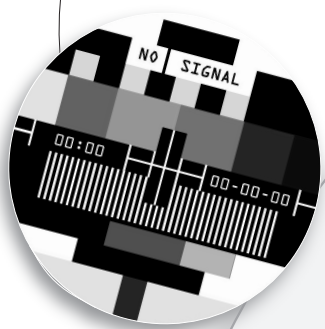




■本版撰文 本报记者 徐森 杨颖 魏小央

编者按:自2003年湖南卫视改版以来,全国卫视高速发展,各种自制剧和娱乐类节目层出不穷,但相比日益增加的节目数量,各地方卫视的节目同质化倾向严重,有各地方卫视之间的竞争也逐渐白热化。近日,广电总局发布了《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》(以下简称《意见》),“限娱令”正式下发。业内人士分析,这将有益于遏制目前过分娱乐化的节目制作导向,长期来看,将有助于娱乐类节目质量的提升。专家提示,各地方卫视可以借此机会,利用其传媒集团灵活多变的经营模式,整合最优资源,将危机转化为商机。



“限娱令”驾到 电视传媒挺得住

多年来,为摆脱“电视剧为王”的传统运作模式,增加收视率及广告收入,各地方卫视做了很多努力。在这样的前提下,各种娱乐类节目迅速成长,相亲、选秀类节目已经成为各地方卫视的收视保障。然而,在成全地方卫视高速发展的同时,一些娱乐类节目释放出来的不正确的舆论导向也引起了各界的广泛关注。

自今年6月份起,就有消息称,广电总局将整顿荧屏过度娱乐化的现象,要求各地方卫视在17时至22时之间,娱乐节目每周播出不得超过3次。2011年7月,广电总局专门召开了“关于防止部分广播电视节目过度娱乐化座谈会”,邀请各大卫视相关负责人参与讨论关于“限娱令”的意见。各大卫视开始着手对旗下的娱乐类节目进行调整。

近日,“限娱令”正式下发。但就整个传媒行业来说,其影响似乎仅限于心理层面。让人颇感意外的是,在文化体制改革大旗的指引下,几乎所有文化传媒公司的股票都有一定幅度的增长。

而就各地方电视台来说,业内人士分析,虽然“限娱令”对部分因娱乐节目的高收视率而占强势地位的地方卫视确实有一些影响,不过,随着调整工作的顺利开展,将有更多的节目形式出现,各地方卫视也将找到新的收视保障。

应运而生 急速成长

“近年来,中国经济持续增长,人民生活水平不断提升,这使得观众对电视剧及娱乐类节目的需求也越来越多,再加上电视台自身发展的需要,娱乐类节目得以快速发展。”南开大学东艺系教授宁宗一在接受记者采访时表示,娱乐类节目可以给一些电视台带来更高的收视率,从而得到更多的广告收入,这是娱乐类节目层出不穷的主要原因。

不过,业内人士也指出,这种急速成长也带来了很多问题。一些观众表示,以前,各卫视是电视剧当家。每到黄金时段,几个电视台热播一部电视剧的情况非常普遍。而现在,这些黄金时段加入了很多综艺类节目,让人眼花缭乱。观众开始还觉得有些新鲜,但最近两年,各种相亲、选秀类节目集中播出,不仅节目内容缺乏新意,甚至一些节目中还出现了嘉宾和选手

参加多个电视台同类节目的现象,各卫视节目雷同化现象越来越严重。

专家指出,当前,“文化强国”的号角已经吹响。作为一支重要的文化传播力量,电视媒体承载着传播优秀文化、弘扬主流价值观的职责和使命,因此,各卫视制作电视节目不能单纯以收视率、广告收入论成败,要用长远的眼光看问题,及早转型才能有更好的发展。

“限娱令”下达 各卫视积极应对

日前,国家广电总局下发《意见》,提出从2012年1月1日起,34个电视上星综合频道要提高新闻类节目的播出量,同时对部分类型节目的播出实施调控,以防止过度娱乐化和低俗倾向,满足广大观众多样化多层次高品质的收视需求。

