

传播视角分析观察类真人情感综艺发展

李桥昀

福建师范大学协和学院 福建福州 350100

摘要:近些年,随着新媒体技术的快速发展,国内综艺品类层出不穷,其中符合90、00后审美的情感观察类综艺节目出现并且快速得到了许多观看者的支持和喜爱。此类节目不同于之前单纯直接相亲交友、游戏互动、快速匹配等方式的恋爱综艺,而是以一种慢速度、慢生活的理念,精心打造沉浸式拟态环境,打破单一的时空局限,推理和恋爱紧紧结合,通过网络媒介向社会展示新一代青年人的新生活态度、恋爱困境、恋爱观。本文以腾讯热播综艺《半熟恋人》为例,探讨情感类综艺节目的创新与发展,为未来恋爱综艺市场提供一定的借鉴。

关键词:拟态环境; 恶意剪辑; 观察类情感节目; 观察类真人秀

情感节目是节目组设置由主持人和明星艺人、专家组成的演播室观察团作为节目的第二个现场,采用双层叙事结构,双时空剪辑使观众从单一视角扩大多维视角,既可以上帝视角看到第一现场素人嘉宾们的原生情感生活状态,也可以和第二现场嘉宾们沉浸式感受、观察、反思第一现场的发生内容,从而获取一定符合自身的恋爱观、价值观。

一、观察类真人秀情感综艺节目的优势

据统计,现在新一代年轻人相对于老人群体更喜欢在空闲时间把观看综艺节目当作娱乐消遣的方式。在这几年里,内地众多综艺节目中观察类真人秀情感综艺节目超过了一半。其不仅仅是一种节目的形式,其背后存在一定的社会价值,对观看者和现代社会带来深刻的作用。从借鉴韩国《Heart Signal》火爆中国市场的素人情感观察节目《心动的信号》系列到芒果TV打造的聚焦离婚议题的真人秀《再见爱人》,再到今年腾讯视频新出品的轻熟龄恋爱观真人秀《半熟恋人》,不同于之前的恋爱综艺,其更聚焦于轻熟龄群体的心理状态与恋爱理念,面对半熟龄的婚恋现实世界的素人嘉宾们配合媒体,共同生产了一个多视角叠加的媒介景观。

1. 模糊台前和后台界限,产生心理认同感

美国著名学者戈夫曼提出拟剧理论,根据不同行为的发出者,人们的活动区域被分为前台和后台。在前台区域的人就像舞台上的演员,他们可以通过各种道具来精心设计或展示人们所喜欢的理想化形象。而在后台是观众所看不到和触摸不到的区域,是神秘的,不为人知的。对于现在的情感综艺类节目,如果可以巧妙把素人嘉宾其后台行为和真性情的模样呈现给观众,可以为节目增加收益。他们通过布满第一现场的各个相机来拍摄

记录素人嘉宾的吃喝玩乐的话语和动作,这种剪辑多次的放大细节。比如在《半熟恋人》综艺中,节目放大事业有成和自带光环的素人嘉宾们的饭后谈话细节,不难发现他们也拥有和普通人一样面对30+轻熟年龄所遇到的困境和烦恼,比如30岁你还相信爱情吗?年龄的增长会影响择偶观和恋爱观吗?其增加了情感节目的本土化和亲和力,拉近了观看者与节目的距离,潜移默化在节目所塑造的“明星”素人嘉宾身上找到相似点乃至共同点,产生心理认同感,不断消融台前幕后的界限。

2. 沉浸式体验感受,设置多层悬念疑点

《半熟恋人》像很多综艺节目一样也是采用纪实为主的制作方式,在没有剧本的情境下,记录素人嘉宾的日常生活、社交沟通、有趣事件,再配上节目后期的特效和提示词,让受众沉浸式感受、观察嘉宾们的状态和反应。此综艺不同于之前的节目,还特意在素人嘉宾没有见面之前设置网络聊天环节,用“不看五官先看三观”的方式在素人嘉宾心里设下悬念,也增加了节目的趣味性和符合了综艺打造成年轻人爱情观的理念宗旨。此外,节目的开端和结束喜欢采用“孤儿式剪辑”,断章取义叙事、制造矛盾冲突,营造不安氛围来“不择手段”地实现节目的戏剧冲突性,悬念满满,让内容的情绪达到高涨状态,让第二现场明星观察团和综艺观看者不断推理猜测,增强节目的神秘性,增加更多综艺的舆论热度,引发更多猜测者和支持者。

