

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

潇湘声屏

2015. 03
NO.
306



强化互联网思维 着力打造新型主流媒体
湖南广播影视文化产业知识产权战略研究
《经视观察》专辑
互动直播新模式带动芒果TV进入新常态

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





吕焕斌、张华立分别就任 湖南广播影视集团有限公司 党委书记兼董事长、总经理



4月15日下午，湖南广播电视台召开全台干部大会，省委常委、宣传部长许又声及省委组织部、宣传部相关负责人来台，宣布了湖南广播影视集团有限公司党委书记兼董事长、总经理的任命文件。经省委研究同意，吕焕斌同志任湖南广播影视集团有限公司党委书记、董事长，张华立同志任湖南广播影视集团有限公司总经理。

许又声强调，湖南广电改革的关键是要整合资源，规范管理。他要求带好班子、建好团队、立好章程、做好顶层设计，尽快实现千亿芒果梦，真正把湖南广播影视集团有限公司打造成全国领先，具有世界影响力的大型现代传媒集团。

2014年度“湖南广播电视奖”定评



4月23日，2014年度“湖南广播电视奖”定评会举行，湖南省新闻出版广电局副局长蒋新建，湖南广播电视副台长、总编辑、集团公司总经理兼卫视频道总监张华立，湖南省广播电视协会会长刘一平，常务副会长陈大军以及专家评委出席定评会。

针对复评会评定的一、二、三等奖作品，与会专家、领导从节目导向、监听监看意见、社会反响等多角度进行了认真审定，结果将在《潇湘声屏》杂志及芒果TV网协会专页上公布。

《我是歌手》“歌王之战” 双网夺魁



3月27日晚,《我是歌手》第三季直播“歌王之战”总决赛,CSM全国网收视率2.46、份额9.02%;CSM城市网收视率3.75、份额11.55%,均列同时段排名第1。湖南广播电视台党委书记、台长吕焕斌现场指导总决赛直播工作,并为获得冠军的韩红颁奖。

《爸爸去哪儿3》吸金6.7亿



4月8日,湖南卫视《爸爸去哪儿》第三季广告资源招标会在长举行,湖南广播电视台副台长、总编辑兼卫视频道总监张华立,副台长罗毅等出席。经过近6个小时的紧张招标,《爸爸去哪儿3》拿出80%的硬广资源实现招标总额6.7亿,总溢价约25%。

经视《直播大事件》放飞世界最大风筝



4月13日中午,湖南经视频道《直播大事件》台庆特别企划《筝筝日上——放飞世界最大风筝挑战》在长沙星沙松雅湖畔举行放飞活动。来自全国最顶尖的九位风筝放飞高手齐聚松雅湖畔,成功放飞世界第一大风筝——重1000余斤、面积接近7个篮球场的“中国结”造型风筝。

金鹰卡通发布《爱上幼儿园》



4月14日下午,金鹰卡通频道大型原创宝贝成长观察秀《爱上幼儿园》新闻发布会在长沙召开。金鹰卡通新生代主持天团“飞行家族”变身代理园长主持发布会,国民男神郑元畅、时尚辣妈钟丽缇分别以“爸爸老师”和“妈妈老师”的身份空降现场。此次新闻发布会以台网联动的形式在芒果TV独家同步直播。该节目于4月18日起每周六晚7点在金鹰卡通频道播出。

2015. 03

NO. 306



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
罗岚 罗迎春 梁瑞平 凌引迪
凌红江 盛伯骥 彭国元 彭健
傅湘宁 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

王庆华

主管单位
主办单位

湖南广播电视台
湖南广播电视台

编辑: 《潇湘声屏》编辑部

出版: 《潇湘声屏》杂志社

地址: 长沙金鹰影视文化城

邮编: 410003

电话: (0731) 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306期 | 2015年第03期 |

目录

新视野

强化互联网思维 着力打造新型主流媒体 /本刊评论员 004

学术研究

湖南广播影视文化产业知识产权战略研究 /谭玮 005

网络舆情监测与搜集研究 /张梅贞 周小情 009

践行中国梦的文化自觉 /宋丽丽 012

本刊特载

春天的交响 /本刊记者 014

业务探讨

以时代精神重塑媒体传统价值观 /戴志杰 016

地方电视台如何强化综艺晚会的策划与执行 /高声 018

乡村里的“中国梦” /彭勃 胡蔚成 020

媒介的责任与和谐社会构建 /张金海 021

从《一年级》看综艺真人秀如何突破同质性 /李佳芳 022

《经视观察》专辑

在泛娱乐的电视里睿智着 /王晗 024

湖南广电精心记录“精准扶贫”的潇湘之路 /中宣部新闻局阅评员 026

为“小微”成长支招 /彭国元 027

绿色低碳：“新常态”视野下的观察与思考 /何新明 028

“女汉子”的“江湖” /严玉婷 030

记者手记：走进东京 /杜寅 031

为前行中国纪录湖南脚步 /郑向宇 032

新媒体

如何做好新媒体单位的行政人事和信息安全管理 /易柯明 033

互动直播新模式带动芒果TV进入新常态 /盘剑 肖猛 034

网络用户对综艺节目嘉宾多元性和国际化的看法 /徐艺容 035

从数字化走向数据化 /潘艳波 037

厘清“融媒体”及相关概念	/邓涛	038
播音与主持		
脱口秀主持人如何把握“说”与“侃”的话语尺度	/刘明艳	040
浅议女性主持人职场现状及发展策略	/杨青 吴超	042
谈谈凤凰卫视台声的演绎	/张妙阳	043
声屏琐议		
为孙楠捏了一把汗	/帅兵	044
欢乐 温暖 向上	/谢莉红 胡向荣	045
数字互动 提升地市级电视媒体传播力	/唐小莽	046
广播电视技术		
展移动新媒体魅力 引领广播融合发展	/邓小燕	048
芒果青年论坛		
MM秀主播就是我	/李舒	049
屏前幕后		
环保手绘书《小小鸟》首发 汪涵仇晓等名嘴深情演播	/本刊记者	050
书海拾贝		
公信力的新闻传播学解析	/夏琼	051
人生机缘与文化探寻的结晶	/陈集亮	052
精品赏析		
创客：实现中国梦的排头兵	/新明	054
吟颂乡土 记录时代	/刘金玲	055
管理平台		
浅论依法治国必须坚持党的领导	/郭士龙	056
电影圈		
豪情壮志冲霄汉	/任姗姗	058
艺术长廊		
勤静求通达 道法追自然	/刘金田	060
家在吉首	/周俞林	061
视听监评		
报道事实真相 为民维护权益等7篇		062
声屏博览		
电广传媒与美国制片商签署15亿美元战略协议等8篇		064

强化互联网思维 着力打造新型主流媒体

/本刊评论员

当前，世界科技进步日新月异，我们已经进入了一个以互联网+为代表的新的工业革命时代，互联网已从传统的生活工具向智能化的生产要素转变，打破了信息不对称，带来了颠覆性的创新。大数据、云计算、物联网、移动互联及人工智能技术引发的“智慧浪潮”，正深刻地改变人类的生产生活方式，构建起人类数字生活的美好愿景。广播影视作为文化与信息载体，不仅是信息的生产者、传播者，更应成为新生活方式的发起者、组织者和提供者。广播影视要在推动网络融合、媒体融合、提升人类生活方式中发挥重要作用。

对传统媒体来讲，这是一场革命，是一场强化互联网思维，打造数字化、互联化、智能化新型媒体形态的革命。要全力推进观念转型、体制转型、技术转型，时间紧迫，刻不容缓。

去年8月，习总书记对媒体融合作出重要指示，要求遵循新闻传播规律和新兴媒体发展规律，强化互联网思维，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，占领舆论的制高点。目的就是要推动传统媒体充分利用互联网的技术和渠道优势，牢牢把握新时期舆论宣传的主动权、主导权。无论在什么时候，媒体依然是党、政府和人民的喉舌，在做好党和政府舆论宣传的同时，要不断满足人们在互联网时代的精神文化新需求。

互联网时代尤其是微时代的到来，微博、微信、客户端等媒介迅速成为信息传播的主要工具，其及时性、互动性及开放性，海量信息的网状传播下仅占据了广播电视用户市场，也无形中削弱了广播电视等传统媒体的影响力，形成的冲击是巨大的。近年来，广播电视在应对互联网拥抱互联网时也在利用微博、

微信和客户端等传播方式。在互联网企图“颠覆”广播电视时，一些地方的广播电视反而得到了快速发展，现象级节目不断涌现，品牌节目价值骤增。湖南广电就在2014年10月10日至12日举办第十届金鹰艺术节时，“弹幕”、“直播扫码”、“千万用户同时下载”等互联网新技术应用让人目不暇接。“用户体验”备受推崇，话题设置能力得到充分体现。而10月11日举行的“互联盛典”采取直播多屏互动，被人誉为“传统电视与互联网融合的经典性尝试”。电视大屏与手机小屏无缝对接，通过大屏获得信息，通过小屏互动信息，让互动成为贯穿始终的节目组成部分并左右着节目进程。这一成功尝试，让我们更深入明白了广播电视与新媒体“此长彼长”的道理。我们在节目生产和广告经营中是去强化互联网思维还是摒弃互联网思维一样，结果会完全不一样。应对互联网，广电人不应妄自菲薄唱衰自己，更不该盲目自信以致在整合发展中丧失先机。整合发展无疑是又一改革深水区，是广播电视等传统媒体深化改革的全新课题。在这一重要关口，广电人不能迷失自我，要以壮士断腕、舍我其谁的勇气去创新媒体传播方式，抢占信息传播制高点。从竞争合作到融合发展，有太多东西需要我们去研究、去尝试。对于传统媒体来讲，与新媒体融合绝不是把互联网视为传统媒体的延伸和补充，相反是用“互联网思维”改造传统媒体，在互联网框架下重新寻找传统媒体的社会价值。

传统媒体的互联网改造才刚刚开始，我们取得的市场业绩也仅仅是冰山一角，真正的蓝海还有待我们去开发，去探索。而植根于新的传播技术，打造出具有强大实力、传播力、公信力、影响力的新型主流媒体集团正是我们媒体人需要努力共同奋斗的目标。

湖南广播影视文化产业知识产权战略研究

/谭玮

一、广播影视知识产权战略制定的意义和目的

广播影视知识产权战略是文化知识产权战略的重要组成部分，是使广播影视为获得并保持市场竞争优势，运用知识产权制度提供的保护手段，获取最佳经济效益的总体性谋划。

1、广播影视知识产权目前存在的诸多问题是知识产权战略实施的现实原因

从广播影视知识产权现状来看，主要存在着三个方面的问题：一是缺乏知识产权战略意识，对知识产权工作还停留在保护层面，甚至连基本的保护观念也不够；二是缺乏知识产权战略规划，知识产权工作还没有上升到战略层次；三是企业自主创新能力不够，研究开发投入少，自主知识产权严重缺乏。广播影视实施知识产权战略的重要目的，就是要大大改善广播影视知识产权工作不力的状况，充分运用知识产权制度促进广播影视自主创新，促进自主知识产权的形成和运用。

2、实施知识产权战略是落实知识产权战略的重要保障

在经济全球化不断加速和知识经济日益发展的国际环境下，广播影视自主创新以及运用知识产权的能力和水平决定了广播影视的核心竞争力，

同时也在很大程度上决定着广播影视产业的综合竞争力。广播影视既是知识产权创造的主体，又是知识产权应用和实施的主体，还是大量知识产权的管理者和维护者。可见，广播影视在知识产权战略的基础性地位也决定了广播影视知识产权战略对落实知识产权战略的保障作用。

3、广播影视实施知识产权战略是其自身发展的内在需求

知识产权不仅是一种法定的垄断权，而且是市场竞争环境中广播影视谋取竞争优势的战略武器，是广播影视核心竞争力的重要组成部分。这一特点决定了广播影视有必要从战略高度重视知识产权的确权、保护、管理和运用，以便知识产权真正成为广播影视的核心竞争力和竞争优势的源泉。广播影视通过建立知识产权战略工程，能够优化广播影视资源配置，引进现代广播影视企业管理制度，防止广播影视无形资产流失，充分发挥知识资源在广播影视发展中的重要作用。

二、现状分析（包括对整体、行业、企业等的分析）

广播影视知识产权保护开发方面虽然成绩有目共睹，但亟待解决的问题也不少，其现状可用“五多五少”

概括：①认识多，行动少。大家都认为很重视，但作为知识产权战略布局并付诸实际行动的少。②制作多、登记少。每年自有知识产权的剧集、栏目（节目、活动）、设计作品等不计其数，但真正通过正规渠道进行了版权登记的少之又少。③引进多、卖出少。节目创新的艰难使大家都瞄准海外，近几年大量输入节目模式，花重金购买知识产权并对其本土化改造。但自主知识产权的品牌栏目进行交易并获得的少，更不用说成为栏目节目的常态化运营。④注册多、开发少。湖南广电不下两千件的商标注册大多偏重于也仅仅止步于电视节目制作的商标保护，真正缘于产业拓展开发的很少。⑤事情多、人手少。随着文化产业的进一步繁荣与发展，知识产权的保护工作将越来越重要，工作任务也越来越繁重、具体、细致，但目前专业队伍和人才奇缺。

湖南广播影视知识产权具体情况如下：

广播电台方面：1、平安精灵。平安精灵是湖南电台交通频道享誉全国的频道标识和产业商标，它开创了全国广播媒体注册并包装品牌的先河。经权威机构评估，平安精灵品牌价值达4.2亿元。作为湖南电台交通频道的一张重要文化名片，通过各类

爱心公益活动的打造,已经使得“平安”和“爱心”成为了平安精灵内核,并为广大听众认可、追捧。平安精灵挂件、平安鼎等一系列吉祥物一经推出,便被大家抢购一空。于是一些商家在未取得授权的情况下就私自模仿产品,在了解到这些情况后,频道当即发出律师函,要求对方马上停止侵权行为。对方知道我们注册的相关情况后,马上就停止了侵权行为,有效地保护了平安精灵这个品牌。

2、节目版权。广播因为地域性特点,往往节目形式和内容都容易被模仿,而且难以获知侵权信息。近年来,湖南电台交通频道加强了节目版权的保护,节目的销售、交流渐成气候,例如湖南电台交通频道目前的《绝代双椒》、《观点峰会》、《读报时间》、《博文天下》、《3D家园》等节目就销售给了陕西、汕头、南宁等地的广播电台,而我们也从北京交通台引进了《夜歌》等节目。

3、音乐版权。作为广播,对于音乐、歌曲的使用量相对比其他媒体多,目前用于制作宣传带、广告的音乐素材都是直接从国内外大型制作公司购买版权音乐,而歌曲大部分也是取自播出系统公司提供的歌曲库,所以自主需要支付的音乐版权费用不多。

电视方面:共申请注册商标1461件,包括湖南广播电视台1047件,湖南广播传媒中心83件(其中金鹰之声电台9件),湖南卫视24件,湖南经视频道19件,湖南电视剧频道3件,湖南都市频道6件,湖南娱乐频道88件,湖南金鹰卡通频道182件,潇湘电影频道24件。以湖南经视频道为例,一是对品牌栏目(节目、活动)

进行商标注册。从2000年左右开始,湖南经视就对“幸运”、“真情”、“明星学院”、“绝对男人”、“越策越开心”、“幸福向前冲”、“幸福来欢唱”、“幸福来敲门”、“etv台标”等几十个栏目(节目、活动)名称及与之相匹配的文字图案进行了商标注册。注册的重点类别是与广播影视传媒以及相关产业开发关联度紧密的35、38、41大类。二是尝试产权交易。原湖南经视台对《还珠格格》、《大唐情史》、《大丫环》、《宫》、《一家老小向前冲》等一批自拍电视剧、栏目剧和《真情》、《南北笑星火辣辣》、《星际联盟》、《故事会》等社教与综艺节目进行产权交易,其形式包括版权交易、购买作品改编权、联合制作、以产权入股合作开发等等。三是对剧集、栏目节目(包括购买的播出版权)的被侵权进行维权保护。这方面主要是一些网络未经授权,私自滥传乱改频道播出节目;少数播出机构侵权播出本频道购买的版权节目;一些市县台疯狂截播插播频道广告节目;一些影视作品和节目形象未经授权被疯狂盗用开发成光盘、书刊和卡通形象等其他产品形式进行牟利。近几年湖南经视加强了这方面的维权协调与保护工作。

电影方面:潇湘电影集团有限公司的知识产权获权情况主要表现为电影作品的著作权获得。

广播影视重点企业:

1、快乐购:湖南广电投资成立的快乐购物股份有限公司,已成功申请注册专利2个;已在公司经营领域所涉及的商品和服务上申请注册了45类

共295个商标,其中“happigo”商标已提交湖南省著名商标和中国驰名商标申报资料;已将商号“快乐购”作为文字商标进行了商标注册;已成功登记22个计算机软件著作权,且对节目和网站的文字、图片、影像等内容进行了著作权的保护与管理;已申请注册“快乐购”、“我是大美人”等139个域名。

2、天择传媒:长沙广电投资成立的天择传媒公司,目前申请了6件软件著作权;同时分阶段对公司商标注册共81件(其中“中广天择”获得湖南省著名商标);对公司产品进行知识产权登记的超过200件;并从国外引进节目模式拥有版权的不下5件。天择传媒公司于2012年设立了由总经理带头负责的知识产权管理办公室,专项负责公司生产影视节目内容产品的产权保护、商标注册等相关工作,以便公司更好地在全国范围内实现版权交易及电视内容产品销售,打造公司自有独创的优势品牌获取品牌美誉产生的超额利润。并制定了《商标管理制度》、《知识产权管理制度》、《节目管理制度》等相关制度。

三、需要解决的突出问题

1、品牌栏目注资如何进行合法登记手续。

2、简化知识产权登记手续,从而降低成本(建议取消或转换收取光盘备案方式)。

3、针对共有版权的作品如何进行登记,在合同上约定的共有版权一般是针对卫视、地面频道播出权利的约束。

4、希望相关部门指派专人引领和

指导合同签订时注意事项，并协助制定格式合同，从而降低有关知识产权的风险，加强保护意识。

5、希望通过相关部门的引领和指导，进一步提高知识产权保护意识，完善知识产权管理流程。

6、出台知识产权价值评估标准。知识产权是文化创意产业的核心竞争力，但是当前我们着眼的都是新兴作品的知识产权保护和经营，对历史作品的知识产权保护和再开发利用关注得比较少。为了更好地盘活资源，促进广播影视事业，能够出台广播影视作品知识产权价值评估（尤其是对历史作品的价值评估）标准，能够利用知识产权进行资本运作，促进广播影视产业的良性循环和广播影视事业的长足发展。

7、加大对优秀作品的奖励力度。对于荣获国家级奖项的作品，希望湖南省制定力度更大的奖励政策，从经济上对湖南广播影视事业的发展进行有力扶持。

8、希望湖南省政府能将广播影视文化知识产权纳入湖南省知识产权战略实施纲要，扶持快乐购等广播影视作品品牌成长，实现湖南省著名商标、中国驰名商标的双认定。

9、急需解决广播影视知识产权人才培养及队伍建设，随着湖南省广播影视事业发展迅速，知识产权战略地位非常重要，还急需大量知识产权管理者和维权者，应重点培养广播影视企事业单位管理和中介服务人才。

四、广播影视文化产业知识产权战略实施的主要任务及规划

（一）抓节目创新，夯实湖南广

播影视知识产权工作基础

广播影视知识产权最核心的东西就是节目内容，没有节目生产和创新，就没有商标注册和版权开发，就不会创造出社会价值和经济价值，正所谓“皮之不存，毛将焉附”。知识产权其实就是节目创新成果的固化，主要体现在版权、商标以及专利等方面。现在“湖南卫视”、“广电湘军”这些金字招牌为什么值钱？就是因为生产出了大量的让观众喜欢的广播影视节目。现在“快乐大本营”这五个字值多少钱，应该至少是上千万了，因为这个节目火了十多年，累积了很多无形资产，所以，在商标注册方面，除了早期做了基础的注册保护外，随着栏目收视的不断火爆，又进行了扩充注册，迄今几乎是全类的注册。因为注册的相关类别的东西很多，是一笔很大的花费，对于很多企业来说，不一定能承担得起，如果不注册，别人就会注册。湖南省广播影视准备搭建一个网络上的注册商标的文化类节目的交易平台。既然要花那么多钱注册，也可以搞这么一个文化类的节目名称的交易平台，可以授权用两年或一年，要给多少钱，但是规定只能在地面频道用，相互承担一些注册的费用。

我们现在需要的是大量原创节目，因为原创节目才有自主知识产权，才有属于自己的版权，才能进行版权的开发与运营。所以说，一定要加大节目创新的力度，实施广播影视精品工程，坚持抓创意、促原创，扶持内容创作生产，提高节目的原创能力。不要动不动就是买版权买模式，动不动就是“拿来主义”。“拿”别

人的，终究还是别人的，只有自力更生自主研发，生产出叫好又叫座的精品节目才是广播影视最根本的出路。在节目创新的基础上，对节目的知识产权进行后续的开发，才能使广播影视产业得以良性循环，持续发展。

（二）抓规范管理，搭建知识产权建设信息化平台

知识产权工作离不开科学规范的管理。初步设想是广播影视要成立一个专门的知识产权管理中心，统一管理商标、版权事务，并进行综合运用与开发。

2013年，湖南广播电视台在知识产权管理上做了两件大事，也就是两个平台的建设，一个是商标交易网络平台，一个是版权信息数据库系统平台。这两个平台的建设，可以说是湖南台对知识产权进行科学规范管理的大胆尝试，应该说来势很好，前景也非常光明。

知识产权产业对于广播电视行业来说是一项新兴的朝阳产业，既然是新的产业，管理也要跳出原来老的管理思路，要多动脑筋，多想办法，多讲科学。今后，还要继续研发和建立计算机统计系统和技术保护系统等，降低管理成本，提高管理效率，全面实现湖南广播电视台知识产权的规范化管理、信息化建设、科学化应用。

（三）抓知识产权队伍建设，力争知识产权工作再上新台阶

要把知识产权事业做大做强，关键还是要有一支过得硬的专业队伍，要有既熟悉媒体业务又懂得市场运作的复合型人才。今后，人力资源部门要有意识地引进这样的专业人才。同时，要加强对现有员工的培养，要

与有关高校、行业组织和培训机构合作，举办广播影视知识产权骨干培训班。除此之外，还要请知识产权方面的专家学者，给制片人、节目团队上知识产权的课程，培养一线员工的知识产权意识。

五、具体对策措施

1、规范管理，授权使用。无论是著作、商标抑或专利，湖南广电属下媒体及企业的知识产权都归湖南广电所有，应对其进行统一登记注册，科学规范管理，授权使用开发。

2、整体保护，协同维权。由湖南广播电视台作为维权主体，对外有权威，对内好协调，对上对下好衔接。比如频道与频道之间版权交易或侵权问题，湖南广播电视台出面协调规范即迎刃而解。

3、配齐队伍，加强培训。各频道和广播影视企业、部门需成立专门机构，从事知识产权这一工作。在目前对岗位编制从严从紧控制的前提下，需要硬性要求，才能使各单位得以重视。设岗进人后还要加强专业培训，真正形成一支知识产权协调管理、运营、维护、维权保护的专业人才队伍，从而有效地助推湖南广电的节目创新、经营创新和产业跨越。

4、建立机制，鼓励创新。制定广播影视知识产权的激励机制，是促进广播影视知识产权创造的重要保障。广播影视媒体和企业可以建立知识产权绩效评估体系，将知识产权创造业绩与个人绩效挂钩，让自主创新切实得到实惠，促进研发成果的产业化。可制定全面的知识产权考核办法，

知识产权投入、知识产权的数量和质量、知识产权运用情况和管理水平等指标作为考核的重要内容。可以通过股权、期权等多种形式落实对发明创造、自主创新的激励。

六、建议

现行版权、商标、专利等知识产权法律和政策对于广播影视行业中的一些特定现象与问题没有明确的规定，因此也缺乏相应的保护，在实践中，往往只能参照类似的规定，这样不利于广播影视行业的规范及其健康发展。因此，希望能重视广播影视行业的立法，不断完善相关法律，使广播影视行业的各个环节都能得到法律的规范与保护。

1、在节目创新、创意环节上，希望对于创新节目知识产权的保护可以比照我国著作权法中对邻接权的保护方法，在法律中直接规定节目或栏目的制作模式受法律保护，并明确规定节目制作模式侵权的认定标准。独立创作新颖的节目制作模式是劳动者的智力成果，属于著作权法保护的范畴，应该存在版权，受我国著作权的保护。同时应在著作权中加强对节目创新、创意的保护，对广播权、信息网络传播权进行明细、具体划分，对表演权、放映权等权限进行明确界定和区分。

2、在版权资源的开发利用上，希望版权作品在形式上能得到一个确认，即完善版权登记备案系统，使每一个版权作品的信息能有一个公示公信的登记，以明确著作权的归属，同时也可避免版权纠纷。

3、希望能建立一套完善的相关

法律保护体系，使广播电视行业的每个环节都能得到法律的相应规范与保护。比如对以智力成果形式展现的节目制作模式以及专有商标的保护。并且建立相应的处罚部门与机制，鼓励举报侵权行为，对相关的侵权行为进行打击。

4、栏目名称在各电视台存在重复、类似的情形，甚至一些比较有名的栏目名称被人抢注为各种商品的商标。在我国《著作权》第3条规定的9大类作品中，并未将栏目名称明确列入作品的范围，而且也没有相关的现行法律予以明确保护。建议我国的立法部门和国家版权局等行政部门，对栏目名称的著作权问题做系统的研究和立法调研，通过修改《著作权法实施条例》或出台相应的司法解释等适当途径，规定对具有独创性的栏目名称，纳入著作权法意义上作品的范围，赋予其应有的“名分”，从而让广播电视从业人员呕心沥血构思创作的栏目名称能够得到著作权的全面保护。

5、知识产权宣传、培训、教育是提高企业自身知识产权意识，特别是知识产权保护 and 战略意识的重要途径。在这方面，除了广播影视自身通过各种形式进行外，政府部门组织知识产权宣传、培训、教育也是一种重要形式。例如，政府通过组织企业参加各种形式的知识产权培训班，组织企业知识产权管理人员进行专项培训，能够提高企业知识产权管理人员的知识产权意识和知识水平，有利于推动广播影视知识产权战略工作。

（作者单位：湖南省新闻出版广电局）

编辑/肖清



网络舆情监测与搜集研究

/张梅贞 周小情

网络舆情监测与搜集，是运用各种方法监测、搜集、汇总网络舆情信息的工作。它既是网络舆情工作的开端，也贯穿网络舆情工作的全过程。

在当前信息高度饱和的背景下，新闻的生命周期大约是4~6个小时，如果不能尽早报送并及时拿出应对方案，舆情处置工作会陷于被动，没有舆情监测与搜集，其他舆情处置工作就会陷入“巧妇难为无米之炊”的尴尬境地。因此，舆情的监测与搜集工作至关重要。

一、政府网络舆情监测的重点领域

网络舆情的划分应当按照经济、政治、文化、社会和生态文明五个层面展开，其中，舆情相对集中，表现较为突出的领域如下：

1、重大决策部署类舆情信息

重大决策部署类舆情信息，主要包括重大问题决策、重要会议及讲话、重要干部任免、重大项目投资决策和大量资金使用等。这类舆情信息由上而下，主要包括媒体、公众对重大决策部署的意见和建议，在时间上相对集中，因此舆情监测与搜集也相对集中。舆情路径为：新闻类网站首发，各大论坛和微博转发，微博舆论场中的意见领袖和公众积极参与。因此，新闻跟帖、论坛和微博是监测重点。

2、社会热点类舆情信息

社会热点指在一段时期内人们普遍关注的重点问题或事件。社会热点问题主要反映在六大关系上：官民、警民、城乡、劳资、贫富和医患。此类议题指在一段时期内民众普遍关注的社会事项，如：医疗卫生、公共安

全、公共教育、社会就业、权力腐败和通货膨胀等。此类舆情首发舆论场主要集中在微博及论坛，如天涯社区的“天涯杂谈”、凯迪社区的“猫眼看人”，和新浪微博、网易微博等微博平台。

3、经济发展类舆情信息

经济发展类舆情主要包括和经济发展密切相关的重大决策或问题，如中央关于经济问题的重大决策、通货膨胀、国企改革、宏观经济环境、金融环境等。此类舆情要重点关注社会各界，尤其是研究机构、专家学者等的分析评价。在场域上，首先关注新闻类网站的跟帖及财经类网站的论坛，其次重点关注一些微博意见领袖发表的言论。

4、重大突发事件类舆情信息

根据2006年1月国务院颁布的《国家突发公共事件总体应急预案》

的规定：“根据突发公共事件的发生过程、性质和机理，突发公共事件主要分为自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件。”

重大突发事件根源于社会民生经济问题，往往对社会产生很大的冲击，甚至影响社会秩序与安定，舆情一旦扩散开来会造成难以挽回的影响。重大突发事件主要指向三个方面：一是指向事件本身，关注事件的起因、经过和发展；二是指向政府，政府部门的处理态度和措施直接影响公众的矛头指向；三是指向社会制度、体制等更深层的原因。

重大突发事件舆情的传播路径有以下几种：第一，由传统媒体或记者介入曝光、调查、报道；第二，拥有众多粉丝的微博意见领袖转发，推动舆情事件走向高潮；第三，伴随着事件的发生，谣言和流言流传，影响舆情走向；第四，当事人深谙互联网信息扩散之道，雇用网络推手公司，联合推动舆情爆发。

5、意识形态类舆情信息

意识形态类舆情信息，主要包括宣传思想文化工作、社会思潮和敌对势力网上颠覆渗透活动等三类信息。宣传思想文化工作领域包括理论武装、新闻出版、文化艺术、思想道德建设和对外宣传等诸多领域；社会思潮领域重点加强对高等院校，社科机构和社会上论坛、讲座等方面的舆情搜集。西方敌对势力对我国实施意识形态渗透，国内一些别有用心者受境外势力的扶植和影响，利用网络鼓吹西方价值观，错误解读国家政策，这些都需要重视。对意识形态类舆情

信息的监测，既要对国内的一些网络社区论坛、某些人的微博进行重点监控，也要对境外敌对网站进行全天候监控。

6、重要境外涉华类舆情信息

搜集境外涉华舆情信息对于中国的国际传播和国际形象至关重要。境外重要涉华舆情信息主要包括：境外各主流媒体对我国重大决策、重大事件，我国主要领导人重要活动、重要讲话的重要报道和评论；涉及我国西藏、新疆、台湾等问题的报道和评论等。针对此类网络舆情，主要监测境外敌对网站，要对其实行全天候、全网式舆情监测。

7、互联网发展类舆情信息

在互联网领域，主要监测和搜集互联网业界发展动态、国外互联网发展和管理的经验、国际互联网管理法规、互联网新技术和新业务的发展情况、国内互联网管理动态、电子商务、电子政务、互联网疆界的保护、网络黑客、网络水军、网络犯罪、网络色情、网络游戏等方面的舆情。重点监测和搜集新技术、新业务和新应用对社会生活、宣传思想的影响。

二、网络舆情监测的重点对象和搜集方法

1、网络舆情监测的重点对象

除了按类别监测和搜集网络舆情外，还要监测和搜集一下重点对象的言论，主要包括：意见领袖、维权人士、网络水军、媒体记者、娱乐圈名人、知识分子、新闻线人、政府官员、异见分子和敌对势力等。

(1) 意见领袖

意见领袖，由传播学者拉扎斯菲尔德于20世纪40年代首次提出。他在二级传播理论中发现了意见领袖的作用，认为信息的传播模式是按照“媒介—意见领袖—受众”的方式进行，即观念总是先从广播和报刊传向“意见领袖”，然后再由这些人传达到那些不太活跃的人群。

网络传播中的意见领袖有可能本身就是现实社会中的意见领袖，也有可能是在网上获得影响力的网民。一旦他们介入某个话题，可以加快话题扩散速度并扩大影响。例如，2012年8月，湖北十大校花评选大赛中，组委会表示将对选手的外形进行测量，其中“两乳不下垂且距离大于20厘米”。这一标准一公布即引发争议，各大媒体纷纷报道。杨澜随后在微博中怒批，这条微博在新浪和腾讯的微博平台共计被转发5000多次，评论3000多次。随后，多家媒体将其放在新闻标题里报道，这些报道随后被多家知名网站转载。可以说，杨澜作为知名媒体人士和意见领袖，大大地推动了这件事情的传播，扩大了其影响力。

(2) 维权者

主要是指在中国现行法律允许的范围内，要求法定权利得到保障，反抗权利被侵犯，并无明显政治性要求的群体。他们的行动方式主要是法律诉讼、媒体曝光、上访、游行示威等。主要有法律维权者、公益维权者和商业维权者，在网络媒体上非常活跃。

