

综艺第二季易扑街,《这就是街舞2》却一开播就炸裂

本报记者独家专访总导演

海选就像决赛,后面还要怎么比呀

本报记者 庄小蕾

5月18日晚,就在《这就是街舞》第二季开播前,总导演陆伟狂发了十多条朋友圈吆喝。

节目开播3小时后,豆瓣评分一路飙到了9.7。网友纷纷送出“炸”“开播就是总决赛既视感”“神仙打架”等高评价。

目前,由优酷、灿星出品的《这就是街舞》第二季已经播出两期,豆瓣评分稳定在9.5的高分。事实上,《这就是街舞》第一季表现已经不俗,超过5万豆瓣用户打出了8.6分。而优酷的数据显示,《这就是街舞》第二季无论口碑还是流量都全面超越了第一季。

舞蹈节目向来不好做,可谁都没有想到,2019年第一个爆款真人秀,出自非常垂直甚至可以说小众的街舞节目。

如何将小众节目做成爆款?如何打破综N代口碑、关注度不及前作的魔咒?记者独家专访了《这就是街舞》总导演陆伟。



全场跑的摄像机 连腿部细节都能看清楚

看过《这就是街舞》第二季的观众,脑子里冒出的一个词可能就是“神仙打架”。的确,这一季节目大神云集,用业内的话说,就是OG中的OG(指街舞中的元老级舞者)都来了。

不论是街舞大神冯正、阿牙,还是舞佳舞、街舞比赛KOD的创始人高博,还是Bboy中的元老级人物Danny汪坤炅,他们的加盟,不但带动了一大批大牛舞者加入,也贡献了多个燃炸的舞台。

“像阿牙,第一季我们就请了他很多次,他那时候对上节目还没把握。看了第一季之后,第二季就愿意过来了。这样的OG占了多数。”陆伟告诉记者,因为第一季的效果不错,很多海外华裔的高能舞者也愿意来,给第二季增加了不少看点。比如有“世界腰王”之称的金小根,他在第一期节目中,用一个高难度动作就征服了观众。

这些元老大神级舞者看中的,正是节目的专业性。而专业性,则体现在细节上。

有专业街舞人士发现,第一季时,节目组在后期花字(给街舞种类和动作做的注释)上还有些小纰漏,而第二季的花字几乎全部精确。比如舞者范范从“甩手舞”到“模特舞”的技巧切换,几乎是一闪而过,花字也精准地捕捉到了。

陆伟告诉记者,为了更好地科普街舞,今年节目组在去年的基础上,又请了一些街舞圈的资深人士为他们重新梳理了一遍花字。

而在拍摄手法上,今年节目组也花了很多小心思。“我们在100进49的时候,新增了安放在遥控汽车上的摄像机。这个机位可以全场跑。这样我们可以从仰拍视角,拍到舞者的手部、腿部细节。再结合去年的如影系统,和总决赛用过的360度定格技术,可以更好地呈现舞者表演的全貌。”陆伟说。

赛制更激烈 没想到队长比节目组更会玩

很多人觉得第二季节奏快,“全程无尿点”“一言不合就battle(对战)”,甚至有网友



易烊千玺和他的战队。

评价说“节目时长2小时,高潮2小时”。

这得感谢第二季的赛制升级——在海选阶段加入了战队battle抢毛巾的环节。

在《这就是街舞》里,毛巾(在节目里代表得分或晋级)就是有限资源。“我们想让资源的分配过程更加不可预见。”陆伟透露,这样的赛制使得海选阶段就把最强者聚集在一起,这无疑也激发了舞者的状态。舞者们的遇强越强的,节目也更加好看。

于是,我们就看到第一期里,吴建豪韩庚对战时奉献的“爱的魔力转圈圈”舞,还有第二期里,易烊千玺与罗志祥的毛巾之争。

第二季里,队长表现也有很大的变化。易烊千玺自信、果决;罗志祥综艺感十足,“用极限挑战的精神在做街舞”;韩庚不再纠结,知道自己要什么,也更会玩了;而吴建豪虽说则是新加盟的队长,但对这个舞台一点儿都不陌生,融入得非常快。

在陆伟看来,去年开拍第一季时,四位队长中的三位之前都没有参加过这种真人秀节目,而今年有经验了,带头玩得嗨。

比如节目组今年取消了海选时队长拥有的“待定”权,本来是“套路”队长的一招。“队长要么淘汰学员,要么就想办法去化解。”陆伟说,但没想到,队长们比节目组更会玩。韩庚在第一期中,就忽悠了吴建豪“骗”来一条毛巾。

记者手记

如何把小众做成爆款 得抓住与观众的情感共鸣

从《中国好舞蹈》《新舞林大会》到《这就是街舞》,灿星历来有做舞蹈节目的传统。但舞蹈节目并不好做,它的门槛比唱歌、闯关、情感类节目高得多。而街舞更是舞蹈节目中非常垂直细分的领域。就像第一季节目刚推出时,制作团队都没抱太大的希望,只想着一个好的小众内容出来。总导演陆伟自己也说舞蹈类节目欣赏门槛高,言下之意要爆的可能性很小。

如何让小众的舞蹈节目出圈,成为大众爆款?

首先,是让观众最直观地感受到美感。“一首歌好不好听,用耳朵就能分辨。舞蹈节目的难度在于,你必须要让观众在这两分钟里目不转睛。所以我们会在拍摄手法上、技术设备上做提升。”陆伟说。

而更重要的,则是情感的共鸣。陆伟就抓住了“团队”“荣誉感”两个关键词。队长与队员之间,队员与队员之间,两队对战时彼此既对抗又尊重的那些细节,被更好地体现出来。

“今年的赛制进行了革新,在海选团队battle时,我们鼓励哪怕没有拿到毛巾的队员也参与这种争夺,这就是一种集体荣誉感的塑造。”在陆伟看来,就像年轻人爱看《灌篮高手》里的热血一样,街舞对战时为了战队集体荣誉一起奋斗的感情,对年轻人是有情感号召力的。

而当舞者为了战队出战时,他们的情绪和表现力,也会达到顶峰,“现在绝大多数年轻人都是独身子女,他们渴望有兄弟般的队友。为什么街舞、足球、篮球这种群体性的项目会受欢迎,就是因为存在着这种大众化的情感诉求。”

现在摆在陆伟面前的难题是,节目一开播就这么高的口碑,接下去还怎么比呀。目前可以透露的是,总导演说了,今年的总决赛,每一支舞都会努力向国际最高水平去靠拢,赛制本身悬念性和对抗性也会有提升。

吴建豪与他的战队