

《山水间的家》第三季:

# 展现中国乡村的多彩魅力

本报综合消息 日前,由中央广播电视总台与文化和旅游部联合推出的综艺节目《山水间的家》第三季收官。节目以文化学者、文艺嘉宾、总台主持人共同组成的“山水小分队”,行走在浙江、四川、湖北、重庆、云南等地的乡村间,展现中国乡村美好富足的生活景观和乡村百姓悠然惬意的生活状态,描绘出一幅富有诗意的中国乡村发展画卷。

近年来,中国乡村快速发展,使乡村的村容村貌和农民的生活质量发生了巨大变化。实现这样的发展变化,离不开一批青年人的大胆创新,也离不开现代科技与传统农业的有机融合。节目聚焦活跃在乡村振兴一线的青年人。浙江湖州妙山村的青年创客将互联网思维融入当地特色农产品妙西黄桃的销售中。他们重新设计产品包装,

将妙西黄桃打造成兼具实用价值和审美价值的时尚农产品。北京大兴李家场村的李震通过自媒体、网络直播、教育培训等方式助力当地乡村发展。《山水间的家》第三季体现青年人身上的归属感、自豪感,从侧面反映出新时代中国乡村的独特魅力和强大吸引力。

《山水间的家》第三季通过表现具象的人物和故事,透视当下中国乡村富足悠然的生活状态,反映中国乡村百姓充实惬意的精神面貌。新疆伊犁四宫村发展由薰衣草带动的“紫色经济”,吸引全国各地的游客。游客们悠然自得地享受慢时光,体会闲暇生活带来的松弛感。在“谜语村”湖北宜昌青林寺村,“山水小分队”体验打包“谜橘”、参与青林迷宴,深度融入当地的乡村生活。节目播出后,当地民宿就被订购一空,真

正实现了“农旅融合、景村共建”。节目有效地推动了“文旅+视听”“文旅+综艺”的进一步融合,成为美丽乡村对外展示的窗口。

《山水间的家》第三季实现了文旅目的地与观众的双向奔赴,给同类型题材的文艺节目创作带来诸多启示。首先,文艺节目创作要扎根现实生活。《山水间的家》第三季深入现实乡村生活,寻找典型人物,再通过讲述多位典型人物的生活故事,拼贴出乡村的新风貌。这种做法让人们所向往的“诗和远方”有了具象化的呈现。其次,文艺节目要体现温暖情感。《山水间的家》第三季中表现了人物对乡村生活的向往之情,对工作事业的热爱之情,对山水土地的眷恋之情,这些真挚而温暖的情感往往最具有说服力和

感染力,成为吸引广大观众踏上乡村之旅的关键。再次,文艺节目要创新审美体验。《山水间的家》第三季以高品质的视听影像展现中国乡村的壮美景观,通过航拍、卫星遥感、延时摄影等方式为观众带来强烈的视听冲击和独特的审美体验。节目还融入很多趣味化的叙事手法。比如,“山水小分队”参与百人共创乡村画卷活动,给当地村民出谜题,吸引观众参与到乡村故事的讲述中。

《山水间的家》第三季以真实的影像、真切的表达、真挚的情感反映中国式现代化建设进程中美丽乡村建设的经验与成就,展示了山水田园间中国乡村的多彩魅力,同时也为文旅融合发展提供有益的参考借鉴,为乡村题材电视文艺节目创作拓展了丰富空间。

《不讨好的勇气》

# 以喜剧之名,解构青春的勇敢

本报综合消息 在快节奏的时代,每个人都在寻找那片能让心灵得以小憩的净土。日前,现代都市剧《不讨好的勇气》在腾讯视频开播,以其轻快、解压、年轻态的叙事方式让观众耳目一新。该剧用喜剧的外壳将关于如何有效职场交往、如何打破讨好型人格、如何实现自我价值等与你我息息相关的社会性议题巧妙剖析演绎,为每一位在都市拼搏的年轻人带来了几分温暖与治愈。

