

# 电视现场类栏目结构的新模式—— 成败故事

□ 陈建群

在今天许多受欢迎的电视栏目中,成功与失败的影子随处可见。选秀栏目中的参与者能否成功晋级,相亲栏目中的男女嘉宾能否成功牵手,体育闯关栏目中的选手能否冲到终点等等,都属于成功与失败的范畴。在这些栏目中,参与者为了成功而努力,最终或成或败,从而形成一个个故事。在许多栏目中,成败故事贯穿整个栏目或单元,形成栏目的框架和主线,它已经不再是栏目调味的佐料,而成了栏目的一种重要的结构模式。本文所称的“现场类栏目”,是指那些在一个既设场景中进行,具体内容在这一场景中即兴形成的栏目。近年来,这类栏目的故事化倾向越来越明显,而成败故事,则是其故事化的主要方向之一。

## 成败故事在电视现场类栏目中盛行的原因

成败故事之所以在现场类栏目中盛行,其根本原因在于成败故事和电视媒介在本质属性上有着较高的契合度,现场类栏目能够为二者的结合提供绝佳的平台。成败故事对于观众有着较大的吸引力,电视需要吸引观众,同时又擅长叙事,现场节目能够进一步放大成败故事的叙事张力。这些因素成就了今天的成败故事型现场栏目。成败故事对观众有着巨大的吸引力,主要有以下几个原因:

首先,成败故事是对现实生活的再现。我们生活中的目标有的能够实

现,有的不能实现,即我们有时成功,有时失败。成则喜,败则忧。因此,我们在成败揭晓之前的等待过程中,便会产生急切、担心、期待等心理。诺尔曼·N·霍兰德在《文学反应的动力》一书中指出,文学作品的愉悦性在于作品通过迂回的形式把我们的焦虑与欲望转变成社会可以接受的意义。①失败是我们最常面对的焦虑之一,成功则是我们希求最多的欲望之一,将它们寓于文艺作品之中必然能产生愉悦性。人对成败故事的热情数千年不减,正是因为它体现了我们的焦虑与欲望。

观众收看成败故事类电视节目,是对自己现实生活的一种观照。许多观众在收看节目时,想象如果自己是节目中的主人公会怎么样,应该怎样应对,从而得到一种与节目主人公相近的心理体验,而又不必真实地面对成败去做出艰苦的努力,承受巨大的压力和失败的痛苦。成败故事蕴含的焦虑与欲望,能够给人以愉悦感的内核正在于此。

其次,观众关注人物的成败。成败故事类电视节目中,一个人物形象建构起来,观众便会对他(她)产生感情,或钟爱,或厌恶。此时再将人物置于成败的框架之中,观众就会关心其成败,进而关注故事情节和这档节目。《中国达人秀》的人物建构过程就比较典型。在这个栏目中,每位(组)选手上场后,先自我介绍,接着展现自己的才艺。选

手的身世述说和现场表演都有着建构人物的作用。通过它们,观众会对选手产生一定的有时甚至是强烈的感情。例如,2012年初的《中国达人秀》节目中,有一对跳国标的老先生、老太太。他们以六十岁左右的年龄,跳出了高难度的优美舞蹈,震撼和吸引了观众。他们的练习和参赛受到家人的反对,却又赢得了观众的同情,观众十分希望他们获得成功。许多观众跟着节目一路看下去,除了想看到他们的表演,更关注的则是他们的成败。他们成功晋级一次,观众就为他们高兴;他们一旦面临风险,观众就为他们担心、紧张;他们最终止步的时候,观众为他们伤心落泪。这对选手之所以受到观众如此喜爱,无疑与栏目对他们的人物建构有关。

第三,观众能够从某些人物的失败中获得乐趣。近年来,电视上刮起一股审丑风,一些资质平平的参与者在节目中露面并惨遭失败。这些节目赢得观众并不是因为观众喜欢丑,而是因为观众在潜意识里喜欢看到别人的失败。

成败故事型节目既呈现成功,也呈现失败。那些已经赢得观众喜爱的人物的失败,会让观众惋惜,甚至流泪,而那些本就平庸甚至低劣的表演者的失败,则会给观众带来笑声。从本质上讲,前者与悲剧的性质相同,后者与喜剧的性质相同。比如,体育闯关类栏目中许多选手一出场就表现得平庸