《意见》提出,对节目形态雷同、过多过滥的婚恋交友类、才艺竞秀类、情感故事类、游戏竞技类、综艺娱乐类、访谈脱口秀、真人秀等类型的节目实行播出总量控制。每晚19:30至22:00,全国电视上星综合频道播出上述类型节目总数控制在9档以内,每个电视上星综合频道每周播出上述类型节目总数不超过两档。每个电视上星综合频道每天19:30至22:00播出上述类型节目时长不超过90分钟。也就是说,34家卫视一天只能争夺9档综艺节目的份额,周末也没有特别放宽,“限娱令”来得比传说中更加猛烈。同时,《意见》还对加强行业自律、支持社会监督、开展教育培训、表彰优秀节目、加强引进电视节目形态管理等提出了明确要求。此外,广电总局还将对类型相近的节目进行结构调控,防止节目类型过度同质化。

而此前,各大卫视也早就开始了相应的整改工作。据了解,受“限娱令”影响最严重的湖南卫视、江苏卫视、浙江卫视、东方卫视大都在保有其王牌节目的同时,加大了其他类型节目的开发力度。同时,对近期播出的一些节目,各大卫视也做出了一些调整。

对广告收入影响不大 开发好节目是关键

从《意见》发布至今已有一周多的时间,业内人士指出,各地方卫视从起初的手忙脚乱到如今已经“泰然处之”,之所以没对“限娱令”叫苦连天,其中一个重要的原因是广告招商并没受到太多影响。

宁宗一告诉记者,目前,“限娱令”对各卫视广告招商的影响不大。这是因为一般来说,卫视与企业的广告协议是一年一签,即使会出现影响,也要到下一年才有所显现。而且对于电视媒体来说,最大竞争对手并不是同行,而是观众。所以,利用这段时间,推出

新的符合《意见》要求且迎合观众口味的节目才是关键。

“虽然,观众喜好各异,众口难调,但只要符合精神文明,摒弃掉低俗、恶俗、炒作,保持娱乐节目价值底线的节目,再加上些许创新,吸引到观众也并非难事。”宁宗一说。

据报道,未来,生活服务类及公益类节目是湖南卫视的制作重点。除了近期推出的定位为“代际沟通伦理道德”节目的《那是我妈妈》和供雇主和保姆进行双向选择的《把谁带回家》外,《少年进化论》、《帮助微力量》等公益慈善类节目也调至黄金时段播出。而同样是娱乐大户的浙江卫视、江苏卫视也表示会做出相应调整。

专家分析,有了好的立意,再加上好策划和新颖的形式等,就可以制作出优秀的、观众喜闻乐见的节目。

电视剧受益 多种经营精耕细作

当然,客观来讲,综艺娱乐类节目的大大瘦身无疑会加大电视剧的播出量,而电视台也将加紧自制剧的制作步伐,力推卫视自制剧、周播剧等。

“电视剧肯定是要肩负起‘替代’重任的,所以,一定意义上讲,电视制作公司会增加制作剧集的机会,收益也将更好。”宁宗一说,“但细读‘限娱令’的条文也不难发现,它限制的对象只是过于低俗、作秀以及炒作的娱乐类节目。也就是说,只要节目做得好,形式还是可以更多样的。”

南开大学经济学教授金岩在接受记者采访时表示,利用此次“限娱令”所留出的“空间”,各卫视可以开发开出更多的节目类型,拓宽发展空间。

“以湖南卫视的芒果传媒为例,完全可以利用自己旗下的子公司,如造星工厂天娱传媒、潇湘电影集团等,制作出更多更优秀的电视剧、电影等,利用多种节目形式弥补此空档。”金岩说,“制作多种节目需要庞大的开支和众多专业人员,用旗下的子公司制作节目更便于管理,有助于企业节约成本,同时,可以在一定程度上减少外部环境变化给企业带来的冲击。”