(3) 网络水军

网络水军即受雇于明确的组织或个人，利用网络进行炒作的网络人

员，这一定义既包括网络公关公司又包括发帖回帖的不固定人群，网络水军区别于其他网络行为的根本特征是付费，即网络水军将自己在网络上的传播权利让渡给受雇者，是一种商业行为。

网络水军以注水发帖或在网络上发表言论来获取报酬，有专职和兼职之分。网络水军始于商业领域，已经渗透到政治领域和文化领域。他们除了利用网络进行炒作外，还有部分网络水军使用了诽谤、诬陷、抹黑等手段，攻击竞争对手、编造轰动事件、混淆公众视听等。

例如近年两大乳业巨头的商业诽谤案暴露出乳业、媒体与网络公关市场的积弊。行业巨头之间利用网络、媒体进行炒作，甚至雇用网络对手对竞争对手进行恶意攻击。从“伊利QQ星性早熟事件”到“圣元性早熟事件”，一次又一次的恶意攻击，严重损害了中国乳业品牌的形象。

2、网络舆情监测与搜集方法

目前，网络舆情的监测与搜集方法，主要通过技术手段搜索和人工搜索两种方法实现，此外，报送机制是对技术搜索和人工搜索手段的重要补充。

随着数字技术的成熟以及数据挖掘工具的不断完善，舆情搜集软件通过关键词等技术自动获取信息，会大大提高舆情搜集工作的效率。然而，目前的舆情搜集软件还存在很多问题，70%的舆情监测与搜集工作都是靠人工搜索来完成的。

(1) 百度高级搜索

在关键词搜索上，可以选择“新闻全文”或“新闻标题”两种搜索方式，新闻条目会显示该新闻在网络上的转载量。另外，“百度新闻搜索”中的“高级搜索”性能稳定，功能强大，是一个多条件的组合搜索。

(2) 奇虎搜索引擎

奇虎搜索是国内较强的论坛与

博客搜索工具，在舆情监测中使用较多。奇虎搜索具有时间选择灵活、定点搜索方便、论坛博客搜索功能可靠等优点。

(3) 谷歌搜索

谷歌是国际上最流行的功能强大的搜索引擎，在舆情监测中，谷歌比较擅长阅读定制和外媒消息搜索。它经常使用的包括“网页搜索”、“新闻搜索”、“博客搜索”、“财经搜索”、“论坛搜索”。谷歌目前的主要问题是系统不稳定。

3、监测与搜集指标

舆情爆发要考虑三个因素：一是与社会因素相关，如前文列举的七类容易产生网络舆情的事件；二是事件本身具有争议性；三是舆情信源本身。

(作者单位：武汉长江工商学院)

编辑/曾致

《潇湘声屏》多件作品获全国广播影视期刊奖

本刊讯：4月13日，2015年中国广播影视报刊协会期刊专业委员会年暨2014年度优秀作品评审会在江苏扬州召开。国家新闻出版广电总局宣传管理司巡视员杨杰，中国广播电影电视报刊协会会长梁刚建、副会长李宗达，江苏广电总台副台长徐敢峰，以及来自全国各地的广电期刊同行50余人参加了会议。湖南广播电视台《潇湘声屏》报送的2014年度作品中，有多件作品获得全国广播影视期刊奖。其中，评论《重庆思维 定见未来》（作者王庆华）、通讯《爱，因为真诚，让我们一生牵挂！》（作者曾致、唐建军）、2014年第9期封面（作者赖芬）分别获得一等奖；论文《传播学视域下的〈一年级〉节目探析》（作者曾致、曾毅）、版面设计《第十届中国金鹰电视艺术节专辑》（作者赖芬）、消息《爱心高铁传真情，娘家车队暖人心》（作者曾致、唐建军、阳徐）获得二等奖；通讯《海风送爽心手相牵 两岸健儿泳渡台湾海峡》（作者王庆华、汤集安）、栏目《“花儿为什么这样红？”》（编辑王庆华）、评论《全力开创媒体融合发展的新局面》（作者曾致）获得三等奖。



践行中国梦的文化自觉

——从真人秀节目的知识生产与传播谈起 /宋丽丽

2013年至2014年上半年，中国真人秀节目一如既往地备受关注，从《我是歌手》到《中国好声音》，从《中国梦之声》到《最美和声》，从《妈妈咪呀》到《最强大脑》，再到《爸爸去哪儿》《爸爸回来了》等亲子类节目，真人秀几乎做到了全年“无缝衔接”。从整体上看，近一年来中国电视真人秀节目充满了积极的正能量，电视人也在以亲身实践助推着“中国梦”的电视表达。

1924年，德国社会学家M·舍勒在《知识社会学的尝试》一书中首先使用“知识社会学”的名称。当代大规模的知识生产和传播，造成一种知识密集的社会。社会学愈来愈重视知识在社会发展、变迁中的地位和作用，并涉及知识或思想在社会政策的制定和实施中的作用等一系列问题。而燕京大学教授李安宅及其老师张东荪则把西方的知识社会学介绍到中国来，并进行了发展和完善。在新闻传播领域，媒介的知识性传播或者说知识的“媒介化”过程正在潜移默化地发展着，指导着电视人的媒介内容加工与制作，改变着观众的审美趣

味和收视心态，最重要的是，在引领着我国电视节目发展的文化方向。

但是，一些电视台为了比拼收视率，纷纷策划和播出各类热闹、耸人听闻的消极娱乐产品，极大地破坏了中国电视文化的正面价值。在这种情况下，如何以知识传播来进行节目创新，构建电视娱乐节目的功能与价值，提高电视节目的文化品质，成为传媒人不可推卸的责任。

1981年，中央电视台转播“北京市中学生智力竞赛”是电视进行知识传播和知识生产较早的范例，后来《幸运52》《开心辞典》等知识问答类电视节目的开播，体现出电视对知识传播越来越重视的倾向。而在当下知识信息高速传播的时代，知识的类型、传播形态已经悄然发生着变化，并且知识的传播功能和意义也有了质的飞跃。

一、从“显性知识”到“隐性知识”，知识的传播类型丰富完善

电视节目的显性知识传播，主要体现在电视讲座、知识竞赛、知识问答类

节目中，以“题目”和“讲座”的方式进行呈现。《幸运52》、《开心辞典》以及近一年来热播的《汉字英雄》《成语英雄》《中华好诗词》等都是其中的典型节目。近一年多来，各类以中华文化为题目设置的节目陆续开办，是电视制作者在显性知识传播过程中加大舆论引导和文化引导的最直接方式。然而，随着国外成熟电视真人秀节目模式的输入，各家电视台也已经进入了真人秀节目的“大片时代”，单纯的知识问答型电视节目已然不能引起更大的反响，这时各类“隐性知识”传播的电视节目悄然出现。

电视节目的隐性知识传播，主要是指电视节目的内容和形式不直接以知识问答的方式出现，但传播过程中始终伴随着对专业知识的猎奇、解释、表现、甚至消费，并且成为该电视节目的文化灵魂和成功之处。2014年1月3日《最强大脑》节目在江苏卫视播出，它是国内首档大型科学类真人秀电视节目，源自德国节目《Super Brain》。在这个节目中，观众惊叹于天才们各种神奇的能力，包括记忆力、图像识别能力、身

体平衡能力、心算能力等，让我们再次体会到“不看不知道，世界真奇妙”。然而，节目如果没有Dr.魏从科学评审的角色出发，运用自己专业的理论来为观众“解释”这些天才们展现的能力、题目的难度、大脑的构造，这个节目的魅力就会大打折扣，因为受众对节目的消费仅停留在感性的猎奇，而非理性的知识传播过程。早期中国电视节目中有如“天桥卖艺”式的综艺表演节目并不少，而《最强大脑》节目创新之处就在于将专业的科学知识以隐性传播的方式，运用在Dr.魏的解读、电脑数据的道具运用以及某些选手有意识的自我训练里。

二、从“单线传播”到“循环生成”，知识的传播形态发生改变

英国社会学教授尼古拉斯·阿伯克龙比和布莱恩·朗赫斯特提出关于受众研究的新范式：受众角色从“接受主体”到“诠释主体”再到“表演主体”演变。费斯克在《电视文化》中，从“生产性文本”推及“生产性受众”（the productive audience），他非常乐观地看到了受众在新媒体语境下的主动性、主体性和本体性，从信息传播的接受者变成参与者，进而变成创作者。在这一知识生产过程中，观众寻找着自我与社会的认同，并且通过自学而非强迫的话语策略和行动获得了知识快乐，重构了自我知识结构。在这种双向互动的知识生产中，受传者得到了自我主体性的实现，暗合了大众媒介主流文化的引导方向。

江苏卫视的《赢在中国碧水蓝天》节目中，节目的重要看点就是商界CEO们开展商战比拼过程中的策略与智慧。该节目也被称为“电视版MBA”，正如节目总策划王利芬所言：“我就是特别想打造一个学习的空间，大家可以看到

12场任务都不一样，需要的人的能力也都不一样，需要人涉猎的领域、方式、手段都不一样，但这些执行的思维、方式，其实都可以运用到每一个公司，每一个团体，在执行任务的时候，这些都是可以借鉴的。”参与节目的嘉宾多半是创业者，他们的创业年限最长长达20年之久，这样的资历使得他们在节目组拟定的商战环境中的种种表现完全可以成为电视机前观众的学习“教材”。

当观众从这类职场真人秀和亲子真人秀节目的示范过程中，了解到如何求职、经商、与孩子互动后，会结合自身实践和经验，通过微信、手机短信等直接参与节目流程，或者在论坛中及人际交往中以此为话题来展开讨论，无形之中构筑了知识传播的场域，不断修正着自身的缺点，也在社会上重新唤起了“家庭”和“亲情”的重要性，完成了知识的循环生成。

三、从“普及教育”到“文化自觉”，知识的传播意义逐渐深远

所谓“文化自觉”，借用著名社会学家费孝通先生的观点：它指生活在一定文化历史圈子的人对其文化有自知之明，并对其发展历程和未来有充分的认识。换言之，是文化的自我觉醒，自我反省，自我创建。党的十八大之后，习近平总书记在参观国家博物馆《复兴之路》展览时，深情阐述了“中国梦”的深刻内涵，指出了“中国梦”的内涵、正确方向、实现路径和依靠力量。“中国梦”是中华民族实现“两个百年”强国梦的核心概念，是当下和未来中国政治、经济、文化等诸方面发展的理论指导，是新闻传播领域宣传的重点和指导方向，是华语媒体建立国际沟通与对话、表达中国发展理念的“口号”，更是鼓舞中国百姓勤劳致富、寻找精神信仰的生动的“代名词”。

《汉字英雄》《成语英雄》《中华好诗词》等是有真人秀节目的形态、娱乐化的审美趣味、传统文化内核的电视节目，是电视人对当下社会文化环境进行的深刻反思与重新审视。“中国梦”的实现要求全体中国人都能拥有先进的知识体系、与时俱进的创新态度以及正确的价值观，而大众传媒一直是重要的社会教育工具，其知识普及和文化引导的功能是其重要的社会属性。《汉字英雄》等真人秀节目重新唤起人们在科技进步的过程中逐渐消失的“书写”意识和能力，并且在某种程度上暗合着国家弘扬华语文化、增强华语文化竞争力的宣传思想。要学会把“百炼钢”化作“绕指柔”，善于做“看不见的宣传”。“看不见的宣传”应该是能让被宣传的对象沿着你所希望的方向行进，而他们却认为是自己在选择方向。

而要实现“看不见的宣传”，首先要增强媒体自身的传播能力，认识到目前媒介经营过程中片面追求经济效益所导致的媒介内容过分娱乐化和商业化的问题，以积极娱乐和优质文化为牵引，改变媒介发展的错误面貌；其次，加强大众传媒的文化自信和文化自觉，自信是前提，自觉是保障。对中国优秀的传统文化应有充分的自信心，几千年来积淀的文化价值和当今在全球的华语文化影响力都是我们每个中国人引以为傲的宝贵财富。同时也应认识到对传统文化的保护和开发不足，传播手段僵化和单一，使得中华文化在全球的扩散效应不够明显，甚至很多宝贵的文化遗产被韩国等周边国家抢注。因此，以中华文化的“文化芯”，制作出全球受众喜闻乐见的节目形态，在潜移默化之中使之理解和接受中国文化、中国价值观以及中国人的梦想，是我国电视人努力的方向。

（作者单位：中国传媒大学）

编辑/曾致

春天的交响

——建设新型主流媒体学习研讨班侧记 /本刊记者



乍暖还寒的春日，浏阳731基地，繁花满树，绿草如茵。很多事关全省的战略决策曾在这个安静的乡间酝酿讨论，这里天然就是谋大事、议大事的地方。3月17日，湖南广播电视台“建设新型主流媒体”学习研讨班在这里举行。第一天上午，吕焕斌台长做主题报告，介绍了《建设新型主流媒体若干意见》的出台背景及意义，并就其中7个重点问题做了深入阐述，为整个学习研讨班确立了主题。接下来3个辅导报告、11场主旨演讲、19次大会发言、109人参加的分组讨论，从不同的侧面展开。密集的思维汇聚，鲜活的观点碰撞，掌声、

笑声交织。每一个思想火花仿佛跳跃的音符，融合发展、改革改制、创新创业的主题仿佛不同的乐章，谱写了一首春天交响曲。我有幸置身于研讨会现场，真切的感受了湖南广电破茧成蝶前的躁动与兴奋。

改变定主调

令人难忘的交响曲总会有鲜明的主旋律，不断在耳边回响。静下心来回味“731会议”，“改变”无疑是贯穿始终的主调。这也是湖南广电不断创造奇迹的内在基因，我们总会在历史的关键节点作

出的重大改变。《若干意见》已经为湖南广电做了一个新定义：告别传统的事业体制，走向完全的市场主体；告别传统广电媒体，走向与新媒体融合发展的新型主流媒体集团。“改变”的主调在会议中引起强烈共鸣：“鸡蛋从外面打破是食物，从里面打破是新生”、“面对稍纵即逝的机会，要学会先开枪再瞄准”、“与其等死、不如拼死”。正如吕台在第一天的主题报告中所说，湖南广电要有写新故事的决心和勇气。这个新故事的主题是“湖南卫视+互联网+N”。在这个“互联网+”的时代，不能等着互联网来加我们，只有主

动改变才能赢得未来。

回忆四天密集的信息，几乎没有成绩的罗列，却处处有时不我待的紧迫感。

“你不能成为新型主流媒体，你就会被淘汰、被边缘。”、“优势越明显，越要警惕，不能成为电视界的诺基亚”，“我们是不是已经陷入了创新者窘境”，这些言论无不透着审时度势的清醒。传媒格局正在裂变，互联网新媒体暗流汹涌。无疑，今天的湖南广电正处于最好的时期，湖南卫视连续十几年高速增长，芒果TV在8个月时间就已经进入行业第八，快乐购市值已突破100亿。但这些似乎无法抑制湖南广电不安分的基因，“剧本众筹”、“4K化、IP化”、“互联网彩票”、“流量红利”、“粉丝经济的矩阵效益”、“场景消费”、“主题式、定制式UGC”、“资本乘法”、“法务总监”、“影院社交功能”，这些琳琅满目的新词汇显示思考的半径已经从既有领域突破，新提法意味着思路的更新，新举措就是对传统路径的摒弃。改变无所不在，创新无所不在。湖南广电未来发展的新常态就这样渐次成型。

聚智谱和弦

一首优美动听、气势恢宏的交响曲总是由众多的旋律、丰富的和弦组成。活跃的思想只是单个的音符，聚集的智慧才能谱写难忘的和弦，高质量的学习研讨离不开与会者凝神定气的参与。

准备充分，没有走调。在会场，听不到空洞的泛泛而谈，每一个发言都经过深入调研、深入思考，有案例，有数据，有问题，有结论，因为内容丰富，每个人的发言不得不设置时间限制。短短四天，有幸欣赏了风采各异的演讲技巧，有的配合了精致的PPT，呈现思想之美；有的设计了巧妙的结尾，就像体操比赛的结束动作，以一个漂亮的落地赢得全场掌声和笑声。各种新词汇、新概念层出不穷，以至于会议主持经常提醒，“对新词做解释，以

便大家理解”。理科生的缜密，文科生的幽默，吸引了很多同事插班旁听。会前大多数人觉得四天太长，不料想四天一下子就过去了，只有将没来得及说的话写成文字，会务组事后收到的书面发言就有厚厚一叠。四天的会议，不仅体会了一个现代传媒企业活力奔涌的氛围，更切身感受了所有参会者聚智合力的投入。

话题集中，排除杂音。虽然《若干意见》23条只是纲领性描述，吕台的主题报告也提出了许多开放式的命题，但在各种讨论发言中，却没看到“你拉你的琴，我唱我的调”，而是很快地形成了共同的语境：建设新型主流媒体，走融合发展之路，全面拥抱互联网。在这样的共同语境下，我们听到了自信：“我们要做新媒体的老板”、“芒果TV在互联网OTT领域争夺行业第一”；也听到了深刻剖析：“互联网思维就是去中心化、去行政化、去官本位”、“由小屏到大屏，是有人走过的路，由大屏到小屏，是没有人走过的，干一件事情就是要走出独特的路”；当然，还听到了策略分析：“要利用互联网主动打劫，向外生长”、“打通资本市场，通过并购快速完成行业整合，成为行业巨人”；印象中，几乎每一个人的发言都谈到了互联网，如果能全部一一列举，其精彩程度绝不亚于一场互联网高峰论坛。

交锋碰撞，和谐共鸣。得益于四天全程参会，让我再一次深切感受了完全开放的思想交流。发言者的身份跨越了部门的局限，财务专家就内容建设提出“要突出中国元素”，播控技术负责人提出“要狠抓长尾效应，把内容分成碎片，由碎片产生更多IP”；新媒体人说传统媒体的事，传统媒体人为新媒体支招，甚至审计部门也在思考“首先把全台职工都发展为芒果TV的用户”，看似“越位”、“错位”的背后是对本位主义的最大突破。当然，也听到了交锋，有分组讨论时面对面辩论，也有大会发言中的隔空对话。交锋不为谁输谁赢，而是提供不同侧面、多个维度的

辩证思考。如关于推进改革的讨论中，既要“适当集权打破壁垒进行利益调整”，也要考虑“市场化主体和行政主体之间沟通成本高，观念不统一”的现实；关于各个媒体的定位，既要“应当保持相对完整的竞争体系，确保核心资源稳盘”，也要“用户资源、服务资源的共享共用、互联互通”。在这样多声部的协奏中，“拆除门户之见，拆除局部的、个体的利益纠葛，把芒果生态蛋糕做大”的旋律由此和谐共鸣。

落实奏强音

交响曲的曲风多样，有清新婉约，也有厚重悲怆，但我觉得湖南广电的这首春天交响曲就像英雄史诗，节奏有力，气势磅礴。每一项具体的措施就像鼓点重击，催人奋进。

四天里，听到的不是坐而论道，而是对照《若干意见》23条按图索骥逐条落实。条条道路通罗马，每一条路都要去探索。这里有广播媒体的思路：“以音频IP化为重要支撑，抢夺车载终端，占据车联网入口”，有地面媒体主攻的方向：“经视要利用一切技术，搭建渠道直达终端，构建依托互联网的未來生活方式”、“都市频道要跨界打入旅游、体育产业”。为达彼岸，可以架桥，可以游泳，可以造船出海，甚至可以空投，只要千帆竞发，就一定能实现梦想。

四天的“731会议”已经结束，肩负着建设新型主流媒体责任的芒果战车即将启程，湖南广电的历史将记住这个春天，记住这首聚智合力谱写的春天交响曲。历史总会在一些关键节点写下浓墨重彩，作为一个亲历者，不敢任思绪随时间消散，特以侧记的方式尽可能还原现场，留存记忆。

以时代精神重塑媒体传统价值观

/戴志杰

一、媒体承传文化的双重使命

首先，媒体作为文化的一部分，天然具有文化承传的职能。不论什么样形式的媒体，运用怎样的媒体手段，打造社会影响力是媒体自身所需要的，这是媒体承传文化自然形成的，是天降大任于斯的必然使命。

第二，不同媒体会有不同的媒体定位。定位系统中的核心，其实就是一个媒体的态度，即其所持有的价值观。匡扶社会正道，建设世道人心，是媒体必须持有的社会使命。其实，这也是当代媒体对自我形象的一次重新塑造。

中国有深厚的传统文化。文化承传，要有载体。媒体在当代社会语境下，是中华文化传承的非常重要的载体和中介，它有可讲的故事、可挖掘的道理。它能同时体现具象和抽象的高妙。媒体重塑传统价值观，是用形象说话，用笔说话。

二、媒体重塑传统价值观的三重含义

根据媒体所具有的文化属性、传播属性与社会属性，与其他领域、渠道不同的是，媒体重塑传统价值观包含了三重含义：

首先，传统价值观中既有优秀传统，也有历史局限，需要批判地继承，以古为今用的方式进行扬弃，以科学客观的态度加以审视，这是在文化承传意义上的哲学解构与重新阐发。

第二，传统价值观通过媒体途径进行传播，需要符合媒体的传播规律，媒体要充分尊重传播规律，充分发挥调动媒体所具有的传播优势，将思想性与可读性有

机结合，深入到人的精神世界，塑造以传统价值观为丰厚土壤的时代精神与气质。这是媒体传播意义上的重新解读与精神塑造。

第三，传统价值观必须结合当下国情和时代精神来剖析解读，在媒体重塑价值观的内容进入到受众群之后，既要考虑不同受众层次的理解，又要注意传播过程中的社会影响，使之真正走入人的内心世界，形成认同与共鸣，争议与反馈，关注与关心，使媒体的重新塑造形成社会的正能量，这是社会传承意义上的继承发扬与具体践行。

三、芒果画报重塑传统价值观系列策划的案例解读

在当下众多媒体中，有不少传承中华文化的媒体与内容，其中，金鹰报刊社《芒果画报》推出的“重塑传统价值观”和“中华国学的智慧之美”年度策划，深入挖掘和阐发中华优秀传统文化的时代价值，从2013年2月至2014年12月已推出“仁义礼智信、温良恭俭让、忠孝节勇”和15个主题系列，“清静、无为、柔弱慈悲、智慧、觉悟”6个主题系列，刊发文章150余篇，篇幅500多个版，采访文化艺术名人、社会各界名流等百余人，取得了极大的社会反响。在此以之为案例进行阐发。

1、策划背景：金鹰报刊社《芒果画报》作为湖南卫视官方杂志，在2011年创刊伊始，就确立了以“做文化、做思想”为自己的主打内容，以倡导“顶级智慧人生、高端快乐文化”为宗旨。杂志坚守文化担当，坚持传播社会正能量。2013年，

网络有个流行词叫“毁三观”，社会道德滑坡现象日益严重，而价值观在多元化的交融碰撞与网络传播的泛滥下，在某种程度上出现意义消解、传统解体、价值模糊的社会价值体系危机。为此，芒果画报领导层深感焦虑，作为一个有责任、有态度的媒体，经过反复讨论，在年初提出“重塑传统价值观”年度策划，希望能为社会价值体系的建设尽一份微薄之力。

2、策划思路：中华传统价值观，以儒释道为主干，其中尤以儒家思想影响深远，贴近大众，具有厚重的历史根基和社会基础，因此，策划决定以家喻户晓的“仁义礼智信、温良恭俭让、忠孝节勇和”15字为命题，连续推出15期专题。命题虽然从儒家思想出发，但内容呈现并不限于孔儒一家。策划遵循“从历史中来，到现实中去”的原则，遵循媒体传播的规律特性，有对历史观点的梳理以及历史故事的挖掘，更多的是以中华文化的沃土为基，用现代人的精神观念来理解，用现代人的思想智慧来阐释，用现代人的的人生故事来呈现。从现代人的文化诉求和道德建设出发，让人们看到中华文化的优良传统在现代人中新体现和现实意义，为现代社会的人心建设提供民族文化的精神滋养。

3、采写执行：策划内容主要由两部分构成，一是摆道理，每期卷首对当期专题进行立意阐发，采访专家学者深入剖析命题的历史源流和当下意义。二是讲故事，每期采访5到8位不同层面的各界名人或践行者，一边从各自经历出发讲人生故事，一边由各人的人生感悟，进一步阐发命题意义。其中，前者尽可能把理简洁地讲明白、透彻，后者把故事丰富地讲生动、讲

活彻，形成事理辉映、历史性与现代性兼具的特色。

4、呈现形式：杂志在采写丰富内容的基础上，注重图文并茂的视觉呈现，通过图片、设计等丰富的视觉元素，使文章结构层次、立意逻辑在设计元素的辅助下一目了然，人物故事借助图片运用增强感染力，加强了杂志的可读性。

四、媒体的传播效果

1、正确理解传统价值观与主流价值观的关系，是确保媒体传播效果的思想基础。

传统价值观里有精华也有糟粕，对传统价值观的认识有褒贬也有曲解，媒体首先要正确理解好传统价值观与主流价值观的关系。芒果画报策划选题时，筛去不具有现实意义、仅有史料性质的内容，所谓扬弃糟粕，即对不符合时代精神的历史内容，不做呈现、不做宣扬，不沉入故纸堆。这“三不”并非刻意回避，而是基于在相当一段历史时间对传统价值观批判基于继承，有断层之虞的认识现实；所谓提取精华，命题“重塑”，旨在抽象继承、现代阐释，意即抽出这些历史思想内核中符合现代社会主流价值观、中华民族精神追求和人性真善美的共同价值理念作为。正如湖南省委宣传部阅评认为：“专题围绕的出发点是传统价值观，却注入了现代意蕴和当今理解，一边讲古代典故，一边做当下访谈，追求实现传统文化吸收转换和创新继承，顺应了社会发展和读者精神生活需要，也符合当前培育和践行社会主义核心价值观要求，这也是专题有吸引力和说服力的原因所在。”

2、尊重媒体传播规律，丰富、创新媒

体表现手段，是实现媒体传播效果的特色武器。

相对于网络、电视等媒体，纸媒的表现手段是有限的，传媒效果会在传播的时效性、直观性、多元性等方面处于相对劣势，这就必须以有限的手段获得最大的传播效果，有如螺丝壳里做道场，空间虽窄，却要把道行做足。芒果画报在重塑传统价值观策划的执行过程中，从高度、广度、深度三个维度考量，要求“立意要站高，选题要落地，文章要走心。”具体而言，在策划立意时，要活学活用传统价值观的思想武器给时代现实把脉、扎针，针对社会现实中的矛盾、病灶，选准下针的角度；在选题时，既有名流作家、文化学者，也有不同层面的践行代表的真实故事；在文章采写时，要努力往心里去，注意挖掘采访对象在人生经历当中的精神世界，尽可能穿入能打动读者、引发思考的吉光片羽。

3、充分运用立体的现代传播方式，是扩大媒体传播效果的有效途径。

基于纸媒传播特性的局限，纸媒要逆势上行，就要与时俱进，不断创新，应用、发展传播手段。为此，芒果画报做了大量的丰富传播手段的探索实践。一是开门办刊，从线上内容到线下活动进行整合传播，在选题执行过程中，开展了各种契合策划传播的活动，如芒果大讲堂，请来岳麓书院院长朱汉民专题主讲圣贤与豪杰，芒果读书会，请采访嘉宾、各路文人以书会友，美学生活运动积极倡导符合传统价值观和现代人审美情趣的生活方式和生活态度，先后主办名茶会、艺术展、封面选拔、音乐会、行业座谈等各种形式的活动，一年多来大小活动多达一百六十多

场，面对面地将杂志的价值态度宣传到方方面面，形成零距离贴近读者的媒体传播效果。

二是充分运用新媒体传播手段，扩大纸媒影响覆盖。当前，媒体竞争日益激烈，纸媒读者趣味日益呈现碎读与读图的趋势，杂志精耕纸面的同时，通过微博、微信、博客、门户网等渠道，针对策划内容进行发行预热、二次三次传播，扩大媒体传播效果。

随着重塑传统价值观策划的坚持，获得了社会广泛关注，易中天、张鸣、沈善增、陈思和等十多位著名作家、学者、各界社会名人就策划内容评点，高度评价杂志在当下殊为难得的文化理想和-content品位，一些读者还致电索取整套收藏。湖南省委宣传部阅评认为：“这些策划内涵丰富，意蕴绵长，体现了作为一个媒体特有的文化态度和温度，打造了杂志独有的文化标识。”重塑传统价值观策划既是杂志走心读者的浓墨重笔，团队也在执行过程中经历了一个走心、磨心、用心、向心的过程。舍去浮华，一心升华，已是芒果画报采编团队的精神信条。

总之，源远流长的中华文化彰显着独具特色的传统价值观。批判地继承其中如家国天下、忠孝仁义、以和为贵、义利兼顾、尚荣知耻、止于至善等思想精华，使其成为弘扬爱国主义、构建社会主义和谐社会、加强社会主义核心价值观体系建设的重要思想资源，在新的历史时期发挥积极而有作用的作用。作为有社会担当的媒体，这是历史和时代赋予的使命，也是媒体彰显文化态度的一面精神旗帜。

（作者单位：芒果画报社）

编辑/王庆华

地方电视台如何强化 综艺晚会的策划与执行

高声

地方电视台作为地方党委和政府的喉舌，作为联系群众的桥梁和纽带，如何在坚持正确舆论导向的同时，充分发挥电视文艺宣传优势，通过举办各类文艺晚会和群众性文娱活动，促进当地精神文明建设，是一个值得思考和探索的问题。

一、地方台综艺晚会对促进当地精神文明建设作用积极

综艺晚会作为一种晚会形式，它的观众层次无论从年龄的差别、文化修养的高低还是社会地位的不同来比较，均有很广泛的群众基础，是深受观众喜爱的一种艺术形式。随着社会经济的发展，物质生活水平的进一步提升，人民群众对精神文化生活的需求也不断增长，组织举办好群众喜爱的综艺晚会，能够集中展现当地风俗民情、文化底蕴、社会面貌，对于加强当地社会主义精神文明建设，推介当地形象，展示城市风采能够起到良好的促进作用，进而有利于培养人民群众高尚的道德情操，陶冶和美化人们的心灵。实践证明，各类综艺晚会是一个地区精神文明建设的重要宣传窗口，可以提升群众的文化艺术欣赏品位，引导人们自觉追求真善美。

近年来，笔者参与或主创的多台地方综艺晚会对提升笔者所在城市的文化内涵、文明指数、精神面貌和人居环境起到了很好的促进作用。如《株洲市春节联欢

晚会》、《倾听花开的声音——百年三八纪念晚会》、《军旗飘扬——八一建军节双拥晚会》、《两型乐章——长株潭十大标志性建筑评选揭晓晚会》、《仰望星空——共产党员先进性教育颁奖晚会》等等，对展示地方社会经济发展水平、精神文明建设成就、对外开放形象等起到了积极的作用。

二、地方台综艺晚会需强化策划意识

地方台综艺晚会无论从人力、物力和财力上都无法与国家级、省级台相比。因此，必须牢固树立节俭办晚会的理念，在规模、形式、演员阵容上不攀比，不浪费，而是在晚会的主题思想和表现形式上下工夫，不因晚会投入的多少而影响晚会水平和质量的高低。而要想达到如此的效果，就必须强化策划意识。

1. 主题鲜明化

作为综艺晚会，通常都有一定的起因，要么是纪念日的庆祝，要么是某一节点的宣传高潮，要么是某项活动的总结等。因此，确定晚会主题尤为重要。一台综艺晚会如果没有明确的主题，并将此贯穿始终，就会显得东拼西凑、杂乱无章，更无法给观众留下深刻的印象。在晚会设计的开始，必须把确定晚会主题作为首要课程，精心研究和策划，做到主题鲜明，既要有思想性，又要有艺术性。比如，在策划《2013年株洲市春节联欢晚会》主题时，我们围绕当地社会

的主流思想及氛围，在充分思考和讨论后，将主题锁定在“走在春风里——老百姓的幸福生活”的诠释之中，从而将本台晚会的立意托举而出，得到了各方面的认同与肯定，同时，也为整台晚会的节目构成打下了坚实的基础。

2. 风格地方化

地方综艺晚会所要达到的最高境界就是地方特色。主题确定之后，晚会的风格和形式关系到整个晚会艺术表现力的定位。笔者通过多年的实践体会到，无论是选择传统、经典还是时尚的风格，都必须将浓郁的地方特色作为基础，才会体现出“我”的魅力。比如，在设计新中国六十大庆的晚会时，我们选择了共和国发展历程中几个与我们所在城市有密切关联的事件作为主线来构架整体风格，既表达了对祖国母亲的祝福，又讴歌出了城市对国家的热爱和奉献，用这样的一种“折射”，在重大主题内容里将地方特色充分予以放大与展现。

