

“不知道人家怎样传说,我只是一个女孩儿;不知道历史怎样评说,我只是一个女人。”这是尤小刚版《杨贵妃秘史》的片尾曲,27日,该剧在湖南卫视黄金时间播出。虽然导演尤小刚在着力打造宫廷平民剧风格,但这部古装历史剧中的后现代风格还是受到诸多质疑。昨天,记者前往《杨贵妃秘史》的北京拍摄基地,尤小刚对观众的质疑作出回应。

晚报记者 王冉 北京报道

# 《杨贵妃秘史》 “婆婆妈妈”说历史

## 野史为蓝本,故事更好看 服饰超豪华,台词很雷人

### 让故事更具可看性,以野史为蓝本

《杨贵妃秘史》播出两天来,“村姑版”杨贵妃可谓一石激起千层浪。“杨贵妃原来是个苦孩子啊!”“她的生父真的是个宫廷乐师?”围绕着杨贵妃的身世之谜,不少观众看得一头雾水。

对于这些疑问,尤小刚表示,为了让故事更具可看性,《杨贵妃秘史》以民间流传的野史为蓝本,本着“正史不虚,小事不拘”的原则,弱化史实而加重了感情戏,突出“人不死情不灭”的主题。

作为国内“秘史”剧的首创者,导演尤小刚是如何给“秘史”定位的呢?尤导告诉记者:“秘史不能脱离历史解密。秘史剧与其他古装戏最大的不同,在于秘史剧是在基本准确的史实前提下再现当时人物的思想情感与思维逻辑,但又比正剧更生动有趣,更有想像的空间。”

### 力挺女主角,要的就是“邻家女孩”

和藹可亲有余,雍容华贵不足,这是有些观众对股桃版杨贵妃的评价。在确定女主角时,从胖瘦到气质再到嘴上的痣,股桃版杨贵妃很像“邻家女孩”的声音就不绝于耳。

以往的影视剧中已经有太多女演员演过杨贵妃了,现在谁来演都逃不开质疑和挑剔。对于股桃,尤小刚说“邻家女孩”正是他想要的效果,《杨贵妃秘史》其实就是要讲一个灰姑娘的故事,而“股桃很好地抓住了杨玉环谜一般的身世、水一样的女孩、云一般的命运”。“编剧张建伟将历史上跟杨玉环和李隆基有关的事都编进去了,但是在‘刀光血影’中,而是在‘婆婆妈妈’中说历史。要的就是家常、平民的感觉,不想给人一种高不可攀的感觉。”

### 服饰超豪华,贵妃衣服都是手绣的

唐朝的服饰在中国历史上很有特点,这些华美的服饰也是《杨贵妃秘史》的看点。

尤小刚自信地说:“《杨贵妃秘史》不仅是一出宫廷爱情史,更是一出挖掘唐代音乐史、舞蹈史的剧集。”整个剧投资6000万元,仅服装就花费了400多万元,其中皇袍、贵妃的衣服均是手绣的,每件七八万元,皇帝有件铠甲费用高达11万元。此外,还有两件价值几十万的兵器,一把是刀,一把是御剑,制作时恢复了唐朝的制作工艺。



### 台词很新潮,就为照顾80后、90后

《杨贵妃秘史》开播不久,雷人台词是最受质疑的地方,很多观众都不理解古装历史剧怎么能出现“蹭饭吃”、“遛弯儿”、“冤大头”,还影射了目前“买房难”、“攀高枝”等热点社会问题。这到底是在“秘史”还是“戏说”?

对于这个问题,尤小刚称:“剧中的台词分两部分,一部分是朝廷用语,那肯定不能改,要符合历史;另一部分是生活用语,比较灵活。毕竟,我们需要照顾80后和90后的年轻观众,我不希望看电视剧的观众全是四五十岁的人。”

### <<<网友热议

#### 李隆基过于花痴

尤小刚的秘史系列向来秉承“正史不虚,小事不拘”的原则,这次更是把李隆基做了大的改动,抛弃了他政治上的功绩,主要描写他的感情生活。李隆基为了爱情痛哭流涕,在杨玉环还是儿媳之时就想尽办法取得她的欢心,一代明君凄惨地变成了一颗泡妞的花心大萝卜。

#### 杨贵妃似大长今

在片中,常可以看到杨玉环那纯情、无辜的眼神,在深宫中拨动琴弦,哀婉着世事无常,而不是那个历史上心机颇重的杨玉环,不仅通晓音律、歌舞俱佳,还时常透露出一副文艺腔。一部秘史剧不分历史的青红皂白,将杨玉环描写成文艺范儿的大长今,为什么不将片名中的“秘史”两字换成“戏说”呢?

