

外国经典节目的中国化改造

# 电视形态

DIANSHI  
BIANXINGJI

王彩平 钱淑芳 著

 南方日报出版社  
NANFANG DAILY PRESS

DIANSHI  
BIANXINGJI

王彩平 钱淑芳 著

外国经典节目的中国化改造

# 电视变形计

G222.3  
W8

## 图书在版编目 (CIP) 数据

电视变形计: 外国经典节目的中国化改造 / 王彩平, 钱淑芳编著. —广州: 南方日报出版社, 2008.4

ISBN 978-7-80652-735-1

I. 电... II. ①王...②钱... III. 电视节目一对比研究—中国、外国  
IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 039969 号

## 电视变形计——外国经典节目的中国化改造

王彩平 钱淑芳 编著

---

出版发行: 南方日报出版社

地 址: 广州市广州大道中 289 号

电 话: (020) 87373998-8502

经 销: 全国新华书店

印 刷: 广州市怡升印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 17

字 数: 300 千字

版 次: 2008 年 4 月第 1 版

印 次: 2008 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

---

投稿热线: (020) 87373998-8503 读者热线: (020) 87373998-8502

网址: <http://www.nanfangdaily.com.cn/press> <http://www.southcn.com/ebook>

发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。


# 序

在各种传播媒介中，电视无论在信息传播方面，还是休闲娱乐方面都占据了一定的优势地位，尤其对于普通百姓，电视更多地承担了满足他们多元情感需求的功能。但是，在这样相同的功能之下，国内和国外的电视节目还是存在着许多差异。这种差异源于不同的国情、不同的文化以及观众的不同价值取向、道德准则、精神品格。只有在充分认识到了深层的原因之后，我们的电视媒体才能够生产出适合中国国情的、观众愿意接受的电视产品，也才能承担起电视应承担的社会责任。

关于中国电视节目对国外节目的“借鉴”、“模仿”乃至“克隆”，曾有许多电视学者和电视同行都通过不同的形式表达过自己的看法，但多停滞于节目样式的介绍和宏观的比较。而能够对具体的节目会诊、解剖，并进行翔实的介绍、分析、对比、鉴别的并不多见。当本书的两位作者把这本《电视变形计——外国经典电视节目的中国化改造》的手稿递到我面前时，我眼前一亮，因为她们正是在这方面作了大胆的尝试。

我曾经在自己的博客中这样写过：研究不能局限于经验操作的总结，而应当上升为科学。唯有如此，更理想化的、更值得追求的传播实践与媒介格局才能成为可能。然而，在这一过程中，思想的交锋、智慧的碰撞不可或缺……

跨文化比较研究是近年来兴起的一个新兴的研究领域，跨文化比较研究的思想和方法已经遍及社会学、心理学、民俗学、语言学、文学以及经济管理学等领域，渗透于当今世界文明的各层面，电视界也急需通过跨文化研究来找出电视节目本土化的解决办法。这几年，跨文化电视比较研究，尤其是电视节目的本土化研究成为备受国内电视理论界关注的研究领域，研究的部分成果如论文等散见在国内的一些学术期刊上，但是，迄今还鲜见电视理论工作者在跨文化的背景下、对不同类型的、具体的中外电视节目进行较为系统的比照研究。



本书两位作者是中国传媒大学的在读博士。入学前她们都已经在电视行业和电视教学中摸爬滚打多年，有较强的实践经验和扎实的理论基础。书中对节目资料的钩深取极、精慎梳理，以及在节目对比分析中的辨正然否，可以看出作者治学的严谨和认真，当然还有凝聚在其中的心血和汗水。

未来学家托夫勒说过：“生存的第一定律没有什么比昨天的成功更加危险。”对电视，更对两位作者。是为序。

胡正荣


2008年3月8日

## 前 言

19世纪英国作家基普林曾写道：“东方是东方，西方是西方，这二者永不相连。”但是，岁月仅仅跨过了一个世纪多，今天，我们所在的这个星球，各个角落几乎完全联系起来，我们越来越像居住在一个地球村中。一位不知名的学者指出，戴安娜王妃之死似乎凸显了全球化进程。“英国的王妃和她的埃及男友，在一个法国的隧道里发生了车祸。他们的德国汽车有着荷兰的发动机，由一名喝多了苏格兰威士忌的比利时人驾驶着。后面紧跟着骑着日本摩托车的意大利狗仔队。最后由一名美国医生用来自巴西的药对他们进行了救治。”<sup>①</sup>

