

潇湘声屏

XIAOXIANGSHENGPING

群众路线是广播影视事业发展的生命线
品牌与商标

粉丝文化的多维度审视

新闻报道『改文风』探微



2013 . 07
XIAOXIANGSHENGPING

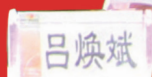
全国广播电视优秀学术刊物
全国广播影视十佳学术期刊
湖南省社会科学优秀期刊





湖南广播电视台 召开深入开展党的群众路线 教育实践活动动员大会 和七一表彰会

台党委书记
台长吕焕斌
主持会议并
作重要讲话



7月12日，湖南广播电视台召开深入开展党的群众路线教育实践活动动员大会和七一表彰会。台党委书记、台长吕焕斌主持会议并作动员讲话。省委督导组第21督导组组长高建雄在会上讲话，对我台的教育实践活动提出明确要求。台领导张华立、胡卫箭、罗毅、罗伟雄、刘向群、聂玫、王维、穆勇、黄伟、王平，潇影集团董事长周丕学、总经理刘惠东，芒果传媒董事长陈刚、总经理张勇，省广播电视协会会长刘一平，省委联络二组、省委督导组第21督导组成员，台机关、台直属各单位班子成员、副处以上党员干部、卫视频道全体党员参加会议。在七一表彰会上，台党委书记、台长吕焕斌作了重要讲话，全台27个先进党支部、10名模范党员、105名优秀共产党员和21名优秀党务工作者受到表彰。51名预备党员在模范党员的带领下举行宣誓仪式，参加活动的党员也一起重温入党誓词。



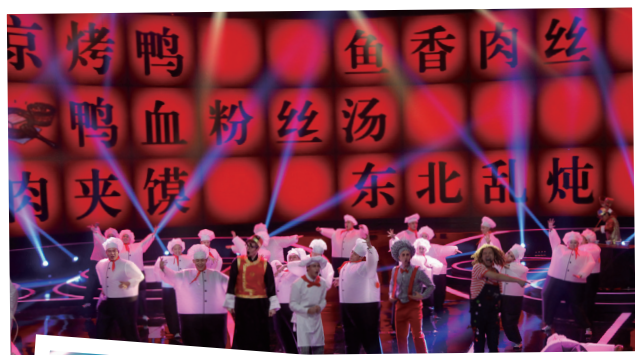
深入开展党的群众路线教育实践活动动员大会主席台

台党委书记、台长吕焕斌为十名模范党员颁奖



全体与会党员一起重温入党誓词

会议现场



7月6日晚，第十二届“汉语桥”世界大学生中文比赛隆重开幕。孔子学院总部副总干事、国家汉办副主任静炜和省委常委、宣传部长许又声共同启动开幕仪式，副省长李友志致欢迎词。省人大常委会副主任陈君文，省政协副主席欧阳斌，省教育厅厅长王柯敏，局、台领导吕焕斌、姜欣、张华立等出席开幕式。开幕式以“我的中国梦”为主线，展现了世界各地选手的中国梦。让观众在熟悉的旋律中感受到中外文化交融所带来的快乐。





生命 肖玲 (摄影)

声 潇 屏 湘

XIAOXIANGSHENGPING

总第 286 期 2013 年第 7 期

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

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 刘向群
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)

王 鹏 李 玉 成
李 浩 刘 毅
朱德强 朱皓峰
陈 湘 陈 扬
谷 良 肖 泉
杨为民 杨 壮
杨 跃 周 俊
周 雄 梁瑞平
凌引迪 凌红江
盛伯骥 彭国元
彭 健 傅湘宁
雷 瑛 潘礼平
薛雨东

社长 主编：全开家

责任编辑：冯资荣

曾 致

王庆华

肖 清

美术编辑：赖 芬

本期值班编辑：曾 致

主管单位：湖南广播电视台

主办单位：湖南广播电视台



声 潇 目 录 屏 湘

总第 286 期 2013 年第 7 期

XIAOXIANGSHENGPING



新视野

4 群众路线是广播影视事业发展的生命线 / 本刊评论员

深入开展党的群众路线教育实践活动

5 以高度的政治责任感和饱满的政治热情深入开展党的
群众路线教育实践活动 / 本刊记者

6 认真学习 深入领会 把群众路线教育实践活动开展好 / 吕焕斌

10 湖南广播电视台关于表彰 2012—2013 年度创先争优先进党
支部、模范党员、优秀共产党员和优秀党务工作者的决定

局长论坛

12 品牌与商标 / 穆勇

学术研究

15 传媒身份的现代性解构与民族化选择 / 卢莎莎

17 电视娱乐节目的若干思考 / 周磊

20 粉丝文化的多维度审视 / 刘瑞雪

22 论休闲文化对新闻书写的影响 / 刘莉

业务探讨

25 后相亲时代：下一个最火是什么？ / 刘樱

27 外来和尚，好念经？ / 欧阳逸雪 李耀武

28 加减乘除：限娱令背景下中国电视娱乐节目的出路 / 刘涛

31 浅谈新闻报道中的侵犯名誉权问题 / 刘崇

32 音乐综艺节目要创新制作理念 / 李蕾

33 舞台艺术作品宣传片还需下功夫 / 张婷

34 “今夜观察”板块的三大特色 / 钟镇藩

改革与创新

35 坚持值得 / 杨壮 高金华

38 《湖南新闻联播》改进文风的策略分析 / 何晋文

40 《联播》“再造”记 / 李越胜

宣传随笔

42 新闻报道“改文风”探微 / 彭国元

播音与主持

43 电视新闻播音“规范”和“播报样式”的再思考 / 颜倩

45 播音创作“虚静”论 / 靳辉杰

屏前幕后

47 三管齐下拯救长沙弹词 / 原源

栏目经纬

48 咱们学习有力量 / 任燕鸣

管理天地

50 因地制宜 强化管理 加速实施村村通工程 / 邓信开

51 谈谈如何开好党委民主生活会 / 郭国华

产业与经营

52 “爱+”：开创公益营销新模式 / 马珂

中国梦·芒果梦·我的梦征文

54 我用“快板”追梦记 / 王经文

56 我的中国梦 / 刘仕卫

电影之窗

57 新媒体背景下微电影的发展之路 / 贾红分

艺术长廊

59 让湖湘文化创新京剧火遍湖南 / 黄守愚

61 做一回幸福的读书人 / 周俞林

视听监评

62 “环塔”赛事报道得失谈等 8 篇

声屏博览

64《新闻联播》播都市偶像剧预告片等 8 篇

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
传真：(0731) 84801062
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

群众路线 是广播影视事业发展的生命线

/本刊评论员

习近平总书记在党的群众路线教育实践活动工作会议上强调,群众路线是我们党的生命线和根本工作路线。开展党的群众路线教育实践活动,就是要使全党同志牢记并恪守全心全意为人民服务的根本宗旨,以优良作风把人民紧紧凝聚在一起,为实现党的十八大确定的目标任务而努力奋斗。

回首中国共产党92载风云岁月,迎着中国梦的灿烂前景,我们深刻地认识到,人民是推动历史前进的强大动力,人民是我们党发展壮大的根本依靠,人民是我们党担当民族复兴伟大使命的力量源泉。

群众路线,就是遵循“一切为了群众、一切依靠群众、从群众中来、到群众中去”。广播影视战线走好群众路线,当务之急就是抓好全系统党员干部的思想建设。在实际工作中,必须以“照镜子、正衣冠、洗洗澡、治治病”为总要求,结合中央的“八项规定”,从严把党性修养正一正,把党员义务理一理,把党纪国法紧一紧,让党的思想更具凝聚力、向心力和战斗力。

历史证明,群众路线是党的生命线和根本工作路线。在全国人民同心共筑“中国梦”的新形

势下,群众路线同样也能为实现“中国梦”凝聚正能量。面对世情国情党情深刻变化带来的风险挑战,群众路线依然是战胜困难的重要法宝,人民群众依然是决定未来的强大力量。

为了人民、服务人民是马克思主义新闻观的重要基石。广播影视新闻媒体的根基在人民,血脉在人民,智慧在人民,力量在人民,媒体追求的强大影响力也在人民。当前,在宣传党的群众路线教育实践活动中,全省广播影视工作者,要时刻牢记党的宗旨,大力弘扬党的优良传统,永葆党的先进性;要加强党性锻炼,筑牢理想信念,进一步坚定走中国特色社会主义道路的信心和决心;要进一步认识广播影视事业在党和国家全局的重要地位和作用,以马克思主义新闻观作为指导思想,结合新闻战线正在深入开展的“走基层、转作风、改文风”活动,把服务人民群众作为一切工作的出发点和落脚点,要积极组织广大新闻工作者深入群众生产生活,真诚倾听群众呼声,反映群众创新创造,帮助群众解决实际问题,把党和人民赋予的新闻报道权用到为人民服务上来。

与人民同呼吸,才能真正做

到与人民心心相印。只有倾听群众呼声,反映群众意愿,集中群众智慧,广播影视工作才能更好地造福于民。

“离基层越近,越有真感受”。广播影视工作实践告诉我们,走基层必须坚持点面结合,在广度和深度上下功夫,全面兼顾不同地区、不同行业、不同群体,既要走向农村,又要走向社区;既要走进工厂,又要走进山区,不断扩大走基层的覆盖面。各级新闻媒体、影视创作机构,应建立更多的基层联系点、示范点、拍摄基地,大力开展蹲点调研、定点帮扶,引导广播影视工作者抓住典型,挖掘素材、分析问题,不断增强“走转改”的实效,通过笔触、话筒和荧屏,把人民群众的愿望诉求如实反映出来,这样才能赢得他们的信赖和认可。

“离泥土越近,越有生命力”。在广播影视宣传工作中,我们要把握主题、突出重点,讴歌丰功伟绩、凝聚思想力量,全面贯彻落实党的十八大精神,勇于担当重任,不负人民重托,解放思想,与时俱进,求真务实,为广播影视事业的美好明天而努力奋斗!

湖南广播电视台召开动员大会要求各单位各部门 以高度的政治责任感和饱满的政治热情 深入开展党的群众路线教育实践活动

本刊讯：7月12日上午，湖南广播电视台召开深入开展党的群众路线教育实践活动动员大会。台党委书记、台长吕焕斌主持会议并作动员讲话。省委督导组第二十一督导组组长高建雄在会上讲话，对湖南广播电视台的教育实践活动提出明确要求。台领导张华立、胡卫箭、罗毅、罗伟雄、刘向群、聂玫、王维、穆勇、黄伟、王平，潇影集团董事长周丕学、总经理刘惠东，芒果传媒董事长陈刚、总经理张勇，湖南省广播电视协会会长刘一平，省委联络二组、省委督导组第二十一督导组成员及台机关、卫视频道全体党员、台直属各媒体班子成员、各单位党政一把手和副处以上党员干部一千多人参加会议。

吕焕斌在会上强调指出：群众路线是党的生命线，是党的根本工作路线，坚持群众路线是湖南广电持续、快速、健康发展的根本保证。开展教育实践活动，是抓好当前党的建设的头等大事，我们一定要抓住这次机遇，以高度的政治责任感，饱满的政治热情，充沛的工作精力，将教育实践活动与我台的各项工作紧密结合起来，实现湖南广电的持续、快速、健康发展。他要求全台各单位和部门的班子成员、党员领导干部在教育实践活动中结合自身情况，充分听取群众意见，对思想作风、领导作风、工作作风上存在的问题进行认真排查和整改。要在宣传教育和排查问题的基础上，拿出整改方案，动真格、见行动、求实效。

高建雄对我台深入开展党的群众路线教育实践活动的前期工作和吕焕斌同志所作的动员讲话给予充分肯定，并要求我台在接下来的教育实践活动中统一思想，把握活动要求，注重方式，切实开展活动。

当天下午，台党委“深入开展党的群众路线教育实践活动”工作领导小组办公室举行第一次工作会议。领导小组副组长、副台长胡卫箭出席会议并部署相关工作。

会上，领导小组办公室主任、台机关党委专职副书记莫良苏介绍了台党委“深入开展党的群众路线教育实践活动”工作领导小组办公室组成、分工及目前的工作进度。领导小组办公室副主任、各工作组组长就下阶段工作提出意见和建议。

胡卫箭指出：历年来，湖南广电在各项工作中都是积极创新、走在前列，得到省委、省政府的肯定和信任。这次能否贯彻落实好中央及省委精神、深入开展党的群众路线教育实践活动，是对湖南广电又一次重大考验。胡卫箭要求各工作组既要严格按照中央及省委要求完成好“规定动作”，又要积极思考，在工作中不断创新；要积极当好台党委的助手，加强学习，深入领会上级要求和领导讲话精神，同时尽快细化工作方案和日程表；要各司其责，积极协作，做到我中有你、你中有我，确保把全台党的群众路线教育实践活动做实、做出彩。

（本刊记者）



认真学习 深入领会 把群众路线教育实践活动开展好

——在湖南广播电视台深入开展党的群众路线教育实践活动动员大会上的讲话

/吕焕斌

今天的大会十分重要。既是深入贯彻落实中央和省委重要精神，开展党的群众路线教育实践活动的动员大会；又是对全台干部、党员的思想、作风进行全面、认真清理的动员大会；还是为湖南广电的持续、快速、健康发展打造坚实的政治基础和思想基础的动员大会。省委督导组对这次大会非常重视，督导

组各位领导亲临指导，等会儿高建雄组长还要作重要讲话，我们要认真学习、深入领会，在省委督导组的指导下，把群众路线教育实践活动开展好。

在全党深入开展以为民务实清廉为主要内容的党的群众路线教育实践活动，是党的十八大做出的一项重大部署。中央专门为此下发了《关于在全党

深入开展党的群众路线教育实践活动的意见》，召开了专门的会议，习近平总书记和其他中央领导同志都作了重要讲话，提出了明确的要求。省委在学习、贯彻中央要求的基础上，对我省党的群众路线教育实践活动进行了全面的动员部署。下面，我讲三点意见。

一、提高思想认识，做好学习动员

深入开展党的群众路线教育实践活动，是在新形势下坚持党要管党、从严治党的重大决策，是顺应群众期盼、加强学习型、服务型、创新型马克思主义执政党建设的重大部署，是推进中国特色社会主义建设伟大事业的重大举措。深刻领会群众路线教育实践活动的重大意义，是我们作好学习动员、提高思想认识，确保活动扎实有序推进的重要前提。有的同志问，党的十五大之后，我们党开展了“三讲教育”和“三个代表”重要思想的学习教育；十六大以后，开展了党的先进性教育；十七大以后又开展了学习和实践科学发展观的教育和创先争优活动，为什么现在还要开展党的群众路线教育实践活动呢？我们从三个方面回答这个问题：

1、党的群众路线是我们党的生命线，是党的根本工作路线，必须经常讲、年年讲。过去我们只知道密切联系群众是党的三大作风之一。今年4月19日，中央政治局会议决定今年在全党开展党的群众路线教育实践活动，会议明确提出“群众路线是我们党的生命线”。为什么这么说呢？我想第一，从历史上看，我们党的历史就是一部团结群众、依靠群众、发动群众和党同心同德共同奋斗的历史。第二，从性质上看，党的宗旨是全心全意为人民服务，这是我们党区别于其它政党的本质属性。第三，从现实看，坚持群众路线，不仅是一种工作方法和领导方法，更是一种政治立场和价值理念，是我们党永不变质、党的领导能够长期坚持的重要保证。省委常委中心组学习时，专门由党史专家给省委常委和中心组进行学习和辅导，就是讲党的群众路线在我党的创立、发展并最终成为我们的一项重要建党思想的来龙去脉。我们旁听也非常受启发和教育。习近平总书记说，坚持群众路线“是实现党的18大确定的奋斗目标的必然要求，是保持党的先进性和纯洁性、巩固党的执政基础和执政地位的必然要求，是解决群众反映强烈的突出问题的必然要求”，这三个“必然要求”，高度概括了我们党坚持群众路线的必要性和极端重要性。

2、坚持群众路线是新时期党建工作的根本要求。党的18大指出，新时期我们党面临着“四种考验”和“四大危险”。四种考验是执政的考验、改革开放的考验、市场经济的考验、外部环境的考验。四大危险是精神懈怠的危险、能力不足的危险、脱离群众的危险、消极腐败的危险。这四大危险，我们也要对照着来检查我们的班子、我们

的团队和我们自己。习近平总书记告诫全党：党的先进性和党的执政地位都不是一劳永逸、一成不变的，党的先进性和党的执政地位这两个对于我们党来说都是根本的东西，都不是一成不变的和一劳永逸的。过去先进不等于现在先进，现在先进不等于永远先进；过去拥有不等于现在拥有，现在拥有不等于永远拥有。中央指出：有的领导机关、领导班子和一些领导干部形式主义、官僚主义、享乐主义突出，奢靡之风严重。主要表现在理想信念动摇、宗旨意识淡薄、精神懈怠；贪图名利、弄虚作假、不务实效；脱离群众、脱离实际、不负责任；铺张浪费、奢靡享乐、甚至以权谋私、腐化堕落。这样下去，不但党的先进性无法保证，共产党的执政地位也无法保证。要解决这些问题，唯一的“法宝”就是坚持群众路线。这就必须在思想上牢固树立群众观念，工作中始终坚持群众路线，进一步转变工作作风，进一步紧密和群众的关系，进一步提高做群众工作的能力。

3、坚持群众路线是湖南广电持续、快速、健康发展的根本保证。由于省委、省政府高度信任和大力支持，近年来湖南广电获得了较快的发展，但也还存在不少的问题。一是湖南广电过去积累的矛盾进入了集中暴露期，二是自身的体制和机制改革进入了临界期，三是体制内的创新和发展接近了饱和期。在多元文化、多种诉求、多重压力面前，省委给我们的只有一个选择，就是继续保持在全国的领先地位，甚至还要比过去做得更好。

拿什么来保证湖南广电的持续、快速、健康发展？从年初以来，党委一班人就一直在思考。从表面上来看，问题比较多地出现在管理上。许又声部长年初在台里的领导干部年会上，就对我们提出，要在管理上下功夫，对我们台里的工作提出了更高的要求，对我们在管理工作中的问题也提出了严肃的批评，所以我们在管理上花了更多的功夫。但仔细一想，又不完全是，至少根源不仅是在管理上，而是在思想上、认识上、作风上。有人总结说：湖南广电“最难的是改革改制、最有害的是互相攀比、最担心的是收视下滑、最需要的是不断创新、最宝贵的是省委省政府的支持”，我看还可以再加一句，“最关键的是坚持群众路线”。认真分析一下，广电的许多问题产生的根源，正是因为尊重群众、相信群众、依靠群众不够。毛主席说，我们应当相信群众，我们应当相信党，这是两条根本的原理。这前

一条我觉得我们做的还不够多、还不够好。还应该看到，第一条没做好，第二条也就很难做好。因为没有第一条，不相信和依靠群众，群众也就不会信任和支持我们，党组织的形象就要受到损害，我们的工作成效就要打折扣。

从这个角度说，开展党的群众路线教育实践活动对湖南广电的持续、快速、健康发展既是非常重要的，也是非常及时的，具有很强的针对性。我们台今年开局不错，下半年来势应该会更好，当然，我们还要把下半年的困难想得更多一点，把我们下半年要解决的问题想得更实一点。如果把坚持群众路线这一条也做好了，矛盾和问题就会少得多，发展和进步也会快得多。

二、领会精神实质，把握总体要求

在这里，我先把省委对这次教育实践活动的指导思想、基本原则、目标任务给大家重复一下。指导思想是：高举中国特色社会主义伟大旗帜，以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观为指导，紧紧围绕保持和发展党的先进性和纯洁性，以为民务实清廉为主要内容，以县处级以上领导机关、领导班子和领导干部为重点，切实加强马克思主义群众观点和党的群众路线教育，把贯彻落实中央“八项规定”和省委“九项规定”作为切入点，进一步突出作风建设，坚决反对形式主义、官僚主义、享乐主义和奢靡之风，着力解决人民群众反映强烈的突出问题，着力解决在坚持解放思想、求真务实等思想作风方面存在的突出问题，着力解决在建设廉洁政治方面存在的突出问题，提高做好新形势下群众工作的能力，提高真抓实干、攻坚克难的能力，提高拒腐防变、抵御风险的能力，始终保持党同人民群众的血肉联系，充分发挥党密切联系群众的优势，为推进湖南“四化两型”建设、加快全面建成小康社会提供坚强保证。基本原则是：坚持正面教育为主，坚持批评和自我批评，坚持讲求实效，坚持分类指导，坚持领导带头。目标任务是：教育引导党员、干部树立群众观点，弘扬优良作风，保持清廉本色，集中解决“四风”问题，使广大党员、干部的思想进一步提高，作风进一步转变，党群干群关系进一步密切，为民务实清廉形象进一步树立，以优良党风凝聚党心民心、带动政风民风。

这一段话很长，但内容很丰富，要求很明确。有几个要点，请大家一定要掌握。这次活动的主要内容是“为民务实清廉”，重点对象是领导机关、领导

班子和副处以上领导干部；切入点是中央八项规定和省委九项规定；任务是针对党员干部身上表现出来的形式主义、官僚主义、享乐主义、奢靡之风的突出问题进行清理和整改；主要的方法是批评和自我批评。

如何领会精神实质，把握总体要求？守盛书记讲了四个“始终突出”。

一是要始终突出活动总要求。总要求不同于总体要求，更概括、更精炼，这就是中央明确的四句话十二个字，叫做“照镜子、正衣冠、洗洗澡、治治病”，概括起来就是要“自我净化、自我完善、自我革新、自我提高”。

二是要始终突出整风精神。就是要开展严肃认真的批评和自我批评，敢于抛开面子，揭短亮丑、深挖根源、触动灵魂。要能够“红红脸”、“出出汗”、“排排毒”，达到祛歪风、压邪气、树新风、扬正气的目的。要用整风的精神投入到这次的思想教育活动，每个人要敢于照镜子、正衣冠、洗洗澡、治治病。对于班子来说，也要敢于抛开面子，揭短亮丑、深挖根源，要能够“红红脸”、“出出汗”、“排排毒”。

三是要始终突出领导带头。各级领导干部既是活动的组织者、推进者、监督者，更是参与者，要以普通党员的身份把自己摆进去，坚持高标准、严要求，以从我做起、向我看齐、对我监督的态度，带头把思想亮出来、把问题摆出来、把原因找出来，把整改措施晒出来。

四是要始终突出制度建设。守盛书记指出，作风问题具有反复性和顽固性，必须经常抓、长期抓。既要立足当前解决突出问题，又要着眼长远建章立制，实现作风建设的制度化、规范化、常态化。

守盛书记强调的四个“始终突出”，不仅对党员领导干部提出了明确要求，而且深化、具化、细化了教育实践活动的内涵，向每一个党员领导干部提出了一个必须思考和回答的问题，那就是在这次教育实践活动中你应该做什么？怎么做？这是对所有党员干部的一个重要的考验，是检验我们群众路线、群众观念的一个重要试金石。

借这个机会，我想提醒大家警惕几种错误的认识和做法：一是不重视。一把手不亲自抓，派其他班子成员应付；二是不积极。认为教育实践活动又是搞形式、走过场；三是不认真。活动方案不认真、查摆问题不认真。四是不实在。总结写的很漂亮，群众反映的突出问题没解决，还是停在嘴上、写在纸上、贴在墙上，让群众急在心上。教育

