

论综N代电视节目

立足的核心竞争力

——以《熟悉的味道》为例

李延景

电视综艺节目每年更新迭代速度非常之快,不断有新节目开播,旧节目下线。国家广电总局政策的调整,观众口味的变化,市场同类型节目的竞争,收视率的考核,每一项都能影响一个节目的生存。纵观中国整个综艺市场,除了《奔跑吧》、《极限挑战》等大型户外真人秀节目,《中国好声音》大型音乐选秀节目,《熟悉的味道》作为中型体量的独特品类生存至今,实属不易。

2016年6月,《熟悉的味道》第一季在浙江卫视开播,平均收视1.235,最高单期收视1.488。在经历了综艺市场的大起大落之后,《熟悉的味道》第四季在2019年5月开播,第一期依然取得了收视1.273的不俗成绩,每期节目都是同时段第一。亮眼的收视率背后,它究竟有着怎样的核心竞争力?本文将从节目模式、明星参与节目投入度和节目的情感共鸣等方面进行分析。

一、坚持创作导向,吃透政策要求

《熟悉的味道》节目模式很简单,明星艺人为主角,在几位主持人的帮助下,对感恩对象进行感恩。感恩的行为分为两块,节目前半部分是明星艺人为感恩对象做一个礼物,或者满足对方的一个心愿;后半部分是明星

艺人在大厨帮助下,做一道和双方记忆有关的菜,最后和感恩对象共进晚餐,品尝熟悉的味道,表露感恩的心情。

2018年10月31日,国家广播电视总局发表了《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》。内容中指出“坚持以人民为中心的创作导向,坚决遏制追星炒星、泛娱乐化等不良倾向”,要求综艺节目不能过分娱乐化,除了有意思,更要有意义。以“感恩”为内核的《熟悉的味道》,在立意上就比一般的综艺节目有先天优势,再加上节目内容以走心的情感为主,因此完全符合政策要求。

广电总局还要求综艺节目必须星素结合。在《熟悉的味道》中,明星艺人是感恩的主角,他们的感恩对象几乎都是素人,这些素人是节目中的重要角色,和主角有较强的互动与关联。明星艺人和素人之间,有平等而深入的交流,会产生强烈的化学反应。这种程度的星素结合是深层次的,比起其他综艺节目里的NPC式的素人,《熟悉的味道》里素人给观众们留下的印象更为深刻。

正因为如此,《熟悉的味道》在传媒内参首届“指尖综艺榜”中荣获2016年度十大“有意思有意义”的综艺节目。《光明日报》评论说:“跳出了真人秀低

俗化、过度明星化的窠臼,表达了大情怀,传递了正能量,为综艺节目的创新发展做出了有益尝试。”

二、强化感恩意识,激发明星参与

在综艺节目中,参与明星艺人的咖位会决定观众的期待度,明星艺人在节目中的投入程度又会决定节目的精彩程度。《熟悉的味道》节目切入点很巧妙,是帮助明星艺人通过节目去寻找相识的故人表示感谢。中国文化讲究含蓄,很多内心的情感很难表达出来。对于日程很满的明星艺人来说,这个节目能给予他们一个契机,将平时不太好意思跟家人朋友说出口的感谢话表达出来;明星艺人也能够通过节目组的设计和帮助,让这个感谢分量够重。因此,节目组在邀请明星艺人的时候,这个节目模式很容易就打动了艺人和他的团队。甚至,很多大咖艺人是看过节目之后,让经纪团队联系节目组,想表达一份自己的心意。冯小刚和陈凯歌两位知名大导演,都通过节目感谢了对自己事业鼎力支持,对自己家庭有杰出贡献的妻子徐帆和陈红。其中,徐帆在餐厅环节化妆成80岁的白发老太,询问冯小刚:“哥哥,当我老了,你还带着我玩吗?”冯小刚看到老

了之后的徐帆,也受到了强烈的震撼,从给予惊喜的人,到变成被打动的人,所以这个片段给人留下了深刻的印象。

此外,有些人在明星艺人的生命中留下了重要的痕迹,但出于种种原因,此后无甚交集。但是他们可以通过节目,寻找这些“重要的弱关系”并进行感谢。比如,贾乃亮在18岁考大学之前,在大连一个老师家里,进行了几个月的艺考培训。当时,老师的父母照顾他的生活日常,给予他的关心和帮助对于站在人生重要关口的他非常重要。最后,他考上了北京电影学院。在经历了成名和生活变故之后,他通过节目组的帮助,回到了当初他梦开始的地方,这也是贾乃亮对自己人生的一种回望和安慰,让自己“不忘初心,再次出发”。再比如张静初,她要感谢的对象,就是她在敦煌的三个月里,拍摄电影《快手枪手快枪手》所结识的司机师傅。如果不是因为这个节目,她也很难去找到对方并表示感谢。