电视节目领域的“全球化”也已经是一个普遍的事实，即使是一名普通的电视观众，不管有没有意识到，在打开电视的一刹那，自己就已经属于“全球化”交往中的一分子。不信，我们来看一下。打开电视，电视新闻里可能在播放美国总统大选、中东局势或者韩国火灾；电视专题节目可能在讲述埃及金字塔的故事，天气预报可能在预告法国巴黎的天气情况。假如你厌倦了这些和自己不相干的事情，希望放松一下，把频道调到了中央电视台经济频道，你熟悉并喜欢的主持人李咏正在向你问好，欢迎你来到他的“魔幻教室”，你很高兴，演播室里面全都是给你带来归属感的黄色面孔，但是，你并不知道，李咏主持的这个《幸运52》节目也正在与大洋彼岸的福克斯电视网发生着联系，因为那个电视频道，也在播出着一个看起来差不多的节目，叫做《你比五年级生聪明吗？》，不过，主持人的名字叫杰夫，参加节目的都是白皮肤、蓝眼睛的美国人而已，新版《幸运52》正是借鉴了这个节目样式。你想，那我看看别的节目吧，《开心辞典》、《交换空间》、《赢在中国》、《超市大赢家》都可以吧！嘿嘿，我说，不好意思，和《幸

<sup>①</sup>戴维·迈尔斯著，侯玉波、乐国安、张智勇等译：《社会心理学》，人民邮电出版社，2006年版，第127页



运52》是一样的。你怒了，我不看二套了，看看老毕的《星光大道》，天，郝歌正在引吭高歌呢！你终于无法忍受，转到了湖南卫视，《变形计》不错吧，魏程正在工地打工呢！我不忍心打击你，可还是不得不说，这个节目创意来自于一个英国节目，你不必生气，如果愿意，我们一起来看看《超级女声》、《快乐男声》、《我是冠军》、《舞动奇迹》、《以一敌百》、《加油，好男儿》、《我型我秀》、《创智赢家》、《舞林大会》、《明星大练兵》这些近年来在中国电视屏幕上热播的节目吧，又有哪一个不是从境外节目学习借鉴而来？

美国著名人类学家露丝·本尼迪克特所著《文化模式》一书的扉页引用了迪格尔印第安人的一句箴言：开始，上帝就给了每个民族一只陶杯，从这杯中，人们饮入了他们的生活。形象地揭示出了不同民族浑然天成的不同文化模式。不同文化的差异不仅体现在绘画、诗歌、音乐、建筑等传统艺术形式上，在20世纪以来勃兴的电视艺术中，我们也能深刻体会到文化尤其是中西文化差异对其的影响。

综观历史，不同文明都不是在封闭的状态下孤立生成与发展，而总是在和谐的跨文化交往中，互相融会与学习，从而不断丰富与发展，这是人类文明进步史的主流。跨文化交往历来是多样的世界文明进展的重要动因。著名哲学家罗素在《东西方文明比较》一书中曾经写道：不同文明之间的交流，过去常常被证明是人类文明进步的里程碑。希腊向埃及学习，罗马向希腊学习，阿拉伯向罗马帝国学习，中世纪的欧洲向阿拉伯学习，而文艺复兴的欧洲又向拜占庭帝国学习。

作为当代社会最有影响的大众文化之一，电视文化的全球化交流是不可避免的，日益增进的全球性交往使各个国家的电视节目也彼此影响，呈现出了多样化的面貌。在目前与电视节目形态相关的中外交流中，由于受到制度背景以及发展现状等因素的影响，中国电视节目学习外国电视节目的情形更多一些，甚至出现了将模仿学习境外节目新形态视为创新节目的捷径的现象。诚如亚里士多德所言，“我们是社会的动物。我们所说所想均学自他人”。但是，在境外电视节目本土化的过程中，由于文化差异引发的价值观冲撞尤其突出地体现出来，比如，同样是真人秀节目，为什么《老大哥》、《谁能嫁给百万富翁》能够在西方引起轰动性的收视效果，甫一着陆中国荧

