



探索 之探索

——美国 DISCOVERY 探索频道的发展之路

● 傅岩山 谢 明

“探索”的历史

探索频道 (Discovery Channel) 是由美国 DCI 公司 (Discovery Communications, Inc.) 创建经营的, 创始人约翰·亨得瑞克斯 (John Hendricks)。它是一家私营的多媒体公司, 总公司设于美国的毗邻华盛顿的马里兰州的贝塞斯达。1985年7月, Discovery 探索频道在美国开播, 迈出了“探索”发展的第一步, 当时仅在美国拥有 156,000 个订户。出乎人们意料的是, Discovery 探索频道发展态势极为迅猛, 1988 年就成为了世界上发展最迅速的有线电视网络之一。1989 年, Discovery 探索频道进入全球国际性发行阶段。在过去短短的 16 年时间里, Discovery 探索频道已经发展成为全球最大的纪实娱乐节目制作及供应商。探索公司节目目前的覆盖面遍及全美国百分之九十九的有线电视订户, 到 2000 年为止已经在全世界 145 个国家有超过一

亿个家庭订户, 用 24 种语言向全世界输送它的节目。Discovery 探索频道的节目在欧洲、亚洲、新西兰、拉丁美洲、亚洲中东、非洲北部、加拿大、印度及美国等地都能收看到。中国也有 22 家电视台购买和播放了它的节目。试想一下, 每天有 15 颗人造卫星将其 5 个频道 24 种语言的声像信息送往 145 个国家的 1 亿多个家庭, 其内容涵盖科学、技术、自然、历史与社会的方方面面, 这是一幅多么壮观的知识传播的图景!

“探索”的理念

回顾 Discovery 探索频道的发展之路, 首先让我们佩服的一点就是当初 Discovery 探索频道所确立的做事理念。

探索频道的主旨是寓知识于娱乐, 引发观众的好奇心并予以满足, 同时激发观众学习的兴趣。它为观众提供来自世界各国的优秀纪录片, 内容涵盖了科学与科技、自然生态、人文历史、全球风

貌、人类探险和世界文化等等众多领域。

探索影碟封套背面印着这样一段话: “踏上历史沧桑, 揭开未来神秘”, Discovery 给你不可思议的神奇发现。给你前所未有的美妙体验, 去探索一个我们从未真正认识过的新的世界, 去发现一个我们从未真正挖掘过的新的自己!” 这段话在一定程度上揭示出了 Discovery 探索频道在制作节目时所遵循的一个标准——或曰理念。知识性、科学性、趣味性、人文性, 都可以在 Discovery 探索频道的节目中找到。Discovery 探索频道的节目, 始终秉承着这样的意志, 用镜头带着它的观众去探索历史, 探索未来, 探索一切人们感兴趣的事物。

“探索”的选题眼光 和独特视角

Discovery 频道最值得骄傲之处, 是它十几年来苦心经营所形成的庞大的影视信息资料库。目前, 该库中已存有上千

部影片,涵盖了人文、自然、军事、医药、高新技术以及动物世界等广泛领域。看看这些题目:《埃及艳后》、《木乃伊之谜》、《权力的诱惑》、《探索太阳系》、《走进宇航员》、《火星的过去》、《现在和未来》、《恐龙纪元》、《动物性行为探秘》等等,这一个个奇巧的题目,就足以引起人们的观看欲望了。

Discovery 探索频道所选择的主题,都是人文、自然、历史等各个领域人们相对陌生因而比较感兴趣的部分,例如一系列对古埃及历史的追溯与探寻的节目。古埃及对现代人来说一直是个充满了神秘色彩的国度,从金字塔到木乃伊到埃及艳后克里奥佩特拉,有太多的故事为人们所传诵。Discovery 探索频道站在理性和科学的角度,给观众讲述那段人们有所知又有所不知的历史。摄像机镜头把观众带回了那个遥远的年代,以探询的目光一步步地发掘事实的根源和真相。木乃伊的奥秘,埃及艳后的真实面目,古罗马帝国的兴衰,一个又一个悬念紧紧地抓住了观众的眼球。尤其是关于木乃伊的一组节目,更是令人拍案惊叹。从原产地买来的制作工具,实体的解剖与制作,精微的过程与最后十分相像的制作成果,等于给现代观众上了一堂木乃伊制作课。观众追随着摄像师的镜头,听解说者逐步解开心中的疑团。历史场景的再现与模仿重现,古老遗迹的回访,与历史有关的影视作品片断的穿插,使观众的兴趣神经被时时牵动。再比如“动物性行为探秘”系列。这一系列节目,向观众展示了人类之外的动物们怎样使自己的基因延续到下一代。它站在人类的角度,观察和揣摩动物的行为和举动,并用科学的态度分析动物的遗传和进化过程,让人们更全面、更深刻地了解了自己所生活的这个世界。其中颇令人惊叹的一点是节目高超的摄影技术,那些机警的动物们,竟然在毫无察觉的情况下被拍摄得如此细致、清晰、自然。

