

从美剧《老友记》析影视的场景设计

宋真

(四川美术学院设计艺术系,重庆市400053)

摘要:针对肥皂剧《老友记》被众多中国青年作为当代都市生活模本的现象,以影视美术造型理论为解码器,从场景感染力、造型语言、场景风格化与图式化四个方面,通过对其场景设计的精妙进行层层破译,从而深悟影视场景艺术的创作之道。

关键词:场景感染力;意象化;风格化;图式化

中图分类号:J9 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-9841(2007)04-0159-04

美剧,是当下中国人对美国电视剧集的简称。这个在中国现身不过四、五年的新生代语汇如今却如雷贯耳。美剧以奔放不羁而又活力四射的姿态,在无数中国知识青年的茶余饭后,与正殊死挣扎的国产剧、气焰正盛的韩日剧展开着生猛的PK,且毫不示弱、人气高涨。20世纪80年代,新中国历史上第一部美剧《大西洋底来的人》^①,在中国家庭的黑白荧屏上为国人开启了窥视大洋彼岸的一扇窗;紧随其后的《加里森敢死队》、《成长的烦恼》、《神探亨特》等至今仍在当代美剧迷的孩提记忆中挥之不去的骨灰级美剧,更历史性地成为了中国改革开放初期的文化切片,影响了整整一代人对美式价值的态度;不过美剧真正在中国内地被广泛接受,直至今日备受年轻人追捧,则应该是在世纪之交DVD与互联网技术普及之后。更确切地说,一个标志性事件是:新媒体技术使得一部经典美剧《老友记》以盗版DVD碟的形式首先涌入年轻而新潮的中国小资家庭,之后更以avi、rm等多种视频格式在Internet上广为流传。至此,美剧终于得以冲破国营电视台作为公共传媒的限制,毋须重复当年《加里森敢死队》数次停播复播的遭遇,转而展开在中国土地上的隐秘流行。而《老友记》这部获得“艾美奖”殊荣的典型美式情景喜剧,在打响美剧攻占中国收视率的第一枪后,更一度成为国内各大

外语学院推崇备至的听说辅助教材,堂而皇之地风靡于众多高等学府的莘莘学子中间。

同样是电视剧,为什么国产剧总是呈现出一副垂死的悲壮,总需要扭住武侠宫闱、才子佳人陈腐的春梦,依赖制造浮华的场面,虚弱地掩饰“财大气粗”背后的苦笑?如果说日韩剧的盛行占了同源文化的天时地利,那么处于文化认同度相对较低,甚至是对抗性文化背景的美剧,又是凭借什么法宝,让一出“西洋景”^②在中国这片与之完全异质的文化领土上落地开花?从技术层面上看,《老友记》这部长达238集、有悖国人观看习惯的冗长情景剧,是什么高明的把戏,使之成为当代美剧的典范,在中国新一代知识分子阶层博得如此火爆的人气?现在就让我们抓住《老友记》——这个美剧王国里风姿绰约的自由女神像作为突破口,以影视美术场景造型理论作为解码器,试着破译一下当代美剧的“西洋景”把戏之谜。

一、“第七人”的场景感染力

《老友记》以六个极具个性的纽约都市男女为主人公,因此该剧集又俗名《六人行》。这部美式室内情景剧采用一边拍一边播一边写剧本的方式,持续了长达10年的拍摄马拉松。十年间,演员们陪着观众一起从愣头青步入中年,共同走过美国社

^① 美国科幻剧,摄于1970年,于1980年由中央电视台译制播出,中国大陆公开播放的第一部美国电视剧。

^② 西洋景是一种民间街头娱乐装置,俗称拉洋片。因画片多是西洋画,故称之为西洋景。“西洋景”还用以比喻故弄玄虚以骗人的手法或事物。《现代汉语词典》收入“西洋景”一词,并注明“也说西洋镜”(见《现代汉语词典》1996年修订第三版第1342页)。本文出现之“西洋景”一词兼顾三个涵义:1. 美剧是外国的,故其场景为“西洋之景象”;2. 以“西洋景”的比喻义暗示美剧场景构建手法的高明巧妙;3. 本文用“西洋景”而非“西洋镜”,在于对应“场景”之义。