屏就引来一片鞭挞与谴责声？

从这几年境外电视本土化的实践以及通过本书20个中外节目的对比分析我们可以发现，虽然存在巨大的文化差异，但是一些被视为学习对象的境外节目在经过中国电视人的本土化改造之后，被赋予了新的生命力，呈现出了全新的形态。这正应了罗素曾经的断言：“我相信，假若中国人能自由地从我们西方吸收他们所需要的东西，抵制西方文明中某些坏因素对他们的影响，那么中国人完全能够从他们自己的文化传统中获得一种有机的发展，并能结出一种把西方文明和中国文明的优点珠联璧合的灿烂成果！”如此看来，在跨文化的背景下进行电视节目的比较研究，好像是远离了本题，其实最接近本题，正所谓“超以象外，得其环中”。


日本著名美学家今道友信曾说：“所谓方法就是逻辑程序的体系，没有它就不会有对学问的探讨。”<sup>①</sup>具有现代精神的比较学就是一种科学的逻辑程序的体系，比较学通过引入新的参考系，显示出事物在原有参考系中无法显现的新的性质，从而深化对事物的认识。以中西比较为主要美学业绩的著名美学家宗白华先生认为：“研究中国美学就不能不注意它和外国美学的区别”，<sup>②</sup>笔者以为，研究中国电视节目，也要与境外电视节目进行比较，要立足于中国电视节目，在与其他文化的关系和对照中看待自己，发现中外电视文化之间的联系和区别，揭示不同电视文化中存在的普遍现象和差异，理解不同电视文化创造进程的相似点及区别，从而更深刻、更合理地把握这些差异，找到中国电视节目自身发展的特点与规律。

我们都浸泡在各自的文化环境之中，以至于我们必须从中跳出来以理解文化的影响。而我们了解得越多，就越能对研究的对象进行检验和约束。因此，我们选取了十年来国内热播的《赢在中国》、《新闻调查》、《幸运52》、《开心辞典》、《鉴宝》、《超市大赢家》、《鲁豫有约》、《超级女声》、《变形计》、《相约星期六》10个电视节目，并遴选出在节目形态上与之对应或相似的10个境外电视节目，以此为蓝本，通过分析同类节目形

①今道友信（日）：《美学方法叙说》《美学文艺学方法论续集》，文化艺术出版社，1987年版，第377页

②宗白华：《关于美学研究的几点意见》《中国美学史论集》，安徽教育出版社，2000年版，第2页





态在不同国家出现的不同特点，解读不同文化背景对于电视节目的影响。在此，我们无意对中外电视节目之间存在的差异进行机械化的编目，而是将研究的重点放在跨文化的比较研究上，期冀通过我们的尝试与努力，既能把握具体节目的文化意蕴，又能清楚文化是如何在暗中制约着电视的面貌的，从而推动不同文明与文化传统在合理交往中实现互补性和共同进步。同时，透过这20个典型节目的比较研究，我们还可以对近年来境外节目本土化的过程和特点有大致地了解。

2001年，联合国秘书长科菲·安南在获得诺贝尔和平奖后发表了一段演说，其中有这样一句话：“我们发现自己是文化、传统和记忆力的产物；相互尊重使我们可以向别的文化学习，同时我们也可以将本土文化与外来文化相结合以获得新的力量。”对于我们来说，如果读者——也就是正在阅读本书的你——能够对安南的这句话感同身受，我们写作这本书的目的也就达到了。

# 目 录

前言	001
----	-----

## 第一章 《赢在中国》与《学徒》

节目情况简介	002
《赢在中国》	002
《学徒》(The Apprentice)	003
典型节目介绍	005
《赢在中国》	005
《学徒》	011
节目对比分析	013
个人VS集体	014
招聘VS创业	017
娱乐VS励志	020
制播分离 VS项目管理	026

## 第二章 《新闻调查》与《60分钟》

节目情况简介	032
《新闻调查》	032
《60分钟》(60 Minutes)	034
典型节目介绍	036
《新闻调查》	036
《60分钟》	041
节目对比分析	048
选题：“探照角落”与“探寻真相”	048
记者：森林之王与小虎队	051
报道理念：“乌鸦”与“喜鹊”	054
报道风格：“辩论”与“故事”	057

