

X I A O X I A N G S H E N G P I N G

潇湘声屏

2015. 02
NO.
305



文化对改革的影响刍议

《一年级》专辑

旅游节目自我突破的新路径

为了开创“芒果TV时代”

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



戮力改变 赢得未来

2014-2015年度总结表彰暨工作会议上的讲话

吕焕斌



湖南广播电视台召开2014~2015年度 总结表彰暨工作会议





湖南卫视 “春晚”双网夺魁 芒果TV360度直播

2月12日，湖南卫视直播2015年《春节联欢晚会》。CSM全国网收视率2.92、份额9.37%，同时段排名第一，城市网同列第一。芒果TV在打通电视、电脑、手机、平板等终端的基础上，整合多方资源360度五屏互动直播。



金鹰纪实精选十部“我的中国梦”原创纪录片展播



为响应总局关于加强中国梦主题纪录片的创作、播映工作的号召，大年初一至初十，金鹰纪实，精选《“菜刀老师”的公益青春》、《浪尖上的舞者》、《陪读》、《跑出我人生》、《旋转的青春》、《钢琴奇才刘泽锴》、《为爱而照》、《袁隆平》、《导盲犬沙沙》、《齐白石》等十部“我的中国梦”主题原创纪录片。这些作品以纪实的手法，展现普通人的追梦历程，以动人的细节弘扬了社会主义核心价值观，给人以积极向上的正能量。

2015. 02

NO. 305



工作指导的平台
理论研讨的论坛
业务探求的园地
传媒观察的窗口

潇湘声屏

编辑委员会

名誉顾问
许又声 魏文彬
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

龚政文 罗毅
罗伟雄 聂玫
王维 穆勇
黄伟 王平
刘一平 陈大军

编委会委员（按姓氏笔划排列）

丁高潮 王鹏 李玉成 李浩
刘毅 朱德强 朱皓峰 陈湘
陈杨 肖泉 杨为民 杨德成
杨壮 杨跃 周俊 周雄
罗迎春 梁瑞平 凌引迪 凌红江
盛伯骥 彭国元 彭健 傅湘宁
雷瑛 谭珂 潘礼平 薛雨东

社长主编 全开家

副主编 曾致
王庆华

编辑部主任 肖清

美术编辑 赖芬

校对 杨佩兴

值班主编 曾致

主管单位 湖南广播电视台
主办单位 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) 84801801

84801126

84801058

E-mail: xxsp1978@163.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

XIAO XIANG SHENG PING

潇湘声屏

| 总第305期 | 2015年第02期 |

目录

新视野

提振精气神 汇聚正能量 /本刊评论员 004

局长论坛

文化对改革的影响刍议 /谢跃进 005

本刊特载

改·变 2015 /李伦 007

穿过大半个中国去睡你 008

湖南广播电视台关于表彰奖励2014年度最佳频道及节目的决定 009

湖南广播电视台关于表彰2014年度先进团队和先进个人的决定 011

学术研究

试论电视节目评价指标体系构建 /徐迎春 曹晓 013

《一年级》专辑

文艺作品为人民而创作 /李雪 卧龙 015

徐晴:人生与电视的一年级 /聂薇 张慕莹 016

从《一年级》看当下小学教育的困境 /尹建莉 019

《一年级》教育专家不赞同寄宿 /肖卧龙 李雪 贺琼 023

在回望童年中反思教育 /正茸 024

素质教育别缺“素质” /郑海鸥 025

业务探讨

2014年中国广播媒介的嬗变 /陈俊 026

旅游节目自我突破的新路径 /邓华如 028

浅谈新闻摄影中的抓拍	/刘磊	030
从冰桶挑战赛看社交网站助力公益传播	/江心培	032
试论选秀节目对中国通俗音乐发展的影响	/胡少林	033
小议新闻思维	/帅兵	035

新媒体

为了开创“芒果TV时代”	/易柯明	036
芒果TV自制剧《偶像万万碎》为何热爆?	/沈宇怀	040
《奇妙的朋友》第一期在芒果TV上的表现	/熊慧明	042
《八卦鉴定事务所》网络意见调查与对策思考	/周四根	044

芒果青年论坛

请用心打捞沉默的声音	/陈竞	046
别让二十八岁的青春喂了狗	/陶文	048

播音与主持

播音员主持人提高声音辨识度之我见	/丁文山	050
凤凰卫视台声张妙阳配音风格解析	/李晓璐	052

采编纵横

蛮拼的湖南 随时随地的广播 / 赵权	054
--------------------	-----

电影窗

论张艺谋电影的色彩运用	/黄晓利	055
-------------	------	-----

书海拾贝

写凝固时光的诗	/杨红爵	057
---------	------	-----

艺术长廊

书生豪情一杯酒 妙手翰墨万般心	/晋文	058
老伴	/李青田	060
闲来杂咏	/刘永凡	061

视听监评

挖掘与发现美好社会道德的实验节目等七篇	062
---------------------	-----

声屏博览

广电总局新政：境外剧不能同步更新等八篇	064
---------------------	-----

提振精气神 汇聚正能量

/本刊评论员

全国宣传部长会议2015年1月5日在北京召开，会议全面总结了一年来党的宣传思想文化战线的工作、科学研判宣传思想工作面临的新形势，对今年和今后一个时期的宣传思想文化工作进行了顶层设计，作出了全面部署。中共中央政治局常委、中央书记处书记刘云山强调，要顺应党和国家事业发展新要求，扎实做好宣传思想工作，为全面建成小康社会、全面深化改革、全面依法治国、全面从严治党提供有力思想舆论支持。

心之所向、志之所趋，离不开思想理论的武装和宣传工作的引领。当前，湖南广播影视系统，要把学习宣传贯彻全国宣传部长会议精神作为一项重要的政治任务，要在领会精神实质上下功夫，在入脑入心上做文章，真正做到学而信、学而用、学而行。学而信，就是要坚定理想信念，筑牢精神支柱；学而用，就是要坚持问题导向，用讲话精神指导解决实际问题；学而行，就是要内化于心、外化于行，形成推动事业发展、实现芒果梦和中国梦的强大力量！

做好意识形态工作，必须牢牢把握宣传思想文化工作的基本要求，要着眼于经济社会发展全局和国内外形势的新变化，紧紧围绕“四个全面”战略部署，把握正确的舆论导向，加强宣传阐释、营造良好氛围，推动中央决策部署贯彻落实。要继续深入推进社会主义核心价值观建设，注重典型引领、注重以文化人、注重制度规范，不断巩固全国人民团结奋斗的思想道德基础。要坚持以人民为中心的创作导向，推动作家艺术家更好扎根人民、扎根生活，创作更多充满真情、打动人的文艺作品，尤其要提高作品质量、讲求社会效益，防止唯票房、唯收视率、唯点击量。

做好宣传思想工作，必须坚持价值引领、讲好中国故事、强化依法管理、奋力创新求进。全省广播影视工作者，要深入学习宣传贯彻习近平总书记系列重要讲话精神，牢牢掌握意识形态领域的主动权；推进社会主义核心价值观学习教育实践具体化系统化，努力在全社会形成共同的价值追求；不断提高舆论引导能力，巩固壮大积极健康向上的主流舆论。要始终坚持“团结稳定鼓劲、正面宣传为主”的方针，唱响主旋律、提振精气神、汇聚正能量！

宣传思想工作天地广阔，大有可为，也必定大有作为！统一思想才能统一行动，凝心聚力方可成就辉煌。结合我省当前的实际，要继续抓好既定的文化体制改革任务的落实，推进文化事业和文化产业协调发展、文化产业与其他相关产业融合发展，推进国有文化资源整合，进一步增强我省文化发展的创造活力和竞争实力。同时还要加大对基层宣传思想文化工作的领导和指导，加强宣传思想文化队伍建设，推动形成全省“一盘棋”的良好格局。

惟改革者进，惟创新者强！祝愿全省广大广播影视工作者，在新的一年里继续拼搏、勇于创新、再攀高峰，为湖南广播影视事业的持续健康发展做出新贡献！



文化对改革的影响刍议

/ 谢跃进

文化像幽灵一样总会在改革之中游荡，让优秀文化为改革披上蓑笠、给力前行乃本文之意愿。文化与改革的联系是紧密的，文化对改革的影响是巨大的。文化与改革都有着自身内在的历史逻辑。从近代历史看，中国共产党通过几十年的奋斗，完成了由近代国家向现代国家的历史过渡，完成了现代国家的建国大业，毛泽东在1949年宣称的“中国人民从此站起来了”，实质上就是宣告现代中华人民共和国的建立。新中国成立后，对怎样建设社会主义国家，进行了改革性的中国模式探索。所以，从历史的轨迹看，中国发端于上个世纪七十年代末的改革并非是历史的断裂，而是近百年来中国现代化进程的继续。这一历史逻辑发展是：以民族解放战争和无产阶级革命实现政治独立；以战时经济体制实现了经济独立和国防工业独立；以社会主义市场经济解决民生与发

展问题；以深化改革和反腐倡廉实现民族复兴的中国梦。改革就是调整生产关系和上层建筑，而上层建筑的核心是意识形态，文化是意识形态的特殊经验形态。文化随着人类社会历史和人类文明的发展而演进，影响着历次的改革进程与成败。中国改革开放后，西方文化对中华传统文化的冲突不亚于新文化运动，特别是越演越烈的资本至上的文化并不符合中国特色社会主义的国情，再就是唯物质享乐主义扭曲了国民的价值观。所以在深化改革中应当提倡朴素的社会主义文化和继承优秀的传统文化，坚守马克思主义的政治、经济、科社和哲学文化，因为我们的文化态度，影响着改革的政治、经济的趋向和国家、民族未来的走向。

传统文化对改革的影响。从古至今，中国文化一直闪耀着璀璨的光芒。中国传统文化许多核心价值观念从方方面面影响

着当今我国各项改革。如王充的“见用实事”的经验论、孔子的“务民之义，敬鬼神而远之，可谓知也”的人本思想、孟子说“天视自我民视，天听自我民听”、儒家强调“中和”而道家主张自我修炼，等等。这些传统价值观的多元取向和内在冲突，给我们留下了择善而从、批判而取、综合而用的广阔天地，为我们积累了丰富的经验教训，也对当下的改革产生着积极影响。

习近平指出，中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉，是涵养社会主义核心价值观的重要源泉。周代“六廉”文化对中国历代政治生态产生过积极影响，我国当下的政治体制改革可资借鉴。“六廉”以廉为本，考稽官史，从人文的深层结构上明确定位了廉政思想、廉政制度、廉政行为和廉政文化。从文化的角度上诠释，“六廉”也代表着中华民族几千年优

秀文化和文明传承的基本精神，也体现了中国文化价值系统的特点，强调真、善、美统一，以善为核心。廉善、廉能就是现在常说的“德才兼备”；廉敬，一意为尊敬，一意为慎恭对待，含不敢怠慢之意。这与天道（大自然运动规律）、人道（社会群体相处的守则）、心性升华之道相适应；廉正，是对官吏们处理行政事务时要公正，现在新说的廉政解读为“清廉、公正”；廉法，现代解释为清廉守法，即国家制定和颁布的公民必须遵守的行为规则；廉辨，就是辨善恶、辨是非、辨真伪、辨曲直，是廉政监督官员的重要政务技能，也是每个行政管理人员必备的行政技能。天道之大美，人道之终极，为人民服务之大善，乃我党宗旨文化，亦是改革的出发点和落脚点。

当代文化对改革的影响。新文化运动宣扬的资本主义文化，对中国传统文化的冲击是巨大的，对中国当代文化还有着影响。五四运动后，马克思主义文化传播到中国，中国共产党把马克思主义文化融入中国文化，形成了中国现代主统文化。1942年延安文艺座谈会是标志，宣告封建文化和买办文化退出主统文化历史舞台。新中国成立后，我党对文化发展进行了不懈地探索，取得了丰硕的成果。毛泽东的政治、经济、文化三位一体和民族的、科学的、大众的文化思想，奠定了中国当代文化的基础，对中国特色社会主义当代文化，仍然具有重要的指导作用。当代主流文化是以十一届三中全会为起点，建设有中国特色社会主义的文化，就是以马克思主义为指导，以培育有理想、有道德、有文化、有纪律的公民为目标，发展面向现代化、面向世界、面向中国梦的、民族的、科学的、大众的社会主义文化。当代文化的核心是和谐文化，和谐文化的核心是构筑社会主义核心价值体系。和谐文化是改革不可或缺的文化基础；是推进改革和实现中国梦的精神动力、思想保证和文化条件；是市场经济条下，在改革中判断

利弊得失、确定价值取向、做出道德选择的基本准则。

“新常态”下的当代文化需要发扬和创建“知常”文化，因为改革要“知常”，实现中国梦需要“知常”。老子说：“知常容，容乃公，公乃王”。我把这里的“王”指“管理”。怎样才能管理好呢？老子说必须要“公”——办事（改革）公平、公正、公道；怎样才能做到“公”呢？必须要胸怀宽大，“容”量宏大；怎样才能做到“容”量大呢？必须要知道“常”。“常”是什么？“常”是常规、规律。“知常”文化能深刻揭示出改革的根本在“知常”——把握人类社会普遍的规律；把握当代发展中国家和转型国家的特殊规律；把握更加特殊的中国特色社会主义发展和转型的规律。今天，中国进入全面改革新阶段，面临要知“常”，不能违“常”，更不能逆“常”的问题。中国的改革，必须上见“天光”——世界潮流，下接“地气”——中国实际，中立“人本”——民主法制。

组织文化对改革的影响。组织文化一旦形成，就会成为约束组织成员行为的非正式控制规则，而使组织成员放弃一些不适合改革的行为和利益取向，并使改革中产生的矛盾得到解决。组织文化在改革中还具有导向功能、约束功能、凝聚功能、激励功能和辐射功能。毛主席说：“没有文化的军队是愚蠢的军队，而愚蠢的军队是不能战胜敌人的”。如果在改革中没有组织文化，或者没有正确的组织文化，无论是体制、机制、结构、人事还是管理上的改革，其成员往往来自观念、地位、职责、利益、习惯等方面的阻力而对改革感到迷茫、迟疑而不愿跟进、不愿参与实践改革，最终导致改革效果不佳。

改革中对组织文化建设有着更高的要求。在建设好表层的物质文化、浅层的行为文化、中层的制度文化的同时，要着力打造深层的精神文化，即意识形态和文化观念。在机构合并中，组织文化建设应把

文化融合放在首位，因为只有先进行文化融合，才能顺利形成新的组织文化。

文化融合，就像支流必须汇入干流，才能更有生命力，才能更加汹涌地向前。我省这次体制改革，将新闻出版与广播影视两局合二为一，客观上两局存在文化差别。出版文化偏重于知识和文学，是一种偏向于高语境文化，而广电文化偏重于信息和娱乐，是一种偏向于低语境文化。从人文表象上看，出版文化传统高雅，广电文化现代时尚。虽然两局文化特质有差别，但同属“浏览”文化，具有共同的符号、价值观及其规范，是完全可以很快融合并升华为新的组织文化。尽管如此，但两局的文化融合仍须诉诸理性良知和包容，需要“各美其美，美美与共”，尊重差别，走向融合的文化自觉。为此，在两局机构合并后，局长提出了“敬畏共同事业，珍惜同事缘分”的组织文化，开展了“相识是缘、相聚是福、你我同事真好”的主题活动，将人文的内涵融入工作与活动之中，突显单位“和乐圆融”的文化特质。还打算采取多种途径，进一步开展文化融合的实践活动，最终打造出净而不染、正而不邪、和而不斗、美而不丑的“清正和美”的组织文化。这次改革达到最佳效果，组织文化的影响产生了积极的作用。

文化从本质上讲是人民改变现实社会，推动历史发展的巨大精神动力，是改革和发展的杠杆，同时也是影响改革的内在驱动力。文化包含着对改革的评判，包含着改革“是什么”的价值支撑，也蕴涵着改革“应如何”的价值观念，因此，文化必然会对改革产生巨大影响。马克思说“光是思想力求成为现实是不够的，现实本身应当力求趋向思想。”这一论断完全可以说明：文化对改革具有引导作用，在改革中能够构建引导改革、促进改革的具有中国特色社会主义的先进文化，让文化点燃改革的火炬，给予改革正能量。

（作者系湖南省新闻出版广电局党组成员、副局长）

编辑/曾致



改·变 2015

湖南广播电视台2014~2015年度总结表彰暨工作会议召开 /本刊特约记者 李伦

2月14日的欢城三楼欢声笑语、喜气洋洋，以“改·变 2015”为主题的湖南广播电视台2014~2015年度总结表彰暨工作会议在这里隆重举行。台领导吕焕斌、张华立、胡卫箭、龚政文、罗毅、罗伟雄、聂玫、王维、穆勇、黄伟、王平及全台2000多名干部职工齐聚一堂，回首2014，展望2015。

在几段妙趣横生的VCR以后，最佳频道及节目、最佳团队、最佳员工先后走上舞台，接受荣誉和褒奖。最佳团队代表卫视频道节目制作中心导摄部和最佳员工代表都市频道《都市晚间》记者颜欣、卫视频道节目制作中心制片人廖珂先后发表获奖感言。

台党委书记、台长吕焕斌发表了《戮力改变 赢得未来》的主题发言。他从“核心优势更加突出”、“主流宣传更有影响”、“融合发展更有信心”、“资本布局更有成效”、“创新创业更有活力”五个方面，简要回顾了湖南广播电视台台2014年的成绩和进步，重点提出了未来必须完成的三大改变：一、改组织生态，变成统一的市场主体，向新的体制要动力；二、改传播生态，变成新型的融合媒体，向广域传播要空间；三、改文化生态，变成开放的创新环境，向现代管理要活力。随后，吕焕斌台长还对全台2015年的十大主要任务进行了部署。

这次年会在环节设计上完美地诠释了

“改·变”这一主题，首次设置“一线发问，台长必答”环节。会前通过台办微信公众号征集问题，现场观众也以弹幕的形式实时提问。主持人抽取其中的6个问题邀请台领导作答。一时间，弹幕上“放纵之词”频出，“求男友回家过年”、“求节目门票”、“求脱产学习”、“求托儿所”此起彼伏。台领导们或严肃认真、或风趣幽默地回答问题，博得了现场员工的阵阵掌声。

年会最后，伴随着“改·变 2015”的口号，台领导通过自拍神器杆，与现场全体人员集体合影，记录下这一荣耀和快乐的时刻。

编辑/王庆华



穿过大半个中国去睡你

——卫视频道节目制作中心导摄部诗朗诵

我穿过千山万水去睡你，
我是把无数的黑夜摁进一个黎明去睡你，
我是无数个我奔跑成一个我去睡你。
其实，睡你，
无非是这能量能让我们的节目，绽放出超乎你想象的美妙，
其实，睡你，
无非是这美妙吹拂着观众，让我们在收视榜首高高被点亮。
只有经历这些睡你的辛苦，才会在疲倦中感受沉沉睡去的幸福。
你睡过变形计，
大凉山遥远的山寨，春天花开，冬天飘雪，很美。
你睡过花儿与少年，
罗马清新的街道，阳光涌来，微风扫过，很新鲜。
你睡过一年级，
明亮的校园，绿草茵茵，朗朗书声，都是孩子的青春气息。
你睡过汉语桥，
西安的大唐西市，华贵典雅，唐装盛服，都是中华的博大文化。
你睡过真正的男子汉，
平顶山的演习阵地，掩体壕沟，枪林弹雨，战车袭来，都是顶天立地的热血。
你睡过爸爸去哪儿，
牡丹江的雪乡，天寒地冻，飞雪漫天，都需气逾霄汉的勇气。
你睡过奇妙的朋友，
番禺的野生动物园，猩猩大象，犀牛河马，都是阳光对你微笑。
无论你睡过哪，
你都睡过。

若你睡过大漠戈壁，
我，睡过昆仑山哨所最孤独的旗杆下。
若你睡过沙滩海底，
我，睡过西沙群岛最咸的海浪边。
若你睡过山谷小溪，
我，睡过天山里最荒凉的山头。
若你睡过草丛树林，
我，睡过非洲大陆的撒哈拉沙漠。
带着我最好的伙伴，我的摄像机。
抱歉，
也许在三天连续三场的金鹰节，我曾在机位旁疲倦的睡去。
抱歉，
也许在一连七个通宵的跨年晚会，我曾在观众席小睡。
抱歉，也许我不该在大庭广众之下，睡得那么难堪，那么肆无忌惮。
但那是积蓄我已干枯的能量，
来迎接每天凌晨两点的满血复活。
2014，我穿过大半个中国去睡你。
2015，我穿过整个中国去睡你。
我的征途会永远存在，
我们的征途将会是星辰大海。
(作者单位：湖南卫视)

编辑/王庆华

湖南广播电视台关于表彰奖励2014年度 最佳频道及节目的决定

2014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，在台编委会牵头，多部门联合评估的基础上，经台务会讨论批准，决定对下列频道和节目给予表彰，以资鼓励。

一、2014年度最佳综合竞争力频道奖

湖南卫视频道 湖南经视频道 广播交通频道

二、2014年度最佳满意度奖

湖南卫视频道 湖南都市频道 广播交通频道 广播音乐之声

三、2014年度最佳编排奖

湖南卫视频道 广播金鹰之声

四、2014年度最佳具有成长性频道奖

金鹰卡通频道 广播潇湘之声

五、2014年度最佳专业潜质奖

金鹰卡通频道 金鹰纪实频道 湖南电视剧频道

六、2014年度最佳新媒体影响奖

湖南卫视频道 芒果TV 广播金鹰之声

七、2014年度最佳媒体协调贡献奖

湖南经视频道 湖南公共频道

八、2014年度最佳新闻宣传奖

- | | |
|------------|--------|
| 1、《湖南新闻联播》 | 台新闻中心 |
| 2、《全省新闻联播》 | 广播传媒中心 |
| 3、《经视新闻》 | 湖南经视频道 |

九、2014年度最佳创新奖

- | | |
|----------------------|--------|
| 1、《一年级》 | 湖南卫视频道 |
| 2、《花儿与少年》 | 湖南卫视频道 |
| 3、《第十三届汉语桥世界大学生中文比赛》 | 湖南卫视频道 |

十、2014年度最佳技术制作奖

- | | |
|----------------------|--------|
| 1、《第十届中国金鹰电视艺术节互联盛典》 | 制作调度中心 |
| 2、《两岸健儿泳渡台湾海峡》 | 制作调度中心 |
| 3、《湘当韵味》第二季品牌宣传片 | 湖南国际频道 |

十一、2014年度最佳节目奖

- | | | | |
|-----------------------|--------|--------------------------|---------|
| 1、《爸爸去哪儿(第二季)》 | 湖南卫视频道 | 25、《寻情记》 | 湖南都市频道 |
| 2、《快乐大本营》 | 湖南卫视频道 | 26、《世界大不同》 | 湖南都市频道 |
| 3、《我们都爱笑》 | 湖南卫视频道 | 27、《两岸健儿泳渡台湾海峡》 | 湖南都市频道 |
| 4、《变形计》 | 湖南卫视频道 | 28、《飞机幻影》 | 湖南都市频道 |
| 5、《天天向上》 | 湖南卫视频道 | 29、《心得乐》 | 湖南电视剧频道 |
| 6、《我是歌手(第二季)》 | 湖南卫视频道 | 30、《村长趣哪鹅》 | 金鹰卡通频道 |
| 7、《百变大咖秀》 | 湖南卫视频道 | 31、《动漫明星父子之baba去哪儿爆笑除夕》 | 金鹰卡通频道 |
| 8、《2013-2014跨年演唱会》 | 湖南卫视频道 | 32、《第十届中国金鹰电视艺术节颁奖典礼》 | 湖南娱乐频道 |
| 9、《2014元宵喜乐会》 | 湖南卫视频道 | 33、《味道》 | 湖南娱乐频道 |
| 10、《第十届中国金鹰电视艺术节开幕式》 | 湖南卫视频道 | 34、《国生开讲》 | 广播交通频道 |
| 11、《第十届中国金鹰电视艺术节颁奖晚会》 | 湖南卫视频道 | 35、《观点峰会》 | 广播交通频道 |
| 12、《第十届中国金鹰电视艺术节互联盛典》 | 湖南卫视频道 | 36、《博闻天下》 | 广播交通频道 |
| 13、《2014湖南卫视春节联欢晚会》 | 湖南卫视频道 | 37、《平安精灵 一路畅行》 | 广播交通频道 |
| 14、《2014中秋晚会》 | 湖南卫视频道 | 38、《路况信息》 | 广播交通频道 |
| 15、《和爸爸在一起》 | 台新闻中心 | 39、《交警直播室》 | 广播交通频道 |
| 16、《经视问政》 | 湖南经视频道 | 40、《全国百城百台“学习雷锋 爱心送考”活动》 | 广播交通频道 |
| 17、《钟山说事》 | 湖南经视频道 | 41、《2014—帮一爱心大行动结对活动》 | 广播交通频道 |
| 18、《经视焦点》 | 湖南经视频道 | 42、《畅行黄金周》 | 广播交通频道 |
| 19、《经视观察》 | 湖南经视频道 | 43、《平安精灵台湾禅修祈福之旅》 | 广播交通频道 |
| 20、《军情急报》 | 湖南经视频道 | 44、《吃香喝辣首届龙虾节》 | 广播金鹰之声 |
| 21、《马航失联事件特别直播》 | 湖南经视频道 | 45、《2014我的婚礼在韶山》 | 广播音乐之声 |
| 22、《南瓜盛宴》 | 湖南经视频道 | 46、电视剧《爱的妇产科》 | 经视文化 |
| 23、《极度深寒》 | 湖南经视频道 | 47、电影《爸爸去哪儿》 | 天娱传媒 |
| 24、《都市1时间》 | 湖南都市频道 | | |

湖南广播电视台关于表彰2014年度 先进团队和先进个人的决定

2014年，在台党委的领导下，在全台员工的共同努力下，全台各部门各单位适应新形势、迎接新挑战，导向宣传和内容创新继续保持全国同行业领先水平，新媒体战略和品牌运营获得新的突破，媒体事业和产业发展赢得可喜进步。为总结经验，发扬成绩，鼓舞士气，激励先进，按照《湖南广播电视台2014年度年终评先工作方案》制定的“优者选优、百里挑一、千里挑一”评选方式，先进团队通过“145选44”、“44选10”两轮投票推选，先进个人通过“120选30”网络海选与“30选10”两轮投票推选，推选结果经台党委、台务会研究决定。

2015年，希望全台以先进团队和先进个人为榜样，勇于拼搏，不断创新，再创辉煌！

最佳团队名单（10个）

制作调度中心视频转播团队
卫视频道节目制作中心导摄部
广播传媒中心893汽车音乐电台八零九零创意团队
卫视频道节目制作中心《变形计》节目团队
卫视频道总编室推广部
经视频道《经视问政》节目团队
卫视频道节目制作中心《爸爸去哪儿》谢涤葵团队
广告经营管理中心卫视广告部
新闻中心《湖南新闻联播》节目团队
都市频道《都市1时间》节目团队

最佳员工名单（10人）

许可 肖永根 何灵 陈祖霞 国生 罗昕 钟山 都艳 廖珂 颜欣

优秀团队名单（34个）

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 办公室皿方疊公开展出接待及“芒果志愿者”项目组 | 覆盖传输中心省内覆盖团队 |
| 宣传管理部外宣团队 | 覆盖传输中心直播传输团队 |
| 宣传管理部新闻宣传统筹协调团队 | 卫视频道《快乐大本营》罗昕团队 |
| 人力资源部“芒果圈”微信团队 | 卫视频道《天天向上》汪涵团队 |
| 财务部事转企团队 | 卫视频道《我是歌手》都艳团队 |
| 审计部财务审计团队 | 卫视频道总编室形象部 |
| 安全保卫部安全保卫团队 | 卫视频道总编室覆盖部 |
| 新闻中心《新闻大求真》节目团队 | 广播传媒中心广播传媒中心经营管理团队 |
| 新闻中心《新闻当事人》节目团队 | 经视频道《经视观察》节目团队 |
| 新闻中心技术团队 | 经视频道《钟山说事》节目团队 |
| 制作调度中心前期特种团队 | 娱乐频道湖南天娱广告有限公司 |
| 制作调度中心灯光团队 | 公共频道《帮女郎 帮你忙》节目团队 |
| 广告经营管理中心经视广告部 | 金鹰卡通频道《中国新声代》节目团队 |
| 广告经营管理中心都市广告部 | 金鹰卡通频道《疯狂的麦咭》招商团队 |
| 节目交易管理中心卫视节目营销团队 | 南岳电视调频发射台南岳台高山播出部 |
| 节目交易管理中心卫视运营团队 | 快乐购物股份有限公司快乐购上市团队 |
| 播控中心技术运维团队 | 快乐阳光互动娱乐传媒有限公司芒果互联网电视事业部 |

最佳提名奖员工名单（20人）

龙向军 朱琰 向果 汤集安 严典雅 李中 李萍 李越胜 宋点 陈汝涵 范林 周丹 单丹霞 钟波 秦明 徐勃 高戈 阎帆 傅青珂 戴飞

优秀员工名单（90人）

孔小柏 文春子 王一姗 王桂红 王 骏 付会萍 龙 波 刘 可 刘伟庆 刘军杰 刘华武 刘志军 刘建立 刘 星 刘 敏 刘 薇
朱 珩 朱 震 汤佳佳 许 珺 何 鹰 余 波 吴正旺 宋 钊 张 卫 张吉陵 张志红 张 芸 张泽群 张若曦 张琳熙 李 丁
李大罗 李 军 李 峥 李 峰 李晓霞 李 晟 李 起 李 强 李 靓 杜 林 杜 欣 杨月娥 杨石成 杨佩兴 杨雁妮 肖 冰
邹 劲 邹 妤 陈慧娟 周小龙 周晓凌 罗雅妮 罗新星 范博文 姚 丹 胡左军 胡迅舟 胡盈盈 胡 强 贺朝晖 赵宇森 赵 超
赵碧峰 钟启华 唐宏顺 徐 海 聂伯葵 郭 巍 高 旭 曹 霞 黄力波 黄征海 黄 念 黄 琪 傅 周 彭 钢 曾 华 童中会
蒋军辉 蒋 理 谢清平 韩 凌 鲁楚原 赖 凡 雷 帆 潘建中 潘瑞林 黎志明

文化走基层 春晚全记录

本刊讯：金鹰纪实频道春节特别策划“爱的年夜饭”之《乡村里的春晚》，深入湖南武冈里仁村，全程记录一台完全由村民自导自演、自娱自乐的春晚，引爆乡村文化大狂欢，引领新春文化走基层新风尚。频道抽调导演、后期、技术等岗位40人组建摄制组，驻扎在里仁村10天，通宵达旦加班加点，真实记录了晚会的筹备、演出过程。这台接地气的“村晚”，呈现了年味儿十足的民俗节目形态、乡土气息浓重的原生态表演，反映出当地村民真实、热情、不服输的精神面貌和生活态度。大年初五至初十每晚八点，金鹰纪实《乡村里的春晚》新春巨献，诉乡愁，道乡俗，贺新春，为我们展示武冈里仁独特的民俗魅力，展现基层文化生活新风尚。（曾展）

试论电视节目评价指标体系构建

/徐迎春 曹晓

电视产业是语言产业的重要组成部分，电视产业以及产业产品能够提高个人语言技能，增加个人人力资本，满足个人多层次的经济需求。而电视节目的质量直接关系到电视产业的发展，建立电视节目评价体系有利于正确定位节目、改进节目质量。因此，电视节目评价体系的建立显得尤为重要。