实践活动重在求实效，各单位要清楚地看到这一点，扎扎实实做几件有利于发展的大事、群众欢迎的好事、扶贫帮困的善事，不做群众反感的事。

三、结合广电实际，解决突出问题

结合广电实际，抓住关键、找准要害，查找问题。解决问题，是检验教育实践活动成功与否的重要标准。要提倡说实话、办实事、求实效，着重解决以下九个突出问题：

1、要坚定理想信念，自觉执行党的政治纪律和宣传纪律，解决好“左右摇摆”的问题。在中国，媒体不止是“社会公器”，更是党和政府的“喉舌”，是维护党的领导、维护人民群众根本利益和长远利益的“工具”，媒体的立场和观点往往是社会舆论的“风向标”。我们的媒体和媒体从业人员要自觉地与党中央保持政治上的高度一致，防止以个人的立场、观点、偏好代替党的方针政策；防止背离社会主义核心价值观。这个问题对我们媒体来说，对我们党报党台来说，对我们每一个媒体从业人员来说，是最严肃的问题，也是最根本的问题。我们现在意识形态的断裂，我们所面临的斗争形势，还相当的尖锐和复杂，我们要始终坚持党管媒体，始终坚持党的喉舌功能和阵地意识，始终坚持我们作为党的新闻工作者来做好我们的宣传工作和媒体事业，特别是在大是大非的问题上，绝对不能含糊，要敢于亮明自己的观点，敢于坚持自己的立场，时刻要牢记我们是喉舌，是阵地，我们是党台。特别是在关键的时候，绝对不能含糊。现在我们有的同志，或者是说相当一部分同志，尤其是一些年轻的同志，碰到需要亮明自己的立场和观点的时候，含含糊糊，闪烁其词，甚至是没有原则的附和。我们有的同志在自己私下聊天、谈话、交友场合，在自己的博客和微博客中，没有原则，乱发议论，甚至丧失立场。在这里，我们要严肃地提出这个问题，我们一定要坚定信念，任何时候，特别是在大事大非的时候，在历史让我们作出判断的时候，绝对不能含糊。我们一定要站到真理一边，一定要坚持共产党员的理想和信念。在中共中央政治局的会议上，习近平总书记和其他常委都作了讲话，而且讲话是相当的尖锐，相当的旗帜鲜明，对我党的高级领导和全党提出了更严格的要求。我们作为媒体，我代表台党委对我们全台的党员干部、编辑记者同样也提出这个要求：一定要坚持新闻的党性原则，一定要坚持党管媒体，一定要坚持我们的媒体属性，这个坚决不能动摇。所以一

定要解决好左右摇摆的问题。防止报道中的以偏概全、一叶障目、不见泰山。任何时候都不允许在宣传报道中发表与中央、省委精神相违背的言论；不允许散布有损党和政府形象的小道消息；不允许传播质疑社会主义道路和党的领导的错误观点。要始终坚持党管媒体、始终坚持正确的舆论导向、始终坚持媒体的社会责任，要教育引导党员干部和媒体从业人员，始终坚定理想信念，树立正确的世界观、人生观和价值观。

2、要加强党性锻炼，落实从严治党，解决好“亚忠诚”的问题。何谓“亚忠诚”？一是口是心非，对党的路线、方针、政策和上级党委的决定口头上赞成，心里并不认同，或者不完全认同；二是本位主义，当整体利益和部门利益发生冲突时，以部门利益为第一考量，缺乏大局意识和整体观念；三是趋易避难，有利的事、好做的事、符合自己心意的事争着上，困难的事、有矛盾的事、不符合自己心意的事躲着走，或者随便应付；四是报喜不报忧，或缓报、或巧报；五是随大流，不担责、不负责，不坚持原则。“亚忠诚”跟人体身上的“亚健康”一样，是党内政治生活中的“隐患”，是党性不纯的表现，应当引起我们的高度警惕。要用党章的要求规范党员干部的思想言行，真正做到令行禁止，决不允许搞“上有政策、下有对策”，决不允许在贯彻上级党委的决策部署上打折扣、作选择、搞变通。不讲原则，工作中挑三拣四，向组织上提要求，然后组织上谈话完了以后，自己还要考虑一下，还要征求家里的意见，还要征求朋友的意见，还要征求一大堆意见，再跟组织上提条件，讲困难，甚至打回票。这样的情况现在是相当普遍。我们知道，我们党的优良传统，哪里困难我们就到哪里去，打起背包我们就到哪里去，那时候传唱的就是这样。但是现在，对不起，哪里困难，哪里要求，我想一想，看一看，提一提要求，你满足了，我再考虑看不去。我们的风气，我们的这种文化，我们的这种亚健康，说老实话，我也看不惯。我们毕竟受党教育几十年，还有一种朴素的党性意识，阶级意识，还有一种纪律意识，甚至还有一种愚忠，就是一种忠诚，不讲条件的忠诚。只要组织上有要求，一个电话，一句话，甚至一个鼓励的眼神，如果这时候，自己不站出来，就觉得无处藏身，就觉得脸红心跳。所以工作讲条件、摆困难，我们确实要好好反省一下了。这个会相互传染的，希望通过这次教育实践活动，能够

有所触动,有所改观。

3、要深化对改革开放、科学发展的认识,解决好“骄”和“满”的问题。近年来,湖南广电发展较快,工作有了一些成绩,有的同志就开始“飘飘然”了。固步自封、不思进取、纪律松懈、贪图享受的现象和问题开始出现了。骄傲自满带来的是改革意愿不足,创新意识不强、奋斗精神缺失,群众不满意,省委不满意,我们自己也不满意。要看到湖南广电取得的成绩,是改革开放的大时代给了我们发展的空间,是省委省政府和全省人民的大力支持,是广电几代人创业奋斗的结果。湖南广电发展的任务还很重,竞争的压力还很大,要创新的领域还很多,正处在逆水行舟、不进则退的关键时刻,稍不努力,就会被别人超越。我们一定要有这样的危机感、紧迫感,更加锐意进取,勤奋务实,加快发展。湖南广电这么多年的发展,包括我们上半年的来势,种种迹象都让我们有一种满足感、成就感和一种稍微懈怠,难以言表的满足感,这是非常危险的。生于忧患,死于安乐,最好的时候就是危机降临的时候。湖南卫视一俊遮百丑,湖南卫视广告的数字让我们一俊遮百丑。如果不看到我们的问题,不看到我们体制的差距、管理的差距、创新的差距,不看到我们在新媒体布局上的差距,我们的危机已经不远了,就在门外,马上就要敲门。这半年来,台党委、台务会反复密集的开会,在谋划什么?就在谋划怎么面对马上降临的危机,怎么应对马上破门而入的危机。我们千万不要只看到创收还在增长中,湖南卫视的收视率还在领先;千万不要看到出去以后还有人在表扬我们,还有人在夸奖我们;也千万不要只看到我们新创的节目在海峡两岸还有比较好的口碑,在全国的收视率还有比较好的表现。这些都是暂时的。一个巨型企业,一个事业品牌垮掉,也是很短的时间,这样的例子,举不胜举,大家一定要有这个危机意识。

4、要改进领导作风、密切联系群众,解决好“群众怕”和“怕群众”的问题。群众怕什么?怕领导架子大不好接近;怕说真话领导不爱听;怕提意见领导给穿小鞋。领导怕什么?怕群众出难题不好解决,怕群众讲怪话下不了台,怕群众举报失去上级信任。怕来怕去,“鱼水关系”就变成了“油水关系”,还有可能变成“水火关系”。密切联系群众是我们党的三大作风之一,也是我们的工作求真务实的前提,还是科学民主决策的重要要求。我们的党员干

部一定要主动深入群众、亲近群众。我们的调查研究要围绕广电发展的重大问题,群众关心的突出问题,基层关注的重要问题进行。要建立和群众密切联系的“渠道”,开辟听取群众意见的“窗口”,完善科学民主决策的机制。通过这些办法,改变“领导在干什么群众不知道,群众在想什么领导不知道”的现象;改变干部队伍中存在的问题粗疏、管理粗放、作风粗暴的现象。

5、要坚持民主集中制,维护班子团结,增强党组织的凝聚力和战斗力,解决好“领导带头”的问题。要坚决防止和纠正工作中的本位主义、决策中的个人主义、纪律上的自由主义。班子成员,要防止拉山头、搞派性,拿原则做交易,会上不说、会后乱说,把团队变成了“团伙”。各单位“一把手”,要带头遵守“三重一大”集体决策制度和“三不一末”规定,带头讲政治、顾大局、严纪律、守规矩;带头和班子成员交心通气,开展严肃认真的批评和自我批评。在这个问题上台党委班子要自觉地接受全台党员干部的监督,而且欢迎大家对台党委班子进行严格的监督。如果台党委班子没有效率、不讲原则、不守纪律、思想涣散,希望大家严肃地、直接了当地、不讲情面地提出批评,甚至可以向省委反映。

6、要树立新的学风、文风、会风,解决好“真改还是假改”的问题。在改进学风、文风、会风上要防止和纠正“扎扎实实搞形式,认认真真走过场”的问题,要防止以新的形式主义替换旧的形式主义。各单位要加快制定集体学习制度,出台减少文件、刊物、资料的规定和精简会议、改进会风的措施办法。学习要力求理论联系实际,学以致用、学用结合;文件资料要简明扼要、观点鲜明;会议要减少数量,提高质量,讲求实效。改进学风、文风、会风的关键在于领导和领导机关要真改不要假改,要彻底改,不能改一阵又恢复,要把精力集中到想大事、干实事、求实效上来。

7、要坚持廉洁从政,根治“奢靡之风”,解决好“有效监督”的问题。从《廉政准则》的八个严禁、52个不准,到政治局改进工作作风、密切联系群众的8条规定、省委的约法九章,再到领导干部工作和生活待遇的相关规定,中央对廉洁从政的问题已经有了明确而细致的规定。落实这些规定的关键在于监督,尤其是“有效”监督。一是制度约束。对“三公”支出和领导干部的工作生活待遇,要遵守上级规定的标

准,没有规定的要按照厉行节约的要求自行制定标准;二是规范用权。纪检部门要对关键环节和重要岗位公共权力运行列出权力的“边界”,划出风险防控的“红线”;三是群众监督。要对私设小金库、收受红包礼金、打牌赌博、作风不检点、道德败坏等问题欢迎群众举报,严肃认真查处。四是要加快全台ERP数据系统的建设,用科技这只“眼”盯住全台的、经营性活动。今年我们着重抓建设,抓制度管理建设。我们出台的、就是要坚持重大问题集体决策,就是要杜绝管理上的盲区和漏洞。

8、要坚持德才兼备的用人标准,抵制用人上的不正之风,解决好“公开透明”的问题。要坚决防止和纠正“跑官要官”、封官许愿、违规选拔、超职数配备干部、在提拔任用干部上说情打招呼的行为。要认真执行《党政领导干部选拔任用工作条例》,严格选拔标准、严守相关程序,严防“带病提拔”、严禁暗箱操作。坚持公开透明的原则,多听群众意见。

9、要严格党员队伍管理,发挥先锋模范作用,解决好“骄、庸、懒、散”的问题。湖南广电绝大多数党员干部是好的和比较好的,但也有的同志或理想信念动摇,精神不振,意志消沉;或骄傲自满、不思进取、贪图享受;或纪律松懈、慵懒散漫、工作责任心不强;或大事干不来,小事不愿干,工作挑肥拣瘦。凡此种种,都和党员干部应该发挥的先锋模范作用相去甚远。要教育和引导全体党员切实增强宗旨意识、奋斗精神、奉献精神。

当然,广电存在的问题肯定不止上述九个。全台各单位和部门的班子成员、党员领导干部要结合自身情况,充分听取群众意见,对思想作风、领导作风、工作作风上存在的问题,进行认真的排查和整改。要在宣传教育和排查问题的基础上,拿出整改方案,动真格、见行动、求实效。

同志们,深入开展党的群众路线教育实践活动,具有重大的现实意义和深远的历史意义,对湖南广电的党员干部来说,更是一次解放思想、增强党性、自我提高的极好机会,也是对全台党组织和党员的一次重要考验。我们要按照中央和省委的指示精神,在省委督导组的指导和帮助下,把这次“考试”考好,向省委交一份满意的答卷。

(作者系湖南广播电视台台党委书记、台长,本文根据录音整理)

编辑/王庆华

湖南广播电视台关于表彰 2012—2013 年度 创先争优先进党支部、模范党员、优秀 共产党员和优秀党务工作者的决定

2012 年以来,在台党委的领导下,全台各级党组织、广大共产党员和党务工作者,全面落实科学发展观,扎实推进创先争优活动,紧紧围绕湖南广播电视台改革、创新、发展,结合本单位实际,不断创新党建工作,较好地发挥了党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用,涌现出了一批先进党支部、模范党员、优秀共产党员和优秀党务工作者。为表彰先进,树立典型,学习榜样,促进

我台党的建设和事业发展,经台党委研究决定,在 2013 年“七一”期间表彰一批先进党支部和优秀个人。决定授予台办公室党支部等 27 个党支部“湖南广播电视台创先争优先进党支部”称号,樊旭文等 10 名同志“湖南广播电视台创先争优模范党员称号”,朱美玲等 105 名同志“湖南广播电视台创先争优优秀共产党员”称号,高福初等 21 名同志“湖南广播电视台创先争优优秀党务工作者”

称号。

这次受表彰的先进集体和优秀个人,是全台 160 个党支部和 3572 名党员的代表。希望受表彰的集体和个人珍惜荣誉,戒骄戒躁,再创佳绩,更上一层楼。全台各级党组织和广大党员都要向他们学习,进一步坚持党性、坚定信念、忠于事业、顽强拼搏,以更加昂扬的斗志和崭新的精神风貌,积极投身我台的改革、创新、发展,并作出更大贡献。

先进党支部

湖南广播电视台办公室党支部
湖南广播电视台人力资源部党支部
湖南广播电视台财务部党支部
湖南广播电视台党群工作部党支部
湖南广播电视台安全保卫部党支部
湖南广播电视台新闻中心第二党支部
湖南广播电视台制作调度中心党支部
湖南广播电视台广告经营管理中心第二党支部
湖南广播电视台播控中心党支部
湖南广播电视台广播传媒中心交通频道党支部
湖南广播电视台卫视频道总编室党支部
湖南广播电视台卫视频道节目制作中心党支部
湖南广播电视台卫视频道节目制作中心第九党支部
湖南广播电视台经视频道新闻部党支部

湖南广播电视台都市频道第五党支部
湖南广播电视台金鹰纪实频道第二党支部
湖南广播电视台娱乐频道技术党支部
湖南广播电视台电视剧频道第二党支部
湖南广播电视台公共频道第二党支部
湖南广播电视台金鹰卡通频道第一党支部
湖南广播电视台潇湘电影频道第一党支部
湖南省广播影视物业管理中心第二党支部
潇湘电影集团有限公司影视制片党支部
湖南电广传媒股份有限公司总部党支部
快乐购物股份有限公司第四党支部
湖南经视文化传播有限公司党支部
湖南快乐先锋传媒有限公司党支部

模 范 党 员

湖南广播电视台规划建设部	朱建武	湖南广播电视台经视频道	王 欢
湖南广播电视台广告经营管理中心	樊旭文	湖南广播电视台都市频道	汤国兴
湖南广播电视台广播传媒中心	于文文	湖南省广播影视物业管理中心	陈 铮
湖南广播电视台卫视频道	奉纓旗	潇湘电影集团有限公司	黄译萱
湖南广播电视台卫视频道	洪 啸	快乐购物股份有限公司	王 亚

优秀共产党员

李湘春	任 皓	周 玲	龙向军	寇 徽	蒋云山	黄 新	李武望	张 萍	张 怡
彭 嬛	骆建立	李立影	姚 伟	阳玉林	肖德志	陈曙光	袁慧玲	高 翔	李文泰
杨年春	卢斌华	周汝善	喻 晶	李国强	王一姗	刘常乐	吴林刚	李大罗	欧阳萌佳
胡 当	李特生	刘 朋	赵 超	赖 凡	田思思	陈攀峰	兰桂萍	石方安	喻亚文
杨欣村	徐跃武	陈 阳	杨月娥	贺 超	陈晓丹	柏 平	方莉丽	黄 佶	张 琼
杨 杰	刘国强	王庆华	袁 理	刘宁莎	魏 春	胡晓慧	郭立军	杜海波	肖 冰
黎 捷	罗勇科	黄雅莉	韩建新	唐雄辉	彭爱辉	赵立军	袁楚贤	冯 硕	刘登佐
文一平	张 明	刘玉珍	黄 昉	关 虹	周 平	陈 煜	李 牛	王文亮	刘 璟
张 麓	周 婷	刘 伟	谢 娇	朱 军	杨朝霞	肖伟敬	刘 尧	裴 平	王忠泽
熊冰冰	谢 卫	满 勇	刘 芳	周代元	尹驰锬	杨雁妮	杨 蓉	李赞扬	朱美玲
张吉陵	李灿文	姚 琪	葛 利	胡 娟					

优秀党务工作者

欧小青	祁 惟	段 虹	李建京	高福初	周宇星	路 敏	谢翔宁	胡 蓉	陈卫东
肖 炜	张原皓	臧干军	周 虹	刘 京	康晓辉				
刘 樱	王旭波	蒋子云	李劲峰	郭建平					



品牌与商标

穆勇

首先衷心感谢刘凡会长的盛情邀请，很荣幸能参加这个高规格、高行业影响的“文化沙龙”，也很高兴有机会和大家在一起交流学习。我谈的题目是《品牌与商标》，我觉得商标和品牌是一体两面，血肉相联，相辅相成的。

一、商标注册“早、快、全”，三足鼎立立品牌

“世界未来的竞争就是知识产权的竞争”，在传媒领域更是如此，因为传媒本身就属于文化产业，而文化产业跟知识产权是息息相关的。因此，我台在商标注册方面，力求做到“早、快、全”。“早”就是要有超前意识，“快”就是快速注册，“全”就是对一些重点商标尽量全类覆盖，通过三个方面发力，以此奠定我们台的品牌基础。1997年湖南台上星后使用了新的

台标，在上星的当年，我们就向国家商标局提出了相关类别注册申请，几乎实现了全类覆盖，不留任何商标权利真空地带。2010年，经过我们的艰苦努力，台标一举获得了“中国驰名商标”称号，这是中国电视媒体获得的第一个驰名商标，极大地提升了我台的品牌价值。随着电视竞争的日趋白热化，台里新栏目、新节目不断涌现，台里法务部门也参与其中，快速反应，在节目策划阶段及播出之前就开始了商标注册，力争在第一时间成功注册。对《超级女声》、《快乐男声》等一批在全国范围内具有很高知名度和影响力的栏目名称进行了全方位注册，并将与之相匹配并具有很高识别度的文字图案同时进行注册。比如《快乐大本营》作为我台的金牌栏目，在早期做了基础的注册保护，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。而对于其它一般性栏目，在与广播、影视息息相关的商标35大类、38大类、41大类等中予以注册，保证了注册的准确度和识别度。截止2012年12月，我台国内商标注册数量达到了2037个。

在国内注册的基础上，我们还把视野投向了国际市场，对已覆盖和将要覆盖的国家也进行了商标注册保护，对马德里国际组织成员国，积极申请马德里商标注册，成功注册了台标、“快乐男声”、“快乐女声”、“快乐大本营”、“智勇大冲关”等国际商标。同时对非马德里国际组织成员国家和地区也进行了积极的商标申请，申请的国家 and 地区包括：香港、澳门、台湾、马来西亚、韩国、日本、英国等，类别包括：35类、38类、41类。部分国家和地区还延伸到了16类、20类、25类等，目前湖南广播电视台涉外注

册商标达 100 个。

据目前数据统计,在全国所有的广播电视媒体中,我台商标注册数量居全国前列。上个月,刘凡会长到我们台考察时,对我们的商标注册工作给予了充分的肯定。

二、商标维权“稳、准、狠”,三箭齐发助品牌

古话说得好,“树大招风”“人怕出名猪怕壮”。因为湖南广播电视台在业界的巨大影响力,一些人以及个别企事业单位为了牟取私利,盗用、借用、冒用湖南广播电视台的台标、名称从事非法广告经营活动,这样的行为时有发生,也搞得我们很头痛。比如,有人就借用我们湖南卫视的谐音,注册“护男卫士”“虎男卫士”商标,在避孕套、洗护产品上进行注册申请,其中一个的标识还使用了我台的台标,更有甚者注册申请人故意在网络等宣传平台与“湖南卫视”进行链接,并在网上对商标天价炒卖,卖到了 168 万,对我台商标的美誉度和诚信度产生极大的负面影响。后来,我台及时向国家商标局汇报了相关情况,请求商标局维护我台台标和“湖南卫视”名称的合法权益,经过努力,国家商标局最终对“护男卫士”“虎男卫士”这样的商标申请进行驳回处理,有力地支持了我台的商标维权工作。又如我台的名牌节目《快乐大本营》虽然作了全类注册,但还是有人在食品、餐馆等类别上进行傍牌注册,餐馆就起名“筷乐大本营”,筷是筷子的筷,对此,我们也进行了适时的维权,向商标局及时提出了异议申请,异议成功率非常高。在这

里,我还要再一次对国家商标局说一声感谢。我知道中央电视台也曾面临着我们一样的问题,比如“中央一套”就被人申请注册成“避孕套”的商标。我觉得对这种恶劣的、影响极坏的侵权行为,我们绝不能心慈手软,要发现一起,打掉一起!就在我来大连之前,又发生了一件事,云南的一家报纸登出了一条新闻,标题是《10 亿,湖南卫视曲靖盖七星级酒店》,其实这个跟我们湖南卫视没有任何关系,就是因为有一个注册公司叫做“湖南卫视文化传媒公司”是他们跟曲靖市的一个合作项目,这个公司原来是台里的,现在台里没有任何股权了,也没有任何分成,可以说跟台里没有任何联系了,公司法人也几经转手,到现在还是打着这个牌子,很容易误导消费者。怎么处理,我要求台里法务部门和资产管理部门迅速做好三件事,一是跟工商部门对接,对这个文化传媒公司进行公司名称的变更,保护我们湖南卫视的品牌,目前来看,显然这家公司在商标 logo 和商标名称上是侵犯了我台权益的。第二就是与这家报社和曲靖市相关管理部门对接,要进行更正,这是一个明显的假新闻,要消除影响。三是要求在全台范围内进行一次清查,类似这样的公司还有没有,今后要怎么防范类似商标侵权的事情再次发生。

当然,“百密难免一疏”,我们在商标注册和使用上也是吃过亏,交过学费的。2011 年,湖南卫视有过一个很火的节目《舞动奇迹》就是两岸三地的明星们结对进行舞蹈比拼,节目正在热播的时候,我们接到了一个律师函,称我

台《舞动奇迹》节目侵犯了其注册商标权,要求停播节目并支付 200 万以上的巨额赔偿费,否则,法庭上见!后来我们了解这个商标持有人很懂法律,是一个难缠的对手,而当时这档节目收视又好,要是中途停播,那就出大事了,也没法向全国观众交待。当时台长头都是大的,没有办法,只好请最好的律师出马,律师专程去了这个商标持有人的所在地广东,前前后后进行了三十多轮的谈判,从 200 万谈到 150 万,从 150 万到 75 万,从 75 万又往下谈,谈了大半年,最后以 35 万元的价格进行了和解,签署了《注册商标转让合同》,把《舞动奇迹》的商标所有权拿到手。

这 35 万元可以说是我们台交的一次学费,同时也让我们警醒,如何把商标注册、商标维权工作做得更好,如何促进品牌的进一步发展。近年来,台里在建立、健全法务机构的同时,还对外聘请了两个维权经验丰富的律师事务所,采用“稳、准、狠”,三箭齐发的战略战术进行维权。当前,侵权一个最显著的特点就是网络化,因为网络是个纷繁复杂且空间宽广的领域,侵权行为不仅数量多且种类杂,为此,我们在网上进行全天候监控,争取在第一时间发现侵权,第一时间进行维权。通过采取律师函告、协商、行政监督、侵权诉讼等多种方式予以重点清查和有力打击,到 2012 年底,共处理侵权视频 29293 个,如今各大视频网站违法上传我台视频的现象已基本绝迹。与此同时,近年来,我台对各种类别的侵权商品和店铺开展全面打击,2012 年共处理淘宝网等各类网站上的违

规商品及店铺 1746 个。此外，我台还对一些涉案金额较大的案件进行了成功诉讼，包括对北京世纪金手指科技有限公司（涉及侵权商标为超级女声、文具类，涉诉法院为湖南省高级人民法院，涉案金额为人民币 50 万元左右）、佛山美洁卫生用品有限公司（涉及侵权商标为超级女生，涉诉法院为长沙市中级人民法院，涉案金额为人民币 130 万元左右）等 8 起（家）侵权案件提起了诉讼，取得了较为显著的维权成果，有效地保护了我台的品牌利益。

