

西学东鉴： 英国约会类节目的本土化思考

舒逸虹

摘要：作为创意产业最发达的国家，英国电视行业的创新理念与创新环境驱动着英国电视创意迭出、精品不断。本文试以约会类节目为切口，展现英国电视节目制作的理念、方法和技巧，并通过与本土节目《相亲才会赢》进行分析比对，从内容和操作手法上，总结约会类节目的“成功宝典”。

关键词：创意 本土化 约会类节目 《相亲才会赢》

英国是全球最早提出“创意产业”概念的国家，也是世界上第一个有政府出台政策推动创意产业发展的国家。如今，创意产业已成为英国经济中增长速度最快的产业之一。作为英国“创意产业”的一部分，其电视业有着令人羡慕的傲人战绩，2018年，英国广播电视收入达到136亿英镑的高点。全英国90%以上的人每周都看电视，4岁以上的英国人平均每天看电视超过三个半小时。

由于在浙江电视台民生休闲频道《相亲才会赢》节目有着七年的“电视红娘”经历，此次英伦之行，笔者对英国的约会类节目尤为关注。按照之前的惯性思维，我们大多认为欧美国家的年轻人绝不会选择通过相亲去认识未来另一半，而是更习惯于在日常相处中和对方

相识、相知、相恋。但是英国节目受众研究专家Nino Cirone却告诉我们，在英国，经过刻意安排设计的约会类节目颇有市场。纵观英国“西洋镜”，再比对“本土王”，约会类节目有哪些共性呢？和欧美世界风靡的约会类节目相比，本土老牌节目《相亲才会赢》做得如何？国外先进节目又有哪些模式点值得我们学习？

一、中西约会节目 内容大同小异

在英国，当下最有名的约会类节目当属《Love Island》（《爱情岛》）。它是2015年起在ITV2播出的一档约会类真人秀节目，目前已进行到了第五季。10位单身男女被集中在一栋别墅里，一起度过几周时间，同时在其中寻找另一半。节目有公众投票环节，观众有权决定嘉宾的去留，同时还会不断地有新嘉宾加入，破坏现有的关系。因此相爱、相杀；爱情、友谊；相信、背叛，节目充满了故事性和戏剧化。在英国学习期间，笔者每天早上一起床都会打开电视收看BBC1的早间节目，好几次听到主持人讨论友台的节目《Love Island》的相关内容，可见受关注度之高。

除了大火的《Love Island》，还有以下这些或在英国播出或从英国模式输出的约会类节

目：

《Dating: No Filter》（《无过滤约会》）在美国NBC电视台播出。第一次约会的人通常免不了粉饰和美化自己，因此节目组安排了三个喜剧演员在边上做评论，时不时戳穿他们的谎言，说出真相。

《Dating Around》（《四处约会》）是Netflix推出的首部原创相亲节目。每一集中，一位单身人士将参加五次相亲，过程中不乏调情、尬聊和真情相对的时刻。之后，主角将决定和谁进行第二次约会。

《Golden Boys》（《金色男孩》）这是一档源自荷兰的老人相亲节目。它的好看在于老人是真诚相亲，在镜头前不做作。

《Paradise Hotels》（《天堂酒店》）这是美国版的《Love Island》，在FOX播出。节目讲述了11位帅哥靓女（6女5男）在一个封闭的环境里发生的一切。

《Back to Mine》（《回到我身边》）是在ITV播出的一档约会类节目。这个节目设计的是一个人去看三个房子，喜欢哪个房子，就和它的主人约会。节目的广告语写到：任何人都可以在网上的相亲信息上作假，但当邀请相亲对象回家时，你将藏无可藏，躲无可躲。这

个节目的重点不在约会,而在于通过参观房子还原主人的性格和故事。

《Phone Swap》(《交换手机》)在每集30分钟的节目里,三对陌生的单身男女被允许可以先看对方的手机,再决定是否要和对方见面。嘉宾们毫无顾忌地查看对方手机时所表现出来的害怕、焦虑、吃惊、兴奋等等。这个节目第一季吸引了平均每集1000万人的收视。

纵观以上节目,很多约会形式都在《相亲才会赢》这个大熔炉里出现过,比如《Dating Around》一对五的模式和《相亲才会赢》的一对三如出一辙;而《Love Island》就相当于《相亲才会赢》的特别节目《爱情别墅》(包括浙江卫视去年播出、引发热议的约会节目《遇见你真好》)。再比如《相亲才会赢》里也出现过老年人相亲,年纪最大的有78岁之高;也出现过先见其房/车/工作/物件等,再见其人的形式;还出现过男女嘉宾相亲时,突然被相亲特派员要求互看朋友圈和微博,以窥探对方个人生活的情节。

由此可见,中西约会类节目在内容设计上大同小异。换句话说,相比于国外正流行的约会类节目,已经走过十年的本地老牌节目《相亲才会赢》在内容上也算是不断更新、与时俱进,甚至是与世界接轨的。但是,即便如此,他山之石,仍可攻玉。这些约会类节目仍然值得我们深入研究,参考汲取其中可鉴之处,如有趣的设计、选角的安排、话题的选择等等,为节目所用。

二、约会类节目的两个维度:真实性和故事性

英国资深制片人、ITV原飞

行制片人 David Winnan 说,现在的英国观众对电视节目的要求趋向两个维度:真实性和故事性。这两个维度正是从节目内容上说明了观众收视兴趣的实质。

(一)返璞归真的“不归路”

随着电视节目的发展,观众的审美水平不断提高,相较于事先精心设计的节目,人们更愿意看到真实的事件、真实的人物;更愿意被真情实感所打动;也更愿意被真相所震撼。

有一个例子很能说明问题:《Love Island》出第一季时,采用了全明星阵容,结果收视差强人意。第二季,制片方尝试启用素人,结果收视大涨。David Winnan 的总结是,素人不会“演”,容易表现出真性情,更容易达到戏剧效果,故事感更强,观众也更“入戏”。因此,《Love Island》每一集播出后,都会在社交媒体上产生巨大的讨论量,这也是这个节目长盛不衰的重要原因。

英国资深制片人、有着近20年电视行业工作经历的 Adam Chapman 则告诉我们一种拍摄真故事的有用手段:用固定摄像头拍摄真人秀和半纪实类节目。这种拍摄手法从根本上改变了电视人讲故事的方式。它最大程度地减少了工作人员的介入和干扰,提高了节目的真实性和客观性。

在 Adam 参与制作的约会类节目《First Dates》(《第一次约会》)中,制作方在伦敦市区的一家餐馆里设置了42个固定摄像头,来展示人们在这里第一次相亲约会的故事。而在其姊妹节目《First Dates Hotel》(《第一次约会酒店篇》)中,固定摄像头多达105个。这种真

实还原最大程度地满足了观众的窥探欲。

《相亲才会赢》节目里的约会场所大多在咖啡厅,和《First Dates》在餐厅约会的形式相似度很高。笔者了解到,《First Dates》从2013年推出以来,已经积累了大量节目素材,因此我们同样可以通过研究节目学习、参考其中的桥段设计和故事策划,并可以考虑尝试撤掉摄像机甚至相亲特派员的角色,用固定摄像头真实记录两人约会的场面。

(二)讲好故事是王道

如果说真实性是节目的自然属性,那么故事性就是节目的人为属性。有些故事天然带有“好故事”基因,但如何把故事讲好却是事在人为。一道好菜,除了要有好食材,也要有高超的烹饪技艺。对于一箩筐真人真事、真情实感的好素材,如何将之用好、表现好,让观众在故事里映照现实,看到自己,获得共鸣,十分考验导演功力,也是彰显电视人专业性之处。

