

《传承中国》 学京剧虐明星

受众是年轻人而非“票友”

明星练一天就撑不住了

戏曲文化作为更加小众且不易被电视呈现的舞台艺术,想要吸引所有年龄层的观众,必然要在不失专业水准的前提下,挖掘更多大众喜欢的表现形式。

曾有戏曲综艺尝试邀请民间素人,通过改编经典剧目、趣味翻唱曲艺等方式,贴近流行文化来取悦观众。而《传承中国》选择了保留最原本的京剧选段,但通过明星表演、真人秀记录、现代化舞美等手段来增添趣味性,例如在京剧选段上,节目组选择了《贵妃醉酒》《梨花颂》《四郎探母》等观众耳熟能详的故事。

而在专家点评环节,节目组选择了颇具幽默感的京剧名家,他们将有意思的京剧教学方式拿到了舞台上,“像孙毓敏老师,虽然快80岁了,但她特别有趣。她曾经在现场教大家做京剧中的兰花指和抖手,她教得特别形象,台下观众都被感染了,在那儿一起抖。”

制片人田川认为,戏曲综艺的受众群体本就不是懂戏的中老年人和票友,而更多是面向年轻人,甚至是对戏曲不感兴趣的人,“现在我们就是在慢慢培养观众,没准某个有趣的内容让你觉得,哎!京剧还真不错,想继续了解。那我们就成功了。”

在嘉宾阵容上,《传承中国》除了请到刘晓庆以外,徐帆、那英、屠洪刚、瞿颖、曹云金、李依晓等文化名人也将陆续出现。与以往在文化节目中嘉宾只是负责朗读、点评不同,《传承中国》需要明星“动真格”学习京剧,水袖功、甩发功都要亲自上阵,偶尔还需面对京剧名家“打手板”的严厉指点。因此,如何选择明星成为了节目组最头疼的难题。

田川坦言,一开始他们的首要标准是嘉宾要自带传播度。对于文化综艺来说,若只通过内容达到泛众有很大难度,“明星的热度可以吸引更多人的关注。同时我们也是一个真人秀,我们也希望嘉宾有真人秀的表现力。”

但不少明星却纷纷婉拒了这次和名家学习的机会,只有一个原因,就是太难了,“他们得真学真唱,踢腿、下腰、晨功、操练,好多人学一天就撑不住了。”

而节目中的京剧名家也不在乎所谓流量光环,他们在台下会一律严格要求。因此最终节目组还是选择了既有认知度又真正热爱京剧文化的名人,“如果我们只是找好看的或者话题多的流量明星,他们对传统文化不好奇反而排斥,肯定坚持不下来,最后肯定也没法成功挑梁那场难度极高的公演。”

戏曲类综艺很难商业化

文化综艺虽然已成为市场的风向标,但如何商业化却仍是难题。田川坦言,文化类节目确实尚未找到成熟的商业模式,戏曲类尤甚。“像戏曲类文化节目,我们未来的产业链一定是面向普通老百姓的。但这需要长时间培养,而且也要寻找更合适的节目形式去培养。”

在田川看来,《传承中国》只是一次大胆尝试,内容、呈现形式都仍在摸索当中。但这档节目的播出,必然可以让更多人关注到戏曲文化这片珍稀“矿产”。“就像现在文化类节目都很火,但最初大家也没有想到它会火,因为现在年轻人的喜好难以琢磨。所以我们希望给戏曲产业铺路,尽力让身边的人喜欢这个节目,然后有更多的人持续来做,直到形成大规模的文化事件,投资、产业链等就可能就被吸引而来了。”

张赫



刘晓庆



瞿颖

“国民月老”孟非 过招“中国式父母”

由孟非担纲主持的全新一代相亲交友节目《新相亲时代》即将在江苏卫视播出,“国民月老”孟非首次正式过招“中国式父母”,90后主持人张纯烨活力加盟,两代人的情感观点在现场激烈碰撞。

《新相亲时代》由《非诚勿扰》X《中国式相亲》的原班团队打造。对孟非来说,主持《新相亲时代》更是全新的挑战,他甚至表示:“站在这个舞台上,跟这么多家庭,这么多父母对话,我就不禁开始思考,这要是我挑女婿怎么办?这种感觉,我在《非诚勿扰》就从来没有过。”

谈及坐镇这档节目的初衷,孟非解释说:“过去做《非诚勿扰》的八年,有很多观众给我私信,或者在舞台上跟我说,我爸妈也喜欢你们节目了,我爸妈也想来。这种诉求一直萦绕在我和团队小伙伴们的心里,于是有了我们现在看到的《新相亲时代》。”对于《非诚勿扰》和《新相亲时代》之间的关系,孟非认为可以这样总结:“《非诚勿扰》是指向一次恋爱的开始,而《新相亲时代》,男女嘉宾们都带着他们的父母,这个节目可能更多指向的是婚姻。”

莫斯其格

郑爽变“后天学霸”

明星不乏学生时代是学霸的,但成名后接受新知识的却不多见。近日,综艺节目《这就是铁甲》曝光一组剧照,照片中郑爽、张一山、吴尊进入学习模式,似乎在暗自较劲。郑爽站在机器旁边,手拿笔记本,嘴唇微抿,一副认真思考的样子。吴尊眉头微蹙,低头认真记笔记,认真的样子令人期待。

