

《雷霆战将》撤播 新版《鹿鼎记》差评

# 两部电视剧接连“翻车”是何因？

抗战剧《雷霆战将》引发舆论批评被撤播后，张一山版《鹿鼎记》也遭遇了金庸剧前所未有的差评。受疫情影响，影视行业的每一个环节都似在生死线上挣扎，电视台黄金档期这一稀缺资源的搏杀更是惨烈，现实中绝大部分电视剧未能走到播出时刻就永远地成为库存，然而最终得以与观众见面的“佼佼者”竟然是这样的成色，观众不满意，从业者更说不过去。

究竟是什么东西，吞噬了创作者的尊严、消耗了演员的艺术生命、浇灭了观众的热情，最终将作品钉在耻辱架上？

## 1 追求稳赚不赔偏离创作根本

《雷霆战将》是2017年的旧剧。当年的大环境是，视频平台资本2015年进入行业形成的风口开始消退，电视剧的投入资金、产量都进入调整期。在这样的背景下，一个项目的求生欲往往体现在：一、题材安全。二、年轻化表达以迎合所谓观众换代的趋势。该剧开机时还叫《亮剑之雷霆战将》，开机发布会上高调标榜的卖点即：“围绕青春、生命、爱情、希望等关键词展开……将更迎合年轻人的审美意识和观念，是一部源于经典，志在超越的青春版‘亮剑’。”意图很明显，左手抗日，右手流量，上悬《亮剑》招牌，稳赚不赔。然而，如意算盘错就错在，市场并不拒绝以年轻化的视角去解读经典，但创作最根本的是从内容出发、从人物出发；年轻化的班底、年轻的服化道并不等同于撬动年轻市场。

“《雷霆战将》差评发生

并不意外。近些年虽然国产剧有好作品，但绝大多数剧都是同一个套路，用流量演员去浮夸地演绎所谓的霸道总裁爱上我的爽剧，不论是职场剧还是励志剧还是仙侠剧。只不过如今这群人又盯上了革命抗日题材。”来自网友的评论足以反映观众的敏锐和洞察：他们不买账，不仅缘于脸谱化的人物、浮夸的服化道和表演，更是对所谓打着青春化旗号，将偶像化植入一切题材的反感。

其实，从2019年开始，市场就能明显感受到观众喜好的转向，例如偶像剧套路被更为极致地用于甜宠剧，这一细分剧种满足了部分观众的心理需求，发展不错，而在甜宠剧之外的题材，包括年轻观众在内的审美逐渐对爽剧审美疲劳，更加倾向于真实、厚重，近来的爆款剧《小欢喜》《隐秘的角落》《三十而已》莫不如此。

## 2 对赌压力下动作全面走形

张一山版《鹿鼎记》是一个相对“神秘”的项目：2019年开机和拍摄期间的公开信息几乎没有，事先毫无征兆地在11月15日宣布当晚开播。这种做派在营销先行、严格控评的剧集宣传套路中非常罕见。当然，这跟项目特殊性也有关，金庸剧翻拍本身就是出圈的话题。果然零宣传开播第二天，就引爆了热搜话题，只不过汹涌而来的并非“自来水”，而是淹死人的“口水”。

从项目“简历”分析，新《鹿鼎记》本不至于荒唐走板至此：出品方新丽传媒一直是业内有口碑保证的公司，《如懿传》《庆余年》等IP改编作品也都是获得市场认可的；编剧申捷过往有《鸡毛在天上飞》《白鹿原》等获奖作品傍身，没有“魔改前科”，以严谨正剧创作为主；张一山通过《余罪》已经证明了演技实力并且观众缘不差；导演马进跟他合作过《春风十里，不如你》……

《鹿鼎记》这样一个“基础很不错”的项目，最后却是

如此令人失望的呈现，不能不让人惋惜。从《鹿鼎记》制作本身，除了张一山只言片语的描述，“已经往卡通和搞笑上走了，可能表演方式会有些变化，有时会写意一点，不会那么落地，这都是创作手法，人和事肯定是尊重原著的”，其他主创均三缄其口，目前只能理解为一次失败的迎合低龄观众的喜剧化改编。

从立项到结果，《鹿鼎记》可谓一个典型的PPT制作法的教训。有业内人士分析，这是新丽在巨大对赌压力下，不得不重量轻质，导致项目失控。这的确是一个不能忽略的背景，阅文集团收购新丽传媒时新丽传媒承诺：2018-2020年净利润分别不低于5亿元、7亿元和9亿元。2018年、2019年新丽传媒均未完成对赌承诺。但这样一部所谓的新《鹿鼎记》：沾着改编金庸剧的光，消费着张一山《余罪》的红利，用节奏快到飞起、全靠观众自己脑补人设和情节的倍速改编等手段，自以为是地迎合年轻观众——它真的能缓解其所属公司的压力吗？

## 3 平台急火攻心 倒逼创作铤而走险

其实，播出剧的成色几何，电视台乃至视频平台都有预审预判。面对巨大库存积压，《雷霆战将》《鹿鼎记》这样的作品还能得见天日，也侧面反映了国剧播出环境的悲哀：一方面，中国电视剧创作的基本现实就是，即便能进入省级卫视乃至央视的片库，90%也是导演、剧本、制作都说得过去的合格之作，中规中矩地播出就算完成使命；一方面，播出平台面对市场格局和观众新的收看方式变化，急火攻心，长视频的命操着短视频的心，刻意追求出圈、爆品、流量，同量级同题材的作品，能够取得上述效应的元素会被优先选择。

比如抗战题材，《雷霆战将》的张云龙

和高伟光经过几年经营，比2017年时上升了很多，已是炙手可热的小生；《鹿鼎记》“金庸+搞笑+张一山”本身就自带话题叠加的基因，具备社交媒体话题变现的潜力。至于是否精品，是否超越前作，早已是奢求，现在平台和剧方哪怕收获骂声也是愿意的，注意力经济“爆品效应”日益凸显的当下，就算被骂了，至少也听个响，好过悄无声息。

如果说《雷霆战将》《鹿鼎记》在创作之初以投机之心偏离了正道，实际上，市场和平台无限追求“爆品效应”的心态，也在倒逼电视剧创作铤而走险。

据《北京青年报》