电视节目指电视台通过载有声音、图像的信号传播作品的节目。电视节目制作主要分成三个过程：创意与选题、拍摄、后期制作。它是通过电视摄像、记者采访、镜头设计、拍摄、剪辑、配音等程序来完成，可以系统地、形象地报道事物发展的过程。通过建立一个科学可行的评价体系，为评价电视节目提供一个标准，有利于专家学者对电视节目进行评判研究、广告商对投放广告抉择以及改进优化电视台的节目制作方式。

一、评价电视节目的主要因素

评价电视节目的影响因素涉及范围较广，因此，所有影响电视节目制作以及测评电视节目播出后的影响因素，均可以作为电视节目评价的影响因素。通过文献查阅和思考，评价电视节目优劣需要考虑技术、内容、社会和经济四个因素。这四个主要因素互相作用、互相影响，共同构建成一个完整、科学的电视节目评价指标体系。

1. 技术因素。主要考虑两个方面的因素：一方面，是引带、字幕电平、时码、亮度信号峰值、音量峰值等物理测量指标。物理测量是客观的，基本不受主观因素的影响，具有相对权威性；另一方面，图像清晰度、彩色保真度、音质、声画协调、摄制技术、字幕特技等主观评价因素也是技术因素评判中的重要指标。

2. 内容因素。主要包括主题和表达的评价。主题是电视节目的精髓所在，通过对节目主题真实性、时效性的评判，可以

有效定位电视节目的主题档次。同时，对主持人或评论人对新闻的理解和把握、节目素材的编排和加工、舆论监督的运用和把握、思辨性和深度等也要进行评价。在具体的操作当中，评价主体需要对电视新闻的这些因素逐一做出评分，使得评价指标尽可能合理和可信。

3. 社会因素。电视节目的播出具有社会性，因此电视节目质量评价的指标也应该基于社会效益。反映电视新闻的社会效益，可引入点击量、下载量、专家评价、观众评价、领导评价、纸媒、电台、电视台、网络媒体、科学知识、实用服务等三级指标，这些指标从属于广泛性、评价、知名度、实用性等二级指标。

4. 经济因素。评判电视节目需考虑其经济效益，因此，我们将节目成本、广告创收、广告满档率考虑在内，作为考核其经济效益的指标。

二、电视节目评价指标体系建立原则

1. 全面性原则。从理论上分析，一个指标体系应该能准确地反映评估对象的特点与实际水平。评估内容应该包括能够影响评估对象的一切因素，而且应该把这些因素按影响程度不同区别开来，使其在指标体系中所占的比重不同。信用评价指标体系的内容应全面地反映所有影响评价对象信用状况的各项要素，不但要考核过去的业绩，而且要预测未来的发展趋势；不但要考虑评价对象本身的情况，而且要研究周边的环境及其产生的影响。这样才能达到全面评价的要求。不能通过少数几项指标的评价，就做出信用评价的结论，否则会产生评价失实的错误。

2. 易获得性原则。如果选择的统计指标虽然很科学，但平时难以取得数据资料，列在指标体系之中就不便实施，指标体系的应用范围也因此会受到极大的限制。因此，设定的指标，最好能从常规的统计年报中取

得，除少数十分重要的指标需要另做专门调查外，一般到年终就可借助统计数据进行检测，这样有利于实施与检查。构建现代化指标体系的基本目的，就是要把复杂的现代化建设目标变为可以度量、计算、比较的数字、数据，以便为制定现代化建设的总体规划及方针政策提供量化的依据。因此，合理、正确地选择有代表性、可比性、独立性、信息量大的指标是构建高效、系统的指标体系的关键。

3. 科学性原则。建立信用评价指标体系，各项指标必须有机配合，形成体系，相互之间既不重复，又无矛盾；同时，指标的计算和评价标准必须科学，要有一定的依据。既要防止朝令夕改，造成指标体系的随意性；又要经得起实践的考验，逐步增强指标体系的科学性。

4. 公正性原则。信用评价指标体系的建立，要符合客观事实，能正确反映评价对象信用等级真实面貌，指标体系和计算方法不能偏向评价对象或评价主体的任何一方，评价机构和评价人员必须态度公正，评价客观，以事实为依据，决不能根据个人爱好，任意改变指标项目、计算方法和评价标准。

电视节目的质量评价需要专门部门质量评价系统的维护和运行，监督调查过程和数据处理，保证节目质量信息的真实性和可靠性，并直接收集观众对节目质量的反映。加强基础科研建设，通过一个可以将各种评价指标量化的方法，使评价的实施科学可靠直观。同时，应该充分利用现代信息技术来提高工作效率，可尝试建立计算机数据处理系统，但系统不应过于复杂，简单实用的系统便于员工培训，以减少设计开发周期，降低系统造价。并且，应严格控制系统维护和管理成本。

(作者单位：山东大学)

编辑/曾致



YI NIAN JI
一 年 级

编者按：2014年底，湖南卫视推出的大型原创节目“学童鲜师炼成记”《一年级》掀起了一股亲子教育热潮。节目真实地记录了一年级学生刚接触校园生活遇到的种种状况，也引发了教育界学者乃至整个社会的思考。镜头之下，中国的小学教育存在哪些阵痛与困惑，教师和家长又该如何解决寄宿制教育存在的问题，各方观点激烈碰撞。而节目全景别记录揭示了教育途中被忽视的各种细节，这也正是促进我们教育不断完善和成长的契机所在。

文艺作品为人民而创作

/李雪 卧龙



12月18日上午，第十期“一年级公开课”活动在上海举行，主办方邀请了中国作协副主席叶辛、江苏省作协副主席叶兆言、著名教育学者熊丙奇、南京航空航天大学教授邱建新等学者专家与观众一起“上课”。

“习总书记在文艺工作座谈会上谈到‘文艺工作者应该牢记，创作是自己的中心任务，作品是自己的立身之本，要静下心来、精益求精搞创作，把最好的精神食粮奉献给人民’。”中国作协副主席叶辛表示，自己作为一名作家，对此感同身受，也很受鼓舞。他说，“创作可以有成

千上万种方式，但不能忘记要为人民而创作，要沉下心来创作出更多更优秀的作品。”

在湖南卫视《一年级》问世之前，鲜有综艺节目将镜头对准学龄儿童，对准当下社会热点。而《一年级》从家长需要、教育需要、社会需要为家长和学校提供一个观察孩子的窗口，为年轻的父母和在职的老师给出了借鉴。

作为校园成长类真人秀的开先河之作，《一年级》的原创价值和教育意义获得了叶辛老师的认可：“节目契合了一年级孩子的个性，两个老师和36个孩子的个

性，把孩子调皮、捣蛋、细腻的个性都表现出来了。《一年级》是不好拍的，但这个《一年级》是成功的。”叶辛说，《一年级》带来了新的思考，新的展示，今天的观众心理在变化，电视要做得更新，更适合今天的观众。“《一年级》在适应观众这一点上做了许多创新，《一年级》饱含了许多儿童的天性，童趣，所以我认为它是成功的。”

（作者单位：湖南卫视）

编辑/王庆华

徐晴： 人生与电视的一年级

/聂薇 张慕莹

YI NIAN JI 年 级



这是一个与众不同、趣味盎然的成长故事。七个来自不同家庭，性格各异的一年级新生，告别无忧无虑的幼儿园生活，告别父母家庭的悉心呵护，独自在寄宿制小学学习生活。而陪伴他们度过这段最艰难磨合期的，则是两位明星化身的麻辣鲜师。

这是湖南卫视在2014年秋打造的一档原创校园纪实节目——《一年级》。在各大频道争相播出纯明星娱乐真人秀节目的同时，湖南卫视将视线转投向更具社会价值的教育领域。通过一群一年级新生、一系列既搞笑又颇富人生哲理的校园生活故事，从学生、老师、学校、家长多方互动中来探讨一年级启蒙教育这个严肃又重要的课题。

作为接档《爸爸去哪儿2》的节目，《一年级》在关注度上或许暂时还无法超越前者。但从社会价值和现实意义上来说，它早已超越前者，更被外界评价“真

人秀节目向上提升的标志性的作品，人生与电视的‘一年级’”。

“我们要引导华流”

《一年级》播出前的一个星期，节目总导演徐晴收到了吕焕斌台长提出的修改意见。一档即将播出的节目，不仅没有做好几期储备，反而连一期成片都没有。不仅是徐晴，整个栏目组的人心里都充满忐忑。上下几十号人，很多几乎一周都没回家，在机房里忙得不知天昏地暗，“连喝口水，上个厕所的时间都没有，都在赶制首期节目。”

在节目播出前四天的媒体首映礼上看到徐晴，她眼睛红肿，眉头紧皱，穿梭在人群里，拿着对讲机不停和工作人员对接，“那边准备好了吗？还有多久可以开始？陈学冬和宋佳什么时候可以过来？”

后来她承认，她担心收视率。领导举全台之力全力支持配合，还给出了最好的

播出时段，她只许成功不许失败。

这是一档完全没有前车之鉴的原创节目，除了陈学冬和宋佳，里面都是没有任何背景和话题的孩子。要打败各大频道购买的国外纯明星节目，徐晴觉得，“压力和困难大得难以想象。”

2014年10月17日晚上十点，《一年级》正式播出。第二天CSM全国网同时段收视率排名出来，徐晴总算舒了一口气，“连续两期排名第一，感觉大家的付出值了。”

而截至出稿日，在已播出的六期节目里，有四期的收视率都排名第一。

“但我们没有一天放松过。一期播完，又要马上开始准备下一期。从8月底开播到现在，我们的神经都处于极度紧绷的状态。拍摄前一天要不停地想，明天拍什么，做什么筹备，很多时候我们就是当天搞第二天的内容，第二天搞第三天的内容。我们每天录制到十点，然后开会开到

两三点才回家，早上七八点就上班了。周四，基本都是通宵，因为要不停地改不停地修。这么苦的工作，估计整个广电都没人做过，需要很大的耐力、精力和毅力才能扛过来。”

遇到一个栏目组编导，她小声告诉我们，“感觉晴姐这三个月老了好几岁，头发都掉了一大片。”徐晴自己也苦笑，“我这些年吃的苦，还没有这三个月多。”

不过能有这样的成效，能开电视纪实节目的一个先河，徐晴也颇为自豪。“我们的电视文化不能完全被西方和韩国所淹没，我们要引导华流，在一步步的尝试和摸索中走出自己的路。”用原创作品打败了许多国外的成品节目，是徐晴最引以为傲的事。

“打造成长剧的最后一块拼图”

“有人说，人生只有两条路，一条是《变形计》，一条就是《一年级》。你会选择哪一条呢？”

这是徐晴在《一年级》录制前发过的一条微博。刚结束了《变形计》第八季录制的徐晴，还没来得及喘口气，立马接手了《一年级》的任务。这两档节目对于她来说，就是在守旧和创新之间的选择。而她毅然决然选择了更富挑战性的后者。

“六月底决定做，八月初就开始动工。我们找学校找老师挑选孩子，前后不到两个月时间。”徐晴说，“人搞定了，就是架机位，安装摄像头。100多个摄像头，全国都没有那么多现货，我们都是从三家公司临时租的。这么短时间内，调集那么多资源，提供那么多快速通道，效率无法想象，我敢说，不是湖南卫视一定做不到。这就是我们‘一切为生产让路’理念所体现出的优势。”

《一年级》在创意之初，对象是中学生，但节目组征求了学校的意见后，发现

中学生课业太重，无法配合录制，而小学一年级不仅具有代表性，而且可以填补湖南卫视某部分的空缺。

“纵观湖南卫视这几年的节目类型，幼儿阶段有《爸爸去哪儿》，中学阶段有《变形计》，大学阶段有《花儿与少年》。除小学阶段外，湖南卫视所推出的节目几乎涵盖了青少年儿童成长的各个阶段，而《一年级》就是为补足这一空缺而打造的最后一块拼图。”

匆忙而繁琐的前期准备就绪，接下来的工作更让整个团队感到“崩溃”，影像数据大到难以想象，徐晴也在微博里说，“素材量24小时×100台×60天=144000小时=864万分钟。如果使用单机位录制需连续录制6000天，也就是大约16年半才能完成。换算一下，就是12960000000帧图片，如果打印成五寸照片，那么横向连接起来会有648000公里，赤道周长按40000公里算的话，一年级两个月的素材量可以绕地球16.2圈。”

技术投入或许还可以估量，但智力投入绝对是无法估量的。一群85后的年轻人，也不知道熬过多少夜，才将这一堆数字变成了一档优质的节目。尽管辛苦，但作为电视人，作品是最能让他们有成就感的东西。“跟打了鸡血一样，不觉得疲惫。事情那么多，都没有空让你去感伤，只能闷着头往前走。在现场的时候，没什么事我会觉得是解决不了的。”

开启直白节目新现象

“这个节目鲜活生动，通过感性的、让人难以一句话说清的细节让人思考和探究，让中国的家长、学校、社会和孩子本身都有一个反观自己的真实的机会。这种‘真人秀’绝不仅仅是娱乐，它受欢迎和认可还来自生动性和严肃性的有机的结合，是‘真人秀’节目向上提升的标志性作品。”

这是著名学者张颐武对《一年级》的评价，也真正指出了这档节目的意义。从这群“05后”的孩子身上，我们可以看到这个时代与过去的不同。不同于《爸爸去哪儿》，《一年级》的孩子们更加接地气，或者说有参考价值，作为成年人，可以通过这些孩子的真实表现，在挖掘他们闪光点的同时，总结他们身上的一些问题，和问题产生的根。

“关于孩子和教育，每个人都会有无数的问题，而这些问题，也是作为节目制作者的我们特别想知道答案的，相信大家看完节目也一定会找到答案。”徐晴说。

但对于整个湖南卫视来说，这些都不是这档节目的意义所在。《一年级》真正的意义，是它继《超级女声》、《爸爸去哪儿》等真人秀现象级节目之后，摸索到的另一个崭新的，有可能再创电视业界“现象”的节目品牌：直白节目。

“在大家一窝蜂做娱乐的时候，我们已经开始转型做有教育意义的东西。其实娱乐节目的门槛很低，看谁有钱谁能请到大牌谁能买到最好的模式谁就赢了，但这只是饮鸩止渴，不能长久。我们不能一味地依赖别人，最终还是要找到原创之路。”

作为成长教育的一个电视新篇，《一年级》的影响力也扩展到了其他领域，根据受众群体和读者需求策划的教育丛书《一年级，我来了》已在酝酿当中，今年年底或将上市。

有人说，湖南卫视做什么火什么。但或许，这都是基因在的，机会永远只给有准备的人。“钱总会砸完，但是技术不会，创新不会。全娱乐时代，我们一定要坚守自己的阵地，坚持自己的态度，才能保持不败之地。”

（作者单位：芒果画报社）

编辑/王庆华



从《一年级》 看当下小学教育的困境

/尹建莉

十几年前，我拉着女儿的小手，把一个一年级小朋友送进小学大门，当时的忐忑和喜悦，到现在仍记忆犹新。今天再看湖南卫视录制的真人秀电视节目《一年级》，亦深有感慨。一方面为生命的川流不息、儿童脸上永恒的纯真而由衷感动；另一方面为人生的回环艰涩、从童年就启动的压力而心痛和忧伤。

《一年级》作为一个电视节目，具有毋庸置疑的价值和意义。因为校园生活随着时代的变迁，内部结构越来越纷繁复杂，但对外却隔离出越来越远的距离，呈现出相对封闭的状态。当下人们谈论教育，多是宏观视角的，哪怕是很多专门从事中小学教育研究的人，也并不十分了解校园生活细节，往往以宏大语言进行概括性的表达。而对于个体来说，真正的教育不在宏大话语中，在细节中。一个儿童就是一个完整而独特的受教育体，一节课、一位老师、一句话、一场活动……所有的东西都具有某种或优或劣的教育内涵，无数的细节构成完整的教育。《一年级》忠实地记录了当下小学生的校园生活状态，用镜头把我们带入校园生活，为全社会各种人群，甚至包括教育工作者本身提供了一个非常难得的了解当前校园生活的机会。镜头中呈现的校园生活，表面看，是具体的人遇到的偶然事件，种种情境其实都是当下校园生活中最普遍的现象，可以成为我们研究这个时期小学教育的最典型的案例。镜头本身不参与教育，却记录了一段真实的教育，它可以成为这个时期小学生生活最珍贵的史料。让我们把视线切入《一年级》中，以具体的事例来观察这个宏大的问题。



一、漂亮校园掩盖的有缺陷的寄宿制生活。

片中说“这是一所优秀的寄宿学校”，我认为“寄宿”这个大前提就有问题。看起来家境不错的一群孩子，在年仅6岁就被送到寄宿学校，主要原因应该是家长对学校能给予的教育抱有不切实际的想法，这主要是两方面，一是上寄宿制学校可以锻炼孩子的独立能力，二是寄宿学校能提供比普通公立学校更好的教育。家长愿意用金钱和情感来换取的两个目标，这是当下很多人的教育价值取向。但是寄宿制教育真能实现这两个目标吗？

先说第一个目标，儿童是纯粹的自然人，要成长为一个社会人，必须依循成长秩序渐次展开。孩子首先要获得温饱、安全感、爱和亲情等这些自然需求，然后

才能发展出更高一级的自律、合作、利他等意识和能力。而家庭的温暖，尤其母爱，是一个儿童成长必不可少的心理营养品。如果把孩子早早和父母分开，让孩子早早上寄宿制学校，这是无视儿童的自然需求，把某种基于社会需求的设计强加到孩子头上。儿童原始情感和自然需求得不到满足，将来社会属性也难正常成长和表达。用上寄宿学校的办法来锻炼“独立能力”，如同拣了芝麻丢了西瓜。

我认为孩子在读大学前都不应该寄宿。哪怕上一个条件差些的学校，一定要让孩子天天回家。为择“名校”而去寄宿，是非常不合算的一件事，表面上暂时能获得一些东西，但从长远看，“最好的寄宿学校也不能代替母亲（前苏联教育家苏霍姆林斯）”。

建议节目把镜头更多地对准寄宿生活对儿童心理的影响，记录者本身虽然不必充当评价者，但应该客观地用镜头引导人们去观察孩子的内心，而不要仅仅停留在表面上。

至于片中家长们期望的第二个目标能否达成，同样需要打个问号。下面就镜头中呈现的一些具体事例进行这部分内容的陈述和分析。

二、学校教育、教学、生活的几个主要问题。

1、太多的纪律束缚着孩子，太多的竞争扰乱着孩子。

从片子中可以看到，纪律和竞争是该校最显著的两个教育价值取向，几乎所有的管理工作都指向这样的目标。老师竭力

维护的是“纪律”本身，即纪律带来的管理上的简单和表面上的赏心悦目，却忘记努力维护儿童的天性，在最大化地把自由归还给孩子这件事上没做任何努力。

从第一天第一件事开始，孩子们就不断地被要求安静、听话、排队、手放齐。甚至是去食堂吃饭，也要求必须排队，从矮到高排——老师这样做，这种情况在当下我国的中小学中绝非个案，是极普遍的现象，但它确实是教育中非常典型的一个认识误区。

凡符合儿童习性的事做起来就容易，凡违反儿童自由意志的事肯定会制造混乱。没必要的整齐划一，这是反儿童天性的。所以我们看到小陈老师如何在如何费力不讨好地工作，他因为孩子们去吃饭前站队不好而生气，“因为你们站得不好，全部回到教室，出来重新排队”，这样的惩罚只是给双方增加了一些负担，对孩子们形成自觉意识没有一点好处，因为孩子们没获得自我管理的机会，只是被操控着。尤其是饭后回教室也要排队，这是比从教室整队走向食堂更为困难的一件事，孩子们吃完饭有先有后，那么多班级那么多人，重新整一次队真是太难了，可谓是“劳民伤财”。如果这真是学校管理的常态，校方应该反思一下这个管理细节的必要性了。

吃饭排队这个环节的亮点是两个孩子比谁高那一段对话，非常精彩，从谁比谁高到宇宙比站起来的火车高，一直说到太阳、黑洞等——在没有成年人干涉的瞬间，孩子的纯真才得以见缝插针地绽放。若我们能从这种自由的瞬间发现美，就应该努力为孩子营造这样的机会。减少没必要的“纪律”，就是减少对儿童的损耗，也能大大降低教师的工作量——疲惫的教师没有好脾气，也难有高质量的教育教学思考和行动。

当下学生们的校园生活，不仅被各种“纪律”切割成碎块，更被各种竞争不断地抛入心理失衡中，校园生活总体地呈现碎片状，不断地打乱着儿童的心理秩序，使孩子们变得更闹腾，更没有规则，成人孩子设计了太多反自然的框框，孩子就

无法葆有一颗平静而纯真的心。这是全社会的一个问题，片中涉及的学校也没能走出这个怪圈。

从第一节课第一个活动开始，就是比赛，比获得小红花的数量。小陈老师，第一个拿过来水杯的，老师给他一块巧克力。马皓轩得了第二名，就哭了。为什么总要这样激励一个打击另一个呢？此举毫无意义，并且伤了大部分孩子们的心。这种“比”的心理已形成一种强大的气场，从家庭到学校，无处不在。李昊煜在上学路上说想当1号学生，这样就可以当班长，可以争到第一。所以当小陈老师说他学号是6号时，他就不高兴。这当然主要是家庭影响所致，但我们从接下来的校园生活中发现，竞争心理更是被处处激化着。

幼小的孩子在竞争焦虑氛围下成长，并被迫进入竞争轨道，更容易出现无力感、自卑感和心理失衡。处处强化竞争意识，会破坏孩子的合作能力。更多的孩子在竞争中产生挫败感，首先不满意自己，产生自卑，然后不满意他人，敌视他人。

所以建议该学校，或者说建议两位生活老师，应该努力减少各种小奖励、小评比，换个思路，用游戏的心态去促进孩子们行动，不要用“比”的方法刺激。想办法唤起孩子们内在的自尊感，这是让他们变得得体的最有效途径。英国教育家尼尔说过，“所有的奖品、分数和考试都会妨碍正常性格的发展。”当一个孩子被训练得很有“竞争意识”，从小表现出极度的争强好胜，这样的孩子早早停止自然人的发育，小脚穿大鞋地努力让自己适应各种社会标准。而教育，必须首先培养幸福的人，然后才有能力培养出成功的人。那个在课堂上永远坐得最挺拔的人，如果不是出于内在的需求，不是自然流露，而只是为了给别的同学一个榜样，给老师一个好印象，那么这种“挺拔”不值得提倡。做教师的要诚实而精细地区分这一点。

学校管理中太多的规则和条条框框，同时也在严重削弱老师的耐心和观察力、注意力，这是很普遍的一个现象。镜头中

有一个细节，一个班只有36个人，按说同学们是不是到齐了，老师一眼看过去，就可以看清楚，但老师却需要点名才能确认谁来了谁没来。这不能怪这两位年轻老师，任何人都精力有限，当一个人被抛入一个既复杂又纠缠的境地时，他甚至无力注意到最简单的事实。

2、校园生活应该增加玩耍，玩耍不是竞赛。

在前四集中，除了下课后孩子们玩转椅的片刻，几乎没看到来自教师组织的游戏时间。所以孩子们回到宿舍大喊：我自由了！只有在老师不在场的情况下，也就是回宿舍睡觉的时才能释放天性，我们才看到了孩子们真正的笑容。

校方或两位新老师都没有意识到，正是严格的管制使孩子们特别闹，内心没有压抑的孩子，往往是比较好管理的。只有在玩耍中，孩子才能得到最自然的成长。一年级的孩子要以玩为主，学习也可以设计成游戏，儿童在游戏中学习最有效。

两位生活老师，与其力不从心地去管制孩子们，不如想办法设计一些能调动孩子们参与热情、公平有趣的游戏，让孩子们尽情释放他们活泼好动的天性，让他们快乐地玩。

3、教师对孩子应该更体恤一些，体恤就是尊重。

教师有责任为孩子们的每一种活动考虑好种种细节，细节考虑好了，可以节省很多管理成本。节目中，孩子们到幼儿园给小朋友上课的环节，换位思考的大思路不错，但整个设计没有细节。一年级的孩子们根本就是不知所措的，不知应该干什么，怎么做。类似的活动，教师必须为孩子们设计好行动路线，让孩子们至少知道自己应该做什么，这样才能锻炼能力，才能获得自信。比如在到幼儿园当小老师这个环节的结尾处，教师应该引导孩子们说出他们的体验，甚至激励他们想出和小朋友相处的好办法，而不应该简单地比谁得到的花朵多。因为那个“比”既没有意义，做得又很随性，仅仅简单地让小朋友

们把小花想送谁就送谁。马皓轩和陈思成得到小花的数量形成强烈对比，马的眼神中再度表现出深深的失落，当陈老师要小朋友们说说为什么喜欢陈思成时，马皓轩马上吼“我不想听，我不要听你们说。”西蒙子在这个活动中虽然得到不少花，但他最后说，这些花一点价值都没有——两个孩子的话，是对这个环节的真实感受和准确定论。

4、不要压抑孩子的正常情绪，戒绝伪励志或道德伪善的套路。

在节目中，我们可以听到太多家长和老师对孩子说“不要哭”，想方设法制止孩子的哭泣，极力劝说孩子不哭，把哭当作不好的事情。这是不对的。哭泣是儿童表达情绪，释放压力的正常现象，为什么要压抑呢？当孩子因为想家、打架、受委屈想哭时，应该任由他们哭出来。教师如果想安慰孩子，可以这样说：“没事孩子，想哭就哭吧，老师小时候也经常哭，长大了有不高兴的事也会哭呢。”一定要让孩子放下心理包袱，不要以哭泣为羞耻。如果哪个孩子哭得太夸张，哭得过度，也不可以生硬制止，可以转移孩子注意力，比如这样说：“老师看你已哭了十分钟了，还打算哭多长时间呢？再哭5分钟行不行？老师现在替你看着表……哭一分钟了……哭三分钟了……还有最后一分钟，一定要哭够啊，不能半途停下来……还有十秒……哦终于圆满完成任务。”相信到这个时候，孩子一定已经破涕为笑了。

还有一次，马皓轩和另外四个同学打架，小花老师把他抱回宿舍——这个动作非常好，一定会让孩子感觉温暖。但当孩子要陈述一下委屈，小花老师却一直阻止孩子说话，不等孩子说完，一个劲儿地要孩子“你听我的，你听我的”，并且说“老师也急脾气，也一点火就着”，在她根本没听孩子的倾诉的情况下，就判断孩子打骂一定只是出于脾气，既解决不了孩子内心的委屈，也固化了他急脾气的特征，使他的脾气更难改善。小花老师在安顿好马皓轩后，转而去对另外四个孩子说，“告诉你们一个秘密，马皓轩哭

了，他脾气好凶的，你们要让着他，好不好”。教师如何学会说话，这不是技巧问题，所以，这里给出的建议是，小陈小花两位老师，你们不要把这个录制过程仅仅当作一个参与过程，而要当作自己的一个成长过程。而成长，仅有过程是不够的，必须从学习开始，在学习中认识。如果在录制节目或录制过程中去学习一些教育学知识、看一些和儿童有质量相处的经典案例，读一些相关的书籍，反思一下自己童年时代的成长经历，一定会有高于录制节目本身的收获。

5、教师应该对学生负责，但不应该过多地介入学生的关系中，要给孩子留下自己处理问题的时间和空间。

孩子间相处难免发生冲突，这是非常正常的一件事，如果教师或家长把这当作不正常，过度介入，反而会激化孩子间的矛盾，对于他们学习如何与同伴相处并无好处。而同伴关系是一个人一生中要学的课程，这应该也是教育中特别要重视的一个方面。

西蒙子和同桌徐姓小朋友互相打斗，这其实根本没什么，孩子间其实是有分寸的，老师完全可以当作没看见，或看见了也当作一件有趣的正面的事来谈论一下就可以了。在厨房做面点时，马皓轩用擀面杖打了李昊煜的头，这事看起来稍严重，其实去医务室看过后已经知道并不是很严重，冰袋敷一下就过去了，结果老师叫来双方家长，小事就闹成大事了。幸亏双方家长修养非常好，这样给孩子间的关系造成的伤害才小一些。这时小花老师对马的教育很无力，“你答应我再也不打架了，你答没答应过我？”第一，即便成年人，也不可能绝对地遵守自己的诺言，怎么能要求一个孩子说句再不打架，就真能做到呢？第二，对承诺的信守度，要看承诺的对象是谁。如果换一种方式，老师态度轻松，当时什么也不说，让马和李一起去医务室，找个冰袋，让马来帮忙替李冰敷。然后把事情还原一下，启发孩子们如果换一种做法，重新处理刚才的冲突，会怎样？孩子们基于善良的天性，一定会想出来如何处理的。语文老师最后让两个小孩子和解，马

皓轩道歉的方式大体可取，但老师如果做得再轻松些，温和些，效果会更好。

6、老师在生活上应锻炼学生的自理能力。

寄宿制学校应该形成一套可操作性的对学生生活的引导方案，生活老师要带着孩子们去学习生活自理，鼓励他们自理，而不是包办，这样才能体现寄宿的价值，老师才能活得体面而尊严。

生活老师不应该扮演成校园的打酱油角色，而应该成为指导孩子们学会生活、让他们学会做人做事的主角——这才是新型现代学校应该具有的意识。所以生活老师要特别细腻地去关心孩子，但不能把自己置于仆人的角色上。开学第二天的早饭后，小花老师哭了，表面看因为她不知道自己的工作流程，实质上她接受不了作为一个奴仆的地位，她哭泣，是因为她根本没品味到成就感，自尊却被伤害了。

老师的这种感觉和学生的感觉是完全一样的。在任何一种关系相处中，尊严都是前提。老师要帮学生洗澡，还要接受家长的质问，为什么别的孩子穿半袖，只有他儿子是长袖，甚至有人要生活老师“要观察孩子吃得够不够”，天知道这如何观察，真需要添饭的话，孩子自己不会说吗——如果所有的人把孩子都当傻瓜来对待，所有的事都要生活老师来管，老师也更加无所适从，真正重要的事就无法去做了。

学校管理还必须维护教师的尊严和体面，如果每个老师都没有原则地给家长道歉、认错，都活得没有尊严，实际上他们就没有能力把有尊严的教育还给孩子。这是从意识上必须关注的问题，从管理层面上必须要解决的问题。

7、教师要学习沟通艺术，完全杜绝贿赂、吓唬和惩罚这样的套路，努力用理解、赞美、宽容及教育艺术来对待孩子。

有一个情节，一为老师告诉两位实习老师，要对学生发火，否则“他们越来越不怕你了。”——为什么要孩子们怕呢？没错，看起来小陈和小花老师的耐心已快要消耗尽了，但这绝不是因为他们“不发

火”，而是因为不得法所致。其实这是个系统问题，两个年轻的实习老师，确实也很难孤立地把问题解决好。一个教师必须内心足够强大，才能把这些东西给予孩子。

教师不仅应该在口头上认可“尊重孩子”，更应该在行动中尊重，不要在无意识间把自己置于孩子的对立面，更不应该成为高高在上的领导，师生关系对儿童的影响是特别深的。

8、学校的各种活动设计要在细节上下功夫，且要有预案。教师要学会变通，学会临场处理问题。

寄宿制学校因为要涉及孩子学习和生活的方方面面，所以对各种情形应该形成预案。比如孩子想妈妈哭，该怎么安慰，孩子间打架，该如何处置，老师必须制定出详细的应对措施，不怕效果不好，就怕没有准备。