而一向调皮的张一山,也开启学霸模式,趴在桌子上,一边听选手讲解铁甲格斗相关知识,一边在笔记本上快笔疾书。遇到问题,与选手激烈交流,甚至用手比划动作,专注学习的样子也与平时不同。

据悉,《这就是铁甲》是由郑爽、张一山、吴尊以及一位神秘大咖担任战队经理人的铁甲格斗节目,将集结来自全球各地的铁甲竞技高手,打造一场“铁甲格斗竞技世界杯”。

冷雪

欧阳娜娜表情包 自己爸爸都在用

上周末,《非常静距离》播出的最新一期节目中,欧阳娜娜回应《演员的诞生》演技被黑:“我们的想法很简单,就是去学习的。”她还特别提到有一次自己在忙工作没时间回复爸爸的消息,爸爸就发来自己此前在节目上的“咆哮”表情包,这让她很无奈,直言:“是亲爹吗?怎么发自己女儿被黑的表情包?”

网友曾猜测欧阳娜娜首战就战胜老戏骨晋级是因为“有后台”,对此欧阳娜娜也回应称自己的团队就5个人:“妈妈,亲戚,表姐,一个助理。”此次来参加《演员的诞生》就是为了去学习的。

黄仁

《生命时速》 急诊医生与时间赛跑

从《急诊室故事》《人间世》开始,东方卫视先后推出一系列聚焦医疗卫生题材的优质纪录片。上周日,国内首部以120急救医生为题材的大型院前医疗急救纪实片《生命时速·紧急救护120》在东方卫视开播。

该片将镜头对准了上海市医疗急救中心的三辆120救护车,记录了9位一线急救人员在接到急救任务后所发生的故事。该片从500多个拍摄案例中节选出了72个故事,采用跟踪拍摄、多组摄制组并进的方式,聚焦“默契兄弟连”“男女好搭档”“患难父子兵”3个急救小组成员,从120调度中心、急救车厢到医院急诊部,进行多地多机位拍摄,呈现了他们与时间赛跑的状态,释放爱岗敬业、救死扶伤的大爱能量。

因院前急救的特殊性,拍摄小组随时整装待发,在不影响对病人急救的前提下,不预设剧本,也不提供任何人物设定,真实展现急救人员从接报到受命出发,争分夺秒赶赴现场进行抢救的过程。该片还真实记录了不少人缺乏合理使用急救120的意识,种种令急救人员十分无奈的场面。节目中也给观众带来实用而生动的急救医学知识普及,将日常相关的医学常识、急救技巧等自然融入纪录片中。

李夏至

收视九连冠 《声临其境》赚翻了

本周六,湖南卫视《声临其境》将播出年度大秀最终场。节目由总导演陈凯歌、声音司仪张国立两位大腕保驾护航,上周,朱亚文、尹正、赵立新和王劲松四位声音大咖与助演嘉宾一起奉献了一场视听盛宴。本周张铁林、郭德纲、韩雪和梅婷的比拼,也让观众期待



张铁林邀请老搭档戴春荣助阵

已久。其实,《声临其境》的制片人徐晴接受采访时透露,从默默无闻到全民追看,节目已经赚得盆满钵满,下季节目也早已正在准备进行中。

软广硬广趋于饱和

从今年一月初开播至今,并没有投入太多宣传的《声临其境》靠着良好的口碑与演员过硬的台词功底,实现了收视“九连冠”,全国网收视率0.72,份额5.27%;CSM城域收视率0.97,份额6.26%。随之而来的是节目广告激增。湖南卫视广告部一位工作人员透露,目前有5个客户做了节目的软性植入,“除了最早的一家冠名客户,其他都是后面跟进的。”而在节目间隙播出的硬性广告,早就达到饱和。

当初录制完第二期节目,张铁林把写有“声临其境”的书法作品送给徐晴,是出于一种美好的祝愿,他不会料到节目会如此成功。作为湖南卫视的资深制作人,徐晴自己也不笃定。这样一档原创节目最大的难点在于,如何把节

目短暂性的话题和非流量型明星特点,与互联网时代单调性与消耗性结合起来,避免公众情绪的一拥而上和短暂兴奋。

短视频传播优势明显

第一期播出时,徐晴一直盯着实时收视曲线。在赵立新表演2分钟台词秀时,曲线突然下跌。她心想,垮了,这段赌输了,观众还是认脸、认流量。没想到几分钟后,数据慢慢回升。后来,“赵立新”三个字竟然上了网络热搜。不过,坦率说,节目首期就大获成功,大家都没想清楚为什么。直到第三期,配音桥段铺天盖地出现在网上,他们才发现,原来碎片化了的声线刚好满足短视频的特点,与网络传播的优势恰好契合。

《声临其境》一开始邀请演员时,恰逢综艺节目《演员的诞生》风波不断,徐晴曾遇到这样的质疑:“你们不会也玩演员吧?”对此,她也表示理解,“第一期太难,嘉宾不知道你把他们当什么,能来的都是真朋友。”邀请演员,现在当然不会再成问题了,不少演员甚至主动要求上节目。不过,对于已经板上钉钉的第二季节目,徐晴给出了自己的坚持:“我们是靠演员实力说话的节目,不会用博眼球的做法,节目品质永远是第一位的,收视率是其次的。”

本报综合