

## 综艺速递

《中国婚礼——好事成双季》：  
照见幸福的模样

□本报记者 杨雯



在中国，婚礼有着丰富的情感连接与文化承载，不同地域有不同的婚礼习俗，不同时代有不同的婚姻观念。由湖南卫视王恬工作室打造的原创新婚文化节目《中国婚礼——好事成双季》创新解构中国婚礼这一命题，从婚礼这一独到的切口，洞见新时代年轻人对传统文化、婚俗文化的态度，以及他们的爱情观、婚姻观、家庭观，打造出传承婚俗文化、弘扬优良家风、洞察社会百态的新样本。

## 传承婚俗文化

《中国婚礼——好事成双季》创新采用“双生”（两组婚礼同时进行）的概念，通过双线交叉叙事的方式，在每期节目中聚焦不同地域对新人的婚礼故事，呈现“双生”地域特色、民俗文化与社会情感，诠释“好事成双”的主题。节目丰富展示中国各地、不同人群的婚礼特色与传承，让观众领略到不同地域文化孕育出的婚礼习俗的多样魅力。

在已经播出的两期正片中，走进了汉族青年柳建和傣族姑娘雷夏榕的傣族婚礼，以及东北乡村小伙李思楠和俄罗斯姑娘哒莎的跨国婚礼，这两场婚礼也展现出了南北乡村不同的婚俗文化与淳朴民风。接下来的节目中，还将呈现和同窗好友共同见证幸福瞬间的北大学子校园婚礼、展现年轻人新形态生活方式的房车婚礼、“经历风雨同患难，时光流逝情不变”的恩爱金婚等。

本季节目在延续第一季立意的同时，也在形式与内容层面作出升级。内容方面，更加注重对中国婚礼文化底蕴的挖掘、文化底色的彰显，拓展中国婚礼内容呈现的地域广度与文化深度，用特色文化与风土人情来丰富中国婚礼的内涵。比如在傣族婚礼中，傣族婚服所涉及的傣服、银饰、彩带编织，均为国家级非物质文化遗产，而柳建和雷夏榕这对“95后”新人所选择的男女平等的“两头婚”，正是傣族婚礼的传统和现代融合的体现；李思楠和哒莎选择在黑龙江伊春举办一场地道的中式婚礼。一家有喜事，全村来帮忙，是东北最具幸福感的婚嫁习俗。节目中，村里的大喇叭广播通知喜讯，满村借锅碗瓢盆、桌椅板凳，构成了一道独特的风景。

在形式上，本季节目邀请夫妻档嘉宾作为“幸福惊喜官”，化身观察者、参与者、服务者，与新人同吃同住三天并帮助他们筹备婚礼，用更贴近、更丰富的视角来观察和记录新人的家庭与生活，在深度的互动参与和对话交流中，真切展现新人对婚礼的期待与憧憬、对婚姻的理解与承担。

## 直面社会议题

婚礼是一次独一无二的仪式，也是一场幸福的见证，它饱含着承诺与责任，也寄托着祝福与期许。婚礼连接起两位新人，也连接起两个家庭，对婚礼的聚焦，也是对家庭、家风的描摹。节目中，柳建和雷夏榕回到雷家老宅时，奶奶拿出了代代相传下来的手抄山歌本，山歌的歌词记录着祖辈的一生经历，长辈将山歌本传给晚辈，传递的是中国家庭的相处之道与生活智慧。在雷夏榕的家中，爷爷和奶奶、爸爸和妈妈互敬互爱，他们的生活点滴、相处细节便是行胜于言的家风传承……观众在其中既能看到婚礼仪式的变化与传承，也能看到婚姻关系的细节与感动。

更可贵的是，节目还敢于直面大众关注的社会议题。以真切而犀利的视角，深入剖开了关于婚姻中要面对的现实问题，并激起了不少有价值的讨论，例如关于“入赘”、“两头婚”、彩礼等。

傣族姑娘雷夏榕，在一个两代人赘家庭中长大。在雷家，“雷家女团”掌管家事，“雷家男团”则负责打理家务。跟长辈不同，柳建与雷夏榕算是“两头婚”，婚姻既不属于男娶女嫁，也不属于女招男入赘，男女双方两头皆是婚娶嫁。

李思楠在异国他乡搞旅游业，发展时好时坏，后来碰上疫情，全部投资成了泡影，彻底一无所有。当他陷入绝境时，哒莎没有丝毫怨言，两个人租住在30平方米的小房间，靠拍短视频分享日常贴补家用。也正是在李思楠最艰难的时刻，哒莎同意了他的求婚。车子、房子，真的是爱情面前难以撼动的阻碍吗？他们用行动给出了回应。