比如在第一次校园寻宝中，马皓轩在活动中落单，孩子当时是极为恐慌不安的。他在张惶失措时遇到小花老师，老师这时应该给予什么样的帮助，这应该提前想好，结果小花老师只是让孩子不要急，让本来急的孩子坐下休息，却没想到暗示他应该去哪里找。这其实更增加孩子的不安，却没解决任何问题。要过中秋节了，小陈老师布置作业，中秋节要和爸爸妈妈一起吃月饼，拍张合影，拿来交给老师。这个创意不错，但有的小朋友的爸爸妈妈不在身边，拿一张这样的照片就很困难，我们从陈思成小朋友失望的眼神中可以体会到。所以如果这个作业在细节上调整一下，改成拍张自己或者与家人吃月饼的照片，孩子就不会感到为难了。

9、家庭教育问题。

把孩子送去上寄宿制的家长，很多人可能对学校教育寄予了很高的期望。这其实是不切实际的，因为一个人最关键的心智发育时间是1~6岁。寄宿制学校要客观

地看待自己的功能，不能因为家长把孩子全托给自己，就认为自己具有了全方位教育每个孩子的功能，而忽略家庭教育对儿童的强大影响。要加强家长教育，同样要形成家校联合的力量。

节目中虽然对孩子们的家庭生活展现得很少，但不时闪过的镜头已能说明不少问题。比如，马皓轩在第一天来学校的路上，在他没见过新同学的情况下就说，“我不会跟他们任何一个人交朋友，不喜欢跟这些傻瓜混在一起，我不喜欢这个学



校”。还有孩子打针时，爸爸说“一点都不痛”，采用欺骗和强迫的方式让孩子打针。到学校第一天见到小陈老师时，妈妈说“这是陈老师，好帅吧，比你帅啊”。在家庭中，和孩子亲密接触的人中，如果家长脾气很差，对孩子没有耐心、没有理解，简单粗暴地对待孩子，给了孩子很多压力，当然家长不是有意的，但是家长应该意识到自己这样的后果，而改善的路径是寻找教育学和心理学专业上的支持。

10、节目亮点。

节目的目的不是唱赞歌，节目的魅力在于它的真实，一切真实其实都不可怕，重要的是发现问题，引起重视，从而进入改善。《一年级》反映的校园生活情景大部分需要反思，需要调整。当然有的环节也很感人，从中可以看到当下教师的素养的提高和家长教育意识的觉醒。

比如西蒙子和李昊煜争夺小苹果，语文老师说：“这种心理是正常的，成人不

要刻意干涉这件事”。在这件事上，老师做得非常好。

还有梓璇说她喜欢西蒙子，大方地向父母表达她的喜欢和委屈，这说明孩子的家庭生活一直以来是很健康的，父母善于理解和接纳，孩子才敢于对父母说出心里话。孩子的内心非常纯洁，现在家长们也学会了用纯洁的眼光看待孩子。

小陈老师和小花在整个工作中的表现可圈可点，他们在没有经过专业训练的情况下，尽最大的努力，拿出耐心和爱心对待孩子。比如有一次在吃饭时找不到马皓轩，陈老师很着急，当他在教室找到时的那一瞬间，陈老师没有发火，没有批评孩子，真实地表达了自己的喜悦，只是简单地让孩子快去吃饭。我相信这才是他真性情的自然流露，作为教师，就是要不断地唤起自己这种正面情绪，不断学会理解和包容孩子。而小花老师在孩子想家哭泣，

自己本来很累很烦的情况下，让孩子和自己同床睡觉，这个简单的举动其实很不容易，没有心底的真诚和善良，是做不来的。相信小陈老师和小花老师如果坚持不被当下校园中某些观念同化，坚持善待所有的孩子，一定会做得越来越好。

总之，从这档节目的前面几集来看，学校、教师、家长的教育观念、教育价值观需要进行调整，需要重新树立儿童观，这是让所有孩子真正获得良好教育的根本。同时既然“寄宿制”已是当下的一个事实，学校应该扬长避短，把寄宿制的劣势转化为教育的优势力量，创造自己的特色，从细节入手改进教育和教学。若能探索到一条两全齐美的办学路子，也许才是它的价值和意义。《一年级》如果能促进这种探索和改善，它也就超越了一个节目的意义和价值。

（作者系著名儿童教育专家）

编辑/王庆华

《一年级》 教育专家不赞同寄宿

/肖卧龙 李雪 贺琼

YI NIAN JI
年 级



在他眼中,《一年级》作为一档令人耳目一新而又牵肠挂肚的节目,湖南卫视找到了“综艺”与“教育”的平衡点,既有欣赏性又有教育意义。另一方面,通过《一年级》这个逼真的窗口,人们可以充分观察惊心动魄的儿童生活,有可能成为电视节目的一个经典。

在孙云晓眼中看来,一年级的学生,重要的不是学会多少知识和技能,而是学会适应学校生活,完成从幼儿园的“以玩为主”到小学的“以学为主”的转变。所以在节目中我们可以看到,即便是要熟悉校园或者是当小老师体验责任的意义,也都是从“游戏”的过程中让孩子获得初步认识,满足了幼小衔接需要自然过渡的需求。而节目在记录学童成长过程中也是真实反映了一系列教育问题,引发了家长及

教育界人士的不断探讨,例如“小学生活不适合寄宿”、“安全感和价值感对孩子成长的意义”、“如何树立规矩”等等。针对大家议论的焦点,孙云晓指出,在父母有能力照顾孩子的情况下,把孩子送到寄宿学校无疑是不明智的决定。“孩子独立生活的前提是要建立在与父母拥有良好安全依恋关系的基础上,小学生每天都需要跟父母在一起的时间,因为这能让他拥有安全感。”这种不适应性及无安全感,在李昊煜离家时说的那句“没有你,我怎么活?”中就得到了最直接的体现。

而另一方面,孙主任表示“缺乏安全感和价值感有可能影响孩子的一生”。马皓轩作为最引人注意的孩子,他是孩子中想做到最好,最渴望得到认同的孩子,但是为什么最终却成为了一个制造问题最

多,同学最不喜欢,也最让老师头疼的孩子。这种差异无疑表明了孩子心中缺乏安全感,往往这又是具有很强的攻击性的类型。孙云晓看来,虽然马爷总是在语言和肢体上表现得盛气凌人,其实他内心却是弱小与不安的。最直接的表现就在于“上课时他会在头上套个塑料袋子,而理由是害怕同学偷袭他。”

其实早就有专家指出,孩子行为个性的养成与家长教育存在着紧密的联系。马皓轩的妈妈也是一个容易焦虑和情绪化的人,这从她与陈学冬沟通过程中就足以反映。马爷无疑继承了妈妈的气质,在不少场景下他容易产生不良情绪。而这也是时下不少孩子共同存在的问题,值得家长和老师注意。

(作者单位:湖南卫视)

编辑/王庆华



在回望童年中反思教育 /正茸

湖南卫视推出的一档大型原创节目《一年级》，开播近2个月以来，社会关注一路飞升。相较于前一档节目《爸爸去哪儿》关注父子亲情关系，这次的话题聚焦于小学生教育话题，更易于引发当下社会热议。

一年级，是孩子从自然人转变为社会人至关重要的一道门槛。孩子离开家长后，在学校里的生活是怎样的，老师又是如何对待自己的孩子？节目通过对一年级学生生活的深度全景式的呈现，如同大数据挖掘般，将平时人们很少能看到、观察到的情况，生动形象地呈现出来。观众在为一年级孩子们的各种萌态捧腹的同时，也激发了许多严肃的教育思考，看似轻松的背后，其实是并不轻松的启蒙话题。

《一年级》中有两个核心话题。第一个是关于寄宿制。由于节目拍摄的是一年级新生的寄宿生活，便不可避免地引发了还处在身心发育尚未成熟的这群孩子，是

否适合过强制性集体生活的讨论。其实，这在国际上也一直是被广泛探讨、常说常新的问题。节目中记录了几位不同性格的孩子，由于离开父母而情感波动的各种表现。他们中有的可以迅速寻找到情感替代，建立起与同学、老师的亲情，有的则会一直郁郁寡欢……而在要不要寄宿的问题上，父母也是争论不休。其中一对年轻父母颇具代表性，母亲认为对这么小的孩子寄宿很残酷，父亲则认为寄宿对培养孩子的独立能力很有好处。现在教育专家在对教育的研究中，也更倾向于不推广寄宿制，相信节目也为专家的理论研究提供了鲜活样本。

考试是又一个核心话题。伴随整个学生时代的考试，是从一年级就开始了。孩子们在懵懂中开始第一次期中考试。老师一下子变得严肃的表情，让这群新生们一下子感受到了压力。而家长对待成绩或高兴或着急的态度，也让周末的团聚产生了另一种

气氛。孩子的考试分数有高低，家长们的表现耐人寻味。有些低分得到了鼓励，而有的拿了高分却被指责。这就引发了观众的广泛思考，我们究竟是应该改变考试，还是应该改变对待考试的态度。作为节目，隐藏在其背后的主张显示，对学生而言，无论怎么改革教学手段和方式，考试制度是非常必要的。我们需要做的是，呼唤老师、家长、学校和全社会，多为考试增加正能量，减少加在考试上由于过度竞争而带来的压力，让考试回归到检查学生学习效果的本意上来。只有这样，学生生活才能迎来既科学又活泼的新常态。

由于节目全天候的纪实记录，围绕着一年级学生的教育活动，给了观众一次观察教师、家长、学校和社会的新视角，也使得这档节目成了难得的一个回望童年、反思教育的直观平台。

（作者单位：光明日报社）

编辑/王庆华

素质教育别缺“素质”

/郑海鸥



好些年来，每当提起小学生的素质教育，从家长到老师再到学生，似乎都有解答不完的疑惑和倒不完的“苦水”：孩子不听话、家长太严苛、老师看分数，怎么办？

其实，将这些困惑总括起来，也就能初步理清解答问题的线索：素质教育绝不是孩子的事，老师和家长的“素质”也不可忽视。否则，老师缺乏恰当的教育方法，家长没有正确的引导和示范，孩子无法从一开始建立起自己的认知和学习能力，素质教育就只能继续“苦下去”。

近段时间，一档名为《一年级》的纪实节目延伸出的多个教育话题引起关注，其中老师独到的教育方法、不同家长和孩子的互动等，展现给人们多重思考。

学生不听话，怎么办？有人说，西方国家的孩子成长无拘无束，让小小学生顺应天性才是素质教育。持这种观点的人不在少数，却实在误会了所谓“无拘无束”的西方教育。

有人就介绍说，荷兰在幼龄教育里首先教的是规矩以及对规则和权威的遵从，

无论是对事还是对人，在没有尊重和相互理解的前提下，不提倡批判和反抗，更不会容忍散漫无礼。恐怕不少中国家长和学生会惊呼：这不是“很中国”的教育方式吗？事实上，让孩子自小树立起规则意识是全世界的共识，也是素质教育极其重要的方面。

而《一年级》里老师之所以能让孩子们“服服帖帖”，其法宝就在于传授“小眼睛、看黑板”“大手牵小手、安安静静走”的基本规则意识，让刚刚从“小朋友”转变为“小学生”的孩子们能够对自己新身份和外部世界有新的认知，从而为成长打好基础。试想，一个打小就不懂礼貌、目无规矩的学生，怎能奢谈“综合素质”呢？“不以规矩，无以成方圆”讲的就是这个道理。

当然，让学生听话绝对不是当分数的奴隶。究竟如何跳脱分数至上的认识？有专家指出，对童蒙时期的孩子来讲，分数不仅是在给学生打分，更是在给老师和家长打分。通过分数，可以检测出学生对知识的接受水平和粗心大意等行为习惯，但

以成绩的高低来苛责孩子、一味要求孩子考高分的家长和老师就是“素质不及格”了。

合理的思路是，以考试来找出问题，顺势引导、因材施教，并抱有和孩子一起成长的心态。比如，《一年级》中的家长耐心教导孩子辨别左右方向；比如，指出学生的粗心大意，鼓励他们一点点进步；再比如，将孩子的每一次成绩与他们自己作比较，而非看做学生间对比的“起跑线”，给他们小小的进步以掌声。顺应成长和规律，收获只是早晚的事。

如此一来，不仅能使启蒙时期的学生对自己行为习惯有初步判断，还能对学习有正确理解，对分数有合理认知，也便迈进了素质教育理想的大门。

总而言之，素质教育是老师、家长和学生共同的事，三方良性互动来做好基础教育，变分数崇拜为素质提升，素质教育的这盘大棋也就能逐渐“下活了”。

（作者单位：人民日报社）

编辑/王庆华

2014年中国广播媒介的嬗变

陈俊

2014年,随着移动互联网的快速发展,广播听众总量不断萎缩,人均收听时长逐年下滑,广播听众的接收终端发生了巨大变化,手机收听、车载收听日益成为主流,广播听众的移动化、碎片化特征日益明显。新型广播平台以及微信、微博等日益占据用户大量的时间。在此背景下,2014年中国广播业进行内部整合与重组的尝试,在传播方式上进行了跨境报道的尝试,应急广播肩负国家使命继续前行,广播时政报道不甘人后进行多媒体传播……此外,新华社等媒体也抢占先机,研发音频车载客户端,向音频市场进军……市场和受众的双驱动迫使中国广播业向声音的本质属性回归,向媒介融合不断嬗变。

整合与重组

2014年6月9日,整合上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司(SMG,以下简称“上广”)旗下现有12个广播频率的东方广播中心揭牌成立。这是自1992年10月28日东方广播电台成立与上海人民广播电台形成鼎立之势后上海广播的再统一,也标志着上海新一轮广播改革正式拉开帷幕。

新成立的东方广播中心,整合了上广旗下广播新闻中心、东方广播公司、第一财经广播、五星体育广播四大广播业务板块,形成包括广播新闻中心、音乐节目中心、第一财经节目中心、综合节目中心、广告经营中心5大中心以及办公室、总编室、人力资源部、计划财务部、新媒体部、战略发展部6个职能部门的新组织架构。

在上广党委副书记、副台长、常务副总裁王建军看来,同质竞争、资源配置不尽合理、管理层级过多、效率较低等现象已经成为上广可持续发展的绊脚石。上广

广播长期处在分散管理的状态,发展战略不够明晰,业务转型缺乏统一的布局,使得广播的发展合力迟迟难以形成。且上海广播收入的96%以上为广告收入,单一收入结构弱化了抗风险能力。这一整合正是上海广播业务继两台分设、频率专业化、新闻及文艺资源整合、制播分离等多轮改革后,进一步提升主流媒体影响力、顺应市场需求、探索未来发展方式的主动变革。

新传播环境下,受众的媒介消费习惯发生了移动化、碎片化等巨大变化,新的媒体形式和商业模式层出不穷,对传统广播提出了向新媒体转型的迫切要求。上海广播进行整合重组,提出打造“新广播”,基于成熟的频率和节目,研发生产全媒体互动产品,从而推动传统广播向新媒体转型。

国家应急广播再出发

应急广播是在面临突发公共事件时,通过广播向公众传递紧急信息的一种手段。作为应急管理的重要手段,应急广播日益得到世界各国和国际组织的广泛关注。2014年,中国国家应急广播在发展和完善中前行。目前,我国国家应急广播的框架体系主要由“三制一案一网”构成:即国家应急广播体制、国家应急广播机制、国家应急广播法制、国家应急广播预案和国家应急广播网。

2014年9月16日,由国家新闻出版广电总局主办、中央人民广播电台承办的“2014中国应急广播大会”在北京召开。大会主题涵盖了应急广播与应急管理、应急广播案例分享、应急广播与新媒体、面向未来的应急广播等内容。通过沟通政府、行业组织及社会团体,提升了应急广播在应急处置中的作用;同时借鉴

各国各界同行先进经验,借助新技术、新媒体带来的新机会,思考并引领中国应急广播发展;宣传应急广播对防灾减灾的重要意义,呼吁全社会关注应急广播事业。会上还发布了《中国应急广播发展共同宣言》,对应时代而生的中国应急广播做了进一步阐述。宣言称:“突发事件对应应急广播而言,是挑战,更是机遇。而更广阔的机遇,来自于信息技术和数字技术不断进步,广播与互联网、手机等新媒体不断融合的时代大背景。”

2014年10月31日上午,首次国家、省、市、县四级联动的一次国家应急广播演练在四川德阳市、广汉市举行。中央人民广播电台、国家新闻出版广电总局无线电台管理局、四川省新闻出版广电局、四川广播电视台、德阳市文化广播影视新闻出版局、德阳市广播电视台、广汉市文化体育广播影视新闻出版局等参加了此次演练,内容主要包括国家应急广播电台的紧急搭建、国家应急广播体系预警信息发布和接收、群众避险等。国家应急广播演练是国家应急广播体系建设的重要组成部分。

广播跨境报道新突破

习近平总书记提出“丝绸之路经济带”重大倡议之后,传统广播媒体也发出了自己权威的声音,从境内报道向境外延伸。2014年,中央人民广播电台首次自主策划了大型跨境主题采访报道活动《丝路新春》,报道在中国之声、经济之声、中华之声、华夏之声等频率重点新闻专栏中推出。这组报道以聚焦中国与亚欧国家共建“丝绸之路经济带”为主题,多路记者探访丝路沿线中国省区市及中亚国家,穿越千年丝路盛衰沧桑,发现当下经济带建设催生的新机遇与新变化,中国同亚欧国

家携手前行区域大合作的重点、热点，表达沿途人民情相近、心相通、梦相同的人文情怀，为经济带建设助力加油。

国家电台首次自主策划组织大型跨境采访报道，从国内延伸到国外，是加强传播力、公信力的重要表现，也是加强国际传播能力建设的一次全新探索。多路记者对国内相关部委及八个省市区进行了专题采访，同时进行中亚国家驻华使馆的采访、联系。中央人民广播电台先后派出两路记者共14人，先后赴乌兹别克斯坦、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦等中亚国家采访，报道采访期间，正值隆冬，行程安排紧，但得到中亚国家的高度重视与积极支持，使国外采访报道活动得以顺利推进。

新华社试水车联网音频APP

曾几何时，私家车的兴起拯救了传统广播电台。但在4G时代，传统车载广播不再“独树一帜”。利用碎片时间“在路上”获取信息资讯和服务已成为广大有车族的习惯和常态。在传统电台逐渐淡出人们视线之时，在线电台尤其是移动电台APP却悄然崛起。

作为国家通讯社的新华社在2014年也高调宣布跨界抢占音频市场。2014年10月10日，新华社上海分社与大多数信息发展有限公司签署合作协议，共同启动车联网频道客户端项目。这意味着备受各界关注的“新华社发布”客户端集群正式延伸至车联网和音频客户端领域，为有车族提供权威资讯和一系列智能化服务。

据了解，作为新华社首款音频客户端，车联网频道将从新华社每日发布的数万条新闻中遴选精华，通过“解放双眼”的音频形式传递给行车中的受众。除了《新华快讯》《读报时间》等形式多样的资讯内容外，车联网频道客户端通过网络

连接和传感设备还能车主提供一系列智能化服务，包括路况信息查询、汽车状态和驾驶者行为数据分析等功能。

音频APP打破了原有传统广播的传送方式和接受方式，也突破了原有传统广播覆盖范围的限制。新华社此次与业内企业联手，拥有独立版权的海量内容和一流的技术研发实力，无疑将成为未来市场份额的有力竞争者。这一举措将加速推动传统广播电台向音频APP市场转身。

广播时政报道开启新媒体破冰之年

中国广播人抢抓机遇，通过微博、微信和APP等多渠道推出独家的时政报道，彰显了广播的优势和地位。中央人民广播电台的时政记者在国家领导人活动报道中，发出大量精彩独家的微博，在李克强总理考察活动报道中，尝试发布带音频的微博，凸显广播特色。精彩的独家微博已经成为广播新媒体报道的一大亮点。特别是2014年年末习近平主席出席G20会议和李克强总理出席东盟系列峰会，中央人民广播电台尝试在微博、微信和APP上推送专为网络传播而撰写的报道花絮《习行漫记》和《总理去哪儿了》。报道以图片、视频为主，文字为辅，由前方记者抓住精彩瞬间进行独家发布，打破了时政新闻一贯的神秘感，力求亲和、贴近、接地气。报道在微信上推出后，起到了意想不到的传播效果。

此外，在APEC会议期间，中国之声与“蜻蜓fm”合作推出“中国之声APEC新闻台”，播放量超过100万次，开创了重大新闻报道的新模式。中国之声APEC报道以“中国进入APEC时间”作为开场白，被德国《世界报》等海外媒体引用，彰显了广播的国际影响力。中国之声全面充分报道APEC会议的亮点和成果，报道习近平主席

与会情况和重要讲话。APEC期间，中国之声官方微博阅读量达到1亿次以上，转发评论超过1万条。

遗憾：传统广播技术手段与新媒体融合度还不够高

当前，互联网技术持续更新与发展，流媒体、云计算等关键技术逐步改变了现有的媒体格局，以新技术起家的网络媒体集团纷纷崛起，并迅速抢先占领了网络市场，给传统广播媒体行业带来了极大冲击。特别是现行广播覆盖依然因循无线发射方式，已远远落后于4G时代的媒体覆盖方式。传统广播无线覆盖面广、规模大，但单向覆盖、缺乏交互性，还会经常受到非法电台扰乱，缺乏有效管理手段；此外，传统收音机终端用户体验不理想，调频覆盖受到区域限制等。广播向音频属性回归，需要广播与互联网深度融合，实现传统广播向互联网广播的转型，实现广播信息采集、信息发布到广播覆盖的互联网化。

值得关注的是，2014年，由中国移动、中国联通和中国电信共同出资设立的中国铁塔公司正式成立。该公司成立后，首要的是把三大运营商的新建基站、铁塔、管道都承揽下来，今后三大运营商不再自建基站，而是租用国家基站公司的基站，维护工作也交给国家基站公司。这其实对当前广播覆盖方式有很大的启示。国内电信巨头都开始抱团取暖，不搞重复建设；广播媒体更应抱团取暖，不能再用独善其身的方式来实现广播信号的覆盖。

（作者单位：中央人民广播电台）

编辑/曾致

旅游节目自我突破的新路径

邓华如

一

我国旅游资源十分丰富，近二十年来，各级政府开发的力度越来越大。电视旅游节目作为旅游资源的衍生品也随风而行，一段时期如雨后春笋般脱颖而出，却又大多不温不火好景不长，有的甚至昙花一现而已。面对大众传媒技术手段日新月异，传播平台井喷式增长而造成的节目内容严重过剩的定势，电视旅游节目如何在每天纷繁多样的传媒产品中鹤立鸡群，在获得市场热捧的同时也获得自身的标杆价值，许多电视媒体似乎还很茫然，仍未找到一条鱼跃龙门式的自我突破的路径。这正好成了本文要探讨的命题。

二

在全国电视旅游节目大多低迷，面对前途茫然无措，一时难以找到自己生存发展的出路时，湖南卫视两档创新节目《爸爸去哪儿》和《花儿与少年》在人们不经意之间横空出世，它在一炮走红，轻取收视、营销、旅游这三个市场的同时，也为我国电视旅游节目的自我突破和超越，探索和开辟出了一条全新的路径。那么这两档节目又是如何与旅游神奇沟通的呢，它们之间深情融贯的蹊径又在哪里？这无疑下文探赜取微的关键所在。概括起来，大致有这么几条：

第一，让明星入景是节目融通旅游的捷径。明星效应在中西方国家并无疆界之分，人们对明星的好奇和窥秘热情也并无二致。生活中明星们的一言一行，一举一动，就是比普罗大众更能引发关注度。同样一个地方，不同知名度的人去所产生的影响等后效应往往会相差甚远。这种趋星的热聚合古今中外可谓比比皆是，我国的东岳泰山如果没有历代皇帝到此封天

禅地又何居五岳之尊的地位？秦皇岛居渤海一隅，当年如果没有始皇嬴政九合诸侯之后挥鞭巡齐，东临碣石，求仙驻蹕，又何至此后的闻名遐迩？周郎赤壁处长江之阴，当初也只不过是巨崖一座，如果没有当年雄姿英发的公瑾与羽扇纶巾的孔明联手抗北，在此同纵警南略的孟德曹操斗智斗勇，强橹飞分，壮怀激烈，又何至于名垂千古，以至今日的世人依旧络绎不绝，至此凭吊不断？杭州西湖，水波一片。中国之大，像这样的湖光山色想也不在一二，如果缺了白娘子与许仙当年在断桥的一见钟情，那么即便此地风光再怎样的滟潋，而今也未必见得如许的善男信女纷纷慕名前去顶礼膜拜。凡此种种，足见明星的效应确实不可小觑，它往往可以成为一个旅游胜地的灵魂与亮点。

湖南卫视也许正是出于这种考量，《爸爸去哪儿》和《花儿与少年》才会不惜重金请来那么多明星深度参与，不能想象如果没有他们的倾情投入结果又会怎样。不过此前国内许多其它卫视所播过的众多旅游节目早已有现存的样子摆在那里，一些被很多观众称之为尸位素餐的节目，尽管绞尽脑汁却仍然费力不讨好，那么俩相比照，孰优孰劣？当然就不言而喻了。许多无疾而终或苟延残喘的旅游节目之所以惨淡生存，恐怕与其无明星元素加入不无关联。这样做出的节目，往往有名山无名人，有美景没美人，给人的印象就难免单调而不那么抓眼球。而《爸爸去哪儿》和《花儿与少年》的审美效果则是人与自然的相得益彰，明星融美景更能满足人们窥秘的好奇心理。当然请明星深度参与节目是要大幅增加成本的，但舍不得孩子又怎能套得住狼？更何况羊毛是出在羊身上呢。

第二、让自然鲜活的故事入景是节目融通旅游的直径。旅游节目见景不见人不行，无人之景拍出来就会丧失生命的气息，一大堆毫无生机的自然景观放在人们眼前，那样也是死气沉沉，了无生趣的。《西游记》里的花果山如果没有齐天大圣孙悟空的存在哪里会有那勃勃生机？同时旅游节目有人无事当然也不行。有人的出现，就会有故事发生。如果没有故事，那么景中之人就会形同枯木，顶多只增加了一个摆设而已。有故事才会有人的生机，也才会有景的生气。红色革命根据井冈山如果当年没有上演朱毛红军那一幕幕轰轰烈烈、惊天动地的革命故事，会像今天这样名振东方吗？当年尚属穷乡僻壤尘土飞扬的革命圣地延安如果没有成为中国共产党领导苏区人民抗日的中心，如今会有那么多人去缅怀瞻仰吗？可见某地扬名并不是单凭自然景观的，有时人文景观所起的作用往往也不可替代。难怪大凡风景名胜之地总会被当地的宣传推广者冠以五花八门的人文色彩，其用意难道还会另有它图？做旅游项目推广，得如此费心包装，那么做电视旅游节目当然也不能舍此而行吧。

电视连续剧之所以比其它电视节目更吸引广大观众，其主要卖点还是它的故事抓人眼球。《爸爸去哪儿》和《花儿与少年》不仅有明星深度参与，而且全程的鲜活故事层出不穷，并且那些故事都成线形发展，虽没有脚本，却全是自然发生的连续剧，它比通常意义上的电视连续剧更来得自然、真实并且生动。那些故事经过后期的剪辑又是那样的包袱不断，悬念迭起以至精彩纷呈。譬如《花儿与少年》七个明星结伴穷游意大利和西班牙，为时半个月之久的旅途，只有规则没有剧本，沿途

所发生的一切鲜活的故事都是在导演组设置的规则下由这七个明星因个性和爱好不同而产生的冲突带来的自然产物。尤其是七星离开罗马驱车托斯卡拉这一段旅程，情节曲折如峰回路转，自然性的戏剧冲突扣人心弦。少爷张瀚率性驾车，迷途不改，偏又发生了车况故障，车头青烟直冒还要固执前行，使得车上其他三星为之胆颤心惊，或坚决阻止，或懵懂茫然，或镇定劝慰。尽管反映各异，但张瀚还是要冒险前行，一路状况不断，戏剧冲突不停，故事牢牢抓住了观众的注意力不放。又譬如《爸爸去哪儿》在重庆武陵天坑所拍的那期节目也很有看点：其中在春寒料峭时，六对明星父子于寒冷刺骨的水田里踢足球的戏至今令人捧腹，不仅内容新奇搞笑，而且情节推进吊足胃口。总之，类似精彩的实例不胜枚举。这些没有剧本，单由明星在节目规则下自然发生的故事比许多电视剧的剧情还要耐人寻味，这些在特定环境中出现的特殊人物产生的特性故事也将节目与当地的景色有机地连成了整体，人们在记住故事的同时也对故事发生的环境印象深刻，难怪节目热播之后，许多拍摄地就成了当地旅游的热点。

节目如此做当然是别出心裁也是独具一格的，这与那些有心栽花花不放的纯旅游节目相提并论自不可同日而语。国内许多纯旅游节目，要么景中无人，仅仅飞一些风光画面而已；要么有人无事，仅仅找一两个嘉宾作外景客串，或者干脆进行抠像处理，扒上一个主持人，作些平铺介绍了事；要么选几个陌生面孔的户外生存挑战者去荒野冒险。如此这般的都犯了一个通病，那就是人与景、景与事、事与人只不过是两张皮罢了，根本没有有机地融合起来。既如此，节目又怎能好看到哪去呢？所以人们另眼相看湖南卫视这两档节目的匠心独运就在情理之中了。

第三、让丰富的情感入景是融通旅游诉求的幽径。电视是由一个个镜头组合而成的，定格每个镜头就是一幅静止的画面。我们中国山水画最讲究美感和意境，

这与人们旅游时欣赏风景如出一辙。风景的美感取决于造化的神奇，而它的意境之美则来自审美者彼时的情绪与造化的精神契合，也是天人感应的灵魂沟通与情感交融。所以诗人或画家常常寄情于山水，其笔下就会山水生情，意象万千。这样创作出来的作品就会气韵生动，美不胜收，我国清初山水大家石涛的作品在这方面最为典型。为避朝廷政治迫害，他自幼出家，削发为僧，在朝七十余年浪迹天涯，云游四方，一生逃于禅而隐于画。其笔端常流露浓厚的故国之思和郁勃之气，这在他的《秋山行旅》、《隔岸归帆》、《松壑听泉》《官山望渡》等代表作中触目可及。因此他的画中有感情，有灵魂，有精神，总是超凡脱俗而又高标不群，令人叹为观止。

画里含情，画品自高。人们这种对绘画的审美要求，实际上也适用于我们的电视表现。此前我国许多电视旅游节目由于人景两离，事景两分，即便名山胜水在他们的镜头里也没心没肺，所以费了一肚子劲也不被观众喜爱。同样是表现旅游内容，《爸爸去哪儿》和《花儿与少年》的作法却与别人大相径庭。节目中不仅有性格各异的明星和自然生动的故事，而且意蕴着绚丽的情感色彩。这些情感有些孕育于游伴之间，有些则是来自于对沿途风光的触景生情而衍生的遐思与留恋。《花儿与少年》在西班牙的海滨小镇高迪一站的情节十分感人，其中许多细节令人记忆犹新。许晴在即将离别游伴的前夕，给每人留下了一段留言。当凯丽含泪给大家一一宣读的时候，画面不停地在现场与过往的情景以及当时周围的风光之间来回切换，有现场众明星的依依不舍，有许晴的惆怅低徊，有大伙初逛罗马街头的兴奋与狂热，有托斯卡拉途中的惊险和绮丽的风光，有巴塞罗那的异域风情和吉普赛舞蹈的放纵。特别是此前的一晚，许晴独自凭窗远眺的情节，表现得更是细腻动情：窗外黄昏中的原野平缓静穆，远处一脉山峦起伏于黛色之间，一条油黑的公路将寂

