

# 导演竞技类网络综艺的节目策划模式分析

范靖雯

(南京传媒学院, 江苏南京 211172)

**摘要:**从2014年网络综艺元年开始,网络综艺节目已经从小成本、小作坊式的策划模式,发展为制作、大投入的节目策划新阶段。近年来,在网综的诸多节目类型中,竞技类因其丰富的竞技形式、多元化的表达方式,成为了市场占有率较高的节目类别。本文遵循网综节目的分众化规律,以导演竞技类网综为例,对该类型的节目进行策划模式的分析与探索。

**关键词:**导演竞技类;网络综艺;节目策划

## 一、导演竞技类网络综艺节目的审美特征

### (一)深挖影视行业,表现精分领域专业性

近年来,随着节目的网络化延伸,对于网络综艺节目而言,做好观众的分众化管理,精准定位专业领域,做好挖掘和提炼,是实现节目创新化探索的关键。比如《导演请指教》《开拍吧》等聚焦影视导演这一专业性极强的领域,以熟悉的陌生领域作为节目的亮点,以导演、制片人、演员、观众、学者、影评人等的共生关系为节目的情节推动力,衍生出无数的舆论爆点。

### (二)融合多样元素,展现电影微缩流程

以《导演请指教》的嘉宾选择为例,四位制片人,代表了不同类型电影的价值取向。如一跪成名的艺术片监制方励、以粤语商业片之王著称的制片人王晶、演而优则导的类型片制片人郝蕾、屡屡创下票房奇迹的制片人李祗希等,他们都从某个侧面体现了中国电影的制作模式——“制片人核心制”,用他们的价值取向投射出中国电影市场的价值观。

网综《开拍吧》更是在四位投资人的选择上下足了功夫,作为现场最有话事权的四位嘉宾被称为绿灯会,分别为作家代表刘震云、导演代表陈凯歌、演员代表舒淇和监制代表陈思明。这一设计无疑为观众提供了导演、监制、编剧和演员四个角度和层次去关照影视行业及作品。

而两档竞技类综艺,都通过N轮拍摄不同主题的拍摄,与线下影院的观众互动等环节,为观众呈现出一个电影微缩的制作流程。

### (三)扶植新人导演,体现导演的不同职业生存状态

无论是《导演请指教》抑或《开拍吧》,并没有将名气作为选择导演选手的依据,反而是选择一些冉冉升起的未来之星,他们有才华、有拼劲,但是缺少一个让观众知道他们的机会。也为整个影视行业青黄不接的现状注入一股新鲜的血液,让观众对影视业的寒冬有了期待与支持,通过节目认识了解这些新人导演,并在后续的节目或影视作品中支持他们。

两档综艺都不约而同的在参赛导演的选择上下足了功夫,毕竟这是一档导演拍电影的竞技节目,还是要看导演拍作品的。如《导演请指教》的16位参赛导演,兼顾了导演作品的品质和话题度。有已经成名的大导演关锦鹏,当然,关导的出席并不为参赛,只是表达了他对新人导演的支持,从而提升了该当比赛的级别;有学院派代表北京电影学院教师及学生相国强、曾赠、德格娜,他们都是专业技巧过硬、在许多电影节获得过一定认可的新人;演员跨界导演吴镇宇、包贝尔、韩雪,如果说演员跨界执导已经不是新闻的话,那么歌手梁龙、主持人蔡康永的跨界参赛确实能为节目带来一定的话题度;其中,最受争议的恐怕是曾被网友打出2.2分的博士导演毕志飞了,在首轮比赛已经被淘汰出局,也许他的出现本就是节目组的一场策划;除此以外还有野生新人导演吴

中天、王一淳、宁元元、钱宁黄、王文也、王旸,其中也不乏专业能力极强者。丰富的参赛阵容,让竞技比赛的火药味更浓,这就是竞技类节目本身的魅力。

《开拍吧》因参赛导演只有六位,因此选择更加挑剔,尽可能多的覆盖各种类型,如喜剧片导演《万万没想到》《沐浴之王》的导演易小星、被称为十年难得一见的性格导演沙漠,科班出身于北京电影学院,并且已经有了票房和口碑都不错的电影《我要我们在一起》等;彭宥纶,某卫视视觉总监,擅长电视片、宣传片;怪才导演郝杰,擅长艺术,多次凭借原创作品在FIRST电影节获得最佳导演、最佳编剧奖;胡国瀚,网大高分电影导演,网络电影作品《法医宋慈》等;除此之外,节目组还邀请了一位导演经验为零的新人导演,但是同时又是具有一定影视知名度的跨界演员王璐丹,这一点可谓是节目组的一个精巧设计,从策划的角度说,既然必须要有一位经验为零的新人导演,那么不如选择一位具有知名度的演员更具有话题度,更能与其他五位导演势均力敌,而不会显得过于羸弱。

