

《开讲啦》节目评析

◆辛颖 郑晓燕

(南昌航空大学 330063)

摘要:电视公开课这一独特的节目形式出现在中国电视荧屏,始于央视一套的《开讲啦》节目,这档节目自2012年8月开播至今,不仅收视率表现不俗,同时在广大观众和互联网上赚足眼球和好评,被盛赞为“中国思想好声音”“观众正能量加油站”。本文试图从《开讲啦》从节目内容、节目定位、节目形式特征和主持风格等多个角度对《开讲啦》节目进行分析和把握。

关键词:电视公开课;开讲啦;节目特色;主持

央视综合频道的《开讲啦》节目在娱乐化各类选秀节目充斥荧屏的当下,脱颖而出,受到观众普遍好评。选择的话题贴近青年人的生活,主讲嘉宾从自己的角度,以叙述自己的切身经历为主,不仅使节目更加真实生动,贴近观众,也能让青年人观看节目后产生强烈的共鸣,让青年人充满正能量,在人生迷茫期能够有所指引,走好脚下的路。本文试图从《开讲啦》从节目内容、节目定位、节目形式特征和主持风格等多个角度对《开讲啦》节目进行分析和把握。

一、《开讲啦》节目内容概述

由中央电视台综合频道(CCTV-1)和唯众传媒联合制作的《开讲啦》是中国首档青年电视公开课。每期节目由一位知名人士讲述自己的故事,分享他们对于生活和生命的感悟,给予中国青年现实的讨论和心灵的滋养。讨论青年们的人生问题,同时也在讨论青春中国的社会问题。

节目每期有八至十位来自全国各大高校的青年代表,向演讲嘉宾提问互动,300位大学生作为观众现场分享这场有思考、有疑问、有价值观、有锋芒的思想碰撞。他们对人生有思考,对未来有疑问,他们思想新锐,观点先锋,是中国未来的中坚力量。每期演讲嘉宾选择的主题,物为当下年轻人心中的问号,讲述青年最关心、最困惑的话题。

播出频道及时间:CCTV1,每周六22:38(首播)、CCTV2,每周五12:30(重播)。每期时长45分钟。

二、《开讲啦》节目定位:青少年的公开课

“定位最早是在艾·里斯和杰克·特劳特在为美国《广告时代》杂志撰写一系列与广告有关的文章时出现的,二人对其进行不断的深入与研究之后,提出了定位理论,并不断对其进行扩展,使其得到了最为广泛的应用。艾·里斯和杰克·特劳特认为定位是你对你的预期的客户所要做的事。”^[1]定位理论的主要特点是从需求的角度出发。在纷繁复杂的社会,人们若想获得预期收益,就必须从需求角度出发,对产品进行定位。

电视节目的准确定位,能够使节目的传播效果最大化,这是电视节目取得成功的重要条件。《开讲啦》的节目定位为中国首档青年电视公开课,将目标受众定位为70后、80后、90后为主体的青年人群。演讲嘉宾演讲题材的选择,与青年群体的兴趣点相吻合,节目吸引了大批青年观众的收看,做到了传播知识与传播新观念的巧妙结合。

《开讲啦》节目是泛娱乐时代非娱乐节目的有益尝试。《开讲啦》节目在内容上摒弃了传统脱口秀节目将嘉宾打造成高大上形象的做法,而是让嘉宾回归现实,把嘉宾还原成舞台背后真实的、有血有肉的普通人,在他们的人生道路上,可能经历过一些挫折,也可能有着各种心酸的心路历程,但是有一点可以肯定的是,他们从没有放弃过自己的梦想。经过磨难的洗礼之后,他们知道应该如何面对重重困难,并且知道如何指引在前进道路上迷茫的青年人。

三、《开讲啦》节目形式特征分析

(一)“演说”的形式,凸显深度价值

“演说”区别于真人秀节目中常见的文艺形式,以口语作为其展现的内容。这就使节目在形式上具备了显现深度价值的可能性。与唱歌、跳舞等文艺形式相比,“演说”的语言形式使信息传播的内容更具有反思性。它能更直接对受众产生思维层面的影响,而不是仅仅停留在直观审美的层面。于是,《开讲啦》具备了“课堂”的基本功能。演说的形式使大部分的节目都能表达一个思维层面命题,对其受众具有行动决策的指导意义。例如往期节

