

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



2016/3-4
NO. 317

潇湘声屏



牢记职责使命 全面推进创新
打造舆论引领新高地

青春，依然在路上

从电视音乐音响的视角
浅析《绝对忠诚》



《我是歌手》第四季总决赛现场

歌王之战 李玟夺冠

4月8日晚，湖南卫视《我是歌手》第四季总决赛“歌王之战”精彩直播。经过两轮比拼，李玟在与张信哲、容祖儿、李克勤、黄致列、老狼、徐佳莹六位歌手的竞争中胜出，成为第四季歌王。湖南广播电视台党委书记、台长，集团公司党委书记、董事长吕焕斌，副台长、总编辑、集团公司总经理兼卫视频道总监张华立到现场指导直播工作，吕焕斌为冠军颁奖。



湖南广播电视台党委书记、台长，集团公司党委书记、董事长吕焕斌为歌王李玟颁奖



《我是歌手》第四季总决赛三强为李玟、张信哲、黄致列



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

编 辑 刘 凌

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

2016/03-04 NO.317 XIAOXIANGSHENGPING

目录

新视野

担负责任使命 壮大主流舆论 /本刊评论员 004

本刊特载

牢记职责使命 全面推进创新 打造舆论引领新高地 /吕焕斌 005

坚持“导向金不换” 坚持责任品质价值“三位一体” /张华立 007

坚持正确导向 把好宣传舆论场 /蒋新建 008

湖南广播电视台贯彻落实习近平总书记“2·19”讲话及全省宣传部长会议精神 /本刊综合 013

改革与创新

青春，依然在路上 /曾致 汤集安 任帅 016

学术研究

镜头语法 /杨壮 020

电视在与网络融合中提升活力 /黄尚恩 022

业务探讨

从电视音乐音响的视角浅析《绝对忠诚》 /刘佳源 024

试谈“编剧”在亲子真人秀节目中的作用 /李颖 027

纪录片的手法与影视剧的观感 /王云峰 029

大力弘扬孝道文化 /何晋文 彭燕 031

浅谈网络谣言的治理	/郑燕	032
新闻工作者必须把握住政治导向	/郭士龙	034
学习贯彻习近平总书记系列重要讲话“微理论·微宣讲”感怀	/任震宇	036
谈国际电视节目模式在中国的本土化	/向小红	037

新媒体

从媒资价值评估到实现媒资产业化初探	/曹炜阳梓 徐乐	039
-------------------	----------	-----

屏前幕后

小戏骨一炮打响 新《补锅》引人注目	/盛晴 银铮铮	041
卧底“星梦”模特的日子	/李菁	043
用爱证明声音的力量	/许倩	045

采编纵横

做个勇敢且有担当的人	/陈聪	047
------------	-----	-----

播音与主持

新闻播报语音的特征	/周伟红	049
-----------	------	-----

好记者讲好故事

科学家的家	/尹中	051
一束玫瑰的力量	/姚龙	052

广播电视技术

《我是歌手4—歌王战》直播精彩呈现，技术给力完美突破	/罗耀霞 吴蓉	054
----------------------------	---------	-----

电影圈

从《时时刻刻》浅谈欧美女性电影	/鲁典祎	056
-----------------	------	-----

管理平台

剑走偏锋：抢占版权资源制高点	/刘星	058
----------------	-----	-----

艺术长廊

白苎新裁录大风	/邹世毅	060
---------	------	-----

书海拾贝

职责、贡献、精神财富/ 刘政		063
----------------	--	-----

担负责任使命 壮大主流舆论

/本刊评论员

2月19日，习近平总书记主持召开党的新闻舆论工作座谈会并作重要讲话。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，其内容丰富，思想深刻。他在会上提出的48字新闻舆论工作的责任和使命，是新时期全面指导新闻舆论工作的总方针。

作为主流新闻媒体和新闻工作者，要将学习总书记重要讲话精神作为我们当前和今后一项重大政治任务，深刻领会总书记讲话的精神实质和丰富内涵，切实把我们的思想和行动统一到讲话精神上来。牢记新闻舆论工作的职责使命，进一步坚定信念，坚持党媒信党、爱党护党，进一步提升政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识，唱响主旋律、传播正能量，为协调推进“四个全面”战略布局、落实五大发展理念、决胜全面建成小康社会提供思想舆论支撑。

要在高举旗帜中引领导向。新闻舆论工作高举旗帜的本质特性，就是要在各个方面、各个环节都要坚持正确舆论导向，必须把坚持导向贯彻在新闻舆论工作的各个方面。坚持以正确舆论引导人，这是最重要、最根本的导向。

要以围绕中心来服务大局。新闻舆论工作者要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。作为党的新闻媒体，权威性和公信力就在于要及时发出“主流声音”，构建“主流叙述”。根本的就是始终坚持党性原则，保持本色，在思想上政治上行动上同党中央保

持高度一致。在媒体融合发展的时代，新闻的表达方式可能有转变，但是阵地不能丢，围绕中心服务大局的职责不能丢。

要在团结人民中鼓舞士气。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，激发和凝聚全社会团结奋进的强大力量，重要的是抓好两个“必须”：一是必须提高宣传报道的吸引力和感染力。当今社会日益开放、日趋多元，信息获取的渠道越来越丰富，成本越来越低。空洞的内容、呆板的说教已经没有市场，只有真实报道新闻，真正深入一线，真正讲好故事，以实动人，以情感人，才能真正做到让正面宣传入耳、入脑、入心；二是必须正确认识舆论监督和正面宣传的统一。新闻事实本身没有正面负面之分。正面报道指的是对出发点的把握，如果我们的出发点是建设性的，是考虑社会效益的，是对国家和人民有益的，这样的报道才能传播正能量，才能团结人民鼓舞士气。

要在成风化人中凝心聚力。我们正在具有许多新的历史特点的伟大斗争，面临的挑战和困难前所未有。历史和现实告诉我们，舆论的力量非常重要，好的舆论可以成为发展的“推进器”、民意的“晴雨表”、社会的“黏合剂”、道德的“风向标”。关键是要提高新闻舆论工作的质量和水平，把握好时、度、效，增强吸引力和感染力，让群众爱听爱看、产生共鸣，充分发挥鼓舞人、激励人的作用，成风化人，不断巩固全国人民共同奋斗的思想基础。

要以澄清谬误来明辨是非。当前传

媒格局和舆论环境发生深刻变化，在新媒体环境中，舆论生态、受众对象、传播技术都在发生深刻变化，各种真真假假的信息不时在各类传播渠道上出现。

在这个众声喧哗的时代，更需要有党的新闻媒体敲定“定音鼓”，来澄清谬误、明辨是非。同时，新闻媒体要直面工作中存在的问题，激浊扬清、针砭时弊，事实准确、分析客观，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。在一个纷繁复杂的时代，澄清谬误、明辨是非将是新闻舆论工作的一个重要内容。

当今时代，舆论环境、媒体格局、传播方式都在发生深刻的变化，我们必须尊重传播规律，创新方法手段，以提高新闻舆论的传播力、引导力、影响力和公信力。作为主流媒体的湖南广播电视台，前两年在新闻宣传中进行全方位的改革创新，打造出《县委大院》《绝对忠诚》等一系列“现象级”的新闻力作，为讲好故事、树新典型，传正能量进行了有益的探索。在今后的新闻宣传中，我们更要深入“走转改”，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。

使命在肩，路在脚下，职责和使命激荡着我们。习近平总书记的重要讲话，对新闻舆论战线来讲，就是一首“春天里的故事”。只要我们以创新的姿态迎接挑战，用坚实的肩膀扛起责任，就一定能够书写更大的辉煌，赢得更多的荣光。



牢记职责使命 全面推进创新 打造舆论引领新高地

/吕焕斌

我们新闻媒体这次学习宣传贯彻总书记的讲话精神，是带着一种激动的心情，饱含着一种特殊的情感，更体会到了一份不同寻常的使命和责任。首先，我谈一谈学习总书记重要讲话的两点认识。

第一点认识，总书记这次讲话，系统阐述了党的新闻舆论工作的重要地位、职责使命和党性原则。总书记明确定调，党的媒体是党和政府的宣传阵地，必须姓党。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，都要增强看齐意识，都要坚持党性和人民性相统一。

作为湖南广电来说，就是要坚定宣传党的理论、路线、政策，

坚定宣传中央和省委省政府重大工作部署，坚定宣传党和国家关于形势的重大分析判断，坚决向中央看齐，维护中央权威。只有毫不动摇地坚持这条铁律，我们的媒体才能担当“治国理政、定国安邦”这一历史使命，才能在“五个事关”的大考中交上一份高分答卷。

第二点认识，总书记这次讲话，着重强调了党的新闻舆论工作必须坚持的基本方针和工作遵循。总书记强调，新闻舆论各个方面、各个环节都要坚持正确舆论导向。坚持以正面宣传为主，传播正能量。

多年来，湖南广电在省委、省委宣传部的坚强领导下，对导向

问题从不含糊，在坚持正面宣传、传播正能量方面，更是大张旗鼓、不遗余力。今年，我们仍将始终坚持团结稳定鼓劲、正面宣传为主的方针，充分放大湖南卫视这个主窗口、主阵地的作用，整合电视地面频道、广播、新媒体等新闻资源，围绕中心、服务大局，推出“三新”、“三重”、决胜全面小康、精准扶贫、智库建设等系列主题宣传，团结人民、鼓舞士气、营造氛围，为建设富饶美丽幸福新湖南做出应有贡献。春节刚过，我们协同央视经济部历时三个月采制的五集系列报道《新春走基层·“十八洞”扶贫故事》，连续五天在央视《新闻联播》头条播出，全面展现了我省认真贯彻习近平总书记“精

准扶贫”要求取得的工作成效，反响热烈，也受到文雄部长的高度肯定。

总书记的这次讲话，对加强新闻舆论的内容创新寄予了殷切期望，明确提出新闻舆论工作要尊重传播规律，创新方法手段，切实提高传播力、引导力、影响力、公信力。文雄部长也把创新作为今年宣传工作的关键点之一，要求坚持内容为王、内容致胜，推进内容创新。随着新媒体传播格局的发展，传统媒体传播的速度、深度、广度都日益受到新媒体、自媒体的挑战，传统媒体也确实面临着创新的紧迫任务。

具体到湖南广电来说，在新闻宣传创新上，前两年我们在坚持讲好故事、树新典型、传正能量方面，做了一些有益的探索和尝试，也取得了一定的成效。今年，我们的新闻宣传创新，就是要贯彻落实总书记“增强吸引力和感染力”的要求，紧扣时代脉搏，再策划1-2个像《绝对忠诚》那样的“现象级”新闻大片。同时，倡导编辑记者“走转改”，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。

在文艺宣传方面，也有很大的创新效应空间。这些年来，我们主要是发挥了湖南卫视这个主平台的价值观引领优势，通过节庆晚会、品牌季播节目和“汉语桥”、“四海同春”华人春晚等外宣活动，传播中华传统文化，弘扬社会主义核心价值观，受到观众好评，尤其是受到了青少年群体的点赞。今年一开年，我们在宣传“中华文明之美”、弘扬传统亲情孝道等创新节目方面，做了些尝试，收到了不错的社会反响。今后，我们将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。

总书记的这次讲话，要求推动融合发展，主动借助新媒体传播优势。这一重要论述，准确地打在了当今媒体发展的时代节点上。正是基于对融合发展必要性和紧迫性的认识，我们去年出台了《建设新型主流媒体若干意见》，提出了构建湖南卫视、芒果TV“双平台”带动全媒体发展的新格局，实现“五位一体”（舆论引领者、IP创造者、平台竞争者、渠道建设者、价值实现者）的战略目标。这是我台适应传播新格局、打造互联网条件下现代传播体系的一项战略部署。

芒果TV作为“双平台”之一，目前已经全面拓展互联网视频、互联网电视、手机电视、IPTV等网络视听业态，全终端用户规模已达日均3500万独立访问量，日常视频点击量已超过1亿，手机APP（移动客户端）下载安装量已超过2亿，正在实现由“独播”向“独特”的跨越，已跻身国内视频网站第一阵营。

湖南广播电视台新闻中心研发的“芒果新闻”客户端，前期各项准备工作也基本就绪，已报省委宣传部同意，将尽快上线试运行。

“芒果新闻”将依托全台新闻资源，与芒果TV互为补充，做成一个以新闻为主的新媒体阵地。

我们推出这些融合发展的新举措，目的只有一个，那就是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，把受众向我们打造的“红色”舆论高地积极导流，实现巩固宣传思想文化阵地、壮大主流思想舆论的终极目标。

（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。此文根据作者2016年2月22日在学习贯彻习近平总书记重要讲话精神座谈会上的发言整理。）

编辑/曾致



坚持“导向金不换” 坚持责任品质价值“三位一体”

/张华立

习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上指出，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。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。

我结合湖南卫视最近发生的两次正面宣传实践，谈一下习近平总书记重要讲话精神的一点体会。前不久，湖南卫视新闻中心协助央视经济部采制的《治国理政新实践·十八洞村扶贫故事》，连续五

天在央视《新闻联播》播出，每天都配发了评论，其中有四个是头条，一个地方新闻能受到如此重视，还是不多见的。湖南卫视记者吃住在十八洞村，挨家挨户谈柴米油盐，扯婚丧嫁娶，久而久之，村民们没有了拘谨和戒备，不再把记者当成城里来的客人，所以有相当部分镜头和采访，都是自然交流过程的真实记录。正是这一串串散发着泥土味的细节，组成了十八洞村的系列扶贫故事，最终呈现在屏幕上。

另一次实践，也发生在这个春节，一首《不知该怎么称呼你》通过湖南卫视的传播悄然走红，这首歌最早出现在湖南卫视今年的《小年夜春晚》上，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。为了寻求在年轻人当中的影响，我们通过自己的新媒体芒果TV发布视频，并推送到许多视频网站，到正月十五的统计，这样一首不是明星演唱、不是通俗流行，地方味儿十足的歌曲，网络点击量超过了6000万次。这次舆论引导的实践，是新闻宣传和文艺宣传彼此呼应的尝试，也是正面宣传题材实现融合传播的一次成功的尝试。这说明，网络不是豺狼，只要我们去驾驭，它就是我们党的又一匹骏马。

通过学习习总书记的讲话精神，再结合最近这两次正面宣传的实践，增强了我们下阶段继续做好正面宣传的信心，也给我们带来了一些启示：

一、做好正面宣传，一定要抓



坚持正确导向 把好宣传舆论场

蒋新建

“2.19”讲话是习总书记继2013年“8.19”讲话、2014年在文艺工作座谈会上的讲话后，对意识形态工作的又一次重要阐述。习总书记连续三年对意识形态工作的讲

话，透露了深刻的、丰富的内涵，形成了一套完善的理论体系，为我们搞好广播电视宣传管理工作指明了方向，为我们搞好舆论引导提供了基本遵循。如何贯彻落实习总书

记重要讲话精神，进一步提高广播电视宣传管理工作水平，我认为要从坚定认识、切实履职、强化管理三个方面来下功夫。

准题材，关乎大局，并抓准要害。要敢于旗帜鲜明、理直气壮地做党的政策主张的传播者，不能欲说还休遮遮掩掩。

二、做好正面宣传，就真要俯下身、沉下心，做爬山虎式的记者。脚上没有泥巴，心里哪里有太阳？不深入生活，哪里做得出有温度的故事？不和老百姓打成一片，镜头里面的人物怎么生动地起来？

三、做好正面宣传，要注重传播方式的创新，新闻宣传和文艺宣传相互呼应，相得益彰，可以最大程度地实现到达率，影响不同的人群，达到最好的成风化人的效果。

四、做好正面宣传，我们传

统媒体的人要敢于并学会驾驭新媒体。湖南广播电视台实施新媒体独播战略之后，目前芒果TV全终端用户规模拥有3500万独立访问量，日常视频点击量超过1亿，移动客户端下载安装量超过2亿，基本形成了湖南卫视、芒果TV双引擎驱动的新型媒体集团的模样。

2016年，湖南卫视将一如既往地增强政治家办台意识，在围绕中心、服务大局中找准坐标定位，牢记社会责任，在未来的电视创作中，湖南卫视将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”，坚持责任品质价值“三位

一体”，坚持“阵地意识”“引领意识”“创新意识”，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，让湖南卫视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，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。

（作者系湖南广播电视台党委委员、副台长、总编辑，湖南广播影视集团有限公司总经理，湖南卫视总监）

编辑/曾致

一、充分认识新闻舆论工作的极端重要性，始终坚持正确政治方向，在政治上思想上行动上与党中央保持高度一致。

当前我国意识形态领域形势复杂，虽然主流态势积极健康向上，但也有值得警惕和注意的问题，而且一些问题还比较突出。

(1) 外部形势严峻，意识形态进攻激烈。

邓小平同志曾说“西方国家正在打一场没有硝烟的第三次世界大战。所谓没有硝烟，就是要社会主义国家和平演变。”随着中国的崛起和美国提出重返亚太战略，各种经济战、宣传战、货币战等正在不断打响，西方反华势力加强了意识形态领域的进攻，企图用“和平演变”的方式瓦解中国共产党领导下的社会主义政权。西方反华势力企图西化我们的文化共识、丑化我们的党和政府、分化我们党和人民的内部团结，宣扬西方宪政民主、普世价值、公民社会、新自由主义、西方新闻观、历史虚无主义等，并且质疑改革开放和党的领导，这些错误思潮和主张具有一定的迷惑性，在意识形态领域造成了一定程度的混乱。

(2) 内部形式复杂，意识形态挑战艰巨。

21世纪是一个思想大激荡、观念大碰撞、文化大交融的时代，

随着全球化的深入发展，人们对许多问题的判断标准、衡量尺度、价值观念都发生着深刻变化。尤其是经济新常态下，各种矛盾凸显，多元利益博弈造成意识形态呈现分化趋势，主流意识形态被淡化、被怀疑、被摒弃的现象大量出现，社会阶层、社会心态、社会舆情都发生了重大变化。

面对复杂的意识形态斗争形势，广播电视媒体作为主流媒体，占有优越的社会资源，拥有经过职业培养的队伍，更应守护良知，拨乱反正，在多元中立主导、在多样中谋共识、在多变中定方向，始终占据正确舆论的制高点、掌握舆论引导的主动权。同时，广播电视媒体一定要充分认识到意识形态领域斗争的复杂性，保持头脑清醒，立场坚定，坚持党管媒体的原则不动摇。

1940年代末，有一次毛泽东同志问田家英，什么是政治？田家英回答不出来，毛泽东对田家英说，政治的智慧，在于怎么令敌人越来越少，令同志越来越多。“纤笔一支谁与似，三千毛瑟精兵”，宣传是为政治服务的，也是为一定阶级利益服务的。我们看一下美国的中东战略，美国历史学家伯纳德·刘易斯1992年在《外交》杂志上发表《中东再思考》，设想将中东地区力量分裂为“长期斗争、冲突甚至

战争的宗派、部落和党派”。2013年，美国前国务卿基辛格演讲时透露希望对叙利亚“巴尔干化”“碎片化”。美国的战略家为什么要这样做？因为中东所处的地理位置，“没有永恒的朋友只有永恒的利益”“卧榻之侧岂容他人酣睡”，美国就是希望将欧盟、俄罗斯、中国这三个竞争对手通过宗教、种族问题拖入中东泥潭，连盟友欧盟也被算计。我们一些同志被西方一些所谓“社会公器”“第四种力量”的宣传所迷惑，认为西方国家价值观念多元，其实不然，拿美国的电影来说，无论是《变形金刚》、《阿凡达》这样的商业大片，还是《阿甘正传》、《荒野猎人》这类被奥斯卡青睐的影片，在追求视觉效果、强调艺术性等多种表达形式的背后，所宣扬的都是美国社会的主流价值观，你从影片中听不到一句美国的坏话。默多克的新闻集团，你去查一下，旗下媒体有说过默多克的坏话吗？我们的同志不能犯政治上的幼稚病，坚持政治家办台、政治家办报，这是我们要坚守的原则。我们的媒体是党和政府主办的，是党和政府的宣传阵地，必须姓党。必须以党的旗帜为旗帜，以党的意志为意志，以党的使命为使命，始终做到爱党、护党、为党，把政治方向摆在第一位。必须牢牢坚持党性原则，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。

习近平总书记曾指出：“我们国家无论是在体制、制度上，还是所走的道路和今天所面临的前所未有的境遇，都与前苏联有着相似或者相近乃至相同的地方。弄好了，能走出一片艳阳天；弄不好，苏共的昨天就是我们的明天！”习总书记的讲话振聋发聩，给我们是巨大的警醒。苏共连续执政74年后，在三无（无内部暴力革命、无外部强敌入侵、无重大自然灾害）情势下，亡党亡国，给我们留下了深刻的教训。分析苏联亡党亡国的经验教训，戈尔巴乔夫推动的新闻改革是一个重大因素。戈尔巴乔夫倡导新闻改革“公开性”，媒体从公开报道社会矛盾、问题，发展到组织人们对党和政府的大政方针、对已有历史定论的事件、人物进行重新审视和评价，最后放开媒体管控，一些媒体变成自由派的舆论工具。叶利钦上台后，立即派人接管了塔斯社、苏联新闻社等，勒令停办了《真理报》等6家共产党刊物。由此可见，新闻舆论工具是执政党存在的根基，失去了这个根基，执政党的地位就可能动摇。习总书记指出“党的新闻舆论工作是党的一项重要工作。”“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，事关党和国家的前途命运”，新闻舆论工作的极端重要性怎么强调都不为过。“高举旗帜、引领导向”，就是要坚定不移地高举中国特色社会主义伟大旗帜，始终不渝地用中国特色社会主义来统一思想、凝聚共识，不断巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础。

二、忠诚履行职责使命，不断提升舆论引导水平，把讲话精神落实落细落小。

当前，宣传主阵地上的“战士”多为80、90后的年轻一代，他们成长在和平与相对优越的环境中，无论政治意识、斗争意识还是阵地意识都相对淡薄。我们的一些媒体管理者被收视率、收听率所绑架，注重经济效益而忽视了社会效益。这些问题都要引起我们的高度重视，我们要通过学习习总书记的讲话，将讲话精神贯彻到行动上，落实在工作中，树立看齐意识、导向意识、担当意识、引领意识、阵地意识和规矩意识。

湖南卫视《湖南新闻联播》从前年开始推出“新春走基层”直播报道，从汤湖里到惹巴拉再到香草原，无不做得欢快生动，体现了我省少数民族地区的山水之美、人文之美，展现了民族大团结的积极

风貌，彰显了社会主义核心价值观，是设置议题、精心做好新闻策划报道的成功之作。最近的“十八洞村”系列报道聚焦精准扶贫，反响热烈，习总书记在视察中央电视台时专门提及“十八洞村”报道。这些报道堪称“围绕中心、服务大局”的典范之作，围绕中心、服务大局，就是把新闻舆论工作放在党和国家全局工作中来审视，放在改革发展的大局中来谋划，更好地为中心任务助力、为全局工作添彩。只有胸怀“四个全面”的大局，把各种问题放到大局中去考虑、去掂量，才能找准舆论引导的出发点和落脚点。当前，新闻舆论工作的大局就是要宣传报道好习总书记治国理政的新思想、新战略、新理念。

我们的一些民生新闻栏目负面报道扎堆，有关交通事故、凶杀、斗殴、诈骗之类的负面社会新闻条数多且分量重，不少还是采用两条以上的连续报道形式进行编排。我们一些新闻从业人员把自己作为“社会的良心”，乐于报道一些负面的新闻，甚至有“堂吉诃德”挑战风车的快感，殊不知，他们已经在错误的道路上越走越远。将负面新闻集束播出，既不能客观反映社会的真实状态与主流，又容易使受众感到不安与恐慌，社会心理暗示所产生的负面影响不可估量。我们判断负面报道是从传播效果上

来评价，看其是否具有正能量、正影响、正情感，如果从效果上产生了负能量、负影响、负情感，那就是彻头彻尾的负面报道。控负，一是要确定负面题材报道比例。负面题材中有一些是意外事件、偶然事件，但将一段时间来的意外与偶然都集合起来，负面效应就瞬间成倍扩大了，给受众的感觉是偶然变成了必然。只要是涉及负面题材的报道要避免系列化，不要扎堆集束播出。尤其不能搞异地监督，不能将全国各地乃至全球各地的一些令人匪夷所思的负面事件集合播出。二是要负面题材正面报。一些栏目与执法部门联系紧密，这些部门因为工作使然，“报料”多为案件，案件报道要注意手法，不能为报而报，要讲求报道播出后的效果，要反映出执法部门人性执法、按章执法，维护社会安定繁荣的精神风貌。三是要深入基层采访，切实搞好“走转改”。民生新闻不等于社会新闻更不是负面新闻，记者要深入基层，把民生中积极的、向上的、闪光的、体现社会主义核心价值观的新人、新事、新思想等发掘出来并加以报道。团结人民，鼓舞士气，就是要充分发挥正面宣传鼓舞人、激励人的作用，着力激发广大干部群众团结奋进、攻坚克难的士气和勇气。

近年来，真人秀的滥觞造就

了电视的虚假繁荣，更要命的是对这种电视表现形式的过度消费，过快消耗了观众热情，正在形成新的审美疲劳。真人秀节目存在四大问题：一是原创乏力，几乎所有大红大紫的真人秀节目模式都从国外购买；二是成本高企，一档节目动辄上亿；三是真假难辨，追求“真”却处处透着“假”；四是市场混乱，版权、艺员管理市场失序。对真人秀节目的过度热衷，源于一种本领恐慌，离开了明星自己就不会做节目了，严肃题材就没有观众了。其实这是一种误区，总局最近推介的中央1套《中国诗词大会》、北京卫视《传承者》等节目，不仅社会反响好，而且取得不错的市场份额。刚刚被总局表彰的湖南卫视《真正男子汉》，不仅收视率高，更以文艺娱乐的载体，弘扬了中国精神，体现了思想性、艺术性、观赏性的有机统一。成风化人、凝心聚力，就是要教化人、引导人，春风化雨、润物无声，倡导社会正气、传播正能量和社会主义核心价值观，我们的节目制作人员要在“成风化人、凝心聚力”上花心思、下工夫，这样做出来的节目才能既叫好又叫座。我们的一些情感故事类节目往往存在选材和视角猎奇，原生态展现矛盾冲突的问题，把关注点放在第三者插足、婚外情、私生子等方面。某些广播

脱口秀节目存在主持人口无遮拦、胡乱调侃、格调低俗的问题，拿亲子鉴定、女主持人怀孕等调侃。某些娱乐新闻喜欢围绕明星的婚恋、奢华生活来说事，炒作明星绯闻、隐私。上述问题的存在说明我们对“成风化人、凝心聚力”思考的不够，学习的不到位，我们今后要进一步加强这类节目的宣传管理。

去年六月，省内某地面频道播出“长沙股民170万四倍融资全仓一股两跌停赔光跳楼”，这个报道出来后立刻引起轩然大波，总局通报批评，湖南省证监局介入调查，这个事情去年底才算了结。省内某广播频率在证监会严厉打击场外配资后还播出“帮助股民本金放大五倍”的配资广告，这些报道和广告传达了错误的信息，造成了社会恐慌和思想混乱。某军事节目在“应对威胁 美投放首枚‘精确制导核弹’”的报道中，全面引述韩媒和美国五角大楼的消息，这属于严重违规，我们一直强调国际新闻要用新华社和中央三台的素材。节目中说“去年，美国在内华达州沙漠上空投放了一枚精确制导核弹，在今后3、4年内还有4枚接受测试，有分析称美国此举正是为了应对朝鲜的威胁”。节目没有及时对美国扩大核军备妄图称霸世界的野心进行必要的揭露和批判，只是当了传声筒，容易让人误认为朝鲜核威胁才是引起美国研

制新型核武器的根本原因，显然不符合实际情况。澄清谬误、明辨是非，就是旗帜鲜明地站在意识形态斗争第一线，坚持真理、修正谬误，弘扬真善美、贬斥假恶丑，积极有效地做好解疑释惑、开展舆论斗争。3月10日，美国为首的12个国家无端指责中国人权问题，中国开展了针锋相对的舆论斗争，揭批美国的双重标准和种族歧视，这就是“澄清谬误、明辨是非”。

连接中外、沟通世界，就是准确把握当代中国与当代世界关系的历史性变化，创新对外传播，讲好中国故事、传播好中国声音，让中国了解世界，让世界了解中国。中国正在为“两个一百年”和中华民族的伟大复兴而努力奋斗，在战略上推出“一带一路”和“亚投行”，媒体更应该成为“连接中外、沟通世界”的桥梁。所以，总书记的“48个字”不能孤立地看，每个字都诠释了很多道理，形成了一个有机的整体。