静的原野划开，婉延伸向远山，不时有车辆呼啸而去，在夜色中只留下一道道眩目的弧光，伴随着舒缓而又隐逸淡淡忧伤的萨克斯音乐弥散开来……此时一个大特写定格于许晴的双眸，但见得一片茫然的泪光，显得那样无助而感伤。将这些镜头串联起来就是电影的质感，而单个的拆分又是一幅幅意境深远的油画，连色调都无需修饰。《爸爸去哪儿》在云南文山落脚潜者黑的那一集也很有代表性。潜者黑这地方真是山明水秀，截取每一个视野都是一幅生机盎然的山水画，如果在早晨或暮色中拍摄也不乏大写意的韵致。一伙明星爸爸带着他们那些天真烂漫的儿女在这样的诗情画意中游玩嬉戏，确实是一次绝妙的选择。众明星和他们的儿女们在这里天性尽显，娱山乐水的情感投入，弥合并融洽了人与自然的距离，使观众不禁遐想的同时还分外神往。一个并非纯粹定位于旅游的真人秀节目，却做出了比那些专业的旅游节目更有吸引力的效果，真是无心插柳柳成荫，节目这样做就做活了，这正所谓魅力自在功夫之外矣。

三

毫无疑问，明星、故事、情感三元素的加入不仅为节目也给拍摄地的旅游资源分别添注了亮点、看点和卖点。这三条路径殊途同归于节目和旅游，打通了观众和游客的兴趣点以及注意力，这也许就是《爸爸去哪儿》和《花儿与少年》花开两枝艳冠群芳的重要原因吧。国内其它电视旅游节目不妨借鉴这个窍门，努力开辟出一条适合自己的创新之路，从而办出真正属于自己的富有电视生命力的品牌节目来。果真如此的话，那么你的电视旅游节目就不会像过去那样艰难和尴尬，也会对得起当前我国旅游产业这种蓬勃发展的的大好局面了。

（作者系湖南广播电视台副总编辑）

编辑/王庆华

浅谈新闻摄影中的抓拍

/刘磊

随着新闻传媒事业的快速发展，新闻传媒市场的竞争也越来越激烈，很多新闻工作者为了吸引受众，在激烈的市场竞争中谋得生存，对于新闻摄影的真实性、生动性、现场性以及独特性越来越重视，现场抓拍是实现这些要求的基本途径。抓拍也就是指在不干预被拍人物或事件的基础上，生动、及时、快速、自然地抓取最具有表现力的瞬间视觉形象，来报道社会事件的发生始末以及变化过程。对于新闻摄影记者而言，抓拍不仅是一种摄影手段，更加体现一种立场、观念和原则，一名出色的摄影记者，必须懂得抓拍技巧。

一、抓拍的主要优势

当前，抓拍已经受到越来越多的新闻摄影记者的重视，在新闻报道中的应用也日益增多，由此可见，抓拍相对于其他摄影手段而言的利用价值、保存价值更高。摆拍和抓拍是两种非常重要的摄影创作手段，所谓摆拍就是摄影师按照自己的设想，布置特定的环境和情节，然后让被拍摄者按照摄影师的意愿表演，直到出现满意的镜头后才开始拍摄。这种摆拍的手段在影楼艺术摄影、电视剧、电影拍摄中应用较广泛，虚构成分很大，如果被应用在新闻摄影上，很容易让人怀疑新闻摄影图片的真实性，对新闻媒体的公信力会有所影响，严重破坏新闻舆论的引导力，严重的话可能会破坏社会风气。而抓拍正好相反，照片的现场感非常强，抓拍照片中记录下来的周围环境、光线、人物、现场甚至是人物表情、动作，传达给读者的就是现场事件，可以逼真地再现新闻事件的现场气氛，让读者有一种身临其境的感觉，因此抓拍的优势就在于不仅可以真实地反映事件原本面目，还可以增强新闻照片的感染力、自然性和生动性，更加具有保存

的价值，可为人们研究历史提供真实、可靠的图片依据。

在抓拍的过程中，被拍摄对象完全不知情，并没有一丝做作和修饰，完全处于自然运动状态，在这种状态下才是最能够体现人物内心真实情感、人物性格特点的瞬间，也才是最佳的摄影图片。在日常生活中，有很多现象，很多事情会给人们带来不同的心理感受，也就会表现出很多平时自己意想不到的神态、表情和动作，新闻摄影记者应该培养一双敏锐的眼睛，善于去发现、捕捉这些动人的瞬间，捕捉更多的真实。

二、抓拍的基本原则

抓拍最主要的核心原则是必须实事求是，这是抓拍的本质特征，同时在抓拍过程中还需要注意遵循两个基本规律：①应严格遵循时间的现实规定性。②应严格遵循空间上的现场规定性。如果在抓拍过程没有遵循这两大基本规律，也不能算是抓拍。尊重事实是新闻摄影的基本，同时还要求真实的现场气氛以及现象形象，形象真实和事实真实的高效统一才是确保新闻摄影真实性的唯一标准。因此，每一个摄影记者，如果坚持抓拍，应该积极投身于各种新闻事件的现场，确保做到现场纪实，才可以确保新闻摄影真实性，正如罗伯特·卡帕所言，“如果你的照片拍得不够好，只能说明你离炮火不够近。”这也正好提醒广大新闻摄影记者朋友，无论新闻事件现场多么危险，都要在任何地点、任何时间出动奔赴现场。同时笔者认为，想要“抓”出绝佳的新闻图片，在现场抓拍时还需要注意以下十点原则：①抓本质。②抓极端。③抓高潮。④抓矛盾。⑤抓动作。⑥抓神态。⑦抓特点。⑧抓细节。⑨抓特写。⑩抓特点。

三、懂得抓拍技巧，把握决定性瞬间

新闻图片不仅仅是依靠实效性、新闻性赢得受众，想要依靠绝佳的新闻图片还要求新闻摄影作者掌握基本的抓拍技巧。在新闻摄影中，曝光的准确性、拍摄角度、拍摄时机、拍摄用光、拍摄构图、拍摄高度等等都是影响新闻图片品质的重要决定因子。新闻摄影并不像其他照像馆或者艺术楼影的摄影，能够“以静对静”，新闻摄影可以算是“一切听从指挥”，讲求“以动对动”，不管是商业事件、经济事件、军事事件、文化事件、政治事件，甚至是一些社会影响较大的突发事件，只要符合新闻摄影表现，基本上都是变化“活动”的状态。比如，如果党和一些国家领导人想要到某一地区的农村或者工厂等进行实地视察，都是走走停停，一边走一边视察，并且询问相关人员了解情况。这是党和国家对人民群众关心，应该将领导人和人民群众心连心的感人画面用照相机拍摄下来，将真情真实加以传播，想要达到最好的拍摄效果，必须摄影记者懂得必要的抓拍技巧。想要抓取每一个精彩瞬间，摄影记者都需要注入自己的思考和激情，准确把握每一个决定性瞬间。一般而言，决定性的瞬间应该体现事物的本质，将事件的事实特征充分展现出来，或者可以通过人物的欢颜生动、愁容、汗水、泪水来表现人物的内心情感世界；或者也可以展现真情打动人心，体现人与人的相关关爱表现真情，表现人们在灾难或战争面前的勇敢、抗争精神来打动人们。因此笔者总结出新闻摄影记者应该具备以下几点抓拍技巧。

1、熟悉装备

对于一名新闻摄影记者而言，最基本是要求熟练掌握三脚架、闪光灯、相机等摄影装备的操作，必须要熟悉这些装备

的结构、功能、性质以及每一个按钮，并且学会对相机设置快捷键方式。在新闻现场，为了抓取每一个精彩的瞬间，避免稍纵即逝，必须在最短的时间内调整调焦方式、曝光方式、感光度、速度、光圈等，因此新闻采访现场就好像一个战场，记者只有用好自己手中的枪——装备，才可以做出及时、快速的反应，勿失良机。同时为了能够在使用的过程中得心应手，摄影记者还应该具备一定的摄影基础知识，懂得摄影原理，在最短的时间内快速做出准确的判断。另外笔者总结一套自己的抓拍技巧，可以先对焦后构图，用中心对焦点，同时利用镜头长焦端对调节被摄主体的焦距，然后重新构图后拍摄。这种拍摄方式不仅可以准确对焦，同时也可以确保主体清晰，提高拍摄成功率。

2、寻找合适的位置

在抓拍摄影中，寻找合适的占位也是一门拍摄技巧，在拍摄现场一定要有一定的预见性，特别是遇到一些文艺演出或大型会议的时候，采访现场会聚集很多记者，如果不提前下手，往往就会被人占据先机，夺去理想的位置。因此在进入采访现场前，摄影记者应该大致了解、熟悉一些新闻活动的各项内容，锁定重点拍摄活动，同时还应该熟悉一下地形，明确自己应该身处的拍摄位置，如果实在被别人抢先一步到位，这时也不要慌，可以考虑以下几种拍摄技巧：①高视角拍摄。若采访现场的记者众多，非常密集，大家都是在同一个平面上争先恐后的抢着拍摄，很容易相互挡镜头，自然无法拍摄出好的图片。此时可以将相机尽可能的举高，利用变焦镜头广角端或者广角镜头盲拍，采集完照片后再慢慢回去整理，将图片中不需要的画面剪裁。②“见缝插针”。根据字面上的含义理解，也就是指哪里有孔隙就往哪里钻，然后改变焦距，尽可能拉近主体，将周围一些挡镜头的干扰因素排除，在移动的过程中抓取决定性瞬间。若拍摄对象在移动状态下，记者则可以尽可能冲在“记者堆”的前面，边走边退、边拍，但是

不要乱冲乱撞，不能给同行制造麻烦，遵守一定的职业道德，以免引起同行尴尬。

3、学会巧用依托

选择合适的位置后，在拍摄的过程中还应该懂得巧妙借助依托，尽可能保持相机的稳定性，不要因为自己身体晃动或者手抖而导致拍摄的照片模糊，造成照片虚。虽然目前很多相机镜头都具备一定的防抖功能，但是无法确保照片就一定不会虚，尤其在拍摄过程中若使用较低的快门速度，会大大增加照片模糊概率，因此并不能完全依赖相机自身的镜头防抖功能，记者必须寻找一种相对较为稳定的依托，有利于提高拍摄成功率。根据笔者的拍摄经验总结，在拍摄过程中，应尽可能使双臂用力贴紧身体，一只手紧紧握住相机，然而另一只手将镜头拖住镜头，并且将眼睛靠在取景器的前面，将相机夹在摄影记者的手部和头部之间，并且双手略用力将其稳固，尽量达到一种“人机合一”的境界，为了最大限度使相机保持一种稳定状态，还可以尝试着寻找身边的依靠物。如果是半蹲的姿势，可以将自己的大腿作为很多的依托，在拍摄时将胳膊肘支在大腿上，拍摄出来的照片效果比较稳定。如果采用站姿拍摄，可以借助周围的桌子、窗台、墙等。

四、抓拍的常用技法

1、以多制胜法

很多新闻事件都具有很多不确定因素，摄影记者们往往无法预测可能会出现什么样的场面，比如在文艺汇演中常常会安排一些舞蹈节目，由于表演者的位置会不断变化，而舞姿也变化多端。如果以前并没有欣赏过、了解过这种舞蹈，对这方面一点都不熟悉，那么在拍摄的过程中，相信很多记者都不可能会一次性的就抓取到成功的决定性瞬间，因为根本无法预测表演者在何时摆出哪一种造型时形象最优美、神情最动人。此时，为了避免错失每一个动人瞬间，摄影记者应该采用以多制胜的拍摄策略，根据自己的审美，将自己

认为是最动人的瞬间，快速按动快门，定格画面，然后再慢慢选择自己最满意的摄影作品。

2、有备而战法

一般的新闻事件都具有一定的规律，俗话说“精心的准备是成功的一半”，为了提高拍摄成功率，每一位摄影记者都需要做好精心的准备工作，因此在新闻采访过程中，摄影记者应该具备一定的预测能力，能够大体知道事物的大体发展趋势。比如一个聘请仪式或者是会见外国友人的采访场景，通常会出现一些相互赠送礼物，或者颁发聘书的场面，相对于座谈场景而言，这些情景显得更加生动，代表性更强，同时其中附带的信息量也非常大。因此在拍摄前，摄影记者应多做一些这些方面的准备工作，静待时机，一旦出现这样类似的场面，应该毫无疑问地快速按下快门。

3、推陈出新法

毕竟每天的新闻事件有限，但是新闻摄影从事工作者却很多，“僧多粥少”的现象非常严重，常常会由于一个相同的题材新闻事件，而出现众多记者围剿的“一窝蜂”现象，会相互争抢相同的角度、相同的位置拍摄。如果大家拍摄的内容基本一致，就会让拍摄照片失去吸引力，此时必须要记者们从文字方面着手，寻找新的立意和角度，想要标新立异，吸引受众的眼光，在拍摄过程中应该推陈出新，能够别出心裁，独树一帜。比如在运动场上的现场，大家都会将镜头重点锁定在运动健将向前飞奔，或者运动员冲刺终点的身姿，此时，记者可以换另外一个角度，转换镜头，抓取比赛结束后，众人簇拥欢呼运动员的场面，可以给人们带来不一样的感受。

综上所述，抓拍是新闻摄影中理论性、综合性、实际操作性非常强的拍摄方法以及拍摄技术，只有懂得抓拍，才可以提现新闻图片的真正价值，也才能够充分发挥新闻摄影的作用。每一个新闻摄影记者应该多练习，多实践，总结属于自己的一套方法。

（作者单位：湖南经视）

编辑/王庆华

从冰桶挑战赛看社交网站助力公益传播

江心培

2014年夏天，为对抗“肌肉萎缩性侧索硬化症（ALS）”的公益筹款活动冰桶挑战赛，席卷全球。从七月底到八月中旬，ALS协会和全美的分会共获得11709位爱心人士支持，收到近400万美元的捐款；在国内，截至2014年8月20日下午4时，获捐方“瓷娃娃”罕见病关爱中心已收到捐款近140万元，短短数日便超过其年均获捐总量。无论是作为一次公益活动传播，还是从实际筹款结果看，冰桶挑战赛都取得了巨大的成功，其成功的背后，社交网站强大的传播功效功不可没。

一、传播方式多元

公益渠道的宽窄程度决定了公益的形式与效果，传统公益在表现渠道和表现形式上，受时间和空间的限制较大，效果有限。在社交网站上，公众能够通过多种渠道参与公益活动，如通过转发、评论筹集捐款，发布现场视频、图片传播公益理念等。冰桶挑战赛的形式与活动规则是一次创新。参与者只要在网络上发布自己用冰水浇遍全身的视频内容，便可以拥有邀请其他人来参与这一活动的机会。其趣味性吸引了已看腻慈善晚宴、慈善运动会、慈善拍卖的受众，这样的活动借助于社交网络的力量，让名人与普通民众都参与其中，实现了公益活动和娱乐的互动，更有吸引力。

二、交互性强

自媒体兴起后，发起者与受众之间从不对称的单项信息交流模式演变成双向对

称的信息交流模式，这一方面推动了媒体互动性与传播效果正相关关系发展；另一方面，社交网络的受众还可以利用自己的双重身份，在参与、发布、围观、评论、转发中，实现多种生活场景的融合，对群体身份产生同化影响，从而将活动推向高潮。同时，很多社交网站是以现实中的群体关系为基础的，群体间的信息认同感较强，传播效率高，公益活动往往能以“滚雪球”的方式迅速扩散，促进公益活动规模的扩大和传播效果的增强。

三、操作方式简单

如今，虽然很多慈善筹款活动都不乏爱心人士的积极参与，但类似于慈善晚会、慈善运动会等传统的筹款形式，由于缺乏新意，耗费时间，已经难以引起人们广泛的参与，很多人去捐款也只是敷衍了事，根本来不及感受活动的主旨。因简单易操作，冰桶挑战赛吸引了更多人参与其中。冰桶挑战赛从接受挑战到发布相关内容到朋友圈、微博，整个过程操作方式简单、耗时短、效率高，因而短短几日能够赢得众多受众的围观与参与。

四、形成群集传播

根据霍夫兰的“可信度效果”研究，信源的可信度越高，其说服效果越大；信源的可信度越低，说服效果越小，对于尤其需要可靠信源的公益传播而言，其公信力是影响公益活动最终效果的关键。相比由政府或专业公益组织发起的公益活动，社交网站上的公益活动由草根或大V发起，

更具亲民性和感染力。社交网站上的意见领袖，使得接收信息的群体成员继续传播，每个群体成员所归属的网络虚拟群体常常覆盖不同的群级，如此循环，形成二次传播率较高的群集传播，极大地扩展了公益活动的传播范围。据统计，截至8月24日上午，冰桶挑战赛借助社交平台在在微博、朋友圈的阅读量已达到32.4亿，讨论量达到306.7万。

综上所述，以社交网站为助力的公益活动传播突破了时空限制，丰富了公益活动的主题内容，拓宽了受众参与渠道，丰富了公益活动的表现形式，增强了公益活动的互动性。另外，社交网站与公益结合，将以往由政府号召、专业部门组织的“大公益”碎片化，给更多的普通网友话语权，使“微公益”渐渐成为趋势，传递出人人公益的理念。但是我们也应看到，国内社交网站与公益活动结合的案例并不少，如由搜狐“白社会”组织的环保公益活动“绿光森林·我们的贡献”，起初确实不乏热心参与者，但过不了多久便销声匿迹，像冰桶挑战赛这样在短时间内达到传播、实际和筹款效果俱佳双赢的并不多。因此，对于社交网站公益活动的传播来说，单靠转发、评论，吸引少数人参与并不能实现有效的传播。只有更多公益活动出现，才能提高活动的“二级传播”几率，不断吸引受众的关注和参与，形成良性的循环，延长公益活动的寿命。

（作者单位：湖南大学新闻传播与影视艺术学院）

编辑/曾致

试论选秀节目对中国通俗音乐发展的影响

/胡少林

上世纪八十年代以来，随着政治经济的改革开放，文化领域也有了突破性的进展。在音乐方面，文化政策的宽松为通俗音乐的兴起创造了十分有利的条件。首先是港台通俗音乐进入大陆公众视野，接着是大陆原创通俗音乐的兴起，伴随着欧美经典通俗音乐的纷至沓来，中国通俗音乐整体上呈现出蓬勃发展的态势。经过了三四十年的发展与融合，中国通俗音乐逐渐形成自己的体系，音乐类型不断扩充，在中西曲风融合、现代与传统融合、民族音乐风格融合等多方面都打开了新的局面。近年来，受西方大众娱乐文化导向性的影响，中国大陆各电视台纷纷打造各种选秀节目，尤其以音乐类选秀节目备受民众关注，这就使得中国通俗音乐的发展在继网络音乐方兴未艾之时又出现了新的导向机制及多种可能性。

一、中国通俗音乐发展历程

我国的通俗音乐与世界其他地区相比，起步相对较晚，但经过了三四十年的迅速发展，已经形成了中国独有的通俗音乐风格。中国通俗音乐的发展，大致可以分为三个阶段。下面我们来具体分析：

第一阶段：港台通俗到大陆通俗的过渡阶段。这一阶段是我国通俗音乐的兴起时期，这种新鲜的音乐元素，主要从港台地区先发展起来。最具有代表性的莫过于邓丽君的音乐，《小城故事》《月亮代表我的心》等是最早一批被大家耳熟能详的作品；在男歌手中，谭咏麟也是通俗音乐早期的代表人物之一，他的《爱在深秋》《水中花》等歌曲都俘获了大陆乐迷们的心。经过港台歌曲的传入，大陆也陆续出现富有开创性的通俗歌手，如李谷一的

《乡恋》，苏小明的《军港之夜》等，他们这一批富有才华的歌手，为大陆通俗音乐打下了坚实的基础。这一时期通俗音乐的特点是旋律简单明快，歌词朗朗上口，配乐朴素传统。第二阶段：从“民族风”到“摇滚乐”。上世纪80年代末开始，随着时代的进步，文化领域当然也有比翼齐飞的态势。通俗音乐领域出现了不少有代表性的民族风音乐，如《黄土高坡》、《信天游》、《妹妹走我也走》等曲目，就带有强烈的地域特色。与此同时，以崔健为代表的中国摇滚乐也登上了历史舞台，这是中国通俗音乐发展史上重要的一笔。这一时期还出现了诸如黑豹乐队、唐朝乐队等摇滚团体。总的来说，这一时期中国通俗音乐的风格有所变化，将民族风格与西方调式相融合是这一时期中国通俗音乐的主要特点。第三阶段：现代多元化融合时期。从上世纪末至今，中国通俗音乐发展迅猛无比，类型和风格也层出不穷。以周杰伦、孙燕姿、王力宏等为代表的港台通俗歌手为中国通俗音乐添上了浓重的一笔。大陆地区的歌手也在尝试着自己风格的多元化，那英、刘欢等是这二十年来长盛不衰的实力唱将，与此同时，以刀郎为代表的草根音乐也开始兴起，随着网络媒体的不断发展，网络歌手也在通俗音乐中分得了一席之地，如《两只蝴蝶》、《老鼠爱大米》等。这一时期的特点就是多元化的融合，多种曲风、多种配乐方式、多种演唱技法、以及多种流行渠道之间并不是泾渭分明，中国通俗音乐空前繁盛，多元化融合之路仍在继续发展。

二、选秀节目中的通俗元素

上面我们谈到了我国通俗音乐的发展历程，大略分为三个进程。我们可以看

到，发展到今天，已经呈现出了百花齐放的态势，尤其是网络歌曲的出现，为通俗音乐的推广渠道降低了门槛。网络传媒的发展对大众文化尤其是大众娱乐文化必然产生导向性的影响。此时以电视为代表的传统媒体在竞争激烈的情况下，要想能够保证收视率，必然要在节目革新方面花上大功夫。选秀节目是欧美地区率先兴起的一种新的娱乐机制，在世界范围内反响强烈，比如英国达人秀、好声音等都是个中翘楚。中国电视人在这方面也不甘示弱，很快引进选秀机制，以海选—淘汰赛—总决赛这样的赛程设置，集歌手的表演性与观众的参与性于一体，在很大程度上吸引了大众视角。

如果我们深入来思索一下选秀节目成功的原因，那就不难发现其中的通俗性元素。电视作为主流传统媒体，她的受众相对广泛，即使是音乐性节目也并不能完全看成是所谓艺术圈的事，它的主要目的是生产大众娱乐消费品，这也就随之形成了典型的大众娱乐文化。“大众娱乐文化”顾名思义，必然是取悦于大众的，这也就不可避免地要在“通俗性”中寻找看点，这也正是到目前为止我们都没有在主流电视媒体上看到一个京剧或歌剧类选秀节目的原因所在。因此可以说，选秀节目的圈子——当然我们指的是音乐类选秀节目——由于其受众的群体情况限制，就必然直接指向了通俗音乐领域，这当然也是我们能够将“选秀节目”与“通俗音乐”结合起来分析考量的重要前提。

选秀节目的兴起，也就是最近十年左右的事情，它本身存在的领域是通俗音乐界，那这种新型机制的蔓延必然会对它所存在的领域产生一定的影响，下面我们就来具体分析一下音乐选秀节目对中国通俗音乐发展的影响。

三、选秀节目对中国通俗音乐发展的积极影响

1、促进音乐类型的多样化

中国通俗音乐发展到第三阶段，也就是现在正在经历的这一阶段，出现了现代多元化音乐风格的融合现象，这种情况在选秀节目的有力推动下得到了更为迅速的发展。以中国好声音为例，第一季的彝族女歌手吉克隽逸，有种强烈的个人风格，她将本民族的演唱方式与外国音乐相结合，形成了独具特色的演唱方法，这正是音乐风格融合的体现。还有颇具个人魅力的女歌手王韵壹，她为中国通俗音乐的多样性也贡献了自己的力量，她的爵士唱法，使得中国鲜少有人涉足的领域在大舞台上得以弥补，这是非常有意义的。到了中国好声音第二季，蘑菇兄弟作为一个组合出现，也是本次选秀的一大亮点，他们让中国听众在大众媒体的传播下，听到了乡村草堂风格的音乐，在这个领域可以说是开创性的。种种迹象表明，相对开放的选秀节目，为中国通俗音乐的听众带来了更多不同的声音，为促进音乐类型的多样化，起到了推波助澜的作用。

2、拓宽了通俗音乐的视角

选秀节目的标准并非传统意义上的条条框框，它以大众接受度为导向，也就是说，人气高、关注度高的选手更容易在选秀节目中脱颖而出。这样的选择机制跟传统的唱片公司一票否决制比起来更加人性化，也更具公平化，很多以往无法被唱片公司或者传媒公司推广的音乐形式得到了发展的可能，通俗音乐的评论权，不再只是那一小部分人所掌握，而是由大众消费者直接进行选择，这样就使得通俗音乐

圈更开阔，让我们作为普通观众得到了更广阔的音乐视域，也使得那些真正好听的音乐得以流传。

3、为中国通俗乐坛输送了新鲜血液

中国近年来选秀节目层出不穷，音乐领域有代表性的也很多，比如超级女声、快乐男声、中国达人秀、中国好声音、中国好歌曲等都是收视率极高的节目。这些节目无论赛制如何设定，都无一例外地设有海选环节，也就是说，这些都是面对大众的选秀，大部分参加者是来自圈子底层的草根选手，他们中不乏有想法、有才华、有创造性的音乐后生，所谓“后生可畏”是相当有道理的，他们中很多人有国外学习经历，有乐队排练经历，有走穴演唱经历……这些都为他们的音乐奠定了扎实的基础，但同时，他们作为中国通俗音乐大众视域中的后辈，又为这个领域注入了新鲜的血液。我们不可否认，经典的终归会长久流传，但每个领域的创新都十分重要，中国通俗音乐只有吸纳进越来越多的后辈人才，才能够发展壮大，让更多的流行成为经典。选秀节目在这一方面无疑是起到了一个重要媒介的作用，发觉新秀和培养新秀就是他们的宗旨和责无旁贷的义务，这对于中国通俗音乐的发展有着十分积极的影响。

四、选秀节目对中国通俗音乐发展的消极影响

1、选秀与作秀

尽管选秀节目对通俗音乐的发展有着很多方面的积极影响，但我们仍旧不能对其产生的消极作用避而不谈。首先，我们必须看到选秀节目根源上的弊端，

从本质上来讲，选秀节目的外在形式在于“选”，而内在看点却在于“秀”。因此，很多观众和网友都对选秀节目的内部运作机制表示质疑，选秀节目有多大程度上的真实性更是见仁见智的事情。无论怎样，我们都不可否认，导演为了节目的观赏性，必然会有一些“作秀”的成分，这就不可避免地将“音乐”和“故事”掺杂起来，每一个选秀节目都不是纯艺术的节目，它需要制造看点来博取眼球，这就使得通俗音乐变得越来越不纯粹。门槛变低了，浑水摸鱼、滥竽充数者必然大增，这是选秀节目出现后中国通俗音乐必须要克服的问题。

2、流行与经典

大众选秀节目由于赛程机制的可看性，必然吸引公众的目光，而他们作为所谓的非专业人士，是很容易受到流行导向影响的。换句话说，很多在选秀节目中流行起来的歌曲，可能播放率和传唱率很高，但它的艺术生命并不见得很长，经常都呈现“长江后浪推前浪”的趋势，这就使得有些选秀节目出来的歌手和歌曲显得过于轻浮，经不起时间的打磨，这也正是选秀节目的一大弊端之一，增加艺术生命的长度始终是歌手们需要努力的方向。

音乐类选秀节目如雨后春笋般出现在主流媒体，出现在大众视野当中，由于大众娱乐视角的关系，它的圈子必然指向了中国通俗乐坛。反过来，选秀节目的火爆也必然给它存在的领域带来重要的影响，积极方面的影响需要继续发挥，消极方面的希望可以尽量避免，最终使得中国通俗音乐能够发展得越来越好。

（作者单位：湖南科技职业学院）

编辑/曾致

小议新闻思维 / 帅兵

有人说：思路决定出路。其实还应该在前边加一句：思维决定思路，思路决定出路。在这个逻辑关系中，思维模式是最关键的，是前提。同样一件事情，有人马上就可以发现新闻价值，有人则视若无睹；同一个新闻，有人从这个角度写，有人从那个角度写；有人写出很有影响的新闻，有的则平平淡淡。这其中主要是思维在起作用。

以笔者多年的实践体会，在新闻报道的形成机制中，有意无意的，都有着独特的思维在活动，我们姑且称之为“新闻思维”。成熟的新闻思维，能够引导我们很快地发现新闻，并及时写出较好的新闻来。那么我们需要形成什么样的新闻思维呢？

系统性思维：主要解决报道价值的问题。企业新闻，首先要有报道价值，报道价值是企业服务的；其次要注重新。这个新，是题材的新，更是报道内容的新。无论是价值还是“新”，都要靠对比才能体现。和谁对比，在什么情况下对比？毋庸置疑，应该放在企业发展的框架下进行对比。只有这样，才是真实的，客观的，全面的，有说服力的！建立系统性思维，一定要对企业管理的方方面面有深入全面的了解。当出现新闻线索时，将它置于企业管理的系统中进行全方位的比照，新闻的价值就自然而然地显露出来了。有的稿件之所以经不起推敲，有的甚至将以前的做法当做新的经验报道，就在于作者不了解企业情况。

联系的思维：解决新闻的含金量的问题。风起于青萍之末。蝴蝶效应。因果关系。任何事物都不是孤立存在的，都是互相联系的。一件事情，看似简单，但通

过和上下左右的联系，就能发现其中的关联，发现它发展的蛛丝马迹，发现它对于企业的意义。是不是真实的，有没有新闻价值，价值有多大，也要通过联系对比才能知道。联系还可以解决报道价值的问题：新闻用什么体裁报，放在什么版面，要与企业实际相联系，要与宣传导向相联系，还要与其他稿件联系起来进行思考和策划。2014年五局作为央企二级集团单位启动第二批党的群众路线教育实践活动。如果孤立地看这个活动，就会认为这是一次党的一次政治运动，作为央企，就要被动迎合。如果联系五局2003年以来的发展，其实就贯穿了群众路线。党的群众路线教育实践活动在五局的开展，不是被动而是主动，不是强加而是自身需要，不是离开企业实际的两张皮，而是传承基础上的改进和提升。于是，一篇《群众路线是五局发展的法宝》的言论就应运而生了。

发散性思维：解决题材缺乏的问题。发散性思维其实也是联系思维的一种。很多人发现不了新闻，是因为没有通过眼前的事物拓展思维，从多方位进行发散性思维。发散性思维的特征是由此及彼，由彼及他，没有穷尽。发散是在系统里的发散，是在各个线条、各个方面、各个层次、各个阶段的发散。发散性思维呈放射状，从各个方位密集放射，因此肯定会发生多个交集，这样的交集有可能就是新闻点。土木公司2014年将通讯员队伍涵盖至各个业务部门，并量化写稿指标。我们可以从通讯员队伍建设的角度思考，可从加强执行力（量化指标）的角度思考，可从提升企业管理（专业线条通讯员对本线条的报道）的角度思考，可从通讯员成长的角度思考，可从对队伍素质建设的角度思考