因为明星艺人是节目的感谢和感恩的发起人,所以他们在录制节目的时候,特别有主观能动性。被感谢和感恩的人到底性格如何,想吃什么菜,什么礼物可以带给对方惊喜,这些明星艺人都非常了解,所以会用心地准备。相比于其他综艺节目,明星艺人从一个配合完成的参与者,变成了一个主导流程的把控者。也正因为这份用心,被感恩的人往往热泪盈眶,甚至潸然泪下,这也打动了电视机前的观众。

三、把握观众心理,促动情感共鸣

《熟悉的味道》节目播出后,

无论是网络弹幕还是官微评论,很多观众的留言都表示,自己看哭了,节目让人想起了自己的朋友和家人。这就是节目最成功的地方,它让观众产生了强烈的情感共鸣。

这种情感共鸣有的是对于共同经历过的时代背景的共鸣。比如张纪中这一期节目,他和他的同学们,一起感谢50年前,自己作为知青下乡插队时,当时的山西老乡辛吉和给予的帮助。辛吉和不仅教他们如何做农活,也在他们的土炕被水打湿之后,收留他们睡觉。张纪中准备的美食,就是带着记忆的高粱面鱼鱼。这期节目内容勾起了50后那一代人,对于自己青春岁月的回忆,老年观众通过看节目,回忆起了自己当时学做的农活和吃过的粗粮,这是时代特色的共鸣。

有的共鸣是亲情。易烱千玺感谢的是母亲。当年他的父亲在外地工作,母亲全职在家带他。家庭收入并不高,但母亲把大部分精力都花在了他的才艺培养上,每天带着他去上兴趣班,他在台上练习跳舞,母亲就在底下看。这种母亲为培养孩子的全身心付出,也让观众们想起了自己的母亲。邓紫棋感谢的是自己的姥爷。因为小时候,她就是在姥爷家成长起来的。由祖辈带大的观众对此特别有感触,有些甚至表示看完节目,立马买了回老家的车票。

有的共鸣是爱情。陈凯歌导演和妻子陈红携手相伴走过了20年,一起育有两个儿子。陈凯歌用“金风玉露一相逢,便胜却人间无数”来形容他们之间的爱情。陈凯歌在写给陈红的一封信里说:“今天就说一件

小事,你从此要把袜子穿上,至少冬天要穿上。”并送上了一盒礼物,里面全是袜子。这种并不浮夸,却落实在小事情上的关爱和惊喜,自然散发出婚姻的幸福感和幸福感,特别能感染观众,让观众对婚姻抱有美好的憧憬。

有的共鸣是友情。海清感谢的是自己的闺蜜,也是小学同学。当年两人经常买一根棒冰一起吃,一起在南京城里逛。海清当年上了舞蹈学校,自己文化课跟不上,闺蜜每个星期都帮她补课。两个人的友情维系了三十年。这让步入社会,在人际关系漩涡里打转的观众们,回忆起最单纯的友谊,想起自己的年少时光。

除了情感的共鸣,《熟悉的味道》还能打开明星艺人和家人朋友之间的心结,让心释怀。影后惠英红感谢她哥哥惠天赐的经纪人,他们之间甚至有七年没有联系过。当年,惠天赐在惠英红的介绍下来北京发展。结果,就在惠天赐作为男主角的戏开拍之前,他却被发现猝死在家中。是经纪人帮忙一起处理了后事。在哥哥去世之后,惠英红再也不敢看哥哥的任何影视资料。她一直在恍惚,自己让哥哥来北京发展是不是一个错误的决定,她不知道哥哥生前是不是很痛苦。通过和经纪人的见面,她了解到哥哥在北京发展期间非常开心,甚至在公司的资料上,哥哥把她作为紧急联系人填写上去。最后,她终于对哥哥去世这件事能够释怀,并放下了心中多年的执念。人人都有遗憾,人人都有心结,观众也有不可言说、无法触碰的伤痛。

在《熟悉的味道》中,明星艺人不再是高高在上,遥不可及

的人。他们的身份变成了别人的儿女、别人的爱人、别人的朋友，他们也有喜怒哀乐，有着少年的友谊、青春期的烦恼，有着对父母的深爱 and 感激，也有人生的伤痛和遗憾。在看他们的故事的同时，观众也在品味自己的人生。

四、结语

每年综艺市场会推出几十

档新的综艺节目，只有极少数人可以成为综N代节目。首先，国家广电总局每年都会有新的政策，节目模式要符合国家政策，导向绝对不能出错，这是大前提。第二，明星艺人要有意愿来上节目，并且他们和节目是互相成就的关系。如果节目单方面消耗明星的知名度，又或者小艺人来蹭节目的热度，对

双方都有损耗。只有明星艺人持续不断稳定地上节目，才有利于节目的推广，才有收视号召力，也才有综N代节目。最后，只有节目内容长久地抓住观众的心，这档节目才会有真正的口碑，综N代才有强大的生命力。

（作者单位：浙江卫视战略发展中心）