

为中国梦注入公益力量

高晓远

“一条公益广告短则几秒，然而它传递的价值和很多长篇巨制比较起来，一点不逊色。”白岩松说。4月15日，主题为“行动改变未来”的全国电视公益广告大赛在北京启动，白岩松作为启动仪式的主持人，特别深有感触。

当天，歌唱家谭晶、演员濮存昕、李冰冰，春节期间引起热议的《回家》公益广告主人公——来自贵州的农民工汪正年夫妇以及全国道德模范郭文标、杭州娃哈哈集团董事长宗庆后等都来到启动仪式上，与白岩松、董卿以及在座的广告界、新闻界嘉宾畅谈自己的公益经历与广告主题创作设想。

“公益广告就像一盏灯，灯光亮一下，黑暗就会少一些。”濮存昕一直用自己的行为和思考坚守着公益事业。这次，他抱着一个很萌的玩偶走上了台。“这是濒临灭绝的长江江豚，随着长江生态环境的恶化，它们的生存空间缩小，已经剩下不到1000只。”濮存昕现场画了一幅非常生动可爱的江豚简笔画，并用江豚的口吻写上：“这是我的家园，也是你们的家园。但是……”他希望长江生态环境能够尽快改善，使江豚和其他物种都能很好地生存下去。

2013年央视春晚上播放的公益广告《回家》中，那一对骑着摩托车从广东回贵州老家的农民工夫妇汪正年和彭双芹，也希望能够用自己的力量为建设公益家园添砖加瓦。他们的孩子患上了地中海贫血，汪正年说：“有机会再让我去拍一个公益广告，我希望能帮助生了这种病的小孩，让更多人关心这种病。”彭双芹的很多工友患上了职业病，她想做一个跟职业病有关的公益广告，让更多的人关注农民工的健康。

“如果小朋友在商场和家人失散了要怎么办？”“家里的煤气泄漏了要怎么办？”出任中小学安全教育形象大使的李冰冰，带来了《中小学安全教育手册》，向在场的观众普及安全教育。李冰冰说，她最关心的是孩子们的安全问题，“一个小朋友的逝去影响的不止是一个家庭的幸福，甚至带来几代人的伤痛。”因为妹妹去年生了宝宝，对于孩子她有了更多的切身感受。她希望参与有关孩子安全教育的公益广告。

“你不认识我，我不认识你，互相帮帮忙，生活就少了风雨。好人就在身边，也许就是自己……”全国公益广告大赛启动仪式在谭晶的一首《好人就在身边》中进入尾声。我们非常需要的正能量。中央电视台台长胡占凡希望通过本次大赛能涌现出更多富有新意、行动力强的作品，“让我们用行动改变未来”。



上图：濮存昕与江豚公益广告



右图：李冰冰在北京一所小学和孩子们在一起

《一生守护》首度聚焦“护患”关系

近年来，医患题材一直是荧屏热门，但关注护士与患者关系的电视剧实为少数。目前正在江西卫视播出的都市情感励志剧《一生守护》，开辟了对护工群体观察的新视角。

该剧由黄克敏导演，杨童舒、郝平、孙桂田、黄白露等主演。主人公赵雪原本是一名护士，因替同事背黑锅而被开除并吊销护士执照，为了支撑家庭的重担，当起了护工。虽然背负着沉重的经济和精神压力，赵雪依然坚持守护着孩子和老人，始终保持坚定的信念和乐观的心态，展现了女性独有的宽厚慈悲。该剧通过现代都市小人物对待生活与情感的态度，展现了浓浓的亲情及爱情。主人公对生活坚定、永不放弃的励志精神也感染了每一位演员。

业内人士认为，在当下涉医电视剧中，病患的关系常常是关注的重点，而实际生活中，护士、护工比医生有更多的机会接触病人，与病人的关系更为亲密。《一生守护》脱开了以往涉医剧的常见套路，把重心放在护患关系上，更加关注聚光灯之外的护工与患者关系，成为国内首部关注“护工”群体情感困扰与人生经历的电视剧，有新意也有深度。（晓远）



