青年报
2013年3月15日 星期五
责任编辑 曹莹 美术编辑 王丹华
联系我们 qnbwy2009@163.com

火眼金睛 西游降假

收视率原来是个汤圆，可以任人捏搓

紧箍咒

你送米送油
我收买业内
万恶收视率
玩弄股掌间

昨天一个名叫电视广告民工的微博用户在微博上贴出了3月3日到3月9日和2月24日到3月2日的央视卫视综艺节目收视率排行榜，令人觉得诡异的是相隔半个月的两份收视率报告，前20名的收视率竟然惊人的一致，甚至精确到小数点后两位数！博主直言“：这是我见到的最拙劣的数据造假案例，没有之一”。

而这，仅仅是收视率造假的冰山一角。

去年，有消息称，某沿海影视频道广告部主任因为收视率造假被公安机关刑事拘留，内容涉及多个频道。4月份，央视索福瑞总经理王兰柱离职。有消息爆出，王兰柱及其家人曾遭遇人身安全威胁，所以被迫辞职，而被威胁与收视率造假有关。

中视丰德董事长王建锋透露，有电视研究机构以合作推广名义来游说，称可以以推广费换取收视率，信誓旦旦表示只要交钱就可轻而易举帮助拿到至少全国前10数据。通过王建锋提供的数十页的合同以及材料表明，该公司为证明自己能够提高收视率，在指定日期和指定地区，使某台热播剧场的收视率从0.11直接飙升至1.14。

其实，人民日报已多次撰文剑指收视率造假问题。报道中介绍，某电视台定期为一些用户送大米、食用油等生活用品来收买观众，内容直指江苏卫视。而在去年，沉积已久的事件才终于集体爆发。

如何才能从根本上尽可能杜绝此类事件的发生呢？目前国内的收视率调查行业并不成熟，央视索福瑞独坐龙头，似乎太过“霸道”。有专家指出，可以借鉴国外经验，成立第三方有效机构对收视率调查公司进行监管，并能出台一系列政策和规范条例，对该行业进行有效的调整和监督。

此外，中国传媒大学刘燕南教授也在采访中指出，还应该提高造假成本。“一旦发现，一票否决。除了造假者必须受到法律惩处外，电视台相关领导必须辞职。”

上海大学影视学院教授聂伟接受本报记者采访时也表示：“通过技术进步也可能一定程度上抑制造假行为。要加快电视技术升级，让越来越多具有互动功能的增强型数字机顶盒进入家庭，追踪记录每个用户在某个频道停留的时间。”他认为，把这些“即时在线”得到的海量数据汇总后计算出收视率，将更为直观而真实。

当然最重要的是电视圈要有自制之力，能够还观众真实的现实，从而挽回“业内良心”！

明星被山寨，盗名又盗歌

紧箍咒

名字差一字
唱歌放原音
击垮造假链
请照防伪镜

自索朗扎西将《姑娘我爱你》唱红之后，便一直遭到一个原名黄索南（后改名索南扎西）人的四处冒名盗唱，给原唱名誉带来极大的损失。

虽然索南扎西因侵权他人歌曲的词曲署名权而遭到败诉，可是时至今日依然在娱乐圈享受歌手待遇，并演唱《姑娘我爱你》。只因索朗扎西不够红，不够受人关注，所以这对于势单力薄的他来说，无疑是沉重的打击，也让他深感痛心和无奈。

正值3·15“国际消费者权益日”到来之际，笔者希望在这个特殊的日子里，引起大众对于原创人的合法权益，因为在娱乐圈这样的山寨事例实在太多。

像山寨“杨钰莹”、“谢霆锋”、“韩红”、“腾格尔”、“周华健”等等，各种打着明星旗号的“假货”肆意泛滥，不但抄袭模仿，更冒名参加公开活动和代言，给正牌明星带来极大的困扰和伤害，连倪萍近日也摇旗呐喊“反山寨宣言”。

其实，山寨歌手的出现，受害的不仅仅是明星本人，包括众多无辜的平民，甚至还有那些贪便宜讨巧的企业。

《红楼梦》上讲“假作真时真亦假”，在山寨歌手的“假货”之路越走越顺时，真的明星受困那是必然的事情“但‘假货’一旦成群、成气候，必将会影响人们的价值观取向：为了求利而舍真，对假趋之若鹜。这样的‘以假为真’的社会，还有何和谐可言，还有何法制可言，而企业还有何利益可说呢？

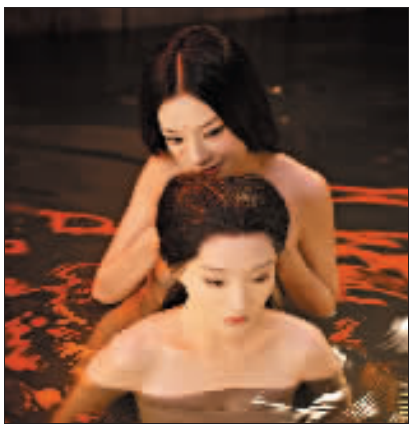
只希望相关部门，加大监管执法的力度，将这种恶性行径扼杀在摇篮里，让其没有可滋长的空间，也给社会创造树立纯净的风气。