……我们可以从中找到很多的报道点。

辩证的思维：解决真实性和客观性的问题。真实客观地反映事物本质，是新闻的根本任务和生命力所在。根据辩证法的观点，事物是普遍联系的、是发展变化的，也是对立统一的。辩证的思维是将报道对象作为一个整体，从其内在矛盾的运动、变化及各个方面的相互联系中进行考察，以便从本质上系统地、完整地认识对象。通讯员发来一篇成本节约的报道，节约体现在几个方面：一是材料节约，二是新材料使用，三是劳动效率提高，四是加班节约工期。所谓辩证的看，就是要问：材料节约会否对质量造成影响？新材料应用是不是领先于人？是不是有独到之处？劳动效率的提高是不是符合五局相关的管理要求？管理上有无创新？创新的意义何在？加班是否符合劳动法？是否符合五局企业文化的要求？是否符合社会舆论的导向？值不值得提倡？成本节约的效益是否真实？对工程创优有无影响？凡此种种，是不是五局管理和文化倡导的方向？等等。一篇新闻要经得起推敲，就必须多方面考量。

逻辑的思维：解决报道严谨性的问题。只有严谨的报道，才经得起推敲，令人信服；也只有严谨的报道，才能让人充分了解报道的内容，把握报道的实质。报道的内容要系统连贯、层次分明、因果对应，符合事物发展的规律。报道一个工作经验，其思路、做法和成效的关系一定是清晰的、准确的。逻辑的思维既体现在素材的选择上，也体现在报道的写作中，更体现在报道的修改定稿中。

（作者单位：中建五局党委工作部）

编辑/曾致



为了开创“芒果TV时代”

——快乐阳光公司2014年工作总结暨2015年工作规划 /易柯明

一、2014年总成绩单

1、概念成就

①独播探路——视频江湖大闯荡

2014年，在新老媒体融合发展的举国背景下，在湖南广电融合再造的全台号角下（插说：湖南广电近年的全台目标是——建设新型主流传媒集团）——

快乐阳光锁定“主业+专业”——芒果TV全终端视频产业，全力以赴、做实做大，进行了产业重组、机构改革，建立了比较适应视频行业发展与管理的运营系统、技术条件、人才团队、业务规则等，并完善董事会治理，启动融资改制，在湖南广播电视台、湖南卫视和芒果传媒的鼎力支持下，紧紧抓住融合发展的前所未有的重大机遇，以“芒果独播”为突进战略，以全终端拓展、“马栏山制造”、“芒果大营销”等为跟进战略，实现了芒果TV互联网电视和视频网站内容、平台、产品、用户、产业链、商业模式、品牌价值、功能化结构、团队战斗力的跨越式推进，实现了手机电视、IPTV、终端产品

（含客户端、机顶盒或一体机设备）等同步业务的快速增长，使得快乐阳光企业趋于成熟、芒果TV事业趋于壮大，从而为中国广电新媒体、湖南文化产业界探索着一个新路径、孕育着一个新果实、成就着一个新业绩、贡献着一个新案例。

湖南广电、芒果TV的“芒果独播”被国家新闻出版广电总局和各大主流媒体看好，看成网络媒体对电视媒体“造势”，和电视媒体对网络媒体“逆袭”的大举措，看成一个视频产业划时代的大动作。可以说，“芒果独播”成为年度现象与热词，实际上改写了中国视频行业格局与进程。

②改制开路——资本世界大奔跑

任何革命都是“枪杆子、笔杆子+钱袋子”的革命，产业革命也是如此。如果说内容、平台、产品、品牌及用户服务建设是我们的“枪杆子、笔杆子”，那么融资改制就是我们的“钱袋子”。在总台、芒果传媒的支持下，2014年内，不仅湖南省委宣传部（省文改文产办）、省财政厅（省文资办）批复同意快乐阳光融资改

制，快乐阳光实际上也完成了第一阶段的任务。用聂玫副台长（董事长）的话说：“快乐阳光融资改制第一阶段目标基本达成，数十家邀约投资机构对快乐阳光超过60亿元的资本价值予以书面确认”。

今天我们的靠山，很多人还认为就是湖南广电、湖南卫视，其实不尽然。资本世界、产品市场将是我们未来的靠山。吕焕斌台长在启航动员会上说：“快乐购成功上市了。快乐阳光也在走快乐购这条路，也会有像快乐购上市敲钟的这一天。”

我们之所以如此发狠，准备在视频江湖大闯荡，在资本世界大奔跑，其实是已经懂得一个道理、放大一个道理：真正的靠山，是我们自己——是我们自己的拾得起、压不垮的肩膀，因为这些内外融合的产业、资本力量，都要构筑成快乐阳光、芒果TV的勇于担当的肩膀力量。

2、数据成绩

①关键指标（上）：经营收入、总资产
截至2014年12月31日，快乐阳光全线

营销收入达5.67亿元，较2013年增长72%。

公司总资产达7.2亿元。前面说过了，在资本市场价值更高。

②关键指标（下）：用户数、流量指标、业界排名、重大功能建设或合作

芒果视频方面——

芒果视频，也就是PC端全网，居中国视频网站系第八位（艾瑞数据）。2014年，已超越56、酷6、PPS等。2014年底，PC全平台用户数基本达到业界第一名优酷土豆的三分之一。移动端与PC端流量基本实现对等。芒果视频应用在2014年终，登顶AppStore（免费）双榜第一。

2014年内，PC全平台用户体系已经打通，付费体系在新年初完成建设，实现任终端付费免广告观看。

全平台除全面承接了“芒果独播”后湖南卫视内容的全网流量，非湖南卫视内容的表现也超过预期。同时，视界已经投向世界，例如已经成为最早直播美国好莱坞活动内容的中国视频新媒体。

芒果互联网电视方面——

2014年底，芒果OTT电视用户跟年初比增长13倍。VIP用户量较年初增长52倍。VIP用户总金额突破1000万元，实现历史性突破。

合作厂家终端出货量及其激活量，占据终端市场30%的市场份额，居业界领先地位。芒果嗨Q已经成为业界驰名产品；芒果TV inside线上线下旗舰店初步成为消费流行的品牌门店。

运营商总用户数全年新增60万户，营收较2013年增长30%。

市场营销的广告合作对象（已有合作关系或意向）——

我们的广告客户，包括宝马、雷克萨斯、凯迪拉克、雪佛兰、别克、雅诗兰黛、Dior、麦当劳、肯德基、必胜客、宝洁、联合利华、伊利、美的、三九、统一等众多国际国内一线品牌。

除湖南IPTV外，所有平台、产品线的用户范围，都覆盖全国、抵达世界。

全部产业指标和市场营销额，完成了

年初下达的合理任务。

③技术资源量

中国经济有个新词叫“新常态”。我们的技术资源布局、部署，也出现了新常态，不妨称“芒果TV技术新常态”：带宽储备已达1.3T以上；技术运维系统主要分成MPP、OTT两大系统后，2014年分别成功撑起230万和近30万的同时在线峰值。这一峰值数据及其有效支撑能力，达到了一流视频网站水准。

④人才队伍

至2014年12月31日，快乐阳光员工总数873人，全年新入职404人。平均年龄26岁，硕士学历以上占比10%。其中三大事业部，互联网电视217人，互联网视频208人，技术研发245人。人员来自五湖四海，足以闯荡花样江湖。例如技术人才来自大型互联网公司的已占比20%，换句话说，我司现在可以内部开起百度、阿里巴巴、腾讯、小米、华为等“一线IT名企户口”技术人才研讨会，也有了自己的“马栏山技术墙角”。

⑤创业荣誉

不是虚荣，是殊荣。也就是实荣、美誉度。快乐阳光（芒果TV）在2014年获得的广电系统、IT业界荣誉总量，是前所未有的，按获奖先后分列如下——

“湖南文化品牌40强”；

“第七届中国品牌媒体高峰论坛颁奖典礼之2013-2014年中国最具品牌影响力传媒网站”；

“金鹰节互联盛典2014跨界融合创新奖”；

“2014最佳营销支撑奖”；

“（芒果TV独播）最具创新价值融合发展商业模式奖”；

“第九届综艺新媒体高峰论坛2014综艺年度新锐企业大奖”；

“iworld2014互动营销——金赢销奖”

“《中国广播影视》2014广电新媒体融合先锋榜样奖”；

“第五届中国互联网品牌大奖”之

“2014全国媒体融合创新先锋品牌奖”和“2014中国网络媒体创新发展品牌人物奖（张若波）”；

入选《2014中国媒体融合年度发展报告（蓝皮书）》之“中国媒体融合年度先锋榜”、“中国媒体融合年度最佳产品榜”和“中国媒体融合领军人物榜”（张若波）；

“台北2014Google年度颁奖典礼”之“2014YouTube年度最佳编排奖”；

“第七届中国传媒趋势论坛暨中国传媒学院奖之2014最具品牌传播价值媒体机构”；

“2014艾瑞iVideoTracker排名Top10荣誉奖”；

“（基础电信运营商）2014年最佳品牌合作伙伴”；

“2014年度长沙服务业统计工作先进单位”；

在2014年湖南新闻奖（网络）评选中，芒果TV视频新闻作品《爸爸去哪儿第二季，谁是人生大赢家》获得一等奖。

共计19个奖，月均1.5个。

二、难忘的亮点或经验——用心如止水的静，素描惊涛骇浪的动

总成绩单的背后，上演了无数个“不眠不休”、“不离不弃”、“不依不饶”、“不折不扣”的精彩创业故事，写满了光荣与梦想，挥就了激情与汗水。我们无法全部复述，只分享一些具有普遍经验和启迪意义的案例：

除去芒果独播、融资改制这两条全行业标杆性的经验或必经之道，还有九条——

1、该改名时就改名——金鹰网改名芒果TV网，名正言顺，事业更顺。

2014年初，快乐阳光在多年的业务多元化探索之后，走上了专业化之路。常态剥离图文资讯、网络游戏、网络社区、无线增值等非视频业务，一心一意做强视频。金鹰网改名芒果TV网，使平台和产品品牌向“芒果TV”集中，实现了最有效的

品牌聚力。

效果见三：第一，用户激增，流量飞升。2014年的创业激扬期，芒果TV网的日UV、日VV、日PV总量增长率均超过十番，其中视频浏览量不到一年时间增长七十倍，增速之高是业界罕见，芒果TV如期进入中国视频网站前十强；第二，影响扩大、话题日新。从4月20日到12月31日的255天内，芒果TV网总访客数（UV）达20亿，页面浏览量（PV）超46亿，用户规模大涨，系统商业价值和社会宣传意义都是不言而喻；第三，反哺湖南广电、湖南卫视。芒果TV对湖南卫视节目的网络推广拉动效果显著。例如获得“iworld2014互动营销——金赢销奖”的《一年级》节目整合营销案例，节目收官翌日在芒果TV的总播放量近4亿次，平均每期播放量3000多万，微博话题阅读量近70亿，相当于过去的一流视频网站和网媒传播水平；艾瑞调查显示，芒果TV受众对《一年级》忠诚度高，人均收看时长超过半小时，覆盖广度、传播深度均居同档期综艺节目首位。这表明，“改名+独播”的战略取向，是双赢的、精彩可期的，不仅基本满足了总台战略需求，也基本实现了快乐阳光总裁办公会议于2014年1月决定遵照国家新广总局于2013年最后一天批复组建湖南网络广播电视台的精神，整合原金鹰网和芒果TV的PC平台及手机电视团队，打造新的“芒果TV网”的转型升级初衷。

2、内容自制是王道——芒果TV内容生产迈出风云一步。

2014年芒果TV的一个深刻改变是：从播出方变身播出方、制作方“两位一体”，平台运营开始渗透到“芒果制造”的每个环节，承载实现台网跨屏融合的重大变革。

启动了强大的自制剧计划，《花样江湖》等多部自制剧的推出惊艳业界。9月份，湖南卫视、芒果TV宣布双方共同投资10亿元用于打造2015年周播大剧。“马栏山制造——芒果TV网络剧自制计划”，正在申请2015年度湖南省文化产业引导资金

立项。年末，还启动了对“美国人民选择奖”和“金球奖”的两个越洋直播，取得了国际拓展、规范播出双料经验。

芒果live show也在年内承制了华晨宇演唱会、曹格演唱会、珠海音乐节等30多场明星专场活动的互联网电视播出。芒果live show平台也在申请2015年度湖南省战略性新兴产业扶持资金立项。

事实证明，一个具有制作能力的视频播出机构，节目自制及其IP化对其独立平台价值的快速形成，具有核心竞争力级别的重大作用。

3、功能拓展是王牌——芒果TV功能平台建设实现重大进展。

功能建设的重要性，绝不亚于内容规划与资源集聚。年内，互联网电视完成技术适配产品近80款，完成微信登陆、支付、支付宝支付等众多功能优化。9月9日，芒果TV APP4.0正式上线，标志着芒果TV在PC、手机、PAD、互联网电视上全平台布局全面完成，海量内容多屏同步更新，“一云多景、多屏合一”布局初现端倪。预计到2015年5月，芒果TV媒资系统将全面打通，“一云多屏”在湖南将会变成文化产业现实。

战略级的功能动作还要辅以战术级的功能动作。10月份的金鹰节上，芒果TV首次将“电视弹幕”的网络技术引入电视直播，取得良好效果。芒果TV手机客户端在183天内，双平台推出19个版本，功能创新激情可嘉。

4、重大合作取捷径——芒果OTT电视挑选实力伙伴，直抵全国市场。

2014年，芒果互联网电视战略拓展的鲜明特征是：总揽全国市场，敢争业界头牌，扎实苦练内功，重大合作加分。一方面，与三星、TCL、长虹等合作推出智能电视一体机产品，并且精益求精，例如与TCL的合作，超过竞品TCL爱奇艺+电视机全年销量。另一方面，与海美迪、百度、清华同方、UT斯达康、开博尔等三十余家建立深度合作，不仅推出近80款机顶盒产品，芒果嗨Q、芒果乐盒、芒果飞盒、芒果

冰等机顶盒更成为市场畅销明星产品。芒果TV inside线上线下旗舰店就像芒果TV家族的一个“俏佳人”，直接进入“比武招亲”环节；张若波总裁在开业庆典上上了一个谦词“小店开张”，可小店的背后，是几十上百条合作生产线，小店不小，因为事业宏大。

5、技术两化开大道——在基础技术平台、分期技术产品上，技术研发已走上核心技术知识产权化、核心团队中心调度化的“两化大道”。

在2014年芒果TV宏大产业实践中，技术研发中心在业务支撑、运营保障、项目开发、团队配置等方面，不断进行自我攀升。CDN资源配置方面，总是及时针对性调整，以“人工云计算”精神，加强业务集中性和平台通用性建设，优化最佳配比。及时因势重新规划生产环节，推动技术云转码，完成上下游媒资无缝衔接，落地多屏战略支持，统一了核心媒资库。还完成全业务认证鉴权计费支撑、DRM系统上线和芒果TV内容技术保护等一系列工期迫切而技术要求高的重大项目，有的项目技建，数十天就完成了了一线视频网站需要一、两年才能完成的进度。并开启芒果TV自有大数据系统研发，融台网联动媒资系统云技术、用户行为大数据分析及深度应用于一体，有望在湖南广电旗下构建起信息全、质量高的首家大数据平台，由此推进到“智能云计算”的真正大数据应用阶段。目前，芒果TV大数据平台，也就是以芒果TV媒体用户实时数据为核心价值、以系列相关数据产品为运营体系的云应用平台，正在申请2015年度湖南省文化事业引导资金立项。

技术队伍深刻认识到了技术研发与知识产权、无形资产的核心价值关系，有效采用了项目主管人的中心调度权机制，已经构筑起经得起考验的业务支撑系统、生产支撑系统、运营支撑系统、数据支撑系统、管控支撑系统。谢谢技术人才们！

6、移动正道出奇兵——移动增值业务，合作渠道走正道，自有产品出奇兵。

2014年，移动增值业务中心以内容点播、专区搭建、包月订购等方式，与三大运营商合作开展了视频、阅读、动漫、音乐等移动增值业务，取得了不俗成绩。他们的突出经验是：走正道，实实在在与基础运营商合作；出奇兵，费心创意形成独家特色的产品包。例如与中国移动视频基地成功合作了和视频、V+精选包、垂直频道等多业务线，又成功将中国电信天翼阅读“芒果娱乐悦听包”计费商用，还首次触及动漫业务和全网语音杂志业务。相关产品都有独家的芒果TV娱乐互动特色。

7、机动机智谋版权——版权合作规范中蕴含机巧。

2014年版权合作的主要经验是：目标与策略确定之后，规范操作+机智操作。一是面对数以千计的部集采购量，建立了版权引进评估机制；二是确立了“强IP同步拼播采购策略”，这里面也体现有台网融合；三是“高性价比导向”，我司全平台的采购价格低于优土等国内一线视频网站，TV端采购价格与同类平台相比也要便宜；四是版权合作层级不断提高，年内实现了与好莱坞六大电影公司、韩国KBS等海外主流内容公司的直接对等合作。

8、网状布局一体化——市场营销持续上台阶，靠的是网状一体化布局。

2014年，市场营销中心一是树立了“芒果大营销——强IP内容整合营销”大概念，高品质、高收益、高影响的品牌冠名广告成为年度新潮；二是建立了覆盖全平台全渠道全终端全产品的一云多屏广告经营模式，在互联网视频广告系统投入运营后，今年一季度新的互联网电视广告系统将上线，IPTV广告也实现了零的突破；三是分别组建了华北、华东、华南、福建、长沙销售中心，在北京、上海、广州、厦门设立了广告分部；四是组织了规模空前、融合超往的系列招商会，十五天广告预售破2.5亿成为业界美谈，羊年开年已签约的广告合同金额较之马年增长至少四番；五是打造起汽车4S店般的4A服务团

队；六是年内借湖南卫视内容扬威Youtube网站之机，赚取海外广告收入千万元以上。网状一体化布局，可以上演精彩不断、此起彼伏的创业故事。

9. 攻防结合团体赛——公共运营支撑系统，不遗余力打赢团体赛。

品牌管理中心在2014年展现出来的职业精神、专业追求、事业效果，令人敬佩！没日没夜的信息整合分析，高潮迭起的案例贡献引导，使得公司几乎每一个平台、每一件产品的侧面，都有着品牌之花的浇灌绽放。前述19个奖，赖业务之功，亦有品牌之助。而芒果TV粉丝总量，也从年初的几万量级，跃增到年底的140多万。

信息安全中心牢记把好导向安全关，就是保驾护航，就是大功一件；且与技术队伍联手应对年内多次重大黑客攻击，参与化解危机。编印了全司第一本、网络媒体界不多见的《快乐阳光信息安全读本》，成为工作把关、员工培训的双料读本，获得各级宣管部门高度评价。信安也做好了由“防守型”用户信息安控，向“进攻型”用户行为引导的工作转型准备，和人员由用户信息审核专员，向用户内容产品经理的角色转型准备。

公共事务中心和人力资源中心认识到一个优质的企业，行政力量要与业务能量适应协调，企业文化要与业务能量并驾齐驱，使得单位集体的秩序、气息、风采都能够产生氛围归属感、人才吸引力。在从500人到900人的办公场地供应和人事激励、劳保社保的良序运行中不辱使命；公司有形资产清查更加规范清晰；搭建了无纸化办公系统，新年可全面启动OA平台应用；建设了员工内部食堂；企业文化环境建设也有新气象，2015上半年可望收效大成；法务工作更加健全；就在昨天，我们收到国家工商总局商标局的函告，继“快乐阳光”商标之后，“芒果派”、“芒果盒子”成功注册，并有一批新的商标正在申请，掌握商标资产的范围在扩大。

人力资源在编制化管理、复合型招

聘、岗位标准化等重大方面，有了一定力度的开局，有望在来年夯实；2014年“快乐阳光百家课堂”举办了十四场培训，每月不少于一场，有的讲座开到了总台，系统内扩大了芒果TV的融合声望；网络视听节目审核员资格培训通过者数目，居全省互联网企业之首；贯彻落实了49次项目化评估的总裁嘉奖令，协力推进公司业务拓展升级。

关于2014年的产业引导资金扶持：在局、台支持下，2014年我司首次实现获得“一项目双资金”，即芒果TV视听云服务平台项目，一年之内先后获得湖南省文化产业引导资金、湖南省战略性新兴产业引导资金。芒果TV融合发展项目直接获得国家新闻出版广电总局的融合案例扶植引导资金；芒果TV网络视听节目建设项目也获得总局的专项扶持资金。这些资金项目，钱不在多，荣誉在肩。而且，还协助总台，以快乐阳光的项目申报材料为基础，以湖南广播电视台为申报主体，以台网融合发展战略为项目名义（以我司提议的“节目多维化制播链”、“一云多屏集成播控平台”为项目核心），使总台获得大宗事业引导资金，此事虽功在总台，但也该计有快乐阳光（芒果TV）的实际贡献。

总之，2014年快乐阳光、芒果TV的融合实践，为广电、IT业界初步提供了一个成熟、绩优的样本。可以说，贯穿2014年快乐阳光发展的四个关键词是：芒果独播、跨界融合、融资改制、战略升级。由此，湖南广电、快乐阳光“一云多屏”的立体传播体系和商业化未来图景基本形成。

三、2015年大致规划

1、台领导殷切期望

吕焕斌台长1月22日在启航动员会上殷切寄语——对快乐阳光、芒果TV的要求是，要打造一个与湖南卫视在电视界的地位与规模相匹配的互联网平台和品牌。因此，快乐阳光要接续湖南广电、马栏山的创业基因，奋勇争业界第一。要动员快

乐阳光全公司，迎接这场赶考，要像长沙市居委会大妈迎接国家文明城市创建的检查精神那样，追求完美。现在起要全员树立“公司价值”的意识，要有激情、有朝气、注重细节、追求完美，面对竞争不能输、不服输、不会输，荣誉感胜于一切！

聂玫副台长兼董事长指出：快乐阳光真正的资本运营启航即将开始，今后快乐阳光将不再单一对湖南广电大股东，而面对高度重视市场化、专业化、协作化的苛刻投资人，因此一定要加快发展转型。

2、CEO吹响进军鼓

张若波总裁一直给全司团队强调两种精神，一是“快乐工作、快乐生活”的企业文化；再是“敢于试错、乐于协作、热爱学习、争取共赢、明天我要疯狂”的职业精神。这是全体快乐阳光人2015年的状态要求。

放眼2015年，放眼“芒果TV时代”的元年，我们要在内容制播、功能优化、平台建设、产品研发、渠道合作、商业拓展、融资改制、项目融合、技术支撑、企业文化等十大方面，迈出前所未有的更大步伐，使快乐阳光、芒果TV成为媒体融合的行业典范、经济增长的产业典范、社会服务的事业典范。让我们以年会主题词共勉——

我们正年轻，我们要闯荡！

我们很野性，我们在奔跑！

（作者系湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司副总经理、芒果TV副总裁。）

编辑/肖清



芒果TV自制剧《偶像万万碎》为何热爆？

/沈宇怀

《偶像万万碎》是由芒果TV倾力打造的首档全新概念互联网综艺访谈节目，由湖南卫视主持人孙骁骁领衔主持，弦子、姜雨晨等倾情加盟，节目邀请当红明星，以趣味游戏带动访谈让观众了解艺人更多资讯。节目以独特的视角、当红的明星、好玩的游戏、刁钻的问题、无节操的爆料、轻松搞笑的气氛面对观众，利用网络热点提问，挖掘明星隐私，回应网友质疑，展现明星鲜活真实的一面。

节目自2014年10月20日在芒果TV开播以来，受到用户关注，迄今累计播放量653万次，评论2242条。以下数据与素材主要收集于芒果TV视频网站。

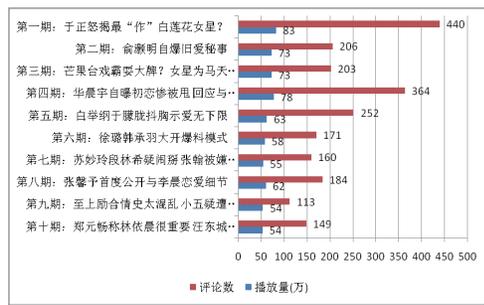
一、用户观看与互动数据统计

《偶像万万碎》播放量自第一期金牌编剧于正老师接连抛出“雷剧”、“结

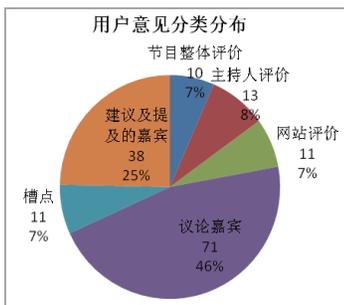
婚”、“仇家”三个重磅炸弹，引用户热议以来，播放量和评论数趋于稳定。播放量稳定在60万上下，评论数在180条左右。

节目主要受众群是关注明星的粉丝，每期嘉宾不同，用户的槽点也不同，风格也在不停演变改进。节目第一期展示了一种犀利的风格，第二期孙骁骁唱独角戏让旁边的弦子打酱油的做法使用户颇有怨言，第四期华晨宇边吃边被采访的吃货样以及他回答问题的本真赢得网友的欢心。自节目第四期之后，用户基本接受主持人的主持风格，也有越来越多的用户要求自己喜欢的明星来上节目。

从精彩短片&宣传片播放量来看，最受关注的明星是当时热播剧《美人制造》的剧组，用户很关注明星们是否整容、感情史、择偶观，用户最喜欢明星无节操、无底线、无包袱的隐私揭秘。



前十集播放量、评论数统计图 (截至2015.01.06)



抽样意见比例图

二、用户意见抽样及分类

根据截至1月6日的数据统计,包括专题和短片在内,有关《偶像万万碎》视频的全部评论数约为2300条左右,我们依据一定原则在这些用户评论中抽取了154样本评论,并予以分类归纳得到抽样意见比例图。

由抽样意见比例图看出,用户最感兴趣的是嘉宾,这是一档关于明星的节目,需要强大的明星效应带动。娱乐性和笑点有所欠缺,用户首先关注的是明星,其次才是明星爆料程度、主持人的实力、节目形式以及网站等。

三、用户意见分类分析

(一) 议论嘉宾

在71个用户议论嘉宾的样本中,喜欢节目嘉宾的占79%,不喜欢的占21%。喜欢的主要评价关键词有:帅、真实、有才、可爱、美、萌,不喜欢主要集中在评价嘉宾假、作、整容、故意博眼球等。整体来说,用户对男艺人尤其是小鲜肉更偏向宽容和支持,而对女艺人,更多偏激和苛刻。用户尤其接受不了虚报年龄、做

作、有整容绯闻的艺人。

相对来说真实的吃货华晨宇、一直不温不火仍在努力的至上励合组合受到网友的一致好评;而曾与李晨恋爱的张馨予,用户怀疑其整容、做作,毁誉参半。当然也要考虑到如果对节目嘉宾不感兴趣,用户会直接选择不看,毕竟这档自制访谈节目不及《快乐大本营》的娱乐性,也没有《天天向上》丰富的知识量。

(二) 建议及提及的嘉宾

用户建议邀请嘉宾的评论有19条,自第三期开始,越来越多,主要呼声有tfboys、张杰、李易峰等。涉及节目中提及到的明星评论有19条,大部分评论批评这是骗点击率的做法,其中维护欧豪、tfboys、李晨的最多。这也反映这部分明星的粉丝影响力深厚。

(三) 主持人评价

不喜欢孙骁骁主持的用户意见占62%,认为其念台本、不能够巧妙地提问、抢话等,节目要满足用户的窥探欲望,揭明星隐私,本身对主持人的要求很高,此外孙骁骁第一次主持综艺访谈节目,功底和经验不足情有可原。支持孙

骁主持的意见是在节目中看到了她的进步,同时我们也注意到反对的声音越来越少。关于搭档弦子的评论主要是其话少,存在感弱。

(四) 槽点

吐槽最多的是于正讨厌的女明星到底是谁,用户猜测是林心如或陈乔恩。大部分用户都不喜欢于正如此直白、张扬的揭秘。于正绝对称得上是娱乐圈的一个另类,他的剧一直是收视率的保证,却永远伴随着天雷滚滚的争议,用户也评价他太骄、太娘。有争议在,第一期的评论和收视远远高于其他几期。

(五) 节目整体评价

好评主要集中在认为节目问题犀利敏感,有点《康熙来了》的味道。但我们还是应该看到这两档节目的差距,《康熙来了》笑点密集,小S大胆无忌的主持风格也是在内地无法复制的。

用户对节目加入游戏以及变化各种采访形式、场地等兴趣颇高,但吐槽节目时间比较短,更新比较慢,撕得不够碎。用户评论主要集中在嘉宾身上,也看出节目的娱乐性有待加强。评论中口水化的回复很多,深刻、有见地、很出彩的评论其实是不多的。

总体来看,这档自制节目展示了一种新的面貌,让用户看到了一些电视上看不到的新鲜内容,并且其风格在不断演进,其内容在不断丰富,如果能及时有效地听取用户意见,假以时日,做出一档网络中的现象级综艺访谈节目并非梦想。

(作者单位:湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司)

编辑/肖清

2015年1月24日，湖南卫视打造的一档全新真人秀节目《奇妙的朋友》开播。该节目为国内首档人与动物互动的真人秀节目，力邀主持界和演艺圈的明星参与。

第一期节目邀请了李宇春、倪妮、黄轩、杜天皓、胡杏儿、杜海涛六位嘉宾，来到广州长隆野生动物世界，体验30天与动物们在一起的生活。第一个任务是六位嘉宾被分成三组，分别在石头屋、考拉馆、狮子区受训；第二个任务则是在资金有限的情况下，分别为猩猩兄弟做别出心裁的打扮。不知在这么短的时间内，六位明星能“转行”成为一个合格的饲养员么？他们又会收获哪些奇妙的经历？

一、数据分析

截止至1月31日中午12时，芒果TV《奇妙的朋友》第一期整片的点播超过900万，用户评论6900条。这在《我是歌手》第三季正红火的情况下，第一期节目有这样的成绩亦是不俗。尤其是在节目前，六位明星分别拍摄的广告片点播累积就已超过20万次，可谓未播已火。

在首播当天，CSM50省级卫视晚间节目收视率统计中，《奇妙的朋友》第一期收视率1.814、市场份额7.73，同期排名第三。与湖南卫视近两年来推出的新综艺节目《花儿与少年》、《我是歌手》第一季、《爸爸去哪儿》第一季、《一年级》第一期收视相比，《奇妙的朋友》令人刮目相看。

一个节目能炒火一位明星，也能炒火一个动物你信吗？《奇妙的朋友》不仅火了嘉宾、火了正牌饲养员，同时动物园里的动物们也火了，尤其是石屋里的两只小猩猩COCO和六毛，调皮又可爱，不仅嘉



《奇妙的朋友》第一期在芒果TV上的表现 /熊慧明

宾喜爱，观众也很喜爱。在芒果TV《奇妙的朋友》专题里，更是开设了动物生活视频专区《萌宠的日常》，可以看到六个馆内动物的日常生活剪辑，目前点播量已累积超过70万次，仅COCO和六毛的点播就已超过25万次。