## 二、导演竞技类网络综艺节目《导演请指教》的创意分析

《导演请指教》是一档由腾讯视频出品的国内首档影视导演真人秀节目,制作以导演的影视创作功能为特色的导演竞技类网络综艺节目。于2021年11月5日首播,共10期。

《导演请指教》节目为国内首档导演选角节目,从导演视觉出发,以全影视化拍摄为呈现形式,完整呈现了影视行业从选角到成片的工业全貌。节目在“影视寒冬”背景下,强调影视行业要靠实力和品质取胜,对当下影视行业突破困境具有启迪价值。

### (一)好的网综节目离不开精准定位

#### 1.立足影视行业,将注意力围绕在核心成员

影视行业一直是很多观众心目中的象牙塔,除了演艺明星的无限魅力之外,因其幕后的专业性,以及为无数观众造梦的神奇手段,让观众对影视行业充满了好奇与憧憬。而导演类竞技节目,让导演与演员、制片人这三个互相成就的职业走下神坛,创造性的将这一行业的横切面展现给观众,揭开了影视行业的神秘面纱。

#### 2.遵循导演评价的现实规律

严格来说,导演是一个幕后工作者,虽然近年来许多综艺现场出现了导演走向幕前的情况,但在实践环境中,导演属于一个拿作品说话的幕后英雄。对导演的评价标准多半是看他的作品,包括艺术价值、商业价值和社会口碑这几方面。

#### 3.贴近影视行业的实际情况

改革开放以来,中国的影视行业已经从“导演中心制”逐渐过渡到“制片人中心制”,这种来自好莱坞的电影制作模式能够更好地适应市场需求,提高制作效率,降低投资风险。尤其对于新人导演来说,因导演用作品说话这样一个特殊性,更需要老练的制片人为其出谋划策、弥补导演新人阶段的不足。《导演请就位》立足影视制作行业的现状,选择了四位不同风格的制片人作为导师,正是处于这样一种考虑,不仅能从四位制片人的评判标准上,更加能从他们的本身的要求上,为观众提供更为专业的评判价值,也能从他们苛刻的选择中窥探影视行业的秘密。

### (二)好的网综不能没有创新

#### 1.以制片人和导演的双视角贯穿节目的始终

节目以制片人和导演双视角贯穿始终,展现导演竞技和制片

人互动的双重景观，透视出影视行业生产链条的运作过程。使得节目在制片人的引领下，为观众提供观察与审视节目和影视创作全环节的视角。

## 2. 以嘉宾类型的差异化形成节目看点

首先，四位风格迥异的制片人本身就是节目的看点，有曾经为《百鸟朝凤》一跪成名的艺术电影制片人方励；有票房奇迹《你好，李焕英》的制片人陈祗希，演员出身的郝蕾，以及商业电影的代表人物王晶；他们代表了不同的电影市场需求。

其次16位不同背景的参赛导演也让观众充满了期待。这当中有已经非常有名的导演关锦鹏、有专业扎实的学院派代表、有初出茅庐的新人导演、更有如包贝尔、吴镇宇、蔡康永、白雪、二手玫瑰的主场等跨界选手，他们代表了如今导演群体中的多种欲望与现实。如果不是这场综艺秀，很难让人想象出这些人可以在一起同台竞技。

再次，各种性格迥异的演员也成为了素人以外的明星亮点元素。其中以性格鲜明、爱恨分明的李诚儒为代表，增加了节目的话题度。

最后，不得不说一下该节目的专业评审团，包含了大量专业的影评人和学院派教授。学院派与市场派的理论争锋，让场上的讨论一度先入白热化。他们身上所折射出的对视听语言、影视行业的不同行业规则及矛盾点，增加了观众的看点和话题度。

## 3. 以作品的艺术价值与商业价值考核展开导演竞技

节目创新采用四个阶段的建制来呈现演员的竞技过程，第一个阶段，通过改编经典名作来展示导演的工作过程及能力，对场上的16位导演进行首轮淘汰赛；第二个阶段，制片人开始加入到影视制作的过程中，观众看到了更加真实而全面的现实场景，制片人和导演之间互相补位、互相支撑的关系；第三个阶段，节目加入了线下展映环节，让导演作品接受市场的真实反馈，通过上座率、观众口碑等真实调研来决定导演是否晋级，将作品还给观众来进行评价，毕竟最终这些导演还要回到市场和观众中去。

## 三、竞技类网综的策划模式探索

### （一）以互联网用户为主要受众群体

因为互联网的主流用户是80、90、00后这一批网生代，因此，网综的策划需要在体现网络特点的基础上，聚焦网络上年轻人的喜好和口味，并进一步以综艺的方式引领网民的审美风尚。

