



## 益智类电视节目的创新途径

时间:2013-06-03 16:41:00 作者:毛慧敏 来源:青年记者

——以《一站到底》为例

### ● 毛慧敏

益智类电视节目通常是指以提升观众智力水平为目的的节目样式。自20世纪80年代在我国出现以来,其发展几经波折。随着央视《幸运52》、《开心辞典》、《三星智力快车》等风格相异、自成一家的节目淡出荧屏后,益智类节目遭遇瓶颈,影响力和收视率逐渐削弱。

2012年3月,当婚恋交友类、求职类、选秀类栏目占据电视荧屏之时,江苏卫视推出了一档全新的益智竞技节目《一站到底》。在益智类节目并非收视主流的形势下,《一站到底》重新开创了新颖的节目格局,成为益智类节目实现突围的先行者。厘清其节目的成功和不足之处,对我国同类电视节目的发展具有一定借鉴意义。

### 《一站到底》的节目特点

#### 1. 主持风格的首创性

益智类电视节目的主持人通常扮演主考官角色,这对主持人的控场能力、流程把握能力提出了更高要求。

《一站到底》的主持人李好夫妇不仅有丰富的主持经验、配合默契,并且是国内首个夫妻档主持。在激烈的答题赛场上,夫妻二人有唱有和,角色分工明显,增加了“主考官”的贴近性,使节目的人情意味更加浓厚。作为节目品牌的载体,他们无疑为《一站到底》加上了“夫妻主持”的标签,客观上增强了节目的辨识度和传播力。

#### 2. 参赛选手的个性化

::: 业界资讯 :::

- 业界资讯集萃2013. 12. 2
- 业界资讯集萃2013. 11. 25
- “反论文中介”启事
- 欢迎关注青年记者微信、微博
- 第九届学子论文评选启事
- 青年记者入选全国核心期刊
- 青年记者电子版机构用户增长
- 今参考加快向山东第一刊迈进
- 业界资讯集萃2013. 11. 18
- 业界资讯集萃2013. 11. 11

More.

::: 友媒动态 :::

- “爱上电视”北京台创意大赛
- 浙报采编大楼开工建设
- 威海日报社办网络电视台
- 电视苏军“情感”升级
- 上海文广重组新媒体
- 广州日报报业集团品牌发展
- 辽宁日报传媒集团新址奠基
- 人民日报实行统一版数、统
- 辽宁日报报业集团更名为辽
- 宁夏日报报业集团挂牌成立

More..

::: 学子论文评选 :::

- 第九届学子论文评选启事
- 第八届学子论文获奖名单
- 第八届学子论文评选奖励办
- 第八届学子论文评选启事
- 第七届学子论文评选揭晓
- 第七届学子论文获奖名单
- 第七届学子论文评选奖励办
- 第七届学子论文评选启事
- 第六届新闻学子论文评选揭
- 第五届学子论文评选揭晓

《一站到底》的参赛选手各有一个鲜明的身份标识，或以自身职业直接显示，或冠以特殊称谓表述。选手职业千差万别、所属领域大相径庭，但节目极大程度地模糊了职业区别，让不同年龄、不同行业的选手同台竞技。一方面能够增强节目的平民性和普适性；另一方面能够借助选手出众的答题表现与观众对其职业的刻板印象形成反差，增强节目的趣味性和新奇性。

《一站到底》的选手在语言修辞上较为直白，临场表现多呈现出自信乐观的状态。诸如“你要相信，世界上就是有过目不忘的人”这类语言频频出现在节目当中。对同台竞技的双方而言，是参赛时使用的心理战术；而在普通观众看来，公开“叫阵”展露自己的强势是一种独特的观看体验。

### 3. 问题设置的通俗化

《一站到底》的问题设置涉及天文地理、娱乐八卦等多方面，偏重于常识性、趣味性，题目意在考量选手的知识广度而非深度。相较于此前的益智类节目，选手更体现出从专业精深型向博闻强记型转变的趋势。

题目尺度上的平民化、通俗化甚至娱乐化，既为观众扩充知识面打造了平台，减少了由于问题冷僻深奥带来的乏味感，也缩小了节目和观众之间的距离，使观众主动参与到答题中，在普及知识的同时保证节目的观感质量。

### 4. 竞技形式的残酷性

竞技过程悬念丛生、扣人心弦，才能增加节目的可看性。《一站到底》以高额奖品刺激选手和观众的博彩心理，充分体现了“一着不慎，满盘皆输”的竞技特征。

从《一站到底》的赛场布局来看，攻擂者位于中心位置，守擂者绕其一周。攻擂者通过一对一的闯关式PK答题获得对方的奖品。在此过程中，攻擂者和守擂者的身份并非固定不变，守擂者之间也不是团结协作关系。而无论攻守，只要答题失败都会直接落入选手脚下的“陷阱”，同时所获奖品也一并取消。战败选手“垂直落体”的瞬间，语言、表情、体态等细节都被如实呈现在电视屏幕上。节目通过施行惩罚机制强调了利益追逐的不确定性，渲染了失败退场的窘迫性。

## 《一站到底》的缺陷与不足

### 1. 娱乐功能偏强

电视节目娱乐化是普遍现象，尽管《一站到底》问世于“限娱令”颁布之后，但仍难出娱乐化的窠臼。

就《一站到底》益智类节目的定位而言，应该本着寓教于乐的制作目标，而其娱乐性和教育性尚没有实现平衡。就问题设置来说，其趣味性超过了知识性；从惩罚机制来看，

::: 编读网来 :::

- 青年记者2013年10月上评刊
- 青年记者2013年9月下差错
- 青年记者2013年9月上评刊
- 青年记者2013年8月下差错
- 青年记者2013年8月上评刊
- 青年记者2013年7月下差错
- 青年记者2013年7月上评刊
- 青年记者2013年6月下差错
- 青年记者2013年6月上评刊
- 青年记者2013年5月下差错

More..

