



# 培育 “最强大脑” 步不可少

## 江苏卫视负责人接受现代快报记者独家专访,揭秘《最强大脑》出炉幕后

### 重头戏



首期《最强大脑》的选手都不是普通人

1月3日,江苏卫视打造的国内首档科学真人秀节目《最强大脑》,在歌舞类、亲子类节目扎堆的情况下毫无悬念地脱颖而出,成为当下观众最关注的电视节目。

观众在惊艳的同时,也不免好奇,《最强大脑》是如何成型的?这个由《非诚勿扰》团队打造的节目出炉有风险吗?昨天,现代快报记者独家采访了江苏省广电总台副总台长、江苏卫视总监景志刚以及江苏卫视副总监王培杰,他们揭秘了许多《最强大脑》幕后鲜为人知的故事。

### 风险是这么看待的: 挑战难免,但一定要创新

“电视就是一门手艺,像饭店一样,永远要有新的东西,这样才能留住食客。所以频道要发展,要保持行业的地位,就必须要有创新。”

——景志刚

唱歌类节目火了,于是立马荧屏上都是各种“好声音”;跳舞类节目火了,于是荧屏上到处翩翩起舞……节目类型的同质化,已经成为近年来各大卫视综艺节目中的一个显著问题,但江苏卫视总是会给观众带来惊艳的感觉。从《非诚勿扰》《一站到底》到《星跳水立方》《最强大脑》等,江苏卫视的综艺节目总是以一种引领者的姿态出现。

做一档新节目的风险是相当巨大的,在各种未知因素充斥的当

下,为何江苏卫视会冒这么大的风险?说到此话题,江苏省广电总台副总台长、江苏卫视总监景志刚有自己的理解。

“创新确实存在许多风险,但在我看来,电视节目最大的风险不是做新的东西,而是做别人做过的东西。像《最强大脑》等节目能出得来,创新最重要。当然,创新也会遇到许多挑战,但是我们这个团队有战胜风险的能力。在这个过程中,接受挑战、化解风险,是我们这个

团队具备的素质。”景志刚表示,江苏卫视就是要做行业内的引领者,而不是简单的模仿者。

提到当下各大卫视激烈的竞争,景志刚称,正因为此,创新才是卫视不断成长壮大所必须的。“现在不光各大卫视,央视也加入了这一竞争。从同行的角度来看,这样的竞争更像是一个比赛,必然会催生更多新节目的诞生。这是所有竞争者寻求差异化竞争的必然结果。”

### 延伸阅读

#### 江苏卫视有“野心” 要把节目做成中国文化名片

不论是《中国好声音》还是《爸爸去哪儿》,中国当红的季播节目,好像都离不开引进外来模式。然而记者发现,在各大卫视热衷引进国外模式的时候,江苏卫视已悄然把自己的节目推广到了国外。像《非诚勿扰》《全能星战》等都受到国外版权公司的欢迎。而且《最强大脑》也要在节目中展开中欧“最强大脑”的对决,其国际化的“野心”可见一斑。

“我们必须用国际的眼光去做当下的事,必须和全球最优秀的团队合作,才能成为国际性的团队。”景志刚表示,中国电视作为中国文化的一部分,要真正强大,就要真正影响这个世界。《非诚勿扰》实际就是中国向世界提供的中国文化名片。我们不能躲在一隅,这样永远做不到真正的强大。”

对于这种国际化的野心和目标,景志刚直言不讳,而这些年来,江苏卫视确实为实现这个目标做着努力。“江苏卫视慢慢将重心转移到自己的原创模式中,去年就有两三个原创节目拿到全球发行的。”王培杰告诉记者,这些年,江苏卫视的原创节目一直是以国际标准来要求的,做的文案都是中英文的。“我们每个原创节目都制作了一本‘宝典’,里面所有能想到的有关节目的道具、设计、情节都涵盖其中。这已经与国际制作模式接轨了。以往我们的节目在国际竞争中可能还是点状突破,在以后,肯定会朝更全面的方向发展。”

### 节目是这么研发的: 核心人物每天看 三四个国外节目找启发

“国外的电视节目比国内还是超前的,我平均下来每天都会看三四个国外的节目,从中去寻找启发。”

