

户外竞技类节目的主题设计探析

——以安徽卫视《男生女生向前冲》为例

亢海玲 钟家元

[中图分类号] J904 [文献标识码] A [文章编号] 37-1330/G4 (2013) 1-047-3

[内容提要] 本文在剖析安徽卫视《男生女生向前冲》节目的主题设计的基础上,围绕主题概念设计,营销娱乐元素;节目元素构建,创新享乐体验;景观符号再造,打造娱乐盛典三个方面探索户外竞技类节目的主题创新。

[关键词] 户外 竞技类节目 主题 娱乐 景观

户外竞技类节目的热潮始于湖南经视和湖南卫视在2008年联合推出的《智勇大冲关》,其以精准的节目定位、新颖的节目形式掀起户外竞技娱乐的激情与热潮。《智勇大冲关》也成为国家广电总局推出的2008年度20个创新创优典型节目形态之一。之后,户外竞技类节目在省级卫视可谓是“遍地开花”,同质化现象也日趋严重。节目形态的创新如果仅停留在技术层面上,那么它只能是浅薄的、短暂的。只有将创作理念融入技术层面,围绕节目特色进行主题化设计,才能具有持久的生命力。安徽卫视2010年推出的《男生女生向前冲》,至2012年已成功举办四季,特色的主题化设计使其成为同类节目的亮点,也为电视节目形态创新提供了一个可供探讨的对象。

一. 户外竞技类节目的主题定位:娱乐景观构建

户外竞技类节目以积极参与、勇于挑战为诉求,以零门槛吸引普通市民参与竞赛,体验竞技娱乐。从本质上来讲,它仍然属于“真人秀”节目形态。“电视真人秀作为一种节目,是对自愿参与者在规定情境中,为了预先给定的目的,按照特定的规则所进行的竞争行为的真实纪录和艺术加工。”^①因此,“真”是特色,“人”是核心,“秀”是游戏规则。而只有掌握好游戏规则,才能全面展现节目的特色与核心。

户外竞技类节目就是要通过纪实性与游戏性,产生组合编码的戏剧效果,构建全民娱乐景观。随着现代社会新兴媒体的迅速发展,由媒介编织的各种景观已经成为人们视觉和意识的中心,引导着人们的日常生活与消费。娱乐在社会生活中居于重要位置,也是制造媒介景观的重要元素。户外竞技类节目创新的节目形式,如惊险刺激的赛道、选手的竞技“秀”和个性“秀”以及与观众形成的互动与联动等,使其成为大受欢迎的娱乐消费文本。户外竞技类节目构建的娱乐景观,给受众带来的不仅是个体经验的审美快感,在某些环境下,它也成为了一个包含了潜意识能量的“转换客体”^②,充当一个安慰的载体,使受众在审美体验中缓解或释放压力,形成观看的舒适感。因此,户外竞技类节目各种元素的构建及视听符号的运用本质上都是为全面展现节目主题服务,即构建娱乐景观。

二. 安徽卫视《男生女生向前冲》节目的主题表现

围绕“娱乐景观构建”主题,各大省级卫视频频出招,推出各具特色的户外竞技类节目。安徽卫视于2010年推出《男生女生向前冲》,率先打出“阳光下的健康爱情”的概念,将户外闯关与恋爱交友集合于一身,至今已成功举办四季。创新的主题设计吸引众多选手的参与,“节目开播第一周,平均收视排名

第一；周六收视率0.846，充分开发了午间收视空间的巨大潜力”^③。为全面阐释新时代的竞技娱乐、全民娱乐，《男生女生向前冲》节目充分利用多种方式构建娱乐景观，不断创新受众享乐体验，取得良好的传播效果。

（一）男女阵营设置，体现两性互动的魅力

两性文化源远流长，其丰富的内容与思想体系成为人类文化的重要组成部分。无论在任何社会，它都是艺术创作的源泉。因为任何社会都存在着一整套关于两性行为的期望和社会角色，性别的社会文化属性规定着关于男女的社会角色及社会评价，与我们每一个人都息息相关。《男生女生向前冲》充分挖掘两性互动中的娱乐元素，在引进国外较新的赛道设计模式的基础上，特别设置男女双赛道，这在同类型的节目中独树一帜。一方面，男女阵营的对立，使竞技从个人赛上升到了男女团体竞赛，每期节目结束，落败的一方将会受到惩罚，如集体跳水，不仅增加了节目的娱乐看点与趣味性，也可以通过“心理期待”培养观众对节目的忠诚度，不同性别的观众自然会期待自己的阵营取得胜利。另一方面，男生赛道在设计上也充分尊重男女差异，男生赛道注重力量与速度，女生赛道则在智慧与趣味上更为讲究。差异的设计展现两性不同的特质，力量美与灵巧美的对立在男女赛道闯关过程中可以得到完美阐释，两性互动也就有了基础。而男女两队在赛道外的即兴互动，也为节目增添了娱乐性。

