



解 读 周 末

对话

言讲

知沪

悦赏

独家专访

喧嚣散去，留下价值

——专访导演关正文

■ 本报记者 吴越

消遣过后，还是会去寻求更有营养的东西

近几年，国内综艺节目之“火”有目共睹，有数据统计，2018年中国综艺市场的总规模达331亿元。然而，《见字如面》《一本好书》这类泛文化综艺起先仍然不被看好——因为它们“小众”“高冷”。但是，后来的数据让许多人“傻了眼”。

2016年底，黄永玉致曹禺的信“你多么需要他那点草莽精神”，以及两个文坛老友之间的深厚情谊，让《见字如面》一夜爆红。第二季节目中，周迅的40秒哽咽停顿、李真感谢母亲的无奈悲情，更让无数人泪流满面，一周之内达到了2.2亿次点击量。

对于文化类综艺“缺少流量”的判断，关正文不以为然。他说，人们对文化产品、精神消费的需求一直在那里，“把节目做好了，影响力就自然来了。”

解放周末：《朗读者》当年苦寻一年才找到第一家赞助商，您最开始启动《见字如面》时更是“等广告销售都等烦了”，最后决定先做再说。外界对节目流量和影响力的不看好，有没有影响到您？

关正文：其实我没担心过流量和影响力的问题。很多国家都有表层娱乐和所谓消遣的电视节目，也的确有很多人会去消费它们，但在我看来，消遣过了，没意思了，人们还是会去寻求更有营养的东西。

我认为，人类精神生活的主流价值追求一直没变，那就是完成一个对社会、历史、他人、自己的认知过程，提升自己的生命价值。《见字如面》也好，《一本好书》也好，给大家带来的是更具有内容价值的输送，让人们通过阅读好书和信件更好地去思考，去借鉴不同时代、不同环境下他人的经验，从而提升自己的生命质量。这是符合人类的精神生活需求和文化消费需求的。

解放周末：您认为这是一种社会的主流需求？

关正文：是的。而且，既然是主流，那就意味着会有相当规模的受众和影响力。即使短时期内会受到一定的偏好影响，出现被支流喧嚣覆盖的情况，我相信主流需求也拥有强大的修复能力。

所以说，有些人把我们的节目视作独特和创新，我觉得挺荒诞。我们做的事情其实是回到常识、恪守常识，因为人类精神生活本该如此。

解放周末：《见字如面》请明星读信，《一本好书》则是让演员进行经典场景演绎，有人因此认为节目的很大一部分流量来自于他们。您怎么看？

关正文：这两档节目中既有明星读信、演绎场景的部分，也有非明星的解读信件、点评经典段落的部分，确实有人觉得流量是明星带来的。

其实，我在《一本好书》刚开始播出的时候，收到过互联网播出平台的反馈，根据他们及时捕捉到的信息，戏剧演绎部分比较生动，受到大家的喜爱，但一到后边的嘉宾点评部分就出现了一个收视“洼地”。原因是人们在网上看节目可以掌握进度，所以有些人一到点评就快进，到了戏剧部分再开始看。

对此，我的解决方法不是压缩点评的时长，只留明星的部分，而是强化点评的深度、锐度和生动性，让两个部分达到比较均衡的状态，也体现了我们对于内容本身的信心。

让我比较欣慰的是，到了节目播出的中后期，再反馈来的信息显示，基本上点评阶段大家不会再快进了，那一部分的弹幕也都比较精彩。

事实上，两个部分的节奏拿捏还有讲究。通常来说，视频节目有一个全球通行的心理节奏定律，叫作“7分钟定律”，意思是每7分钟要让观众换一下感觉，综艺尤其是这样。如果大家细心观察，就会发现电影也遵循这样的规律。一般来说，7分钟内要完成一个自带起承转合的叙事片段，一定要有一个自生的高潮出现，然后再接下一个7分钟。对我们而言，做节目也要尊重大众收视的心理习惯和心理预期，顺着这个节奏走。

不分网剧还是传统剧，只分好剧和烂剧

2017年底，现象级综艺节目《国家宝藏》开播。播出后仅半年，该节目就在大型视频网站“哔哩哔哩”取得了相当高的播放量，年轻观众们更是发布了累计达105.6万条的弹幕。

一时间，发布这种在网络上观看视频时即时弹出的评论性字幕，成了人们表达自己对节目的关注和喜爱的重要方式。有人甚至说，一个节目火不火，看它的弹幕就知道了。

每次节目播出，关正文都会专门花时间看弹幕。他说，在现在的互联网收视环境里，想躲开弹幕都难。“弹幕中有很多观众的实时感受和反应，让我跟他们之间建立了畅通的交流渠道，这是非常有意义的。”

