



□李睿

《拜托了冰箱》迎来了“七季之痒”。这档自2015年开播的综艺节目已经延续了七季,可以称得上“超长待机”,前六季的口碑良好,豆瓣评分一直在7至8分浮动,积累了数量不小的忠实粉丝。没想到最近开播的“轰趴季”口碑呈断崖式下跌,近70%的差评率,评分仅有3.2。

为什么口碑下跌如此严重?还要从《拜托了冰箱》本身说起,节目最初引自韩国同名综艺,以“美食+脱口秀”的形式,由何炅和王嘉尔担任主持,每期邀请明星嘉宾带着自家冰箱来到节目现场,通过揭秘冰箱内容与现场的大厨们畅谈生活、八卦趣事,节目中,大厨需要利用明星冰箱带来的普通食材进行美食烹饪和创意料理的对决。

总结起来,节目内容可以用看冰箱、聊生活、做菜三大流程概括,属于一档生活观察类慢综艺,比起一般谈话类节目,《拜托了冰箱》无论是场景还是内容都烟火气十足,充满了开家庭茶话会的氛围。

开冰箱就像抽查明星的包一样,从“里面有什么”的小切口观察一个人的生活方式和态度,挖掘明星生活中的温情故事。第四季的一期节目中,李诞带来的冰箱上系着围裙,拥有一双卡通金属手臂,还贴满了李诞和他爱人的照片,造型十分有趣;打开冰箱,食材除了爱人准备的东西就是内蒙古特产。李诞是内蒙古人,借着食材,他谈到了自己的饮食习惯和生活状态,“能坐着绝不站着、能躺着绝不坐着”——懒上热搜也不是一次两次了,李诞在《拜托了冰箱》中有吃有喝有聊,舒服得如鱼得水;同时,他也聊到了自己的感情经历,还有对游牧生活的恐惧,擅长插科打诨的李诞在节目中袒露心扉实属少见,也许是生活化的场景令人放松。

《拜托了冰箱》营造的舒适感,总能发现明星那些不为人知的生活侧面。陈学冬分享“鸡胸肉+香蕉+草莓+蛋白粉”这种神奇的奶昔搭配,爱吃海鲜的他还会在冰箱里养海鲜;第五季的节目增加了嘉宾“一餐食”的小短片,通过一顿饭的拍摄观察明星日常用餐生活,在节目中了解到,关晓彤爱吃麦乐鸡,想吃吃不到的时候还会哭,有时候还喜欢半夜用火锅底料煮泡面……这些“小秘密”充满生活气息,看起来温情又治愈。

何炅与王嘉尔的“何尔萌”组合是节目另一大看点,何炅的主持风格和绝佳的控场能力让谈话内容有深度、有温度,王嘉尔因普通话不好经常闹乌龙贡献搞笑插曲,光是看到两人的组合就能令人放松下来,嘉宾们在节目中也不用正襟危坐,在推杯换盏之间讲讲故事,嬉嬉闹闹。冰箱家族的主厨们,用普通简单的食材制作出精美的创意料理也令观众身心愉悦,《拜托了冰箱》也被粉丝们称为“下饭综艺的天花板”。

《拜托了冰箱》走过六年,最新一季的“轰趴季”在前期宣传时就打出了“颠覆性升级”的名号——从谈话节目升级为“社交真人秀”,从单人嘉宾升级为兄弟局、团建局、追星局等“社交样本”,从棚综升级为“最潮in的轰趴馆”。听起来很高级,不过看了节目之后,观众们只剩下颠覆性的“大跌眼镜”了。

可以理解慢综艺想要改版升级的迫切心理,但简单的节目效果相加并不能让观众买单,《拜托了冰箱》轰趴季增加了许多无厘头的游戏环节,嘉宾们具有生活气息的冰箱被赞助商的冰箱所取代,其内食材也要通过游戏盲盒的方式获取。最关键的是,节目大幅压缩了美食、谈话两大核心内容。

在最新一季的第一期节目里,首先开始了三场争夺食材的游戏:健身单车、说数字、捉迷藏,这些内容占据了绝大部分的时长,在一阵不明所以的游戏之后,赢家获得美味奖励,输家需要自己烹饪食物,但没想到输的一方竟然违背规则点了个外卖。要知道,《拜托了冰箱》是一档六年以来坚持邀请厉害的厨师阵容现场烹饪的美食节目,现场制作美食是最能引起观众愉悦的点,“点外卖”的行为实属让粉丝生气。再看着满屏不认识的嘉宾哈哈大笑,恍惚间穿越到了《快乐大本营》,四不像的内容直让人尴尬。

没有了生活气息,人文内核也没有保留。节目几乎见不到任何访谈和能引起观众共鸣的话题探讨,只有一半不认识的“小鲜肉”在按照节目设计玩游戏,其中还有两个连中文都不会说的男团偶像,互相“骑马”的游戏还惹怒了王嘉尔的粉丝。最终,轰趴馆里游戏玩得挺尴尬,社交场景没话聊,连饭也没好好做,看来,在万物皆可游戏的综艺节目里,丢失了最吸引人的文化内核,再忠实的粉丝也是不会买单的。



□师文静

2020年11月中旬,丁真,一个20岁的藏族男孩,在去买方便面的路上被一位摄影师拍到,7秒的视频中,他展露出一个非常灿烂的微笑,这个干净的笑容迅速刷爆全网。丁真干净的笑容背后,集野性、天真、稚嫩、淳朴、清澈等特质,这样的素人魅力让其意外走红。从理塘的放牧小伙,到入取国企成为理塘旅游形象大使,再到参加各类官方、公益组织活动树立正面形象,到最近成为“顶流”综艺《中餐厅》的嘉宾,丁真这一路的奇幻之旅,也不过才用了8个月时间。