3. 节目群众化

地方台在举办综艺晚会过程中，普遍存在的困惑是缺少节目和演员。因此，在设计节目的时候，剧组既要考虑主题、形式和风格的要求，又要充分考虑经费条件、演员条件等。在多年的工作实践中，我们采取了走群众路线的方式，与当地多名文艺创作者、多家文化馆、业余艺术团、社区表演队进行常态化合作，根据晚会主题内容的需要，从他们已有的节目中

挑选，或与他们“订制”节目。这样的一种合作，既解决了地方台晚会节目的来源和地方特色多样性的保持，又提供给了这些业余创作者和表演者展露才华的机会。

4. 舞美平常化

综艺晚会要获得一定的效果，达到一定的境界，离不开舞美。这其中包括舞美的设计与搭建，道具、灯光和音响的运用等诸多方面。然而，由于受投入的制约以及节俭的要求，地方台综艺晚会没有能力也不允许将舞美表现得富丽堂皇或“高科技”，只能从实际出发，在平常化中寻求亮点，诠释主题，为整台晚会的效果和质量服务。比如，我们在设计一家电子企业的厂庆晚会的舞美时，将大屏幕定格为一块电子集成电路板，将主持台设计成一个电子控制箱。虽然舞美简单，但企业特色鲜明，一目了然，且造价极低，企业非常满意。

三、地方台综艺晚会需强化执行力度

地方台由于受自身机构的制约，在晚会举办的过程中，不可能像国家级、省卫视电视台有专业或专职的部门和人员来执行，一般来说内部导演、剧务、制片等都是临时抽调组建，外部如市政、供电、公安、交警、消防等相关部门，也是由宣传、文化牵头单位进行协调。因此，在这样一种分散性的结构下，给相互之间的配合增加了难度。

如果说地方台举办综艺晚会成功的灵魂是策划，那么，晚会执行力度的强弱则是保证晚会成功的关键所在。要强化晚会的执行力度，需要在三个方面下功夫。

1. 明确分工

在明确了执行机构之盾，要安排一位具有较强综合协调能力的领导统筹指挥，避免出现多头指挥的现象。与此同时，作为晚会总导演，要按照项目负责制的原则，充分发挥指挥和协调作用，及时设立导演、制片、安全保卫、宣传协调、后勤接待等内设机构，并且分工明确，各司其职，各负其责，有条不紊地开展相关工作，确保整台晚会流畅，步调一致，相向而行。

2. 严抓排练

地方电视台承办综艺晚会，必须要考虑到其规模大、档次高，要求也高，不能有丝毫马虎。因此承接任务后，一定要高度重视节目的排练工作。在综艺晚会节目方案确定后，首先要制定严格的排练方案，分工负责，具体到人，提高各个环节的工作人员对整台晚会的感性认知；其次要狠抓排练工作细节的落实，及时发现问题，协调解决排练工作中出现的各种矛盾；三是通盘考虑，反复预演。特别是在综合联排时，除了节目自身外，还要对容易出错和忽视的地方，包括灯光、音效、VCR播放等技术因素反复演练，确保万无一失。

3. 强化执行

综艺晚会由于各项组织准备工作繁多，牵扯面广，更需要各个执行组之间的通力合作。由于地方台综艺晚会人员结构的分散性，因此，更需要充分支持，相互理解，出现问题，发生矛盾，要及时报告，及时解决，不能影响大局，同心协力，确保晚会圆满成功。2010年4月，青海玉树发生特大地震后，笔者接受了一项紧急任务，必须用短短的3天时间，筹划举办一场“情暖格桑花——株洲社会各界为青海玉树地震灾区慈善募捐晚会”。时间紧，任务重，各方面协调工作难度大。但我们咬牙做下来了，靠的就是强有力的执行力和团队合作精神。结果这台晚会反响非常好，现场共收到各界捐款1500万元，为青海玉树地震灾区重建贡献了株洲人民的一份力量。

总而言之，对于人力、财力、物力都不雄厚的地方电视台来说，办出有意义、有水平、有影响，能够促进当地精神文明建设的文艺晚会，更需要加强学习和灵活借鉴，提高综艺晚会的策划、组织和执行力度，使之成为当地宣传党的路线、方针、政策的平台；成为树立文明形象、展示城市品位的工具，进一步丰富人民群众精神文化生活，促进和谐社会建设。

（作者单位：株洲广播电视台）

编辑/曾致

乡村里的“中国梦”

——浅谈《乡村里的春晚》拍摄及制作心得 /彭勃 胡蔚成

为宣传和弘扬“中国梦”主题，湖南广播电视台金鹰纪实频道2015开年策划推出了5集纪录片《乡村里的春晚》，这是一部以传统人文纪录片形式反映“中国梦”的纪录片。制作团队基于对一个大三学生想在自己的家乡村上办“春晚”的个人梦想的欣赏，对热情大方、淳朴耿直的村民真情流露的感染，对地道原味、色彩各异古朴山村年味的吸引，通过记录发生在“春晚”的发起者、组织者、参与者身上一个个鲜活的故事，将乡村里的人们乐观豁达、积极向上、期盼未来的真善美呈现在屏幕上，真实地展现了村民们为追求梦想、实现愿望而不断奋斗、不断努力的过程。

节目真实接地气。以湘潭大学大三学生陈龙牵头的几个大学生想在自己的家乡湖南武冈里仁村举办一场“春晚”，本身就极具挑战性，其中发生的各种各样的故事和意外能够使人物的性格和心态得到最大限度的展现，如陈龙与乡文化站王站长拉赞助成功时的得意、晚会组委会小伙伴们发生矛盾时的纠结与失落、里仁村和隔壁村落的村民互不服输的较劲等等，镜头真实地记录了这些生动的微表情，观众能够很直白地感受到主人公们复杂的心情，使得人物的内心世界得到最真实的表达。作为一档记录乡村故事的纪录片，淳朴真诚的村民演员、清新秀丽的田园风光、独特新颖的当地民俗等等都在影片中得到原汁原味的展现，也使得本片能够接地气，让被记录的村民和观众都感觉到这是实实在在的身边故事。

故事情节回环曲折层层递进。任何一场晚会的筹办，从人物选择到节目筛选，从节目排练到流程安排，即使是专业人士也会

遇到各种各样的意外状况，更何况是一群没有经验的大学生和配合度高低不同的各类型村民。所以在摄制组记录筹备的整个过程中，发生了很多令人始料不及的意外。比如说已经说好要参演的村民临时拒演、晚会发起者陈龙从踌躇满志到崩溃落泪、里仁村村支书因为不能接受批评而扬言退出演出等等，这些小插曲构成了戏剧冲突的元素，让整部纪录片环环相扣，抓人眼球。

热闹景象蕴含思想沉淀。在一台乡村里的“春晚”如火如荼的筹备过程中，每个参与者都有着背后故事。可以说，所有人都是带着梦想来参加这台晚会，也在这个过程中完成了自己的成长和积淀，表达了自己最真实的诉求和渴望。生活是最好的剧本，陈龙和他的小伙伴们在这台大戏中都有着自己的“剧本”，他们完成“剧本”的过程也是这群有梦想的年轻人成长、变得成熟和干练的过程。而台上的表演者也带着自己的追求，比如深情为年迈母亲演唱的村民邓代俊，他放弃工作毅然返乡照顾迟暮之年的母亲的故事让人潸然泪下；跳广场舞的村民张国贞和小苹果舞团的小队员俞惠湘祖孙二人参演的愿望就是让归乡的家人能够为自己感到骄傲……这些都足以打动观众，让身处异乡的人不禁联想到自身，产生对生命里最难忘的感动——亲情的思考。

人物刻画细腻鲜活。讲好一个故事，首先要讲好故事里的人，节目拍摄时紧紧抓住以陈龙为代表的大学生团体、里仁村当家人、极度需要被肯定的女强人陈支书、“万能”的乡文化站王站长等主线人物，以他们带出晚会主持人、表演人员及家属等副线人物。值得一提的是，不管是主线人物还是副线人物，都具有非常鲜明

和饱满的性格。五集纪录片成功刻画了怀揣梦想的一群大学生，即使遭遇挫折和矛盾，依然不忘初心，将晚会进行到底；成功刻画了气质儒雅的王站长，不管是拉赞助、搭戏台，还是找演员、做培训，天生操心命的全能王；成功刻画了极具个性不甘失败的陈支书，受村民喜爱且好强的她会为队友对其表演动作的纠正而赌气退出撂担子，也会为看到别的广场舞队跳得好而迅速召集自己的人马来一决高下……整部纪录片中有热情真诚的广场舞大妈，有可爱天真的小朋友，有才华横溢的吹笛者和书法家，也有土到掉渣但受欢迎到爆棚的乡土“模特队”。一副鲜活的面容就是广袤深沉的农村大地最真实最鲜活最可爱的人物典型。

情感真挚饱满富有感染力。中国人对“年”的向往，实际上就是对于家庭亲情团圆与国家民族兴旺的向往。一场“春晚”的举行，一段足以让所有村民嗨起来的文化冲击波，也将交通相对闭塞的里仁村的每个角落都连接起来，凝聚成同一股力量。整部纪录片的镜头里记录了立春、放鞭炮、贴春联、打糍粑、杀年猪等等这些年味最浓的影像，表达了村民也勾起了观众对热闹年的期盼。年的脚步近了，在外打工的人都要回家，他们是老人的儿女，也是小孩的爸妈，返乡的人带着思乡的情绪，留守的村民带着远望的期盼，晚会上表演的人要把自己最美最好的一面展现给台下的亲人看，台下的人将自己对台上的亲人的支持与骄傲化作最热烈的掌声与喝彩，甚至是泪水……思念、牵挂、祝福种种真挚饱满的情感就在这一来一往中娓娓道来。

创作难度大，制作工作极具挑战。第

媒介的责任与和谐社会构建

/张金海

构建和谐社会，作为大众传播媒介，如何发挥其作用与职能，是需要我们关注的重要话题。

大众传播媒介作为社会系统的一个子系统，处于政府与公众之间，理应成为公众参与社会政治、公共事务以及政府与社会公众进行信息沟通的平台。信息经济学曾提出不对称理论，认为市场交易双方，普遍存在买方与卖方信息不对称现象，从而影响市场交易的公平。正因此，市场经济主张“完全信息原则”。从整个社会系统来看，政府与社会公众也经常存在并发生信息不对称现象，并由此造成政府与社会公众关系的“失谐”。大众传播媒介作为社会系统中的一个重要的信息系统与信息传播组织，有权利有义务有责任宣传党和政府在各个不同时期的路线、方针、政策，以形成社会公众对党和政府路线、方针、政策的了解与认同，并通过适时的新闻信息传播，提供全方位的社会扫描，消解社会公众因信息不对称所发生的对社会认识的失谐。作为政府，理应利用好大众媒介，实行有效的政务信息公开，并为社会公众参与社会政治、公共事务提供良好的信息沟通平台。这应视为大众传播媒介在和谐社会构建中的一个重要社会职能。

我们经常说大众媒介是党和政府的“喉舌”。这种“喉舌”作用，就包括媒介能有效消解因信息不对称所产生的政府与社会公众之间的关系失衡。

处于政府与社会公众之间的大众传播媒介，理应成为政府管理社会的一个重要工具。社会管理也需要讲究成本与效率。眼下社会高度的专业化分工，造成大批分散的人群，使社会管理的难度加大，管理的成本提升，管理的效率降低。大众传播媒介以其巨大的传播网络、信息覆盖和影响力，成为社会管理的有效工具，且管理成本较低。现代社会中，不懂得运用大众传播媒介来管理社会的管理者，不能称为明智的管理者。大众传播媒介作为社会管理的有效工具之一，是在信息传播的基础之上发生作用的。媒介除通过信息传播实现政府与社会公众有效的信息沟通外，还应充分发挥其统一社会观念、规范和协调社会行为、凝聚社会力量等方面的作用。而整个社会观念一致，行为协调，人心凝聚，正是构建和谐社会所必须的。

媒介具有法定的对社会进行监督的权利和义务。这当中，很重要的是对权力的监督。权力需要监督，是因为在市场经济条件下，受经济利益的驱使或诱惑，容易发生“权”与“利”的“合谋”，导致权

钱交易、以权谋私，进而发生权力的腐败，偏离甚至违背权力委托人——社会公众的意志，从而引发社会矛盾，造成社会的不稳定。媒介有效的社会监督，在防范权利合谋、以权谋私、权力腐败的问题上作用重大。但需要特别指出的是，媒介的社会监督权力同样需要有效的社会控制。这里同样存在一个权力失范的问题。媒介社会监督权力的失范，同样会影响社会的安定，造成负面的社会问题。媒介的管理者与媒介的主管机构，对媒介社会监督实施必要的控制，也是正当合理的。

媒介具有社会调节职能。在现代社会，尤其是处于矛盾凸现期的我国社会，仅强调媒介的社会监督是不够的，还有必要突出强调媒介从社会监督走向社会调节，发挥媒介疏导社会矛盾、协调社会利益、警示社会危机的社会“调节器”、“警示器”作用。媒介在近年所作的有关社会弱势群体的报道中，有关社会一些突出问题的报道中，已在协助政府疏导着社会矛盾，化解着社会冲突，协调着社会利益。媒介这方面社会作用的发挥，于和谐社会的构建同样意义重大。

（作者单位：武汉大学新闻与传播学院）

编辑/曾致

一，时间紧，九天的拍摄、动用先进的设备技术，与晚会实行同步录制，十天的剪辑，赶上大年初五的播出档期，这就要求节目制作人员分秒必争来进行节目创作；第二，素材量巨大，七个导演，二十一条故事线需要精准选择，所需拍摄和整理的内容都十分繁杂，后期筛选和制作的内容

也非常复杂；第三，节目的制作品质向卫视看齐，快节奏的剪辑、“神字幕”的运用、音乐音效的到位处理，每个细节的严格要求都给制作团队提出了更高的要求。尤其是节目制作期间恰逢过年，整个制作团队主力成员20人毫无怨言地放弃了和家人团聚的时刻，为了业务加班加点，从大年

三十到初九连续在机房奋战十天十夜，累了趴在编辑机前打个盹，饿了吃碗泡面，才为观众在春节期间送上了这道精心烹制的爱的年夜饭。

（作者单位：湖南广播电视台台金鹰纪实频道）

编辑/肖清

从《一年级》看综艺真人秀如何突破同质性

/李佳芳

抛开模仿国外优秀节目的潜规则，观众的视觉“味蕾”亟需一种地道中国味道的刺激。湖南卫视播出的《一年级》没有艰苦的环境，没有难熬的任务，仅小宋佳、陈学冬两个明星参与，靠着一群普通孩子杀出重围，体现了原创节目巨大的潜力和强劲的增长活力。湖南卫视作为国内最具创新精神的电视频道，以《一年级》扛起了原创大旗，无疑是调整格局、布局未来、创新品牌的一个重要步骤，对于其他卫视拓宽综艺真人秀的广度，从而进行内容深耕和创新营销颇具示范意义。

一、吸取优势节目精华，推出新的节目形态

“越成长，越青春”是湖南卫视的一种快乐姿态，更是湖南卫视一路伴随观众成长的青春气质及价值追求。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》。《一年级》积极吸取上述真人秀节目的经验，由徐晴担任总制片人，由《爸爸去哪儿》、《花儿与少年》、《变形计》等团队参与节目拍摄制作。节目主角为小学生，如此可让“芒果青春”节目矩阵格局初步成型。观众能在《一年级》里看到《超级女声》里的平民视角，《变形计》里的叛逆味道，以及《爸爸去哪儿》的脉脉温情……几乎湖南卫视一路以来的名牌节目中的创新元素都奇妙完美地粘合汇聚于《一年级》。在此基础之上，《一年级》也有一些创新，从而实现母体基础之上的拓展，节目

形态另观众耳目一新。

1.赋予明星嘉宾新定位，萌娃成绝对主角。《一年级》与其他真人秀中明星的设置意义和功能不同，小宋佳和陈学冬变身“鲜师”，分别以实习生活老师和实习班主任的身份参与其中，完成一次和萌娃共同成长的体验。两位明星抛开主角光环充当绿叶，其作用只是把教师的日常点滴放大展示出来，以体现这个职业的艰辛。而36名性格各异的小学生是绝对的焦点。其中，对“王子型、鬼精灵、小暖男、倔小子、女汉子、小公主、小女神”7个核心主角的设定，无疑让节目更具可看性，也丰富了故事多线叙述的可能。倔强路痴马皓轩执拗狂傲，从他口中飘出的各种“湘普”金句——“我不跟你们玩了”“我不要跟你这个哭脸巴坐在一起”“我要放肆找，放肆找，放肆找”已红遍网络。除马皓轩外，混血帅哥西蒙子、逗趣王子李昊煜、美丽女神安琪儿、霸气胖妞陆煜琳、小暖男陈思成等都带给了观众一定的记忆点。懵懵懂懂他们离开父母，在新学校里结识伙伴、独立自主，在选举班长、防拐实验、内务大赛等环节擦出成长的火花。萌娃们所有真实的表现，如小孩子之间的争执吵架、小女生由共同话题迅速结为闺蜜，甚至毫无避讳的全裸出境，都让观众仿佛进入到小朋友的世界，迅速找回童年的记忆。同时他们都是05后孩子的代表，在他们身上观众可以看到这个时代小孩子的与众不同。

2.采用第一人称叙事，无台本式自然表达。第一人称叙事多用于小说和电影中，电视节目里很少见。而《一年级》按照

现实中的时间轴来进行拍摄，采取第一人称叙述，小宋佳和陈学冬用朴实的话语把自己在湘郡学校的“故事”对观众娓娓道来，观众可以直接聆听两位明星的情感波动，享受“知情”的特权。此外，延续了《爸爸去哪儿》纪录片式的无台本表达，《一年级》也是一档没有赛制、没有编剧的真人秀，节目中的矛盾冲突大多并非刻意制造，它们来自孩子走出家门初到学校这个大环境后所经历的种种不适与进步。学童、鲜师生活在一起，生发出许多真实细节，这些细节都透着真实情感，所以观众才看到了萌娃们把教室当成游乐场的各种捣乱，看到了陈学冬、小宋佳两个实习老师手足无措的窘态，也看到了东西方教育观念的激烈冲突。

在综艺真人秀竞争如此激烈的背景下，各大电视台应充分利用、发挥、弘扬自身优势，做能做的事、善做的事，坚守本位，知己善为，以母体为基，实现拓展创新。

二、直击多层社会话题，传播普世价值观念

相对于当下偏娱乐性、明星化的真人秀来说，《一年级》更具备现实意义和社会价值。定位为“学童鲜师炼成记”的《一年级》，其诉求不仅仅是“卖萌”，它把视角聚焦于校园，直击当代社会焦点——儿童教育，记录小学一年级师生们从开学到逐步适应各自身份的全部经历。当下人们谈论教育多以宏观视角，而对于个体来说，教育不在宏大话语中，而彰显于细节之中。

《一年级》真实反映了幼小交替阶段孩子、家长、老师的各种状况，节目温情而欢乐，同时传播了许多教育理念，直击多层社会话题，让更多的家庭在情感、情绪上“深度卷入”。对观众来讲，节目中的孩子都可以在现实里找到相对应的“原型”，那些有笑有泪的故事，正是父母和老师每天都要面对的真实情况。“幼小衔接”如何闯关？怎样让“熊孩子”守规矩？家长和老师如何沟通？孩子如何控制情绪？单亲家庭如何教育孩子？……节目通过真实地展示学校教育管理和直接地呈现孩子们的学习生活情况，从社会、学校、家庭多角度解构启蒙教育话题，透过老师、家长对待孩子的方式进一步展现了中国式教育的群像。比如在第四期节目中，孩子们为了竞选班长纷纷出招，家长也凭借自己的能力来帮助孩子，或是做甜食、或是送签名照，由此折射出“拼爹”“潜规则”等社会现象。从这一层次来讲，《一年级》有爱又走心，是湖南卫视发展到现阶段重要的电视产品，体现了一个有影响力的公共媒体深刻的责任担当。

从理想主义文化形态的角度看，人内在的精神世界和外在的文化世界，就是意义世界和价值世界，二者相互统一。所谓“意义的追寻是人类文化活动的本质”。就我国电视文化高层次的价值追求来说，电视节目理应是时代精神走向健康、进步的一种理性引导力量。当前，电视媒体人面临着由于价值取向混乱而生发出来的社会规范功能削弱、社会道德滑坡、冷漠心态渗透和责任意识淡薄等各种问题的困惑。转型期的电视文化要运用自己舆论引导的力量、社会教育的功能与潜移默化的方式积极影响整个社会及其成员向更高层次的规范、有序的目标发展。但正如荷兰哲学家冯·皮尔森所言：“文化不是名词，而是动词”。电视文化需要随社会审美理念的变迁而不断进行新的文化重构，综艺真人秀节目因其纪实性尤其如此。

三、加强执行力，使媒介手段去单一化

对于原创的把握，实在是一件很难的事情。独特的创意、技巧固然重要，能否引发市场的呼应共鸣，也是不可忽视的考量。相比《爸爸去哪儿》，《一年级》具备更广泛的群众基础，每个人都读过一年级，都有自己一年级的故事和回忆。因此，在《一年级》的推广和互动层面，湖南卫视更是紧扣节目主题，将校园元素植入其中，使用各种媒介手段积极宣传推广新节目。

1. 创新传统宣传方式。《一年级》通过组织新闻发布会和活动，请媒体记者做相应的新闻宣传。有趣的是，传统的看片会变成了“主题趴”，受邀的记者们颈戴红领巾、手持学生证和评分卷，“穿越”到一年级目睹学童鲜师的风采，不少记者惊呼：“瞬间回到了一年级！”此外，《一年级》还通过采访著名文化学者于丹、教育专家孙云晓等名人以及长沙市教育局副局长缪雅琴等教育界人士的方式，唤起观众对幼小教育的关注和对童年的追忆。

2. 新媒体互动提升用户体验。在新媒体互动上湖南卫视也是新意层出，不再只是简单的留言、转发，而是联合各大新媒体互动平台推出了多个具有“一年级”特色的专属活动。一方面推出“抢座微博旁听席”，微博用户进入“#我的一年级#”微博话题页，参与旁听席抢座，抢座成功的用户其微博头像将有机会出现在节目播出时的电视屏幕上，画面显示其在班级中的座位位置，用户还可获得班级中班长、生活委员等职位以及各种奖品激励。另一方面，湖南卫视开发“小红花”投票功能，用户用手机搜索“一年级”，为喜爱的《一年级》萌童送小红花，即可在分享页中看到抢红包链接，同时将红包页面分享到朋友圈或微博，可以让其他小伙伴领取到百度钱包提供的红包一个，用户还可以将获得的红包转赠出去，作为助学金帮助需要帮助的在校学生。不仅这些，《一年

级》旗下官方微博、微信、呼啦、贴吧、微社区等自媒体齐齐发力，发起全方位的互动活动。比如，《一年级》官方微博联合湖南卫视官方微博推出“回忆我的一年级”和“寻找一年级”互动，陈伟霆、戚薇、黄磊、杨宗纬等诸多明星纷纷加入追忆浪潮，自爆一年级的糗事奇葩事；湖南卫视官方APP“呼啦”将推出“一年级萌童连连看”“一年级拼图”等充满童趣和趣味性的H5小游戏；一年级官方微信原创打造小清新风格的“轻APP”，复古的教室照片、穿着校服的同学、轻快的音乐，瞬间将网友拉回自己的一年级，一上线就获得无数网友的转发和点赞。

全媒体时代的到来，本身就意味着各种媒体间差异的消解与整合。在此大前提下，电视要做的是在认清自身在现实语境中的地位和价值的同时，敢于通过流程再造将自己纳入多媒体格局。为追求传播效果最大化，综艺真人秀节目应采取立体的传播策略，让更多的电视观众参与进来，给他们全新的收视体验。电视节目的原创性如何，需要到达哪个目标收视群体，这些诉求是有限的；但是，满足诉求的手段是无限的，因此扎根用户，多管齐下，争取更多的受众对于真人秀节目来说实属必要。

“低俗不是通俗，欲望不代表希望，单纯感官娱乐不等于精神快乐。”没有了全线明星阵容，摒弃了单周竞技赛制，拒绝了低俗娱乐噱头，《一年级》用学童尝试成长来获得掌声，“鲜师”温情炼就博得喝彩，以节目本土创新赢得口碑。节目核心紧扣教育，形态大胆创新，开拓新领域，在综艺节目同质化严重的今天，湖南卫视勇敢地走在了创新大潮的前面。毫无疑问，“不做市场的奴隶”，坚持“把社会效益放在首位，同时也是社会效益和经济效益相统一”的《一年级》，是今后综艺真人秀突破同质性从而拓宽广度的表率。

（作者单位：中国传媒大学传播研究院）

编辑/王庆华

编者按：2014年3月3日，春暖花开的时节，一群年轻人带着理想和热情，忐忑和激动走到了一起，梦想“以经济大势思考湖南；以经济眼光解析湖南，将文化基因根植湖南”！一档全新的电视栏目《经视观察》亮相湖南经视频道，该栏目以经济深度报道为主，以“做湖南发展的电视智库”为目标，填补了湖南电视经济深度报道栏目的空白。《经视观察》开播一年来，在以电视手段为湖南经济社会发展出谋划策方面做了有益的探索，一系列深入浅出的报道传递了湖南发展的正能量，报道受到了中宣部，湖南省委、省政府领导，湖南省委宣传部，湖南省新闻出版广电局的高度关注和肯定，在获得良好社会效益的同时，也获得了观众的好评与鼓励。



在泛娱乐的电视里睿智着 /王晗

“大观、深察，用有温度的发现回应时代的嬗变。”

《经视观察》开播以来，节目高端大气，制作精良，以视野宽度、经济深度、文化厚度切中湖南经济社会发展实际，具有发展的前瞻性，建议的实用性和可操作性，表达的生动性和可视性等特点。在泛娱乐化的电视环境里，《经视观察》以其对社会责任的不懈追求，展示着电视人的睿智和对湖南经济、文化发展的深刻思考。

一、选题视野开阔，具有前瞻性

《经视观察》以时代变革中的经济现象和战略发展思维的碰撞切入话题，以经济眼光解读和思考湖南的发展，探索经济现象背后的文化效应，寻找经济活动的文化特质。该栏目注重话题性，每一期节目关注一个话题，每一期节目提炼一种概念；重视节目的故事化，通过将节目的主题在一个人物或者群体的故事中展开，讲好“湖南故事”。

栏目选题涵盖了新型城镇化经济、扶贫经济、名牌产品经济、旅游经济、文化产业经济、“两型”经济、“聚变”经济、电商经济、传统文化弘扬发展等关系到湖南经济、文化发展各个方面的内容。

新型城镇化，这是《经视观察》重点关注的话题。栏目开播时，用“乡愁的湖湘样本”为总标题，以4期的篇幅聚焦了长沙望城区靖港镇，郴州宜章县玉溪镇，株洲云田镇和永州东安的芦洪市镇，讲述这

四个小镇发展故事，探索4类小镇的不同发展之路。2014年6月9日到12日，《经视观察》栏目走进衡阳常宁庙前镇、邵阳绥宁黄桑镇、郴州汝城热水镇、湘西永顺芙蓉镇，探索在新型城镇化发展过程中，如何以特色旅游小镇促进新型城镇化。

旅游与文化的融合发展是《经视观察》重点关注的另一方面。2014年3月10日起，《经视观察》以4集80分钟的篇幅，推出专题报道《融合的魅力》，聚焦大湘西，探讨千年侗寨的时代变化，“散客时代”如何打造指尖上的旅行，沅水如何复兴流域文化，大湘西如何融入大武陵旅游体系等旅游与文化融合的问题。

扶贫攻坚，这是湖南为实现到2020年实现全面建成小康社会的宏伟目标采取的重要措施。2014年10月22日—30日，《经视观察》栏目重磅推出六集系列专题片《为了贫困“湘”亲的小康梦》，记录和见证潇湘大地上不断探索与实践的精准扶贫之路。这组专题报道共分为“分红了”、“找票子”、“跳出去”、“看龙头”、“倚生态”、“富脑子”六期节目，着眼全盘，深入浅出，大力宣传精准扶贫的新探索；立足湘情，深度思考，提出并解决扶贫攻坚中的疑难、瓶颈问题；以人说事，以事见人，生动塑造扶贫攻坚好干部、兴业脱贫好农民形象。报道播出后，获得了中宣部新闻局、湖南省委宣传部、湖南省新闻出版广电局、湖南省扶贫办的好评和高度肯定。

高校的人才资源如何服务基层、服务经济、帮助少数民族地区扶贫脱困，《博士来了》3组专题报道讲述长沙理工大学的博士团来到怀化中方县的蒿吉坪瑶族乡，用书本上学到的地质水文知识理论，指导、帮助当地的人们找到解决地质灾害的方法，湖南大学经济学博士团帮助张家界桑植县汨湖乡推广汨湖野猪品牌，湖南农业大学博士团帮助怀化沅陵县发展林下种植的故事，思考象牙塔里的知识分子如何深入基层，学以致用，用知识和科技帮助农民脱贫致富奔小康。

此外，《经视观察》还关注湖南发展的前沿话题。总部经济是在单一产业价值观念中的现代人类高端智能的大规模极化与聚合，栏目聚焦总部经济，为湖南总部经济的发展把脉支招。

手游是动漫之后的延伸，曾有“动漫湘军”称号的湖南在4G时代，如何利用新技术和文化，利用原创和创新在手游市场弯道超车，《经视观察》对湖南的手游行业进行了深度观察和思考。

3D打印的出现和普及，被视作第三次工业革命的标志之一。湖南的3D产业如何加强技术创新，加大研发的力量，降低生产的成本，更好地服务于经济，服务于百姓，《经视观察》对此进行了深入探讨。

“长江经济带”被列入国家战略层面，这给湖南的发展带来了新的历史机遇。如何加强与龙头上海的联系与合作，主动对接“长江经济带”，《经视观察》

以“连江诀”为题对此进行了深入探讨。

弘扬传统文化，弘扬社会主义核心价值观。2014年6月16日至19日，《经视观察》以4期篇幅，关注诞生于湖湘大地的曾国藩、左宗棠、周敦颐、张谷英四个家族的家风，从中观照我们今天应该汲取的精神营养。

大型民俗情景剧《烟雨凤凰》正在凤凰古城上演。舞台上，沈从文笔下的翠翠、边城以及那段美丽的爱情成为了山水之间和谐美好的旋律，融合了旅游资源和当地文化，吸引了外来的游客，也影响着当地人的生活。《经视观察》在做了大量的采访调查后，提醒各地在山水实景演出的探索中，一定不能以牺牲当地的自然环境为代价，患上“文化浮躁症”和“政绩焦虑症”，既要有大品牌、大影响的实景演出，也可以开掘小成本、各具特色的民俗表演。

唱山歌，敬美酒，山歌是苗家人传递情谊、追求幸福、热情好客的重要文化载体。缘起我省城步的“六月六山歌节”是苗族等少数民族传承千年的古老风俗，苗家的山歌如何融进生活，继承传统，发扬光大，《经视观察》重点关注苗家山歌如何走出一条属于自己山歌之路，指出当地要尽量保留原生态，让山歌活在自然的田野里，活在人们的生活中，在推广山歌文化时，舞美、音乐要借鉴一些现代的手段，要吸引年轻人参演，向国内、国际推广自己的节庆活动。

《舞动“双凤”》聚焦有中国“土家第一村”之称的双凤古村，提出了如何保护古村落文化，如何传承摆手舞等特色民俗的问题。

邵阳洞口，上百座明清以来的古宗祠星罗棋布，其中的12座被列入国家级文物保护单位。《老宗祠的新憧憬》探索宗祠文化保护与开发。

二、专家支招，有针对性和可操作性

《经视观察》通过深入采访调研，为湖南发展支招，对每一个题材，对每一类问题，节目通过“点击智库”板块，通过

某一领域的权威专家剖析节目中提出的问题，为问题的解决提供思路。专家们以发展经济学、区域经济学等经济发展理论，以全球的视野，战略的高度，解释经济现象，剖析经济问题，提供解决方案，为湖南经济发展献计献策。除专家支招外，节目设立“他山之石”板块，采集其它省市或者国外同类问题的解决经验，为湖南发展问题提供借鉴。