三、始终强化阵地意识，不断提高宣传管理水平，把导向要求覆盖到各级各类媒体。

新闻舆论处于意识形态斗争的最前沿，媒体是舆论交锋的主力军，无论是广播电视、报纸，还是互联网、移动终端，都是宣传的主

阵地，媒体从业人员要有阵地意识，旗帜鲜明地站在意识形态斗争第一线，积极有效地开展舆论斗争。中国共产党是“左手拿传单，右手拿枪弹”取得政权的，取得执政地位后我们尤其要用好新闻舆论这个法宝。习总书记“48字职责使命”是我们媒体从业人员和宣传管理者工作的座右铭，敦促我们在工作上精准用力，切实担负起新时期党的新闻舆论工作的职责使命。

当今世界移动终端的发展和网络技术的革新突飞猛进，媒体生态环境发生了重大变化，国际形势也发生了重要变化。在新的历史形势下，在复杂的舆论环境下，不仅新闻节目要把握和引导正确舆论，文娱、情感、法制、谈话等等其他类型的节目甚至广告，只要在公共媒体播出了，都会形成舆论场，都需要坚持舆论工作的导向和原则。习总书记讲了“八个方面导向”，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；国际新闻也要讲导向。在日常工作中，我们要把导向意识、舆论引导覆盖到各级各类媒体。唯有以作品为中心抓精品力作、以人

民为中心抓创作导向，在尊重传播规律的基础上，一方面做亮正面宣传，一方面做好舆论引导，才能真正担负起“48字”新时期党的新闻舆论工作的职责使命。

在舆论引导中，我们一定要强调宣传纪律，宣传纪律就是政治纪律，就要讲政治规矩，这是谁也不能触碰的底线，绝不允许阳奉阴违、自行其是。宣传管理最忌讳的是“沙滩流水不到头”，管理文件一套套，就是不落实，三审制挂在口头，放在案头，形同虚设。我们熟知政策文件法规的领导基本上不在第一线，在第一线的不懂政策法规，而且信息不对称，信息资源的分割，造成了管理上的漏洞，这实际上是体制问题，宣传管理关键就是传达到位，落实到位，在落实落细落小上下功夫。当前一些媒体由于利益驱使，收视率倒逼价值取向，注重经济效益而忽视社会效益，导致小问题不断，小问题多了，一段时间不管，就会出现大问题，发生大问题那就是灭顶之灾，所以，收视率倒逼价值取向绝不可取。湖南广电的老领导魏文彬说过“导向错了一了百了”，这是有血的教训的，我们要切记。

（作者系湖南新闻出版广电局党组成员、副局长）

编辑/曾致

湖南广播电视台认真贯彻落实习近平总书记 “2·19”讲话及全省宣传部长会议精神

/本刊综合

编者按：2016年2月19日，习近平总书记主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话，湖南广播电视台第一时间组织学习传达，结合贯彻落实全省宣传部长会议精神，对全台今年重点工作进行了全面系统地安排部署。

习近平总书记在新闻舆论工作座谈会上作重要讲话的当天，湖南广播电视台全体干部员工，从班子成员到普通编辑记者，都自发聚焦、热烈讨论。2月22日，湖南广播电视台召开全台二级部门负责人例会，全面学习讲话精神，认真贯彻落实讲话精神和全省宣传部长会议精神的具体举措。随后，各媒体开展了学习，并上交了书面学习体会材料。同时，卫视、经视和广播连日来都在主新闻栏目的重要时段播出相关报道，对讲话进行深度解读报道，呈现全省新闻战线和社会各界对讲话的热烈反响。

台党委书记、台长吕焕斌和副台长、总编辑张华立强调，总书记这次讲话，系统阐述了党的新闻舆论工作的重要地位、职责使命和党性原则，着重强调了党的新闻舆

论工作必须坚持的基本方针，是我们今后开展宣传工作的行动指南和基本遵循。同时，此次全省宣传部长会议精神，系统分析了今年我省宣传工作面临的新形势、新任务，对找准突破口，抓住关键点，健全责任制提出了明确要求，作出了统筹安排，是湖南广播电视台做好十三五开局之年宣传工作的总纲，为湖南广播电视台2016年发展改革各项工作指明了发展路径和努力方向。

围绕贯彻落实习总书记“2·19”重要讲话精神和全省宣传部长会议精神，湖南广播电视台今年将重点抓好以下几项工作：

一、策划组织好系列主题宣传

认真贯彻落实习总书记“围绕中心、服务大局，团结人民、鼓舞

士气”的指示精神，按照文雄部长“纲举目张”、“重点突破”的要求，今年湖南广播电视台拟从以下四个重点入手，开展今年的主题宣传工作。

一是认真做好以习近平为总书记的党中央治国理政新理念新思想新战略重大主题宣传。这是贯穿全年和今后一个时期的重大政治任务。湖南广播电视台将按照省委宣传部统一部署，统筹卫视、经视和广播等媒体，有重点、分步骤开展好这一主题宣传。此前，湖南广播电视台协同央视经济部历时三个月采制的五集系列报道《治国理政新实践——新春走基层·“十八洞”扶贫故事》，已于2月13日-17日在央视《新闻联播》节目中播出，全面展现了湖南省认真贯彻习近平总书记“精准扶贫”要求取得的工作

成效，反响热烈。

二是精心组织重大活动、重要节点宣传。全国“两会”召开在即，这是湖南广播电视台当前新闻宣传的一项重点工作。我台卫视、经视、广播、都市、芒果TV将开展主题宣传报道，全台将派出160人左右的团队赴京参加报道。目前各媒体已制定了《行进中国》、《中国梦+》、《梦想新征程》等宣传报道方案，各项准备工作在有条不紊的进行之中。今年，我台还将结合纪念建党95周年、纪念红军长征胜利80周年、第十一届金鹰节等重要时间节点，开展相应主题宣传。

三是开展“十三五”开局之年系列主题宣传。卫视和广播将开辟《“十三五”开局》专栏；《经视新闻》、《经视观察》将开办“深化改革促发展三部曲”和《布局》等系列专题报道。通过这些报道展现我省“十三五”开局新气象，提振信心，促进发展。

四是围绕中央和省委省政府“三重”工作做好主题宣传，为我省决胜全面建成小康社会营造良好舆论氛围。湖南广播电视台各媒体将围绕全面实现小康、全面深化改革特别是供给侧结构性改革、全面依法治省等重点主题策划推出专栏专题报道。如卫视《联播》的《湖南启思录》和“看世界”系列报道，《午间新闻》的《扫码扶贫》、《湖南超级工程》；广播的

《湖南头条》、《财经非常道》；《经视观察》的“智库建设”、“扶贫攻击”等。同时，还将精心策划，推出1-2部类似《县委大院》、《绝对忠诚》那样在全国有影响、有口碑的“现象级”新闻大片。

二、持之以恒推进社会主义核心价值观宣传

湖南广播电视台将以总书记“成风化人、凝心聚力”的要求为指引，始终坚持在宣传工作中以文化人、以德润心，把铿锵有力的时代脉搏融入日常宣传的涓涓细流。今年，我们将继续抓好节目创新与价值观引领相结合，努力推出更多更优秀的节目，持续推动社会主义核心价值观内化于心、外化于行。

一是做好重点活动和先进典型宣传报道。宣传报道好“雷锋家乡学雷锋”、创新创业、精神文明建设等活动中涌现出的典型人物和先进集体。卫视《平民英雄》将举办“帮好人万里行”、“平民英雄征集令”等活动；都市、公共频道将继续办好“百善孝为先”、“爱心周末”等专栏，大力宣传社会主义核心价值观。

二是强化湖南卫视创新节目价值观引领优势。今年一开年，湖南卫视就推出了聚焦代际沟通、弘扬传统亲情孝道的创新节目《妈妈的牵挂》和《旋风孝子》，社会反响

热烈。《天天向上》节目原创板块“中华文明之美”已单独成片，1月13日在卫视晚间黄金时间19:30播出，以短故事形式，展现中华传统礼仪、读书礼乐和生活方式之美。《一年级》、《真正男子汉》等节目也将进一步放大励志主题，着力反映青年一代为梦想而挥洒青春汗水的时代主旋律，弘扬正能量，传播积极向上的价值观。

三是抓好一批重点主题大片生产。1、金鹰纪实频道全力打造7集纪录片《岳麓书院》。预计于2017年下半年在央视、湖南卫视、金鹰纪实频道播出，并向海外发行。2、金鹰卡通频道高质量制作播出13集动画片《翻开这一页》（第二季），宣传中小学课本上老一辈革命家的故事。国家新闻出版广电总局将该片确定为献礼建党95周年的重点题材动画片。3、广播传媒中心策划推出两部广播剧：展示湖南本土道德模范、先进典型的系列微广播剧《湖南好人》（30集）；反映全国文明城市一长沙市岳麓区望城坡街道长华社区历史变迁的广播剧《好大一个家》（3集）。

四是制作播出一批系列公益宣传片。

三、积极拓展对外宣传和对外文化交流

以“加强国际传播能力建设，增强国际话语权”为目标，着力

抓好我台外宣工作。重点是办好第十五届“汉语桥”世界大学生中文比赛、四海同春华人春晚等活动；强化国际频道的外宣平台作用，重点开拓北美市场，有效扩大国际覆盖；继续办好一批宣传推介湖南的电视节目和文化活动，传播湖湘文化，提升湖南国际影响力。

四、加大推进体制机制改革

一是把集团公司做实做强。今年湖南广播电视台将按照省委、省政府要求，加快全台转企改制步伐，尽快将可经营性资产剥离注入集团公司，完善公司治理结构，从顶层设计上理顺事企关系，走集团内部定制为主的制播分离之路，推进各媒体和内容团队在集团范围内的制播分离。

二是进一步加快推进融合发展，推动新型主流媒体建设再上台阶。1、促进芒果TV进一步实现从“独播”到“独特”的转变，加大自制内容研发制作力度，把芒果TV加快打造成湖南广电发展的重要增长极和引领互联网主流宣传的重要阵地。2、尽快上线“芒果新闻”客户端。经报部领导同意，我台“芒果新闻”客户端各项前期准备已基本就绪，拟于3月5日上线试运行。

“芒果新闻”将依托全台新闻资源，打造一个以新闻为主的新媒体阵地，与芒果TV互为补充，建立起主流宣传的网络新高地。同时，

《湖南新闻联播》等各新闻栏目继续办好官方微博、微信公众号，延伸播出链条，扩大宣传效应。

五、强化导向管理责任

总书记在“2·19”讲话对讲导向提出了具体的要求和部署，文雄部长也把健全责任制作为今年全省宣传工作的纲领之一。具体到湖南广电，就是要落实到党委的意识形态责任制管理和内容导向管理上。今年，湖南广播电视台将出台《湖南广播电视台进一步加强媒体导向责任管理实施办法》，把导向管理作为班子和干部目标管理的重点内容，严格落实到位；在内容导向管理上，我台将一如既往的坚持“导向最高”、“导向全覆盖”和“导向全流程”原则，对节目的考核和评价，坚持追求社会责任第一的标准，坚持例会、通气会、追责制、约谈、处罚等导向管理的有效做法。将导向管理全面覆盖所有媒体、所有节目、所有时段，贯穿媒体节目生产的策划、选题、采访、编辑、制作、审稿、播出等各个环节，不留盲区死角，严把导向关口。

六、加强队伍建设

湖南广播电视台将根据从业人员年轻人多的特点，通过多种手段增强他们的政治意识、大局意识和导向意识，努力造就一支政治觉悟

高、职业道德优、业务能力强的新闻队伍。

一是继续加强马克思主义新闻观教育。多形式、分层次、全覆盖、经常化，组织集中学习，引导新闻从业人员牢固树立马克思主义新闻观和正确的新闻价值观。当前，重点是要学习好习总书记在党的新闻舆论工作座谈会上的讲话精神，以此武装头脑，提高做好新形势下新闻舆论工作的思想认识水平和业务能力。

二是深入“走转改”，建立节目团队“走基层”长效机制。积极参加省委宣传部组织的基层实践锻炼活动；利用扶贫点、对口联系点组织年轻编辑记者和节目团队深入基层，扎根生活，真正以“爬山虎”精神，讲有温度的故事。

三是正风肃纪，对症下药，开展专项整治。结合“三严三实”、打击新闻敲诈和新闻“三假”、贯彻落实新闻从业人员“十不准”等专项活动开展专项整治。

四是完善人才培养和激励机制。湖南广播电视台将根据服务青少年、占领主阵地的发展导向，加大人才培养投入，完善专业人才“首席制”，促进芒果生态圈的共生型改造，促进更多青年才俊脱颖而出。

编辑/曾致



青春，依然在路上

——湖南卫视成长记 文/曾致 汤集安 任帅

美国管理学家德鲁克认为，市场和产业结构的变化是创新机遇的重要来源之一，他说：“一个产业结构发生变化，要求该产业中的每个成员都具有企业家精神。它需要每个人重新问这样的问题：我们的业务是什么？”在融媒体时代，对于越来越多的电视人来说，想做好业务并不难，难的是永远都清楚自己的价值取向和传播目标。

不久前，湖南广播电视台党委委员、副台长、总编辑、湖南广播影视集团有限公司总经理、湖南卫视总监张华立在接受媒体访问时谈到，“在湖南卫视，有一种文化崇拜叫‘青春崇拜’，芒果台的基因是青春，核心是创新。”世人皆知，创新是“湖南电视现象”的本质，十余年来，纵观中国卫视排行榜，第2、3、4轮流坐庄，第1却一直稳如磐石，这不禁使人产生这样的好奇：主打“创新牌”和“青春牌”的湖南卫视2016年还想怎么玩？

以战略创新为先导

践行青春价值观

传媒学者喻国明教授曾指出，“我国传媒业已经进入一个战略先导时代，面对不断变化的市场环境，面对层出不穷的成长性空间，知道‘在哪做’和知道‘做什么’，比知道‘怎么做’更重要。”在湖南卫视党委书记、常务副总监李浩看来，这里所指的“在哪做”和“做什么”对于电视媒体来说，强调的就是战略创新的意义，即“如何定位”和“做给谁看”。

对于电视媒体而言，战略创新在创新系统中始终都占据着重要地位，

对于领导者来说，它的意义不仅在于高屋建瓴、纲目举张，更重要的作用在于建立一个电视媒体的核心价值观，形成一个频道独特的发展理念和经营策略。上星18年来，湖南卫视的发展思路明确而坚定，在遵循总体发展思路的基础上，历经多次战略定位修正与升级，逐步形成了今天的频道气质和受众特征：

2002年10月，正式确立频道内容定位为“以娱乐、资讯为主的个性化综合频道”；

2003年初，确定“三个锁定、三个兼顾”，即“锁定娱乐，兼顾资讯；锁定年轻，兼顾其它；锁定全

国，兼顾湖南”；

2004年中，正式打造“中国最具活力的电视娱乐品牌”，“快乐中国”呼之欲出，成为国内第一个对自身品牌进行清晰定位和形象区隔的电视频道。

2013年至今，在“快乐中国”的基础上，又创新推出了“越成长，越青春”、“在一起，更青春”、“梦飞扬，更青春”、“炫起来，更青春”、“加速中，更青春”、“珍惜爱，更青春”等十余个周期性频道主题呼号，广受粉丝热议与好评。

在湖南卫视的影响和带动下，不久之后，其它卫视纷纷开始寻求各自



的差异化品牌定位。如2003年上海卫视正式改名为东方卫视，发展海派特色，目的在于抛弃之前上海卫视的区域色彩从而放眼全国；2004年，江苏卫视确定了“情感天下”的频道口号，后来逐渐演化成“幸福中国”的品牌定位；浙江卫视在2008年改版中确定了“中国蓝”的品牌定位，取消最初“人文频道”的品牌口号；2016年元旦起，山东卫视也进行了全新频道定位“悠久文明，青春中国”，强调悠久的历史是曾经的流行担当，而当下青春的色彩则是未来文明的烙印。此外，省级卫视打造品牌化定位的案例还有，旅游卫视的“身未动，心已远”、安徽卫视的“剧行天下”等等。但是，我们不得不承认的是，纵使各家卫视的战略定位变了又变，频道口号换了又换，但放眼中国电视圈，依然没有任何一家频道可以如湖南卫视一般，从频道定位、频道包装、专职频道声、特色节目甚至是品牌广告都鲜明地打上了“青春”的烙印，让人如此印象深刻。

在战略创新层面，湖南卫视早就享受到了中国电视改革的第一波红利，而且一直惠及至今，改革的成果

业已转化成大批观众喜闻乐见的精品电视节目和剧集，成为了几代人都无法抹去的青春记忆，更在中国年轻一代人心中，树立了一种积极向上正能量的青春价值观。时至今日，湖南卫视不仅是国内收视最高的国民频道、是行业中最具特色的高能媒体、是传播领域中少有的跨界平台，更是目前国内独此一家的生态型频道，这也是湖南卫视不同于其它任何一家平台的本质特征，令湖南卫视成为了中国传统电视媒体突破、转型、创新、发展的先锋和代表。

在区位、经济、政策等并不占优势的环境中，湖南卫视获得的巨大成功有目共睹。自2002年实施新的战略定位以来，湖南卫视的广告创收接连高速增长，到2006年，恰好是湖南卫视上星十周年之际，其广告创收突破10亿，成为了全国第一个单频道创收超过10亿的省级卫视，而就在十年后的2016年，在湖南卫视广告招商期间，两场活动招商总金额近75亿，今年整体广告营收破百亿已成定局，湖南卫视通过战略创新所获得的收视优势和品牌优势已成功地转化成市场赢利的优势。

以内容创新为核心 打造系统竞争力

在内容为王的时代，内容创新依然是电视台绝对的核心竞争力，它是电视创新系统中最活跃的部分，也是最直观、面对最直接最广泛的评判的部分，是电视媒体立于不败之地的原始源泉。2015年，湖南卫视迎来并完成了一系列重大挑战，这些挑战来自于市场上超过200档综艺娱乐节目的竞争、来自于社会制作力量、来自于政策变化与限制、来自于周五周六双活动结构、来自于年轻族群在融媒环境下的媒介消费行为变化。

这里我们依然以2006年和2015年这两个时间节点为例，探寻湖南卫视近十年来依托内容创新而产生的巨大变化：

2006年，湖南卫视全国收视份额达3%，全国排名第6位，在省级卫视中遥遥领先，在青少年观众中的收视率仅次于中央一套，位居全国第二位。全国有效覆盖率超过60%，覆盖人口已达7.6亿，每月全国观众规模达到6.4亿人，在省级卫视中高居榜首。

改革与创新

2015年，湖南卫视双网创新高，全年份额5.38%，是唯一一家全年份额过5%频道，比排第二的CCTV1（4.28%）份额高出幅度26%，相当于CCTV10或东方卫视的全国年度份额。全国覆盖人口数省级卫视第一，是唯一突破11亿人口数的省级卫视，全国宾馆、高校覆盖第一，是全国观众最喜爱的省级卫视。

十年间，从《快乐大本营》《天天向上》《变形计》《超级女声》到《挑战麦克风》《奥运向前冲》《国球大典》《百变大咖秀》再到近年来的《花儿与少年》《偶像来了》《全员加速中》《一年级》等，从模仿创新到合作创新再到自主创新，湖南卫视电视节目的冠名费也随之水涨船高。2013年，湖南卫视先后打造了两档现象级节目《我是歌手》及《爸爸去哪儿》，频道的高热度横跨多季，影响力席卷多屏，话题打通精英与大众，湖南卫视也由此逐渐由超强的品牌型频道向生态型频道转型。随着湖南卫视大型季播节目品牌的持续火爆，近两年来两大季播王牌节目的冠名费均呈明显上升之势，越来越多地受到业内外人士的关注，如下表所示：

年份	品牌节目	冠名费
2014年	我是歌手第二季	2.35亿
	爸爸去哪儿第二季	3.1199亿
2015年	我是歌手第三季	3亿
	爸爸去哪儿第三季	5亿

湖南卫视副总监、总编室主任张若波曾经在招商现场说过，“如果

说‘快乐中国’的频道定位是我们对目标受众核心价值观与目标受众行为方式的高度概括，那么，在清晰、独到的品牌统领下，湖南卫视的内容创新体系则日趋成熟，系统竞争力被彻底释放，这是我们长期稳坐国内省级卫视品牌之冠的内在动因。”2014年，《金鹰独播剧场》继续坐拥“第一国民剧场”，《钻石独播剧场》横空出世，《青春进行时》开启周播新纪元，湖南卫视对多个项目进行活动化打造、线上线下互动化开发，周边产业链得到延伸完善，生态型频道特质进一步彰显。2015年，湖南卫视在全国市场获得了270个全天第一，比2014年（103个）增加了一倍以上，全年12个月均是第一，不仅全天，在晚间、黄金档、后晚间、白天也均获全国第1。从间歇性夺冠到全程称霸，从传统媒体被动的新业态中逆势增长，从鳞次栉比的创新中高位崛起，湖南卫视不再是简单项目的叠加，而是从一个线性播出频道转变成以“中屏”为中心的体格质变——其资源与观众、广告主、媒介环境充分通畅的外循环，一个节目与其它节目、与编排结构、创新升级等组织系统快速又协调的内循环，打造出了一个集强资源、高能力、整链条、多用户的“钻石型”生态。

以市场创新为引领 整合多元化资源

克里斯·安德森在其《长尾理

论》一书中预言：“在所有的传统媒体中，电视业是最有可能被长尾力量彻底改变的一个”，因为“电视业创造出的内容比其他任何媒体和娱乐业都要多”。根据“长尾理论”，电视业可能拥有“最长的尾巴”——内容有可能无限碎片化，产业链有可能无限延伸。谁都无法否认，市场创新是电视媒体获取市场竞争优势的直接手段，如果说战略创新处于电视创新系统的最高端，那么市场创新则处于系统最前端。电视媒体在战略创新的价值观指导下，依托系统优势强化内容创新，进而最终通过市场创新来获取创新效益。

长久以来，湖南卫视广告营收一直稳居省级卫视首位，成为引领业界的风向标，但不可避免的是传统媒体硬广资源已经面临瓶颈，如何在营销红海中有新的增长，显然，同样的内容，不一样的营销，效益是不一样的，积极并且成功的市场创新将使战略创新和内容创新的效益获得成倍增长。多年来，从上星到品牌经营，湖南卫视的“创意快乐营销”和“多元化营销资源整合”对我国媒体市场环境带来了革命性的改变，以十年为界，我们可以看到依托湖南卫视为旗舰的湖南广播电视台在品牌创新价值层面依然坐拥省级卫视的头把交椅。

2006年，《中国500最具价值品牌》排行榜显示：湖南卫视的品牌价值30.65亿元，排名居全国所有卫视第四。

2015年,《中国500最具价值品牌》排行榜显示:湖南广电的品牌价值266.76亿元,排名居全国所有卫视第一。

湖南卫视副总监、广告部主任宋点自上任以来,以“内容为王,创意为先”的理念,赋予优质资源营销新价值。2015年,湖南卫视广告部优化理念、打通节目生产与广告经营环节,创新内容营销,以多样化的广告形式挖掘品牌价值,将频道广告经营推向新的高度。2015年,湖南卫视广告经营额继续保持高速增长,广告创收贡献达整个湖南广电广告总收入的95%,7月更是创下了单月历史新高,达到了11亿元。

在内行人眼中,湖南卫视的创意和创意加工能力是其核心竞争力,是其整合各方资源的抓手,也是其在新媒体时代基业长青,保持创意产业主导地位的基石。2015年,阿里旗下天猫与湖南卫视联手推出《天猫双11狂欢夜》,为全球用户奉献了一场4小时全球互动直播,成为了广告界的年度大事件。从双十一当天阿里高达912亿的交易额来看,这场晚会不仅成功的掀起了一场大众的商业狂欢,更探索出了一条电商与电视跨界融合的标杆模式,令同行望尘莫及。“双11狂欢夜”让湖南卫视长期培养的核心观众群与“双11”的核心消费群形成第一次完美融合,开启了“电视+电商”、“娱乐+消费”的新商业模式,而晚会首度实现的“所见即所

买”,带来的则是一场更深刻的内容变革,一种新的文化现象应运而生,成为了全行业内堪称典范的融媒体整合传播营销案例。

令很多观众印象深刻的是,在去年《我是歌手》第三季中景田百岁山经典的植入广告中,没有主持人滔滔不绝地口播,没有眼花缭乱的字幕,没有多余的LOGO,仅仅是抓住了“洪涛身边一瓶水”这个点子,让百岁山出现在万众瞩目的歌手排名宣布时刻,再加上歌手和名嘴经纪人几句不经意地调侃,便获得了四两拨千斤的传播效果。在许多广告主的传统观念中,曝光量等同于广告价值,而湖南卫视却一反常规,大胆提出并尝试“极简式营销”的新概念,不做加法做减法,用最干净最自然的方式呈现产品,这正是湖南卫视创意整合营销的又一经典之作。

从去年开始,湖南卫视创新提出了新的事件营销黄金模式——“跨年零点大事件”,即跨年零点之后湖南卫视的第一条广告片。配合着高声量的宣传,去年蒙牛投放了湖南卫视跨年晚会的零点广告“开启更好的2015”,它不仅是硬广,更是湖南卫视和特仑苏的一次全媒体联动的事件性营销尝试。而今年,湖南卫视则携手蓝月亮“加速点亮2016——BOOM向未来”,媒体、品牌、受众心意合一的这一刻,见证了2016芒果营销的全新开始。

湖南卫视营销创新的成功,在于其围绕电视媒体业的创意产业本质,

有针对性地开展营销创新。湖南卫视独特的创意整合营销模式,是最符合电视创意产品特性的营销模式。通过立体整合观众、广告商乃至新媒体三方的资源,共同打造观众所欢迎的创意产品,并能顺利通过市场化的创意整合营销平台,实现观众、广告商、电视台及其他利益相关者的共赢。据了解,2016年湖南卫视的广告投放策略将重点聚焦在四大领域:硬广系列、软广系列、事件系列和互动系列,相信一向“用节目的思维来做广告”的电视湘军,2016年将进一步被广告主和市场认可。

如今,按照中央关于推进传统媒体与新兴媒体融合发展的要求,湖南卫视正走上了一条“以我为主、融合发展”的路子,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、董事长吕焕斌认为,“在建立与互联网的关系上,我们的提法是‘湖南卫视+@’,变‘异体共生’为‘一体共生’,变‘它加我们’为‘我们加它’,建设‘为我所有’的互联网媒体平台。”我们相信,无论未来媒体趋势如何发展变化,从10亿到100亿只是一个缩影,电视湘军的“互联网+”行动依然在路上,而湖南几代广电人所期盼的“千亿芒果梦,影响全世界”宏伟构想终会实现!