目“学校是什么?”、“创造力从哪里来?”、“世界的变化与中国”等等演讲话题涉及知识、方法、情感等等各个思维的层面。这是语言之外的任何形式都无法实现的。

(二)注重互动的节目理念,坚持形式创新

在媒介融合的大背景下,媒体与受众的互动越来越多。对于一档电视节目来说,他在制作过程中的开放度在某种程度上决定了这档节目的接受程度。节目制作团队在节目制作前期就走进高校“想见哪些嘉宾,想听哪些话题”进行调研,同时节目组还以“你想听谁讲,我们就请谁来”为口号,在网上征集演讲嘉宾。节目的另外一个互动体现在嘉宾与观众互动的环节。在聆听嘉宾的演讲之后,节目组更渴望观众能把内心的感受以及疑惑回馈给演讲嘉宾。节目设置了通过小纸条传递问题和现场青年代表提问两种方式。问题没有限制,更大程度地表现青年独特的创造性。这种“问自己想问的”的方式能够更大程度调动观众的参与度,也增加了节目的不确定性,增加了节目的看点。嘉宾和观众在这一问一答中,都能更加深刻地认识问题。这样一来,思想就出来了,真理就出来了。

四、《开讲啦》主持风格分析

(一)运用贴近青年个性的表达方式

文化修养是电视节目主持人在长期的学习生活实践中,逐渐培养起来的。主持人的文化知识和人生阅历,能够积累成一种潜在的独特气质,它会影响节目主持人主持风格的形成。《开讲啦》节目的目标受众以青年人群为主,这就需要主持人、演讲嘉宾与青年之间建立平等的关系,而不是一味的宣讲说教,主持人撒贝宁清楚地知道,贴近青年个性的表达方式更容易传达自己的观点,也更容易被青年人接受。

(二)语言幽默风趣彰显理性内涵

语言幽默风趣能使个人具有迷人的魅力,幽默的语言也时常饱含着对生活的理解和感悟,会对节目起到很好的催化作用。节目主持人的良好性格气质影响着节目风格的形成。撒贝宁无疑是这种好性格的代表,在往期节目当中,我们都可以看到撒贝宁能够放下身段,为整个节目的走向服务,发挥自己的聪明才智,运用多种幽默手段,和演讲嘉宾、青年代表唱情歌、掰手腕等等,充当演讲嘉宾与现场观众之间的粘合剂。

(三)传递正能量承担社会责任

主持《开讲啦》节目时,对节目的定位有着深刻地认识,为了使节目发挥应该具备的社会功能,用正能量的话语将节目的各个环节串联起来,逐渐形成了自己的主持风格。在节目开场时,撒贝宁用具有温度的话语暖场,进一步引出这期节目的演讲嘉宾。在节目当中乃至节目结尾需要做总结的地方,作为主持人的撒贝宁总能找到一些充满力量的话语,构筑起演讲嘉宾和观众之间沟通的桥梁。

《开讲啦》在节目定位,内容,形式特征,主持风格等诸多方面进行了创新,在娱乐节目“一统天下”的窘境中杀出了一条血路,也是作为一档人文类节目在传播精英文化上的一次成功探索,这无疑是近年中国电视荧屏最具冲击力、感染力的创新之作。通过与青年领袖平等的交流,而不是刻板的说教,达到了“随风潜入夜,润物细无声”的效果。只要紧贴受众,坚持创新,相对“安静”的人文节目也大有可为,以独具创新的方式传递青春正能量。

参考文献:

- [1]周晓懿.真,传递无限正能量——以“开讲啦”节目为例[J].青年记者,2013(23):88-89.
- [2]陈振,杨浩.主持人节目驾驭艺术[M].北京:中国广播电视出版社,2003:52
- [3]廖志坤.传播学视域下的央视青年公开课[J].现代传播,2013(6):153-154.

作者简介:辛颖,女,1992年11月8日,江西万载人,硕士研究生在读,南昌航空大学,研究方向:广播电视节目策划与创作。