（二）参与群体多元化，展示草根群体文化

“草根”一说引入社会学领域，就被赋予了“基层民众”的内涵。2011年，中国青年报社会调查中心通过民意中国网与搜狐新闻中心，对4224人进行了一项在线调查显示，56.6%的受访者表示自己就是“草根”。^④这一调查结果充分说明了“草根文化”的盛行。草根文化是相对于阳春白雪占主流的雅文化而言的，它实际是一种“副文化、亚文化”现象。它的流行是社会民众的一种诉求表达，折射出社会民众的一种生活消费需求以及身份认同。而户外竞技类节目参与的低门槛，为这一群体提供展示群体文化、表达自我的平台。通过表演与个性秀，选手在自我娱乐的同时，也娱乐着受众。因为受众可以通过选手的参与与展示，体验着这些充满着乡土气息，蕴含着丰富的生活共识的草根文化，不断产生认同度与心理愉悦感。为充分展示

不同群体的文化特质，《男生女生向前冲》节目对选手进行整合与分类，并设置专场。如第四季2012年7月21日的重庆专场中，变脸、川江号子的表演展示了川蜀特色文化，特别是具有三千年历史的非物质文化遗产川江号子，原汁原味，浓郁的乡土气息给观众带来新的体验。7月29日的节目中，嵩山少林寺俗家弟子武术表演团的《闯山门》及《少林十八般兵器》，少林功夫带来视觉盛宴，而之后闯关的窘态与其少林武僧头衔的反差又可以直接刺激观赏者。

（三）公益性元素的加入，价值导向体现社会责任感

户外竞技类节目的主题定位为构建娱乐景观，但从长远意义上讲，缺乏公益理念的娱乐节目无法拥有持久的生命力。表面的、一时的哈哈大笑的娱乐只能使节目陷入空洞和浮夸的漩涡，也无法满足现时代受众更高的精神需求。带有公益性元素的娱乐会使节目变得更充实、更有意义。考虑到户外竞技类节目的娱乐属性，对于公益性要做广义上的理解，笔者认为应从节目的价值导向上去考虑，如节目中所体现出的励志性、勇于挑战、积极的心态等。“全民健身榜样节目”《男生女生向前冲》就是要通过参与者所表现出的运动娱乐、积极的自我展示带给受众舒适的心理体验，引导受众积极的生活方式与态度，从而体现出节目更具丰富的社会意义。如在第四季节目中，将第三季成绩较好的闯关选手设置专场，让他们再一次进行自我挑战，并设置了全国终极总决赛。同时还为大学生设置专场比赛，通过所有关卡的大学生将获得全年学费的奖励。将公益性元素巧妙融入节目的娱乐主题中，不仅增加了节目的看点，也体现出作为电视媒体的社会责任感。

三、户外竞技类节目的主题创新

在户外竞技类节目日趋同质化，收视竞争白热化的今天，能否通过形态创新给老的品牌节目注入新鲜活力对于电视节目的发展至关重要。安徽卫视《男生女生向前冲》节目在主题设计上与表现上的创新使其成为同类节目中的亮点，也为同类电视节目在主题创新探索上提供了一定的借鉴意义。

