

魔鬼心理实验室全国独家揭示

《达人秀》十大心理吸引法则

魔鬼心理实验室
主持人

张结海 实验心理学家,在国际、国内权威心理学专业杂志上发表多篇有影响的论文,提出了多个心理学的理论模型。

曲玉萍 大学实验心理学专业讲师,法国政府青年社会学精英学者,CNRS国家科研中心客座研究员。

为什么选秀节目在中国早已日薄西山,而《达人秀》却可以创造收视率新高?《达人秀》的收视人群非常广泛,其吸引力到底何在?

《达人秀》是从英国购买的版权节目,据说版税非常高,这些巨款获得英国方面的一本神秘的制作宝典。宝典对《达人秀》节目制作的方方面面进行了非常详细的规定。那么,这本神秘的宝典又到底有哪些核心内容?

《达人秀》节目制作都有哪些你所不知道的内幕?还有……《达人秀》还能火多久?

今天,魔鬼心理实验室全国独家为您解读《达人秀》那本神秘宝典的最核心内容,我们将它总结为十大心理法则。尤其值得注意的是,英国这样一个国家,近年来频频向世界各国(包括美国)输出电视节目,我们以一家之言深度解析《达人秀》,正是希望国内综艺节目能够吸取其精华,有所借鉴。

法则1 寻找法则

“善良的人们”大概根本没有想到,英国《达人秀》的选手绝大部分是节目组四处寻找而来的。每季《达人秀》开始,媒体上都要公布报名电话,还时不时播出些海选的片段,给人的印象《达人秀》是一个百分之百的选秀节目。错!《达人秀》确实有海选出来的选手,但是只占很少一部分。

实际上,《达人秀》宝典上对于寻找什么样的人、这些人应该具备哪些条件都有详细规定。您也许会问,《达人秀》既然是选秀节目,又为什么要主动出击去寻找选手呢?这就涉及到《达人秀》第二个法则——心理原型法则。

法则2 心理原型法则

“原型”这个概念在欧美娱乐圈是一个非常非常重要的概念。“原型”原本是一个心理学的名词,最早是荣格提出的,在此基础上,约瑟夫·坎贝尔撰写出的《千面英雄(The hero with a thousand faces)》被欧美娱乐圈的从业人员奉为圣经。

那么,什么是原型呢?它指神话、宗教、传说不断重复出现的意象,它源自民族记忆和原始经验的集体无意识,它能唤起观众潜意识中的原始经验,使其产生深刻、强烈、非理性的情绪反应。

法则3 吸引法则

一个节目要成功,吸引点是关键。具体地说,《达人秀》的吸引点为五大类,分别是:蜕变、反差、猎奇、感动、搞笑。

所谓蜕变,说得诗意一点是“相信梦想,相信奇迹”,说白了就是一夜成名,这是深藏在我们每一个人内心深处的欲望。当我们自己无法实现蜕变时,我们把这种情感投射到一个个达人身上。这也是娱乐节目的一大改变——以前我们在电视上是看别人(精英),现在我们是看自己(草根)。

法则4 分工法则

支撑《达人秀》是一个庞大的工作团队,从功能上他们分成以下几个小组:寻找小组,负责在全国各地找寻符合《达人秀》节目要求的选手。培训小组,该小组对所有选手进行培训,主要内容是彩排,但是重点内容却是选手背后故事的包装,穿衣打扮、教选手在台上如何说话,以及帮菜花甜妈这类歌手写《送你葱》这种俏皮的歌词。摄制组,负责场内拍摄以及少数有真实身份选手的外景拍摄。剪辑及后期制作组负责最后的剪辑工作。

法则5 包装法则(又名反差法则)

包装过去都是往好里包——美化、漂亮、时尚,但是《达人秀》包装基本原则是反差,重点选手条件是才能和外表存在反差。仅此一条,你就能八九不离十地预测到最后的前三名。

法则6 梦想法则

“你的梦想是什么?”这是每一个选手在台上都会被问到的问题。这个问题非常重要,首先因为它直接涉及到《达人秀》五大吸引点之一的“感动”,其次回答不好很容易引起观众的反感。既然如此重要,选手如何回答就非

法则7 Yes 法则

现场观众通常比较热心,只要选手有一个

法则8 广告法则

北京人民大会堂的演出,《达人秀》会临时请一位北京的评委,不过无论是杨澜还是崔永元,他们都会被上海的那两位评委“耍”,原因是北京的那位评委不了解《达人秀》内定的广告法则。

这个法则很简单,那就是淘汰一位选手

法则9 剪辑法则

许多观众天真地以为《达人秀》是直播节目,更多的观众知道是录播,但以为是录一次播一次。直到高晓松因为酒驾缺席,观众们这才恍然大悟,原来《达人秀》是多次录,通过剪辑打乱再一期一期播。这有什么好处呢?