可以说，节目重塑了当代青年对家庭责任的认知，并以此给面临婚姻焦虑的青年人更多支撑力量。这种角度与温度上的突破，让这些节目呈现出有深意的社会镜像。

## 内容评价要辩证看待“流量指标”

□陈建飞 顾如荣

在融媒体时代，受众对新闻产品大多在用“指尖投票”，仿佛流量已经成了电视等主流媒体“人心所向”。在算法和大数据分析技术推动下，海量用户的网上行为日益数据化。电视新闻从采集、生产到分发、反馈的全流程、各环节也正日益被量化。

点击量、转发量、评论量，热搜榜、流量榜、人气榜，下载率、应活率、实活率……流量指标被认为要比主观估量更加科学、准确，被赋予天然的合理性。

于是，无量化不评价。越来越多的流量指标不仅被应用于电视新闻传播效果的衡量中，而且正深刻、全面地影响、改造着电视等传统新闻的创作思路和生产流程，甚至媒体管理也越来越多地量化指标作为“指挥棒”。

## 认识数据缺陷

但事实上，流量数据的缺陷是客观存在的。

**不真实的流量指标。**须认识到并非所有的量化数据都是可靠的。

众所周知，在互联网时代，任务性“转发”、情感式“点赞”、形式主义的“评论”，这类“非真实”的流量问题一直伴随着量化数据而存在。而数据造假更是公开的秘密。“数据=流量=金钱”当下，对重要原始数据的真实性、完整性和准确性“不管不顾”，对数据篡改、参数选用和统计计算错误“视而不见”的情况屡见不鲜。有的甚至利用算法虚假注册账号或操纵账号进行虚假点赞、评论、转发，通过屏蔽信息、操纵榜单排序、控制热搜精选等干预信息呈现。

**不全面的流量指标。**须认识到并非所有传播目标都能够被量化。

从某种意义上说，量化的只是我们可以看到的，或者说选择看到的，其产生的流量指标很多时候是“同温层”数据。试问电视新闻的真实性、重要性、

思想性，哪一条可以真正量化？

流量指标不全面的另一个表现则在于只能将容易量化的指标纳入考核，而将较难量化、难以纳入核算的对象拒之门外，从而导致人们对这些事物的重要性予以低估。诸如电视新闻的引导力、公信力，能够精准量化吗？

**不美好的流量指标。**须认识到庸俗恶俗媚俗带来的流量有时更可观。

“婆婆给封校的大四儿媳送红烧排骨”“农村夫妻装扮成郭靖和黄蓉收稻子”“妹妹凌晨1点让哥哥陪着给男友送饭”……这些上了热搜榜的所谓新闻，有什么普遍意义，又具有多少公共性？

“上医医未病之病”。如果电视等主流媒体一味追着数据跑、围着指标转，从某种程度上讲，是主动放弃了“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务。

**不深刻的流量指标。**须认识到数据只是一种对事物表面简单的解释，无法帮助人们认识事物间本质的因果关系。

数据不是自然的产物，而是人为有意获取的结果。如果盲目地获得由大数据分析所得出的结果，忽视了“沉默证据”，更忽略事物发展变化的条件及整个过程，过度注重结果的好坏，未充分考虑影响结果的其他因素，很容易导致结论与实际不符。

当下，电视等主流媒体的经验性判断确实越来越多地受到来自机器的数据性评价体系的冲击，主流媒体建构的主流价值观、坚守的新闻理想正面临被算法推荐消解的风险。

## 防范技术风险

习近平总书记强调，要全面提升技术治网能力和水平，规范数据资源利用，防范大数据等新技术带来的风险。

对于与受众紧密互动中形成的各

种流量数据，电视等主流媒体既要高度重视、认真对待，又要努力规避数据陷阱，不能忽视对流量背后的个体差异性、规律例外性的辨析，否则就容易落入“量化陷阱”，造成“唯流量”单一评价的危害。

**要辩证地看待算法，把点击率考量与正能量评价相结合。**电视等主流媒体人要提高对算法的认识与驾驭能力，要了解算法的作用机制及影响，了解算法的价值和局限，要判断算法在哪些方面可以帮助我们作出更好的决策，而在哪些方面可能把我们带入歧途，也需要有能力判断算法本身是否有缺陷，比如算法依据的数据是否可靠，算法是否存在偏见，算法提供的结果是否合理、准确。

在评价导向上，电视等主流媒体要把满足受众需求同提高受众素养结合起来。新闻作品具有“信息+文化”的双重属性，新闻业的发展不仅是为了提高内容生产与传播的效率，更被赋予了意义表达和价值建构的使命，有着引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的职责。电视等主流媒体既要高度重视流量多少，更要高度重视对人的影响好坏。

围绕内容产品的质和效，电视新闻要突出网络平台终端的转、赞、评等要素，调动各种资源向网上聚集，推动电视的内容优势与移动传播有效结合，实现电视新闻作品既叫好又叫座。把满足受众需求同提高受众素养结合起来，真正实现既聚流量又聚人心。