不过,金岩强调,制作节目要注重提升节目质量,避免粗制滥造、低级趣味的文化产品的出现,不然,对于这些卫视来说,就不是转危为安,而是雪上加霜了。

新媒体不再“潜伏” 期待上位投身“大荧幕”

就在不久前,借万圣节之机热播的微博电影《微博有鬼》成为首部登上大荧幕的微电影,让网络视频媒体身价倍增。

如今,随着网络影响力的逐步加深,视频网站不再“潜伏”,观众观看节目的习惯已经开始由电视逐渐转向不受时间限制的网络平台,网络视频版权也随之水涨船高。去年年初,网络独家首播电视剧的价格每集不过万元,但到了下半年,每集的价格已经涨到了15万元,而今年的涨幅更是以平均每月数十倍的速度增长。据相关媒体报道,搜狐视频购买《新还珠格格》、乐视网购买《后宫》、PPS购买《王的女人》等电视剧的价格均超过千万元。

而近来,继《爱情公寓》系列等网络剧广受好评之后,视频网站又将眼光锁定在综艺类节目上。电视媒体与视频网站的竞争日趋白热化。日前,“限娱令”下发,未来,电视上的娱乐类节目将大大减少,而这或许将给“娱乐无边界”的在线视频行业带来利好的机会。

网络视频公司商机无限

分析人士指出,“限娱令”不仅使部分电视媒体的娱乐节目受限,而且将在一定程度上削减该时段的广告代理业务量,可以说,对部分地方卫视具有双重负面影响,但却给在线视频行业带来了新的发展机遇。

“宽松的视频网站环境可以给观众带来更轻松的观看感受。这从分辨率不是很高的视频短片仍然受到观众青睐,就可见一斑。从国内较大的视频网站的点击量可以看出,一些香港、台湾的娱乐类节目的点击量近年来一直呈上升趋势。”中山大学计算机应用专业博士吴若实告诉记者,近年来,在线视频行业发展十分迅猛,如今,“限娱令”的出台将使视频网站有更多的机会,扩展自己的观众群。

据了解,近几年来,视频网站不再满足于单纯从台湾、香港或

是日韩购入综艺类节目,而是更注重自制节目。目前,国内各大视频网站已开始纷纷推出自制的综艺类节目以及网络剧。

同时,“限娱令”还有可能使网络视频平台成为港台艺人,尤其是娱乐主持人的聚集地。据奇艺网相关负责人透露,除了陈汉典和Hold住姐加盟的《爱够了没》,公司目前已经开始和其他一些主持人洽谈节目合作事宜。

业内人士分析,网络自制节目的限制较少,节目发挥空间大,所以,明年,将可能有更多的电视娱乐制作团队转战网络,网络自制节目的质量也将大大提高。

视频网站须增强知识产权意识

专家指出,与视频网站相比,电视媒体的节目制作和整合能力较强,视频网站可以与电视媒体合作,通过深度策划求得共赢。而电视媒体也可以通过与视频网站合作或自建视频门户的方式,在在线视频领域占得一席之地,让自己的娱乐类节目在网络上继续“开花”。

业内人士指出,目前,央广传媒、湖南广播影视集团等电视媒体都很注重与新媒体的结合与发展,视频网站与电视媒体的合作在一定程度上弥补了视频网站在节目制作等方面的不足,将带动新媒体的发展。

此外,吴若实提示,网络视频公司要注意增加拥有自主知识产权的网络视频短片,给用户带来更多的选择和体验,但同样也要避免恶俗、炒作视频的出现。

“版权纠纷是目前不少视频网站都存在的问题,但如果大量购买正版视频,各网站需要支出高昂的费用,长期以往将难以为继。”吴若实说,“可以像You Tube学习,由用户提供短片,同时,注意结合引入或者制作优质短片以赢得更高的广告收入。”