——王培杰



嘉宾周杰伦

“这个节目太牛了,怎么想到做这个节目的啊?”《最强大脑》播出后,许多观众非常好奇。作为节目研发的核心人物,江苏卫视副总监王培杰披露了许多幕后故事。

“现在国内综艺节目主要有三种模式,自主研发,联合制作,还有就是引进模式。我们从2007年开始,就已经对这三种模式进行关注和投入了。”这听起来挺容易,但是实际运作却非常困难,因为不论哪种形式,都需要对国内外综艺节目有清楚的了解。

记者了解到,除了日常工作,王培杰几乎每天都是泡在国外节目中的。“平均下来每天都会看三四个国外的节目。国内可能没有人比我看过的节目多了。国外有个朋友,几乎每天看20个节目,我们也会保持沟通和交流。”王培杰表示,国外的综艺节目很多,但是并



“最帅教授”魏坤琳

非都适合在中国落地成为季播节目,所以他会很仔细地寻找可以借鉴的节目创意,找寻更多的启发灵感。“现在已经形成一种习惯,不论

是看报纸杂志或者接受其他任何信息,都会第一时间想想能不能转化成电视节目运作。”

王培杰表示,正是有了这样的积累,所以2013年初,他就发现了德国制作的《最强大脑》。“他们只是做了一期节目,但2013年4月,我们却敲定要把它研发成一档季播节目。”之所以这么看好《最强大脑》,王培杰表示,这是多方面衡量的结果,因为新节目有风险,而且投入非常巨大,所以必须要判断准确。而他的标准就是看节目是否有话题性,是否对观众的生活有积极的意义,是否具有观赏性以及是否能引领潮流。如果符合这样的初选标准,才会录制样片去看效果。“每年进入录制样片环节后被毙掉的节目也会有四五档,但就是通过这样残酷的筛选,才能把最精彩的节目呈现给观众。”

### 困难是这么解决的: 数十人的专家团队 反复修改和研讨

“如果它(《最强大脑》)放到2013年第四季度的话,那么肯定和另一档真人秀节目《爸爸去哪儿》引领最新的风潮。”

——景志刚



第二期节目找来101只斑点狗

不论是首期节目中“超级找差王”郑才干的“像素眼”,还是盲穿激光线的“X-女特工”赵越,他们展现出来的超能力都让人惊叹。观众看得爽,但对节目制作团队来说,却是个考验。

“难度非常大,首先就是节目中的选手和道具。”王培杰告诉记者,从2013年4月敲定节目以来,整个制作团队花了四五个月在全国范围内寻找选手。“我们通过多个渠道去寻找,而且还带着科学家一起去,敲定符合我们要求的人。最后,我们找了近百位具有‘超级大脑’的人选,并且最终敲定了三四十位参与节目录制。这样的效率和人数,让许多专门研究脑力的高校人员都非常惊讶,他们说,我们只花了四五个月找到的人,比他们

花费15年找到的研究对象还要多。”

除了选手,道具也是《最强大脑》节目中的亮点,“像第二期节目中将出现的101只斑点狗,就是跑了全国许多个城市才搜集到的。而且道具类型的丰富,是我们以往任何节目都没有出现的。这些道具的制作过程也相当费时费力。”

如果说选手、道具、嘉宾等方面的确定,考验的是节目制作团队的体力,那么节目中各个挑战项目的设计,考验的则是团队的“最强大脑”。“我们幕后有数十人的专家团队,甚至还把德国节目的制作人也请到了现场与我们一起研究挑战项目。每一个挑战项目都是想出来以后立马去实验,去修正。最终观众看到的挑战项目,每一个都

是反复修改、反复研讨最终敲定下来的。”王培杰表示,虽然他们对每个选手的超能力都非常了解,但是设计出来的这些项目,选手能否完成,节目组也没底。“我们也和观众一样,是带着悬念看节目的。”

《最强大脑》制作前期遇到许多困难,到了播出时,也是一波三折。景志刚透露:“其实节目开始是要在去年第四季度播的,但因为另一档节目《全能星战》延后播出,这个节目就放到了2014年1月。如果它放到2013年第四季度的话,那么肯定和另一档真人秀节目《爸爸去哪儿》引领最新的风潮,让2013年成为中国电视季播节目的元年。而现在,这个全新纪元只能标注成2013-2014了。”