

疫情期间，“云综艺”火了。从云答题到云美食，从云运动到云合唱，综艺节目制作纷纷“触网”“云游”，衍生出不少新玩法。受党报评论君之邀，今天我们就来聊聊这个话题。

在音乐竞技类节目《歌手·当打之年》中，身在上海自我隔离的歌手周深以家中白墙为背景，独自录制参与竞演。没有集中录制、没有现场观众、嘉宾和工作人员互不见面、通过自拍、直播等形式采集视频素材，这正是标准的“云录制”模式。面对突如其来的疫情，综艺行业面临着前所未有的挑战：一边是因为无法现场录制而导致的库存告急、节目断档窘境，一边是如何在特殊时期丰富内容供给、满足市场需求的压力。在这一背景下，各大卫视和视频平台转变策略、调整布局，走出一条“云端”赋能综艺节目生产的新路。

从技术角度看，利用“云”思维打破节目录制的时空限制，仅用几天时间便可完成从立项、录制到播出的全流程工作，“云综艺”充分彰显出快速高效的独特优势。相比传统综艺节目，没有导演、没有摄像、没有演播厅的“三无综艺”虽显得有些简陋，但素颜出镜的嘉宾、临场发挥的内容、手机完成的拍摄，这些“降维”操作在一定程度上反而增加了观众的新鲜感和亲切感，实现了抓眼球、省成本的一举两得。

没有令人震惊的桥段、戏剧性十足的故事、精巧炫酷的包装，“云综艺”以细小的切口、烟火气十足的日常生活场景，传递着“陪伴式观看”的理念。相较于设计感十足的传统综艺，“云综艺”里的艺人嘉宾在镜头前做美食、做运动、做游戏，提醒观众勤洗手、做好个人防护……其中那些稍显粗砺的日常，意外地让原汁原味的生活元素“浮出水面”。一段段视频、一次次直播，拼凑起暖心温情的居家生活图景，在细水长流中抚慰观众的情绪，营造着“共同生活”“同频共振”的在场感和参与感。

不过，也要看到，“云综艺”火爆一时，未必是常态。无法否认的是，视频卡顿、画质欠佳等技术问题仍是“云综艺”绕不开的关卡；疫情过后，制作精良的综艺节目回温，“云综艺”能否延续偶发性“风口优势”，也是未知数。即便是目前，内容同质化、套路化的老毛病也在发作。当看艺人做饭健身、展示宠物、讲述美妆心得成为十余档节目的“交集”，相对单调的言语互动成为综艺的“标配”，经历了短暂的琳琅满目过后，伴随同质化而来的便是观众新一轮审美疲劳和意兴阑珊。哪怕艺人素颜出境、在直播中一时词穷，抑或挑战做菜时“翻车”，这些意外的“有料”桥段一旦成为频繁使用的套路，最终将让节目的娱乐性和可看度大打折扣。

近年来，我国电视和网络自制综艺市场始终保持高速增长，节目数量持续井喷。但在快速扩容的同时，过度消费明星、泛娱乐化、内容创意贫乏等问题也一直制约着行业的长远发展。“非常时期，非常办法”，疫情催生了综艺节目的生产新模式，为各大卫视和视频平台维持用户黏性解决了“燃眉之急”。但当“云综艺”与“看明星”画上等号，最终难免陷入“靠明星博收视”“新瓶装了旧酒”的窠臼。“云综艺”要想实现节目质量跃升、赢得良好口碑、树立自身品牌，比技术迭代与手段升级更重要的，是核心内容的优化、价值内涵的提升以及独有气质的打造。

放松与娱乐是生活中不可缺少的元素。随着娱乐方式和信息载体的变化，短平快的刺激一再成为夺取注意力的“一时之选”。但想要留住“回头客”、吸引新受众，归根结底还要靠深耕内容与创新形式的“双管齐下”。如今，不少综艺节目开始探索人生成长、探讨社会议题、关注多元价值，人们期待越来越多的综艺节目切中时代脉搏和观众需求，以创新的形式贴切价值内涵，于欢笑中蕴含深层内核。这恐怕是综艺节目制作者需要长期思考、不断探索的命题。

这正是：风口优势迎来新机遇，长期红利期待新升级。

（来源：人民日报评论）