



創意淪陷 電視圈抄襲成慣

2007-12-02 文 / 謝佳慧



「我手中只剩一張照片，這張照片代表可以繼續參加『超級名模生死鬥』的人，我只會叫一個名字，沒叫到的那位必須馬上收拾行李回家。」這是美國名模泰拉·班克斯（Tyra Banks）在實境節目「超級名模生死鬥」（America's Next Top Model）中對每集最後兩名選手說的話。



▲台灣版及美國版Top model選拔比賽

遙控器一轉，跳到中天的新節目「康熙來了—Top Model

頂尖名模」，主持人蔡康永對台上參賽者說：「現在有兩位選手將遭到評審的點評，其中只有一位，會留在我們的舞台上。」

這兩個不同國家所做出來的名模選秀節目，竟在內容規劃、淘汰方式與主持風格上如出一轍，唯一不同的大概只有播出年份與節目質感，超級名模生死鬥從2003年播出至今，第十季正在拍攝當中；而康熙來了—Top Model頂尖名模則是今年十月底中天電視台推出的新節目，甫一播出，即遭多數網友強烈抨擊，質疑其原創性與專業度。

連近來最受歡迎的歌唱競賽節目「超級星光大道」，也被質疑抄襲美國大眾歌手選秀節目「美國偶像」（American Idol），包括每週指定曲風的淘汰賽及觀眾參與票選等。台灣電視台大量引進歐美節目的模式，其模仿幾乎到了照搬照抄的程度。



▲圖為《校園瘋神榜》節目截圖。

襲，台灣的綜藝節目早已喪失創新的原動力，

追究此一現象，我們不難理解，只要「創新成本」高於「抄襲成本」加上「風險」，抄襲行為就會持續不斷地發生，畢竟在資本主義的社會下，誰會在乎金鐘獎？商業利益永遠擺第一。

有製作人對抄襲一詞即表示，現在的電視圈競爭激烈，難有充足的時間、精力與資金去製作一個具原創性的節目，加上歐美電視娛樂的發展已臻至成熟，只要直接套用其節目模式，就能有一定的收視保證。

這段話或許道出許多節目製作人的心聲，我們知道台灣電視媒體早已進入多頻道競爭的戰國時代，但也由於開放過多無線電視頻道的經營，讓創意來不及因應市場需求，抄襲的風潮自然應運而生。

畏懼支出 節目水準直直落

然而，要是不動腦子就可以賺進大把鈔票，那歐美或日本的節目製作人何不也如法炮製？暫且先撇開這些先進國家對於侵權、模仿、抄襲等行為看得和綁架罪幾乎同等嚴重，因此在製作節目時格外小心，深怕剽竊他人創意的法律層面外，

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

就經濟層面而言，他們的「創新成本」是較低的。

以台灣電視台的節目製作費為例，主持人每集的主持費往往佔了製作費的一半，扣掉其他零零總總的支出，電視台其實沒有多餘的資金去培養、累積創意的人才。然而，製作節目就像蓋房子，如果一開始的地基沒有建好，儘管房子再華麗，仍有坍塌的危險，如果我們對節目創新人才沒有做扎根的培训，只要環境一變，例如對節目需求量的大增，又沒有源源不絕的創意做為後盾，則容易畏怯於新節目的高創新成本，而走向抄襲一途。

某些節目製作人則對抄襲有一番自己的解讀，他們認為「同樣的東西在不同年代或不同地域都應該被賦予不同的意義。」

融合台灣文化 創意更出色

倘若我們在模仿日本節目的同時，能深思節目的靈魂，並善加運用，則抄襲會變成一種創新，這是因為多數日本綜藝節目都會與自身的歷史環境、民情風俗及娛樂工業做連結，如料理東西軍、嵐的D教室等，而台灣的節目在製作時，往往徒求內容的模仿，不去吸收其精髓，讓台灣的文化轉成娛樂的創意，這樣的模仿只是換湯不換藥，不具任何意義。

前陣子，有網友在youtube分享某日本綜藝節目的片段，影片將吳宗憲主持的「綜藝旗艦」（1998）與日本原始節目「めちゃめちやイケてるッ!」（1996）做對照，發現兩者不僅節目logo、片頭剪接與畫面構圖雷同外，連節目的遊戲單元和處罰方式也都極為相似，於是主持人剛村隆史等一行人浩浩湯湯來到台灣綜藝旗艦的錄影現場興師問罪，而節目製作人也坦承卻有抄襲一事。

思考定位、遏止抄襲 才有發展空間

電視節目的抄襲似乎不再只是精不精緻、像不像的問題，而是嚴重到可以危損一個國家的形象。面對這樣重要的議題，電視台應該重新思考台灣綜藝節目的定位，以文化投資的心態製作所有節目，並培養節目創新的人才，降低創新成本；同時，台灣政府也應遏止這股抄襲的風潮，並學習南韓政府協助其韓劇產業的發展，利用電視娛樂產業再造無可限量的經濟價值。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP

