



学术网 >> 实务 >> 经营管理

中国电视节目如何走向美国

2005-11-28

作者: Nancy Tong 撰 刘迅 译 | 6475字节 | 阅读: 61次 | 评论: 0条 | 关键词: 中国 电视节目 美国

[关键词]: 中国 电视节目 美国

美国人对中国的电视节目是很不了解的。如果你问美国学生：你看中国的电视节目吗？你知道在北京举办哪一场比赛？你能够说出一个中国的奥运金牌运动员的名字吗？他们中没有几个人能够回答出来，除非他本身就是中国留学生，或者他曾经来过中国。美国的电视节目卖到了全世界，当然，中国也到处都是美国的电视节目。但是，美国却很少从别的国家购买电视节目，至今为止，还没有从中国购买过。

为什么我们现在要探讨这个题目？我认为，中国的电视节目有很大的潜力，完全能够在美国电视上播放。特别是中国争取到了2008年奥运会的主办权，来自中国的体育节目将会很受欢迎。我希望有一天当我打开电视的时候，我能够看到少林寺的武术表演、上海的股市评论或者是中国的动画片。

首先，我们要知道美国人是如何对待外国文化的。总的来说，绝大多数的美国人对外国文化了解不多。这很容易解释，因为美国在国际文化和政治上占有统治地位，他们很容易以本国为中心。我在美国呆了25年知道绝大多数的美国人对外国文化有着浓厚的兴趣。他们比法国人和英国人更容易接受新事物。

在美国的电视里，能够看到外国的节目吗？答案是肯定的。日本的动画片就很受欢迎。另一个常常播出的是英国制作的国际投资报告。但是，所有的这些节目都被重新包装了，配音都是美国化的，而且，有时候，甚至还有美国的主持人。

一、中国电视节目为什么在美国找不到市场

1. 字幕

美国的观众不喜欢阅读字幕。日本的卡通片都被翻译过来了。当BBC把节目卖给美国的时候，他们也必须找一个有美国口音很重的人做主持。当然，现在情况有了一些变化，现在人们的电视越来越大，清晰度也越来越高，阅读这些细小的文字恐怕也不再是不可接受的了。

2. 对内容的加工、处理和风格

不同的文化对娱乐的理解也不同。比如，对于幽默，100个民族有100个解释。我1973年到美国的时候，那时正在播一个叫做“星期六晚间直播”的节目。这个节目非常流行。我的美国大学的朋友们晚上11点都会准时回家看这个节目。有一次，我和他们一起看，他们笑得前仰后合，但是，我一点也没有觉得那种自嘲式的笑话有任何好笑的地方。而且，有些政治笑话，我更是听不懂。成龙的早期作品在美国并不受欢迎，后来，他让一个美国人写剧本，并和一个美国的喜剧明星一起演出，他才被美国接受。

有些人会反驳说，“卧虎藏龙”不就是跨越了文化的界限，而被全世界所接受了吗？但是，请别忘记它的导演李安曾经在纽约大学读书，而且，一直是走好莱坞的路子。其制片也是美国人。

另外一个很明显的风格问题是关于解说的使用。在解说的使用上，美国电视和中国电视有着很大的不同。美国的电视节

搜索框

jn 文章 jn 动态 SEARCH

上一篇 Previous

• 难以跨越的数字鸿沟
作者: 孙五三 | 2005-11-28
[内容提要] 作者认为，信息沟不仅是经济和技术鸿沟，也是经济制度和政治制度的鸿沟。对于发展中国家，因特网是一种引进的技术和商业模式。因特网在发展中国家的成长将是一个本土化的过程，发展中……

下一篇 Next

• 新世纪美国新闻学教育面临的挑战
作者: [美] Maurine Beasley 撰
杨保军 编译 | 2005-11-28
[内容提要] 进入新世纪后，美国新闻学 / 大众传播学教育面临诸多挑战，核心是如何组织、管理新闻学 / 大众传播学教育，作者列出了美国新闻学 / 大众传播学教育的几种主要模式，并认为新闻学 / 大众传播学教育不会在……

如何提升 你的专业高度？

这里汇集国内20余家专业出版机构
近5000种图书，目前国内传媒专业
程度最高的网络主题书店 >>>

中华传媒书店
BOOK.MEDIACHINA.NET

目在挑选解说员和节目主持人时，一般注重这些人和本节目的联系。在我做的一个关于癌症的节目中，我们让一个丈夫死于癌症的妇女做解说员。美国公共广播公司的纪录片的主持人，都必须有一定的声望，值得受众信赖，当然，表达能力也要强。他们的声音应该更像你的叔叔或阿姨，而不是很严肃的权威人士。而在中国，人们习惯于CCTV新闻播音员的声音——权威、严肃。

同样，两个国家解说词的写作也很不一样。美国解说词的写作是一种艺术形式。通常，除了一些独具特色的个人电影外，解说词会带给你信息，促进情节的发展，促使你思考。但是，它不会说教或者是宣传。

