

华语电视剧抱团走出去

熊慕零

电视剧不能当市场的奴隶，不要沾满了铜臭气

在大陆，虽说打开电视机看电视的年轻人越来越少了，很多家庭的电视好几天都不打开一次，但电视观众的绝对数量仍是很可观的，市场需求仍然不小。因此，编剧的供给非但不可或缺，还应在定位上更加精准、结构上更加合理。

前不久召开的文艺工作座谈会要求：创作是文艺工作者的中心任务；一部好的作品，应该把社会效益放在首位，同时也应该是社会效益和经济效益相统一的作品；文艺不能当市场的奴隶，不要沾满了铜臭气；优秀的文艺作品，最好是既能在思想上、艺术上取得成功，又能在市场上受到欢迎。

要想达到这个要求，对编剧的要求更加高了。国家新闻出版广电总局电视剧管理司司长李京盛表示，对于两岸三地来说，文化传承和文化基因是华语剧能在世界各地华人圈中有影响的重要原因。

两岸三地的编剧们都承认亲情友情爱情、正义与邪恶的较量等，是所有受欢迎的电视剧所共通的。大陆观众过去爱看的港台剧，比如《霍元甲》《包青天》《戏说乾隆》等，其中没有台湾和大陆的差别、香港和内地的差别，而对亲情的歌颂、对英雄的崇拜、对正义的呼唤在三地都一样。

所以，尽管社会现实不同，但是都面临着同样的文化传承和把中国文化推向世界的重任。让国剧质量提升、有更多观众更大影响，是两岸三地电视剧从业者的共同心愿。

大陆电视剧市场，在两岸三地中最有生机与活力

在大陆，由于明年适逢反法西斯战争胜利70周年，将有50余部抗战剧扎堆荧屏，“横店战役”将继续打响。再加上一路火热的宫斗剧、家庭剧，还有不成气候的言情偶像剧，如何摆脱扎堆和同质化问题，是大陆编剧亟须突破的瓶颈。

在香港，由于地方小，每年戏剧节目的供应量是有数的，大概只有520多个小时。香港电视广播有限公司，也就是不少内地电视迷熟知的TVB，近年来推出的电视剧，比起黄金时代，已经有所退步。但TVB制作部节目发展分部总监彭济材表示，扎根生活，坚持立足正面的原则什么时候都不能丢，在娱乐大众之外，一定要传达正面信息。

据台湾编剧陈文贵介绍，目前台湾只有两种剧：讲闽南话的本土剧和讲国语的偶像剧。近年来，像《包青天》《还珠格格》这样过去的输出成绩很好的剧没有了。同时两岸三地的交流越来越少，当初像港剧《楚留香》《上海滩》在台湾广为

流行，大陆的《雍正王朝》《武则天》《宰相刘罗锅》也曾深深影响过台湾，现在都没有了。

三地各有各的问题，不过也有一点共识，就是大陆的电视剧市场，在两岸三地中，仍是最有生机与活力的。市场规模和资本投入的差异，造就了大陆市场的一枝独秀。

近年多在大陆拍戏的台湾演员张静懿就曾表示，台湾电视剧每集成本大约只有20万元，而大陆一套时装剧的制作成本在6000万元左右，平均30集，每集成本也有200万元。大型历史古装剧成本更令人咋舌，如《楚汉传奇》，50多集，制作成本高达1亿元。

台湾中华广播电视节目制作商业同业公会创会理事长汪威江指出，两岸目前都只着眼于内需的市场。事实上，大陆编剧在生活剧和古装剧领域非常擅长，香港编剧熟悉商战，台湾编剧则在情感处理上比较细腻，三地可以互补，整合资源，携手共创华人世界的优秀剧目，点燃传承的火种。

把“你我他”变成“我们”，就能写出走向世界的国剧

抱团发展，是华语电视剧闯荡天涯的必备良方；合拍片，则是两岸三地电视剧合作的主流产品。但是，过去的合拍鲜有成功。如何让题材共振，成为三地共同面对的难题。

以流行的“接地气”这一说法为例，不少港台编剧感觉很迷惑。三地不同的地域文化、政治经济环境让大家感到，一部剧要接不同地方的地气非常困难。台湾编剧吴至伟就说，自己一直受到“接地气”困惑，来大陆多年，写的多是年代剧和古装剧，也是因为受时装剧“接地气”解决不好的困扰。

来内地11年、写过《我本善良》的香港编剧陈宝华说，她3年前的作品《婆婆来了》，很多人看了都不相信是她写的，“把‘你我他’变成‘我们’，发挥三地优势，我们就肯定能写出走向世界的国剧。”

总之，三地有共同的历史和文化，不管什么样的经济语境和政治语境，深入到文化深处都是打断骨头连着筋，是可以找到共同话题的。因此，如何在大家的共同文化记忆中，提取合理化因子，构建成剧，从而走向世界，是一个需要长期关注的话题。

资讯

现代蜡染绘画教授班举办

为弘扬我国民族古老的传统文化，复兴中国蜡染艺术的辉煌，中央文化管理干部学院继去年举办“刘子龙现代蜡染绘画高研班”和作为主办方在大连举办了“原驰蜡象——中国现代蜡染绘画邀请展”后，今年特举办“刘子龙现代蜡染绘画教授班”。这一教授班旨在将国内美术方面一流的专家、学者和热心于蜡染艺术的艺术家们聚集一起，共同探讨与研究国内外蜡染艺术和现代蜡染绘画的发展趋势以及中国现代蜡染绘画国际性艺术语言等诸多绘画艺术的问题，力求在学习中交流、创作中出作品，继而发现人才，扩充国内蜡染艺术师资的中坚力量，为我国培养一支坚实的蜡染绘画队伍，融入到世界现代蜡染绘画的大潮之中。