### <<<台词雷人

#### “要查就全国普查”

作为古装大剧,《杨贵妃秘史》并没有定位成题材厚重的历史剧,其中不少台词不仅具有现代风采,更有些台词影射现实、借古讽今。

●谢阿蛮宽慰为情所困的杨玉环说道:“权势硬邦邦,是硬通货,老是升值;情意软趴趴,好像流水,以为抓住它啦,假的,它又流走了。”

点评:唐代人的口中吐出了“通货”、“升值”,似乎很懂经济学。

●全国发生“恶钱”事件,皇帝决定彻查,宰相李林甫跟着说:“要查就全国普查,不能只查安禄山一个。”

点评:原来全国普查,古已有之。

●老板见李白喝的太多不愿为其添酒,李白将银子拍在桌子上说:“我李白买不起房子,我还喝不起酒啊!”

点评:长安不愧为当时世界上最大的城市,房价高不足为奇。诗仙云游四海,没钱买房产所应当。

周生生与比利时钻石博物馆携手为2010上海世博推出-

# The Love Diamond

## 安特卫普钻石博物馆系列

2010年上海世博会的比利时馆因为钻石将变得更为闪耀夺目,来自安特卫普钻石博物馆的典藏珠宝,以及拥有悠久历史的比利时钻石将一一呈现于上海世博会比利时馆。

周生生为庆祝2010年上海世博会,与比利时安特卫普钻石博物馆合作,并得比利时安特卫普省政府支援,推出The Love Diamond 安特卫普钻石博物馆系列,庆祝比利时钻石在上海世博这个世界舞台大放异彩。

作为世界钻石之都及全球钻石交易中心,比利时的安特卫普自14世纪以来就是优质钻石和卓越工艺的代名词。周生生以安特卫普钻石博物馆的珍藏古董珠宝为灵感,博物馆内丰富的典藏,每一个花纹、装饰、细节都将成为周生生负责设计的全新The Love Diamond系列的灵感来源。每颗The Love Diamond不仅拥有“完美比例”、“完美对称”及“完美磨光”,呈现出完整对称的八心八箭,更展现比利时一丝不苟追求完美的文化和涵养。



“比利时联盟很高兴目睹安特卫普的钻石在中国大受欢迎。2010年上海世博会是一个非常重要的平台,向世界展示安特卫普钻石的价值及美态。”

- 上海世博会比利时政府总代表 Leo Delcroix



“安特卫普550年的钻石文化历史,这个比利时城市成为世界上最独特的钻石中心,为全新的The Love Diamond安特卫普钻石博物馆系列带来别具风格的灵感。”

- 安特卫普钻石博物馆馆长 Liene



“我很高兴能与周生生合作推出The Love Diamond安特卫普钻石博物馆系列。新系列的灵感来自安特卫普钻石博物馆的珍藏系列,为我们传承安特卫普钻石历史及价值。”

- 比利时安特卫普省长 Cathy Berx

周生生在大中华地区开设超过二百间分店,全新的The Love Diamond 安特卫普钻石博物馆系列将于四月下旬在周生生分店开始发售。

于世博会期间,每周将有幸运参观者可获得纯正的安特卫普钻石,而周生生为是次活动的赞助商之一。

### 迎接精彩2010上海世博会

隆重推出The Love Diamond Antwerp Diamond Heritage Collection 灵感源自安特卫普钻石博物馆的珍贵典藏,传承五百年的钻石历史,历练出精湛非凡的工艺,配合超完美工艺的The Love Diamond,完美融合,经典再现。



Belgian EU Pavilion  
2010年上海世博会比利时欧盟馆官方钻石合作伙伴



周生生 (how Sang Sang)