》编者按

又是一年3·15打假日。在这个鱼龙混杂的娱乐圈，过去的一年，有顽痼陈疾如收视率作假、出书作假愈演愈烈，也有“后起之秀”如伪3D电影这一年来大行其道，伤透观众的心。

我们需要自己有一双火眼金睛，我们更需要业界的良心，与监管者的责任感。今天，就让我们盘点一下文娱圈四大怪相，帮助读者提高警惕，也呼吁这种邪魔早日被降服。上演一出《西游降“假”篇》。

本版撰文 记者 林艳雯 闵慧 郦亮 杨欣薇



《画皮2》这样的伪3D，取得高票房也是杀鸡取卵。

詹姆斯·帕特森高产原来是有人代笔。

索南扎西堂而皇之地山寨索郎扎西，就是拿他无可奈何。

我读的书究竟是谁写的？

紧箍咒

书是李鬼写
黑锅李逵背
歪风要刹住
别把文坛水

人们读的书到底谁写的？这原本是一个根本多余的问题，所读的书当然是书上注明的作者写的。可是现在有相当一部分书，根本就不是封面上的那个作者写的！

这里面有几种情况：其一，有人冒用某一位知名作家的名字出了一本书，作家本人并不知情。其二，作家知道自己在一本书上只是“挂名”，但因为收了好处费，便默许之。其三，作家参与了图书作者造假的整个过程，他目标就是造假。

几个月前，文坛打假打到了国外。被《福布斯》评委世界作家首富的詹姆斯·帕特森出版的小说《伦敦罪》被曝并非出自他本人之手。事实上，人们一直对帕特森的“高产”保持警惕，2011年他出了14本书，2012年是13本书，至今他已出了90多本书。

这个65岁的老人何来如此充沛的精力？有人揭露，《伦敦罪》其实是一个叫马克·沙利文的人写的，帕特森将这个名字小小地列在封面的底部。帕特森后来承认，他如今的大部分作品都是由合作者在他提供情节规划之后完成初稿，再由他修改或润色而成。

无论如何，帕特森都还算“上路”的，毕竟他将合作者的名字列出。但在国内很多作家的创作“流水线”上，最后印在封面上的就只有作家一个人。这种情况多见于一些图书销售火爆的青春写手身上。

有的写手还在这条“流水线”上做一些事：有的写手干脆不做事。可是最后，封面上都只有这位写手一个人的名字。

有写手还对此觉得理所当然，谁叫自己那么有名，拥有如此多只认偶像不认内容的拥趸，说到底，卖的就是一个名。但他们并不知道，只卖名而不干活，名字也是会臭掉的，早晚都会变得一钱不值，被人唾弃。

伪3D杀鸡取卵，透支观众信心

紧箍咒

伪3D太霸道
为钱想损招
急功又近利
伤人不用刀

搭顺风车的“寄生营销”，借东风的“伪3D”，随着中国电影市场的飞速发展，国产影片也是乱象丛生。这个3·15，让我们用火眼金睛来鉴别这些“山寨货”。

月初《人在囧途》的续集之争直接导致国产电影票房冠军《泰囧》的出品方光线集团被告上法庭，撇开《人在囧途》出品方华旗影视与徐峥之间因剧本产生过的不愉快，《泰囧》在宣传之初的确搭了《人在囧途》的便车，帮助影片在观众之中迅速找到认同感。当然，在《泰囧》大卖之后，《x囧》又将成为众多片商“搭车”的目标。

在电影圈，比“二囧”之争更为残暴的搭顺风车行为也大有人在，被圈内称为“寄生营销”。

就在去年，一部名为《笔仙惊魂》的影片就在韩国导演安兵基提前6月便开始宣传的作品《笔仙》前一个月堂而皇之地上映了。“愉快地‘蹭’”了《笔仙》打下的知名度，不少观众入场后才发现，自己看了另一部电影。更关键的是，《笔仙惊魂》正式开拍也是在《笔仙》开始宣传之后，是典型的“后来先到”寄生营销”。

只要电影好看，搭个顺风车博宣传也就算了，当下令观众更难鉴别的是遍地开花的3D电影。

去年，由2D转制为3D的《泰坦尼克号》在内地拿到10亿元票房，给急功近利的中国电影人做了一个坏榜样，他们很快发现一条赚钱捷径——只要把2D电影转成3D就能赚更多钱。于是，无论是神话、武侠、翻拍还是改编上映时都会特别注明“3D版”，如此一来，观众就要比普通电影多掏20至30元钱。《画皮2》的票房成功就建立在这样的基础上。

去年贺岁档的《太极》、《血滴子》等，乃至仍在热映的《西游降魔篇》都因拙劣的3D效果遭到观众诟病。“戴3D眼镜就是为了看字幕不重影”更成为观众对“伪3D”电影最精辟的评价。

3D作为电影的一种拍摄制作技术，是伪了配合故事情节，为更好地讲故事而采用的拍摄方式，如今被滥用，被用滥，无异于杀鸡取卵，令观众失去对3D电影的信心。