

谁是“注水”电视剧的幕后推手

随着电视剧《咱们结婚吧》的热播,50集的播出集数一度引发业内外对于电视剧“注水”现象的争论。支持者认为,只要是演员阵容强、故事主线足够吸引人,即便是“注水”也无所谓;反对者则表示,原本30集就可以讲完的故事,偏偏要用50集说完,必定会造成故事情节拖沓、废话连篇,这对于电视剧质量的提升必是有害无益。近两年来,随着电视剧市场的快速发展,“注水”电视剧频现,究竟什么原因导致了这一现象的屡次发生?



制作方 降低成本只能无奈“注水”

“上世纪90年代的电视剧平均集数都在10集左右,30集的电视剧都属于少数情况。而如今的电视剧,普遍都在30集左右,而长达90集的大剧也时常会在市场上出现,这其中必定存在着‘注水’现象的发生。”国际电视电影交易中心CEO龙童表示,从制作方的角度来说,电视剧“注水”主要还是为了收回成本、降低投资风险。

电视剧剪辑师刘畅告诉北京商报记者:“现阶段,国内电视剧的制作成本动辄千万元级别,有的甚至上亿元,而里面有超过50%的费用都是要支付给主要演员,再加上电视剧的销售方式都是先由制片公司投资拍摄制作完成后,再卖给各大卫视,以回收成本、获取利润,这样一来,对于制作方而言,惟一的利润空间就在与买方交易后的一次性收入,毕竟多一集剧也就意味着多一集的收入,因此就导致了‘注水’现象的发生。”

据刘畅透露,电视剧的“注水”方式也是多种多样,“有的是属于‘剧本注水’,就是在电视剧的拍摄阶段,根据实际情况对剧本进行修改,例如明明可以一句话带过的故事情节,偏偏要加上十句话的人物内心独白或情感表达,以达到剧情增容的效果”。

有的电视剧“注水”现象则属于“空镜头注水”,所谓“空镜头注水”,就是在电视剧的故事情节中,插入大量表现周围环境、自然景观的镜头,这种“注水”往往不需要耗费过多的人力成本去进行剧本设计、修改,只需要摄像师在拍摄过程中对

现场进行取景,在后期制作过程中由剪辑师将这些画面补充进去即可,“但这种方式的局限性会较大,如果出现的空镜头过多、过于明显,也还是会被剪掉”。刘畅补充道。

播出方 剧集过短无法培养收视率

“注水”电视剧之所以会层出不穷,说到底还是离不开“利益”二字。龙童告诉北京商报记者:“各大卫视如今对于黄金时间段电视剧的播放量普遍都安排在了两到三集,有部分地方电视台每晚播四集。如果我们以一部20集左右的电视剧,按四集一天的播放量来计算的话,该剧基本只需要一周的时间便可播完。而这短短一周的时间根本不足以培养起观众的收视习惯,更别提拉动收视率。”

通常情况下,收视率高的电视剧会直接带动卫视及电视台的其他收入,“单以广告费为例,如果是一部90集左右、拥有强大演员阵容的大制作电视剧,凭借着自身的影响力,往往在没播之前卫视及电视台就已经能够凭借广告费收回购剧成本”。龙童如是说。

对于这种说法,某卫视电视剧采购部相关负责人王先生表示认同,“随着电视剧播出后收视率的不断攀升,卫视在扩大影响力的同时,也有属于来年广告费用的进一步提升。以目前正在热播的《咱们结婚吧》为例,央视与湖南卫视以战略合作的方式同时播出该剧,前30集接近2.7%的平均收视率使该剧稳坐央视2013年度收视冠军宝座的同时,也让央视与湖南卫视的品牌价值在业内又一次得到了提升。在

这种情况下,任何一家卫视都肯定会希望它的集数不要太少”。

与此同时,王先生也强调:“由于国产电视剧质量良莠不齐,对于过分‘注水’的电视剧卫视也会采取相应的措施。此前,央视就曾把原本39集的《七剑下天山》剪掉5集,尽管如此,也还是引来了观众对于剧情拖沓的不满。无独有偶,今年上半年原本备受期待的《青春期遇上更年期2》,也是因为‘注水’的原因,甚至遭遇了停播。”

广告商 百万元植入费需要“掷地有声”

说到电视剧“注水”现象背后的另一大诱因,很多人都将其归结为广告植入“惹的祸”。观众林女士就向北京商报记者抱怨道:“喝个牛奶也要演一分钟,发个短信还要让手机占满2/3个屏幕,有时候真不知道自己看的到底是电视剧还是剧场版的广告片。”