(作者单位:湖南广播电视台)

编辑/曾致

镜头语法

——浅谈画面编辑注意事项 文/杨壮

电视新闻是声画兼备的特殊资讯，离开画面，就不叫电视了。好的电视新闻，是没有配音也看得懂的，这说明镜头是电视的母语，是电视区别于其他媒体的“第二性征”。所以，不懂得镜头语言的组织，就不叫电视人。二十年前，我们作为湖南经视的第一批记者在长沙铁路电视台体验摄像机的使用，吕焕斌先生传授给我们一个方法，“看国际新闻、学画面编辑”。二十年了，“主体要突出、多用固定画面”，言犹在耳，恍如昨日。

每年湖南省两会、全国两会期间，领导都会来驻地看望媒体，照例要发新闻，每到这一天，我都要守在编辑机旁边，告诉记者怎么编辑这条片子。因为这条片子拍的是咱们自己的“圈子”，领导表现不突出，兄弟媒体和自己的上司、同事照顾不周，都容易得罪人。我跟记者讲，这条片子的编辑思想是八个字：“突出领导、面面俱到。”

时政新闻的画面编辑，第一是要讲规矩，先后主次要分明，对称编辑要讲究。这次全国两会报道，政协开幕式和人大开幕式，习近平总书记

的画面安排就跟过去不一样。过去是按照常委顺序依次出特写，这次是总书记出特写之后，转向全景，稍后再依次出其他常委，这样的画面语言有什么样的特殊含义，相信人们会有新的解读。在人大开幕式的新闻报道中，这种突出习近平总书记的镜头，至少有五、六次之多，这就是一种典型的镜头“语法”。一般在会议报道中，画面编辑还要遵循左右对称、上下照应的惯例，在人民大会堂举行的全国人大或政协开幕式的报道，主席台画面剪辑的规律是：带主席台正面全景、总书记及常委（不含主持开幕式的常委）鱼贯而入走向主席台、带主席台正面全景、主持人特写带宣布开幕实况、国歌声中从总书记近景拉开至大全、台下全景、主席台第一排大会执行主席一左一右摇、总书记特写、全景、常委依次出、政治局委员一左一右摇……其他所有时政新闻画面的剪辑规律，盖出于此，概莫能外。

时政新闻的画面编辑，第二是要面面俱到。重要的时政活动，既要突出主要人物，也要顾及其他人物，光突出主要领导而忽视其他领导和参与

者，一是不客观、二是势利眼，人品有问题，新闻的真实性也会打折扣。

时政新闻的画面编辑，第三是要讲创新。近年来，《湖南新闻联播》在编辑时政新闻时，首先出事件发生地的外景，这就是国际新闻的一种手法借用。省委常委楼出现在视频频幕上，看上去是画面编辑创新的“一小步”，其实是新闻理念创新的一大步：新闻一定要尊重常识，新闻贵“新”，新的异常的信息才是好新闻。观众不爱看，我们就很难“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。”现在，我们在中央电视台《新闻联播》中，经常可以看到航拍等新视角的画面，甚至，在《湖南新闻联播》中，县级电视台提供的新闻画面也有不少是航拍的。可以预见，今后航拍器材等新设备出现在时政活动现场，还将极大地改善受众的观感。“狗扑肉”等特殊摄像器材的出现，也给人们带来新的视觉体验。

除了时政新闻以外，一档新闻栏目还会有突发事件、人物报道、连

线直播等题材出现。突发事件画面剪辑最重要的理念是“原汁原味”。人物报道，比如《绝对忠诚》和《湖南好人》，首先在拍摄上就要坚持“偷拍”、“隐藏式拍摄”，尽量减少记者的介入行为，在画面编辑上一定要使用电影剪辑手法，要懂得画外音、蒙太奇、懂得画面的节奏处理以减少视觉疲劳。现场直播的画面切换，一定要按照人之常情来处理，“故事”发生的地点在哪里、事件的主人公是谁，这些都是观众首先想要知道的。《直播香草原》每天第一个画面必定是画外音中出航拍大全景，交代故事发生的地点，接下来才切换到人物和

情节当中去。

画面剪辑对有些人来讲是一种享受，可惜，也有人把这种“美差”干成了一件“苦差”。大家都很努力想把画面编好，可是经常事与愿违，常见的毛病有：表现主体不突出，泛泛而已不给力；固定画面不想用，推拉摇移最欢喜；全中近特不搭配，一种景别用到底；过分追求新角度，不知守正再出奇；捡到篮子都是菜，歪瓜劣枣不嫌弃；时空经常乱穿越，牛头马嘴长一起；越轴画面经常有，不讲专业没逻辑。

要治病，不妨试一试下面的方法：一是要视画面剪辑为一门科学，

发明电影、电视的西方人已经证明，平行蒙太奇、对比蒙太奇可以营造紧张感，比如《战舰波将金号》里面的蒙太奇手法就是经典，不学不知道敬畏；二是要视画面编辑是一种艺术，虚实相生、长短缓急、明暗转换，无论中西，人同此心；三是要特别重视节奏，要多看好莱坞大片，从电影中找到启示。最后，还是要回到常识：镜头主体要饱满、固定镜头是常态、新鲜镜头最抓人、特写镜头好摆渡。

（作者系湖南广播电视台新闻中心主任、高级记者）

编辑/刘凌

省播音主持研究会开展“走基层”活动



2016年4月17日至19日，湖南省播音主持研究会组织湖南广播电视台、卫视频道、经视频道、广播传媒中心以及高校的资深播音员主持人、专业教师卢莎莎、曾致、刘明艳、魏哲浩、刘惠、苑治平、李凌、黄亚萍等一行8人，到郴州市为播音员主持人授课。来自郴州市广播电视台以及全市11个县市区台的近百名播音员主持人参加了学习。专家们还到桂阳县广播电视台演播室、录音间，与播音员主持人交流座谈，进行业务指导。

编辑/肖清



电视在与网络融合中提升活力

文/黄尚恩

随着视频网站、互联网电视、手机电视的迅速崛起，一个“大视频”的时代逐渐成型，观众的收视方式与收视渠道正在发生着巨大的变化。电视正面临着前所未有的挑战，如何向新媒体转型已成为电视行业面临的一个严峻课题。近日，主题为“探索电视台的新媒体转型路径”的首届中国台网融合峰会在京举行，与会者从多个维度探讨了电视行业如何应对新媒体带来的挑战和机遇，并对实现“台网融合”提出相关建议。

一、电视面临新的挑战

随着新媒体的崛起，传统电视受到很大的挑战。据国家新闻出版广电总局发展研究中心最新发布的《中国视听新媒体发展报告(2013)》显示，受个人电脑、平板电脑、智能手机的冲击，北京地区电视机开机率从三年前的70%下降至30%，电视观看人群的年龄结构呈现“老龄化”趋势。

尽管目前网络视频在用户覆盖方面尚无法与电视相比，但是在高学历、高收入、年轻人群中，网络视频的渗透率和黏性正不断上升。国家新闻出版广电总局发展研究中心副主

任杨明品表示，新媒体为观众提供了各取所需的个性化服务，每个人的需求都得到了尊重，这契合了当下人们的生活理念。“到今年6月份，中国网民达到5.91亿，中国网络视频网民达到3.89亿，网民中上网收看视频的比例接近66%。新媒体所提供的视听节目，其丰富性、多样性、可选性超过传统媒体。视听新媒体已经与传统的广电媒体平分秋色，甚至风头更劲。”

伴随着受众的流失，传统媒体也面临着广告减少的危机。相关报告显示，2007年至2012年，中国网络视频广告市场规模增幅有3年超过了120%，远远超过了同期电视广告收入的增长幅度。央视国际网络有限公司总经理汪文斌说：“有人预计到2016年，网络视频广告收入将要超过广播电视的广告收入。大家都在预计，我觉得也不一定准确，但是这种趋势不可逆转。”与此同时，网络视频广告的影响力已开始接近传统电视广告的影响力水平。据CSG调查显示，视频网站的广告可信度达到70%，只略低于电视的79%。

与新媒体视频相比，传统电视一

直以内容制作精良著称。但是我们也看到这样的现象：随着《奇异家庭》《爱啊哎呀，我愿意》等网络自制节目陆续登陆国内电视台，网络视频返销电视台的现象将大批量出现。城市联合网络电视台CEO傅峰春认为，除了新闻之外，目前电视内容的生产正快速地市场化。在这种背景下，有大量专业的人才从电视台流向社会制片公司(包括网络视频公司)，电视台面临人才危机。网络视频公司正在借助资本力量快速切入电视内容制作市场，电视内容生产不再是一部分电视台的核心优势。

二、尝试与新媒体进行融合

为了能够尽快地抢占各种新的视频终端，传统电视台纷纷成立专职部门整合新媒体业务，构建新媒体的传播平台。汪文斌表示，中央电视台建设中国网络电视台，就是要为电视台构建新媒体的传播平台。“我们正在建构一个体系，试图让任何一个节目都可以在TV终端、PC终端、Pad终端、手机终端等屏幕间进行互动传播，而且任何一个用户都可以通过一个账号在所有的终端上进行互动浏

览。那时候观众就可以在任何时间、任何地点收看节目了。”

有些电视台纷纷携手视频网站，实现从内容策划到生产制作、宣传推广的融合。河南卫视和爱奇艺联合制作节目《汉字英雄》，双方按照1:1比例投资，两个媒体共享收入分成。爱奇艺总编辑高瑾表示，《汉字英雄》是两个不同形式、不同传播领域的合作成果。在这个过程中，我们共同投资、共同招商、共同策划、共同制作、共同宣传、共同播出，两家都发挥彼此优势，进行了多个屏幕终端的整合，取得了“1+1大于2”的效果。

越来越多的电视台推出手机客户端，通过多种手段实现多屏互动，对节目进行全媒体的传播和推广。湖南卫视的“呼啦”、浙江卫视的“潮浙看”、东方卫视的“哇啦”、北京电视台的“摇乐摇”等，都是电视台利用手机客户端实现节目和内容全媒体播放的尝试。有些电视台则是在屏幕上设置二维码标识，用户扫描二维码可以参与节目的互动，为节目增加了新的传播和互动渠道。但中国移动互联网产业联盟常务副理事长兼秘书长李易认为，只能通过设置二维码标识来增强电视的互动性，这是一种悲哀。“屏幕上的二维码影响了电视画面的美感。要实现互动，还需要在技术上进一步更新。”

三、转型之路需要不断探索

电视台要走出一条向新媒体转型

的道路，似乎并不是一帆风顺。很多与会者谈到，虽然大多数电视人都意识到了危机的到来和转型的必要，但是因为现在电视台在整个媒体格局中仍然占据着很大的分量，所以一些人对“转型”仍抱着一种观望的态度，并没有真正付出行动。另外，对转型的“恐惧”还来自对“完全竞争”的无准备——传统电视台在某种程度上占有着垄断的地位，所以电视台之间的竞争是不完全的、带保护性的。但是在新媒体环境中，这种竞争将转化为一种“完全竞争”。

但无论如何，转型之路是无法回避的，需要不断探索。中央电视台发展研究中心产业与新媒体研究部主任黎斌认为，传统的电视人不应该给自我的身份设限，要赶快转型。要实现“台网融合”，不是说把在电视台播出的节目转移到网络平台上即可，而是要根据新的传播格局和传播平台来制作符合其形式的内容。新媒体中的视频，内容的质量固然重要，但还需要注重其互动性，让媒体平台围绕该节目形成紧密的信息交流中心。

“看电视的话，一家人围坐在客厅一起看，很热闹；但在移动终端，基本上都是一个人看，这会带来孤独感。因此，应该有一个‘社交电视’的理念，让不同地方的观众能方便地共享、讨论他们在观看的电视节目，这是传统电视向未来发展的一个方向。”

实现“台网融合”，视频节目就可以在多屏之间推出，甚至可以

“多屏互动”。在这种情况下，有一个统一的品牌，就可以将各种产品统摄起来。比如，凤凰卫视做视频可以叫“凤凰视频”，做手机客户端则可以叫“凤凰客户端”。但是很多电视台的名字采取的是“地域名+播出平台”的模式，比如深圳电视台、广西电视台等。傅峰春认为，当这些电视台做视频或移动终端的时候，就面临没有品牌的问题，因为“你总不能叫‘深圳移动终端’，这会限制用户的增长”。因此，传统电视台在开始新媒体业务时，一定要注意建立自己的品牌。否则做到一定时期之后，会发现这些业务将受到很大的限制。

在全媒体时代，电视节目的版权问题变得更加重要。现在影视剧的版权是按照播出渠道分的，不同的渠道版权费不一样，电视台购买一部电视剧的费用达到上千万，甚至三五千万，而网络视频行业则只需要相对少得多的费用。在“多屏互动”的情况下，如果不做好版权保护，更多的观众会选择新媒体来观看，而不会选择插播各种广告的电视台。中央电视台总编室版权管理部知识产权法律顾问白帆表示，现在播出平台的价值越来越低，版权再守不住的话就很难立身，所以电视台在购买节目时要注意版权的保护。另外，不能只是一味地购买版权，还应该尝试去制作一些高品质的节目，这样才能够不断提升自己的影响力。

（作者单位：文艺报社）

编辑/曾致

从电视音乐音响的视角浅析《绝对忠诚》

文/刘佳源



一、经典音乐的引入，为专题报道注入情感提升意境

1、主题旋律的选取运用，对激活受众思绪引发联想增添了能量

系列报道《绝对忠诚》从第一季开始便引用作曲家关峡的经典作品《第一交响曲》序曲即电视剧《激情燃烧的岁月》主题曲作为系列报道的主题音乐且沿用至今。整个乐曲为中速，情绪宏伟激昂，结构为带引子的复三部曲式，演奏乐队为标准的交响乐队双管编制。系列报道《绝对忠诚》的主题音乐选用的是该作品的呈示段，是一个调性为D大调的音乐片段，旋律极富歌唱性，恢弘磅礴感人至深。主题旋律从弦乐组和木管组由高音区倾泻而下，四支圆号分奏构成三和弦，与旋律节奏同步；小号声部引用整首作品开头引子部分的材料，

响亮的穿插在旋律中间；长号奏长音，打击乐奏震音；大管、大号、及大提琴、低音提琴奏相同的旋律以复调的形式插在旋律空隙；竖琴的刮奏及钢琴流动的分解和弦作为旋律铺底映衬其中。丰富的配器使整个乐段内容紧凑、情感饱满。基于纯音乐非语义性和非具象性的性质特点，这首音乐作品本身所表达的具象内容是相对模糊的，它更多的是通过象征手法或依靠受众展开的联想使观众得到共鸣。《激情燃烧的岁月》这部电视剧讲述的是解放前夕发生在军队的故事，通过这一系列的故事刻画烘托出电视剧主人公精神的可贵，因此这首作品作为电视剧主题曲带有典型的抒情性色彩，烘托出老一辈革命家为中国奋斗的光荣形象。而系列报道《绝对忠诚》是聚焦我军一线部队

指挥官积极投身中国新军事变革，苦练强军谋打赢的正能量报道，所要表达的情感正好与电视剧《激情燃烧的岁月》所表达的情感相似，因此向音乐出版公司购买经典音乐的播放使用权，将《激情燃烧的岁月》主题曲引用到系列报道《绝对忠诚》中，用经典名曲营造出既定的氛围，是非常恰当、且能快速将观众带入节目中，激活受众的思绪与联想的一种办法。

2、多而有序的选配组合，对深化主体结构引发热议增强了活力

多而有序就是层次感。在《绝对忠诚肖立军：把住长空》一期中，有这样一个片段让人印象深刻。故事讲述到2001年主人公执行飞行任务时遇到一次险情，此时语言由主人公的采访同期声和旁白解说穿插组成，与惊险的飞行画面组成此段节目内容的

主体，音响和音乐作为画面及语言的呼应、补充元素，以大量飞机飞行不同种类的运动音效及仪表警报音响，配合以打击乐器及弦乐快速拉奏为主奏乐器的音乐片段，从视听语言中的听觉方面充分渲染出紧张急迫的现场氛围。此处多而有序的声画结构也使节目内容丰满紧凑，使节目的高潮迭起，充满感官冲击力，这也成为系列报道《绝对忠诚》能突出重围、引发大众热议的重要因素。

3、主次分明的控制编排，对丰富主题内涵诱发共鸣添加了韵味

在电视片中要做到声音的运用杂而不乱有章法，必须要分清主次关系。如果电视画面是主要的，那么声音就是从属的。如果在所有声音中采访、人物同期声、解说等语言是主要的，那么音乐、音响就是次要的，这是一般规律。《绝对忠诚夏卫国：神兵天降》一期中，有一个片段讲到主人公在中国与白俄罗斯举行联合反恐演习时提出的新战法，该片段的开头与结尾将直升机螺旋桨音响夸张扩大化，作为此刻节目内容的主体，画面只作为次体出现，从而自然地使整期节目中分割出一个相对独立的片段。此外该片段为一个典型叙述式片段，旨在叙述解释新战法的具体内容及相关信息，因此语言解说无疑就成为了片段的主体内容，紧张的打击感氛围音乐及枪击音响配合画面的进行适时的增减音量控制比例铺垫于语言解说之下，形成以声音为主画面为辅，主次分明的声画结构，用叙述内容凸显

出主人公英勇机智的个性特征，也为人物增添一分韵味。

二、现场音响的取舍，为节目内容增色添彩焕发魅力

1、从声音画面的搭配挖掘群体特质，为释放寓意赢得了空间

声画统一是视听艺术特别是专题类节目中最具广泛意义的声画组合方式。音乐音响通过听觉手段深化加强了视觉形象，使观众看到的画面更丰满动人，同时也增强了节目的带入感。《绝对忠诚王向东：挑战极限》一期中，在讲到主人公再次率队代表中国参加国际坦克大赛时，配上了《中国人民解放军军歌》，光荣的使命感与“向前向前向前”的歌词巧妙结合，让观者从熟悉的旋律曲调中快速进入节目的意境，也用《中国人民解放军军歌》呼应了我军一线部队指挥官们忠诚国家的这样一个报道的主题；《绝对忠诚陈刚：东海雄鹰》一期中，在讲到主人公所在的“海空雄鹰团”的光辉历史与战功时，配上了《海空雄鹰团团歌》，使音乐与此处的画面及解说匹配贴合，从年代感音乐中体现出海空雄鹰团的战功卓著，也更加衬托出海空雄鹰团英勇勤奋。

2、从环境音响的重现表达场景氛围，为烘托人物绽放了亮点

写实音响是人们赖以生存的空间中的各种杂音，它虽然没有语音明确，但却自觉担任着传递信息的责任，是我们获取及感知事物存在、发展变化的依据之一，它具有自然音响

本身所具有的表现力和象征性，以其逼真再现真实的创作环境，加强画面主题感染力，给人以真实感和现场感。而具有运动感和方位性的声音，更是能提升节目画面的立体感与层次性，因此在《绝对忠诚》这类纪实专题片中显得尤为重要。《绝对忠诚周玉印：与时间赛跑》一期中，一个战士们在训练场上进行体能训练的片段就很好的体现了这一点。这一场景中出现了几个不同种类的写实音响，其中画面远景的口号声与画面近景的加油声形成远近位置的纵深空间感，而该画面中的主体——参与训练的士兵进行从左至右的运动，又使得他们的声响具有了左右运动感。纵深空间及物体运动造成声音的运动距离感，增加了观众对画面的立体感觉与真实感受，从而营造出了一个真实自然、层次感强的故事环境。使观众更加真切的体会到主人公默默坚守、无私奉献，甘于做为国捐躯的铸剑者的精神闪光点。

3、从夸张音响的运用提炼个性特点，为表现质感突显了张力

有时，电视节目中也可能会出现“静”的细节，“静”也是声音有效的组成部分，是环境音响的特殊表现形式，它并不意味着真空，不是无声，“静”是相对的、暂时的，是为了更大规模的动而设计。第四季《绝对忠诚》与之前几季相比，就多了很多这样“静”的细节。现场环境音响元素在节目中以单一的形式出现，往往会快速引起观众的注意，勾起观众

极大的好奇心。这一方法，在第四季《绝对忠诚》系列报道中被运用得淋漓尽致。《绝对忠诚周玉印：与时间赛跑》一期中以主人公在军事演练场捡来的石头放在桌面的声音和画面这个“静”的状态作为本期节目的开头，将放置石头的现场环境音响夸张扩大化，用石头这个细节物件串联出了整个人物故事情节；《绝对忠诚汪军民：续写光荣》也运用同样的方法，以一个在水中拍摄的主人公入水的高速镜头开头，此处声音使用的是与画面频率一致的入水声，此处声画组合在一起，大大增强了画面本身给予观众的冲击力与戏剧张力。两期节目不约而同地选择在节目开篇最“静”的位置就使用现场环境音响作为比语言更主要的声音元素，也足以印证现场环境音响对观众的吸引力及对电视节目的提质增色、增加戏剧张力的作用。

三、三位一体的交替融合，为典型人物蓄积力量展放风采

1、用渐隐渐现的音乐贯穿，升华了保家卫国威武不屈的视角层次

视听艺术中的音乐通常采取分段叙述，与语言、音响交替或同时出现，形式上是片段的、零碎的。主题音乐在节目中时隐时现贯穿的方式，就好比写文章时在文章中将主题反复申述、加以发挥一样。主题音乐的贯穿使音乐形成一条主线，随着节目情节变化发展，将人物塑造得更独特、丰满。第四季《绝对忠诚》中很多期

都沿用了主题音乐贯穿其中的方法，例如《绝对忠诚陈刚：东海雄鹰》一期中，主题音乐渐隐渐现的贯穿整期节目，以它强烈的抒情性曲调刻画烘托主人公积极投身中国特色新军事变革，苦练强军谋打赢，甘于奉献、不怕牺牲的大无畏精神，用主题音乐带动着节目情节的发展变化。主题音乐的每次出现，都对主人公忠诚的体现、亲情的渲染，以及保家卫国威武不屈的精神刻画都有着不小的深化提升作用。

2、用重复闪回的设计编排，捕捉到迷彩如流英勇善战的形态特征

音乐看不见摸不着，稍纵即逝，人们对语言文字理解的速度远比理解音乐快。但如果一段经典音乐作为主题音乐多次重复闪现，便会使观众不断在感受中理解音乐的形象，从而对节目形成更深层次的理解。第四季《绝对忠诚》延续了之前几个“优良传统”，在每期节目的最后，利用飞字幕的方式总结塑造主人公的形象，此时主题音乐闪现，片头的主题音乐重复出现，首尾呼应的剪辑手法增强了节目的完整度与圆满感，集中渲染出在社会的浮华喧嚣之外，被很多人遗忘、漠视的那种为国家为民族拼命硬干，扎根于一线军营、苦练本领谋打赢、不计个人得失的精神。使节目内容得到总结，“忠诚”的主题得以升华，同时再次用经典的音乐带给观众回味与联想空间。

3、用补充呼应的转折演进，表达出军中男儿热血情长的朴素情怀

在电视节目中，从一段画面转到下一段画面，是两段画面交接连续的关键之处，既要给人醒目的转折演进层次的感觉，又要过渡得自然。因此两段画面的交接的地方常常会使用与画面有关且有代表性的音响，利用瞬时拉大音响音量的方式使经常处于背景地位的音响，也走到台前表演。《绝对忠诚周玉印：与时间赛跑》一期中，由前段演练场演习，转到下一片段的清晨出早操，一时间，画面情绪由开始的激烈紧张迅速转为平静缓和，而两段交接之处，画面运用了一个军营延时镜头表现出天色的由暗变亮，巧妙地通过时间变化转变了画面情绪。此时音响加以补充，用极具军队特色的军用起床号声更加突出强调了时间与场景的变化，自然的衔接到了下一情节。在一段画面中，如果音乐音响先于语言解说出现，便会给观众制造出身临其境的感觉。《绝对忠诚王向东：挑战极限》一期中，用了一个无具象意义的空镜头开篇，语言解说在此处进行留白，只有手机铃声这一个声音素材瞬时放大出现，用大家所熟悉的声音元素一下拉近了节目与观众的距离，成功吸引了观众的注意，同时无实意的空镜头画面与具象的手机铃声声音的组合出现，也充分调动了观众的好奇心，为之后的人物故事埋下了伏笔，同时为之后的情感爆发积蓄了力量。

（作者单位：中国传媒大学音乐与录音艺术学院）

编辑/曾致

试谈“编剧”在亲子真人秀节目中的作用

——以《爸爸去哪儿》为例分析 文/李颖

“编剧”一词，让人首先联想到的是“作家”，写作电影、电视剧剧本，操控故事情节跌宕起伏、人物命运曲折坎坷的背后之人，是幕后的英雄。在真人秀节目中，引入“编剧”的岗位，是源于效仿韩国电视节目的结果，而在《爸爸去哪儿》这类亲子真人秀节目中，“编剧”发挥了重要的作用。

亲子真人秀节目，女性编剧拥有独特的作用。团队前往韩国学习《爸爸去哪儿》拍摄经验的过程中，发现5组家庭分别有一位固定的跟拍编剧，而且5位编剧都是女生，在现场进行记录并对嘉宾录制时出现的临时状况进行沟通调整。对于亲子类节目来说，孩子和爸爸的拍档，在情感上和生活上都需要被细心地关注。女性的温柔、细心、体贴成了优势，在录制中与嘉宾沟通的成效也会更事半功倍。除了执行操作层面上女编剧有着天然的优势外，独特的女性视角也让节目产生不一样的效果。试想站在妈妈或即将成为妈妈的女性角度去观察孩子，去思考对孩子的教育，去观察



爸爸，去“幸灾乐祸”的“嘲笑”笨手拙舌的男人“出丑”是件温情而有趣的事情，而这恰是节目的意义和看点所在。

真实原则下的戏剧力量与张力是编剧需要拿捏的尺度。韩国节目中节奏很慢，比较温吞，这也从侧面反映出了真人秀节目中，节目组对于嘉宾的少干涉少要求，更多强调的是嘉宾本身具备的艺能感在真人秀节目中起到的作用。真人秀节目，最重要的就是嘉宾的人物定位，突出表现人物性格的差异化，及参加节目过程中，人物性格、行为的转变和成长。但是

一季节目12期-16期的时间，6-8次3天2夜的拍摄时间，就要完全展现一个人、一对父子关系发生质的变化，如果纯记录估计难以看到成效，而且观众也会认为无趣，因此节目中需要有完整的故事线，而设计故事、讲故事的人由编剧担当。但这并不意味着违背真人秀真实的原则，在事件必须是真实发生的事情，嘉宾的反应也必须是真实的基础上，编剧的作用就是旁敲侧击、引导刺激、心灵鸡汤，加强人物间的戏剧冲突、强化事件的跌宕起伏、塑造典型的人物性格，目的就是让嘉宾出彩，节目好看。因此编剧是节目内容策划的核心力量，节目执行的内容把关人和节目电视呈现的铺垫者。

《爸爸去哪儿》的编剧，前期策划阶段，会设计“剧本”，会“创造角色”，是一个创作者的角色。这三天两夜参与者的行动被安排在一定时期内，按进行时的时间序列展开。编剧根据可能产生的人的兴奋点，围绕生存和生活两条基本轨迹，设计出各种游戏与竞赛规则，一方面强调父子如何面对自然，如何在艰苦环境

中生活，另一方面强调人如何与他人相处，及亲子关系和朋友关系。而嘉宾们从陌生到熟悉，从无关到有关，从多到少，构成了一种网状的人物关系。亲情、友情构成了一种人际关系网络，构成了《爸爸去哪儿》的故事框架。节目主打“旅行”的概念，在一个看似开放的空间生活72小时，并据此来设计环节，使得吃、住、行顺理成章的成为故事主线。

故事离不开情节，情节的真实和丰富是塑造一个好故事的必要元素。一档真人秀节目成功的关键，就在于用一系列精彩的情节充实全剧，增加信息量，让观众应接不暇。除去吃、住的固定情节，编剧会根据当地的具体情况设计放羊、小猪赛跑、父子买菜卖菜、特效变装、换爸爸、学习皮影戏、鸡蛋测试、勇气测试、童言无忌等情节，从塑造性格到宣扬文化等全方位、多层次的展现父子间的亲情、朋友间的有爱以及个人性格的多样性。编剧试图采用故事、情节等叙事技巧，使受众迷恋于节目中的“故事”，同时获得观赏的快感和替代感。

中期拍摄的过程，编剧现场具备的导演意识和剪辑意识，是控制者的角色。导演意识要求编剧在拍摄节目时，依据现场情况对嘉宾的情绪、话语、动作适时正确地引导，控制现场节奏。这要求编剧心里对人物性格有清楚地认知和发生的事情有准确地判断。例如第一季云南站Kimi找爸

爸的情节，由于Kimi小不够独立，在节目中想要表现孩子总要学会独立，一个人面对挑战、困难，跌倒了要自己爬起来，拍拍身上的泥土继续往前走的成长和变化，编剧要求林志颖遵守规则去与其他爸爸汇合完成挖藕的任务，爸爸离开孩子的不安、忐忑但是总要学会让孩子独自面对的决心，即使不忍却造就了Kimi的成长；第二季靖州站，多多和贝儿的“偷钱风波”，基于事件发生的基础上，由于贝儿在完成任务时表现的不在意，顽劣的性格是孩子需要改正的一种缺点。孩子之间矛盾冲突，多多和贝儿之间友谊的考验，编剧在旁是记录者，但是并不能使事情持续恶化。姐妹俩经过冷战，吵架，最终还是要重归于好。编剧作为劝和者，引导两个孩子相互道歉相互原谅，姐妹手牵手回家。然而事件并没有结束，发现孩子的问题必然要解决问题，编剧回去后将贝儿的表现告诉陆毅，促使爸爸必须针对贝儿的问题进行教育，贝儿知错最后送礼物给奶奶，破涕为笑的结局对观众来说是欣喜欣慰的，认可孩子知错就改的好品质；第三季子洲站，胖轩和爸爸卖饼赚钱的任务，一路上编剧都对轩轩是鼓励地引导，安排沿路碰到的路人与轩轩互动，引导轩轩和当地村民对话，刺激两人产生关联，展现轩轩坚持、卖萌、好吃的形象。对于任务的劳累，轩轩想放弃，编剧会通过观察轩轩对夏天（漂亮姐姐）的好感，引导轩轩要完成任