不同于传统偶像剧的常规套路,《不讨好的勇气》在剧情设计上进行了大胆创新。大厂女孩吴秀雅(李庚希饰)在一次机缘巧合中偶遇高中同学史野(魏大勋饰),并通过脱口秀这一全新的娱乐方式找到了可以直率表达自我的舞台,从而开始着手改变自己一成不变的生活状态,逐渐地找回了那个年轻时热情、张扬、自信的自己。

剧中多位新派喜剧演员,如自带喜感的魏大勋、张弛和王皓,以及多次登

上春晚舞台的小品演员牛莉的加入,不仅为剧集增添了轻松愉快的观赏氛围和创意活力,更让观众在欢笑中感受到了生活的真实与美好。在《不讨好的勇气》里,每一名表演者都在用最接地气的语言,四两拨千斤地解构着生活中的种种不易,让观众在捧腹的同时,也不禁对那些日常琐碎有了新的认识和思考。

值得一提的是,《不讨好的勇气》在视觉呈现上也颇具匠心。在不少舞台表演场景中,导演通过明暗变化、光影交错的灯光设计,配合服装、妆造和道具等元素的巧妙运用,潜移默化地突出着剧中人物的性格特点和身份特征,增强了剧情的层次感和视觉冲击力。特别是吴秀雅拿起话筒走上脱口秀舞台的那一刻,看似是一场普通的社交表演,却是剧中人物与现实生活的独特对话。这种既真实又梦幻的视觉设计效果,将演员与观众紧密连接起来,不仅能让观众置身剧集之中,充分理解各个



人物,又能保持清晰、立体、全面的观察角度。

从目前剧集播出的口碑来看,《不讨好的勇气》像是一场心灵的按摩,正在用独特创意和方式轻轻抚平着观众

内心。《不讨好的勇气》也在试图告诉观众,即使面对再大的困难,也要保有那份“不讨好”的勇气,在笑声与泪水中勇敢地做自己,见证成长的美丽,更活出真实的自我。

# 和“霸总”说再见!

广电总局出手管理此类微短剧

本报综合消息 《霸道总裁再爱我一次》《重生之我是霸总》……这类“霸总剧”要跟观众说再见啦!近日,广电总局发布霸总类微短剧管理提示,就霸总类微短剧的制作方向进行了指导。

霸总类微短剧管理提示指出,以企业家群体作为故事主角的微短剧数量不断攀升,一些作品播出后受到网民喜欢。但是,有一种被网民贴上“霸总”标签的微短剧,将代表成功、权力、财富的“霸道总裁”角色设定以及“爱上我”的浪漫剧情设定,当成追求流量的砝码,一些制作机构争相编排严重脱离生活实际和现实逻辑的情节。这种现象正在将此类微短剧推向过度娱乐化的泥潭。

广电总局网络视听司提出了加强对“霸总”微短剧管理的具体要求,就是压缩数量、提升质量,不以“霸总”之类

的字眼作为片名吸睛引流。对“重点微短剧”和“普通微短剧”,要严格把关,加强调控。对平台自审的“其他微短剧”,要加强巡查监管,督导平台落实主体责任,进一步健全内部管理制度,提高审核把关能力。防止存在刻意通过拜金、炫富、炫角、享乐等制造爽点,对主题的把握和主角的塑造偏离主流价值导向,以及宣扬不劳而获、一步登天、一夜暴富的人生观、价值观等问题的微短剧上线播出。

管理提示还强调,要坚持现实主义原则创作表现企业家群体的微短剧,要接近、了解、研究企业家群体,以他们的实际生活为素材,并进行价值提炼和审美升华。避免用写实的外衣包裹荒诞不经的故事,更不能以荒诞艺术手段为借口随意编造过度离奇却缺乏价值关



怀的情节,从而影响大众对中国企业家群体的认知,损害企业家群体形象。

此外,管理提示要求创作者主动设置议题讲好历史上和当代的中国企业家故事。积极引导扶持创作传播弘扬

爱国敬业、守法经营、创业创新、回报社会的优秀企业家精神的微短剧,为经济发展营造良好舆论环境。避免局限于爱情撕扯和家庭纠纷,尤其要防止宣扬攀附权贵、豪门、富豪的婚恋观。