



《见字如面》《一本好书》总导演关正文“放狠话”：“只刷抖音不读书的年轻人没救了！”

10期节目,呈现10部经典名著的场景……场景式读书节目《一本好书》第二季上周收官,创下豆瓣评分9.3分的好口碑。上周末,节目总导演关正文来到广州,与现场观众进行读书交流活动。关正文现场谈到年轻人不阅读的后果,放了句狠话:“只刷抖音不读书的年轻人,没救了!”

从2013年开始,关正文制作的《中国汉字听写大会》《中国成语大会》《见字如面》《一本好书》都堪称现象级综艺,也让文化类综艺成了热门。活动当天,关正文接受了羊城晚报记者的专访,揭开了文化类综艺制作与传播过程中的问题:文化类综艺的关注度真的不及娱乐类综艺吗?文化类综艺的IP全产业链如何开发?年轻人不爱阅读,还有未来吗?

读书不是为了炫耀 而是为了获得智慧

关正文在《一本好书》中安排推荐了10本书:《简·爱》《红字》《骆驼祥子》《鲁迅杂文选》《头号书迷》《了不起的盖茨比》《悲惨世界》《红岩》《汤姆索亚历险记》《怪诞行为学》。这些作品,在于震、喻恩泰、海一天等演员的表演中呈现出来,基本可以当话剧看。而在表演的最后,演员总会借角色之口对观众说:“想知道故事的结局吗?看书吧!”

记者:为什么选择推荐经典读物?

关正文:因为经典读物经历过时间以及不同文化人群的考验。例如《骆驼祥子》,我们年轻时基本以阶级斗争的视角来读这部书,后来,我知道了老舍的创作本意,他讲述的是祥子的个人奋斗史。又比如,我们选择了《悲惨世界》,因为它适用于全人类。其实,社会对道德的评判非常复杂,并没有像鸡汤那么多的简化真理,也没有那么多金句。一个人要完成最基本的是非善恶和审美的训练,靠的都是经典作品。

记者:为什么要加入“戏剧表演”环节?

关正文:很多综艺节目没有从题材出发,而是从使用流量明星出发,而我们是根据具体需求来设定的。《见字如面》《一本好书》在内容传播上有演艺需求,就需要演员。

记者:为什么不用流量明星?

关正文:虽然我们也在尝试年轻化,但节目对演员的要求非常高。比如《见字如面》,一封细节生动、丰富的信件,演绎得不好就可能变成一杯白开水。《一本好书》也一样。

记者:如果有年轻人说他更爱看《奇葩说》,而不愿看《骆驼祥子》《红字》,您会不会很失望?

关正文:当然不会。《奇葩说》里的很多辩题是非常高精尖的,能提升观众的多元认知,激活独立思考能力。我们做的是同一件事,只不过用了不同的方法和不同的题材。读书不是为了炫耀,而是为了获得智慧。《奇葩说》里一些厉害的辩手,都是疯狂读书的人。要找到自己的观点,需要知识储备,而经典阅读就是你的储备。



《一本好书》在节目中加入了演员表演环节

没有终身学习的习惯 你就是那个被淘汰的人

关正文更愿意把如今流行的文化类综艺称为“内容价值类综艺”,他认为这类节目必须要有引领作用和使命感:“官方数据显示,中国人年均阅读4本书,远远达不到社会转型的需求。现在有很多人在做阅读推广,这对我们民族阅读习惯的养成,是至关重要的事情。”

记者:您所说的“内容价值类综艺”的趋势和未来是什么?

关正文:内容价值类节目会越来越有生命力,越来越有市场。放眼全球,在欧美、日韩,浅娱乐、感官娱乐类节目都是“后半夜节目”“边缘节目”。给大家一点时间,我相信会回到有营养、能获益的阅读、观片行为中。

记者:有哪些数据和现象能够反映《一本好书》播出后给观众带来的改变?