务赚钱给夏天买公主裙的目的，促使轩轩成功并为轩轩和夏天在后期节目中的CP情节做了铺垫和延续。节目拍摄过程中可例举的例子数不胜数，但编剧在其中的作用不仅需要塑造爸爸和孩子们的标签形象，在情节的发展上，展现的人与环境的冲突、人与人的冲突，因性格、理念和内心产生的矛盾，增加了节目的戏剧化色彩，勾起观众的“追剧”心理。另一方面编剧的剪辑意识，编剧对节目素材有用和无用，有趣和无趣，有情和无情地判断和选择。任何节目，好看是唯一的标准。那么在真实、合理的情况下，素材地拍摄、挑选和取舍都必须要求编剧在人物形象地塑造和事件的故事性叙述上，对电视节目中呈现的整体内容有全局地把控。后期的剪辑剧本需要明确人物的故事主线和性格变化，这为后期的故事呈现铺垫了基调。

在真人秀节目的制作过程中，编剧敏锐的思维，清晰的逻辑，感性的感知，犀利的判断，周详的思虑，果敢的抉择和沉稳的处事，是编剧面对问题，剖析问题、解决问题时必须锻炼的职业素质，这样才能更出色的发挥编剧的作用，为真人秀节目的精彩呈现使出重要的力量。

（作者单位：湖南卫视节目制作中心）

编辑/曾致

纪录片的手法与影视剧观感

文/王云峰

近些年，中国的影视市场空前火爆，国产电影不断刷新票房纪录，而电视节目特别是真人秀的制作水准也给观众带来越来越多的惊喜。如果将近些年的国产电影与国产真人秀放在一起比较，可以发现有些电影在品质上可能还不如好的电视节目，而有一些顶级的电视节目，在品质上是可以超过优秀电影的。《一年级》大学季，就是有基础向许多高口碑电影致敬的一季节目。

书写素人新生的青春篇章

湖南卫视《一年级》自第一季以来就开创并引领了国内原创校园真人秀综艺。第一季以小学一年级为视角，在引入“明星老师”元素的基础上，用全纪实的手法讲述小学一年级孩子们的故事，为国内原创真人秀综艺节目树立了标杆。《一年级》第二季，将目光转向大学，书写的是大学一年级新生的青春篇章。节目的主题曲名叫《新生》，也暗示了节目的主体依然是素人，这股新的力量带着梦想与青春，霸屏来袭。

这档节目以上海戏剧学院一年级新生的生活作为背景，将追梦、拼搏作为发展支线，并加入了明星老师和旁听生的元素。前期旁听生的选拔环

节模拟的是艺考的流程，旁听生想要进入上海戏剧学院学习，必须像那些正式考入上戏的学生一样，经过严格的筛选和评定，经过一轮又一轮的角逐，最后才能得到这个入学资格。这些旁听生有的还是上高中的年龄，有的已初步踏入社会，他们或是对大学生活充满了憧憬，或是遗憾当初没有好好地珍惜大学时光，但都有一个共同点，那就是都对表演充满了热爱，对演员这个职业充满了向往与渴望。而《一年级》大学季刚好给他们提供了这样一个平台，给了这个群体圆梦的机会，同时通过综艺这个媒介，可以让观众见证他们的明星养成记。

在上戏这样顶尖的艺术学府，和普通大学生们不同的是，学生不仅要学习文化课，还要学习声乐、台词、形体、表演四门专业课，学会怎么做好一个合格的演员，这也是《一年级》大学季与其它真人秀的区别之一。在此基础上，节目适当加以明星元素的辅助，添加了明星老师的角色，演员佟大为、袁姗姗分别担任新生班级的班主任和副班主任的角色，演员黄志忠和刘芸分别任台词课和形体课老师。除此之外，还有八位演艺圈新生儿的加盟，他们将来可能会踏上红毯，可能会站在聚光灯下，但现

在只是普通的学生，在追梦的道路上还需要拼搏与努力，因为他们正面临着残酷的淘汰机制。

节目以旁听生选拔和新生甄别制度为发展主线，在录制过程中，随着大学生活的展开，辅以各种心理变化和突发状况等发展支线，希望向观众传达的是大学一年级新生在成长路上的年轻正能量，传递他们在追梦路上表现出来的青春与朝气。这档节目将当今艺术类院校偶像养成的全过程，包括对于专业知识的学习、形成职业素养和人格升华的历程都在电视屏幕上真实地体现出来。

节目除了体现出当今大学生追求梦想的拼搏精神之外，从某种程度上来看，它还形成了一个额外的价值。在节目进行的过程中，观众会渐渐地认识到，娱乐行业的发展模式并不是人们表面所看到的那样，娱乐发展并不只是依靠偶然的成名，更不是依靠一夜成名与水军炒作。

正如上海戏剧学院的学生一样，他们的人生其实就是一场戏，他们所演的戏也就是他们的人生，如果对待人生的态度不认真，那么就注定没有观众，也不会有舞台。在演艺的道路上，没有捷径可以走，既然选择了远方，就要风雨兼程。

“真实戏剧”的类型化探索

与第一季的偏纪实相比，“大学季”的真人秀色彩和气质更浓厚一些。比如，真人秀常用的规则和淘汰制，在这一季贯穿始终。节目利用上海戏剧学院本身就有的甄别考核制，将淘汰的大规则融入其中，同时旁听生和正式生的人物关系的设立也让这种规则更显真实和残酷。

规则是真人秀节目要具备的要素，人物在规则中自由行动，并由此建构人物关系和剧情，这是真人秀的看点所在，规则的设计规定了一定的环境和情境，而不是情节和剧情本身。环境和规则是设计的，但发生在其中的人物关系和行动是真实的，这是真人秀的真实性所在。

明星真人秀偏综艺娱乐性，明星的另一面以及他们之间的互动和趣味性是看点所在，但素人真人秀却走不了这样的路线，它需要从无到有塑造一些全新的人物，并且需要用冲突性和强剧情代替趣味性，否则就是平淡如水的一盘散沙，因此《一年级》这种叙事方式的转变是明智的也是必须的。

但《一年级》却与一般意义上的真人秀节目并不完全相同，它的环境和规则有规定和设计，但并不是完全脱离现实的一种设计，如《老大哥》将选手们集中在一座房子里与世隔绝。《一年级》的环境是真实存在的也是开放的，如上戏的学习环境以及甄别制度等都是真实存在的，因此它比真人秀从环境规则上来讲又多了一

份纪实性。

《一年级》大学季呈现出来的清晰结构线、青春气息洋溢的校园风、简洁明快的剪辑风格以及精致大气的镜头感，特别是节目里无处不在的“戏”，令观众惊叹连连，这种全新的真人秀模式也成为大家关注与称赞的焦点。节目在拍摄方式上用的是类似于纪实节目的手法，采用上百个机位全方位记录的方式，但在故事走向和呈现效果上力求达到影视剧的观感，可以说既不是传统意义上的纪实节目，也不是大众所理解的影视剧，而是一种介于两者之间的综艺表达形式，节目组将此定义为“真实戏剧”，其实可以看出它的特点所在，环境、人物、情节都是真实的，但却用戏剧化的叙事方式进行表达，突出其中的冲突性和戏剧性，线索、主题、人物关系更清晰也更具目的性，使节目本身聚合更多看点。

既不同于纯纪实节目，也与传统意义上的真人秀节目有着区别，这部“真实戏剧”在类型上其实具有很强的探索意义，真实性和戏剧性一个都不能少，是这类节目的特征。当然，或许这也是让部分观众不适应和看不惯的原因所在吧。

《一年级》大学季并没有聚焦普通的大学，而是培养戏剧人才的上海戏剧学院，并在正式生之外，设置了旁听生的角色，与上戏正常的学习环境形成区隔。

非常规是真人秀节目的基础，从题材、人物选择等方面都体现这种

非常规是成功真人秀的标配。因此，《一年级》大学季并没有选择普通大学而是戏剧学院便成为一件可以理解的事情，作为艺术家和明星的摇篮，很多观众对戏剧学院的学习生活比较好奇。这个特点暗合了电视的大众化属性。但它也是大学，与普通的学校有很多共同之处，共性和个性共存，选择戏剧学院拍摄是非常合适的。

事实也是如此，戏剧学院自成体系的教学方式和生活方式吸引了不少观众，学生生活和学习的过程也提供了节目需要的戏剧性。戏剧学院的学生往往更具个性，生活环境也是一个戏剧环境，节目组选择的人物更具代表性和个性特征，因此节目中的人看上去与普通人还是有很大区别，这是一些观众觉得“不真实”、表演痕迹重的一个重要原因。

电视真实与生活真实本身就不可能完全等同，电视真实是有限的真实，是在特定环境下的真实，是对生活真实的提炼和集中，即使是纪实节目，也不是对生活的简单复制，而是经过了电视手段的加工。

说到底，《一年级》的真实也好、表演也罢，其实归根到底绕不过电视自身的传播规律，只是如何在真实性与戏剧性之间达到更好的平衡，游走得更加自如，是对电视制作者的考验。

（作者系湖南卫视高级编辑）

编辑/肖清

大力弘扬孝道文化

文/何晋文 彭燕



湖南都市频道坚持把弘扬孝道文化作为新闻宣传报道的一个重点来抓，坚持以“每天报道一个孝亲故事，多种方式进行孝行推广，每年举办一台表彰晚会”的形式，鼓励和表彰社会成员敬老爱老的行为，激发出广大公民的孝心，营造出人人都尽孝的社会氛围，在发挥主流媒体的舆论引领作用的同时，以实际行动践行社会主义核心价值观。

一、每天报道一个孝亲故事

2013年8月13日上午，湖南都市频道《都市晚间》栏目记者杨帆接到岳阳市的一个热线电话，一位观众希望媒体能对他的邻居卢维和刘蓉进行报道和表扬，因为这对夫妻在孝心面前放弃了金钱，卖掉自己的工厂从浙江宁波回到了家乡专心照顾自己年迈的母亲。记者和摄像当天驱车赶到岳阳进行采访并且顺利发稿。制片人刘静和分管副总监夏海看到稿件后也受到震撼，将这条消息安排在当晚栏目

的头条位置予以播出。节目播出后，很快就几名观众打进新闻热线表达他们的感动。受到这一报道的启发，湖南都市频道总监会决定从当天开始在主要新闻栏目——《都市晚间》头条位置开设一个名为《百善孝为先》的版块，每天报道一个爱老敬老的人物故事。从开播至今，已经讲述了800多个这样的人物故事。湖南都市频道《都市晚间》的记者虽然都面临发稿量的考核，但是为了做好这些人物的报道，他们宁愿少发稿也要多花时间做好前期采访和后期制作。近几年来，他们先后深入到长沙、株洲、湘潭、岳阳、常德、益阳、邵阳、张家界、湘西等地的城市和乡村社区进行采访和跟拍。为了报道更真实感人，他们还经常要不辞辛苦重复去同一个地方补拍镜头。栏目制片人和频道负责同志也在严把报道质量的同时适当降低对记者发稿量的考核。

二、多种方式进行孝行推广

2014年6月，湖南都市频道《都市晚间》栏目记者走进浏阳市城区集里街道神仙坳社区回访，发现该社区的居民们正在热议他们播出的廖能明。没有看到这期节目的居民都感到非常遗憾。受此事件启发，《都市晚间》栏目从当月起，就将走进社区开展孝亲人物图片视频展，做为一项固

定的工作坚持下来。长沙的冬瓜山社区、天剑社区、五一社区、芙蓉南路社区等等地方，都留下了他们的足迹。2015年4月，他们在长沙市天心区芙蓉南路举办了一次展览。与以往不同的是，该频道主持人和多名出现在节目中的孝亲人物来到了现场讲述他们的孝亲故事。居民们和这些孝亲人物进行零距离接触后，真切地感受到了榜样的力量。

他们还积极借助新媒体的力量，及时将电视报道二次传播。早在2013年初，《都市晚间》就注册了新浪官方微博。他们每段时间都会推出比较典型的孝亲人物。例如公共微信号2014年9月推送了83岁戴清海老人，虽然已到83岁高龄，但为了尽孝仍然坚持在山东、湖南两地奔波。他的事迹一经微博推出后，受到了广大网友的关注，短短几日，《都市晚间》栏目的新浪官方微博粉丝就激增至近十万，相关微博被大量转载，许多大V都纷纷对此表示关注。2015年9月，湖南都市频道推出了官方公众微信号。《都市晚间》栏目以此为契机，在频道微信官方公众号不断推出孝行人物的故事，除了用精炼的文字对人物进行描述外，还配上人物短片，声像并茂的进行传播，其中报道的许多孝亲人物，点击率至少破万。正是在湖南都市频道的示范引领之下，许

浅谈网络谣言的治理

文/郑燕

近年来，网络谣言层出不穷，给民众、社会、政府带来困扰甚至伤害。

一、网络谣言产生与传播的原因

一是信息不对等、社会生活的不确定性，是谣言的产生和传播的根本原因；二是科学知识的欠缺，为谣言的制造和传播提供了可乘之机；三是社会信息管理的滞后，为网络谣言的传播提供了机会；四是部分政府部门公信力的下降，导致公众的不信任感增强；五是国内一些媒体及少数党员干部纪律观念淡漠，助长了政治谣言的传播；六是网络推手制造谣言，强化了谣言的扩散，挟持了网民的意见；七是商业利益的驱动，是谣言滋

生的经济动因。

二、网络谣言的治理

(一) 政府切实加强对网络舆论的管理和引导

1、要认识到网络不是谣言的根源。网络谣言哄传，网络在民众意见和情感共振中充其量只起推波助澜作用，社会矛盾和冲突才是问题之根源所在，意图通过删帖、关闭评论、封号等方式来消除网络谣言是简单化思维引起的粗暴行为。网络在信息化社会中起到启迪民智、触发公众参与和交流等积极作用，谣言只是网络成长中的一个阶段和非主要方面，政府不能因懒于管理而“把孩子和脏水一起倒掉”，政府应将主要的注意力放在

细化管理上。

2、要及时公开相关事件的信息，和网络谣言赛跑。英国危机公关专家里杰斯特在《危机管理》一书中提出3T原则：以我为主提供情况，尽快提供情况，提供全部情况。其中“尽快提供情况”为首要原则，强调信息发布要及时、迅速。从信息的性质来说，信息只有及时发布才能实现其价值。在危机事件中，信息的滞后造成情境模糊，导致人们心理恐慌、不安，以致催生谣言。在很多灾害和群体性事件中，由于当地政府反应过慢没有及时公开最新情况，网络中很多草根网络、普通用户的信息受到关注和转发。网民由于情绪紧张、缺乏信息采集专业技术等原因，发布的

多企业家、医院、自愿者和政府部门都积极投身到这一敬老爱老的行动中。例如，长沙市大同社工的志愿者得知百岁寿星周雪梅的儿子周五强由于工作原因无法长期照顾母亲的情况后，主动上门为周奶奶在家里安装了无障碍设施，解决了这一家人的实际困难。在湖南都市频道的推动之下，一些地市也开始大力宣传孝道。株洲、湘潭、湘西永顺等地近两年来先后举办了“寻找最美孝心少年”的活动。

三、每年举办一台表彰晚会

湖南都市频道《都市晚间》弘

扬孝道的做法得到了广大观众的认可，成为了城乡居民热议的话题，也逐渐在全省各个城市和乡村社区引发起一股孝道旋风。在2013年11月21日召开的湖南省第二届“公民道德建设大型公益论坛”上，省委宣传部点名称赞湖南都市频道并且殷切期望其在加强道德建设、弘扬道德模范方面发挥更重要作用。面对社会的期待，湖南都市频道总监会决定趁势而上，在坚持做好日常工作的基础之上，举办一年一度的“湖南十大孝行人物”表彰晚会，以进一步倡导尊老敬老的道德风尚。2016年2月1日，由湖南都市频道发起，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”评选颁奖典礼隆重举行。湖南都市频道总监罗迎春表示，对于媒体来说，社会效益永远高于经济效益，湖南都市频道将根据省委宣传部领导的指示，通过举办每年一度的“湖南十大孝行人物”、“年度见义勇为人物”的评选表彰活动，在全社会形成尊老敬老的社会主义道德风尚，进一步激发人们见义勇为的决心和勇气，营造文明和谐的社会氛围。

(作者单位：湖南省新闻出版广电局、湖南都市频道)

编辑/曾致

信息往往过于夸张，甚至失实，当这样的消息在网络广泛传播后，更多的人由于缺乏直接接触，也没有其他渠道加以比较、核实，就会把它当做真实情况加以接受。特别值得指出的是，在群体性事件、突发性事件中，政府需要调查和了解各方面的情况，可以适时发布调查进度的相关信息，以缓解人们的不确定感和恐慌。

3、要提高发布的信息文本的解释力。政府关于事件的情况通报和网络谣言的澄清文本，应该起到激浊扬清的作用，文本内容要具有事实完整性和权威性。文本是信息的载体，其作用是通过消除环境的模糊性和不确定性来消除人们的心理恐慌和不安，遏制谣言的滋生。事实完整是指既要通报成绩，也要告知失职、失误和伤亡损失。事实性的信息往往比观点性的信息更有说服力，比如，地震、矿难中，政府告知具体的伤亡人数、损失情况远比“死亡人数不多，损失不大”更令公众信服。

4、要转变沟通姿态和变换话语策略。网络时代的信息发布，不能再采取高高在上的姿态，企图做“唯一正确意见的表达者”。政务网络的运营不是简单的发布和照搬政府文件，要实现话语转换，使用网友们乐于接受的话语和沟通方式。

5、依法对新媒体进行管理，惩治造谣犯罪分子。加强对主流网络媒体的管理，推进互联网实名制的落实，重要交流信息的日志记录，以实现信息的可追溯性。要监督网络运营商及其技术平台提供商按照相关法规的规定，负责用户注册信息的留存和日常信息的管理，为法律追责提供必

要的证据。要对少数别有用心或因追逐商业利益而在网上有组织、有目的的造谣、传谣分子绳之以法。

(二) 传统媒体在网络谣言治理中应有所作为

与报纸、广播、电视等传统媒体相比，网络媒体因低门槛、低成本和非专业性，其信息真假混杂，民众话语表达更易情绪化。传统媒体作为社会公器，理当为辟谣做出努力，为社会提供真实的信息。传统媒体因其受众广泛、影响力巨大，与网络谣言之广泛传播形成“对冲”，有利于消弭网络谣言。具体地说：第一，网民并非只从网络获取信息，也从传统媒体获得信息，传统媒体的严谨、真实有益于他们对网络谣言的辨识。第二，媒体网络可以发布相关的报道和节目，对网络谣言产生切实直接的影响。根据统计报告，媒体认证微博在微信信息传播中占据主导位置，其发布的辟谣信息自然能够产生较大作用。第三，目前我国网络采编权有限，从业人员缺乏相应专业技能和训练，绝大多数网站新闻都是依靠报纸的电子版和传统的广播电视节目转载而来，网络虽有自媒体属性，但重要的消息仍依靠站外链接，这种关联性就决定了网络谣言之产生有可能来源于媒体谣言，同时，也为媒体有力辟谣提供渠道。在网络时代，传统媒体入驻微博，辟谣就会显得更有针对性。在重大突发性事件中，媒体对事件的专业化报道受到普遍关注和认可，媒体在微博中充当了意见领袖的角色。媒体微博账号挟传统媒体的信誉和影响力，获得广泛关注，在信息传播和辟谣中必须有所担当，承担相

应的责任。

(三) 民间力量形成合力，共同构建信息交流的良好发展

权利与责任是相对应的。当网络技术带来信息传播中传受边界模糊，普通用户传播权利扩大时，也就意味着我们普通人应该承担更大的责任。大家应当自觉地提高自身的科学文化素质和道德修养，强化法律意识、责任感，从我做起，人人自律，才能从根本上抵制、防控网络谣言的泛滥。当网络中出现不实信息和危害他人利益、社会公共利益的信息时，网络可以通过用户生产内容的互相补充、纠错、印证和延伸的结构关系，自发地接近事实真相，用户的集体智慧将有效地维持网络的健康运转，这称为网络的“自净”功能。中国人民大学的喻国明教授认为，在网络讨论中，起初每个人对于一事件接触的信息不同，观点有所差异，其中不乏偏颇之处，但是，当所有知情人和相关方的信息、观点汇聚到一起的时候，就会相互纠错，形成补充，最后真相就会再现。这被学者们称为网络的“无影灯效应”，它是网络“自净”功能的关键。公共知识分子要利用自己的术业专长和公众影响力，对网民进行正确的引导，提高人们对信息的辨识度，提倡和推动建立一种良性信息交往，而不应沦为利益集团的代言人，同时也没有必要自我标榜为道德高尚、正义的化身，也不应抽象地认为弱者代表正义，将底层民众的道德感和正义感抽象地加以美化更是不可取。

(作者单位：湖南卫视)

编辑/肖清

新闻工作者必须把握住政治导向

文/郭士龙

一、新闻舆论工作必须坚持政治导向放在首位。如果说新闻的真实性是新闻的生命，那么，导向便是新闻舆论工作的灵魂。导向正确，是党和人民之福，导向错误，是党和人民之祸。导向金不换，导向错了，一了百了。由此可见导向之重要。要做好新闻舆论工作，要承担起新闻舆论工作的光荣职责和历史使命，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。新闻舆论导向既包括政治导向、思想导向、行为导向，也包含观念导向、审美导向、生活导向、品味导向等若干层面。但政治导向是第一位的，是重中之重的导向，只有坚持和把握住政治导向，同时也关注其他层面的导向才能提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力和公信力，才能不负党和人民的重托，才能更好地担负起党的新闻舆论工作的职责和使命。作为一名新闻从业者，要认真学习领会习总书记的讲话精神，牢记使命，履行职责，把握政治方向，坚持舆论导向，唱响主旋律，传播正能量。

二、新闻舆论工作必须坚持党

领导的根本原则。我们是社会主义国家，新闻媒体都是党和政府主办的，既然是党办媒体，党和人民的喉舌，那么党的媒体，必须姓党，绝对忠诚，听党的话，为党服务。我们党是执政党，党的新闻舆论工作是一项重要工作，是治国理政、定国安邦的大事。能否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，事关党和国家前途和命运。因此，必须从党的工作大局出发，把握党的新闻工作，做到思想上高度重视，工作上精准有力。党的新闻舆论工作要坚持党性原则，最根本的是坚持党对新闻舆论工作的领导。无论时代如何发展，媒体格局如何变化，党管媒体的原则和制度不能变。党和政府主办的媒体是党和政府的宣传阵地，必须听党的话。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，坚持党性和人民性的统一，成为党和人民的喉舌。必须增强看齐意识，自觉在思想上政治上行动上同党中央保持高度一致。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。不仅如此，党管媒体的原则必须得到全面贯彻落实，一切从事新闻信息服务，具有媒体属性和舆论功能的传播平台，都要纳入依法管理范围，这是事关国家意识形态安全、政治安全的大问题。

三、新闻舆论工作必须坚持马克思主义新闻观。俗话说，山无脊梁要塌方，人无脊梁会垮掉。党的新闻舆论工作必须挺起精神脊梁。“先立乎其大者，则其小者不能夺也。”这个“大”，就是马克思主义新闻观。新闻战线要深入开展马克思主义新闻观教育，把马克思主义新闻观作为党的新闻舆论工作的“方向盘”和“指南针”，引导广大新闻工作者做党的政策主张的传播者、时代风云的纪录者、社会进步的推动者、公平正义的守望者。各种宣传媒体和平台都要讲正确舆论导向。任何新闻报道都有导向，报什么、不报什么、怎么报，都包含着立场、观点、态度。党的新闻舆论工作要以传达正确的立场、观点、态度为己任，引导人们分清对错、好坏、善恶、美丑，激发人

们向上向善的精神力量。党报党刊、电台电视台这些主流媒体要讲导向，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，新闻舆论工作各个方面、各个环节都要自觉坚持正确舆论导向。

四、新闻舆论工作必须坚持正面宣传为主。坚持团结稳定鼓劲，坚持正面宣传为主，是我党新闻舆论工作的基本方针。没有团结稳定，什么事情也办不成。一方面，我国社会正面的事物是主流，消极负面的东西是支流，坚持正面宣传为主才能真实反映我们社会的面貌，反映社会积极向上的本质；另一方面，我们正在进行具有许多新的历史特点的伟大斗争，面临的挑战和困难前所未有，必须激发全社会团结奋斗、攻坚克难的强大力量，调动各方面的积极性、主动性和创造性。舆论监督和正面宣传在本质上是统一的，而不是对立的，针砭时弊、激浊扬清，才能推动和改进工作，团结奋斗实现全面小康社会目标。把坚持正确政治导向摆在首位，

党的新闻舆论工作才能担负起时代赋予的职责使命和社会责任，广大新闻工作者才能在风云变幻的历史进程中保持政治定力，始终以正确的舆论引导人，唱响主旋律，传播正能量，推动党和人民事业蓬勃向前。

五、新闻工作者必须树立政治意识。作为新闻工作者，担负着宣传党的主张，党的路线方针政策，传播先进文化，弘扬民族精神，维护国家复兴，促进经济社会发展，推动人类文明的崇高使命和社会责任。因此，新闻工作者要做到守土有责、守土尽责。一是要忠诚党的新闻事业。坚持党性原则，坚定执行党的路线方针政策，牢固树立政治意识，大局意识，核心意识，看齐意识。二是要把握正确导向。唱响主旋律，坚持以人为本，从实际出发，实事求是，与时俱进，坚持以科学的理论武装人、以正确的舆论引导人、以高尚的精神塑造人、以优秀的作品鼓舞人，坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众，努力形成体现中国先进生产力的发展要求、体现中国先进文化的前进方向、体现中国最广大人民利益的理论指导、舆论力量、精神支柱和文化条件，引导和激励广大人民群众为实现全面建

设小康社会的宏伟目标而团结奋斗。三是要深入群众。要转作风改文风，俯下身、沉下心、察实情、说实话，要把镜头和话筒更多地对准群众，更多地反映广大群众的意愿、呼声，更多地创造广大群众喜闻乐见的形式，把体现党的意志同反映人民群众心声结合起来，善于从群众最关心、同群众利益最密切的问题入手，多用群众语言，多联系群众身边的事例，多采用群众喜闻乐见的形式，多报道群众实际生活中有新闻价值的事情，增强宣传的针对性、实效性、主动性，要深入实际、深入生活、深入群众、深入改革发展和现代化建设第一线，精准把握新形势下人们思想活动的新特点。同时，要坚持对新闻宣传内容的真实和准确负责，真实报道新闻，正确引导舆论，努力传播知识，热情提供服务，不断满足广大人民群众的精神和文化需求。报道必须以事实为依据，不编造新闻，不歪曲、不夸大事实。此外，新闻工作者还要弘扬职业精神，恪守职业道德，维护自身形象，把自己培养成政治坚定、业务精湛、作风优良，党和人民放心的高素质新闻工作者。

（作者单位：湖南经视频道）

编辑/肖清

学习贯彻习近平总书记系列重要讲话 “微理论·微宣讲”感怀

文/任震宇

在这百花盛开的日子，在这莺歌燕舞的时刻，我们欢聚一堂，围绕习近平总书记的系列重要讲话精神，畅谈学习后的体会，意义非同一般，让人心明眼亮。

习总书记主政不久，就提出了“中国梦”的重大命题，给亿万炎黄子孙描绘了“国家富强、民族振兴、人民幸福”的美好愿望。我作为一名退休干部，已经走过72年的人生旅程。抚今追昔，思绪万千，心潮澎湃，连绵遐想！

众所周知，知识改变命运，学习成就梦想。记得六岁时，祖国刚刚解放，我背着一个小书包，走进了山村的小学堂。教室里挂着伟大领袖毛主席的巨幅画像，我注视着伟人，沉思妙想。从此，开国元勋毛泽东便成为我一生中最高崇拜的偶像！中国共产党近百年的历史、中华人民共和国近70年的历史，正反两面的经验，改革开放的现实，无不证明，没有共产党就没有今天的一切，没有毛泽东就没有中国现在的自信和风光！

从小学到大学，从农村到城市，从参加工作到退休离岗。七十多年的学习、工作和生活实践深刻地告诉自己，人生在世，不能忘记祖宗，不能没有信仰；不能忘记追求，不能没有梦想！

那是半个多世纪以前，通过1963年的国考，圆了我的大学梦想。在大学里，学习专业知识，接受毛泽东思想，世界观、人生观、价值观有了明确的方向。

我是穿着草鞋上大学的。当时，农村不通公路，我在父亲的陪伴下，翻山越岭步行60多里羊肠小道，从家里来到慈利县城。因为没有长途汽车，只好第二天赶到常德，第三天才能到达长沙。同志们啊，从慈利农村到长沙城里，路程不过300公里，竟然要花三天的时光！