（一）主题概念设计，营销娱乐元素

概念营销着眼于消费者的理性认知与积极情感的

结合,通过导入消费新观念来进行产品促销。运用于媒介产品的营销,就是要在了解社会及大众的真正需求的基础上,进行主题挖掘,概念设计,打破节目雷同,寻求差异化,以达到观念促导、先声夺人的目的。在户外竞技类节目的主题定位是构建娱乐景观,竞争差异化的关键就是进行主题概念设计,为受众提供新的娱乐元素,从而有利于形成节目的品牌概念。如《男生女生向前冲》节目打出的“阳光下的健康爱情”概念,将户外闯关与恋爱交友集合,适应现代社会环境的变化以及生活需求的改变,令受众心动、向往,从而产生参与的激情与观赏的愉悦。户外竞技类节目在进行主题概念设计时需注意几个问题:一是进行市场细分,真正了解目标受众群体的消费需求及趋势;二是寻找和挖掘适合的节目主题概念,节目开发与设计与主题概念设计需相辅相成,可以从节目模块设置和娱乐卖点入手,剖析一些受众比较关注的现象,构建一种新的娱乐需求,从而吸引受众的关注,进而引发参与激情与热潮;三是要做好主题概念的“落地”工作,概念不能只成为噱头,要将其转化为受众可以体验和感受的娱乐价值时,才能真正通过主题概念来营销娱乐元素,这就需要通过具体的节目元素构建来实现。

(二) 节目元素构建,创新享乐体验

元素是构成物质的最小单位。“从理论上说,只要能够析出的元素,都可以成为变量,带来族群与族群的不同,带来个体与个体的差异。”^⑤节目元素之间的差异和组合是差异化竞争的关键。构成节目的元素分为内容和形式两大类元素,内容元素主要有经济、政治、文化、社会、情感、故事等元素,形式元素主要有视觉、听觉、时间、空间、刺激、技术等元素。^⑥在《男生女生向前冲》中,男女阵营的互动、参与群体多元文化展示、运动达人选秀、地域特色专场的设置等都构成了节目具有特色的内容元素;而闯关奖品的设置、“海豚救援天使”等体现了其形式元素的差异性。户外竞技类节目在进行节目元素构建时,一方面可以适度从参与者身上挖掘特色元素,如参与者的表演秀及竞技秀,但要避免参与者通过夸张的造型、雷人的表现标榜自己特色这一传播误区。另一方面要充分利用文化这一特质赋予节目更具丰富的社会意义,如群体文化、地域文化,通过节目符号元素的传播,可以使受众体验到文化的多样性与丰富性,也可以增进不同社会群体角色之间的交流与沟通,发挥文化的社会整合功能。同时在赛道的设计上还需兼顾

挑战性、刺激性与新奇性,关卡难度要适中,既不能失去了刺激性,又不能让每个人都折戟而归。赛道的设计最主要的还是要让参与者有挑战的激情,而观赏者又能体验到快感,即参与者在闯关过程中的各种“奇观”为观赏者带来的娱乐体验。

(三) 景观符号再造,打造娱乐盛典

景观符号的能指是人们通过感觉器官可以直接感知到的景观元素的基本信息,所指则是这些景观元素表达出的深层次意义。电视节目里的视听元素符号都是受众可感知的景观符号,如主题词、片头音乐、特效音响等声音元素都具有表征内容及意义的功能。户外竞技类节目需要设置具有符号意义的景观元素,构建娱乐景观,打造娱乐盛典。《男生女生向前冲》节目的主题曲、“冲冲家族”、参与者个性秀、“亚洲一号”赛道、安徽卫视冲锋衣等都是极具特色的景观元素。如阵容强大的主持群带来的不仅是一种气势,更是一种娱乐符号,本身就具有很高的娱乐价值,他们各具特色的风格,通过语言、姿势等带动的娱乐氛围不仅可以为观众带来娱乐体验,更成为节目的标志性符号。而“亚洲一号”赛道表明赛道设计是国内同类节目难以企及的超大规模,参与者征服赛道就是挑战极限、征服自己,可以满足其心理最高层次的需求,即自我实现的需求。

注释:

①尹鸿 冉儒学 陆虹:《娱乐旋风——认识电视真人秀》,中国广播电视出版社,2006年版,P6

②高字民:《从影像到拟像——图像时代视觉审美范式研究》,人民出版社,2008年版,P132

③《大栏目·大影响》,《广告人》,2011.10

④禾刀:《能与精英抗衡“草根”才会成主流》,《中国青年报》,2011.3.25

⑤张小琴 王彩平:《电视节目新形态》,中国广播电视出版社,2007年版,P9

⑥谭天:《论电视节目形态构成——一种用于节目研发的理论模型》,《现代传播》,2009.4

作者单位:武汉长江工商学院
武汉钢铁(集团)公司