



文艺界委员两会论“雅俗”文化

PK



碰撞

「职业观众」伤害了谁

郑娜

资讯

某周五晚上，打开电视，刚好看到最近爆红的歌唱类节目。知名歌星从黑漆漆的幕后走出来，追光一打，掌声雷鸣。歌手站定，乐队伴奏响起，才唱了第一句，镜头切换到观众席，一位姑娘已然梨花带雨、泪流满面。

看到这幅画面，完全被震撼了，后面的歌曲再没听进去半句，满脑子盘旋着好些问题：为什么这位观众哭得如此迅雷不及掩耳并且肝肠寸断？是这首歌写得真好？是这位歌星演唱功力过于深厚？是这位观众泪点太低？是后期剪辑效果？还是……

还是她在演戏？这样的念头一冒出，顿时惊诧于自己有可能是在以最好的恶意去揣度这个节目。可念头一收，竟找不到可以说服自己的答案。那一晚，原本想欣赏歌曲的初衷，就这么被欣赏接连不断的丰富“表情”所取代。

和笔者一样，对于该节目屡屡出现的过于感动、过于沉醉，许多人也有类似的疑惑，眼尖的网友还编了段子不无讥讽地说道：“有一名女子，当羽泉唱到《烛光里的妈妈》时她哭了，当齐秦唱到《用心良苦》时她哭了，当黄贯中、沙宝亮、黄琦珊、尚雯婕唱时，她还在哭。她不是章子怡、周迅，更不是茉莉亚罗伯茨，她就是某电视节目的一位女观众。”

果不其然，在质疑和非议声越来越大之际，有报道跟进指称，该节目出现的表情帝、陶醉哥、哭泣姐都是职业观众，他们按照节目的安排进行“感动”、“鼓掌”、“大笑”等表演，收入和他们的“表现欲”和“外形”成正比。

对于使用职业观众的报道，该节目组虽一再否认，但电视机前的观众明显并不买账。群众的眼光是雪亮的，极力撇清不更是此地无银三百两，也让人心生反感。更不用说过度、夸大使用职业观众还会造成许多伤害。

首先伤害了节目。职业观众的表现，转移大家对节目的焦点，分散大家的注意力，对节目真实、精彩、正面内容的关注度下降，这对于用心制作的节目来说，不得不说是一种损失。何况，这种损失是完全没有必要的，因为一档足够的电视节目，应该有能力也有自信靠节目本身打动人心。

退一万步说，假使职业观众并不存在，那么节目组也应该检讨自己的剪辑手法，用这么多的情感渲染特写镜头，有无必要。

其次伤害了真正的观众。真正在电视机前守候的观众，抱着真诚的心去欣赏，却遭遇虚伪的表演，破坏了原本打算沉浸其中享受音乐的心情不说，还有上当的感觉。最后也只好苦笑一番，把歌唱竞赛当做演技竞赛，再次长叹一口气说“电视节目果然都是骗人的”。

其实，中国大部分观众还是很宽容的。大家对于当下一些电视节目使用职业观众的潜规则也可以理解，毕竟现场观众和电视节目的供需紧张，这时候职业观众就好比影视剧里总要有些群众演员一样，有时候填补空白有时烘托背景。然而，群众演员毕竟不是主角，一旦抢了主演的戏，导演只得喊CUT。

“潘公凯——弥散与生成”亮相

“潘公凯——弥散与生成”日前在北京今日美术馆开展。展览分为水墨画、装置、史论和建筑四个板块：“笔墨与人格精神”展示潘公凯的水墨作品，是对传统笔墨精神和修养格调理解的当代呈现；“结构与转念”展示潘公凯的观念装置作品，是西方当代艺术的构成要素和东方人文情怀的象征化统一；“自觉与四大主义”展示潘公凯的中国近现代美术史研究文献，这是他将近现代美术史研究纳入现代性语境进行分析，用现代性研究的框架完成新的理论建构；“营造与生成”展示潘公凯的建筑设计作品，反映了他将建筑中实验性和艺术性的维度和实用性结合起来的努力。展览将持续至本月31日。