可现在，一路高速一路歌，春风送我回家乡。早上8点从长沙出发，赶到慈利老家吃中饭，仅仅三个半小时，来去自如，就像串门一样。这真是：才饮长沙水，又食家乡鸡，亲友常来往，大家笑嘻嘻。变化之大，谁不夸奖？

从那以后，我一个农民的儿子，就成了永久的长沙公民。从此，我不论是坐机关，还是干媒体，兢兢业业，默默耕耘，长期从事党的新闻舆论工作，当起了“无冕之王”。我曾经给毛主席写过文艺节目单，与华国锋一起插过田，也采访过李鹏、赵紫阳……

在岁月如歌的日子里，我守土有责，不辱使命，原原本本把中国声

音传向四面八方。如今我和很多“银发五老”一样，坚持“五老四教”，发出开福声音，讲好长沙故事，甘当志愿者，传播正能量。几年来，我到社区、企业、学校、机关宣讲了40多场次，听众达三千多人次。有20多篇讲稿公开发表。去年，我出了一本新书《梦路岁月》，还在长沙市开福区和长沙市老干部局举办的“畅谈发展变化”微宣讲比赛中获得一等奖。

同志们啊，昨天已经成为历史，今天又是新的起点。此时此刻，心潮激荡。

梦想，一个美妙的词汇；梦想，一个迷人的热望！一个人，如果没有梦想，好比鼠目寸光；有了梦想，就会展翅飞翔！在改革创新，决胜小康的新时期，我们更要为实现中华民族伟大复兴的“中国梦”，贡献自己的余热，散发璀璨的光芒！

啊！“中国梦”，你的梦，我的梦，大家的梦，有梦想就有追求，有追求就有力量。

亲爱的同志们啊，让我们手牵着手，心连着心，高举红旗，坚守信念，迎风踏浪，实干兴邦，向党中央看齐，向习近平看齐，永远忠于共产党，永远走在追梦、圆梦的大路上！

（作者单位：湖南广播传媒中心）

编辑/肖清

谈国际电视节目模式在中国的本土化

文/向小红

当前，引进国际电视节目模式已成为中国电视业的一个重要现象。本文主要从节目设定、节目内容和表现形式上探析实现电视节目模式的本土化。

一、电视节目模式及本土化的基本内容

所谓“电视节目模式”，它是一项具有高度创意性的电视节目制作方法，具有着系统的节目结构和完善的制作体系，最重要的是其能够通过改编与复制，实现至少在一个国家区域内的销售流动。电视节目模式在中国的本土化，从经济学来说，所谓“本土化”，是指跨国公司的海外子公司在东道国从事生产和经营活动过程中，在人员、资金、技术开发和营销等方面都实施当地化策略，借此以迅速适应当地的经济、社会、文化背景，从而占据有利的市场竞争地位。也就是说，本土化的改造生产，既能够有效保护我国本土文化，也可以作为一个市场策略创造巨大收益。节目模式的引入和借鉴，是将原有模式移植到一个与之前该模式所生存语境不一样的另一个意义系统与文化背景中，其新的意义生产和新的竞争生命力的获得，需要从本土的意义系统和文化背景当中获得，这就是电视节目模式本土化改造的过程。从我国引入电视节目模式进行本土化情况来看可分为两大特点，一是节目设定的本土化，二是节目

内容和表现形式的本土化。

二、节目本土化设定的基本理念

从节目设定的本土化层面对国际电视节目的国内再生产实施窥探可见，中国电视节目从节目名称方面即尽可能地实施了本土化策略。比如《中国梦之声》这一引进模式节目名称即同原版模式节目《美国偶像》予以了定向区分，其并未完全全地将节目名称设定为《中国偶像》，它较之于原版节目对“偶像”的注重，中国本土节目则更多强调了梦想，由于中国梦的大势，梦想一再被抬上舞台，不仅是实现自己的歌唱梦想，更是中国的梦想。由于东西方的历史文化、价值观念以及思维意识的不同，西方人比较崇尚个人主义、自由主义，他们追求平等、独立，以及在竞争中个人价值的体现，《美国偶像》在每个选手表演前，都会播放一段参赛选手的个人采访，大部分的选手都是极其自信地表现出自己必得第一的决心以及喊出“我就是美国偶像”，他们追求的就是自我的价值体现。而东方人含蓄、内敛、感性，他们更加注重的是家庭、集体的观念，追求和谐，这也是具有中华民族特质的灵魂。《中国好声音》以及国内众多选秀节目都是如此，选手们竞争虽然激烈，但节目更多呈现出来的是选手之间，选手与评委之间的和谐与爱，一种集体大于个人的爱，比

赛次于友谊的爱。

弱化功利强化感情、公益的设定也是国外节目模式进入中国本土化的一大特色。早期央视益智节目《开心辞典》的成功不仅在于对原版《谁想成为百万富翁》的场景设置、游戏规则等节目形式上，更在于它把原版模式节目对金钱利益的追逐转向为亲情、感情之上的设定。央视节目《梦想中国》就在原模式基础上把公益放到最大化，原版《合唱团之战》是最后获胜的冠军队可以为家乡赢得一份慈善性大奖，而《梦想中国》每一支队都可以参与公益，每一集也都会设置两三个公益点。2014年浙江卫视引进韩国模式的《奔跑吧兄弟》自开播以来就获得高收视，它每期冠军队伍奖品也都以不同方式进行了公益捐赠。

三、节目表现形式本土化的基本方法

根据节目经验、收视，适时做出改编也是节目成功的一大要素。2013年湖南卫视推出了明星变为参赛选手同台竞演的节目《我是歌手》一举成功，收视节节升高，成为2013年最热门话题。《我是歌手》是引进韩国MBC的一档节目模式，在前两季，《我是歌手》是按照原版节目模式定位。但2015年第三季《我是歌手》在节目设定上进行了本土改变，脱离了

韩国原版节目过气歌手咸鱼翻身的模式，逐渐变成当红、顶级实力歌手的歌唱竞演，少了过气歌手的标签，让《我是歌手》成为一个顶级高手过招的舞台，观众每周五晚的饕餮盛宴。据大数据分析，《我是歌手》从第一期到总决赛总体呈现出上升的态势，从第7场开始市场份额破10，总决赛那一期，收视率更是突破了4%，电视份额也达到了12.6%。

根据消费电视习惯，适时地进行本土化，是《我是歌手》成功延长节目生命周期的一大策略。根据国情以及以往节目经验，适时从节目定位、传播理念等方面对节目的设定进行本土化的再生产，从口碑以及收益上都能实现巨大价值。在方法上，不仅在节目设定上找到原模式节目在本土背景下的核心理念并彻底消化吸收，还要在原有模式基础上融入自身具有的

特质和本土优势，这就要求在价值理念取向和节目的内容选择和表现形式上都要有质的飞跃。节目设定的本土化主要是从节目定位以及传播的价值理念上的本土化改变，节目内容和表现形式则主要是从节目内容的设置和节目叙事节奏表现上来实现本土化的体现。比如我国非常有名的婚恋节目《非诚勿扰》相比于它的原版模式《Take Me Out》，在内容设置上新增了心动女生和情感专家两个板块，心动女生板块的加入不仅让节目更具有悬念感，也使得男嘉宾有一次主动选择的机会。而情感专家板块的加入使节目内容更加丰富化，为节目内容增加了情趣性和不同的色彩，也符合了中国人的审美观念和电视习惯。

近几年韩国的综艺节目也相继引进过来，比如《我们结婚了》《两天一夜》《花样爷爷》《奔跑吧兄

弟》。韩国综艺节目有个明显的特点就是消费明星，韩国节目的成功不仅在于一流的节目制作，还有韩国艺人出彩的综艺能力。在节目的表现形式上韩国版更注重嘉宾艺人们的个人艺能表现，包括他们的讲话、行为举止，都以引人发笑为目的，比赛结果是其次。而国内的《两天一夜》、《奔跑吧兄弟》则在表现形式上更加注重明星们的团队表现、互帮互爱，弱化了以损人或艺人丑态来搞笑的表现。在内容本土化中，明星消费成为我国节目一大趋势，中国版《极速前进》嘉宾首次用“全明星阵容”替代原模式中普通素人嘉宾，并且取得较好的效果。

（作者单位：龙山县旅游和文化广电新闻出版局）

编辑/肖清

全省电视广告信息专委会 第五届第三次理事会暨电视广告信息节目评优会召开

4月13日到15日，湖南省电视广告信息专业委员会第五届第三次理事会暨电视广告信息节目评优会在怀化市召开。来自全省12个市广播电视台和湖南教育电视台的50多名代表参加了会议，湖南省广播电视协会常务副会长陈大军、驻会副会长全开家出席会议。会上，湖南省电视广告信息专业委员会会长肖晓敏做工作报告，他在总结去年工作的基础上，对2016年的工作提出了设想，他认为，电视广告信息节目潜力大、空间大，符合当今电视发展方向，各频道要着力研讨电视广告信息节目的表现形式，加强创新，把握导向，使电视广告信息节目能够真正促进生产力的发展。这次会议对专委会秘书长进行了改选，长沙市广播电视台互动频道总监吴小宏因工作调动不再担任秘书长，长沙市广播电视台经贸频道总监冯新智当选新秘书长。

参加这次电视广告信息节目评选的作品共190件，经过两天公开、公平、公正的认真评选，30件作品被评为一等奖。与会代表还就专委会组织建设和互通、互助、互学的交流方式进行了专门研讨。（邵国斌）

◆ 从媒资价值评估到实现媒资产业化初探 ◆

文/曹炜阳梓 徐乐

当媒体资源加上使用权限，就成了资产，而音视频和素材等媒体资源作为资产具有很高的价值，甚至超过设备等固定的有形资产。但是，比起实物又是无形的，更多地体现着资产创造者的价值，对其价值的评估和把握也更困难。实物明码标价，媒资资源体系用钱难买。那么，能不能有一种好的媒体资源价值的评估方法能使这种资产得到更好的管理和使用，从而在信息生命周期中产生更大的价值，并为媒体行业创造更多的效益。

媒体资产价值评估方法体系的建立

一、价值评估的维度

首先，媒体资产是可以作为商品进行出售的，所以媒体资产本质上具有商品的属性。其次，媒体本身就是一种社会舆论的工具，对社会的影响也一定是可以采用一定的方法衡量的。再次，从历史角度来讲，有些资料或素材是异常珍贵的，所以历史价值也应在评估体系范围内。最后，媒资也好，信息也好，一定有产生与消亡的生命周期，其价值也随这个生命周期有规律的变化，因此时间属性对媒体资产价值的影响也不少。从而得出，我们建立多维度的评估模型，分

别从商品、社会、历史、时间四个维度来对媒体资产价值进行综合评估。

二、确立媒体资产从社会价值、商品价值、历史价值进行综合评估

1、媒体资产的社会价值：社会价值其基本的含义是社会公众对媒体资产价值的共识，是一种社会公众的支付意愿，可以说是决定市场价值的客观基础。那么确立评估点为注意力和品牌价值。

注意力就是受众（用户）对该节目播放的关注程度，一个节目的关注度越大说明它对受众产生的影响也越大，显而易见其社会附加值也越大。品牌是能够为顾客提供其值得购买的功能利益及附加价值的产品。而品牌价值源于品牌的资产价值，即给企业带来超出无品牌产品销售的溢价收益，它的变化将直接增加或减少公司的价值，这一价值无疑是生产者的特殊劳动创造的。品牌价值源于市场，即消费者对品牌的认可、信赖与忠诚。品牌价值的形成是以前者为根基，二者相互作用的结果。

2、媒体资产的商品价值：媒体资产作为商品时凝结在其中的无差别的人类劳动就是商品价值。在市场中流通中商品价值以其价值量来充分体现，因此以以下两点作为媒体资产

商品价值评估点：成本和行业平均利润。媒体资产作为商品时其制作、生产、推广等是需要费用的，因此一件媒体商品的投入即成本也就是成为直接度量其商品价值高低的基本因素。也可以认为，媒体资产在市场上作为商品进行交换时，其成本直接影响其价值量的大小。另一个层面，媒体资产作为商品进行出售的一个目的就是要实现利润，运营没有回报的劳动对于媒体资产持有者来说显然不可能。一个商品的利润大小对其投入市场的时期具有适用性，因此选择商品的行业平均利润作为另一个评估点。即媒体资产的商品价值=成本+行业平均利润。

3、媒体资产的历史价值：从历史的定义上看，对于历史事实是有所选择的。这样对于不同的历史事实的重视程度也不一样，反映到价值上来就是我们常说的历史价值，不同的物品具有不同的历史价值。那么，从历史的角度考察媒体资产的价值，确定三个评估点：历史时代；历史意义；珍惜程度。

资料历史越久远，历史意义越大，越珍贵其历史价值就越大。那么年限长的资产价值大，历史意义大的资产价值大，珍惜度高的资产价值

大。但这种评估方式主观化，且无法量化，没有统一的标准和规范去评估。为了使评估体系统一化和标准化，我们可以采用专家打分的形式来对媒体价值进行量化处理。虽然如此，缺点显而易见，历史价值被局限到专家的业务水平和主观意识上了。但与前一种方法相比，专家的评估优势也是非常明显。从方式上，采取更专业化和标准化的专家打分制为媒体资产进行历史价值评估。

三、时间对社会价值、商品价值、历史价值的影响

媒体资产一定有生命周期的管理，媒体资产在生命进程中对其所处不同阶段应施行不同的管理策略。因此，有必要搞清时间与媒体资产价值之间的关系，有利于整个媒体资产管理系统迁移和管理策略做出更为合理的决定。

社会价值和时间：一个品牌的产生、发展、被接受直到衰落具有生命周期。它和媒体资产紧密联系，并随着周期时间增长和减弱。定义为诞生期、准备期、应用期、成熟期、上升期、衰落期六个时期，是一个逐步上升又逐步回落的过程。

商品价值和时间：商品的价值取决于社会必要劳动时间，只有个人社会必要劳动时间低于社会平均必要劳动时间才能提升媒体资产的效率，才能获取更多的价值量，商品价值与必要时间成正比关系。

历史价值和时间：历史价值中的三个指标很明显地表明历史价值与媒体资产的历史时间有紧密关系，显而易见，越久的媒体资产历史价值越

大。因此历史价值与时间也是成正比关系。

四、各维度权重分配问题

维度选择之后的问题就要考虑各维度在评估中的比例权重，权重分配的好坏，首先要看总体上是否优化，各项目的权重大小，是否恰当地反映了相关重要性的大小。由于该方法，也在探索阶段，还没有在实际中得到应用。目前结合工作实际情况，暂时如此分配权重：社会价值0.3，商品价值0.6，历史价值0.1。

打造媒资内容产业化趋势

一、重视媒体资源管理

媒体资料具有巨大的资源价值，没有版权的媒资没有开发利用的价值，无法进行市场交换。因此要高度重视媒体资源的版权确认，实现节目资料的深度开发和运营，从根本上解决内容资产产业化的瓶颈。媒资管理工作的初级阶段应侧重于收集、保存，同时注重版权的确认转变，这势必成为产业发展的客观要求。今后数字版权管理应成为媒资的一项重点工作，一方面，从侧重实体到实体和实体知识产权的并重，另一方面，保证媒资库节目版权类资源的管理和清晰。

二、做好媒体资产价值评估体系

1、没有评估，无从谈开发。内容资产可以作为经营性资产进行投资、产权转让、上市融资，无论是资本层，还是运营层，内容资产的价值评估对媒体发展都至关重要。媒体资产评估可扩大媒介自身影响，强化品牌形象，也有助于成本管理。

2、在媒资库的信息组织过程中，需要根据价值评估结果对各类内容进行不同的价值定位。目的是使宝贵的历史积累转变为经济发展服务的财富。媒体资源评估是进行投资决策的重要前提，也是防止资产流失的重要环节。

3、媒体资源评估可促进电视/网络媒体内容产业链条的变革，促使一次投入、一次产出的定制模式向重视文化产品持续价值和衍生价值的整合营销模式转换。随着产业化程度的提高，当新的市场竞争、行业调整和资本运作各项挑战相继而至之时，媒体必须有一个清晰而准确的自我定位。因此，媒体资源的评估势在必行。

三、搭建节目交易平台，推进有偿使用模式

音视频的使用与开发会成为媒体新的经济增长点。推行媒体资源的有偿使用，一方面保护媒体人辛勤劳动的结晶，确保媒体资产保值增值；另一方面促进内容资源价值的最大化和可持续发展，通过有偿使用调控媒体资源。这一举措，对细化成本核算，鼓励节目原创，提高节目资料可用率和市场竞争力都具有深远意义，也是媒资管理工作的一个里程碑。

媒资资源的产业化，需要建立一个全国、乃至全球的节目资料交易平台，这势必是一个庞大而复杂的系统工程，需要全方位的谋划，需要高层决策者的支持，更需要媒资从业人员踏实的真抓实干。

（作者单位：湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司）

编辑/肖清



小戏骨一炮打响 新《补锅》引人注目 /盛晴 银铮铮

湖南电视剧频道为了创作跟频道定位相符的自办节目，以继承传统文化、传递正能量、表现“萌娃新萌态”为突破口，尝试“小孩演大人”、“小孩演大剧”，精挑细选思想性、艺术性俱佳的经典影视作品，在尊重原作的基础上浓缩、改编成独立的精彩大剧。剧中从主演到群众演员全部是十岁左右“00后”小朋友，小演员从扮相、形体、动作、台词都向原剧的老戏骨学习、挑战和致敬，这种“演经典、学经典，演偶像、学偶像”的奇葩剧就叫《小戏骨》。

小戏骨《娘》横空出世，用最不成熟、最具可塑性的小戏骨模仿并挑战最成熟、最成功的老艺术家，这种节目形式反差感强、艺术性高、娱乐性足。以幼演老、以新演旧，在制作方面要求更严格，服化道、舞美灯光

甚至镜头都全方位高度还原，以全新的视角重温经典，升华艺术。2015年12月12日播出了首部小戏骨《娘》，全省自办节目收视排名第一。观众啧啧称奇，说小戏骨令人眼前一亮，小演员前途无量。

小戏骨为观众搭建了一座连接时代审美情趣与传统文化的桥梁，为社会奉上了一个欣赏传统文化精髓的广角镜头。小戏骨初出茅庐便获肯定，这给电视剧频道极大的振奋，频道上下齐心——接着干！

小戏骨一炮打响、余音绕梁，创新搭建了少年儿童传承优秀传统文化的艺术“课堂”。小戏骨传递正能量和正确价值观的思想价值凸显峥嵘。剧组又马不停蹄拍摄了小戏骨之《焦裕禄》。在拍摄前，焦裕禄的扮演者肖杨博涵并不知道焦裕禄是谁，是干

什么的，在高度还原原作场景、“真枪实弹”冒雨拍摄的过程中，这群在“温室”里长大，没吃过一点苦的小演员深切感受到了“亲民爱民、艰苦奋斗、实事求是、迎难而上、无私奉献”的“焦裕禄精神”真谛，思想行动都发生了很大转变，知道了勤俭节约的重要性，在家里主动做家务，懂得尊重人了，这种思想行动的转变令小演员的家长喜出望外。现在许多小朋友、学生都不知道焦裕禄等革命前辈、时代楷模的光辉事迹，通过耳目一新的小戏骨节目，让更多的小孩接受革命传统教育。小观众观看小演员，小演员“教育”小观众，没有成人说教的“代沟”与逆反，印象深刻，效果明显。节目播出后，引起了省领导的关注，称赞这是一档传递正能量，很有教育意义的节目，值得向

屏前幕后



全国推广。

习近平总书记在全国文艺工作座谈会上指出：文艺不能当市场的奴隶，优秀传统文化一定要发扬。这给我们带来了更深入的启发。2016年1月《小戏骨》走出湖南，前往江西铜鼓县、广西宜州拍摄经典音乐故事片《刘三姐》。让小朋友穿古装、唱山歌、斗地主，这种全新的创意模式激发了“萌娃新萌态”，打造出一个不可思议的奇葩艺术品。

小戏骨之《刘三姐》播出后观众反响强烈，节目影响力更大、辐射面更广——每天数以百计的电话咨询小演员培训事宜；视频上传腾讯网络几天点击率就直逼千万；很多观众纷纷到拍摄现场“围观”小演员；《湖南新闻联播》两次主动为《小戏骨》拍摄专题报道；小戏骨之《刘三姐》人美、歌美、景美，成为湖南广电大厅内部大屏播放次数最多的展播剧目。

观众上瘾、领导重视、家长热捧、社会呼唤，湖南电视剧频道小戏骨组不敢懈怠。春节刚过，为了继承和弘扬湖湘文化精髓，推广和普及湖

南花鼓戏，更是为了社会责任和艺术追求，小戏骨紧锣密鼓在浏阳大围山拍摄了湖南本土最经典的花鼓剧《补锅》。原版的《补锅》是舞台剧，在尊重原片的前提下进行改编，实景演出，把舞台剧中涉及到的场景全部还原到了农家、猪圈、田野等农村生活环境当中，令观众耳目一新。3月8日晚播出后，全省自办节目收视排名第三。观众反响强烈，评价小演员们演得形神兼备，惟妙惟肖，真不错！上了年纪的观众纷纷说勾起了他们那一代人的美好回忆，强烈要求重播。网络媒体也接连推送，芒果TV还放在了头条，点击量迅速飙升。

《刘三姐》和《补锅》的原班人马，黄婉秋、李谷一、钟宜淳、彭复光等德艺双馨的老艺术家主动为小戏骨们传经送宝、言传身教，节目播出后他们更是激动落泪、纷纷点赞，称赞小戏骨们演得“相当好看、相当还原、相当不错”。

小戏骨闯出了新路子，发掘了一个主流价值观、精良艺术感和市场需求性共生的“富矿”，湖南省文化

厅与湖南电视剧频道携手合作，“文化湖南”微信进行了现场报道，热议“以小搏大、以剧养心、以艺载德”的“小戏骨现象”。许多影视机构和投资人也看好小戏骨节目，伸出“橄榄枝”，要投拍“小戏骨大电影”，深度开发“小戏骨产业链”。

值得庆幸的是：“传承价值、艺术超值，影响时代、激励后代”的“小戏骨现象”并未昙花一现，而是一路走来，捷报频传，硕果累累满园春，一枝独秀出墙来。接下来我们还将拍摄《洪湖赤卫队》等经典剧目以飨观众。

小戏骨把传统艺术与电视艺术有机结合，把湖湘文化与湖南群众艺术大胆融合，把社会主义核心价值观与青少年成长教育齐抓共赢，把节目拍摄与旅游扶贫深度“联姻”，是一次文化产业新业态的成功尝试。文化要复兴，时代在召唤，观众在期待，正是我们不懈前进的动力。

（作者单位：湖南电视剧频道、湖南省花鼓戏保护传承中心）

编辑/曾致



卧底“星梦”模特的日子 /李菁

编者按：湖南经视《经视焦点》的品牌板块《经视大调查》连续播出《女记者卧底踢爆长沙“星梦”模特培训真相》，引发社会关注。这一深度调查以记者卧底方式，深入揭露了“星梦”模特公司以培训“模特”为幌子，诱骗原本怀抱“模特梦”的纯真女大学生参加培训，并一步步控制她们，为KTV输送违法“三陪女”的本质。报道播出后，KTV被查处，“星梦”模特公司被关停，负责人被警方带走。而这一调查报道的背后，是卧底女记者付出的智慧与汗水。

应聘：“星梦”开启“造梦工厂”

2015年11月15号，是我在长沙“星梦”模特公司卧底的第一天。

在接到关于“星梦”模特公司欺詐女生的举报后，我以一名90后大学生名义前去应聘，开始了为期半个月的“模特”培训，和一周的“商务实战”培训，最后被派遣到KTV进行陪酒“工作”，前后为期22天。这个过程让我学会了前所未有的坚持。我用

一个本子记录着每天我暗访拍摄的内容，和一些鼓励自己坚持的话。其中一句很受用——成功与不成功之间有时候距离很短，只要后者再向前走几步。

这家“星梦”模特公司位于贺龙体育馆对面的大厦里。该公司在网上和微信朋友圈大量招聘18到24岁之间的女大学生，宣称要打造成模特中的“贵族”。这吸引了不少有着模特梦的身材高挑的女孩应聘。我化

名“李菁”，自称一名大四的学生，来到“星梦”模特公司“应聘”。与我同时来应聘的有三四十名女生。但“星梦”声称，他们仅招聘四名“模特”，身高要求168CM以上，体重不超过50KG，五官端正。只要半个月就可以把录用的女生打造成可以参加国内甚至国际比赛的“模特”。这让前来应聘的女生很心动，都天真的认为能聘上实属“机会难得”。

坚持：开始“魔鬼”般的训练

我顺利通过了这场招聘，随后很快与这些女大学生们成为不错的朋友。我发现其实这些单纯的女大学生都是懵懂的签了约，甚至不知道工作性质和工作地点，连自己签的是兼职还是全职也都分不清。

就这样，一群充满“模特梦”的女孩，从第二天开始，为期半个月的强化训练开始了。第一课便是形体

转折：陷入迷茫与困惑

公司规定八点上班，下午六点半下班，我每天几乎都是早上六点半起床，晚上八九点回到台里，整理当天的暗访素材，以及梳理明天的方案。每次离开台里几乎都是凌晨，有时候看到有进展的内容，便是最大的动力，每天都十分充实。就这样从形体到T台，甚至还集训了舞蹈，培训了15天。在这个过程中，很多女孩开始有些疑惑了，因为被录制了一个令人疑惑的视频，被要求回答：你知道模特的潜规则吗？你知道你的工作性质

梦碎：逼近残酷的“真相”

2015年12月1日，“星梦”公司最后宣布，我们这批“模特”将被送到位于吉首市中心的吉首大富豪KTV。与此同时，《经视大调查》派出另一组男记者，一路跟随，保护我和女大学生的安全。

和走秀训练，穿十公分高跟鞋，这对平时很少穿高跟鞋的我而言，确实是个很大的挑战，最严重的时候，一双脚底板全是水泡，十几个水泡就连创口贴都贴不下了。除此之外，培训老师还每天要求，所有参与培训的模特全身紧绷靠墙，小腿间夹一张A4的白纸，或者用两根绳子直接绑腿一小时，训练老师甚至会直接坐在你大腿上压腿。因为都不是专业出身，有的“模特”很不适应，脚底全部都是磨

吗？你知道工作地址吗？这时所有的“模特”才被告知：自己是要在所谓的高端会所KTV进行走秀，甚至还有一项就是“酒水答谢”。这是卧底期间的一个转折，我能明显看出，原本充满希望的模特们，都陷入了迷茫与失望中，有人有了打退堂鼓的想法。不过，精心设计这场骗局的模特公司又怎会轻易放过她们呢？我全程记录了这些大学生的无奈和醒悟。

随后一周就是所谓的“商务培训”和“实战”课程，“星梦”公司已经撕下原本把大学生打造成“超

深夜到达KTV后，简单的吃了快餐就进行了彩排走秀，这些老板急于让这些“模特”开始为他们赚钱。晚上，“模特”们被安排住在吉首火车站附近的一个废旧的宾馆改建的房间里，一间房住了七名“模特”，拥挤不堪，衣服杂物堆放地上，房间异味刺鼻，甚至还有老鼠穿行。这就是“模特”们今后的

出来的水泡和脚茧，甚至呕吐眩晕，我也吐过两次。有时候身体上的累和精神上的折磨让整个卧底期间，显得更漫长。一般“模特”要成就良好的基本功和台步都需要一年以上，甚至更长时间，不过，高强度训练让这群女大学生半个月就达到一定的模特素养，目的只是为了让这些模特迅速达到他们的要求，尽快为他们赚钱。

模”的“造梦工厂”面纱，露出真实的本质。他们开始赤裸裸的教学如何“陪酒”，并培训陪酒时的应对“话术”，以及告诉“模特”们如何取悦男顾客。这让“模特”们感觉恶心。言语中已经挑明这就是赤裸裸的陪侍。但公司不断灌输无耻的“拜金”理念，声称能月赚数万，年薪百万，诱惑动摇了的学生。而对于要坚决退出的学生，“星梦”公司则另有胁迫手腕，他们表示中途退出将赔偿五万元。一方面是赤裸裸的威胁，另一方面是高额薪水的诱惑，这些女大学生们大多又留了下来观望。

