

全国广播电视优秀学术刊物 全国广播影视十佳学术期刊 湖南省社会科学优秀期刊



2016/1-2  
NO. 316

# 潇湘声屏



融合创新 全屏加速 努力打造  
具有时代记忆的生态型媒体

新媒体环境下  
电视新闻策划探讨

用艺术的形式  
解读与传承经典



“加速中更青春”，已连续十年蝉联收视冠军的湖南卫视2015-2016跨年演唱会再度称霸，以CSM全国网收视率3.59、份额14.27%的成绩创下近三年收视新高。



# 潇湘声屏

## 编辑委员会

名誉顾问

张文雄

编委会主任

吕焕斌

编委会常务副主任

张华立 胡卫箭

编委会副主任

罗毅 罗伟雄  
聂玫 王维  
穆勇 黄伟  
刘一平 陈大军

编委会委员（按姓氏笔划排列）

丁高潮 王鹏 王镜宇 邓华如

李玉成 刘毅 全开家 朱德强

朱皓峰 陈湘 陈杨 杨为民

杨德成 杨壮 周俊 周雄

罗岚 罗迎春 凌引迪 凌红江

盛伯骥 彭国元 谭珂 潘礼平

主 编 曾 致

副 主 编 肖 清

美术编辑 赖 芬

主管单位  
主办单位

湖南广播电视台  
湖南广播电视台

编辑：《潇湘声屏》编辑部  
出版：《潇湘声屏》杂志社  
地址：长沙金鹰影视文化城

邮编：410003  
电话：(0731)84801058/84801027/84801126  
邮箱：539871728@qq.com

湖南省刊型内部资料准印证：0167  
内部资料 免费交流  
承印：长沙理工大印刷厂



# 潇湘声屏

2016/01-02 NO.316 XIAOXIANGSHENGPING

## 目录

### 新视野

向着太阳奔去 /本刊评论员 004

### 本刊特载

融合创新 全屏加速 努力打造具有时代记忆的生态型媒体 /吕焕斌 005

湖南广播电视台关于授予2015年度最佳节目奖及特别编排奖的决定 011

湖南广播电视台2015年度先进团体和先进个人名单 013

### 改革与发展

坚持正确方向 创新方法手段 提高新闻舆论传播力引导力 /汤集安 任帅 015

党媒要有绝对忠诚、绝招绝活 /杨壮 020

### 业务探讨

湖南卫视跨年演唱会连续11年收视第一再创新高 /易水清 021

2016青春在路上 /何帅 唐建军 023

新媒体环境下电视新闻策划探讨 /肖雄 025

“精准扶贫”的新探索 /钟镇藩 027

### 学术研究

新媒体时代的危机传播特征研究 /来向武 029

## 新媒体

- 《全员加速中》电视收视与网络点播之间的关联思考 /周四根 032
- 自媒体的品牌传播：以《逻辑思维》为例 /王燕 035

## 播音与主持

- 昔日播音钩沉 /袁有芳 038
- 论电视新闻播音主持语言的庄重性 /李凌 039

## 屏前幕后

- 传播群众文化 舞动百姓梦想 /邓丽萍 041
- 爱，如影随形 /梁艺 043

## 采编纵横

- 孝心故事，满满都是感动 /劲风 045
- 等，下一季花开 /谭检 046

## 好记者讲好故事

- 谢谢你让我来到你身边 /董婧 047
- 情怀也是力量 /江明亮 048

## 电影圈

- 关于电影《一家老小向前冲》的ABCD /文 菁蔚 图 宋谷 050
- 《老炮儿》折射社会转型之惑 /文佳 052

## 艺术长廊

- 一支激发正能量的优秀文艺团队 /甘正德 053
- 戏曲春晚 百花争春 /曾致 银铮铮 054
- 古城余韵柳怀堂 /笔耕潇湘 056

## 书海拾贝

- 用艺术的形式解读与传承经典 /唐浩明 058

## 视听监评

- 2015年湖南广电媒体舆情监管情况综述 060

## 声屏博览

- 2015年湖南卫视全年创收101.8亿元等八篇 064

## 向着太阳奔去

/本刊评论员

一眨眼，年关又过了。

这边是满满的收获，那边是殷殷的期盼。

记得去年三月的那个会吗？湖南广播电视台台掌舵的人都去了，腊梅花还在开。吕焕斌台长在会上郑重地提出了建设新型主流媒体的构想。

一石激起千沉浪，热情十分高涨。大家都在思考，都在比劲，都在谋划。

一股涌动的春流，迅速遍及全台的角角落落。

面对惨烈的竞争，高层沉稳应对，制作团队倾力打造，每一个人奋勇争先，形成了要干就干第一，要干就干得最好的气势。

为了占领来年制高点，高层决定实施芒果TV独播战略。一年来，芒果TV市场份额迅速扩张，在业内独树一帜，奠定了向上的厚实根基。

湖南卫视，就像高飞的鹰，在苍茫的天穹骄傲的飞翔。

《快乐大本营》历经十八年，那风采，那影响，绝对是骨灰级的品牌，去年又创下了收视新高。

《我是歌手》、《爸爸去哪儿》虽然是引进的模式，一旦经过我们的手，就连原版单位也不得不佩服湖南卫视的鬼斧神工，收视率一而再、再而三地拔得头筹。

别人羡慕也好，嫉妒也好，模仿也好，湖南卫视目不旁侧地迎着

朝阳，向前、向前。

《真正男子汉》里的正能量，烘托起了又一个收视狂潮，多少铁粉拜倒在军营男子汉脚下，唤起了多少青春的畅想。

新上档的《全员加速中》，一亮相，就非同凡响。

娱乐节目做出了现象级品牌，新闻呢？连续几年，台新闻中心在推出影响深远的系列报道《县委大院》以后，又连续推出了系列报道《绝对忠诚》和《湖南好人》。《绝对忠诚》播出后，引起的反响是空前的。《人民日报》还连发四篇评论文章，高度肯定这一报道。同时，这一报道获得了中国新闻奖一等奖。

长时间的收视长虹，不是吹出来的，是一点血，一滴汗拼出来的。地面广播电视节目也是风生水起，《电视问政》、《海峡横渡》、《爱心送考》、《都市1时间》、《疯狂的麦咭》也是享誉三湘。

金鹰剧场也好、钻石剧场也好，那些经过挑选的电视剧稳稳占据了观众的心。

收获的火车可以拉走果实，却拉不走湖南广电的那股不要命的拼劲，那种不到长城非好汉的气概。

过去的已经过去，来年是否仍旧光彩，是否再创辉煌。

湖南广电人是永远不会服输的。

湖南广电瞄准的目标是更广阔的空间，更诱人的思考。

发展需要正确的导向作保证。

导向是什么？是责任，是义务，是担当，是不容怀疑的最高终极点。

守住导向这个底线，千方百计让精彩展现给广大受众是湖南广电人的最幸福的追求。

要达到这个目标，我们不能放松一丝一毫的创意，不能满足过去的一点一滴的收获。

这个世界充满了神奇。自古以来，人们都在不断探索，不断追求。只有找到了圣火的人，才能体会光明的可贵。

世界上没有一成不变的东西。

不变是相对的，变是绝对的。

我们已经有了许多成功的节目形态，我们完全有理由相信，在未来的岁月里，还会产生更新、更打动人、更受市场认可的节目形态。

这就需要智慧、需要知识、需要胆识、需要实践。

你在变，别人也会变，要变得合乎规律，合乎情理，合乎人心。

未来是高水平的盛宴，是不断攀登新高峰后的狂欢，是比诗篇更具意境更加美好的图景。

太阳就在前头，鼓起勇气，展开翅膀，满怀希望地向着太阳飞去，明天将会变成又一只更亮更美的金凤凰。



## 融合创新 全屏加速 努力打造具有时代记忆的生态型媒体

/吕焕斌

2015年传媒江湖风云激荡，传统媒体竞争白热化，各大卫视全面发力，加速追赶；新媒体逐鹿内容战场，视频行业加大自制，分流受众。湖南广电顶住压力，进击传统媒体和新媒体两大战场，用实力成就大写的“赞”！2015年，湖南广播电视台以品牌价值266.76亿元跃升10位，排名“中国500最具价值品牌”排行榜第90位，列传媒榜单第4。在2015“亚洲品牌500强”排行榜中，排名第124位，超越KBS、MBC、SBS、日本富士台等强势媒体，位列亚洲电视品牌

第4，成为首个进入亚洲前十的省级广电集团。盘点过去的一年，可以用“二、六、十”三个数字概括，即：构建两大平台，取得十大成绩，打造六大生态。这些数字背后，浸润着湖南广电人一年的汗水与泪水。

### 一、两大平台

年初出台的《湖南广播电视台建设新型主流媒体若干意见》明确了“一云多屏、两翼齐飞”的发展战略，也就是所有媒体及内容公司组成巨大的内容云团队，多屏分发，重点

围绕湖南卫视、芒果TV两个面向全域的主平台，形成“双平台”带动、全媒体发展的新格局。今年，两大平台取得长足进步，成为全台发展的引擎。

湖南卫视：作为我台品牌平台和强大引擎，2015年取得历史以来最好成绩。收视排名全国第一。创收首次过百亿，创历史新高。全国省市覆盖入网率首次达到100%，成为唯一突破11亿人口数的省级卫视。节目生产量居中国所有上星频道之首。无论是经营创收能力、内容创新能力还是话

题制造能力、舆论引导能力都是当前中国媒体先锋，平台价值非凡。

芒果TV：从独播向独特转型，运用资本，在平台建设、内容制播、产品体验、技术升级、经营业绩、生态闭环上取得跨越式发展。芒果TV独播一年多来，用户量增长100倍、广告溢价增长13倍、资本对价增长10倍以上，其发展速度和发展态势比肩一线商业网站，并进入视频行业第一阵营。芒果TV正快速成为我台发展的又一新引擎。

## 二、十大成绩

### 1、改革

“建设新型主流媒体学习研讨班”，在全台形成了改革、创新，建设新型主流媒体的共同语境。根据省委、省政府《深化省管国有文化资产管理体制改革方案》要求，在数易其稿后，《湖南广播电视台与湖南广播影视集团有限公司“一体化运行”机构方案》获省文改办批复同意，2015年7月2日，湖南广播影视集团有限公司正式揭牌启航，这也预示着湖南广电的发展进入新篇章。

### 2、上市

在经历3年上市准备后，快乐购终于在成立的第10个年头成功上市。2015年1月21日，快乐购在深交所敲钟，成为国内首家上市的家庭电视购物企业。目前，快乐购市值超过120亿。

### 3、上星

金鹰纪实八年坚守，终于璀璨升空。2015年6月23日，金鹰纪实上星获总局批复同意，今年正式上星播出，成为我台收获的第三个上星频道。湖南广播电视台也和北京、上海一样，同时拥有了综合、卡通、纪实三个卫星频道。

### 4、100亿

2015年，湖南卫视实现广告创收101.77亿元，同比增长36%，成为首个单频道广告收入过百亿的省级卫视，创历史新高，也成为广告营销界的标志性事件。

### 5、270天第一

2015年，湖南卫视以全国网收视份额5.38%，270个全国全天第一的成绩，排名全国第1位。

### 6、中国新闻奖

经过多年磨砺，我台主流宣传精品终成气候。2015年，我台一举拿下四座中国新闻奖，其中《绝对忠诚》获得中国新闻奖一等奖，将我台新闻创新的旗帜插在了主流宣传的主阵地上。

### 7、原创

如果没有原创，我们只是工匠；如果没有原创，马栏山只是一个洼地。在引进模式霸屏荧幕时，湖南卫视发力原创，《一年级·大学季》打破素人类节目纯记录传统思维，引领观众收看取向，成为行业结构型真人秀新标杆。节目播出十二期全部获得同时段第一，赢得《人民日报》《光明日报》《南方人物周刊》等主流媒

体的赞赏。广播及其它电视媒体、芒果TV也推出一系列原创自制节目。

### 8、五强

2015年，芒果TV给业界展示了一个令人惊叹的成果，上线330天，APP下载量突破1亿次，比微信还少用了103天。现在，芒果TV拥有日均活跃用户超过3500万，较独播前增长了100倍；移动端以每月10%的速度增长，累计下载量突破了2亿次；互联网电视终端激活用户超过2000万。每10个网民中就有3个人在使用芒果TV，芒果TV网更是跻身业界前五（仅次于腾讯、优土、爱奇艺、乐视），芒果OTT占领30%的市场份额。

### 9、开工

经过1年多筹备，8月5日，节目生产基地奠基开工。这个承载着广电人梦想的生产基地，已被列为省、市重点工程，被确定为长沙市“云谷”文化创意产业园区龙头项目，将在2018年建成投入使用，成为全球最大的电视演播厅集群。作为生产基地配套设施的金鹰大厦前广场升级改造项目也在9月1日开工，建成后将成为一个集城市花园、停车于一体的多功能下沉式广场，预计2016年底竣工。

### 10、扶贫

为响应中央及省委省政府精准扶贫号召，2015年4月开始，我台对江华瑶族自治县湘江乡桐冲口村进行对口扶贫。台领导先后多次前往扶贫点调研，开展“一进二访”，并制订出以发展旅游为主、产业发展为辅的脱

贫路线，三年内将向桐冲口村投入扶贫资金1300多万元。同时，全台员工向桐冲口村捐款130多万元。帮助桐冲口村建立“互联网+农业”的“芒果瑶”电商门户，已销售农产品近5千斤。

### 三、六大生态

如果说十亿级竞争在产品，百亿级竞争在平台，那千亿级竞争就在生态。2015年，早已跨过百亿大关，朝千亿芒果梦迈进的湖南广电以IP为核心，以资本为纽带，以人才团队、品牌平台为基石，加大改革创新，着力构建生态型媒体，打造了六个生态系统：

#### 一是以人才为核心的智造生态

创意产业的核心是人才，当一批优秀的记者、编辑、导演、摄像、主持、艺员、包装、制片……聚集在马栏山时，我们就拥有了无与伦比的生产力。2015年，全台一大批优秀人才有了展现才华、实现梦想的舞台：一批业务骨干走上制片人岗位独当一面；一批专业人才被引入马栏山施展才华；一批大学生进入芒果大家庭绽放光芒。目前，仅卫视频道就拥有30个节目团队，加上9家电视媒体、3个付费电视频道、8个广播频率以及制作公司、影视公司等制作力量，组成了强大的内容生产旗舰。以此为依托，我台对内，加大原创力度，制作精品大片，试水内部制播分离，实现优质内容在不同平台间的有序流动；

对外，加强社会化合作，输出内容资源。一大批烙上芒果logo的内容产品相继产生：

#### 1、主流宣传更有力度，精品大片不断涌现

各媒体大胆创新主题宣传，充分调动全媒体资源，运用直播手段，使主题报道更有现场感、更具故事性、更好看。纪念抗战胜利70周年宣传，运用广播剧、影视剧、纪录片、动画片、系列报道、网络专题、特别节目、宣传片等多种形式，形成广播、电视、网络全矩阵、大规模、立体式宣传强势，获中宣部肯定。卫视《午间新闻》复播，扩大了主流宣传阵地，与《湖南新闻联播》相呼应，形成了卫视新闻宣传双平台。《绝对忠诚》第四季、《湖南好人》《“智”造者》《湘江北去》等一批新闻大片，不但延续了一直以来的精良品质，且进一步拓宽题材领域，彰显了湖南广电的品牌实力和责任担当，其中，《绝对忠诚》《解读社会主义核心价值观·公正》《两岸健儿泳渡台湾海峡》《湘当韵味·年味》获中国新闻奖。中共中央政治局委员、国务院副总理刘延东批示表扬《新闻大求真》；《“菜刀”老师的公益青春》《艺考匆匆》《红娘老朱》等多部纪录片获诸多专业奖项；《我的纪录片》逐步形成青春纪录片品牌；《翻开这一页》《五子炮-渊子崖保卫战》等动画片收视口碑获突破；《帮女郎》串联起线下公益活动和线上电

视报道，收到实实在在的效果。2015年，全台共获得中宣部、总局表扬20次，省领导批示表扬23次。在央视上稿656条次，其中《新闻联播》62条。

#### 2、内容创新保持活力，原创能力不断提升

2015年，湖南卫视共生产日播、周播、季播节目22档，其中大型季播节目8档，大多都在户外、异域录制；摄影棚彩排录制直播数达881场次，生产总量继续居中国所有上星频道包括市场制作公司之冠，是中国生产能力最大的内容工厂。所有节目中，除《我是歌手》《爸爸去哪儿》《全员加速中》为模式引进节目外，《一年级·大学季》《偶像来了》《真正男子汉》《花儿与少年》《奇妙的朋友》均为原创或借鉴节目。目前，湖南卫视模式引进节目占播出节目比例低于全国省级卫视水平，且有原创节目创作能力开始超越模式引进节目之势。王牌常规栏目《快乐大本营》《天天向上》仍然具有不可复制的优势。《变形计》《恋家有方》《汉语桥》等不断进行微创新。《天猫双十一狂欢盛典》成为跨界融合的典范之作。在标志性的跨年竞争中，湖南卫视更是取得了有史以来最大的市场优势。此外，打造培育多年的周播剧开始显现成效，王牌剧场《金鹰独播剧场》+强IP剧场《钻石独播剧场》+自制剧剧场《青春进行时》串联起湖南卫视晚间节目带，培育观众

约会式收看习惯,《花千骨》《旋风少女》横扫暑期档,《伪装者》创造抗战剧收视奇迹。在2015年度全国网晚间收视份额排名前20的电视剧中,前19部均为湖南卫视播出的电视剧。

金鹰卡通推出《爱上幼儿园》《疯狂的麦咭》等四档季播节目,助推其全年收视份额上涨18%,排名全国网第9,跻身省级卫视前3。都市、经视全年推出的120余场次“大直播节目”,成为地面电视最为活跃的节日类型。传统品牌《越策越开心》“方言听写大会”、《怀胎九月第二季》《2015百姓春晚》收视表现及社会美誉度较好。广播细分市场,《新说法》《我爸我妈》《人文地理课》及975摩登音乐台全新改版,从听众角度出发创新节目。芒果TV自制中国首档全时在线智力问答节目《百万秒问答》累积观看4167万人次。快乐垂钓打造三大品牌赛事,成为垂钓迷的首选频道。

2015年,全台共推出25档创新节目,节目类型涉及亲子旅游、民间竞技、成长真人秀等多个领域。电视剧频道原创节目《乐作剧》获亚洲电视节创意奖。全台电视频道整体收视份额在湖南市场53.22%,同比涨幅5%;在长沙市场49%,同比涨幅11.4%。广播媒体也立足定位创新升级,在长沙市场整体份额75.4%,继续领跑长沙市场。

3、试水制播分离,智造系统更加开放

试水内部制播分离。2015年,除卫视外,芒果TV也开始向“马栏山”团队定制内容。《完美假期》第一季向经视定制,节目总VV突破8亿大关,微博相关话题阅读量突破12亿。2016年1月1日,《超级女声》正式在芒果TV复活,这个节目由天娱传媒担当制作。广播传媒中心与荔枝FM达成战略合作,26个IP节目在荔枝FM成功上线。

向外成功输出内容。各频道、公司市场化意识增强,积极向外输出:2015年,天娱传媒联手浙江卫视、腾讯视频出品《燃烧吧少年》;芒果娱乐制作《周一见》《闪亮的爸爸》分别在腾讯视频、深圳卫视播出;电视剧频道制作《加油吧宝贝》《我的环球婚礼》分别在山东卫视、北京卫视播出;快乐垂钓联合青海卫视制作、同步播出《好样的!海洋王》,均取得较好效果。

二是以资本为纽带的产业生态  
在“唯快不破”的互联网时代,只有快速完成产业整合,实现整体战略布局,才能建立起一定的规模优势。今年,我台加大资本运作力度,利用资本的杠杆作用,完善产业布局,弥补产业短板,延伸产业链条,布局产业生态。

1、引资改制。2015年6月,芒果TV完成A轮融资,实现投后估值超70亿,资本对价增长10倍以上。B轮融资也已启动,超过200家机构申报,投前估值超120亿。对芒果TV的发展

来说,股份多元化打开了资金渠道及来源,也有利于解决市场化人才机制问题。2015年,芒果TV聘请了第一位职业经理人,出任CTO。

2、战略投资。芒果传媒发挥战略投资的主体功能,在推进媒体融合、新媒体产业布局等方面,取得实质性突破。比如:完成对中国最大音频内容原创平台荔枝FM的投资,推动广播与互联网融合,构建继芒果TV之后的音频新媒体平台;以OTT为战略发展方向,直投国内领先的智能微投企业极米科技,进入到智能硬件领域;实现对环塔汽车越野拉力赛、移动互联网音乐社交平台“唱吧”的股权投资,旨在打造出体育、音乐、动漫等全新的业务单元;此外,以资本为纽带整合游戏团队,成立上海芒果互娱有限公司,作为我台旗下唯一的游戏主体,推动芒果游戏平台化和品牌价值最大化,目前公司已进入A轮融资阶段。

3、基金运作。芒果海通文化产业投资基金,通过资本杠杆撬动社会资本构建大芒果生态圈。基金以TMT和泛文化产业为重点,完成投资大道行知、精灵数字、顺荣三七、华尔街见闻等10多个项目,并在视音频、动漫、数字营销、手游、大数据、社交、安全等方面储备30多个项目。芒果基金首期5亿已投完,第二期规模25亿,募资已超额完成。

4、改革改制。在完成集团公司挂牌后,《湖南广播电视台与湖南广播

影视集团有限公司“一体化运行”机构方案》正式发布，系列配套改革工作陆续展开。启动对电广传媒、潇影集团和移动公司与我台关系的内部清理工作，为资产剥离做好基础性准备工作；潇影电影频道由我台划转到潇影集团；启动台属各媒体成立频道公司、“一体化运行”改革工作，推进全台“一体化运行”改革深入发展。

### 三是以IP为核心的版权生态

媒体行业的IP化生态正在形成，2015年，各大热门IP纷纷被热钱追逐抢购。我台作为以内容见长的IP创造者，利用自身优势，加大了IP受权、衍生品开发及版权买卖。如：从品牌节目、电视剧成功衍生开发《爸爸去哪儿》《武媚娘传奇》《花儿与少年》等热门手游；芒果TV围绕品牌节目开发周边节目，《我是歌手谁来踢馆》引发艺人和网友火热参与，获得较高关注。同时，一大批优秀栏目节目实现版权输出。台湾、香港、马来西亚、新加坡、美国、澳洲等国家、地区的多家电视台购买《快乐大本营》《我是歌手》《爸爸去哪儿》《一年级》《偶像来了》等节目，并保留我台台标播出，极大提升我台品牌影响，部分节目还创下台湾、香港地区引进外来节目的最高价格，实现了大陆优质综艺强势输出海外的文化贸易顺差。广播传媒中心成立芒果声音工厂，作品输出全国7家省级电台、36家市县级电台，节目交易收

入成倍增长，实现营收400万；IP广播剧《栀子花开》成功卖出网络发行权。

围绕IP的开发，全台的版权管理和受权体系建设也在稳步推进。重大项目的合同审核力度加大，从后期审核向前期介入审核发展，法务部门参与与到节目团队的合同谈判，在节目生产最初阶段就开展IP资源确权，全年新注册申请商标19个，122个类别。同时，加大了对库存节目的确权力度，2015年共录入8个栏目、244期节目的版权信息及9243条素材版权信息。通过个案处理，加强对我台版权的维护，全年共处理894个互联网侵权行为使用湖南卫视名称、商标、视频及节目名称的商品和店铺。

### 四是以创新为驱动的营销生态

2015年特别是下半年，受实体经济下行和新广告法颁布的双重制约，加之新媒体的巨大冲击，传统媒体广告市场整体低迷，全台经营部门创新营销模式，实现广告创收逆势增长。卫视频道将品牌优势转化为营销优势，营销部门深入一线，全程跟进，极大地提高了项目创新力和执行力，有效满足客户需求，成为软广吸金法宝。《金鹰独播剧场》《快乐大本营》《天天向上》《爸爸去哪儿》成为过10亿级项目。地面频道积极对接本土市场，打造T2O线上线下互动营销模式，成为串联起电视屏、手机屏、PC屏的全屏营销。金鹰卡通创新

推出联合冠名模式，吸纳多个千万级大客户，品牌广告数量大幅增长，全年实现广告创收3亿元，首次超过央视少儿频道。广播创新活动营销，有力提升平台影响力和市场竞争力，广告创收与北京、上海、深圳电台同居第一阵营。

2015年，全台实现广告创收112.65亿元，同比增长30.4%。其中，湖南卫视单频道广告收入过百亿，达到101.77亿元，同比增长35.7%。全台产业收入累计129.7亿元，较去年同期增长12.9%。其中，芒果TV广告创收超7亿，同比增长10倍，广告溢价率增长13倍，总体收入过10亿。

### 五是以科技为先导的管理生态

#### 1、先进技术推动生产优化。

2015年，继卫视、经视之后，金鹰卡通、金鹰纪实、快乐购、都市频道、娱乐频道、电视剧频道、国际频道、公共频道也实现高清制作播出全链路打通，节目播出质量大大提升。全台大力推进云计算在节目生产中的应用，积极寻求与亚马逊、华为、阿里的合作，探索新的技术合作及节目生产模式，以支持并适应“湖南卫视+芒果TV”双核心及融合媒体发展新要求，其中《一年级》《奇妙的朋友》《完美假期》等多通道采集+云制作编辑传输的创新应用成功案例已成为业界热点。媒资库实现与广播电台制播系统、各频道传统电视节目生

产系统、新媒体发布运营系统的互联互通，构建起了台内的融合媒体发展快捷内容输送渠道。同时，媒资库由过去的传统媒资系统延伸出智能媒资系统、音频媒资系统三套系统并行互通，实现了内容数据的快速流动，为节目生产一线提供了更精准、更便捷、更高效的内容服务。2015年，全台安全播出零事故，卫星中心连续6年零停播。

