

摆脱“生得快死得早”怪圈

老牌综艺节目纷纷“整容”

本报记者 李婕



央视《艺术人生》要推出朱军+谢娜的“又哭又笑”组合,近日消息一出,期待者众,也有人表示“不敢想象”“不伦不类”。13岁高龄的《艺术人生》在这关头“整容”,实为全民娱乐、新秀辈出的现状下,一档老牌电视节目试图返老还童的探索之举。

《艺术人生》要走“时髦”路线

《艺术人生》常因朱军过度煽情而遭诟病,这次拉来擅长搞笑的谢娜入伙,可谓一剂猛药。据称节目组的想法不止于此,谢娜之后还要请多位明星嘉宾,主编马宁表示:“老端着说话的那种节目形态已经不时髦了,只要格调品位是高雅的就行,节目也希望换一种方式。”

对此,中国传媒大学教授袁方在接受本报记者采访时分析:“《艺术人生》的品牌价值大,名气响,这是它的优势。但它以请大牌明星为看点,而明星资源是有限的,节目又是定期播出,在资源难以创新的情况下,只能在访谈方式上寻求突破。”

一向爱“端着”的央视低下头来,开始思索老节目的出路,并频频向地方卫视伸出橄榄枝。同时,地方卫视一些已经创办多年的综艺节目也不断面临新生力量的挑战。像《中国好声音》这样购买国外版权,以季播方式播出的节目如雨后春笋般涌现,势头强劲地瓜分着收视市场,将一些原本收视不错的老节目挤入尴尬境地。连《快乐大本营》《非诚勿扰》这样顽强抗争、保持牢固地位的王牌节目,都紧绷着创新这根弦。

袁方说:“综艺性节目的寿命一

般在8年左右,像《快乐大本营》这样办了十几年算是很长寿的了。虽然它的主要流程和形态具备特定的风格,但内部环节上经常会有创新,是它能保持活力的一个重要原因。”

固定栏目VS季播模式

以《快乐大本营》《非诚勿扰》《我爱记歌词》等为代表的老牌综艺节目有一个共同的特点,就是遵循传统电视节目栏目化模式,在每周的固定时间播出。

“快男”“快女”开启了综艺节目季播化的新时代,目前声势浩大的《中国好声音》《中国梦之声》《中国最强音》也采用季播形式。袁方认为,季播节目最大的优势在于它的新颖和灵活,“有半年甚至更久的时间来研究和制作一档节目,这是栏目化节目做不到的。不过,季播节目失败的可能性也非常大,而且往往过两三年也不行了。”

袁方表示,“很多电视台保留一些栏目化的综艺节目作为招牌,突出品牌的声势,但很多综艺节目完全可以做成季播模式,因此很多现存的栏目化节目会慢慢消失。当然,季播的形式从2005年才开始兴起,电视台和观众还保留着传统的播出和收视习惯,但如果老节目变化太

慢太少,将来比较危险。”

观众需要“安静”的节目

变则通,通则久。对那些已推出多年的节目来说,还得有一招以一敌百的杀手锏。相较于新晋的真人秀节目弱化主持人地位的形式,老牌综艺节目树立品牌往往依赖于主持人。《快乐大本营》有“快乐家族”,《天天向上》有“天天兄弟”,《非诚勿扰》则有孟非,至于访谈类节目,更是把朱军、杨澜、鲁豫、李静等名主持作为最大的招牌,也是奠定节目风格和特色的主力。

由杨澜创办的访谈节目《天下女人》已经进入第9个年头,制片人段女士告诉本报记者,“万变不离其宗,观众看的还是内容。每档节目的使命不一样,访谈节目做不到一期投一百万,但它能够迎合特定人群的收视需求,观众群很稳定。”

崔永元曾批判中国电视节目“短视”,“没有人注重深度厚度”,因此生得快,死得也早。段女士同样认为,有深度的节目才能走得更远,“现在的形势是全屏娱乐化,但观众也需要一些相对安静的,能进入内心、表达情感的节目,探讨人生永恒的话题,这样的节目能够保持长久的生命力。”



西城集团 WEST CITY GROUP
25平方公里西部新城缔造者

西元大厦
A.D.EDIFICE

西城核心区 | 高铁主站口 | 地铁枢纽处 | 长途车站旁

西城核心 超优形象商务地标

以住宅价格买精装写字楼

单层 1000 m² 商务空间 展现企业形象气度

5.4米层高 / 品质双大堂 / 100-1000 m² 高铁商务空间火爆认筹中



大中国交通网
京沪高铁第三极
城市枢纽中心

文化会展中心
国家大剧院、会展中心、
美术馆、艺术馆

金融贸易中心
多个大型商业商贸综合体

总部经济核心
多项优惠政策扶持总部经济

现代生活社区
80万城市人口核心之地

营销地址: 济南西客站西城集团大厦

项目地址: 西客站南侧 666 米

◇ 施工单位: 中铁十二局 ◇ 开发商: 西城集团

◇ 全案营销: 齐鲁不动产 本资料仅供参考,一切内容以政府批文和商品房买卖合同为准。

Vip-hotline/
+86 (531)

6666 6088