

以《周末夜现场》为例分析外来综艺在中国的现状和前景

陈冰倩

(重庆电子工程职业学院 重庆 401331)

[摘要] 本文将以《周末夜现场》为例,对从国外引进来的综艺节目在中国的现状进行分析、对比和总结。通过美版《周末夜现场》对比分析,总结概括外来综艺节目在中国市场的前景,为外来综艺节目本土化提出切实可行的意见,使这些外来节目为中国人民带来有价值的文化输出。

[关键词] 外来综艺;创新

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2020.06.339

一、国内外《周末夜现场》特点

《周末夜现场》之所以被称为美国第一综艺节目,是因为它能让人们在大笑之后深入思考时事政治和社会现象。《周末夜现场》不仅满足了观众的娱乐需求,还正确引导观众的价值取向,为市场提供优秀的喜剧人才,推动行业的健康发展做出贡献。

该节目具有以下优势:1.准确定位观众群体。《周末夜现场》的受众是时尚的纽约人,节目内容让人强烈的感受到“纽约是世界上最强大的城市”的自豪感,极大的迎合了受众群体的喜好。2.完善系统的节目生产过程。每一期的《周末夜现场》制作周期固定。周一,编剧、嘉宾主持人各工作人员一起构思节目创意和规划节目制作流程。周一至周三,大家修改情境剧本。周四和周五,演员阅读剧本进行排练。在周六的现场直播之前,演员面对不同与直播现场观众的最后一次彩排。即使在直播前一小时,如果节目效果未达到理想状态该节目将被终止。这种直接有效的节目制作过程需要主持人主演的高水平的业务能力。对于剧组和演员来说,这种节目制作模式既是挑战也是机遇,这也是该节目持续保持超高收视率的主要原因。一档节目可以在竞争激烈的行业中存在30多年,这与其强大的制作团队,团队表演阵容,新颖、多样化的主题,丰富而有趣的表演形式密不可分。美版《周末夜现场》是一档符合美国娱乐政治特点的高水平综艺节目,但其节目形式和话题内容并不完全适合中国国情,所以我们在借鉴他国优秀作品的同时还要根据实际情况进行本土化创新和改造,使其为我国电视节目市场带来活力与生机。

中国版的《周末夜现场》是从美国综艺节目《Saturday Night, Live》购买的版权,再拿到国内结合中国娱乐圈本土流行文化进行选题的综艺节目。《周末夜现场》继承了40季的经典综艺节目《Saturday Night, Live》内核:讽刺和自嘲,这一档综艺节目《奇葩说》的主题大体相似,但《周末夜现场》的表现方式不是演讲,而是情景剧。这种短小情景剧更适合帮助人们利用碎片时间放松心情,释放压力。

该节目的特点:1.选题创新。该节目从国外引进,再到本土创作过程中。中国版《周末夜现场》的选题为中国古装、国民日常、流行文化、社会现象等观众喜闻乐见的题材,拉近了节目与观众的距离。这是中国电视节目行业一次大胆的尝试与新的突破。2.该节目的环节设置符合中国国情,贴近人民生活。第一期节目的主题四弘扬男女平等。而表演嘉宾张雨绮的形象独立、大胆、直接,用她的新独立女性形象讽刺社会上普遍存在的性别歧视和女性标签十分贴切。美国版《周末夜现场》的节目氛围尖锐、刺激、尺度较大的。聘请的个别表演明星有吸毒、酒驾等不良历史,而中国版的《周末夜现场》节目风格更加内敛和传统。表演方式多为隐晦的暗示。没有过多的引导舆论而是客观的反应社会现象引人思考。如第二期节目短剧“母系氏族的男人”有句台词是“你一个男人,大半夜一个人出门肯定不是什么正经男人”这句话就采用了反向性讽刺的表演方式再现了现实生活中人们对女性的刻板映像。3.节目中采取了多元化幽默形式,如亲和型幽默——人人都能够找到笑点;自我强化型幽默——心平气和地把自己作为笑点;自贬型幽默——自我贬低,攻击自己的方式把自己作为笑点唤起别人的同情等。多元的幽默方式让更多普遍的受众感受到笑点,放松心情。

二、对比分析

三、外来综艺节目的前景与创新

(一) 外来综艺的前景

近年来,社会娱乐需求的普遍存在,决定了媒体市场空间仍然很大。但随着大量优秀国外综艺节目被引进,中国电视综艺节目市场同质化现象的加重,各电视台亟须提高自身原创竞争力。我国电视综艺节目仍处于发展阶段,没有完善的市场体系和秩序。电视台仍需向国外引进优秀的综艺节目,继续参考和学习。然而,随着我们学习、探索国外优秀综艺节目的制作技术的深入,各大电视台也逐渐开始创作自己的作品。在拍摄技术、现场调度、防止意外伤害等节目生产技术方面,中国已经有一定的提高。各电视台在引进外来综艺节目时具备了一定的版权意识。在发展过程中,电视节目制作团队通过与海外人才接触,学习策划、拍摄、后期等先进的制作技术学习,具备了一定的原创能力,当拍摄技术能够将表演理念转变成现实