二、如何把中国电视节目卖到美国

首先，我们以纽约为例来考察美国的电视市场。如果不付额外的20美金的有线电视费，普通的电视网至少能够收到9个频道（像ABC、NBC、CBS、FOX和PBS这样的电视网）。有线电视还会增加53个频道。如果你还想有更多的选择，你能够获得优化有线（premium cable）、HBO、Showtime和电影频道等。这些加起来有70个频道。

那么，美国人对什么样的电视节目感兴趣呢？或者说，他们会买什么样的节目？我研究了最近纽约的电视预告，对所有的节目进行了分析和归类，大致如下：

免费电视

电视类型	频道数
普通电视、电视网	5
教育电视、政府资助的电视	5
西班牙语电视	1

标准的有线电视类型

节目类型	频道数
娱乐	16
电影	7
体育	6
财经和新闻	3
儿童	3
音乐	2
特别的团体	2
喜剧	1
旅行	1
历史	1
食物	1
健康	1
房屋和园艺	1
法庭电视	1

优化有线：

绝大多数是电影	8
---------	---

内容又是如何分配呢？以一个平常的周三为例，从中午到晚上11：30，如果不算上优化有线的频道，总共有720小时的电视节目时间。这中间：

电影：32小时

儿童节目（包括卡通片）：112小时

电视连续剧：85小时

音乐节目：57小时

运动节目（棒球、赛马、篮球、拳击等）：56小时

和新闻有关的：37小时

喜剧表演：36小时

生活类节目（比如婚礼、时尚、家庭布置等）：31小时

烹调节目：25小时

纪录片：18小时

健康节目：16小时

旅行节目：15小时

科学节目：14小时

艺术（包括美术）：13小时

家庭改进节目：12小时

法律：11小时

妇女节目（可能是讨论节目）：5小时

宗教节目：5小时

付费节目：2小时（周六是9小时）

一天中需要播放这么多的节目，怎么样才能够生产出足够的节目来？这也就解释了为什么有那么多重复的节目。绝大多数的有线频道都买一些老的节目，而且，一周重复2到3次，有时，甚至是4次。

可见，内容是一个非常重要的方面，现在的光缆比原来的同轴电缆的传输能力强得多，所以，电视台常常缺节目。

那么，中国的电视节目能够卖到美国去吗？能够填补他们这些时段吗？

中国和美国的电视节目在内容和风格上有很大的不同，所以，中国现存的这些电视节目很难卖到美国去。而且，现在的美国电视市场几乎被独立的制片人挤满了。在过去的10年里，独立制作的节目的价格下降了很多。有一些经验丰富的销售代理商不得不停业，因为价格实在太低。

美国电视很注重品牌。品牌是公司的标识，每一个电视台都有自己的风格和特点。他们怎么肯花钱买别人的节目，而与自己电视台的风格不相符的路子呢？

合作可能是一条可行的路子。华纳兄弟公司已经花了大量的资金投资和中国有联系的制片公司。在7月13日中国获得奥运会的主办权的消息宣布之前，已经有电视网和CCTV商讨关于奥运会的合作事宜。

关于美国电视为什么会有兴趣和中国合作？答案很简单，因为这样省钱。比如说，食物频道想做一个关于中国最好的厨师的系列节目。他们希望这个节目能够在中国的很多地方播出，比如北京、上海等。他们会找一个原来帮他们做过节目的美国制片公司。如果这家公司自己来做，他们要在旅费、雇佣员工费、翻译费、录像带的出口许可上花大量的钱。但是，如果他们在北京找一家值得信赖、水平相当的公司，他们的工作就只是让他们的制片和导演到中国来，这些制片和导演是知道食物频道所需要的节目的内容和风格的。因此，他们在生产成本上节约了很多钱。所以，如果要做到这一步，中国的制片人必须熟悉美国电视的风格，了解他们的工作习惯以及把创作权完全交给美国。

美国需要各种各样的节目，体育、财经新闻、房屋园艺、烹调、旅行、健康节目等等，中国在这些方面完全有能力提供很多高质量的东西。我希望在美国电视上能够看到更多的中国面孔。

(Nancy Tong是纽约纪录片的独立制片人，曾获San Francisco国际电影节的最佳纪录片奖，现在在香港城市大学教纪录片制作)

[译者简介] 刘迅 (1977-)，女，湖南人，中国人民大学新闻学院硕士研究生。

(责任编辑：高金萍)

Nancy Tong 撰 刘迅 译

丨 [传媒资讯网](#) 丨 [传媒学术网](#) 丨 [传媒考研网](#) 丨 [传媒博客](#) 丨 [传媒社区](#) 丨 [传媒书店](#) 丨

丨 [关于我们](#) 丨 [会员注册](#) 丨 [交换链接](#) 丨 [联系我们](#) 丨 [法律声明](#) 丨 [广告服务](#) 丨



© 2001-2007 中华传媒网版权所有 京ICPO61016
Copyright © 2001-2007 MediaChina.net All Rights Reserved