

炮制冲突话题，不该成为综艺的“标配”

盘点近期热门网络电视综艺节目，会发现热度榜前几名正呈现口碑的两极分化。一边是《乐队的夏天》第二季和《这！就是街舞》第三季的圆满收官；另一边则是《演员请就位》第二季、《心动的信号》第三季以及《中国新说唱2020》的争议在网络频频刷屏。

匆忙录制上线，评分一路走低跌至4.5分的《中国新说唱2020》，诠释着对小众音乐暴力开发的“再而衰、三而竭”，全凭话题营销强撑。《心动的信号》第三季某素人嘉宾还来不及出场，就被曝出私德有亏，尽管制作方宣布剪光其相应出场片段，但掩盖不了节目本身空洞疲软的剧本走向。至于开播不过两集的《演员请就位》第二季，虽成功凭借“评委吵架”“选手不屑”登顶微博热搜。然而，这种打着比拼演技旗号，走向真人秀炮制冲突，玩弄规则的做法，显然触怒了受众，成就流量同时，也让节目口碑一落千丈。

对于综艺人来说，在经历《中国诗词大会》《见字如面》等文化综艺“复兴”、经历《乐队的夏天》《这！就是街舞》等小众文化赢得更广泛大众认可的成功之后，是走向《花儿与少年》《演员的诞生》等真人秀炮制冲突、甚至是恶意剪辑的老路，还是突出重围，用创意和高水准制作杀出一条差异化竞争的血路？这既取决于制作者与平台方对待观众的诚意与匠心，更取决于驾驭节目实现价值引领的能力与水平——别让炮制冲突话题，成为综艺的“标配”。

综艺破圈怪现象： 难道只有“黑料”“开撕”才能上热搜？

“郭敬明和李诚儒的battle（争论）”“黄奕被郭敬明点评时的表情”“尔冬升吃瓜”“大鹏的主持站队”……这不是什么娱乐圈“口水战”，而是号称“向行业输送优质、有潜力的优秀演员”的竞演类综艺《演员请就位》第二季贡献的微博热搜话题。

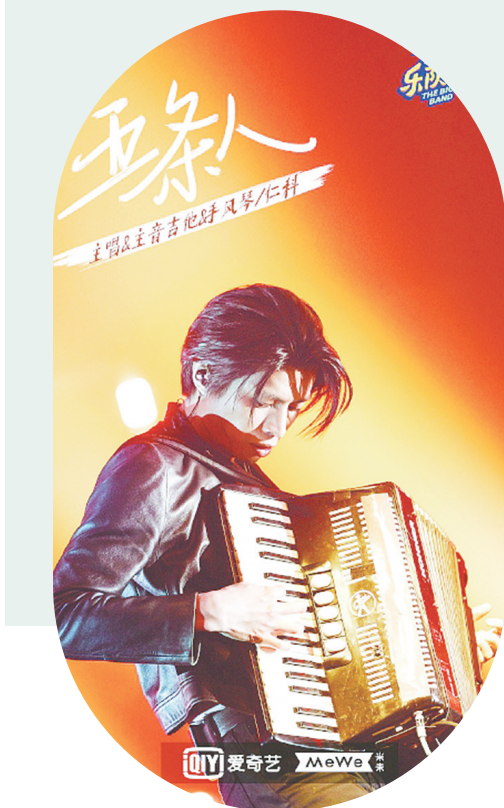
节目里，导演席嘉宾郭敬明将一张代表演技最高评级的“S卡”，给了现场嘉宾公认表现稚嫩的偶像演员。这一举动遭到嘉宾李诚儒的反对，认为郭敬明的随性而为是对其他认真演戏、拥有实力选手的不公平。眼见争论升级，节目组不忘给导演席嘉宾尔冬升一个镜头，“吃瓜”看热闹的情形呼之欲出。而另一边主持人大鹏没有平息或正向引导的意思，反而跳脱主持人身份说出“我站郭敬明”。此外，节目中郭敬明对黄奕被公认较出色的表演片段提出质疑之时，节目组又刻意将特写镜头对准黄奕，捕捉不服气的表情。

这一系列操作下来，节目的热度有了——郭敬明的出位举动成功挑起观众不满，三个话题阅读数均破亿次，其中“郭敬明和李诚儒的battle”阅读数更是高达8.3亿次，引发过10万讨论，诟病郭敬明在争论中的表现为“诡辩”，对于流量的无理由青睐破坏了影视行业生态。要知道，节目播出首期，网友还在为导演尔冬升对于流量明星“连五官都还没搞清楚怎样用技巧控制”“靠样子是没用的”的辛辣点评而叫好。围绕嘉宾“开撕”的内容很快让节目口碑急转直下。同样的还有《心动的信号》第三季，原本捕捉普通人恋爱萌生过程的模式在一众相亲节目中清新脱俗，然而连续三季沉迷打造“白富美”“高富帅”爱情故事，难掩其一再重复剧本的空洞与乏味，反而嘉宾接连被曝出的“黑料”，戳破了节目精英人设的泡沫。