本期教授班还将对蜡染艺术进行学术研究，并就成立中国蜡染艺术协会进行专题讨论。

中国是世界上蜡染艺术最早的发源地之一，已有2000多年的历史。

中国蜡染至今仍然流行在我国西南少数民族的生活之中，由于地域不同，又形成了滇、贵、湘、桂、川、浙南等省份的蜡染艺术不同的地方特色，具有独到、鲜明的民族风格。

蜡染作为一种世界性的艺术语言，目前，世界上有30多个国家的艺术家们都在从事蜡染艺术的创作。在欧美和东南亚地区，蜡染艺术的发展十分红火，有些已经远远地走在了我们的前面。（曾陆红）

网台联动催生

观众“玩”电视

周云钊

“我们不保证赛制会一直不变”——用户反馈成“圣旨”

2014年6月11日，以色列版权公司Keshet与光线传媒签约仪式，光线正式获得《Rising Star》中国版权。作为一档全媒体真人秀节目，《中国正在听》的最大特点是“不修音无剪辑”，采用“准直播”方式，即当天下午17时30分录制，19时30分播出，技术难度与直播无异。这对制作方光线传媒与央视来说都是不小的挑战。

此前，多数音乐真人秀采取录播的方式，可以确保节奏、效果、声音的完美呈现。节目总制片人张航表示：“观众看过太多歌手无瑕疵的修音演唱、精心剪辑的故事，却没有真正感受过原生态的魅力。”从首期播出反馈来看，大部分观众受到了这种“原生态”的颠覆：主持人李佳明节奏慢，明星听审虞澧夜、李宇春、蔡依林、李健均有口误和冷场，选手在封闭的巨墙前演唱频现“走音”“破音”……节目播出后，“我唱得都比他好”、“全民KTV”的吐槽见诸于网络。

为此，11月6日，《中国正在听》紧急宣布更改赛制，取消首期节目中的二轮听审制，采取明星和观众听审共同投票的形式，支持率达到70%后巨墙升起。以赛制调整来应对网友“节奏慢”的意见。

这是典型的产品经理思维：根据用户反馈迅速调整产品弱点，满足用户需求。

“百变佳明”——央视主持成“产品符号”

除赛制调整外，《中国正在听》制片人黄瑾在首期节目播出当夜，与主持人李佳明进行了推心置腹的交流。无论是阅读信息还是观看节目，许多观众不再像过去那样从头至尾地观看节目，而是在自己感兴趣的内容上停留、浏览、参与，呈现出“碎片化”特征——对这一现象的洞察，来自于节目背后的互动数据统计。前六期《中国正在听》的微信互动率分别是123万、257万、490万、510万、560万、580万，上升速度与数量高于其他音乐真人秀节目的决赛互动率。而节目收视率却低于预期。

李佳明表示：“收视率与互动率倒挂，对台幕后工作人员来说都是值得思考的现象。但是，既然互动率飙升，那就得正视互联网的年轻人群需求，调整自己的风格与节奏。”

第二期节目上线当日，节目海报设计师以闪电侠造型为李佳明定制海报：“看李佳明变快”。而李佳明本人则以：“我是慢慢的李佳明，今晚，我会尝试快一些”作为当晚节目开场。事实上，作为央视老牌主持人，李佳明不负众望，对主持节奏与风格做出明显调整。数据显示，在第二期节目播出过程中，首播使用微信摇一摇进行互动的高潮出现在李佳明开场



时，达到164651次。在此后的第三期、第四期节目中，李佳明分别以演唱《吻别》及舞蹈动作再度带来互动小高潮。

目前，李佳明已被网友戏称为“百变佳明”，这是在互联网环境下，电视人实时根据观众意见调整自身，实现从被吐槽到被点赞的反转过程。

“一起玩电视”——观众成为用户

《中国正在听》第五期播出后，微博网友@coners 贴出了在大学宿舍和室友看《中国正在听》的场面：一台平板电脑观看，配合7部手机使用微信摇一摇。这是节目摆脱电视屏幕，衍生至平板、手机多屏应用的标志。

在传统电视时代，观众与电视节目之间是单向关系，现在，人们不但通过网络视频收看节目，还会使用微博、微信、甚至弹幕评论来第一时间表达对节目的情绪。节目与观众之间的单向传递关系由此打破，电视节目从而具备了产品属性，电视人成为产品经理。一个个观众的意见呈现为一个用户IP的反馈。

或许，以后的电视节目会像现在的许多互

日前，央视三套《中国正在听》音乐真人秀完成8进7晋级赛。播出当晚，网友arale在朋友圈里吐槽：“主持人李佳明今晚语速太快了。”然而就在不久前，当10月31日晚第一期《中国正在听》播出之后，微博上对李佳明的评价恰恰是“节奏慢、没有综艺感”，甚至有网友发起“捐钱换主持”的话题。一个月时间，变化不仅仅是李佳明的语速，《中国正在听》赛制亦几经变更，收获了“正在变”的戏谑称号。与其说它是一个综艺节目的艰难蜕变，不如说是一个电视产品的版本更新。