Nino 介绍,约会类节目很重要的模式点就在于,那个对的人是如何被选出来的,这是贯穿整个节目、推动情节的重要线索。反观《相亲才会赢》节目,也是牢牢把握这个关键点,遵循这条重要线索,展开一个又一个的故事。

首先,相亲特派员会在拥有十万会员信息的资料库里搜索,根据年龄、籍贯、出生地、求学工作经历、兴趣爱好等方面寻找出与主角情况相近或符合主角要求的配角,铺垫故事展开的合理性。

其次,相亲过程并不会一帆风顺。1.随着相亲的深入,主角的要求会发生变化,这时线索

也会随之蜿蜒。2. 相亲特派员根据自己的经验, 会给主角提建议, 对方听或不听都会成为线索的一个节点。3. 每一位配角的加入都会为故事多增加一种可能性, 都可以成为一个悬念点。

再次, 为了讲好故事, 编导也少不了“做些手脚”。比如有一位男生提出要找比自己小的女生, 但编导却找来了一位其它各方面都符合他要求, 唯独年龄上比他大一岁的女生。因为在前期接触中, 编导了解到这个男生曾和比他大11岁的女性有过一段长达九年的感情, 而这背后是男生的父母在他很小的时候就离婚了, 他从小就缺少母爱。因此通过这样一个特意的安排, 男生的人生故事得到自然地展开。

可见, “求真”并不是要求导演只做“搬运工”, 把记录到的故事原封不动地放到屏幕上去, 而是同样需要有取舍、有立场、有重点地去展现, 在屏幕上播出的任何一个故事、任何一个人物特点以及任何一段人物关系都是经过导演过滤的。比如在《Love Island》中, 一位女嘉宾的太阳眼镜一直往下掉, 配上她蠢萌的表情, 显得很逗。这正是导演有意把这些小细节集中剪辑到一起, 刻意强化的结果。这个小细节一下子增加了这位女嘉宾的辨识度, 彰显了她的性格特点, 让观众印象深刻, 从而为后面人物关系的展开做了很好的铺垫。这种导演意识的加入, 并没有从根本上改变事实真相, 但又通过艺术化处理达到了强化节目效果的目的。

最后, 约会类节目其实存在着多条故事线。除了两个陌生

人见面是否牵手成功这条故事主线, 每个人的经历都是一条故事支线。因此, 把支线巧妙地融合在主线里, 将几条支线彼此交织起来, 甚至让支线对主线有推进作用, 都有助于讲出好故事。

三、约会类节目的两大制作秘方

如果说真实性和故事性是一个好节目的基础和根本, 那么在操作层面, 如果做好了两件事, 节目将更具吸引力。

(一) 选角为天

英国资深纪实类娱乐节目研发专家 Kelly Field 说, 在英国, 选角为天, 选角成功了, 角色会自动给你故事。Kelly 介绍, 一般一档节目会有一个专门的选角小组, 进行公开招募。例如《First Dates》当时的选角小组是8个人, 选角时间长达15个星期, 吸引了45万人报名; 之后通过电话面试、视频连线面试等方式不断缩小范围挑出主角, 并用同样的方式找到4-5个可以与之配对的对象; 然后再通过真人试镜、当面采访的方式确定最终的配对人选。Kelly 介绍, 节目组认为契合度应该是首位的, 因为如果两人一见面就产生了化学反应, 本身就是很好的故事, 不需要人为再去制造故事冲突。这也给了我们一些启示, 由于《相亲才会赢》是日播节目, 人手少、周期紧, 编导在选人过程中会放低要求, 前期沟通时对嘉宾情况了解不够透彻, 甚至有时为了赶周期, 存在能来就行的情况, 导致有时候的配对比较粗糙, 因此现场出现好故事的概率也大大下降。

