



重
头
戏



A

1.0时代

普通娃娃也曾“大闹荧屏”

李幸表示，孩子是现代家庭最为核心的存在，小家庭不论有没有孩子，都不会影响他们对于这个话题的关注，所以，拿孩子做文章，早就被电视节目利用。江苏的电视节目《非常周末》《我爱饭米粒》等就比较有代表性。

《非常周末》代表人物：“一枝花”吴煜辉

江苏综艺频道的《非常周末》当年在江苏红极一时。2005年，节目组增设了宝贝才艺比拼环节。其中，节目会把每个宝宝都当童星来包装、打造。谁也没想到，“一枝花”吴煜辉的横空出世，把《非常周末》的收视率送上一个更高的台阶，人气甚至超过主持人。

吴煜辉胖嘟嘟的造型，非

常可爱。但最让观众捧腹的，是她“老嘎嘎”的、人小鬼大的样子。虽然是个5岁小孩，但经常模仿成人的口气。录节目时，有了口误她也不在乎，反而能引起全场爆笑。更好玩的是，她丝毫不掩饰自己对节目主持人陆之瑞的喜爱：有一次录节目，陆之瑞因节目需要和一个宝贝翩翩起舞，谁想到音

乐刚停，吴煜辉竟在台上哇哇大哭。原来，她对没有安排她和小陆哥哥一起跳舞有意见了，给大家来了个措手不及。

后来，因为上学的原因，吴煜辉的家人让她急流勇退，退出舞台。如今的吴煜辉已是一名初中生，偶尔有网友会在网络晒出她的照片，引起大家的一阵感叹，“变化好大呀！”

《我爱饭米粒》代表人物：“失控姐”丁莎莎

江苏优漫卡通的《我爱饭米粒》有个环节，叫职业体验，让小朋友早点体验到大人的职业。2010年10月，节目中四岁半的“女警”丁莎莎在网上走红，人送外号“失控姐”。

在当期的节目中，丁莎莎在民警值班室充当了一回小民警，接受节目组工作人员安排好的“考验”。没想到面对“坏人”，她立马失控，眼泪溃堤，哭着大喊：“你别杀我啊

……你是好人吧？你说话别太凶好吧……”“我是演戏的，演完了就会把你放了……”这些“失控”的话顿时成了网上的流行“金句”。

《我爱饭米粒》采用的是真人秀的形式，所以丁莎莎未经加工的爆笑表现被认为很真实，没有刻意表演。丁莎莎的“失控”也成为她的招牌，之后又有几家电视台邀请她上节目，将失控进行到底。

《中国新声代》代表人物：“最小影后”李馨巧

今年夏天，金鹰卡通制作了一档儿童选秀类节目《中国新声代》，比拼的是儿童唱歌的专业性。

让许多观众惊讶的是，节目中的孩子唱功不逊于成年人，明星学员李馨巧更出色。今年10岁的她演艺经历丰富，在节目中获得羽·泉、陈明、杨



可爱的“失控姐”



小影后李馨巧

这个时期拿孩子“做文章”的节目，还停留在展示孩子才艺、耍宝的层面。节目中的宝贝也几乎清一色是普通家庭的孩子。虽然节目有趣，但因为同类型节目越来越多，而且有些节目为了追求节目效果，刻意让孩子做一些“成人化”的事情，多少引起了观众的质疑。所以，升级换代成为必然。

现代快报 2013年10月19日 星期六
责编：曹锋 美编：王莺燕 组版：郝莎莎

66

昨天，《爸爸去哪儿》第二期如期登陆湖南卫视，继续给电视机前的观众带来欢声笑语。从前期的不被看好，到如今的一夜爆红，许多人表示不解。不过，昨天现代快报记者采访了著名电视专家李幸以及相关电视台，他们对此毫不惊讶，李幸直言，“孩子这个题材肯定会火，而且会在近一两年内充斥电视荧屏”。不过，李幸也表示，其实围绕孩子做文章的电视节目早已有之，如今的《爸爸去哪儿》应该是这类题材的2.0升级版。

现代快报记者 陆一夫 刘磊

《爸爸去哪儿》掀荧屏“孩子热”，专家称，拿孩子做文章的节目早就有

B

2.0时代

明星宝宝如今成了气候

进入2.0时代的荧屏孩子节目都在努力找寻升级之路。青海卫视推出的《老爸老妈看我的》全程记录的是草根宝贝们的第一次大冒险，捕捉他们在首次直面简单生活考验时，独立作出的判断与行动；陕西卫视推出的《好爸爸坏爸爸》把镜头直接聚焦典型的问题少年，略带沉重色彩地讲述青春成长中最真实的残酷；浙江卫视的《人生第一次》则真实展现了孩子如何面对人生中从未有过的挑战……而在本次升级换代中，《爸爸去哪儿》无疑成为儿童节目步入2.0时代的样板。



Angel是个小吃货

《爸爸去哪儿》代表人物：KIMI Angel等

《爸爸去哪儿》主打的是“明星宝贝”和“温情”牌，把镜头对准亲子关系，五位明星爸爸跟孩子进行72小时的乡村体验。第一季参加的有影视歌明星林志颖和四岁儿子KIMI、前奥运跳水冠军田亮和五岁女儿Cindy、影视演员郭涛和六岁儿子石头、影视导演王岳伦和四岁女儿Angel、国际名模张亮和六岁儿子天天。

明星宝贝本来就是观众关注的焦点，而在很多人的观念中，带小孩是妈妈的责任，但这档节目就是要挑战传统，让观众看看明

C 总结 拿孩子做文章的电视节目拥有了广泛的受众群，升级过后，明星宝贝们又极大地满足了喜新厌旧的电视观众的好奇心。而越来越多的电视台也意识到，孩子最可爱的地方就是他们的童真童趣，而不是拥有多少才艺，这样真实展示孩子天性的节目，得到认可可以理解。

C

专家声音

节目一拥而上可预见

从年初的《我是歌手》，到刚刚收官的《中国好声音》，这半年多荧屏上充斥着“歌声”，明星亲子类真人秀节目《爸爸去哪儿》的横空出世，让人眼前一亮。

但是，不少观众也表示担忧，《爸爸去哪儿》火了，会不会像歌唱类节目那样，弄得满荧屏都是呢？对此，李幸称这种状况肯定会出现在。“这个节目之所以成功，是因为它符合电视‘生活化’的特质，真正融入生活。但是电视还有‘商业化’的特质。荧屏其实也是个大卖场，一个东西卖得好，肯定会出现越来越多的卖家来分一杯羹。”

不过李幸表示，这样的情形

并不一定是坏事。“就孩子这个题材来说，它的生命力是无限的，题材和内容是发掘不完的。但关键是要有新的办法，要有形式上的创新。像《非诚勿扰》，它其实与之前的《非常男女》是一样的，都是男女婚恋题材，只是变革了形式，但是依然很受欢迎。”

李幸表示，现在许多节目都是引进国外的模式，这从侧面反映了中国电视人在节目创新上的匮乏。

“对于这种舶来品，除了创意之外，还要注重本土化，要考虑到中国的风土人情，这样才能把节目做好。”