《汉魏六朝赋学批评研究》出版

冷卫国著《汉魏六朝赋学批评研究》近日由商务印书馆出版。该书是海内外第一部赋学批评断代史，系统建立了汉魏六朝赋学批评的基本框架，全面爬梳了汉魏六朝的赋学批评资料并进行了准确的理论阐释。该书着眼于各种文体之间的相互联系和影响来论述赋学批评的发展过程，注意把握不同历史阶段赋学批评的动向与文化背景的内在关联，内容详实，结论可靠，是一部优秀的学术著作。（田媛）

可转的座椅，可亮可灭的灯；草根唱，专家打分；明星唱，观众打分；在电视上求职、求偶、解决家庭矛盾；明星跳舞不新鲜了，现在时兴明星跳水；一个节目除了选手、嘉宾、评委、导师，甚至还有了专业“卖哭”的观众！中国大陆的电视荧屏上下，似乎从来没玩得这么“嗨”过。其中的重要原因，也许是内地电视节目现在流行“拿来主义”。这些电视节目“模式”的原产地，从香港、台湾地区，转向日本、美国、澳大利亚，而最受青睐的，据说是世界上最厉害的电视节目“模式”生产大国——北欧的荷兰。

90%的周末节目是“拿来”的？

如果一个电视综艺节目骤然火爆，仔细研究一下，往往会发现它不是纯粹的中国血统，即并非由我们的电视台或者制作公司原创，而是从海外购买某种节目模式的版权后复制的，也可能压根就是国外某个节目的“山寨”版。“现在，‘拿来’的节目大约占周末节目、季播节目的90%。‘拿来’的主要是选秀、综艺节目，周间节目、非娱乐节目引进得不多。”上海唯众公司总裁杨晖告诉记者。而且，她认为，“与过去的遮遮掩掩不同，现在购买国外版权的节目往往吆喝得很响、很热闹。”

毋庸置疑的是，中国已成为全世界最大的电视娱乐节目消费市场。中国传媒大学教授刘宏指出，与电视剧的区域化不同，娱乐节目是全球化的，在世界上拥有知识产权的程度也比较高，中国与世界接轨以后，更便于引进和复制。

浙江卫视《中国好声音》、《中国好声音》的原版都有在全球多个国家推出获得极高收视率的成功先例，依据国外提供的制作“宝典”复制，成功的可能性很大，不像国内的自主研发节目，还要走弯路，上来下去地改版，反复接受市场考验。

“拿来”的节目无需付出原创节目的“试错成本”，投入产出比更高，可以缩短制作周期；有成功的先例，更容易在主管部门通过审查；甚至人们依然迷信“外来的和尚会念经”，多少有些崇洋媚外……业内人士给出的这些到海外“拿来”节目的原因，都无可厚非。但这些答案其实概括起来也就是4个字：急功近利。

“我们已经习惯于为海外电视模式买单，为引进买单，却不为自主创新买单。”杨晖有些无奈地说。

“拿来”不可怕，可怕的是“同质化”！

刘宏指出，就像中国的有钱人去海外置产，推高了某些地方的房地产价格一样，前几年，中国的视频网站海量收购海外影视作品版权，推高了海外影视作品价格，“现在，一些财大气粗的地方卫视，在海外的电视上狂买电视节目模式，也推高了海外电视节目的价格。”

据介绍，目前不仅有大量中国电视人和电视学者专门研究海外节目模式，也有人开始在中国专门代理海外电视节目模式，甚至还有外国人扎根中国专门生产新模式以便“出口转内销”。更有意思的是，有家电视台购买了海外电视节目模式，请来了他们的团队，准备复制一档节目，结果不久后听说，这个模式的核心人物早就被国内另一家电视台请去，正在制作几乎同样的一档节目。刘宏认为，现在我们“拿来”的电视节目明显陷入了一种恶性竞争，比如同时出现两档明星跳水节目，过去婚介、求职、歌

电视节目流行“拿来主义”

苗春

唱选秀节目等都曾出现过一窝蜂现象。“在国外，大家都安静、稳定地做节目，不会出现此类混乱状态，而中国的电视界被激发得太过了，很浮躁，发现一个新颖的模式就大家一齐冲上去。”可电视台也有苦衷，“不冲上去就分到蛋糕，排名前几位的几家卫视必有同样的节目，否则就没有广告了，收视率也还是硬指标。”