**要全面地看待数据，把人脑的经验判断与电脑的数据分析相结合。**不可否认，我们已经进入一个利用大数据识别大格局、发现大规律的时代。量化指标在判断与决策方面有很多优势，但其不能代替人的专业判断与科学决策，点击率、收视率等数据只是衡量作品质量的维度之一，要避免完全依赖算法而形成错误的判断与决策。

在评价方法上，电视等主流媒体必须摒弃简单的流量化，杜绝浅薄的流量化，避免机械的流量化。在量化数据分析中，电视新闻等要注重和把握核心数据，防止遗漏有效数据，剔除无效数据，排除干扰数据，挖掘“沉默数据”，在准确把握相关数据的基础上探求因果关系，深入分析影响现象本质的关键因素。要重建专业判断和道德关键，用人脑去消除噪声杂音，用人的专业经验去发现符合主流价值观、符合新闻传播规律的“流量密码”。

**要系统地看待传播，把作品的影响力评估与思想的引领力评判相结合。**新闻传播是一个多维多元的系统、一个普遍联系的整体。其既与内容生产主体、传播主体、消费主体及监管主体等相关，又与传播时机、传播节奏、传播分寸、传播策略等相关。电视新闻要坚持发展的而不是静止的、辩证的而不是形而上的、全面的而不是片面的、系统的而不是零散的、普遍联系的而不是单一孤立的观察、认识和处理新闻传播面临的问题。

在评价效果上，电视等主流媒体要发挥舆论引导功能，把作品的“宣传热度”考量与受众的“体感温度”考量相结合，要把服务受众同引导受众结合起来。电视等主流媒体不仅要满足受众的需求，更要让主流价值观引导受众的需求，让传播不仅仅是“到达”的效果，更可以激发出更多的内心共鸣。

总之，电视等主流媒体既要摒弃“数据无用”“指标无意义”等片面化观点，也要杜绝“数据唯一”“流量至上”等绝对化思想；既要树立流量思维，积极寻找主流传播中的流量密码，又要辩证看待“流量民意”，不被数据束缚，及时规避流量陷阱，防微杜渐、趋利避害，建构系统、全面、科学的新闻传播评价体系，以更好地发挥流量对于新闻传播的正向作用。

## 双主播直播：摸清门道方显“味道”

□赵琳

在新闻直播中，双主播合作主持的形式屡见不鲜，其好处是：一方面，新闻导语的内容通过双主播的对话呈现，可使新闻报道的串联更加鲜活生动，增强了新闻的贴近性；另一方面，双主播的观点在交流中碰撞，夹叙夹议地输出，可提升新闻直播的品质。

那么，双主播合作怎样配合默契，给新闻直播增光添彩？

## 明确各分工

双主播的分工根据新闻直播策划的形式和内容来安排。每年农历三月三是广西各地少数民族热烈庆祝的重要节日，在广西“三月三”电视大直播过程中，双主播的一位主播负责访谈民俗专家，解读节庆活动的历史背景、民俗符号和文化寓意，另一位主播负责连线多地直播现场的出境记者。两位主播都担当着新闻大直播的总串联任务，但是分工不同决定了各自表达内容和方式的区别。

连线主播将各地直播现场的活动进行承上启下的串联，访谈主播通过对现场活动的观察，找出问题点，抛砖引玉，向民俗专家发问。每当切换不同的直播场景，连线主播就把“球”抛给访谈主播，访谈主播再把“球”传给民俗专家。连线主播重在节庆活动场景作说明和陈述，访谈主播侧重引导专家对活动作解读和评论。双主播明确分工，履行各自职责，整场直播便能做到行云流水。

双主播之间，主播和现场记者之间，主播和专家之间，多组人员交叉穿插，织成一张网，“兜”住整场直播。“三月三”大直播切换的现场多达8个以上，因此，双主播要“眼观六路，耳听八方”，掌控直播的节奏，使之连贯、平稳地推进。比如，“三月三”大直播的一个场景是广西百色市正在进行祭祀壮族先祖布洛陀的仪式，现场记者恰巧在准备下一环节的互动游戏，于是，连线主播及时“补位”，根据现场情况，运用事先储备好的知识，对直播画面进行解说。访谈主播准备好话题点，等待连线主播“传球”。连线主播解说完现场，把话题交给访谈主播，访谈主播送出邀约，请民俗专家介绍祭祀活动的民族文化根源、壮族发展历史的流变等。