2、“互联网+管理”。台ERP企业资源管理系统技术基础平台建设有序推进，创新运用AWS云端开发等技术，建成HR模块、财务模块、产业管理模块、资产管理模块，将于2016年1月正式上线投入使用。同时，办公室、党群、物管中心等管理部门在2015年陆续推出微信公众号，以互联网思维服务一线。台办“芒果小叮当”微信公众号不仅成为“发布台内资讯、聚焦重大事件、关怀员工生活、挖掘一线故事”的重要通道，更成为全台权威外宣平台。人力资源部利用网申平台全年招募实习生1000多名，为内容创新输入新鲜血液。OA平台新版上线，界面更加干净、简介，并推出APP，方便移动办公。“一卡通”系统正式运行，为员工提供“一站式”刷卡服务。

六是以纪律为准绳的廉政生态

今年以来，全台党风廉政建设和作风建设进一步加强，“三严三实”学习贯穿全年，坚持把纪律、规矩

“挺在前面”，全台党员干部的思想认识得到进一步提升。全台以《湖南广播电视台党委关于改进工作作风、加强班子建设的规定》为基础，陆续出台了改进调查研究、改进学风会风文风、改进新闻报道、严格出国审批、细化公款接待陪同标准等一系列规定和措施。一年来，各项制度和措施得到严格执行，台“预算审核委员会”、“编制审核委员会”、“公务用车治理领导小组”运行有效、把关严格，执行规定来真的、碰硬的，“三公”经费得到严控。积极推动出台了《2015年湖南广播电视台党委成员加强领导干部廉洁自律和党风廉政建设责任制分工的意见》《湖南广播电视台委派纪委书记、监事会主席办法（试行）》《湖南广播电视台关于重要岗位廉政规定（生产经营类）》《湖南广播电视台关于建立重大项目、重要事项、重点工程联席会议制度的规定》等十余项规定，全台廉洁风气显现良好态势。

2015年，全台党员干部中的先进典型不断涌现：公共频道王一姗被评为“全国三八红旗手”，罗照明被评为“省道德模范”。卫视《我是歌手》栏目、台播控中心播出科、都市频道《都市晚间》栏目、台新闻中心《湖南新闻联播》栏目、经视频道《直播大事件》栏目被评为“湖南省青年文明号”，新闻中心肖永根、经视频道张澳明被评为“湖南省青年岗位能手”。

2015，我们体会着一览众山小的喜悦，喜悦背后，是新闻团队、节目团队、技术团队、营销团队、产业团队夜以继日的创新与求变；是行政后勤支持、安全保卫、纪检监察、党群团部门无怨无悔的支持与付出；是全台员工、离退休老同志发自肺腑的理解与热爱。2015年，我们也感受着十面埋伏的危机，这背后，有来自宏观经济层面的强烈冲击，有来自电视行业的野蛮生长，有来自新媒体的喷薄爆发。2015，我们又一次超越自己，创造了历史！然而路途依然漫长，下一段更加艰险的路程正在我们面前，下一座更加巍峨的高山正等着我们征服。

创新我们永远在路上，融合我们永远在路上，对于湖南广电人来说，唯一不变的是信念，是要将湖南广播电视台打造为具有时代记忆的、具有世界影响的新型主流媒体集团。

新的征程已经开启，让我们加速点亮2016！

（作者系湖南广播电视台党委书记、台长，湖南广播影视集团有限公司党委书记、董事长。本文根据作者2016年2月3日在湖南广播电视台2015年总结会上的讲话整理。）

编辑/曾致

 湖南广播电视台授予2015年度

## 最佳节目奖及特别编排奖的决定

2015年，在台党委、台务会的正确领导和全体员工的共同努力下，全台新闻宣传和节目创新再创佳绩。为表彰先进，树立榜样，由台编委会牵头、经多部门联合评估后，并报台务会讨论批准，决定对下列节目和频道给予表彰，以资鼓励。

### 最佳节目

(自制类)

《湖南新闻联播》	台新闻中心	《全球华侨华人春节晚会》	湖南卫视频道
《酉水人家》	台新闻中心	《天猫2015双十一狂欢夜》	湖南卫视频道
《快乐大本营》	湖南卫视频道	《我的纪录片》	金鹰纪实频道、湖南卫视频道
《天天向上》	湖南卫视频道	《钟山说法》	湖南经视频道
《我是歌手第三季》	湖南卫视频道	《钟山说事》	湖南经视频道
《爸爸去哪儿第三季》	湖南卫视频道	《经视观察》	湖南经视频道
《奇妙的朋友》	湖南卫视频道	《越策越开心—方言听写大会》	湖南经视频道
《全员加速中》	湖南卫视频道	《直播大事件》	湖南经视频道
《偶像来了》	湖南卫视频道	《都市大直播》	湖南都市频道
《花儿与少年第二季》	湖南卫视频道	《都市1时间》	湖南都市频道
《真正男子汉》	湖南卫视频道	《寻情记》	湖南都市频道
《变形计》	湖南卫视频道	《脚斗士》	湖南都市频道
《2015湖南卫视春节联欢晚会》	湖南卫视频道	《童心撞地球》	金鹰卡通频道
《2014-2015跨年演唱会》	湖南卫视频道	《疯狂的麦咭第二季》	金鹰卡通频道
《我是歌手巅峰会》	湖南卫视频道	《宝贝向前冲》	金鹰卡通频道
《2015湖南卫视元宵喜乐会》	湖南卫视频道	《中国新声代第三季》	金鹰卡通频道
《2015中秋晚会》	湖南卫视频道	《国生开讲》	广播交通频道

# 本刊特载

《平安精灵 一路畅行》	广播交通频道	《“抗日战争胜利70周年”特别节目》	广播交通频道
《观点峰会》	广播交通频道	《重走滇缅公路》	广播金鹰之声
《博闻天下》	广播交通频道	《我爸我妈广播剧》	广播金鹰之声
《新闻快报》	广播交通频道	《百万秒问答》	芒果TV
《全国百城百台“爱心送考”节目》	广播交通频道	《完美假期》	芒果TV
《“一帮一”爱心大行动系列活动》	广播交通频道	《好样的海钓王》	快乐先锋

(编辑类)

《步步惊奇》	湖南经视频道
《世界大不同》	湖南都市频道
《步步惊心》	湖南都市频道
《开心芒果》	湖南国际频道

(影视剧、动画片类)

《五子炮-渊子崖保卫战》	金鹰卡通频道
《翻开这一页》	金鹰卡通频道
《爱的妇产科2》	芒果影视
《只因单身在一起》	芒果娱乐
《唐人街探案》	芒果娱乐
《相爱穿梭千年》	天娱传媒

## 特 别 编 排 奖

- 湖南娱乐频道2015年节目创新编排
- 湖南电视剧频道2015年专业化编排
- 湖南公共频道2015年公益性编排
- 广播传媒中心汽车音乐频道2015年创新编排

 湖南广播电视台2015年度

## 先进团体和先进个人名单

### 最佳团队名单

台新闻中心《湖南新闻联播》团队  
台广告经营管理中心卫视广告部  
卫视频道汪涵团队  
卫视频道都艳团队  
卫视频道罗昕团队

卫视频道节目制作中心制片部  
都市频道《都市大直播》团队  
金鹰卡通《疯狂的麦咭》团队  
物业管理中心金鹰阁餐厅  
快乐阳光互动娱乐传媒有限公司芒果TV编辑部

### 优秀团队名单

台办公室芒果“小叮当”微信团队  
台办公室皿方罍接待团队  
台办公室法务IP团队  
台宣传管理部宣传统筹团队  
台人力资源部扶贫工作团队  
台资产管理部招标科  
台新闻中心摄像团队  
台新闻中心《新闻大求真》团队  
台制作调度中心真人秀外场技术团队  
台制作调度中心大型活动直播技术团队  
台制作调度中心后期网络技术团队  
台制作调度中心综合技术服务团队  
台广告经营管理中心经视广告部  
台节目交易管理中心卫视运营团队  
台播控中心技术运维团队  
台覆盖传输中心覆盖团队  
台覆盖传输中心传输团队

卫视频道总编室覆盖部  
卫视频道总编室推广部  
卫视频道节目制作中心导摄部  
卫视频道单丹霞团队  
卫视频道徐劼团队  
卫视频道陈汝涵团队  
卫视频道廖珂团队  
卫视频道许可团队  
卫视频道后期制作团队  
广播传媒中心“管得宽”团队  
广播传媒中心音乐之声《超级一百》团队  
广播传媒中心交通频道《国生开讲》团队  
经视频道《经视新闻》团队  
经视频道《直播大事件》团队  
经视频道《钟山说事》团队  
经视频道《经视焦点》团队  
经视频道《经视观察》团队

# 本刊特载

金鹰纪实频道上星申报办公室

金鹰纪实频道总编室

金鹰卡通频道金鹰卡通卫视广告部

南岳电视调频发射台高山播出部

芒果传媒有限公司战略投资部

快乐购物股份有限公司会员经营事业部

芒果互娱科技有限公司互动中心

快乐先锋传媒有限公司快乐垂钓广告营销拓展团队

## 最佳员工名单

卞和江 陈汝涵 段鸿 徐钧 徐勍 董国生 蒋宏杰 雷帆 廖珂 魏哲浩

## 最佳提名奖员工名单

欧小青 王亚伟 刘嘉 罗国盛 熊英 夏铁平 黄庆 贺轶 黎志明 易难 唐长亮 杨欣村 李炜  
夏雨 朱丽前 许可 沈欣 黄鹤 袁雯茜 谭曾 姜军 余波 董婧 王为民 高园 石宇音  
朱美霞 李小春 朱明霞 刘春花 肖伟敬

## 优秀员工名单

高丽华 唐彭卉 刘岳 黄文 阳玉林 邹坤 张芮 张卫 戴飞 李欣 李越胜 牟鹏民 王威  
王灵<sub>(援藏)</sub> 邓昱 宋点 何海宾 宋颖 饶欣 申亚东 湛景 范海红 阎帆 罗雅 赵丹 李峥  
汪涵 何炅 罗昕 陈祖霞 都艳 单丹霞 梁书源 严典雅 刘建立 胡丹 汪浩 卓麓山 李哲  
唐建军 袁理 程洪武 刘恋一 左勋 石平 李润辉 肖阳 王京军 姚琪 梅维维 赵杰 柳红霞  
秦敏毅 张琳熙 李姗姗 邹江 闫琨 黄益平 彭爱群 汪立新 崔健 刘伟庆 杨雁妮 喻亚文 蔡怀军  
马升伟 陈贤谋 阮薇薇 唐志贝 胡赞强 孙齐 林圣武 彭莹 任旭 赵文 张宏凯 许威 曾贇  
刘颖 周彪 谭周政 李晟 宋超姿

编辑/肖清



## 坚持正确方向 创新方法手段 提高新闻舆论传播力引导力

——深入学习贯彻习近平总书记关于新闻舆论工作重要讲话精神

文/汤集安 任帅

2月19日，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在北京主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话。他强调，党的新闻舆论工作是党的一项重要工作，是治国理政、定国安邦的大事，要适应国内外形势发展，从党的工作全局出发把握定位，坚持党的领导，坚持正确政治方向，坚持以人民为中心的工作导向，尊重新闻传播规律，创新方法手段，切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

作为中国电视的创新生力军，多年来精耕细作，湖南卫视始终坚持新闻立台，坚持“导向金不换”，坚持责任、品质、价值三位一体，积极引导社会正能量，传递真善美。多年来，通过精准定位、个性表达，湖南卫视围绕“快乐、青春、年轻、活力”的品牌调性，牢牢把握住青少年核心群体，深度黏合各层级观众，以

引领创新的节目品牌，高举自制大旗的剧场品牌，超高市场响应度的活动品牌为内容标杆，生产出了一大批正能量的新闻作品和励志公益性的自办栏目，积极引导了全国电视观众对社会主义核心价值观的感悟和对“中国梦”的认同，为构建社会主义和谐社会提供了强大的精神动力。

在党的新闻舆论工作座谈会上，习近平总书记指出，在新的时代条件下，党的新闻舆论工作的职责和使命是：高举旗帜、引领导向，围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞士气，成风化人、凝心聚力，澄清谬误、明辨是非，联接中外、沟通世界。要承担起这个职责和使命，必须把政治方向摆在第一位，牢牢坚持党性原则，牢牢坚持马克思主义新闻观，牢牢坚持正确舆论导向，牢牢坚持正面宣传为主。

对于湖南电视人而言，新闻立台

就是坚持把社会效益放在首位，这是电视湘军永恒的立身之本，不管未来媒体潮流如何变换，这一追求都将亘古不变长存于心。而“导向金不换”的办台理念更是早在十余年前就深深根植于每个湖南电视人的血液之中，从导向立台、新闻立台、特色立台到深度立台，传承至今，“做真新闻、真做新闻”已成为湖南电视人矢志不渝的理念和信仰。

### 一、高举旗帜 引领导向

“高举旗帜、引领导向”，是强调党的媒体永远姓党，必须坚持正确的舆论导向，这是最基本的政治要求。习近平总书记强调，党的新闻舆论工作坚持党性原则，最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地，必须姓党。做好党的新闻舆论工作，事关旗帜和道路，事关贯彻落实党的理论和路线方针政策，事关顺利

推进党和国家各项事业，事关全党全国各族人民凝聚力和向心力，事关党和国家前途命运。必须从党的工作全局出发把握党的新闻舆论工作，做到思想上高度重视、工作上精准有力。

近年来，湖南卫视强化全台新闻资源整合，加强重大时政活动和突发热点事件报道的综合调和协调，有效形成全台宣传工作“一盘棋”。从全国、省级“两会”报道、党代会报道，到纪念建党90周年、纪念辛亥革命100周年、纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯胜利70周年等重要时政活动，从“神八”、“神九”、“神十”飞天到“世博会”、“中博会”、“文博会”等重大热点新闻，从青海玉树地震到四川雅安灾后援建等突发事件，湖南卫视在“导向金不换”的理念指导下，始终做到高举旗帜、引领导向，率先发声、现场发声、正面发声和深度发声。2015年，湖南卫视新闻宣传紧扣中央和省委省政府工作大局，重点做好了“两会”、十八届五中全会、“十二五”发展成就、“十三五”发展规划、精准扶贫等重大时政、经济活动报道。尤其是纪念抗战胜利70周年宣传，优化编排、打通资源，运用影视剧、纪录片、动画片、系列报道、专栏、特别节目、宣传片等多种形式，形成全矩阵、大规模、立体式宣传强势，获得中宣部肯定。2015年，全台共获得中宣部、总局表扬20次，省领导批示表扬23次。在央视上稿656条次，其中在《新闻联播》播出稿件62条。

《绝对忠诚》《解读社会主义核心价值观·公正》《两岸健儿泳渡台湾海峡》《湘当韵味·年味》四部作品获中国新闻奖，其中《绝对忠诚》获一等奖。

### 二、围绕中心 服务大局

“围绕中心、服务大局”，是新闻舆论工作的中心任务。习近平总书记强调，党的新闻舆论媒体的所有工作，都要体现党的意志、反映党的主张，维护党中央权威、维护党的团结，做到爱党、护党、为党；都要增强看齐意识，在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致；都要坚持党性和人民性相统一，把党的理论和路线方针政策变成人民群众的自觉行动，及时把人民群众创造的经验 and 面临的实际情况反映出来，丰富人民精神世界，增强人民精神力量。

2015年，湖南卫视创新报道方式，不断丰富主题宣传形态，自主策划更有特色、更接地气，“大湘东”、“绿色湘军”、“创新创业”、“三严三实”、“厅局长访谈”、“聚焦省委全会”、“晒晒巡视整改成绩单”等主题报道极具声势；《直播惹巴拉》《绝对忠诚》第四季、《创客是个圈》《劳动最美丽》《“小材”大用》《新工业：转型的密码》《“智造者”》《攻坚》《湘江北去》《图说<十八届五中全会公报>》《身边的道德模范》等自主策划亮点突出，新闻大片《湖南好人》播出后社会反响热烈，舆情评价很

高。11月16日，《午间新闻》在湖南卫视复播，与《湖南新闻联播》相呼应，形成湖南卫视新闻宣传双平台，节目收视稳定，湖南省平均排名第1位。近两年来，湖南卫视创新推出的一大批优秀的传递正能量的综艺节目也深受年轻人的喜爱。《变形计》设立励志帮扶金，努力改善农村主人公成长环境；《噗通噗通的良心》聚焦现实生活中的人性真善美；《好好学吧》普及文化常识，传播科学知识；《恋家有方》“恋家观察员”引导和谐夫妻关系；《妈妈的牵挂》深化亲情孝道，弘扬传统亲情……还有《完犊归湘》特别节目、“芒果电视台台湾握手会”等活动增进了中华文化的交流与传承，而“金鹰电视艺术节”更成为了荧屏内外电视人与观众的狂欢盛宴。

### 三、团结人民 鼓舞士气

“团结人民、鼓舞士气”，是强调要以正面宣传为主，坚持加油鼓劲。习近平总书记强调，团结稳定鼓劲、正面宣传为主，是党的新闻舆论工作必须遵循的基本方针。做好正面宣传，要增强吸引力和感染力。真实性是新闻的生命，要根据事实来描述事实，既准确报道个别事实，又从宏观上把握和反映事件或事物的全貌。纵观湖南卫视的电视荧屏，《快乐大本营》《天天向上》专注于青春礼仪的表达，《成人礼》等侧重于励志向上精神的呈现，《端午赋》《七夕晚会》《小年夜春晚》《元宵喜乐会》



等“祥和中国节系列”向观众讲述了什么是人间真情、人间真爱，还有《麻辣女兵》《我的特一营》《特警力量》《四十九日祭》《伪装者》等影视作品，它们都从不同视角对“导向金不换”进行了完美表达，以不同的艺术形式，大力弘扬民族精神、时代精神，积极传播着热血青春正能量。

习近平总书记强调，新闻观是新闻舆论工作的灵魂，要深入开展马克思主义新闻观教育，引导广大新闻舆论工作者做党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者。自2013年以来，湖南卫视先后推出《直播汤湖里》《直播吕洞村》《直播惹巴拉》《直播香草源》等新春走基层特别报道。其中《直播惹巴拉》打通央媒和网络两大舆论场，CCTV4进行连线报道，芒果TV同步直播，单条视频点击量在芒果TV达2万次，新浪微博话题阅读量达574万次。

2013年11月3日，在湖南考察的习近平总书记来到十八洞村，在和老乡们座谈时，第一次提出了“精准扶贫”的重要思想，总书记既对十八洞村扶贫表达了深切期望，又为十八洞村脱贫指明了根本方向。2016年春

节期间，《湖南新闻联播》正式推出《“十八洞村”扶贫故事》，全面客观地报道了在精准的大方向下，扶贫方式从“大水漫灌”转向“精确滴灌”，从实际出发，尊重群众意愿，终于让十八洞村找到脱贫致富的“康庄大道”的真实故事。该系列片是由湖南卫视新闻中心对外报道部协同中央电视台经济部历时三个月的艰难采制才得以完成，央视《新闻联播》更是连续五天播出了系列报道《治国理政新实践“十八洞村”扶贫故事》，通过这一契机，湖南电视人向全国观众展示了湖南省精准扶贫的好故事、好典型，也创造了湖南台在央视上稿的新纪录。报道播出后，省委宣传战线主要领导纷纷点赞，认为这个选题抓得准，做得实，故事讲得好，传播有力量。央视主要领导也对节目给予了高度评价，协调其他节目为《十八洞扶贫故事》腾足播出时间。花垣县当地干部群众收看了节目后，感到十分振奋。

#### 四、成风化人 凝心聚力

“成风化人、凝心聚力”，是强调新闻舆论要善于做思想工作，激发全社会共同奋进的精神力量。习近平总书记强调，新闻舆论工作各个方

面、各个环节都要坚持正确舆论导向。各级党报党刊、电台电视台要讲导向，都市类报刊、新媒体也要讲导向；新闻报道要讲导向，副刊、专题节目、广告宣传也要讲导向；时政新闻要讲导向，娱乐类、社会类新闻也要讲导向；国内新闻报道要讲导向，国际新闻报道也要讲导向。

每一份快乐背后应该有责任与爱的支撑。作为一家有责任、有担当、有追求、有创新的大型传媒集团，湖南广播电视台在积极履行“新闻宣传”职责的同时，不断创新思路，全力宣传、推广、有导向、接地气的综艺节目，努力使积极向上、青春阳光、快乐正能量成为全社会普遍认同的生活理念，让“和谐”的音符充盈于社会的每一个角落。《我是歌手》节目在台湾取得“入岛、入户、入脑”的效果；《爸爸去哪儿》获习总书记点赞，亲子关怀成席卷全球华人的亲情理念；《花儿与少年》“鸡汤体”成为青少年竞相铭记的成长箴言；《真正男子汉》唱响强军战歌，掀起青年学子参军热；《奇妙的朋友》传递“同一个世界”人与动物和谐相处的共融理念；《一年级》助力快乐成长，引领青春梦想新航线；《全员加速中》为公益梦想代言；



《偶像来了》传递东方女性和谐之美新风尚；《旋风孝子》触动几代人青春成长心路，拥抱亲情感恩时代。

针对各种社会热点、特大灾害等新闻事件，湖南卫视及时响应，策划具备新闻气质的公益活动，动员社会大众积极参与，奉献爱心。无论是汶川、玉树、雅安地震，还是湖南通道侗寨火灾，每一次大灾发生，湖南卫视总是迅速反应，抽调新闻骨干组成大型联合报道组，奔赴灾区，第一时间播报受灾情况，反映可歌可泣的救灾故事。2010年4月14日，青海玉树地震灾害发生后的第五天，湖南卫视联合青海卫视、湖南经视、凤凰卫视及各大门户网站向全球同步播出《永不放弃 向生命致敬——青海玉树抗震救灾大型赈灾募捐特别节目》赈灾晚会，共筹集善款6.79亿元，物资价值约2.23亿元，湖南广电现场捐赠600万元。

2016年春节，湖南卫视的电视屏幕上一首温暖走心而又情感细腻的歌曲《不知该怎么称呼你》悄然走红。这首歌最早出现在今年的《小年夜春晚》上，因歌词简介朴实，曲调激昂有力，引发众人共鸣。歌曲讲述了2013年习近平总书记在湘西花垣县十八洞村走访时，与苗族大妈石爬

专交流的故事，老百姓都说这首歌有湘味、有温度、接地气。随着这首歌的热播，电视的魅力在各族青少年心中种下了民族团结的美好种子，有力的促动了全民参与的爱国主义活动，湖南卫视此举对增进当前中华文明话语权影响力，对输出中国传统民族文化和社会主义现代文艺，有着积极意义。

#### 五、澄清谬误 明辨是非

“澄清谬误、明辨是非”，是强调新闻要坚持客观真实，敢于直面社会丑恶，敢于向错误思想倾向亮剑。习近平总书记强调，舆论监督和正面宣传是统一的。新闻媒体要直面工作中存在的问题，直面社会丑恶现象，激浊扬清、针砭时弊，同时发表批评性报道要事实准确、分析客观。

网络时代的高速发展，新媒体与人们的关系日渐密切，社会舆论由传统媒体的一元主导发展成为今天的多元并存，对于充斥四周的各种信息，公众真假难辨，湖南卫视特别推出了科学实验求证类节目《新闻大求真》，力图建立一个权威且具有公信力的信息追踪验证平台，从传言提及的新闻事实出发，用科学实验来验证每一则传言的真假，从中

获取健康、实用的服务性知识。《新闻大求真》不只是一档电视节目，还是一个信息平台，节目与中国电信湖南分公司合作，建立了中国第一家传言求证中心，观众有任何想要求证的生活传言，都可以随时拨打热线4009999945。据统计，《新闻大求真》自2012年7月开播以来，平均每天接到观众热线近1000个，节目开播以来已接到并回答观众提问数百万条。2015年5月4日，中共中央政治局委员、国务院副总理刘延东对《新闻大求真》做出批示：“湖南卫视面向中小學生开展科普宣传做法很好。主流媒体应为提高青少年科学素质做贡献”。

#### 六、联接中外 沟通世界

“联接中外、沟通世界”，是强调加强对外传播，讲好中国故事，做中国和世界沟通的桥梁纽带。习近平总书记强调，随着形势发展，党的新闻舆论工作必须创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态、体制、机制，增强针对性和实效性。要适应分众化、差异化传播趋势，加快构建舆论引导新格局。要推动融合发展，主动借助新媒体传播优势。要抓住时机、把握节奏、讲究策略，从时

度效着力，体现时度效要求。要加强国际传播能力建设，增强国际话语权，集中讲好中国故事，同时优化战略布局，着力打造具有较强国际影响的外宣旗舰媒体。

作为中国国家汉办的品牌赛事，“汉语桥”世界大学生中文比赛于2002年首次举办，旨在激发各国学生学习汉语的热情，并成为中外青年心灵沟通的桥梁与纽带。2008年“汉语桥”世界大学生中文比赛落户湖南后，乐于创新、敢于创新的湖南卫视将其打造成一档深具国际影响的电视节目，通过这一平台很多外国选手都实现了自己的中国梦，“汉语桥”比赛在促进汉语传播、弘扬中华文化方面发挥了积极的作用，它已经成为中外语言文化交流的特色品牌，成为了充满魅力的文化之桥、友谊之桥、心灵之桥。2015年，第十四届“汉语桥”以真人秀方式呈现，全新立意“一带一路，世界和平”主题，展示了我国城乡面貌、旅游资源、发展成就，获得第九届、第十届全国人大常委会副委员长许嘉璐盛赞。

在品牌活动方面，由国务院侨办授权湖南卫视连续多年举办的《文化中国 四海同春——全球华侨华人春节大联欢》不仅增进了世界人民对中华文化了解和认知，还满足了海外侨胞的精神需求，已成为有全球影响的春节系列文化品牌活动。2013年，《欧洲时报》和《法国侨报》更是用一个整版对“文化中国 四海同春”赴欧慰侨访演进行了专题报道。近年来，《文化中国 四海同春》无论是形式、题

材，还是形态上均有所创新，收视和口碑也屡创新高，堪称一场高规格、大规模、高品质的世界华人盛典。

2015年，湖南广播电视台在《中国500最具价值品牌》排行榜中，以266.76亿元的品牌价值和CCTV、凤凰卫视、人民日报一同位列传媒品牌前四强；在《亚洲品牌500强》排行榜中，仍居中国省级广电第1，超越KBS等强势媒体，位列亚洲电视品牌第4，并首次进入“亚洲报业和电视传媒品牌”前十名。2015年，湖南卫视单频道广告收入过百亿，达到101.77亿元，同比增长35.7%，在全国电视媒体广告创收放缓或下滑的大势下，仍然保持了高基础上的高增长。