二、网络评论抽样

本期节目网络评论收集采用抽样模式，依据一定原则在6900条用户评论中共抽得260条样本评论，并按照节目、人物、其他进行分类归纳。

从用户评论采样占比图可以看出，网络用户对人物尤其是6位明星的议论最多，这类意见超过6成；对节目的评价也不少，接近五分之一。

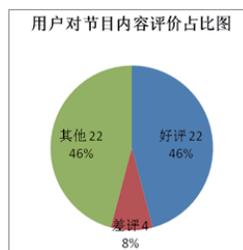
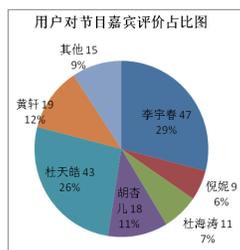
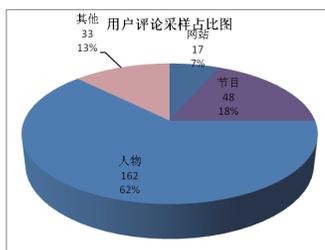
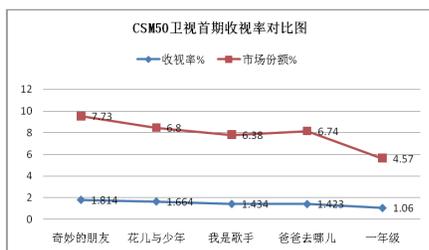
三、网络意见分类总结

（一）对节目的意见

本期是《奇妙的朋友》的首播，46%的用户给予了好评。有用户觉得题材新颖、长知识，从亲身体验到呼吁对动物的关爱，出发点好。有的用户也激发了想去动物园的念头，甚至也想体验一把和萌宠的亲密接触。

同时也有不少用户对这个新节目提出了很多意见。有用户觉得节目应该小朋友也会喜欢，希望能将播出时间改得稍早些，能让小朋友看到而不耽误休息时间；也有人建议可以把节目放在金鹰卡通里播出；目前养宠物的家庭越来越多，萌宠们的生活视频也一直受到人们的青睐，节目中嘉宾和动物们的互动也萌化和感动了不少人，但在互动的同时，嘉宾的安全问题也有不少用户在关心着。

此外有4%的用户觉得节目稍有欠缺。



比如第二次任务时，嘉宾们拿游客的东西颇为不妥；以及嘉宾的不当言行使用户觉得反感，用户认为如此正能量的节目应该找正能量的明星来参与。还有部分用户也表示，期待看到湖南卫视更多原创作品。

（二）对节目嘉宾的意见

本期节目由于是李宇春真人秀的首秀，所以她自然而然成为了节目最强的吸睛利器。不管李宇春在哪、有什么动向，总会有大批玉米们为她守候，何况在这里还能看到舞台下的春春。逗趣的春春、跟踉的春春、萌萌的春春……舞台上看不到的这里全有，让玉米们大呼过瘾。尤其当节目开始时李宇春的一句“我像鸵鸟，总是一个人奔跑”到第一期节目尾声时的眼疾发作，更是让玉米们对她的爱又翻了一倍。

嘉宾评价占比排名第二的则是刚出道的演员杜天皓。虽然他在话题榜的热度不低，但大多都是负面的。内裤事件、护脸事件、编排教官事件让这个语出惊人的90后瞬间多了许多路转黑，不过也有个别用户觉得都是剪辑出来的假象。

有了杜天皓的衬托，胡杏儿的表现让人赞不绝口。一个是怕被抓伤脸，一个是

被猩猩咬了脸也在坚持照顾猩猩的情绪，两者的反差让胡杏儿这个好“妈妈”大受好评。

同样被路转粉的还有黄轩，同胡杏儿一样他也被称作好“爸爸”。难得有这么一位有爱心又细心的男演员，尤其是在开场任务与猴子亲吻的画面，就像是韩剧里的场景浪漫得不行，2015年第一个“暖男”称号给他是当之无愧的。

本期的另外两位明星嘉宾，杜海涛一直都是笑味调料，虽然有部分用户觉得他在节目的表现过于胆小，缺少男子气概，但开场萌萌的表现也赚取了不少分数。而同杜海涛分配到一组进行任务的倪妮，有个胆小的同伴，自己就必须“汉子”起来。在狮子笼里安慰同伴、超淡定的“倪汉纸”还上演了一场空手夺刀，用户评价里更多是对她勇敢、接地气、不做作的好评。

（三）其他评价

本期节目还有两个受关注的群体，一个是饲养员教官们，另一个就是各种动物们。许多用户觉得严厉的教官青姐不该给初入的嘉宾们过多的压力，但也有用户认为这是对动物的保护也同时是在保护嘉

宾自身安全。另一位考拉馆的教官涛哥，有部分用户则觉得他缺乏耐心。作为节目主角的动物们，自然是只有好评没有差评了。用户认为，第一期节目就上猛兽，这次节目可真的玩大了。

《奇妙的朋友》别出心裁的构想，让真人秀节目除了上山下海、吃苦耐劳外，更是深入到了动物界，了解我们不知道的动物园背后的故事、看看饲养员是如何炼成的、看看动物们的日常生活又是什么样的。本节目另一个看点，就是李宇春的真人秀首秀。万千的粉丝已被台上的春春征服，台下的她又是怎样的呢？众玉米们翘首以待。

这档原创的新节目带给网络用户们一股清新之风，将真人秀节目的触角和视野提升到一个新的境界，让人感受到温暖、爱意、绿色、感动，我们完全可以预言，这档节目一定会在吸取各方意见后做得更完善，逐步走向成熟，成为又一档现象级的真人秀节目。

（作者单位：湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司）

编辑/肖清

《八卦鉴定事务所》是芒果TV推出的一档主打微表情分析、解密明星八卦的深度娱乐节目，自2014年11月26日推出第一期节目来，在用户中取得一定反响，截至2015年1月17日，本专题共播出8期节目，播放量257万。以心理学、表情分析介入娱乐节目，这是一种新奇、有深度的做法，本文拟从用户的评论意见入手，结合自己的思考进行分析探讨，力争寻求改进之策。



《八卦鉴定事务所》 网络意见调查与对策思考

/周四根

一、数据统计分析

从自制节目播放量的图中可以看出，《八卦鉴定事务所》无论是与同类型的综艺节目《偶像万万碎》还是自制剧《金牌红娘》比，都存在较大差距，处于一种不温不火的状态。

二、用户意见抽样及分类

前八期节目与专题总共产生了3380条用户评论，本文依据抽取“N期视频每页评论中的第N条”的原则获取200个用户评论样本，以此分析用户对节目的各种态度和意愿。

我们将用户意见分成求鉴定、赞同鉴定、延伸鉴定、节目好评和节目差评五大类，节目差评又细分为怀疑、偏心、嘲讽、谩骂、批评五小类。从用户意见分类分布图中可以看出，节目差评高达6成，大部分用户意见对节目目前呈现的内容持一种反对的态度；很少数的用户请求鉴定自己的偶像感情；一部分用户对节目鉴定的内容比较认同；不多的用户意见对所长的鉴定予以补充、纠正；对节目持明确支持态度的用户意见不算太多。

三、用户意见分析

以200个抽样意见作为研究对象，在以上分类的基础上，逐一对上述用户意见进行深入分析，可以帮助我们了解到更为详细具体的用户态度：

（一）“求鉴定”分析

柯北所长在节目中对微表情、动作、心理学、星相、爆料全面运用的分析形式令一贯来雾里看花的粉丝们眼前一亮，继而产生了一种求鉴定的冲动，而这些请求鉴定的对象无不活跃在娱乐绯闻之中。用户请求鉴定的对象有：陈伟霆和阿Sa、李易峰和吴昕、陈学冬和宋佳、李晨和范冰冰、李易峰和刘亦菲、谢霆锋和王菲（张柏芝）、维尼夫妇、张翰和郑爽、李胜基和林允儿。

（二）“赞同鉴定”分析

柯北所长的大多数鉴定是有些味道的，如陈思成的花心，吴奇隆与刘诗诗、张杰与谢娜的感情，引起用户的共鸣和响应，故而有不少用户的评论对这类鉴定予以支持和肯定，这类用户意见多是祝福性的，比如坚信张杰和谢娜白头到老，陈晓

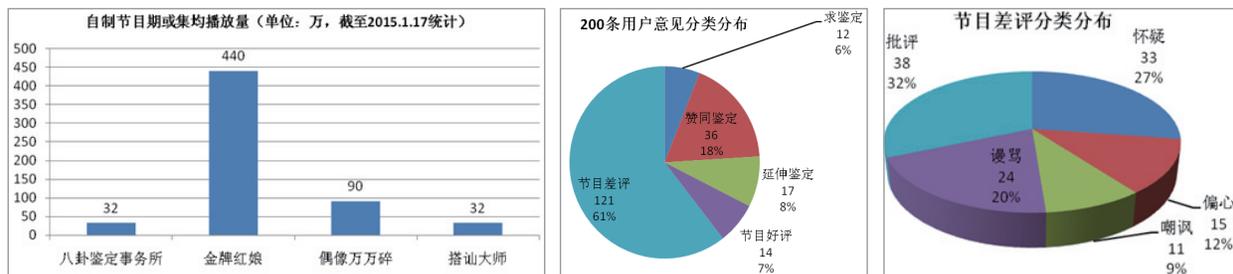
和赵丽颖在一起。

（三）“延伸鉴定”分析

延伸鉴定有二种，一种是在赞同的基础上更多爆料或深入分析，如第二期分析周杰伦择偶观，有用户爆料说周董有处女情结，也有用户一针见血地指出周董喜欢小鸟依人型。另一种是对某些细节进行修正补充，如第六期分析TFBOYS之间感情，不少用户言之凿凿地指出柯北所长的错误，说家境富裕的是易烱千玺，家境平平的才是王俊凯。这类用户意见对节目的内容产生了一种丰富补充的作用。

（四）“节目好评”分析

有少部分用户意见直接表扬了节目，如“节目制作挺精致，整体包装很好，形式新颖，内容也不错”，对于节目的好评主要有以下：运用心理学和微表情，有科学依据；爆料猛；分析能力不错；星座分析到位；分析很客观；提供微表情分析学习机会；敢于直言；实话实说。这档节目确实是很有新意的，将用户感兴趣的坊间



八卦实证化,令人大呼过瘾,而且节目蕴藏知识性,具可看性。

(五)“节目差评”分析

用户对节目的差评意见比较多: 1.怀疑的态度: 用户对微表情分析持怀疑态度,认为微表情虽有共性,但更因人而异,没有周边采访和佐证,太过主观; 用户认为星座分析不靠谱,是伪科学; 用户以自身经历说明宋茜说中文不流畅不是虚伪; 怀疑黑宋茜是刷存在感; 等等。2.偏心的态度: 用户认为节目有偏心的态度,一是包庇湖南卫视自己的明星,自己的明星就是真爱,别人就是假的,最典型的例子就是张杰和谢娜; 二是看不惯与韩国沾边的明星,鉴定他们的时候总是偏向坏的结论,最典型的例子就是EXO。3.嘲讽的态度: 有些用户以嘲讽的语气说,柯北所长这么牛,这么会鉴定,为何不去当侦探,为何不去破案,为何不去给国家做贡献,为何不去做人工测谎仪。4.谩骂的态度: 部分用户因为自己喜欢的明星被鉴定为不良形象而口吐脏言,对柯北所长,对节目,对专家进行谩骂泄愤。5.批评的态度: 这类意见较之谩骂理性、温和,主要的意见认为节目炮轰明星、黑明星的行为不太可取,节目在靠攻击明星来搏上位、搏眼球、搏点击,节目的心态黑暗,节目的某些鉴定是马后炮,节目对已婚明星也不放过、不讲

良心,节目以偏概全、断章取义、以部分否定全部,节目采取了小网站的龌蹉做法、没有展示大网站的风范,等等。

四、节目的矛盾性分析和对策思考

“八卦鉴定事务所”的逻辑思路是以微表情和心理分析解构娱乐,主张“读懂一张脸,看透一个圈”,节目咋一看有一股清新之风,但从实际反响来看,本身存在一定的结构性矛盾。

首先,娱乐圈原本是一个八卦圈,没有绯闻,没有炒作,娱乐圈就会魅力减半,就不会有那么多话题,就不会有那么多看点,就引不来这么多注意力。娱乐圈很少有言之凿凿的东西,雾里看花是一种美,是一种行业与生俱来的基因,说穿了,说破了,也就乏味了。从这个角度来看,鉴定就有点反其道行之的味道了。对于这个道理,优酷网的同类节目《关爱八卦成长协会》就把握得非常好,该节目比较注重神秘性,注重绯闻感,竭力避免言之凿凿的论调。

其次,这种娱乐鉴定很容易动辄得咎,弄得里外不是人,鉴定得出正面结论会被人说成偏心和包庇,鉴定得出负面结论会有大批粉丝跳出来反对和吐槽,鉴定方法和细节都可能被粉丝用户轻松反驳。

总之,你不是在鉴定一二个明星,你是在和一群粉丝对话,你的鉴定不可能都是皆大欢喜的结论,如果有一点点负面,成群的粉丝不是用口水淹没你,就是拒绝再看你的节目,这,实在是太难了。

再次,木已成舟的事情无需鉴定,前途未卜的事情难言鉴定,说鉴定,可能有点牵强或自大了。比如说张杰和谢娜的恩爱,那是明摆的事情,鉴定多此一举; 比如说汪峰和章子怡之间的感情和婚姻,这种事情谁又能预测?

综上,要想解决上述结构性矛盾,以下三点对策或许可以考虑:

其一,将“八卦鉴定事务所”改名为“八卦分析事务所”,名不正则言不顺,我们只做分析,并不鉴定,是好是歹,粉丝们自己去判断。

其二,秉承娱乐圈的神秘性和朦胧感,不说穿,不说破,八卦中来,八卦中去,绝不言之凿凿,只做点到为止的分析。

其三,太过明白、板上钉钉的事情和人物没必要涉及,应该抓热点、抓新鲜话题、抓刚刚出现苗头的东西去分析,这样既有看点,又有发挥空间。

(作者单位: 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司)

编辑/肖清



请用心打捞沉默的声音 /陈竞

我是来自台办的陈竞。我原来觉得，所谓论坛那都是前辈们讲，咱们新生代听听就好了。可今天我才知道，原来开讲的也可以是我们年轻人，台下的也可以是我们的领导们！所以我觉得今天这个论坛对我“三观”都是种颠覆，只怕只有我们芒果台才敢这么搞！我们现在不是提互联网思维吗？我想，这种颠覆，这种用心打捞沉默声音的诚恳姿态，正是互联网思维的精髓所在！所以，首先让我们为今天的论坛，鼓个掌！

2014年台里的招商宣传片和招商形势一样火，我们大本营的那个叫王婧的女编导也跟着火了，因为她在片尾呐喊很给力：“台长，能发个男朋友给我回家过年嘛？”我们办公室的都笑晕了，但笑过后觉得这也给我们带来一个思考：芒果新生代的需求很渴望得到关注啊！我们这一代

年轻人，基本上都是“闷骚”型的，也不是不谈理想、也不是没思考、心里牢骚也不少，但是好像我没听说哪个会去跟领导、跟长辈说心里话的。所以，年轻人不是没有声音，它是一种沉默的声音，如果不用心打捞，它就成了“超声波”，天天都在我们的耳朵边，天天都没听到过！最近《环球时报》有一篇文章叫“让年轻人满意，中国治理的重大挑战”，也让我更确信一点，就是：在我们这个以青春为底色的芒果台里，年轻人、新生代绝不应该沦为沉默的声音！

有人问，为什么非得用“打捞”这么严重的词呢？我认为，“倾听”这个词有时候挺没意义的：响亮的声音，需要倾听吗？沉默的声音，倾听得到吗？如果倾听是一种姿态，那么打捞，是一种需要真心实意付诸的行动。其实，在听与被听之

间找到这个连接点，打捞起那些沉默的声音，归根结底就八个字：关注梦想、关照需求。下面我由浅入深，一个个来讲：

首先是回应需求。芒果台其实有关注年轻人的传统的：比如吕台很早就提出要建立与员工直接沟通的渠道；又比如我们的台领导微信圈，我看到大部分也是跟咱一线的年轻人在互动。这就让我感到，领导们关注新生代、关心年轻人的这种情绪，也在迫切地找一种出口。

可是我们说交流，这个话怎么开口？最近龙丹妮有一句话挺有传播度：“一听90后讲话，就觉得自己的语文是体育老师教的”。为什么呢？什么都听不懂，都是火星语！所以，快女办了10年，口号一开始叫“想唱就唱”，到去年已经变为“听我的”。这说明什么呢？说明今天的新生代，和前面几代人真的不一样。你别说龙

丹妮听不懂，我一个80后，现在那些85后、90后弟弟妹妹们的话我都听不懂。所以要回应需求，我觉得首先要组织个班子，专门去研究年轻人、琢磨年轻人，学点火星语。这样才能好好儿说话呀！

那我们年轻人需要些什么呢？我现在讲马栏山大家应该听得懂，相信我们很多人都在马栏山打过老鼠、拍过蚊子。那时候每到晚上，我就坐在马栏山的破房子里面看，隔着滴水洞，我在这头，金鹰城的繁华在那头。（此处上音乐！）最近我们去新媒体企业考察，学习管理经验。在华为，他们就给新入职员工建宿舍，过渡两年；而阿里巴巴就为年轻员工提供免息住房贷款。当然，这些政策都只给新生代的，你们这些台领导、主任们都是享受不到的，因为上面有个很大的LOGO——屌丝专属！当时我就在想，要是当年就有这样的好政策，我就不用眼巴巴地隔着涵洞看风景了！

另外关于找对象的问题，在广电特别是对女孩子来说真是个大难题。我经历的部门比较多，所以总有朋友托我：你们广电那么多优秀小伙子，给我家孩子做个介绍吧！这个月老我还真不能当，广电本来就男女比例失调，优质男神自己都还不够用，我们台里那么多“剩斗士”！哪还有多的介绍给你们呀？我还是党员，损害芒果未来的事我不能干。所以我觉得这个小事不小，能不能请领导们帮帮忙？组织点联谊会呀！搞点新鲜的活动，让广电的小伙子小姑娘，大家都能约起来呀！我们说美丽家园，首先得有个家它才美得起来呀！

把家安下来，下面我来谈谈事业。我想了个关键词：完善价值体系。广电这个集体很年轻，尤其这些年，三十来岁就带团队、带部门的真的不少。所以别人家都是中年危机，我们这儿喊“青年危机”！30多岁就成了一道坎。现在新问题来了：

干部超编、竞聘喊停，一大批30多岁的骨干被挡在了门口。要问我们心里面怎么想？那我只能说，领导，您是想听真话还是假话？我们现在都等着改革，希望整体转企能不能一把解决这个问题？但恐怕，这也是种过高期待。

归根结底还是要建立更多样的价值实现体系。不能给官帽子，能不能给成就感？芒果现在是转型期，那么多事关未来的大问题需要思考破题，难道不需要听听年轻人的声音？马云就说：移动互联网时代，要让年轻人去解决年轻人的问题！年轻人的思考可能稚嫩点、不一定那么高瞻远瞩，但凡事他总有开始嘛！不能想象，当年如果没有在座的吕台、华立台、卫箭台等等，你们这么多新鲜声音，还会有今天的芒果！同样也不能设想，今天这一代年轻人都是沉默的，我们还能期待更美好的芒果的明天！我觉得完全可以建一个芒果的“青年智库”，让我们也能和台长们坐到一起，聊聊芒果TV明年那几个亿怎么投、聊聊我们怎么把真人秀这个类型做死嘛！真的，其实有很多东西，在我们看来是更重要的。有了存在感和成就感，官帽子好像也没那么重要了。

我还在想，其实还可以建一个芒果的“创业基金”，我们有那么多“芒果圈”，完全可以把这些“圈圈”做成创业的“孵化圈”嘛！“基金”对接好“圈圈”，这种全民创业的氛围就起来了。这一方面，是为我们的人才“过剩”找到新的出口；另一方面，搞不好明天这里面就诞生了新的“马云”、“扎克伯格”、甚至“乔布斯”啊！

另外，也请别忘记了那些小鲜肉。我现在还记得刚刚踏进这座大楼时的心情：很惊慌，完全没得方向感。一个词：迷惘。脑袋里面，那个哲学问题总是在打转：从哪儿来，到哪儿去？其实，新人进来总是很迷惘的。这时候还是要请前辈们

拉一把：比如能不能做一本芒果的“85后、90后职业规划报告”？比如对我们这些小鲜肉做点职业规划指导？

最后一点，我觉得也是最重要的，要打通梦想，建立共同预期。中国梦也好，芒果梦也好，其实任何民族的、集体的大梦想，都是由一个个鸡零狗碎的小梦想组成。这些小小的梦想，现在我们年轻人管它叫“小确幸”：微小而确实的幸福。只有接通了这些“小确幸”的中国梦、芒果梦，才会是我们共同的梦想！

关于“芒果梦”，听说吕台最近有进一步的阐释：千亿芒果梦、美丽家园梦和成长共赢梦！我对后面两个美丽家园梦、成长共赢梦特别有共鸣。因为，我觉得，这就是我，和我们这一代年轻人自己的“小确幸”。

我觉得，芒果的大梦想还可以更具象地分解，要让每一位芒果的年轻人搞得清楚，我们的“小确幸”和芒果的大梦想之间，到底有什么关系！实现芒果的大梦想我们年轻人到底可以做什么？我们年轻人到底怎么样把芒果的未来和自己的“小确幸”连结到一起？当无数星星般闪耀的“小确幸”都实现了，芒果的大梦想就真正丰满具体起来了；当新生代的小梦想都实现了，那我们的芒果千亿梦、万亿梦甚至芒果传媒帝国梦，她还会遥远吗？

这段时间，《历史转折中的邓小平》在热播。我有种直觉：这部片子既观照着当下的中国，也隐约映照新一轮改革前夕的芒果。如果说，检验真理的唯一标准是实践。那我今天也大胆地说一句：检验我们这次改革的一个重要标准，就是他的出发点和最终方向，是否代表了新生代和新的生产力，能不能打捞起那些最沉默而又最坚韧的声音！

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/曾致



别让二十八岁的青春喂了狗

/ 陶文

其实今天站在这个演播厅我是感觉既熟悉又忐忑，熟悉的我曾经在这个演播厅录过不下一百场节目，对这里的每一个角落都很了解，忐忑的是之前的每次都是在下面站机位，就跟今天下面站机位的兄弟们一样，像这样站在舞台上来展示自己、表达自己的观点，这是第一次，所以有些许的忐忑。

我是来自湖南经视的陶文，今天的演讲分为三个部分：首先，我将用两分钟时间介绍我自己以及表达我对二十八岁这个年龄的理解，其实，我将用三分钟的时间来表达我的视野，我眼里所理解的湖南广电以及存在的文化理念，最后，我将用五分钟时间来讲实践，站在我的角度和思

维，觉得我们广电未来会要怎么走，怎么在实现“千亿芒果”的梦想上贡献出自己的力量。

我出生于1986年，属虎，今年28岁，从2006年至今一直在湖南经视工作，在我们台里出的人才库里，我特意去查了三位前辈的履历，看看他们在二十八岁的年华光影里都在做什么；我查的第一位是主持人汪涵大哥，他出生于1974年，同样的也属虎，他二十八岁的时候是2002年，那一年我们台里的成立了一档新的节目《越策越开心》，他成为这个节目的主持人，树立了自己的主持风格，从此红遍三湘大地；我查的第二位前辈是制作人现在天娱传媒的总经理龙丹妮小姐，丹妮

姐在二十八岁的时候已经是我们湖南经视综艺节目中心的主任，并且已经连续两年担任了金鹰节明星演唱会的总导演；我查的第三位是年龄跟我父亲相同的前辈，他就是我们现在湖南广播电视台的当家人台长吕焕斌先生，我们大家都叫他吕叔叔，今天这个当事人在现场，我想问下（现场互动了一下：吕台，您二十八岁的时候能说么？吕台点了点头说可以），吕台在二十八岁的时候刚刚取得湖南师范大学的文学硕士文凭，并且成为湖南电视台的干部（吕台当场更正说：那时候刚刚研究生毕业，还在找工作，二十八岁快过完的时候才来的广电上班）；我的这些前辈都很优秀，而且现在也取得了很好的成就，虽

然我在与他们相同的年岁里还没有取得他们曾经的成果，但我也梦想，在这八年的时光里，我也一直很努力，比如我们台这几年的形象宣传片基本上都是出自我之手，今天，我站在这里发声，表达自己对二十八岁的理解，我希望将来的芒果传媒这艘大船上也有属于我的身影。

回顾我这八年的时光中，大概四年前我就有个想法，希望在淘宝上开一个店，当然卖的是跟我们湖南广电有关的产品，当时我在淘宝的搜索页面上搜湖南卫视纪念品，什么内容都没有；在坐的各位应该都知道T2区那边有一个叫快乐天地的小商铺，那里面有很多带有广电LOGO的产品，比如带台标的小摄像机、天天向上的钥匙扣等等，我曾经就买过一个红木材质的带台标的镇纸和一个红木的笔筒送给过我的老师，老师很钟意，我还送过带台标的小摄像机给我的小侄儿，他很喜欢，后来还委托我多买几个送他的同学，通过这几个实例证明这个产品的市场反响很好，我当时就想在淘宝上卖这个产品，而且我还特意请我卫视的老师去打探过，老师说他们不允许你卖这个，涉及到版权问题，而且你在这个系统的话，更容易找你麻烦；前几天我又搜索了一下，发现还是什么都没有，可见这么好的产品还是没有推向市场，还是在很小的一个圈子里面发行。

2013年，我们广电出了一个叫做呼啦的手机APP，是我们湖南卫视的手机客服端，我也下载并注册了，那里面的内容真的很少，除了发布一些简单的节目信息以外，基本上什么都没有，我当时就在想如果把这些产品放在这个平台上展示和推广，通过手机支付或者在线支付的方式售卖这个产品，应该会有很多人对这个感兴趣，或者我觉得完全可以在淘宝上开一个湖南卫视台纪念品官方店，大大方方的推广这种实体产品嘛。就像我们大家所熟悉的另一个做文化输出的品牌——迪士尼乐园，它旗下就有米奇等实体产品，也就是我们熟悉的米老鼠，我所知道的，在我

们长沙的步行街就有米奇的衣服专卖店，而且它还有很多其它的产品，如手表、水杯、书包等等。

一个做文化概念的企业其实是可以通过文化做与之相关联产品的，反过来实体的产品更有利于文化品牌的推广和深化；像我们就可以根据我们的观众年龄群体来做定位和开发，比如我们湖南卫视的收视目标人群为十五至三十五岁的年轻人，然后做这个年龄段他们感兴趣的文化产品，当然，必须再加上我们自己独特的设计与理解；我粗略算了一下，如果我们的观众群体是四到五亿的话，有一半的观众对这个产品感兴趣，平均每个人每年消费十块钱的话，这个市场一年的价值大概在二十亿左右，如果产品开发和推广做得好的话，产值可能会远远大于这个数字，像我们台以前做过“越策公仔”、“超女娃娃”等等产品，产品反响其实都不错，但是都缺乏一个更好的推广渠道和平台；在座的各位大佬如果对这个产品感兴趣、对台上这个二十八岁的年青人有信心，请给我一个机会，将这个产品的经营权交给我，让我带一个团队来负责这个产品的开发与推广，我一定有信心将无形的芒果文化转化为有形的产业资本。

这只是我对关于芒果文化和品牌价值挖掘的一个简单的理解，我觉得我们真正的主业还是怎样做好电视，我相信在坐的各位应该都很清楚新媒体的发展对于传统电视媒体的冲击有多大，但我们电视媒体肯定不会消失，就像电视机出现了电台没有消失、网络出现了报纸没有消失一样，只是我们怎么去拥抱和融合新媒体才是我们需要思考的。今年双11的时候，我有幸去了杭州阿里巴巴的总部参观和报道，说实话给我的震撼很大，不止是视觉上的，而是一种感官上的冲击，我手机里有存了在发布会现场拍摄的三张照片，在短短的三十八分钟里，我看到一百亿的人民币在我眼前翻滚跳跃，这种震撼无法用言语来形容；我一直都认为我们湖南卫视或者湖南卫视的品牌知名度一定不会输给阿

里巴巴或者淘宝天猫商城，但是为什么他们能够在一个小时就干出我们一年的业绩，他们在一天之内能够干出五百七十多个亿的业绩，这应该就是我们的思维方式和方法的问题，我想我们将来应该也有机会去赶超他们。

未来的电视和电商都不是属于传统互联网，而是属于移动互联网，像阿里他们今年就推出了一款“云手机”，还没有对外发售，是属于内测阶段，我们同行的很多记者就拿到了这款手机，他们的很多软件和APP就是跟淘宝挂钩的，能够最简单最直接地接入淘宝或者天猫商城，这样就是无形中直接的介入了最终端的用户体验。其实我们电视也可以这样做，比如跟品牌电视机的生产厂家合作，直接在内置系统内嵌入芒果TV的默认程序，或者我们也出一款手机，叫芒果手机，直接在自带系统中将芒果TV作为默认的视频播放系统，跟APP store(手机应用商店)合作，让我们的每一个手机应用都能够跟我们的芒果TV或者呼啦或者其它的湖南卫视的互动平台有一个最简单最直接的切入，只要我们能够抓住最直接的用户体验和最终端的传播媒介，这样，就算新媒体来得再猛烈，我们依然有我们自己的阵地和市场。

以上就是我个人对于我们湖南广电的一些理解和畅想；八年之前，二十岁的我来到这里，从二十岁到二十八岁，我在这里恋爱了、也在这里成长着，我一直都很自豪自己是芒果人，也很自豪在这里做的每一件跟芒果有关的事情，比如上周周末就很开心的当了一回芒果中庭皿方壘的志愿讲解员；我想将来我应该会在这里结婚、会在这里生小孩，我希望而且愿意将我的青春和热血抛洒在这里。最后，我用一句我们湖南经视和芒果TV的广告语作为我今天演讲的结束：今生经视，一定有缘，和你一起，看见最美好的时光，别让二十八岁的青春喂了狗。

(作者单位：湖南经视)

编辑/曾致

——本栏目由湖南广播电视台团委协办——

播音员主持人提高 声音辨识度之我见

丁文山



我是湖南卫视的频道声音，严格说来，这其实是一个幕后的岗位，但我为什么会被这么多的观众和同行所熟悉和了解？最主要的原因，还是因为我非常幸运地站在了湖南卫视这个“巨人”的肩膀上。时光飞逝，我在这个岗位上为大家服务已经超过了十个年头，渐渐地成为了一名资深的从业者，很多场合，经常会有同行或晚辈问我同一个问题：“怎样才能提高我声音的辨识度呢？”我总是很诚恳地回答大家：“请容我再想一想。”今天借这篇拙文，算是一并作答。

一、规范先行

广播电视语言工作者，一定要用最规范的普通话来完成工作。作为省级媒体的播音员主持人，我们都是通过了普通话一级甲等测试的，也就是说，我们都具备熟练使用纯正普通话的能力，可是我们在收听收看广播电视节目时，常常会听到南方塑料普通话、港台塑料普通话和东北方言，原因是多方面的，或许是为了迎合某