解放周末：看弹幕已经成了一种习惯？

关正文：对。弹幕让我们产生观众在场的感受，我们可以根据他们的反馈及时作出一些调整。

比方说，以前我们担心观众没耐心看那么久，就把《见字如面》剪得飞快，信件背景交代和延伸感受都点到为止。但当我看到相应弹幕的时候，大伙儿都在说“太匆忙了急什么呀”“我们没听够”等等，后来我们就调整，把节奏放慢。之后再看弹幕，就有反馈说“这回舒服了”。这是传统电视时期很难做到的。

解放周末：那有没有让您不那么“舒服”的弹幕？

去年末，“场景式读书节目”《一本好书》引发人们对阅读经典的讨论。今年初，《见字如面》第三季开播，继续带领人们走进那些依然鲜活的时代场景和人生故事。读完好书接着读信，人们发现，这两档节目背后有一个共同的名字——关正文。

作为《见字如面》与《一本好书》的总导演，“清流综艺”的代表人物，关正文始终对内容价值充满信心。在他看来，“通过阅读的方式提升对历史、社会、人性的认知，进而提升自己的生命质量，从来是人类精神生活的本质需求和主流价值”。



图片由受访者提供

人物小传

关正文

1960年生于北京，毕业于北京师范大学（现首都师范大学）中文系。作家、导演、制作人。



感受和辨别人性。尽管这几十年我们的高等教育越来越普及，每年有几百万高校毕业生，但我们要问的是，有多少人真正地接受了相应的文化训练和审美训练，保持着终身学习的习惯？

要知道，在图书市场，一本好书能够有十几万册的销量已经不得了，卖到100万已经是“奇迹”了。但若是以13亿人口的基数去判断，这个量算大吗？相对而言，视频天然具有更广泛的大众性。做得到位，达到两三千万的流量，就意味着把一本好书传达给了原有量级二三十倍的受众。在这些人群里，哪怕只有1/20有受到影响，那么这本书原有的读者群规模就会翻倍，这是我觉得有意义的事。

用虚假的方式装点自己的“文化门面”的行为，早该翻篇儿了

从2018年10月8日开场，到2018年12月24日收官，《一本好书》演绎了11本书，在腾讯视频平台获得了近4.75亿的播放量，微博话题阅读达1.8亿。

在这11本书中，《月亮与六便士》在2018年“双十一”登上当当网店虚构类作品销售冠军，《万历十五年》在西西弗线下书店销量上涨165%，《三体》《人类简史》《万历十五年》在网店的销售排名也有明显提升。

在众多赞誉面前，关正文却保持着一份冷静：这个节目不是为了“带货”，只是大众阅读的“试衣间”。

解放周末：《一本好书》带动了所演绎的书籍的销售，有人因而把这档节目冠以文化引领者的称号，您怎么看？

关正文：其实不是这样的。《一本好书》不是要试图去引领什么，它只是希望，通过每期节目60分钟的场景演绎和嘉宾解读，抛出一块“砖”，引出观众愿意去读好书这块“玉”。

我听到的最好的反馈就是有人说，看了你们的节目我真的想去读这本书了。所以当我看到去年“双十一”，《月亮与六便

士》这本书在网络平台冲到了销量冠军的时候，我觉得这个节目还是在拉动全民阅读上起到了一定作用。我们的努力没有白费。

解放周末：您说过，《一本好书》能激活大家的思考是因为那些书好，因为优秀艺术家的生动演绎。人们很好奇，这些书是怎么选出来的，参照什么标准？

关正文：我一直强调是在做经典推荐。各大高等院校和图书馆的推荐书单，各大报纸的年度图书榜单，国内外平台上的销售排行……这些都是打底的参考。但是，要挑选什么样的经典，我们有些方面的考量。

首先，要区分这本书是为了学术阅读还是大众阅读，这是两个完全不同的领域。学术阅读讲求专业，要符合学术范式，但大众阅读更多由文化兴趣和偏好所决定。选书不能背离大众读者的需求。

其次，考察当下性。有些经典可能放在当时的时代极具启发性，但在今天这个时代，那些观察已经不需要重述，那这样的书我们就不选。另外我们发现，以前的一些读书节目进行推介，很多时候都是为了方便卖新书，但我们对近期出版物的态度绝不是这样。我们会判断这些故事和论述在当下生活和生命意义中，是否能够影响人类文明进程，启发人们的思考，打开认知的窗口。

