

C18 纵深

各大卫视综艺节目五成以上引进海外版权,业内人士解读本土化尴尬

海淘节目模式,好声音“蒙对了”?

《中国好声音》早已落幕,但围绕该节目的话题并未停歇。日前,东方卫视宣称明年办《The Voice of China》(《中国好声音》英译),浙江卫视却否认节目换台,再次将海外“电视节目模式”版权交易的话题纳入公众视野。

背对歌手,转动椅子,争抢学徒——《中国好声音》的成功被普遍认为是节目模式的胜利。日前崔永元接受媒体采访时发表看法,认为这不过是“蒙对了”,这似乎与“好声音”制作方当初向电视台推销节目时的碰壁形成了呼应。据粗略统计,目前各大卫视主打综艺节目五成以上来自海外版权,而它们获得的关注却大不相同。

促成《名声大震》《舞动奇迹》等节目版权交易的中介公司世熙传媒总裁刘熙晨告诉新京报记者,现在业内对节目模式的判断还处在初级阶段,但电视台选择哪种模式,是权衡资金投入、效益回收策略、频道定位以后的决定,“这件事不只是运气问题。”

C18版-C19版采访/新京报记者 杨林

■ 海淘不易

尴尬1 外来和尚,本土撞车

最初引领卫视购买海外节目潮流的,是2007年湖南卫视的《名声大震》。这档脱胎于BBC节目《Just the Two of Us》的节目,由八对著名歌手和来自其他领域的名人配对,进行歌唱比赛,收视率全国同时段排名第一。促成此次合作的,是北京世熙创意国际文化传媒有限公司(简称世熙传媒)。试水《名声大震》后,他们又联合香港TVB、湖南卫视推出《舞动奇迹》(版权来自英国的《Strictly Come Dancing》)。

世熙传媒总裁刘熙晨告诉新京报记者,六年来他目睹了中国电视对海外节目版权的日益重视。他向记者透露,2007年,邀请明星跳舞的节目《舞动奇迹》最开始要合作的电视台是浙江卫视,“当时合同都和他们都签好了,本土化改造、节目宝典演练也开始启动,遗憾的是东方卫

视的《舞林大会》节目率先推出,两个节目相似性颇大,导致广告客户退出,浙江卫视无奈只得放弃。”刘熙晨也做了一些维权动作,但最终不了了之,最后想办法才找到湖南卫视接手。《舞林大会》方面则认为,两个节目的性质是不同的。

无独有偶,2010年,湖南卫视相亲节目《我们约会吧》购买英国电视交友节目《Take Me Out》版权,却遇到同期开播的江苏卫视的《非诚勿扰》这个劲敌,两家卫视的嘴仗也因此打个不停。

刘熙晨觉得,以前中国电视综艺节目领域模仿风气很重,经常是某一个节目受欢迎,很快全国各家电视台模仿版本全出炉,“我不否认模仿是学习的一部分,但模仿之后不仅不向原创者付费,反而沾沾自喜,这样的心理是国内电视节目创意不足的原因之一。”

尴尬2 因地制宜,老外不干

2010年,《中国达人秀》在东方卫视的成功,让各大电视台开始对海外节目版权有了全新的认知。刘熙晨说:“这一年几乎是版权模式启蒙年,这几个节目的成功,让很多电视台明白购买版权不仅是节目样式,重要的是制作流程和方法,有些东西不是看一眼就能学会。”

花钱购买国外节目版权,引进节目模式,好比投资购置了一个漂亮包装盒,里面如何放置内容电视台自行决定。但即使是包装盒的制作也是相当有讲究的,确实不是看一眼就能学会。刘熙晨介绍说,海外版权方会提供几百页的节目“宝典”,从情节设计、灯光、音乐、舞美到地点、流程,连一封邀请函的写法都一一详细说明。同时,还会派出专人进行现场指导,参与节目的制作、执行、营销等各个环节。

据《中国好声音》宣传陆伟介绍,他们节目宣传片头、节目的logo、导师们拿着麦克风的手势、现场红色的背景等整体包装和视觉元素基本与《The Voice》一模一样。节目第一期

录制时,更有国外导演在现场观看、指导,对灯光、布置、音响提出建议。除了舞台硬件,版权方对于对导师、学员及现场乐队的选择也有要求。东方卫视《我心唱响》总导演陈晔曾提到:“说实话,硬件很好学,但软件上,国外制作方那种以人为本的精神、对每个细节一丝不苟的态度,让我深受触动。此外,国内电视人普遍年轻,制作经验缺乏,对着宝典走一遍,对团队培养也是一条捷径”。

严格的宝典也给本土化修改出了难题。刘熙晨告诉本报记者,国外版权方并不愿意让中国同行做太多改动。“一方面国外不了解中国市场,他们担心修改会影响核心。《舞动奇迹》在湖南卫视播出时,每改动一项就要和BBC沟通很多次,但随着版权购买的增加,国外电视人也觉得中国同行运营能力增强,矛盾就少很多。”话说回来,刘熙晨觉得,目前对引进版权节目模式在多数时还是全程“COPY”,他认为真正形成节目本土化,甚至创造出属于中国独有的节目模式,要花上五至八年时间。

尴尬3 水土不服,南橘北枳

《谢天谢地你来啦》固定的喜剧演员难找

通常意义上,引进到国内的海外节目都有过成功经历,但“南橘北枳”这样水土不服的故事也不少。去年10月央视综合频道曾推出《谢天谢地你来啦》,引进自澳大利亚热门节目《Thank God You're Here》,并由王牌主持人崔永元坐镇,但经过前几期的热闹后,最终收视率并不如意。前不久崔永元接受媒体采访时,竟感慨道:“钱都白花了,就买了个节目名称来。”

在崔永元看来,《Thank God You're Here》的喜剧演员

比较固定,都来自一档情景喜剧,有时情景喜剧的内容也经过改编放到节目中,而且喜剧演员自然更会搞笑,但央视这档节目则是什么演员都上。崔永元透露,澳大利亚方还来北京跟他们一起开过交流会,“结果他们从我们这里拿走了几十个创意,而我们好像什么都没得到。”

《我心唱响》中国人太含蓄,缺乏镜头感

有类似遭遇的不只央视一家,2011年4月东方卫视开播的《我心唱响》也遇到“水土不服”的问题,该节目从荷兰节目

转椅成了“好声音”模式的象征,而电视台的采购者,为哪一档海外节目模式“转身”,则考验着他们的判断力和运气。

《Sing It》购买了版权,节目口号是“说不出的话,唱出来”,然而制作了几期之后,节目组发现了一个难题——中国人太含蓄。总导演陈晔对媒体表示,“荷兰原版中,随意请来的普通人就能很兴奋地唱歌跳舞,热情奔放地表情达意,但我们在中国请嘉宾来录节目时发现,中国人的情感表达还是太含蓄,缺乏镜头感,情绪难以激发出来,因此往往我们录9个故事,最终能用的只有5个”。《我心唱响》在两季共26期的合同到期后目前已停播。

(下转C19版)