收稿日期:2007-03-20

作者简介:宋真(1982-),女,重庆市人,四川美术学院设计艺术系,硕士研究生,主要研究艺术设计基础理论与艺术设计批评。

会的千禧年变迁。其剧情俨然成为美国观众现实生活的一部分。当一个美国主妇烤糊了晚餐用的面包,她的耳畔马上会响起莫尼卡^①的惊声尖叫;当一个身着低胸礼服的美女在镜前左顾右盼,头脑中便会揣测乔伊^②是否会说“Are you doing”。编、拍、播同步的市场经济运作方式让被“计划”惯了的美国观众耳目一新。而当“六人”走进中国荧屏之后,美式室内情景剧因其超强的场景塑造能力而具有的现实渗透性,第一次深深触动了我们。许多看过《老友记》的人都有共感:六人的生活着实妙趣横生,他们在屏幕的方寸之间竟如此动态跃然,让观众禁不住想参与其中,成为“第七个人”。

一部没有明星大腕的小成本肥皂剧,一部需要目不暇接跟读字幕的外语剧,如此强烈的感染力从何而来?我们很容易将其归功于编导精彩的情节创作,演员出色的表演技巧,以及中国人内心怀有的对对抗性文化价值的窥探情绪。而作为情景剧,所有场景都通过在制景车间内布景和灯光来实现。精到的场景设计在情景剧的创作中更显示出核心效用。场景塑造成功与否直接关系到画面构成、信息传达与气氛营造,它是建构影视作品的主体表现通道——视觉传达通道的基础要素。毫无疑问,《老友记》中一个个气氛活跃、个性鲜明、交互感突出的“西洋景”,正是营生其不同凡响感染力之关键所在。

《老友记》中最富代表性的当属招牌场景——“中央公园”咖啡馆(Central Park Cafe)^③。首先,以一个咖啡馆场所来作为此核心场景的身份背景,就是一个精心考量过的,具有社会学深度的场景创意。咖啡馆的社会属性是一个人群聚集的公共交流场所。在这个场所中,公共话语与私人话语产生支配、转化的关系。而公共空间与私人空间则在这里构成了一种寓于日常生活中的相互侵略性。所以咖啡馆本身就是一个各种关系混成、交聚的特殊语境,暗藏着深刻的社会学语义。在这一点上,西方咖啡馆文化的醇厚就如同中国茶馆文化的悠长。剧中,“中央公园”咖啡馆扮演着六人在纽约这个国际都会中闯荡的“根据地”;剧外,它则对应着美国人现实生活中的咖啡馆情结。而对于当代中国人,咖啡馆还打着改革开放的特殊印记,它成为了备受年青一代推崇、向往的社交新地标,内驻着更深刻的时代语义。所以,观众对咖啡馆空间通常都能持有较平和的态度与较强的参与性。“中央公园”一景由此成为最易刺激起观众“第七人”冲动的场景,而被作为该剧的特色地标来塑造,巧妙充当了全剧集情节起承转合的节点。

二、“VIP 沙发”的语言意象化

鲍德里亚(Baudrillard, J.)在分析后工业社会时指出:人们用虚拟、仿真的方式不断扩张地构建世界,消解现实世界与表象世界的区别^[1]。影视艺术正是构建“虚拟情景”的主要途径之一。作为文化的人,我们永远生活在“意义的海洋”里,被文化的符号所环绕。索绪尔(Saussure, F.)提出语言的能指与所指双重结构^[2]。这对概念放置到影视美术的理论场域中,则指向造型语言的具象与意象特性。一切设计创作的形象都具有意象性,即形象要能够传达一些相对特定的意义指向。意象化的形象包括具象、意象、抽象三种语言类别。其中具象语言,即与客观世界中存在形象相对应,已被人们有所共识的形象,是大众情景剧场景营建中应用最广的语言^[3]。具象语言的特性是贴近现实生活种种细节,让观众产生真实的场所感应从而产生共鸣。但是具象场景的采选与建构,并不是简单地回到生活中去,不是“对号入座”,不是(至少不仅仅是)再现生活的面貌,更重要的是运用具象手法来揭示剧作内涵的典型性环境,同时借助文化符码的巧妙应用深化意指空间。

