

荧屏新风向

“综艺+扶贫”彰显责任担当

2020年是脱贫攻坚决胜之年,在这样的历史节点,除了诸多以脱贫攻坚为题材的影视剧作品,综艺市场也兴起了“综艺+扶贫”荧屏新风向。

除了传统扶贫纪录片以外,老牌综艺代节目以“娱乐为壳、扶贫为核”设置扶贫专场,在发挥综艺内容责任担当的同时,也通过公益属性为节目注入了新的生命力。此外,一些扶贫综艺还将主播请到当地进行直播助农,以最直接的方式助力精准扶贫,也实现了传统电视平台与新媒体平台的强强联手。

以小切入点展现大时代形式,不仅让节目内容更丰富,也彰显着媒体平台的社会价值。复盘2020年扶贫综艺市场格局,哪些节目找准综艺与公益的平衡点,实现了“有意思更有意义”的价值?在综艺+扶贫的创作之路上,又有哪些难点和困境?

类型不同 目标不变
以综艺外壳助力扶贫内核

从“扶贫综艺”的模式类型来看,可分为以下几种模式:深入脱贫攻坚第一线,以扶贫故事为主题的公益纪录片;主打“扶贫主题”以综艺形态呈现的扶贫类节目;将老牌综艺代在延续自身特性的同时嵌入线上或线下“扶贫”环节。

1. 脱贫攻坚纪录片 | 全景讲述扶贫故事

在讲好扶贫故事、展现扶贫成果方面,纪录片如同时代发展的一面镜子,用镜头记录着扶贫路上最真实的面貌。

广电总局宣传司采用台账式管理,推动了包括《大搬迁》《决战美丽乡村》《最是一年春好处》在内的26部“决胜全面小康 决战脱贫攻坚”重点纪录片创作播出。

今年九月举行的第八届优秀国产纪录片及创作人才推优活动中,国家广播电视总局特别推荐了聚焦脱贫攻坚的优秀纪录片《落地生根》。这部纪录片聚焦云南省怒江傈僳族自治州,上集记录怒族村庄的初始状态以及着力解决“两不愁三保障”的问题;下集呈现脱贫攻坚各项工作开展以来带给村庄的巨大变化以及村民思想、生活方式的转变。通过一个点、一户人家、一个村的小切面,反应中国脱贫攻坚的成就。

作为电视媒体“老大哥”,央视也在脱贫攻坚决胜之年推出了诸多精品脱贫攻坚纪录片作品。央视综合频道推出的《决战脱贫在今朝》,真实记录了全国20个省份40多个贫困村的干部群众正在进行的脱贫攻坚路上艰苦卓绝的奋斗故事;《遍地英雄下夕烟——致敬脱贫攻坚的人们》聚焦基层扶贫干部的典型事迹,全景式铺展脱贫攻坚壮丽图景;《承诺》穿越四省深入五大贫困地区跟拍两年,展现扶贫路上的鲜活人物和感人事迹;《温暖有光放映队》邀请林永健等电影人组成电影放映队,在全国10个地区采访拍摄,寻访发现小康生活“温暖有光”的真人真事;《2020 我们的脱贫故事》讲述十个关于消除贫困的故事,以细节入微甚至鸡毛蒜皮的小事,呈现村庄脱贫的大事。

以纪录片形式讲述脱贫攻坚故事,往往要耗费短则一两年、长则三五年时间,但也正是这样真实还原的记录,才将新时代中国农村脱贫致富、乡村振兴的崭新风貌最全景式地呈现在大众面前,让人感受到脱贫攻坚路上,万众一心



《我们在行动》剧照

的决心和力量。

2. 公益扶贫综艺 | 多种形态助力脱贫扶农

相比纪录片对脱贫攻坚故事的真实还原,公益扶贫属性的综艺节目则以更加新鲜的形态呈现,在展现脱贫攻坚之难和脱贫攻坚之丰硕成果的同时,更注重节目的功能属性。

东方卫视公益扶贫综艺《我们在行动5》算是做得较早的一档扶贫综艺,节目以公益直播助农形式来践行扶贫政策,邀请演艺界明星、企业圈名人前往“大山深处”开直播、卖农货,用“产业扶贫”模式开拓公益节目新表达,以明星名人影响力带动助农行动力,并借由互联网与头部主播的流量平台,更精准有效地带动农产品销量,推动贫困地区脱贫。