Discovery 探索频道在选题策划过程中十分注意的运用各种技术手段来表现主题。《空间站揭秘》(Inside the Space Station)是一部长度为为一小时的记录片,于2000年12月10日由Discovery 频道在150个国家、以32种语言进行了首次国际性播映。Discovery 探索频道为了追求完美的效果,不惜投入了大量资金技术以及人力进行制作,从而使观众能够真正身临其境欣赏这部壮观

的影片——地球的美丽镜头、空间站的内部结构、复杂的ISS结构的艺术处理、NASA的实验室,以及宇航员在太空中执行任务前练习组装ISS各部件的水下训练舱等。后来在网站以及其他媒介得来的反馈结果证实了这一策略的成功,在观众中间获得的良好反响说明一切的投入都是值得的。

“探索”对传媒业的启示

当今世界,媒介之间争夺受众的竞争已经达到了白热化的程度。频道的勃兴使广电传媒业面临着重大的改变。在1993年到1995年的英国就曾出现过这样一种情况:在有线和卫视的数量大幅度增加的前提下,每个家庭每周收看电视的时间反而下降了一个半小时。美国的四大电视网,ABC、NBC、CBS等等,他们发现自己的观众每年都在下降,较两年之前下降了五百万,有些观众已经彻底不看电视了。中国的电视行业中也存在着类似的问题:虽然目前各省都有卫星频道,观众似乎有很多选择机会,但大多数卫星频道都是以综合频道为主的。比如湖南的卫星频道,代表湖南的精神风貌和制作水准。但作为外地观众而言,他们不能容忍眼中的湖南、江苏、湖北等每一个台都是综合频道。18点30分,本地新闻;19点,转播中央电视台的新闻联播;然后是黄金时间电视剧,周末则是快乐大本营或者全民谈恋爱。貌似有很多选择,其实选择很少。以至于如今有一部分受教育水准比较高的观众以不看电视为荣,他们觉得电视是给家庭妇女和老年人看的。

此外,广告商也改变了以往单纯以收视率来作为制作和投放广告的标准。细心的广告商们开始更加关注电视节目的目标观众群是哪些,以判定这些目标观众是不是产品的目标用户。

在这种情况下,电视频道的主题化和专业化成了电视频道发展的良性选择道路。从Discovery探索频道的蓬勃发展来看,我们可以得知,在如今受众面临的选择日渐多样化的条件下,专业化的主题频道往往能够拥有较为稳定的观众群。

Discovery探索频道拥有自己明确的目标受众群,即是那种受过良好的教育,有求知欲望,有社会影响力和一定消费能力的观众。这个定位,使它在制作节

目的过程中能始终注意坚守节目内容深厚的人文关怀和文化底蕴。它不会降低自己的趣味标准去做所谓迎合市场的努力。其实求知是人的本性,探究未知是人的天性,猎奇探险是人人心中隐秘的梦。特别是人们更希望发现自己的同类、其他人的故事。对于那些较高文化层次的观众来说,收看Discovery探索频道成为了一种时尚。专题化制作、观众群锁定带来高收视率、高广告回报率,这样良性的循环模式,对发展中国的电视传媒工作者应当有充分的启示。目前窄播化的市场细分策略在中国的电视传播领域更多地仍然是停留在概念的层面上。而Discovery探索频道对目标市场的细分,以及他们基于公司化基础上的整合经营模式对中国的电视媒体都具有很好的借鉴作用。

此外,Discovery探索频道的节目都是单独成章的,这对于同名书籍和VCD的发行有很大的好处。北京京文公司获得了Discovery光碟产品在中国的独家发行权。其实Discovery探索频道早在三五年前就开始在中国培养自己的消费群,当时是免费提供给电视台,放长线钓大鱼。几年以后,中国市场很多人都对探索频道有了印象,这使探索VCD在全国现销出100多万套。

1999年初,Discovery探索公司决定将其优秀的电视系列片改编成系列图书。到现在为止,已出版了《探索》系列丛书20多种。辽宁教育出版社果断地与拥有《探索》系列版权的贝塔斯曼亚洲出版公司接触,达成长期合作协议,将《探索》系列丛书引进国内。他们又与中国科学院科普领导小组合作,组织有关专家学者进行翻译,在较短的时间内就推出了首批中文版《探索》系列丛书。首批推出的《探索》书系共4本:《海底王宫:寻找尼罗河岸边的真正女王》和3本《探索手册》。

结语

Discovery探索频道是成功的。广泛的覆盖面,稳定的受众群,强大的节目制作力量,都证实了“探索”之路的明智与正确。我们相信,随着人类的发展和科技的进步,我们的“探索”之路还将会走得更远。Discovery探索频道也将在普及科学知识、揭示自然奥秘方面,带给我们更多更有价值的东西。■