《老友记》的场景构建手法也基于此原理,在大量使用具象语言时,对具象性语言的意象化格外用心。“中央公园”咖啡馆作为全剧集的中心场景,被竭力营造成一个典型化场所。六位主人公的大部分时间都消磨在咖啡馆的“VIP 沙发”上,申述各自的麻烦,发表新近人生心得。这一套位于咖啡馆中心的橙色沙发,正是该场景的主体形象。从场景造型语言上,其道具的启用都是具象的实物,沙发还是沙发,但其存在方式却和人头脑中固有的对咖啡馆的共识出现偏差。现实中没有老板会在寸土寸金的卖场里,让一套奢华的沙发占去三分之一的地皮。当然更没有谁会永远好运,总能霸占着钻石VIP 座位。所以沙发区域的形象和情节并不具有现实合理性。然而“不合理”即该场景形象语言的匠心所在,奥妙在于沙发的意象性内涵。“沙发”作为一种文化符码,所传达心理表象的基本信息是柔软、舒适、放松、休闲。当单独一套沙发出现在一个娱乐营利性场所的显赫位置时,其对应心理语义旋即得到扩展,它代表着尊贵、好运、与众不同,以及高消费。当几个朋友下班后总是习惯性地聚集于此,惬意地坐在这样一个温软的沙发上,手端拿铁咖啡,旁若无人地谈天说地。此时,沙发的语义便

① 莫尼卡,女主角之一,完美主义者,超级洁癖,疑患神经性苛刻症,不容半点缺陷。

② 乔伊,男主角之一,性至上主义者,以追逐美女为最大癖好,每次接近猎物的第一步必是口头禅“Are you doing?”(你好啊!)

③ “中央公园”咖啡馆(Central Park Cafe)位于主角公寓临街层,小得出奇,是主角们的“根据地”。此场景每集必现,是情景剧模式中经常采用的剧情转接场景,也是《老友记》的标志场景。

具有了更多深层的心理暗示：情调、慵懒、品位、密友、感悟、人生哲学等等。正是这套“非真实性”VIP沙发的合理性存在，赋予了“中央公园”场景以向心性。它成功地对味了隐藏于当代都市男女内心的多种官能性需要，白领情结、倾诉情结、主观释放情结、哥们情结、小资情结、审视现实情结等等。

形象大于语言。将具象语言意象化是一个细密的符码推敲过程，只利用语言共识性的表象语义，是很肤浅平庸的作法，而对语义的无序延伸及过分阐释又难免陷入笨拙的赘述，甚至反而造成语义误读。其中道理就如心理学家用同一个图形展示给不同的人看会得到不同的结果。场景设计师在使用形象和图形时更是要充分把握它们可能产生的多种感受，特别要在形象之间复杂的关联效应中来把握视觉中的符码“语义”，用词句的推理机械地强加于孤立的形象，恰恰代替不了生动的形象语言。

三、“美”味十足的风格化

形象、形式、形态是场景造型状貌的三个层次。形象的要领是既要准确又要有恰当的“语感”^[4]。譬如在选择现实景物时，首先要选择在地域和时代上具有特征的形象，同时又要将时空氛围的营造放到整体氛围之中，即形式风格的确立。无论是具象、意象还是抽象的形象，都应进行一定风格化处理，然后构成更显性的形式感和形式风格。这种形式的组构也是一种语言、意味、抑或特色，是影视作品内蕴的传达途径。《老友记》中，形象的语感、以及形象与形象组合后产生的形式风格，最终指向一种鲜明的美国风情、美式趣味。剧集题材取于纽约青年的生活现实，时刻反映着美国式价值取向与生活方式，并需要在场景中来表达出来。《老友记》的场景美术设计师动用了大量的手法来加强这种“美化”，即美式的风格化，力求做到“美”味十足。