那么怎样才能成为一个好的选角导演呢? Kelly 介绍, 首

先你必须是一个万人迷, 吸引别人对你敞开心扉; 而且你也必须善于倾听, 有挖掘人物故事的能力。面对每一个报名嘉宾, 你要迅速找到他身上的特点以及与之匹配的标签。

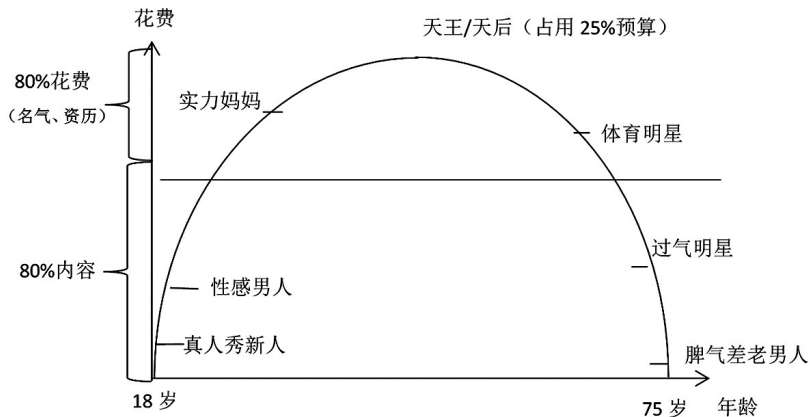
另外, 每个节目都有不同的选角需求, 但还是有一些共性可寻。例如, 有情绪爆点比较低的人(爱哭、爱笑、容易受惊吓等), 有表现力强的人, 有什么事都挂在脸上的人等等。同时, Ta 必须是一个真实坦诚的人, 这样观众更愿意和Ta一起经历Ta的故事。

(二) 巧控节奏

对于所有节目来说, 除了故事精彩, 节奏点的安排也很重要, 要做到张弛有度, 浓淡适宜, 起伏相得益彰, 关键在于编导的设计。

David Winnan 向我们简单展示了几个小技巧: 譬如在约会类节目中, 嘉宾出场顺序的安排是有诀窍的, 第一个7分, 第二个6分, 第三个8分, 第四个, 如果是第一季那就要安排一个最高的9分压轴出场, 如果节目已经做到了第七季, 那么放个5分嘉宾也无所谓。

比如《Love Island》和《I'm a Celebrity, Get Me Out of Here》(《我是明星, 让我出去》) 都会让观众主导节目走向, 决定让哪个嘉宾走, 哪个嘉宾留; 会让嘉宾看网上评论, 刺激他; 也会用加速现实的方法, 比如导演看到两个人感觉很不错, 就不会任由他们慢慢发展, 而是把他们拉出来, 给私聊空间或者其它方式加速两人关系的发展。David 认为, 节目好看的点不是嘉宾的性格, 而恰恰是导演制造的这些戏剧性。另外, 每一集的结尾, 必须有一个



此图为David给大家列出的《Love Island》选角方案

cliff hand,就是悬崖勒马式的悬念结尾,让观众觉得意犹未尽,下一集必须回来看。

那么,在《Love Island》里,嘉宾是如何配置的呢? David介绍说,10名嘉宾中分别有性感

女郎2名,性感男人2名,具有强大意志力的实在妈妈1名,脾气差的老男人1名,体育明星1名,肥皂剧演员1名,不同文化背景的人1名(比如亚洲人),天王/天后1名。

四、结语

综上所述,尽管走过十年的《相亲才会赢》在很多方面已经把内容做到极致,但是英国的约会类节目无论是模式、内容还是制作方式上,仍有很多值得我们借鉴的地方。在实现本土化路径的过程中,我们也需要注重文化的适应性,努力打造出符合中国国情、中国人文化习惯的精品节目。而对于《相亲才会赢》这类出自地面频道的节目而言,操作层面的方法或许可以借鉴他山之石,但真实、接地气、生活化、服务性才是节目真正的内核和生命力所在,必须牢牢把握。

(作者单位:浙江电视台民生休闲频道)