如此综艺破圈，观众见怪不怪。原本主打治愈与浪漫的《花儿与少年》，依靠剪辑呈现一出女明星“宫心计”，被网友讽为“花学”。到了《乘风破浪的姐姐》，平台又“故技重施”，原本是女性间的惺惺相惜演变成台上台下的暗流涌动。成就每



▲原本《心动的信号》捕捉普通人恋爱萌生细节的模式在一众相亲节目中清新脱俗，然而节目组连续三季沉迷打造“白富美”“高富帅”爱情故事，难掩其一再重复剧本的空洞与乏味。



集一“爆点”的代价是，几乎每位女嘉宾都遭遇网友“心机”“戏精”的批评。更不必说，打着推广说唱音乐的《中国新说唱》前身《中国有嘻哈》，刻意放大了音乐中暴戾的一面，让小众音乐在大众心中种下恶的印象。如此种种，让人不禁发问，什么时候起，曝“黑料”、炮制“开撕”场面成了综艺的“标配”？

当“烂片营销”黯然退场， “开撕综艺”还能够走多远？

曾几何时，大银幕“烂片营销”风光过几年。抓住观众“越是烂片越是好奇”的心理，《富春山居图》《小时代》确实拿下过数亿元票房。然而当观众成长、审美提升之后，如法炮制的《摆渡人》《爵迹》，在《流浪地球》《红海行动》等硬核佳片面前黯然退场，让电影人抛开对流量明星与话题营销的执念，正视品质与口碑的力量。

梳理综艺发展轨迹，也是一样。从《乘风破浪的姐姐》高开低走，到如今《演员请就位》引发争议，原本试图打破流量崇拜、年龄性别偏见，吊起观众期待值的综艺，缘何最终走向了大众期待的反面？究其原因，是打着纠偏影视圈娱乐圈痛点的旗号，行真人秀夸张炒作、制造流量偶像与实力艺人对立之实。这种综艺套路，无论是对于参与



▲黄奕在《演员请就位》第二季重现电影《风月》片段得到了原片导演陈凯歌和观众的肯定，可节目组似乎更热衷“开撕”的话题，让围绕表演的严肃讨论变成廉价的炒作。

◀《乐队的夏天》第二季中，率性的民谣乐队“五条人”以松弛的表演方式和音乐态度赢得观众缘，成就了节目热度和话题。

其中的选手，还是观众，都缺乏诚意和尊重。

回头看，这些综艺一定要靠与核心内容无关的勾心斗角才能赢得关注吗？《演员请就位》作为竞演类综艺，最大亮点是提供了更具观赏价值的影视化场景。演员不必在舞台用“小品”形式重现经典影视片段，而是需要拍摄、服化配合完成一段具有电影感的成片。经由这个模式，不管是知名演员黄奕还是期待从网红身份转型的辣目洋子，都在节目中贡献了有别于原作、极具个人特色的细腻表演。遗憾的是，在一众网友“声讨”郭敬明是否具备点评资格、以诡辩模糊规则公平性的浪潮之中，这些闪光点被节目恶俗营销所亲手淹没，遑论对于表演艺术的深入探讨，向影视圈输送潜力人才。

竞技类真人秀一定要靠制造冲突的“剪刀手”和恶俗话题营销生存吗？刚刚收官的《乐队的夏天》第二季的“无心插柳”或许能给予综艺人一些参考。在这档综艺里看不到摇滚乐过去给人的“愤怒”“偏激”的刻板印象或者混不吝的同行相轻；有的反而是操持不同风格、不同年龄段乐手的惺惺相惜。在激烈的淘汰赛制之中，率性真诚的民谣乐队“五条人”反而以松弛的表演方式和音乐态度赢得观众缘。无需节目制造话题，他们轻松成为社交平台的话题焦点。而另一边，《这！就是街舞》对街舞的兼具观赏与专业的舞台呈现，让网友自发将优秀选手和作品“赞”上热搜。

说到底，借力小众文化、纠偏影视行业痛点，本可以打出一手漂亮综艺牌，但若在制作和营销上，仍以恶意炮制冲突话题来维持热度，那么“开撕综艺”必将迎来和“烂片营销”一样的退场命运。

据文汇报