三、表达生动，可视性强

谁人故乡不沦陷？

或沦陷在留守老人的眼神

或沦陷在早已破败的古屋

或沦陷在消失的文化之根

或沦陷在我们早已忘记的童年

寻找大山深处的美丽

古村如何不落？

也许

只需要一道菜

就能唤起你的离乡之愁

也许

只需要一份守望

就能撑起亲人的等待之殇

板梁

留住了沿袭千年的古宴之礼

礼与宴

传与承

板梁的复兴

需要留存看得见摸得着的古老

也需要留存古宴背后的文脉之根

古村

会带着你我

寻找太阳

这是《古村不“落”》系列的宣传词，这样轻盈的文字渗透在《经视观察》栏目的每一期节目中。除讲求文字的优美生动外，栏目还非常重视节目的故事化，通过将节目的主题在一个人物或者群体的故事中展开，讲好“湖南故事”，以观众喜闻乐见的方式铺陈节目内容。以独特的视角，以人文的色彩，改变经济类节目常见的从经济到经济，从数据到数据，从观点到观点的让人不知所云的“硬表达”，

增强深度经济类节目的“柔屈度”，让人更容易理解和接受，更具可看性。

采用Vizt大屏和在线虚拟包装系统，构建动态虚实结合的节目视觉，让节目更加时尚和真实感。

设置“微信墙”，加强与观众互动，在专家智囊、栏目、观众之中建立可以信任的“朋友圈”，让更多人有机会参与节目互动、交流、思考。

《经视观察》以其高度、深度、厚度体现了主流媒体的责任担当，提升了湖南经视的传播力、影响力、公信力，栏目受到了相关部门和领导的高度肯定，湖南省广电局《一日一报》、湖南省委宣传部《阅评简报》多次刊登文章，肯定《经视观察》的相关节目。2014年11月3日，中宣部《新闻阅评》第321期专刊刊登《湖南广电精心记录“精准扶贫”的潇湘之路》阅评文章，对经视观察栏目6集专题片《为了贫困“湘”亲的小康梦》给予充分肯定。湖南省委副书记孙金龙作出批示：“湖南广电台用镜头记录宣传我省扶贫历程，真实生动，发人深省，引人思考，呈现出强大的正能量。谨向付出心血辛劳的广电部门同志们表示衷心感谢。”湖南省委常委、宣传部长许又声多次作出批示，认为创办一个有理论深度和文化厚度，有品位又被观众喜爱的栏目绝非易事，《经视观察》的成绩值得表扬，勉励栏目再接再厉，取得更大成绩。

在短短一年时间里，十几位年轻记者，用脚步走遍了全省的土地，并在全国大江南北找寻“他山之石”，解读经济密码，观察经济现象，思索战略发展。一年时间很短，但对于年轻的记者、编辑而言却是飞速成长：眼界更高，胸襟更广，落笔更有力量。虽然翅膀还有些稚嫩，虽然步履还有些蹒跚，虽然还有很多不足，很多难题亟待攻克，但这个年轻的团队正在迈开大步，持续奔跑向前！

(作者单位：湖南经视频道)

编辑/肖清



湖南广电精心记录 “精准扶贫”的潇湘之路

/中宣部新闻局阅评员

2013年11月初，习近平总书记到湘西州考察扶贫开发工作时强调，要精准扶贫，真扶贫，扶真贫。一年后，湖南广播电视台于10月22日至30日重磅推出六集专题片《为了贫困“湘”亲的小康梦》，记录潇湘大地上不断探索与实践的“精准扶贫”。

着眼全盘，深入浅出，大力宣传“精准扶贫”的新探索。节目开篇，以习近平重要讲话为统领，介绍了湖南扶贫的各项重点难点与目标任务，让观众对扶贫有一个既高屋建瓴又切实可感的基础认识。节目的重点，在于介绍湖南省扶贫攻坚的一个个新点子、金点子：“分红了”——贫困户入股分红，这是芷江县扶贫的新形式；“找票子”——首创金融扶贫，这是麻阳县石羊哨乡谭公冲村级扶贫运用的担保模式；“看龙头”——“穷人跟着能人走，龙头企业来带头”，这是怀化溆浦县小横垅乡高合村的扶贫模式；“倚生态”——打造千亩油菜花田旅游休闲项目，这是龙山县苗儿滩镇捞车河村的大胆

尝试，等等。系列专题片既给观众讲述感人又有趣的扶贫故事，又向农民和扶贫工作者提供实实在在的脱贫路径和办法，称得上是一部扶贫脱贫的参考书。

立足湘情，深度思考，提出并解决扶贫攻坚中的疑难、瓶颈问题。新闻媒体对报道内容光叫好不思，难免陷入偏颇与误导。该节目在报道湖南扶贫工作时，不但进行深层次的思考、实证与理论的探讨，也请业界权威、专家学者进行具体而微的指导。比如，谈到龙山县苗儿滩镇捞车河村打造千亩油菜花田旅游休闲项目时，专家就提出该项目受制于季节性，建议打造“四季性”特色产品，摆脱时间的束缚。这种问题式报道跳出应景、狭隘的窠臼，讲利亦讲弊，传道授业还释疑解惑。

以人说事，以事见人，生动塑造扶贫攻坚好干部、兴业脱贫好农民形象。扶贫攻坚需要智慧、勇气、真情。专题片报道了多个人物，可看性和情感温度大大提高。例如，麻阳县扶贫干部焦玫在实践中想出一个办法，即从拨给村里的财政扶贫

资金中，分出15万元用作村民向银行贷款的担保金。但是，这种做法没有先例。焦玫说：“扶贫资金有一根高压线，改变用途就属挪用。为这15万块钱，我们前前后后开了多次会，首先在党组统一思想。这个钱只要不是揣进自己的口袋，只要是给贫困农户谋福利，上面假如追究下来，说这个做错了，我们改正就是了。”一位心系群众、敢于创新、敢担责任的扶贫干部的形象呼之欲出。

扶贫，精准扶贫，这是一项长期、艰巨的工作，新闻媒体必须承担起密切配合的任务。当前，我国还处在社会主义初级阶段，有相当一部分人仍生活在贫困线以下，新闻工作者应把“走转改”活动坚持下去，不断深化对国情、民情的认识，从而多一份草根意识与平民情怀，不忘扶贫的宣传报道，自觉通过强大舆论助推脱贫致富“中国梦”的实现。

（原载于中宣部新闻局2014年11月3日《新闻阅评》第321期）

编辑/肖清



为“小微”成长支招

/彭国元



春节前夕，湖南广播电视台经视频道《经济观察》栏目推出的《“小微”成长记》三期系列深度报道，在聚焦我省小微企业发展的现状、存在的问题的同时，通过个案分析，从不同层面着力探究破解小微企业的发展瓶颈，颇具说服力和指导性。

在《孵化“小巨人”》节目中，以我国“手游之王”《刀塔传奇》创始人刘新宇执掌的湖南中清龙图网络科技有限公司为例，既介绍了他们的艰辛创业历程，又重点交代了其快速成长的诀窍：长沙麓谷高新区拥有移动互联网思维，适合其发展需求，不仅免费提供办公场地，还提供法务、税务等方面的专业服务。此外，通过

优化环境和聚集效应，使其顺利实现从孵化到加速的飞跃。

在《“智力”变资本》节目中，从研发救援、安防产品的湖南华诺星空电子科技有限公司切入，围绕融资难的问题进行深度分析。指出，长沙虽然开展了知识产权投融资服务试点，企业可用发明专利作抵押，从银行贷款，让“智力”变成“资本”。然而，因银行担心专利是否值钱，专利质押遭遇尴尬，企业贷款难以如愿。最后通过采访政府有关负责人和专家，建议成立权威的评估机构、制订相关法规和标准，完善专利交易市场、设立银行风险补偿基金等，打通专利融资的有效通道。

在《“导师”来了》节目中，以美

兰坊（湖南）化妆品有限公司为例，介绍“携手行动”对小微企业发展注入经验。该公司研制的新产品虽申请了国际专利，但除了传统的“线下”销售外，别无新招。通过登门拜访湖南竞网科技联合创始人陈花“导师”的指点，公司聘请专业网络营销团队，开通了网络营销渠道，并通过差异化竞争和多种宣传途径，实现了企业销售的飞跃。同时，通过该公司负责人的“现身说法”和专家支招，指出：搭建知名企业家帮扶小微企业的公共服务平台，十分有效；建议可通过建立“导师”对小微企业“一对一”的对口帮扶制度、政府给予适当的帮扶补贴、帮扶者之间进行PK等办法，助推小微企业成长。

（原载湖南省委宣传部3月3日《新闻阅评》简报。作者系湖南广播电视台副总编辑、高级编辑，湖南省委宣传部新闻阅评员）

编辑/肖清



绿色低碳： “新常态”视野下的观察与思考

——评电视系列片《绿色使命》 /何新明

湖南广播电视台经视频道《经视观察》栏目2014年12月15日至25日播出的8集系列片《绿色使命》，运用“新常态”的大视野，结合市场机制、高科技、创新发展等，全面、立体地展示和阐释绿色低碳理念，起点高，内容新，思想性、指导性、知识性都很强，是高层次深入宣传和解读绿色低碳理念和绿色低碳经济的一次成功的尝试和突破。

绿色低碳是早已提出的理念，“新常态”的大逻辑则赋予这一理念新的生命和活力。“新常态”包含九大趋势性变化，其中之一就是“从资源环境约束看”，“必须顺应人民群众对良好生态环境的期待，推动形成绿色低碳循环发展新方式”。怎样理解这一新方式？如何实现这一新方式？《绿色使命》抓住这一核心主题，结合其他方面的趋势性变化，夹叙夹议，理论结合实际地作出了深刻而又生动的回答。

一. 依据“新常态”，诠释新方式。

“新常态”下的绿色低碳发展新方式，决不只是一个经济理念，更不是指某项节能环保措施或办法。这是一个大的民生理念、大的社会理念。我们要依靠人民，为

人民建设起一个人人能够共享的绿色低碳发展的新家园。这就是我们的“绿色使命”。该片第六集《社区之梦》，从人民生活的角度，对此作出了很好的解说。目前我国正在开展低碳社区试点工作，要求到“十二五”末，试点达到1000个。片中介绍了湖南省郴州市惠泽社区和广州市三眼井社区。除了锅炉改造、太阳能热水器、节能灯、水循环利用等常见事物外，在这里，还可以看到一些新东西，例如：噪音监测电子显示屏、太阳能风能互补灯、碳足迹测量仪、楼顶雨水收集，等等。社区干部还介绍了他们开展低碳宣传，帮助居民树立新观念，让低碳生活成为时尚、成为习惯，依靠群众建设低碳社区的情况。社区活动中心的低碳科普长廊、居民手中的低碳减排卡（居民可以凭卡上登记的减排量领取奖品）让人印象深刻。片中还想象着：再生钢材搭建的房屋，绿色材料的绝热外层，太阳能发电，垃圾科学分类，绿色出行，等等。如果这种梦想中的低碳社区在全国得到普及，那时，才能说“绿色使命”基本实现。

二. 坚持“新常态”，发现新机遇。

节能、降耗、减排，需要资金，需要技术，这对许多企业来说，是个难题。但有心人并未畏难退却，相反，将这个难题变成了机遇。你能否想像，企业不用投入，也不用费心，由别人掏腰包替自己安装更新节能设备并负责运营管理，节省下来的能源费用还能分成？这真是“免费的午餐”啊！该片第五集《“双赢”的节能》介绍的就是这种被称为“合同能源管理”的节能投资新模式。这种市场化运作，由节能服务公司承担投资运营风险，双方共享节能效益的新模式，在金百大公司与衡阳华菱钢管公司之间得到顺利实施，并取得可喜成果。双方签订了为期五年的合同，金百大投资一千多万元，为衡阳华菱提供节能项目设计、设备购买、安装调试、维修保养等一条龙服务。由于金百大是专业技术性公司，精于此道，履约还不到三年，就已节约用电3060万度，节约标准煤10098吨，双方都获利不菲。湖南省现有国家备案的节能服务公司162家，数量居中西部省份第一，但仍有很大发展空间。湖南省发改委正在积极研究，准备发文推动政府部门、医院、学校等公共机构



使用这一新模式进行节能改造，使之起到带头、示范作用。等待人们的，将有更多的新机遇。

三. 推进“新常态”，激发新活力。绿色低碳产业的活力，首先来自高科技，但仅此还不够，还需要其他方面的配合和支持。该片第八集《“再制造”风光》，讲的就是这个问题。一辆汽车，使用了十年，经过大修仍可上路，这叫维修；如果通过高分子材料系统全面还原恢复其零部件，这部车就成了再制造生产的一部新车。“再制造”在发达国家已成为潮流，是低碳生产竞相努力的方向。片中介绍了浏阳制造产业基地的轩辕春秋工程机械再制造有限公司，令人耳目一新。一些使用多年的进口高精密度机床，被行家称为“宝贝”，经过再制造又重获新生。数据显示，再制造产品能降低成本50%，节能60%，节材70%，减少污染物排放80%。但这一高科技绿色低碳创新产业在发展中却遇到不少困难。该厂成立时，差点因相关文件中没有“再制造”这一名称而无法完成工商注册，上报到国家工商总局再报到发改委才解决难题。再制造知识的宣传普及，政府的政策支持，市场的建设（旧

产品的信息和回收，再制造产品的销售和价格），物流的配套，人才的引进，都需要研究解决。总之，需要推进“新常态”，发挥九大发展趋势的综合优势和积极效应。这不只是再制造业的渴望，也是“新常态”下整个经济顺利发展的要求。

四. 围绕“新常态”，发展新业态。

时下中国流行一个热词：天使投资，又叫天使投资人。这是金融业的一种新业态。高新技术拥有者和互联网界的创业者们，都渴望打动“天使”，获得最初的创业本钱。现在，湖南低碳行业中也出现了一个与此类似的新业态。不过，他们的眼光只锁定绿色低碳企业，不仅投资，还以智囊、运营管理等多种形式参与企业发展，业界称之为“绿天使”。该片第三集《“绿天使”的翅膀》讲的就是“绿天使”的故事。片中真实地纪录了湖南低碳经济中心首席投资官张虎的活动。他先到一家企业考察调研，这家企业自主研发制造出利用昼夜温差产生的“能”来调节温度的低碳空调，他现场考察，不停地提问，仔细地记录。接着，又赶到湖南大学国家超级计算机中心，研究低碳空调入驻“超算大楼”的可行性。他说，他们的工作主要搜集信息，深度调研，然后决策，

“先到企业去学习，然后再来帮企业解决问题”。力求专于碳、精于碳，让决策也更专业、更精准，努力提高新的低碳技术的孵化速度与质量。新业态的出现和成长，反映产业的进步和社会的变化。可以预见，随着我国经济的发展，包括绿色低碳产业在内，各行各业都会出现更多的新业态。

综观《经视观察》栏目播出的各期节目，我认为，该栏目播出的，不是一般的报道，而是深度报道；不是一般的深度报道，而是有分析、有评议的述评性深度报道。除了主持人的评论以外，栏目中还设有两个小环节：一个叫“智库”（听听智慧的声音），请业内顶级专家发表意见，另一个叫“微信墙”，通过微信互动反馈观众意见。把这三者融合起来，就使评论既有媒体特色，又能通天线、接地气。这是媒体评论的创新发展。因此，可以说，《经视观察》是一档创新型新闻报道述评栏目。其品位、形态、鲜活度、深刻性、知识性、可看性，均值得肯定，更值得期待！

（作者单位：湖南省新闻出版广电局）

编辑/肖清



“女汉子”的“江湖” /严玉婷

《经视观察》于我而言，意义不同。“经视”是我从学校转身为社会人的第一站。《新闻“观察”论》，是我的硕士毕业论文。因而，于经视、于观察、于我，便应了那句“今生经视，一定有缘”。跟经视有缘不假，与水结缘却是靠《经视观察》。2014年，国务院发布了关于依托黄金水道，推动长江经济带发展的指导意见，一时间，“长江经济带”成为了年度经济热词。我在汉江边出生、长江边求学、湘江边工作，足迹遍布两湖省，也算得上是来自于“江湖”。能够做与“水”有关的题，自然也是倍感亲切。

湘江，是长江的支流，湖南将如何融入“长江经济带”呢？我们将目光瞄准了“湘江”，把切口对准了与水运相关的“港口”以及“造船”。在一艘五千吨级的货轮上，为了一个威风的出镜，我从驾驶室顶部爬过半米宽的高空阶梯，望一眼脚下，十多米高，心里无奈地嘀咕道：“我为什么要当女记者！”然而，转念，便对摄像师喊了一句：“请全程拍下来，如果我摔下去了，至少可以证明是工伤。”应了时下那句：这是个“女汉子”！但是，当我颤颤悠悠地站起身，感受风刮过脸庞的无限温柔时，大江给了我一个深情的拥抱，我能感受到这条江的

胸怀。它给了货船通江达海的航道，它给了湖湘人民需要的水源，它给了湖南可以融入长江的姿态，但千百年来，它一直在默默付出，人类留给它的，可能是糟糕的水质、逐渐萎缩的航道、说不清道不明的遗忘。复兴水运，应该不是向大江的再一次索取，而是思考如何跟它更加和谐的相处。

第一次看到货轮是在汉江边，江汉平原的粮食通过水运运往各地。当时，还没有现如今发达的高速、航空、动车。水运，是最古老也曾是最有生命力的运输工具。第一次乘坐客轮是在长江，三峡还没有截流之前，高峡之下，各类货船、客船、游轮沿江而行，可路过王昭君的故里秭归，这里也是外婆的故乡；诗词里的白帝城在江雾映照下神秘、威严，黑夜行船，鸣笛声会提醒你到了白娘子救许仙的丰都城，一杯孟婆汤，可成忘情水；重庆的棒棒军会在江边休憩，嚎一嗓子，川味十足。这些记忆，很多已被埋至大江之下，感谢唤起这记忆记忆的湘地、湘船、湘港、湘人。

媒体人的“江湖”，绝非看上去那般精彩，每一次说走就走的采访，都意味着需要去陌生的城市，完成一些“不可能的任务”。无数次被采访单位拒绝；无数

次被大专家拒绝；但那句话怎么说来着：

“采访对象虐我千百遍，仍要视其为初恋”。在言论环境愈加多元的社会，个体言论曾被部分媒体放大。因而，当个体面对媒体时，也比以往显得更加小心、谨慎。记者还是不是无冕之王？事实上，这也只是一份普通的职业，不同的是，这份职业可以记录、观察、参与到“江湖大事”中来，媒体人所记录下的一切，也终将会变成影像历史。

白天采访，深夜改稿，这是“女汉子”的常态。尽管去过许多城市，但印象多半只有酒店、采访地点、机场、高铁站。一直飘在“江湖”上，需要抵御突然来袭的“暴风雨”，预防“触礁”，也需要时刻自省与自勉，且明白一个道理：有“侠士”，才会有“江湖”！尽管是女记者，也需要保有一颗“侠义”之心，热情、激情、果敢、勇气，才能闯荡“江湖”。从电视的角度来看，如何唤起关于“江湖”的情感，找回人们的专属记忆，可能这才是成功的节目。来自“江湖”的我，会自勉，永远不说“已尽力”。

（作者单位：湖南经视频道）

编辑/肖清



记者手记：走进东京 /杜寅

湖南作为娱乐大省，为何少了一块移动游戏拼图？2014年中国移动游戏市场规模达293.5亿，湖南年总收入仅1个亿，作为2014年度最火的经济新闻题材，湖南经视《经视观察》连推多期移动互联网行业观察，从长沙高新区，到上海ChinaJoy游戏展，一直到手游强国日本公司的邀请，完成“五连奏”。

湖南广电，国际代号为“芒果”，作为享誉中外的电视综艺IP资源的“大本营”，自然受到国际关注。2014年8月，受日本第三大手机游戏公司DeNA梦宝谷公司邀请，记者赶赴日本东京采访。

出发前夕，与老外约采访是必备功课。在此之前突击学了三个月日语，自我感觉不错，没想到，日本人严谨认真的态度反而成为第一道“拦路虎”。DeNA梦宝谷公司总部的专员齐藤小姐与我保持email联系，一张清单，包括采访时间、地点、所需时间、所带设备、所提问题，甚至包括采访车的品牌和型号，全部列在内。在多封邮件交流后，齐藤小姐对所有问题全部梳理一遍，有的问题由于很尖锐被否决，一度进入僵持阶段。最后，一封封英文和日文混杂的邮件，往来共46封，持续了一周左右，我们终于踏上了前往岛国的客机。

正值夏末，我们从武汉出发直达大

阪，之后乘坐新干线抵达东京湾，无论是新干线、客车还是国营电车、山手线，都可以看到互不打扰的日本国民，不论老少，他们都是安静地拿着手中的智能手机在玩游戏、看新闻。不由让我们感叹到，移动互联网的时代正在开启，中国13亿国民，将近一个亿的手游用户，市场市值达到千亿元，如何开发出火爆的产品，这块移动互联网的蛋糕，想必大家都想争抢吧。

DeNA梦宝谷的全球总部，坐落在东京的商业核心——涩谷街头。在总部三十楼的情报部，我们见到了中国事务部的徐平小姐以及秋山知之先生。当他们得知我们是中国湖南的记者时，不由得发出了惊叹——中国のMANGOバラエティーすごい（芒果综艺很厉害）！

秋山先生很熟练地道出了湖南广电的芒果游戏战略，“综艺资源与游戏资源相捆绑”、“芒果TV独占互联网独播平台”这些新闻事件也是如数家珍，特别是湖南广电在2014年推出的《爸爸去哪儿》手游，下载量居然高达一亿次，已经成为日本手游行业研究的课题之一。

令日本游戏公司感到惋惜的是，日本的手游市场已经度过火热期，现在逐渐“退烧”，与之相反的是中国爆发式增长的手游市场热度，令他们瞩目。他们的担忧也让我们有了启发，湖南广电有强势IP

资源，却没有一个成熟的社交游戏平台，不能够打通“亿万级”基数芒果粉“关系链”的命脉。

所谓社交游戏平台，正是中国微信（WeChat）和日本Line（连我）社交软件背后搭载的游戏平台，可以在平台上吸收、买入搭载一些外部开发的休闲游戏或重度游戏，让这些游戏打发人们的社交“碎片化”时间，“容易玩”、“简单玩”是吸纳人气的关键。如何打造这样的平台，芒果游戏所要关注的节点是如何打造出自己“叫得响”的专属品牌。

回到长沙，在芒果互娱公司进行采访，十分幸运地遇到了两位韩国“欧巴”，他们是韩国Funiverse手游公司的两位联席CEO金建皓和金载满先生，这次是专程来湖南广电洽谈《我是歌手》手游的海外开发项目。其中令芒果互娱负责人郑华平先生感到意外的是，《我是歌手》版权来自韩国，现在又被韩国人买回中国的手游版权进行海外开发，一个活脱脱的“外销引进转出口”的例子。他们也认为，要拥有一个社交游戏的平台，才能够吸引所有的芒果粉丝的“聚合”。

日本手游的发展节奏，让我们看到了发展社交游戏平台的大势所在。节目播出后，许多观众表示，玩一款手游，最希望就是和朋友们在一起娱乐，这样才可以体验到一种互动的乐趣。还有一些芒果粉表示，在全国有千千万万个粉丝，若能够融合在一起，想绝对是一个精彩的娱乐旗舰。那么，湖南要打造中部移动互联网“梦工厂”，手机游戏是其中重要一环，在极具创意的手游业，湖南应该占据社交平台这个行业制高点。湖南广电，互联网思维下的“芒果生态圈”，大屏小屏互动，很好地利用“关系链”，成为统一游戏智能终端的“法宝”，把中国市场潜在的亿万级基数的芒果粉变为用户，必将成为一个颠覆性的手游社交平台。

（作者单位：湖南经视频道）

编辑/肖清



为前行中国纪录湖南脚步

/郑向宇



2015年全国两会前，一部《柴静雾霾调查“穹顶之下”》引发了一场全民关于雾霾的大讨论。在片中，一个小小的情节，也许过后就被很多人淡忘了，但却让我记忆深刻：在一块施工工地，砂石裸露在外没有遮盖，主人公走进工地跟负责人交涉之后，施工方立刻安排人盖起了裸露的砂石，临走时，一个工人说“他是怕你手机的摄像头”。这个情节之所以让我记忆深刻，是因为在湖南，甚至是中国，也许几年之后这个情节将不复存在。

改变这一切的，是一家来自湖南的企业：远大住工。

2014年5月，《把房子推上流水线》让我结识了这家行事低调、却在行业里潜心耕耘18年，声名显赫的湖南本土绿色建筑制造商。建筑与制造，这两个在普通人的认知中并没有太多交集的概念，却因

为住宅工业化的发展融为一体。而“把房子推上流水线”也许是对住宅工业化最形象的说明。当时，接受采访的远大住工执行总裁阎军跟记者说“未来买房子买别墅也能像现在买手机买汽车一样”，富士康似的工厂流水线生产方式将代替木料、钢筋、沙石堆混杂在一起的现场施工。曾经黄土漫天的建筑工地，将成为重型机械的“游乐场”。起初我以为只是一个比喻，直到我真正站在远大住工的生产车间，亲眼看到庞大的流水线上，钢筋框架被灌注上混凝土，最后从养护车间出来变成一整面一整面的墙壁构件时，那种震撼让我真实地感受到了一场革命即将到来。

一家企业足以带来一场革命吗？我想可以。它成功地更新了一个行业的生产方式，将一种理念变成了市场可以接受的产品。这足以带来一场影响整个行业，甚至波及上下游产业的革命。尤其又是发生在湖南，这样一个以装备制造业为支柱产业，同时又是政府主导的保障房建设规模巨大的省份，种种因素的叠加似乎都在预示着万事俱备，只欠东风。

那么接下来的问题就是：如何纪录下这场即将诞生在湖南的产业革命？类似的问题，也许许多新闻人都在思考。这个问题的不同答案，也见证了一篇报道，一个记者，甚至是一个栏目、一个媒体的成长之路。那个5月，从一个日常新闻记者转型为专题报道编导的我，选择了“万事俱备”的角度。将这一发生在湖南，甚至

是全国房地产建筑行业的革命进行了客观的报道，并邀请专家从宏观层面为产业的发展提出了一些建议。尽管作为一篇新闻报道，我认为它的含金量绝对是足够的。然而，如今回头看来，这与栏目“大观，深察，用有温度的发现回应时代的嬗变”的定位还有相当的距离。如何从客观的事实报道，真正转型成精英思考型的观察报道，是《经视观察》从稚嫩走向成熟的必经之路。仅有“大观”和“发现”是远远不够的，“深察”和“回应”才是节目安身立命之本。半年之后，当我再次操作住宅产业化的题材《绿色使命：住宅之变》时，我选择了去探求“只欠东风”到底欠了什么？视角的变幻，让观众看到了住宅产业化喧嚣背后的难题：生产方式改变之后，内部合作如何重新建立？外部监管如何适时调整？而这也正是观察的意义所在。

无论是雾霾还是住宅产业化，在社会发展的过程中，一个个新鲜名词的背后，总有一串串难解的矛盾，一个个鲜活的故事在等待着新闻人去发现，去观察，去思考。如何纪录时代前行的脚步？这个问题如果需要一个参考答案，我想栏目宣传语中这句“大观，深察，用有温度的发现回应时代的嬗变”，就是我心里的回答。

（作者单位：湖南经视频道）

编辑/肖清

如何做好新媒体单位的行政人事和信息安全管理

——以快乐阳光公司2015年相关工作思路为例 /易柯明

2014年是湖南广电新媒体核心单位——快乐阳光公司成立以来发展最快速、变化最深刻的一年，根本原因在于，在战略-战术双层面、产业-项目双架构上，快乐阳光、芒果TV真正融入了湖南广电大局、全局、新局，因而“马栏山创业基因”发挥了突飞猛进的活力，公司各事业部的业务面貌焕然一新、发展业绩如潮奔涌。作为副总裁，我在快乐阳光（芒果TV）分管公共事务中心、人力资源中心、信息安全中心三个部门，同时负责资质维护管理、项目资金扶持、社团事务对接等工作，2014年底又接手商标（及无形资产）统筹。在如此发展大势下，我团结带领行政人事、信息安全团队，重新认识工作性质和要求，重新明确自身使命与责任，在“思、布、防、攻”四方面，都有新的建树或新的启动。

1、“思”——规划思考

指导思想，我把2014、2015两年合并运筹，看成一场足球比赛的上下半场，认为只有两年合起来考虑与做实，才能完成好新形势赋予的新要求。既要“踢”好上半场，也要预备好下半场，并且在下半场见分晓。于是2014全年，都在想着做好当年实事，预设下年愿景，用两年时间建构起一个现代新型IT公司的公共支撑体系。做着手上的、想着心里的，是三个团队及我本人在2014年的鲜明特点，不拖沓也不冒进，不慵懒也不狂野，踏踏实实往前走。

总体规划思考上，要站在两个高度

面对全部工作。一是行政力量上，管理质量、服务质量、保障质量、支撑质量要有显著进步，综合体现为行政力量要与业务能量适应协调；二是企业文化上，企业秩序、企业气息、企业风采要与业界一流水准接轨，不仅要与融资改制后资本运营更加自觉的现代企业制度接轨，而且要同一流IT企业的基本气质接轨，而且不能是追随型接轨、克隆式接轨，必须是赶超型接轨、再造式接轨，因而企业文化要与业务能量并驾齐驱。

2、“布”——功能布局

三个部门依据新形势，首度全部细化了部门架构、优化了部门职能。公共事务中心已分设综合管理部、企业文化规划部、法律事务部、物资管理部、服务保障部、OA管理部，并兼容党群工会执行专员，协管北京办事处。人力资源中心已分设薪酬管理专线专员、绩效管理专线专员、社保管理专线专员、招聘培训专线专员、考勤工休专线专员。信息安全中心已分设内容管理部、安全技术部、信息审核部、用户引导部。这种重大的功能创设，绝不是简单的“封官”，而是部门、岗位职能化要求和专业化水平的明显推进。

3、“防”——基础零错

公共事务工作的性质与要求是：为公司整体发展提供行政后勤支撑，为所有部门、全体员工的工作生活提供综合服务保障。人力资源工作的性质与要求是：为公司整体发展提供人才队伍支撑，为所有

部门、全体员工的工作秩序、待遇权益、职业素质提供人事规则管理和系统服务保障。信息安全工作的性质与要求是：为公司全平台、产品线的内容运营，提供基于信息安全的中心化管理、控制与引导。返观2014全年，我司行政后勤、法律事务、人事劳保、信息安全等各方面，均保证了基础工作的“零差错”。这虽然只是防守型的底线目标，但要达成，也是不容易的；就此而言，三大团队及我个人问心无愧。

4、“攻”——进取有为

基础工作的“零差错”仅是“基础”的职责所系，必须富于创造性地工作，才能把几大板块的事情做开乃至做帅，为大家齐增光、共添彩。这个有待2015年更见分晓。

关于三个工作体系的宏观引导，2015年具体规划思考为——

公共事务中心一是要做好无障碍、无漏洞保障与服务，使公司各业务线、协作线的硬件、软组织、关联基座和员工个人关怀，统统到位，应实现无纸化办公、智能化办公，应在2014年已经形成良好工作习惯的基础上，于2015年形成更加良好的工作规范，实现共识之下的规范管理、高效协调、快速保障、周密服务；二是企业文化要发生大的改进，2015年6月30日前，形象大变样，2015年底，气质大树立，企业文化规划与建设要深入人心、感化人行，企业文化效果能够具备独立、独特的氛围吸引力、人才吸引力。

互动直播新模式带动 芒果TV进入新常态

/盘剑 肖猛

进入2015年，已经获得国信办正式批复改名的芒果TV网的表现如何？成为业界的一个关注点。而这些关注点在芒果TV整合全平台优质资源，充分发挥融媒优势，在国内首开先河推出五屏360度全方位网络创意互动直播新模式后，有了答案。

2015开年以来，芒果TV流量激增，创多项行业新记录，在业界掀起轰动，获众多好评，在艾瑞排名中进入全国视频网站第8名。在2015年湖南卫视跨年演唱会、2015湖南卫视·全球华人春节大联欢、湖南卫视元宵喜乐会等节点来临时，芒果TV整合移动客户端、PC端让网友自主选择现场5个机位，台前幕后，360度无死角一网打尽，观看后台无剪辑、无策划、无掩藏的独一无二的几乎“裸3D”的直播三大节点时段流量增加到平时的三倍，用户评论暴增13倍。这种台网互动的直播现场的机位，是有广电资源背景的芒果TV的独特优势，在多达几十组摄像机位前，经过导播台的切换，观众可以看到一台精彩绝伦的演唱会实况。而360度无死角直播是在提供电视画面以外的5路现场机位，网友可以自

行选择，进入芒果TV360度直播界面，就可以看到电视画面之外的现场机位直播画面。让观众真正体验一把“现场导播”的感觉，这样的互动让观众大呼新鲜，也被网友称为最酷炫的跨屏直播，也因此将快乐正能量传遍全球，显示了湖南网媒的强大辐射力。