三、商标运用、商标开发双管齐下强品牌

商标注册除了对商标进行保护外，最终目的还是为了商标的运用和开发，要让商标变“现”（现金），实现商标价值的最大化。我台在商标运用和开发上进行了一些积极的探索，在商标运用及品牌延伸方面，早在 1999 年，我们湖南广电旗下的电广传媒股份有限公司就成功上市，这是中国传媒领域最早上市的公司，在资本市场进行了精细化运作；另外在商标开发上，我们对在全国产生重大影响的“超级女声”“快乐男声”“快乐大本营”等商标通过授权方式许可相关公司进行开发，取得较好的经济效益。此外，我们还与国内外各大电视平台建立了紧密的合作关系，如英国 FM 公司、韩国 KBS 媒体中心、香港盈科传媒公司等，不断向外输出优质的商标资源，全力开拓商标权境外交易新领域。2010 年，我们的《挑战麦克风》节目外销泰国，成为中国第一家外销节目模式

的电视台。2012 年，台里全年共销售节目集数 3507 集，销售金额 1.4 亿元，品牌价值和品牌影响力得到了不断提升。但尽管如此，我觉得我们台的这些探索无论在规模上，还是在深度和广度的开发运用上都存在局限性，无法与湖南广播电视台目前所拥有的巨大的商标资源相匹配。当前，我国的商标申请量、商标注册量都是世界第一，但我国只能说是一个商标大国而不是一个商标强国，其中一个主要的原因就是商标运用和开发能力差。今年 4 月 25 号，在国务院新闻办公室举行新闻发布会上，国家工商总局提出到 2020 年初步实现由商标大国向商标强国的转变。我想，为了响应工商总局的号召，我们湖南广播电视台也要尽快实现由商标大台到商标强台的历史跨越。到 2020 年，只有不到 8 年的时间了，8 年弹指一挥间啊，具体到我们台，我觉得我们有以下工作要扎扎实实推进，要做到三个“加强”。

1、加强商标顶层设计，制定一个符合我台实际的商标战略规划。

商标战略要丰富我台的商标内涵，增加商标附加值，提高商标知名度，维护商标权益，进行商标开发，参与国际竞争。商标战略步骤要从 2020 年进行倒推，制定出具体的时间表和路线图，做到切实可行。

2、加强商标市场意识，从为播出制作节目转变到为市场制作节目。

现在我们台里的一些部门领导和节目一线的员工是什么工作状态？就是“只顾埋头拉车，不知道

抬头看路”，把节目制作好了，播出了，有收视率就行了，其实这是远远不够的。商标作为一种无形资产如何与实体经济形式相结合，实现价值的最大化，如何与市场接轨，如何与市场打通，不仅仅是领导层和决策层考虑的问题，也是全台职工要考虑的问题。

3、加强商标管理队伍建设，建立一支高素质高水平的商标管理团队。

要真正做好商标管理工作，关键还是在于人才和团队建设。必须要有专业的人才团队，才能更好地适应商标日新月异的发展形势。湖南广播电视台的商标管理应该改变原有的多头管理的体制，要设立专门的职能部门，统一管理总台及下属频道频率的所有商标，进行商标的综合运用与开发。

最后，我谈一点自己的感想。来到辽宁，来到美丽的海滨城市大连，总让人想起我们国家的首艘航母“辽宁号”，鸟儿翅膀硬了总要飞向宽广的蓝天，航母建好了总要出海远征，但“辽宁号”航行得再远，它永远也忘不了自己的母港大连，在这里我想表达的意思是，我们湖南广播电视台的商标品牌建设不管成就有多大，最应该感谢的还是关注和关心我们的全国电视观众，包括在座的各位，如果没有观众们的支持就没有我们今天的“芒果台”，就没有我们超高的收视率，就没有我们强大的品牌！

（作者系湖南广播电视台副台长，本文根据他6月15日在第五届中国国际商标品牌节“文化品牌发展论坛”的演讲录音整理。）

编辑/王庆华

传媒身份的现代性解构与民族化选择

ZHUANMEISHENFENDEXIANDAXINGJIEGOUYUMINZUHUAXUANZE

/卢莎莎



20 世纪 90 年代中期以来,传播媒介的数字化,加剧了共享步伐。在这种历史情境之中,各民族国家传媒受技术和话语权威的双重制约,其民族身份的内涵和外特征都逐步边缘化、同一化。彰显自我身份已成为各民族国家传媒面对的头等问题。

一、传媒身份意识的现代性解构。传媒的身份意识,实质是文化主体身份意识在传媒层面的反映。从传统意义上说,一定文化圈内,身份是不言而喻的,具有自明性,传媒与文化的身份同一,并从属于文化身份。但这种传统的身份证明,在现代性扩张和全球化趋势

加快面前,已被割裂开来。一是现代性扩张导致身份的自明性淡化。所谓现代性,在西方最初被认为是晚近几个世纪从欧洲、北美发展起来的一种前所未有的“现代”文明。它包括新科学技术、新型的机器工艺和导致物质生活水平史无前例地提高的工业生产模式。就传媒而言,现代性扩张主要表现为数字技术和互联网技术的运用,对信息的采集、处理、传播、交换和吸收带来了革命性的变化:一方面,信息的瞬时变成了现实,世界从此变得透明起来;另一方面,受互联网和卫星等技术发展的影响,民族国家控制信息流通的能力削弱,外来信息不加过滤地涌入,加剧了强势文化对弱势文化的“入侵”,有可能挑战传统主流意识形态的权威。正如吉斯登所说,“现代性以前些年未有的方式,把我们抛离了所有类型的社会秩序的轨道,从而形成其生活形态。在外延方面,它们确立了跨越全球的社会联系方式;在内涵方面它们正在改变我们日常生活中最熟悉和最带个人色彩的领域,传媒的民族身份因此而显得逐步模糊。二是全球化作用导致传媒身份同一。传媒身份不是一个充分规定好了的概念,它的合法性依据来源于历史的支持。从共时层面看,传媒借助历史获得自己的民族特征,从而使自己有别于其他民族国家传媒;从历史层面看,传媒又因历史的异质连续性,将自己与历史区别,获得现时的身份。但在全球化背景下,这种情形发生了变化。全球化犹如

一个大市场,各传媒主体占有的份额要靠自身实力说话,甚至为迎合全球化的需要,必须采取强势媒体的运作用模式,将自身的特点同一于全球化。也就是说,全球化作用下,民族国家传媒在共时层面,弱化了民族身份,在历时层面割裂了历史的异质连续性,与自身历史的距离被夸大,身份认证历史底蕴已被渐渐抽去。三是文化通约导致传媒身份趋同。全球化语境下,不同的文化群体共处于同一时空之中,必然要在普遍认可的符号和价值体系内交流。不同文化、不同民族、不同传统的人,处在全球性的传媒系统中,其思想、价值观念被逐步整合,并无限接近,世界“类象化”特征越来越明显。比如,民族国家传媒的话语在全球性的消费意识主导下,固有的传统价值观被抛弃、个人与他人的同一性受到漠视、娱乐新闻化和新闻娱乐化愈演愈烈等等,不能不让人感觉到民族国家传媒在文化通约的要求下,已与自己的本来身份渐行渐远了。

二、传媒身份重构民族化选择。由于几乎所有新媒体的核心技术包括技术标准的制定都掌握在发达国家手中,传媒的民族化发展,从纯技术的角度来看,已无现实优势,必须另辟蹊径。在笔者看来,大概有三:一是寻求历史的价值观支持。传媒描述的是现实发生的事,与历史总有一段若即若离的距离。但其所秉承的精神、奉行的价值准则,却来于历史、植根于传统。以中国传媒

身份重构为例,儒家文化的核心概念“仁”与“义”,就可提供充分的理论支持和补充。在市场的主导下,传媒已被裹挟到逐潮之中,其职业道德奉行的是准确、及时和真实。例如,1993年苏丹大饥荒时,南非摄影家凯文·卡特,用一张兀鹰紧盯着一个赤身裸体濒死的小女孩照片,向世界展示了整个非洲大陆的绝望,从而获得了1995年的普利策摄影奖。但当人们问起小女孩在哪里时,拍照即行离开的卡特才一想起他没有尽到人性深处的职责。最终,他以一名“真的、真的对不起大家,生活的痛苦远远超过了欢乐”,离开了这个追求利益的世界。这表明,“仁”与“义”,植根于人性深处,传媒无论怎样发展,它总是人的活动,“仁”必须作为其追求利益的最终底线,“义”要求现代传媒担当起做人的基本责任。二是探寻现实生活精神所在。19世纪中晚期后,我们田园式的舒缓生活方式已被强行打破,搭上了西方社会的脉搏。在21世纪的今天,我们更是可在第一时间了解

西方。从表面现象看来,有些地方我们比西方还西方,我们能不能就此断定,这就是我们的生活?答案是否定的。当下媒体对爱情、古装、暴力、奇谈、广告效应的过度关注,叙事方式的后现代化等等,无不可视作对现实漠视。在很大程度上,这种与西方的同节奏,是媒体求新、求异,回避现实而精心纺织的童话而已。事实上,我们从《夜宴》、《无极》等影片的失败,已隐隐看到其走向“滑铁卢”的原因了。我们的生活是在变化,思想也在日新月异,但不代表我们与西方已经同一,我们的时代自有其不同于传统、也不同于西方的本质。传媒对现实的苍白叙述,只能说明它已缺乏关注现实的能力,甚至在探寻现象本质的时候开始无意识地“退场”。三是谋取他山之石的外部动力。重构传媒身份,不是在西方与本国之间作出非此即彼的选择,更不是建立一套与西方相对抗的传媒话语体系,而在于立足民族自身的生存立场,寻求与之对话、交流、共生的话语体系。这一超出民族本

身的话语立场,要求我们借鉴外来传媒,应与其他民族国家传媒形成一个互为参照、互为诠释,并在整体上构成一个对现实人类生存状态的多重媒体阐释框架。如此,便有两个方向:第一,以民族自身生存状态为意义摄取的起点,参照其他民族的传媒阐释方式,在意义生成上达到民族间的传媒视界交融,目的是超越民族局限和传统文化的制约,形成全新的意义生成模式。第二,站在民族自身社会生活的立场上,向自身民族之外的“他者”发问,在“他者”的诠释框架内,加以“烛照”自身,从而得出超越本身生存经验的答案。在这两种寻求意义或身份的范式下,我们可以看到,这里没有非此即彼的选择,也没有强行割裂传统对现代的意义延伸,而是高度重视了历史的异质连续性,将“我”、“他者”以及过去、现在、将来共同置于一个意义诠释框架下,以彰显和挖掘其最大的现实意义。

(作者系湖南广播电视台播音指导)

编辑/曾致

湖南卫视上半年再夺收视冠军

本刊讯:以“快乐中国听我青春”为主题的湖南卫视暑期档,趁着“2013快男”、热播剧《天天有喜》以及众多品牌节目的集束发力。在7月9日的全国网收视排名中,湖南卫视勇夺第39个全国收视冠军。热播剧《天天有喜》收视份额10.32,继续傲立榜首,真实交友节目《我们约会吧》表现依旧强劲,再获同时段收视第一。据了解,在最新出炉的2013年1月1日至6月30日全国网上半年收视排行榜中,湖南卫视全天排名位居第三、省级卫视第一;在黄金档、晚间档两个最具含金量的排名中,湖南卫视双双揽得排行榜第一。相比省级卫视第二名,湖南卫视更是占据巨大的领衔优势:全天收视份额领先1.7倍;黄金档收视份额领先2.3倍;晚间档收视份额领先1.8倍。

此外,在不久前世界品牌实验室发布的“中国500最具价值品牌排行榜”中,湖南卫视以158.72亿,紧随CCTV、凤凰卫视之后,继续位居广电行业第三、省级广电第一。

目前暑期荧屏大战激战正酣,作为传统优势档期,湖南卫视以第三季度重磅活动《2013快乐男声》为核心打出“快乐中国听我青春”主题口号,其率先推出的暑期特别编排在四天中,取得了多个收视第一。而作为今年暑期的重头戏——7月11日晚22点现场直播的《2013快乐男声》全国总决赛还未播出,其真人秀节目《男生学院》便凭借各色选手的精彩表现,在网友、媒体中引爆全民话题,收视均位居全国同时段前三、省级卫视第一。

(本刊记者 王庆华)

电视娱乐节目的若干思考

DIANSHIYULEJIEMUDERUOGANSIKAO

/周磊

改革开放后,我国的电视传媒事业获得了长足的发展,电视娱乐节目也实现了由无到有,由小到大的快速成长,极大的满足了广大群众的生活需求,丰富了群众的文化生活,提高了群众的生活质量和水平。本文对我国娱乐节目的制作方式这一课题进行简单探讨,并归纳出目前我国娱乐节目存在的问题,结合实际提出娱乐节目未来的发展建议。

一、关于电视娱乐节目的界定

对于娱乐节目的界定,从通俗一些的角度我们可以这样界定,那就是那些有意识地去满足公众娱乐需求去策划和制作的电视节目,就是属于娱乐节目的范畴的。近些年来,由于资讯的发达以及我国对外开放程度地不断加深,我国的娱乐界与外界沟通联系的渠道与机会也大大增加了。因此,由于受到国外以及港台娱乐节目的影响,我国的电视节目中娱乐元素也得到了广泛开发和运用,使得国内的电视娱乐节目不管是在内容上还是在样式上,均发生了巨大变化。所以我国的娱乐节目的类型也包括了娱乐谈话节目、娱乐新闻节目、娱乐生活节目等等各类电视娱乐节目。

二、电视娱乐节目的现状及特点

(一) 电视娱乐节目现状

(1) 内容丰富

由于现代的开放性以及自由性,现在的娱乐节目可以涉及到很多的内容,比如说以湖南卫视的《天天向上》为

例,他们的主题可以是对中国传统技艺的弘扬(比如介绍中国的传统老字号),可以是对年轻人的创业的介绍(创意地摊商品的介绍),可以是对少数民族运动的介绍等等,内容是非常丰富多彩的。

(2) 题材多样

由于巨大的竞争的存在,导致很多电视台为了吸引观众,纷纷进行创新,各出奇招,因此也促使了娱乐节目的题材的丰富。比如有大型相亲类的节目:江苏台的《非诚勿扰》、湖南台的《我们约会吧》等等;比如有以明星访谈类的节目:《鲁豫有约》、《超级访问》、《娱乐现场》等等;还有包括选秀类的节目《超级女生》、《快乐男生》、《中国达人秀》等等。可以说,娱乐节目的题材是非常丰富的。引用一句不太好听但还颇为贴切的话来形容就是“林子大了,什么鸟都有”。

(二) 电视娱乐节目的特点

一是呈现出专业性的特点。近年来,随着我国电视传媒事业的快速发展,我国娱乐节目也呈现出专业化的特点,所谓专业化的特点主要表现在两个方面,一方面是团队的专业性,传媒电视节目的制作团队在制作流程和分工方面都越来越精细,越来越专业,对拍摄录制机器的性能要求越来越多,对团队人员的综合素质要求和能力也要求越来越高。

二是营销方式多元化。伴随着网络

信息技术的快速发展,电视传媒事业更如鱼得水,近些年来,利用网络平台这一巨大的优势,电视娱乐节目在推广营销方面的方式也越来越多。如:《中国好声音》就成功的运用了微博营销,节目组开通官方、嘉宾与歌手的微博,制造社会话题,配以微博软文和活动,调动网友参与。

三是赢利方式多元化。目前,在市场经济的大环境下,电视娱乐节目的赢利方式也呈现出多元化的特点,以电视娱乐节目《中国好声音》为例,2012年7月开播,该节目的广告费从每15秒15万元,在到46万元,另其冠名费为9000万元,为节目创造了巨大的价值,;以电视娱乐节目《超级女声》节目为例,其赢利的主要方式之一是短信,通过短信投票的形式,“单条定制”方式,向观众发送的有关超级女声及其节目的信息费。此外,由电视节目本身所引发出来的品牌其价值也日趋显现,如:“中国好声音”、“超级女声”等等,其品牌价值都十分大。

三、我国娱乐节目制作的方式探究

(一) 我国娱乐节目制作的方式

近年来随着我国电视传媒事业的快速发展,电视娱乐节目无论从数量上,还是规模上都呈现出了巨大的飞跃,笔者结合自身的实际,对电视娱乐节目的制作方式进行了总结,笔者认为大致可以分为以下几种:

一是采取制播分离的模式。将制作



和播出两者进行独立操作,在我国由于诸多因素的影响,传统的商业模式中电视台和制作公司间存在着不平等现象,由于电视台往往属于国有性质的企事业单位,因此处于强势的地位,但制作公司则一般处于较弱的一方,制作和播出进行分离,使得一方专美负责投资、运作等,另一方专门负责转播车等设备支持和宣传费用投入,这样的制作方式使得双方的合作的积极性更高,主观能动性更强,实现了权利与义务的清晰性和对等性,这种方式比较成功的案例就是2012年红遍大江南北的《中国好声音》,星空传媒和浙江卫视就是采取制播分离的方式。

二是采取简单的再复制模式。在现实生活中,我国很多娱乐节目采取都是简单复制的模式,相比国外而言,我国娱乐节目起步较晚,底子较薄,国外娱乐节目制作模式对我国娱乐节目的发展和影响较大,因此,很多地方电视台在娱乐节目制作的过程中都采取的是这种简单的再复制,具体而言:存在两种操

作模式,一种是纯粹的模范和复制外国娱乐节目的形式和内容,另一种模式就是将海外模式版权引入,在此基础上进行简单创新再加工,如:《星跳水立方》就是引入德国 Banijay 公司节目《Stars in danger: High diving》,创办的明星跳水;此外,犹如,前段时间风风火火的《舞林争霸》就是在《So You Think You Can Dance》的基础上,进行的简单再创新。

三是“娱乐+故事”模式。娱乐节目不光要给广大受众以娱乐的方式,还要给广大群众以更多的人生或者事业的启发,这样才能更加吸引人,才能更加引人入胜,使得节目更加具有生命力。目前,国内一些创办较为成功的节目往往采取的就是这种模式,如:《天天向上》讲鲜为人知的职场故事,《非诚勿扰》男女嘉宾讲自己的爱情故事等等,这种娱乐模式,让广大观众在感受娱乐的同时,更能够受到人生的一种理性思考。

(二) 我国娱乐节目出现的问题

1、节目类型雷同率较高

目前,娱乐节目雷同现象较为严重。“小台抄大台、大台抄港台、港台抄欧美与日本”。以选秀节目为例,现在的选秀节目千篇一律,很多地方台都有自己的选秀节目,如:湖南卫视的“超女”、“快男”,青海卫视的“花儿朵朵”,上海卫视的“我型我秀”等。

2、节目内容出现庸俗化现象

很多娱乐节目呈现出功利化的状态,专注于利益的追求,节目内容出现庸俗化的现象,品质不高。电视节目作为一种大众的传播方式,作为文化产业的重要组成部分之一,对于引导民众朝向积极、健康的方向,有不可推卸的责任。但是遗憾的是,很多娱乐节目中,媚俗现象严重。比如说社会中出现一种新闻,按理应该是正确的给予积极地弘扬,错误的应该进行恰当地批评才对。但是,不少的娱乐节目,为了迎合观众的猎奇心理,提高收视率,故意寻找一些庸俗低劣的话题进行大肆宣传。

3、电视娱乐节目缺少文化内涵

从目前的状况来看,无论是在游戏类、益智类,还是真人秀类电视娱乐节目中,我们都不难发现,一些电视娱乐节目因过分强化和突出它的感观刺激功能和游戏功能,电视娱乐节目的文化的认知功能,教育功能甚至审美功能都受到了抑制。换言之而言,就是没有自我的实质内容,缺乏生命力。

三、做好电视娱乐节目的建议

(一) 准确的定位

准确的节目定位是建立品牌的基础。节目定位即把握市场需求。如今的电视媒体已经由过去的“传播者”为中心向“受众”为中心转变,由卖方市场向买方市场转变,受众是最终的消费者,他们决定着是否购买媒介生产的电视产品,受众的口味和要求应该放在首位。而电视市场的繁荣,又决定了现在是一个“分众”的时代,任何一种电视节目都不可能面对“所有”的受众,也不可能同时实现电视的“所有”功能,所以创立品牌的前提必须是对节目准确定位。针对目标受众,根据他们的年龄、职业、性别、地域文化、经济收入、教育程度等因素,进行节目策划。只有准确定位,才能比较准确地理解目标受众的观看期待和节目效果,从而决定节目的艺术标准、技术标准和其经济投入量,也才可能提供给目标受众喜欢的产品。就拿湖南卫视的《快乐大本营》来说,它就是确立了“快乐大本营,天天好心情”的节目定位,满足了人们紧张的工作之余需要愉悦、需要快乐、需要放松的欲望,从而确立了其娱乐节目的品牌竞争力。美国 NBC 的早间节目《今天》,正是由于节目创办之初准确的节目定位,尽可能让观众感到亲切、自然、温暖、愉快,营造出家庭般的温馨氛围,使观众逐渐把主持人纳入家庭的一员,也就对节目拥有了高度的忠诚度,成功地将节目的品牌牢牢地树立在观众心中。从 1952 年开播至今,虽历经五十多年的风雨坎坷,却一直受到美国观众的关心和青睐,始终保持着旺盛的生命力,成为电视界的一个知名

品牌、一棵“常青树”。

(二) 注重节目的质量

注重节目的质量,才能不断的推进节目的可持续发展,笔者认为具体而言可以从两个方面,一方面要在选题上大功夫。要选取焦点话题,尽管现在的娱乐节目的题材很多,但是在众多电视台竞争的大环境下,也需要节目不断地推陈出新才行,因此,只有积极地与时俱进,不断地进行创新,而且这种创新要从能够紧跟时代的潮流,进行社会热点的把握,要积极地面对社会,注重观众的积极健康的需要,筛选当今的热门话题,社会关注的焦点。其实,有了好的选题,那就等于是节目已经成功了一半了。比如说香港凤凰中文台的《锵锵三人行》,关注的就是社会的热点以及焦点话题,并且采取的是一种轻松的调侃式的且又不失机制幽默的谈话方式,所以从一开始就能够紧紧地抓住观众的注意力,到现在已经开播了好多年了,已经形成了良好的节目的品牌形象了,在观众中的影响力也是很高的,可见有好的选题、能够紧跟时代潮流的脉搏,对于节目有多重要。相反向湖南卫视之前很红火的《玫瑰之约》,却因为没有推陈出新,渐渐被淘汰了。另一方面,要增加选题的深度。加强选题的深度,就是要在节目内容的确定之前,进行详细地科学地规划与策划,积极获取与所选的节目的内容有关联的材料,尽可能全面地分析这些材料,然后通过得出的结论,进行节目的选题。这样选出的节目的论题,更有深度性,从而可以激发广泛的讨论,提高受众的关注度。

(三) 注重社会引导作用

一是提高自我认识。作为节目组自我要提高对于娱乐的正确认识,庸俗、低俗、同质化或许能博得一时的收视率,但其终究是无源之水,无本之木,因此,要提高节目的品味,节目内容要健康阳光化。

二是要加强政府的监督职能。电视综艺节目作为文化产业的重要组成部分,在市场经济条件下,电视传媒产业

除了要按照市场的规律进行运行外,还需要政府的宏观调控。正是要采用两手都要抓,两手都要硬的方针对策,来促进电视综艺节目的规范化与健康化。毕竟,电视综艺节目,作为一个公众的传播媒介,负有向民众传播讯息的作用,而且各类电视综艺节目面对的是全国的观众,因此,对于资讯的传播,是需要健康、积极、向上的引导作用的,因此,需要政府有关部门要加强这方面的调控政策。此外,政府担负精神文明建设的重要职责,因此,有义务承担规范电视综艺节目市场的责任,实现公众利益和社会效益的双赢。