某房地产商品品牌部经理李女士直言:“我们在电视剧植入广告,其费用普遍都是百万元起步,钱花出去了总要看效果。如果品牌出现的时间过短,只是草草带过,相信任何一家品牌商对此都不会满意。”

上海优睿文化传媒董事长于文浩表示,尽管目前观众对于电视剧广告植入多有不满,但广告植入所产生的“水分”尚不足构成电视剧“注水”的主要原因,“通常情况下,电视剧制作完成后进行送审时,如果被发现剧情中的广告植入成分过多、过于冗长,也同样会被剪掉的”。

谈及目前电视剧广告植入的最大问

题,于文浩坦言:“很多时候,观众之所以会反感广告植入,主要还是因为广告在植入过程中过于生硬、过于频繁。好的广告植入不是简单地让产品形象在电视剧中出现,而是要让其成为剧情的一部分,在最恰当的时机出现在电视剧中,而这需要广告植入从业者善于从导演、编剧的角度出发,对产品植入方案进行策划,并执行出来。”

行业观察 电视剧“注水”与否由市场说了算

相较于业内外对于电视剧“注水”这一现象的争论不休,有着多年影视剧投资经验的刘然表示,电视剧“注水”到底是对是错,在未来能否得到抑制最终还是要让市场说了算。

刘然强调:“在如今‘收视为王’的市场环境下,对于故事内容好、制作质量高的电视剧来说,即便是通过‘注水’的方式多个几集出来,观众也依然爱看。而对于那些所谓的雷剧来说,就是‘缩水’播出,观众也不会买账。”

龙童表示,现在每年报批的新剧有3万多集,最终能通过审批流程的在1万-2万集左右,而一家卫视一年能播出的电视剧只有不到1000集,这其中还包括二轮剧,就是在这样一个供远大于求的市场中,仍有许多电视剧项目连投资款都还未到位,就已开始报批制作,再加上盲目跟风、缺乏品牌意识等因素,收不回成本的电视剧数量也在逐年递增。在国产电视剧“注水”现象的背后,所反映出的恰恰是其在制作及内容上的不足。

北京商报记者 卢扬

“戏剧奥林匹克”首次落户北京

北京商报记者从第六届“戏剧奥林匹克”新闻发布会上获悉,2014年11月第六届戏剧奥林匹克活动将在京举行,为期一个月。此次“戏剧奥林匹克”是首度落地北京,据悉将来自包括中国在内的45部国内外优秀戏剧联袂演出,这也是北京承办的最高水平世界级戏剧盛会。

在国际戏剧奥林匹克委员会委员、中央戏剧学院党委书记刘立滨看来,北京有悠久的戏剧历史,戏剧融合了各民族的智慧和文化的,在北京举办“戏剧奥林匹克”是很多同仁的梦想。北京戏剧艺术演出资源

丰富:众多戏剧艺术教育高等院校和研究机构、多达1606家的演出机构,以及百余座类型多样的演出剧场。除此之外,北京还举办过众多具有影响力的大型、国际性艺术节和戏剧节,如相约北京国际艺术节、北京青年戏剧节等。每年演出场次超过2万多场,观众数量超过1100万人次,票房收入超过15亿元。正因这样的文化背景,第六届“戏剧奥林匹克”选择了北京。

北京市文化局局长陈冬表示,本届活动预计在一个月的里,演出国内外戏剧作品45部左右,其中外国戏剧作品占2/3,中

国戏剧作品占1/3。演出作品的艺术形式将包括话剧、歌剧、舞剧、戏曲等主要戏剧艺术门类。“梦想”是本届活动的主题,国际戏剧奥林匹克委员会主席特尔佐布罗斯介绍,前国际戏剧奥林匹克事务局局长齐藤郁子生前非常向往北京,在北京举行“戏剧奥林匹克”是她的终生梦想。他表示,戏剧奥林匹克的宗旨是创造对话,届时组委会将在“戏剧奥林匹克”的框架下举办多场研讨会和论坛,让年轻的艺术家与戏剧前辈们交流。

奥林匹克倡导全民参与精神,本次

“戏剧奥林匹克”活动同样将实现真正的文化惠民。市文化局巡视员吴然表示,为了让市民能够享受高端的演出,北京市政府做了很多努力,比如2012年,北京市政府对13家剧场15个舞台进行了低票价补贴,低票价的范围达到30%。在此基础上,2013年政府对20家机构、23家剧场也进行了低票价补贴,而参与本届“戏剧奥林匹克”演出的15家剧场也在此补贴范围内,这意味着,老百姓可以以相对低廉的票价欣赏到国际一流水准的演出。

北京商报记者 李建彬