“寝室”。整个房间笼罩在昏黄的灯光下。这让大学生们心里凉了一截。所有人都只关注在富丽堂皇的光鲜下的赚钱工作，谁又还记得这群年轻大学生的“模特梦”呢？

模特们都被要求上交了身份证，也被限制了行李。百般无奈之下，只好凑合着住下。那晚，每个人都是欲

用爱证明声音的力量

——记录传统媒体不可取代的传播优势 /许倩

2月2日是南方的小年夜。成百上千的常德市民不畏严寒，不断涌向常德广播电视台前坪，只为买到一份柑橘，献上一份爱心。这是常德广播电视台广播中心举办的“我为柑桔狂 小年爱心忙——常德广电爱心桔”小年特卖会活动，旨在帮助武陵区丹洲乡的橘农们打开销路，帮助家庭贫困的果农们过一个好年。常德广播电视台广播中心不仅是公益活动的呼吁者、鼓励者，更是参与者、发起者。该活动经过精心策划与制作，不仅使公益有了生命，也让广播节目有了灵魂，打动人心，传递温暖，既有受众的针

对性、也有大众的接受性。

爱心萌芽 走近丹洲橘农

1月31日，武陵区丹洲乡村民向广播中心的记者打来求助电话，今年丹洲柑橘大丰收，但是由于销路不畅，超过20万斤的柑橘面临烂在家中的危险，希望广播中心能伸出援手，通过宣传为柑橘打开销路。得知这一情况，广播中心的负责人和记者第一时间冒着鹅毛大雪直接深入丹洲乡沙湖村柑橘主产区进行采访。来到柑橘种植户的家中，记者首先了解了当地柑橘的特点，认真询问柑橘滞销

深层次的原因，以通过节目帮助他们找到销路。沙湖村村长杨海军告诉记者，不仅这一家果农有大量滞销的柑桔，当地村民手中总共约20万斤的柑桔仍没有销路，当地桔农愁眉苦脸地说：“这个年恐怕是过不好了。”丹洲村离常德城区直线距离并不远，但采访当天，遇到常德近年来罕见的大雪，最低气温达到了零下10度，大雪的降临让驾车的能见度变低，也让采访过程变得道阻且长。摄影、采访、收集材料，记者的鞋子已禁不住田间地头雪水的浸泡，全部湿透。当地村民在写给广播中心的感谢信中提

哭无泪。这群女大学生从出生到现在从没有受过这些苦。第二天她们便正式出场走秀了。但是此时，老板就会告诉“模特”，必须有“酒水答谢”环节，也就是到包厢里陪酒陪唱，从事异性陪侍“服务”。至此，“星梦”公司以培训“模特”为名，实为“三陪女”集训营的真相揭穿。

当晚，一直悄然伴随我们左右的另一组男记者紧锣密鼓的行動了，这家KTV因涉嫌非法异性陪侍，违反《娱乐场所管理条例》被警方查处，警方同时开始解救这些被骗的女大学

生们。而我已在成功完成卧底调查任务后，及时逃离了“模特”队伍与“星梦”狼窝。与此同时，长沙警方与工商部门也先后两次进行了执法行动，直捣“星梦”模特公司大本营，“星梦”模特公司因涉嫌违法经营，被暂停营业，老板接受警方调查。

《经视大调查》对此连续播出后受到了社会广泛关注，全国各大网站纷纷转载，腾讯视频的点击量甚至超过了一千七百万，《经视焦点》栏目连续两天收视率6.8，份额20%以上。观众与网友纷纷叫好，赞誉《经

视大调查》节目打击了违法奸商，拯救了涉世未深的懵懂女生，维护了社会正义与公序良俗。此前的付出终于获得了回报和认可。

最后要说的是，其实在卧底的这段时间，连我父母也都不知道女儿去做什么了，我只交代可能要去忙一段时间，实在有事就发短信，只是每天晚上回家后给妈妈发条短信：安全，勿念！我想女儿工作上的成绩就是家人最大的欣慰吧。

（作者单位：湖南经视）

编辑/曾致

屏前幕后

到“当天这么恶劣的天气还会来乡下采访吗？而广播中心的负责人余总说，安排的事照常进行！”对于村民来说，这是言必行最好的解释，而对于广播中心的工作人员来说，这是媒体人具有责任心的爱心坚守！另外，采访过程中，策划团让一名叫“果果”的小朋友作为整个活动的形象代言人，以“开心的果果帮助伤心的果果”为主题在丹洲乡的果林里拍摄公益宣传片，此举形式新颖，深入人心。

爱心召唤 掀起爱心热潮

义卖柑橘的活动就这样开始了，随后大家火速分工：有人负责果农情况的进一步摸底调查；有人负责联系丹洲果农，尽快把柑橘运往城区；有人负责布置义卖地点……从1月31日决定举行柑橘义卖活动，到2月2日就要拉开活动的序幕，中间的准备时间只有1天，考验的就是广播中心的协作精神和团队执行力！1月31日从丹洲采访回台后，广播中心就连夜部署在1056常德之声、常德电台交通频道微信公众号上推出了关于帮滞销桔农义卖柑桔的微信文章。2月1日，广播中心全员又开会议定：2月1日起在常德电台FM97.1交通频道、FM105.6新闻频道滚动播出义卖宣传片并在微信公众号推出第二篇帮滞销桔农义卖柑桔的微信，2月2日上午9点至18点广播中心还推出1056常德之声、常德交通频道并机直播的“我为柑橘狂、小年爱心忙”特别节目，与义卖现场的广播中心工作人员以连线的形式，同

步关注柑橘义卖的爱心故事和感恩细节，同时，也带动越来越多的爱心人士参与到活动中来。常德广播电视台领导班子成员也在现场奉献自己对果农的一份爱心。通过广播中心两个频道连续3天的密集报道，吸引了社会各界爱心人士纷纷涌向义卖点。活动期间，六部热线电话一直响个不停，柑橘义卖点排起了长队，其中以专程赶来奉献爱心的人士居多，另外，在活动开始3小时后就出现了断货的情况。通过广播和微信宣传，以及众多微友、听众的支持，2月2日活动当天九点至下午六点累计义卖柑橘近三万斤。广播中心用声音与新媒体结合的形式，凝聚成的爱心召唤，在这次公益活动中发挥着巨大的作用。

爱心传递 凝聚社会力量

在小年夜的爱心义卖活动之后，还陆续有听众通过电话和微信联系广播中心希望能帮助到丹洲橘农，另外，汉寿县沧港镇的刘女士在收听到常德电台FM97.1交通频道、FM105.6新闻频道并机双频直播“我为柑橘狂 小年爱心忙——常德广电爱心桔”小年特卖会义卖公益活动特别节目之后，也向广播中心打来了求助电话，她告诉记者，他们家也堆积了7000斤碰柑找不到销路，在这样的情形之下，爱心延续势在必行，于是，广播中心立马作出决定，号召爱心企业予以支持，在小年夜的第二天转战其他的义卖点扩大义卖柑橘的范围。常德市民的爱心，在这次柑橘义卖活动中得到了巨大彰显，跳动的爱心也

得到良好的传递，继小年夜当天中南能源公司将现场所剩的千余斤柑橘全部买下之后，友阿国际广场为此次活动友情提供了新春年货集市的首个黄金门面，为橘农解忧，让温暖延续。另外，湖南省戏剧家协会、省曲艺家协会会员、国家二级演员杜美霜通过常德广电“爱心桔”义卖公益活动了解到橘农的困难后，为她的戏迷朋友们订购了一批爱心柑橘，让戏迷朋友们感觉非常暖心。活动期间，广播中心众多主持人、记者都主动请缨，成为义卖柑橘的爱心志愿者。两天时间里，他们和广大市民爱心面对面，用真诚和微笑打动着一位参与活动的市民，充分感受着普通大众当中蕴藏的强大爱心力量，也通过节目和报道传递着这份最真挚、最朴素的感动。2月4日，知名博主“人民政协张新民”在自己的博客上发表了一篇“为温暖接力点赞、为良心记者祝福！”的文章被推送至新华网新华博客首页，得到了全国网友的关注和点赞。

短短48个小时，近6万斤柑橘被蜂拥而至的爱心市民一抢而空，销售总额超过6万元，相当于一家果农一年的收入。在媒体的变革之年，当世界变成一个巨大的“互联”和缩小到手掌的一块“屏幕”时，2016年全新起航的广播中心，运用传统媒体不可取代的优势，不忘初心，用爱证明着声音的力量。

（作者单位：常德广播电视台）

编辑/肖清



做个勇敢且有担当的人 /陈聪

不久前，我看了一部名叫《解救吾先生》的电影，讲述的是一名演员被绑架，最终被警方成功解救的故事。因为是根据真实事件改编，影片非常真实地展现了犯罪者的凶残与狂妄，而在办案的过程中，影片里的民警不畏生死，哪怕在面对犯罪者持枪甚至是手雷对峙时，他们都毫不退缩，无不令人敬佩。看了这部电影后，也让我感受颇深，其实对于记者而言，在面对一些社会的黑暗面时，我们又何尝不需要这般的勇气，去揭露“丑恶”，惩恶扬善了。

还记得2015年1月13日，我们接到一个匿名热线，声称在张家界桑植县的一个偏远村落洞口村，藏匿着一个制造猎枪、仿制式枪支、弹药的犯罪团伙，接到这个举报电话，出于职业的敏感，来不及多想，我就和三名同事驱车前往了桑植县。让我们没有料到的事，因为路途较远，加之道路破损严重，过于崎岖，当我们赶到洞口村所在的官地坪镇时，已经是1月15日的早上了，来不及好好休整缓解旅途的劳累，我们就开始了一天的调查。因为线人害怕报复，当初联

系时，他只告诉了我们三个有用的信息，那就是制枪人谷某益、贩枪人谷某册的名字以及洞口村这个地名，而直到今天我们都不知道拨打热线的这名投诉者的姓名，更别提见过其本人，可以想象在没有人指引下，在一个陌生的偏远乡村，要找到一个人，还是一个制卖枪支做着“掉脑袋勾当”的人是有多么的困难与艰辛。或许我当时可以选择放弃这个选题打道回府，因为调查实在是很难进展下去，况且可能要面对的是“玩着命”在造枪的罪犯，及其危险。可是我并没有放弃，因为一旦线索真实，这个制枪工厂得不到取缔，对社会的危害可想而知。于是，悄无声息的调查就从官地坪镇一家还算有点档次的饭馆里开始了。在和饭馆老板的交谈中，我们得知在当地确实有不少猎户，买卖猎物非常频繁，他们镇上就有一个开着农资店的老板，野味生意做得尤为红火，于是在这名饭馆老板的介绍下，很快我们找到了这家农资店，而这家店的老板正是线人告知的谷某册。得来全不费功夫，考虑到当地正在修建高速公路，我便以包

工头的身份和这名“贩枪人”进行了交谈。面对陌生且操着一口普通话的记者，谷某册非常的谨慎，只要谈到枪，他就会转移话题，甚至连打死的野猪也表示是用电打的。那怎样才能让这个谷某册透露枪支的信息呢？好在，来桑植之前，我百度了一些枪支特别是猎枪的信息，为了放松谷某的警惕，我很爽快的购买了两千多元的野味，并自然而然的提到了自己非常喜欢狩猎，苦于长沙对枪支查得严，一直没办法弄到一把枪，就在这样的交谈中，看到出手大方的记者，谷某册终于松了口，表示他有猎户朋友可以买到枪，如果记者真的要，放点钱他就能帮这个忙。事情到此，我对举报者的线索有了把握，可是光凭这一点，就向公安机关举报的话，似乎显得有所草率，那如何更加进一步的确定，谷某册真的在贩卖枪支呢？那就一定要我看到他有枪。独自在谷某册的店内坐了近二十多分钟后，我借口上了一个厕所，这样我就可以从他的门店走到里屋进行观察，在这个短短不到三分种的档口里，也许是我的运气太好，果不其然，在谷某册家的里

采编纵横

屋门边上，竖放着一个用编织袋包好的管状物，趁没有人时，我用钥匙偷偷的划开了一个口子，里面包着的就是一把崭新的12口径的单管猎枪。

调查进展到此，我已经可以基本确定，谷某册正如线人所说，具有贩卖枪支的重大嫌疑了。那这是否又意味着，洞口村确实有一个生产枪支的窝点呢？为了进一步核实线索，我们毅然决定，先去洞口村看一看。洞口村距离官地坪镇区大概五公里左右，与湖北相邻，整个村就在大山深处，唯有一条一车宽的道路与外界相连，在进入村庄后，我们的采访车尤为显眼，一路上过往的村民对我们都尤为关注，事后我们才得知制枪人谷某益就在我们进村时就已经知道了我们这些长沙过来的“客人”。而此时线人的电话已经无法接通，茫茫大山中我们如何才能找到谷某益呢，难道我们要堂而皇之的四处打听吗？调查再次陷入困局，此时如果我们选择撤退或者报警，都会惊动已经有所察觉的谷某益，唯一的办法就是继续“演”下去。于是，一台长沙牌照的越野车，开始了在村里的贫困户调查，只有这样，我们才能逐一的去排查一些相对可疑的民房和人员。黄天不负有心人，就当我们在村部的小卖部询问村里五保户情况时，一名男子提到了他和五保户虞某在谷某益家帮忙建房子的情况，按照这“道听”来的指引，我们在一座山的顶上确定了谷某益的住所。

谷某益家是一栋老式的木平房，紧挨着的地方已经打好地基，家门口还摆放着两台小车，这格外的富裕情况在当地显得有点突兀，因为地势高，方圆十里进出村里的人车都尽收眼底。考虑到这个人及其危险，我叫同事们把车停到了谷某益家的下方，

当时就在想，万一对方拔枪相向，出事的也就我一个，他们至少还能帮我去报个警，于是，寻找五保户虞某的我，主动找到了制枪人谷某益，见到谷某益时，他正好听到狗吠声从家里走了出来，年纪大约四十岁左右，不高显瘦，用当地话问我是干什么的，显得有点警惕。我很大方的给他递上了一支香烟，表示我来打听虞某的住处，并指了一下停在不远处的车辆，就在谷某益向我指路的时候，我发现谷某益的一些异常，一个贫困地区的中年男子，农闲时穿着一个皮质的围兜，带着袖套，抽烟的手指间指甲内，都有新鲜的机油痕迹，加之就在谷某益老房子的后方隐隐传来了机器的轰鸣声，显然这与普通的农户有些反常。于是我问了一句：“师傅您不是在修车啊？”可能他还没有反应过来，很顺口的和我说了一句：“没有。”不过很快意识到了说是的，但显然他在说谎，因为他的两台车都停在家门口，房子里不可能停下车。交谈到此，我已经基本可以肯定，线人反映的谷某益在家中后院造枪的情况基本属实了。于是在打听清楚路后，我们赶紧撤离了现场。并连夜将掌握到的情况，向桑植县公安局进行了反馈。次日凌晨三点，在当地警方的配合下，一场由近百人组织的抓捕行动迅速展开。事后也并无意外的印证了我当时的判断。警方在行动中，分别从谷某册、谷某益二人家中收缴各类枪支六支，制式弹药300余发，以及谷某册用于制造枪支弹药的火药、枪管、机床。并成功的控制了兩名犯罪嫌疑人。而直到早上七点整个行动结束后，在跟随警方真枪实弹的去持枪抓捕时，我才后知后觉的真正意识到了这一天调查中的危险，后果都不堪设想。

如果说面对枪贩这样的人物，危险还不够直观的话，2015年12月16日，在长沙汽车西站调查街头象棋诈骗时，犯罪嫌疑人持刀抵抗的场景，至今还让我心有余悸。

当天中午，在望城坡派出所一名便衣民警的陪同下，我们通过体验，基本核实并掌握了这个象棋诈骗团伙的骗钱手法，获取证据后，抓捕行动随即展开。摆摊设点的主要犯罪嫌疑人也很快被我们控制，一切似乎都进展得非常顺利。正当便衣民警查扣嫌疑人的随身危险物品时，意外却发生了，这名男子竟然掏出了匕首，划破了民警的衣袖。见此情况，我下意识的就抓住了歹徒的衣服，阻止其继续行凶。这个时候，现场已经一片混乱，歹徒随即挥刀向我刺来，因为躲避不及，匕首刺到了我的腹部。这个时候，我最安全的方式就是选择暂时躲避，等待警方的增援。但面对明晃晃的刀刃，我并没有害怕，最先的反应就是现场这么多的围观群众，不能因此伤及他人，更何况，面对穷凶极恶的歹徒，我丝毫的胆怯都会助长他继续行凶的气焰，一场空手入白刃的搏斗就在街头上演了。歹徒在连续向我挥舞了几刀后，开始夺路而逃，最终被赶到的增援民警制服。事后我才隐隐的感觉到了腹部的疼痛，原来我已经被匕首刺伤。

面对危险，面对“刀枪”，我并不后悔自己当初的选择。因为我始终认为，作为一名记者，站在舆论监督的第一线。只有秉持着正义与正气，做个勇敢且有担当的人，才能不负观众对我们的信任和支持，铁肩担道义，我们用良知和勇气追求真相。

（作者单位：湖南都市频道）

编辑/曾致

新闻播报语音的特征

/周伟红

受众在接受新闻播报信息的时候是通过听觉或视觉来完成的。对广播的新闻播报而言，受众获取的信息要全部依赖听觉；对电视的新闻播报来说，受众要通过听觉和视觉来完成信息的获取，且以听觉获取的信息量为多。这也符合加拿大学者麦克卢汉认为电视是以听觉为主的技术的观点。既然广播和电视的新闻播报都主要是通过诉诸受众的听觉来传播信息的，本文就从语音的角度来分析一下新闻播报在语音上所展现出来的特征。

一、语速要均匀，切忌忽快忽慢

（一）语速均匀的具体表现

无论是广播新闻的播报还是电视新闻的播报，语速的均匀体现在两个方面。一是单位时间内所播报出来的字数大体一致；二是播报每个字所用的时间也大体一致，即每个字的音程大体一致。当然，这里语速的均匀并不是要求每个人播报新闻的语速都必须一样，也不是说广播新闻播报的语速与电视新闻播报的语速必须一样。不同的人在播报新闻时的语速存在着差异，不同技术条件下的新闻播报的语速也存在着不同。根据笔者的统计，现在中央电视台《新闻联播》不同主播播报的语速大体在310-330字/分钟，而中央人民广播电台的《新闻和报纸摘要》的播报语速要明显慢于

中央电视台《新闻联播》的语速。

（二）语速的差异是不同话语样式的标记

如果把所有的话语样式看作是一个整体的话，那新闻播报与散文诗歌的朗诵、评论的宣读、访谈节目的谈话、纪录片的配音等共同成为整体的组成部分。从语速上看，这些组成部分之间是具有差异性的。正是这些差异成就了各自话语样式存在的价值。从某种意义上说，不同话语样式在语速上的差异称为各自话语样式的标记。当然，这里还需要明确的是，语速上的差异只是不同话语样式差异性的一个表现，它和词汇、语法、修辞等方面的差异共同成就了不同话语样式存在的价值。从语速是否有明显变化标准出发，上述这些组成部分中可以分为两类。一类为散文诗歌的朗诵和访谈节目的谈话；一类为新闻播报、评论的宣读和纪录片的配音。总体而言，第一类话语样式的语速在具体实践中有较为明显的快慢的变化，音节在音程上表现为有的音节音程长，有的音节音程短；第二类相对而言语速要均匀，不同音节的音程大体一样。之所以会有这样的特点，是缘于不同语境因素。第二类话语样式的语境要求播报时的情感要相对冷静、公正，不能带有夸张的情感。而第一类的情感变化往往较为明显。情感变

化了，语速也就会随之而变。与同类中评论的宣读和纪录片的配音相比，但就电视新闻的播报而言，它的语速往往较后两者要快。

二、停顿要准确，切忌杂乱无章

停顿不是为了停顿而停顿，而是基于如下三点需求，一是表意准确，二是听起来具有节奏性，三是新闻主播生理上呼吸的需求。停顿准确包括两个层面。一是停顿的位置要准确，二是停顿的时间要合理。

（一）停顿的位置

停顿位置的准确跟语法有着密切的关系。

1.跟语法密切相关的位置首先是标点符号的位置。标点符号的位置是语义完整的标记。从这个意义上讲，新闻播读停顿要以语义完整、语义准确为原则。在标点符号处不停顿，可能会造成语义不清，不利于受众的接受。

2.位于句子开头的状语或者话题后面也往往停顿。时间状语和话题的说法是划分标准不同形成的，实际上它们所针对的对象是同一个。比如“今天下午，省委宣传部在世纪大饭店召开新闻发布会”。按照传统句子成分的分类标准看，“今天下午”是一个时间状语，如果从应用语言学的角度看，它是句子的话题。在播读

时，“今天下午”后要做停顿。即使是没有逗号也要做停顿，如果跟“省委宣传部”连起来播读，就失去了节奏性。

3. 多个定语间可以停顿，但最后一个定语与中心语间不能停顿。如“海南三沙市从8月1日开始行使地方立法权，目前已初步确立了涉及居民管理服务和生态环境保护的首批立法项目”，在“涉及居民管理服务和生态环境保护的首批立法项目”中，“涉及居民管理服务”“生态环境保护”“首批”“立法”都是“项目”的定语，它们之间是可以停顿的，具体的停顿位置是在“服务”、“的”和“首批”后面。但“立法”与“项目”间不能停顿，如果停顿，就会造成定语与中心语之间联系的阻隔。

同理，在播读多个状语时，多个状语间可以停顿，但最后一个状语和中心语间不能停顿。

4. 在特定语境下，有的人名前会有多个头衔，这些头衔无论哪一个都与人名构成同位语。此时，人名前的同位语之间往往要停顿，但是最后一个头衔与人名间不能停顿。如“中国国家主席、中共中央总书记、中央军委主席习近平”，两个顿号后可以停顿，但“中央军委主席”与“习近平”间不能停顿，如果停顿，就会造成听觉上的不衔接。

5. 在导语部分，句子中的主语是人且为句子的开头，那么在主语后面要停顿。如“中国国家主席习近平今天上午在人民大会堂会见了”中，“习近平”后面要做停顿。在新闻的主体部分，如果主语只有中心语而没有定语，那么主语后面一般不停顿。如“习近平就中法两国关系发表了自

己的看法”，如果在主语“习近平”后面停顿，就会显得过于碎片化。

6. 在涉及引语的时候，要在表示“说”的意思的动词后面停顿。比如“他说”、“他指出”和“他强调”等。

（二）停顿的时间

停顿包括语法停顿和强调停顿。运用强调停顿是跟表达者的目的有关的。强调停顿要么缩短停顿时间，要么延长停顿时间。通过对上面停顿位置的分析，标点符号位置的停顿为语法停顿，句子内部的停顿在形式具有强调停顿的特点，但是它们不是强调停顿。因为这些句子内部的停顿跟表达特定的目的没有关系，它们的存在更多的是因为主播的换气和表达具有节奏感的需求。但是需要明确的是，新闻播报中标点符号位置的停顿具有语法停顿和强调停顿的双重属性。之所以标点符号位置的停顿具有强调停顿的特点，是因为新闻播报要在单位时间内传播更多的信息的需求。它的强调停顿表现为对停顿时间的缩短。但是缩短停顿时间不是说不停。如果不停就有可能造成语义关系上的混乱。至于停顿多长时间，还有待通过技术手段进行统计。

三、语调要准确，切忌凭感觉

（一）不同语调对应的思想情感
语调包括四种，即平直调、升扬调、降抑调和曲折调。

这四种语调对应的思想情感是不一样的。平直调对应的客观冷静；升扬调对应的兴奋疑问；降抑调对应的是坚决肯定；曲折调对应的是讽刺一语双关等。

（二）新闻播报主要是平直调和

降抑调

从新闻的本质出发，平直调和降抑调符合新闻播读。而表达主观情感的升扬调和曲折调则要慎用。从平直调和降抑调在新闻播读中的分布看，平直调分布在段落中的各个句子之间和段落之间。而降抑调则是分布在一条新闻结束的最后一句。换句话说，它是分布在不同条的新闻之间和最后一条新闻的结束。

平直调之所以有这样的分布，是因为在采用平直调时，当播报完一句话后，从听觉上感觉后面还有话要说。如果在段落内部和段落之间采用降抑调的话，那么就有收束的感觉。倘若再播读下面的句子，那么在语义的连贯上就会出现不连贯。降抑调在听觉上具有收束的感觉。它之所以出现在每条新闻的最后，就是为了将不同的新闻分别开。

传统的衔接连贯，基本上都是从词汇、语法、逻辑的层面上思考衔接的问题。而在新闻播读上，则要涉及到语音的衔接，其平直调就是同条新闻内部衔接的手段，降抑调则是不同条新闻间的衔接手段。

总之，在播读新闻时，如果想使它区别于其它的话语样式，那在语速上就应有速度和字数上的要求；如果想表意准确和在一定时间内尽可能多地传播信息，就要找准停顿的位置以及运用好停顿的时间；如果使得新闻播读达到客观反映信息的结果和在听觉上意义连贯流畅，平直调和降抑调的使用要准确。

（作者系中国传媒大学博士、河北师范大学副教授）

编辑/曾致

科学家的家 /尹中

大家好，我是湖南广播电视台新闻中心的尹中。我今年32岁，做记者12年。这些年，我上过雪山，下过矿井，到过北国，去过江南。在那么多地方中，最让我难以忘怀的，时刻在我心中萦绕的，是一座山——祁连山。

祁连山，是一座有灵魂的山。说她有灵魂，是因为两位女性。

在位于甘肃兰州的中国科学院寒区、旱区环境与工程研究所，有位67岁的老妈妈，每天都会来到附近捡垃圾。老妈妈的儿子是祁连山监测站的站长，就在研究所上班。

十年前，老妈妈的丈夫得了重病，为了给父亲治病，儿子、儿媳花费了近百万元，几乎耗尽家里的全部积蓄。为了帮孩子们减轻负担，老妈妈做了一个决定，她要找一份能赚钱的活，一分钱，一毛钱，一块钱，只要能赚钱，她就愿意干。不顾儿子的阻拦，她硬是在研究所谋了份差事——环卫工人。

这位老母亲有着严重的颈椎病，有两根脊椎甚至有些错位。以她的病情，常人躬个身都很困难。可老人家每天下了班，还瞒着儿子媳妇，到附近去拾荒，收些废旧纸箱卖钱。她弯

下腰，捡起一个纸箱子，又弯下腰，又捡起一个。一步、一步，一袋、一袋，一车、一车……她说，纸箱子太少了人家不肯收，我一个小车能拉60多公斤，折腾一晚上能拉160公斤。第二天浑身都疼，儿子问我怎么了，我说没事，我不告诉他。这位母亲很神气地问我：哎，我厉害不厉害？

我不想回答，也无法回答她这个问题。或许在一生中，这位母亲从来没有说过什么高大上的话，但我想在儿子心里，祁连山有多高、有多重，妈妈的形象就有多高、有多重。

老妈妈的儿子叫陈仁升。为了一个数据，他常在海拔几千米、空气稀薄的冰原上徒步上百公里，走上一整天。没上过冰山，不知道有多难。我们的同事抬着设备，每走几步就停下来喘几口气。摄制组的采访车上山的时候突然打滑，旁边就是万丈深渊，我们急忙跳下车，在当地老百姓的帮助下才把车推到安全地带。就是在这样的环境下，陈仁升干了15年。在这个地球上，寒区面积占到四分之一。祁连山属于亚洲高寒区，发源于这里的10条江河，流经俄罗斯、印度、尼泊尔、吉尔吉斯斯坦等国家，滋养着全球40%的人口。在中国，祁连水脉

是整个河西走廊的生命线。陈仁升的研究，影响着这一大片区域对水情水量的掌握和使用。陈仁升的妻子叫杨建平，也是一位优秀的冰川科学家。凡事追求完美的她，有着一般女孩所不具备的干练和洒脱。她曾作为中国四位冰川专家之一，受邀参加国际冰川峰会。

1999年，这两位科学家相识、相恋，两年后结成夫妻。登记那天，两口子勉强凑了4000块买了点家具，没有办婚礼。结婚后，他们还是一头扎进祁连山工作，好几个月才回趟家。每次回家时，丈夫胡子拉碴，妻子一身的泥点污渍，再加上太久没好好洗过澡，两口子甚至想亲热一会都觉得不好意思。2004年，他们有了小女儿，但科研任务太重，俩口子还是没有停下奔忙的脚步。因为跟妈妈实在见得太少，小女儿只要在大街上看到跟妈妈长得像的长头发女人，就会追着、跑着上去，不停地哭着叫妈妈，妈妈……三年后，陈仁升父亲得了一场大病，从老家来兰州治疗。为了不让丈夫分心，妻子杨建平提前结束了她所热爱的野外科考生涯，改做社会调查。替父亲治病的这十年，是陈仁升夫妇最苦难的十年。两口子一天天

