

## 直播能盘活综艺吗？

曾于里

《人民日报》（2026年04月28日 第20版）

据统计，2026年第一季度全网排名前20的综艺累计正片有效播放量同比下降12%。近几年，综艺市场略显疲态：一方面，短视频和短剧抢占着用户时间；另一方面，“综N代”牢牢把持头部流量，但观众也对同质化节目模式感到厌倦。近日，已播出七季的《乘风2026》以全直播形式新颖亮相，迅速“霸榜”热搜，这是综艺“逆袭”的信号吗？

从形式上看，直播确实和经过剪辑的录播很不相同。直播的实时性意味着观众与舞台之间没有了剪辑的缓冲，评委的一句话、选手的一个失误、现场的一次突发状况，都制造了录播无法复制的戏剧张力，也能在瞬间发酵为热搜话题。不过，直播的短板同样不容忽视。最大的硬伤是时长失控——一场公演上下两期合计七八个小时，有效内容被稀释，大量镜头被冗长的过渡和无效互动填满。在时间格外珍贵的今天，这种低信息密度的超长待机，容易透支观众的耐心。与此同时，直播也把节目长期存在的结构性问题毫不掩饰地摆上台面——节目比拼的到底是实力还是人气？一个全程走调的表演能让选手拿下个人票数第一，而一些唱跳俱佳的选手反而在淘汰边缘徘徊，这可能让“竞技”本身成为一个伪命题。

说到底，直播解决的只是“观众怎么看”的问题，没有触及“观众看什么”的根本。形式重复、标准模糊、价值悬浮，这些“综N代”的沉疴并不会因为镜头切换成直播信号就自动痊愈。热搜上得再热闹，有多少观众会因此真正打开综艺的正片？更值得警惕的是，“热搜即胜利”的想法，有可能误导行业的创作取向——忙着制造争议话题、收割即时热度，综艺陷入“越没观众越炒话题、越炒话

盘活：指采取措施，使资产、资金等恢复运作，产生效益。

①提出问题：综艺霸榜是否等同于逆袭

综N代：已形成品牌、连续制作播出多季的综艺节目续集的统称。

霸榜：在榜单上长期或多次占据领先地位。

②分析利弊（形式）

戏剧张力：戏剧的一种结构现象。表现为人物塑造的立体性、对白潜台词、行动目标与手段的偏差、剧情临界状态的控制，并通过悬念引发观众对剧情发展的猜想及情感共鸣。

发酵：比喻事态持续发展。

短板：短处，最薄弱的环节。

硬伤：无法改变的缺陷、关键性错误或致命弱点。

③揭示本质：直播解决的只是观看形式问题

价值悬浮：指价值观等在制度设计或日常实践中未能落地，造成言行脱节、形式大于实质等现象。

沉疴：长久而严重的病。

题越没人看”的恶性循环。

跳出一档节目的得失，综艺行业需要回答一个更朴素的问题：能留住观众的核心能力究竟是什么？一些不靠话题、不靠争议的原创综艺反而给出了答题思路。

“情绪疏解”是综艺的重要功能，在快节奏、高压力的当下，观众需要通过综艺获得纯粹的快乐，释放内心的忧虑，这是主打“松弛感”“熟人局”的《快乐再出发》《现在就出发》能够脱颖而出的原因。情感连接的建立，则让观众在节目中看到自己、找到共鸣，比如《种地吧》对泥土的亲近、对播种与收获的敬畏、对乡村慢节奏生活的向往，击中了都市年轻人被钢筋水泥包裹已久的内心，让一档种地节目成了精神食粮。更进一步的精神触动，需要综艺跳出单纯的娱乐属性，承载一定的价值引导功能，比如《声生不息·大湾区季》让观众在歌声中完成了“文化寻根”与“精神归家”的双重体验，实现从个体怀旧到集体共鸣的升华。

综艺的价值，并不取决于热搜榜上的瞬时喧嚣，而取决于能否为观众带来真正的快乐、温暖和启发。话题可以制造流量入口，但好内容才是综艺对冲碎片化浪潮、重建自身独特价值的合理路径。这个道理并不复杂，却是行业在追逐话题数据的惯性中最容易遗忘的常识，也是综艺走出当下困局必须回归的原点。

④提出做法：综艺留住观众的核心能力（情绪疏解）

熟人局：指由真实朋友或长期合作的艺人组成的节目阵容，强调自然互动。

⑤重申观点：内容比话题更重要

对冲：指特意减低另一项投资的风险的投资。