

刘宗智 济南报道

田园慢综尝试

2017年初,我国首档观察类慢综艺节目《向往的生活》以一股“清流”而出圈。《向往的生活》不设定节目的发展走向,不复杂但带有戏剧性的游戏呈现,逃离城市进入乡村的想象,掀起了慢综艺热潮。

近两年来,以乡村田园为题材的慢综艺也在不断进化,出现了《种地吧》《岛屿少年》《这是我的岛》等大批新节目。从时间脉络与内容变迁上来看,《向往的生活》开启了国内乡村田园慢综艺的1.0时代,这一阶段,通过展现地方性农耕自然风光、地方性农耕自然物候、地方性农耕生产生活、蘑菇屋家族的温情生活,向观众建构了一种完全区别于快节奏都市生活的乡村田园景象。

到了乡村田园慢综艺的2.0时代,以《哈哈农夫》《漂亮的房子》为代表的乡村体验类慢综艺开始不断出现,这一时期的乡村田园慢综艺不再局限于单一的叙事空间,平淡的叙事内容,任务设置在节目中的比重开始加大。尽管在此之前,《向往的生活》中也有通过农副产品来换取生活经费的任务,但主要内容仍然聚焦在“蘑菇屋”的乡村生活营造,而2.0时期的乡村田园慢综艺,显然已经展现出了不一样的特征,即任务推动代替了劳动本身的价值。

重回田园初心

到了3.0时期,乡村田园慢综艺逐渐开始重回初心,将节目重点重新放回到乡村劳动本身。这期间推出的《种地吧》不仅在人员构成上符合“坚决反对唯流量论”的要求,在内容呈现上也紧扣乡村生活,固定成员们在田间地头真实劳作200天,向观众展示了小麦从播种到收获的全过程,让大家的视线焦点重新回归到土地本身。随着节目的录制,10位年轻人也随着小麦的收获完成了自身的成长与蜕变,这种由真实经历所带来的成长,令观众更加具有沉浸感。在没有流量明星、未大力宣传的情况下,该节目在第28届上海电视节中入围最佳综艺,获得了收视与口碑双丰收。《这是我的岛》意图以海岛生存体验的形式,在展现海岛风景与生存模式的同时,科普海南岛的独特文化背景。紧随其后的《岛屿少年》内容则更加下沉,在福建的岛屿上,13位背景各异的少年将以13000元的启动资金在120天内建设岛屿,充满创意的策划令其登上多个平台热搜榜。

另类“养成系”

养成系团体,似乎一直以来是长视频综艺内容的一个重要布局。以《种地吧》《岛屿少年》《这是我的岛》为代表的慢综3.0,其“爆火”出圈一方面源于脚踏实地地耕作带来的治愈感,另一方面,见证城市少年于田间成长的“养成感”,陪伴感,也同样契合了观众的心理需求。尤其是后一种模式,在早期的“养成系”偶像工业体系中颇为常见。

与以往慢综艺“星素结合”或全明星阵容不同的是,《种地吧》并没有实施“流量至上”的节目制作策略,而是采用全素人模式。节目组在选角时以“认真种地”为标准,从200多人中筛选出30多人进行试



2023年起,随着《种地吧》《岛屿少年》等综艺节目意外爆火,乡村题材类慢综艺重焕生机。与此同时,部分节目也存在定位不清晰、同质化严重、情感表达片面化等问题,其对于田园生活的想象,也与真实的乡村生活相去甚远。

慢综艺的田园想象



秀等问题使其饱受争议,导致“慢”这一主题流于形式,“乡村田园”这一题材缺乏真实感与深度。尽管慢综艺以“回归田园牧歌”为旨归,但从实际效果上而言,却偏离了原有的主旨,并非真正的“慢综艺”。

以《向往的生活》为例,从第三季开始,节目中对乡村田园生活向往的氛围逐渐褪去,劳动换取食材的镜头比之前更少。乡村田园虽然是叙事的核心,但主要是作为明星体验务农活动的背景舞台,村民与明星彼此观察却难以融入。乡村田园自然风光被当作休闲元素来展示,这种描绘是基于城市人的视角,与真实的乡村生活存在一定的距离。尤其是后面几季,流量明星接替不断,冲突话题不断冲上热搜,常驻嘉宾注重完成节目任务,重复化的做客、招待、聊天环节,使得节目成为明星的旅行秀,仅存的少数劳动环节也变成维系嘉宾之间联系的工具,变得敷衍和具有表演性,商业气息严重。