《达人秀》剪辑的理念全面借鉴好

莱坞大片的观众心理波动法则,把每次播出的《达人秀》当成一部电影来剪辑。基本的做法是把精彩的和不精彩的节目按照一定的规律进行排列,然后播出。这些规律包括开头要有一个比较精彩的节目(但不是最精彩的);观众所能忍受的乏味时间不能超过一刻钟,所以每隔最多15分钟就必须安排一个能提起观众兴趣的节目;有些表演一笔带过,选手根本没有自我介绍、回答你的梦想是什么的机会;最精彩的节目放在相当于电影高潮处——大约2/3的时间——播出;结尾处最好是一个无厘头的搞笑。

《达人秀》连片尾出字幕的方式都学电影。商业无处不在。

时,不要前两位评委都说No,而要一个说Yes,一个说No,等到第三个再说No。为什么这么做?因为前两个评委打平后,可以插播一次广告。比如,第二季杰克逊老太太表演完之后,杨澜说No,周立波立即说:“阿姨,我给你Yes。”广告回来之后,不出所料,伊能静再给她No。

常有讲究了。培训小组在培训时要求选手必须遵循以下两个原则:要么拼命向上,给人感觉像痴人说梦。比如,我要代表中国人出现在世界舞台上(引发观众的民族自豪感),我要开一个100万人的演唱会(让观众感觉他[她]好可爱)。要么拼命向下,梦想越低微越能打动

方面令他们满意,他们就倾向于Yes,为不违背民意,《达人秀》宝典规定,评委可根据现场观众的反应多给Yes,反正这个Yes也不一定有用。

时,不要前两位评委都说No,而要一个说Yes,一个说No,等到第三个再说No。为什么这么做?因为前两个评委打平后,可以插播一次广告。比如,第二季杰克逊老太太表演完之后,杨澜说No,周立波立即说:“阿姨,我给你Yes。”广告回来之后,不出所料,伊能静再给她No。

商业无处不在。

莱坞大片的观众心理波动法则,把每次播出的《达人秀》当成一部电影来剪辑。基本的做法是把精彩的和不精彩的节目按照一定的规律进行排列,然后播出。这些规律包括开头要有一个比较精彩的节目(但不是最精彩的);观众所能忍受的乏味时间不能超过一刻钟,所以每隔最多15分钟就必须安排一个能提起观众兴趣的节目;有些表演一笔带过,选手根本没有自我介绍、回答你的梦想是什么的机会;最精彩的节目放在相当于电影高潮处——大约2/3的时间——播出;结尾处最好是一个无厘头的搞笑。

《达人秀》连片尾出字幕的方式都学电影。

法则10 走红法则

《达人秀》还能红多久?回答这个问题并不难,支撑《达人秀》的是这些达人们,而达人基本上是不可再生资源,用完就没有了。

爱的教育

我爱爸爸



当看见小阳与爸爸第一次紧紧拥抱着一起,父子俩的动作和表情由僵硬、陌生、羞涩变得自然、投入和幸福,我欣慰地意识到,这对父子纠结了十几年的心结,终于解开了。

小阳第一次来到咨询室的时候,焦虑、仇恨、绝望的情绪写满脸上。十四岁的花季少年,内心本该是阳光、快乐、充满生机的,而小阳却忧伤、冷酷、充满着仇恨。他声嘶力竭地诉说着自己的不幸,发泄着心中的愤怒,他说自己在这世界上有个不共戴天的仇人,这个人就是自己的父亲。他控诉从小父亲对待自己的种种暴行,说到伤心处,竟然失控地用双手拼命拉自己的头发。

奇怪的是,虽然小阳的表现让人觉得好像他父亲确实做了非人道的东西,但他所说的那些具体事件,却是平常的父亲都容易犯的错误,并没有特别虐待的成分。相反,我们还发现小阳的父亲是个负责任的爸爸,这些年小阳妈妈没有工作,都是父亲辛苦工作在养家。这样的爸爸按理不应该成为儿子仇恨的对象,为何父子关系会变得如此紧张呢?

当见到小阳的爸爸妈妈后,问题的原因找到了。原来这对夫妻对于养育孩子有个特别的分工,爸爸负责赚钱养家,而妈妈则负责儿子的全部养育事宜。爸爸本来就是个性格内敛的人,不善言辞,情感木讷,对儿子,他认为只要能提供经济上的保障,就算尽到了父亲的责任。而妈妈作为全职妈妈,她也把儿子的生活、教育事宜全包了,觉得具体养育孩子是妈妈的事情,平时也基本不让爸爸插手儿子的事情。于是,在儿子的成长记忆中,没有一次与爸爸亲热、玩耍的回忆,而这些,是所有的孩子都向往的、不可或缺的对父爱的情感需求。

根据弗洛伊德学派关于心理防御机制的理论,当一个人渴望某样东西而得不到,为了避免心理的痛苦,会启动内心“否定”的防御机制,以拒绝接受或主动放弃来获得心理平衡。因此,从心理层面上分析,小阳是因为从小渴望父亲的爱而不得,内心充满失望和沮丧,在这种缺乏父爱情感的家庭环境中成长,他变得敏感而自卑,他渴望父爱却害怕得不到,便以拒绝父亲的行为来保护自己。进入青春期的逆反,让他把这种失望和拒绝演化成对父亲的仇恨,他的内心其实是以发泄对父亲不满的过激行为来表达对长久缺失的父爱深深的渴望!

通过咨询,我们帮助小阳和父母看到了问题的根源,指导他们建立起家庭沟通模式,学会互相以合适的方式表达自己的情感,并理解与接纳其他家庭成员的情感。终于,小阳与父亲重建了父子关系,小阳的过激行为也改变了。

吴亦君 亦君工作室主任,国家二级心理咨询师。互动博客:<http://blog.sina.com.cn/wwwuyj>