三是要加强电视传媒行业内部监督体系。应该在电视行业内建立完善的电视综艺节目的评价体系,可以有专业的资深的电视媒体人组织成立。这个组织主要就是接受观众对综艺节目的投诉、对综艺节目的意见、对综艺节目的话题、表现方式以及综艺节目的主持人员的不当行为进行举报等。当这些问题得到证实后,电视节目媒体内部的这个评价体系,可以将这些情况公之于众。虽然不能对这些电视娱乐节目起到惩戒的作用,但是这种舆论导向作用以及其专业性权威性,可以在舆论上对这些娱乐节目进行监督,从而建立起完善的综艺节目健康等级评价体系,让综艺节目的内容与表现形式,可以得到专业人士与观众的监督与批评。

四是要不断提高主持人的综合素质。主持人的素养体现不仅体现在仪表仪态等外在因素,更多的是在对节目的驾驭能力,嘉宾沟通能力,与现场观众的协调互动能力等方面。这就需要主持人积极练好基本功。努力提高自己的思想政治水平,对政策的认知水平和知识掌控水平,提高学习意识,拓展视野,树立良好的职业道德,这样才能使得节目更加受到观众的认可,更好的拉近节目与观众之间的距离。

(作者单位:湖南卫视)

编辑/王庆华

粉丝文化的多维度审视

FENSIWENHUADEDUOWEIDUOSHENSHI

/刘瑞雪

2005 年的超级女声是中国大众传媒历史上一个不可忽视的事件,它不仅开启了以湖南卫视为代表的全民娱乐的新纪元,也将一股新鲜生猛的力量带入了人们的视野。随着“玉米”、“凉粉”等粉丝团体的成立及其为明星宣传而组织的各种活动,“粉丝”及其所代表的“粉丝文化”逐渐引起了人们的关注。早期的研究者往往着眼于“追星”对青少年心理的影响与塑形作用,强调对粉丝文化的监控和引导,趋利避害,使之更好地为教育事业服务。对于具有复杂性和多面性的粉丝文化来说,这固然是一种不错的视角,但是未免有失片面,难以发掘粉丝文化的深层内涵和巨大潜力。

一、大众传媒:盲从还是颠覆

“粉丝”,即英语“fans”的汉语音译,主要是指体育或表演艺术的热心观众,以及某位名流或某种娱乐消遣的仰慕者或追随者等,在 80、90 年代又被称为“追星族”。无论是体育名人、电视剧还是影视明星,都是大众传媒所生产和包装而成的“商品”,而作为这些“商品”的有力消费人群,粉丝不可否认与大众传媒有着千丝万缕的关系。甚至可以说,粉丝正是大众传媒的产物。大众传媒凭借其强大的覆盖率和宣传强度,可以将大量信息同时传递给大量的受众人群,迅速完成对偶像形象的塑造和推广,以其吸引大量的受众,使之成为后续商品(电视剧、电影、广告、流

行歌曲,甚至服装和化妆品品牌等)的潜在消费人群。事实也证明,忠诚的粉丝是媒介娱乐产品消费的主要力量。以“超女”为例,热切的粉丝团不仅大量购买所支持的明星的歌曲专辑、MV 等相关产品,更主动为明星的宣传和推广出谋划策,组团到演唱会现场为明星呐喊助威等。狂热的粉丝就宛如一群被奶酪香气吸引的老鼠,在欲望和感情的支配下毫无理性地追随着由大众传媒工业精心策划和包装的“商品”(明星、电视剧集、艺人等),消耗着巨大的金钱和精力。这也是 80、90 年代大多数人对粉丝的看法:“着迷、冲动、不理智,甚至有点竭斯底里。”然而真的是这样吗?

仍以“超女”为例,和以往的明星体制不同的是,这是一场“全民化”的造星运动。粉丝不再简单地迷恋大众传媒制造出来的明星,而且主动参与到这场声势浩大的造星运动中来,从众多的选秀者中挑选出自己喜欢的人物,进而通过网上投票、宣传、现场呐喊助威等多种形式为自己喜爱的人物进行宣传推广,打造出一批“平民明星”。这一行为已经彰显出了粉丝的主动性和自主性。正如约翰·菲斯克在对大众文化的研究中所观察到的,粉丝不仅仅是明星、剧集等传媒产品的忠实接受者,而且总是“积极地参与到原始文本的建构当中,从而将商业化的叙事或表演转化为大众文化”。如朋克乐迷们热衷于组织俱乐部,穿着朋克装束去听演唱会,

再如粉丝们自发组织起来要求制片公司更改不满意的剧情等等。菲斯克认为,粉丝的这种生产力是一种被统治者以“拼贴”的方式从“他者资源中创造出自己文化的一种手段”,体现了大众文化本身的颠覆性和抵抗性。

二、受众:接受者还是生产者

作为大众传媒娱乐工业的理想消费人群,粉丝的受众特性无可置疑,菲斯克就将粉丝视为“过度的读者”(excessive reader),认为他们“和其他不太过分的大众读者的差别只是程度上而非性质上的差别”。然而他同时也指出,粉丝并非被动的接受者,他们不仅有较强的辨别力,而且具有一定的生产力。菲斯克指出,粉丝不仅仅满足于对明星及其产品的消费,而且热衷于通过对原文本的模仿、拓展及改写,即采用一种“拼贴”的方式,创造出一套拥有自己的生产和流通体系的特殊文化。他将粉丝的生产力概括为三个方面:符号生产力、声明生产力和文本生产力。另一位粉丝文化研究者亨利·詹金斯则借用德赛都的“盗猎”概念,更加详细地阐述和分析了粉丝文化的创造性。他认为粉丝“构成了消费者中特别活跃和善于表现的一个社群”,他们不仅是文本的“盗猎者”,而且“将盗猎发展成了一种形式”。通过一系列“前进和撤退,玩弄文本的战术和游戏”以及某种类型的文化拼贴,粉丝“在持续地重估他或她与虚构文本的关系,并根据更切近的利益



益重构文本的意义”。他认为，粉丝构成了一种“参与性文化，这种文化将媒介消费的经验转化为新文本、乃至新文化和新社群的生产”。通过对原文本的消费和粉丝杂志故事、小说、表演等新文本的生产相并举，粉丝文化模糊了作者和读者之间的界限，成为了一定意义上的生产者。

值得指出的是，虽然粉丝文化的生产力和创造性不可否认，但必须认识到，这种生产力和创造性是与其原文本，即大众传媒工业生产的商品是无法分割的。没有大众传媒工业生产的原文本，就不会有粉丝，更遑论其依据原文本而“拼装”改造出来的“新”文本？还有研究显示，大多数粉丝倾向于从传媒文化中得到代理经验，而不是直接参与社会生活，他们的创造在很大程度上可以说是“二度创造”，或者是“影子的影子”。另一方面，粉丝对某一明星或电视剧非理性的热烈拥护也说明了其受传媒操纵的被动性。

三、青少年亚文化研究：颠覆还是依附

虽然粉丝群体的成员可能来自各个年龄段，但大多数粉丝的年龄在15~30之间，随着网络的发展和大众媒介铺天盖地的蔓延，越来越多的青少年活跃在各个粉丝论坛上，通过对明星、电视剧或游戏的热衷和推崇发出独特的声

音，引起越来越多的关注。另外，粉丝文化所体现出来的对主流文化的反叛、对自我声音的坚持以及对个性的推崇，都与青少年亚文化对风格的强调不谋而合。考察青少年亚文化与粉丝文化之间的联系、共通和交流，对深入理解粉丝文化大有帮助。

文化研究者大多强调青少年亚文化与父辈文化之间矛盾而又复杂的关系。赫布迪奇认为，青少年亚文化往往采用挪用、切割重组及拼贴的方式，彻底改写、颠覆和延伸父辈文化中的一些重要的话语形式，从而传达出一种截然不同的观点和论述。而粉丝对原文本乐此不疲的改编、续写、拼贴和互文，正是青年亚文化这一充满反叛性和创造力的表意方式的绝佳体现。青少年亚文化和粉丝文化有如此多的共通之处，以至于很多研究者甚至将粉丝文化归为青少年亚文化的一种。的确，这两种文化在很多地方是如此相似，它们都体现了亚文化与之俱来的颠覆性和具有破坏性的创造力，它们无视原文本的权威，在大众文化的资源宝库中任意地切割、拼贴和改装，经历着一场异彩纷呈的狂欢。

然而不得不指出的是，这并不代表亚文化与主流文化的关系是完全对立的，而是在很大程度上依附于早已获得权威地位的主流文化，在这一点上粉丝文化表现得尤其明显。这不仅仅表现在大多数粉丝对大众媒介生产的原文本的

推崇和追随，也表现在粉丝生产对大众传媒产品的依赖上。由于资金、原材料及天赋的限制，大多数粉丝并不生产真正意义上的“原创”产品，而是通过对原文本及其他文本的拼贴和重组来进行创作。这虽然在一定程度上体现了他们的“原创性”，也显示了他们自身的局限性和依附性。此外，许多粉丝团体具有自己的一套规范和行为准则，内部成员的组成也具有组织性和等级性，体现出了主流文化的一些特征，如对权威的服从，对某些行为规范的遵守等等。在某种意义上说，粉丝团体的活动经历对青少年是一种对将要接触的社会文化的预演，是对主流文化的提前认知。一些研究者提出要借助粉丝文化引导和教育青少年，正是看中了粉丝文化的这一特性。

任何文化都不是单一的，而是带有自身的复杂性和多面性，甚至不乏矛盾和冲突，粉丝文化也不例外。作为大众文化中最活跃、最独特的一个子集，粉丝文化更像一面多棱镜，折射出了当今社会在经济、文化、青少年成长教育等多方面的特性及变迁。因此，不应孤立地研究粉丝及其文化，只有将其纳入更广泛的文化研究及传媒研究、社会学研究当中，从多角度考察粉丝文化的方方面面，才能对粉丝文化有一个更加深入而全面的了解。

(作者单位：华中科技大学)

编辑/曾致

论休闲文化对新闻书写的影响

LUNXIUXIANWENHUADUIXINWENSHUXIEDEYINGXIANG

/刘莉

随着全球经济的发展,休闲已经占据了生活的主要部分。目前,我国公民享有法定假日114天,中国人的三分之一时间是在休闲中度过。休闲是完成社会必要劳动之后的时间,是受强迫性情绪达到极小值的一种精神状态。在快节奏、强压力的工作状态之外,休闲是人们平衡生活的一种方式。休闲不仅是对自己自由时间的自主排他拥有,更是对自己自由精神的追求和心灵的慰藉。休闲的质量高低将直接影响社会的全面发展与进步,影响到人能否完整、全面、健康地发展自己。

休闲文化的发展带来休闲消费的巨大需求,而新闻媒体作为社会信息最集中最权威的传播媒介,自然就成为了休闲文化的重要传播和引导手段之一。新闻媒体所提供的精神文化产品,既满足了民众的求知欲和审美引导,也是民众度过休闲时间的重要方式之一。同时也是实践和倡导积极的社会规范的重要载体。新闻媒体既是重要的舆论工具,又成为了典型的休闲文化。

休闲是从文化环境和物质环境的外在压力下解脱出来的一种相对自由的生活,它应当被理解成为一种“成为人”的过程,“成为人”意味着摆脱“必需后”的自由。以人为本体,追寻生命的意义和价值,追寻和谐与美的升华。休闲文化将过去千人一面、政治色彩浓郁的传统新闻逐渐牵引向平民化、娱乐化的道路。娱乐政治化转向娱乐商业化,精英化转向平民化。以娱乐化的新闻取得满意的经济效益,这已经成为了世界

各国媒体纷纷实践的法则。

当今时代,大众已经成为新闻产品的主要消费者,占大多数的普通民众不再沉默,他们的欣赏趣味和审美倾向以经济为杠杆得以在公共领域中获取了话语权。他们有权要求传媒遵循受众的需求去生产他们喜闻乐见的传媒产品,并以他们乐于接受的方式提供良好的休闲服务。休闲文化从附庸高雅的文艺化、边缘化状态得以空前的人性化、平民化、自主化地张扬。以人为本、崇尚精神自由,追寻宁静和雅致的休闲文化,对新闻的题材、叙事视角、叙述风格等均产生了深远影响。

一、新闻的取材进一步“软化”,进一步关注民生

休闲是提升人类生存和生命质量的重要基础,社会中的每一个人包括弱势群体、边缘群体都应该得到实践休闲的权力和机会,因此追求自由化、平民化成为新闻发展的必然趋势。从传播心理学的角度看,受众阅读除了求知层面的需求外,还有消遣和娱乐的需求。美国新闻的王牌节目主持人丹·拉瑟就认为现代社会民众追求简单的快乐,那么我们的新闻应该是一天结束时,家庭主妇们靠在自家后院的篱笆上谈天时的话题。这就是丹·拉瑟的著名的“后篱笆院原则”。将新闻定位于平民的日常生活和精神需求,颠覆了传统新闻高高在上的权威地位。

关注普通大众的日常生活、倡导健康的休闲文化,是现代读者的需要,更

是现代媒体的责任。要在百姓小事中见社会大意义,在社会大事中找百姓焦点,从时政、经济等“硬新闻”、“大新闻”中找寻老百姓感兴趣的、与之相关的内容。对于国家宏观政策及走势,我们要从民生角度对国家大政方针政策进行解读和诠释;同时还要关注百姓的柴米油盐衣食住行等寻常生活,为百姓提供生活信息和服务资讯。如央视新闻频道的《新闻早八点》、《午夜新闻》、《晚间新闻报道》,央视一套的《新闻30分》等栏目社会新闻的比重明显加大,就连央视的新闻标志性节目《新闻联播》也渗透进了软化的因素。以北京电视台的《第七日》、江苏广播电视总台的《南京零距离》、安徽经济频道的《第一时间》等节目为代表的新闻节目成了中国电视界民生新闻的鼻祖,这些节目以其高收视率、高创收率带动了一次全国性新闻改革,据初步统计,目前,全国90%以上的电视台均开办了民生新闻。过去难登大雅之堂的寻常百姓生活走入新闻媒体的视野,突显了人文关怀。

《丹东日报》刊发的《抗癌司令——姚淑芝》写的是丹东有一位跟病魔抗争了八年,先后动过六次手术,但仍然积极乐观有滋有味儿生活着的老太太,是一个颇有些传奇色彩的故事。文章中有这样一段描述:“叩开她的家门时我不禁怔住了——呀,高高大大如同健美运动员一般的身材,大红短袖T血衫,乳白休闲裤,一头乌黑的秀发,一脸甜蜜的微笑——这哪是什么老太太



呀，更不像饱受折磨的癌症患者了。”这个细节就把姚淑芝“只要你精神不倒，它就拿你没招儿……”这种“坚强就是力量”的抗癌精髓传达了出来。

这则新闻通过对真实的新闻细节的客观描述，生动地展现事件“原貌”和人物的性格特征，直观、形象地彰显新闻的内在意义。

我们来看《劳动光荣生活美丽——女司机王静的人生感悟》这篇报道：

“首义路正在修路，一段凹凸不平的泥巴路横在眼前。“坐好啦！”王静回头提醒乘客，当乘客小心地抓好扶手时，车子只轻轻起伏了几下，就爬上了平坦的水泥路。

一个来回，80分钟，进出数十个站点和红绿灯，200多次起步，王静没踩一个急刹，精心按着自己摸索出来的“慢起步、柔进挡、中速行、缓进站”的节油秘诀做。

这是个难得的凉爽天气，车子以35公里的时速平稳行驶着，好几位乘客在车上打起了盹。伴随拂过的清风，在后视镜里看到睡着的乘客，她满足地

笑了。”

在这里，高明的记者没有发表一些空乏而主观的议论，而是运用独具匠心的选材和巧妙的角度，通过对女主人翁工作时的细节的细腻描述和展示，使读者完全被他的引导而吸引，从而对女司机王静肃然起敬，被她深深感动，这样的报道，使读者远离了平淡无味的文字堆砌，还能够增强可读性，引人入胜，调动读者全方位思维，对新闻报道内容进行立体式感观，使之在深刻认知新闻事件发生的背景及新闻人物个性特征的同时，获得美的愉悦享受。

二、以人为本的人物视角取代宏观的历史叙事视角

美国学者麦尔文·曼切尔在他的《新闻报道与写作》中指出：“记者必须用这样的方式来报道事件，即用个人遭遇的戏剧性情节来代替生硬的叙述”，同时指出：“运用富有人情味的词汇和细节，是实现可读性的重要因素。因为报道是给人看的。”每一个人都是有血有肉的，有缺陷的，富有个性色彩、独

无二的生命主体，而非湮没在历史长河中的符号化的人。要从纷繁复杂的新闻事件群像中跳出来，以个人体验式的采访，用民众乐于接受的形式如个人故事、个人视角、个人体验等为角度和切入点，来报道大新闻和硬新闻，诠释生涩难懂的政策法规等，达到以小见大的效果，贴近读者。例如：在中国加入WTO问题上，普通民众对WTO知之甚少，且觉得与自身没多大关系，如果我们在报道中只是去作一些刚性报道或条文解读，根本就起不到应有的宣传效果。那么我们就可选取一些与民众息息相关的事情，如加入WTO后我们购买电子产品、数码产品会更便宜等这些新闻素材来报道，从而阐释加入WTO对中国经济的影响，对我们每个人的影响。

为纪念辛亥革命一百周年，《江门日报》的记者沿着五邑籍辛亥革命历史人物的足迹，寻访辛亥革命英雄的乡人、后人、研究专家，并用“以‘小人物’视角看辛亥革命”为题，采访报道了在动荡不安的辛亥革命的历史舞台上，诸如菜贩子、“神枪手”这些看似不起眼却是革命不可或缺的“小人物”的故事。“小人物”别样的精彩不亚于大人物，他们不求回报、不惜生命的革命精神更能折射出辛亥革命的历史价值。用“小人物”的视角来报道重大历史事件，不仅能更加丰满生动地再现历史画面，更是对普通民众在历史洪流中的尊严和价值的肯定，衬托出人性的光辉和伟大，能唤起今天的民众积极向上的人生观。

新华社的标杆性报道《别了，不列颠尼亚》中写道：“四时三十分，面色凝重的彭定康注视着港督旗帜在“日落余音”的号角声中降下旗杆。根据传统，每一位港督离任时，都举行降旗仪式。但这一次不同：永远都不会有另一面港督旗帜从这里升起。四时四十分，代表英国女皇统治了香港五年的彭定康

登上带有皇家标记的黑色劳斯莱斯，最后一次离开了港督府。”

“掩映在绿树丛中的港督府于 1885 年建成，在以后的近一个半世纪中，包括彭定康在内的许多港督曾对其进行大规模改建、扩建和装修。随着末代港督的离去，这座古典风格的白色建筑成为历史陈迹。”

香港回归祖国是举世瞩目的时刻，记者在报道中，把很多细节，是按照时间顺序连接起来，以人物为主线来抒写这一重要时刻，无疑成为这次大事件中的最佳报道，也成为新华社史上的标杆之作，被列入了全日制高中教科书。

三、新闻的娱乐化、故事化使其更有吸引力

美联社特写新闻部主任布鲁斯·德希尔瓦就认为：如果以一种放松、有趣的方式比如以说故事的方式来报道新闻能更加有效地吸引受众，报道的信息也更容易被理解和记忆，因为它是真实的生活，而不是枯燥事实的罗列。人们可以通过故事来感受真实的生活，感知自己生命的存在，从故事中的人的生存和命运中反观自身。

近年来，在新闻的采写中，“新闻故事化”越来越多地被运用。人们用讲故事的形式把新闻事实讲述得扣人心弦，引人入胜，大量挖掘新闻事件中具有戏剧性或人情味的情节和细节，并注重展示事件发展的过程，来吸引受众，增强其可读性和贴近性。

新闻故事化倾向已成为媒介生存的一种手段，新闻内容的选择更大程度上受受众的新闻价值观及兴趣点影响。市场理念下的受众导向已成为新闻选择与制作的理念。

著名学者本雅明在谈到新闻的属性时指出：新闻的本质就是“闲聊”。闲聊是人际传播的特点，我们最初的民间休闲娱乐一般都是以听传奇、说故事的方式呈现的，也是大众的一种休闲消费方式，那么现在，我们把现代传媒故事化，恰恰体现了休闲文化和现代媒体的

结合。

在去年的两会报道中，《北京青年报》引入故事化叙事，为两会新闻带来了一抹亮色。用说故事的方式报道新闻，首先是给为偏于严肃、沉重、宏大的两会报道增添了轻松和谐的色彩，拉近了两会与普通读者的距离。“相比较动态消息、对话和组合式深度报道，沉静生动的故事讲述的确能让读者觉得更加亲近，从而打破时政报道硬朗干涩、见事不见人、见骨不见肉的单薄印象，使读者在轻松阅读中对两会、代表委员参政议政、提案议案等这些时政名词有了可依托可承载的具象感受”。其次，通过故事化叙事，能够让大家在轻松愉悦的氛围中接受和重视与民生息息相关的真正有价值的新闻。以讲故事的方式把焦点落在代表委员参政议政或者提案议案生成的过程上，关注那些能传达民众呼声的像邻居一样的普通代表委员，而不是将报道聚焦于关注官员、文体明星代表委员，偏离两会关注民生的主题。这样的新闻报道既能紧跟时政热点，又能进行丰富地深度报道，通过鲜活的细节和生动地叙述吸引读者，彰显了媒体的人本主义精神。

曾获普利策新闻奖的美国记者富兰克林说：“用故事化手法写新闻，就是采用对话、描写、场景设置等，细致入微地展现事件中的情节和细节，突现事件中隐含的能够让人产生兴奋感，富有戏剧性的故事。”

我们来看这样一则报道：

“这是一个十分迷人的阳光和煦的中午，我们随着肯尼迪总统的车队穿过达拉斯布的繁华市区……突然，我们听到三声巨响，声音听起来十分凄厉。第一声像是爆竹声。但是，第二声和第三声毫无疑问就是枪声。大概距我们约 150 或 200 码前面的总统专车立即摇晃起来。我们看见装有透明防弹罩的总统专车后的特工人员乱成一团……”

这则新闻《历史在我们眼前爆炸了》在 1964 年获普利策新闻奖，这是一则运用故事化手法写新闻的典型报道。

我们再来看邓飞的《朱军枪杀法官内情》这篇报道，《凤凰周刊》对此事件做了深度报道。

“走进法院杀人之前，朱军拨了一个电话。他问了法官同学一句话，在法院没，他的同学说，我在三楼开会。

朱挂了电话。

很多人感觉庆幸——湖南省永州市中级人民法院 5 名法官和永州市零陵区人民法院的干部在三楼会议室开一个审判监督办公会，或许是朱不愿面对或误伤同学，死神由此和他们擦肩。

现年 46 岁的零陵区邮政局金融保安队长悄无声息进入法院大楼，戴一顶黑色鸭舌帽，背一个黑色旅行袋——里面是一把折叠式微型冲锋枪、两把手枪和 6 个弹夹。他的目的是杀人，尽量多杀死这栋楼的人。”

这篇报道细节开头，同时设置了一个悬念。完全吸引住了读者的心，邓飞是在告诉读者，往下则是更精彩的内容。

记者在平时的新闻报道中，撷取新闻事件发生过程中能够打动读者、引发读者共鸣的细节，能达到“无声处见真情”的效果。这就是细节和现场感的精髓。

休闲文化与大众传媒是联系紧密、相辅相成的。人们不断变化、不断发展的休闲需求，带动了大众传媒的改革和进步。同时大众传媒的进步，又促进和推动着休闲文化更快地向更高层次的提升。因为这种互动机制，让我们更加自觉地关注和发挥传媒对休闲的影响和作用。要结合我国传统和西方优秀休闲文化，用健康有趣、以人为本的美学思想引导传媒，向人们昭示一种自由、平等，雅致而宁静的生活方式、唤起积极的人生价值观和对幸福生活的追寻，实现生命的和谐之美。正如我国休闲学者于光远先生所说：“玩是人类基本需要之一，要玩得有文化，要有玩的文化，要研究玩的学术，要掌握玩的技术，要发展玩的艺术。”