关正文:去年“双11”期间,在几个电商平台的图书类别销售榜里,销量前六名就是我们当时播的六期节目推荐的六本书。经销商也有反馈,比如《月亮与六便士》,当时国内有六个版本,我有个朋友出的版本

原本叫《月亮和六便士》,他一看我的节目对这本书的推荐用名是《月亮与六便士》,就赶忙把书重新印了。换了封面后,书卖出了40万册。

记者:这个时代,阅读习惯的培养有多重要?

关正文:要知道,读书在于滋养生命,不是附庸风雅。在一个创新转型的社会里,没有终身学习的习惯,你就是那个被淘汰的人。

记者:现在的情况已经改善许多了吧?

关正文:对。因为心灵鸡汤是简单概念的不断重复,大家会逐渐不耐烦,从而抛弃鸡汤。读者一定会进步,我们不能简单地认为00后只接受碎片化信息。今天爱读书的人,不比上一代少。

记者:您对文化类综艺情有独钟,这是您介入社会的方式吗?

关正文:肯定是,中国历代知识分子都有一种社会责任感。我能够在传播中确实存在的困难,但我也看到推广阅读的这群人,他们做了这么多事,让我觉得这世界很温暖。我为大家感动。

市场

很多所谓IP改编 根本算不上形成了产业链

与纯娱乐综艺相比,看文化类综艺需要一定的门槛。而如今的文化类综艺也会看重观众、看重市场,关正文制作的《中国汉字听写大会》《中国成语大会》《见字如面》《一本好书》等,就让文化类综艺受到更多人的关注,不再曲高和寡。

记者:《一本好书》在哪些安排上考虑了收视率和关注度?

关正文:包括所有安排。不要以为叫作文化类节目,或者内容价值类节目,它就跟收视追求、流量追求相悖。节目有价值,那么就要让更多人看见,这就是我的使命。例如,让观众通过节目实现从读文字到看片的转变,但要知道故事的结局,还必须再去读书。

记者:这类节目的收视率和关注度始终难以超越娱乐类综艺,这有可能转变吗?

关正文:我们得承认,这档节目4000万的流量,和一

些流量过亿的节目相比,差距明显。我把这个差距看成目标。但从另一个角度看,我们的流量已经很大了,很多纯娱乐节目也达不到这个水平。我们还要认清一个现实:中国内地受过本科教育的人口仅占4%,有阅读习惯的人数还要再打折扣。要让没养成阅读习惯的人喜欢读书,这种改变很难,这也是全社会的事。

记者:如今市场对文化类综艺的接纳程度如何?

关正文:文化类节目已经产生了相当大的市场价值,我们是能良性存活的,很多冠名商都选择支持我们。

记者:文化类综艺的IP全产业链开发情况怎么样?

关正文:到处都谈IP,其实是件特别浮躁的事情。从知识产权的角度来讲,每一个节目都是IP,但其实没有几档节目具有大范围衍伸、开发的价值。即使是《哈利·波特》系列,到第六部电影放映后,大阪的

环球影城才建成魔法城堡。他们的价值夯得非常坚实,而且不过时。而我们现在的IP开发,就是刚吃着一小口,就想着连续吃很多口,生怕错过热度,所以就迅速“割韭菜”,吃相很难看。而开发一两年后,就不了了之。很多人把一部小说改编成影视剧,就说是做了IP改编,其实它根本算不上形成了产业链。

记者:不少文化类节目也做到“综N代”了,您判断一个节目能否继续做下一季的标准是什么?

关正文:很多人会有“综N代”恐惧,做完第一季,就问自己第二季要如何创新?挺扯的。第一,在视频节目史上,持续生存的“长寿”节目非常多,比如《快乐大本营》,只要它有效地传播了内容,就没必要改来改去。对于“内容价值类”节目,比如《奇葩说》,辩论话题是不会穷尽的,《一本好书》也是一样。

(龚卫锋)