

娱视界

中国电视人是幸福的,随意一个节目,就有数以十万百万计的观众。中国电视人又是不幸的,因为面对的是发展迅速、差异巨大、众口难调的观众群。

一位电视业专家这样比喻中国的电视业,中国电视业就像一条高速公路,马路宽阔,路面平坦,是极好的路,但鲜有车开过,而好车就更加少了。针对电视行业目前存在的现象,记者总结了“八大怪”。

中国电视怪现状

全国剧目一盘菜
山寨假货公开卖

频道大半没的看

当下正在普及的数字机顶盒中可看到的电视频道有200个之多。在这总共200多个的频道中,一般观众常看的频道可能仅是央视、各省级卫视以及本市频道等五六十个频道中的一部分,大量数字频道几乎没能吸引观众去看。虽然许多数字频道的目标观众是对某个领域感兴趣的小众人群,但这并不代表对节目的质量标准就可以降低。

记者曾收看过数字频道中的宠物频道,其“王牌”节目《托尼的视频日记》的制作水平和网友上传的视频相当,完全看不出专业性何在。其他的频道也往往以老电影、国外老纪录片、过期栏目、过期赛事等等便宜节目来充数。

频道开设混乱无规律,频道内容空洞质量不足,是一个明显的问题。

内容形式跟风快

不论是电视栏目,还是电视剧,一个火起来,便有无数的相似节目、剧目跟风。《潜伏》火了,一批批谍战剧前赴后继。电视剧《后宫·甄嬛传》火了,所有描写“甄嬛”的电视剧都要挂靠,之前的热播剧《宫》竟然被改名为《甄嬛前传》,倒真似后宫人攀附宠妃般见风使舵。时至今日,虽然有国家广电总局的限令,但还是各种跟风电视剧、电视节目赴汤蹈火。

再说电视栏目,想当年湖南卫视的《超级女声》火了,全国掀

起了一阵选秀热。虽然选秀早在前几年就开始走下坡路,但今年还有江苏卫视的《脱颖而出》、青海卫视的《花儿朵朵》。

其实不仅选秀节目,婚恋节目、家庭节目都有井喷之势。电视人缺少创意,看到别人火了,认为模仿别人自己就会火。而模仿最终导致的是电视节目类型单一化,使某一类型题材或者节目资源迅速被观众厌倦。

抄袭海外还挺拽

如今火热的电视节目形式往往是引进国外版权,甚至是直接抄袭而来。历数当下,电视台并没有几档真正自己原创的栏目,电视上大量的高收视节目都是从国外老牌的热播节目中引进版权(或者是抄袭,也可以称模仿),进行本土化改造后搬上电视的。

记者从业内人士处了解到,有些影视公司有专人负责搜集世界各国的高收视栏目,守规矩的会联系制作方买版权,不守规矩的就会直接抄袭。时下比较火的婚恋节目形式就是从国外引进的。

自创节目劳神费力,成功与否还是个未知数。而引进的节目已经有了完整的节目构架和运作模式,搬过来改一改,容易得多,成功率也高,谁愿意劳神费力地搞自创节目呢?但单纯地引进,最终伤害的还是我们自己的电视产业。

全国剧目一盘菜

一部电视剧几家卫视同步播出,或者在央视首轮播出后,还要再卖给卫视进行二轮播出,这都是中国电视剧市场中常见的现象。要知道,这些卫视,从市场的角度来说,相互之间都是竞争者。他们面对的受众和客户群都是一样的,同一个剧这家也播那家也播,观众是没了的选,广告商是同质化竞争。

究其原因,倒也简单

单,一方面,目前我国电视剧制作质量还有待提高,大量烂剧充斥,好导演拍摄一部好剧,会被多家电视台抢着买,但是作为卫视,在财力上往往又无法独自承担一部剧的采购费用,所以也就形成当下“拼剧”(也拼抢也拼凑)的局面,同一部电视剧在几家卫视齐头并进,甚至连播出时间和剧集都相同。

明星出位才招爱

从电视中走出的明星可谓



▲杨二车娜姆

▼“毒舌”评委柯以敏



►“江湖专家”张悟本

不少,嘉宾、专家、主持每个行当都有。近些年来,在电视中的嘉宾如走马灯,想要争个脸熟,就得出新出奇,像老一辈那样踏踏实实凭能力出头的已经不多见了。

前两日,记者在江苏卫视上看到一档主持人评选节目,邀请了三评委:倪萍、郭德纲、包小柏。倪萍作为央视前主持人当之无愧,郭德纲作为当下主持界新宠也能勉强接受,但歌手出身的包小柏是否适合担当主持人评委?为了节目的可看性,主办方当然会选择一些能抓眼球的评委,以点评犀利著称的包小柏恰巧符合这一点。

在“评委界”中,如此“出众”的还有爱戴花儿的杨二车娜姆,点评同样犀利的柯以敏,这都是选秀节目的“宠儿”,如果评委能闹出个“退出”风波那是再好不过了,炒了自己也炒了节目。

晚会成堆名目怪

从性价比上来说,晚会应该是最底的节目类型。一台晚会,少则几十万,多则上千万,一般播出时间也就一两个小时,太昂贵了。国外的电视中较少有晚会这种形式,即使像奥斯卡颁奖这种全球收视率很高、盈利可观的节目,其现场歌舞布景等也都控制得比较紧凑。

早年间,春晚只有央视一家在做,近些年各个卫视乃至城市频道也纷纷来分一杯羹。如今,晚会的数量和名目多得让人吃惊,只要是个节,甚至是说得出口的日子,就会有各种名目的晚会出现,一台晚会嫌不够,还要细分,按行业分,按年龄分,按部门分,好像哪一个部分没照顾到都不行。我们现在真的富裕到这种程度了吗?

江湖骗子变专家

专家是在学术、技艺等方面有专门技能或专业知识的人,但是电视上专家泛滥已经是不争的事实,专家在电视上也

各说各话,相互拍砖,也曾有网友戏称他们是“砖家”。这些专家大都挂着某某知名大学教授、博士生导师等等名衔,是不是真的,反正观众也无从查证。如果是一般的娱乐性节目也就罢了,最不能容忍的是,这些专家往往出现在一些具有商业倾向的节目中,其误导作用比较恶劣。

当下被质疑最多、争议最大的就是健康专家。最知名的“江湖专家”要数张悟本,他在电视台的滔滔不绝引发了观众对健康专家的信任危机。虽然屡经整顿,但现在仍然有这样那样的专家在喋喋不休地教导着人们健康知识,观众对此的感受是“专家太多,一个人说一样,都不知道听谁的好了。”

山寨假货公开卖

“5000不要,只要998,您就可以把……带回家。”主持人激情澎湃的解说词早已成为电视购物的经典语录。记者随意在数字电视频道中搜索,竟一连搜出8个电视购物频道。

被国家广电总局整顿之后,在各大上星卫视中,我们已经很难见到山寨手机、保健品以及真假难辨的收藏纪念品广告。但是在购物频道中,它们的身影依然随处可见。随意看看几个购物频道,减肥药品、足金饰品、珠宝玉器、保健器械等类似的商品反复出现。而这些东西或者夸大其词,“24小时日夜瘦不停”;或者价格超低,几百块就可以得到一个“贵族级别”的高级商品。

电视购物频道良莠不齐,其放纵的结果是对电视行业权威性的伤害远远超过所获得的利润,至少,目前在国内观众的评价中,电视购物的口碑远远低于网络购物。

(解辰翼)

包小柏