《青春在大地上》通过邀请青年演员入村采风、舞台演绎,重现一幕幕真实的脱贫攻坚动人场景,在讲述年轻扶贫工作者攻坚故事中传输扶贫理念,具有很强的教育和引领作用。

《功夫学徒之走读中国》带来来自世界各国的精英学徒们,走进中国的美丽新农村,“读取”扶贫“密码”,这无疑也是用一种新的形态,向世界展示中国决战脱贫攻坚,共创美好生活的活力景象。

基于大时代环境诞生的扶贫类综艺除了将内容聚焦脱贫攻坚,更注重功能属性,例如以电商直播带货助农之类的商业模式,也让扶农脱贫提速增效。

3. 综艺代扶贫篇 | 为公益赋能 为IP“造血”

悉数各大平台综艺代老牌节目,《极限挑战》《奔跑吧》《向往的生活》都在脱贫攻坚决胜之年推出扶贫专题策划,知名综艺IP为公益扶贫赋能的同时,扶贫内容实际上也是在为已然进入模式化的综艺代节目反向“造血”输送全新的生命力。

《奔跑吧》凭借着公益衍生篇《奔跑吧·黄河》率先打开了“综艺代”扶贫助农的篇章,节目中跑男团在青海、陕西、宁夏等地通过创新游戏设置、直播带货扶贫等新形式,展现黄河流域作为生态屏障、经济发展、脱贫攻坚关键区域的

重要地位,描绘黄河生态经济带城市“文化之美”。同样是头部综艺代代表的《极限挑战》,不仅将录制地点设置到了扶贫特困区三区三州,还将今年大火的直播带货形式搬到节目游戏环节设置中,依靠强势IP助力脱贫攻坚。

此外,今年大火的综艺真人秀《乘风破浪的姐姐》也组织“姐姐”们到贫困乡下扶贫助农,帮忙宣传当地农产品,借着节目热度为扶贫事业做出贡献;《向往的生活》《天天向上》《快乐大本营》等老牌综艺更是时常在常态节目中穿插扶贫栏目,同样受到观众好评。

综艺代节目近几年频频被唱衰,扶贫公益内容的注入,不仅为节目拓宽了创作空间,同时也在放大节目的价值空间,丰富节目内容的同时贡献社会价值,真正做到“有意思更有意义”。

找准公益娱乐平衡点
将扶贫助农落到实处

脱贫攻坚决胜之年,综艺+扶贫成为荧屏新风向,如何找准公益性与娱乐性的平衡,吸睛同时强化节目社会价值属性,是“综艺+扶贫”模式的创作方向,在这个过程中,我们也不可忽视“扶贫综艺”正面对的瓶颈与艰难。

首先,以综艺外壳包装,绝不能掩盖其扶贫公益内核。一些节目打着“扶贫”的标签,却常常借由“扶贫之名”行“娱乐之事”,将娱乐属性无限放大,而扶贫内容却只停留在表面。扶贫综艺不能只是浅显的表面呈现,更要深挖扶贫攻坚背后所潜藏的深度情怀,只有在践行扶贫路上发生的真人、真事、真感情才能打动观众。明星在践行扶贫路上,同样不能只为“作秀”,无论是镜头前还是镜头外,都要将扶贫落到实处,将自身的明星影响力转化为扶贫行动力。

值得一提的是,要确保扶贫效果,是需要长期性和可持续性的,但综艺特有的周期属性,往往只能解一时“贫”,待到节目热度消失殆尽,扶贫效益恐也随之消逝,当地农民产生的落差感该如何弥合?助农效果如何长期保持?依靠节目产生的创收效益如何长期持续?这些也是“综艺+扶贫”必须面对的长期课题。

据新华社