2014年金鹰节的时候，芒果TV曾经以弹幕、虚拟3D、四维动画等技术控视将电视互动提上新台阶，现在，他们已经实现多屏互动，将互动升级为5屏，也将超越此前湖南卫视在众多晚会、活动项目中的互动。2015年开年以来，芒果TV这些打破常规的举措，让观众参与其中，决定自己的视角，一同打造直播，是一个丰富视频网站创新的成果，也为建设新型主流媒体摸索出一个影响力传播最大化的路径。最近，人民网-泽传媒联合发布的2015春晚十大视频网站“全网收视”排行榜中，芒果TV五屏互动创意直播的“湖南卫视小年夜春晚”和“全球华人春节大联欢”，以0.5854收视指数从众多专业视频网站中脱颖而出，位列传播第四名，足见其受关注

程度之高。

今年是芒果TV的“独播元年”，芒果TV抓住了新老媒体融合发展的机会，在短短几个月时间，创新地推出360°无死角网络直播，以及大型王牌栏目《我是歌手》独播等台网互动手段，并让这些互动直播模式成为一种新常态，带动芒果TV移动端产品达到前所未有高度，APP store芒果TV客户端下载量连续多日总榜排名第一，超越QQ、微信、支付宝。《我是歌手3》全网独播，视频播放总量突破5亿；“正在粉丝楼”打通线上线下，用户黏度大飙升；两场好莱坞颁奖典礼的独家跨洋直播更是将逼格拉升到了前所未有的新高度，吸引了上亿网友的关注……等等，一系列开门红案例和数据都在显示着芒果TV正以独有的芒果速度刷新众人眼球。芒果TV竞争力、影响力、创造价值能力初步显现，一趋一步似乎都成为了行业风向标。

（作者单位：湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司）

编辑/肖清

企业文化方面，尤其认真部署了企业形象规划、企业秩序规划、企业活动规划、企业人才规划“四大规划”，和基础设施建设、品牌实物建设、精神价值建设、制度风纪建设、主题活动建设、社团活力建设、职业培训建设、共性风采建设“八大建设”。

人力资源中心一是要以成熟健全的HR体系，迎接公司员工规模过千人，要及时树立或梳理以岗位标准化为核心的绩效

管理结构与机制；二是建立职责外化、素养内化相融合的“人才熔炉制”，把五湖四海（尤其是一流IT企业）的人才来路、履历、经验充分融会，把快乐阳光建成“一样的职业起点，不一样的职业水平”的“硅谷墙角”型、“中关村广场”型、“互联网小世界”型的超级活力职场，成为金鹰影视文化城的职业发展示范区。

信息安全中心一是要攻防思维结合，严防死守导向安全关，就是大功一件；同

时争取用户内容和用户行为不仅只是审核对象，也要能做成产品，正向参与本司平台的用户吸引、付费转化；二是要建成业务拓展型先进团队，每个人不仅是信息安全审核专家，也是用户内容产品经理，放大自身一倍以上的职业价值。

（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



网络用户对综艺节目嘉宾多元性和国际化的看法

——以《我是歌手3》第十期关于郑淳元用户意见为例

/徐艺容

《我是歌手》第三季第十期迎来本季最后一场补位赛，韩国歌王郑淳元一改以往中韩双语演唱风格，全程中文挑战歌后张惠妹的《听海》，用婉转的歌声感动了全场观众，彻底颠覆张惠妹的原版，再度逆袭夺冠。

郑淳元的出现犹如一个重磅炸弹，对《我是歌手3》产生了巨大冲击，参赛歌手感受压力和挑战，郑淳元参赛4期，2期夺冠。郑淳元的出现对用户也是一种新鲜和刺激，很多网络用户对郑淳元的出现进行

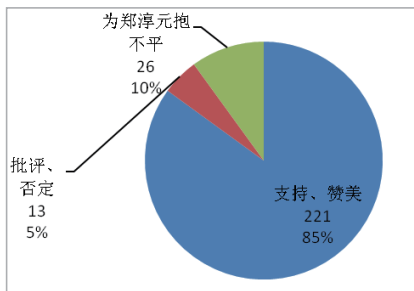
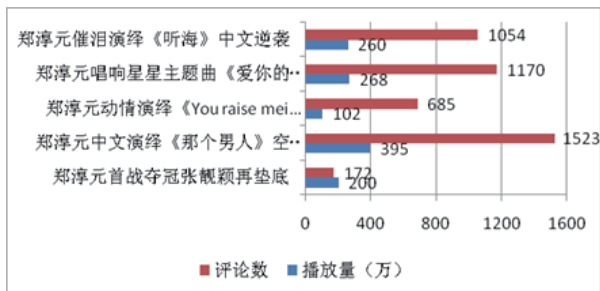
了议论，有的认为他既然参加过韩国版的《我是歌手》就不应该再来中国凑热闹；有的认为中国的歌手多如牛毛，何必请个韩国人来唱；有的则认为郑淳元的出现正体现了节目的多元性和国际化，是中国梦的一种文艺演示。

为了更清晰地观察网络用户对郑淳元参赛态度，本文拟以《我是歌手3》第十期芒果TV视频网上关于郑淳元的用户意见为研究对象，结合往期相关内容，对网络用户的综艺节目嘉宾多元性和国际化进行一

番思考和探讨。

一、数据分析

从近几期郑淳元演绎的视频播放量评论数可以看出，用户对他的关注度一直处于很火热的状态，这位实力韩国唱将早已成为用户热议的焦点，一首《那个男人》就技惊四座，中韩双语的演唱，迎合了无数韩流爱好者；《You Raise Me Up》中如泣如诉，展现了他极高的英文素养；《My Destiny》来自韩剧《来自星星的你》，郑淳元的绅士范和成熟范吸粉无数；本期节



目中，他改编翻唱的《听海》，更是将中文歌发挥得淋漓尽致。

二、用户评论抽样、分类及分析

截至3月8日下午，芒果TV视频网上《我是歌手》第十期评论总数14608条，我们从其中筛选了所有关于郑淳元的用户意见，共计260条。

（一）赞成和欢迎为主流意见

图表中可以清晰地看出，用户对郑淳元持肯定、赞美的比例高达85%，本期节目郑淳元改编翻唱《听海》，充沛的情感，完美的唱功，彻底颠覆张惠妹的原版，令人耳目一新。几乎绝大多数用户都被他多情细腻的声音所震撼，他在用灵魂唱歌，大家仿佛不是在听歌，而是在听他诉说自己的人生经历，都说他的歌声是有故事的，从巅峰到低谷，经历人生风雨，却依然能坚持自己的梦想。

郑淳元深受观众喜爱的原因，大致有以下几点：①郑淳元有着深厚的唱功。在韩国，郑淳元曾经指导过许多年轻歌手，他的中文咬字也是出奇的准，这对一个韩国歌手来说，在较短的时间内能够驾驭住中文歌确实不易。②郑淳元为人绅士儒雅、谦虚，有风度有礼貌。③郑淳元瞬间的情感爆破力让人震撼，被他感动得泪洒全场的观众比比皆是，为了唱好《听海》这首全中文歌曲，他只睡了两个小时，彩排中鼻血狂流不止。不过在郑淳元看来，

“歌手”的挑战跟自己曾经“破产”的那段经历相比就变得不值一提了。这些情景让很多观众为他心疼，被他纯粹的追求与目标所打动。

（二）极少数人怀疑猜测

对郑淳元批评的留言比例仅有5%，攻击他的主要意见有：①用户不明白为什么节目组邀请韩国歌手来，并难以接受让韩国人得冠军；②认为他注重形式，唱功偏弱，先天条件不算上乘，其实力也不足以拿第一；③太过于装逼、靠煽情打悲情牌打动观众；④认为是节目组的内幕。

（三）部分人主张理性大度

为郑淳元抱不平的用户占比10%。他们能比较理性地看待问题，认为音乐无国界，不能因为他是韩国人而否定他的实力，对他进行人身攻击。郑淳元能将整首歌都用中文，努力学习中文，对全国观众是最大的尊重，我们应该客观地对他评价，不能带有主观偏见，他的坚持不懈，得冠也是理所当然，部分用户还扬言如果残忍把他淘汰出局，将会放弃观看节目。

三、嘉宾的多元性和国际化思考

《我是歌手3》开播后就一直备受关注，而参赛的选手韩国大咖郑淳元也成为用户热议的焦点。郑淳元是韩国殿堂级歌手，他的唱功和诠释歌曲的细腻程度堪称完美，被誉为“韩国第一嗓音”。本期他以《听海》获得第一名，用户得出的一

个结论是，当他唱热门的华语或者韩语歌时，排名都会比较靠前。

早在第三季节目筹备之时，就传出湖南卫视将会改变以前的门路，邀请国际歌手加盟，日、韩、新加坡等国家的歌手都在邀请范畴。竞演歌手的候选区一下子从中国本土歌手、东南亚华裔歌手扩张到亚洲群星范围，这也让《我是歌手》真正实现走出国门。

节目的持久生命力依赖于整体的多元化创新能力。音乐是没有国界的艺术，随着《我是歌手》不断地走向国际化模式，说不准哪天欧美艺人也会被我们请来，欧美音乐在人文方面感情会更加细腻，很多原创性与感染力也值得我们借鉴。早几期张靓颖率领国际级和声老师，携全球热门单曲《Bang Bang》震撼登台，以强劲欧美风霸气席卷现场，这也代表着一股趋势的到来。

我们也要以多元化全方位的视角去欣赏每一位歌手，学会融入多种文化。湖南卫视从韩国引进《我是歌手》的版权，显然目标是要超越原版，不仅要在歌手人选上迈向国际，更要在电视频道影响力上走向国门，引进多种新元素。

（作者单位：湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司）

编辑/肖清

从数字化走向数据化

——新媒体时代视频大数据的难点解析 /潘艳波

大卫·芬奇的表现风格、凯文·史派西的表演刻画，无疑是美剧《纸牌屋》走红的关键原因。而事实上，两位重量级主创的选择背后，是Netflix基于大数据的分析，所得出的结论。但这真的就是大数据吗？笔者认为，这远不是大数据，尤其不是视频大数据（此处视频大数据不特指影视剧视频，而是对视频内容本身大数据分析），因为这只是最简单的用户态度的归纳分析，连统计分析都不算。而今，芒果TV代表湖南广电已经全面参与到网络视频行业的竞争，视频大数据技术的开发将是关系输赢的关键之一，为此讨论视频大数据的现状与难点，将有助于辨析技术的发展方向并预知困难所在。

一、视频数字化，不代表内容数据化；没有内容数据化，也就没完成视频数据化

当前，影视内容采编、传播与接收的数字化已经完全普及，数字化的高清影视采编、接收设备也已普及，这可以认为视频已经完成了数字化，但这并不代表内容的数据化完成。所谓内容数据化，是指内容可以被编码调制后为机器认识并智能化处理。这个认识不是简单的数字化编辑，而是对影视内容具体的数字化识别，如可以清晰的自动判断出各段影视内容的人物多少、场景特点甚至故事元素的数字化存储与解析。只有达到这一步，才算数字化的视频内容完成了视频数据化操作。没有数据化的视频，永远不可能真正实现大数据分析，最多只能基于观看者行为本身来猜测内容与观众行为的关系。

二、视频数据化是视频大数据的未来核心攻坚方向之一

《纸牌屋》之后，视频行业对视频用

户行为的分析已经更进一步，各种基于热力图、拖拽情况、回看等用户深度行为的综合分析已经出现。比如Youtube就声称已经可以给任何一个有兴趣的大数据专家提供所有他想要的任何一部视频的行为相关数据（注意，只是行为数据）。这确实是视频行业大数据的一大进步。但在当前，你向任何一个包括谷歌、Netflix或苹果在内的视频或大数据巨头，提出一个其实很简单的需求——“你的视频库中最受欢迎的一张笑脸是谁？在哪段视频中的哪一个位置？为什么是这张脸？”，就可以轻易地难倒这些巨头。因为这是目前没人能回答的问题，但这却是任何一个影视内容制作者、传播者最关心的问题。这个问题才能真正决定影视内容的制作细节以及传播价值。只有理解了最畅销的影视内容中元素的喜爱偏好，才能真正制作一部优秀的影视内容产品。而这正是视频数字化走向视频数据化的关键所在。

人类已经有了新闻机器人，小说机器人，那是因为人类对文字已经开始了切词分析，教会了机器理解人类语言情绪，实现了文字的数据化传播。词频分析、词义分析以及文字背后的态度分析已经成为语言分析的常态大数据工作之一。那么视频也必然需要做到对内容元素的喜好分析、态度分析、元素频次分析，从而判读或教会机器分析出新视频的价值或创作方向，真正实现视频大数据。所以视频数据化无疑是未来视频大数据行业的核心攻坚方向之一。

三、视频数据化需要协议化、生态化开发

目前，事实上已经有一些优秀的团队开始着手于这个方向的研究。Intel的一个

科学家小组已经提出了VMF（注：视频元数据框架）框架协议。我们在此不去探讨VMF的技术细节，但可以因此学习或辨析视频数据化的研发方向。

首先，视频数据化需要协议化。这是因为我们已经处于富媒体时代（注：富媒体包括传统多媒体（二维和三维动画、影像及声音），同时也包括基于各种HTML、Java scripts, RealVideo和RealAudio, Flash等新的播放形式、互动形式产生的影视表现形式），各种影视内容的制作编辑工具正大众化、简单化，这已经催生了UGC（注：用户制作内容）形式，因此未来的影视内容一定是多工具、多界面、多形式产生与传播的。因此视频数据化首先就应该是一个协议化的技术使用或开发标准，得到比较多数公司、团体和个人遵守的视频元数据的编辑和传播协议。只有这样，才能确保碎片化的视频元数据能积累成视频大数据，从而实现视频大数据分析。

其次，视频数据化一定是一个生态化的开发方式。所谓生态（Eco-），是指基于一个或一组视频元数据协议下的视频元数据的使用生态圈。它包含了影视内容的制作者、传播者、普通受众以及视频元数据本身（注：Video Metadata），以及行为习惯、制作习惯。大家将更习惯、更便捷地对影视内容的某一个精彩点做点评、附注及讨论和传播。从而帮助这个生态圈内的其他参与者了解到视频内容元数据的价值，并持续优良地使用它、开发它，进而促进生态圈运转。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/曾致

厘清“融媒体”及相关概念

/邓涛

理论由两大要素组成——概念和解释。理论的最基本的方面是概念。人类本质上是以概念处理为基础的动物。我们整个的符号世界——一切已知事物——源于概念的形成。概言之，理论的一个目标就是提出有用的概念。

理论的第二大要素是解释。解释不仅仅是命名和确定变量；它要在变量之间找出规律性来。简而言之，解释就是回答“为什么”问题。

刚刚过去的2014年，被传媒人叫做“媒体融合元年”。这一年的8月18日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。中国传媒领域的改革不断深化，融合发展力度、深度不断加强，传统媒体与新兴媒体融合发展成为国家战略，媒体融合发展被提升到深化改革的战略层面。互联网等作为创新先导力量，推动着媒体行业的巨大变革，目标直指打造新型主流媒体以建立现代传播体系。当年4月，中共中央政治局委员、中央书记处书记、中宣部部长刘奇葆同志在《人民日报》发表《加快推动传统媒体和新兴媒体融合发展》一文中提出五点要求：推动媒体融合发展是一项紧迫的战略任务，努力形成适应媒体融合发展的观念和认识，瞄准和利用最新技术推动融合发展，进一步增强媒体信息内容的核心竞争力，建立适应融合发展的组织结构、传播体系和管理体制。

半年后，光明日报正式祭出“融媒体”概念。总编辑何东平于此的三点新论：“融媒体”是让不同媒体间互相激发，产生化学反应，最终打造出一个更有渗透力和竞争力的新型主流媒体；今后相当一段时期，融合发展后的媒体，既不是单纯的新媒体，也不是一成不变的纸质媒体，而是融合之后的“融媒体”；“融媒体”最符合广大受众的需求。光明日报副总编辑、融媒体中心主任陆先高认为，融媒体的概念重在“融”，重在将机构媒体分散在传统媒体和新媒体部门的内容资源、采编队伍、采编资源、采编发流程、产品形态、传播渠道、技术解决方案、市场对接等，融合到一个统一的平台上来解决。

“融媒体”是中国“媒体融合”尚在起步阶段的产物。媒体融合(Media Convergence)这一概念最早由美国马萨诸塞州理工大学的浦尔教授提出，其本意是指各种媒介呈现出多功能一体化的趋势；美国新闻学会媒介研究中心主任安德鲁·那钦森(Andrew Nachison)将之定义为“印刷的、音频的、视频的、互动性数字媒体组织之间的战略的、操作的、文化的联盟”，他强调的“媒体融合”更多是指各个媒体之间的合作和联盟。

2000年3月，美国佛罗里达州坦帕市的媒体综合集团成立坦帕新闻中心，将旗下的报纸、电视台和报纸的新闻网站搬到一起办公，被称为“媒体融合实验”和未

来新闻编辑部的模型，这一事件被认为是国际媒体融合的标志性事件。在全球化媒体融合形势的催逼下，大规模的媒体融合已经成为一种必然趋势，而网络媒体的兴起则直接促成了国内多媒体融合的步伐。然而，到目前为止，国内大规模的媒体融合尚处在起步阶段，媒体之间的融合主要还是报纸与网络之间，广播、电视与网络之间的单向融合。面对挑战，传统媒体必须进行变革；“整合新闻媒体资源，推动传统媒体和新兴媒体融合发展”乃是传统媒体寻路图强的当务之急。光明日报“顺势而为”行“融媒体”之实，实乃报业全面变革的必由之路，“融媒体”是中国“媒体融合”当下在起步时迈出的重要一步。

须知媒体融合是一个漫长而艰难的过程，其“初级阶段”是传统媒体与新兴媒体并举并重的阶段，对两个部分要等量齐观。正如光明日报总编辑何东平所言，“光明日报发展‘融媒体’，是在纸质媒体充分发展的同时进行的”。

应用“互联网思维”，看“融媒体”之发展路径。媒体融合发展最重要的是践行互联网的思维方式，即开放的、平等的、共享的和与技术引领的思维方式。

在20世纪末，信息革命出现以前，电信、电视和计算机通常被看作是不同的技术，分别被不同的厂家生产、为不同的学科领域所研究。融合(Convergence)是指多种技术的相互结合，事实上几乎涵盖所有

的传播媒介。这个词语现在已经不单单用于技术，而且还与工业和制度的结构密切相关，同时社会和文化标准也塑造着或者正在被融合媒体塑造着。

用互联网思维谋划融合：媒体融合应该是“联姻”而不是“分家”，是“嫁接”而非“换盆”，是“化学反应”而非“物理反应”。光明日报之“融媒体”系理念、流程、技术、产品、队伍、渠道和市场的融合与互联互通。光明日报融媒体中心为报社媒体创新的技术平台，是全社会新媒体内容的加工基地，承担所有新媒体领域的技术支撑，并负责产品设计和市场对接。媒体真正的王牌是特色经营，无论内容还是渠道，打造适合自己的特色才能真正立于不败之地。所谓特色，就是事物所表现的独特的色彩、风格等。融媒体中心，核心价值观百场讲坛工程，《网言》、《新媒体一日》和《i科学》等栏目，云端读报，光明云媒，光明新闻图片库，光明校园传媒……由光明日报隆重推出的“融媒体”系列产品，无疑是有特色的、具不可替代性。

“融媒体”可视为媒体融合时代“中国版”的开拓者。媒介融合是在数字技术和网络技术推动下实现的，内容、渠道、终端、组织等不同层面相互渗透和相互交融的过程。数字化与网络技术的发展为主要驱动力量，市场需求的变化、媒介竞争的加剧以及媒介产业的制度创新亦是

重要的推动因素。

光明日报的“融媒体”于中国“媒体融合”的发展元年“呱呱坠地”，担当的是开拓者或曰急先锋的重任。2014年10月25日，光明日报宣布成立“融媒体中心”，即将分散的内容资源、采编队伍、采编发流程、产品形态、传播渠道、技术方案、市场对接等，整合到统一的融媒体平台上。此乃一个“拐点”，标志着媒体融合时代之“中国版”整装待发！

“融媒体”≠“新媒体”。New Media（新媒体）一词源于美国CBS（美国哥伦比亚广播电视网）技术研究所所长P.戈尔德马克(P.Goldmark)的一份商品开发计划（1967年）。“新媒体”是一个通俗的说法，严谨的表述当为“数字化互动式新媒体”。从技术上看，“新媒体”是数字化的；从传播特征看，“新媒体”具有高度的互动性。“数字化”、“互动性”是新媒体的根本特征。“新媒体”是一个相对概念，其内涵会随着传媒技术的进步而有所发展，但从人类传播史的角度而言应是一个时代范畴，特指“今日之新”而非“昨日之新”或“明日之新”。清华大学新媒体传播研究中心主任熊澄宇说，新媒体是一个相对的、时间的、发展的概念。任何一种媒体都处在发生、发展、变化、完善的过程中。所以现在的媒体形态，依旧是新旧并存、功能互补、边缘融合、形态创新。现如今之新媒体，特指以数字技

术为支撑体系的媒体形态，也就是网络媒体与手机媒体。如前所述，光明日报首创的“融媒体”概念是“喜新不厌旧”的，“新媒体”一说不能囊括“融媒体”。

“融媒体”≠“全媒体”。资深媒体人栾轶玫撰文“建议用‘融媒体’代替‘全媒体’”，笔者以为不妥。在基本概念上，“全媒体”被界定为一种传播形态，是指综合运用多种媒体表现形式，如文、图、声、光、电，来全方位、立体地展示传播内容，同时通过文字、声像、网络、通信等传播手段来传输的一种新的传播形态。光明日报总编辑何东平指出，全媒体解决了媒体品种多样采用的问题，但这只是物理融合，而“融媒体”之果则是化学反应而不是物理反应。两者看似差不多，实则不同。融合发展要实现新突破，关键要顺应互联网传播移动化、社交化、视频化的趋势，把当今可用的新技术全用上，以达到最好的水准，融合发展之最佳效果应该是缔造新型主流媒体。笔者认为，如此方才符合媒体融合的本真涵义：就是“各种各样的技术和媒介形式都汇集到一起”，在信息传播技术快速发展和人类精神文化需求不断增长的双重力量推动下，各种新旧媒体和各类信息媒介相互汇聚、渗透和交融，并日趋融通一体化。

（作者单位：湖北第二师范学院）

编辑/王庆华

脱口秀主持人如何把握 “说”与“侃”的话语尺度

/刘明艳

娱乐脱口秀节目是近年来出现的一种全新的节目形态，它介于谈话和娱乐之间，主持人的主持风格和话题表述都有着鲜明的娱乐和搞笑特点。在娱乐节目多元化的今天，新媒体发展带来的一个根本性的转变就是让受众成为传播者，因此广播在新媒体互动平台上表现出了极大的开放性。但是，节目开放不代表过分追求娱乐性，若节目只为突出娱乐，笑过之后没有回味，是不会受到广大受众喜爱的；只有让受众感受快乐的同时又有所收获，进而达到雅俗共赏才是最高境界。

脱口秀这种节目形式打破了精英文化与传统主流文化传播语境的垄断，使广播受众从被动接收信息向主动创造信息转变，进而使得传者和受众都成了信息的发布者，从而实现了多元文化信息之间的彼此交互。

随着广播频道的专业化发展，细分化，类型化的节目越来越多，其中也涌现出了很多类型的脱口秀节目，特别是个性化的娱乐脱口秀和新闻脱口秀更是广为受众关注。个性化脱口秀节目是指在脱口秀节目中融入幽默语言和才艺表演等娱乐元素的一种娱乐节目形式。这类节目通常是结合社会热点话题，幽默地反映众生百态，评述世间万象，感悟人生真谛，让听众在收听节目时感到身心愉悦，缓解疲劳和压力。这种节目形式不仅给传统广播的传播形式带来了一缕清新之风，而且也拓展了广播节目的发展空间。

一、主持人娱乐化的现场应变，更应掌握分寸、个性，不能随意将娱乐化等同于低俗化

主持人作为媒体的代言人，如何在脱口秀节目中，将发生在身边的新闻热点、要闻、趣事等信息内容快速及时，准确生动、声情并茂地传达给受众，并与受众进行轻松快乐的情感互动，在此过程中，分寸、个性、尺度是至关重要的。主持人作为社会舆论的引导者，不能仅仅为了一味迎合大众娱乐口味，就让自己在节目中走得太远，忘记了自己是谁，代表谁，为什么这样说。在传递信息和现场娱乐时一定要注意尺度分寸，这是至关重要的。湖南某台曾经有主持人在播报一条微信新闻时说：“央视春晚主持人已经敲定了，张国立、毕福剑、董卿、朱军、李思思担任主持；有网友就调侃说，‘马年怎么可能少了李咏呢？因为李咏是马脸嘛，马年少了马脸这是不对的’”。又比如：主持人在某节目中出了一道猜字谜的题：“‘二师兄反胃’，打一个演员的名字。”谜底是：演员朱时茂。主持人解释说：“吃了猪食就往外冒，故为朱时茂。”那么，这样的调侃和字谜是否妥当？语言要讲究道德和思想的统一性，这是媒体人的底线，所以像这样的调侃玩笑，出现在节目中就不甚合适。

现场娱乐，主持人应掌握分寸，有些微信调侃不能照搬不改的说出来；开玩笑或者抖包袱都应有尺度，脱口也需要拿捏分寸。类似这种玩笑着实属于牵强附会，低俗不雅，既伤了调侃的对象，也恶心了受众。相反，主持人在节目中应该从正面引导和解释，守住底线，节目才有品质。而用过度的恶搞、调侃、戏谑的方式传播新闻信息，表面看似轻松娱乐，实则哗众

取宠，令人反感！

二、脱口秀要坚守媒体的责任立场

脱口秀节目的核心是主持人，主持人在脱口秀节目中应做到思维敏捷，并能根据话题选择的需求灵活应变。作为脱口秀节目的主持人，在话题的选择上不仅要遵循大众传播的四大功能(新闻、宣传、教育、娱乐)，而且在节目主持中更要合理，有底线地随机应变，千万不能忘记自己的立场、责任和态度。

脱口秀节目主持人一定要有很强的现场应变能力。如：湖南893汽车音乐台的《乐淘淘玩转晚高峰》节目，自2001年创办至今，始终秉承着有益、有趣的栏目宗旨，每天在有车一族的晚高峰时段里开展话题互动，畅聊天下大事。作为一档频道重点打造的大型直播互动脱口秀节目，主持人思维敏捷，在直播中遇到突发事件能及时加以正面引导和即兴把控。具体说来，2014年1月14日的一期节目，就堪称是一次经典的即兴直播，这期晚高峰的直播充满了人情味，体现了真正的人文关怀。那天的晚高峰有一位叫“晨晨妈”的好友在893官方微信平台上发求助信息说，“自己开车行驶到半路上，车子突然走不了，并且引擎盖右前方冒烟，还有烧焦味。”她非常害怕，问车子会不会爆炸？当时的主持人国生和吴珊迅速作出反应，马上行动，在节目中及时播发了这条讯息，并请听众和专业人士出面帮忙，给予解答。正是在主持人这种责任立场和极尽所能的热线帮助下，“晨晨妈”在众多路过的快乐车族的协助下，化险为夷，将车移走。这期互动脱口秀节目，无论是即时内容的穿

插，还是对热线提供帮助的听众语音和文字的呈现与复述，都衔接得完美无瑕。从中生动体现了脱口秀主持人敏捷的思维和即兴发挥不忘媒体责任的立场和态度。两位主持人与听众脱口互动的交流，也充满了人情味，平民味；两位主持人恰如其分的默契，极富感染力和影响力的表达，恰好表明了媒体主持人的责任态度和担当。

作为脱口秀节目主持人，所谈内容都具有很强的随意性，但即使是娱乐节目，也不能忽视寓教于乐，从而达到教育引导、愉悦身心、陶冶情操的目的。脱口秀节目是不是过度娱乐化，要看其最终传播效果。是主题积极，格调健康，能够振奋精神，愉悦身心；还是以追求经济效益和提高收听率为主要目的，追求浅层次情感宣泄和快感满足。比如有的娱乐脱口秀节目PK问答环节，出的题目中有“什么就像海绵里的水，只要你愿意挤，总是有的”；听众回答“时间”。这个答案本来对了，可主持人却发挥说“也可以用来形容女人”。像这样的脱口提示就很不妥当，不仅格调不高，语言不雅，又容易误导人产生错误联想。这种过度沉湎于表层信息的通俗娱乐，在给受众带来瞬间感官愉悦的同时，也会在不知不觉中失去节目的公信力，进而导致心灵的空虚与麻木；这样过度娱乐化的语言对节目品质和形式百害无利，因此，娱乐脱口秀一定要坚守媒体的责任立场。

三、脱口互动话题应有底线

任何时候，主持人在节目中都不能忘记自己的媒体身份和立场，否则，会带来极为负面的影响。随着广播节目的多元化发展，广播媒体需要培养更多类型、更高素质的主持人，这就要求主持人不仅能说能唱，配合默契，而且在主持节目中还要具有更高的眼界，更宽的视野，更自觉的社会责任感。即便是脱口而出的语言，也能做到幽默精炼，雅俗共赏，既让受众感到亲切自然，又具有一定语言文采。以湖南某频道一期新闻节目为例：主持人在谈论高考安检的话题时说，“我个人认为，

高考安检是对人信任的失败，是对学生的高压，也是对学生的不尊重”，之后对这段话也没有作任何解释说明。媒体从业者在谈论热点敏感的话题时，一定要注意导向性，出现在节目中的个人观点不能代表本台观点，主持人作为党的喉舌说出的话是具有影响力的，从主持人嘴里说出质疑高考安检的话，会让听众误以为是电台的观点。故主持人不能随意发挥，而是要坚守媒体的责任和担当。

受众收听广播的兴趣及目的固然能影响节目内容的选择，但选择就是立场，关注也是态度。凡是追求娱乐至上，忽视思想内涵，排斥审美追求，拒绝承载社会责任以及主流价值的节目内容，都属于庸俗化、媚俗化、过度娱乐化的范畴。娱乐脱口秀节目在话题选择上通常是以与百姓日常生活密切相关的“软新闻”为主，看人间万象，聊新鲜话题，长生活智慧，消郁闷烦恼，主持人都会用一种比较幽默的方式解读。

在广播娱乐脱口秀节目中，主持人就像在和好友聊天一样，将发生在身边的趣事、笑话娓娓道来，与听众进行情感上的互动。富有幽默感的语言风格，则时常体现出风趣、诙谐的语言特色。以893湖南汽车音乐台《乐淘淘玩转晚高峰》为例，主持人节目中对听众参与的热线话题都能以风趣、诙谐的语言和亲切热情的态度加以交流，使得节目始终荡漾着平等亲切，其乐融融的氛围。国生、吴珊两位是目前湖南广播节目中较为擅长即时互动交流、把握动态信息的直播主持人，在和听众的互动交流中经常是话出惊人、妙语连珠。如《百米高空的生命对话》就是一期非常具有代表性的即时互动，正面引导，传播社会正能量的节目。这期直播节目，通过记者和主持人的联手，质朴真诚，用心沟通，从而挽救了长沙一名轻生男子的生命。节目之所以成功，是因为听者感受到了媒体对生命的尊重和珍惜，说者坚守了媒体的责任和担当，二者合力爆发出媒体的强大舆论引导力。可以说，突发事件

最能够反映出主持人的机敏与才智，主持人通过巧妙的比附、善意的批评、欲扬故抑、旁敲侧击等语言的技巧，来赢得受众惬意的欢笑以及对困惑的化解。

如今湖南电台旗下的893汽车音乐台和交通频道的许多节目，都一改过去传统的表达方式，以鲜明的主持个性风格，即兴发挥，脱口而出，带给受众新的感受。这些节目已成为人们上下班途中、茶余饭后非常受欢迎的节目。当今，娱乐已成为一种时尚，许多媒体紧跟娱乐脱口秀潮流，争相模仿；有的频道还把严谨庄重的新闻做成脱口秀的形式。不管怎样，新闻媒体作为党、政府和人民的耳目喉舌，担负着准确传播信息、正确引导社会舆论和用心服务社会与公众的光荣任务。因此，主持人在脱口秀节目中“说”与“侃”的话语尺度，必须防止媚俗化趋势的出现和存在；娱乐话题设置应有底线并不能任意化，随意化。尤其作为综艺脱口秀节目主持人，其最大的任务就是实现节目的娱乐性，提高受众的参与性。