党的新闻舆论工作是党的一项重要工作。习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上发表的重要讲话，从党和国家全局的高度，深刻阐述了做好新闻舆论工作的重要意义和必须坚持的正确政治方向、基本工作遵循、队伍建设要求。总书记着眼党和国家事业发展和长治久安，着眼党的工作全局，提出了48字党的新闻舆论工作职责使命，就新的时代条件下做好党的新闻舆论工作作出战略部署，具有很强的政治性、思想性和指导性，是一篇马克思主义的纲领性文献，为我们在新形势下做好党的新闻舆论工作提供了强大思想武器和根本遵循。

习近平总书记强调，媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势。要加快培养造就一支政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的新闻舆论工作队伍。当前，按

照中央关于深化文化体制改革、推进媒体融合发展的总体部署，以湖南卫视为旗舰的湖南广播电视台正着力打造新型主流媒体，以巩固宣传思想文化阵地，壮大主流思想舆论，更好地服务中心工作，更好地满足社会多层次、多样化的精神文化需求。

2015年7月2日，湖南广播影视集团有限公司正式挂牌成立。湖南广电将以建设新型主流媒体集团为目标，构建湖南卫视、芒果TV“双平台”带动、全媒体发展的新格局，实现舆论引领者、IP创造者、平台竞争者、渠道建设者、价值实现者“五位一体”的战略目标，通过传播方式的革新，主动适应大众传播模式的新变化、新格局，全力打造全媒介、全流程的立体传播圈，实现巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论的终极目的，打造一个真正有时代记忆的现代媒体集群。

筑梦中国，离不开强大的精神支撑；振兴民族，有赖于正确的价值引领。2016年，湖南卫视将一如既往地增强政治家办报意识，在围绕中心、服务大局中找准坐标定位，牢记社会责任，不断解决好“为了谁、依靠谁、我是谁”这个根本问题，立足于中华优秀传统文化和社会主义核心价值观，加大原创力度，推出更多有思想、有温度、有品质的作品和创新节目，着力打造“以人才为核心的智造生态”、“以资本为纽带的产业生态”、“以IP为核心的版权生态”、“以创新为驱动的营销生态”、“以科技为先导的管理生态”、“以纪律

为准绳的廉政生态”。

在未来的电视创作中，湖南电视人会以习近平总书记关于新闻舆论工作重要讲话精神为指导，坚持新闻立台，坚持“导向金不换”，坚持“阵地意识”“引领意识”“创新意识”，始终做到严格要求自己，加强道德修养，保持一身正气，以创作生产优秀作品为中心，提高业务能力，勤学习、多锻炼，努力成为全媒型、专家型人才，转作风改文风，俯下

身、沉下心，察实情、说实话、动真情，做“爬山虎”式的记者，用最朴素、最真实的镜头和语言，通过讲故事、说道理、树典型，通过真挚的感情、生动的细节感染人、打动人，为改革发展立言、为时代进步存照、为先锋模范树传，努力推出更多有思想、有温度、有品质的作品。在中宣部、国家新闻出版广电总局等各级单位的关心指导下，发出湖南声音，乃至中国声音，中国形象，广泛汇聚

正能量，充分释放软实力，让湖南广电成为青年文化的引领者、中华文明的传播者、国民精神的塑造者，继续推动我国影视事业的繁荣发展，为建设中华民族共有精神家园作出积极的贡献，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大精神动力和有力舆论支持，镌刻在时代，影响于未来。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/曾致

## 党媒要有绝对忠诚、绝招绝活

/杨壮

2月19号，习近平总书记视察人民日报、新华社、中央电视台，历史翻开了新的一页，新闻舆论工作进入了新的时区。新时区具有鲜明的时代特征，可以形象地概括为“高新技术开发区”。说其“高”，是党把新闻舆论工作提到事关党和国家前途命运的崇高地位；说其“新”，是党敏锐地看到新媒体、新技术重新定义新闻、重组舆论格局；说它是“开发区”，一是指讲话视野开阔，国际舆论场对于我们来说还是一个大有可为的开发区，二是指讲话充满人文关怀，把“开发区”建设好需要从各方面关心新闻工作者。

学习、贯彻习总书记重要讲话，光有口头保证不行，要落实到行动；

光有绝对忠诚不行，要有绝招绝活；光当思想“搬运工”不行，要有发明专利。湖南卫视要做到三个“有心”、三个“特别”。

三个“有心”，一是要有爱心，爱党、爱国、爱人民、爱新闻事业；二是要有恒心，勤学习、勤思考、勤下基层、勤练基本功；三是要有信心，党媒以其政治优势、品牌优势、人才优势，一定可以为美丽富饶幸福新湖南贡献出应有的思想、舆论力量！

三个“特别”，一是要有排头兵特别能打仗的过硬本领，多出《县委大院》《绝对忠诚》《湖南好人》这样的精品力作，多出《@移动风云》《农业七日谈》《自主创新长株潭

现象》这样的智库型报道；二是要有排头兵特别能干事、干成事的特殊贡献，就像中央电视台《新闻联播》最近连续五天、四个头条播出《治国理政新实践 十八洞村扶贫故事》这样的重头报道，跳出湖南宣传湖南，拓展了最权威的宣传湖南舆论场；三是要有排头兵特别能吃苦的特殊担当，我们连续四年开展的新春走基层新闻直播活动，把走基层深化成“守”基层、“驻”基层，把新闻队伍推到精准扶贫、脱贫攻坚主战场、第一线，成为湖南卫视造福一方百姓的新品牌。

（作者系湖南广播电视台新闻中心主任）

编辑/肖清

# 湖南卫视跨年演唱会 连续11年收视第一再创新高

/易水清



“加速中更青春”，2015-2016湖南卫视跨年演唱会连续十年蝉联收视冠军，傲视群雄的湖南卫视跨年演唱会再度称霸，以“全国网收视率3.59，份额14.27%”的成绩创下近三年收视新高，是其他频道跨年晚会份额的3倍！演唱会的超人气阵容吸引巨量观众看直播！整场晚会星光熠熠，实力唱将、当红小鲜肉轮番献艺，《超级女声》再聚首全新起航，晚会高潮迭起，吸引了超过2亿观众收看电视直播，其中有近15%的观众全程收看，这也是湖南卫视继2005

年提出举办跨年演唱会创建跨年品牌后，第十一次拿下跨年收视第一的好成绩。“湖南卫视跨年演唱会”的金字招牌，再次在2015年12月31日的不眠夜，闪耀着荣誉的光芒，开启2016年湖南卫视收视开门红。

## 湖南跨年首次在北京开唱

集结了大半个娱乐圈、首度北上在中国国家体育馆开唱，人气爆棚的水火两队现场对阵，一众当红鲜肉、人气艺人和实力唱将用嗨爆全场的演唱和热力四射的表演，陪伴亿万观

众度过一个无以伦比的跨年狂欢夜。节俭办晚会，创意出奇彩、互动有新招、环节巧编排向来是湖南卫视跨年演唱会每年推陈出新的杀手锏，湖南卫视跨年演唱会当晚不仅创造了“颜值巅峰”和“人气巅峰”，也呈现出诸多亮点，被观众评价为“最动感时尚”、“最青春靓丽”、“最温暖走心”、“最适合全家观赏”的跨年晚会，网友和观众们纷纷留言说“跨年之夜，看湖南卫视跨年演唱会已经成为了一种习惯”。



### 黄晓明秀神曲成“收视神器”

在当晚新浪微博疯狂综艺榜中与湖南卫视跨年演唱会相关的两个主话题#湖南卫视跨年#和#加速点亮2016#阅读量以过50亿的高数据位列第一。除了收视再创新高，湖南跨年微博大热，攻占网络屏及社交屏外，“湖南卫视跨年演唱会”“TFBOYS”“王凯”“BIGBANG跨年”“邓紫棋 piku”“井柏然”等，TFBOYS晚会新歌首发《不完美小孩》等，纷纷成网友热议内容，新浪微博实时热搜前四十名关键词中，基本与湖南卫视跨年相关。值得一提的是，黄晓明接地气的颠覆性表演创造了演唱会的收视最高峰值，成为名副其实的“收视神器”，这也让人更加期待黄晓明在2016湖南卫视全新节目《旋风孝子》里的精彩表现！而份额峰值28.25%，为BIGBANG表演时段。一直践行节俭办晚会的湖南卫视跨年演唱会依然主打“家人”概念，不仅仅有两大王牌主持人何炅汪涵领衔湖南卫视的主持天团分成水火两队对阵，产后首度复出亮相的辣妈杨乐乐、以及主持新人沈梦辰、李莎旻子的亮相都引发观众们热切关注。

### 满满都是青春的回忆

此外，《我是歌手》《全员加速中》《一年级》《花儿与少年》《偶像来了》等热播综艺节目以及《伪装者》《美丽的秘密》等湖南卫视热播剧中的明星艺人纷纷在跨年演唱会上有突破性表演，其中杨钰莹和张信哲的首次暖心无比的携手献唱，陈伟霆和吴亦凡的首度合体演唱、斗舞炫酷全场，还有王凯自带低音炮掀起摇滚风暴，华晨宇、TFBOYS、邓紫棋、iKON、井柏然、李易峰等等正能量青春偶像的倾情献艺，都成为跨年演唱会最精彩最经典瞬间。来自韩国的超人气男团BIGBANG的零点压轴亮相更是将现场的气氛燃到极致！

除了炫酷的表演，演唱会也有很多温情脉脉的场面，有不少引发青春回忆的片段让人记忆犹新，吴昕见到少女时代的偶像张信哲感动落泪，小五服役前的最后一场主持，跨年零点微电影广告的温暖创意都传递给大家成长与感恩的正能量。最值得一提的是，2005年的三位超级女声，李宇春、周笔畅和张靓颖十年后首度同台亮相，深深地感染到现场和电视机前的每一位观众，当《想唱就唱》的背

景音乐响起，立刻带动了不少观众重新回忆起10年前仲夏的一幕幕场景，见证他们一路成长的主持人何炅、汪涵还有夏青老师都忍不住现场飙泪。十年间三人因种种原因多次遗憾擦肩，此次三人不仅首次携手同台，更重启了把她们带进星光大道的《超级女声》这一经典IP，让不少观众和网友直呼“超级感动，无比期待”！而湖南卫视将正在热播和即将播出的节目、电视剧中的明星、新人加入到跨年大狂欢中，也让大家感受到了湖南卫视的用心良苦和精心创意，正如知名评论人杨劲松在微博评论说“湖南不仅三大超女再聚，快乐一家再次标明娱乐制造的领先者，不仅各路明星闪耀，就连《一年级》中的新人也得以亮相，卫视的未来不仅仅要看你的收视率，更要看你给市场传播了哪些作品、制造了哪些产品、影响了哪些风潮”。

（作者系自由撰稿人、知名评论员）

编辑/肖清



## 2016青春在路上

/何帅 唐建军

编者按：从1997年12月8日发出三湘大地第一声问候至今，湖南交通频道已经走过18个春秋。18年来，湖南交通频道始终以绝对优势稳居湖南广播霸主地位，超高的收听市场表现被赛立信媒介研究机构称之为“中国广播的湖南现象”，经营创收稳居全国广播第一阵营，2015年更是实现了逆势增长！

中国人历来讲究“十八而志”。18年来，我们常常会问自己，湖南交通频道始终立在潮头的原因是什么？走过18年的湖南交通频道，是否依然拥有势不可挡的锐气？2016年，为什么要大声喊出“青春在路上”的主张？

庞大而优质的受众人群助推湖南交通频道成为“新新媒体”

近几年来，面对经济下行的压力以及新媒体的步步紧逼，传统媒体彻骨生凉。然而，地处中部非发达区域的湖南交通频道却风景这边独好，尤其有趣的现象是：在湖南交通频道2015年的广告增量中，各类新媒体、APP应用的投放占了很大比重，如车置宝、借贷宝、云厨电商、友阿海外购、云猴全球购、平安好车、链家地产等；此外，阿里巴巴、亚马逊、苏

宁易购、途牛等也正在积极洽谈深度合作。对于在车载收听市场占据半壁江山的湖南交通频道而言，车载人群的持续放量增长，以及广播受众的优质化、收听终端的多元化，让交通广播成为跨界整合的最佳链接平台。

2015年8月，湖南的机动车保有量突破千万，达1016.4万台，居全国第12；2015年10月，长沙机动车保有量达到200万辆，私家车的占比已

经达到90%，受众年轻化更是成为最大趋势。拥有数量庞大“年龄下沉、收入上行”优质受众群体的湖南交通频道，毫无疑问正在成为收听市场和广告市场争相追捧的“新新媒体”。

### 互动营销的第一实效平台

“我知道在广告上的投资有一半是无用的，但问题是我不知道是哪一半。”100多年前，“百货商店之父”约翰·沃纳梅克留下广告营销界的“哥德巴赫猜想”。

过去，有些人总喜欢拿传统媒体的营销实效不够来说事。然而在2015年，由湖南交通频道在全国广播界原创R2O（Radio to Online & Offline）实效营销模式，成为常规广告之外又一大营销利器。该模式着力于交通频道千万量级受众人群的强势导流，构建了一个“边听边买”的互动消费场景，将广播、电商平台、商家、用户串联成一个完整闭合的产业价值链，全年带动营销及销售超过3000万元，积累用户近20万人，迅速在业界形成良好的口碑。

### 整合资源做标杆

深度撬动政府资源、客户资源、产业资源，打造了一系列叫好又叫座的标杆营销案例。如：与芒果汽车合作的沃尔沃汽车特卖会，30台豪车7小时之内被抢购一空；湖南省首届爱心年货会，创造两天时间卖断货的销售佳绩，直接创造可观的政府宣传经费进账；与某本土电商品牌合作的“920”购物节，创造“用户涌入下

单，瞬间挤垮服务器”的业界话题；与某驾校合作的驾培团购节，单一活动带动广告进账150万元；海宁皮草粉丝节，销售额超过1000万元，在2015年长沙冬天所有同类卖场中一枝独秀；与某楼盘合作的特惠购房活动，创造逆势销售佳绩，带动了2016年该客户在湖南交通频道的独家广告投放。

### 引进新技术、新玩法创造新纪录

18周年台庆期间，引进微信新玩法“喊红包”，创造了微信单日互动量超过372万的奇迹，刷新全国广播媒体记录；同时结合“全城刷一刷，都是9块一毛八”的爆款秒杀活动，单一活动新增用户超过8万人。

### 不做追逐风口的“猪”，要做蜕变新生的“鹰”

18年来，湖南交通频道就是在不断逼迫自己不断更新，自我进化。因为我们知道，风口的猪，无法飞得更高，而且一旦风停下来，就会摔得很惨。所以我们希望变成一只鹰，不断地蜕变重生，不管有风没风都能飞得更高！

2016年，湖南交通频道将大力推动节目的IP化战略，促进“基因进化”，再造核心竞争力，听众在哪里，用户在哪里，内容产品就延伸到哪里。在整体节目编排上，更“减龄”，更“互动”，创新推出以下几大编排方式：

### 1、影响力编排

节目影响同样存在“二八定律”，20%的节目将吸引80%的眼球。2016，节目编排拒绝平淡叙事，每周主打某一

事件或话题，全频率点状聚焦，新闻、节目、新媒体全方位互动，引爆热点，形成人人关注的影响力。

### 2、流媒体编排

回归新闻的本质——“新”，呈现听众身边最新、最贴近、最接地气的鲜活新闻。

团队支持：组建应急报道小组，流动直播车随时在户外，第一时间采集最鲜活信息。

技术支持：结合跨媒体全直播平台，进一步提速新闻报道。

节目支持：有突发事件全天节目随时打开，第一时间接入报道，呈现新动态。

全媒支持：突发大事件全媒推广，不仅通过音频展现，还结合官方微信进行图文、视频直播。

### 3、黏度编排

个人连接一切，一切连接个人。目前的传播格局中，作为网络节点的个体，拥有太多的潜在价值。个人是人际关系的节点、社会连接的节点，又是信息传播的节点，是内容——关系——服务的节点。

2016年，交通频道的编排重点在于增加对个人节点的黏度。创新单元节目《平安精灵车友圈》和线性节目《玩得转》，360度链接听众生活。

没有比脚更长的路，没有比人更高的山！没有比牵手更温暖的姿态，没有比拥抱更美丽的语言。2016，青春在路上！

（作者单位：湖南广播传媒中心）

编辑/曾致

# 新媒体环境下电视新闻策划探讨

——以衡阳电视台为例 /肖雄

传统电视正面临困境，除了与电视、报纸等传统媒体争夺市场之外，新媒体已经席卷而来，大量电视观众向新媒体流失。

新媒体在时效性、互动性、移动性等方面具有显著优势，这正是电视的劣势所在。惊恐、防卫、抵制都没有意义，我们已经进化到新媒体时代，电视要生存和发展，必须顺应时代的潮流，遵循新闻规律，努力发挥电视优势，积极拥抱新媒体。策划出精品，新闻策划是电视发挥采编优势、提高报道质量的利器。电视新闻策划，是策划人遵循新闻的基本规律和电视纪实特性，以事实为基础，以创意为核心，对已占有的信息进行充分地分析研究，确定可能实现的目标和效果，制定相关报道策略，规划、设计报道的方式、方法和技巧，以求最佳采访报道效果的运筹与谋划。

近五年来，衡阳电视台进行了几次新闻策划活动，如2015年策划春节特别节目《过年》，2014年策划党的群众路线教育实践活动专题节目《干部去哪了》，2011年策划建党90周年大型主题报道《到中流击水》，2010年策划武广高铁开通一周年特别节目《纵横武广线》等，这些报道唱响了时代主旋律，提高了媒体的社会影响力和品牌效应，收效甚好。反思上述

策划活动，笔者认为，电视新闻策划要取得良好效果，应该重视受众视角，加强创新意识，可以实施“跨地域”和“跨媒体”的策略。

## 一、新闻策划注重受众视角

电视新闻策划的优劣，其效果最后取决于受众的关注度和满意度。电视时政新闻往往让人感觉高冷，似乎总在报道领导的活动和讲话、政府部门的政策与文件，自上而下地宣传主流价值观，这样的传播行为让受众产生逆反心理。中央的路线方针政策、政治活动，许多与百姓生活息息相关，若能从百姓视角进行报道，可以拉近与受众的心理距离，产生良好的效果。

2014年，党的群众路线教育实践活动在全国如火如荼地开展，衡阳电视台策划了群众路线专题节目《干部去哪了》，采用走基层、记录式的手法，记者在上班时间随访基层干部，现场记录干部在哪里，他们在忙些什么。在这一系列报道中，基层干部忙于帮助企业招工、帮助闲置劳力成为新型农民、帮助农民开网店、解决农产品销售难、帮助农民解决信贷难、帮助农民工讨工资、退还农民的土特产礼物等。报道充分呈现了基层干部的作风转变、基层干部与群众产生

活的密切关系。2010年，衡阳电视台联合武广高铁沿线八家电视台，协同推出的《纵横武广线》大型系列报道，在《人在他乡》板块中，关注外乡漂泊的本地人，真实记录他们的喜怒哀乐、家长里短、生动表情，透过他们，反映城际之间的历史渊源和经济关联。百姓视角体现电视新闻策划的人本主义和人文关怀，以人性化的百姓视角对新闻事件进行挖掘、整合、深加工，是留住受众的有效手段。

## 二、对常规事件的创新报道

长期以来，电视新闻已经形成了某种固化的模式。时政新闻和民生新闻是电视新闻的两大品类，电视时政新闻通常涉及党政领导的各种会议、讲话、活动，各种文件、政策和决定。时政新闻让人感觉高高在上，重要但不好看，严肃而不活泼，总之有些不接地气。电视民生新闻关注百姓生活，又难免流于家长里短。在每年固定的节假日，电视报道内容雷同，难有突破。

电视新闻策划的关键是创意，在报道选题、报道内容、报道形式、报道技巧等方面，应该有与众不同、出人意料的亮点呈现。电视新闻策划的创新主要表现在如下几个方面：其

一，要有创新意识，即要抛弃固守的、僵化的观念和思想；其二，选题要新颖，既要关注大家热议的热点新闻，也要将镜头对准媒体较少涉足的冰点事件；其三，报道角度要独特，相同的事件，不同的角度，也可以在众多媒体中脱颖而出；其四，报道形式要创新，形式的创新不仅会让受众有眼前一亮的感觉，而且可以更好地呈现内容，提升传播效果。

2015年春节，衡阳电视台策划了系列节目《过年》，就突破了常规，这一系列报道用镜头描述了衡阳英雄民警吉湘林、道德楷模环卫工人、两岸新区的建设者等人物如何过年，摒弃了“喜气洋洋过新年”的陈旧固化的报道格调，通过衡阳新闻人物、新闻事件，反映衡阳的经济建设、精神文明和社会发展，为常规的欢度新春节日报道赋予了新的含义。

新闻策划强调创意新颖，想人之所未想，做人之所未做，这样才能真正带来新闻效应。策划的新闻事件必须超越常规，特别在媒体泛滥、信息爆炸的今天，平平淡淡的事件、普普通通的行为难以引起观众的兴趣。但新闻策划的新颖、奇特是建立在客观性前提之上，新闻是客观存在的，不能哗众取宠、无中生有地编造新闻。所谓新闻策划，就是新闻报道主体遵循新闻规律，围绕预定的目标和要求，对新闻传播行为加以谋划，从而使之具有系统性和整体性的一种活动。新闻策划首先必须遵循新闻的底线，即真实客观，在此基础上将相关事件予以整合，形成系统的报道集

群。

### 三、实施“跨地域”的报道策略

在新的媒介生态中，电视靠单篇报道难以取胜，“靠独家新闻取胜的时代正转换为当下以跨界为特征的报道运作上”。这种跨界表现在选题的时空跨越、传播介质的跨越、用户角色的跨越。选题的时空跨越包括时间维度的跨越和空间地理跨越。在重大主题性新闻的报道上，可以策划跨越五年、十年甚至更长时间的系列报道。2012年9月，CCTV新闻频道起播出迎接党的十八大系列报道《变化·十年》，这个系列报道选取2002-2012年这十年时间为跨度。电视新闻策划也可以在相同报道主题的指引下，报道不同地域，突破空间界限。传播介质的跨越指的是电视、纸媒、社交媒体等不同媒体协同作战。在报道中，受众通过新媒体以及其他方式参与到新闻策划中来，受众提供选题，接受采访，或者直接发布新闻图文及视频，从而模糊了受众与传者的关系，实现传受者角色的跨越。

2010年，衡阳电视台联合武广高铁沿线十家电视台（武汉台、咸宁台、岳阳台、衡阳台、长沙台、株洲台、郴州台、广州台、韶关台、清远台），协同推出武广高铁开通一周年特别节目《纵横武广线》大型系列报道，体现了电视新闻策划的“跨界”策略。武广高铁开通运营以来，沿线城市的经济、社会生态因为高铁不同程度发生了变化。为了真实地记录和反映这一重大新闻事件，武广高铁沿

线地市台经过友好协商，决定采取城际合作，共同组团报道，联合制作《纵横武广线》。此次系列报道有几个明显的特点，其一，地区跨界大，涵盖武广高铁沿线各个城市，城际电视台携手合作；其二，选题跨度大，报道领域涉及面广，远离了单纯政策性宣传报道、典型人物报道等刻板固化的形式。每个电视台都精编一组最有代表性的城市画面，展示所在城市的人文、山水、地域文化以及经济亮点。聚焦武广效应，通过个案分析武广的开通对沿线城市大流通、大开放、大转移、大升级、大融合的带动作用。尤其是关注高铁时代的旅游经济，看武广是如何千里跨越，构筑全新的“两湖一广”周末生活圈，让“才饮广州茶，又食武昌鱼”成为一种现实可能，并在无形当中改变市民的生活方式。紧扣站点城市的发展关键词做文章，如武汉重点关注“两型综合配套改革试验区”建设，长沙着力聚焦“长株潭一体化”，郴州瞄准“承接产业转移的桥头堡”，衡阳主攻“大城战略”等。以绮丽的文字、丰富的意象、微观的视角、绚烂的情绪色彩，打捞城市记忆和文化碎片。

### 四、实施“跨媒体”的报道策略

电视具有强大的新闻采编人才队伍、先进的摄录播设备、大量的节目资源、完善的节目审查和播出制度等。其节目的内容最全面、最权威。但在时效性、互动性、灵活性等方面不及新媒体。与其对新媒体严加防范，不如勇敢面对，电视应该以开放

# “精准扶贫”的新探索

——评湖南经视“精准扶贫”系列报道《攻坚》 /钟镇藩

在习近平总书记视察湘西土家族苗族自治州并首次提出“精准扶贫”两周年之际，2015年11月30日至12月10日，湖南广播电视台经视频道《经视观察》推出“精准扶贫”系列报道——《攻坚》，共7集。北到临

澧，南到江华，西到花垣、洪江，东到安仁……记者踏遍三湘四水，真实记录了三湘大地探索、创新“精准扶贫”的实践。节目既推介了一批精准扶贫的新模式，又展现了一批精准扶贫的新人物，还探讨了一批精准扶贫

的新问题，是一部助力扶贫攻坚的电视佳作。

一、统揽全局，推介了精准扶贫的新模式。节目以十八届五中全会和中央扶贫开发工作会议精神为统领，概述湖南仍有596万农村贫困人口亟待脱

包容的心态，欣然接受新媒体挤占市场份额的现实，积极与新媒体合作。电视可以打破媒介壁垒，与新媒体融合，实施多媒融合的“跨界”策略。

2013年11月，美国福克斯新闻网推出了一个全新的突发事件演播室。演播室中的大屏幕带来强势视觉冲击，电视屏可自由搜索点击，更重要的是他们“把社交元素前置到节目生产过程中”，他们在演播室里随时调取互联网上的信息，调用各种后台数据、模型、资料等，直接呈现在电视大屏上。编辑对信息进行选择、判断、整合、解读，从而证实或证伪，为人们在海量信息中获取真相并且有效利用信息。这意味着，电视主动把社交媒体引入到现场直播的演播室平台，让更多的公众参与到生产过程中。这一策略让电视与社交媒体融合起来，既发挥了社交媒体时效性、互动性等方面的优势，又发挥了电视媒体在信息选择、判断、整合与解读上的优势，取长补短，相得益彰。