第三，我们考虑的是改编的完成度，是否能展现原著的样貌。因为我们做的是介于影视剧和舞台剧之间的特定形式下的戏剧化改编，说实话，挺难的。比如《月亮与六便士》中，赵立新演绎的毛姆既是舞台中的表演者，也是这本书的讲述者，观众跟着他的脚步感受每一场景，同时根据他的讲述感受台词和语言的巨大魅力。在专业编剧看来，戏剧部分说开始就开始，说结束就结束，中间还“跳”进“跳”出，没法用一整套戏剧格式从头写到尾，无从下笔。对于一些在节目里无法实现解决方案的书，我们也只好放在一边。三方面都满足，我们才会选择呈现。

解放周末：您通过节目抛砖引玉，试图让更多人接近好书、阅读原著，但现在也有互联网产品专门“替人读书”“把书读薄”，您对此会有担忧吗？

关正文：“替人读书”和“把书读薄”，我认为应该区别对待，因为它们对读书这个行为的基本态度不同。事实上，我们现在说读书比较泛化，通常把“手捧一本印刷装订物在那儿看”的行为叫作“读书”。一个孩子如果捧着印刷出版物“读书”，往往会被视作“有出息”，但是如果一个孩子抱着平板电脑打游戏，那叫不上上进。我认为这是非常不准确的一种行为描述。

出版物那么多，每一本都值得一字一句去读吗？一本有价值的书，也可能不值洋洋洒洒几十万字，也许其中的几种观点和思路是有价值的，剩下的内容都是过程推演和旁征博引。这一类书，有人提纲挈领地介绍它真正对人有效用的内容部分，把书读薄，我觉得蛮好。但是，这种行为跟文化本身的价值传播关系不大。真正值得从头到尾好好读的书，任何人都无法替代。这样的书还值得被反复读，在不同的年龄段和不同的心境下读。

那些通过“替人读书”的产品来获得满足的人，不是为了滋养自己的生命，而是为了获取更多的谈资，属于知识贩卖型的获取。像这样用虚假的方式装点自己的“文化门面”的行为，我认为早该翻篇儿了。

这是我们的文化消费向认知价值转变的信号，我很乐观

很多人因为《见字如面》和《一本好书》而熟悉关正文。但在这两档节目之前，广受好评的《中国汉字听写大会》和《中国成语大会》也出自关正文之手。

在“文化中做文章”，与关正文自身的爱好和经历有关。大学毕业之后，关正文留校任教，后进入中国作家协会，当了多年的文学编辑。上世纪90年代，他进入电视领域，先后担任多个节目的策划、导演和制作人。

一路走来，关正文的节目中始终透着对书与文的真诚和热爱。

解放周末：当年做文学编辑的经历对您今天制作这些节目有什么影响？

关正文：做文学编辑的时候比较年轻，当时因为在中国作协下属的出版社，面对的是中国最好的作家。早期做编辑，就是为作家做好服务，把一本书从手稿状态变成书的状态，排版、校对、设计、推广发行都要管，要不断地去掌握这本书。后来整个图书出版业市场化之后，就不光要判断书的学术价值，还要判断它的商业价值和传播价值，这些训练还是一致的。作为编辑就是和作者一起进入作品的世界，对于完成品进行调适、校正，在里面“游泳”。

后来进入电视行业，做娱乐节目也好，晚会节目也好，和文学原著之间的关联就逐渐疏远了，顶多用到的是文学能力。但这一次做《一本好书》，又回到原著上。因为我们拍摄时间特别紧张，两三天就要完成一本书的拍摄，现场又是上百号工作人员，作为导演如果对原著不熟、对剧本不熟，实际上是导不出来的。所以那段时间我就是整个人泡在原著里，每本书都是自己从头开始一个字一个字地进行改编，特别纯粹，感觉特别幸福。整个过程我感觉是高度紧张、高度匹配、高度幸运。

解放周末：这几年每每出现一个“爆款”，就有人说中国文化综艺节目已经迎来了“春天”，但也有人说“春天”言之过早，“风向标”已露端倪。作为一线从业者，您怎么感觉？

关正文：相比文化综艺的提法，我更愿意用“内容价值类”来界定这类节目。在我看来，《歌手》展现音乐文化，《风味人间》讲的是饮食文化，“文化”其实是一个很大的范畴。这些年我很欣喜地看到，那些排在“第一梯队”的节目有了明确的变化，在自己的领域越来越向文化本真回归，越来越注重提高观众的认知水平。这是我们的文化消费向认知价值转变的信号，我很乐观。

另一方面，我们也要认识到，任何节目的成功都是单品的胜利，而不是类型的成功。比方说《舌尖上的中国》“火”了，你不能因此宣布纪录片的春天来了。这是两回事儿。我们要认识到文艺创作的基本规律，避免类型化的认知方式和推广方式。在互联网上传播的类型化节目，只要重复了别人，生存空间就很小。