## 第三章 《幸运52》与《你比五年级生聪明吗？》

节目情况简介	060
--------	-----

《幸运52》·····	060
《你比五年级生聪明吗?》	
(Are You Smarter Than A 5th Grader?)·····	060
典型节目介绍·····	061
《幸运52》·····	061
《你比五年级生聪明吗?》·····	064
节目对比分析·····	068
“五年级生”缘何走俏荧屏?·····	069
“洋”“五年级生”的本土化·····	076
<b>第四章 《开心辞典》与《谁想成为百万富翁?》</b>	
节目情况简介·····	086
《开心辞典》·····	086
《谁想成为百万富翁?》	
(Who Wants to Be a Millionaire?)·····	086
典型节目介绍·····	087
《开心辞典》·····	087
《谁想成为百万富翁?》·····	092
节目对比分析·····	093
选样·····	093
嫁接·····	095
成长·····	099
<b>第五章 《鉴宝》与《开运鉴定团》</b>	
节目情况简介·····	106
《鉴宝》·····	106
《开运鉴定团》·····	106
典型节目介绍·····	107
《鉴宝》·····	107
《开运鉴定团》·····	113
节目对比分析·····	114
厚重与轻松·····	116
古典与时尚·····	119
定点与移步·····	120

## 第六章 《超市大赢家》与《超市扫荡》

节目情况简介	124
《超市大赢家》	124
《超市扫荡》(Supermarket Sweep)	125
典型节目介绍	126
《超市大赢家》——《快乐主妇》	126
《超市扫荡》	133
节目对比分析	137
“超市”：创新与启示	138
单页画VS万花筒	141
累积VS淘汰	144

## 第七章 《鲁豫有约》与《奥普拉·温弗瑞秀》

节目情况简介	148
《鲁豫有约》	148
《奥普拉·温弗瑞秀》	149
典型节目介绍	151
《鲁豫有约》	151
《奥普拉·温弗瑞秀》	155
节目对比分析	160
“秀”与“有约”	161
故事与话题	164
隐私与情感	167
大婶与小妹	169

## 第八章 《超级女声》与《美国偶像》

节目情况简介	176
《超级女声》	176
《美国偶像》(American Idol)	178
典型节目介绍	181
《超级女声》	181
《美国偶像》	185
节目对比分析	188
从“偶像”到“女声”	189
从“表演”到“PK”	192

从“爆料”到“情感” .....	193
从“免费”到“圈钱” .....	198

## 第九章 《变形计》与《真的变了》

节目情况简介 .....	204
《变形计》 .....	204
《真的变了》(Switched) .....	205
典型节目介绍 .....	206
《变形计》 .....	206
《真的变了》 .....	215
节目对比分析 .....	217
形态界定：纪录片？真人秀？ .....	218
交换：真人秀的新“变量” .....	222
交换的两大要素：差异与体验 .....	225
“线”的策划与“点”的真实 .....	228
文化背景与价值取向 .....	230

## 第十章 《相约星期六》与《情书》

节目情况简介 .....	234
《相约星期六》 .....	234
《情书》 .....	234
典型节目介绍 .....	235
《相约星期六》 .....	235
《情书》 .....	243
节目对比分析 .....	247
速配：内容VS形式 .....	249
嘉宾：白领VS明星 .....	253
创新：共同的“法宝” .....	255

后记 .....	259
----------	-----

# 第一章

《赢在中国》

与

《学徒》

## 节目情况简介

### 《赢在中国》

《赢在中国》是中央电视台经济频道于2006年3月29日开播的一档大型励志创业电视栏目，每周二晚10:03播出，时长60分钟，目前已播出三季。

《赢在中国》旨在全球范围内寻找5名最具创业潜质的创业英雄，获奖者将获得由IDG、软银赛富、今日资本等三家国际著名投资机构提供的创业资金。其中冠军可获得一家注册资本不低于人民币1000万元的新设企业经营权；亚军可获得一家注册资本不低于人民币700万元的新设企业经营权；三、四、五名各获得一家注册资本不低于人民币500万元的新设企业经营权。另有一名网络人气选手可以通过得到联通世纪风通行证，获得一家注册资本不低于人民币500万元的新设企业经营权。获奖者本人拥有该企业20%的股份，出任该企业的CEO。从第二赛季开始，获奖者在企业中拥有的股份比例不断增加，第三季达到50%。