“中央公园”咖啡馆就是一个被有意“美化”的典型性场景。对中国观众而言，“中央公园”这个词本身就是一个绝对的美式标语。而对于美国本土观众而言，它又是一个绝对的纽约标语。纽约“中央公园”(Central Park)是全世界最著名的城市公园之一，每年吸引多达2500万游客。它声名远播，不仅在于它是全美最大的公园，还在于它在规划学界的地位，景观设计学就诞生于其建设过程之中。纽约人引以为傲，就如同纽约港的自由女神像和已不幸毁灭的世贸中心。因此“中央公园”字眼的招牌效应不言而喻。而“公园”本身又含有人群集散、休闲度假的语义，与咖啡厅的功能意义正好对接。借用“中央公园”之名无疑是场景设计师强化地域特色，突出纽约气氛与美国趣味的第一条锦囊妙计。

同时，美国情调的流露也被整合进“中央公园”的空间布局中。最突出的范例是吉他弹唱区的设置。无论是为菲比^①这个人物形象赋予蹩脚的乡村风格弹唱才艺，还是为其表演情节设置弹唱舞台，都旨在达到同一个效应——强化美国趣味。乡村音乐是美国本土音乐的代表之一，具有很强的民谣色彩，一定意义上可以被认为是美国的民族文化。由于移民国家的成长背景，多元混合、多血统杂交的方式成为年轻的美利坚文化的形成途径，这使得美国人十分珍视每一份人文积累，非常具有弘扬意识。因此当观众数次看到菲比在“中央公园”忘情弹唱自创的乡村音乐时，虽然保持着一贯的怪诞、恶搞色彩，却分明能从荧屏平面化的传播流中，感受到洋溢在一个典型纽约社区茶室里鲜活跃然的美国风情。场景的地域性风格化不仅博得了广大本土观众的文化认同度，更对感染其他文化语境下的外国观众成效显著。

《老友记》是一部拍播同步的大型剧集，十年间这种美式趣味也在不断地发生变化。正是风格化场景的造型思路，使这种变化转身成为了一剂扩展剧集社会影响力的催化剂。造型语言的时空性风格化为其在美国NBC电视台黄金档，演绎收视率十年不衰的神话立下汗马功劳。美女瑞秋^②的发型就是一个经典例证。94年开播时，瑞秋一头金黄色的大波浪碎发，迅速风靡全美，成为当年最时尚的发型招摇于纽约街头。5年后已成为纽约时尚代言人的瑞秋再次引领风潮，率先尝试了新问世的负离子烫技术。

对于时间跨度相当长的播拍同步情景剧来说，加强场景造型的风格化具有更为重要的意义。播拍同步的价值正是在于构筑剧情与观众现实生活的共时性，以生成影视作品更强烈的感染力和现实渗透性。而这种共时的由来，就源于场景营建中那些富有特定时空感的形象与形式风格的运用，源于将所要表现的特定区域、时空的差异性“语言”、“语感”，在场景中进行精到而巧妙的强化。

四、情景入“画”的图式化

景别意识是场景设计师的不可或缺的素质。全、中、近景是电视中常用的景别，景物、人物的处理大多放在此三个区段上。镜头的推拉摇移和景别流动总是首先跟随演员的活动而转移，因而人与景在流动变化中的组合关系以及画面构图的角度就显得尤为重要。一切电视景观都是为镜头设立的，从镜头中来看，一方面场景造型既要做到在全景中不空洞、又要在中近景中不繁缛^[4]。此原理类

① 菲比，女主角之一，性情怪诞，偶尔兼职吉他弹唱歌手，热爱原创黑色幽默歌曲。

② 瑞秋，女主角之一，逃婚后在“中央公园”当侍应；漂亮，最大癖好疯狂购物，人生目标是嫁个情趣相投的“金龟婿”。

似绘画中有关虚实、疏密的理论。景别意识即一种画面意识,是场景设计中的一大要义。另一方面从不同角度和不同景别的许多画面中看,要从变化之中保持场景风格的统一和氛围营造的饱满度,这是场景美术设计的另一个关键。

