

网络调查显示： 今年央视春晚满意度不足两成

□据《广州日报》

央视虎年春晚13日晚亮相，与往届一样，春晚始终在骂声中成长。今年春晚节目相对来说亮点不多。像“千手观音”或者去年小沈阳的表演一样亮眼的节目很少。不过，舞美十分出色，算是为春晚带来了出人意料的一大看点。对于无处不在的广告植入，有观众开玩笑说：以前是严禁广告中插播电视剧，如今是严禁广告中插播春晚。业内人士估计，一场春晚央视视收6.5亿元广告“大红包”。在某门户网站对今年春晚的满意度调查中，截至15日零时记者截稿前，认为“好”的只占15.2%，不到两成，46.5%的人认为不好。



刘谦表演近景魔术。

赞 3D 舞台超炫，奥运班底设计

2010年春晚的最大亮点是舞台设计与舞蹈节目，这让人有点始料不及。虽说近年来春晚一直在舞台精致化的道路上前进，但今年的舞台设计也太让人惊艳了。今年春晚剧组特别请北京奥运会开幕式舞台背景设计班底进行LED多媒体设计，不仅舞台背

景和两侧的LED能播放动画，连地板和大屏幕都能播放动画，舞台效果的展示是全方位的。而且由于角度原因，能产生立体效果，观众不用佩戴眼镜，也能体验3D舞台效果。这种似曾相识的感觉，仿佛奥运会开幕式的“卷轴”被搬进了春晚。如舞蹈《荷塘月色》令人惊艳，舞蹈演员们穿着带荧光

的衣服载歌载舞，背后的大屏幕上变幻着让人心醉的荷塘美景，金色的莲花在深蓝色的海水中绽放，效果相当出色。

网友反应：记者发现，网民对于春晚的舞美基本持赞扬态度。不过鉴于当晚的节目实在乏善可陈，所以有人建议：“还不如把春晚直接改成歌舞晚会呢！”

观众点评谁最精彩

王菲冷 小虎热 本山闷 刘谦神

春晚播出前，观众对王菲复出、小虎队重组、刘谦继续变魔术和赵本山推新徒弟最关注，而在春晚播出后，网友们也对这些表演讨论最热烈，王菲的歌艺、刘谦的奥秘、小虎队的怀旧、赵本山的小品沉闷都成为网络话题。

满是怀旧情绪，很多网友直言，自己并不在乎小虎队的表现如何，“我们要听的是回忆，是共同的青春或者童年的偶像，是我们的心声才促成了小虎队10多年后的舞台重聚”。

王菲没有小虎队“传奇”

当王菲缓缓登上舞台，在她的头顶出现一个立体的深蓝色巨大的星球。这是王菲嫁给李亚鹏5年后，复出歌坛的重要一唱，可惜现场及网友反应都是先热后冷。许多观众看完表演后表示，自己刚开始听到王菲的声音很激动，但是这首歌很慢，后来就变得很平静，而整个现场也与春晚欢乐热闹的气氛格格不入。

对于天后的歌艺，和王菲之前的全新单曲《幽兰操》一样，网友们各执一词，有人认为她宝刀未老，仍然让歌迷惊艳，也有人认为王菲休息的这5年，“嗓音废了，气质降了，品味也差了”。

相比之下，出道已20多年的小虎队，比王菲显得更加“传奇”，3人的亮相也掀起当晚最高潮。同样是登上舞台，身穿白衣白裤的小虎队掀起的是雷鸣般的掌声，当他们打着手语唱起经典代表作《爱》，现场的中年人也兴奋不已；《蝴蝶飞呀》和《青苹果乐园》引得所有观众都跟着他们轻轻哼唱。演出结束后，网上的留言

没有宋丹丹赵本山没看头

语言类节目一向是央视春晚的重头戏，尤其是本山大叔的小品。但当天遭遇“口水”最多的，显然还是最受期待的赵本山的最新力作《捐助》。大量植入广告让观众感到厌烦，受捐的单身妈妈居然提着昂贵的酒去看恩人，明显硬销，不符合剧情。有网友呼唤宋丹丹出山，因为“没有宋丹丹的赵本山小品根本没看头”。

刘谦一枝独秀再惹解密

刘谦虽然是第二年上春晚，但他的魔术表演毫无疑问又“火”了一把。刘谦表演的近景魔术引发了观众们的热烈讨论，一段关于“全面破解刘谦魔术”的“硬币穿玻璃教学”视频在网上迅速走红。从视频中所展示的魔术方法看，令刘谦手中的硬币穿透玻璃桌的，或许是藏在戒指中的磁铁。

这段时长3分9秒的视频2008年1月已上传至国内某视频网站，在春晚刘谦表演完魔术10分钟后，该视频被网友推荐到各大论坛，短短两小时，播放次数已达16万次。

弹 软广告无处不在

春晚还没亮相，广告收入高达6.5亿元的消息已经让人震惊。不过观众无论如何都没有想到虎年春晚会变得广告无处不在。在语言类节目中大量植入的广告，令网友十分反感。

大量为众人熟知的广告语都被植入在节目中，赵本山的压轴小品《捐助》中，小沈阳扮演的记者一口一个“某网站视频栏目主持人”，广告叫得震天响。网友评价说：“听两次可以理解，超过5次就

是欠扁。”此外，小品中受到捐助的妇女一出场就拎着“国窖”的纸袋，节目中还要再三强调是“国窖1573”。而刘谦表演魔术时，拿起面前的橙汁喝了一口，除了果汁的瓶子上有大大品牌特写之外，刘谦还要强调说：“这是某某果汁。”此外，小品里卖包子的夫妇围裙上印着硕大的某花生油品牌的名字。而蔡明和郭达的小品也被认为是广告最密集的一个节目。

网友反应：网友对此十分反

感。“央视就这么缺钱吗？还是觉得咱们老百姓今儿个真好骗呢？”这样的质疑充斥于网络之中。

导演辩驳：对于网友质疑春晚植入式广告是不是太多了，导演金越14日接受媒体采访时回应说：“春晚尽量不做广告，大家也是借力使力。只要广告植入得比较自然，符合情节，我觉得没有问题。包括‘搜狗’，我觉得本山是在做一个包袱，不是纯粹的广告。我们没有必要回避这个话题。”

砸 拷贝网络桥段缺乏新意

可能是出于吸纳网民的缘故，今年春晚语言类节目竞相引用网络流行语制造笑料，用得有些过了。冯巩的相声剧《不能让他走》，短短五六分钟的节目，出现了大量的网络流行语，比如“我妈叫我回家吃饭”、“能不急吗？我还得回家偷菜呢”、“不要崇拜哥，哥只是个传说”、“你爸唱的不是歌，

是寂寞”、“我是雷锋的传人，叫‘雷人’”多少有些牵强附会。

而热门影视剧也在语言类节目中频频被“拷贝”。根据去年影视剧的热门程度，最受欢迎的便是《潜伏》。郭达、蔡明表演的小品《家有毕业生》中，出现了“你潜伏得够深”、“我不是天津站的”等台词；姜昆的《和谁说相声》，干脆找

了个演员自称是“余则成和翠平的儿子”。荧屏前的观众恐怕只剩下苦笑的分儿了。

网友反应：对于网民而言，这些桥段实在缺乏新意。往年总有一个小品或者相声能够创造出一个引领潮流的词语。但是今年这些语言类节目反倒成了网络流行语的“回锅肉”。

洛阳网 洛阳人的网上家园
WWW.LYD.COM.CN
 点击生活 服务无限
 地址：洛阳新区开元大道报业大厦22层 广告热线：0379-65233618