大赛分为以下几个阶段：

- \* 海选：大赛项目组将从选手数据库中选出3000名选手进入面试环节。
- \* 面试：3000名选手参加大赛项目组在20个城市（包括北美赛区）组织的面试，从中选出108将。
- \* 初赛：108选手聚集北京，通过竞技训练营筛选出32名，和网络人气产生的4名选手一起进入复赛。
- \* 复赛：三位专家评选10名选手，和网络人气产生的2名选手一起进入决赛。
- \* 决赛12进5：12名选手一起参加七场商业实战真人秀竞赛。每场淘汰一名选手，最终产生5名选手进入下一轮决赛。

\* 决赛5进2：电视直播，专家点评，观众短信参与评选，选出2名选手进入总决赛。

\* 总决赛：电视直播，专家点评，观众短信参与评选，产生本次比赛冠军。

《赢在中国》秉承励志创业的理念，运用专题片、谈话节目、专题晚会、真人秀、综合直播晚会等丰富的电视手段，为观众记录了创业英雄诞生的完整过程，吸引了上百名业界资深企业家和专家助阵，张瑞敏、柳传志等“教父”级的企业家担任总决赛评委，在观众和国内外企业界产生很大影响。

## 《学徒》（The Apprentice）

《学徒》是美国全国广播公司（NBC）在哥伦比亚广播公司（CBS）《幸存者》获得巨大成功之后推出的一档真人秀节目。CBS于2000年5月推出《幸存者》，在美国引起了极大反响，收视观众总人数达到4000万以上，并持续在美国电视收视率排行榜中名列前茅。其最后一小时节目观众总人数达到5800万，超过美国其他几大广播公司同时段观众人数的总和，广告价格每分钟60万美元，仅此一小时节目的收入就达到3600万美元。为了应对《幸存者》带来的巨大收视压力，其他广播公司陆续推出了不同形态的真人秀节目。美国全国广播公司（NBC）于2004年1月8日推出了《学徒》，将逐鹿的战场放在在曼哈顿的商业王国，让竞争者展现各自的商业才华，争夺一个高薪职位。节目由马克·本内特制片公司和特兰普制片公司联合出品。主持人是纽约地产大亨唐纳德·特兰普（Donald Trump），每季播出15或16集，每集时长45分钟左右，播出时间为每周四晚9点，每集制作费50万美元左右。

在第一季的节目中，全美有21.5万人报名，制作者在各个州市都设立了测试站，测试者要提供个人资料和10分钟录像，介绍自己的生活现状和商业理想。之后16个人被选拔出来，参加真人秀阶段的竞赛。他们要参加真实的商业项目运作，进行真刀实枪的商战演习，接受特兰普和助手的面试，最终获胜者将成为特兰普商业帝国中一位年薪25万美元的管理者，还可以获得一



辆高级跑车。第一季15期节目分别为：

- 第一周：在街上销售柠檬水
- 第二周：在广告公司进行广告设计、制作
- 第三周：收购谈判
- 第四周：经营好莱坞星球酒店
- 第五周：在跳蚤市场从事经营活动
- 第六周：参加拍卖会
- 第七周：装修出租廉价公寓
- 第八周：推销新品牌的矿泉水
- 第九周：推销油画
- 第十周：经营车队
- 第十一周：经营赌场
- 第十二周：推销高级套房
- 第十三周：接受特兰普的高级顾问面试
- 第十四周：组织高尔夫比赛和摇滚音乐会
- 第十五周：终结

第一季《学徒》最终的胜者是比尔，他获得了为特兰普工作的机会——监管在芝加哥建设第一高楼的项目，当年9月还出版了自己的新书《你被雇佣了》（You're hired）。

《学徒》节目使特兰普名利双收。NBC付给特兰普第一季的报酬是每集5万美元，第二季还要高；更大的收获是节目介绍了特兰普所有的产业，选手从事的很多比赛项目都与他的公司业务相关联，比如通过组织名人慈善拍卖会，把公司大楼的顶层以高价出租，为他旗下的赌城招揽顾客等。节目播出后，特兰普成为现实利益的最大受益者，他不仅成为世人关注的中心，而且公司股票节节上涨，商业成就随之更加辉煌。

《学徒》第一季结局篇播完后，NBC新闻频道破天荒地在黄金时段播放了长达6分钟的《学徒》幕后花絮和参赛者访谈。媒体分析家就此提出批评，认为NBC丧失了基本的新闻判断准则，NBC回应道：现在除了伊拉克，人们对