“中央公园”场景在达成此两大要义时,表现出了专家的控制力。咖啡馆的场所背景不可避免会出现众多的陪衬人物形象。这些“闲杂人等”作为背景出现,是场景塑造必要的氛围渲染道具。由于情景剧场景的微型特点,远近景在距离上常常出现纵差不足,这对镜头空间制造十分不利。远近景含糊会直接导致主次混乱,以致连等效空间也无法构造。惯用的手法是在后期处理时将远景高度模糊,以凸现近景。在国产、港台影视剧中经常出现男一号与女一号的脸轮流模糊不清的镜头切换。诚然,以一定模糊处理拉开主次是可行的。但以高度模糊强制性地控制观众视线的手法,不仅干扰了观众情绪的连续性,也破坏了画面本身的完整性,生硬又被动。影视精品的一个重要特征就是画面经得起推敲,“中央公园”场景中并未出现如此笨拙的处理。即使在甚为局促的空间,即使主配角都清晰可见,观众视线仍能聚焦于导演预设的位置。但当我们有意回避镜头的暗示,刻意去关注那些穿梭主角身后的服务生、自顾聊天的情侣,以及正起身离去的办公室白领,我们也能捕捉到许多有意思的表演细节。这样的场景塑造精致而耐人寻味。而这种主景以外的表演呈现,还能有效满足观众内心隐晦的窥视情结和细节趣味,让人感动。

分析此番效果的获得,第一个通道是色彩。一是VIP沙发明丽的橙色。其后的吧台、桌椅均以青灰、咖啡色等深暗色系为基调,使沙发区域在视觉刺激上向前推进。再借助于沙发超常庞大的体量,专供主角活动的沙发区域就能始终处于视觉中心上。二是人物的衣着色彩。主角们的衣着并不一定艳丽,甚至都是素色,但在色彩对比上至少有一人与环境保持高调对比。同理,配角服装色彩也并不一片黯然,只是大多数人与环境保持较弱对比。第二个通道则是光效。巧妙得当的光效运用具有很强的造型和渲染功能。国产影视剧也大量

通过光效来协调、营造画面。不过我们时常会看到类似情形:主角的脸在过分强势的光线下油光满面,而主角以外的人则黯淡无光,丢失了表演细节。“中央公园”场景中,有效的布光使得观众除了能捕捉到主角表演中每一个细腻的处理,同样也能感受到配角们作为形象要素而存在于场景中的真实感。即使他们只是发挥背景的功能,却也活灵活现。光线艺术的魅力就在于“恰如其分”,因为在塑造场景的虚实时,光更多是以增加或损失表演细节为代价来完成虚实强化的。实而不繁,虚而不空是运用光效来图式化场景造型的目标。“中央公园”场景的画面通过光与色的有效控制,结构上趋向图式化的营造,虚实相生、完整细腻,使这个洋溢着醇厚咖啡香气的场景画味十足,犹如一幅动态的写实油画画卷,浓丽而丰满。

五、结 语

“中央公园”咖啡馆一景是《老友记》的众多“西洋景”中,甚为精彩的一出。对该场景感染力、造型语言、风格化手法、图式化营造四个方面的一番解析之后,尚能体会到一些影视美术场景设计的要领:影视艺术的创作之道在于对现实生活的留心洞察,对造型语言关联性语义的敏感捕捉,对文化符号的运用以及对图像制造的精准把握。“他山之石,可以攻玉。”当年青一代们正为美剧热火朝天之时,也殷切希望正一头雾水的国产影视剧能尽早摆脱粗制滥造的困境,学人家玩玩“西洋景”把戏也是不无裨益的。

参考文献:

- [1] 迈克·费瑟斯通(Featherstone, M.). 消费文化与后现代主义[M]. 刘精明译. 南京:译林出版社,2005:4.
- [2] 罗兰·巴特(Barthes, R.). 符号学原理[M]. 李幼燕译. 北京:三联书店,1988:132-144.
- [3] 叶建新. 电视美术概论[M]. 北京:中国广播电视出版社,2002:75-77,79.
- [4] 叶建新. 电视美术制景工艺[M]. 北京:中国广播电视出版社,2003:46-48.

责任编辑 张颖超

Friends: An Analytical Insight into the Scene Design in Art of Cinematography

SONG Zhen

(Department of Art and Design, Sichuan Fine Arts Institute, Chongqing 400053, China)

Abstract: The thesis, from the perspective of the theory of visual shape in the art of cinematography, analyses the exquisiteness of the scene design in the American play of Friends in terms of the appeal of scenes, visual shape, stylization and graphicalization of scenes in order for us to obtain a deeper insight into the approaches to the art of scene setting in cinematography.

Key words: appeal of scenes; visual shape; stylization; graphicalization of scenes