

不唯流量求质量,不唯“颜值”求价值

## “清流节目”翻红 综艺新风景频现

8月29日,国家广播电视总局公布了第二季度创新创优节目名单,中央电视台的《等着我》(第五季)、山东广播电视台的《现在的我们》、江西广播电视台的《跨越时空的回信》等12个节目受到表彰。

广电总局的上述节目评优活动每个季度都要举办一次,细心的观众会发现,本次受表彰的节目,不再像以前那样让人感到陌生,大都口碑与收视兼具,一些甚至引发了广泛的讨论。

一滴水能折射出太阳的光辉。大量“清流节目”的翻红,反映出电视综艺节目生态正在持续向好,“内容好节目才好”的观念正在深入人心。

## 泛娱乐化退潮

改革开放之后的近三十年中,看电视是中国人最重要的休闲娱乐方式,没有之一。时至今日,电视机仍占据着中国家庭客厅最显眼的位置。

对娱乐的追求,让中国的电视节目和电视人一路狂奔。拼明星、秀下限、编噱头、炒绯闻,为了吸引眼球和所谓的娱乐性,在很长一段时间里,电视节目及其背后的电视台无所不用其极,最终深陷“泛娱乐化”的泥潭难以自拔。先是选秀节目,接着是相亲节目,后来是各种明星真人秀,一波接着一波的所谓“节目创新”把综艺的娱乐化推向了高潮。

去年6月,中央宣传部、文化和旅游部、国家税务总局、国家广播电视总局、国家电影局等五部门联合发出通知,提出对影视明星参与综艺娱乐节目、亲子类节目、真人秀节目等加强监管。去年年底,国家广播电视总局对泛娱乐化问题比较严重的电视台点名批评,同时出台规定,要求抵制泛娱乐化、控制嘉宾片酬,“全部嘉宾总片酬不得超过节目总成本的40%,主要嘉宾片酬不得超过嘉宾总片酬的70%”。同时,社会和观众对综艺节目过度娱乐化不满的声音,一浪高过一浪。

在政策调控和观众的抵制下,综艺节目泛娱乐化的势头有所减弱。一个标志性的例子是,过去高擎“娱乐”大旗的湖南卫视,逐渐调整方向,开始走精细化和专业化道路,先后推出《时光的旋律》《声入人心》《神奇的汉字》等“娱乐性并不是那么强”的节目,而这三档节目都被广电总局评为季度广播电视创新创优节目。

另外,据记者观察,2019年度的综艺节目,虽然真人秀仍占很大比例,但明星真人秀节目的比例已大大降低。即便是明星参与的真人秀节目,明星在节目中起到的也主要是“线索”的作用,而不再吸引全部注意力。同时,综艺节目的题材更加多元,比如东方卫视的《忘不了餐厅》聚焦认知障碍;浙江卫视的《预见2050》是一档科技人物专题节目;湖南卫视的《神奇的汉字》是全民汉字挑战节目;湖北卫视的《奇妙的汉字》



则是国内首档解字溯源节目。这些综艺节目,虽然都有娱乐性,但娱乐的成分已大大降低,关注的多是娱乐之外的相关主题。

## 综艺新风景频现

两三年前,文化类节目兴起,成为综艺中的一股“清流”。然而,除了《中国汉字听写大会》《中国成语大会》《见字如面》等少数节目获得了口碑与市场的双赢外,大多数文化类节目其实在“赔本赚吆喝”,收视并不理想。“真正的好节目,不能曲高和寡,否则很难长期持续下去。”中国社科院新闻与传播研究所研究员时统宇指出,“清流节目”在擦亮中国电视底色的同时,当务之急和重中之重是重新聚拢青年一代的目光。