《岛屿少年》的争议则更多表现在对“剧本”的质疑中,从前两期13位陌生人未入岛和初入岛时磨合内容占比过多,到引起全网热议的争吵“冥场面”诞生,带有套路感的抓马情节也让观众对节目的真实性产生疑虑。

刻板标签和过于理想化的描绘,使得“田园乌托邦”与“真实现实”间的鸿沟逐渐变大,许多人都忽略了乡村生活中真实严肃的那一面。比如《种地吧》中的“收水稻”环节,其中几个少年刚考过收割机驾驶证,却还是陷进泥里几十次,而且有很多边角机器收不到。剩下几个人连续弯腰收割十个小时,累得话都不想讲,还得把收割完的水稻一捆一捆抱出去。辛苦一天收了3吨,以为不算少,到了粮站发现还不到起烘量,抢收完水稻要抢种小麦,但小麦是旱粮,不是直接就能种。连续雨雪天,地里积水越来越多,首要任务是排水。有农村生活经验的成员李耕耘带着大家挖沟,要把田里的纵横沟相互连通,接到大的排水渠里。光通沟这一件事,他们十个人起早贪黑干了十几天,才终于赶上了播种。

走出舒适圈

从某种程度上来看,《种地吧》以一种纪实的方式让综艺节目在内容层面走出舒适圈,放弃重装备与大体量的炫技方式,带给观众真实感和“泥土味”,并引发社会的思考,的确表现出了乡村田园题材慢综艺“向内转、向下沉”的转型与创新突破。不过,或许是因为节目组“转型”之心过于迫切,其官方社交平台账号中发布的招聘启事中所流露出的“换人意向”引起了粉丝不满,《种地吧》节目组官方微博粉丝数从近200万骤减超100万,且仍无止跌迹象。

在粉丝们看来,如今《种地吧》IP已经成熟的情况下,不得不把这颗果实分给他人,是无法接受的。尤其是节目过去两年的一系列商业化运作,比如不断增加广告时长、麦田音乐节直播单独收费等举措都需要粉丝买单,被视为是对流量红利的消费;吃到红利之后又回头指责流量生态,更被指为一种“既要又要”。这背后的矛盾,是粉丝和内容方在《种地吧》成功因素上的认知偏差;更深层的问题,则是在目前的市场环境,流量逻辑天然会对内容的捆绑和限制,导致无法构建全面真实的乡村田园图景,慢综艺最终沦为商业工具。

如果没有“十个勤天”品牌的加持,他们个人的名字客观上还不具备广泛的认知,也势必会失去很多潜在的宣传机会。如果这十位少年不再作为“十个勤天”集体活动,还能否保持个人的影响力,这一答案仍有待商榷。

“剧本”争议

乡村田园作为极具中国传统文化特色的文化符号,是中国人精神家园的投射。乡村田园题材慢综艺的火爆,映衬了时下观众对“久居樊笼,回归自然”的渴望以及对“诗与远方”的拟态想象。然而,当下乡村田园题材慢综艺对于“慢”节奏的把控仍有不足,冲突制造、明星作

拍,随后再经过秋收活动的选拔,最终选取10位年轻人参与节目录制。相较于纯明星真人秀,较低的制作成本,更加真实的表达,更贴近生活的人物,是纯素人真人秀的优势。

节目中,每位少年都有着自己的成长体系和技能点。为尽快通过劳作获得收成,十个少年被分为三组:蒋敦豪、何浩楠、赵一博分配到养殖组,养羊、喂鸡成为他们的日常;李昊、李耕耘、王一珩、赵小童分配进了基建组,负责对房屋进行修整;大棚组则是鹭卓、卓沅、陈少熙,负责种玫瑰花、种菜和养虾。分工明确后,他们每天再对自己的板块负责。从参加生活技能课程培训到考取农具驾驶执照,十位少年参

与水稻收割、排水渠建设、重达30吨的化肥搬运以及超过4000盆玫瑰的种植等一系列农耕活动。通过运营真实的农场生活,线上“陪伴式”直播开工打卡,节目让观众第一次近距离、沉浸式地了解和感受每一粒种子的生长过程以及养殖动物的生命力,不仅生动再现了少年们从不稼不墙到逐步自力更生的生产历程,还形成了一种独特的“养成”氛围。在此情境之下,“粉丝”不仅是嘉宾的仰慕者和文化产品的消费者,同时也是“新农人”偶像的创造者和经营者,陪伴者。

不过,诸如“十个勤天”这样的强绑定也存在隐忧。一段时间以来的演唱会、春晚等大型活动,十位少年的相关曝光几乎都是强绑定