“‘拿来’是一种必然。”杨晖认为，电视台从竞争中突围需要一个抓手，而国内电视节目创意的贫弱是不争的事实，只能借助外力。“但是，电视荧屏应该像春天的花园一样五彩斑斓，做到竞争的多样化，而不能拥挤在一起。‘一将功成万骨枯’，到周末才有一两个成功的节目，其余都是炮灰。”

现在一些“拿来”的节目的投资已经超过亿元，比如《中国好声音》、《中国最强音》等。杨晖表示，“如此大投入，节目做成了固然达到了广告商、观众、电视台的‘三赢’，但真的Hold得住这么多钱吗？还应该理性地分析，积极地判断，审慎地操作。”

“拿来”对原创是“打压”还是“促进”？

“拿来”节目的效果好与不好，刘宏给出了“四六分”的量化的答案：“‘四’指好的，‘六’指不好的。”他认为，不好是恶性竞争对市场的破坏，好的是给国内电视人带来了头脑风暴，“目前我们已经拿到了国外的实验性节目，就是说，我们‘拿来’的时候，他们的节目模式因为刚刚出炉不久，并不是最成熟的，中国‘拿来’后还能补充改造，然后向国外输出版权，到国外流通，使其节目模式实现更新换代。”

王征宇也认同这一点。他介绍，浙江卫视播出《中国好声音》比美国晚两个星期，比法国晚5个月，“由于新的节目模式在国外出现后，我们马上就引进，后来发现渐渐同步了，没法引进了，必须进行自主研发。”所以，他认为，“拿来”模式会促进国内原创节目的发展。“‘拿来’的不只是模式本身，宝典里有先进生产力和技术，对团队培养也有好处；而且有很多引进节目进入中国市场后进行了本土化改造。”比如浙江卫视的《中国梦想秀》购买美国《就在今夜》的模式，浙江卫视做的第一、二季按照原模式，第三季就进行了改变，事实上变身成为一种原创，美国BBCW又买走了这个模式。

但是另一方面，杨晖认为，“‘拿来’的节目使国内节目创新的难度增加了，提高了原创的门槛。”杨晖的唯众公司到目前为止还没有购买海外节目模式，“这是因为唯众一直以原创为核心竞争力。”她认为，尽管“拿来”是一种必然，但是应该尽量缩短这个“拿来”的过程，“把该学的都学了，完成自身生产流程再造，掌握国际化的标准。”此外，原创节目的制作公司也应该坚持自己原创的姿态，不要放弃对创新的追求。“六七年来，唯众做成了《波士堂》、《开讲啦》、《爱拼才会赢》等20多档原创节目，从上海走到央视，走到全国。所以，坚持原创也能活下来，而且活得越来越好。”但杨晖也表示，如果看到心仪的海外节目模式，不排除大胆引进的可能，应该“两条腿走路”。

江苏卫视《非诚勿扰》拷贝了上图的美国电视节目



从哪「拿来」我们的节目

- 央视 《幸运52》
- 央视 《开心辞典》
- 央视 《正大综艺·墙来啦》
- 湖南卫视 《超级女声》
- 湖南卫视 《我们约会吧》
- 湖南卫视 《我是歌手》
- 江苏卫视 《非诚勿扰》
- 江苏卫视 《星跳水立方》
- 浙江卫视 《中国梦想秀》
- 浙江卫视 《中国好声音》
- 浙江卫视 《转身遇到TA》
- 浙江卫视 《中国星跳跃》
- 辽宁卫视 《激情唱响》
- 东方卫视 《中国达人秀》
- 东方卫视 《妈妈咪呀》
- 东方卫视 《舞林争霸》
- 东方卫视 《梦立方》
- ……
- 《GOBINGO》（英）
- 《Who Wants to Be a Millionaire?》（英）
- 《Hole in the Wall》（英）
- 《American Idol》（美）
- 《Take Me Out》（英）
- 《I am a singer》（韩）
- 《Take Me Out》（英）
- 《Stars in danger: High diving》（德）
- 《Tonight's the Night》（英）
- 《The Voice》（荷）
- 《The Choice》（美）
- 《Celebrity Splash》（荷）
- 《X-Factor》（美）
- 《Britain's Got Talent》（英）
- 《Super Diva》（韩）
- 《So You Think You Can Dance》（美）
- 《The Cube》（英）

神州