好记者 讲好故事

辗转于病房和办公室，常常彻夜无眠。可就在这十年，祁连山观测站建好了，陈仁升发表了120多篇重要论文，其中最重要的一篇关于50年冰冻圈变化的，是他在冰川上跋涉了上万公里，测量成百上千个数据后换来的。他们校准了祁连山的降水量，证实了小型冰川正在加速消亡，为全球变暖研究提供了重要的技术支持。经过一场决定生死的手术后，老父亲的病终于治好了。来到他的山东老家，我看到陈仁升64岁的老父亲正在细心地照顾着88岁的奶奶。老父亲说，这些年我一直觉得很难受，我把孩子们累坏了。他们要操心的太多了，我今后不会再拖累他了，他们可以安心干

自己的事儿了。祁连山上，我们通常只能听到寂寥的风声、雨声，甚至是没有声音。可是那一天，我却听到了喜庆的鞭炮声和歌声。原来在结婚15周年那天，陈仁升和10岁的小女儿一起，买来气球、鲜花、头纱，悄悄为妻子设计了一场迟到的“婚礼”。冰山脚下，丈夫深情表白着，祁连山就是他们这份爱情的见证者。一家三口紧紧拥抱在一起，面对着冰川、雪原和美丽的大草原，留下了一张最美的全家福。

故事中的这两口子，其实是《绝对忠诚》第一季的主人公之一，这次采访，让我对忠诚的涵义有了新的领悟。

科学家的家，每一个人都是舍小家、为大家。那些寂寞的坚守，那些对家人、对事业、对国家的责任，能让每一个平凡的人，都散发出强大的人性光辉。

忠诚的人，是这样可爱、质朴、坚定、赤诚、他们像“钉子”一样钉在海角天涯，像“傻子”一样信着地老天荒。这些和你我一样肉体凡胎的普通人，也有妻儿老小、也有故土难离，但在他们眼里，被国家需要就是一种幸福。

（作者单位：湖南广播电视台新闻中心）

编辑/曾致

一束玫瑰的力量

/姚龙

玫瑰花象征着爱情，是这个世界上最无法拒绝的礼物。我想每一位男士应该都送过玫瑰花，我也不例外。说出来大家可能不会相信，我第一次送玫瑰花，竟然是给我采访过的一位女孩。这是我从业十年来，第一次给

采访对象送玫瑰花！这是一位什么样的女孩呢？我为什么要送玫瑰给她呢？

这件事还得从两年前我的一次采访经历说起。我记得那是春节过后刚上班不久，我在配音间配着一条稿

件，可是配着配着我停了下来。这是一条求助的稿子，说的是常德市桃源县牛车河乡有一个25岁的女孩，叫王海蝉。海蝉的家境十分的贫寒，但是她靠着自学考上了大学，毕业之后终于有了一份工作，薪水虽然不高，

但足以改善这个家庭的生活。然而，就在这个家庭刚刚有了一点希望的时候，海婵却被查出双肾患有先天性多囊症，这是一种很罕见的疾病，也很严重，活下来的唯一希望就是换肾。家里人经过商量，决定由她的妈妈割一个肾给她，可令他们万万没有想到的是，海婵和她妈妈的血型根本不符，不仅她妈妈和她血型不符，家里符合换肾条件的亲人的血型没有一个能配得上海婵的。这一连串的打击瞬间就击垮了这个家庭，找不到肾源就意味着死亡。不仅如此，家里为了给她治病早已是债台高筑了，他们就连每个星期700元用来维持生命的透析费用也拿不出来了，而且就算她们等到肾源了，手术费，后期治疗费都没有着落。绝望，笼罩在每一个人的心里。其实故事讲到这，大家可能会觉得这不过是一个可怜的女孩在遭受病痛的折磨时求助的新闻，可是当我看到王海婵对着摄像机说出她最后一个愿望的时候，我被深深的震撼了。在我们的生活中，一个25岁的女孩，可能正在享受爱情的美好。而王海婵却在面对生与死的考验，可她没有被恐惧所打倒，而依然对美好的愿景还充满了希望，这真的挺让我惊讶。其实，海婵此时并不是真正期望一段爱情，而是对自己并不完美的人生抱有

那么一丝遗憾。她是希望通过拥有爱情的象征来求得最后的安慰，一束玫瑰花。玫瑰花对于我们普通人来说实在是太平常不过了，可是对于一个生命即将凋零的女孩来说，这却成了奢望。我当时就决定要和我们的记者一起再去探访王海婵，我要满足她的这个“奢望”。所以，就有了我的一段采访视频。（送花视频）我：这里面有我的小小的寄语，希望你能够早日康复，玫瑰花的心愿我帮你完成了！王海婵：非常感谢大家！

尽管脖子上还插着粗粗的透析管，尽管每一次的挪动都会无比的疼痛，海婵还是坐了起来迎接我们。看得出来，她非常的开心，不仅因为她的心愿达成了，我想更是因为他感受到了来自社会的关心，让她感觉到她并不孤单。

节目播出之后，王海婵一家人收到了社会各界爱心人士的捐款，一百、两百……有的好心人到医院问清海婵的病床号后看到她在睡觉，就轻轻地走到她的床前，默默地放下钱就走了。后来，在社会的关注和帮助下，海婵的病情慢慢稳定了下来，虽然还没有找到合适的肾源，但是医院已经免去了她的透析费用。医生说，维持透析治疗的话能为她延长数十年的生命。而现在海婵已经成为了常德

市肾病协会的一名志愿者，她在帮助更多当初像她一样的人。

我从来就没有想过，一篇新闻报道可以改变一个人的命运，一个小小的善举可以让受过帮助的人再去帮助其他的人。我知道，一个人的力量并不能改变多少，但是，如果有更多的人能看到我的报道，如果大家都能把爱心像这样传递，哪怕是一点点，这个社会也会前进一大步。

生活中，你可以选择每天抽一包香烟，也可以选择把烟戒掉，用这个钱去帮助留守儿童；你可以选择买一个名贵包包，也可以选择将钱省下来，帮助失学少年重返校园；你可以选择去国外旅游，也可以选择抽点时间去看望孤寡老人，抗战老兵。而我会选择后者，因为我清楚地知道我是一名记者，这是我的良知和责任，我还知道，帮助别人能快乐自己！

这就是一束玫瑰花的故事，这就是爱心的力量！时至今日，我依然记得王海婵当时感激的泪水，还有那些好心人关切的眼神。每每想起这些，我便能感受到这个社会里爱心的温度，它时刻提醒着我，记者不仅要发现爱，更要传递爱，把帮助别人的正能量传递到社会的每一个角落。

（作者单位：常德广播电视台）

编辑/曾致



《我是歌手4—歌王战》 直播精彩呈现，技术给力完美突破

/罗耀霞 吴蓉

2016年4月8日晚，《我是歌手4》总决赛“歌王之战”直播盛况在T2区1200+400演播厅精彩上演，并以远超第二名的成绩领跑当晚收视冠军。（同时，芒果TV设置在600演播厅的媒体互动区与主战场信号同步直播，制作调度中心提供10讯道转播车及技术人员现场支持。）在整个总决赛直播过程中，制作调度中心视频、转播、音频、灯光、特种、前期、后期、通讯等各技术工种全程技术保障，实现了多项技术创新应用，在业界引起不小震动。其中，亮点不乏：“一镜到底”的开场视频秀，高品质电影风格的画面及色彩饱和度；系统级联配备包括T2区导控室+16讯道高清转播车，确保现场演唱+真人秀完美呈现，此次直播在“艾美拉摄影机的讯道式改装应用”、“视频画面色彩基调的一致性”、“5.1立体声播出”、“后期的多通道收录、剪辑回放、VCR播放”等方面均有大幅提升。

除此之外，4月7日下午录制的《我是歌手4》“红毯秀”和“一镜到底主持人出场秀”在T2区后门铺设的

星光大道上进行，制作调度中心出动10讯道高清转播车，前期、音频、灯光、特种、后期、通讯技术人员克服准备时间短、场面布置大、外场天气影响等困难，做好系统和设备的周密准备，实现新技术手段的创新使用，圆满完成技术保障。

值得一提的是，所有的精彩呈现均离不开技术团队的幕后设计和付出，尤其是敢为人先的胆识和魄力。

前期：①使用最新前期拍摄设备助力《我是歌手4》总决赛开场视频秀“一镜到底”取得成功。星期五晚上《我是歌手4》总决赛开场视频秀“一镜到底”播出后，立刻在观众和业界中引起轰动，有很多观众在微信上发表评论：“一镜到底”是第六代电影导演梦寐以求的追求，今晚《我是歌手4》总决赛的摄影团队拍摄的开场视频秀“一镜到底”给了他们一个响亮的耳光。而在拍摄过程中使用的拍摄设备是由制作调度中心前期设备管理科推荐并提供的佳能公司最新上市的一款EOS1DXM2摄影机，正是因为EOS1DXM2摄影机具有重量轻、质量高、能自动跟焦等功能才取得大幅度

运动镜头《我是歌手4》总决赛开场视频秀“一镜到底”的拍摄成功。这不仅展现了湖南卫视创作团队和拍摄团队的水平，同时也展现了湖南卫视技术团队的水平，这是一次超高水平的艺术和技术的完美结合。②AMIRA摄像机的使用技术更加成熟和稳定。在《我是歌手4》总决赛中，通过AMIRA摄像机的技术升级和演播室控制设备的配合，使AMIRA摄影机不但可以做单机使用，也可以作多机位直播使用。今后湖南卫视的高品质电影风格画面，不但可以在录播节目中看得到，也可以在直播节目中看得到。

视频：1、艾美拉开放协议与国内光传讯道式设备进行无缝联通，打通了艾美拉机身lut表、电影及广播级镜头的控制参数，实现了针对艾美拉的讯道式改装应用，通过歌手400平米真人秀直播的运用，为艾美拉摄影机及4K摄像机电视转播的运用提供了新方式。2、由于400平米演播棚内歌手七间房墙壁颜色、环境色温不一，甚至跳跃性很大，关于画面色温色彩一致性工作是一个很大难点，我们和调色师、阿莱工程师还有转播车和前期科

的各位同仁共同努力和研究，确定了400演播棚画面色彩基调，通过光传设备控制RCP面板远程调整艾美拉，将七间房的视频画面色彩和一致性进行了逐一修正，并且针对部分歌手面部皱纹做到了单独修正，达到了比较理想的画面效果。3、4月7日红毯录制环节采用低色温柔光灯，4月8日第一轮嘉宾帮帮唱环节采用追光加电脑灯混合光源作为面光，第二轮独唱环节单独用追光作为面光。1200色彩管理细化整场节目，摄像机调整3档白平衡，对应不同环节。400首次采用爱美拉带索广后挂进行直播，把电影机变成系统机，集成成为一套EFP系统，并可对爱美拉进行白平衡、光圈、GAIN、GAMMA等参数指标调整，同时解决了Tally、通话、返送等问题。

转播：1、歌手真人秀部分使用16CH转播车，实现了导播工位的外移，即通过VSM面板远程控制切换台切像。摄像机控制工位的外移，通过与EFP升级系统的连接、VSM系统的控制等首次实现了不在转播车上控制摄像机参数。通话系统的外延与分组，使在转播车之外的外延工位，如导播与摄像和技术、调光与摄像和技术、导播与调光、1200与转播车技术沟通通畅，这是实现非系统摄像机进系统控制和各工位外延的基础。所有艾美拉摄像机作为外来信号进系统的声画同步、Tally、源名等一系列重要的视频设置，使得如同使用系统摄像机一样方便。2、我是歌手总决赛的多媒体互动区设在600平米演播厅，转播系统使用的是高清10讯道转播车。芒果TV作为播出平台与1200主场信号同步直播，阿里云人工智能小AI全程实时对总决赛结果进行预测。阿里云端通过特殊模型对大数据进行分析产生结果数据，600平演播现场的终端电脑远程实时读取云端数据，同时输出信

号，再通过转播车的Oticom传输系统输入到车上直播系统，所有数据实现实时无缝链接。

音频：歌手决赛直播音频准备工作从3日开始有序进行。由于有红毯、真人秀、600演播厅的网台互动等环节，各点都需要收音、扩声、录制等要求，信号交互复杂。科室将人员分为多组，每组负责一个环节，认真仔细装台，检测设备运行，确保万无一失。4月7日至8日，音频团队超负荷运行，几乎无休无眠。事实证明，全程5.1CH音频直播信号稳定，完美无瑕疵。

后期：本次《我是歌手第四季总决赛》直播，后期实现了技术和流程的创新突破，主要完成以下几大工作。1、灵活运用矩阵进行多通道信号收录。节目彩排和直播运用索贝多通道录制了走红毯盛况以及1200演播厅内的节目，其中除了14路演播厅信号，临时外接2路斯坦尼康信号。后期索贝多通道共收录16路视音频信号，供直播VCR剪辑和制作重播带使用。2、VCR内容上下载技术把关。临播前，我们在圣菲机房协助编导紧急下带，严格技术质量把关，由于编导出片晚，改动多，我们不得不应急利用两套下载站点和录机，分段下载，最后直到直播结束前，片尾等内容仍在修改然后下载，大家齐心协力，确保VCR内容完整无误。3、宽泰放机主备路配合使用。本期歌手总决赛直播，再次利用宽泰主、备播放服务器配合VCR回放，跟导播的配合要十分默契。其间因栏目编导对系统不熟，我部门技术人员应急操作备机播放长达21分钟的总片头。4、多环节精彩回放快速精剪。本季歌手总决赛设计了两轮比拼。这两轮竞演的精彩回放在很短的广告口要完成：挑选精彩片段，拼接片段，画面过渡处理，声音渐弱

处理，发布成片。整个过程复杂、耗时。要求操作者特别的沉着冷静操机熟悉。除了竞演部分的现场回放，刘烨开场的第二口播、一段垫片都是临时剪辑出来的，这也是前三季歌手从未有过的工作量。从彩排到直播，线上同志三天两晚持续工作，劳动强度、精神压力非常大。不过大家以饱满的热情，圆满完成了任务。

特种：在《我是歌手歌王之夜》中全程提供技术保障，尤其是在片头Vcr的一镜到底拍摄中与前期科一起提供了拍摄的佳能新机1Dx和FREEFLY M10手持三轴云台，使节目的设想得到完美呈现，在业内成为焦点。（曾杜）

灯光：为保证室外区域灯光效果，在红毯秀环节增加大量大功率灯具，经过多次与物业对配电进行沟通和测量，保证用电安全。演播厅内增加12台太空灯，红毯区布光照度均匀效果柔和。控制系统方面，准备了两台同版本同系统MA2控台，对整套控制系统进行了热备份。直播过程中，演播厅内每个信号基站、电源基站都安排专人负责，确保万无一失。

通讯：直播中，共使用136台数字对讲机及一套数字集群系统，另加20台模拟单机。为保证后停车坪转播车上的通讯信号，从400演播厅加放一段天线至转播车停放处附近。彩排前到各处测试信号，确保通讯正常。彩排期间节目组提出需要使用对讲机的强插功能，连夜调试好并进行相关培训；直播期间，通讯技术人员分别坚守在各关键岗位，以随时保障使用需求，在集群系统设备处安排专人值班，确保最关键中转设备工作正常。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/曾致



从《时时刻刻》 浅谈欧美女性电影

/鲁典祚

《时时刻刻》是英国导演斯蒂芬·戴德利在2002年的作品，改编自迈克尔·康宁汉1998年的普利策同名获奖小说《The Hours》，同时也是对英国女作家弗吉妮娅·伍尔芙的小说《达洛维夫人》的一次致敬。该片当年被誉为“本年度最重要的电影”，并一举拿下当年的奥斯卡奖，在女性电影的历史上也是不可多得的经典之作。

一、女性电影和妇女解放运动

女性主义电影理论旨在解构男性中心文化，建立一种女性本质与身份的文化，而每一次女性运动的爆发都与当时的社会背景息息相关。《时时刻刻》这部影片的三位女主人公分别生活于1923年英国、1951年洛杉矶和2001年的纽约，这三个时期的社会氛围变化都影响了女性自我觉醒的反抗运动。

1、片中的主人公英国女作家弗吉妮娅·伍尔芙当时正处于第一次世界大战结束不久，战争对当时的西方文明造成了巨大的影响，悲观、消极、绝望成为了当时文艺作品的重要体现。伍尔芙在1925年创作完成了《达洛维夫人》，通过对达洛维夫人一天

中生活细节的描述来总结她一生的经历和一战前后英国社会的变化。作为一名和平主义者，伍尔芙无法忍受战争带来的残忍结果，在二战爆发的时候选择了溺水自杀，《达洛维夫人》也成为了她最后一部作品。在《时时刻刻》这部影片中，伍尔芙自杀也是开启这部女性电影的第一个桥段。

2、第二位主人公劳拉·布朗处于二战刚刚结束的时期。西方发达国家在战争结束之后就开始提倡男性的再就业，而原来在职场的女性则需要回到家庭。这种社会地位的变化让很多女性都无法适应，她们寻求的自我存在感无法从生活的琐碎小事中得到满足，女性身体的启蒙和觉醒在二战后的国族复苏和社会重建计划过程中慢慢具体浮现。在片中布朗太太就因为不满足于重复单调的家庭主妇生活，选择了离家出走远赴加拿大当一名图书馆管理员。

3、21世纪初的克拉丽萨·沃恩在片中是一位女同性恋者。在当时认为，为了使女性能够自由发展自己的人格与才能而免于受到压迫性的社会要求，就应该是与其他女性相互认同而不是争夺男性的认可，女性应该致

力于创造以女性为主的空间和文化，而女性角色的定位终于从家庭回归到了社会。沃恩的角色定义不单单是摒弃男性陪伴的女同性恋者，更是拥有自己职业和完全女性化家庭的独立女性形象。

二、女性电影的表达和反思

女性主义电影理论作为当代电影理论的一个重要分支，发端于20世纪60年代，融合了精神分析学、后结构主义和符号学等诸学说的理论和方法，分析女性在电影文本中的呈现，解读电影文本中性别叙事的意识形态。《时时刻刻》是由小说改编，人物的描述往往由心理描写构造，所以改编成电影仅仅改变叙事结构是不行的，必须借助于动作和行为来体现人物的内心纠葛。电影中物象的能指等于所指，这是我对于电影符号学最浅的一层认识。而意识流则是一种表现手法，即在画面中努力模仿、表现人的意识的流动。某一特定物体的意象正是人物在不同阶段对现实生活的内心感受和情感反应。所以我接着来叙述这部影片是如何被誉为意识流电影的模范。

1、水一直是女性的象征，温柔缱绻而又富有灵性，水能滴水穿石更能海纳百川。前文提到了影片开篇时伍尔芙自杀的桥段，伍尔芙在发觉自己精神即将崩溃的前夕选择了在口袋里装入石块溺水，这是一个非常富有意味的自杀方式。伍尔芙会游泳，她装进石块表示她决定带着这些压迫她的思绪一同沉溺。而为什么不是割腕不是跳楼那些大家熟知的自杀方式，却选择了溺水？影片的开始画面就是潺潺流水声和奔流的小河，水流无拘无束，指代了伍尔芙对自由的向往，而死亡却是当时能选择的唯一方式。

2、不论哪个时代，女性对花的情结永远一致。三位女主人公新一天的开始都有鲜花的陪衬，花也是影片画面中的一个重要元素。伍尔芙在剧中开始写作《达洛维夫人》的第一句话就是：“达洛维夫人说她要去买花。”这句话在不同的时空被三位女主人公重复再重复，强调的也非是自主能力的掌控权。

3、鸟翱翔于天空，永远是自由的象征。埋葬小鸟是影片的经典片段，而这一片段里的情节隐喻是一种精神上的暗连，是对主人公命运的一个暗示、一次排演。它奠定了这部影片挽歌式的基调。一个生命的终结会有一个新生命的接替。在埋葬小鸟时，伍尔芙带着玫瑰来到小侄女身边，卧倒在小鸟的坟墓上是对自身生命的归宿，对小女孩的温和目光则是她对新生命的希冀。

4、厨房是家庭中的烟火之地。布朗太太为了丈夫的生日在家里亲手做蛋糕，并告诉孩子这样是表示对父亲的爱，儿子不解问道：“要不然他

就不知道我们爱他？”通常情况下，女性所受的教育和社会影响都告诉她们，她们的性别身份和社会角色都是基于与男性的角色关系。对于性别形象和角色的刻板印象，导致很多女性不能自由发展自己的人格和才能。所以家里女仆抱怨伍尔芙一直忙着写作都不交代她该做什么午餐，没有履行一个家庭女主人该尽的义务时，伍尔芙立即要求女仆往返三个小时去买姜糖作为反抗。而布朗太太则把亲手做给丈夫的蛋糕扔进了垃圾桶。厨房所代表的家庭枷锁困住了当时女性寻找新自我实现个人价值的梦想，所以那时的她们一心想要反抗。

三、女性电影的人文关怀

1、孩子与母亲。一个人的早期经历对一生的影响相当重要，且越早期影响越大。而生命早期的经历又取决于抚养者，这个抚养者一般是母亲。女性作为社会组成的一大主体，应该积极、自由、主动地全面发展，而在社会组成中，孩子却是最敏感和弱小的部分。影片中布朗太太被现实生活压抑决定放弃生命把儿子托付给朋友时，儿子理查的一声声呼唤歇斯底里。虽然最终选择活着，但她还是抛弃了她的丈夫和两个孩子离家出走，这的确是一个母亲做的最糟的事。郑渊洁说“母亲的含义是影响”，理查始终不能原谅他的母亲而在小说里给母亲安排了一个自杀的结局，而他自己最终也选择了放弃生命。可见大多数时候对孩子产生重大影响和意义的不是学校和社会，更多的是来自于母亲最初的生命态度和爱的教育。

2、生命不能承受之重。“如果

我能说我很后悔就好了，那会轻松一些。但是后悔有什么意义呢？没人肯原谅我，但我面对死亡时，我选择了生命。”这是布朗太太在理查离世后对克拉丽莎·沃恩说的话。为什么影片中一定有人要死，这是为了让活着的人更加珍惜生活，这样才有对比。在之前的时代，女性都是被压抑的，为了自由可以放弃家庭甚至生命。就算是现代，社会和道德的枷锁也总不能达到完全的公平，但幸运地是我们有了选择的权利。正如史铁生说的：生命就是不断超越自身局限的过程，在这过程中我们遭受痛苦、超越局限，从而感受幸福。

3、喧闹与假象。《达洛维夫人》小说里最核心的情节就是达洛维夫人举办宴会，在电影中克拉丽莎·沃恩被导演安排为达洛维夫人的真实写照，她也是积极地在筹办一场庆祝派对。沃恩在影片中积极地布置派对现场和制作食物，为了给他人营造轻松欢乐的氛围，她亲力亲为为每一项环节。可是随着理查的跳楼，派对并没有真正地举行，沃恩仿佛也失去了生活的重心。“达洛维夫人，老是举行派对，掩饰心中的寂静。”在派对中，鲜花、美食、人声鼎沸，好像这日子也不再是枯燥冗长，但是派对过后终将恢复平静和乏味，每个人的生活也还是重复单调的。沉浸于假象之中，对生活的感悟永远不会真切。生活怎么样，在于我们愿意让它成为什么样，这样才会真实而美好。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/肖清

剑走偏锋：抢占版权资源制高点

——以乐视网版权资产库建设为例 /刘星

Letv乐视网

近年来，视频领域的传媒竞争已由传统的单一节目、单一频道的竞争发展到整体生态系统的竞争。在这场看不见硝烟的生态系统之战中，对版权资源的争夺可谓重中之重，谁抢占了版权资源制高点，就抢占了先机，就有可能赢得未来传媒大战的最终胜利。据统计，目前乐视网版权库已有超过5000部的电影版权，超过100000部电视剧版权，以及大量年度热播影视剧的独家网络版权。除此之外，近年来，乐视网不断地丰富自身版权库内容，旗下的乐视体育相继拿下涵盖欧洲五大联赛、欧冠、美洲杯、中超、CBA、欧洲篮球冠军赛、网球、棒球、F1等经典赛事传播权。在乐视网“内容+平台+终端+应用”的生态系统中，乐视网的超高数量和质量的版权资产库已成为支持各个生态业务的核心血库，也是各生态业务赖以生存和发展的肥沃土壤。“罗马不是一天建成的”，乐视网的版权资产库建设中又有哪些“独门绝技”呢？

一、以先为本：奠定版权资源基石
俗话说得好“先下手为强，后下

手遭殃”。乐视网版权资产库的建设很大程度上得益于先发优势，做到了一步领先，步步领先。乐视网成立于2004年，那时，整个视频领域还是一片兵荒马乱，大家都不重视版权，视频网站为了提升流量，节约成本，几乎所有影视剧直接下载盗版。但乐视网却反其道而行之，为了获得正版，到一家家影视制作公司去花钱购买版权，当时网络版权还没有形成概念，价格可以说是白菜价。2010年左右，随着国家立法的完善，版权市场进一步规范，众多视频网站意识到版权的重要性时，版权的价格已经疯涨，网络版权更由“白菜价”变成了“白金价”。乐视网因此偷偷地乐了一把，凭借先发优势，在短短几年的时间里，以最低的成本囤积了大量版权资源，从而一举奠定了其优质版权库的根基。乐视网体育传承了母公司的优良传统，2014年一成立就对体育资源进行跑马圈地，聚合了国际、国内最多、最全的赛事版权资源，在非常短的时间内一举打破了央视体育长期无法撼动的垄断地位，让体育迷们有了更多更好的自主选择。

二、以强胜强：抢占版权优质资源
“以弱胜强”是战争史上的经

典案例，但毕竟这只是小概率事件，在很多领域实际上是行不通的，在版权资源大战中同样如此。因为弱的、小众的、低劣的版权资源永远无法与强势的、大众的、优质的版权资源相抗衡。乐视网深谙此道，而且非常善于从源头上抢占优质的版权资源，特别是对优质版权资源的生产者“宠爱有加”。从2013年签约张艺谋开始，乐视网又将郑晓龙、陆川、徐克、高晓松等大腕级人才招入旗下。特别是花9亿人民币收购“花儿影视”让人惊叹，有媒体猜测，乐视网此举是醉翁之意不在酒，除了看中“花儿影视”成熟的电视剧制作管理模式外，目标直指金牌导演郑晓龙。因为郑晓龙的每一部作品，包括《渴望》、《四世同堂》、《编辑部的故事》、《北京人在纽约》、《金婚》、《甄嬛传》，都是一部部经典IP，深受广大观众的欢迎。签入郑晓龙，那么在合同约定的期限内，其作品的版权都归乐视网所有。目前，“花儿影视”制作的优质节目正源源不断地生产中，精心制作的《芈月传》在电视台与视频网站同步热播，进一步提升了乐视网的整体品牌形象。

乐视网除了开设包括电影、电视

剧、动漫、少儿等常规频道外，还开设了许多名家大师频道，如张艺谋频道、成龙频道、周星驰频道，全天24小时不间断播出这些大师执导或出演的影视作品。优质版权资源让乐视影视生态更为完善。而这些名家所生产的超级IP必将大大充实和壮大乐视版权资产库，并在未来的传媒生态大战中为乐视增添新的获胜砝码。影视传媒之战，得优质版权者得天下。

三、以冷博热：着眼版权未来资源

当众多竞争对手采取跟随战略，对版权资产库建设亦步亦趋之时，乐视再一次华丽转身，由热门的影视版权转入了相对冷门的体育版权，开始了对体育领域的深耕细作。乐视体育2012年成立，2014年从乐视网中分拆出来独立运营，短短几年时间获取了欧洲五大联赛、美洲杯、亚洲杯、中超、NBA、CBA、F1等众多赛事的网络转播权。除了这些热门赛事外，乐视再次剑走偏锋，从版权竞争激烈的红海走向蓝海。对日本、韩国等亚洲小国足球职业联赛、女子足球、电子竞技、摩托艇、马术等相对冷门的赛事进行跑马圈地，为未来乐视版权资产库囤积了大量的“粮草”。目前，乐视体育已拥有全球17类运动项目、121项体育比赛版权，平均每年可进行4000场的赛事直播。从央视体育跳槽到乐视体育的刘建宏（现乐视体育首席内容官）自信满满地对媒体说：乐视体育是现在全球拥有体育版权赛事资源最多的公司。2015年5月，乐视体育宣布完成首轮融资，本轮融资分A轮和A+轮两个阶段，A轮

