至省級衛視電視節目的第三名。可是隨著劇情的展開，觀眾漸漸對劇中主角如陳好和黃海波等人的演技失望，對生搬硬套或隔靴搔癢式的劇集內容失望，收視率一路下跌，甚至一度跌出省級衛視同時段節目的二十名開外，與當年《編輯部的故事》帶來的收視熱潮和之後引發的「集體回憶」形成鮮明反差。

收視慘澹反差鮮明

演員演技通常是支撐情景喜劇收視率高企的關鍵因素。經典美劇《老友記》等之所以受歡迎，很大程度上要歸功於幾位明星演員（他/她們受過舞台劇演出訓練，並有豐富的喜劇演出經驗）駕馭角色的能力。反觀《新編輯部的故事》中若干主角，雖曾在其他電視劇或電影中有出色發揮，一旦演起喜劇來卻顯得不夠生動自如，甚至有裝腔作勢的嫌疑。

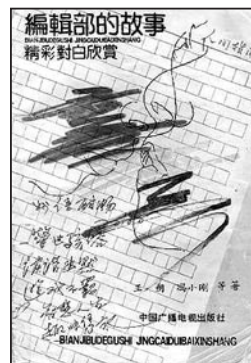
依筆者看，中國人相比歐美人性內斂，本不擅長太外放張揚的表演模式。劇中演員欲效仿美劇演員自然的聊家常式的演戲方法，可

演技不夠紮實；想學香港電影無厘頭的風格，台詞卻不如無厘頭電影惹笑。於是，便陷入不上不下的尷尬中，種種賣力演出非但沒有增加劇情幽默感，反令觀眾哭笑不得。有觀眾抱怨劇中的笑點老套落伍，也的確，如今網上的笑話段子，早已將受眾的笑點拔高了好幾個檔次，再不是當年《編輯部的故事》時甫接觸情景喜劇的情形了。

《新編輯部的故事》收視慘澹的原因，固然有一眾

演員不夠自然的演技，也有受眾群體生活狀況變化帶來的審美差異。誠如本雅明在《機械複製時代的藝術作品》一文中提到的，藝術品的獨特之處在於「它的時間和空間的在場」，以及「它在它碰巧出現的地方的獨一無二的存在」。電視劇的熱播，既有前期廣告和大眾媒體推介等諸因素影響，也與劇集內容與時事和公眾關心問題的契合度有關。此前醫療問題劇《心術》以及反映國人買房住房難的《蝸居》等等的熱播，便可為佐證。

當年《編輯部的故事》播出後，一本名為《編輯部的故事·精彩對白欣賞》的書亦在市面上出現。書中援引的編劇的話「我們把住一大原則，只觸及社會問題」，便是該劇立意的基準和贏得受眾關注的緣由。《編輯部的故事》每集講述一個社會問題（比如第九集小保姆的故事講述農村進城務工者的不易）的做法，敢言敢為卻不會因為觸及敏感議題而遭到廣播電視總局的審查，這其中的分寸，值得後來電視劇製作同業者品咂——如今的電視節目，實在缺



或致敬？

乏這種「敢講而且講得巧妙」的品質。

時代轉變審美差異

有人不免爭辯，《新編輯部的故事》中也提到了諸如選秀、海歸和美容整容等時下流行的話題啊。沒錯，提到不假，但也僅僅止於「提到」，至多是博觀眾一哂，難以製造「話題」（某些時候，話題的產生和擴散有助公民意識的提升），不免有隔靴搔癢之嫌。當年《編輯部的故事》中的經典台詞如「錢不是萬能的，沒有錢是萬萬不能的」在改革開放國門漸敞的中國著實掀起了「話語狂歡」的小熱潮：剛剛從「文革語彙」中解脫出來的公眾，因為這種不必顧忌政治正確但求一樂的狂歡式語境激動不已。無怪曾有評論人說：「通過《人間指南》編輯部六位編輯與社會各層面接觸的過程，打開了一個瞭解當代中國人生活和心態的視窗」。

上述兩個方面，正是二十年前《編輯部的故事》不論在收視和口碑上都勝過《新編輯部的故事》的原因所在。《編輯部的故事》的劇本據說是王朔和馬未都幾個編劇侃大山侃出來的，接地氣，又繼承了京味兒幽默的傳統。而且，當年互聯網並不普及，中國電視觀眾接觸美劇和英劇的機會不多（至多只是《血疑》等日劇，較少這樣嬉笑怒罵的作品），《編輯部的故事》的適時出現不免令到觀眾眼前一亮。想當年，編輯部的故事大家都好奇，如今再講，也不那麼受歡迎了，一來因為紙媒的漸趨萎縮，二來因為同類型的辦公室題材電視劇越來越多，易產生審美疲勞。

何為致敬？為何致敬？

《新編輯部的故事》自稱是對老版的致敬之作，其實在筆者看來遠未達到致敬的水準，只是借用了原作品的題目，保留了女主角戈玲和故事發生的場所《人間指南》編輯部而已。而且，新版電視劇中 WWW 編輯部（為順應互聯網發展趨勢，人間指南更名為 WWW）中諸角色性格模糊甚至臉譜化，比如陳好飾演的有些虛榮且過分強勢的海歸安紅，又如王千源飾演的流裡流氣的愛貪小便宜的劉向前，優點缺



點一眼即知，難以吸引觀眾投入。

筆者所謂的「致敬」，更多是在內裡情緒蘊藉而非內容層面：並不是說將原版電視劇中諸角色改個名換個頭銜拿來接著用，也不是一味複製原劇發生的場所和對白，而是在劇集內容深處找到前後的關聯和共鳴。比如說新近上映的日本電影《東京家族》是向小津安二郎作品《東京物語》的致敬，並非單指兩片在情節架構和角色處理上有類似之處，實則是看重了不同時代不同場域生活的個體對同樣關乎生命中親情和生死等問題的思索。

至於《新編輯部的故事》，並未延續老版「善意嘲諷」的路數，而是活脫脫成了一齣不論劇情抑或表演都惹人發笑的鬧劇，與老版少了精神上的關聯，說是「致敬」，其實有其名無其實，更像是打著致敬旗號的模仿。而且，《新編輯部的故事》在拍攝手法上效仿美劇（比如畫外音和平行畫幅的插入），企圖以這樣的討巧手段效仿美式情景喜劇的搞笑路數，卻只能給人弄巧成拙之感，愈發顯得整個作品缺乏誠意。

情景喜劇拍得好，不能一味誇張，也不能嬉皮笑臉不講邏輯。沒有好劇本，沒有合適的演員，中國的情景喜劇註定只能在「模仿」與「偽致敬」的套路中愈陷愈深，最終失了觀眾，也失了自己的風格。

【+】李夢
文化傳媒人