在选题征集、内容分享与话题互

动等方面，都可以实现电视与新媒体的融合。例如，CCTV在《变化·十年》的系列报道中，借助官方微博@CCTV 新闻频道征集选题，在微博上发布新闻报道、新闻事件当事人对话题的回应等，引发网民更广泛的关注、参与、扩散。借助微博等社会性媒体平台，《变化·十年》实现了新闻生产者、报道对象以及公众三者的深度互动。

越来越多的媒体人开始意识到，传统媒体进行“跨媒体”运作非常重要，但如果要将“跨媒体”思路贯穿到电视的新闻实践中，还需要在评价机制和运作体系上进行研究和尝试。首先，应该建立一套跨媒体传播效果的评价体系。目前收视率仍是考核电视新闻传播效果的评价标准。新媒体究竟为某条新闻或某天新闻的收视率做出了多少贡献？同一条新闻在不同媒体的传播效果分别是多少？如何通过不同媒体获得最大的传播效果？凡是涉及新媒体，眼下的评价体系只有定性分析，缺乏定量的数据支持。建

立跨媒体传播效果的评价体系，成为电视媒体跨媒介传播的当务之急。

其次，应该建立一套符合跨媒体传播的运作体系。传统电视现有的人员结构、责任分工都不能适应跨媒体传播的要求，这就需要在现有的架构基础上，增设新媒体与跨媒体的专职人员，为不同的媒体设计不同的运作方式，并使它与现有的运行机制并行不悖。

在新媒体的冲击下，电视要生存和发展，必须要尽快调整。一方面，电视要解放思想，迈开脚步，努力实施跨越媒介、跨越地域的“跨界”经营，要积极拥抱新媒体，推动电视跨越新老媒体之间的鸿沟，实现跨媒体经营，将新媒体转化为电视发展的新动力；另一方面，电视要努力发挥自身固有优势，通过电视新闻策划等方式，打造精品电视内容，在新媒介生态中拥有自己的核心竞争力，从而在竞争中立于不败之地。

（作者单位：衡阳电视台）

编辑/曾致

## 业务探讨

贫，贫困人口数排全国第五。在让观众对扶贫有一个既高屋建瓴而又切实可感的基础性认识后，节目分别讲述了湖南省扶贫攻坚的一个个新点子或新模式。3年前，开源集团旗下的浏阳河农业公司来到临澧柏枝乡黄金村，成立了杂粮生产合作社，发动农户们种植绿豆、芝麻等，已有112户家庭加入了这个合作社。5年前，这个村每年人均收入是1046元，通过企业家定点扶贫，2015年已经达到3946元。安仁县华王乡成立中药材种植合作社，尝试用“能人+贫困户”股份均等的合作社模式，正探索既有收益、风险又低的精准产业扶贫之路。花垣县排碧乡十八洞村在发动每户村民种植10颗冬桃、10颗黄桃并在稻田放养300条稻田鱼的同时，扶贫工作队还从这里进行乡村旅游的游客中发展“荣誉村民”，发动游客“认领桃树”，以求固定和扩大旅游客源，走乡村旅游的脱贫之路。江华瑶族自治县两岔河乡的11个高寒山区村，其山体滑坡和泥石流造成的地质灾害点就有27个，生存环境极为恶劣，目前正采取大规模异地搬迁的办法，探索“搬得出、稳得住、能脱贫、能致富”的新路……这一个个实实在在的脱贫路径和办法，可以说是一部扶贫脱贫的参考书。对于“十二五”末湖南省贫困县全部脱帽，消除武陵山、罗霄山连片地区区域整体贫困，报道所推介的这一系列“模式”，无疑是有重要的借鉴意义的。

二、以事见人，展现了扶贫攻坚的新人物。洞口县宝瑶村的第一书记曹云辉是湖南省财政厅驻宝瑶村的扶

贫工作队队长。他从学习当地土话和喝瑶民的熬茶开始，培养与贫困瑶民的感情。他坚持扶贫首先是扶观念，坚持深入各家各户做深入细致的思想工作，终于使瑶民由“要我脱贫”变成了“我要脱贫”。洪江区横岩乡菖蒲村的扶贫工作队队长、菖蒲村第一书记夏歧辉本是一名网络传播学的研究生。从2015年4月到10月，他把有线电视和网络光纤全部接入到菖蒲村267户居民家中，在全省184个省级扶贫点中，这是唯一一个率先实现信息化的贫困村。为此，夏歧辉从家中带来的三双鞋，一双已经成了“鳄鱼”牌，一双已经磨穿渗水，但辛勤的汗水换来了回报，他所建立的网络中心和远程教育中心能让村民们通过网络了解信息、学会技术。72岁的周友元原是临澧县黄金村的特困户，他儿媳前年大病一场，丧失了劳动力；他73岁的老伴这两年做了两次大型手术，欠了一身债；他自己又年事已高，种水稻吃不消，而种的豆子又卖不出去……浏阳河农业公司来到这里定点扶贫后，他第一年就接受了公司的1200元捐赠。后来成立杂粮生产合作社，他不但将责任田几乎全部改种了杂粮，而且还开荒种杂粮，今年仅绿豆一项的收入，就有六七千元钱。他说：“我是想通过自己的劳动来赚钱。这样，既心里踏实，自己也感到体面”……这一个个心系群众、敢于创新、敢担责任的扶贫干部和一个个自力更生、奋发图强、不等不靠而通过兴业来脱贫的农民，看后使人崇敬

和动容。

三、立足湘情，探讨了精准扶贫中的新问题。新闻媒体对报道内容光叫好不思考，容易陷入偏颇与误导。只有把扶贫政策和措施精准地落实到户、到项目、到产业、到举措、到效果，才是真正的精准扶贫和才能做到精准脱贫。这组节目在报道扶贫攻坚时，不断进行深层次的思考、实证与理论探索，还请业界权威和专家学者进行具体而微的指导。比如，在讲扶贫搬迁时，专家们就谈到，搬迁只是解决了人们的居住环境，如果不能做到“安居”并且“乐业”，照样不能脱贫。因而在新的环境下如何使移民们就业，即让搬迁者能有一份稳定的收入来源，就成为异地搬迁扶贫中的关键问题。质言之，异地搬迁只是“挪穷窝”，而培育产业强支撑，教育培训强基础，才是拔掉穷根的根本之途。在讲到成立各类合作社时，专家们指出，要重视规模效益，否则形不成“拳头”；要重视产品的销路，否则合作社没有后劲；要做出品牌，这样才能获得超额利润……这种问题探索式的报道，跳出了应景、狭隘的窠臼，讲利亦讲弊，传道授业还解惑释疑，能给人以多方位、多角度、多层次的思考。对于“十三五”的扶贫攻坚决胜战来说，这种报道具有十分重要的启迪作用。

（作者系湖南广播传媒中心高级编辑）

编辑/肖清

# 新媒体时代的 危机传播特征研究

/来向武



人类社会的信息传播具有明显的过程性和系统性。对危机传播的整个过程、系统进行综合性的考察，以深刻地探究其间的变动特征，可以使危机传播系统的各部分相互协调、平衡顺利地运行。危机的发生，是对既有规范和秩序的破坏，也总在不同程度上导致信息传播系统的紊乱，使信息传播产生障碍，形成系统内外的各种隔阂，意义在传播中发生变动，最终使整个危机传播过程“失衡”。而在各种新媒体传播不断发展的背景下，技术的强力支持，使个体在危机信息传播中实现了高度介入，极大地改变了传播系统的障碍和隔阂，减少了不同社会阶层、群体之间的信息传播“失衡”，但也使意义变动具有了新的特点，成为当前危机传播研究中的重要问题。

## 一、危机传播系统的变异

正常情况下，社会各种传播系统处于一种相对平衡的状态。同时，社会信息系统“是一个存在着众多可变因素的系统，参与系统活动的个体

或群体是伴随着丰富的精神和心理活动的主体。这个特点决定了社会信息系统比一般物理或生物信息系统更复杂，更具有不确定性，也更容易产生传播障碍和传播隔阂”。这些传播障碍和传播隔阂，会带来传播系统中个

体及群体成员在认知、决断、反应以及行动等方面的混乱。

对危机传播系统而言，其在传播的实现过程中，所可能产生的变化，以及可能存在的传播障碍、传播不平衡等问题表现在以下诸方面：

首先，危机的出现，是某一局部范围或节点上出现了非正常的剧烈社会变动，进而产生了较大的影响，吸引了众多的关注。受众的关注和媒体的聚焦，将危机所发生的区域或节点放大，这对整个社会的信息传播系统而言，就是在其内部产生出了不和谐的“信息源”。以这些信息源为起点，会进而自动整合产生适合自身的传播系统，从而对原有的信息传播系统形成某种冲击和干扰，导致信息传播的失衡。

其次，如果危机应对者不能迅速使危机信息的传播与整个社会的传播系统相适应，这些不和谐的信息源可能进一步带来信息传播主体的错位。这种错位，极易导致这样的后果：一是信息内容失真，流言、谣言四处传播，处于主流地位的大众传播系统与民间的人际传播、群体传播系统发出的信息相冲突；二是各种不同意见广泛流传，并借助各自传播系统的能力，形成权利主张，增加危机处理的难度；三是既有权力组织的责任感、权威性和可信度，受到公众质疑。

第三，从受众层面看，不同的社会阶层、群体之间也常常出现信息传播“失衡”的现象。社会阶层、群体之间的信息传播失衡，也很容易导致

危机的进一步加深或者产生新的危机。

第四，与危机传播系统相对应，在危机传播的不同阶段，在系统间流动的信息强度和信息量会产生不同变化。与正常的传播规律产生差异，从而影响到“拟态环境”的建构，影响到危机的利益相关者和普通公众的心理和认知。

第五，危机传播的传播系统，是对正常的传播系统的一种冲击和重构。除了受到其内部机制的制约之外，还受到外部环境和条件的广泛影响。危机传播系统变动的剧烈程度，实际上受制于传播制度的宏观性制约。所以，要使危机传播系统能够与既有的社会整体的传播系统更好地相适应，最有效的办法，是从传播制度方面进行安排调整。

在新媒体环境下，作为危机传播的主体，政府、媒介组织、危机组织以及社会公众都积极、主动、迅速地承担起传播危机信息，并展开良性、有效的互动，从而使危机传播系统能体现和保持一种动态的、健康的运行方式，是有效解决危机传播系统中信息传播失衡的根本方式。

## 二、危机传播的过程与信息流动

在对危机传播过程的研究中，长期以来，研究者们提出了很多观点，其中，最为大家所接受的，是斯蒂文·芬克所提出的四阶段论。这一理论认为，阶段性是危机事件的基本特

征，在此基础上，他提出了“危机生命周期”的概念，按照危机发展的先后经过，将整个过程分为潜伏期、突发期、蔓延期、解决期四个阶段。该理论的特点是提供了一个综合性的、循环往复的危机全过程。

与芬克的阶段理论相类似，诺曼·奥古斯丁从危机的发展与应对的整个过程出发，提出了危机的六阶段理论，即危机的预防，危机管理的准备，危机的确认，危机的控制，危机的解决，从危机中获利。

另外，还有米特罗夫和皮尔逊的五阶段理论等不同的划分模式。上述理论大多是从管理的角度所提出的，与传播过程的视角还有一些差别。按照传播学的研究思路和方式，对危机传播过程的考察，应该是在危机发展的过程中，将视角集中在传播活动本身产生的结果，从这个思路出发，与新媒体时代的传播环境相适应，可以得出如下一些结论：

首先，在危机传播的起始阶段，也即危机爆发初期，是危机信息的“喷涌”和传播渠道的无序阶段。所以，这一时期，也是危机传播过程中对危机信息的处理矛盾最突出的时候，是传播秩序和传播资源整合的阶段，包括信息的生成、意义的建构、渠道的博弈等等。

其次，在危机传播的存续阶段，也即危机应对的过程中，危机传播的意义输出与反馈成为最主要的矛盾。如何在正确的传播策略指导下，实现危机传播的意图，是这一时期要解决

的主要问题。同时，在危机传播的这一时期，会受到噪音、流言、谣言等的干扰和影响。

再次，在危机传播的长尾阶段，也即危机状态平复之后，危机传播的主要任务，是如何重新建构或者完善组织的传播系统，消除危机传播的“长尾”。传播系统的完善，需要以制度化的方式，将传播过程中所暴露出来的问题和所取得的经验，形成制度规范。在新媒体传播环境下，危机平复之后，一般都还会存在一个很长的危机传播的长尾阶段，其过程还将不断延续，特别是来自于外部的关于危机信息的传播和反馈。

### 三、危机信息的流动与意义变异

在危机传播过程中，最重要的，还是危机信息的流动以及由此产生的意义表达。总体而言，危机传播过程中，其信息的流动很难像施拉姆所说的，犹如“血液流经人的心血管系统一样流过社会系统，为整个有机体服务，根据需要有时集中在这一部分，有时集中在另一部分，保持接触和平衡以及健康”，反倒像是病毒上蹿下跳，蔓延全身，随时有传染和变异的可能性。从传播学的角度来看，危机信息传播的主要方式是大众传播和人际传播。在整个危机发生的过程中，表达正确意义的信息与意义变异的各种信息，在人际网络中迅速传播，其传播动态对危机的进一步发展有重要

作用。

以下笔者结合危机传播的不同方式，分析其中信息流动及变化的特点，同时提出危机传播应对的一些策略。

1.个体传播主导方式。在新媒体传播环境下，一般而言，危机信息在其最初出现时，会经由多种传播渠道实现扩散。这时的信息有两个流向，一个是直接到达公众，一个是到达传统媒体的从业者。由于流向公众的信息没有经过把关人筛选过滤，其真实性和信息的价值都得不到保证，传播意图和信息意义保真也无法实现，公众由此反馈的信息也是杂乱无章、真假难辨的。这时如果传统媒体的权威信息没有及时出现，就会出现多种声音并存的状态，甚至产生谣言，引起社会混乱。在危机应对中，应尽量缩短这种多种声音并存状态的时间。

2.传统媒体主导信息发布方式。这种方式下，各种原始信息得到加工，公众可以通过主流渠道获知更为全面、详尽的危机信息。这个过程也是危机处理最关键的阶段，经过专业新闻人员加工后的信息，权威性、可信度和深度都有所提高，信息变异的可能性降低，并能遏制各类谣言的蔓延，化解公众的焦虑与不安情绪。

3.互相补充交融的信息发布方式。传统媒体发布各类重大危机信息，并被网络和手机等新媒体转载。公众或者由传统媒体，或者由网络等新媒体获取这些信息，又对信息进行

内容增补，或对措施发表看法，并通过各种新媒体传播方式反馈到公共交流平台，这种双向的交互过程可以使危机传播管理者及时全面地了解公众的想法，及时调整危机处理策略，有效提高危机传播效果。

在危机信息流动的过程中，核心的一点在于对危机中的信息传播采取开放式的态度，尽可能允许各种不同的传播者接近“信息源”，发挥各种新媒体的传播功能，从而为即时、动态地形成与每一次的危机相适应的危机传播系统，从源头上提供可能性和支持，实现危机信息的多角度、多元化传播，这将为解决危机传播中的信息“失衡”和意义保真提供良好的保障。

总体而言，要使危机传播在其实现的过程中，使系统的各部分积极互动，使危机传播系统发挥健康有效的运行功能，宏观层面的制度安排，是最重要的保证。同时，各种新媒体的广泛运用，为防止危机中信息传播“失衡”的出现提供了强有力的技术支持，减少了不同社会阶层、群体之间的信息传播“失衡”。

当然，传播过程中系统各部分之间的协调、合作、平衡，是一个动态的过程，对危机传播系统的平衡性的追求，也是一个在解决矛盾过程中求得相对平衡的过程。

（作者单位：清华大学）

编辑/曾致



## 《全员加速中》电视收视 与网络点播之间的关联思考

/周四根

《全员加速中》自2015年11月6日在湖南卫视开播来，出现了不同的反响，缔造了网络点播与电视收视两重天的特殊现象，一方面，节目在网络中风靡一时，点播率连攀高峰；另

一方面，节目在电视屏上相对低落，收视率不甚理想。《全员加速中》极具创意，被誉以“三维综艺”之称；明星云集，号称综艺明星“建国大业”；团队豪华，五大金牌团队护

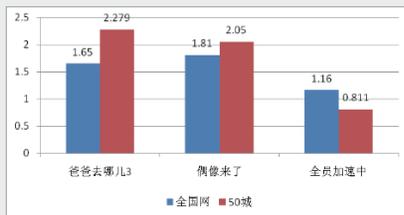
航，可谓志在必得。尽管节目在电视端未能凯歌高奏，好在“东边日出西边雨，道是无晴却有晴”，节目在网络端交出一份满意的答卷。这种倾斜于网络端的综艺传播现象，其实并不

可怕，深入思考后发现，这或许不是一种偶然，代表的可能是一种未来的潮流和趋势。

### 一、综艺节目电视收视与网络点播之间的关联

综艺节目是电视台和视频网站角逐的重镇，综艺中的黄金IP往往具有决定性的作用，是“内容为王”中的定海神针，所以，电视台不遗余力地开发新的综艺黄金IP，而视频网站则会竭尽所能得到这些优秀资源的播放权。从视频网站对电视综艺的跟进我们可以看出，黄金IP在电视端与网络端的表现确实有着密切的关联，给我们最直观的一种感觉是：高收视必有高点播，低收视必无高点播。事实果真如此呢？为了直观地观察电视收视率与网络播放率之间的关系，我们引入一个两者之间的转换系数，并借助湖南卫视《爸爸去哪儿3》《偶像来了》和《全员加速中》进行一番实际探讨。

#### （一）电视收视率汇总



全国网和50城的平均收视率（单位：%）

#### （二）网络点播率汇总（截至2015年12月23日芒果TV页面数据）

为了更接近于真实的对比，我们只统计正片的点播率。

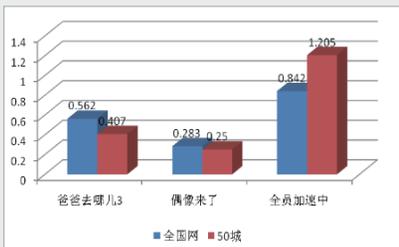


芒果TV视频网的平均播放率（单位：亿）

#### （三）电视收视率与网络点播率之间的转换系数

如果要寻找电视收视率与网络点播率之间的关联，我们不妨假定两者之间存在一个电视网络转换系数，在谈论转换系数概念的时候，至少应该包含以下理解：①它的含义是指每1%的电视收视率对应多少亿的网络播放率，基于这个原理，我们得到一个公式：电视网络播放系数=网络平均播放率÷电视平均收视率，单位为“亿/%”；②它的目的是考察综艺节目在电视端和网络端表现出现严重倾斜时的到达对比，对于解读节目的全面传播具有一定的综合效果，考虑了节目在网络端的表现；③一般节目不适合这个系数，平均收视率高于2%、平均网络播放率低于0.5亿的节目没有讨论价值，因为其本身的各项独立数据已经包含需要表达的信息，无需再引入此系数复杂化；④它不是一个恒定不变的值，应该说，每档节目都会不同，每档节目每过一段时间也会发生变化，因为网络播放是随时间而积累的，当然，黄金播放期后的变化是非常细微的；⑤本系数属于探讨，科学性待考，目前只在电视收

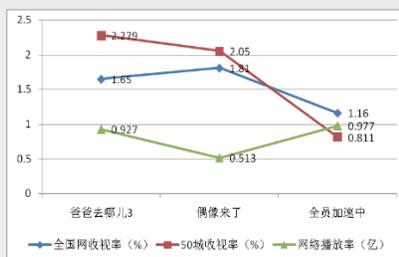
视率大幅低于预期而网络播放表现高光时用以参考。



三档周末季播节目的电视网络转换系数

### 二、《全员加速中》电视收视与网络播放之间的关联表现

通过上述公式和数据，我们计算了三档周末季播节目的电视网络转换系数，得到如下图表：



《全员加速中》电视收视与网络播放之间的关联表现

考虑到上述我们对电视网络转换系数的前提设置，即电视收视率<2%且网络点播率>0.5亿，故上述三档节目中，只有《爸爸去哪儿3》全国网（0.562）、《偶像来了》全国网（0.283）、《全员加速中》全国网（0.842）和50城（1.205）的转换系数是本文中具有参考价值的讨论系数。当节目的电视网络转换系数无限接近于0.25时，节目在两端接近平衡，在两端都有较好表现，因此，我

们可以把0.25视为一个平衡系数，越高高于这个数据，则节目更倾向于在网络端有高的传播。《偶像来了》全国网的电视网络转换系数比较接近平衡系数，是高收视高点播的代表；《爸爸去哪儿3》全国网的数据约是其二倍，是中收视高点播的代表；《全员加速中》全国网的数据约是其三倍，50城的数据约是其四倍，是低收视超高点播的代表。

### 三、《全员加速中》电视端和网络端关联表现的原因和意义

应该说，《全员加速中》的网络中的表现还不止上面我们描述的那样，因为在乐视网它同样有着数量可观的点播率，导致这种综艺黄金IP网络端大大高光于电视端的原因或许有以下：

（一）节目耳目一新的模式暂时缺乏电视受众市场

长期以来，我们的电视户外真人秀节目较多聚焦于亲子情感、旅游互动、简单游戏的模式，像《全员加速中》这种将复杂的剧情、频繁的时空转换、丰富多变的游戏糅杂于一体的模式，这绝对是第一次，用户一会置身于电视剧，一会感觉在看科幻片，一会又投入游戏中，以前那种轻松、简单、愉快的真人综艺秀的内在体验被冲刷得斑驳陆离，对于电视这种看不太懂又无法吐槽的单向传播媒体来说，用户要坚持下去确实需要耐心和毅力。因此，这种户外剧情游戏真人秀暂时缺乏受众市场，但是这种局面或许会很快得到改观，因为随着节目在网络端的强力渗透，原本就接受力极强的年轻受众很快就会完成这个用

户养成的过程。

（二）节目的复杂在网络中因为互动容易被用户消解



《全员加速中》总导演许可在采访中表示，“庞大故事结构的建立，三大时空连环剧情的推进，这对于节目组来说是不小的挑战，对于观众来说也是全新的形式，逻辑复杂、元素丰富、明星众多，这都可以造成节目减分同样也可以加分”。目前来看，节目减分的是电视端，加分的则是网络端，在网络中，用户可以吐槽，可以通过互动相互消化，可以通过网络的播放反复观看，最终，节目复杂的、强大的、晦涩的结构和内容被用户消解，而用户在这个消解的过程中完成剧情游戏类真人秀节目的观众养成。

（三）节目主力用户群体的媒介选择更倾向于网络端

《全员加速中》每期都有十七八位明星加盟，前后出场的明星多达50多位，这些明星的粉丝是这档节目的主力用户群体，尤其是几位核心队员

TFBOYS、黄晓明、贾乃亮，粉丝用户一直在追踪他们的表现，这个群体的年龄基本在12-25岁，属于典型的90后、00后，这一代人对网络极为熟悉，在媒介选择上更倾向于网络端。此外，这个群体正是忙于学习、工作的人生阶段，对于定时定点播放的电视不太容易迎合，对于自由灵活的网络则毫无免疫力。值得注意的是，用户和粉丝在节目的观看过程中存在明显的转化效果，用户被节目中的明星感化成为其粉丝，TFBOYS在本次节目中因为出彩的表现圈粉无数；粉丝在消解了节目纷繁复杂的阻碍后转化为节目的忠实用户，在中后期节目中此种评论已屡见不鲜。

除了以上三个主要原因外，其它成熟节目如“跑男”的竞争也是原因之一；还有一个不可忽略的因素，那就是从整体的媒介生态和趋势看，网络对电视的传播分流确实日趋明显，未来一幅不可抗拒的媒介景象就是用户去电视而就网络。

《全员加速中》这种在电视端表现不佳而在网络端表现高光的现象并不可怕，相反，可以带给我们不少发人深省的思考：①对于高端、复杂、磅礴的真人秀综艺节目而言，存在一个依托网络完成的用户养成过程；②跟踪用户的反馈，将网络中的互动通过某种渠道迅速抵达电视制作方是电视弥补自己短板的不二法门；③不久的将来，衡量电视综艺黄金IP的重要标准可能就是是否在网络中获得巨大流量。

（作者单位：湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司）

编辑/肖清



## 自媒体的品牌传播： 以《罗辑思维》为例

/王燕

随着社会的发展，网络媒体技术的革新，人们的生活节奏不断加快，功利和消费主义甚嚣尘上，人们很难静下心来读一本书。在各种媒体充斥市场的环境下，人们的注意力成为稀缺资源，媒体想赢得忠实的受众，获得传播效益和传播价值是非常艰难的，尤其是作为读书节目。2012年12月21日上线的视频节目《罗辑思维》扮演了“大家身边的读书人”的角色，主持人罗振宇是知识的中间人，他首先筛选、消化知识，再将受众需要的“书香”经由易于理解的方式进行传递。同时，《罗辑思维》并没有陷入以往读书节目的困境，而是以自媒体的身份活跃在微博、微信、优酷视频等多种媒体平台，通过积极互

动、发展社群经济取得了良好的业绩。几年来，《罗辑思维》发展成为最具代表性的自媒体品牌，形成了自身的品牌特色和传播模式。本文以传播学理论为主线，从媒介生产、文本内容和传播受众三方面展开研究，解析其成功之道。

### 一、媒介生产：把握时代脉搏 创新传播机制

麦克卢汉曾指出，媒介即信息。“新媒介的出现以传播意义最大化及舆论指引改变着人们的传统生活习惯，并打破社会传统的沟通和交流的模式。”我们正处于知识爆炸的互联网时代，传播内容、受众群体和传播模式都变得碎片化，传统的大众传播