由王健林旗下的万达投资领投，A+轮由马云旗下的云锋基金领投，共融资金8亿人民币。2016年又完成了B轮融资。未来，乐视的版权资产库在强大的资本支撑下将成几何级数增长。现任中国首富和曾经的中国首富不约而同地看上乐视体育，更是给乐视带来了莫大的信心。以强大的版权资源为后盾，乐视体育的“赛事运营+内容平台+智能化+增值服务”全产业链生态空间将得到充分拓展。

四、以独为宝：争夺版权稀缺资源

为了获得独家的稀缺资源，乐视不惜重金，据乐视网2014年度财报，乐视网支付《甄嬛传》、《大时代》、《宫》、《非诚勿扰》等93部优质影视作品版权费共计约1.88亿元，平均每部产品支付版权费约202万元。而从这些稀缺资源上获得的回报同样惊人，最具代表性的就是乐视网对《甄嬛传》的独家信息网络播出，这一稀缺的资源为乐视带来了超过36亿次的点播流量，也为乐视换来一亿多的贴片广告。由《甄嬛传》原班人员打造的《芈月传》同样给乐视带来了滚滚财源。

乐视年度财报显示，近年来，版权分销所得收益逐年放缓，但基于稀缺内容换来的广告收益和付费收益成爆发式增长，2013年版权分销收益624725万元，2014年为704591万元，同比增长12.7%。而付费收益方面，2013年为39306万元，2014年猛增至152594万元，同比增长288.2%。通过以上数据，我们不难发现，乐视对稀缺的版权资源越来越重

视，类似于湖南广电的“芒果独播”战略，对稀缺的版权节目不再分销，而是牢牢地掌控在自己手上，由独家占有到独家播出，可以吸引更多的付费用户，获得更多的广告投入。从更深层面来看，还能获得更大的流量入口，培养用户的忠诚度，提升乐视品牌形象。

以版权起家的乐视正在“蒙眼狂奔”，快速构建起自己庞大的产业帝国。基于强大的版权资产库，乐视“一云多屏”生态体系正在逐步完善，乐视电视、乐视手机、乐视自行车等硬件产品正在颠覆旧的传统行业，渗透到老百姓的生活中。“无生态，不超级”，乐视的超级商业梦想，源于其优良的生态，而优良的生态又源于其优良的版权土壤。因此，我们不妨借题发挥，为乐视提出一个新标签“无版权，不乐视”。

本文对乐视版权的解剖并非为乐视歌功颂德，而是想给广播影视传媒的同行们提个醒，未来，不管科技如何进步，渠道如何多元，终端如何变化，内容为王的理念永远不会过时，抢占版权资源的制高点永远是传媒行业的不二选择。

俗话说“兵无常势水无常形”，如何建设管理好版权资源，除了借鉴别人好的经验外，关键还是要根据自身媒体的特点，对症下药，走“差异化”之路，才能在未来的竞争中立于不败之地。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/肖清

白芷新裁录大风

——2015年全省戏剧、广播剧优秀剧本评选活动获奖剧本述评 /邹世毅

由湖南省文学艺术家联合会、湖南省戏剧家协会举办的2015年全省戏剧、广播剧优秀剧本评选活动已告结束。在参评的19个大戏作品（包括广播剧）、22个小戏（包括广播剧）、小品作品中，共评出7个大戏、5个小戏（小品）作为一、二等奖获奖作品。这是继省文联、省剧协举办的2014年小戏、小品评选活动之后的又一次全省性的优秀剧本评选活动。这次优秀剧本评选活动，以纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利七十周年和追求国家富强、民族振兴、人民幸福的中国梦为主题，通过戏剧艺术的形式，缅怀先烈，牢记历史；展示寻梦的理想，表现追梦的奋斗。激励人们坚持中国道路、弘扬中国精神、凝聚中国力量，激发人们为实现中华民族伟大复兴而努力奋斗的热情。主旨突出，目标明确。在表现“中国梦”主题的基础上，又增加了表现“抗日反法西斯”的主题，并将表现这类主旨的题材，融汇进表现“中国梦”的主旨题材之中；在表现形式上，特别明确地提出注重广播剧的创作，期冀我省戏剧艺术领域内的广播剧创作收获突破性的成果，走向新的艺术高度，产生全国性的影响。

与2014年的评比活动相较，2015年参评的剧作呈现出新的特点。

一是2014年纯“小”，2015年“大、小”兼备。这里的“小”指容量小的小戏、小品作品；大，指容量相对较大，篇幅较长的大戏作品。2014年1月发出的通知中，要求征集大、小戏作品参评，其中小戏、小品

作品的征集活动当年截止，并进行了评选。而大戏作品的征集活动却延长到2015年10月结束。由于2015年的活动增添了另外的作品形式，且与湖南艺术节的活动相逢，所以一部分作者同时申报了一些相关的小戏、小品作品。于是，将2015年原本预定的纯大戏作品评比更改为大、小兼备的评比活动了。在申报的大戏、小戏小品中，剧作者也是由凌云健笔的老成庾信、风骨清发的中兴小谢、逸志奔放的新声雏凤等老中青三结合的模式组成，以青年才俊为主；题材也较广泛，大致可以分为全民抗战、人性伦理、学校教育、环境保护、农村建设、反腐倡廉等六大类。对于表达“中国梦”这个主旨准备了较厚实的人材、题材基础。

二是小戏、小品作品虽在某些方面延续了2014年参评作品的优秀特点，有新的个性出现，但总体上看，尚未超越2014年。而大戏作品的许多亮点却使2015年的评选活动开了璀璨的新生面。

首先是抗战题材的大戏作品，慷慨悲歌，气贯长虹，真个是红旗卷起千重浪，白芷新裁录大风。团结惩魔热血洒，中华儿女尽豪雄。在七个获奖的大戏作品中，有五个大戏属于此类题材范围，占比超过百分之七十。在全国纪念抗战胜利、全世界反法西斯胜利七十周年之际，收获这么多各种不同形式的优秀抗战题材戏剧作品，塑造不同阶层、人群鲜活独特的艺术形象，对于重温惨痛历史，清算法西斯侵略罪行，警惕军国主义复

活，树立能打仗、打胜仗信念，都具有重要的现实意义和现实审美价值。

广播剧《铁槟榔》表现的是关于僧人抗日的故事。在全国佛道界，被审批评定为爱国主义教育基地的有36个点，即36个单独的寺、庙、观。而作为整个全山的寺、庙、观都被评为爱国主义教育基地的仅有一个，那就是南岳衡山。其原因就是在抗日战争时期，在全面抗战的影响下，整个南岳山上的僧道两家全部投入了抗日战争，并做出了轰动全国、影响世界的业绩。

当年，身为国民革命军总政治部副主任的周恩来为解决僧人可否参加抗日战争问题，提出了“上马杀贼，下马学佛”的科学论断。明真法师对当时参加游击战争培训班的少数僧侣学员深入浅出地解说道：“阿罗汉的第一个汉译意义就是‘杀贼’，不杀除烦恼之贼，就成不了阿罗汉。由此可见在原始教义中，就已提出‘杀贼’这一说法，……‘杀贼’而不是‘杀人’。现在正有一伙日本恶贼，在大批杀人，只有把杀人的恶贼杀掉，才可以救出大批的人，这就是救苦救难，普度众生。出家人只出了家，没出国，出家人同样要爱国。所以说抗战就是杀贼，杀贼就是爱国”。明真法师这番解释，说明了杀贼与学佛的因果关系，僧人是可以学佛与杀贼并兼的，是完全可以参加抗日斗争的。另外，明真法师拟写了“当汉奸的生受国法，死坠地狱”等标语，故而杀贼包括杀汉奸在内。

在这种观念影响下，当时成立了

“南岳佛教救国协会”，经叶剑英提议，改为“南岳佛道救难协会”，并建立了两支流动宣传队，到衡阳、衡山、湘潭、长沙等地宣传抗日救难救亡。对于这两支由年轻僧道人员组成的救难协会工作团，民众称之为“和尚抗日兵”。为此，当时领导一支工作团的幕笳法师写下了一篇《炮火下的一群僧青年》，报告了南岳僧人投身抗战活动的事迹，发表于邹韬奋主编的《全民抗战》上，后被译成外文流传于全球。1940年，由道安法师、巨赞法师等人创办了《狮子吼》杂志，宣传抗日，复兴中华，幕笳法师是主要撰稿人。田汉先生曾赋诗一首相赠幕笳法师：“锦衣不着着缁衣，敢向人间惹是非。独惜潇湘春又暮，花前跌坐竟亡归。”

南岳沦陷期间，救难协会工作团的佛青年，有的换下僧装，穿上军装投奔抗日杀敌战场。例如，佛青年周亮1941年参加抗日游击队，后在第九战区挺进第二纵队司令部任中尉书记。又如在上封寺受戒的碧吾和尚，俗名马阳德，亲自组织游击队，从日寇手中夺得步枪100多条，短枪20多条，还有重机枪一挺，组成了100多人的游击队，活动在衡山、湘潭一带，沉重打击了日寇，后接受了中共地下党的领导。八路军三五九旅南下支队王震、王首道在高桥与他会面，共歇宿一晚，接受了南下支队的收编。

李立平写作的广播剧《铁槟榔》，其中的主要人物马德的原型应该取自于马阳德，是有史可稽，有事可缘的。剧本表现出来的主旨，是正能量的，不存在有违佛道教义的问题。完全可以广播剧等艺术形式表现和推广。全剧分上、下两集，集中笔墨刻划了马福、弘莲、义真三个和尚

兵的形象，个性生动，形象独特：马福的机智、幽默，英勇果敢、足智多谋；弘莲的胆小、执着教义，变而为机警、有谋、血勇杀贼；义真抱全家尽净之仇，与倭贼不共戴天之恨，敢于牺牲、勇往直前。将历史真实与民间传说结合起来，将虚构的艺术细节与湘潭人爱咀嚼槟榔所形成的习俗巧妙地结合起来，神奇地描写到连日本鬼子也爱上了嚼槟榔。取材的地点也多集中于湘潭的传统地名：十五总、十七总、十八总、回水湾、窑湾、仙女山、高桥等，均属实有的地名，因而让剧本富有浓郁的地方色彩。

年过八旬的刘星亮老人，是我省戏剧界知名编剧和益阳地区的戏剧教父。他历十余载之功，写作了名为《萧山令》的小说和戏曲作品，在此次剧本评选活动，又将戏曲剧本改写为广播剧《萧山令》。《萧山令》剧本截取日寇侵犯南京，南京失守后被日屠城，史上最为惨烈的30万人失去生命的战争一角，试图写出以萧山令为代表的中下层军人和老百姓英勇抵抗侵略、不惜自我牺牲的顽强战斗精神，揭露国民党上层决策的失误、不顾人民生命财产安全只图自保的丑恶行径以及侵华日军烧杀掳掠的残暴行为和丧尽天良、失尽人性的禽兽本质。剧中的中下层国军将士实际上代表了抗战的中国人民，而其中的真正的抗战军士和群众更是中国人民的抗战英雄和典范。本来抗日战争就是一场伟大的人民战争，是一场动员全国人民、团结全国人民、支持人民、鼓励人民打击日本帝国主义，陷敌于人民战争的汪洋大海和消灭日本侵略军的伟大民族战争。写人民的抵抗无疑是正确的。

《萧山令》剧本针线绵密，一以贯之，首尾相应。一开场，就是号外

消息，沪淞战役失利，上海沦陷，萧山令率众在牛首山与来犯日军对抗。当蒋介石宣布南京为不设防城市后，唐生智鼎鼎皇言，誓与南京共存亡，却临阵代表国民政府军事委员会宣读对萧山令的临危授命，命其死守南京；当南京眼看不保时，同样是唐生智对萧山令宣布撤出南京、任萧为代理渡江总指挥的命令，不撤就军法处置。这样一照应，就将国民政府以蒋中正为代表的上层决策草率、临危逃逸、朝令夕改、不顾人民的面目揭露无遗。同样，戏剧开幕不久，出现了日军山本，而最后一幕，恰是山本与萧山令面对面的对抗，表现了萧山令的至死抗战决心和金浇钢铸的英勇形象。还如小益阳一出场就拿着镜子，说是临别时母亲交给他的，见镜如见母；后来，当日军逼近城门时，敌军的机枪火力压制住了小益阳等国军兵士的火力，萧山令正是因小益阳这面镜子的启发，告诉兵士们怎么消灭敌人的火力点，小益阳在萧司令的指教下，一枪就消灭了敌军的机枪手，为此，还得到了三块银元的奖励。又因为这三块银元，引出了萃香园老板的抗日举动。这些生动的细节一环接一环，环环相扣，将剧本的主动作线一浪逐一浪地推向高潮。

同时，剧本集中诸多细节，刻划主要人物形象——萧山令。这些细节来自史实和虚构，其中大部为虚构。首先是“临危受命”，以一个战前宪兵副司令之职，连续被授予七职，几乎是一人独担南京全部守卫、管理之重任，他毫无犹豫地承领下来。当下属不能理解时，他只强调“我是一个军人，保卫国土是每个军人的神圣职责”。一个敢于担当的中国军人形象瞬间树立起来。接着是第二幕的“关心士兵”，见到连长不分情由毒

打小益阳时，他告诫下级军官要懂得爱兵：“对待士兵要像自己的兄弟一样，战时尤其要爱护他们，他们就是战斗力，战斗力！”并将冠生园老板送来的光饼发放给修工事的士兵，谆谆善诱地讲述戚继光抗倭的故事，教育士兵们要像戚将军那样，做挽救国家危亡的栋梁；并与后面的细节相衔接，在听完萃香园女老板的解说后，不仅没有责怪小益阳和大胜等兵士，还要女老板买了一盒肉、一盒鸡和一壶酒，让小益阳和大胜“吃饱吃好，明天多杀几个鬼子”。“义决侄子”一处，当萧山令发现侄子萧述文竟将战时敌我双方都十分紧缺的粮食高价卖给日军山本部队，做出不能容忍的卖国行径时，他愤怒已极，决定处决这个“地地道道的卖国贼”，但一当想起往日的叔侄情深，他又犹豫了。侄子一提到安徽芜湖还有一批粮食时，他才让侄儿戴罪立功，“洗心革面做新人”。“同学相见”一幕中，萧山令终于与往日的日本同学、而今的交战敌我山本见面了，国家和人民的利益高于一切，站在江水中指挥军士与围城敌寇对垒的萧山令，身中数弹，誓死血战，无论山本如何利诱，也决不委曲求全，终于决定饮弹自尽，犹如挺拔砥柱，巍然江水中流，令骄横的山本颜面扫地，将一个有情有义、侠肝义胆、胸有全局、一心抗战、誓为国捐躯的萧山令形象完美地塑造出来了。

还有许贤志的《芳林嫂》，将同名为《铁道游击队》的小说、电影中的芳林嫂挑出来作为一号人物，集中笔力进行艺术形象的刻划。将其所受磨难，经受痛苦等家仇私恨融入到对抗击日本侵略军的民族仇国家恨之中，将她从一个普通的青年妇女成长为抗日女英雄，从下意识的反抗侵略

走向自觉的消灭鬼子，从一个没有革命觉悟的普通老百姓成长为敢于自我牺牲的共产主义战士。

何桂生的《父亲》取材于发生在衡阳近郊的真实抗战故事。中国共产党领导的一支抗日游击队被突然而至的日本侵略军小分队包围了。情势紧急，联络员共产党员梁正雨，同时兼任着当地的伪镇长，为了保护游击队的十余名队员，将自己的亲生儿子梁大龙出首给日本小队队长。游击队保住了，梁小龙却牺牲了。由于单线联系的谷子坤下落不明，梁正雨也便从此蒙上了汉奸的罪名。镇上的老百姓敌视他，游击队的指战员误解他，连亲生女儿也恨他。他成了孤家寡人。但他忍辱负重，继续利用自己的身份，刺探敌情，保护百姓，制造炸药，协助游击队打击日本侵略军。终于等来了联系人谷子坤，洗清了罪名。

四剧所全力刻划的人物形象，均来自特别的人群：僧侣、国民党中下层军官、农村妇女、地下工作者。他们所经历的抗战说明：“革命是痛苦，其中也必然混有污秽和血，决不是如诗人所想象的那般有趣，那般完美；革命尤其是现实的事，需要各种卑贱的，麻烦的工作，决不如诗人想象的那般浪漫……”（鲁迅：《对于左翼作家联盟的意见》。《二心集》第36页，人民文学出版社1973年版）。他们的形象也表明：“我们自古以来就有埋头苦干的人，有拼命硬干的人，有为民请命的人，有舍身求法的人……这一类的人们，就是现在也何尝少呢？他们有确信，不自欺，他们在前赴后继的战斗”，“这就是中国的脊梁”（鲁迅《中国人失掉自信力了吗》。《且介亭杂文》，《鲁迅全集》第六卷，人民文学出版社1981年版）。

其次，是抗战题材广播剧的编创和制作，《铁槟榔》和《萧山令》成为首例。《铁槟榔》业已制作完成，《萧山令》处于制作中。广播剧不同于一般的舞台剧，广播剧是纯粹通过听觉感官获得艺术形象想象、进行艺术审美的一种艺术形式，故而必须在听觉上制造丰富的音响，多色彩、多声道、多层面的声音是首先予以考虑的。在广播剧中，讲话人应有基本平衡的性别，男女声搭配得当，形成色彩对比；自然声响和人为音响要协调；声音的节奏、频率、高低要讲究层次，做到清晰可辨，相互渲染，相互映照，以形成和谐的声响阈；声音的形式也需讲究，说要配以唱，说唱加伴奏，解说串连说，让各种形式的声音美在剧中得到显现。《铁槟榔》中就运用长沙弹词和说书的形式来串连全剧，联络剧中人物的行动线、细节故事，交代来龙去脉。

其三，非抗战题材的大戏也写得落落大气，韵足味浓。如《桃花河边》是写环境保护的。剧情摆落定向戏的诸应凡尘，挖掘的生活细节既真实又典型，既是生活的，更是艺术的，可感可触，可欣可赏。剧中的主角何柳及围绕着他组成的人物关系清新可人，毫无脸谱。陈俊的话剧《春夏秋冬》写出了另类人的生活。患老年思维障碍病的老人夫妇与待业不归家年轻人之间极不容易的心灵沟通，让年轻人找到了理解人和理解生活的方向。剧情设置得山重水复，林环岭绕，却又柳暗花明，云重风叠，极有“刚被太阳收拾去，却教明月送将来”（苏轼《花影》诗三、四句）的意境。

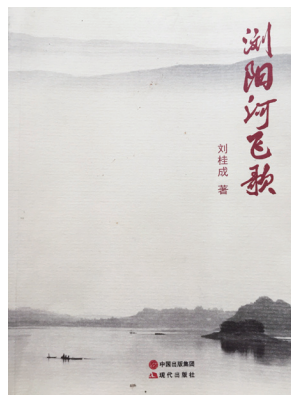
（作者系湖南省艺术研究院一级编剧）

编辑/曾致

职责、贡献、精神财富

——写在《浏阳河飞歌》自选集出版之际

/刘政



桂成先生是我在市、县媒体同仁中相识最早、相知最深、合作最多的朋友之一。看到他的这本《浏阳河飞歌》自选集书稿，又约我给写个序，引发当年的许多回忆。他那敬业、创新、感恩、追梦的精神风貌再次展现在眼前。我认为，一个记者的成功应体现在三个方面：从业时段、地域重要事件的见证、记录者；媒体事业的创新、推动者；“媒体人”职业品质的实践、集成者。应该说，桂成先生这三个方面都是做得比较好的，他是一个成功的记者。这本书就是重要的证明之一。

我们的相识与合作，是从20世纪80年代改革开放初期开始的。当时各媒体都有根据上头特别是中央的一些新的改革开放的重大决策，拟出一段时期的“报道思想”，据此选取一些相应典型进行报道的做法，也就是业内常说的“接通天线、地线”。在这方面行动快的媒体、记者，就会受到上头的表扬和受众的赞赏。因此，及时掌握针对性强的报道线索也就显得至关重要。记得每每“报道思想”出来，

我都可以通过桂成先生找到浏阳的几条较为重要的报道线索，有的是他此前曾在浏阳电视台报道过的；有的是他提供报道单位或人物，我们前往合作采访，写出了较有影响的报道的。当时浏阳在省级媒体报道的数量、质量都处全省县（市）前列，这当然首先是由于浏阳的改革开放工作有声有色，许多方面走在全省前头，但与有像桂成先生这样的本地媒体记者也有很大关系。而桂成先生之所以能及时准确地掌握这些重要的报道线索，则完全是他以敬业勤奋、吃苦耐劳的精神，积极深入社会，深入基层调查研究，对浏阳情况的全面深入深刻了解的结果。这段时间，浏阳“敢为天下先”的改革举措频出，从浏阳走出来的领导干部、知名企业家很多，其中不少是桂成先生曾经报道宣传过的。透过收入这本书的一些报道，人们可以看到浏阳经济改革和社会发展的一些脉络，回忆起一些人物和单位成长、发展壮大的轨迹。浏阳市大胆改革的一些举措、做法和成就，浏阳籍的一些先进典型、模范人物的先进事迹和宝贵精

神的发现、总结和传播，在促进浏阳乃至长沙、湖南的经济社会的发展中发挥了很好的舆论推动作用。桂成先生以肩上的镜头和手中的笔头，履行了“新闻是明日的历史”的记者职责。一个记者能对从业区域内的发展起到这样一种作用，应是一种了不起的成功。

改革的年代，新闻本身的改革也在与时俱进地进行，由原来单纯的“工具”“喉舌”发展成时下的“新闻事业”“文化（媒体）产业”；由原来的靠财政拨款维持运转到自己创收自谋发展，其中的创新并不比其他行业逊色，也需要一批睿智实干、敢于第一个吃螃蟹的人来推动。桂成先生就是其中之一。因为他的建议，浏阳电视台开国内县（市）级电视台之先河，开设经济专题栏目，并由他请缨担任栏目制片人，签订责任状，率先实施制片人自主经营、自担风险的栏目运行机制。随后，他通过调整思路，增强服务，对栏目的报道内容、方式等进行了一系列的改革，用理想引领未来，用智慧把握机会，用激情攻坚克难，相继与县

书海拾贝

(市)、乡镇级政府部门和企事业单位建立起了互动、互助、互利、互进的新型合作关系,既拓展了报道领域与题材、提高了社会关注度和收视率,其经营创收来源也得到了有效的保障,业绩蒸蒸日上,成功地实现了经济栏目的转型升级,赢得了社会效益和经济效益双丰收,开辟了经济报道的蓝海。这恰如一支报春花,引来了浏阳电视台经济栏目发展的春天,为浏阳乃至全国的县(市)级电视台创新发展起到了很好的示范引领作用。

收入桂成先生这本书的,大都是纪实类深度报道、言论(含杂谈)、诗歌散文等作品。无论是哪种体裁的作品,我们可以从中看到他在新闻实战中的努力与创造,以及他本人丰富的社会经验和人文知识的积累,看到一名记者真诚的人生态度和对社会、对大众的责任担当与乐于奉献的精神。他明白新闻的渗透力和震撼力之所在,善于围绕一个问题或新闻事件,持续跟踪调查采访,然后写出有深度、有分量的报道来,彰显充分的新闻价值,助推问题的解决。如当时发表的《生命的呼唤》一文,就是他全程参与策划报道的一例。说的是他在采访中发现中和乡一名贫困孩子因患急性肾炎,生命危在旦夕,便自己掏腰包,第一时间将患者送往县级医院抢救,随后将患儿情况写成报道,诚心诚意为其呼吁,先后发表于浏阳人民广播电台、长沙人民广播电台、湖南人民广播电台等媒体,并热心奔波,带动省内多家媒体对此进行采访和报道跟进,引

起了广泛的社会反响,为患者募集了三万多元的救治资金,从而挽救了这一幼小的生命。这是一种大爱的成功。

成功是奋斗的结果。奋斗是成功的足迹。桂成先生出生在浏阳河畔,祖辈世代务农,童年家境贫寒。但他像岩缝里的茅草,给一点泥土就疯长一样,从部队到大学,从大学到成为一名电视媒体新闻记者,一路“吃得苦、霸得蛮”地拼搏前行。桂成先生的成功,正是源自他虽出身“寒门”,但志存高远,且梦寐以求,坚持不懈,脚踏实地地追求既定的崇高人生目标;源自他在农村、部队、学府练就的吃苦耐劳、刻苦钻研、雷厉风行、敬业奉献的好思想、好作风。严寒酷暑,挡不住他敬业的激情;烈日风霜,磨不灭他奋斗的意志。除了这些之外,还有一个让我十分感动的重要因素,就是他的感恩精神:他感领导之恩,感时代之恩,感同事朋友之恩,感报道对象之恩,始终是以一种感恩的积极心态在兢兢业业地工作。

虽说中华民族有“滴水之恩,涌泉相报”的传统美德,但在人们把记者称作“无冕之王”的当时,记者能把采访报道对象视为衣食父母来感恩对待的,其实不多。桂成先生就是一个。因为他懂得,在市场经济条件下,虽说“努力做好,让人知道”是几乎所有的组织单位和个人的一条通用的成功法则,媒体传播是“让人知道”的最佳方式,但“努力做好”是“让人知道”的基础。“做好”

是“织锦”,是“源”;报道虽有“添花”之效,但它是“流”。无“源”则无以为“流”。因此,他总是先想到自己能为单位和他人做些什么,首先尽其所能去帮助这些单位和个人把事情做好。在这种思想的指导下,他为浏阳二十多个乡镇办事处和数百家企业主动开展宣传服务,免费拍摄视频资料,帮助建立视频资料文库,对合作单位主动免费提供一段时期的宣传服务,等等。这些单位和个人由此尝到了“努力做好,让人知道”的甜头,也就更信服,更乐意地支持他的工作,他以感恩之心行事待人也得到了他人感恩支持的丰厚回报。其感恩、助人之情、之心、之举,贯串“追梦”全程,溢于选集处处,成了他垒砌“圆梦”大厦的重要基石,也可以说是为新闻工作者提供了有益的借鉴,说是一种精神财富亦未尝不可。

桂成先生承受了过去艰难的岁月,经历了艰苦奋斗的人生历程,正是:艰难困苦,玉汝而成。自己“寒门追梦”“圆梦”。儿子刘浩之继往开来“放飞”(自创“放飞”影视公司)。这与其子在人脉关系和精神财富的传承中“近水楼台先得月”是有一定的关系的。父辈在坎坷奋斗中为后来人修建起腾飞的跑道,人类就是这样发展进步的。此书的出版,将让众多的媒体工作者受益。这也是其更具深远意义之所在。

(作者系湖南日报高级记者)

编辑/曾致



《透鲜滴星期天》爆笑首播

湖南卫视全新打造的明星美食类节目《透鲜滴星期天》于4月24日晚10点首播。该节目由何炅和王嘉尔主持，由两组明星组合在规定时间内由厨神指挥小白合作各完成一道菜肴，两组明星的菜肴分别经过透鲜小分队的美食评判，选出胜利的一方，并获得金银透鲜项链。

“芒果”牵手“天猫” 打造“天猫快乐垂钓节”

“天猫快乐垂钓节”是湖南广播电视台快乐垂钓频道与天猫继“双十一晚会”后再度联手进行深度战略性合作，致力于打造一个优惠力度更胜“双十一”的全新狂欢盛宴。“518”将通过互联网线上线下的活动互联、融入垂钓与购物指南元素的表演晚会等形式，超5000家品牌进行底价特惠。



湖南卫视推出互动音乐 综艺节目《我想和你唱》

《我想和你唱》是一档明星、素人相结合的音乐节目，通过甄选爱好歌唱的素人，和他们喜爱的明星同台合唱。该节目的互动和参与方式充满新意，素人可通过移动互联网APP上传和节目邀请明星一起同框合唱的视频，并经过挑选来到节目现场。《我想和你唱》特邀《我是歌手》第三季歌王韩红，和汪涵一起组成“涵韩组合”联袂主持。

芒果TV亮相CCBN 2016

3月24日—26日，第24届中国国际广播电视信息网络展览会（CCBN2016）在北京中国国际展览中心开幕，芒果TV以“全屏加速度”的发展态势，致力于打造互联网第一娱乐平台，携全平台旗下重磅内容、品牌自制、强势产品、全新技术等参展。此次参展，芒果TV展台还获得了由CCBN组委会颁发的“年度创新奖——最佳创意设计奖”。





“蛟龙”出水醉洞庭 摄影 刘阳春