突破了传统综艺节目的类型限定，使娱乐和纪实的边界逐渐消失。在《导演请指教》网综节目策划中，融合了导演这一职业的竞技、娱乐化的综艺现场、导演的拍摄过程的真实记录、短片本身包含喜剧、情感、公益等多元化的内容与元素，越来越难用一个类型来界定一档网综节目。这既体现出网综追求丰富样态和视听体验的诉求，又体现了互联网空间融合传播的突出特征。

### （二）立足影视专业领域，充分满足观众好奇心

如今网综已经进入到一个自主原创的全新阶段，但是这并不意味着“闭门造车”。网综策划要以全球视频类综艺发展的前沿动态为参照坐标系，善于从世界著名节目模式中吸取精髓，或者在模式引进的基础上展开本土化创新，以适应新环境的新需求。

对国内观众来说，影视行业一直是一个神秘而精彩的世界。对于网综策划来说，当下的一大趋势是做好分众化，也就是深挖垂直领域，把一个细分领域的受众需求高度提炼、加以满足，以此来不断展开对新样态、新形势的探索。

### （三）直面影视行业痛点，借力打力

我们的策划创作永远不能脱离社会、脱离时代，否则也就意味着脱离受众。由于社会转型引发的诸多社会问题都是受众最广泛关注的焦点，如婚恋、育儿、代际、职场、社交等相关问题都

是现代生活的“痛点”“痒点”等。在网综策划中，要提炼出这些社会问题的综艺化、影像化的表达方式，才能切中时代的脉搏，得到受众欢迎。

## （四）规范影视行业价值观，传递社会正能量

网络也不是一片无人区，网综发展到现在已经相当规范，并不是“大尺度”“无禁区”的代名词，网综策划依然要坚持底线意识，坚守社会主流价值观，不能一味逐利、迎合市场，要不断提升内容品质、文化品位和审美品格。

《导演请指教》节目中，将影视文化中的多种现实问题做了一次集中的展示，观众通过对于导演、制片人、演员以及整个团队之间的共生合作关系，折射出影视行业的真实图景。有艺术价值与商业价值之间的矛盾、有学院派与实践家们的争论，但最终我们透过节目本身看到了它所传递出的行业价值观及观众的期待——商业电影与艺术电影不矛盾，总有好的导演可以二者兼顾；学院派与实践家也可以同台竞技，在真刀真枪的切磋中，市场自然会有答案。

## （五）以人为本，引发心与心的共鸣

其实任何节目策划中，都应该以人物为核心。网综常突出节目中的人物，以纪实化、故事化的方式体现人物的特点。要在策划中从人物关系入手，凸显人物的鲜明特质，探析人物内心世界，传递人物核心价值，才能进一步引发受众情感共鸣和精神共鸣，从而增强用户的粘性。

网综嘉宾的设置上，明星和素人的比例、人物关系要配合适当。首先，明星的风格要与节目调性一致，或着力培养自有明星，使其和节目共同成长，并形成良性互补；其次，素人不能成为明星陪衬，要让素人真正参与节目，推动节目的进程，并且成为节目亮点。

## （六）视听语言的融媒体化表达

如今的网综，已经从传统小作坊式的制作阶段，转变为了追求制作品质的阶段，网综的核心竞争要素还是内容质量。所以，在策划中，我们要把对我好视频传播的规律特点，进一步细化镜头语言，增加对细节和情节的呈现，增强节目的可视性，已经成为推进节目进程、反应人物关系、凸显画面质感的关键动力。

《导演请指教》节目中，正是引起创新化的融入了导演竞技短片的方式，无形中增加了节目的看点。使观众既可以从综艺节目中获得娱乐体验、放松身心，亦可以在导演们专业的短片艺术中获得高品质的艺术享受。

## （七）用产品思维，与受众建立交流与沟通

交互性是网综的一大特征和优势。网综策划应充分体现受众的参与感和主动性，借助社会化媒体平台的交互性，进一步发挥粉丝效应，提升传播效果。

网综的宣推策划要遵循互联网非线性的媒介特征，打造多介质、多平台的矩阵式宣推格局。一方面，整合内部资源以实现产业链的优化重组；另一方面，借力于外部资源以实现传播优势的有效运用。

## 参考文献：

- [1] 马龙翔, 张贞. 导演竞技类真人秀《导演请指教》的创新与反思[J]. 视听, 2022(09): 79-82.
- [2] 王彦. 《导演请指教》解构“一部电影的诞生”, 引发业内热议[J]. 文汇报, 2021(11): 22.
- [3] 李夏至. 综艺节目《导演请指教》首播引热议[N]. 北京日报, 2021-11-10.