模式不再能满足受众的多元化需求。于是随着移动终端的普及，媒介互动融合的推进，传播平台逐渐多样化，各媒体产业以此为契机搭建全新的自媒体平台。自媒体强调的是“普通大众如何提供与分享他们本身”，自由的表达是受众在新时期对媒体的更高要求。

《罗辑思维》精准把握了时代的脉搏，在此背景下践行互联网思维，打破传统媒体的话语垄断，从多方面迎合受众的需求，利用独特的优势打造自媒体品牌。从媒介生产来进行考察，不难发现《罗辑思维》背后优秀的制作团队和别具特色的传播机制。

1. “死磕自己，愉悦大家”：精良的制作团队

作为一档脱口秀节目,《罗辑思维》的主持人是节目的灵魂。罗振宇是资深电视人,他曾担任过央视《对话》《经济与法》《商务电视》等栏目的制片人,腾讯、京东等公司的总顾问,拥有丰富的从业经验,在传媒业界具有一定的知名度和影响力。罗振宇对观众具有权威性和说服力,这是读书节目生命力的保证。他凭借“一颗肥沃的大脑”成为大家幽默的“疯狂书童”,坚持“死磕自己,愉悦大家”,使博学、跳脱的“罗胖”形象深入人心,赋予媒体独特的人格魅力,这也成为其价值的基点。此外,NTA创新传播机构创始人申音的加入使小团队得以形成。申音称自己是“理性的趣味主义者,社会化媒体猛士”,两人一拍即合,一个负责主要内容生产,一个负责运营团队的管理。由罗振宇和申音领导的制作团队,兼具自由性、凝聚力、走在时代前沿的创新力,这源自“U盘化”生存思维——“自带信息,不装系统,随时插拔,自由协作”。

2. “全媒体、全平台、全方位”:高效的传播机制

第一,互联网思维下的“微传播”。在互联网时代,人们的理念创新要符合互联网的发展逻辑。与《罗辑思维》视频节目同时上线的微信公众平台,是一种“微传播”形态,是向“微受众”群体传播“微内容”的运作模式。近年来,移动互联网技术迅猛发展,社会化媒体如雨后春笋般

出现。微信是移动终端上的社会化媒体,以独特的传播优势收获了庞大的受众群体。“微信实现了现实与虚拟世界的无缝对接,使移动终端成为新的社交节点。”《罗辑思维》的微信公众号具有“匹配”的精准度和良好的用户粘性,它以订阅方式向用户传播感兴趣的内容,同时可以群发信息并进行一对一的用户反馈,不断优化传播效果。

第二,媒体形态和传播渠道的多样化。《罗辑思维》从自媒体平台起步,发展为知识社群的运营者,其产品遍及线上线下的各个传播领域。不同于传统媒体在信息流动过程中的形态单一,《罗辑思维》不是简单地依托于优酷视频,它在传播时集文字、视频、广播、手机等多种媒体形式于一体,同时经由微博、微信、优酷、图书等传播渠道,充分利用多样化的传播平台,打造全媒体的传播机制,最大限度地扩大传播范围,普及更多的受众。

第三,全方位打造社群经济。社群经济是以组织为基础的传播模式,是由社交媒体连接而成的“虚拟社群”所建构的价值链。社群组织是打开自媒体商业之门的重要钥匙,即“通过互联网的力量,聚合起一群志趣相投的陌生人,在沟通、分享与协作中,完成新的价值创造”。《罗辑思维》强调去中心、去组织,媒体以用户为中心建立有效的链接,通过会员制、“发罗利”等方式聚集忠实的受众群体,同时达到了广告效

应和口碑效应,创造了新的发展机遇和空间。

## 二、文本内容:依托自媒体 传递网络书香

总体而言,《罗辑思维》的文本主要分为两种类型,一是网络视频,二是微信公众平台。自媒体虽然注重传播方式的革新,“内容为王”依旧是其长期遵循的文本制作理念。无论从形式结构、主题内容还是语言风格上看,《罗辑思维》的文本都具有鲜明的特色,体现出“有种,有料,有趣”的节目定位。作为以读书为核心内容的自媒体,《罗辑思维》发挥了传递知识、蔓延“书香”的作用。

### 1. “有种”:自成一派的形式结构

《罗辑思维》优酷视频是网络脱口秀节目,制作成本低,可操作性强。罗振宇融合自身的阅历、性格来做书评,幽默风趣而又不失智慧思辨,使节目自由、活泼而有张力。视频播出多期后形成一定的结构模式,分三大板块:时长30秒的开头,围绕主题展开的内容主体,穿插其后的推荐图书。节目最常用的逻辑结构是三段式结构,第一段正说,第二段反说,第三段闲说,较强的逻辑性吸引观众层层追踪,持续关注。微信则以每天早上6点半严格的60秒语音为典型,这种仪式感刻画了文本的结构,同时也表现出对用户的尊重。严谨而独特的结构正是媒体“死磕”态度的

体现。

2. “有料”：敏感话题，纯粹品质

《罗辑思维》的题材内容涉猎广泛，包括历史、社会热点、人文、教育、技术等方面。罗振宇曾表示节目的选题没有特定的范围，但两年来的节目选题是有规律可循的。稍加整合就能发现其主要特点：一是立足当下，贴近时事热点，如“反腐”、“地沟油”；二是选题新颖，吸引眼球，如“杀死上帝的达尔文”、“剩女照亮未来”、“女神是怎样炼成的”。颇具敏感度的话题能激起观众的兴趣，同时能引发知识性的思考，拓展人们的思维和远见，具有启发意义，符合读书节目的高品质要求。

3. “有趣”：生产者式文本

不同于“读者式”文本内容的单向传播、“作者式”文本的意义建构，生产者式文本更具开放性和自由性，受众不需要接受媒体的价值观念，可以自由徜徉在主流意识形态中，也不需要参与文本的建构，可以自由理解。《罗辑思维》展现浅白的东西，留下思考和想象的空间，让读者以个人的社会体验建立与文本的关联，从而产生丰富多彩的意义，这一过程是妙趣横生的。结合罗振宇的讲述和个人的真实体验，观众很容易明白其中的道理。

三、传播受众：明确受众定位 切入社群需求

在受众细分的时代，一个媒体也许不必满足所有人的要求，但要抓住自己的受众需求。《罗辑思维》有着明确的受众定位，并一直力求从各个方面迎合受众的需求。媒体的互动融合使得受众参与传播的能力增强，表现出主观性和能动性，双向传播更为常见。《罗辑思维》抓住机遇，在受众与媒体之间搭建起互利共赢的桥梁，通过粘合的受众深入社群内部，发展社群经济，实现媒体的经济效益和传播价值。

1. 从内容定位到受众定位

《罗辑思维》从创办之初就将自己定位为大众“身边的读书人”，读书节目自然是面向有知识需求的群体。从某种程度上说，节目内容的定位无形中定位了自己的受众群体。首先，《罗辑思维》脱胎于互联网，注重互联网对社会生活带来的变化，比如大组织的没落和小共同体的形成，这符合80、90后网络依存度高的年轻人的需求。其次，节目是知识性的读书内容，题材涉及历史、政治、文化等较高层面，不同于通俗文化，其受众是有知识的青年，受过良好的教育并有一定的人生理想和追求。再者，《罗辑思维》主张自由精神和独立意识，鼓励外出奋斗的年轻人坚定信念、勇往直前，节目适当解决他们在生活中遇到的问题，发挥安抚人心的功能。从这些层面来看，《罗辑思维》始终以受众为核心，竭力打造满足受众需求的媒体品牌。

2. 引爆社群，提高效益

罗振宇曾说：“《罗辑思维》真正要做的是一场小众的狂欢，建设一个在求知路上彼此策励的知识社群。”《罗辑思维》并没有追求受众的全面覆盖，而是致力于在小众群体的心目中树立品牌。如果以《罗辑思维》为纽带，沿此扩展出去的群体就是一个社群，社群在传播中的力量是巨大的。《罗辑思维》的成功还在于对社群的利用，通过线上、线下多种方式的互动交流增强与受众的亲密度，捍卫“铁杆粉丝”。这个群体不仅能带来经济效益（会员费），更以创造者和传输者的身份为媒体提供丰富的后备资源，提出建议或直接作为内容生产。

总之，受众与媒体之间的关系是双向互动的，媒体迎合受众的需要，受众影响媒体的内容生产，明确的受众定位是媒体发展的方向。《罗辑思维》赢得大批忠实的受众正是因为它以受众为中心，从内容生产、传播机制上严格要求自己。

《罗辑思维》开辟了自媒体产业发展的新路径，打造了独具特色的产业品牌，以高度的创新力推动信息时代思维革命的新浪潮。《罗辑思维》以自媒体的方式做读书节目，既走在媒介技术的前沿，又保持思想内容的品质，它的成功无疑给自媒体和读书节目的发展提供了优秀的范本。

（作者单位：湖南广播电视台都市频道）

编辑/曾致



## 昔日播音钩沉

/袁有芳

### 铭记

1949年10月下旬，从北京南下到长沙后两个月，我从长沙市人民政府秘书处被调至长沙人民广播电台（湖南台前身）任播音员。在一次与台长高岳森闲谈时，我说自己不想当播音员。因为解放前，我听到敌台的“播音小姐”是靡靡之音，很肉麻。高台长严正地告诉我：人民广播的播音员是党和人民的喉舌，记住自己的职责，播出的声音就是健康的。就是在这次谈话中，我第一次知道了陕北新华广播电台播音员丁一岚的名字，还有中央台著名男播音员齐越的事迹。他们成为我以后播音生涯中的楷模，他们不愧为做党和人民的喉舌，从此，我坚定了信念。

### 认真锤炼

经过组织挑选来自五湖四海的几个年轻人，在台领导的指导下，每天进行播音业务训练，用不同的语言风格播读不同体裁的作品。报纸上的社论、中外著名小说片段、诗歌等等，都是我们必备的训练素材。我们练习

用不同的语言表现各类人物，相互切磋、领导审听，并给予指点。

昔日工作条件艰苦，我们用来学习的唯一渠道就是收听中央台的播音，这是每天的必修课。久而久之，我们对齐越、夏青、林田等中央台播音员的姓名、语言特点都非常熟悉，从模仿中积累自己的业务技能。

### 生动的练声

台领导为了让播音员保护嗓子，每天清晨发给我们一个生鸡蛋。真难喝！好腥！但是大家都是硬着头皮喝下去，工作需要嘛！

电台不知从什么地方弄了一台旧钢琴，让文艺组负责文艺编播的陈兆云同志指导我们练声。她用音乐专科学校的教学法严格要求我们，使我们几个播音员获益匪浅。

播音员每天唱歌，是业务训练的重要内容。我们相聚在一起，学唱中外歌曲，力求发音宏润，字正腔圆。

### 艰苦并快乐着

湖南台建台初期，设备简陋，困难重重，但上下无一人叫苦。我们

工作人员少，凑起来只有二十几人。我们不定期地举行娱乐活动，没有那么多桌椅，在一个大播音室的地毯上席地而坐，每人献出一个节目，播音员的节目往往是最受欢迎的。我们唱歌、跳舞，根据不同的条件，有的播音员在“歌曲教唱”的节目中担任教学老师，深受听众欢迎。

### 不能忘却的记忆

经过两个多月各方面的筹备，1949年11月7日——苏联十月社会主义革命纪念日，电台开播。是日清晨，迎着朝阳，我通过波长和周率，告诉全省人民“湖南人民广播电台开播了！”我兴奋、紧张。当时任湘西地委书记的周小舟赞赏地说“好得很！正牌子的北京话！”据收集，当天长沙市内各高音喇叭下不少人驻足收听这一喜讯。从此，湖南人民有了自己的广播电台。

（作者系湖南人民广播电台第一任播音员，现为中联重科离休干部）

编辑/曾致

# 论电视新闻播音主持语言的庄重性

/李凌



中国拥有五千年历史文化，语言文化十分丰富，随着时代的发展，人们的思维方式与表达方式也大有改变，随之语言的个性化与表达方式的多样化也影响着广播电视播音主持发展方向。电视新闻播音面对广大受众，向他们传递新闻信息，播音员主持人语言的庄重性对新闻内容传播的公信力有着接受信息、价值导向的影响。

## 一、电视新闻播音主持语言的庄重性

语言，我们最浅显的理解就是交流与沟通，是人们表达思想感情的工具。电视新闻播音主持工作，首先是客观、准确地向受众传递新近发生的新闻事件，再是传递正能量，批判假丑恶的手段之一。因此，需要新闻播音主持语言具有一定的庄重性，需要

播音员主持人准确把握播音主持基调，在此基础上有效地进行信息传递。例如：我们熟知的中央电视台《新闻联播》主播海霞就是在深入理解稿件，把握新闻播音庄重性基调的基础上，准确把握不同新闻内容播报的情感“分寸”，实现了新闻客观播报的情感“藏而不露”，民生新闻播报“心中有情，目中有人”。具体体现在字正腔圆、节奏流畅，细腻处理句子的语气语调、眼神交流“真诚”“可信”，副语言（体态语）得体大方；海霞还将当年的《海霞播报》与

传统的《新闻联播》有机结合，走出了“播说结合”《新闻联播》独特的播音风格，极具亲和力真正达到“贴近时代、贴近生活、贴近群众”的传播目的，也成为电视新闻播音新的发展方向。

## 二、播音主持语言庄重性缺失的表现

随着经济的发展和人们快节奏的生活方式，条件也在逐步地提升，这个时候，许多人更喜爱一种自由随意



的娱乐方式，正是因为看到了人们的这种需求，因此，有的新闻节目“另辟蹊径”“创新”节目定位，播音员节目主持人淡化了传统庄重的语言表达基调的感觉，追求所谓“风趣幽默”“戏说新闻”的语言表达方式、低俗化播报风格，讽刺的含义，具体表现在播音员主持人的语言规范、服装造型、体态语（表情）的夸张等“分寸”把握的缺失，严重影响了人们对新闻价值的判断力；也有些电视新闻播音员主持人庄重性表现为庄重有余，死气沉沉，缺乏亲和力等等。

### 三、播音主持语言庄重性缺失的原因

#### 1、电视新闻播音主持人的素质问题

一直以来，新闻播音主持人的选拔需要经过严格的选拔过程，要求参选人员必须要具备良好的政治思想素质和职业道德修养，同时要具备丰厚的知识基础，要有较强的语言表达能力，但目前，有些新闻节目选拔人才以风格幽默、不拘一格为标准，形象素质较差、语言低俗的人在低标准的要求下也都纷纷加入了此行列，他们没有经过严格的业务培训，只是按照自己的风格来主持节目，所以在很多时候我们感觉其毫无庄重性可言。

#### 2、2时代发展与节目定位意识的变化

电视新闻播音实质上都是新闻工作的重要组成部分，我们最熟知的央

视《新闻联播》或省、市（县）的新闻类节目都是代表了国家及政府、百姓民生的声音，具有很强的时效性和导向性。以前我们对于播音这一类的看法就是照着写好的稿件读读念念就行，可是随着时代的发展，人们对于文化物质方面的要求越来越高，广播电视节目必须拥有新颖的题材、独特的播报主持风格，才能吸引更多的受众，所以出现了追求市场、用户、广告、节目主持个性化等效益，甚至淡化新闻传播、语言表达的规律性，以致出现新闻播音主持风格的偏差、失去了民众的公信力。文化遗产。

### 四、解决播音主持语言庄重性缺失的对策

#### 1、传播知识，让更多人了解坚持新闻传播与语言表达的基本规律

现在的主持类节目之所以缺失了其庄重性，很大一个原因是因为他们没有真正了解庄重性的含义和重要性，我们不能只是一味地去迎合部分人的喜好。我们也该为社会为我们的国家做一些事，我们要坚守新闻传播、语言表达的基本原则，要从时代发展及新闻稿件内容出发，要在电视新闻播音主持语言庄重性的基础上找到“贴近时代、贴近生活、贴近群众”的播报方式，把握播报“分寸”，我们可以在此基础上加以修改可是我们不能把它完全抛弃，所以我们必须理解它的重要性。

#### 2、严格选拔专业人才，体现其专

业水准

深受广大观众喜爱的央视《新闻联播》节目主播李瑞英、海霞、李修平、王宁、康辉等毕业于专业院校，经过层层筛选与考核，他们代表的不仅仅是自己的形象，更是国家形象；他们的业务水准还肩负着《中华人民共和国宪法》第19条规定：国家推广全国通用的普通话，《中华人民共和国广播电视管理条例》第36条规定：广播电台、电视台应当使用规范的语言文字，广播电台，电视台应当推广全国通用的普通话，国家广电总局《国广播电视播音员主持人职业道德准则》标准的执行与水准的体现。甚至，我们看到他们的着装方面的要求虽说没有以前那么严格，但是也必须是衣着整齐端庄，不要太彰显个性创新。当然彰显本民族的民族特色，穿着本民族服装主持节目也是可以的。

我们中华民族是一个大家庭，我们有许许多多的语言种类，但是普通话是我们的通用语言，不是我们对其他语言的不重视，而这正是我们对于语言文化的一种该有的庄重性，广播电视播音员主持人不像是别的行业，对内它向我们传递新闻信息，对外它所代表的是国家、政府、民族形象，所以它必须坚持语言的庄重性。

（作者系湖南大众传媒学院影视艺术学院院长、教授）

编辑/曾致



## 传播群众文化 舞动百姓梦想

——2015欢乐潇湘 群舞飞扬湖南省全民广场舞总决赛直播综述 /邓丽萍



2015年12月6日周六中午1点30分，“2015欢乐潇湘 群舞飞扬湖南省全民第五届广场舞总决赛”在美丽的常德白马湖拉开帷幕。湖南都市派出强大的制作团队和主持阵容，动用最先进的高清设备进行了全程现场直播，尽管场面恢弘，参与人数众多，整个直播流程顺畅，节奏明快，一气呵成，直播收视率稳居同时段湖南和长沙两个市场第一。本届大赛年度总冠军由怀化沅陵县老年大学广场舞队获得，她们的一曲瑶族舞蹈《辰州傩韵》颇具特色，获得亚军的3个队伍是永州市蓝山县文化馆舞蹈队、张家

界市吉首大学张家界学院广场舞队、衡阳市祁东县文化志愿者舞蹈队，其余的12支队伍参赛队伍获得季军，常德市和怀化市获得最佳舞动城市。

### 一、水上舞台 实景演出

“2015欢乐潇湘 群舞飞扬湖南省全民第五届广场舞总决赛”举办场地独具特色，举办方巧妙地在常德白马湖畔搭建起一座水上舞台，背景有宽阔湖水、如黛青山，音乐飘扬在广场上空，身着彩色服装的广场舞者在青山和绿水之间翩翩起舞，喷泉随音

## 屏前幕后

乐节奏与台上舞者一起舞动，如同一场美妙的大型实景广场舞盛会，堪称史上最美山水广场舞。

### 二、场面恢弘 气势磅礴

湖南省全民广场舞大赛是全省参与人数最多、规模最大的群众文化活动。由于省委宣传部、省文明办、省文化厅、省体育局、省文联等组成的主办方大力推进，这一活动五年来蓬勃发展。本届大赛设置南北派系5个片区，总决赛中全省14个市州层层遴选的16支队伍轮番上阵，总决赛展示了活动的显著成效。并邀请了一些特色舞者助阵添彩，比赛采用打分攻擂赛制，悬念迭出。参赛队各具特色，不仅展示了各自独特的舞蹈之美，而且传播了当地的民俗文化，大赛开场“万人齐跳”一曲常德地方丝弦改编的广场舞神曲《常德是个好地方》，将活动拉开序幕，本届大赛开场以南北神曲擂台的表演形式，将广场舞分为南北派系5个片区，充分表现了5年来广场舞的蓬勃发展。

这次参赛的队伍都是经过14市州的层层选拔的舞王队伍，有3支队伍是分别来自3个特色专场的舞王队伍。2015湖南省全民广场舞总决赛，有效宣传和助推全省的群众文化活动。全省广场舞大赛至今已举办5届。本届大赛以南北神曲擂台的表演方式开场，将广场舞分为南北派系5个片区，充分体现5年来全省广场舞的广泛普及。通过直播决赛，无疑会助推全省的广场舞更加升温，并进而带动“欢乐潇湘”群众文化活动的蓬勃开展。

### 三、内容丰富 特色浓郁

承办方邀请来自四川南充的广场舞小王子郑学智，年仅五岁的他用丰富的广场舞舞步和表情再次萌动了全场和电视机前观众的心，来自常德的十对祖孙拍档在现场和郑学智一起跳《健康歌》和《倍儿爽》，祖孙互动表达浓郁亲情，嗨爆全场。由外国友人组成的广场舞队伍会跳一首极富中国风格的《中国范儿》，带动全场气氛，伴随着中国广场舞走向国际的步伐，现场观众的自豪和幸福油然而生。怀化沅陵县老年大学广场舞队表演的瑶族舞蹈《辰州傩韵》，便运用了当地的特色锣鼓乐，结合广场特色的瑶族舞蹈，对古老的传统傩文化进行了生动诠释。通过电视直播，观众目睹了各参赛队的风采。来自湘西自治州吉首市职业中等专业学校广场舞队，他们这次参赛的《动感湘西》是民族舞蹈与现代健身舞的有机结合。湘西永顺的县直机关广场舞队，他们参赛的舞曲是土家族原创出征军阵广场舞，为了让人们了解湖南省第一个世界文化遗产老司城遗址，了解土家族的历史。大赛东道主派出的常德市皇木关社区快乐健身广场舞队，她们是一支由社区居民自发组织的健身队伍，年龄层涵盖了50至90后。队伍中有姐妹、有妯娌、有母女等。队员们希望在这次比赛中通过舞蹈表达出队伍的奋力拼搏与勇往向前的精神，参赛的舞曲是《向前冲》。长沙市轨道交通集团有限公司广场舞队，参赛曲目是原创广场舞《放飞梦想》，这支舞是结合行业自身特点进行创编，展示了轨道人敢于担当、服务民众的风采，特点是动感旋律，充

满活力，展示年轻一代的轨道人开拓进取的精神。他们是披星戴月常年奋斗在星城脚下的“地下工作者”，他们是默默付出为乘客提供优质服务的“一线地铁人”，他们是长沙飞速发展“地铁时代”的开拓者和创造者，他们用一段《放飞梦想》的原创广场舞表演向大家展示了新一代长沙地铁人的昂扬风采！

### 四、悬念迭出 赛制新颖

此次比赛的赛制颇具特色，采取打分攻擂赛制，最先出场的3支舞王，由省内业界5名专家组成的评委当场打分评出一名擂主。然后由另外13支舞王依次上场攻擂，胜者成为新擂主，守擂到最后的队伍则是本届总冠军。这一赛制，使现场比赛气氛更加热烈，竞争更为激烈。5名评委轮流当场点评，也让场上参赛者和场外观赏者兴趣盎然。擂主台由现场最高分的队伍坚守，每个队伍都有攻擂的资格，全程比赛悬念迭出，惊险不断，虽然每个参赛队伍全场只需要跳一支舞曲，但是悬念到全场比赛的最后才能揭晓。守擂到最后队伍的则是本届总冠军。大赛评委聘请了省内业界顶级专家评委：国家一级作曲，湖南省文联副主席、省音乐家协会副主席邓东源；湖南省群艺馆副馆长、省舞协副主席向美华；中国舞蹈家协会研究员、省群艺馆活动部主任周固坚，中国体育舞蹈联合会副主任、湖南省国标舞总会主席黎适中，著名戏曲表演艺术家、国家一级演员刘赵黔。

（作者单位：湖南广播电视台都市频道）

编辑/曾致



## 爱，如影随形 /梁艺

湖南广播电视台周石星副总编辑送给我一本诗集《借我百年醉一回》，翻开书的扉页，是四个温暖的大字——“最爱是你”。那么，是怎样的一种“爱”，让他会有如此热情的表达呢？在书中，我找到了答案。作为一个普通的读者，我尽可能细心地品味周总每一首诗中蕴藏的意味，否则，就好像觉得辜负了他。好在，周总的诗是鲜活的，易懂的。在诗中，我感受到了他的这种爱，那是无处不在的，对父母，对友人，对山川，对四季，对故乡，对年华，对天地，对尘埃，对世间万物，博大的，深切的爱。在书的第209页，我很意外地

读到一首《我会》，那是周总看完我的拙作《阳光梁艺》后特别为我而写的：

“我会把每一根小草  
当成可以依靠的大树  
我也会把每一棵大树  
当成需要呵护的小草

我会把每一滴流萤  
当做照亮宇宙的恒星  
我也会把每一颗恒星  
当成装点黑暗的流萤”

我想，通过这首诗，我了解了周总眼中我真实的自己，而通过这本诗集，我更了解了真实的周总。

周总爱写诗，听起来好像有些复古，但周总并不是一个古板的人，他甚至还有一些时髦。比如，爱玩微博，爱写微信。我和周总互为粉丝已经很久了，于是，我在微博上经常@周总，表示急切地想读到周总的下一本诗集。

这一天没有让我等太久，可以说，得知周总真的要出第二本诗集的消息，我并不讶异，真正让我讶异的，是周总对我的邀约，让我为他的新书作序。接到电话的那一刻，我一下子懵了，如果用一个成语形容我当时的心情，不是“受宠若惊”，而是“如坐针毡”，因为压力真的很大。了解我的人都知道

## 屏前幕后

道，周总是我非常敬重的老领导，也是我生命中极其重要的一个人。从2001年他将我纳入湖南电视台都市频道，给我一个施展抱负的舞台，到后来我突遭疾病跌入命运的谷底，他带领同事为我鼓励加油，直到今天我能够坦然面对生活，这一路走来我从未离开过他的帮助。在我历经磨难的十年间，在我人生最迷茫的时刻，是他，为我拨云见日，也是他，为我洗净尘埃，再次为我的人生扬帆起航。他所给予我的，其实早已超越他所能给我的。且不说老领导的新书让一个下属晚辈写序尚无先例可循，单说这厚重的情分，就不是三言两语所能概括的，因为情太深，反而越难抒写了。可转念一想，借着这么一个特殊的机缘，表达内心对周总的敬意与感激，这不是我一直以来的夙愿么？如此一来，我又觉得怎样的表述都是那么的自然和亲切了。