大众传播既能改善环境又能歪曲环境、既能团结社会又可引起社会动荡、既能教育人又误导人，既能娱乐人又可能毒害人。换言之，大众传播固然可以有效地引导受众，但传播不当也会误导受众。注重文化传承是娱乐脱口秀节目发展所需，以快乐为目的显然很重要，但只有真正把快乐和文化结合起来，才能提高节目的整体文化内涵和品质。任何节目形式都需要与其相匹配的业务能力来保障和执行。全媒体时代的脱口秀节目主持人，一定要拒绝低俗，媚俗之风；要有正确的基本定位、要有使命感和责任感、要加强修养、加强学习，提高品位。在节目中将娱乐性和文化性进行完美协调的统一，调侃适度，必须给听众带来愉悦的享受。

（作者单位：湖南广播电视台广播传媒中心）

编辑/曾致

浅议女性主持人职场现状及发展策略

/杨青 吴超

一、女性主持人的职场现状

女性主持人因为社会性别歧视、娱乐圈的审美取向偏差而逐渐成为泛低俗化、泛娱乐化、泛人际化的牺牲品。虽然女性主持人在目前我国的主持人队伍中占大多数，但是女性语言的天赋和女性主持人的美貌、知心、真诚的特点并没有给女性主持人带来足够的社会认同和地位。女性主持人成为商业利益和市场文化的功利性选择。

具体来看，女性主持人在三个长宽高维度上都比男性主持人弱。在时间长度上，女性主持人的主持寿命明显偏短；在节目跨度上，女性主持人能够驾驭的节目类型较少，以一般的新闻播报、综艺节目、软性谈话节目较多；在新闻的深度上，女性主持人的偏感性思维限制了其发展，新闻评论员多以男性为主；在综艺节目主持人中，庄重和大方的女性主持人很少，女性主持人似乎缺少一种豁达与幽默，这些都会导致女性主持人的主持适应性与协调感的减弱。在主持成就和职业发展的高度上，知名主持人中的男性明显高于女性。在这三个维度的空间模型中，女性主持人的坐标始终处在下端。

二、符号学和女性主义对女性主持人的影响

1. 从符号学角度来看，美女主持也被电台、电视台当做一个潜在台标，成为炒作的符号，成为媒体宣传的牺牲品。例如，杭州汽车电台FM105.4曾经推出了一个倡导文明行车、听节目拿大奖的活动，活动的最终获胜者可以让“西湖之声”4名美女主播陪驾4天。这样的事情会让美女主播们十分尴尬。从符号学原理分析，主持人角色是以真实的个人这一符号注入媒介文化中，并成为其人格象征的。通过这一活

符号，媒体不断利用主持人来阐释它的理念而逐渐形成媒介人格文化。但是女性主持人的人格已经被忽略了，女性主持人的所指已经发生了改变。而那些经过刻意包装过的女性形象与其说是“美女”，不如说是以身体为媒介的欲望符号。

2. 从女性主义研究角度看，女性主持人的地位和发展的不平衡，或者在传媒中的失语现象恰恰反映出中国社会生活中女性地位的某种边缘化趋势。而且，女性主持人是给电视机前的男士观看的，甚至有的电视节目要求男主持人或者嘉宾扮演女性，用一种怪声怪气的语调说话，开玩笑，这都是对女性主持人的误解和丑化，更是对观众视觉的污染和影响，也是对女性的不尊重。

三、女性主持人的职场发展策略

关于女性主持人的突围之道，众多学者早已指出应抛弃美貌花瓶的天赋，而去发挥女性的知心、知性特征，在艺术思维和主持实践中弃逻辑理性，而扬直觉思维。既温柔质朴又聪明能干的女性是广大受众所接受和认可的。但是，这种眼光又是以男性角度的立场代表了受众的整体立场。所以，女性主持人应该全新定位自己的坐标。

1. 针对目前广播电视分众化、频道多样化的发展趋势，找准与自身特质相符的契合点，寻求突破。女性主持人应该敢于向未知领域进军，而且，现在各种频道都在重新定位，节目类型不断翻新，女性主持人完全可以在频道和节目类型上找到自身的突破。

2. 利用网络视频、手机传播等新媒体的发展寻求在其他媒体的突破，不拘泥于广播电视。现在，新媒体的发展给主持人提供了更大的发展空间。以网络传播为

例，它将彻底改变传统媒体中主持人通常被认为是媒体的代言人的观点。互联网上的女性主持人去掉了传统媒体中的主持人光环，这也是主持人自我调整的一种体现，更实在，也更亲切。如果受众在与其交流的过程中真的感受到女性主持人充满真诚与智慧，是自己可以信赖的交流对象，那么，受众就会从心底里佩服、喜欢。

3. 在传统媒体的节目中，表现女性特有的幽默。女性主持人可以以朴素的外形进入语言的澄澈境界，女性主持人抛弃一些美丽的容貌，减少女性特质，大胆地发展女性特有的幽默感，不再一味附和，敢于特立独行。同时女性主持人能够树立正确的“幽默接受观”，即用正确的心态去接受幽默，以健康的方式表达幽默，就能与嘉宾和其他主持人形成良好的幽默互动。女性主持人要依靠智慧的语言或富有寓意的表情、动作传达出某种需要观众经过一定思考来接受的幽默信息。这种心态所带来的幽默来自于语言，语言来自对栏目通透的了解与掌握，这就需要女性主持人跳出“花瓶”的窠臼，主动操控话语场，不能受人牵制，任由摆布，袖手于节目策划与编排流程之外。

也许，著名主持人杨澜的一席话更能代表女性主持人的心声：其一，如何找到一个更大的平台；其二，如何找到适合自己的节目类型；其三，自己想做的得不到足够的认同；其四，前方没有领路人后方却有一大批追随者，下一步往哪走？和谁商量？怎么办？也许，女主持人的困惑还不止这些，女性主持人的未来任重道远。

(作者单位：南京师范大学新闻与传播学院)

编辑/曾致

谈谈凤凰卫视台声的演绎

/张妙阳



“您正在收看的是凤凰卫视中文台”这是家喻户晓的频道声，全球观众们都说一听这句，就确定自己是在收看凤凰卫视了。他们异口同声说我这句话是凤凰卫视的标志LOGO，台声辨识度极高，观众们印象深刻，难以忘怀。

从整体电视媒体的辨识度精妙设计看，凤凰卫视这点经营得很彻底，很成功。说心里话，多年来，我也深觉纳闷，从语音特点和语言气场的角度，现在尝试做点具体分析。当初，录这句台声，我“摒弃”了大陆主流播音的语言态势。请注意：“摒弃”是带有引号的，允许我稍作强调，大陆主流播音绝对不是错，在大陆，如此播音主流深受青睐，内地人民早就习惯。凤凰卫视于1996年3月启播时一早立定自己有别大陆电视风格和节目形态，故之，读这一句话时，若我再运用大陆主流播音的形态和气势就很不妥当了。因此，录这句话前，我决定“摒弃”大陆

主流播音态势，我改用的声音气场是：积极，蓬勃，稍微上扬，不用完全浑厚低沉的声音，我夹杂清亮，稍微有点亢奋的语气，加上浓浓自然的男性共鸣声在交替使用着。另外，我也用一种随意、自然、行云流水似的，没有强烈且不带痕迹重音的潇洒节奏。

凤凰卫视的节目面对全球华人，胸怀全球观众。我的语音就不能带着浓郁的中原味。我决定不刻意模仿中原字正腔圆、居高临下的庄严感，用的是略带暖柔、不含地域色彩、中性的语音感觉。

我在新加坡成长，儿时广泛学习新加坡华语和台湾国语，在血液里，无形中早融合大中华语言精髓。对我而言，这点做起来较为自然，水到渠成。

凤凰卫视的传媒理念和使命感决定了她的与众不同，我崇尚中华文化的博大精深，儿时认真留意并学习北京广播学院播音教材及认真收听中央人民广播电台的播

音，铸就优雅纯正的普通话是我的追求，直到如今，我坚持以规范优雅的语音播配凤凰卫视的宣传片，人性化的精气神是我的播音理念。

人们说我这句台声充份体现洋气，大气，爽气，朝气，豪气，侠气，仙气。其实，我一生竭力追求的是：不霸气，不土气，不俗气。仅此而已。

欢迎各位年轻的配音同行，继续模仿我的台声，有些朋友模仿得很像，是饶有趣味的一件事，我觉得这是学配音道路上不可避免的良性动作。无可厚非。

由衷盼望各位同行刻苦学习，扎实打好基本功，扩大视野，增加见闻，广泛阅读，经常朗诵，学点音乐，尽力挖掘自己的声音特点，做个有深厚文化底蕴、独一无二的潇洒配音人。

（作者单位：凤凰卫视）

编辑/曾致

为孙楠捏了一把汗

——为观湖南卫视《我是歌手》有感 / 帅兵



看《我是歌手》第三季最后一场踢馆赛，很为孙楠捏了一把汗。在与李健、谭维维、郑淳元、韩红、黄丽玲、李佳薇等青年歌手占多数的比赛中，竟然得分垫底。根据规则，如果踢馆歌手李佳薇位居前四，他就要被淘汰出局。

命悬一线，喜欢孙楠歌曲的我不由得紧张起来。

公布名次的过程就像一部悬疑片，好奇且揪心；揭晓最大悬念的过程更是步步杀机，一环紧似一环地考验歌手和观众的心理承受能力。最后关头，公布4名和5名，如果李佳薇第4，孙楠铁定淘汰；如果黄丽玲第4，则孙楠死里逃生。两者仅一票之差，一个214票，一个215票，谁得第4都有可能。

《我是歌手》的节目间断看过几次，以前没怎么在意，唯独这次震撼很大，受启发良多。

这里像是一个竞争激烈的市场。正如韩国歌王级人物郑淳元所说：“虽然只是来

唱歌，但是给我们人生带来了很大的启发，诠释了什么是竞争。”大家被这个舞台所吸引，很大程度上是因为它有一个公开、公平、公正的机制环境，不管你有着多么崇高的位置，多么显赫的名声，多么强大的实力，都必须接受观众（市场）的投票打分，演绎优胜劣汰的残酷游戏。赢了这一期，下一期继续接受挑战，永无休止；今天你是冠军，下一期就可能排名靠后，甚至被淘汰。投机取巧没有用，暗箱操作行不通。要想取得好成绩，只能靠硬功夫，靠观众缘，靠那不可或缺的一点儿运气。

这里是一个创新的舞台。歌手们都是实力唱将，要想赢得口味多变的观众的青睐，只有创新创新再创新。于是就有了穿“摇滚重金属贵妇装”的谭维维，唱原生态的混合了放克、爵士、摇滚多种元素的《康定情歌》，还请来四川民间艺人助唱；有了邀请父母亲穿着民族服饰赤脚在舞台上尽情表演歌唱的黄丽玲；歌坛老将们也不遑多让，妙招迭出……可以说，歌手的每一次上台，都是一次创新展示，带给观众新鲜刺激的享受。创新不一定被认可，但不创新就一定会被淘汰！

这里又像是一个创业的舞台，《我是歌手》引入了歌手踢馆的环节。这些踢馆者（创业者）为了从舞台（市场）上争夺一席之地，分得一杯之羹，勇敢地冲进来。踢馆歌手之一的谭维维幸运成功。从她晋级的第二期开始，她也要接受别人的挑战。现实中，阿里巴巴、京东、小米、360……这些曾经的踢馆者，不也在接受后来者的挑战吗？李佳薇虽以一票之差败北，谁能说她不会东山再起呢？虽然踢馆失败，和市场给创业失败者以重新来过的机会一样，节目也给她和另一位踢馆失败

者一次参加突围赛的机会。对于接受挑战者，歌手李健直言：生存会变得更加艰难；但一定是一个激励。

加入竞争者，形成“鲑鱼效应”，加剧了“体制内”歌手的危机感。节目还引入多名外籍选手，既丰富了节目内容，也增强了竞争性。国内歌手虽有主场之利，但外籍歌手也不逊风骚，屡创佳绩。本场比赛，郑淳元就和韩红共同分享了第二名。世界是平的，中外歌手同台竞技，中国企业也纷纷“走出去”踢馆抢市场。竞争激活了歌手们的创造力，节目精彩纷呈，观众大饱耳福和眼福，节目播放时间虽然很晚，但收视率居高不下。竞争同样地充分激活了中国企业的创造力和竞争力，他们不断创造着令世界惊讶和敬佩的好成绩。

虽然竞争残酷，但《我是歌手》同时也体现了温情的另一面。无论歌手名次如何、胜败沉浮，都会给欣赏、给鼓励、给安慰、给机会。一个拥抱，一句鼓励的话，一段临别感言，传递着人间真情，令人感动。这给我们以启发：市场需要竞争，企业内部人才之间也需要竞争，但应该是良性的，彼此在互帮互助中提升。

在市场经济日益深化、中央鼓励全民创新创业的大背景下，《我是歌手》给我们的启发应该还有很多很多。某种意义上，湖南卫视担当了市场经济和现代文明启蒙者的角色，歌坛没有永远的王者，市场没有永恒的胜者，优胜劣汰、世代交替，是永恒的法则。

孙楠最后侥幸留了下来，我的心又开始悬了起来。

（作者单位：中建五局）

编辑/曾致

欢乐 温暖 向上

——为益阳市羊年春晚点赞 /谢莉红 胡向荣



办春晚难，地方台办春晚更难，地方台年年办春晚且一年比一年好难上加难。但“情暖益阳——2015年益阳市春节联欢晚会”却令人惊喜。本次春晚，脚踏实地，手摸“高大上”，以百姓情怀说事，主题明确，结构明了，力求创新，流程圆满，芝麻开花节节高，一年更比一年好，领导与观众纷纷点赞。

别开生面的欢乐场景。欢乐是春晚永恒的主题。但用快闪开场营造快乐祥和的气氛却着实是一种创新。在一家大型超市里，脸上洋溢着笑容的买年货的人们逐渐聚集到一起，一边高唱《欢乐颂》，一边翩翩起舞。这种欢乐，充满了年味，充满了感染力。然后，《节日欢歌》旋律响起，丽人起舞，主持人高举酒杯送出祝福。紧接着，《快乐的牧羊人》又来了，

一群小羊爬来爬去，真是萌萌哒。

泪点逆袭温暖人心。2014年益阳安化等地遭受山洪袭击，杜家毫省长亲临指挥抗洪救灾，这一幕深深印在人们的脑海里。在各级领导和爱心人士的帮助下，泥石流中失去了爷爷、爸爸和房子的小浩翔搬进了新家过年。义工们为他送来了过年物资，一起为他装扮新家。《爱在我我心中》，有歌有舞有故事，有情有义有温暖。辅以《真的想回家》、《梅山洞庭两相依》以及小品《结缘益阳》，一股暖流强劲有力地冲击着人们的心房，而幸福的笑容始终不减。

满满的正能量。2014年，市委市政府提出建设丽都益阳，打造历史文化名城。《品读益阳》即是在这种背景下推出的。定基调，收素材，润文字，编舞蹈，主

创团队对这个节目反复打磨，终于取得了很好的艺术效果。加上《丽都的春天》、《如果感到幸福你就拍拍手》、《桃花丛中唱益阳》，这一台春晚，弥漫着满满的正能量。

（作者单位：益阳广播电视台）

编辑/曾致



数字互动 提升地市级电视媒体传播力

/唐小莽

2015年4月25日，美国哈勃太空望远镜已经环绕地球飞行25周年。在这之前，网络上发布了一组由哈勃太空望远镜拍摄的“极致美图”，人民网认为，这些美图“正从根本上改变着我们对宇宙的认识。”我想，也许我们还来不及适应眼前的世界，眼前的世界又将变成另外一个世界了！

小米董事长雷军说，“很多企业都在转型移动互联网，大数据商机已经来临，去年还有考虑考虑，今年如果不做就晚了！”

马云则说得更加直接而恐怖：“不做移动互联网的企业就是等死！”

我不知道这两句话的可信度有多高。但从现实来看，传统媒体谁还逃得脱仍在不断变化的移动互联网的冲击呢？

进入2015，我们就看了一个非常热闹的“春晚”，似乎没有哪一次会有今年这样热闹，几乎让我们看傻了眼。这就是至今仍然没有离我们远去的“摇一摇，发红包。”

在这次全新的“博彩”盛宴中，有的说央视、BTV等电视台赢得了前所未有的收视（我本人最早跟随电视上摇红包，是在湖南新闻联播的《直播惹巴拉》），有的说微信一夜就颠覆了支付宝8年的苦拼。有人说，过去的春晚，总有那么一两首歌曲，或者一两个小

品，几句“名言”流行开来，但今年的春晚，真正让观众记住的却只有红包。难怪有人指出，电视与微信合作，无异于饮鸩止渴。

但是，在我看来，接下来的全国“两会”，央视推出没有红包的摇一摇“两会解码”，才算是真正与受众形成了互动。刚一推出，参与人数就超过了百万，受众向代表、委员提出问题，并得到相应的回复，从而产生了很好的影响，受到大家的点赞。

但这一切无论如何，看得眼花缭乱的地市级传媒人却始终只有看的份，而无法分一杯羹。大家都惊呼这个世界变得太快，快得让人措手不及。自己虽然做着电视，却常常埋头看着手机上的内容，像是走到了车水马龙的十字路口一样，猛然抬头顿感一片茫然。

如何用数字互动，提升地市级电视媒体传播力？在我们老家有一句俗话说，“老虎来了没有跛脚牛”。意思是说，面对凶猛的老虎，即使是跛了足的牛也会拼命地跑开，跑起来像是没有跛脚一样。那么，做为地市级电视媒体，面对新媒体的冲击和全媒体的变局，又该怎么办呢？

一、迎难而上，深度融合。“老虎”来了，我们无处可逃，也无需再逃，只有迎难而上，自我改变，融合进去，才能走出尴尬。应该说，这种融合

的意识，大家都已经有了，关键是怎么融进去。建一个网站、开一个微信公众号，搞一个APP，扫一个二维码、再设一个客户端，把每天电视上播出的内容往上一挂就算了事。那都是表面上的融合，浅层次的融合，仅有这些是远远不够的。重要的是，我们建好这些平台之后，怎样为我所用。

比如，我们在电视上要播出一个与当地老百姓生活息息相关的深度报道，首先要制作一个宣传片在网上、客户端和微信圈播出，通过不同途径告诉大家这个深度报道将于什么时候、在哪里播出，内容与大家有哪些关系。电视播出之后，如果能引起共鸣，也不要急于挂到网上，而是继续做好广告宣传，引导更多的受众来看电视上的重播。另外，我们还要发挥电视的优势，多开展现场直播活动。永州市的蓝山县每年都有一个梨花节，节日开幕，除了赏梨花，还有大量丰富多彩的文化活动。电视台直播梨花节，就吸引了大量的观众，甚至包括一些已经到了现场的观众。

由于移动4G的发展，虽然很多人都在玩自拍，但他们所拍、所传的东西毕竟有限，不过一鳞半爪。而传统媒体的优势是拥有大量采集信息的渠道，并占领着最好的采拍位置，能够全面地反映某个事件、某一活动的方方面面，自然就会吸引更多受众的目光。问题是，

这些信息我们也要通过各种新媒体来传播，提前告诉大家，甚至在直播的过程中，也不断地发布动态信息，并与现场的观众和网友“摇一摇”形成互动。如果技术允许的话，还可以把互动的信息制作成“弹幕”在直播中飞出。这样一来，必然会引起更多人的关注，让更多观众重新回归到传统媒体上来。而不是把电视播出过的内容挂到网上就算了事。

除此以外，传统媒体还具有更多的可信度和权威性。虽然我们享受着移动互联的快捷与方便，但一旦遇到重大事件，又难免返回来听一听传统主流媒体的声音。比如，某某出事了，网络上炒得沸沸扬扬，莫衷一是，我们会打开电视，看看央视的新闻怎么说。比如，网络上流传什么谣言，什么能吃不能吃等等，我们也会去寻找传统主流媒体的声音，看看它们的观点。这也是湖南卫视“新闻大求真”走红的原因之一。去年8月，永州市冷水滩区发生了一起砍杀事件。一名男子因为吸毒和家庭矛盾持刀砍伤3人，公安民警迅速将其围堵在附近的一栋居民楼顶。犯罪嫌疑人持刀拒捕，僵持了三个多小时，最后从楼顶跳下身亡。这一事件在移动新媒体上被传得沸沸扬扬。有的说是新疆来的恐怖分子，砍杀七八个人之后逃到了公园的后山上，骇人听闻。一时间，整个城区弥漫着一种恐怖气氛，部分群众不敢出门。

事件发生时，记者跟随公安民警第一时间赶到了现场，用随身携带的手机拍下了围捕、亲友劝说与犯罪嫌疑人跳楼的镜头。虽然同样是用手机拍摄，但因为专业，并得到公安机关的配合，现场感十分强烈，镜头所反映的事件更加真实、全面和准确。尽管新媒体上有了大量的传闻，但很多观众却更加期待电视台当晚的新闻报道，想看看究竟是怎么回事。这些报道虽然比新媒体晚了

一步，但当晚的收视率却是出乎意料的高。播出之后，各种谣言不攻自破，坊间的各种议论也烟消云散。我想，如果在播出之前能在新媒体上进行预告，必定还会吸引更多观众。由此可见，新媒体再发达，相对传统媒体也有其替代不了的东西。现在的情况是，越来越多的人消耗着越来越多的媒体，越来越多的新东西频频出现在我们的工作生活中，我们要做的就是改变和创新。

去年冬天，我参加湖南省委宣传部组织的全国“四个一批人才”和全省“五个一批人才”赴美国学习培训，看到美国的不少传统媒体面对新媒体的冲击，都认为“没有那么可怕”、“我们只是要做更多的事情”。而“更多的事情”自然也包含，通过数字互动，把大家的目光引向我们的传统媒体——电视。

记得十几年前，我在“北广”（中国传媒大学的前身）学习时，有位主讲电视解说词的老师就告诉我们，电视解说词的目的，就是“请看画面”，即把观众的目光引向电视屏幕，来关注屏幕上的画面语言。那么，我们与新媒体融合也是一样，并不是要放弃传统媒体的优势，而是要利用新媒体，通过新媒体的数字互动，来留住我们的电视观众。报纸也是一样。

二、提高待遇，留住人才。地市级媒体的人才容易流失，这已是不争的事实。但如果搞清楚了流失的主要原因，真情所至，留住人才也不是没有可能。10年前我在广东中山电视台工作，当时的中山市市长陈根楷就说，要想留住人才，感情、待遇、事业三大要素缺一不可。我想这句话至今仍未过时。单从感情上来说，关心与温暖是非常重要的因素。因此，地市级媒体在招聘人才时，无需贪求重点高校和高学历人才，最好能选择那些家在本地或相邻地区的人，或者将其另一半一并安排在本市工作。

这样，有了感情和亲情的维系、家的温暖，他们安下心来的可能性就大得多，说走就走的可能也会少得多。待遇如果在经济上无法弥补，就要在政治上给予更多的关心。只要他们做出成绩，就能拿到相应的奖励，这奖励包括奖金、入党、入编和提拔。我台最近两年的做法是，因为入编必须得通过人事部门的统一招考，而在职人员由于工作繁忙，没有时间复习，往往考不过刚刚毕业的学生。因此，我们在报名上有意设置了一道门槛，必须是从业三年以上，有作品在省里获奖才能报名。这样一来，不仅排除了应届毕业生和“关系户”入编的可能，而且让入了编的人感到自己在这里已经工作多年，再走就不合算了，从而坚定信心留下来。当然，对于老同志，特别是做出了贡献的老同志更要妥善安置，才能让新入编的人看到希望，学有榜样，并不再担心自己的后顾之忧。也让老同志心甘情愿地发挥余热，做好传帮带，确保电视人才不会出现“断代”现象，让整个队伍建设走向良性循环。

三、加强培训，办好内容。“内容为王”早已不是什么新鲜话题了，但要真正达到这一境界，还真不容易。做为地市传统媒体最容易忽视的是内容，最难提高的也是内容，而最后失去观众的就更是内容了。地市台的播出内容大多处于将就状态，老套、迟缓、缺乏舆论监督报道、对负面新闻没有话语权等等，这些都是被观众诟病并最终遭到抛弃的原因之一。那么，地市台又该如何做好做活内容呢？我认为最重要的就是培训和激励。

从培训来讲，请进来是一个办法，不定期地邀请央媒、省媒甚至数字、网络媒体的专家到台里来授课，讲述做好新闻和经营的“法宝”，请本单位有经验的老同志手把手搞好传帮带。另一方面，也要舍得让自己的人走出去。



湖南广播传媒中心技术管理部开发的“芒果微听觉”在省“两会”初战告捷之后，在全国“两会”期间再展新媒体魅力。推出湖南广播《春暖花开 听见湖南》全国“两会”报道移动多媒体官网，让受众随时随地听到、看到、读到全国“两会”和湖南代表团在全国“两会”上的重要消息，同时通过微信、QQ等社交平台分

享传播。

总台有关领导评价，这是广播传媒中心技术管理部的“技术男”们让听众有了新的“获得感”。

“芒果微听觉”是广播报道内容的新媒体制作、编辑、发布平台，将线性的广播节目制作成可听、可看、可读、可跨平台分享的广播报道新形态，取得了传统广播与新媒体融合的传播效果，截止到3月8号，“芒果微听觉”总听读访问量达到7万多人次。

推进传统广播与新兴媒体融合发展是广播传媒中心2015年的重要战略，按照中心党委部署，广播传媒中心技术管理部的“技术男”们展开了跨界操作，中心领导亲自挂帅从技术管理部抽出技术骨干兼职

组建节目制作团队，与北京两会报道小组联手开办《两会动态》、《请柬·北京》两档栏目。北京直播室里，音控师同时担负起摄影师的职责，每天负责将直播室访谈现场照片发回“芒果微听觉”节目制作组。长沙本部里，技术管理部与鼎太网络公司共同完成技术平台搭建、文稿编辑、音频剪辑、图片排版、产品合成、内容审查、产品发布等各项流程化操作。

从3月4日至3月8日12:00，5天时间里，“芒果微听觉”发布的全国两会相关内容时长近60分钟，总访问点击量达到5000多人次。

（作者单位：湖南广播电视台广播传媒中心）

编辑/王庆华

制定外宣奖励制度和创优奖励制度，凡在省台、央视发稿以及获奖的作品给予重奖，并提高其政治待遇。以外宣促内宣，以创优促创新，充分调动大家的工作积极性，从而做好、做活自己的内容。

同时，还要根据人们阅读方式的改变，适应新媒体的传播方式。视频要短些短些再短些，尽量制作适合新媒体观看的短新闻。如果需要把一个较长的节目挂到网上，既要有完整的视频，也要有单条的消息或者段落。因为一期完

整的节目，不一定适合每个人的口味和阅读习惯，但拆开分散之后，受众就可以选择性地观看。也许因为某一段的精彩，引起他更大的兴趣，反而成了我们的忠实观众。

总之，改变是永恒的主题。地市级电视台在媒体融合时代，正面临着残酷的竞争，有挑战也有机遇，关键就看我们怎样把握自己、把握未来，不断地求新求变，开拓创新。正如2014年11月亚太经合组织（APEC）会议在北京召开时，国家主席习近平所指出的：“生

活从不眷顾因循守旧、满足现状者，而将更多机遇留给勇于和敢于、善于改革创新的人们。在新一轮全球增长面前，唯改革者进，唯创新者强，唯改革创新者胜。”我想借用这段话来结束本文并与大家共勉，因为这是一个不断变化的时代，发展的车轮滚滚向前，前进的步履永不停歇，“沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春。”难道我们自己不跟上时代，还要时代停下来等你吗？

（作者单位：永州市广播电视台）

编辑/王庆华



MM秀主播就是我 /李舒

我是快乐生活快乐购的一名电话销售员，我叫李舒。

准备今天的演讲前，我回忆了几个数字，在快乐购的七年，我接触过十一万五千九百七十五名客户。销售业绩：6058万。更让我自豪的是曾经一通电话成交6斤黄金，金额89万；单通电话总产值创下快乐购纪录。对于二十几岁的年轻人，我想也可以称做听声无数，识人无数。这种经历让我收益匪浅。

当然这些数字只能说明我是一个努力的年轻人，但在快乐购7年时间里，让我收获最大的，是与顾客之间建立的情感，这是以真诚换来认可，用心换来信任的最完美最幸福的感受。我想给大家看看这张照片。照片中间这个瘦瘦的阿姨是我的客户王阿姨，后排的是王阿姨的爱人刘叔叔，我认识叔叔阿姨已经三年多8个月啦。从刚刚开始叔叔阿姨对我的来电总说“忙，没时间，不要给我电话，再见！”到后来一接到我电话就说：“李舒啊，我正想你呢，过得好吗？好久不见！”在这三年多时间里，我和阿姨一直都通过电话的方式沟通，大家都知道快乐购大到卖飞机，小到卖土鸡。阿姨没有买飞机，但是吃的土鸡和土鸡蛋，柴米油盐锅碗瓢盆都在快乐购买，而我分享给阿姨的就是油的正确用法，煮饭的健康方法，刷锅的小窍门。阿姨常说我就跟他的儿子一样贴心又温暖。正是因为电话销售的过程中我多了一份真心，多了一点贴心，多了一些关心；我们的关系更亲更近。可是，就在上个月29

日我收到了刘叔叔发来的短信。

短信内容是这样的：李舒你好！我是刘叔叔，你王阿姨没了，阿姨走之前交代我隔半个月后选个周末的时间再告诉你，怕工作时间打扰你。阿姨走的时候特意交代我：让你少吃辣椒，多喝水，一定要早点睡觉，常常回去看看爸爸妈妈，要好好照顾身体！你一切好好的。刘叔叔11月29日

阿姨的惦记叔叔的短信让我非常感动！庆幸的是，今年国庆我特意飞到天津探望了叔叔阿姨并拍下了刚刚那张珍贵的照片。

今天跟大家分享这个故事，当然跟我今天演讲的主题：MM秀主播就是我有关系！为什么MM秀的主播会是我呢？MM秀不是美眉秀吗？即使我不是美眉，那应该也是高的帅的或者粉嫩可爱。不过，如今的互联网时代，不在是单一的销售产品，是销售情怀和销售人性。而在过去的7年电话销售中，我服务了上千名这样的王阿姨。

MM秀作为快乐购互联网转型的有益尝试，我们来看看它到底是什么？

MM秀基于芒果TVOTT终端，由UGC（用户生产内容）发起的社交视频交易项目，立志打造具有芒果特色的电子商务平台和粉丝经济圈。

商家主播：商家入住带来商品，万名主播UGC生产海量个性化内容。

四项服务：MM主播、MM家族、MM商城、MM游戏。

我想未来的我们，主播开放一个一个

有主题有个人色彩的房间，这里的主播可以是社会上任何一个积极生活乐于分享的达人，我们的房间可以是在厨房，可以是在卧室，甚至卫生间。在厨房我们分享给大家如何健康烹饪，真正正确的使用厨房设备。那么厨房就成了商场。在卧室，我们分享如何添置床上用品既温暖又温馨，那么床铺就成了商铺。好的生活品质不一定是买最贵的，而是任何一个商品我们主播都能找到他带给人们最大的利益是什么？而是任何一个生活小窍门主播分享之后给生活带来方便。而是任何一种习惯主播倡导之后给大家身体带来的健康。

刚刚听完前面几位芒果青年的激情演讲。我一直在思考，卫视尹中提出的芒果香水，电台国生提到的芒果手机和芒果饮料。我觉得MM秀就提供了非常好的平台；欢迎芒果香水来开房间，欢迎芒果手机来售卖，更欢迎所有快乐天地的贴有芒果标签的商品来MM秀开房分享。但是在这大胆的给大家两个似要求的规定。大家在制作这些商品的时候，记得要温馨提示告知消费者：如何使用手机辐射最低，如何使用香水最有味道。什么样的距离观看手机对眼睛伤害最低。甚至手机充电充多久对电池的使用寿命有所帮助。记得要告诉自己或者生产厂商，在生产所有商品的时候不要偷工减料，不要次品，不要水货。刚刚提到芒果饮料，我甚至还给芒果饮料起了个名字：芒果ye（芒果液或者芒果耶）这款芒果专属饮料的原材料就只有芒果和快乐。请记得提醒生产商不要添加色素和香

环保手绘书《小千鸟》首发 汪涵仇晓等名嘴深情演播

/本刊记者



2014年3月19日，一场别开生面的新书见面会在春意盎然的湖南师范大学校园内举行。

“比奥、比奥、比奥……”见面会上，小鸟的叫声伴随着悠扬的音乐清脆地响起，由湖南广播电视台汪涵、仇晓、刘娜、曾致四位播音员主持人共同演播的绘本《小千鸟》，生动而富有情趣，把现场的观众带到了一个自然、和谐、美好的世界。

这场“大地之友，我们的选择——环保主题研讨会暨《小千鸟》新书发布会”由湖南少年儿童出版社承办。《小千鸟》手绘画本紧扣当下环保主题，画面清新、笔触细腻，配文简洁，真实地展示出人类活动与大自然的冲突，以及自然微境中纤毫生命的成长记录。讲述了小千鸟一家在自然环境以及现代工业的重重危机中顽强生长的故