（作者单位：长沙学院中文与新闻传播系）

编辑/曾致



后相亲时代： 下一个最火是什么？

/刘樱

2009年-2012年,《我们约会吧》大陆首播,《非诚勿扰》引爆社会话题,《爱情连连看》香艳美女群,《百里挑一》戏剧化冲突,相亲交友节目全国遍地开花、充斥荧屏,占领了老百姓茶余饭后的谈资。

湖南卫视的《我们约会吧》引进英国原版<Take me out>模式,从2009年12月24日晚黄金时段平安夜全国首播,到2012年5月19日改版前最后一期,除了经典的18女对1男的版本,还升级改良了18男选1女的反转版本,希望换个视角看待相亲交友的中的角色转化;北京、广深、成都等同城约会版本,希望展示不同城市同一区域的交友

地域特色化;户外场,通过走出演播厅更接地气地到群众中去;和航天部合作的火箭男专场,希望关爱相亲交友中的特殊群体等等版本。尝试和改变,希望让相亲交友节目更好的为社会单身群体服务。旧版《我们约会吧》共播出168期,在2010、2011年,两年周间黄金段,平均排名前三,最高收视率2.12/5.27,2010年一年共获得34个全国同时段排名第一。

而2012年7月,湖南卫视全新改版启航,交友类节目《我们约会吧+》也全新改版,央视新闻主播邱启明确定加盟,完成从“愤怒主播”到“真诚欧巴”的首次华立转身。一个是被网友誉

为“最具性情的央视新闻主播”,一个是为观众牵线搭桥的约会类节目,凛然正气的新闻主播如何能跟多情红娘划上等号?连日来网络热议不断,有着天然“正气新闻脸”的邱启明能否挑起娱乐节目主持这个大梁?英气逼人、犀利见长的他,又将如何颠覆《我们约会吧》一贯的柔情满溢,以男人的姿态风靡全场?相信观众们有着同样的疑虑与期待。

男人模范变革:
主播“变脸”引领创新趋势

从年初开始,“学历门海归门事件

频发”、“海派青口高调转会任创意总监”、“主持人咆哮高考天问”热议不断,从各色节目主持人派生出的话题成为抢占各大娱乐头版的绝对火力。最近,“央视新闻主播转会做娱乐”事件又未播先热,一夜之间,电视圈仿佛迎来新的“变脸”时代:让独赋个性的主持人成为节目显著“标签”,围绕主持人特性包装定位新节目风格,打造以个人为主动力的节目形态,已然成为新综艺时代的一大方向。十多年来,作为中国电视娱乐先锋,“芒果TV特色式诙谐”一直是其引以为傲的LOGO,鲜有风格迥异的主持涉足芒果地界。而今,男人模范邱启明的加盟无疑打破了这一铁律。芒果7月大改版,第一炮重磅推出颠覆性特色的主持人,意味着十多年来一直秉承传统娱乐精神的芒果TV也毅然迈出奔赴“新综艺时代”的第一步——崇尚主持特性,凸显节目内涵,以文化娱乐逐渐替代纯娱乐,以犀利幽默的节目风格引导观众“娱乐之余的反思”。而这,或许正是《我们约会吧》大胆启用有责任感、有观点引领的新闻主播担挑重任的背后深意。

换个角度看电视: 娱乐“更芯”

中国电视娱乐是一场历时长久的“困兽之斗”——泛娱乐成灾盲目跟风、俗文化审美疲劳同质严重、纯娱乐创新疲软后继乏力、外来和尚水土不服……在重重困窘下,还要背负政策、市场、观众的三重压力,艰难前行实在不易。继2011年10月广电总局接连颁发“限娱令”、“限广令”之后,曾经辉煌一时的“综艺时代”在超女、快男、达人秀巅峰过后也开始面临新的变局。低浅的轻歌曼舞、插科打诨、争夺眼球已不足以满足广大观众日益增长的深层娱乐需求,传统综艺开始嫁接更广泛的“内核”——婚恋、交友、求职、帮扶、公益等等——这一切正预示着“新综艺时代”的到来。新背景下,电视娱乐亟待

“破”与“立”,传统综艺“芯片”急需换代升级,直达人内心,揭示深层需求。与此同时,新媒体的迅猛介入,碎片化传播及互动技术的日益风靡,正迫使电视传播优势日渐式微,无限渗透和蓬勃发展的新媒趋势让传统电视人不得不面临一个尴尬的转型:不管你承不承认,“新综艺时代”正以一种发展的必然,让我们无法回避也无从淡然。在中国电视集体赶赴新娱乐大潮之时,湖南卫视再次挥舞创新大旗,不管是《百变大咖秀》还是《向上吧!少年》,无论《完美释放》还是《全力以赴》——芒果TV这次转型改版与以往有着太多不一样——节目少了热闹浮躁,多了温和深刻。从某种意义上讲,无论全新改版后的节目是否贴合人意、赢得观众簇拥,都已无碍湖南卫视以中国电视领军者的姿态再战荧屏。从由内及外的“自省式蜕变”带给老百姓一个不同凡响的“新娱乐样板”,让沉浸在传统浮躁娱乐中的观众,能够换个角度看电视,这或许正是“限娱令”出台背后的真正内涵和终极诉求——在娱乐中寻找生活、抚慰心灵、感知生命。

文化的力量: 谁在塑造我们的生活

从主持特性日益凸显到节目内容深度转型,中国电视娱乐正逐步迈入“第三时代”。回顾改革开放三十年,高速前行的中国裹挟着人们生活的激情和浮躁,纯娱乐曾一度适应了这份狂热。而今,随着物质精神文化日益提升,时代节奏放慢脚步,社会人群更需要思考与沉淀。随着国内电视娱乐节目向着多样化的格局发展,媒体与大众越来越相互影响,大众需要更深层次的电视体验,纯娱乐将逐渐被文化娱乐所取代,“历史、文化、价值观”正通过一个个生动具体的节目体现塑造着我们的生活,如锅碗瓢盆里的人文故事、莺歌燕舞中的艺术经典、针锋相对下的理性思辨...处处都是文化的影子。CCTV大型

美食类纪录片《舌尖上的中国》,作为文化电视产品的成功,也让电视人看到了文化并非高端,高端并非低收视。而以邱启明为代表的新闻主播式综艺转型,在强烈人文思辨与现实娱乐的对撞下,也在开启新文化娱乐的格局,让大众在娱乐之余感受文化的韵味、人文的关怀、与社会的反思。

下一个最火: 电视必须反映社会现实

英国著名学者迈克尔·奥肖内西在《电视的真相》中写到:“电视必须跟人们的实际生活相联系,包括现实生活和想象中的生活,如果在电视中看不到我们自己的生活、愿望以及梦想,那么电视对我们就毫无意义。电视必须反映社会现实,跟上时代的步伐,以描写各种冲突为主题的成功的戏剧,也开始转向目前的社会的争端及问题。”从2011年10月至2012年1月,在限娱重拳下,各地卫视经历了一场从慌乱应对到主动加强节目研发的跨越式弹跳。此波调整政策在某种程度上促进了节目样态的多元创新。在广电总局大力整顿荧屏不良风气的大环境下,靠抄袭节目模式、滥用煽情、弄虚作假的低俗节目将逐步丧失生存空间。这既是一种约束,也是一种激励,有利于各大卫视进一步进行节目形式的再创新与节目内涵的深挖掘。

新综艺时代下,电视重责在肩。有担当者需要贴近社会现实,关照大众生活;切入矛盾冲突,传递公平公益;直击人性弱点,展示人性光辉。在娱乐外壳的包装下,加入时代热点、民生所向、文化底蕴、共通情感做主料,再以通达自然、不雷不装的节目基调做点缀,精心“烹制”酝酿出适合大众日益增长的精神、文化、娱乐需求,不浮躁、不造作的新综艺精品,成为“下一个最火”。

(作者单位:湖南卫视)

编辑/曾致

外来和尚，好念经？

——由《我是歌手》为例论
版权引进节目的本土化改造

/欧阳逸雪 李耀武

去年夏天浙江卫视收购荷兰节目《the voice》的版权，推出平民音乐选秀节目《中国好声音》，凭借其“盲选”“导师制”，绚丽的舞台效果，大牌评委针锋相对及草根选手背后的故事等卖点，在观众中掀起了一轮收视热潮，也在各卫视中拉开了“引进国外版权”的争夺赛。今年初，为了可和《中国好声音》媲美收视率，湖南卫视购得韩国人气王节目《I am a singer》的海外版权。与“好声音”一样虽然都走的是“节目模式购买”的老路，但在节目内容上却反其道而行之，以大牌歌手现场pk，大众评委投票末位淘汰，以歌唱人生等以巧取胜，让在“草根变明星”的选秀节目轰炸下的观众眼前一亮，成功上位。

外来和尚，好念经？外来的节目，就有可能遭遇撞车。从2005年的《超级女声》的“无偿拿来主义”到现在“有偿改良主义”的《我是歌手》，都创造了收视奇迹，难道这种“万能模板”的方式真的屡试不爽吗？湖南经视曾模仿美国整容真人秀节目《天使》打造了《天使爱美丽》，然而节目却因为生搬硬套原节目苛刻条款，血腥纪录整个整容过程，过度披露参赛者隐私等弊端，被冠以“病态的噱头，病态的节目”，失败在于没有做好节目的本土化“嫁接”：一来传统文化“身体发肤受之父母”，观众很难接受“整容”；二来与主流价值观不符，无形中传输“外貌比内心重要”，对年轻人的价值观会有不良的影响。花钱购买国外节目版权，引进节目

模式，好比投资购置了一个漂亮包装盒，里面如何放置内容，电视台自行决定。节目“进口”后，一定要再根据中国本土文化的风格以及观众的收视习惯进行改造。有人说，《我是歌手》说得比唱得好听，和《中国好声音》相比胜在玩煽情讲故事。的确，原版的《the voice》歌手冲突性更强，比如他们会播出参与明星之间的明争暗斗，歌手之间甚至会曝出对方的弱点，在台上大发脾气。而在引进后，则弱化了竞争冲突，注意中国传统的“和为贵”，比如在《我是歌手》里面观众可以看到歌手与歌手、歌手与主持人、歌手与经纪人的关系外，还加入了歌手与歌曲的关系，即通过歌曲的原创者、翻唱者、作词人之间建立一定的联系而做文章，如第九期的替补嘉宾，来自台湾的歌手彭佳慧现场演唱了一曲《走在红毯的那一天》，引出了她与作词人无果而终的爱情往事，深厚的唱功，真情的流入，集体的回忆，击中了无数观众的泪点。我认为《我是歌手》最成功的是它不再是单纯的在做音乐节目，而是赋予了音乐灵魂，展示了不同年代歌手的一种情怀、一种人生和歌声背后一代人的集体记忆。其次在节目播出的过程中，还适时地对节目进行了改进，隔几期就会出个新花样，增加了不少悬念，比如非专业主持上阵，经纪人抢戏，轮盘选歌，设置淘汰歌手的复活赛，随机的歌手上场顺序等细节创新更加符合中国观众的收视习惯和心理。最后，节目总决赛在影院直播的创意也吸引了不少观众前去

观看，又为节目添了一把火。总得来说，“情感”和“故事”两大元素成为外国综艺本土化的落脚点。

取人之长，避人之短。《我是歌手》以中国老百姓的口味为向导，摸索出了一条新路，合理地进行了本土化改造，这也启迪我们中国的真人秀节目要走一条革新之路。看来，以下几点有助于“本土化”：1、突出励志性。即强调“梦想”主题，为闯关者提供机会；2、讲普通人故事。减弱竞争成分，增加选手的人生故事。在《好声音》里学员满分是5分，声音3分，情感故事2分。《我是歌手》除唱歌外，明星也会讲述自己的故事，这便有了较强的中国特色；3、评委不再犀利。减少评委犀利风格，突出指导作用。《好声音》的“导师们”就在各方面为自己的组员保驾护航，使节目整体风格温和许多。

“引进来，不如闯出去。”引进是拯救本土选秀老化的捷径，但它只能治标，偶尔还有“水土不服”的并发症，所以创新才是王道。“创新”建议如下：1、站在巨人的肩膀上，推陈出新。即在国外节目的成熟的模式上，不断加入新元素，应对不断换口味的观众；2、加强知识产权的保护，保护和鼓励创新；3、制播分离。综艺节目流水作业，电视台压力小了，才有精力顾及新节目的开发；4、注重创意人才的培养，人才才是核心竞争力。

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/王庆华

加减乘除： 限娱令背景下 中国电视娱乐节目的出路

/刘涛



2012年1月1日，广电总局下发的《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》（以下简称为《意见》）正式实施，到现在已经有一年半的时间了，按照《意见》要求，34个电视上星综合频道提高了新闻类节目播出量，同时对部分类型节目播出实施调控，以防止过度娱乐化和低俗倾向，满足广大观众多样化、多层次、高品位的收视需求。这个被坊间称为“限娱令”的文件到底在这一年半之内对中国电视娱乐节目的发展产生了怎样深远的影响呢？

一、限娱令背景下国内各龙头卫视的应对之道

《意见》出台后，各大上星地方卫视也针对自己的节目做“加减乘除”，保留优秀高品位的节目，剔除竞争力不强、口碑不佳的娱乐节目，并对节目进行改良、提升娱乐节目的品质，开发新

的节目类型。

浙江卫视：娱乐节目移除黄金档新节目偏向社科人文

浙江卫视将相亲节目《爱情连连看》移到周一、周二晚22点播出，并对之进行相应的改版，而周立波加盟浙江卫视主打综艺节目《中国梦想秀》，为节目增色不少，新推出的节目《人文新呼吸》等节目走高端路线，偏向社科人文。

江苏卫视：推陈出新《非诚勿扰》继续雄霸黄金档

江苏卫视依托《非诚勿扰》，不断增强自己的原创能力，推出了《脱颖而出》、《非常了得》、《一站到底》等收视和口碑都不错的节目。

东方卫视：力保《达人秀》、《百里挑一》不断创新新节目

东方卫视除了力保相亲节目《百里挑一》、《达人秀》外，也积极创新，打造了不少优质节目，《梦立方》以及

《今晚80后脱口秀》两档新节目重磅出击，新一季的达人秀也与7月正式开始启动。

湖南卫视：从主打电视剧到推出全新品牌节目

《意见》实施后，湖南卫视在电视剧上大做文章，开辟730《金芒果剧场》，与十点档的《金鹰独播剧场》遥相呼应，然后自制了《变形记》、《辩法三人组》等非娱乐类的节目，但靠电视剧撑起整个晚间时段，难免成本过高，也失去了自制品牌，不仅收视率明显下滑，品牌影响力也急剧下降。为了挽回流失的观众群，从2012年7月1号起，湖南卫视也在晚间十点档开始推出系列娱乐节目带，力图挽回之前的失地。从周一的减压节目《完美释放》、周二、周三相亲节目《我们约会吧》、到周四明星模仿秀《百变大咖秀》、再到湖南卫视王牌节目《天天向上》、《快乐大本营》、直至周日播出的《向上

吧,少年》,湖南卫视在7月将掀起一股势不可挡的青春热浪。

显而易见,《限娱令》一出,各家卫视都有高招应对。但是,笔者以为,当代中国的电视娱乐节目要树立长远的发展观,学会“加减乘除”,以期获得更强的竞争力。所谓加法,就是增加电视娱乐节目的社会责任感、减法就是减少低俗和恶意炒作的娱乐节目,所谓乘法就是利用新媒体技术手段将娱乐节目的功能无限放大,扩大娱乐节目的影响、拓展娱乐节目的后续市场,而除法就是将同类型、同质化的节目进行整合,中除掉品位不高、质量不高的节目,保留有市场、有观众的标杆节目。

二、做加法:增加娱乐节目的社会责任感

一档电视节目不单是一个娱乐产品,也肩负着文化道德建设的重任。诚然,一个机智风趣的节目主持人,或者明星嘉宾的参与,会令电视节目增色不少,但这些都是电视节目的“外衣”。新奇的创意、健康的主题、关系社会民生的话题才是一档优秀电视节目受观众喜爱并可持续发展所必备的内涵。然而,现今充斥在荧屏上的一些电视节目则是舍本逐末,不是跟风仿制、窃取他人创意,就是依赖明星效应、探究他人隐私。“外衣”成了主导,内涵却被完全忽视,这类“金玉其外、败絮其中”的电视节目如何能担负起文化道德建设的重任?记得在《人民日报》中读到这样一句话:“一些节目以猎奇为动机,以窥视为目的,以隐私为依托,大肆宣传拜金和享乐,引起了观众的反感。”这正是当下许多电视娱乐节目的真实写照,如此的电视节目就应该调控、整改、甚至取缔。

6月1日晚10点,湖南卫视《天声一队》节目以“快乐上学路”为主题为儿童节献礼,同时也迎来本季节目的最后一场。节目从广电T2前排搭建的分会场开始,12辆“快乐校车”整装排列,为爱启程。吴奇隆、吴克群、天

娱群星新晋入队,为爱献声,明星“斗”儿歌环节既贴近儿童节主题,更是将当晚的节目推向了高潮。截止当晚,《天声一队》节目播出十期来,共计募得善款11231152元,超出预期的千万目标,芒果V基金联合众多爱心力量为全国各地小朋友累计送上56辆快乐校车。《天声一队》作为湖南卫视和芒果V基金联合发起的大型慈善音乐竞赛节目,一方面,巧妙的将娱乐元素和公益慈善结合,宣传公益慈善理念,传播社会主流价值观,为青少年营造了积极、健康的成长环境,充分彰显了媒体的社会责任;另一方面,节目搭建的爱心平台,吸引了大量爱心人士和爱心企业的积极参与,切实的帮助了部分地区学校和孩子,解决了上学交通工具困难的问题。《天声一队》节目虽已完美收官,但“快乐校车”公益项目将会继续实施下去,可以说在“限娱令”的大背景下,《天声一队》节目也为娱乐节目增加社会责任感做出了绝佳的表率。

三、做减法:减去娱乐节目的恶意炒作、造假现象

为了赚取收视率,博眼球,不少娱乐节目也存在着恶意炒作和作假的现象,在某卫视一鉴宝类节目中,一女孩带着号称是干爹送的价值不菲的翡翠上节目,结果被专家鉴定为玻璃做的地摊货,这段节目视频在网络上广为传播。出人意料的是,随后这名女孩通过微博爆料称,自己是节目的“托儿”,所谓“干爹”、“翡翠”等都是节目组设计的。

作为国内众多“非”字头节目的一个,《非你莫属》自播出以来话题不断。先是“海归女求职遭围攻”,最近又惊现一位“晕倒哥”——留法求职者被嘉宾质疑后当场晕倒,却遭主持人“你是在表演吗”的质疑。其间,关于嘉宾的水平、求者者的学历,以及电视台录制前是否应审核身份等各种凌乱,一时难以剪理。

一档求职类的节目造出如此多的噱

头,虽然博得了眼球,但却没有了效应。20余万网友抵制的场面,是批评无效后观众选择的“最后的武器”。

“你站在桥上看风景,看风景的人在楼上看你”,任何节目,在“不隐藏自己风格”的同时,都要考虑自身的社会责任,顾及大多数受众的观感,并处理好看与被看、职业底线与自由个性、吸引眼球与长远口碑的关系。否则,如果一味盛气凌人、无知无畏,不懂得敬畏观众“最后的武器”,最后很可能不是非你莫属,而是与你无关了。

四、做乘法:利用新媒体扩大节目影响、拓展节目市场

当新媒体以其丰富多样的娱乐形式、快捷的反馈机制、平易近人的姿态进入人们生活时,电视媒体也在不断反思与进步,借鉴新媒体的成功经验,为己所用。在综艺娱乐节目与新媒体的合作共赢中,“超级女声”的案例足以说明一切。“超级女声”通过短信投票参加节目的形式,使电信运营商成为节目运作的一个重要主体。仅仅就在2005年湖南卫视超级女声总决赛当天,冠军就得到352万的短信投票,前三甲一晚共获得约900万的短信投票。“超级女声”的上亿条短信流量,成为电信运营企业短信行业应用最成功的案例,很多从不用互发短信参与娱乐的人也纷纷加入到超女的投票中。电信运营商的参与不仅增加了受众与节目之间的互动,也为媒介产业带来了新的利润增长点。不仅如此,为了增加节目的享誉度和相关附属产业的利润增加,湖南卫视选择了短信增值服务,即为节目的短信参与者提供相关的资讯服务,受众可以通过手机的彩信、WAP等方式,将“超级女声”的新闻、图片、MP3放在自己的手机上,这种手机增值服务的开创不仅加强了“超级女声”节目的宣传力度,而且为短信服务提供商带来了巨大的经济支持,甚至带动了SP商业新模式的成熟发展,让综艺娱乐节目成为市场产业链的开源者。“超级女声”与新媒体的

合作不止只有手机平台,节目在网络中的宣传方式更是引来了大量的节目受众者。据统计,在2005年,平均每秒就有5人在论坛上的发表与“超级女声”有关的帖子。在数字化的进程中,融合是电子媒体发展的大趋势,任何媒体都有自己的优势,也有自己的劣势;因此在媒体相互融合的过程中,媒体可以相互结合,取长补短,以实现统合。对于娱乐节目来说,可以充分借助新媒体的特点和优势以实现新的发展,就像不断的做乘法一样,借助新媒体不断给自身增值,而新媒体亦可以借娱乐节目在内容上的优势来拓展自身的业务和资源,实现合作双赢的良好局面。从长远看,媒介融合更应是媒介形态、结构、流程以及传播方式的全方位融合,媒介之间通过优势互补实现功能的融合和相互渗透。正是这种多层次、多角度的媒介融合态势,为传统电视媒体改变自我、寻求新发展提供了机遇,它们纷纷抛弃既有的基于单一产业的营销方式,开始探索新的盈利模式和营销战略,以期获取更大的市场空间。中国电视娱乐节目的前景十分诱人,发展空间无限广阔,只要电视人在实践中不断努力去完善和创新,就一定能够探索出中国电视娱乐节目发展的内在规律,建立起一套符合现代娱乐产业运作的、科学的娱乐节目经营管理模式。

五、做除法:除掉山寨节目,增加原创内容

目前的中国电视娱乐节目存在一些亟待解决的问题,也正积极寻求出路。现阶段,各大卫星频道的娱乐节目形式中鲜有自主创新出来的,大多是吸收和移植国外的形式,目前大多来源于日本和欧美地区,使得国内节目制作始终遵循“欧美、日本原创——港台移植——南方复制——中原克隆”的路线。大量节目环节的雷同,主持人的数量有限,嘉宾资源的争夺,以及节目日趋低俗化的倾向等问题都成为了阻碍节目更好进行的绊脚石。

最近几年,从“娱乐选秀热”到“K歌风潮”,再到今天的“婚恋交友风”,你方唱罢我方登场,少不了的是扎堆模仿。2005年的“超级女声”火爆全国之后,2006年这股势头继续维持,东方卫视的“我型我Show”、“加油好男儿!”、央视的“梦想中国”、江苏卫视的“名师高徒”等纷纷亮相荧屏;2008年,浙江卫视的“我爱记歌词”大获成功之后,湖南卫视的“挑战麦克风”、贵州卫视的“我为麦克疯”、山东卫视的“先声夺人”、江苏卫视的“谁敢来唱歌”等纷纷出现;当前,又充斥着“婚恋交友风”,如江苏卫视的“非诚勿扰”、湖南卫视的“我们约会吧”、浙江卫视的“为爱向前冲”等一大批类似栏目出现。

电视栏目创新的最高境界是重原创。原创,凝聚着电视策划人员的聪明才智,来源于丰富的想象力和节目形态融合的联想。原创既有内容上的创新,如民生新闻;也有形态上的创新,如“今日说法”的举案说法式;还有节目类型的原创,如“一日厨师”将真人秀形态融入服务性节目之中,“坐出租车赚钱”将真人秀与纪实手法相结合。