些听众和观众的口味，或许是为了跟风，比如大部分新闻评论和脱口秀类节目似乎都洋溢着东北味儿，甚至有同行和我说，标准普通话说着太累，索性就有意不那么标准算了……这种做法其实使我们陷入了两大风险，一是语言的规范性一直在被宣传主管部门反复强调，以语言的不规范来塑造自己的语言风格，这种所谓风格随时都有可能被直接剥夺，与其到时从头再来让听众和观众重新认识你，倒不如一以贯之，在规范的语言里找寻自己的特色；二是，这些刻意为之的语言，在迎合一部分受众的同时，必然也会损失掉一部分。关注度也是语言风格形成的一个重要因素，而大的受众基数又是获得关注度的基础，纯净的语言恰如淡水一般，被所有人需要着，人为地先把自己的语言调成了苏打或者鸡尾酒甚至酱油醋，已经输在了起跑线上。尽管已经在标准最为严苛的阶段一次参考就顺利通过了国家的普通话一级甲等测试，我仍然一直把字典作为自己最亲密的工作伙伴，字音稍有不确定就及时查证，坚决避免在语言规范上出现问题。我的前辈，广大观众非常熟悉的凤凰卫视频道声音张妙阳先生，其从业的香港特别行政区并未对媒体从业者普通话做出相关要求，但他仍以不惑之龄自发参加并通过了国家的普通话一级甲等测试，堪称坚持使用规范语言的楷模和榜样。

另外，现在各种专业录音软件在不断

推陈出新，这些软件大多有调整和美化工音的功能，很多同行都精于此道，每次录音都要尽全力把自己的声音调整得尽量饱满圆润悦耳才交付使用。我尤其不建议电台的同行们这么做，因为我们的声音形象不仅仅存在于一条条宣传片中，还存在于日常的节目中，甚至也存在于一次次的现场沟通和交流中。一个完整的声音形象，不应该割裂在不同的体裁、用途或是场合甚至是录音条件里。也就是说，你的声音形象，要始终是你，是唯一的你，而不是分成节目中的你、宣传片中的你、现场活动中的你；或是这个录音棚中的你、那个录音间的你；或是这条宣传片中的你和那条宣传片中的你，若我们都无法做到把我们的声音形象统一起来，广大的观众和听众岂不是更难分辨？

二、俯瞰自己

“俯瞰自己”，我也称之为“上帝视角”。这个词或许有些晦涩，其实通俗地说就是我们应该试着想象：世界上还有另外一个自己，在半空中俯瞰着自己的工作与生活。播音语言创作，绝不是孤立的，它不但受到我们自身修养、从业经历甚至是健康状况等因素的影响，也要符合具体栏目和频道的风格和定位，更脱离不了我们所处的大时代和大背景。我们的工作环境立体而多元，我们要全面思考和寻找自己的定位，找到自己和创作环境的契

合点并加以着力，在提高自身语言辨识度上才可能达到事半功倍的效果，否则若是选错了方向，则会越跑越偏。

我在担任湖南人民广播电台主持人宣传带评选大赛的评委时曾向参评者建议：新闻节目主持人如果在个人宣传带中柔声细语、无语凝噎；情感类节目主持人若个人宣传带中粗声大噪、大大咧咧，固然显得生动有趣，但或许只能作为分量略少的佐料偶尔播放，否则就会伤害到播音员主持人声音形象与节目语言形象的统一。

娱乐和综艺一直是湖南卫视的节目特色，有些观众甚至会误以为湖南卫视是一个专业的娱乐频道，但我从走上湖南卫视频道声音工作岗位的第一天开始，就时时刻刻都在以一名综合频道频道声音的标准来要求和锤炼自己，努力驾驭好各种题材、类型和情感基调的配音，绝不作偏科的配音员。这些有益的坚持帮助我高质量地完成了《湖南新闻联播》、《背后的故事》、《封面》、《变形记》等栏目和大量公益宣传片的配音工作，更使我能在汶川大地震、湖南抗冰救灾等重大宣传任务面前勇挑重担、不辱使命。

“上帝视角”让我们留意生命的广度，亦提醒我们关注生命的长度。作为深深热爱着语言工作，又以此为职业的专业人士，我相信有很多播音员主持人都和我一样，有志于毕生都从事这一工作，这就要求我们有时需要做出一些必要的放弃。

我认为，频道声音代表着一个频道的声音形象，具有其专属和排他的特性。所以我不接受其他卫视频道的录音，因为我觉得，一个遍地开花、比比皆是的声音，是不可能成为一名合格的频道声音的。

三、适当偏执

“适当偏执”这里面包含了两层意思，一是我们在进行语言创作的时候，一定不要轻易地放过自己。我们作为语言工作的专业人士，对语言的敏感度要高于一般人群；同时，我们长期从事这一职业，不可能总能以最佳的状态完成工作，这就导致我们在工作中一定会遇到一些“天知地知自己知”的小瑕疵或是小毛病，有可能是发音不到位，有可能是小小的含糊……或许我们有时候会觉得反正也不会给人发现，索性将错就错，就这么用了吧，但其实这么做，受到最大伤害恰恰是我们自己，长此以往，不严谨工作习惯的养成，会不断增加我们语言中各种各样的隐患，一旦集中爆发，后果会不堪设想。

“适当偏执”的第二层意思，是我提倡大家要尽自己所可能的各种努力，尝试尽量多样的创作方式和创作方法。播音是对文字的再度创作，面对同一段文字，除了一些约定俗成的处理方式，是否还存在着其它一些同样能被大家接受甚至是颠覆大家传统思维的播音的处理方式？或许这些尝试在实际工作中不一定次次都会被采

用，但在无形的积累中，我们的思维和创作的能力无疑都能得到有益的拓展。

直到现在，在每完成一个配音前，只要时间允许，我都争取能和成片的制作师或是编导进行创作前的交流，了解他们的需求，若有进一步沟通的需要，我会邀请他们直接来到录音现场，大家共同探讨，从多种可能中一起找到最被认可、最适合成片的配音完成方式。这些与一线创作同事的碰撞，让我汲取了丰厚的营养。

随着媒体竞争的不断加剧，不少播音员、主持人、配音员都在抱怨，面对繁重而琐碎的工作，大家越来越觉得，自己似乎已经成了面对流水线作业的产业工人，往往还来不及进行太多思考和斟酌，下一个工作环节就在催促和追赶了。确实，在日常工作中，我们的工作似乎只是在解决各种各样的具体问题，而不是在进行语言上的艺术创作，但我始终认为，解决这些具体问题的方式，恰恰反映着我们的艺术修养和创作能力。我们应该时时刻刻以艺术工作者的身份要求和激励自己，即便面对有限的空间，依然不放弃创作的努力，工作再繁重，我们也要始终坚持积极的制作态度，高看自己一眼，这样才能不断地收获，不断地成长、不断地进步，不断地为大家奉献出更精彩的声音作品。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/曾致

凤凰卫视台声张妙阳 配音风格解析

/李晓璐



一、语势的设置

语势是指一个句子在思想感情的运动状态下声音的态势，或者说有声语言的发展趋向。这中间，包括气息、声音、口腔状态三大方面。我们将有声语言中的语势分为五种：波峰、波谷、上山、下山、半起，这个划分不是一定的，它只是指示着语言的发展趋势，因为它体现了语流的曲折性，显示了语言的立体性，同样也指示了语言的发展趋势，它适应这思想感情的运动状态，特别是揭示了语流的走向，语势发展趋势跟思想感情运动有关系，内心的起伏外化到语势起伏上，不是跟某一个思想表达关联。如：《晨早财经》：晨早醒神 / 提要，来自全球市场 / 观察，金融消息汇整 / 首播，校准理财 / 时机，翻新每一天财经 / 走势，华南城晨早 / 财经，今天凤凰卫视中文台。

《中国深度财经》：市场宛如一块儿 / 蛋糕，会跟随财经 / 实事，调整分配的 / 比例，从市场需求 / 出发，游览宏观 / 经济，解析在地 / 产业，立体观察中国新

经济的深度 / 层次，中国深度财经，星期六晚上九点四十分凤凰卫视咨询台。

在两个财经的新闻中，在一个短句中， / 是断句处，标红色地方是同样的语势，两者的节奏也是相同的，平起高收，音长分布也是基本相同，停连是相同的。唯一不同的在于《晨早财经》的基调清新一些，《中国深度财经》的基调整整一些，更多运用了胸腔共鸣，声音更偏后。

对于张妙阳的语势，其一是每个句子都采用前平后高这样的上山式，语势有上山式、下山式、先下再上式、先上再下式等等，根据不同的语境和句子在篇章中所处的位置不同，语势应有所不同，但是张妙阳的句子大都采用上山式这种上扬语调，且前平后高，使句子听起来更有朝气、有活力；其二是在节奏上他的句子大都是前紧后松，前快后慢，每个句子的开头节奏都很紧，在后部放松，松完接着下一个句子又紧，使得句子张弛有度，也让句子更有活力，有一种积极向上的蓬勃朝气。

二、重音的设置

重音就是要解决作品内容词语关系的主次。那些最重要的词或词组，甚至是某一个音节，必然要通过朗读的声音形式显出它的重要及重要到什么程度，我们就把那在朗读时需要强调或突出的最重要的词或词组，甚至某一个音节，叫作重音。一

般把语句重音分为三类：

1、节律重音：在语句中，每一个意群是一个意义单位，同时也是一个较大的语音单位或节拍段落。语句重音表现在每一个意群当中，跟它里头哪个词最重要很有关系。单念的时候，每一个词都可以有一个重音，但是意群里面，有些词的重音在语句中发生的变化。应该注意各个语言里哪些个词在句子里就会失去词的重音，这在各个不同的语言里，情况各不尽相同，这就是节律重音。

2、逻辑重音：也就是对比重音，语句重音由于说话的环境不同，着重点不同，由于要肯定某一件事情或是由于对比反衬，把句子里的某个词突出地显示出来，重音地地位就会发生一些变化。在最平淡的语句里轻读的词语碰着这样的情况也可能比任何一个别的词读得更加重。一般管这种在意群内部用来强调指出某个在意义上特别着重的词的加强的重音为逻辑重音。

3、强调重音：因对比、反衬、肯定而加强的重音叫逻辑重音，因而含有强烈的感情而加强的重音叫做强调重音，也就是感情重音，有时因为强调的缘故，词的重音或语句重音会变换地位。

在其晨早财经配音内容中，如下：“全早醒神提要来自全球市场观察金融消息汇整首播校准理财时机翻新每一天财经走势华南城晨早财经今天凤凰卫视中文

台”。在这一句中其重音在：“提要”、“市场”、“汇整”、“理财”、“财经”、“晨早”。我们发现，那么在如何选择重音的上，首先要根据节律重音，找出一个意群中的重音，所有的重音都是为稿件而服务的，要根据句意重点以及播报的所想表达的目的去选择。

三、将普通话作为对比对象分析区别

单单在听声音而言，张妙阳的声音厚实雄浑，充满磁性，能够驾驭各种类型的片头配音，能根据不同的节目运用不同的音位，不断地变化音高音强。发声精神状态是积极、松弛、集中的，其一、他的发声位置相较于正规普通话更靠后一些，正规的普通话要求声挂前腭，字音从口腔喷弹出去，发声位置不能太靠前也不能太靠后，但是张妙阳的发声位置主要还是在口腔后部，声音听起来更厚实更有力度，也使声音更具有历史韵味；其二、是他充分利用了共鸣腔体——特别是胸腔、喉腔和口腔，尤其是口腔共鸣偏后，所以声音听起来比较的厚重，使声音更加立体，也更加充满力量。因为这些，使张妙阳的声音听起来大气、且充满张力、富于变化。舌尖后阻zhi、chi、shi、r，舌尖翘起与硬腭前段成阻，这是普通话中所规定的标准发音位置，而张妙阳发音靠前，这样就成为舌尖中阻d、t、n、l的位置。这样的声音听起来更加符合港台地区的风格，这

就是凤凰卫视一直以来的风格，“全球华人市场”这就是凤凰卫视的基本定位，基于此，凤凰高层在全力打造节目、包装频道主持人的同时，也开始为自己的媒体寻找一个包装形象的代表声，既然是不以华人受众圈中的任何一个单一地区为主流，而是一个泛中国化的概念，主要以两岸三地为目标市场，那么这个代表声音就应该是融合了包括内地、香港、台湾、新加坡等地的华语风格，既然号称是海外华语播音，为了与内地播音相区别，这个代表声就不能与CCTV太相近，而是应该有自己的特色，再配合两岸三地的风土人情，熔铸成所谓的“大中华”的声音。

这种台声的形成不仅是跟他的工作环境有关而且跟他的生长环境也是密不可分的，张妙阳华人移民第3代，出生于新加坡，祖籍福建龙岩，定居香港26年至今。张妙阳少年时就已经把播音事业当作自己的理想，把优雅的语言当作自己的生命。所以从小活跃于新加坡话剧及播音界，1982年负笈法国，在巴黎天主教大学学法语，八十年代初移居香港后，在香港各电台担任播音训练导师及节目主持多年，不论在训练播音员和广播实战经验上均很丰富。二十余年来，为大量的电视广告和电视剧配音，是香港著名广告配音人。自1996年凤凰卫视中文台开播以来，他一直担任凤凰卫视以及星空传媒中文宣传片配音工作至今，十多年来深得中国大陆、

香港、台湾地区乃至世界各地数以亿计华人观众的爱戴，当初为凤凰设计“频道声”的时候，张妙阳这样说道“我希望这个声音听起来既不是新加坡的，又不是台湾的，也不是大陆的，他应该是属于凤凰独有的声音”，如今，张妙阳已经做到了这一点，无论在哪里，无论你是不是经常收看凤凰卫视，只要听到他的“您现在收看的是凤凰卫视”，你就知道凤凰必在身边，这正是台声对台形象的重要性。

声调调值不到位、调型的模糊，也是因为地区原因造成，不像是cctv的配音员的调值饱满，虽然这样的普通话在某些内陆人看来有这样那样的缺点，但是对于他们的受众来说，这也刚好容纳了全球所有的华人，更赋有了亲切感，让受众觉得凤凰卫视的目标受众没有局限性，是真正为全球华人服务的，所以他的语言帮助凤凰卫视塑造出了包容的形象。

正是因为这种赋有特色的声音，成就了凤凰卫视的台声，也成就了他自己，他的语言中朝气，让凤凰卫视给受众的感觉也是非常非常有朝气、有活力的，并且也给受众一种凤凰卫视应对突发事件也会做出更加快捷的反应这样一种印象，我们也愿意包容不同的声音，这样才能打造个性的台声，而不是千篇一律。

（作者单位：中国传媒大学播音主持艺术学院）

编辑/曾致

蛮拼的湖南 随时随地的广播

——湖南电台2015全省“两会”小结 /赵权

依托广播特质，发挥广播特长，提升广播在时政报道中的影响，湖南电台以“蛮拼的湖南”为主题策划“两会”报道，基本实现了做好“线上报道接地气，线下互动接天线”、做到“广播既要被听得到，又要被看得见”的目标。

一、“两会”报道数据：

1、随时随地报道170多条。以湖南电台《全省新闻联播》为主平台，包括程序性报道，截止2月2日，共发稿210多条。

2、随时随地直播5场，累计5小时。包括：938直播25日下午省政协十一届三次会议新闻发布会；26日下午省十二届人大四次会议新闻发布会；27号，省十二届人大四次会议开幕当天，8:30—9:00在大会会场外，通过户外直播车，将特别报道《蛮拼的湖南》及时送到了代表、委员的身边；27日上午8:55—10:30，918、938、955直播省十二届人大四次会议开幕式；938直播30日省人大常委会工作报告。

随时随地直播赢得了代表、委员们的肯定和期待。其中，省人大代表奉稳香说：“这样的现场直播让信息传播更加快速真实有效，能够鼓舞人心。”

3、随时随地访谈12期，累计360分钟。《全省新闻联播》全省“两会”微访谈《请柬·2015》共录制了12期，记者直接对话各省直部门、市州一把手以及“两会”代表委员。先后采访省委常委、宣传部长许又声、岳阳市市长盛荣华、省民政厅厅长段林毅、省统计局局长张世平、人社系统代表委员、教育系统代表委员等，累

计360分钟；30日上午，省委常委、宣传部长许又声“做客”湖南电台两会“微访谈”，并针对广播两会主题“蛮拼的湖南”接受了专访，他说：“蛮拼的应该是我们干部要拼，一般老百姓也要拼。只有这样，到2020年，我们湖南全省奔小康才有希望，才能实现。”

二、“两会”报道新形式：

直播访谈的改变：两会直播室，除了往常设置在宾馆，今年增加直播车，更加体现广播的灵动和特点。直播车就是流动的直播室，流动直播车成为代表委员乐于畅所欲言的媒介平台。其中，在两会直播车里，记者先后采访省统计局局长张世平、人社系统代表委员、教育系统代表委员等，就老百姓关心的热点民生问题进行解读和答疑。随时随地访谈，给代表委员留下深刻的印象，给采访对象带来了便利，改变了过去嘉宾单一去宾馆两会直播室接受访谈的形式。

三、“两会”报道新手段：

芒果微听”：湖南电台不断创新报道传播方式，在2015年全省“两会”期间推出“芒果微听觉”新媒体，及时呈现代表委员们的访谈采访，通过新媒体展现两会盛况，将两会报道图文音呈现其中。在两会代表委员的驻地宾馆全部摆放了互动展板，“芒果微听觉”的二维码扫描，“芒果微听觉”成为广播的新面孔。几天来，截止2月1日下午两会闭幕，首页访问量过两万次，各版块阅读收听观看点击总量

22054人次。

不少代表委员纷纷表示，湖南电台利用新媒体创新报道传播方式，紧跟时代潮流，更加精准、及时地传递了两会信息。正如代表唐荣成所说，“这个扫一下就可以听得到了，挺好的。我第一次碰到这个新鲜事物，新鲜的媒体，做得好。现在只能手机比较普及了，感觉看手机信息是最方便，最及时，其他的方式都没办法和这个（芒果微视听）比。”

1月30日上午，在湖南电台“蛮拼的湖南”两会直播室内，省委常委、省委宣传部部长许又声连连夸赞“这个好，这个好”，并饶有兴趣地拿出手机扫描“芒果微听觉”二维码登录。

此外，全省“两会”前率先启动预热，专门制作了“祝贺宣传带”，在湖南电台《全省新闻联播》、918《新闻快报》及938、955推出。

在《全省新闻联播》中，两会报道评论始终保持一定的比例。如，开幕式新闻门配发评论；每期《请柬·2015》微访谈设置了两会观点40秒，邀请省内外专家对每个访谈主题进行深度解读和点评，让报道更有深度和建设性。

“两会”报道，是一次新闻大战，是媒体之间的较量，谁主沉浮？哪家媒体更有存在感？媒体都在追问并探索着。广播，在这场新闻大战中保持本色，尽其所有地放大自我，是每个广播人始终努力并坚持的方向。

（作者单位：湖南广播传媒中心）

编辑/王庆华

论张艺谋电影的色彩运用

/黄晓利



电影，作为一个已有百年历史的艺术门类，从最初的默片、黑白片到如今的立体声彩色片，从技术到艺术都逐步完善，并且在不断探索与进步中。在电影艺术的创作过程中，艺术家们把色彩作为电影语言的重要元素之一，色彩只有进入到影片的结构层面，才具有审美价值。而今，中外电影导演对色彩的应用，早已突破了简单“对号入座”的层次，通过艺术地控制光影、选择色彩来结构影片，艺术地运用色彩渲染气氛、增加画面美感、表达象征性含义、营造独特的审美心理。

国产电影中，《黄土地》、《红高粱》、《菊豆》、《大红灯笼高高挂》、《秋菊打官司》、《我的父亲母亲》、《英雄》、《满城尽带黄金甲》等一系列电影，堪称国产电影的“用色之最”。这些电影大胆着色，各种颜色在电影中大块铺陈，让人过目难忘，而这个“色彩运用高手”就是作为这些电影摄影师或导演的张艺谋。

一、利用色彩揭示内涵、表现主题

《黄土地》是陈凯歌1984年执导的影

片，影片故事情节很简单，但让观众难以忘怀的是片中那大片大片的黄色土地。《黄土地》是一部凝聚着创作者有关历史、民族、人生感悟及由此表现出独树一帜的影片风格的代表作。陈凯歌坦言：他们在反思、批判，但怀着深沉的“赤子之爱”，希望从受伤的地方长出足以振奋整个民族精神的思想来。作为本片的摄影师，张艺谋功不可没。在拍摄《黄土地》时，片中多用远景、全景及不规则构图展现天之广漠、地之沉厚的大面积黄土，古老而滞重。同时，利用黄色、灰色的画面，与有意识凸显的鲜艳红色形成强烈对比。大片的灰色天空、大片的黄色土地、滞缓的黄河水、苍凉的求雨场面与代表喜庆的红色棉袄、红色门联、红色盖头、红色腰带全统在一部影片中，有意使各种颜色进行碰撞，在几乎凝滞的生活状态中，表现人在这黄天厚土下的挣扎与渴望、宣泄与迸发的情感。常用于表现喜庆、热烈、幸福的红色，在此片中传达的却是与本来颜色相反的意义，这些红色同人物的命运形成了反差，加强了人物的悲剧色彩。

同是红色，在不同的背景下经常传递着不一样的情感。在影片《红高粱》

中，张艺谋对于红色的使用更加大胆：红高粱、红高粱酒、红衣掌、红盖头、红花轿、红色的太阳、红色的鲜血……铺天盖地的红色，使影片释放出粗犷、自由、激情、奔放、厚重、苍劲的情感。无论是如舞蹈般的“颠轿”、高昂的歌唱、热烈的“野合”、豪放的“祭酒”，都怒放出一种张扬与激荡。在此之前，没有人把色彩玩到这样的极致，那样浓重的色彩就那么泼墨一般地肆意挥洒，作为张艺谋第一部颇具实验意义的作品，《红高粱》带给中国影坛的震撼不言自明。也由此开始，色彩的运用，已经成了为张艺谋电影的一种极具个性化的品牌。

二、用色彩刻画人物性格、描摹人物心理

在《我的父亲母亲》一片中，张艺谋一反常态，不再用大块色彩进行铺陈，而是尽量将画面拍得唯美。有评价说，《我的父亲母亲》是一曲清新的田园牧歌，一篇优美的散文诗。这个影片讲述的故事很简单，没有复杂的人物，没有激烈的冲突，人物关系也不复杂，但片中对于色彩的运用，却匠心

独具。正如张艺谋所说：我要在司空见惯中拍出一种真切来，要把本片拍成一部非成人化的儿童电影，追求真实、自然、朴实和单纯。张艺谋着力塑造一段唯美的爱情，虽然故事不复杂，但张导在用色方面毫不含糊。首先，把影片分成两段，前半段黑白、后半段彩色，一方面是把现实与回忆分开讲述，另一方面则给观众一种“父亲”死了，“母亲”的世界失了颜色这样一种心理暗示。然后，着力表现年轻时“父亲母亲”的爱情。“母亲”大红色棉袄、水红色棉袄、红色发卡、青花瓷碗，通过衣服变换、寻找发卡、修碗等细节将一个怀春少女初恋的青涩情感刻画的十分到位，成功塑造了一个追求自由、敢爱敢恨的“母亲”形象。尽管故事的背景处于特殊年代，但片中不停变换的环境色，湛蓝的天空、金黄的稻谷、明黄的树林、洁白的雪……都给这个爱情故事营造了一种童话般美好的生活环境。

与这个影片形成反差的是张艺谋的另一部电影《一个都不能少》，同样是以乡村为背景，一个贫瘠破旧，一个恍如人间仙境。这样的横向对比，也许更能说明张艺谋在《我的父亲母亲》一片中用色彩塑造人物的功力。除《我的父亲母亲》，张艺谋在《秋菊打官司》、《千里走单骑》、《三枪拍岸惊奇》等片中，对于同样色彩的运用异曲同工。

三、通过色彩暗示、隐喻，引导观众心理

著名摄影师斯托拉罗曾经说过，色彩是电影语言的一部分，我们使用色彩表达不同的情感和感受。就像运用光与影象征生与死的冲突一样。张艺谋也曾在接受记者采访时说：“我认为在电影的视觉元素中，色彩是最能唤起人的情感波动的因素。我自己认为，从生理上说，色彩是第一性的，能马上唤起人的情绪波动。”在张艺谋执导的《大红灯笼高高挂》、《菊豆》、《英雄》等片中，他把色彩的暗示、隐喻、象征等功能再一次发挥到了极

致。

《大红灯笼高高挂》是张艺谋继《红高粱》后又一次色彩大“爆棚”。影片依然以红为主，辅以黑、灰、白、蓝等颜色，进行色彩叙事。片中最让人记忆深刻的，是那带着强烈象征意味的“红灯笼”，那触目惊心的红色，红得喜庆、红得残忍、红得血腥、红得让人心底发冷。喜庆的红灯笼阴影之下，是院子里女人明灭的人生，红灯笼映照着她们的恩怨悲喜，映照着她们被压抑被泯灭的人性，也映照着灰墙大瓦下看不见摸不着的封建礼制中女人无力抗争的无奈与悲哀。

片中各种颜色交错叙事。黑底红字的季节交替变化中，独缺“春”，象征着在这个院子里没有春天。黑色代表冥顽的封建制度、男权主义，黑暗一直伴随院子里女人的被红灯笼掌控的命运。颂莲身着学生装的白衣黑裙与梅珊的大红戏服形成强烈对比；她与院中女人的各种争斗，用各种鲜艳的服装来暗示她心理的变化；她假装怀孕时红色棉袄与红色长明灯用来暗示她心理的异化；“长明灯”与“封灯”的红、黑对比暗示颂莲及院中女人的命运；金色脚捶的对性的压抑的暗示；鲜艳颜色里，总有一个挥之不去的灰色背影，这个背影隐喻封建家长的权力与威严。灰墙灰瓦的对称框架构图隐喻死板呆滞了无生气；俯拍的四方院子中的色彩更替与摄影机不易察觉的角度变化，到最后定格为一口四方的棺材。片中各种暗示、隐喻比比皆是。

同样，在《菊豆》一片中，染坊里各种颜色的表现；《英雄》一片中，几大色块的运用，都是导演在通过色彩暗示，引导观众的观影心理、感情，达到用色彩加深对作品的理解与共鸣。

四、色彩与电影

作为第五代导演的代表人物之一，张艺谋是个不可替代的存在。他导演的电影，带着他浓重的个人风格。这些电影作

品中，他对于色彩的娴熟自如运用，是他电影的鲜明标志。在《秋菊打官司》后，张艺谋先后拍了《我的父亲母亲》、《一个都不能少》、《千里走单骑》、《英雄》、《满城尽带黄金甲》、《三枪拍岸惊奇》、《金陵十三钗》直到最后的《归来》。这些作品，常受到评论界的各种质疑。不管纪实作品也好、农村题材也好、商业巨作也罢，不管口碑如何，在光线与色彩的运用方面，都打了上了张艺谋的鲜明烙印。

谢飞导演曾有一段评价：张艺谋在《红高粱》、《大红灯笼高高挂》等影片里，就开始重视写人了，但写得不是很丰富。《红高粱》里“我奶奶”前半段里像受气的小媳妇，后来一下子判若两人。《大红灯笼高高挂》里的颂莲，刚当姨太太时还是个单纯的女大学生。她从这样一个起点变到后来与几房妻妾勾心斗角，这个过程心态和性格的发展脉络揭示得比较简单。

张艺谋曾接受采访时说，“电影从问世到今，蒙太奇、长镜头等几个套路全打完了，现在靠的就是人物的刻功，我们不能因为追求画面的精雕细刻和尽善尽美，而延误了演员的表演潜质的发挥。即便拍形式感很强的影片，也要把人物摆在前面，后面再透出你要表达的东西。”“色彩叙事”、“民俗叙事”的张艺谋带着“人物叙事”《归来》了。而《归来》一片，同样带着他浓烈的光线、色彩叙事的个人风格。在不延误“演员的表演潜质的发挥”时，同样也是对于画面的“精雕细刻和尽善尽美”，同样也如他的很多影片一样毁誉参半。

作为“色彩大师”的张艺谋，带着“人物叙事”的标签归来了，我们期待张艺谋“色彩大师”光环下“人物叙事大师”光辉的彰显。

（作者单位：湖南艺术学院）

编辑/曾致



写凝固时光的诗

读《一个人的唐风宋韵——彭进苗诗词精选》有感 /杨红爵

编者按：彭进苗，湖南广播电视台经视频道摄像记者、导播。湖南省诗词家协会、楹联家协会、岳麓诗社、长沙书法家协会会员。当过从小学到大学的语文老师，编过报纸，扛过摄像机。安身立命的地方从学校到企业再到电视台。不管在哪里，不管做什么，身边总放着两支笔，随时准备拿起：一支钢笔写诗词楹联；一支毛笔写书法，数十年寒暑勤耕不辍，创作了上千首（副）诗词楹联。他师从楹联泰斗、中国楹联学会副会长、湖南省楹联家协会主席、著名书法家余德泉教授。最近出版《一个人的唐风宋韵——彭进苗诗词精选》，广受好评。

诗是最抽象的一种美！

相对色彩之于绘画、声音之于音乐，诗的素材来源直接是抽象符号化的语言和文字。语言文字是人类区别于动物的重要标志，是世间万物走向人的脑海的第一层次的抽象符号。诗歌就是通过这种抽象的、理性的符号来表达美，从这个角度折射出诗歌其实是所有艺术表达中最难的一种。我们华夏民族使用的汉语，是世界上最具有表现力的语言。在汉语的诗歌长河中，格律诗无疑是最具影响力的。虽然现代新诗打破了律诗的形式约束，但也降低了自身的门槛，反而更难写好了，也难再有像唐诗宋词般朗朗上口或低唱浅吟的有影响力的作品去感染一个时代。在我看来，律诗的律，或相当于作曲中的节拍，有了节拍的歌曲才有灵魂。我更喜欢律诗，因而也有了我对进苗先生的推崇。

八十年代初出生的我，读诗主要在少年时期，那时候还没有汹涌横流的网络信息，“文艺范”就是我等成长少年们追求的“境界”，读诗也是“圈朋友”的主要手段之一，我的那点对诗的感受能力大概也就是在这种状态中得来的。对诗而言，我或是具有时代样板意义的读者：成长在“速食”的改革大潮中；除了中小学语文教材中的诗词教育，再没有专业的学习和训练；对诗有好感和兴趣，但仅限于碎片式的阅读；现在主要通过移动互联网的社

交媒体做些阅读。这样的我不仅仅是一个我，或代表着生于改革大潮，现在而立之年的一个庞大的群体，这样的我在读彭先生的古典诗又是怎样的感受呢？

首先，彭先生的诗一读就明了，多读几遍，便就有了与作者感同身受的情怀。一般以为，律诗绝句用字用词往往穷经据典，又要搭配意境与韵律，确是非常难的事情，难免诗做好了之后却又不容易被读者读懂，所以有时必须看到注解才能搞明白作者的意图。这本诗集却是一个例外，显出作者的用心良苦，每一篇都不会出现过于生僻复杂的字眼或冷门典故，轻松即可感受到古典诗歌的魅力！我曾就此问过彭先生，乃刻意为之，他不愿作现代人看不懂或需要花费大量时间才能读懂的古诗，不愿只面向专业的读者，而是要为大众来传播诗歌的美。

然后，作品朗朗上口却又意境深远，寄情寄思。把诗做得格律准确或许容易，但既要保持“学唐宗宋”，又要意境深远就难了。显然彭先生做到了多者的兼顾：本集第四篇之三——“曾忆深山为乱木，胭脂点点染相思”一句，乃彭先生见我办公室早春海棠盆景即兴所作，在此之前我每天抬头低头也没作多想，仅新鲜感耳，但当我读到此一句，就不能再淡定了，每天观察琢磨片刻，时有联想翩翩，这是一种无法表达的极具韵味的感受，或许美的