原定的主持人选突遭变动，情急之下，周总不顾风言将主持重任交付给我，一个没有任何经验的新人，我想，如果不是他笃定信任的目光，我或许不会有勇气站上偌大的舞台，也无法在坦然自若中赢得观众的认可。晚会成功落幕，当媒体将“当家花旦”的美誉赋予我时，我似乎看到，一条星光大道正在眼前徐徐展开……

人生的无常，在于它总暗藏着不可预知的涌流，而且总是悲喜交替。就在我对星途满怀憧憬之时，包括周总在内的所有人都未曾料到的，一场毫无征兆的疾病在瞬间夺走了我的健康，我从脖子以下失去知觉，全身无法动弹，躺在医院命悬一线。

那场给我带来毁灭性打击的灾难，时至今日，我都不愿再过多回忆，甚至不愿提及，但病榻上有一幕情景，在多年过去，我仍把它视为生命中的至爱和珍宝，它清晰地藏于我的记忆深处，始终不曾泯灭。

那是在我病初，有一天，周总来医院探望，刚经历过劫难的我，一看到领导，就像见了亲人，抑制不住情绪，泪水决堤而下，这时，周总神色凝重，他缓缓走近床沿，微俯下身子，一只手握在我没有知觉的手背上，另一只宽厚的大手则为我轻轻拂去脸上的泪滴，就这样静静地望着我，无声，却超越一切言辞，我读懂了他眼底的抚慰：“别怕！我们和你在一起！”。

如今，距离那一切已经过去十多年。对我来说，最珍贵的，是这么多年来一直有周总的爱陪伴同行，最遗憾的，是与周总共事的时间实在太短暂，我多么希望更深地走进他的内心，更多地倾听他的心

迹。

多年后读到周总的诗作，我才了解到他原来也经历过人生的起落、体悟过人情的冷暖，也曾为世态炎凉沮丧、失落，甚至绝望过，在奋斗求索的日子里有过挫折、磨难。在我眼中，他又是一个对生活充满诗情画意、对理想怀抱满腔热情、对苦难保有深切怜悯的人。他情深意重，也乐善好施。我真希望有一天，以他淡然超脱、不争名利的心性，以他近乎天才般的思想，去做一个真正的学者，在尘嚣之上，守望一方净土。

周总的第一本诗集《借我百年醉一回》出版后，他在网上进行了很长一段时间的义务，所得收入全部捐献给芒果V基金农村少儿大病医保公益项目。

周总的这本诗集里有一首《影子》：“无论你朝向哪一个方位，孩子，我将作为你的影子，与你在一起。在你的身前，在你的身后；在你的左手，在你的右手。不要恐惧这影子是一种黑暗的存在，而要欣悦这影子是一种光明的告白。”

我尤为喜爱，也深有共鸣。

其实，他自己就是一道光，而我们也愿意如他所言，“请带着你的影子，与光明在一起。”

（作者单位：湖南公共频道）

编辑/曾致



编者按：2016年2月1日，由湖南广播电视台都市频道“最佳创新力”栏目《都市晚间》发起，湖南省文明办指导，湖南都市频道、快乐老人报联合主办的“2015湖南十大孝行人物”评选颁奖典礼圆满结束，这是湖南首次由媒体发起孝行评选活动。来自湖南各地的孝行典型赵远清、王心悦等“十大孝行人物”走上电视荧屏，讲述自己个尊老、爱老、敬老、养老的好故事。他们中有家庭主妇、缝纫工人、保安，也有老师、学生、社区专干和企业老板，最长者83岁，最小的才11岁。湖南省委宣传部副部长、文明办主任刘进能参加颁奖仪式，并为获奖者颁奖。

## 孝心故事，满满都是感动

——湖南都市频道“2015湖南十大孝行人物”评选活动侧记 /劲风

### 大爱无疆

贺晓英，桑植人。她放弃当地安稳舒适的工作，毅然选择了桑植洪家关光荣院，这一干便是30个春秋。30年里，她把自己人生最美丽的年华留给了121位老人，让他们得以安度晚年。而年过半百的她，既当院长，又当护理、厨师、小工，至今还是一名合同工。演绎大爱的还有颜平娇，与前夫离婚后她没有忘记“前婆婆”。得知“前婆婆”独居生活艰苦，北漂做缝纫工的她，宁可住在昏暗的地下室，每月也要省下大半收入寄给老人。她再婚时对另一半的要求就是有孝心。5年前她做了一个决定，在前夫过世后将“前婆婆”接到家中，细心照顾。

### 知恩图报

滴水之恩当以涌泉相报，15岁的赵远清就是这样做的。15年前，被亲生父母抛弃的她来到了养父母家。还未来得及享受温暖，养父和爷爷却因病离去。奶奶年事已高，她用稚嫩的肩膀扛起生活重担，包揽了大部分家务活，精心照顾奶奶的饮食起居。她除了看书就是干活，小手长出了厚厚一层茧。如今，她骨瘦如柴的身躯上，双肩留下的

是担竹贩卖勒下的深痕。

岳志强，一名保安，20年前，与妻子从宁乡来长沙务工，在湖南农大担任保安的他，只因受到居住在家旁的一个黄姓老人的施药之恩，18年来，他把黄姓老人当亲妈般伺候。为了照顾好这位老年痴呆的“母亲”，他的妻子辞去工作，在家做起全职保姆，而他在保卫校园安全的同时，沧桑的背影扛起一个满满的家。

### 孝顺家人

谁说久病床前无孝子？汨罗86岁的周太祥和老伴廖凤仙却深感老有所依的幸福——子女一直陪在身边。为了照顾好父母，周吉良兄弟姐妹7人实施24小时“轮班制度”。他们有个共同信念：“父母在，我们子女才有家的感觉。”

99岁的父亲因腿疾而瘫痪在床，戴清海他自学中医知识帮父亲治病，每天采药、熬药、按摩，老父亲竟奇迹般康复。如今83岁的他仍在坚持。

能让9旬高龄母亲幸福，是廖能明一生最大的追求。母亲中风偏瘫10余年，他其量身定做了一辆“孝心电动车”，无论母亲去哪，他都陪伴左右。

还有带着母亲去厂里上班的邓

孟玲，从父亲手中接过孝行“接力棒”，照顾90岁的爷爷的冯树奇，哪怕被爷爷揍得伤痕累累，他依然笑脸相迎。

11岁的王心悦本应拥有无忧无虑的童年，但两年前父亲因车祸全身瘫痪，母亲弃家离开。她挺起瘦弱的身躯，照顾卧床的父亲，拉扯着弟弟。

### 观众感动得哭

深深感动人们的远远不止这10个人。2013年8月，湖南广播电视台都市频道《都市晚间》栏目组开办《百善孝为先》电视专栏，以走基层的纪实手法，拍摄记录了800多个平凡而又动人的孝行故事，每晚在《都市晚间》栏目头条新闻播出，影响深远。频道总监罗迎春说：“《百善孝为先》只是一个开始，我们弘扬核心价值观的路还很长。我们要不断创新，通过典型示范，激发人们爱岗爱家、敬业奉献、奋发有为的工作热情，在全社会形成尊老、敬老、爱老、助老的良好道德风尚。”

（作者单位：湖南广播电视台都市频道）

编辑/曾致



## 等，下一季花开

谭检

2015年11月，我们一行几个记者来到常德市桃花源区一个贫困家庭做采访。由于地方比较偏僻，无法进车，小玲的老师介绍远处那个破旧的木房就是小玲的家。踏进门的一刹那，我被眼前的这一幕惊呆了，破旧的瓦房，屋顶上的瓦东一块、西一块，好一块、坏一块，家里破破烂烂。正值湿冷的冬天而采访当天刚好下雨，屋子里的每一个角落都透着阵阵冷风，屋外下大雨、屋里下小雨，室内到处都是接水的盆子、桶子，时不时散发出一股霉味。小玲的邻居介绍如果是刮风下雨他们全家人只能挤在不到2个平方的粮仓里面。放眼望去没有任何一件可以称得上是“家具”的物品，床是我年龄还大的老式木板床，床上放着薄薄的被子，床顶部用塑料薄膜在“接雨”。为什么不把它移到不漏雨的地方呢？因为本来就小的房子里没有一块床这么大

的地方是不漏雨的。还没等我们仔细打量，从屋里就走出了一个很瘦很瘦的小姑娘，跟在她后面的是两个老人。小姑娘很懂事，跟我们打招呼后，连忙请我们坐下。通过交谈我们了解到姑娘名叫刘小玲，今年14岁，上初中。坐在她旁边的是她64岁的爸爸，和50多岁的妈妈。爸爸已经丧失了劳动能力，妈妈是先天的智障，家里的家务活由小玲承担，家里唯一值钱的是一个小号的电饭煲，还是志愿者给送来的。像这么冷的天他们只能睡在放谷子的粮仓里面来御寒。

听到这里我不由心里一颤，小玲是一个很懂事的孩子，不会因家境而去抱怨什么，而是对未来充满憧憬，她的举动确实打动了我们在场的每一位，让我们没有理由不去帮助她。老师在旁边告诉我们好心人给小玲捐2000多块钱，但是她从来没有动过，她讲要把那些叔叔阿

姨哥哥姐姐捐的钱给爸爸修房子，从她的眼神我看到了她对爸妈的爱。采访完在回来的路上我一直考虑如何帮她把房子修好，让小玲安心完成学业。其实小玲的情况跟我小时候很像，家里父母过的早，家境贫寒，年迈的爷爷奶奶带着我。我之所以能够有今天，完全是一个跟我没有任何血缘关系的媒体人一直帮助我，才让我能够顺利完成学业，并且从事记者这个特殊的职业。想到这些我没有理由不去帮助她，我相信人间自有真情在。我用微信的方式披露了小玲的困境与无助，不到一个星期频道还有社会人士捐款就有3万多，为小玲家里改善了住房的问题。

其实我们每天都在记录着多彩的生活，发现着社会的良心，我们用镜头进行爱心传递与责任坚守。

（作者单位：湖南广播电视台都市频道）

编辑/曾致

## 谢谢你让我来到你身边 /董婧

每天清晨，我坐在线索机前，内心总会有些担忧，今天，我将面对怎样的采访对象呢？他会不会是一位工人，一身蓝色的油漆粉冲上来就给摄像两拳；他会不会是一位丈夫，表情和缓的从车里拿出一把这么长的柴刀凶神恶煞的砍向他的妻子；也许他是一位农民工，带着工伤撑着拐杖被数十个不明身份的男子打出负责人办公室；甚至是一位老板，端起一杯热茶送到嘴边突然反手泼向前来讨薪的员工。这些不是我臆想的画面，是我曾真实面对过的采访现场。

我是湖南省首档司法调解节目《都市调解室》的采编记者，也是唯一的采编记者。过去两年来，我曾不止一次的听到质疑的声音，甚至连我的大学老师都问我，你觉得你那个节目有用吗？

2014年，我接到这样一个求助，三个离职的女员工怎么都拿不到自己的工资。这三名刚毕业的女大学生，在过去的三个月里曾遭受过不同程度的职场性骚扰。离职的要求激怒了男上司，他试图用扣发工资的方法来为难和挽留她们。接到电话后我立即和当地雨花亭司法所的人民调解员一起来到公司上门调解。

我们向老板解释了欠薪公司可能面对的惩罚制度。但这位老板丝毫不为所动。调解员向我使了个眼色，我立马意会，放下了摄像机。

调解员对老板说：“老板，你也知道她们都市频道收视很高的，我刚刚看这个记者给几个女职工做了采访，她们都说你有性骚扰行为的。你想想看，你的名声真的只值她们几个人那点工资吗？”

下一个镜头，摄像机举起来，老板已经在对着工资单数钱了。走出公司，调解员对我说：“有些人啊，不怕你怎么软磨硬泡，就怕你们手里的话筒和摄像机，今天要不是带着你们，这个三个女孩子怕是真的要去劳动部门投诉了，但性骚扰啊，太难举证，维权成本非常高，她们小姑娘家家，还要承担外人的非议和白眼。”

我挺骄傲，我和我背后的都市频道，帮这三个小姑娘一起瞒住了被性骚扰的隐私，还帮她们讨到了工资。

调解员高昂的维权成本，是很多维权者面临的难题，以医疗纠纷为例，首先，需要做专业的司法鉴定，这个流程是三到六个月。鉴定结果出来之后去法院起诉，诉讼程序又需要三到六个月，也就是说，在最快的情况下，需要半年的时间，才能得到一个结果。正是这背后巨大的金钱和时间成本，让很多人望而生畏，随即采取哭闹、堵门等偏激的方法，试图迅速解决问题。而司法调解，用合法的途径缩短了问题协商的时间，极大降低了维权成本。每个街道都设有人民调

解室，让那些堵在门口哭闹的维权者们得以坐下来，好好说话。而我的工作，就是和每一位调解员一起，去关注遭遇问题的普通人的生活。

张阿姨的儿子在和妻子争吵时失手杀死了她。事发后他迅速后悔，立即自首，被派出所拘留等待公诉的审判。留下七旬年纪的张阿姨，和一个八个月大的孙子。张阿姨希望我们找到儿媳的娘家人，恳求对方出具一份谅解书，原谅儿子冲动的罪行，给小孙子在这个世上再留一个亲人。

而拨打我们热线的，是当地社区的一位普通专干，姓张，比我还小几个月。当时他和他的两位女同事一直陪着我们采访。那个男孩子就一直拿玩具做鬼脸，两个女孩子帮着张阿姨煮稀饭叠衣服。这是一个发生过凶杀案的房间，却因为这三位陌生人，而再次洋溢起家的温度。

来到死者父母家中时，死者父母对我们的调解要求十分抗拒。那位叔叔挥舞着拳头威胁我：“你再赶说一句话，我就要打你了。”那位阿姨直接冲上来红着眼指着我问：你居然替凶手来求情，你收了多少黑心钱？随后啪的一声锁上门，再也不愿出面。调解失败，小张对我说：董记者，太可惜了，能让她们看一眼这个孩子就好了，她们肯定会愿意谈谈的，这孩子长得

## 情怀也是力量

/江明亮

我是来自湘潭电视台的江明亮，今天，我想用身边的故事，跟大家讲述“情怀也是力量”，首先请允许我分享两段视频。

### 播放视频一 暗访：治超站无人

### 值班“唱空城计” 30秒（略）

解说：这段视频是我们电视问政记者，凌晨二点，暗访一个治超站拍摄到的画面。本来，我们是偷拍大货车，是否违规通过城区大桥的。凌晨一点左右，素材基本拍摄

到位了，但我们心中还有一个疑问未解，为什么这些看上去超载的大货车，如此明目张胆、肆无忌惮的违规通行。于是我们又驱车30多公里，暗访七里铺治超站，拍摄到了治超站晚上无人值班的短片。

跟他妈妈特别像。

我知道打动他们的任务得我去完成了，在那天的节目中，我详细解释了谅解书对法律量刑的限制影响，在稿子的结尾我写到：希望死者的父母在悲痛之外能够理解，所谓谅解书，并非让他们原谅女婿对女儿犯下的不可挽回的错误。而是从小孙子的角度出发，给孩子的父亲一次弥补的机会。

节目播出后，这三位社区工作人员独自前往女方父母家中，我不知道他们经历了怎样的艰难斡旋。因为我只收到了小张的一条短信，他说董记者，叔叔阿姨签下谅解书了，谢谢你的节目，她们说那孩子哭的时候右手会紧紧握拳，和女儿小时候一模一样。

是这三个素昧平生的年轻人，打动了死者的父母，是死者父母内心深处的善良，让这样一起令人心寒的冲动杀妻案背后，拥有了一个令人动容的结尾。这两位叔叔阿姨像我的很多当事人一样，有解不开的心结，有自己内心的盘算。但他们也有一颗温暖的心，需要外人的一点点开解，去发

现自己内心的善意。

我们每个人都有状态不太好的时候，我也一样。想家，生病，甚至是失恋，我的身体里充满了负能量。清晨坐在线索机前，一个个电话拨出去，正能量就会一点点回到我身上。过去两年，每当逢年过节，我接到的祝福短信几乎都是曾经的委托人发来的，都市调解室在过去两年时间共播出近七百期节目，现场成功率达百分之七十。也就是说，有四百多起争执，在我们介入的当下就得到了化解。

我再想到那位浑身涂满蓝色油漆粉的工人，冲突发生之后他尴尬极了不停地道歉；手握柴刀的丈夫，最后跪在妻子面前痛哭流涕说自己刚查出了肺病，他怕死更怕被妻子嫌弃；被打出门的农民工，在司法所和劳动部门的介入下，顺利拿到了6万9千元的工伤赔偿；大冬天被泼一身热茶的讨薪者，拿到了自己的工资以及老板的公开道歉。他们遭遇不公，但有途径去维护这份公平；他们被贪念控制，但必须承担这份贪念带来的后果；他们

言行激烈，但背后往往有不得已的苦衷。我也很感谢他们，感谢他们身处纠纷的艰难时刻，愿意给我信任，让我走近他们的身边。

每一个他们，也许就是未来的你我，他们的问题解决了，你我也变得更加安心。因为我们知道，每一起纠纷的背后，都有制度的保障和人性的闪光。遇到老人摔倒，我们就去扶，不是每个老人都会讹你，如果不幸被讹了，你就打我的电话，我和调解员一起，帮你查监控，帮你找路人作证。我们每一个人最大的安心不是相信我们的人生会一帆风顺，因为那几乎不可能。而是相信即便出现风浪，也有人会帮着我们一起抵御。而每个人都能安心的生活，这个社会才会和谐，我们的中国梦也将不再遥远。

如果您遇到麻烦不知道该怎么办，别着急上火，请拨打我们的新闻热线，让我来到您的身边，和您一起面对。我是记者董婧，感谢各位的时间。

（作者单位：湖南广播电视台都市频道）

编辑/曾致

看到治超站唱“空城记”的暗访画面，被问政席上的交通局长，脸上火辣辣的。事后问责，治超办主任被免职，四名相关人员受到处分，湘潭由此开展了治理超载的集中行动。如果在凌晨时分，记者没有再坚持一会的毅力，没有追寻真相的职业情怀，也就没有后面的精彩呈现。下面，请看另外一段视频。

## 播放视频二 现场：记者巧拍村主任“了难” 20秒（略）

解说：抓拍当事人电话“了难”，做电视的朋友知道会有多难，这可以说是机缘巧合，但某种程度上，也体现出了记者敢于较真碰硬的胆识。当时，记者调查农田上建房的事情，在国土所的资料中，意外发现村主任的子女，生日只相差四个月，有造假的嫌疑。记者立即赶往村主任家，在他家的门口，刚好拍到他电话商量“了难”的场景。随着采访深入，发现黑幕重重，采访过程中，我们的采访车被多台车跟踪，记者受到人身威胁，但为了让真相浮出水面，我们的记者没有退缩，而是想尽各种办法把问题搞了个水落石出。

报道出来后，相关部门展开问责调查，新坪村的村支书涉黑被判刑，电话“了难”的村主任等十多人受到处分。

如果当时，在受到威胁时胆怯，在利诱的“了难”面前低头，

在该追问时“留情”，新闻就永远只是停留在表面，就没有直击心灵的震撼。

作为制片人，我感受了做舆论监督节目的酸甜苦辣，也深深地体会到，要做一名好记者，就必须要有奉献的情怀，要把一档节目办好，必须要有一支拥有新闻情怀的团队。

湘潭电视问政最初不被看好，2014年2月份就开始筹划，但后来不了了之，直到8月份才正式启动。栏目组最开始成立时只有四个人，有些人根本没有搞过新闻，连拍摄都不太会。

每期电视问政，时间紧任务重，加班加点是常事。为了拍摄到劲爆的短片，我们真到了“为伊消得人憔悴”的地步。栏目有个男记者，原来220斤的体重，大家都叫他“肥坨”，他之前没有搞过新闻，后来为了写稿、编稿，几次都睡在办公室，到问政栏目工作之后，瘦了50斤，都说他是工作减肥的励志先锋。

其它市州推出“电视问政”都是全台动员，集中了各频道的业务尖子，但即便如此，也只能做到二三个月播出一期。但起步较晚的湘潭电视问政，却创造了速度的奇迹，以平均每期，间隔二十天的速度推出，完成了当时被认为不可能完成的任务，并取得了较大的影响。今年2月5日的中央台《新闻联播》，就播出了湘潭电视问政助力

惩防“为官不为”的新闻。在2014年度的湖南新闻奖评选中，湘潭电视问政栏目就有两个作品被评为湖南新闻奖一等奖，一个部门一年获得两个湖南新闻奖一等奖，这在湘潭广电历史上还是第一次。

大家都说，记者“笔下有财产万千，笔下有人命关天，笔下有是非曲直，笔下有毁誉忠奸”，记者能够“铁肩担道义，妙手著文章”。在不少群众的眼中，记者就是辨别真假丑恶的“法官”、是能解决棘手问题的“110”，是传播观点和价值的“布道者”。“记者”这两字闪耀的荣光，让我们在新闻的道路上坚定前行。

在人人手中都有麦克风的时代，有些人为了轰动效应，不断创造新闻，而我们的记者，却坚守真实性的底线，客观报道新闻，为社会传播正能量；在物欲的世俗眼中，记者的收入不值得夸耀，不少记者也因为种种原因离开了新闻战线，但新闻的道路上，从来不乏为真善美“站岗”的来者和坚守者。

记者很多时候都是说着别人的故事，但今天我要为湘潭电视问政的记者代言，我要为记者这个群体高歌，也许我们现在有迷茫，有困惑，也许还有动摇，但有理由相信，只要心中的情怀不灭，新闻路上总会有满满的力量，也会有芬芳。

（作者单位：湘潭电视台新闻频道）

编辑/曾致



**编者按：**由著名导演李平执导，知名主持人、影视明星、戏曲表演艺术家彭宇、柳岩、杜海涛、王永光、李小嘉、宋谷、岳菁蔚、刘赵黔等主演的合家欢方言贺岁喜剧《一家老小向前冲》于1月22日正式全国公映。电影《一家老小向前冲》缘起于湖南经视2004年出品的同名自制剧，曾经热播十年达966集，播出期间平均收视率达10%。作为一部本土神剧改编的电影，这次《一家老小向前冲》不仅召集到电视剧的原班人马，更首次尝试制作10地方言版本分区发行，誓要将街坊文化贯彻到底。影片自1月18日首映以来，凭借平实接地气的剧情，神剧原班人马的倾力演绎、搞笑轻松的对白和地道亲民的方言配音迅速“暖”爆微博、朋友圈，成为贺岁档中真正的的合家欢喜剧片。

## 关于电影《一家老小向前冲》的ABCD 文/菁蔚 图/宋谷

### 你有你的“太子妃” 我有我的“好堂客”

随后更换配音在湖北（《经视人家》）、安徽（《我爱饭米粒》）、深圳（《南腔北调深圳人》）和江西等其他省市播出，同

样掀起了观剧高潮，湖北配音版《经视人家》的收视率最高甚至冲到13点。这部剧的其实是围绕着一个平民家庭严家的日常所展开，

而正是因为它足够日常，才会放置各地皆准。

### 原班人马再现街坊神片

如果要寻找电影版和电视剧的不同，那有很多，比如说要将966集压缩到90分钟，所以不得不有所取舍，再比如说角色，没有了“严子荣”，但多了“颜子兰

（柳岩 饰）”和“大牛（杜海涛 饰）”。而如果要寻找共同点，那一定是一脉相承的“街坊”气质，电影版不仅沿用了原有神剧编剧曹曙光继续执笔，更难能可贵的召

集了电视剧的原班人马，在原有故事基础上添入了“炒股”、“生孩子”、“逼婚”等热门话题，将被观众津津乐道的“接地气”题材贯彻到底。

### 10地方言分区发行

本次电影《一家老小向前冲》共录制湖南、湖北、安徽、河南、四川、江苏、陕西、天津、广东、东北10地方言外加普通话共计11个版本分区域投放。提到这种新颖的投放形式，主演兼总监制彭宇表示，电视剧版曾经在湖南、湖北、

安徽当地电视台都以当地方言播出过，效果很不错，“如果室内剧可以用这种方式在那边播放，那电影可不可以呢？”彭宇坦言，原来好像也没有人做过，所以具体的执行过程是整个团队在摸着石头过河。他介绍称，这次电影动用到了200

多位配音师，这些都尽可能在当地从事语言工作或表达艺术的人中寻找，比如说主持人、相声演员等。

“同时，我们告诉所有的配音老师们，不必按照每一个字儿去翻译，可以把当地好玩的俚语放进去，这样才会更有趣。”



### 方言是根，在电影院看家乡话电影的“小确幸”

说到保护方言，已经有很多人在做这件事情，比如说汪涵，无怪乎当《一家老小向前冲》的出品人之一杨乐乐知道电影会有10地方言版后，会笑称这是“小确幸”。而彭宇更希望能感受到“小

确幸”的不只是杨乐乐，而是所有在电影院看到家乡话电影的人。在武汉首映的时候，彭宇和现场观众有过当面交流，结果却发现不少武汉本地年轻人已经不太会说当地方言，他也因此感叹称因为现代化都

市都会越来越同质化，所以方言才是一个地方的根，电影制作方言版本，也是希望借助这种形式提高大家对方言保护的意识。

### 好不好笑，主要看气质

斗舞你可能看得多了，但是百人斗广场舞，这个貌似还蛮稀罕的。《一家老小向前冲》开场就是严爹“抢婚”而发起的一场广场斗舞，影片“气质”可见一斑。随后

接踵而至的大概就是这样：严子华因为股票涨跌而上蹿下跳的场面让人忍俊不禁，一首《死了都不卖》真是道出了所有炒股人内心的酸爽；为了让子华放弃炒股，林婶直

接扮观音唱神曲，好想知道华仔如果看完这段观音版《中国人》，内心的阴影面积会不会比《屯儿》更大。

### 李谷一、彭宇、马可倾情演唱《唠嗑歌》

影片主题曲《唠嗑歌》的MV，彭宇、马可与著名歌唱家李谷一老师一起演绎了一首洗脑神曲，欢快活泼的湖南话和rap，搭配“难忘今宵”式的抒情居然毫无违和感，洗脑程度更堪比“五环之歌”。神剧神片出神曲，作为本片主演同时