这种现象短期内似乎难以改观,因此过于纠结谁抄袭谁其实意义并不大,关键在于在对同类型节目进行移植和再设计时,能否在细节上做出差异和亮点,能否结合国情更好地进行本土化。能否更完整地反映节目的创作初衷和价值诉求。江苏卫视在这些方面可以说进行了一次比较成功的尝试,最终在节目形态的典型性和影响力上都先人一步。美国学者罗伯特·莫顿将“马太效应”归纳为:任何个体、群体或地区,一旦在某一个方面(如金钱、名誉、地位等)获得成功和进步,就会产生一种积累优势,就会有更多的机会,取得更大的成功和进步。以《非诚勿扰》为例,江苏卫视近年来定位“情感世界,幸福中国”,在情感类节目领域积累了丰富经验,这种经验优势使《非诚勿扰》在情感“触发点”的发掘上远超其它相亲节

目。在传媒市场的信息海洋中,受众虽然有选择信息的自由,但出于从众的本能,受众的注意力资源总喜欢投向那些已经得到公众广泛关注和认可的传媒品牌,这种逐渐聚集的人气反过来又会吸引更多的人参与到对这一传媒品牌的关注中去。滚雪球的结果是强势媒体的“议程设置”能力越来越大。因此,在传媒市场同质化竞争激烈的情形下,良好的媒介品牌创新作为一种高于产品的市场运作层次,不仅较难被竞争对手模仿,而且有利于培养和巩固受众的忠诚度,进而将这种传媒品牌固化成为一种无形资产,促进传媒的资本运营,增强传媒抵抗市场风险的能力。

《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》中就明确提到允许上星频道每周可以在19:30—22:00播出两档娱乐节目,这一时段总共允许拥有九档娱乐类节目。由此看出,娱乐并未被限制,而是被精简。

针对这一规定,每个频道就必须保留和集中力量建设最有口碑和最受欢迎的节目作为王牌节目,除掉影响力较小、关注度较低、竞争力不强的节目,将之淘汰或者放到非黄金时段播出,并不断增强自身的原创能力。

例如湖南卫视原本有《称心如意》、《我们约会吧》两档相亲节目,但7月改版,只保留了《我们约会吧》,并对节目进行了升级改造,江苏卫视则放弃了《老公看你的》、《不见不散》等节目,而坚持播出影响力大、收视率也很高的《非诚勿扰》,并推出了很多形式新颖的节目,比如《非常了得》和《一站到底》,避免和节目的同质化。

由此不难发现,“限娱令”则客观上推动了上星频道分析和总结自身特色,并研究各个娱乐节目的收视现状和发展潜力,然后根据自身的特色来对娱乐节目做“加减乘除”,这对于打造各大卫视的精华节目,创造自身的特色品牌有着重要的积极作用。

(作者单位:湖南卫视)

编辑/王庆华

浅谈新闻报道中的 侵犯名誉权问题

/刘崇

记者写稿,编辑编稿,严格地说篇篇都遇到法律问题。就是说新闻工作者每天都和法打交道。如案例报道、批评性报道、企业改制报道,从公检法到科教文卫体,以及工商、税收、金融、保险等等涉及报道内容的方方面面都要求编采人员一要有很强的法律意识,二是要具备一定的法律常识,才能充分发挥党和人民的喉舌功能,提高报道质量,依法维护自身合法权益。

尽管新闻法现在还没有出台,但是言论权,舆论监督权是宪法赋予新闻媒体的权利。但是这种权利须在宪法和法律规定的范围内行使。有关名誉权的规定也散见在“民法”及最高人民法院的系列司法解释当中。

本文仅就当前“新闻官司”的热点—侵犯名誉权案中的一些问题和注意事项作一简论,以期对新闻工作者有所启发、帮助。

一、有关名誉权的法律规定

民法 101 条规定,“公民、法人享有名誉权,公民的人格尊严受法律保护,

禁止用侮辱、诽谤等方式损害公民、法人的名誉。”随后,最高人民法院关于贯彻执行民法若干问题的意见中指出:“以书面、口头形式宣扬他人的隐私,或者捏造事实公然丑化他人人格,以及用侮辱、诽谤等方式损害他人名誉,造成一定影响的,应认定为侵害公民名誉权的行为。”“以书面、口头等形式诋毁、诽谤法人名誉,给法人造成损害的,应认定为侵害法人名誉权行为。”

最高人民法院关于审理名誉权案件若干问题的解答:“对未经他人同意、擅自公布他人隐私材料或者以书面、口头形式宣扬他人隐私,致他人名誉受到损害的,按照侵害他人名誉权处理。”

“因新闻严重失实,致使他人名誉受到损害的,应按照侵害他人名誉权处理。”

关于因批评性文章引发的名誉权纠纷:“文章反映的问题基本真实,没有侮辱他人人格内容的,不应认定为侵害他人名誉权。”“文章反映的问题虽基

本属实,但有侮辱他人人格的内容,使他人名誉受到损害的,应认定为侵害他人名誉权。”“文章的基本内容失实,使他人名誉权受到损害的,应认定损害他人名誉权。”

最高人民法院关于审理名誉权案件若干问题的解释:“新闻媒介和出版机构转载作品,当事人认为转载者侵害其名誉权向人民法院提出诉讼的,人民法院应当受理。”

“新闻单位根据国家机关依职权制作的公开文书和实施的公开职权行为所作的报道,其报道客观准确的,不应当认定为侵害他人名誉权;其报道失实,或者前述文书和职权行为已公开纠正而拒绝更正报道,致使他人名誉受到损害的,应当认定为侵害他人名誉权。”

“新闻单位对生产者、经营者、销售者的产品质量或服务进行批评、评论,内容基本属实,没有侮辱内容的,不应当认定为侵害其名誉权;主要内容失实,损害其名誉的,应当认定为侵害名誉权。”

二、新闻报道中应注意的问题

(一)新闻报道的内容是否构成侵害他人名誉权,稿件内容的真实性是问

题的关键。法律规定内容基本属实便不构成侵权,所谓基本真实,是指稿件内容主干真实,事件主要脉络属实,而不要求稿件百分之百地真实,绝对的真实。如报道杀人案,杀人是主要事实,是三刀砍死或是五刀砍死不是主要事实。再如狗咬伤人,狗咬人是主要事实,至于是公狗、母狗、花狗、白狗是事件细枝末节。因此,记者写稿、编辑在编稿中,要对主要事实进行审核,除和当事人核实外,还要和有关权威部门联系落实稿件内容的真实性。值得注意的是,大部分稿件基层单位盖了章,签了“属实”,一旦稿件发表后出问题,并不能当然地免除新闻单位的侵权之责,所以对这类稿件也应仔细审核其真实性。以免吃上“新闻官司”。

(二)稿件内容基本属实是不是就不构成侵害名誉权了呢?回答是否定的。内容虽属实,如公布他人隐私,造成了他人名誉权损害,也构成侵权。如,某人患病情况,你未经他人同意就报道出去了,便侵害了他人名誉权。再如他人信件中的个人私生活情况,你未经当事人同意就引用发表了,亦构成侵权。在许多报道中,稿件内容是基本

音乐综艺节目要创新制作理念

/李蕾

湖南卫视近期推出的《中国最强音》，将“真人秀”概念引入了音乐类综艺节目。节目还原嘉宾和参赛选手的即时面貌，当时事件发生所产生的逻辑线索加上戏剧化的剪辑手法，呈现出一种未知性和悬念感。这一创新不仅掀起了一阵收视热潮，也使中国音乐类综艺节目的发展再次成为大众热议的焦点。

中国音乐类综艺节目的起源，要从1984年中央电视台推出的青年歌手电视大奖赛说起。该节目走“专业歌手、专家点评”的路线，推出了一批音乐人才和优秀歌曲，引领了音乐事业发展。不过，受到当时条件的限制，这个节目的成功并未带动一批节目的涌现。进入21世纪，随着电视节目制作方式和理念的不断进步，音乐类综艺节目如雨后春笋，规模发展起来。2004年湖南卫视的《超级女声》通过“海选”形式挑选参赛选手，平易近人的形式受到观众

的喜爱。随之而来，央视的《星光大道》《非常6+1》，东方卫视的《我型我秀》，青海卫视的《花儿朵朵》……一时间，“选秀”成为音乐类综艺节目的主流。

不过，随着观众口味的不断变化，单凭选秀节目已不能满足求新求变的收看需求。为此，各大电视台绞尽脑汁，新的节目形式层出不穷。《我爱记歌词》不比歌喉和舞台表现，谁能唱对歌词就算赢；《我心唱响》为普通人提供通过歌唱表达情感的机会；《中国好声音》里，导师只凭声音挑选学员，对他们进行培训；《我是歌手》则反过来，让专业歌手当选手参赛，普通观众进行点评；《中国最强音》借由逆袭赛制的独创手法，将励志和屡败屡战的斗志展现得淋漓尽致。从开始单一的比赛形式，到后来将游戏、真人秀、访谈等元素混搭融合，经过多年不断的实践，音乐类综艺

节目的创作运营模式渐趋成熟，成为老百姓精神文化生活中不可或缺的娱乐元素。

如今，在省级卫视的积极参与中，音乐类综艺节目的优势资源日趋集中，呈现出大制作、产业化运营的特点，由此引发的激烈竞争使节目推陈出新成为常态。新颖的节目形式、大牌的参演嘉宾等内容的创新固然重要，但能否呈现优质音乐、彰显正能量，实现创作思想上的创新，才是影响音乐类综艺节目成功与否的重要因素。总结近年来这类节目的发展规律，我们看到，节目创作不能只看粉丝、支持率，创作重心最终还是要回归音乐本身，在如何呈现表演者深厚的歌唱功底和艺术素养、感人的音乐故事以及积极认真的生活态度方面多下功夫，这才是成功的关键。

编辑/曾致



属实，但稿件中如使用侮辱性言词，侮辱他人人格，随意发表主观评论，同样构成侵权。因此在写稿过程中要少用形容词及文学修辞手法，如夸张、比喻等手法的运用。尽量少带主观色彩，多用客观叙述手法、少用抒情、议论手法。

（三）有不少报道虽根据国家机关的文书和职权行为而进行报道的。如法院一、二审判决书，公安机关对违法行为人的处罚，以及和卫生、工商、税务、技术监督等执法部门执法的相关报道内容。这类报道要客观准确，既不要加入记者自己的观点、评论，又要和执法部门的结论、行为过程相符合。这样就可以尽可能避免侵犯当事人名誉权。一句话，不能对国家机关文书及职权行

为报道有偏差。如果报道既客观又准确，国家机关公开文书和职权行为已作纠正的，新闻单位应作更正报道或称作重新报道或称作连续报道。如一审判决某人无罪，二审判其无罪或它罪，新闻单位应对二审结果予以报道。再如执法机关对某人处罚，新闻作了报道，后执法机关纠正原处罚，新闻单位也应报道。这里有一个条件，就是国家机关对其文书和职权行为公开纠正后，新闻单位才予以更正报道。国家机关先纠正是前置条件，如执法机关未纠正其公开文书（如处罚决定书）和行为，新闻系统可以拒绝更正报道，因为新闻媒体不能单方面更改司法文书，以及司法文书所体现的内容。

（四）注意审查转载作品。现在新闻系统大量转载如明星秘闻、案例、企业间纠纷等热点新闻，大呼隆炒新闻。转载作品一定要慎重，尽量不转或少转，因为转载作品更难审核真实性，一旦当事人起诉侵犯名誉权，转载单位难免一道跟着吃官司，坐上被告席，如侵犯成立，还要承担侵犯名誉权的民事责任。

本文所谈的只是新闻报道所涉法律问题中的一个方面。只有熟悉侵犯名誉权的有关规定，才能用法律的观点鉴别哪些是合法的应该报道，应该怎样报道，自觉的依法报道，避免报道失误引发不良的报道后果。

编辑/王庆华

舞台艺术作品宣传片 还需下功夫

/张婷

如今,在公交汽车、地铁上及商场门口等许多公共场合,看各种电影预告片成了人们打发无聊的等候时间的好办法之一。这些预告片往往画面精美、场面宏大、主人公令人惊艳,在短短的几分钟甚至几秒钟内,把一部影片最精彩的镜头亮给了观众。那些原本只是路过的行人,常常会被光鲜的预告片吸引,动了看电影的念头。

国内外业界调查均显示,预告片目前是影片营销当中最受重视的一环,“不能输在预告片上”已成为电影制片人的共识,哪怕电影本身拍得不怎么样,预告片总是十分精彩的。从表面上看,电影制作人对预告片重视起来了。从深层次来说,这意味着电影投资方的态度更专业了,对市场推广真正重视了。

笔者认为,电影艺术通过制作精良的预告片吸引了大批观众走进电影院,达到了良好的市场推销效果。同理,舞台艺术想要赢得更多关注与票房,吸引更多的观众进剧场,不妨采用同样的方式,在舞台艺术作品宣传片上多下些功夫。

近年来,我国戏曲、话剧、音乐、舞蹈、曲艺、杂技等门类舞台艺术的创作生产异彩纷呈,硕果累累。可“酒香也怕巷子深”,有好作品不宣传也是枉然。而“做了宣传,还没有市场”却是不少舞台艺术作



品面临的又一困境。实际上,由于宣传片效果不理想,致使许多人对所宣传的艺术作品过目就忘,更不会有进剧场一睹风采的想法。仔细观察,会发现我们通常看到的有关舞台艺术作品的宣传片在制作上都过于简单。如一次音乐会的宣传片的内容可能仅仅由几张静态的剧照构成,最多会给某知名指挥几个特写镜头。音乐会中的特色乐器等并没有被突出介绍,连音乐会的核心——最动听的旋律也被弱化,甚至根本没有出现在宣传片中。观者从中得不到任何足以留下印象的信息。

对一些青年人来说,戏曲对他

们来说还是一门陌生的艺术。喋喋不休地介绍一出戏的整个故事并不能引发他们的好奇心,还不如模仿电影预告片中主人公出场时那一个惊艳的扮相、一次震撼的镜头更吸引他们。但目前戏曲剧目的宣传片,镜头过于死板,缺乏精致的艺术美感。并不是所有关注杨丽萍的人都熟知舞蹈艺术,可他们都记得许多年前杨丽萍的独舞《雀之灵》给大家带来的震撼。那灵动的手势、摇曳的身姿、密密的长睫毛,可以说,在春晚舞台上亮相的这个舞蹈节目能如此深刻地被人们记住,央视镜头的选择堪称一大功臣。所以,杨丽萍的舞剧《孔雀》一经亮相,就吸引了大批观众走进剧场。而现在的一些舞剧虽场面华美、演员舞技高超,可这些亮点都没有在宣传片里被足够地呈现。

宣传片就是要起到引发观众走进剧场的欲望与好奇心的作用,若其制作平庸,不仅起不到良好的宣传作用,还可能抹杀剧目本身的优良品质。因此,建议舞台艺术工作者重视宣传片的制作,而且,在制作时,不能以自己的艺术喜好来定位宣传片,而要反复揣摩大众的视觉需求。同时,要对剧目内容进行精炼与提升,强化剧目特点、突出特色,抓住精彩瞬间,制造必要的眼球效应。

编辑/曾致

“今夜观察”板块的 三大特色

/钟镇藩

从6月3日起,湖南经视在每天22:30-24:00推出了《今夜IMAX》。这档节目时长90分钟,分4至6个板块,其内容几乎全部是社会新闻。开播20多以来,它以其报道的贴近性、及时性、警示性以及评论的深刻性、思辨性、哲理性等赢得了受众,6月19日竟获得了长沙市场“同时段排名第一”、“收视份额最高达20%”的收视效果。限于篇幅,下面仅就节目“今夜观察”这一板块的三大特色略作评述。

一、选用新的视角,给人以警醒。

6月12日(端午节),浏阳26岁的小伙子引爆煤气罐自杀未遂而烧成重伤,生命垂危。对于这一社会新闻,“今夜观察”没有停留在“轻生”、“火灾”、“烧伤”这些负面因素上,而是通过深入采访,得知该男子五六岁时父母离婚,他从此就性格内向,自杀前曾给母亲发出一条带怨恨的短信:“你既然生了我,为什么一直对我漠不关心?!”节目以此作切入点,从离婚对子女造成伤害这一视角,用30分钟时间播出了“婚变之殇”1-6集,网罗了大量少年儿童在父母离异后而对不在自己身边的父亲或母亲的思念、牵挂甚至怨恨和跳楼自杀等社会新闻,看后催人泪下。之后评论员点评:只要符合《婚姻法》,离婚本无可厚非;然而为了个人“幸福”全然不顾子女的感受和对子女的伤害,这是不是有点“自私”和“残忍”?相信那些准备草率离婚的人看了这组感人肺腑的社会新闻报道和评点,肯定会对“离婚”重新审视,三思而行,于是这就有利于降低离婚率和有助于建立和谐社会,从而其影响明显已是正面的、积极的、向上的了。

二、开拓深的层面,给人以启迪。

娄底曾以生产和销售假冒“名牌包”而闻名,有关部门多次查处但总是“死灰复燃”。最近“今夜观察”的记者到底暗访,发现已明令停产的“山寨包”生产厂家白天停产而晚上开工,一些销售“山寨包”的商店也明确告诉顾客:“‘仿真包’可以打折,价格比‘真名牌’要便宜很多很多。”6月12日的“今夜观察”,既播发了记者暗访的这组系列报道,又搜集了许多外国人到中国旅游时大肆抢购“打折”的“山寨包”以便带回本国送人的社会新闻。然后评论员点评:看来,虚荣心不只是中国人有,外国人也有。正是消费者炫富、显阔的虚荣心,为“山寨包”的生产和销售提供了市场。所以,要根治“山寨包”,对“生产”与“销售”两个层面进行查处固然重要,但作为“消费”层面,如果大家都少一点虚荣心,都坚持不买假货、使“制假”、“贩假”者无利可图,问题恐怕就更容易得到解决了。这一“打假”的社会新闻,把落脚点放到“消费者”层面并要人们克服虚荣心,这不能不给人以别开生面之感。若是更进一步上升到政治层面,习近平总书记近日要求全党要努力克服的形式主义、官僚主义、享乐主义和奢靡之风,不都不同程度的与人们的虚荣心有关吗?一组披露假冒商品的社会新闻竟能传递出如此多的正能量,实在值得肯定。

三、提升报道主题,给人以教育。

长沙的“四姨驰”臭豆腐和口味虾颇有名气,但最近有“四姨驰”连锁店因卫生条件差和食品质量问题而遭到了媒体的曝光及有关部门的查处。对于这一社

会新闻,“今夜观察”把“四姨驰”本人请到直播室里做嘉宾,让她直接在媒体上对受众正面作出回应。“四姨驰”明确表态:我儿子的店子确实搞得不好,查封得对,应该封!但要她为今后作出承诺时,她说:我只能保证我的总店不滑坡、不倒“牌子”;至于我儿子的店,我已经七十多岁并且自己还在开店,我总不可能天天守在他们的店子里去监督。应该说,“四姨驰”的这种“回应”是实事求是的,凭她个人的水平和能力也确实只能做到这一步。在“四姨驰”离开演播室后,主持人和评论员把话题扯到了“创”名牌、“保”名牌和如何经营“百年老店”的问题上。评论员指出:名店要持久,做成“百年老店”,就一定要有一套规章制度,有一种独特的精神或独特的文化,并且能够做到代代相传;如果单凭“创始人”个人的力量,那就难免将出现“人亡政息”!这就使“‘四姨驰’连锁店遭查封”这一社会新闻的报道主题大大提升,人们自然会想起当年黄炎培在延安向毛泽东讨教共产主义如何克服“其兴也勃焉,其亡也忽焉”、跳出“人亡政息”周期率的往事,从而也就会自觉地从中学到教育和启发。

总之,带有较多负面因素的社会新闻不是报道不得更不是不能报道,关键是怎样去报道?具有创新精神的经视人既然已在《今夜IMAX》中对社会新闻的报道进行了有益的探索并且取得了初步成效,那就期盼经视继续努力,把节目越办越好,向社会传递更多的正能量。

(作者单位:湖南广播电视台)

编辑/曾致

坚持值得 ——湖南卫视 新闻的创新探索

/杨壮 高金华



一、峭壁也是土地

有心人发现，最近在长沙市万家丽路，史上第一次出现了湖南卫视“18:00 档新闻带”的巨幅广告牌。《新闻当事人》、《新闻大求真》与卫视几个大牌节目一道，秒杀路人，收获关注——对于新闻而言，像是一份久违的礼遇。然而我们心里清楚：在一日千里的新媒体环境和一成不变的管理机制面前，这样的逆袭，来之不易，且充满变数。尽管如此，我们仍然要去坚持，坚持摒弃不合时适的新闻观念，坚持做真新闻的理念，坚持新闻的快速反应和不断创新。

吕焕斌合长年初在北京指导全国两会报道时说：“卫视的每一寸土地都很珍贵，一定要把每一档节目做到极致！”尽管省级卫视的新闻土地是在峭壁之上，但湖南卫视的峭壁之上，毕竟开出了几朵明艳的小花！《湖南新闻联播》、《新闻当事人》和《新闻大求真》用“触及灵魂”的再造和升级行动，撑住了 18:00 这个收视环境复杂、竞争激烈的时段。截止 6 月 30 日，《湖南新闻联播》在省内市场共获得 79 次收视第一；《新闻当事人》40 期节目有 36 期进入全国前十，其中 16 期进入前六，6 期进入前四，4 期获得全国第三；《新

闻大求真》也从三月份的平均第六，到四、五月份的跻身前四，6 月 21 日夺得全国第二，创下了 18 点档今年最好的排名。事实证明，地方台的新闻节目，也可以抢占全国市场的收视高地。

二、全体快速反应

对于省级卫视的新闻节目而言：最大的束缚是自我束缚、最需要清理的是过时的理念、最需要改变的是迟滞的行为模式、最需要突破的是同质化。年初吕焕斌台长与新闻中心座谈时就旗帜鲜明的指出：新闻记者就应该用灵敏的鼻子和勤快的双腿去“做真新闻，真做新闻”。真新闻，就应该是真的、快的、

新的内容，要做到先声夺人、形成话题、引领舆论。为了适应这样的要求，新闻中心将2013年设定为“快反年”，对《湖南新闻联播》、《新闻当事人》、《新闻大求真》、《播报多看点》甚至《我的中国梦》这样的微型纪录片的真实性、话题性、时效性都提出了“快速反应”要求。

芦山地震发生时，正在成都和绵竹采访的《新闻大求真》记者范玲玉和《我的中国梦》记者路晓丹第一时间出现在震中，为湖南卫视、湖南经视的抗震大直播立下头功；《湖南新闻联播》记者马婉琳第一时间搭乘军方第一波救灾直升机抢在CCTV之前率先向全世界发出重灾区宝兴县的第一条图像新闻；《新闻当事人》记者孙璞、孙超在地震发生当天凌晨徒步进入宝兴县灵关镇，尔后几天成为震中连线报道的尖刀记者；对外报到部负责人刘安戈、《新闻当事人》执行制片人范霖和新闻中心主任杨壮一起于地震当晚强行军进入震中，连夜建立前方指挥部、发稿中心和信号传输基地，协调和服务70多名前方记者和技术人员……

禽流感发生时，《新闻大求真》记者梁田、李芊第一时间出现在上海疾控中心禽流感救治病房。吉林液氨爆炸事故中液氨为何如此危险、厦门BRT爆炸事故中爆破器安装的必要性等话题紧跟社会热点，从新闻事件出发求证相关知识，已成为“求真”的一种常态。

兰考火灾、骆家辉来湘、网络反腐、蓝可儿疑案、复旦投毒、许留山内幕、马云退休、海南校长开房事件等，使“据湖南卫视报道”这样的字眼，越来越多地出现在《三联生活周刊》、《新周刊》、《南方周末》以及网易、新浪等强势新闻媒体之上。《新闻当事人》记者王昊旻、牟鹏民，日夜兼程，“抢”掉了柴静的独家专访；王飘岩、游优，让骆家辉的新闻副官留下了“Good job!”的称赞。这种“在场证明”本身，就是对“做真新闻”的积极印证。从内蒙大漠到贵州山区，从酒泉航天城到台北101，从演播室访谈到海外连线，《新闻当事人》不断拓展着芒果新闻人的行动半径，继去年在中央电