笨拙,过不了几关就落入水中,他们的失败往往会给观众带来笑声,这种笑声是嘲笑的,源于人的本能。

电视长于叙事,讲故事有声有色,而发议论、讲知识则显得力不从心。近一个世纪以来,电视节目经历了种种实验,最终保留的大多是故事元素,这充分说明了故事是适合电视媒体的节目形式。电视又是现场感极强的媒体,现场类栏目自电视诞生以来一直占据着大量的时段。现场类节目一旦以故事来结构,观众就不再是看复述的或编写的故事,而是直接目击故事本身。因此,现场类栏目呈现出来的故事能给观众更加真实的感受,能显著地增强观众的紧张感、悬疑感。成败故事因主人公目标与环境的冲突,天然地具有较强的张力,而现场类栏目恰恰能够进一步提升这一张力。这是越来越多的现场类栏目采用成败故事模式的根本原因。

### 成败故事型现场栏目的节目规则设置规律

现场类栏目向观众呈现的是什么样的故事,主要取决于节目规则的设置。节目规则设定之后,所有节目单元大体上会呈现出一种或少数几种故事形态。设置节目规则,只有充分尊重成败故事和电视现场节目的内在规律,才能最终赢得观众。

**成败明确。**成败故事的基点之一是成败。一个好的电视成败故事,它的结果应该是明确的,或成或败,不能有中间地带。现实生活中的成败,有时候可能并不明显,而成败故事则可以通过规则的设置,使成败明确化。《西游记》的故事中,成功的标志是取回真经,并且取经人必须是唐僧。唐僧一旦被妖精吃掉或者破了戒,取经即告失败。这就是作者对规则的设置。成败故事型的电视栏目也是如此。每一位

一组)参与者的成败必须是明确的,或者成功,或者失败。不能像有的栏目那样,本来安排了几位参与者同台竞技,等到评判的时候,评委却说,甲很好,乙出色,各有千秋,半斤八两。成败故事型栏目必须设置明确的成败规则。因为观众看到参与者为一个目标努力,都有想知道其成败后的心理。如果最终没有明确的成败,观众就会失望。如果观众知道正在观看的故事没有明确的成败,也会降低节目的紧张感。成功的成败故事型栏目都有着明确的成败规则,如体育闯关栏目,落水即为失败,闯到终点即为成功。《中国达人秀》三个观察员中,两人或以上说 Yes,即为成功,两人或以上说 No 即为失败,并且每位观察员都必须说 Yes 或 No。

**成败立判。**成败故事型现场栏目中的成败还需要在栏目中即时判定,不能拖延太久。比如,一个选秀栏目,播出时没有结果,而是等事后统计观众投票,一周后予以公布,这就会使成败对观众的刺激大打折扣。由于结果要延后公布,观众收看节目时感受到的紧张程度会大大降低。今天的成败故事型栏目大多是成败立判的。实际上,许多节目由于规则设定简单明确,在节目进行中,观众自己就可以判断成败。

**适当掌握成败比例。**成败故事吸引受众的基础之一是成败的不可预知性。如果一个栏目中,参与者总是成功,极少失败,或者总是失败,极少成功,观众在收看时就会失去悬念和紧张感,节目的吸引力也会随之下降。在这方面,《非诚勿扰》把握得比较恰当。男嘉宾成功的几率不高,但也不是非常低。因此,观众收看的时候,对于每位男嘉宾能否成功存在着较大的悬念。相比之下,《非你莫属》则显得成功的比例过高。经常收看这个栏目的观众都知道,应聘者大多能在节目中找

到工作,这就在一定程度上降低了节目的张力。

**塑造人物形象。**只有栏目中的人物得到观众的喜爱,观众才会真正关心他(她)或他(她)们的成败。栏目如果能够塑造出一些可爱可亲的人物,就能提高吸引力,提升审美价值。为此,栏目在最初遴选参与者时,应该有意地选择一些有亲和力、有故事的人物,并对他们可亲、可爱的方面做充分的发掘。在节目录制中,可以采取播放短片、现场采访等方式展现人物。体育闯关类栏目中的闯关者,如果动作敏捷,意志坚强,就会树立起正面形象;选秀节目中的选手如果才艺突出、举止得体,也会树立起正面形象。栏目制作方应该给有潜质的参与者较为充分的展现空间,使他们的形象尽量丰满。《中国达人秀》在塑造人物方面比较突出,一方面是因为作为选秀栏目,它的参与者有表演机会;另一方面也是因为一位(组)参与者有机会在多期栏目中反复出现,从而可以使人物的形象更加丰满。

采取成败故事模式结构电视现场类栏目已经成为一种潮流,产生这一现象的原因是什么?此类栏目的操作规律有哪些?回答这些问题的关键在于把握电视、电视现场类栏目和成败故事的契合点。中外电视工作者的大量实践提供了充分的研究素材,值得我们进一步探索。

(本文系“2011年度辽宁省社会科学规划基金重点项目——辽宁省突发性公共事件的传播管理研究的阶段性成果”,项目编号 L11AXW001)

(作者单位:天津师范大学)

栏目责编:邵满春