::: 经营专区 :::

- 山东邮政全力扶持《今参考》
- 《今参考》杂志全力配合邮
- 山东邮政公司充分肯定《今
- 《齐鲁晚报》、《今参考》
- [欢迎订阅《青年记者》](#)
- [欢迎订阅《今参考》](#)

More..

::: 友情链接 :::

- 中国记协网
- 人民网传媒
- 新华网传媒
- 搜狐传媒
- 新闻出版总署
- 网易传媒
- 新浪传媒
- 大众网
- 半岛网
- 鲁中网

More..

其惊险刺激的形式远胜于内容。过于强调娱乐功能，就会消减节目的文化内涵，甚至失去节目的格调。益智类节目毕竟是电视文化的产物，其娱乐倾向不可避免，但如何使娱乐性服务于教育性，是其谋求长足发展应探讨的题中之义。

## 2. 设计痕迹过重

《一站到底》杂糅了真人秀的元素，因而“秀”的成分较多。

通过分析不难发现，每一期节目都会出现有故事、能制造话题的选手。但这些选手并非随机挑选产生，而是经过节目组精心选拔。越能出人意料、越有现场感染力的选手，越有登上赛场的可能，留在场上的时间也会更多。诚如《一站到底》的执行制片人薛巍所言，“每一期我们都会根据参与选手的个人特点而进行有意识的偏向，比如这个选手擅长哪一方面，我们就会相对地有所侧重”。就此来看，节目并不能实现参与的全民性，也无法切实保证公平、公正。

## 《一站到底》对益智类电视节目的启示

从我国益智类节目的发展历程上看，始终没有走出模仿国外的路径。在原创力不足、内发力不够的情况下，促进移植节目的本土化成为此类节目实现突破的关键点。《一站到底》同样引进了国外最新节目模式，在本土化进程中走在了前列。对此，我国益智类节目还应从以下几个方面着力。

### 1. 注重内容，以“智”取胜

当前，我国娱乐节目风行，数量繁多但千人一面、类型不清。这反倒为益智类节目的发展提供了新的机遇。因为相较于其他电视娱乐节目形态，除娱乐功能之外，益智类节目所承担的教育功能、审美功能更强。为此，益智类节目应进一步明晰定位，突出“益智”功能；坚持知识性和娱乐性并举，注重娱乐伦理。一方面，要重视吸收国内外同类节目的经验为我所用；另一方面，从提高节目质量入手，调度好主持人、参与者、现场布局等多种要素，以栏目制作者的智慧和益智节目的知识性赢得收视率。

### 2. 关注受众，以“贴近”见长

电视节目能够聚集观众在于制作者满足受众的收视需求。通过分析《一站到底》可以看出，该节目迎合受众心理需求，重视观众体验。在此基础上，益智类节目应进一步打破壁垒，坚持“草根化”路线。这既符合电视文化的平民性，也能为吸引更多参与者创造条件。另外，在题目设置上，应更加贴近百姓生活，保持趣味性之外注重实用性，真正做到寓教于乐。

### 3. 把握反馈，以创新求发展

互联网时代观众的反馈更加迅速、多元，为节目制作方获取建议增加了渠道。事实上，《一站到底》所受到的争议并非只有前文提到的两点，多数问题是由其官方微博和论

坛披露。如节目开播不久，主持人念题耗时引起了热议，另有观众对节目规则提出质疑。对此，《一站到底》节目组及时做出了回应和改进，调整了参赛双方的题目长度、难度。即使改进效果不能人尽满意，也在客观上树立了重视反馈、积极改过的形象。此外为创新求发展，《一站到底》还把握时机，推出了由“高考状元同台竞技”和历期“站神”参加的“诸神之战”等特别节目，这对于益智类节目的发展，同样具有参考价值。

#### 参考文献：

①尹鸿 冉儒学 陆虹：《娱乐旋风——认识电视真人秀》[M]，中国广播电视出版社，2006年1月第1版

②吴敏 冯珺：《益智类电视节目“升级”卷土重来》[J]，《南方日报》，2012年8月5日

③巫喜玲：《用节目元素法探讨益智类电视节目的创新——以央视〈幸运52〉、〈开心辞典〉和〈联合对抗〉为例》[J]，《东南传播》，2008年第3期

（作者单位：郑州大学新闻与传播学院）

[来源：青年记者2013年5月中](#)

编辑：解西伟

[【发表评论】](#)

[【打印本文】](#)

[【收藏本页】](#)

[【返回顶部】](#)

[【关闭窗口】](#)