《今日中国·广西篇》电视直播采用双主播形式。

资料图片

在双主播交叉主持中，连线主播要注意抓住新闻现场的“活鱼”，进行陈述性表达时力求生动有趣、有点有面；而访谈主播则要把准“脉搏”，找出评论的重点。双主播的对话衔接要简洁、直接、自然，及时呼应新闻现场的报道，及时分享彼此感受，通过交流互动烘托节目的“民族团结一家亲”以及“传承民族文化传统”的主旨，完成好直播任务。

## 熟悉内在逻辑

在大多数双主播直播中，双主播通过对对话串联新闻。2017年、2019年和2021年，CCTV-13新闻频道3次与31个省、自治区、直辖市电视台合作，制作了电视新闻直播节目，展播各省、自治区、直辖市的发展蓝图、产业布局、建设成就、风土人情。在节目中，CCTV-13新闻频道主播和主持人通过双主播对话的形式，串联一个半小时的直播。有意思的是，双主播的角色在“主”和“客”之间相互切换：在CCTV-13新闻频道平台播出节目，其主播是“主”，引导作为“客”的地方台主播推介各地发展成就，适时从国家大政方针的高度加以解读和点评；当聊到地方风土人情时，地方台主播又成了“主”，将家乡的新风貌娓娓道来，介绍给中央广播电视总台主播这位“客”，并发出邀约。双主播把握好“主”“客”转换，表达内容上各有侧重，对话交流

才能自然、流畅，才不会出现“喧宾夺主”或者“反客为主”的影响节目效果的情况。

在总台和地方台合作的类似节目中，地方台主播流露出“谁不说俺家乡好”的自豪感，是人之常情，但不能夸大其词，要以客观数据、客观事实为依据，把握分寸。而总台主播也要对地方情况有所了解，抛出恰如其分的问题，对地方台主播的分享内容积极回应。为此，双主播在直播前必须做好沟通，理顺直播内容的逻辑，有利于双主播在直播节目有限的时间里，传播有效信息，既聊出“干货”，又聊得有趣，引导和衔接好每一条新闻报道。

以2021年《今日中国·广西篇》为例，出于时间调控的原因，编导在直播中要求双主播对广西北海保护海洋生态资源的新闻作即兴点评，总台主播引用习近平总书记的讲话“广西生态优势金不换”，地方台主播回应，介绍了广西对海洋动物的具体保护措施，其中一条是发展“观鲸产业”。总台主播好奇：什么是“观鲸产业”？地方台主播由此介绍了它的概念和实施效果。虽然这方面内容在导语中没有，但是事前沟通中双方交流过这一话题，做过预热，因此，表达的内容既填补了时间又增加了有效信息。

## 相互提携补充

在一些电视新闻直播中，双主播

还共同承担采访嘉宾的任务。这就需要不同的话题上有主有次，相互提携补充，劲往一处使。例如在总台今年除夕的新闻直播节目《瑞兔呈祥中国年》中，双主播文静和朱广权共同采访脱口秀演员何广智和徐志胜，两位主播设计好问题对应两位嘉宾，在不同话题中两位主播有主有次，分别挑大梁。例如聊闺蜜、女朋友的话题，女主播文静更合适，她来主问；聊春晚脱口秀节目的设计，由男主播朱广权主导，合情合理。双主播的配合张弛有度，谁开头谁结尾，谁主导谁补充。不抢话、不做无谓的等待、发现表达中的问题，第一时间补充到位。

在直播中，有时难免出现口误，另一方要学会聪明地跳过去，保证整个节目顺利进行。例如在2018年湖南卫视小年夜直播现场，男主播把赞助商名字由“交通银行”说成了“招商银行”，女主播立刻说男主播女友有一张交通银行的银行卡，火速救场。那么，如何成为语言表达的“消防员”呢？首先，主播要做到信息的自我过滤，对自己直播中说的每一句话负责任。其次，主播不仅时刻关注自己的话，也要盯住搭档主播说的话，熟悉搭档的表达内容。因此，双主播合作，深度了解并掌握搭档的内容是合作性表达的前提，唯有这样，才能及时发现表达中的“火苗”。如果双主播各顾各的内容，不管对方，不仅对话缺乏整体感，一方出了错，另一方也很难补救，直播效果会大打折扣。

为了达到双主播合作为新闻直播增益的效果，双主播脚本的文本写作上也有讲究：首先，对于叙述性强、交流感弱的内容，不必强行改造成对话，可以采取双主播平均分配内容的方式，自然陈述，主播可以适当突出与观众的对话感；其次，适合对话的内容，文本创作要突出对话感，双主播有来有往，呈现信息，互相补充。还可以适当引入写剧本的思维，造梗、碰撞火花、设计悬念。结构方式有互问互答、并行叙述、共同分享。尤其是，主播们在直播前，可以先思考一下：哪些问题是自己在接到任务前确实想了解的，哪些问题是观众好奇想知道答案的，将心比心，真诚发出质问，真诚给予解答，才能获得真诚回馈。