图为展览现场。(赵晓霞)

搜狐视频《小儿难养》播放超2亿

搜狐视频日前宣布，其联手湖南卫视独家网络跟播的《小儿难养》35集总播放量达2.2亿，夺得互联网视频开年大剧档排名第一。

根据央视索福瑞数据显示，《小儿难养》在搜狐视频播出第11天播放量就突破1亿大关，开创了影视剧网络播放最快破亿新纪录。《小儿难养》开启了“80后+10后”的“小儿剧”观剧潮。

搜狐视频方面表示，80后已是网络话语权的主导者和分年龄段最大用户群，因此搜狐视频选择描写80后现实生活的《小儿难养》推出独播，让80后意见领袖通过搜狐矩阵和社交网络不断放大影响力，实现全网覆盖。

搜狐公司董事局主席兼首席执行官张朝阳表示，“电视剧仍然是搜狐视频的核心娱乐方式，今年将继续力推这样优秀的本土剧，除了本土剧，还将力推《屌丝男士》、《搜狐娱乐评论》等自制栏目，《国土安全》、《绝命毒师》等美剧。”(张意轩 韩晓梅)

制图：王建国



是好东西，但如果只认所谓的艺术却没有收视率的绝对不是好东西。

我们是给谁创作艺术品？要明白，艺术是欣赏的，不是搁那看的。对票房好的东西要支持，再有艺术性但没人看不急人嘛。艺术家需要真正地深入生活，知道目前老百姓需要什么。所以说，大家都不要清高，要有一颗平常心，把姿态放下来。

太容易明确。

草根节目比重不能本末倒置 VS 无收视率绝不是好东西

郁钧剑：比如草根节目应占晚会30%—40%的比例，不能本末倒置，占到70%—80%。草根文化过于盛行，会伤害国家的文化实力。主流媒体应该积极传播推广对群众有益的精神

分家的，没有俗就没有雅。比如说，芭蕾舞是高雅的，但二人转要是穿上芭蕾舞的服装就不伦不类了。

传播草根文化要有“度” VS 把握“度”不易明确

郁钧剑：艺术需要多样性，我不反对草根文化。它除了平民化、大众化、广泛化特点外，还具有较强的娱乐性。但草根文化无序以后，变成了“三俗”以外的“第四俗”。许多老百姓通过网络小说或博客，上传自己拍摄的网络电影，参与选秀活动等，展示自己的文化态度和才艺。在传播上，“无草根不文化”似乎成了媒体追求眼球的指导思想。

我不是说草根文化不好，但是在其传播方面，应该有个度。艺术工作者要坚守住艺术品位和审美趣味这条底线，不能一味追求娱乐性而过度渲染“草根”文化，不能放弃对“主流”文化阵地的坚守。

赵本山：这些年来，我一直一直是草根文化和俗文化的代表者，我的作品都是从农村走出来的，我会记住我永远都是草根。退出春晚之后，我会以另外一种形式给老百姓带来快乐：到农村去巡演，去偏远山区演出，把快乐传达给大众。至于传播草根文化的这个“度”究竟应该如何把握，不

内容，批判和剔除那些对人的修养、道德建设以及社会发展、人类进步有腐蚀作用的劣质内容。草根文化应成为主流文化的补充，只有这样，才能使草根文化真正成为构建和谐社会、实现全民小康的一种社会动力和精神财富。

赵本山：我的意思是，无论是草根文化还是主流文化，咱都别比较。艺术是百花齐放，为大众服务的，要看它服务的效果。有收视率的不一定

高雅文化与草根文化不易分家

对话

宋冰 刘一桥

草根文化能否登上大雅之堂？推广草根文化是否需要“度”？观众喜爱是不是评价艺术作品好坏的标准？……两会期间，全国政协文艺界委员联席会上，有关“草根”文化和“高雅”文化的话题碰撞出火花，引起赵本山和郁钧剑的对话。郁钧剑认为对草根文化的传播与推广应该有度。赵本山则回应，他就是一个草根演员，艺术家应该放低姿态，观众喜欢的才是好东西。