视台“2012年度电视栏目品牌”评选中成为全国同时段新闻品牌三强，今年5月，《新闻当事人》又入围“中国新闻奖”，卫视新闻有三件作品进入第二十三届中国新闻奖的评选公示阶段。

新闻联播记者新春“走基层”，一改过去的休假模式，连续八天直播“汤湖里村”的过年故事；和经视一起直播高考，得到总局的高度评价；神十飞天，我们克服重重困难，成为少数几家可以在现场进行直播报道的媒体；6月2号台湾地震，驻台湾记者牛嵩峰、谭容和付卓连续两天依托中天电视台的SNG发回最新的连线报道；6月20日，股市大跌，社会风传“钱荒”，联播及时跟进事态的演变，6月29日获悉陆家嘴金融论坛举行，记者又连夜出动、第二天凌晨出现在论坛现场，采访专家，发回权威报道……

100集微纪录片《我的中国梦》也紧扣时事热点播出。6月8日高考刚结束，就播出长沙“爱心送考”司机刘秋荣的中国梦；6月11日，在“神十”发射前20分钟播出了以中国航天员中心食品研究室主任陈斌为主人公的微纪录片；6月17日，“蛟龙”号载人潜水器在南海完成“首潜”，我们又播出了“蛟龙”号潜水员付文韬的梦想。

对外报道部也针对央视《新闻联播》的“去汇编化”，加大新闻性强的单条新闻报道。《湖南：落实土地确权农田活起来》在央视《新闻联播》播出4分钟，《文化体制改革扶持出版集团：做强主业的兴盛之路》、《湖南永州：一站式服务方便群众办实事》、《破解“大班额”，还小书桌一个空间》等消息都具有很强的新闻性。今年上半年，湖南台已在央视上稿452条，播出600多次；其中，在央视《新闻联播》上稿49条，单条15个，头条2个。

三、触及灵魂

最触动灵魂的改变，发生在《湖南新闻联播》。“清理马厩中的粪便，是我们这半年每天必做的家务。”一位老联播人如是说。摒弃八股新闻、降低8度声调、回归新闻常识、开展舆论监督，这是今天生气勃勃的《湖南新闻联播》。

而这一切的改变，源自于一条“爆

米花”的报道。正当全省“两会”报道开始之际，一位资深电视新闻人给新闻中心发来短信，建议参考“中式爆米花机器”引发美国人强烈好奇心、转而引爆国人怀旧心态的网络热点，在联播发一条社会新闻！轻轻的“爆米花”好比一块巨石，投进了联播这口池塘。带有强烈话题感、社会感的“爆米花”对当时作为头等大事的两会新闻，轻轻松松来了一次解构，对专注于政治报道的联播人来了一个惊回首的提醒。新闻中心主任杨壮给联播定了一条规矩：每天都有一颗“爆米花”！于是，在记者的镜头中，长沙市一中报刊亭蔡爷爷在开满鲜花的口碑中复活、永生；记者夜探火车站，记录了春运回家的打工仔回家的礼物；因为父母养鸭常年生活在潮湿的水边，游子的行囊中有一顶专门送给父母的帐篷；联播记者持续关注湘潭弃婴，守来了把她抛弃的父母。

题材改变了视角，视角改变了态度，态度改变了未来。1月26日，湖南人民会堂，时任省长徐守盛在面对一千多名省人大代表和省政协委员作政府工作报告时，突然脱稿，谈到在当时极为敏感的三一总部迁址的话题。守在电视机前收看直播的杨壮主任马上做出判断：这是真新闻！当即，联播记者守候在人民会堂专访了省长。当天下午，多路联播记者奔赴代表团和政协分组讨论现场，就优化经济环境访问各方人士，并电话采访了正在海南开会的三一高层向文波。此后三天，联播趁热打铁，打破常规，连续三天专访徐守盛，将优化经济环境作为本次湖南省两会的主打话题层层推进，包括时任省委书记周强在内的8位省委常委齐齐亮相，就经济环境问题表态。这个话题在政协委员和人大代表中激起了较大的反响。这是联播首次就公众关注的新闻话题集束式地发问湖南高层，也是联播首次在省两会这一庙堂盛典上自主设置报道议题，以巨大的媒体力量影响到会议的进程。

“重塑一个全新的我们”，联播这个大龄青年踏上了变革之路。它逐渐摆脱宣传模式、会议模式、静态模式和专题模式，进入新闻模式、快反模式和话题模式，明确了自己的新闻风格：敏锐、

前卫、果敢。

被称为“山野独行侠”的“铁脚板”记者李特生自带摄像机潜入山林沼泽，蹲守到许多独家新闻。他乘坐小渔船在洞庭湖一两米高的风浪中捕捉到“江豚当妈妈了”，在芦苇荡里穿行五天、潜伏沼泽5个小时，终于拍摄到“采桑湖上鸟儿飞”等极具冲击力的新闻画面；他徒步走进邵阳、郴州的多个原始森林，给观众带来了令人耳目一新的“森林之歌”。有一次，他被毒蜘蛛咬伤；还有一次，他不慎滑下山坡，后背留下严重的刮伤。新闻发出来之后，“铁脚板”又朝下一个目标出发了。

半年来，新闻直播连线，成为联播节目的常态。凤凰古城收门票等热点事件成为联播快反的报道对象；长沙堵车、小区消防通道不通等舆论监督，成为联播持续关注的话题，推动了长沙治堵行动和消防整治行动的开展；经济报道记者不仅聚焦了省内工程机械、汽车本土“配套率低”等真实现状，还走向珠三角、长三角；周末推出的“马栏山指数”，饶有趣味地解读数据、解读时代、解读湖南。

6月17日，省委常委、宣传部长许又声在省委宣传部《阅评简报》第59期作出批示：提高新闻报道的政治性、政策性和可读性，是主流传统媒体新闻报道工作的重点和难点。近期《湖南新闻联播》栏目的积极探索值得肯定。在同一天举行的中宣部马克思主义新闻观师资培训班上，中宣部常务副部长雒树刚在阐述新闻创新时，专门谈到湖南卫视《湖南新闻联播》，他说：“特别是在改进文风方面，《湖南新闻联播》新颖活泼，给人清新之感。”

四、或许，这就是品牌

湖南卫视的新闻内容，既没有凤凰卫视那样的话语空间，也没有央视那样的垄断资源，也不能像地面频道那样“专营”政法、奇情、八卦类新闻，就如同在峭壁上开拓自己的立足之地！地方新闻节目要拒绝平庸，树立品牌，就必须有特色。

《播报多看点》重点推出话题性真人秀《为你鼓掌》，关注给救护车让道、中国式过马路、光盘行动等社会话题，

为文明行为鼓掌，对不文明亮丑。节目播出后，新浪微博每天都有三、四千位网友参与讨论。

《新闻大求真》自开播之日起就坚持走市场，他们锁定年轻、锁定科学、传播常识。经过几次改版，他们将“求真科学秀”放大，将周五的大求真改造成“禁止周末”板块，推出“禁止实验室”专辑。主持人方胖子和刘晓烨结合新闻个案，用“暴力视觉”表现，告诉观众生活中不容忽视的安全事项。制作这个板块的节目小组被称为“禁止家族”，因为题材是绪于电梯坠落、高压电击、微波炉爆炸等危险实验，拍摄前都要先买好保险才开工，每拍一期节目，都要准备三四天，正式开拍后，经常还要冒着受伤甚至生命危险，从上午七八点拍到第二天凌晨四五点才能收工，为了达到最佳的视觉效果，一期节目反复实验拍摄二十多遍是常有的事。调整之后，“禁止周末”的收视表现非常强劲，长期稳居前四，6月21日，关于泳池中的危险等实验节目，收视更是拿到全国同时段第二，其中23岁以下观众份额7.9%，为今年以来最高值。

《新闻当事人》突出时效性、故事性和话题性。《网络扒粪者》关注网络反腐的得失与制度建设、《探访香港廉政公署》探讨反腐机制、《伤不起的抗日神剧》检讨良莠不齐的抗日剧市场生态、《金扫帚奖》为华语烂片把脉、《保护孩子》严肃探讨性侵犯儿童问题；《为爱我敢征服群山》、《杀猪姐的乐与路》、《大桥上的守望者》聚焦小人物的困惑、拼搏和奋斗，传递社会正能量；关注于正、李宗翰、郭敬明等热门话题人物，引发了上万评论和上千的转载，有效拉动了节目收视和线上影响力。《草根明星的“围城”》等四期节目收视率跻身全国第三。记者孙超曾创下一个月做完四期节目、两个全国第四，两个全国第三的佳绩。

由新闻中心担纲的特别节目《2013成人礼》，首次抛开娱乐元素，真诚地和青年人对话梦想，收视率位列同时段全国第八，超过了同类型主题晚会。

五、技术先于内容

电视是技术媒体。技术先于内容、

技术改变新闻的语态，已然成为新闻中心技术团队的响亮口号与文化追求。以演播室改造为契机，技术方在信号源建设、通道扩张、特种设备、离线制作、近线包装和镜面设计等20多个方面进行挖掘与规范，增强了新闻的在线感、维度感和包容性，提升了节目的整体性、前卫性和识别度，增强了新闻主播的角色感，释放了编辑、记者和技术人员本身的想象力。

新演播室大大优化了《湖南新闻联播》和《播报多看点》两个日播栏目的形象。此外，在今年5月7日零点推出的《暴雨袭长沙》的直播报道中，集中的多屏互动技术的展现和外来信号处理，证明演播室完全已经形成战斗力；在6月11日17点20分至18点02分的《直击神十飞天》的直播报道中，实时的现实增强技术的应用，引起了央视直播团队的关注，也得到了观众的好评，深圳电视台等兄弟台纷纷前来采访。

六、真付出，才会有真收获

吕焕斌台长说：竞争时代，不进则退，小进步都是退！今年以来，新闻中心每位制片人的休息日加起来，都不到一个星期；DESK会议和“新闻夜总会”每天举行；年轻的编辑、记者在新闻这个高能耗的行当中接近体能的极限；直播通联部呼叫中心每天可以直接呼叫到500名在线的市州县台记者；交通、国土、消防、公安、水利、森林、天气等各种基础信源正在拓展，以备随时调入新闻演播室；标准配置的记者应急包在芦山地震72小时后就以准备就绪；新闻中心内部节目评奖，按照中国新闻奖的标准，全部邀请中心以外的专家担任评委，实行第三方评价；来自央视和台湾的同行纷至沓来输送最新的电视新闻理念和标准……

“做基础工作就好比往银行存钱，哪怕每天只存一块钱，体现的也是我们应有的工作道德”。我们相信，有追求，就一定会被发现。能够被这个宏大而激烈，也不乏冷漠的时代看见，我们再微小的努力以及再傻的坚持，就值得。

（作者单位：湖南广播电视台新闻中心）

编辑/王庆华

《湖南新闻联播》 改进文风的 策略分析

/何晋文



对于主流媒体来说,改进文风不仅是为了贯彻落实中宣部指示,更是提升自身传播力和影响力的实际需要。李瑞环同志在《看法与说法》一书中说:“读者、听众、观众是报纸、广播、电视的服务对象。全心全意为他们服务,首先就要让他们想听、爱看,尽量满足他们的不同需求。有些正面宣传内容是很积极的,但不讲究报道的方式、方法和技巧,不研究读者的心理和接受能力,人们就不愿听、不愿看。因此,如果不下工夫提高宣传艺术,不增强新闻对人们的吸引力、感召力和说服力,坚持正面宣传为主的方针就是一句空话”。这段朴实的言语说明了一个深刻的道理,那就是如果新闻节目没有传播力就没有影响力。因此,湖南卫视《湖南新闻联播》改进文风的意义不可轻视。从收视率数据来看,《湖南新闻联播》改进文风的成效也很显著。

本文所要探讨的主要问题,是《湖南新闻联播》采取了哪些措施来提高宣传质量。笔者认为,《湖南新闻联播》的种种努力,大体可以归结为一句话,那就是“动起来、响起来、活起来”。正是由于他们在这三个方面做了大量艰苦而又细致的工作,使得《湖南新闻联播》近期来整体面貌有了较大改善。

首先是加强报道动态感,凸显电视新闻独有魅力。大家都知道,电视新闻语言分为画面语言、同期声和解说词。正是因为在这三种电视语言当中,画面语言特别是动态画面语言最能给观众留下直观印象,所以《湖南新闻联播》栏目强调要求记者编导多拍多用动态画面。例如在5月10日的《湖南新闻联播》中,新闻报道“阿若拉:牌照已领到是否有人用”的第一个镜头就是飞机螺旋桨在转;在5月31日的《湖南新闻联播》中,新闻报道“洞庭湖生态改善 夏候鸟今年最多”的第一个镜头是中白鹭、翠鸟、山雀等夏候鸟在林间鸣叫、在水里戏水的画面。在时政报道方面,《湖南新闻联播》一改过去多使用字幕版和多为会场镜头的做法,大量使

用现场感强的镜头和空镜,改变了其沉闷单板的毛病。为了使整个节目变得生动活泼,《湖南新闻联播》还坚持天天做连线,坐在演播室里的主持人和在前方采访的记者进行互动,让观众可以及时地了解到新闻一线的情况。

其次是精选同期声,让观众从中看到一个有个性的、有特点的新闻人物。《湖南新闻联播》工作手册中说:“央视也有海采,但是,根据观察,央视的海采可说是每个对象都代表一个群体,每句同期都是一句顶一万句。我们的采访不能随意为之,要做到心中有数,确实有代表性才采访;我们选择的同期声,一定要精练,要把里面的废话、套话的水分挤干。”他们的手册是这样说的,他们也正是这样做的。例如6月4日的《湖南新闻联播》新闻“徐守盛要求紧紧围绕经济建设开展督查”,这本是一条会议消息,会议主题是省委书记徐守盛同志与督办专员专题研究督办工作,报道虽然重要但可视性并不强,但现在该条消息一开始就是徐守盛同志的一句同期声:“到处都去讲好话,去讲那些‘你好我好大家好’的话,这不是我们新时期干部的标准。”整条新闻只有省委书记说的一句同期声,但是这句话却传神地再现了人物的精神状态,让人有如临其境、如见其人之感。正是因为这句个性鲜明的话,让观众看到了省委书记夙夜在公的生动形象,整条消息也因此变得鲜活。新闻说到底都是关于人的故事,因此电视记者应该在镜头中呈现一个个有个性、有特点、有血有肉的新闻人物。据说中央电视台《新闻联播》的记者在采访中就有这样不成文的规则:“不要刻意去找你想要的,而要去发现让你意外的;记住,任何回答都是我们想要的;回答不是唯一重要的,回答的状态和场景同样珍贵。”对于《湖南新闻联播》来说,让观众记住本省新闻中的主要人物更有着特别的意义。

再次就是每天采访报道一个具备传播功能的热点话题或者热点人物,同时

丰富新闻类型,使得整档节目变得鲜活。这个指导思想直接源于湖南广播电视台台长吕焕斌同志。2013年1月23日,他在调研新闻中心时明确指出:“要做真新闻,紧跟热点、紧贴网络话题和民生话题,并制造话题、引导话题”。应该说,现在《湖南新闻联播》的新闻类型是丰富的,每天既有时政报道、主题宣传和新闻评论等“常规动作”,也有民生新闻和舆论监督等“自由动作”。例如,6月4日的《湖南新闻联播》,头条为时政要闻,接下来就是一组经济报道,把镜头对准经济建设主战场,有力地配合了省委省政府的中心工作。在此之后则有一组民生报道和一条调查性报道。在这组民生新闻中,有长沙黎托乡仓库起火的消息、有酒店服务员捡到350万存款归还失主的消息、有西洞庭湖鸟类再添新成员的消息、有60岁老翁参加武术交流大会获五项冠军的消息……,极大地增强了整组节目的趣味性和可看性。特别值得一提的是,《湖南新闻联播》多日来一组关于洞庭湖的连续报道拍得如同纪录片一样,画面唯美,如诗如画。而调查性报道“政会一肩挑惹争议 记者调查浏阳花炮局局长兼任花炮总会会长真相”则是对网上热点话题的直接回应。近日,长沙某网站论坛一篇帖子称,浏阳市烟花爆竹总会在职人员清一色是国家干部,会长由浏阳市烟花鞭炮管理局局长汤显华兼任,每年有800多万的会费去向不明,该局长有借协会之名敛财之嫌。《湖南新闻联播》根据这一线索,派出记者去浏阳进行了深入调查,发现按照《湖南省行业协会管理办法》规定,浏阳市烟花鞭炮管理局局长作为现职公务员是不能在行业协会兼职的,从而与网络舆情形成呼应,体现了主流舆论的问题意识。当天的《湖南新闻联播》也正因为有了这样一个具备传播功能的热点人物而被更多观众所记住。

(作者单位:湖南省广电局)

编辑/王庆华

《联播》 “再造”记

/李越胜



“经济报道敢死队”、“山野独行侠”、“连线姐妹花”、“Call?in 妹”、“消防妹”、“马栏山指数君”……《湖南新闻联播》记者如今流行给自己起外号。这些外号的背后，是青春勃发的《联播》记者报道领地、报道取向的变化，是《联播》这个43岁的“大龄青年”革了一次自己的命。

《联播》“再造”始于今年1月的省“两会”。在这次一年一度的本土新闻会战中，《湖南新闻联播》出乎所有媒体意料，从省长脱稿谈三一重工出发，三次就优化经济环境专访省长，包括省委书记在内的8位省委常委齐齐亮相，聚焦优化经济环境这一个话题。这是《联播》首次就公众关注的新闻话题直接访问湖南最高层，也是《联播》首次在省“两会”上自主设置热门话题，并影响了接下来代表委员分组讨论的“两会”议程。此外，《联播》在这次“两会”期间还播出了许多紧贴公众情感的民生新闻，对严肃的“两会”新闻来了一次非同凡响的对冲和解构。做真新闻、做话题新闻的《联播》改革由此发轫。

2月，春节。一反往年记者轮休播发提前做好的春节专题的做法，《联播》派出直播团队奔赴郴州，连续8天直播汤湖里，引起了省发改委、省旅游局对这座湘南小村庄的关注，改变了这座村庄的命运。总局发专文对“直播汤湖里”给予肯定。

3月，全国“两会”。《联播》记者就钓鱼岛问题追访20多位将军；《联播》记者出现在国家海洋局的监控大屏前；《联播》记者挤进了全国“两会”新闻发布会，并在其他地方台同仁的艳羡中3次获得提问机会；《联播》评论员连续15天发声，评说大部制改革等热点话题。

3月20日，徐守盛任省委书记后，《联播》创新时政报道，记者尹中、徐婧将过去冗长的时政新闻大幅压缩，并

多次播发徐守盛在多个场合的个性原声，省长杜家毫在考察中拉二胡也进入报道视角。省委调整8州市州负责人，联播连续三天由评论员进行解读。

4月，《联播》成立经济报道敢死队，由熊军、黄昊、施添翼、何景昆等多名记者主攻经济领域报道，守住《联播》作为“主阵地、主窗口、主平台”的权威、厚重特色。同时，《联播》打开视野，派出记者分别蹲守长三角和珠三角。《联播》还每天推出一个话题人物报道，先后关注湘潭弃婴、打算痛改前非的小偷、照顾雇主儿子十多年的好保姆等典型人物。

5月1日，《联播》启用新演播室，迎接新演播室的是《联播》两路记者在凤凰和张家界连续三天进行的现场连线直播报道。其中，记者李欣对湘西凤凰门票涨价进行了长达5分钟的观察性评论连线。此后，直播连线成为《联播》常态，张筱玺、李汪谨、代俊娇、童欢、马婉琳、徐婧、张一吟、肖洋洋相继成为“连线姐妹花”，董哲颖被网友称为“连线董帅”，负责联络前方连线的朱屹获封“最美Call?in 妹”。直播连线并非一场秀，而是动真格的舆论监督，是火爆的事件现场。《联播》率先关注长沙交通拥堵现象，使省委书记徐守盛在长沙市干部大会上直言“长沙要治堵”，长沙随后便发起了交通大整治行动；《联播》从5月初开始关注“小区消防不设防”、“消防通道被堵”、“消防设备老化”等问题，得到了长沙市市长张剑飞的回应；《联播》关注雨花区黎托乡仓库集中连片，却找不到消防设施的问题，副省长盛茂林在全省安全生产大会上说他看了“心里咯噔了一下”，要求消防部门立即采取整治行动，第二天黎托乡多个不合消防标准的仓库被推平。值得一提的是，三天后，黎托乡仓库果真发生了火灾，两间装满电器的仓库被烧毁，《联播》舆论监督的及时准确得到了佐证。

5月初，《联播》创造了一个新名词——“马栏山指数”。记者李欣、鲁超每期解读一个与公众密切相关的数据，从数据看湖南，听民众的心跳，至今已经关注了“湖南人运动指数”、“大学生就业指数”、“小眼镜指数”、“离婚指数”等话题。此外，记者李特生受派成为“山野独行侠”，前往很多人“心向往之而不能至”的地方。比如，他蹲守在洞庭湖畔拍到了“江豚当妈妈了”、“采桑湖上鸟儿飞”；他走进临武西瑶绿谷原始森林，拍到了野生娃娃鱼和成片的野生红豆杉。

追溯《联播》“变脸”的动力源，第一推动力是吕焕斌台长今年1月15日在新闻中心调研会上提出的“做真新闻，制造话题”的要求。此后，在龚政文副台长的支持下，新闻中心主任杨壮带领《联播》团队迈上了“做真新闻，真做新闻，话题引领，快反中心”的再造之路。对于距离政治最近的《联播》，要来一次新闻再造并非易事，这需要管理者对什么是真新闻、什么是话题、什么是快速反应做出新的定义，需要全体《联播》编辑记者“打碎一个原来的你，打碎一个原来的我，重塑一个全新的我们”。经过较长时间的磨合，《联播》逐渐摆脱宣传模式、会议模式、静态模式和专题模式，进入新闻模式、快速反应模式和话题模式，明确了自己的新闻风格：敏锐、跳跃、时尚、果敢，与国际接轨，站在第三方的视角、立场，造就媒体第一等的公信力、影响力、传播力。

今年1月至5月，《湖南新闻联播》在省内市场共获得76次收视第一，省内市场收视率3.56，收视份额15.03%，相比去年有近乎成倍的跃升。

（作者单位：湖南广播电视台新闻中心）

编辑/王庆华

新闻报道“改文风”探微

/彭国元

近年来,“走基层、转作风、改文风”成了我国各级各类新闻媒体着力践行的方向,且已取得了较大成效。而在三者中,“改文风”是“走基层”、“转作风”的呈现方式,因而更为重要。

何谓优良文风?习近平总书记概括为三个字:“短、实、新”,非常准确、到位。中国作协党组书记翟惠生认为:“好文风的最高境界就是娓娓道来。新闻报道要在大局下思考,但是要用一种平实的方式叙人、叙事,这样写出的报道才能更深刻,才能和读者贴得更近。要做到娓娓道来,必然就得短、实、新。”

文风问题历来备受重视,不良文风也常遭诟病。毛泽东同志曾在为《中国工人》撰写的发刊词中,希望其“多载些生动的文字,切忌死板、老套,令人看不懂,没味道,不起劲。”毛泽东还提倡“写短文”、“禁绝空话”、“言语必须接近民众”,并在批评“党八股”时,列举了不良文风的“八条罪状”。尽管这些要求不全是针对新闻报道所提的,但对当今的新闻报道改文风同样适用。

长时间以来,我国媒体新闻报道的文风方面存在诸多问题。近年来通过“矫正”有所好转,但仍不甚理想。笔者认为,新闻报道的文风主要体现在报道视角和报道方式等方面。要有效“改文风”,须多管齐下,综合发力。