近日,丁真受聘为四川文化旅游宣传推广大使,同时,文旅环保系列短片《丁真的自然笔记》开播,首站是丁真的家乡理塘。短片里,在辽阔而清澈的蓝天绿山之下,丁真和牧民一起追逐牦牛,迁徙的牛群、草原和帐篷、牧民一起跃马奔腾等画面,洋溢着地域原生态的魅力,骑着马在草原上狂奔的丁真保留着他原有的纯真与野性。作为家乡旅游代言人的丁真还保留着他的清澈、天真、干净、淳朴、原始的一面,似乎还是那个刚爆红时神秘又“甜野”的藏族男孩。

不过,过去的半个月,丁真已向娱乐圈发起不断的进攻。6月23日丁真成立了个人独资的文化公司,注册资本为300万元,可能会用来经营自己的演出等业务。6月28日,丁真的专辑《风的使者》预售,24小时销量突破6.3万张。而在7月5日,综艺节目《中餐厅》第五季官宣常驻嘉宾并开始录制,丁真和黄晓明、宁静、龚俊、周也、姚安娜组成的嘉宾团,被认为是多季节目中颜值最高的一组。丁真去大超市购物、在录制现场洗菜和切菜等节目路透照被曝光,照片中的他除了还戴着标志性的民族耳饰、手镯外,在服饰、发型等穿着打扮上已跟明星没有太大差异。从一开始推荐上综艺,到慢慢尝试做《天天向上》的节目嘉宾,再到成为爆款综艺常驻嘉宾,再到参演电影、出演MV等娱乐活动的有序推进,丁真已踏入娱乐圈开始了明星之路。

去年11月的丁真还是一个没怎么走出草原、不想当明星只想当“白马王子”的小伙,他的最大心愿是自己的小马驹能跑得再快一点,让他能拔得头筹,成为村里的赛马“王子”。在凭7秒微笑视频被全网关注后,千万目光集于一身的丁真迅速被人拉去直播,主持人说直播间刷到礼物榜单前30名的观众,就可以获得丁真的联系方式,很多粉丝气得刷屏劝丁真不要被骗。而不会汉语的丁真,只能一句句跟着主持人学话:“谢谢关注”“谢谢姐姐”。若一直这样下去,这位刷爆全网的小伙,充其量只能成为一个直播、带货的小网红。如果不小心签了“血汗”直播公司,就会在一天到晚的“姐姐关注一下产品”的直播中被迅速榨干流量价值。如果签了娱乐公司去参加选秀,没有艺术底子的他也会被迅速榨干价值,然后被人遗忘。喜欢丁真的小姐姐们为他捏一把汗,因为有太多一夜爆红的网络流量迅速销声匿迹。

任何一个人网络走红都会伴随着不断的争议,丁真也不例外。微笑刷屏后,丁真的“中二”一面也被挖出来,看到这个孩子普通又世俗的一面,很多新晋粉丝大喊着“快跑”。互联网在两三天之内,就完成了一场“造星”又“毁星”的人间真实。但丁真又比较幸运的,在混乱的“抢人大战”中,他做了一个很好的选择。丁真迅速爆红后,理塘文旅公司反应非常迅速,几天后就来到了丁真的家,双方迅速签订入职合同和代理合同,丁真成了拿3500元工资的国企员工,同时有了文旅专业人士和团队打理他的事业。理塘文旅公司需要借助丁真推广和发展本土旅游,而丁真有了形象上的大蜕变。在理塘文旅公司董事长张玺、总经理杜冬等“丁真背后的男人们”的助推下,丁真的形象越来越正面、正能量。丁真加盟央视网络春晚,出席环保活动获联合国开发计划署颁发的“捍卫自然倡导人”证书,参加各类公益活动倡导环保和进行文化交流,成为年轻人的榜样。

丁真形象立住之后,理塘文旅总经理杜冬被网友戏称为“年度最强经纪人”。杜冬在多个采访中都称,丁真的事情,是理塘的事情,文旅公司把它当做是自己的事情,一开始就没有用非常商业的眼光来看待丁真的流量,没有拿丁真变现的想法,也会极力保护丁真个人的经济收益,因为做文旅、环保需要深耕,而丁真更是需要成长。杜冬说,如果一下子把价值观还没有形成的丁真带到长沙、上海或北京,他会很不自在,要么失去原有的自信,要么是助长他的虚荣,这对丁真都不好。在多个采访中,都可以看出当地国企的相关领导们对丁真的真诚与爱护,他们也能看到了真心灵的闪光点,也更呵护他的纯、他的野、他的美,因为丁真代表了理塘旅游的几个关键词,他们最想做的是“保护好丁真”。丁真成立自己的公司后,从理塘文旅发表的那份声明中也可以看出他们对丁真的呵护,丁真依旧是自己的员工,而文旅人永远站在他背后支持他走向更广大的世界。

如果说成为“文旅人”和正能量青年,是国企系统的格局和视野带给丁真的幸运,那么迈进娱乐圈可能是丁真成长后的自我选择,在娱乐圈拥有流量当然会获得更多的关注,也会背负更多的舆论焦点。丁真选择投入娱乐圈,那就要接受娱乐圈流量标准的审视,他在节目、写真、专辑、活动、作品中的表现,都会被用流量明星的尺度来评价,一旦出错,又可能被流量反噬。可以理解的是,丁真无论是作为文旅IP还是网红,他都需要保持热度和活力,投身娱乐圈是最显而易见选择。丁真已是被引导好了、走上了正途、变成正能量的“流量”,他最好的道路依然是能继续善用流量,让流量长流。

● 剧说有料

从大山到娱乐圈的奇幻之旅

下饭综艺的七季之痒

● 糖醋理娱