事，将生命的可贵、生活的喜悦、生存的磨难娓娓道来，尽展笔下，传递出了一种直面挫折、感恩生活的理想信念，被誉为中国版《小房子》。

作者茅兵是湖南常德人，他常年居住在日本郊外的乡野中，小千鸟的故事就来源于他所观察到的鸟儿在自然中生活的真实状况。他花了3年时间观察一种名叫“小千鸟”的鸟儿，又花了5年时间创作了这本书。他在谈及创作初衷时说到：“正是因为看到了有关自然环境遭受严重破坏的纪实影像后，心颤不已，我特别担忧人类对大自然的破坏，所以希望《小千鸟》把爱护自然、保护自然的种子，播撒到人们的心里”。

样书出来以后，湖南卫视著名主持人汪涵邀约仇晓、刘梦娜、曾致几位同行，用声音为文字“插上翅膀”，他们分工合作，共同演播《小千鸟》的故事，配乐制作成CD，随书赠送给读者朋友。在新书发布会上，那富有磁性的声音，以深邃悠长的意境，亲近自然的情怀，真切感人的演播，为读者们奉上了一段难以忘怀的心灵之旅。

发布会上，还播放了“我们的家园”“湖南鸟类的生存纪实”等最新视频资料，向大家展现现实生活中的地球生命之

殇。著名儿童插画家、国际儿童读物联盟CBBY理事蔡皋，鸟类研究专家、世界自然基金会长江湿地专家、湖南师大邓学建教授，幼教专家郑三元教授，茅盾文学奖评委、知名评论家龚旭东等五位嘉宾分别就“面对环保，普通人如何做”“艺术家如何承担起社会责任，以唤醒公众的环保意识”“教育工作者如何从小培育孩子的环保理念”“媒体人如何利用传媒技术吸引大众对环保的关注”“如何亲身践行环保”等主题作了精彩发言。

湖南Otto2艺术美学会馆的六位小朋友现场作画，描绘“孩子心中的大自然”。湖南少年儿童出版社为他们颁发了“环保小卫士”的证书，并向长沙市各大绘本馆赠送了一批《小千鸟》原创图画书。



精不要添加不健康的任何东西。因为我们
要健康生活。

说到这，我想问问大家。你们觉得工作和家庭哪个重要，上次看了《芒果人的不眠夜，只为精彩不停歇》的视频，有人说：我们与世隔绝20天了，我们还要20天才能回家。没结婚的说：我没有时间认识男朋友；结了婚姐姐笑着说：我没有时间生小孩；生了小孩的同事，刚刚做完月子就在机房彻夜不归。就在刚刚我知道了那

个找台长要男朋友的叫周晶，现场如果有认识周晶的记得告诉她，我也单身，虽然我个子不高，但是我有我的骄傲。视频当中的内容我除了感动之后跟大家说辛苦，MM秀的主播未来就会提醒您在加班的时候给自己泡点什么健康的食物，或者给您准备一温暖的护腰圈，健康的食物和护腰圈最后都会成为我们的商品。但是我们传递更多的是健康的生活方式。正因为如此，MM秀的主播未来要做的事情就是：不

论现在，还是将来10年，100年。我们要推崇的是一种健康的生活方式，要宣扬的是一份爱自己爱身体的心。在未来10年大家最大的麻烦不是在担心自己的健康和快乐。因为未来每一个芒果粉丝口袋里都会多上这么一位叫做“MM秀主播”的朋友。

牵手芒果人，玩转MM秀！谢谢。

（作者单位：快乐购）

编辑/曾致

——本栏目由湖南广播电视台团委协办——



公信力的新闻传播学解析

——评《媒介公信论》 / 夏琼

媒介发展史，也是一部传播公信力的发展历史。200多年前，在国际领域，伴随着报纸的诞生，与媒介公信力有关的现象、讨论开始出现。现在，在中国本土，社会转型与和谐社会的语境下，中国气派的媒介公信力正在发生着理论与实践的互激，学界和业界开始探索媒介公信力的发生发展规律：媒介公信力的历史渊源、概念界定、产生机制、判断维度、功能作用、监督规范——《媒介公信论》(新华出版社，江作苏等著)一书正是上述议题的书写。本书跨越多学科研究领域、采用创新性的研究方法，以马克思主义新闻观为指导，立足于现实，求证于历史，从媒体公信力的界定、历史的梳理、马克思主义经典作家的论述到媒体公信力在和谐社会建设中的实践，阐明了“责任造就公信力”不仅是一种理论创新，更应成为一种媒介文化。“责任造就公信力”，是贯穿本书的核心思想；“责任”、“信任”与“人”，是贯穿本书的关键词；依据框架理论，媒介框架的责任与受众框架的信任重复博弈的“责任—信任模式”，是本书的核心理论骨架。

媒介公信力的研究背景

在全球化背景下，媒体的市场主体地位、媒体产品的商品性质、媒体从业人员的社会一般经济人共性，都使得基于人产生的公信力在纯洁性和持久方面面临经常的挑战。目前，我国正处于转型期，社会使公众处于不确定状态或有风险之中，

公众不得不更为积极地关注周围发生的一系列事件，对媒介的依赖性增强。为说明这种“依赖性”，作者在导论部分引入了“媒介化社会”这一概念：媒介化社会是一个全部社会生活、社会事件和社会关系可以在媒介上展露的社会。媒介化社会的重要特征是媒介影响力对于社会的全方位渗透，从本质上来讲也是人的媒介化、人与人关系的媒介化。一方面，现代人对周围环境的认知高度依赖媒介，媒介视野的扭曲和偏差将导致人们对社会认识的扭曲和偏差。另一方面，在市场化的运作条件下，部分新闻媒介机构和工作者受经济利益驱动，出现媒介道德失范，违背新闻专业理念和职业道德，忽视社会价值，过分追求炒作效果和经济利益的现象。20世纪50年代以来，媒介公信力研究即成为国外大众传播研究中一个引人注目的研究领域。媒介公信力的概念在我国大陆使用的时间较短，在我国的公信力的研究中，大众传播媒介被视为概念主体，因此，媒介公信力研究在很大程度上等同于大众媒介公信力。

媒介公信力的内涵、实质与价值

媒介公信力是公信力的一种，是媒介的一种客观属性，同时，媒介是整个社会系统的一个子系统，其社会活动过程的行为和表现特别是它的新闻传播活动直接面向公众，要靠公众来评价，因此传媒的公信力也离不开公众的主观评价。我国媒体影响力的构成要素主要有以下几个：公

信力、权威性、接触率、指导性、贴近性等。媒介公信力的具体内涵包括新闻是否真实、客观、公正、公平等，媒介是否符合专业规范和具有职业操守等。媒介公信力实质是受众和新闻媒介机构在新闻传播活动中履行社会契约承担社会责任而展现的信任力和责任感。它一方面反映了受众对媒介的满意度和信任度，另一方面反映了该媒介在受众中的吸引力、影响力、号召力、引导力，是媒介的社会皮肤，是媒介竞争的关键，是媒介追求的目标，包含以人为本、内容真实、导向正确、形式亲和四个方面。

本书的第三章叙述了媒介公信力的价值表现与现实表征，并指出当代社会媒介公信力的异化。媒介公信力在价值层面表现为社会价值和专业价值的统一，新闻职业道德与社会伦理的统一，公正传播与社会正义的统一，社会进步与媒体地位的统一。同时，公信力是媒体的核心竞争力，是媒介专业主义的体现，对媒介政治、经济和文化功能的发挥具有决定性作用。媒介公信力主要体现在四个方面：以人为本，即要满足受众的信息需求；内容真实，即准确客观地报道事实和反映世界；导向正确，即要坚持正确的舆论导向；形式亲和，即传播形式和方式能够为受众所接受。然而，随着媒介生态环境的变化，媒介公信力在当代社会发生了异化，出现了虚假新闻、煽情主义新闻、有偿新闻和虚假广告等严重损害媒介公信力的现象。因此，不仅要理论层面认识到媒介公信

人生机缘与文化探寻的结晶

——简评范诚湘西系列散文 /陈集亮

去年11月初的一天，身在常德的我接到一个来自长沙的电话，电话里响起一个浑厚的男中音：集亮吗？我范诚。我很是惊喜，虽然回到家乡常德已经20年，但在那一瞬间，我的记忆被摇回了在湘西的那些日子。作为同在湘西自治州工作过的老朋友，我们的确是久违了。更加令人惊喜的是，范诚说要找个周末到常德来。及至

见面时的那个星期六，范诚给了我更大的惊喜，简直可以用惊愕来形容，范诚送了我两本他自己写的书——《本色凤凰》和《崑山走笔》。不久，他又从长沙给我快递了他的《阅读湘西》和《崑山乡土》。说实话，在我的记忆中，我知道范诚是湖南师大中文系的才子，但只是在上世纪八十年代中期见过他在《团结报》工作

时的一些新闻报道，后来他调进湖南广播电视台湘西记者站后，便极少见到他的文字，那时并不知道他有文学创作的雅兴。这次接二连三地收到他的几本大部头，我有一种不知今夕何夕的恍惚，更多的是在心头生出敬意来。坊间说“岁月是把杀猪刀”，很多人被这把杀猪刀杀掉了锐气和坚韧，空自被杀白了头。而范诚只是被岁

力对于社会的重要价值，对于媒体的重要意义，还要认识到部分媒体发生“异化”严重损害媒体公信力的现状，必须重塑媒介公信力的核心价值，坚持媒介公信力的四项标准。

媒介公信力因素分析

第四章《媒介公信力因素分析》是全书的核心和精华部分，作者引入源自贝特森的“框架”理论以及关于知觉与认知的讯息处理模型——社会基模，阐述了媒介公信力的市场机制，建构了媒介公信力的判断维度，实为新闻传播领域研究方法的突破与创新。首先，阐述了媒介公信力的市场机制，媒介公信力的产生是媒介框架与受众框架的重复博弈。新闻框架是新闻工作人员、消息来源、受众、社会情境之间互动的结果。媒介框架其实就是一种意义的构建活动。新闻工作者将自然事件（未经人为加工处理）转换为社会关注事件，并在考虑这一事件的公共性质与社会

意义后，再将其转化为新闻报道。在此转换与再转换的过程中，新闻工作者一方面以自己的经验（框架）将事件从原有情境中抽离，另一方面则将事件与其他社会意义联结（或再框架化），产生新的情境意义。受众框架是指受众在接触媒介时，他们的认知基模会影响对新闻报道内容的选择、解读与判断。媒介框架与受众框架的反复博弈，导致了最后形成新闻报道的流程：客观事实→媒介组织框架→记者个人框架→文本框架→编辑个人框架→新闻报道。媒介框架与受众框架的互动关系是一种博弈活动，这种博弈活动要持续下去，需要满足一个条件就是媒介框架与受众框架之间建立起一定的信任关系。从信任的博弈论模式来看，如果在媒介框架与受众框架的初次博弈中产生了初步的媒介公信力，这种程度的媒介公信力又能使后续的博弈能够发生，如此反复，就能在不同博弈阶段形成程度不等的媒介公信力。其次，进行了媒介公信力的判断维度分析。

在传播学术界，学者们基本上是沿着媒介（传播渠道）和消息来源两个外延来进行公信力的判断维度探讨的。本书则对消息来源公信力、媒介（传播渠道）公信力、媒介机构公信力、媒介产品公信力四个外延的维度构成情况进行论述。作者依据框架理论，建立媒介框架的责任与受众框架的信任重复博弈的责任——信任模式，即“责任造就公信力”。对媒介公信力的维度判断，更倾向于媒介框架的内涵分析，即公信力包含以人为本、内容真实、导向正确、形式亲和四个维度，分别对应媒介组织框架的记者框架、编辑框架和文本框架等。其中，以人为本是公信力的根本目的，内容真实是公信力的第一要义，导向正确是媒介公信力的保证，形式亲和是媒介公信力的外在体现。

（作者单位：武汉大学新闻与传播学院）

编辑/曾致

月杀掉了头发，在文化探寻和文学创作的道路上却越走越坚实。这大概就是古人所说的“大器晚成”吧。

通览范诚的四部著作，我很同意一些评论家总称为“湘西系列散文”的说法。无论是范诚的家乡邵阳，我的家乡常德，还是我们一起共同为之献出了青春时代的湘西自治州，从地理经度的概念上来说，都是大湘西的范畴。生长于邵阳新宁县的范诚，在湘西自治州工作时间长达27年的范诚，虽然在2011年调回了湖南广电总部，却在近两三年里接连出了四部和湘西有关的散文集，且一部比一部厚重，引起了社会的广泛关注，也让我这个在当年就喜欢舞文弄墨的老朋友惊讶不已也惭愧不已！生长于新宁的才子才女肯定不少，但以40多万字的《崑山走笔》和39万字的《崑山乡土》表达故土情怀的是范诚；湘西自治州本土的舞文弄墨者兵多将广，在湘西自治州工作生活过的有文字基础的外地过客也多如过江之鲫，而写出《本色凤凰》与《阅读湘西》两本厚重之作的还是范诚。这是个值得人们玩味和思考的问题，也是一个涉及到创作心理学的饶有兴味的案例。

以我的揣测，范诚之所以在离开湘西自治州后频频出和湘西有关的书，应该是那种浓厚的湘西情结自然发酵的结果，是一种长期积累之后的自然迸发，这是一种人生机缘的馈赠。上世纪80年代中期，湘西自治州和大西北一样，是一个对热血青年很有感召力的地方。理想主义的驱使，使得很多热血青年大学生舍弃留在大城市的机会，义无反顾地投身到祖国最需要的地方去。范诚和我，都是这个大集体中的分子。青年时代的单纯，和湘西自治州落后的物质生活与丰厚的文化土壤一旦碰撞在一起结合在一起，文学的种子在经意不意中被播撒在心中几乎是顺理成章的事情。更何况湘西自治州那帮爱好文学的男

男女女，有着一般地方很难有的文人相亲的氛围，我们很快就和当地那些大碗喝酒大块吃肉的文学男女厮混在一起，很多还成为我们的朋友。这应该是范诚日后潜心创作湘西系列散文最重要的触发点之一。或者我可以这样说，如果没有在湘西自治州的工作经历，范诚是否会如此专注地投入到湘西系列散文的创作，我们可以打一个大大的问号。

当然，人生机缘还只是提供了一种可能，没有自觉的文化探寻意识，没有一种文化传承的一种舍我其谁的责任感，如此规模的湘西系列散文次第绽放，也是不可能的。作为一个对生于斯长于斯的故乡、对收藏了自己的青年时代与壮年时代的第二故乡有着深厚感情的文化人，范诚无可回避地接过了历史抛来的“绣球”，不声不响地做起了文化的“拾荒者”和整理者。也许当年我们没心没肺地一起喝酒打牌钻桌子的时候，他实际上已经开始了他的准备。创作有时候就是这样，从一个小小的点开始，慢慢地就有了线与面，人生的画卷就这样打开了，人生的格局也就因此全新地展开。

回到范诚湘西系列散文的文本本身，我个人认为是越写越好，越探越深。《本色凤凰》作为范诚湘西系列散文的第一本书，多少有些简略，背景资料的挖掘还不够，作者本人的情感还结合得不够，文学性还不是很强。《崑山走笔》相对前者而言就有血有肉得多。到了《阅读湘西》，就有了“乱花渐欲迷人眼”的味道了。而到了《崑山乡土》，更加丰厚，更加细腻，也更加可读了。这么一路走来，范诚的文化视野更加开阔，文化探寻的意识更加坚定，文学表达手段也更加多样。或者我们可以换一种说法，作为一名散文作家，范诚起步虽晚，却以大步流星步履，逐步实现了超越，业已进入散文创作先头部队的行列。

范诚的散文文字朴实，是一种“豪华落尽见真淳”的朴实。在范诚的文章中，很少有大大段段的排比，也没有那些新奇古怪的比喻，更多的是平静如水的叙述，间或有简单的白描，他笔下的山水、民俗物件、家乡人物有些粗砺而十分本色地呈现在读者眼前，从何而来向何而去脉络清晰。而在这朴实的后面，我们可以窥见作者的博闻强记，作者踏破芒鞋追根溯源的辛劳与执着。

范诚的散文情感真挚动人。无论是描写湘西的风景人文，还是描绘崑山的民俗民俗及家乡人物，作者都倾注了深厚的感情，也体现了作者的性情。长得高大威猛如一悍匪的范诚，常年如一的光头和络腮胡给人一种骇人的表象，实际上话不多，说话的语气也很平和，为人仗义，内心世界更是丰富。读他的散文，我们可以感受到他对父母长辈的孝顺、对兄弟姊妹的关爱、对朋友的真诚、对老师的尊敬、对乡邻的亲近等等。比如他写母亲，写母亲的坛子菜，写母亲对乡邻和亲戚的友善，那些已经远去的细节生动地活在他的笔下，堂堂七尺男儿如此心灵细腻，看得人有时直想流泪。

范诚的散文注重真实。那些进入历史的民俗物件，那些家乡的历史人物，那些遗存的古代村落，范诚都会尽量找到历史依据，不做非非之想。比如江南农村上世纪70年代碾米用的“槲子”，仅仅为这个字怎么写就先后请教了多位家乡的中学老师和大学教授。而诸如陈毅的原籍在新宁、邓亚萍的家族谱系这些名人轶闻，莫不是翻遍典籍咨询专家，体现了十分严谨的写作态度，我以为，这正是很多当代作家缺少的坐冷板凳的苦功夫。

（作者单位：常德日报社）

编辑/王庆华

创客：实现中国梦的排头兵

——评五集电视专题片“创客的天空” / 新明

湖南广播电视台经视频道“经视观察”栏目，3月30日至4月6日播出了五集电视专题片“创客的天空”。这部专题片以其敏感、尖锐、深刻、周全，再次引起广泛的关注。可以说，“经视观察”不负众望，正站在时代的前沿，引领着潮流，发挥着正能量。这部专题片的可贵之处，可以归纳为以下四个方面。

首先是，选题新颖前卫，制作快速，播出及时。今年三月，李克强总理在人大会上所作的政府工作报告中，出现了一个新词：创客，全国轰动，迅速在网上引发热议。“经视观察”立即抓住这一契机，大做创客文章。什么是创客？创客的产生有何意义？专题片告诉人们，创客一词源于英语单词maker，意为出于兴趣与爱好，努力把各种创意转变为现实的人，接着，又以21岁的浏阳小伙张江杰为代表，向人们展示了一个鲜活真实的创客。人们从荧屏上看到，当小张戴上髮箍大小的发射器，电脑屏幕上立刻出现大脑注意力的波形图，桌面上的金属手掌也开始一张一合。这不是动漫电影里的场景，而是张江杰创制的脑电波控制假肢系统。这套系统在去年举办的第113届巴黎国际发明展览会上，获得了金奖。他特立独行，10岁时就捣鼓出履带机器人，高二起便休学做创客，17岁发明烟花无线电子点火系统获得国家专利。他的家如同一个微型实验室，3D打印机、激光切割机一应俱全。专题片用“讲故事”的方式告诉人们，创客是先进生产力的代表，科技能人，梦想家。简言之，是新常态所要求的，实现中国梦的排头兵。“经视观察”能够如此迅速地便推出这么一部涉及北上广深及全国各地众多创客和创客组织的大型新潮专题片，充分显示了他们的敏感（包括政治敏感、

理论敏感、新闻敏感）、勇气和职业精神。这是值得大书特书的！

其次，阐释创客文化，体察深刻，发人深思。片中强调，创客并不神秘，也不是一种身份，而是一种文化，一种生活方式。由于科技的进步，现在，我们可以把一切产品和生产行为变成数字数据，因此，人人皆可做创客。这就是我们提出万众创新的依据。片中的人物和故事，体现了创客文化的一些基本精神，诸如坚持理想，痴迷梦想，特立独行，敢想敢干，自由创造，等等。但片中强调，创客不应是一个人单打独斗，而应是众人共同谋创。所有的研究都应是开放的、联合的。这样，才能使创意在碰撞甚至吐嘈中更趋完善，才能让一个创意变成100个金点子，并不断激活创新活力，使创新成为未来中国经济增长的不熄引擎。这就催生出了创客文化的一个核心理念：开源，意为分享，而不是独享。开源意味着“去中心化”，人人可以成为中心，却没有一个绝对的中心。开源还提出了一个知识产权保护的问题。不过，多数创客认为，开放与保护，是一枚硬币的两面，相辅相成。你向他人提供分享，他人也会向你提供分享，你的分享空间将变得更多，而你的创意也可以在别人的利用中得到启示，得到发展。这里用得上一句老话：利他才能利己。这不是口号，而是科技和经济发展的要求。虽然片中并未明确说出，但人们看完完全片后，会产生这样的遐想：创客文化将改变人，改变经济面貌和发展模式，甚至改变整个社会。这让人感到了作品的思想深度。

再次，具有全球眼光，立足中国，抱负不凡。片中介绍了“创客之城”深圳的一个名为“柴火创客空间”的组织和

场所。在这间由废弃办公室改造而成的、面积不足两百平方米的空间里，摆放着电脑、3D打印机、各种电子元件和加工机械，还有埋头苦干的创客们。这种低成本、便利化、全要素、开放式的“众创空间”，获得了上至总理，下至草根创客的一万个赞。李克强总理今年一月曾来到这里并加入为第99名会员。片中还介绍了北京中关村、上海、武汉等地的类似组织和场所。编者在感叹中国创客组织和活动蓬勃兴起的同时，尖锐地指出，目前全球共有这种“众创空间”936家，其中创客文化最成熟最活跃的美国占有360多家，德国有105家，而中国只有20家。但片中强调，我们不应自馁，而应瞄准世界先进水平，努力赶超，并在实践中打造有中国特色的创客文化，建设更多更好的创客组织和众创场所，引领时代的潮流。

第四，细心呵护创客，引领思想，指导实践。全片始终贯彻为创客活动服务、替创客前行护航的精神，既重视思想的开导，又注重实践的帮扶。这方面的内容，包括：创新、创业的指导思想，相关政策，具体问题，以及如何处理一些重要的关系，例如创新与创业的关系，创新与市场的关系，赚钱与自由创造的关系等等，可说相当丰富、全面，有的还相当具体、实在。一般都是请有关专家、学者出面阐释或解答，既具有权威性、说服力，又很实际。五集的专题片中，有一集是专门针对大学生创客的。所有这些，体现了编者的良苦用心和古道热肠，表现了编者对创客的爱护和对我国发展创客文化的期待，也是很有价值的。

（作者单位：湖南省新闻出版广电局）

编辑/王庆华



吟颂乡土 记录时代

——山水人文纪录片《酉水人家》赏析 /刘金玲

湖南卫视于2015年元月20日、21日、27日、28日在《我的纪录片》栏目播出了余辉先生的山水人文题材纪录片《酉水人家》，该片用散文式手法真实而艺术的反映了湘西酉水河畔普通百姓的生存状态、精神风貌及其对美好未来的憧憬和追求。作品中释放出来的那一脉悠远明净的韵致、清新质朴的情调、澄澈如水的意境，给人留下深刻的印象和无限的思辨。

《酉水人家》共分三个篇章，目前已播出《船家》、《雉家》两部，第三部《新家》尚在筹拍当中，从已播出的两部来看，具有以下特色：

一、题材具有浓郁的地域特色，民族特色和深厚的文化内涵

湘西有着开采不尽的宝藏，作者取之一瓢，用他那对家乡诚挚的爱心和沛然的创作激情，向观众讲述生活在酉水流域船家和雉家们的故事。片中那水墨般美丽的山水风光、别具一格的民风民俗、神秘而古老的雉戏、雉舞、雉画、雉技，无一不透出浓浓的民族特色、地域特色和博大深厚的文化内涵。

二、表现手法于小中见大，于质朴中见鲜活、于舒缓中见厚重

《酉水人家》虽非宏大叙事，但能从小中见大，于质朴中见鲜活，于舒缓中见厚重。娓娓道来的是发生在酉水人家几位普通百姓中的点点滴滴：船家姚元友和他朝夕相处捕鱼作业的六只鸬鹚的趣事；张时民与他的爱犬雨天追逐山兔野鸡的片断；金德安对巫雉文化的虔诚与守护；十几位老汉对排练“酉水号子”的热衷；彭英宣率土家汉子跳茅古斯舞的场景，茶余

饭后船家对马航失联的关注与担忧等等。作者采用散文化、碎片式的手法和镜头语言，原生态记录了一个个鲜活人物的生存状态及他们的所思所想、喜怒哀乐，不引导、不摆拍、不矫不饰，于行云流水之中折射出酉水百姓勤劳质朴、坚毅乐观的精神风貌和对美好生活的向往。

三、解说风趣幽默，耐人寻味

风趣优美，耐人寻味，思辨性强是余辉纪录片的解说词的一贯风格。他先前获全国大奖的《天下凤凰》等纪录片佳作的解说词无一不体现出他对画面和镜头独到的审美发现和解说词写作的艺术表达力。比如《船家》中有一段解说词是这样写的：“靠山吃山，靠水吃水，靠着阎王吃小鬼”，“不管是伴着朝霞出发还是顶着夜色归来，都不过是在用行船来描画流走的四季时光”。像这种既质朴生动又极具诗意的解说在片中比比皆是，使纪录片平添了许多鲜活与韵味，也让观众对纪录片的内涵有了更进一步的理解与领悟。

纪录片工作者同时也是时代的歌者，在吟颂乡土、记录时代的同时融入了作者对生活、对社会、对人生的理解与思考。已播出的《雉家》、《船家》在人与自然、人与社会、人与未来的关系上有所触及，但开掘不够，思想含量有待提升。过于跳跃的时空使得故事在结构上显得有些松散。希望尚在筹拍之中的第三部《新家》能力避上述不足，为观众奉上一部更为精美的山水人文佳作。

（作者单位：湖南省新闻出版广电局）

编辑/肖清

浅论依法治国必须坚持党的领导

郭士龙

前不久召开的中共十八届四中全会审议通过了《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》(以下简称《决定》),《决定》强调了“社会主义法治必须坚持党的领导,党的领导必须依靠社会主义法治”的基本原则,回答了党的领导和依法治国关系这个法治建设的核心问题。结合学习十八届四中全会精神,笔者就依法治国必须坚持党的领导问题浅谈一些认识。

一、依法治国,我党高度重视

党的十五大提出,依法治国、建设社会主义法治国家,强调依法治国是党领导人民治理国家的基本方略,是发展社会主义市场经济的客观需要,是社会文明的重要标志,是国家长治久安的重要保障。

党的十六大提出,发展社会主义民主政治,最根本的是要把坚持党的领导、人民当家作主和依法治国有机统一起来。

党的十七大提出,依法治国是社会主义民主政治的基本要求,强调要全面落实依法治国基本方略,加强建设社会主义法治国家。

党的十八大提出,法治是治国理政的基本方式,要加快建设社会主义法治国家,全面推进依法治国;到2020年,依法治国基本方略全面落实,法治政府基本建成,司法公信力不断提高,人权得到切实尊重和保障。党的十八届三中全会进一步提出,建设法治中国,必须坚持依法治国、依法执政、依法行政共同推进,坚持法治国家、法治政府、法治社会一体建设。围绕党的十八大提出的全面建成小康社会的奋斗目标,党的十八届三中全会对全面深化改革作出的顶层设计,实现这个奋斗目标,落实这个顶层设计,需要从法

治上提供可靠保障,从而在党的十八届四中全会上审议通过了中央关于全面推进依法治国的决定。

二、依法治国,是人民群众的期盼

由于我们党高度重视法治建设,长期以来把依法治国确定为党领导人民治理国家的基本方略,把依法执政确定为党治国理政的基本方式,积极建设社会主义法治,取得了历史性成就。目前,中国特色社会主义法律体系已经形成,法治政府建设稳定推进,司法体制不断完善,全社会法治观念明显增强。

但是,我们必须清醒地看到,同党和国家事业发展要求相比,同人民群众期盼相比,法治建设还存在许多不适应、不符合的问题,正如《决定》中所提出的问题:一是有的法律法规未能全面反映客观规律和人民意愿,针对性、可操作性不强,立法工作中部门化倾向、争权诿责现象较为突出;二是有法不依、执法不严、违法不究现象比较严重,执法体制权责脱节、多头执法、选择性执法现象仍然存在,执法司法不规范、不严格、不透明、不文明现象较为突出,群众对执法司法不公和腐败问题反映强烈;三是部分社会成员尊法信法守法用法、依法维权意识不强,一些国家工作人员特别是领导干部依法办事观念不强、能力不足,知法犯法、以言代法、以权压法、徇私枉法现象依然存在等问题。上述问题,违背社会主义法治原则,损害人民群众利益,妨碍党和国家事业发展,必须下大气力加以解决。这既是社会的关切,更是人民的期盼。

三、依法治国与党的领导的关系

全面推进依法治国,最关键的是方向是否正确,政治保证是否坚强有力。党

的十八届四中全会明确提出了社会主义法治必须坚持党的领导,党的领导必须依靠社会主义法治的基本原则,回答了党的领导和依法治国关系这个法治建设的核心问题。

党的领导决定依法治国的成败。在中国这样的大国,没有党的领导,就不能实现依法治国的目标,就不能实现真正的国家富强、民族复兴、人民幸福,没有依法治国,中华民族难以跳出历史周期的支配,党的领导也将打上折扣。因此,党的领导与依法治国缺一不可,二者必须也是能够相统一的。党的领导是中国特色社会主义最本质的特征,是社会主义法治最根本的保证。把党的领导贯彻到依法治国全过程和各方面,是我国社会主义法治建设的一条基本经验。坚持党的领导,是社会主义法治的根本要求,是党和国家的根本所在、命脉所在,是全国各族人民的利益所系、幸福所系,是全面推进依法治国的题中应有之义。只有在党的领导下依法治国、厉行法治,人民当家作主才能充分实现,国家和社会法治化才能有序推进。依法执政,既要求党依据宪法法律治国理政,也要求党依据党内法规管党治党。

四、坚持党的领导是依法治国的根本保证

1、充分认识党的领导是依法治国的政治优势

中国共产党作为执政党的政治优势集中体现在其先进性上,在社会主义的法治建设中也是如此。从新中国成立后,党始终在我国社会主义事业中发挥着战斗堡垒作用和领导核心作用,始终是我国一切事业的领导核心。在新时期,党始终坚持立党为公、执政为民,以党的执政能力建设

和先进性建设不断推进党的建设。党着力提高各级领导班子和领导干部的执政能力和执政水平，要求各级党委要在社会主义建设中正确把握方向、制定政策、营造环境、整合力量。党始终坚持和完善民主集中制，扩大党内民主，推进党务公开，严格党内生活，严肃党内纪律，增进党的团结统一。党在建立科学高效的领导机制和工作机制中，强调分工明确，协调指导，调查研究，联系实际。党始终坚持党要管党，从严治党，不断加强党章、党纪的学习和教育，加强党员干部的党性锻炼和思想道德修养，健全防范腐败的体制和机制，加强对领导干部和领导机关的监督和管理，深入开展党风廉政建设和反腐败斗争，以优良的党风促进政风、带动民风，建立了党和人民群众的血肉关系。所有这些都是中国共产党具有先进性的政治优势的具体表现。因此，只有坚持党对依法治国的领导，才能保证我国法治的社会主义性质，适合中国国情，也才能有效地动员和组织各种社会力量和社会资源，推动我国依法治国的顺利进行。

2、全面理解党对依法治国的领导作用

一是党是我国依法治国的积极倡导者。回顾我国社会主义法治事业的由来，早在20世纪70年代末，在国家和民族命运面临重大转折的关键时刻，我们党高瞻远瞩地把“发扬社会主义民主，健全社会主义法制”确定为治国安邦的基本方式，开启了全面创立社会主义法治事业的历史进程。1997年9月，党的十五大报告提出实行依法治国，建设社会主义法治国家的决策，从此将“依法治国”确立为党领导人民治理国家的基本方略。1999年3月，九届全国人大二次会议将“依法治国”载入宪法，从而使“依法治国”从党的意志转化为国家意志。党的十六大明确提出，中国共产党“坚持依法执政，实施对国家和社会的领导”，并要求各级党委和领导干部“必须增强法制观念，善于把坚持党的领导、人民当家作主和依法治国统一起来，不断提高依法执政的能力”。党的十七大

报告指出，要坚持依法治国基本方略，树立社会主义法治理念，实现国家各项工作法治化，保障公民合法权益。党的十八大进一步提出，“全面推进依法治国”“加快建设社会主义法治国家”，将依法治国方略提到了一个更新的高度。党的十八届三中全会审议通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》明确提出建设法治中国，必须坚持依法治国、依法执政、依法行政共同推进，坚持法治国家、法治政府、法治社会一体建设。