作品就是这样能给不同的人带来不同的感受。

第三，进苗先生的作品带有雕刻时光的品质，刻画的更是时代的力量。我曾游历欧洲各大城市时有过顿悟的感受，即对雕塑作品的理解（欧洲很多城市中竖立着不同年代的人物雕塑作品），远远看去广场中的雕塑并没有什么，但走近端详，面对雕塑作品人物那不属于这个年代的表情，有一种穿越时空的感受，那一刻就将时光凝固在此了。这或许是我自以为是的艺术的一种神迹般的表达。而这次在进苗先生的作品中，我似乎看到了这种气质，众多诗篇无不反映这个大时代的气息与神情：《守望迷航》、《浏阳河大桥爆破拆除》、《科里斯翼装穿越天门洞》、《试乘地铁感怀》等等。诗在这里不再只是作者的个人情感寄托，也不再只是文中来辞中去的风花雪月，就从身边的事情开始，就从生活的时代开始，记录时光，直面社会。题材具有了生命力，则像如我一行的行外人也同样会深切关注！

对于格律诗词，我其实是一个行外读者标本，谈一些阅读感受，或能给数字信息时代的年轻同类型朋友有些启发，从而带来新的文化关注，总是好事！

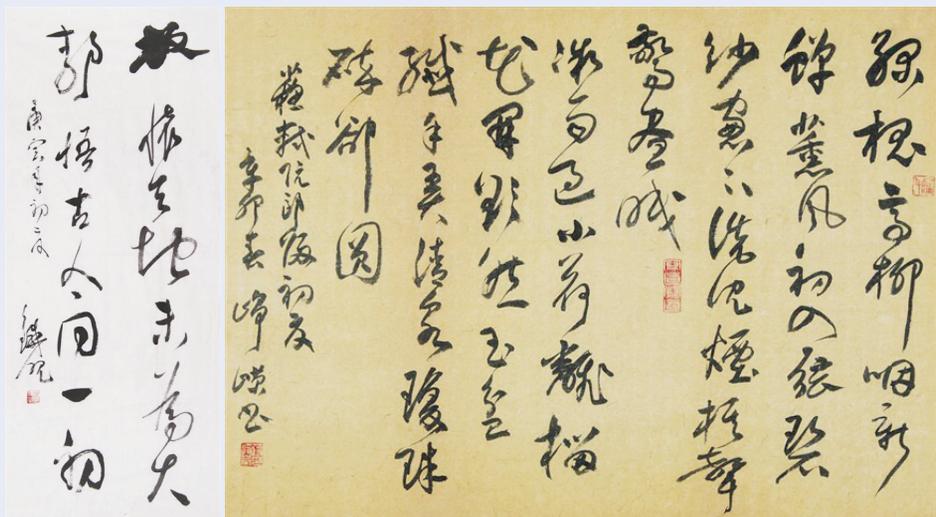
编辑/曾致



书生豪情一杯酒 妙手翰墨万般心

——蒋峥嵘印象

／晋文



湘南的永州真是一方富有灵异气息的沃土，这里绿水青山蜿蜒旖旎风景如画、文风昌盛积淀深厚、民风淳朴真情热诚，不仅盛产柳宗元先生笔下的异蛇，也是理学与文人的盛产地，说远了有唐代著名的书僧醉素——怀素和尚、写出让历代文学家眼热不已颂传千古的《爱莲说》一文的宋代理学宗儒濂溪先生——周敦颐、清代著名书法家何绍基等等，既令中华文化熠熠生辉，也为桑梓故里添彩增光；说近了有一连串当今湖湘书坛耳熟能详响当当的名字——欧阳维忠、何家壬、罗峰林、邹武生、唐朝晖、张玉波、胡有德……我和永州缘份不浅，永州籍朋友交了不少，与之品酒每每醉见太白。

铁砚斋蒋兄峥嵘先生亦是永州人氏，初见方头大耳浓眉圆眼一脸富态，个头不高透着粗犷之气，言谈行事却有静雅淳和之气，恰似苍黄古旧的碑帖中颜体书法破

纸而来的风华。蒋兄少时家境贫寒艰难，大家族正堂屋里悬挂着的一幅颜鲁公气骨的对联，是号称永州府“半支笔”的曾叔祖父题写的“世上好事忠和孝，天下良谋读与耕”，既让他触感书法的美好，也提示他明了只有发愤读书才是唯一跳出农门的法子。多年茅檐窗前、煤油灯下孜孜苦读终于如愿得偿，恰如古人千里迢迢赴京赶考金榜题名考入零陵师范，亦进入天津茂林书法学院系统地学习书法技法、理论、古典诗词，先天的人文滋养先天的地理环境熏染加上后天的勤奋努力，蒋兄于书法艺道如痴如醉皂指墨颜不亦乐乎，先后在学校及地区书法比赛中崭露头角。师范毕业后，蒋兄任教乡野，虽在穷乡僻壤，一箪食、一瓢饮亦留心着意，不改其高尚之臻精神之往，乐此而不疲，功底自是水涨船高毋须多言。

俗语云：穷则思变，变则通，通则

达。默默奉献乡村教育事业的清寒，让他有一种冲动，想去外面的世界看看。为此，只得破釜沉舟辞掉工作来到举目无亲的繁华都市长沙打工，在这里一切从零开始，他干推销、跑业务、任家教、做私企秘书等等。工作的枯燥繁琐、生活的坎坷艰辛时时磨练着人的意志砥砺着人的精神，有的人或许就这样自得其乐心甘情愿地当一天和尚撞一天钟地混沌下去，有的人或许会心态失衡误入歧途就此沉沦。蒋兄有着永州人特有的坚韧执着和豪放达观，心中时时不曾忘却书法艺术那高尚精神的招引与呼唤。那时候很累，但有空还是要抽空练一练的，这是不能丢掉不能随意放弃的，他如是说。话虽简单，坚持做去实在不易唉！

上帝给人关上一扇窗，就会为人打开另外一扇门，而机遇总是垂青时刻准备着的有心人。一个偶然的机，他考入了长沙广电，2013年又调入湖南省广电局办公室，现在已是单位的业务骨干。在繁忙的工作之余他对书法依然情有独衷，每天用毛笔写日记，以练习书法基本功，这是他从书画大师李可染先生“做一辈子基本功，天天作总结”中获得的启示，既是作为消乏健身之术，亦是养心开眼练笔之故。蒋兄钟情于豪情磅礴的草书，对乡贤怀素晚期的代表作《小草千字文》一练就是十年，此外，他还大量临习了张黑女、鬻宝子、石门颂、散氏盘和王羲之书法等书艺经典。画画三天可上墙书法十年难上墙，可见书法学习甚难，但越是难才越发显示其经久不息的魅力，要想在此途有所作为当要耐得寂寞，蒋兄是吃了称砣铁了

心，立志要磨穿铁砚跟书法好上一辈子，他常以里尔克的诗句“有何胜利可言，挺住意味着一切”自勉。但只问耕耘不问收获的蒋兄，也时不时给朋友们带来欣喜、亦带来喝酒的由头与机缘——

1996年入选“三明金叶奖”中国书画精品展；“先贤杯”全国书画大赛获银杯奖；

1998年入展全国电视工作者书画影视作品展；入选中国黄河魂艺术大展；

2000年获文化部举办全国群艺大展优秀奖；入展中国广播电视界第四届美术书法作品展；

2002年获湖南省首届书法电视现场大奖赛三等奖；首届中国书画小作品优秀奖；

2003年在纪念毛泽东同志诞辰110周年“东方红”杯中国书画大赛中获优秀奖，作品被韶山市人民政府收藏；

2007年，首届湖南书法月期间，墨潮——潇湘墨潮书法精英作品展在湖南美术馆展出，蒋兄的作品亦在其中，是一幅对联、一件手札和三幅草书斗方连缀的一纸条幅，写得秀雅文气、精练活脱，圈内行家赞许有加；

2010年，湖南省文化厅和湖南日报报业集团联合主办的“2009湖湘书坛画坛年度人物评选”活动中，蒋兄名列湖湘书坛年度人物荣誉奖……

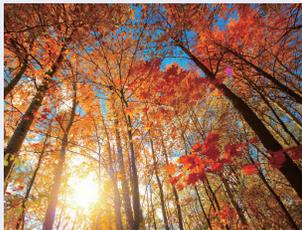
宣统元年（1909年），赵佩斋先生被选为京师第一任古玩商会会长，他就是北京琉璃厂大观斋的老掌柜。真巧了，爱好收藏的蒋兄前些年在长沙也创办了一家“大观斋画廊”，斋名乃陈大羽题写，并

在孔夫子网开辟专店，千淘万漉交流收藏了许多名家字画、名人墨迹，著名作家、学者陈子善先生还相中了其中一件宝贝，与他愉快成交。收藏玩的是眼力、素养和财力，玩野心的收文物，玩闲心的玩古玩，野心是鸡翅鲍参，破财伤神；闲心是家常小菜，怡情养性。今年六月中旬，蒋兄发信息告知我，他的一些收藏品参与了“湖南国拍二零一一夏季文物艺术品拍卖会”。我邀钦荣君一起去观赏，琳琅满目美不胜收，无奈眼力财力浅薄无力去给他抬抬轿子，走马观花欣赏一番之后只得打道回府。闲时翻看拍卖图录，蒋兄“大观斋”的藏品品味甚高，参与拍卖的有七、八十件之多，以湖南近现代的名人名家作品为主，细细品味恍若依稀见着那时烟雨的一弯旧月。

永州人天性真诚坦荡豪放洒脱，蒋兄峥嵘先生亦不例外，平日下班休息有空朋友小聚，他总忘不了那杯水酒，就是永州特有的低度米酒，喝起来味道淡淡的很好下口，冬天加热以后更易入喉，最容易迷惑未曾品过的好酒之人，不知不觉就陷入了晕乎晕乎倒也的境地，本人见过多例，当然本人不幸也被醉翻过。峥嵘先生却对之偏好不已，频频端着酒杯一仰而进礼敬友朋，酒过三巡之后濡笔挥毫笔走龙蛇，颇有一派乡贤醉素不羁的洒脱奔放，大大小小参差线条粗细错落千干湿云烟飘舞，那满纸的豪情翰墨灵动酒香四溢……

（作者单位：湖南新闻出版广电局）

编辑/曾致



老伴

/ 李青田

越是好日子过得越快。转眼，我老伴白俊英也成了耄耋老人。她80大寿那天，全家四代人为她举办了简朴而热烈的寿宴，表达我们对她的祝贺。孙女端上蛋糕，点燃“80”字样的两支蜡烛，全家人唱着《祝你生日快乐》，当老伴合掌默默许愿时，我盯着满头银发的她，忽然想起当下非常流行的那首歌：时间都去哪儿啦！

多年前，18岁的我在山西孟县的一个区当区长，那年到水岭底村发动群众支前，被村干部派到白家食宿。我看到白家一位小姑娘在纳鞋底，问她给谁做鞋，她说给八路军。问她叫什么名字，她说叫白俊英，除了做军鞋外，还要砍柴、挑水、做家务，到村头站岗放哨。1949年3月，她参加革命。后经人介绍，我和白俊英结为连理。我们一道南下，她先后在湘阴县政府、湖南省政府当机要员，掌管县府、省府大印；后又到省商业厅任机关支部专职副书记，省供销社任副处级纪检员，直到1992年离休。

她这一辈子，从懂事那天起，总是不用扬鞭自奋蹄，43年革命征程，她忠于职守，任劳任怨，上班工作勤勉，默默奉献，下班相夫教子，柴米油盐。几多诚实，几多辛劳，都刻在了她的脸上，染在了她的银发中。在她身上，变的是岁月沧桑，不变的是勤劳善良。

席间，孙女请80后的奶奶回忆爷爷给她的第一印象和最深的记忆。这时，老伴略显羞涩，笑眯眯地说，你爷爷给我的第一印象就是英俊，革命战争时期的那种英俊。最深的记忆就是第一次教我识字，他说，口中加十是田，田字上出头是由，下出头是甲，两出头是申，这四个字啊我记得最牢。她的回答引起儿孙辈大笑不止，在笑声、掌声和欢呼声中，老伴满面绯红，恍惚又回到了16岁。

我从小体弱多病，5岁才能走路，15岁参加革命，1949年南下到湖南，开始水土不服，血小板严重减少，一旦受伤，伤口很难愈合，大炼钢铁时期，患了肝硬化，后来从事广播电视事业，由于宣传任务重，经常熬夜，不到50岁又出现帕金森病状，60多岁开始脑萎缩……70岁以后生活都不能自理，当我88岁为老伴祝寿时，我最大的心愿就是感谢老伴一辈子衷心陪伴我，无微不至地照顾我，辅助我。

记得文革期间那段艰难的日子，她不顾旁人的白眼，总是送来热腾腾的饭菜，端来香喷喷的鸡汤。平时，每当我偶尔受伤，伤口久不愈合时，她每天都用温开水加盐给我清洗，防止伤口感染。当我心情烦闷，对她发脾气时，她总是微笑着看着我，等我气全消了，她就和风细雨地指出我的一些不对，劝我莫发脾气，发脾气对身体不好。

出于帕金森病症越来越严重，72岁时，我只有拄着拐杖才能慢慢行走，她怕我摔跤，从此以后就不离我左右，出门散

步陪着，参加会议和活动陪着，住院治疗陪着，她成了我的护理员、卫生员、炊事员、书记员、通讯员、联络员。随着年岁增大，病症愈益加重，出门散步只有一边拄拐，一边在她的搀扶下，才能慢慢移步前行。是她搀扶着我，让我看到了长沙日新月异的变化，看到了湖南广播电视蓬勃发展的的大好形势。每当老伴搀扶着我慢步移行时，路人都会投来惊讶的目光，送来问候和赞叹，李老您好！李老您好幸福啊！在人多的地方，人们对我们的回头率还蛮高。我晓得，这回头率不是送给我的，而是送给我的老伴白俊英的，是她诚挚的爱，是她的坚守与善良，是她那满头银发和慈祥善的面容，赢得了许多路人和赞许。

从老伴白俊英寸步不离地陪伴我散步算起，至今已经整整16年了，这16年，除了党和政府的关爱，单位领导给了很好的待遇外，是她重新燃起了我对生活的那份热爱，是她鼓舞了我与疾病抗争的斗志，也是她给了我晚年无限的幸福。而由于我的牵绊，她放弃了与老同事的许多聚会，舍弃了单位组织离退休老同志户外参观、旅游的活动，为了我，她舍弃得太多，甚至舍弃了个人活动的自由。

当她吹灭生日蛋糕上燃烧的蜡烛火苗时，我慎重地递给她一张红色的纸条，上面写着“亲爱的老伴：你是我的大恩人，你确实辛苦了，我们全家的事，全凭你操办，你使全家人高兴了，满意了，幸福了。祝我的老伴健康长寿，万事如意！以上说的是我的肺腑之言”。

回顾我和老伴已经度过的64春秋，是坚持与勤劳营造的幸福；是诚信与善良构建的幸福；是相濡以沫收获着幸福。

（作者系湖南广播电视台享受副省部级待遇的正厅级离休干部）

编辑/曾致

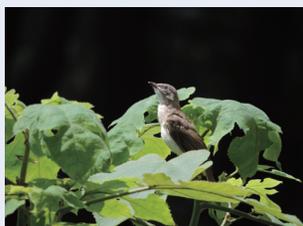
闲来杂咏

/刘永凡



家园颂

家住园林里，
行走画图中。
蒹花常入眼，
高树偶拂云。
晨曦闻啼鸟，
向晚舞清风。
博弈惊楚汉，
笑谈穷古今。
寂寞寒宫女，
应羨我媪翁。



惑

——
鸟儿自问

环境时时变，
美景更无前。
令我好迷惑，
何处是家园？



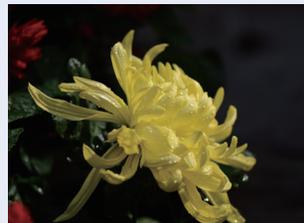
梅溪湖颂

昔时龙王港上居，
而今着意为湖。
四面山峦凝秀气，
一汪清水润明珠。
楼浮祥云连碧落，
阁映浅底伴游鱼。
雨雪阴晴皆入画，
敢问瑶台如斯夫。



赞房顶绿化

经营屋顶有妙方，
苗壮叶茂果飘香。
隔热防渗效果好，
一举多得应提倡。



菊颂

疑似妖桃血殷殷，
橙黄兰紫各不同。
雍容华贵自国色，
清幽淡雅有仙容。
缕缕暗香浮深谷，
翩翩彩蝶逐流云。
一帮老迈贪花客，
偷来春色献秋风。



偶感

涂鸦常喜施薄雾，
出行最忌遇重霾。
安得倚天挥尘拂，
扫尽环宇万里埃。

注：尘拂——拂尘也
(道家法器)

(作者单位：湖南省经济和信息化委员会)

编辑/曾致

挖掘与发现美好社会道德的实验节目

湖南卫视2月4日全新推出的《噗通噗通的良心》，是一档以新闻事件为由头，采取全隐秘拍摄、纯真实记录、旨在挖掘与发现美好社会道德的实验节目。从已播出的两期节目来看，话题涉及诱拐儿童、儿童走失等社会热点和痛点，通过群众演员扮演，真实再现新闻事件的特定场景，并在此过程中寻找面对儿童被拐、走失等能主动伸出援手给人温暖的人。在4日的节目中，妮妮、玲玲两个小女孩遭遇虚情假意的人贩子时，在餐馆就餐的小学生们机智勇敢，与人贩子斗智斗勇，终使人贩子阴谋未能得逞，悻悻而去。5日的节目中，“围巾大姐”、电动车司机和男女中学生等热心路人的寻找与帮助，使

高丰、刘钰苗等三个走失孩子与父母终得相聚。节目弘扬了社会主义核心价值观，展示了人间百态，向社会传递了温暖，传递了正能量。观众可以从节目中得到生活启迪，只要有心，一个微小的留意或许就能给另一个人莫大的帮助。当同类新闻事件再度发生时，应该怎么做，怎么样做得更好。对在事件中没有伸出援手的人，节目也没有对其做武断的臧否，而让其在内疚中自责自省。湖南卫视推出这样一档具有正能量的呼唤社会道德良心的节目是值得称道的。建议节目继续加强编排、精练点评，多拍一些近景和特写镜头，把群众演员的情感更好地表现出来，让节目做得更精彩。

问题抓得及时准确

湖南广播潇湘之声2月9—10日的《938城市大真相》重点关注长沙年货市场存在的乱象。主持人说，他们连日来多次接到市民的投诉，说正在省展览馆、贺龙体育馆举行的年货交易会上，有些不良商家以低价、特价诱惑市民购物，但销售的商品存在很多质量问题。实际情况究竟如何呢？记者到现场进行明查暗访，证实市民们反映的问题基本属实。如在多个显著位置摆着的“赖茅”白酒，虽都叫“赖茅”，但分别来自多个不同的生产厂家，且价格差距十分离谱。这是为什么呢？记者联系到贵州仁怀市酒业发展服务中心，有关负责人证实，目前在市场上销售的这些由小厂家甚至是小作坊的商贩生产的“赖茅”白酒，品质很难过关，都是假的。记者及时将两个市场存

在销售侵权“赖茅”白酒的事实和其他多种“三无”食品、傍名牌销售的假货反映到工商部门，引起了他们高度重视。有关负责人表示，他们已对长沙年货市场的营销乱象展开了执法行动。凡是租用场地开展年货交易的单位都必须对举办公司和销售公司的信息进行备案登记，对进场销售的商品质量、质检报告进行核实，从源头上确保年货市场上销售的每一款产品的货真价实。这些报道通过调查披露年货市场的乱象，提醒市民引起高度重视，多加警惕与防范，问题抓得及时准确，内容鲜活充实，很有说服力，对正在购年货的市民起到了很好的引导和警示作用。

一期为小微企业的发展出谋划策的好报道

湖南经视2月10日《经视观察》播出的“小微成长记（二）：‘智力’变资本”，是一期为小微企业的发展出谋划策的好报道。节目既披露了目前小微企业资金缺乏的困境，又对长沙市正在开展的知识产权投融资服务试点作了肯定，还对以发明专利作抵押物的融资成效不明显的原因作了分析。通过走访省知识产权局的领导和“点击智库”咨询专家，节目提出

了建立和完善科技成果和知识产权交易运营中心、大力开展专利质押融资的建议。整个报道步步深入，既强调了市场在资源配置中的决定性作用，又告诫人们不要作市场的奴隶，而应在遵循市场规律的前提下有所作为，是对十八届三中全会精神宣传的具体化，是探讨中国特色社会主义建设规律的用心之作。

客观的评论有助于释疑解惑

湖南经视2月7日《钟山说事》栏目播出“一个人的车厢”。春运首日，一趟为在浙江打工的贵州、湖南及江西人专门开设的临客列车出现了一节车厢仅一名乘客的怪象，这一现象容易让人质疑临客列车的开行造成了运力的浪费或者售票制度不合理。但主持人随后针对这一现象进行了说明，指出这趟列车具有单向流动的特点，节前大部分人都是从浙江返乡的打工者，因此乘坐贵阳开往杭州的列车的人寥寥无几，但是节后

这种现象就会恰恰相反，因而会呈现节前节后冰火两重天的情况。面对春运人满为患与一个人的车厢的矛盾，主持人呼吁广大的乘客们应该一分为二地看问题，对该现象多一些理解与包容。节目最后还提出了解决该问题的方法，如加快城乡一体化的进程，帮助农民工在家乡就业等。节目没有就现象讲现象，而是全面解释，提出建议，起到了良好的释疑解惑与疏导民情的作用。

不要盲目攀比晒“年终奖”

湖南广播潇湘之声2月6日《博闻天下》对年底各单位的“年终奖”、“年会奖品”进行了盘点。主持人首先播报了个别公司发放高额年终奖的新闻，接着点出了一公司年终奖仅为2袋大米，并用旁白调侃说：“唉，不要再说这些土豪公司了，我心里不平衡呀，我就发了两袋大米，40斤，从公司带回家，我还掏了的士费，可恶呀！”之后，节目又曝部分企业年会上的出格奖品，其中，对某企业给员工派的年会奖品为活牲畜，旁白又调

侃到：“为了契合马年和羊年，奖宝马才是一个正常人该有的思路，就算奖几头驴，也该换成LV。”年末岁尾，正值各单位年终奖、年会奖品发放期间，节目中提到的“年终奖”、“年会奖品”发放情况只是个别现象，但节目并未对这些个别现象进行及时纠偏，而是将其进行罗列，给人一种以猎奇博收听率的嫌疑。同时在节目中，主持人对这些事件评论，不仅没有对受众进行正面引导，反而有煽风点火之嫌，实在欠妥。

媒体对孩童的关爱之情

湖南广播交通频道2月8日《观点峰会》就重庆九龙坡警方发布的一则消息展开的评说很有现实意义：据警方统计，该辖区自学校、幼儿园放寒假以来丢失的12名儿童中，就有8名系父母看管孩子时沉溺于智能手机而造成的。主持人和评论员对此给予了严肃批评和诚恳规劝，指出：人若变成了手机的玩

物，放弃看护孩子的责任，把孩子玩丢了，就将铸成难以挽回的大错。眼下学校均已放寒假，春节将至，父母看护孩子的责任重大。上述评说的事件虽属个案，但同样具有很强的针对性和警示性，体现了媒体对孩童的关爱之情和高度的社会责任感。

新闻报道中请谨慎使用“最”字

2月11日，湖南卫视《播报多看点》栏目主持人播出如下新闻：今年春运，中国铁路上每天奔驰着两千多对旅客列车，那今天我们关注其中最特别的一列，它由广州始发，开往拉萨，是中国运行时间最长和运行距离最长的直通车。此时，屏幕上则出现如下字样：广州至拉萨列车——中国旅程最长，用时最长的列车。这列车的车次为Z264次。这里出现了一个错误：用时最长。

Z264次列车全程运行时间为54小时01分，而K2288长春至昆明列车运行时间为68小时25分。但凡对中国铁路有些许了解的人都知道，长春到昆明的K2288列车才是用时最长的列车。此外，主持人所说的“直通车”和屏幕字样也有出入。如果这里的

“直通车”指Z开头的列车（代表直达特快列车），那么Z264则可称得上是用时最长；如果是按照屏幕字样所写的“列车”，则K2288为用时最长。

当前一些新闻报道，为了突出所谓的“特别”，喜欢用“最”、“第一”这样的字眼，殊不知新闻报道中“最”这一副词的使用是要特别慎重的；另外，在关于铁路的报道上，一些记者不熟悉铁路情况，看到什么报道什么，不进行分析，也不进行严格把关，导致出现新闻失实。

其实，就此报道而言，本人认为Z264次列车有很多特点，比如运行平均海拔最高。新闻最重要的是事实，记者这样报道有可能以讹传讹，误导受众，尤其可能遭到铁路研究者的诟病。

（本栏目由湖南省新闻出版广电局视听监看中心协办）

编辑/曾致

广电总局新政：境外剧不能同步更新

在最新出台的《国家新闻出版广电总局关于进一步落实网上境外影视剧管理有关规定的通知》中，引进剧在视频网站的限令一再夹紧，有“数量限制、内容要求、先审后播、统一登记”四项主要原则。种种规定之下，境外剧在国内网站的“同步更新”已不再现实。最受冲击的国内视频网站对此政策持理性态度，有网站负责人表示，境外剧的播出量一定会减少，国产剧和自制剧则会拥有更大空间，境外剧被炒得虚高的价格也有望回归正常。

(中国新闻网)

《2014中国媒体移动传播指数报告》发布

人民网研究院近日在京发布《2014中国媒体移动传播指数报告》。报告分别推出了报纸、杂志、电视频道、电视节目、广播电台5个移动传播百强排行榜，人民日报、湖南卫视、中国好声音等媒体和节目分居各榜单前茅。清华大学新闻与传播学院教授沈阳认为，榜单中排名靠前的媒体大多数利用自身的权威性和公信力，采取了“多渠道全覆盖，抢占发展先机”的策略，在新媒体的布局上，打造出“双微账号互动+多个APP客户端”的移动化格局。(人民网)

扶持原创，腾讯启动“惊蛰计划”

有一些节目，它们从未在电视台播出，仅仅通过网络就俘获了大批年轻观众，如《暴走大事件》、《名侦探狄仁杰》、《舌尖上的中国真2》等。近日，腾讯视频联合这些节目的制作方万合天宜、暴走漫画、胥渡吧等联合启动“惊蛰计划”，计划在年内签约并重点支持100个优质PGC(专业生产内容)项目，构建全网最大的原创视频平台，节目“特供”互联网一代。(新闻晨报)

传统媒体与实体书店开创合作新模式

日前，中央人民广播电台文艺之声与单向空间书店举行了签约仪式。从今年3月开始，文艺之声将在单向空间书店每月推出一场主题活动。合作双方均表示，这是传统媒体与实体书店在新形势下求新求变的探索之举。这次合作的主题为“文艺之声和他的朋友们”。据悉，双方将充分利用各自在文艺、文化界以及图书领域的资源，以诗歌朗诵、文学沙龙、室内音乐会等形式，与喜爱文学艺术的朋友们一起交流分享文艺生活。(光明日报)

广电总局将继续加强OTT终端管理

2015年，国家新闻出版广电总局将进一步加强对于互联网电视产品的终端管理，主要体现在：对于集成机构获得由广电总局发放的互联网电视客户端的编号后，必须将生产的互联网电视产品送交总局报备和接受总局的产品检测。广电总局将根据产品检测的结果，给予集成机构以意见反馈，如不符合总局对于终端的管理要求，或者功能不符合181号文的条件，则必须进行整改，整改通过后，方能进行产品的销售。(流媒体网)

机器人记者来了，记者会失业吗？

苹果公司日前发布了创纪录的一季度财报，美联社数分钟之后就发了新闻报道。但这篇报道不是记者写的，而是机器人记者写的。因为财经领域的季度盈利报告撰写工作单调枯燥，但要求准确和速度，所以美联社从去年夏天开始就使用自动观点公司的“史密斯消息”软件撰写财经报道文章。机器人记者来了，真正的记者是否就要失业了？美联社认为，“史密斯消息”是在解放记者，让他们集中精力撰写有深度的报道。因此，真正的记者是不会失业的。(中国青年报)

微信红包成春节第一主角 电视端收视率跌破30%

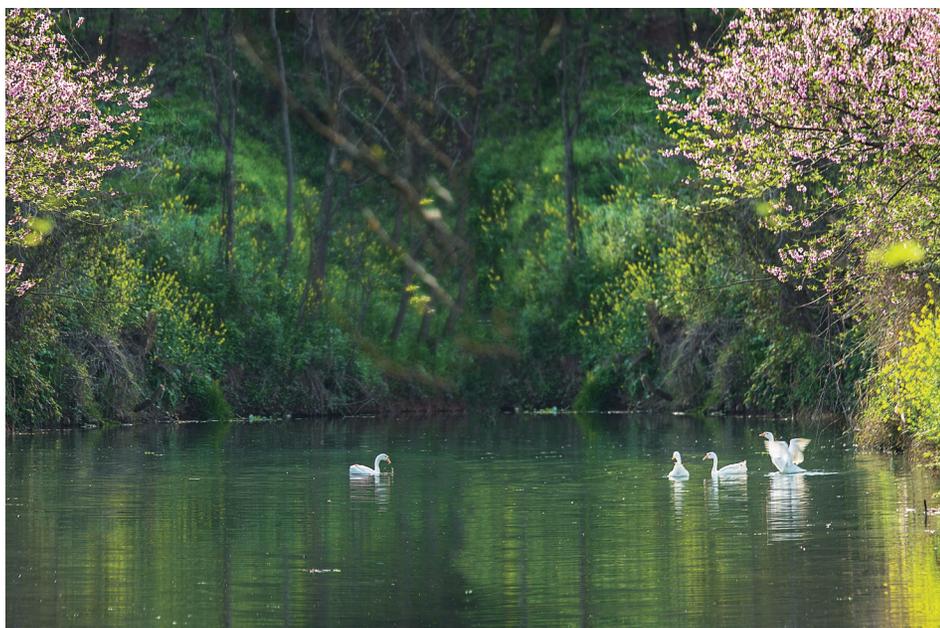
10.1亿次微信红包收发总量、110亿次摇一摇互动总量、8.1亿次/分钟的峰值数据，羊年春晚，无人否认红包乃第一主角。那么，渗透进互联网基因的春晚除了红包还有哪些能够留在记忆中？尼尔森网联、艺恩咨询与艾漫科技联合发布羊年春晚大数据。结果，电视端收视率跌破30%，收看热度转向网络，达4.46亿次。(文汇报)

《中国谜语大会》第二季吸引 近8000万人次参与

中央电视台台网融合大型文化益智节目《中国谜语大会》第二季日前在综合频道直播，吸引近8000万人次参与互动，是第一季参与互动人次206万的近40倍，连续三天刷新央视三屏互动记录。《中国谜语大会》第二季突破传统电视创作思维，用全媒体思路打造“全民参与”的猜谜平台。节目还开发了“有奖猜谜”、“获胜竞猜”和“上传全家福”三款同步直播互动产品，增强了观众的参与感。(新华网)

编辑/肖清

潇湘声屏



李静·春江水暖鸭先知（摄影）



2015.02

X I A O X I A N G S H E N G P I N G