也是出品人的彭宇表示，十种方言版本上映的《一家老小向前冲》显然就是一部神片，自己就是要做这样一部邻里街坊都能接受的“臭豆腐”电影。对于李谷一，第一时间想到的应该是每年春晚的结束曲《难忘今宵》，不过大家可能不

知道的是，她演唱了内地第一首流行歌曲，她也是央视春晚正式登台的第一位歌手。迄今为止，她录制过的歌首近千首，几乎首首流传广泛。神剧神片出神曲，《唠嗑歌》是根据《一家老小向前冲》同名电视剧主题曲重新填词改编。

（作者单位：湖南广播电视台经视频道）

编辑/曾致



编者按：最近热映的电影《老炮儿》，讲述了关于“老北京顽主”的故事，依托城市文化，凸显人物个性，鲜活地描绘了一个社会转型中小人物的命运。影片的文艺主题加上商业手法，着实讨喜。上映以来，票房火热。片中老北京人的爱好、语言、穿着等生活日常，也受到影迷的热议与解读。

## 《老炮儿》折射社会转型之惑 /文佳

《老炮儿》算得上一部现象级电影了。这个关于“老北京顽主”的故事，依托城市文化，凸显人物个性，鲜活地描绘了一个社会转型中小人物的命运。文艺主题加上商业手法，着实讨喜。上映十余天来，票房高歌猛进，“周边产品”也被炒得火热。片中老北京人的爱好、语言、穿着等生活日常，无不受到影迷的热议与解读。刚刚过去的元旦小长假，什刹海的冰场、后海的小吃，生意格外红火，热门时段一位难求。

电影为什么火？林林总总的分析很多，单就情感共鸣来说，片子稳准狠地抓住了社会转型中普通百姓的惆怅。“宣武区早就没了，已经被划入西城了！”一句简单的台词却饱含隐喻。电影虽以北京为背景，却如实地反映了城市中普遍存在的传统与现代的冲突。破旧与繁华并存，市井与高雅共生，不论老居民们是否接受，现代化进程实实在在地影响着他们的生活环境与生活方式，并冲击着他们的传统价值观。比如，远亲不如近邻的情谊；比如，凡事有边界、做人有底线的

规矩，等等。《老炮儿》的痛点就在于，其以主人公对盗亦有道式老规矩近乎偏执的坚守，回应“人心不古”的现实，触动了现代人心中最柔软的地方。

社会的现代化进程也是向陌生人社会过渡的过程，阵痛在所难免。如胡同文化、江湖规矩这般根植于熟人社会的老理儿总能让人心头一暖，但热度褪去，我们却不能不正视客观事实：故乡近在咫尺，却早已换了新颜，新世界的游戏规则不再是江湖道义，金钱与权力或许横行一时，但决定一切的根本还是法律。就像电影中，主人公虽然依旧要以“茬架”这一传统形式争口气，但手中官员贪腐的证据还得寄给中纪委。况且，在法律标尺下，以暴制暴解决问题即便被赋予再多情怀，也不值得提倡。这在很大程度上解释了为什么“二十年前是个人物”的老炮儿们心有不甘，却注定无力抵抗，最后只能以凛然的姿态倒下。

我们并不是否定老炮儿身上的古道热肠。人们的关注恰恰证明了其在当下的缺失。我们需要做的，

是有所弃有所取，挖掘传统中的时代价值。向陌生人社会的转变是一种必然，因为这种转变意味着法律制度的逐渐完善、公共服务的程度提高等现代化发展成就。其间，势必要颠覆与熟人社会相适的传统伦理，但这不是全盘否定。以法律为代表的契约管不了的情境还有不少，传统人情“柔和剂”的作用还要发挥。从这个意义上说，契约与人情并非水火不容。社会发展再现代化，传统伦理、传统美德也不能丢，人情味也不能由此散去。

冯小刚感言，“没有最好的时代，也没有最坏的时代，今天和过去也都一样。”确实，每个时代都有自己的好与不好，非黑即白的逻辑并不适用。可以想见，随着社会转型的不断深化，失落的情感如何安放、传统的规则怎样存在，将愈发考验现代人的智慧。只是，有一点应当明确并坚守，陌生人社会不是冷漠社会。看起来冰冷的规制之内，依然处处春风涤荡，应当成为我们孜孜以求的美好愿景。

（作者系著名影评人）

编辑/曾致

## 一支激发正能量的优秀文艺团队 /甘正德

湖南广电芒果树艺术团是一支老年文艺团队，曾多次参加省、市、区乃至全国的各种比赛活动并获得优异成绩，分别在上海·世博会展演获金奖；香港《今夕年华》第三十八届国际才艺邀请赛获金奖；北京夕阳秀全国中老年优秀节目展演获金奖；北京人民大会堂参加全国中老年文化事业发展基金会成立暨合唱展演获“特殊荣誉奖”。被评为湖南省优秀文艺团队、长沙市最佳文艺团队和五星级文艺团队。

2015年，是中国人民抗日战争胜利70周年暨世界反法西斯战争胜利70周年，中央要求各地都要开展各种类型的纪念活动。芒果树艺术团的演职员都处在紧张的排练和演出之中。这一年，是芒果树艺术团组建以来最繁忙的一年，也是取得优异成绩的一年。从5月到12月，参加各种文艺比赛、展演和汇演达14场，多次摘金、夺银、获铜奖，得到了各级领导和社会各界的高度赞扬。

5月上旬，参加开福区《湘江韵律》广场文化暨校园文化进社区系列文艺节目展演，艺术团演出了大型歌舞《黄水谣》《保卫黄河》及大合唱《四渡赤水出奇兵》。由芒果树艺术团改编的大型音诗画作品《保卫黄河》，将歌曲《黄水谣》、《保卫黄河》进行创造性编排，集合唱、舞蹈、诗歌、朗诵于一体，表现了中国人民同仇敌忾，共御外敌的坚强信念和决心。节目大气恢弘，场面壮观。湖南省文化厅厅长李晖、长沙市委常委宣传部长张湘涛观看表演后给予了高度评价。

6月，大型舞蹈《黄水谣》《保

卫黄河》及大合唱《四渡赤水出奇兵》又参加了长沙市《欢乐潇湘·幸福长沙——精神新家园》优秀文艺团队展演，随后，艺术团表演的舞蹈《洞庭如歌》获群星奖。由芒果树艺术团创作编排的音乐舞蹈《洞庭如歌》，展现了洞庭湖美好的生态环境和湖区人民的幸福生活，获得湖南省第五届艺术节优秀节目奖。

7月，长沙市首届群星奖音乐、舞蹈、小戏、小品作品大赛在实验剧场举行，芒果树艺术团在《舞蹈专场》表演的《波涌洞庭》获金奖。

9月1日，参加了长沙市开福区在湘江风帆广场举行的《纪念抗战胜利70周年》抗日歌曲演唱会，芒果树艺术团参赛的曲目《到敌人后方去》和《走向复兴》获最佳演唱奖（金奖）。当天下午又参加了湖南人民广播电台在省音乐厅主办的纪念抗战胜利70周年活动——诗歌朗诵音乐会《从胜利走向胜利》，芒果树艺术团表演了大合唱《黄水谣》《保卫黄河》及《走向复兴》。次日晚，长沙市在贺龙体育场举行《纪念抗日战争胜利70周年暨世界反法西斯战争胜利70周年》大型群众合唱比赛“勿忘国耻，圆梦中华”，开福区委宣传部、文体新局组织以芒果树艺术团为主体的100名演员参赛，演唱的曲目《旗正飘飘》获银奖。

芒果树艺术团合唱队只有60名演员，大合唱《旗正飘飘》缺乏气势，开福区文体新局又在省音协请了40名老师一起参加排练，并请了音协的教授当指挥。合唱队的老师们克服困难，每次都要车行一个小时到湖南师范大学音乐学院和音协的老师们一起

合排。大家风趣地说：“我们白天排练《四渡赤水》，晚上还要“两渡湘江”。

9月，艺术团还参加了湖南省音乐家协会合唱联盟主办的“我们的节日”——迎中秋庆国庆群众合唱邀请赛。芒果树艺术团表演的节目《四渡赤水出奇兵》和《唱支山歌给党听》荣获银奖。由芒果树艺术团改编的合唱《唱支山歌给党听》在保持主旋律的基础上，在声部的哼鸣、轮唱、多声部共鸣处理方面进行了大幅度改编提高，其效果获得了大赛评委们的高度赞扬，称之为“神奇”、“震撼”！

在赛事、展演一个接一个，紧张繁忙的9月，湖南广播电视台又交给芒果树艺术团一项艰巨的任务，代表全台18家媒体参加省直机关第二届文化建设成果汇演的广场舞大赛。在省舞协专业老师的编排指导下，我们在世界之窗排练厅集中培训了3天后，又在广电职工活动中心排练了半个月。省直机关第二届文化建设成果汇演复赛，芒果树艺术团表演的广场舞《一家老小向前冲》在湖南第五片区比赛中获得第一名。

10月，芒果树艺术团代表湖南广播电视台参加省直机关第二届文化建设成果汇演全省广场舞大赛，《一家老小向前冲》广场舞获三等奖。

10月，艺术团又参加了湖南电视台新闻频道在湖南省老干部活动中心主办的全国中老年合唱大赛，芒果树艺术团参赛的曲目《唱支山歌给党听》荣获湖南赛区第二名。随后，中共开福区委宣传部在湘江风帆广场主办了精品节目汇报，芒果树艺术团表



## 戏曲春晚 百花争春

——小记2016“百花争春”湖南电视戏曲晚会 /曾致 银铮铮

湖南首台戏曲春晚——2016“百花争春”湖南戏曲晚会1月29日晚在湖南广播电视台录制完成。节目于猴年春节正月初三(2月10日)、初四(2月11日)分别在湖南经视、湖南卫视播出，好评如潮。录制当晚，湖南省委常委、省委秘书长许又声，湖南省委常委、省委宣传部部长张文雄等观看了晚会。

策划和组织2016“百花争春”湖南戏曲晚会，是湖南文化工作者以实际行动贯彻落实习近平总书记文艺座谈会重要讲话精神和《中共中央关于繁荣社会主义文艺的意见》、《国务院办公厅关于支持戏曲传承发展的若干政策》、《中共湖南省委关于繁荣社会主义文艺实施意见》等重要文件要求，以及全

省文艺推进会的工作部署，进一步振兴湖南戏曲事业，推广普及戏曲艺术，在文化强省的征途上，推动文化事业和文化产业的大发展大繁荣。“百花争春”湖南戏曲晚会由省委宣传部、省文化厅、湖南广播电视台联合主办，由湖南经视具体承办，以后每年主办一场，力争形成湖南的文化品牌。

演了精美的舞蹈《湘江如歌》。

11月，长沙市首届美奥杯社区中老年人合唱大赛，在长沙港岛剧场举行，芒果树艺术团演唱的《唱支山歌给党听》和《天路》进入前三名。

12月，省直机关工委在湖南大剧院主办第二届文化建设成果汇报颁奖典礼，芒果树艺术团广场舞队代表湖南广播电视台参与表演了有老年人、年轻人、小朋友三代人同台演出

的广场舞《最炫小苹果》，获得湖南省委常委、省委秘书长、省直工委书记许又声及与会领导和观众的高度赞扬。

现在，芒果树艺术团又创作了一首新歌《我爱故乡麓山美》，由副团长刘金铃作词、作曲家杨诗咏作曲，芒果树艺术团演唱。歌词优美大气，内容厚重，优美动听，撼人心魄。

芒果树艺术团团委会领导及全体演职员以饱满的政治热情，良好的精神面貌，坚持训练、积极参赛，为推进文化建设和文明创建，唱响时代主旋律，激发社会正能量发挥了余热。

(作者系芒果树艺术团副团长)

编辑/曾致

花鼓戏《补锅》《卖杂货》、湘剧《李贞还乡》、昆剧《玉簪记》、汉剧《痴梦》等优秀剧目的经典唱段，又有戏曲歌舞《金猴闹春》、戏歌《百花争春》等新创、改编节目，还有变脸、吐火、醉打、十八罗汉等戏曲绝活，给观众带来“文武兼备”的观戏体验。本次晚会名家云集、阵容强大，参演人员来自全省13个专业表演院团，演职人员达300多人。一批荣获过文华表演奖、戏剧梅花奖、戏剧芙蓉奖的优秀艺术家参与演出，参演演员注重老中青相结合。著名戏曲表演艺术家有陈爱珠、刘赵黔、张富光、王阳娟、彭玲等，优秀青年戏曲表演艺术家有肖笑波、雷玲、李鸣、叶红、宋谷、张璇、王雅琼、彭麟钧、徐耀芳、蔡霞、范春宜、俞涛等。著名黄梅戏表演艺术家蒋建国、吴亚玲，著名越剧表演艺术家郑国凤、陈小红，京剧新秀方旭、蓝天、李博等也齐齐亮相。

本次晚会主创团队和技术团队集中了省文化厅、湖南卫视、湖南经视的优秀专家。主创团队准确地把握电视晚会的播出特点，节目编

排在保留传统戏曲元素的基础上，采用时尚元素融入节目中，如新生代歌手霍尊与湖南京剧男旦演员黄璜同台对唱《卷珠帘》，空灵的歌声和婉转的戏曲唱腔交错，让人惊艳；湘籍著名花腔女高音歌唱家吴碧霞与湘剧艺术家陈爱珠合作湘剧高腔《沁园春·长沙》，让人耳目一新。最令人意外的是，中国戏剧梅花奖得主、湖南花鼓戏表演艺术家刘赵黔带着她的六个外国学生一起唱起了花鼓戏《张先生讨学钱》，显示了中国戏曲的无穷魅力。

湘籍表演艺术家、著名歌唱家李谷一的出场让晚会达到高潮。据了解，李谷一此次回湘不仅是参加戏曲晚会的录制，还想招收几个唱花鼓戏的徒弟，此前她已“面试”了16位戏曲新秀。这位年逾七旬的艺术家当晚与主持人汪涵、参与“面试”的年轻演员一起演唱了花鼓戏的经典选段《补锅》和《刘海砍樵》。经典的剧情、熟悉的唱段，让现场戏迷沉醉其中，不禁轻声跟唱。

中国戏曲剧种的消亡速度很快。

文化部2013年的统计数据显示，1983年全国共有374个戏曲剧种，到2012年已经减少到286个。李谷一对此十分忧心，她在接受采访时表示，戏剧的传承单靠传承人、剧团的努力是不够的，需要全社会的关注和帮助。李谷一说：“所有的戏曲都需要你们的帮助，让它们永远留在舞台上，而不是进入博物馆。”

湖南省文化厅副厅长鄢福初表示，今后，湖南将会把戏曲春晚继续办下去，作为文化品牌，推广湖南地方戏曲，对没有参与演出的花灯戏、傩戏等剧种，晚会还通过播放拍摄的电视VCR的形式展示我省戏曲人的坚守、坚持、坚定的精神风貌。鄢福初说，举办这台戏曲晚会，希望大家关注传统文化，重视湖南戏曲事业的发展，在普及传统戏曲知识，传播推广戏曲形式的同时培育一批年轻的戏曲艺术人才，将来我们还会进学校、进社区、进基层，把传统文化深入人心，作为打造文化强省的一个重要战略举措。

（作者单位：湖南广播电视台）





刘宝国，艺名寒峰，号柳怀堂主，湖南省美术家协会会员，永州市美术家协会理事，永州市零陵区文联副主席。从艺二十余载，擅工笔、写意山水、花鸟，修篆刻，好根艺制作、喜奇石收藏。近年注重本土山水的学习与创作，作品多次入展省级艺术大展并获奖。

## 古城余韵柳怀堂 /笔耕潇湘

走进永州市零陵区南门一带的青石陌巷，映入眼帘的排门户牖，青瓦碧苔，很快将你带进幽深而古雅的氛围。作为历史文化名城的零陵，尚未进行过度的商业开发，其处子一般的原生态气息吸引了许多游客寻幽探胜。然而，在阵阵世俗的喧哗中，那深厚的人文积淀潜藏是否有遗落？是否遗落在陋巷人家？只要你从三中对面的小道拐进去，迎面一个普普通通的门面里，就能找到一份答卷。走进厅堂，你将发现一片清新脱俗的天地。这里奇石、根雕、字画琳琅满目，硕大

的台案上笔墨纸砚井井有条。那便是画家寒峰挥毫泼墨的所在——柳怀堂。

作为公务员的刘宝国，曾长期工作在基层乡镇，不但工作扎实出色，而且对艺术的追求始终不渝。他家对面的高山寺就是一代文豪柳宗元曾经寓居之所，“绿天蕉影”的主人——唐代书法家释怀素，也是他远溯至唐代的邻居。柳宗元“独钓寒江雪”的山水情怀，释怀素《千字文》的狂放笔墨，对长久浸淫于零陵古韵里的刘宝国产生了深深的触动，以至将艺术作为自己

终生的精神追求。他爱好广泛，擅工笔、写意山水花鸟，篆刻。兼修根雕、奇石，尤擅写意本土山水。

刘宝国潜心画艺，勤练书法，在美术圈里摸爬滚打二十余载，技艺日渐精湛，近年来源源不断地创作出一副副精美的佳作。作品多次入展省、市综艺大展并获奖。多副作品发表于《美术报》等全国、省、市级报刊杂志，湖南省文联主办的《文坛艺苑》、市文联主办的《潇湘》等杂志专版介绍他的零陵系列山水，部分作品被社会人士和艺术机构收藏。

时下欣赏山水画的人多，创作山水画的人也不少，但许多作品为了迎合达人渴慕“靠山”的心理，刻意奇峰突兀，总让人觉得疙疙瘩瘩的。许多作品乍一眼也同样是山环水绕、树木丛生，却于云天苍茫处堆起山脊来，将整体的美感破坏殆尽。凡此种种，究其原因，还是笔墨间受市场的干扰而消淡了艺术，因而经不起品味咀嚼。艺术与市场的结合固然必要，穷酸也不是文人的代名词，但融注于笔墨间的天然韵致才是山水画的精神内核，也只有把这种精神内核当成艺术追求的人，才能画出真正好的作品，呈现妙趣横生的美感——而这种美感很容易从刘宝国的山水作品中捕获和感知。

作为一个中国画画家，刘宝国对传统文化有着很深的理解和认识。他以为，当代山水画家要延续中国的文脉，延续对古墨意趣的追求和发扬。他主张“艺术根植于传统，作品宜雅俗共赏”。他惯于从平凡的生活品味“纯之甘甜”，注重从自然中发现美、创造美。他立足本土，展望全国，怀着对潇湘大地深厚的感情，悉心描绘零陵山水，每有闲暇，即出门写生。多年来，他遍游名山大川，广揽湘南胜景，其写生已积稿盈尺，终至“搜尽奇峰打腹稿，信手挥洒仙境来”的创

作境界。

刘宝国的绘画态度非常严谨，作画时总能拨冗静心，很快沉浸创作的氛围中。他非常重视意境的创造，善用变化莫测的烟霞云雾烘托主题，常以峰峦层叠、远村孤舟的苍茫景象营造意境。他描绘的烟云与奇峰缭绕，与远山交融，既有飞扬的气势，又有谐和的韵律。在表现手法上，他常以或浑厚或简雅的精妙笔墨勾勒峰峦林麓，以崇山叠嶂、云水交融的深宏背景去映衬寒木春华。皴擦点染的笔墨间包涵着民族文化的精髓，其中暗含着他执着追求的理想境界，传达出丰富的艺术感受和人生体悟。他常常以采风时的临摹为蓝本，依据自己独到的审美观重新架构，创造出源于自然，美于自然的艺术作品来。

近年他的作品大多以永州零陵本土山水为范，因而具有鲜明的地域色彩。他笔下的山水草木、村舍舟楫等诸多平凡景物，都被赋予了艺术的生命和语言。他的作品典雅古朴，画面情景交融，诗中有画，画中有诗，既有中国山水画的传统内蕴，又有其独特的创新气息，彰显浓郁的人文情怀。品读他的画作，总能产生无穷的想象，感受到难得的清逸神韵，令人见之忘俗。雄秀的画面似有无声的邀约把阅者带进一个纯粹的空间，因而看作品比看

实景更加引人入胜，更能激发人们对永州的热爱和建设永州的热情。

在刘宝国一系列清新凝重的作品中，不难看到他深厚的笔墨功力，他的作品正日益受到人们的关注和喜爱。

正如古人所言，画山水可以怡情养性，释孤除烦，刘宝国潜心画艺，也颇得这样的修养。号称柳怀堂堂主的刘宝国，不仅是一位出色的山水画家，还是一位兢兢业业的艺术工作者。他为人热情，淡泊名利，在本地文艺圈里有着良好的口碑。他在以山水画形式精心构造自己精神家园的同时，担任区文联副主席的职务。近年来，以他为骨干编辑的《零陵文艺》杂志版面精美，内容高雅，浓郁的书卷气息深受读者的好评。《零陵文艺》的出版，填补了本土文学类杂志的空白，为爱好文艺的作者和读者搭起了沟通的桥梁，为永州精神文明建设，为实现零陵复兴历史文化名城战略蓝图作出了积极的贡献。而柳怀堂，作为刘宝国艺术成就的见证和载体，也必将随其主人在艺术道路上不断进步而升华，成为继“永州八景”之后的又一奇葩！

（作者系自由撰稿人）

编辑/曾致



## 用艺术的形式解读与传承经典

/唐浩明



中华文化是中华民族数千年生存繁衍发展过程中的文明和智慧的结晶，是维系这个民族的最为强大的纽带。五千年博大精深的中华文化能生生不息，历经千折百难而依然劫后复兴，在四大古文明中惟

一留存至今并保持着旺盛的生命力，实为我们民族的贤哲怀着“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平”的崇高使命感，以他们的道德、事功与诗文，世世代代传承的结果。

千万年来积淀下来的至诚、仁爱、孝悌、刚明、俭约、信义等价值理念，构筑中华文化的核心价值体系，承载着中华民族精神和传统文化教育的精华，也是我们当前建设社会主义先进文化的宝贵资源，需要我们每一个中国人将之发扬和

传承下去。

湖南省播音主持研究会主编的《中华经典诵读·精选版》（汪涵策划，曾致主编，仇晓、何帅副主编，卢莎莎编审）由湖南电子音像出版社出版，采用艺术的形式对中华经典作品进行解读与传承，不仅很好地展现出中华经典的思想精髓和文化神韵，还大大增强了中华优秀传统文化的传播力，有益于今人从民族文化的源头活水中汲取营养。

《中华经典诵读·精选版》是



一本选篇慎重、有自己独到之处的书。该书遴选了短小精悍、优美隽永，具有较强的思想性和艺术性的中华经典诗词，特别重视对弘扬积极向上、体现民族精神的作品的选择，体现了该书在取材上的精选性和经典性。书中不仅对这些作品进行了细致到位地诠释和赏析，还对作品的诵读进行了专业的指导，使读者在诵读经典中收获知识，感悟文化，提高审美修养。

以声音的艺术形式来展示作品的无穷魅力，是湖南电子音像出版社一贯的优势。继《聆听经典》《五月的觞咏》《中华经典诵读》之后，湖南电子音像出版社又邀请湖南省内外著名的播音艺术家、优秀节目主持人对这些家喻户晓、流传千古的经典作品重新演绎与诠释经典。同时用心地配以背景音乐，使名家的演绎在背景音乐的映衬和渲染下，如行云流水般倾泻而出，

不但凸显了诵读者的声音特点，而且对作品思想感情的充分宣泄起到推动和促进的作用。这种方式能加深普通读者对中华优秀传统文化的热爱，提升文化素养和审美情趣。

引入互联网思维，将诵读音频转化为二维码，是《中华经典诵读·精选版》的另一个特点。将传统与新兴相结合，用新的移动互联网形式对我们传统的经典文化进行推广，让读者随时随地能聆听名家音源，感受中华五千年经典文化的精神和力量，无疑对于传统文化的推广起到了锦上添花的作用。

《中华经典诵读·精选版》一书将美文、美声、美乐和二维码技术四维一体地结合起来，体现经典诗词作品的情感、美感、意蕴、声韵，突出中华传统的可感知、可吟咏的文化内涵，并紧紧地把握住了当代社会主义核心价值观，有利于读者体味传统文化，感悟人生哲

理，提升文化素养，陶冶高尚情操，也让我们几千年来永不褪色的传统文化价值能永放光彩。

中国的优秀传统文化是培育中华儿女美好心灵的精神源泉，造就了灿烂的中华文明，也为世界文化做出了自己的卓越贡献，这些优秀的传统文化在今天依然有它宝贵的价值。当前，我们正面临着中华民族伟大复兴的绝好时机，在中华文化熏陶下成长起来的每个中国人，都应该秉承对传统文化传承和创新的自觉使命感，发掘民族文化的优质资源，激活其具有永恒生命力的深层精神内核，如《中华经典诵读·精选版》这样，用艺术的形式来解读和传承经典文化，用心来接续传统中国与今天中国之间的精神纽带。

（作者系中国作家协会全国委员会委员、湖南省作家协会主席）

编辑/曾致

编者按：2015年是我省推进全面深化改革的关键年，是完成“十二五”规划的收官年，是全面推进依法治省的开局年，同时，我国改革已经进入深水区，经济发展进入新常态，相关政策、举措正密集出台，但经济下行压力仍然较大，改革触动利益攸关方，各类矛盾尖锐，社会情势复杂，媒体舆论引导责任尤为重大，监督管理更是不容小觑。把握大背景、大趋势，2015年，省局监听监看中心切实加强全省广播电视媒体节目（栏目）监播监评，全力为全省广播电视媒体健康发展保驾护航，监听监评工作卓有成效。

## 2015年湖南广电媒体 舆情监管情况综述

/省局监听监看中心

### 一、整体概况：

全省各主流广播电视媒体按照中宣部、总局、省委宣传部、省局宣传要求及部署，紧紧围绕中心任务，在舆论主战场上强力发声，采制了大批不同凡响、感人至深、催人奋进的报道，其中不乏被国内同行和专家誉为“现象级”的作品，并在第二十五届中国新闻奖评选中喜获丰收。此外，在经济报道、热点新闻与突发事件面前，多家媒体应对有力、把握得当，反映出了媒体的理性与成熟。同时，各媒体评论（言论）节目、真人秀、综艺节目、大型主题晚会也各具特色、精彩纷呈。尤其是湖南卫视的真人秀及综艺节目，创新动力强大，制作水准及表现力更上层楼，继续在全国保持领跑者地位。但是，一些不良倾向依然存在，如：个别媒体为吸引“眼球”拼收视，作风浮躁；某些记者忽视职业操守，导致虚假新闻传播；一些评论（言论）节目观点偏