3. 受众价值的功能价值和引导作用

著名传播学者D.麦圭尔在20世纪中旬提出受众收看各类节目其实是为了满足自身的“心绪转换”、“人际交往”“自我确认”、“环境监测”这四个基本需求。从《半熟恋人》作为情感类节目上看,它满足了自身的“心绪

交换”的基本需求，为年轻群体在生活和工作的焦虑下可以提供消遣和娱乐。此综艺不同于之前的恋爱综艺，它把素人嘉宾聚焦于更成熟的年龄群体，也易不会让观众产生审美疲劳。同时，透过不同背景，不同经历的素人嘉宾找到心灵契合点也满足了受众的“自我确认”需求。而环境监测所给受众带来的精神和心理影响具有很大的意义，来自第二现场的明星观察团根据第一现场的呈现内容，结合个人经验、社会热点、节目设定剧本，满足缺乏恋爱经验和技巧的大多数单身年轻人对获取恋爱知识的认知需求。同时，通过《半熟恋人》节目组的真实案例分析与多集展示，环环相扣拉动受众的情绪共鸣、思考婚恋的情绪和关系，真正实现个人需求满足和价值引导作用。

二、观察类真人秀情感节目的创新与发展

不难发现这几年的情感类综艺节目不同于之前的老牌婚恋综艺，其既保留了原本观察类综艺的特点，又在此基础上进行大力创新，探索出室内录制+室外VCR播放结合的形式来吸引年轻一代的受众群体。而这些新兴的婚恋节目的热播也折射出观众们的不同价值观和婚恋观，具有戏剧性和话题性。因此各个节目组在同题的创作下分攻细分领域不断竞争，不断打开新思路和新角度，在不违背核心价值观的基础上来更好满足受众的多元化需求。

1. 多样化甄选素人嘉宾

这几年的情感类综艺节目的嘉宾脱离了具有高流量的明星群体，而是在普通群体中精心选择既有高颜值而且事业有成的群体代表。他们有着像明星一样的光环，却和大多数单身群体有着一样面对爱情的困境和烦恼。不同于之前以明星恋爱为定位，让观众伴随明星的假戏真做来感悟爱情的《我们相爱吧》系列的恋爱综艺，新兴恋爱节目的素人选择定位更能拉近受众距离，容易产生情感共鸣。像《半熟恋人》对素人嘉宾进行了更多样化的选择，比如大胆邀请了两位离婚带娃的半熟女士，凸显成熟嘉宾自带故事性和个人特性，回归现实爱情世界，满足现当代年轻人情感的多样化需求。

2. 多渠道推广和CP文化结合，扩大传播效应

在《大众传播的议程设置功能》的核点是虽然大众媒体不能决定受众的具体看法和想法，但是可以每天安排一些话题，通过潜移默化的方式来影响受众的看法和讨论的先后顺序。在年轻群体里，CP文化非常受欢迎。因此节目便巧妙利用了这一点。所谓CP文化，传播学领域有一个名词叫做象征性社会互动，其重要功能在于扩

大共同利益的空间，从而形成一个个的信息文化圈子，所谓的CP圈子就是这样。情感类综艺节目面对移动互联网技术的发展和CP文化的热度不减的情境，在各大媒体平台不断构建和推广具有热度的CP，使节目中的素人嘉宾有了一定的明星滤镜，让更多支持某对CP的群体在象征性文化中规范自己的行为，坚守自己的立场，对支持的CP发展成一种如同朋友真实般的亲切感和依赖感的拟社会人际互动关系，来弥补内心的空缺，以此来成为节目的亮点。他们通常会在网络平台发布素人情侣CP互配投票，打造节目内容的热点词汇和表情包，利用广告代言来提高素人知名度，来引发传播的热潮。比如《半熟恋人》中的两对CP分别是由俞悦和罗拉组成的罗非鱼CP，由王能能和罗拉组成的啦啦啦能量CP。这两对CP在节目的剪辑和第二现场明星观察团站队支持以及网友们努力推理猜测下十分火爆，取得了不错的节目效果。