二是党是我国依法治国的主要推动者。我国法治事业，从总体战略部署的作出，到这些决策的具体实施，都是在党的大力推动下实现的。以党的十八大报告关于“全面推进依法治国”、“加快建设社会主义法治国家”的论述为例，前者是关于推进“依法治国”的“空间”要求。“全面性”表现在全面推进科学立法、严格执法、公正司法、全民守法，坚持法律面前人人平等，保证有法必依、执法必严、违法必究；全面推进依法治国，就是使得任何组织或者个人都不得有超越宪法和法律的特权，绝不允许以言代法、以权压法、徇私枉法。后者是关于推进“依法治国”的“时间”要求。到2020年实现全面建成小康社会宏伟目标时，“依法治国基本方略全面落实，法治政府基本建成，司法公信力不断提高，人权得到切实尊重和保障”。上述有关“依法治国”的“空间”要求和“时间”要求，都体现了党对我国社会主义法治事业的强有力推动。

三是党是我国依法治国的坚定维护者。党带头严格遵守宪法和法律，中国共产党章程和党的纪律明确规定党组织必须在宪法和法律范围内活动，坚决抵制和反对违反宪法和法律的行为，对党员违反宪法和法律的行为坚决依法予以严肃处理；党自觉维护宪法和法律的权威，特别是注重维护司法权威，保证司法机关依法独立行使司法权，努力为法律的实施，特别是为司法活动创造良好的社会和舆论环境。

3、准确把握党的领导在依法治国中的

集中体现

坚持党对依法治国的领导，主要体现在坚持思想领导、政治领导和组织领导三个方面。

一是坚持党对依法治国的思想领导。坚持党对依法治国的思想领导，是保持我国法治社会主义方向的根本和关键所在。党对法治事业的思想领导，就是要坚持马克思主义在法治意识形态领域的指导地位，牢牢把握我国法治发展的方向，有效地抵制各种错误思潮和错误理论的影响和干扰，保证我国法治的发展始终不偏离社会主义的轨道，坚定不移地走社会主义法治道路。

二是坚持党对依法治国的政治领导。坚持党对依法治国的政治领导，是社会主义法治与其他各项社会主义事业相互促进、共同发展，实现党对社会全面领导的重要保证。坚持党对依法治国的政治领导，就是要把法治实践活动自觉地纳入到党的中心工作和党的总体战略部署之中，确保法治建设沿着又好又快的方向发展。

三是坚持党对依法治国的组织领导。坚持党对依法治国的组织领导，是实现党的思想领导和政治领导的必要方式和手段，也是我国社会主义法治体系中组织构造的重要特色。党对依法治国的组织领导，主要是通过向国家政法机关推荐重要干部来实施组织领导。坚持党对依法治国的组织领导，就是要加强法治机关党的组织建设，在法治机关中发挥党组织的领导核心作用、战斗堡垒作用和广大党员的先锋模范作用，推动党的路线、方针、政策的贯彻落实；要坚持党管干部原则，把政治立场坚定、思想作风正派、掌握法律专业知识、富有领导工作经验的干部，选派到各级法治机关担任领导职务，建设一支高素质的政法干部队伍。

（作者单位：湖南经视频道）

编辑/肖清

豪情壮志冲霄汉

——导演徐克与电影《智取威虎山》 /任姗姗



2014年12月23日，由徐克执导、黄建新监制的3D电影《智取威虎山》在全国上映。香港电影导演徐克再度用镜头抒发时代感怀。

在向红色经典《林海雪原》和京剧《智取威虎山》致敬的旗帜之下，徐克讲述的“智取威虎山”不仅有大气磅礴的历史叙事，更有荡气回肠的英雄传奇。

没有了大漠黄沙，在700里茫茫雪原，徐克继续讲述着他的英雄梦想；缺少了汪洋恣肆的武打动作，在真实的历史记忆里，徐克继续建构着自己的世界：豪情壮志冲霄汉，千帆万军过天堑。

2014年3月，东北，零下30摄氏度的雪原上，徐克的眼前渐渐模糊：“终于进入到威虎山的世界里了，从这个时候开始，我会很享受。”

1951年出生越南的徐克，13岁开始拍摄8毫米的实验短片，中学毕业后前往美国

得克萨斯州大学修读电影课程。那时，他在纽约做义工为华人社区的居民放电影，第一次看到样板戏《智取威虎山》便被深深吸引住。“这个戏跟其他的戏很不一样，它讲了一名卧底匪窝的解放军侦察员与土匪斗智斗勇的故事，情节紧张惊险，非常刺激。”

1977年，徐克返回香港，投身电影业，第一次读到了曲波所著的长篇小说《林海雪原》，宏大的历史格局和真实的人物原型再度打动了。一段荡气回肠的英雄传奇，开始在徐克心中萌芽。

22年前，已经凭借《蝶变》《笑傲江湖》《黄飞鸿》等电影在香港影坛闯下一片天的徐克来内地交流，见到了著名导演谢晋。谢晋问他：有没有想过拍一部内地题材的电影？徐克几乎是脱口而出：“智取威虎山。”尽管这个答案出乎谢晋的预想，谢晋仍坚决地说，“一定要拍，我支

持你！”

直到2014年12月23日，徐克执导、黄建新监制的3D电影《智取威虎山》上映，才终于了却了这份个人夙愿以及对于前辈导演的承诺。

《智取威虎山》这坛“酒”，在他心中酿了40年。除去炫目的3D技术，你会发现，徐克还是那个徐克，豪情壮志冲霄汉。

他当然知道杨子荣在内地几代人心中分量。“我不会完全把这部戏当成历史故事，也不会把它单纯当成京剧故事来拍，最重要的还是从感情下手，让观众对这段记忆有认同感。”他同时认为，我们对电影美感的要求随时代而变化。

“（《智取威虎山》）在80年代拍摄，最关注的是这个故事好不好看，90年代，画面会更精致，但那时候内地和香港没有很密切的电影合作，所以不可能在东北实景

拍摄。而现在，我们触碰到这个故事真实的一面，它才真正跟我们在思想和感受上产生密切关系”。他更相信，“现在是最好的时候”，除了对故事有了新的理解和表达，更成熟的电影技术也可以带给观众更多的惊喜。

在这部作品里，驱邪扶正的价值观不但讲得清晰明了而且理直气壮。孤胆英雄杨子荣单刀赴会，打虎上山、对暗号以及百鸡宴三场扣人心弦的大戏，其勇气和智谋让人拍案叫绝。203部队骁勇善战，穿林海、跨雪原的英勇身姿极尽豪迈与浪漫，那些武侠世界里快而不乱、凌厉潇洒的拳脚被转换成了子弹、坦克和土炮，还是一样的酣畅淋漓。

徐克主掌的“江湖”里，必然少不了枭雄，最引人入胜的往往是那些势均力敌、棋逢对手的桥段。除了座山雕，“八大金刚”、侯专员、小炉匠栾平，各怀鬼胎、性格各异，各有各的精彩。在徐克的想法中，“把反派的势力加强、智慧提高，主角受到的挑战和压力更大，戏才会产生高潮”。

《智取威虎山》投资近2亿人民币，拍摄周期达5个月。仅拍摄前的筹备工作就用了4年，包括实地看景、拜访当年203部队的后人、研究拍摄技术问题、反复琢磨故事等。对于为什么非要到东北实景拍摄，64岁的徐克只有一句话，“环境是最好的导演”。

所有的摄影器材说明都表示可以在零下10摄氏度的环境里正常工作，零下30摄氏度会是什么情况？开拍两年前，拍摄团队便去东北做测试。拍摄过30多部电影，又与徐克合作过《七剑》《龙门飞甲》《狄仁杰之神都龙王》的摄影指导蔡崇辉觉得，“这简直是一个不可能完成的任务”。

对自称为“疯狂影痴”的徐克来说，“挑战”或许正是3D版《智取威虎山》的价值所在。在东北雪乡拍摄期间，他为每个工作人员准备了一个哨子，一旦有人意外陷入雪坑，吹响哨子求救，全组人便会立刻停工救援。零下30摄氏度的冰天雪地中，全组人每天都是绷紧了神经。为了鼓舞士气，徐克曾写下一幅书法“山穷水尽出高手 九死一生见功夫”送给拍摄团队。那天，执行导演袁卫东从老师徐克手里接过这幅字，端详了整整5分钟，将它挂在了剧组办公室的正墙上。

就是这种几近癫狂的想象力和工作状态，让徐克在电影圈获得“老怪”的称谓。美国电影学者大卫·波德维尔第一次见到徐克，不禁感慨地写下：“（他）看上去就像每一刻都蓄势待发。”

这一次，没有大漠黄沙，在700里茫茫雪原，徐克继续讲述着他的英雄梦想。少了汪洋恣肆的武打动作，在真实的历史记忆里，他继续建构着自己的理想世界。他说，一个故事、一部电影、一部小说，讲故事的方式因时代而变迁，可是很多好的小说，好的故事，好的人物具有传世和永恒的本质。《林海雪原》里的杨子荣、少建波不是007，也不是钢铁侠、蜘蛛侠，他们是真正的英雄，是值得我们致敬的民族英雄。

“侠之大者，为国为民”，金庸曾借大侠郭靖之口讲出了他的理想。在徐克建构的武侠世界里，侠从来不是一种“出世”的行为，而是一种“入世”的情怀——捐躯为国难，视死忽如归。在《智取威虎山》里，徐克把自己的故事和期待放在了韩庚扮演的角色上——一个青年人意外发现了“智取威虎山”的故事，并最终走上了寻访林海雪原的归程。徐克显然希望，更多的人尤其是青年人能记取这个

故事，记取那些远去的英雄。

也许是独特的身世，让徐克的电影总是隐匿着淡淡的对于家国的依恋，这依恋甚至被影评人评价为“民族主义情结”。1966年，他从越南移民香港，自幼亲历越战之苦，在美国留学期间，又备受当时反越战、民权运动以及华人保卫钓鱼岛运动的冲击，他的电影世界在侠义和浪漫之外，更包含对中国传统文化、东西文明冲突、当代华人社会的思考和表达。

这一次，这个讲故事的高手、这个有呼吸、有温度的故事还暗藏着另一种“野心”——缝合文明冲突下断裂的传统精神。

1984年，徐克和施南生在香港成立电影工作室，曾清楚列出对导演的三个要求：一是要有自己的风格；二是要言之有物；三是要走群众路线。他们认为，“电影是大众媒介，但愿我们跟观众一起呼吸……群众是用感觉看电影，不是用脑袋分析电影”。

徐克的影迷，应该也不会忘记那句名言，“以今日之我打败昨日之我，以明日之我打败今日之我”。这是徐克对电影创作的宣言，也是他艺术生命的写照。从影以来他执导、监制电影数十部，有成功也有失败，但不论题材、类型、风格还是技术，徐克从不重复自己。因为一直求新求变，他的身后聚集一干拥趸铁粉，也招来一些质疑诟病，可他一直拒绝平庸，从没有拍过一部四平八稳、让人看过就忘记的电影。

30年他初心不改，继续着仗剑四海，依旧是快意洒脱。

（作者单位：人民日报社）

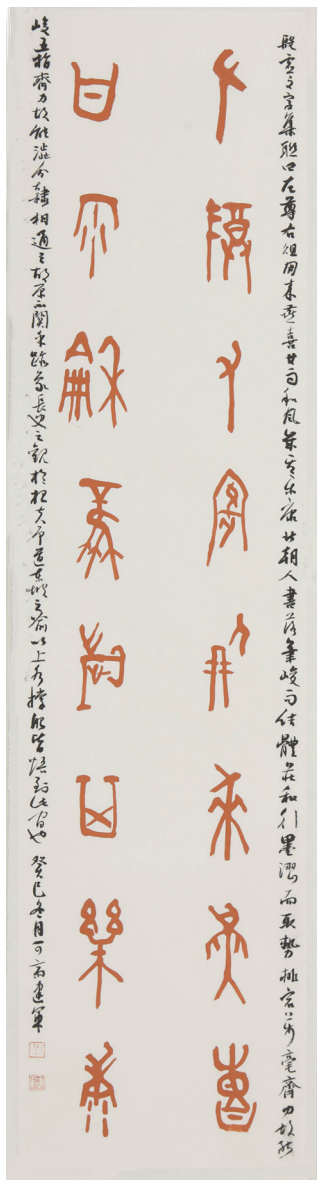
编辑/曾致



勤静求通达 道法追自然

——刘建军书法艺术欣赏 /刘金田

刘建军，毕业于中南大学，现为中国书法家协会会员，湖南省美术家协会会员，曾于中国美院、国家画院进修，研习山水画。书法作品曾入展首届“兰亭奖”作品展等一系列重大展览，被中国美术馆等国内外美术机构收藏，先后在文物出版社出版《刘建军小楷道德经》、岳麓书社出版《小楷金刚经》。



初识湘楚书家建军先生于一次书画联展，期间交谈数次，印象颇佳，他为人豁达，谈吐有度，博古通达，与我性情相近，遂成好友。

书家建军先生，勤谨好学，潜心书法，五体皆能。其楷书用工最勤，成就最高，影响最大，既具王羲之的飘若浮云、钟繇的法度严谨，又具赵孟頫的姿韵秀逸、黄道周的刚健雄强，近年来，建军先生闭关谢客，潜心创作，他先后完成了小楷《道德经》、小楷《金刚经》两部经典篇目，观二套宏伟巨制，取法魏晋，汲取魏晋写经与民间书法特色，用笔轻巧灵动、方圆兼施、结构奇正相生，字体显得洒脱飘逸。这是建军熔古烁今，孜孜以求的结果，同时也是他心血和情感的结晶。因此，此系列小楷经典书帖显然有它出版和发行的价值，也可作为书法学习者的拐杖和参考。

建军作品的风格特征，主要可以从两个方面来鉴赏。其一，从择笔上看，他作书善用中长锋羊毫，且中锋、侧锋兼用，随心运腕，放逸又不违笔势，讲求笔力和动感，又显得轻灵飘逸，不难看出他流利的笔法和深厚的功底；而且结构和线条都很优美，彰显出书家的豁达洒脱之情，明显具有较强的个性。其二，从创作意境来看，可以说恰到好处地表达了创作素材与书法艺术的有效结合。他的书法侧重于表现时代感，能集中调动书法的时代审美语言，在书风的个性化方面充分体现了他的思想及情感深度。

欣赏刘建军先生的书法，可以从两个层面来研究：首先，在结字、章法、意境上追求一种大效果，不斤斤于点画的精到与规整。气势的连贯、虚实的对比、巧妙的穿插避让，以及激情的自由抒发，构成了他书法作品的整体特征。建军先生勤习太极，以其行笔、点线创造书法之律动、阴阳之变化，作品尽显和谐之美，从他的行书作品来看，一方面全力追求二王运笔的精致，以得魏晋笔法的高古之气，一方面又以宋人的意趣将晋人的点画结构进行改造，从而出现新的面目。可以说，晋书的潇洒，唐书的厚重，宋书的意味兼而顾之，求韵、守法、得意，三者归一，写出了自家的特点。其次，用笔沉着稳健，结体严谨不苟，兼具魏晋名帖的秀丽典雅、妙美冲和之长，更着意在气息韵致上古调新纳，绰约其神。他在精熟二王笔法的同时，将二王结字的某些特点加以夸张和强调式处理，并参以敦煌藏经、唐人写经的笔意，形成自己的个性化语言，从而表现出丰富细致的用笔技巧、沉着畅快的行笔方式和典雅道丽的艺术格调。

“宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来”。建军先生正处创作高峰之时，近年，他游学于中国美院、国家画院，研习中国画，他天资聪敏，绘画作品也取得一定成就；书画界老师与同道，翘首以待，期盼他在书画艺术道路上，创作出更多具有个性和时代气息的优秀作品。

（作者系著名书法家）

编辑/曾致

家在吉首

/周俞林

如果说，美酒是吉首的幸福与荣耀，那么，山水美景则是吉首的灵魂与境界。吉首显山露水，天地人和，不同的时间、不同的地点去观赏，给人的感觉各不相同。老天眷顾吉首，把千姿百态的、韵味无穷的自然美景赐与这方水土。除了让人心醉的风景，还拥有多姿多彩的酒文化、民族文化、苗鼓文化。

吉首吉，万事吉。很吉利的名字。很美丽的地方。但究竟她美在哪里，我却说不出来。说不出来，莫着急，反正我已经把她留在心里，把家安在这里。吉首，生态因谷而奇，文化因谷而蕴，城市依谷而建，特色因谷而显，历史人文遗迹与自然景观交相辉映，这是许多游客的共同感受。我一直以为，在吉首生活，要有一颗善感的心，一种怀古的情，才能慢慢体味其中的韵味和诗意，才能了解峡谷之城背后的故事。于是，我无数次走进乾州古城，赏荷花香满塘，看古城风雨沧桑，望云卷云舒，花开花落。文庙里的一砖一瓦、一草一木，我都感到无比亲切，值得我留恋和爱抚。从北门、三门开两座城楼下走过，我以为，十里古街、十里河道、十里城墙，风雨沧桑，每一段尘封的故事里都记录着令人难忘的历史，每一张熟悉的脸庞后都隐藏着不为人知的故事。在古城客栈，黄昏时一杯清茶，闲看清风，是一种惬意的享受。品杯中翠色清茶，看窗外轻风絮语，陶醉在万溶江恬静祥和的绝美意境中，品味生活的真实和平淡，感受人生的美好和欢喜，其乐无穷。

“有木名丹桂，四时香馥馥。花团夜雪明，叶翦春云绿”。丹桂在吉首有较长的种植和生长历史，深受老百姓喜欢。吉首人尊它为市树。住在这座丹桂飘香的城市，我喜欢走路上下班。烈日下，风雨中，默默地走，静静地看，走街穿巷，总能闻到桂花清雅而持久的芳香，总能看到桂花细密而坚韧的身影。这里的景致是需要慢慢品味的，一谷带一城，一路连一桥、一街一巷一故事、一园一林一风景，让人觉得有太多的人文积淀，总也看不够说不尽。没事的时候，我喜欢去峒河边的游园看看。这是一座镶入文化艺术元素、自然山水组成的小型园林，汇水之秀，聚桥之奇，兼具廊亭之雅，雕塑之美。展现青春之美的爱桥，以胖为美的肥桥，彩蝶流连的花桥以及酣畅淋漓的醉桥，如四串华美的珍珠点缀在峒河之上。我知道，“肥、爱、花、醉”四桥是湘西本土文化大师黄永玉先生捐建的，徜徉其中，内心升腾的不仅仅只有愉悦，更有绵绵不尽的憧憬和欣喜……行至花果山顶，坐在山坡向下望，小小渡船随河水悠悠漂流，有隐隐水声传来，亦如天籁。向阳坝里，河埠码头上，三三两两的妇女自在地洗着花衣裳，那清脆悠远的捣衣声，让人沉醉。我只想看见，阳光朗照的时候，吊脚楼上新洗的被单，蓝底白花，飘摇成永世的风景。

当然，我有时也会去德夯苗寨走走，呼吸清新空气，放慢心灵，感悟生活慢下来的节奏，快哉乐哉。走进德夯大峡谷，

我敛气凝神，内心澄澈，拜望世界第一悬索桥，我满怀虔诚，心无旁骛。举世无双的天桥、天路、天台、天瀑、天险、天梯，像一幅巨大的山水画卷展现在我的面前。“天路”边上架“天桥”，“百年路桥奇观、千年苗寨风情、万年峡谷风光”，令我流连忘返，浮想联翩。登山，嬉水，看桥，观景，击鼓，让我一次又一次心醉。

有朋自远方来，我最愿意带他们去吃一碗吉首米粉。走进武陵山公交站台，面前就是老粉馆了，店面虽不大，但也蛮干净。“老板，来碗牛肉粉。”“大碗还是小碗？”熟悉的声音和着店里弥漫着的牛肉香味。几碗牛肉粉上桌，朋友们满头大汗地吃着，别有一番滋味。我问他们：“好吃吗？”他们一边不停地哈气，一边回答：“好吃！就是有点辣啊。”我从来没有想过，一眨眼，已经在吉首这座小城生活了三十七年，而且情不自禁地爱上了她，每天和她肌肤相亲，欲罢不能。入夜的吉首霓虹闪烁，万家灯火勾勒出这座小城美丽的轮廓，终于露出小城本色，妩媚动人，让人心醉。信若山，怀若谷，气若桂，品若兰，这是吉首的城市精神。爱在吉首，一往情深。家在吉首，长长久久。吉首，这是我工作生活的城市，它的温度、色彩、脉络，浸润着这方水土的气质，吉祥如意，活色生香。

（作者单位：吉首市广播电视台）

编辑/王庆华

报道事实真相 为民维护权益

湖南广播潇湘之声《938城市大真相》从3月18日起重点报道长沙市多家民营医院体检的种种乱象，如虚假宣传、价格不透明等。面对层出不穷的体检乱象，消费者如何防范？监管部门如何规范？记者通过专家的谈话录音，解读国家有关规定，告诉民众如何防范维权，并期待监管部门发挥更好的监管作用。这组报道一是问题抓得及时，具有很强的针对性。现在参加体检的人越来越多，全国每年有三亿多人参加体检，但体检行业

的乱象尚未得到有效规范，这组报道提出的问题已引起主管部门的高度重视。二是内容鲜活扎实，说服力强。报道中的一些典型事例是记者用暗访的方式探触新闻事件真相背后的真相，用真实的体验揭示事件深层蕴藏的情感，特别是一个个人物情真意切的谈话录音，令人感动，使得报道客观公正，让人信服，充分体现了新闻工作者深入实际，百折不挠，切实为民维护合法权益的高度社会责任感，值得点赞。

平凡职业演绎不平凡的故事

3月23日，长沙政法频道《行进长沙·精彩故事》系列主题报道第一期“芙蓉区城建局下水道清淤工人谭秋林的故事”在《夜线》栏目首播。长沙连获文明城市称号，离不开千千万万城市管理者的辛勤付出，下水道清淤工人每天重复着又脏又累的工作，用汗水换来城市的清洁。记者跟随清淤工下

到近五米的排水管道中拍摄，在强忍刺鼻臭味、浑身被污水灌透的情况下，用震撼的镜头、切身的感受，生动展现了清淤工人不为人知的辛劳和奉献。用记录的方式讲述长沙各行各业的平凡故事，展现长沙经济社会、精神文明的发展以及人性的闪光，契合政法频道“大时政”“大民生”的定位。

展湘女风采 树文明新风

由湖南省妇联主办、湖南公共频道承办的“芙蓉花开最美时——湖南纪念‘三八’妇女节暨寻找‘最美’活动启动式”于3月8日22:30播出。通过VCR和现场介绍的形式介绍了蒋眺辉、段意花等2014年度湖南“最美家庭”、“最美创业”、“最美湘女”代表们的先进事迹，期间穿插紧扣“三美”主

题的文艺节目表演。整场晚会主题鲜明，欢快紧凑，充满正能量，让人们感受到广大妇女在经济发展新常态中发挥出“巾帼不让须眉”的智慧和力量，在敬业奉献、孝亲敬老、崇德向善等方面展现出靓丽的风采。

如此弘扬国学值得肯定

衡阳电视台《衡阳新闻联播》从3月16日开始推出“国学天天读”专栏，每天一期，每期介绍一句国学经典名句。国学是中国文化的血脉，也是我们赖以生存、发展和创新的智慧源泉。为广大观众普及和重温国学经典，对提升市民文化素养大

有裨益。如16日的“老吾老，以及人之老；幼吾幼，以及人之幼”，17日的“勿以恶小而为之，勿以善小而不为”等，这些名句基本上是大家耳熟能详的经典。作为主流媒体，推出这样的栏目，利用电视形式宣传中华优秀传统文化，值得肯定。

涉外话题“秀”切勿“秀”过底线

脱口秀节目湖南都市的《话山论见》和长沙政法的《观点致胜》，常常“秀”些涉外话题。近期监看的10期节目显示，这些话题绝大多数局限在外国人的生活趣事、生活方式等生活领域内，话题和主持人评点构成涉外话题秀主元素。看外国人如何生活和如何看待他们的生活，两档节目或轻松说笑，或机敏含蓄，一事一议，简捷明了，声像部分有声有色，看着入眼；评点玩味有滋有味，听着入耳，有拓展视野、增长见识的传播效果。3月14日，两档节目都“秀”了“俄罗斯孩子在冰雪中成长”的话题，画面中冰天雪景，半裸的孩子从头浇下冰水，不觉丝毫寒意，只有欢声笑语。还有罗马尼亚姑娘行走37个国家，专拍美女，只为打造世界美女地图；泰国推出高端炸昆虫零食；英国母女参加选美双双获奖等，都“秀”得声色俱

佳，阅之神怡。

必须提醒的是，由于各国政治、经济、文化、价值观等方面的差异，“秀”这些话题，须在选题、语境、导向方面严格把控，不能“秀”过底线，产生不良传播效应。首先要把好政治关。作为地方媒体、专业频道，不得擅自对他国的政治制度、领导人隐私和居民宗教信仰等说三道四。好在所监看的节目中没有出现这方面的内容。其次要把握好话题素材的来源，不采用未经核实的网上信息。第三要把握好选题，不“秀”低俗无聊的话题，以免降低节目的品位。在话题素材和选题方面，已有些许不良苗头，希望引起重视。另外，作为地方媒体，每期节目的涉外话题不宜太多。3月17日的《观点致胜》就选取了8个涉外题材，占整期节目时长的近1/3，不妥。

别让负面报道破坏气氛

湖南都市3月4日《都市晚间》播出20条民生新闻中，正面报道两条，中性报道两条，其余均为负面报道。虽然两条正面报道所占位置和时长都比较适合，但其所具备的正能量不足以抵消16条负面报道所造成的负面影响。在这16条负面报道中，

囊括了凶杀、抢劫、贩毒、坠楼、诈骗、干警受贿、行业潜规则等等非常事件，让观众心里充满雾霾。即便在平常的日子也应该控制负面报道比例，“两会”期间的报道如此编排更不协调。

如此“情景再现”明显违规

湖南经视《钟山说事》3月10日播出新闻专题“坠楼女子的惊魂夜”，节目开始近5分钟的时间，多次通过“情景再现”的形式演绎坠楼女子曾在窗沿披头散发、躁怒不安、歇斯底里的过程及其细节。如此以“情景再现”的方式，展示因亲

情矛盾、家庭纠纷导致的极端行为、过激言论，过分渲染悲情、绝望等社会负面现象，有违相关的宣传管理规定，望媒体引以为戒。

（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

电广传媒与美国制片商签署 15亿美元战略协议

中国传媒第一股电广传媒与美国最大独立制片商狮门影业近日在长沙正式“牵手”。据悉，电广传媒与美国狮门影业的战略合作协议达15亿美元，是中国电影产业迄今为止最大的海外内容合作项目。未来3年里，双方除了共同进行影视项目合作外，还将商议开展网络视频、主题公园等衍生产品的开发。电广传媒董事长龙秋云表示，伴随着双方战略合作关系的建立，更多的中国故事、中国资本将与好莱坞电影工艺完美结合。（人民日报）

腾讯着手建立电视生态

日前，腾讯微信团队宣布，微信摇电视平台开放注册，电视台和节目方可通过yao.weixin.qq.com提交接入申请。据悉，电视台和节目方在上述网页提交资质、接入信号以及签订协议后，即可开通“摇电视”功能，从而与观众展开互动。这个消息异常重大，这意味着今年试水的微信摇电视进入生态的范畴，将会使今年的电视业态发生重大变化。（广电独家）

《超级老师》——为“真人秀” 添加“文化味”

2015年第一季度开始，原创节目《超级老师》在陕西卫视播出，它正在改变传统的才艺真人秀节目，认真地从教育者角度出发，为每一位教师选手提供长达7分钟的超级公开课，一方面体现教育者的知识储备和教学方法的优长，另一方面也向观众展示教育者背后的真实故事和独特才艺，展现今日之“师范”。在很多选秀节目形式大于内容、观众审美疲劳之时，以文化传承和人格塑形为价值追求，反而会深入人心。（人民日报）

网络时代的故事新编 影视剧和网络小说联姻

日前，国产电视剧《何以笙箫默》在江苏卫视和东方卫视首播，引发追剧热潮。《何以笙箫默》改编自知名网络小说作家顾漫的同名小说。据不完全统计，2015年接踵而至的影视剧中，备受期待的《芈月传》、《花千骨》、《盗墓笔记》等，都改编自网络小说。在一份网络热传的“2015年最值得期待的电视剧”榜单上，近九成作品剧本来自网络小说。“网络小说改编热”，正以前所未有的汹涌之势席卷荧屏。（人民日报海外版）

"电商剧"露脸北京春交会

扫一下电视上的二维码，点一下视频网站上的“购物车”，观众就能随手买下电视剧里出现的商品。在近日的春季北京电视节目交易会上，就有不少电视剧制作方盯上了这样的新趋势，与电商联手做生意，令观众轻松实现“边看边买”。这种能够直接打通观剧与购物的剧集，在业内被称之为“电商剧”。相关商品售出后的收益，双方将进行分成。在手机购物十分便捷的今天，这种玩法开始渐渐兴起。（北京日报）

“IP”成新宠 影视剧竞相尝鲜

对于当下影视圈来说，IP无疑是最炙手可热的词汇。所谓IP，即英文“Intellectual Property”的缩写，直译为“知识产权”，在影视范畴里，指的是某个品牌多种开放的项目总称。这个词2014年开始火热，最著名的案例就是湖南电视台的《爸爸去哪儿》。《爸爸去哪儿》在引进原版综艺节目的基础上，湖南电视台围绕此IP进行了系统开发，包括综艺节目、综艺大电影、手游、图书等。越来越多的影视剧也正朝着热门网络IP掘金。（解放日报）

亚视五大“死因”

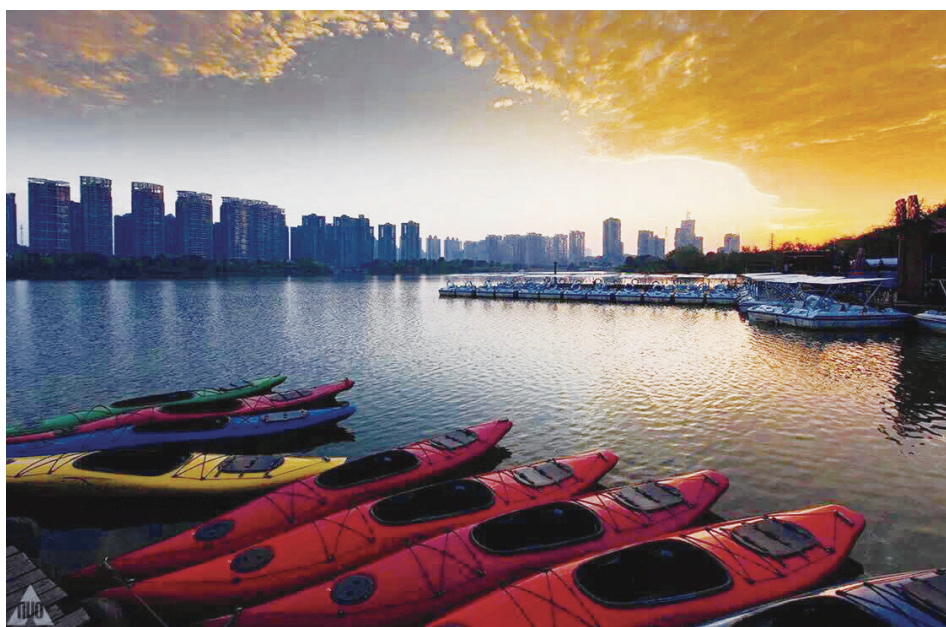
亚洲电视日前成为香港历史上首个被政府拒绝免费电视牌照的免费电视台。根据相关法例，亚视仍要广播至明年4月1日，但财困日深的亚视这一年如何继续下去？旗下逾六百名职员与艺人归属如何？都暂时没有答案。但有关其“死因”已由香港商务及经济发展局披露，该局前日提供的资料罗列了详尽“死因”，大致可总结为以下五点：包括屡次违规、资不抵债、收视低迷、观众失望和愤怒等。（信息时报）

中国首家雷锋频道辽宁抚顺开播

抚顺广播电视台“雷锋频道”近日开播，这是中国第一家以雷锋名字命名的电视频道，也是“全国首家弘扬社会主义核心价值观的专业频道”。“抚顺作为雷锋的第二故乡，应该承担起学雷锋的引领作用。”抚顺市广播电视台台长高泽友认为，“办雷锋频道，目的不仅是教育抚顺市民，也要把辽宁省的道德典型联合起来，为雷锋频道添砖加瓦。要带动抚顺市的学雷锋，更要辐射全省，甚至走得更远。”（中国青年报）

编辑/肖清

潇湘声屏



阿诺·月湖（摄影）



2015.03

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