时,中国综艺节目将走上国产化的道路,势不可挡。

(二) 如何创新

1. 内容创新

节目制作要准确定位受众需求,节目内容以传统文化为基础融合多元媒体。综艺节目是一种文化商品,在满足观众发泄情绪、缓解压力的需要的同时向人们传达一定的文化、价值观和人生观。大数据技术使得未来综艺节目定位的定位将更准确,要想在众多综艺节目中独树一帜,寻求长期发展,就必须对引进的外来综艺节目结合中国国情和传统文化本土化的内容进行本土化创作。就像美版《周末夜现场》的节目亮点是政治幽默,而中国政治环境不能实现该节目创意,于是中国版的《周末夜现场》节目组转向反映中国社会热点——男女平等问题,成功引起了受众的关注。首次在国外引进的模式新颖的电视节目会吸引观众。但随着越来越同质化的节目出现,观众失去了新鲜感。观众已经看腻了编造的虚假情感和游戏表演,开始学会思考,对综艺节目的要求不再仅是娱乐放松心情还有一定的知识文化需求。不再被动地接受电视节目传输的价值观,开始根据自己的实际需要进行选择。并且对中国传统文化的学习与传承产生浓厚的兴趣。这一现象表明,中国综艺节目不能脱离中国传统文化载体,而且电视综艺节目需要真情实感,只有真正的理解和满足观众的需求才能引起共鸣,成为观众喜爱的节目。因此,创新不仅要学习国外优秀综艺节目的新颖模式和先进技术,还要注意传承中国优秀的传统文化底蕴。文化可以滋养灵魂,文化软实力是一种不容忽视的力量。

2. 本土化管理制作

(1) 本土化经济管理

电视制作离不开经济利益。但电视节目隶属文化产品,它的文化职能、社会效益和经济效益需要全面考虑。在选择广告产品和冠名商时,应注意选择贴近受众生活的本土知名品牌。利用广告商的人气来建立对观众节目的认识和信任。如果一个节目的广告产品出现了大面积的质量问题,就会失去了观众的信任,电视节目也会被牵连,较轻的后果是节目中赞助商所有标志和产品都要打马赛克,严重后果是节目直接下架。只有节目组与知名品牌良性互动,形成良好的经济本土化经济管理体系,品牌商与节目组相互信任,节目组才能发展创新能力、增强节目本身的竞争力、与品牌商互利互惠助ⁱⁱ

(2) 本土化节目制作

在引进国外优秀综艺节目时,必须考虑中国观众的审美、爱好和需求——从传统文化中寻求灵感。传统文化是民族自信心和生产力的基础。它不仅影响我们的生活方式、价值观、行为和道德情操,而且影响我们的审美趣味。传统文化是千百年流传下来扎根我们祖宗万代的审美体现。从国外引进综艺节目时要考虑到外国价值观主张个人自由,而中国社会则重视团结与合作。因此,外来综艺的游戏环节和节目内容中体现的文化价值观更适合外国观众,中国观众可能不会喜欢,甚至会感到尴尬。所以引进外来综艺的第一步就是进行本土化创造使节目的形象包装、文字设置、宾客邀请等方面符合中国文化的特点。如《周末夜现场》的第一位名人嘉宾是张杰,他是一位有着良好形象的高质量偶像,能够传递出辛勤工作的积极能量,为中国青少年树立榜样,这样的形象更加符合中国文化氛围,而美国娱乐界对明星的包容更大,节目组聘请的个别嘉宾有吸毒、酒驾等不良记录,依靠消费嘉宾自身黑点来娱乐观众。此外,中央电视台自制节目《中国诗词大会》在节奏、编辑、设计等节目制作细节上,更适合中国观众,以答题竞赛的模式来弘扬中国优秀诗词,传播优秀的中国传统文化,使节目充满丰富的文化底蕴,让观众在刺激紧张的比赛中心既放松了心情又学到了知识。

四、总结

电视节目制作要了解观众的需求和喜好,始终贯彻为观众服务的宗旨。电视台履行虚心学习国外优秀节目制作技术,并在节目中融入中国民族历史文化,传播正确的文化价值观的职责。

参考文献

[1]滕璇.近年来网络综艺节目现状探究[J].人文天下,2018(18):34-38.

表1 中美《周末夜现场》对比分析表ⁱ

	节目形式	得奖情况	文化影响	主演情况
美版《周末夜现场》	直播、没有固定的主持人,有固定主要演员,由演员、嘉宾负责主持。	艾美历史上获得提名次数最多。开播至今获得45次艾美和202次提名。	创造了流行语、新词组如:Debbie Downer——意思是装高冷、扫兴、自以为众人皆醉我独醒	美版《周末夜现场》培养出许多出色的演员、主持人。
中国版《周末夜现场》	准直播。正版引进版权费高。美版原班灯光师、灯光总监、舞美、制作、服装设计师。	没有得奖	没有明显的影响。	主要演员大众并不熟悉。