3. 议题设置引导，打造节目亮点

议题设置的核心在于，媒介选择具有针对性的报道对象，来制造中心议题，推使社会舆论的形成。来自第二现场的明星观察团是第一现场素人嘉宾和信息接收的观众群体之间的桥梁他们会在第一时间，也就是每期放映之前提前观看完和录制完对第一现场嘉宾们的反应，试图提前站在受众群体的立场发出内心感受强音，帮助分析所看内容带来的爱情问题和反思。这样观众群体在观看第一现场的时候也能根据第二现场的导向引导来明确看节目的目的和方向。于此同时第二现场的明星观察团大多数时间根据社交网络平台最具有热度的CP和节目内容话题来进行强烈讨论，吸引更多观看者的议论，成为公众关注的“议题”，取得节目更好的传播效果。

三、观察类真人秀情感综艺节目存在的问题

观察类真人秀情感综艺节目是这几年市场的热款，但是也存在发展的瓶颈和不良问题，节目组为了获取更多的利益和流量，不断营造拟态环境带来的不真实性，“无意”的恶意剪辑产生的不道德性，内容的同质化和深度化产生的矛盾性，这些是值得深思的。

1. 营造拟态环境带来的不真实性

早在20世纪初，著名学者李普特提出“拟态环境”概念，认为媒介给人们提供的并非是一个真实的现实生活环境，这个环境是经过媒介选择的，只是人们误以为是真实的，可触摸的。情感类节目不断构建“拟态环境”的方式，利用“肥皂剧叙事”模式，放大后期剪辑中的特写、背景音乐、蒙太奇镜头等人为控制，特定化的邮轮化模式。尤其类似《半熟恋人》恋爱综艺都是采

用纪实性拍摄手法，满足受众的兴趣。同时，看似挑选素人作为嘉宾对象，实则他们都是带有明星符号的对象，并不代表大多数普通单身男女青年的现实爱情生活。并且有许多素人是带有功利性明确和提高知名流量的目的来参加节目，在多台摄像机前难免会规范自己的行为，所展示的样子是具有人设化和虚假性的。所以，作为真人秀的一种类型综艺，并不是纯粹原生的生活，而是一种欺骗观众的“拟态真实”。这样节目所营造一些既定“真”的爱情观和现实故事会不知不觉改变受众的思维和世界观。对于节目中一些片段和一部分素人嘉宾的看法会被第二现场乃至一些受众群体获得绝对的掌握，这样难以被媒体和更多受众把握，主流舆论的引导作用随之减弱，不利于营造良好的舆论环境。

2. 节目恶意剪辑产生的不道德性

随着网络平台和传播媒介的增加，在新媒介生态环境下，新闻的传播速度快并且涉及范围大。同类情感类综艺节目竞争加剧，节目运营者为了获取更大的利润、吸引更多的流量而恶意剪辑素人参加综艺的片段，多次利用节目组的素人嘉宾人物隐私和八卦结合，不断满足受众想当然“阴谋论”想象节目套路的心理需求。库里肖夫便证明了不同画面的组合会产生不同的视觉效果剪辑出来的虚拟时空，一旦变成现实，传播就有不同的效果。情感类综艺节目组正是利用这种低成本，高回报的剪辑方式，虽然可以为节目获取一时的热度但是透支

传播媒介对受众的信任度。同时既歪曲了原本事实误导了受众的思考判断而且也造成了素人嘉宾名誉权受损、严重影响他们的线下生活。其潜移默化影响社会道德取向，不利于情感类综艺节目的可持续生存与发展。

3. 情感综艺节目模式过于同质化

目前大多数情感类观察真人秀节目内容和模式雷同，无论从素人嘉宾和第二现场明星观察团挑选标准还是“真人秀+演播厅”模式进行。这已经接近恋爱节目市场的饱和状态，这样受众群体容易产生厌倦感和麻木心理，最后对此类恋爱综艺的兴趣大大下降。《半熟恋人》综艺专注于半熟年龄的单身男女群体，但是本质上都是一样的，没有鲜明的特色，缺乏具有活力的创新。

四、结语

新兴的恋爱综艺节目为观众带来了新的恋爱观和爱情技巧思考，推测未来有可能继续在综艺市场上占半壁江山。综艺节目应当以观众为基础，丰富传播模式，不要恶意剪辑，利用好传播媒介，健康绿色地拉近与观众之间距离，切身为年轻群体考虑，在未来不断创新和发展综艺节目内容和模式，发挥良好的“标杆”作用。

参考文献：

- [1]王智勇.恋爱观察类节目的创新与思考——以《我们恋爱吧》为例[J],视听界,2019,(06):68-70
- [2]范自阳,“星素结合”背景下恋爱观察类综艺探析[J]视听,2019,(10):39-40.