激，主持人口无遮拦；少数新闻报道、真人秀、综艺节目导向、价值时有偏离；负面报道过多、品位低俗状况时有反弹……如此种种现象，应引起媒体及从业人员的高度重视。

### 二、六大舆情亮点：

（一）着力重大主题，组织宣传战役，强势凸显媒体引导力。

2015年，我省广播电视媒体围绕“聚焦中国梦主题、贯穿社会主义核心价值观主线、传承中华优秀传统文化根脉”三大主题宣传及国家、省重大战略、决策、方针及重大新闻事件、中心工作组织开展战役性报道，做到了全媒体宣传、多栏目融入、广覆盖普及，尤其是湖南卫视、湖南经视、湖南广播传媒中心等主流媒体集中精兵强将，提前部署、缜密策划，相关报道主题突出、亮点鲜明，发挥了引领作用。

湖南卫视的系列报道《绝对忠

诚》已播出至第四季，报道聚焦当代人民科学家和我军一线指挥官，高调展示他们坚守信念、忠于祖国、勇攀高峰、乐于奉献的可贵精神，引发了观众强烈共鸣，被国内同行和专家誉为“现象级”作品，并荣获第二十五届中国新闻奖一等奖。又如湖南卫视新春特别节目《直播惹巴拉》，湖南经视《经视观察》的《后申遗时代》、《古村不“落”》、《最炫风情线》，湖南都市的《湖南最美小镇》，金鹰纪实频道的《湖南茶马古道》，均生动体现了媒体人对华夏文明根脉的珍重与责任担当。

全国“两会”期间，各媒体的报道浓墨重彩、有声有色。湖南卫视《湖南新闻联播》推出的《中国在路上》呈现出热议两会新词、关注宏观热点、展示湖南蓝图的特点。湖南经视《经视新闻》的特别报道《新动2015——为进步的中国点赞》，议题集中，讲解透彻，观看畅快。湖南

广播传媒中心旗下多家频率联合推出《春暖花开 听见湖南》，采取京湘联动、前后方融合方式，链接民生，传递湖南声音。

党的十八届五中全会召开后，各媒体在宣传贯彻全会精神上狠下功夫，纷纷推出解读专栏、系列报道、评论专题等，以生动的形式、通俗的表达，深入浅出解读《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》和习近平总书记关于《建议》的说明，为推动全省传达、贯彻、落实五中全会精神，谋划部署我省“十三五”发展规划起到了舆论先导作用。其中，湖南卫视的系列评论《决胜十三五》，湖南经视的专栏《解读五中全会关键词》，湖南都市的《湖南+，十二五TOP指数》等报道，兼具电视专题的可视性与湖南特色的贴近性，入脑入心，起到了良好的宣传效果。而广播传媒中心各频率充分发挥广播的快捷、联动优势，迅速掀起了深入学习贯彻五中全会精神的宣传热潮，呈现出“精选话题、讲好故事、整体联动”的特点。

(二) 围绕“四个全面”，聚焦湖南发展，助推全新启航。

习近平总书记提出的“四个全面”发展战略，是党和国家的工作大局，也是全年广播电视宣传报道的重点。今年，我省各主流新闻媒体积极开展成就宣传、典型宣传、形势宣传，为助推我省“十二五”目标顺利实现、“十三五”发展规划漂亮开局等重要决策和部署的贯彻落实，推出了一批角度新、形式新、说服力强的重头报道。如，反映我省经济社会发展成就的《回眸十二五》，介绍两型

社会建设经验的《绿色律动》，宣传创新创业典型的《行进湖南 精彩故事》，展示湘东(南)红色旅游产业发展的《大湘东红色旅游》，聚焦环洞庭湖生态经济带的《湘江北去》，助力精准扶贫的《攻坚》等，均是系列专题报道中的上乘之作。在全面从严治党方面，《晒晒巡视整改“成绩单”》、《湖湘好家风》、《湖南好人》、《人间正道》、《寻找最美公务员》等专题报道，均弘扬了社会主义核心价值观，传播了社会正能量，是警醒各级党政干部、改进干部作风的好教材。

(三) 合力推进纪念抗战胜利宣传，掀起爱国主义教育热潮。

做好纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年宣传，是2015年广播电视宣传的一项重要任务。全省广播电视媒体紧紧围绕“铭记历史、缅怀先烈、珍爱和平、开创未来”的主题，精心组织、自主策划，开展了丰富多彩、形式多样的宣传报道，营造了良好的舆论氛围，掀起了纪念抗战胜利70周年的宣传热潮。

其中，省直广播电视媒体共自主制作、播出22个新闻专栏、专题、4部动画片和原创纪录片，圆满完成了中央和我省5项重大纪念活动的转播、直播，播出各类抗战主题宣传片1万多条次。湖南卫视推出的《不可替代的湖南》、《燃烧的火把》、《一个“日本鬼子”的重生》、《专访鸠山由纪夫》，湖南经视播出的《抗战老兵血战到底》、《烽火家书》，广播传媒中心的《老战士的记忆》、《重走滇缅公路》、《湖南人

在1945》、《湖湘烽火录》，湖南都市的《湖南抗战之路》、《重整河山待后生》，湖南公共的《卫国者说》，金鹰卡通频道的《五子炮——渊子崖保卫战》及新闻中心、金鹰纪实频道、国际频道、湖南教育电视台的《飞虎的纪念》、《永远的丰碑》、《47天衡阳保卫战》、《勿忘国耻 圆梦中华 全省高校师生签名活动》等重点宣传聚合成了纪念抗战胜利宣传的“组合拳”，在重温烽火岁月、弘扬抗战精神、再现民族大义、彰显家国情怀中，充分凸显出主流媒体强大的舆论引导和价值引领作用。各市州重点广播电视媒体除集中展播抗战题材影视剧，高密度播发主题宣传片，圆满完成中央重大纪念活动的转播外，还推出了一批结合本地故事，反映抗战历史，具有鲜明地域特色的宣传报道。持续近9个月的全省纪念抗战胜利宣传形成了强大的主流舆论，弘扬了伟大的抗战精神，掀起了爱国主义教育热潮，多个专栏、专题受到省委宣传部《阅评简报》、省局监听监看中心《广播电视监播周报》刊文表扬。

(四) 值守舆论监督前哨，体现媒体责任担当。

2015年，各媒体注重改进舆论监督报道，重点加强了对突发敏感事件报道的舆论引导，起到了化解社会矛盾、维护社会稳定的良好疏导作用。其中，地面频道表现抢眼。如：湖南都市《都市1时间》配合“工地焚烧建筑垃圾，居民向环保部门举报”、“无证建房，居民阻止施工”等报道，邀请律师团队进行相关法律解析，凸显了调查报道的监督力度。湖

南公共《帮女郎帮你忙》播出的“驾考科目三交钱了难”，调查严谨、取证充分，维护了国家权力机构的正面形象。湖南广播潇湘之声针对长沙市拟上调居民生活用水价格，连续多日在《城市大真相》中推出调查报道“惠民工程，究竟如何才能真正惠民？”，最终推动长沙市水价调整方案得以修订，充分彰显出媒体的社会担当。湖南广播交通频道加强新闻独家解读、评论，打造有思想的新闻，新闻专题评论节目《观点峰会》，注重话题选择与舆论引导，突出个性点评，体现了媒体的理性与成熟。6月1日，“东方之星”客轮发生倾覆。湖南广播电视台各频道、频率快速反应，派出多名记者赶赴事故现场，行进式报道事态进展，密切关注救援工作，及时传递党中央、国务院和省委、省政府及有关领导对事故救援的指示，体现出党和政府对人民生命安全的高度重视和深切关怀，保持了大事面前不失语的良好应急状态和媒体责任，对缓解民众情绪、化解社会矛盾具有明显作用。

（五）研发动力持续强劲，节目创新精彩纷呈。

2015年，省直广电媒体以节目结构调控为手段，开展创新创优，力促公益、文化、原创成为荧屏声频主流，其中，尤以湖南卫视节目创新创优取得突破性进展。新闻方面：改版推出的《午间新闻》与《湖南新闻联播》相互呼应，构成聚焦湖南、宣传湖南的双平台，充分发挥主流媒体宣传的主阵地作用，向着“新闻立台”战略目标迈出坚实步伐；不断优化

《新闻大求真》节目内容，体现更强贴近性、引导性和观赏性，被中宣部《新闻阅评》专文表扬，并获中共中央政治局委员、国务院副总理刘延东专门批示。真人秀、综艺节目方面：先后推出大型国防教育特别节目《真正男子汉》、大型明星姐弟自助远行真人秀节目《花儿与少年》（第二季）、益智节目《好好学吧》、原创校园纪实节目《一年级》的升级版《一年级 大学季》、创意实景游戏秀《全员加速中》、明星生活体验秀《偶像来了》、明星亲子户外真人秀《爸爸去哪儿》（第三季）等，可谓花样不断，新鲜感爆棚。两档传统王牌综艺节目《快乐大本营》和《天天向上》持续创新，通过慎重选择嘉宾、精心选择话题，用新鲜有趣的形式包装积极向上的内核，契合社会主义核心价值观等时代主流、社会本质，潜移默化地拓展了青少年眼界，提升了观众的艺术修养和审美品位。

此外，省直其它频道也在真人秀节目创新方面做了积极探索。金鹰卡通频道的明星亲子密室闯关真人秀《疯狂的麦咭》（第三季）、湖南都市频道的原创情感真人秀《怀胎九月》（第二季）等节目健康向上，可视性强；金鹰纪实频道深度开掘湖南本土人物故事及民情风物，影响力不断增强；金鹰卡通频道、湖南交通频道、金鹰955电台、893音乐电台等频道（频率）相继改版，其中，湖南交通频道主新闻栏目《全省新闻联播》呈现出新闻更鲜活，交融更充分的特点，金鹰卡通频道已成为颇受青少年青睐、市场份额明显居优的上星频

道。

（六）监管机制日趋完善，建设职能日渐凸显。

一直以来，局监听监看中心将自身视为我省广电媒体事业的同道者，有着与媒体共进退的强烈愿望。近年，中心积极探索、总结，逐渐完善、坐实了媒体导向监管纠错机制，监管建设性日渐凸显。2015年，由中心及时发现提出问题，局领导、相关职能处室联动中心组织参与的媒体约谈、座谈、研讨活动，及专题点评、研讨报告、监管专报、短（微）信提醒，较往年大为增加，省委宣传部、省局领导批示及媒体整改反馈也有所增多，监管成效越来越好。

8月底，朱建纲局长在《广播电视监播周报》第25期上作出批示：“在肯定变形计的前提下，要组织专题研究，着重解决正路子、提质量、上档次问题。”局党组成员、副局长蒋新建同期批示：“请宣管处、监听监看中心落实局长指示，组织一次研讨会！”9月16日，局党组成员、副局长蒋新建、局副巡视员苏仁进、局宣管处、监听监看中心负责人等，召开专题约谈会议，专题研究《变形计》如何“正路子、提质量、上档次”，明确提出必须处理好“真”和“秀”的关系，处理好有意思和有意义的关系。

10月，针对湖南都市《都市1时间》媚俗化、表象化、碎片化、同质化现象严重等问题，监评员撰写了《<都市1时间>应当正本清源》专稿。局党组书记、局长朱建纲作出批示：“阅评员关于《都市1时间》的

评点客观中肯，从中看出其问题不是一时一事，而是一直一贯，不能不引起我们的高度重视，不能不认真整改。请深入座谈，认真研究，从‘党的宣传工具、喉舌’这个立台根本点出发，探求从制度、从长远上解决问题的办法。”10月31日，省委常委、宣传部部长张文雄批示：“言之有据、言之有理，点评很好。”11月3日，局党组成员、副局长蒋新建、局副巡视员苏仁进带领局宣管处、监听监看中心负责人等，会同台宣管部、湖南都市频道召开专题研讨会，要求频道及栏目从根源上认识问题反复的原因，从制度上防止问题重演。

12月14日，某市州电视台公共频道播出新闻“湖北通城一‘法轮功’团伙在岳落网”，因采访选题、制作、审查、播出把关不严，存在着诸多违规之处。中心在《广播电视监播专报》刊登相关批评性点评，局长朱建纲、副局长蒋新建分别作出批示，随后，局宣管处和中心对该市州电视台进行了约谈。

除了及时引导媒体宣传正确导向、稳定预期、增强信心，并进行研判与预警外，中心对广播电视媒体的优秀报道及创新成果，一直积极总结推介、为其鼓劲加油。2015年9月，中心在《广播电视监播周报》第31期上刊文《以娱乐之体 彰良行之美》，推介湖南卫视《快乐大本营》十八年常办常新的经验与启示，朱建纲局长对其专门批示，局相关处室对其成功经验向众多党报进行了推荐。

### 三、问题依然突出，监管不容松

懈。

（一）导向把握屡有失误，令人遗憾。

如，6月，某省直频道播出新闻“长沙股民170万四倍融资全仓一股两跌停赔光跳楼”。经核，报道既没有采访死者家属，也没有警方的最终结论，在缺乏完整证据支撑的情况下播出，确定为虚假失实报道，严重损害了新闻媒体的公信力，被总局公开通报处理。7月，某省直广播频率在中国证监会连续出台系列举措，严厉清理、打击、规范场外配资后，仍连续播出“帮助股民本金放大五倍”配资广告，其宣传明显与证监会严厉打击场外配资的意图相左，反映了媒体对相关广告的导向把关的疏忽及大局意识的欠缺。

（二）低俗内容时有反弹，令人担忧。

近年来，经过严防严控，全省广电媒体节目中的“三俗”内容已大大降低，但今年在一些媒体的言论类节目、文艺专题和综艺节目中，以丑为美、迎合低级趣味、炫富摆阔、过度渲染社会阴暗面等内容仍不时充斥其中。

如，湖南卫视《我们都爱笑》4月播出的两期节目宣扬不健康的人生观，迎合低级审美情趣，内容荒诞离奇，有违生活真实。节目中不乏演员举止轻浮、男女相互搏斗、滚抱，公开渲染家庭暴力、格调低下内容；《我是歌手2015巅峰会》为博取眼球，三番五次炒作杜海涛绯闻，严重降低了节目品位。又如，七月，国家新闻出版广电总局发出“限真令”，

对如何引导调控真人秀节目提出严格规定，而在八月中旬，湖南经视和芒果TV联合推出的真人秀节目《完美假期》中，仍存在价值偏差、内容低俗、追星炫富现象，其着力表现的“大型全时全景直播宫心揭秘”，不过是伪装在“真实”外壳之下的“娱乐至死”的又一种游戏形式。广播节目中，主持人胡聊乱侃、庸俗下作的情况也不时出现。如，交通频道10月16日《绝代双椒》节目，主持人不仅调侃庸俗，格调低下，而且把儿歌《我在马路边捡到一分钱》的“叔叔，再见”篡改成“叔叔，把钱还给我”，舆论导向也出现了偏差。潇湘之声《我的新闻会唱歌》主持人在2月10日节目中把男女恋爱生活状态调侃成“看电视抱，上床睡觉抱，上厕所也是给抱过去的”，同样降低了节目的格调和品位。金鹰955广播8月12日播出的《阿宝辣嘴秀》节目中，主持人对有网友拍到王菲的疑似怀孕照事件发表评论，明显有违国家新闻出版广电总局关于“严禁炒作名人绯闻秘史、艺人丑闻及网络垃圾”的规定。

2015年，全省广播电视媒体舆情成绩喜人，但其中存在的种种问题也明显暴露出了我省广播电视在导向、价值、格调方面的不足，值得引起我们的高度重视和改进。如今，2016年已大步走来，广电媒体舆情监管任务依然光荣而艰巨，对此，我们深感责任重大，衷心希望在新的一年里，继续竭尽所能，推进我省广电宣传更上层楼。

编辑/曾致

## 2015年湖南卫视全年创收101.8亿元

近日，湖南广播电视台广告经营管理中心公布：2015年创收109.1亿元，同比增长30.9%，超额全年任务31.5%，创造了2015年中国电视广告营销的奇迹！湖南卫视2015全年创收101.77亿元！同比增长36%，净增26.8亿元，超额全年任务35.7%，成为首个单频道创收突破百亿的省级卫视！地面频道方面，湖南经视2015年创收3亿元，是唯一完成全年任务的地面频道，省属各级地面频道全年整体完成广告创收7.3亿元。

（综艺+）

## 2015年网络原创综艺节目数量接近100档

2015年网络原创综艺节目数量接近100档，是2014年的一倍，这一增长趋势无疑将延续到2016年。《逻辑思维》罗振宇在2016年跨年秀上预言：“我们有理由相信，2016年将是视频尤其是视频原创节目爆发的一年。”各大视频网站的高管也在近期营销大会上纷纷表示，今年将加大扶持原创节目的力度。2016年将有更多电视大咖加入网络原创综艺节目的主持阵营，带来更加另类的画风。

（搜狐娱乐）

## 浙江卫视一季度周五“双箭齐发”

浙江卫视采取“叠播编排”，在竞争白热化的一季度周五档推出两档原创综艺——《王牌对王牌》《二十四小时》。《王牌对王牌》定位大型室内竞技真人秀，具体形式为每期节目将邀请两支王牌团队，通过才艺比拼、游戏竞技，决出王牌中的王牌。《二十四小时》定位国内首个连续剧悬念式户外综艺，力图从当下流行的游戏真人秀中另辟新径，将电视剧的故事性推理对于心理的利用、RPG游戏的战略和团队合作等各种艺术种类的优秀元素吸收到一处。

（综艺报）

## 微软小冰入职东方卫视当主播 播报天气

小冰是一款人工智能，可以用女性的声音播报天气，并且通过编程被注入了一种人性化的感觉。小冰的开发者是微软公司的人工智能团队，微软与东方卫视签署了协议，小冰将在该台“实习”，2015年12月小冰进行了电视首秀。这位新人不会休假，不会迟到，直播时也绝对不会出现口误。小冰有可能在东方卫视发挥更大的作用，比如担任新闻评论员或主持娱乐脱口秀，这将取决于微软的研究人员可以为小冰增添多少新技能。

（参考消息网）

## 2015综艺年榜马太效应加剧 湘浙分前六

日前，表现中国电视媒体融合力指数的“全网传播”榜（由中国传媒大学广播电视研究中心提供智力和学术支持，“人民网-泽传媒”共同打造）2015省级卫视综艺年榜出炉，浙江卫视《奔跑吧兄弟第二季》以9.8511雄踞全网传播融合力总榜榜首，《中国好声音第四季》以9.8099位居亚军，湖南卫视《快乐大本营》、《爸爸去哪儿第三季》、《全员加速中》、《我是歌手第三季》以9.7366、9.6474、9.4772、9.4303分列第三至六名。

（人民网）

## 2015年中国电影总票房跃升至440.69亿元

国家新闻出版广电总局电影局日前通报，2015年全国电影总票房为440.69亿元，比2014年增长48.7%，创下“十二五”以来最高年度增幅。其中，国产影片票房271.36亿元，占总票房的61.58%，以较大优势保持了国产电影在中国电影市场的主导地位。此外，2015年影院建设继续保持快速增长，全年新增银幕8035块，全国银幕总数已达31627块。全国影院已全部实现数字化，县级城市影院全覆盖已基本实现。

（新华社）

## 腾讯推互联网电视业务品牌“企鹅电视”

近日，腾讯正式推出代表其互联网电视业务的品牌——“企鹅电视”。作为一款用于互联网电视和智能机顶盒的整体软件解决方案，腾讯“企鹅电视”依托海量高清的视频内容，打造极速畅爽的视听体验。秉承着开放合作的理念，腾讯“企鹅电视”目前已与多家互联网电视牌照商、硬件厂商达成合作，为用户提供丰富多样的产品选择，共塑全新客厅“视界观”。

（腾讯科技）

## 中国首个方言电影节正式启动

中国第一个方言电影节——足荣村方言电影节日前在北京拉开帷幕。这是一个由民间发起、民间筹办的电影节。主办方是广东雷州半岛的一个小乡村——足荣村。在活动当天，来自广东雷州的戏曲演员，唱起了雷州半岛的地方戏“雷剧”《梁祝》，他们以这种充满民俗文化特色的方式，宣告方言电影节的开幕。导演高群书、秦晓宇将担任方言电影节的总顾问和评委会主席。

（Mtime时光网）

编辑/肖清



## 《妈妈的牵挂》 聚焦90后奋斗者联盟

2016年伊始，湖南卫视首档代际沟通类节目《妈妈的牵挂》已于1月3日晚730档首播，首期播出50分钟。这档由《变形计》团队精心打造的催泪节目，每期由明星嘉宾独特策划“惊喜见面”场景，来消除亲子间的代际隔阂，引发社会对亲情、孝道的热议。节目着眼点放在为了梦想而远离父母放手一搏的年轻人身上，聚焦时下最为“流行”的远距离亲情模式，真实记录孩子们的心路历程，开启纪录片新纪元。

## 湖南经视推出新版 《越策越开心》

1月10日，经视频道新一季《越策越开心》于晚间21:50正式同观众见面。

新版节目阵容强大，同时融入了时下流行的萌娃及萌宠元素，不仅将黄小鸭从新闻棚搬到了录制的演播厅现场，陈英俊、YOYO更是突破自己，在节目找到了新的定位。新版节目将内容划分成10余个版块，每个版块都可用于网络的独立传播，并融入了网络的搞笑段子和网络趣事。



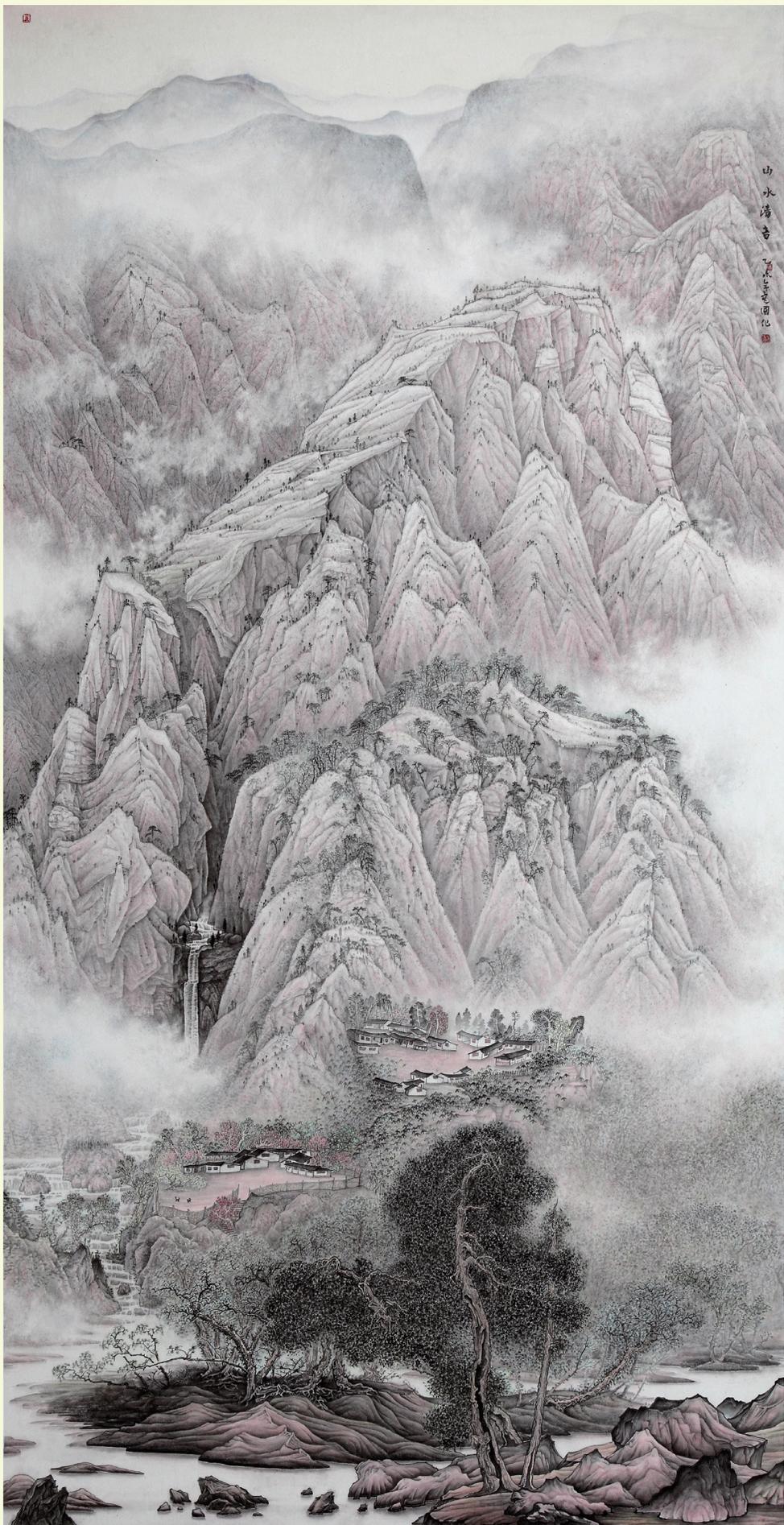
## 《超级女声》回归 网络报名火爆

在湖南卫视2016跨年演唱会上，由湖南卫视、芒果TV、天娱传媒联合出品，芒果TV作为主要制作、播出平台的《2016超级女声》宣布正式复出。

1月1日，“超女”网络报名通道正式启动，选手通过下载“芒果直播”APP上传歌唱作品即刻参与报名。上线5天，芒果TV官方渠道报名人数破万，目前仍在持续快速增长，每一分钟都有一位“超女”诞生。四大直通唱区同步启动，超40家媒体、30余家主流电台全程报道，500家城市及地方电台震撼发声，机场、高铁等户外广告全面上线。

《超级女声》引爆网络相关话题。





# 潇湘声屏

山水清音 国画 刘宝国