让人欣喜的是,今年以来,一些“清流节目”开始翻红,甚至有开创新的节目潮流的趋势。

山东卫视的《现在的我们》,平均年龄只有二十几岁的制作团队,把镜头对准他们的同龄人,用青年人的语言,记录了一个个新时代青年人的榜样,分享了他们的人生感悟,讲述了他们拼搏奋斗的故事,最后得出“青春是用来奋斗的”这一道理。“节目没有采用什么外国的节目模式,不那么‘高大上’,但却让青年人说出了心里话,所以节目很有青年味儿,一下子引起了青年人的共鸣。”山东卫视副总监、《现在的我们》节目总制片人胡韶红介绍说,播出过程中,该节目微博主话题阅读量高达5亿并登陆微博热搜榜,武警排爆手王铭“与粉身碎骨只有一毫米”的短视频秒拍

播放量超1000万,抖音播放量近2000万。

而江西卫视的《跨越时空的回信》则通过邀请烈士后人给先人写信的方式,与英雄隔空对话,讲述了先烈不为人知的故事,实现了生者与死者之间情感的双向表达,架起了历史与现实之桥,完成了红色基因的传承。在宣传经费几乎为零的情况下,这样一档又红又正的节目,竟取得了非常好的传播效果。播出过程中,不少观众开启“追剧模式”,在新媒体平台上,该节目更是引发广泛的话题讨论,触动了很年轻观众的泪腺。正是因为看到了节目的生命力,江西卫视在第一季节目结束后一个月,马上又推出了第二季。

没用网红,自己却成了网红;不追求流量,却意外获得了流量。在北京大学新闻与传播学院副院长、电视研究中心主任俞虹看来,《跨越时空的回信》等“小成本、大情怀、正能量”节目的成功,是综艺节目领域一道亮丽的新风景,个中经验值得总结。

## 转型提质任重道远

与《现在的我们》《跨越时空的回信》等今年走红的“清流节目”相比,过去的“清流节目”为何总是曲高和寡,难以突出重围?

对此,中国广播电影电视社会组织联合会副会长、中国电视艺术家协会主席胡占凡讲述了自己的亲身经历。当年,他在电视台工作时,率先推出《最美乡村教师》节目,结果《最美邮递员》《最美乡村医生》等各种“最美”纷纷涌现,其他行业也纷纷要

求合作,以推出自己行业的“最美”。胡占凡说,“最美”多了,自然就同质化了,节目也就不美了。

另外,胡占凡提到一个现象,现在几乎所有综艺节目,都宣称自己是传播正能量的,可内容却往往“挂羊头、卖狗肉”,结果不仅忽悠了观众,也玷污了“正能量”这三个字。因此,一档节目不会因为宣称自己是传播正能量的节目,就能成为好节目,还要看节目的呈现和表达,或者说“真正的好节目,不仅导向对、立意好,还要好看”。

“守正创新”是广电系统人尽皆知的方法论。可究竟如何守正?又如何创新?

时统宇认为,这需要节目制作方长期的沉淀和积累。比如,山东卫视从一开始就拒绝“用娱乐吸引观众”的立场,经过了《国学小名士》《美丽中国》《此时此刻》等大量节目的创作,已打造出一条现实主义节目链,形成了用现实主义精神和浪漫主义情怀观照生活的创作习惯,所以《现在的我们》的推出和成功是水到渠成的事情。

要把好节目做好,胡韶红更看重传统媒体人的坚守,“电视节目应该拒绝肤浅的娱乐,摒弃乏味的狂欢,用创新的电视语言讲好普通中国人为美好生活、为中华民族伟大复兴默默耕耘、努力奋斗的故事”。

不管是《跨越时空的回信》,还是《现在的我们》,讲述的都是不为人知的普通人的故事。人民日报文艺部主任袁新文认为,从普通人的视角切入、讲述普通人的故事,应该成为综艺节目未来创新的发力点,即便是树典型,也要从普通人中选择,运用普通人的视角去讲述,“就像《现在的我们》中树立的那36个典型一样,呈现的都是普通人生活中的酸甜苦辣,讲述的都是普通人的故事”。

来源:《光明日报》



本版照片均来自网络