草根文化存局限性 VS 雅俗不分家

郁钧剑：草根文化生于民间，长于民间，充满乡土气息，反映了质朴的生活，但也充满随意性。它所表现的都是“原生态式”的生活形态，毕竟是大众文化，不能完全代表国家文化的实力。而且，草根文化是没有门槛的大众参与，在技术层面与艺术表现上有着诸多的局限性。

如果无限拔高其存在的意义和所发挥的作用，一方面会对专业机构和文艺工作者产生消极影响；另一方面会对年轻一代在审美趣味、艺术格调等方面的养成，以及对人才培养的过程带来严重误导。比如说，如今艺术院校的考考生特别多，一些考生甚至认为只要自己是草根，就能很快成名，这是一种误导。

赵本山：我对艺术的判断和理解，无论是草根还是严肃，雅还是俗，都无法比较谁高谁低。它们只是门类不同，在艺术领域应该享有同样地位。无论是草根文化，还是严肃文化，它们之间不应该有冲突。

我们不能把自己一刀切地站在一个高雅的姿态，来面对我们今天这个大俗的社会，这是完全错误的。因为俗雅是不

虽然已收官一个月，江苏卫视春节联欢晚会产生的效应仍在持续发酵中。新白娘子传奇三人组的不老神话、赵本山的封山演出、F4合体掀起的青春怀旧风，至今还是网友津津乐道的话题。

在今年省级卫视春晚中，江苏卫视春晚CSM45城市收视率3.982，排名第一。探寻成功原因，不仅仅是在电视中呈现的东西，更在于电视之外。

整合资源 做足功夫

“酒香不怕巷子深的时代已经一去不复返了。电视节目品牌是需要经营的，单靠节目制作远远不够。”江苏卫视总编室副主任刘原表示。据介绍，今年江苏卫视与中国联通强强联合，此外，还整合了微博、视频网站等众多渠道的资源，对春晚进行多角度、全方位的营销。这种立体整合的攻势，成为春晚在播出前受到关注的关键词。

比如很多人都收到江苏卫视的拜年短信，并提醒收看正月初一播出的春节联欢晚会，就是中国联通采取了发布定向短信的投放方式。此创新之举受到颇多肯定。网友陈国瑞就在微博上回应：“昨天江苏卫视还给我发短信让看春晚，果然给力！F4!!!”网友Steiff漫游记也赞叹道：“早晨就收到江苏卫视的短信，白娘子和《情非得已》之后F4的出现创意十足，不得不佩服江苏卫视做足的功夫。”

视频网上，江苏春晚也是创下新高，排名省级卫视第一。据统计，春节期间，腾讯视频、搜狐视频、迅雷、爱奇艺、乐视、pptv、pps七大主流视频网站有关“江苏卫视春晚”的整段视频点播量达到8763万，F4花絮视频在腾讯视频的单日点播量就达850万。

积极尝试跨媒体合作

春晚实际上只是江苏卫视近几年营销战略的一个缩影。这几年，江苏

一台春晚的「经营」之道

卫视在跨媒体合作上很积极，也愿意尝试。2010年，《非诚勿扰》与百度合作推出了首个520媒体专场，2011年，《非诚勿扰》推出了“网络抢先看”，与腾讯合作520特别节目，2012年又录制了“非诚勿扰520新浪微博专场”。

《非诚勿扰》录制内容要远远大于播出内容，《中国好声音》花絮可以

放在线上播出，《非诚勿扰》没有这样的时段，我们可以在网络上呈现。‘抢先看’、‘加长版’、‘背后的故事’都在尝试。”刘原说。为了做这项工作，总编室有专门的团队跟着节目组录制。

江苏卫视总编室品牌推广部不到20人，有专人负责官方微博，不仅仅是频道、栏目微博，也对主持人微博



《新白娘子传奇》三人组表演节目



台湾组合F4重聚江苏卫视春晚

观察

黄金子

神州