首先,要切实遵循新闻规律,做真新闻,着力解决好报什么、不报什么,哪些多报、哪些少报和在什么时段(版面)报以及怎么报的问题,把既有宣传价值又有新闻价值且符合受众需求的题材作为报道的首选内容,将党中央的大政方针和事关民生的大事作为报道的重点,并打破传统的编排定势。今年以来,央视《新闻联播》在编排和报道内

容上作了大调整。除总书记外,其他国家领导人的活动报道不占据头条。今年1月13日,北京等多地出现雾霾天气,这天的央视《新闻联播》也罕见地以头条新闻重点关注PM2.5,直面问题话题,并呼吁公车减少出行、市民少开车多主动做出低碳环保行为。央视《新闻联播》还曾几次较长篇幅地报道了桂林几兄弟寻找走失亲人的消息,也属少见。另外,《新闻联播》中“生活服务台”的设置,《焦点访谈》中的时髦热词,《人民日报》在头版刊发《追问南吕梁山隧道事故瞒报》,湖南卫视曾连续四天在《湖南新闻联播》头条长篇报道东安县、新田县在全县开年大会上不搞表彰奖励,只对工作后进单位发黄牌予以警告,这些都给人耳目一新之感。

其次,要准确把握和对接受众的新闻接受习惯,有效改变报道方式。这方面,应重点做好以下“四字”文章。

一要短。短,主要针对报道篇幅而言。短,即要求短小精炼,主旨突出,切忌冗长。以往,不少时政类报道之所以不令受众感兴趣,一个主要原因便是篇幅过长,且无多大新闻价值。去年12月4日,中央政治局会议提出:要改进新闻报道,中央政治局同志出席会议和活动时,应根据工作需要、新闻价值、社会效果决定是否报道,进一步压缩报道的数量、字数和时长。如今央视《新闻联播》硬性规定,除特殊情况外,重大时政报道在15分钟内;没有太大新闻价值的礼仪性的时政活动,十几秒就“搞定”了。去年12月14日,《人民日报》刊发了习近平总书记会见美国前总统卡特的新闻。与以往不同的是,这则新闻置于报眼位置,合影图片为14×10厘米,比通常见报的要小;正文除标点符号,仅86字。当然,要求报道短小精悍,也需视情况而定,不能“一刀切”

而陷入“新八股”,不能因一味求短而影响信息传播,受众感兴趣的报道包括一些重点时政报道,宜长则长。

二是实。“实”包含两义:一是实在,不空洞;二是平实,不做作。《人民日报》“读者来信”版针对“官话套话空洞无物,多年来相沿成习,会议中官话套话不绝于耳”的现象向网友征求实例,结果是“高度重视”、“亲自过问”、“现场指挥”、“积极、及时、立即、确保”等令网友反感的官话、套话、空话位居前列。以往,党和国家人去外地考察,总要描写一下天气,但去年12月11日,习近平总书记去广东考察,央视《新闻联播》当晚的“报道开头也没写天气怎样了”。“实”还要求改变报道的语体、语态和语气,少些庄严宏大的话语,多些平民化的原生态话语表达,“实话实说”,不粉饰不遮掩。如央视《新闻联播》搞的“你幸福吗”民意调查的话语风格和叙事方式便是如此。

三是新。“新”也有两种内涵,一是清新,二是创新。清新,是指报道语言不是板起面孔的严肃腔,而是易于受众接受的轻松语态,甚至个人化风格明显的小清新语言。央视《晚间新闻》结尾处,主持人富有人情味的小结和提示让观众感觉很爽。创新,是指媒体突破传统的叙事方式和风格,湖南卫视原《晚间新闻》摒弃播音腔,采用“讲新闻”的方式,便是其例。

四是活。媒体的新闻报道要打破以往的古板、程式化的报道风格定势,因事而变,不仅要手法灵活,而且语言要鲜活,多接地气,少些呆气。湖南公共频道《创富好角色》系列报道的表现手法就可圈可点。

(作者系湖南广播电视台副总编辑、高级编辑)

编辑/肖清



电视新闻播音“规范” 和“播报样式”的再思考

/颜倩

随着媒介生态环境的不断发展、变化,电视新闻节目在传递信息、引导舆论、监督政府等方面发挥着越来越重要的作用。在当今社会竞争白热化、信息爆炸化的时代背景下,人们热切渴望更早、更快、更多地获得新闻信息。上到国家改革方针政策的调整,下到猪肉涨价等细小的事情,都可以成为不同人群议论和关心的话题。而电视新闻作为直观性极强的媒介载体,客观、快速地报道新闻事件,承载着记录历史、引领时代发展、传播先进文化乃至助推社会向前发展的功能。新闻播音是新闻节目成功实现其社会功能的重要一环,电视新闻主播的语言表现力如何,其话语方式和播报质量如何,直接关系到受众能否准确地获取新闻信息。“规范”和“播报样式”是电视新闻播音

两个永恒的主题。随着媒体技术的发展和数字化进程的推进,观众对电视新闻节目的要求越来越高,当全媒体时代到来的时候,电视新闻节目的报道内容、生产方式、传播渠道、受众需求都发生了巨大的变化,这就需要新闻主播认真审视电视新闻节目的发展现状,把握电视新闻播音的基本规律、历史流变和时代特色,在继承中创新,在创新中发展。

一、关于语言规范

广播电视是现代社会重要的传播媒介,电视新闻主播在语言方面对广大受众起着示范、引导、熏陶的作用,播音有声语言在播音上必须具有普通话的规范性。具体地说,就是在既要在语音的声调停顿、轻重格式、语流音变等方面,使普通话语音规

范,又要在语言表达方面规范有声语言等,那么,什么是新闻播音的规范性呢?新闻播音必须使用规范标准的普通话,具体来说,就是既要在语音的声调、轻重格式、语流音变等方面做到规范准确,也要在语意的停连、节奏、语气等表达方面做到规范准确,这就是新闻播音的规范性。播音语言,要通过话筒,经过无线电波等电子传媒系统传出去,要求其声音必须集中,字音准确清晰。只有这样,播音员的声音才能“入话筒”,才能在声音信号压缩或放大时不走样。电子传媒,覆盖面广,其传播具有广泛的社会性。无形中,播音员又是听众观众的语音老师。所以要求播音语言必须规范,其语言、语音、修辞等都必须严格遵守普通话所规定的标准。它比话剧、电影等表演艺术语

言的规范性要求更高一些。播音员、节目主持人应该成为推广和运用普通话的典范。那种以为带有方音一样可以播音,那种把带些方言味道的播音自封为是有特色,那种有意模仿港台腔的播音,都是与规范性的要求相悖的,是应急切解决的问题。为保证播音语言的规范性,1994年10月,国家语委、国家教委、广播电影电视部联合作出《关于开展普通话水平测试工作的决定》,《决定》中指出:“普通话……是以汉语传送的各级广播电台、电视台的规范语言,……是播音员、节目主持人等专业人员必备的素质。”《决定》要求:“县级以上(含县级)广播电台和电视台的播音员、节目主持人应达到一级水平(此要求列入广播电影电视部颁岗位规范,逐步实行持普通话等级合格证书上岗)。……对播音员、节目主持人等岗位人员,从1995年起逐步实行持普通话等级证书上岗制度。”与此同时,国家语委也颁布实施《普通话水平测试大纲》。《大纲》将普通话水平分为三级六等。目前我国的广播电视节目,除了少数外语节目、少数民族节目以及极少数的地方语言节目以外,绝大多数是使用普通话来主持的。普通话已经成为全国的通用语。作为新闻主播,普通话发音准确是其必备的基本素质,这也是丝毫不能动摇的基本原则。中国传媒大学博士生导师、我国播音学科开创者之一的张颂教授在给中国传媒大学播音主持专业学生的一封信中说:“新闻播音以新闻性为根本属性,以艺术性为重要属性,因此,你们要下大力气苦练基本功,提高新闻

素质,强化语言功力,以便做到“以播为主,一专多能,有稿播音锦上添花,无稿播音出口成章。”这是老一辈播音理论专家对学子们的殷切期望。可以说,新闻播音的规范性是新闻播音艺术性的前提,新闻播音的艺术性是新闻播音规范性的目的。

二、关于播报样式

有人形容优秀的新闻播音时会用“三分稿,七分播”来比喻,优秀的新闻主播不仅能深刻地表达出记者的采编意图,更能将记者稿件的思想性和艺术性提升到一个新的高度。新闻播音语言表达,实际上是一种播音员特有的“播音腔”。对“播音腔”,张颂教授早有论述:“播音腔,实质上应体现播音语言的特点,那就是:规范性、庄重性、鼓动性;时代感、分寸感、亲切感。它是新中国播音风格‘爱憎分明、刚柔相济、严谨生动、亲切朴实’在语言上的共性要求和努力方向。”如中央电视台的罗京、李瑞英、邢质斌、李修平等,他们就是典型的“播报体”,多年以来,深受业界和学界认可。新闻节目不仅传递信息,同时承担着“信息影响者”的角色。社会推动力是新闻的生存之本,新闻作为记录人类社会行为的重要载体,其价值的实现不是满足于单纯的“客观报道”,而是运用“客观事实”的报道,来获得推动社会发展,引导人们意识形态进化的力量。通过新闻播报,观众们往往被唤起思考的本能,从而形成价值判断和价值选择行为,这种选择行为构成了社会行为的基本元素。比如我在播报一条关于青

少年上网成瘾的新闻时,在备稿时我就分析,很多青少年上网成瘾之后,心理状态都会畸变,如逃避责任、无法节制欲望等,甚至导致伤害他人、危害社会的行为。在播报时,语气中应略微表现出对这种现象所带来的忧思,从而激发全社会人群对这个问题的关注,我觉得这也是新闻主播这个职业的社会责任所在。当然,新闻播音对播音的语气、重音、节奏、停连、内在语等语言表达技巧都有着严格的要求。恰当的语气、明确的重音、清新的节奏、准确的停连和丰富的内在语是形成新闻播音抑扬顿挫、转承起合的基础。当前,新闻报道的理念与价值取向的变革,要求新闻播音的话语方式更加贴近受众,贴近生活。众所周知,新闻是对客观事实的报道和反映。在共同建设社会主义和谐社会的大背景下,新闻主播作为一名社会人和新闻人的责任感,必须准确地把握好当前中心工作的要点、大局工作的重点、社会发展的热点以及人民群众的难点。要胸怀全局,把握导向,树立宏观意识,吃透上情,掌握下情,准确地抓住新闻事件的来龙去脉、时代背景和本质内涵,引导社会思潮和舆论导向,提升新闻的价值层次。在播报样式上,语言表达的重点应该更明确、节奏更明快、逻辑更严谨、语言更流畅。同时,要摒弃装腔做秀、夸张渲染,必须根据新闻内容,把握自己的情感、态度和尺寸,以庄重、严谨、朴实的语言风格,准确生动地传递出新闻的本质和内涵。

(作者单位:中央电视台)

编辑/曾致

播音创作“虚静”论

/靳辉杰

在我国古代美学体系中，最早提出“虚静”说的是老子，其“涤除玄鉴”是“虚静”说的源头。老子说：“致虚极，守静笃”，主张清除私心杂念，使心胸变得沉静清明，以达到“道”的澄明境界。庄子发展了老子这种思想。他说：“惟道集虚；虚者，心斋也。”《管子》四篇提出“虚一而静”，“由于是同它的精气说联系在一起的，因此往往被后人作为解释艺术创作中的灵感现象的一种理论依据。”“虚静”说对中国艺术审美及创造产生了深远影响。

所谓播音创作（在本文中，“播音”涵盖“主持”）中的“虚静”是指播音主体在进入艺术创作时，须涤荡心胸，摒除主观杂念和成见，保持内心的清静，以空明澄静的心灵去涵容体味稿件或节目中的生命精神。在这种精神状态下，播音主体最易产生创作灵感。在这里本文要结合北京大学哲学系朱良志教授对“虚静”的解读，来谈播音中的“虚静”。他认为，“中国美学中的“虚静”理论包括三个层面：一虚。虚廓心灵，涤荡情怀，空诸一切，心无挂碍，在无我无物的双重否定中创造一个自由宁定的审美主体。二静。这是审美感知中最静的一刹那，一个富于包孕的片刻和观照永恒的瞬间。这个心灵的“空筐”是以专注的神情、旷远的情怀、细微的体味能力和从容自适的艺术感知为经纬而编织成的。三动。“虚静”不是虚无消极的等待，它以无载动有，以静追求动，以平如大漠的情怀去拥抱勃勃奔腾的大千，去迎接腾挪不绝的美和喷涌而至的灵感。”这也正如苏轼所言“静故了群动，空故纳万境”。在播音主持艺术实践过程中，掌握虚静的这三个

层面是非常有必要的。从某种意义上说，它关系到录制或直播作品的生命质量，播音主体如果六神无主、消沉懈怠，没有生气倾注作品，作品又怎能有美的灵魂自由奔腾呢。在《庄子·田子方》中有一个著名的“虚静”的例子，给播音创作以很大启示。“宋元君将画图，众史皆至，受揖而立，舐笔和墨，在外者半。有一史后至者，僵僵然不趋，受揖不立，因之舍。公使人视之，则解衣般礴赢。君曰：‘可矣，是真画者也。’”²为什么宋元君称他才是真正的画家？正像叶朗在《中国美学史大纲》中分析的，“因为多数画师心中充满了‘庆赏爵禄’、‘非誉巧拙’等各种考虑，缺乏一个审美的心胸（空明的心境）。他们的创造力也受到利害观念的束缚而得不到自由的发挥。独有后来的这位画师却超越了‘庆赏爵禄’、‘非誉巧拙’等利害观念，他的心境是空明的，他的创造力也不受束缚，能够得到自由的发挥。”说的虽是画师，用到播音员主持人身上亦然。无功利的播音创作状态是最好的状态，最易出优秀的播音作品。

下面本文将结合主持人倪萍、白岩松、陈鲁豫一线实例进行分析。倪萍在她的《日子》里有一篇文章叫“那条狭窄的过道”，记述了她在主持节目过程中在那里的心理活动，其中讲的很重要一点就是“虚静”，下面本文首先对之进行较详细的分析，以图对虚静有更深入的认知。括弧中文字为笔者分析。

“这条小小的狭窄的过道，像一个加油站，一次次给我加满油，让我脚下小路变大路，坎坷变通途。记得第一次参加春节联欢晚会的时候，我是怀着多

么紧张激动、忐忑不安的心，站在这条过道上，等待那辉煌灿烂时刻的到来（“多么紧张激动、忐忑不安的心”，这是日常生活状态，现实利益考虑太多，终归功利心在作祟，于美的创造状态还有相当大距离）。离直播还有一个小时，我就穿戴整齐地来到这里，四个多小时的节目，厚厚的一大串串联词，我一遍遍地温习着，一次次地设想着直播中出现了失误我该如何去得体地挽回。我在这条狭窄的过道里身不由己地来回走着，这可是我第一次担任这样盛会的主持人呵，几亿观众的目光，胜于全世界的语言。我希望能读懂它们，能通过自己的努力，把每一串笑声连接起来。越是这样想着，越觉得自己的心里就像是有一阵挡不住的风（患得患失的心理使创作心境躁乱，“小我”凸现，可是作为艺术创造中的“大我”未曾出现。创作主体要善于摒除客体的多方面的特性和主体的纷杂思绪，从“小我”到“大我”的转换，它关系作品的艺术生成质量，如境界，气韵，格调等），过道里静极了，我听得见自己血流的声音和脚下高跟鞋喃喃的询问（优秀的创作主体内心会对不适合创作的心态有体察，他会主动调节，以使自己趋向更好状态。这种调节有时连自己都不会察觉到，是默默进行的，虽隐约却存在。这是心理体验的临界点，转换就要发生）。这时，我注意到墙壁上那些灯光，犹如黄昏牵来的晚霞一样美丽，微弱而坚定。蓦然间我仿佛看见了母亲的目光，那种低垂的、慈爱的、鼓励的母亲的目光，我是母亲天空中一颗星星，我应该学会并懂得怎样发光发热……我的心渐渐静了下来（伟大的母爱是超功利的，它把陷

于世俗杂念的倪萍提升到一个清新的诗意世界,创作主体通过审美想象,使自我得以审美“还原”,倪萍重新获得“活泼泼”的精神空间,“虚静”降临,“落花无言,人淡如菊”)从未有过的自信,从未有过的光荣就是从这里——这条狭窄黯淡的过道里升腾起来,我像个战士一样,全副武装地等待着冲锋号的吹响”(心灵的“空筐”得以形成,它“是以专注的神情、旷远的情怀、细微的体味能力和从容自适的艺术感知为经纬而编织成的”,它不是虚无消极的等待,它将“以无载动有,以静追求动,以平如大漠的情怀,去拥抱勃勃奔腾的大千,去迎接腾挪不绝的美和喷涌而至的灵感”,创造就在眼前)。

“这儿真的是好,直播之前的候播厅简直没法待,再小的一场晚会也要上百人聚集在那里,春节晚会就更多了,有时两千人,人们相互签名、照相、聊天,你根本无法静下心来进入一种状态,而心始终是浮躁的(这不仅是一个电视主持人的处境,也是整个人类社会现实生存境遇浮躁不堪的象喻,从某种意义上讲,艺术是人类最后的那根救命稻草,人类精神从中得以静养真元,自由奔流)。”“于是那过道就成了最好的去处。那里虽小,却不是每个人都能走过去的,拐弯的地方总是站着值班的武警战士,他和那狭窄的过道一起守护着这个即将走向千家万户的直播现场,我把这个过道叫做寻找知觉的空间(“寻找知觉的空间”,其实就是探寻真正的艺术精神,摒弃繁杂,让“真我”的每一个感觉细胞都张开敏锐的触角,感受宇宙每一丝微颤),让每一个故事每一首歌曲的开始都能从容地走上台去、走向观众、走进心灵。对于我来说它是一块净地,一个感情处理器,来回走那么几步,你就会走出喧哗,走出翻腾……职业的神圣感油然而生。”“小小的过道,遮掩着我的身体,也遮掩着我的情感。多少次我从激动的舞台上走下来,把剩余的情感洒向过道,再从过道的那一份平静中取走我下个节目的开场基调。这里转换着我的情绪,安抚着我的情感。

……多大的情感起伏,只要在过道上站那么一会儿,一切就又都释然了”(可以让心从浮躁归于“虚静”的过道,净化了倪萍的情感,增强了艺术感知力,使她专注于艺术创作。此时“虚静”的知觉空间自然可以“静故了群动,空故纳万境”,也就如郭沫若所说:“我想诗人底心境譬如一弯清澄的海水,没有风的时候,便静止着如象一张明镜,宇宙万汇底印象都涵映在里面;一有风的时候,便要翻波涌浪起来,宇宙万汇底印象都活动在里面。这风便是所谓直觉、灵感”,在这种知觉空间中,自然可以迸发灵感,创造优秀的艺术作品。由此看,“那条狭窄的过道”因“虚静”而宏阔,它确实是倪萍眼中“通向成功的天衢”)。

陈鲁豫在《心相约》中曾写到遭遇观众反对的经历,“这些反对的声音对我的影响很大。我本来就是个认真的人,这下更是不断地自我反省”“我自以为了解观众,知道他们的需求,可事实证明并非如此。这对我打击很大,连观众的心态都吃不准,还做什么电视?前思后想,只有一个出路:不干了。我的家人不理解我为什么痛苦:‘你的节目才播出几期就引起那么大的反响,这是多少人求之不得的事情。有些批评的声音很正常,这点心理承受力你还没有吗?’我在采访中开始有杂念:‘我的微笑应该再明显点吧,否则观众会说我挺厉害的;这个问题,最好别问,要不然别人会说我不善良……’”(心思杂乱,便障蔽了智慧的诞生。主持岂能成功……)2002年4、5月份的几次采访,我完全没有了以往《鲁豫有约》的锋芒。刘春和樊庆元(刘春是监制、樊是制片人)一次又一次地给我敲警钟:‘你有点矫枉过正!好多该问的问题都没问。’他们说的我都清楚,可我心理障碍太大。”

当年5月初她去采访王军霞,“可那时候,我脑子里又开始胡思乱想:‘马家军’的事别说了,马俊仁和王军霞都是为国争光的人,说谁说多了都不合适。观众会不答应的!’我和王军霞

聊了一个半小时,谈话过程中我用余光瞟了瞟现场工作人员,大家都显得心不在焉。我知道,这是一场失败的访问。”(“心理障碍太大”,“失败的访问”皆因利害顾及太多,未与事物保持一定距离。可见“虚静”“超越”对于人生的重大意义)他们第二次去采访王军霞,才完成了任务。

由以上三位主持人一线实例可见,播音艺术创作活动不仅需要播音主体具有一定的艺术创造能力,还必须在进入创作之前保持特定的审美心境。主体的纷杂思绪势必会阻碍这种艺术活动的深入,因此,播音主体在进入创作之前“必须去物去我,使纷杂定于一,躁竞归于静”。就如司空图所说:“落花无言,人淡如菊”,播音主体应该象落花那样静泊淡雅,忘我地跃入语言艺术创作的韵律中去……播音主体“拭去了阻碍艺术认识的心灵尘垢,从而实现了对我真我的复归,这回归的真我正象老子所说的婴儿之心,李贽所说的童心,王国维所说的赤子之心。”

综上所述,可见“虚静”对于高质量的播音创作是何等重要!那么如何获得“虚静”呢?本文认为最重要的一点就是,要保持与事物的适当“心理距离”。本文所依据的便是英国心理学家布洛提出的“心理距离说”。朱光潜先生解释说,“所谓‘距离’是指我和物在实用观点上的隔绝”。具体到播音创作,主体要清楚自身角色定位,既非观众,也非嘉宾,而是“喉舌”,是节目的“灵魂”,要超越于节目之上,统筹全局,千万不要陷入具体枝节中纠缠不清,所做一切都要服从于角色既定的任务安排,一切为了节目或播音创作而存在,任何的旁逸斜出都应尽量捺除,这种理智的力量会拉开播音主体与实体节目、情感悲欢、命运际会的心理距离。令主体始终保持澄明心胸,从而催生气韵生动、元气淋漓的播音创作!

(作者单位:湖南大学新闻传播与影视艺术学院)

编辑/曾致



三管齐下拯救长沙弹词

原源



长沙弹词，是最能代表长沙文化底蕴的传统曲艺，被列为国家非物质文化遗产。为拯救这项后继乏人、面临失传的艺术瑰宝，5月下旬以来，湖南广播电视台公共频道三管齐下，发出了拯救长沙弹词的集结号，彰显了公益媒体责任担当，产生了广泛的社会影响。

一是推出系列报道。从5月22日起，《帮助直通车》栏目共播出《拯救长沙弹词》系列报道20余篇。该报道以帮助长沙弹词的唯一传承人、76岁的彭延昆老人筹集手术费为目标，通过采访彭延昆夫妇和多位老长沙民间艺人，解读长沙弹词的特色，追忆长沙弹词曾经的光辉和荣耀，展现长沙弹词的魅力和精髓，同时也披露了长沙弹词的现状和困境，呼吁全社会进行拯救。

二是筹资救治长沙弹词传承人。湖南公共频道以报道做依托，联合多家媒体共同帮扶，为彭延昆老人筹集到了十多万元住院费用和十万元后续医疗准备金。此外，该频道帮女郎还联系全国知名心脏病专家，为彭延昆老人会诊，实施最佳治疗方案。

三是推出公益项目和活动。经帮女郎和多方人士努力，“长沙弹词·老长沙腔调戏剧展”6月8日在长沙市简牍博物馆拉开帷幕，8天的免费观展旨在普及和宣传长沙弹词的有关知识，唤起全社会关注。此外，该频道还将设立“保护长沙弹词”公益项目，设立“长沙弹词拯救工作室”，让这项传统艺术得以传承。

(作者单位：湖南广播电视台)

编辑/肖清



咱们学习有力量

——写在大型理论纪录片
《学习的力量》播出之际

/任燕鸣

2011年，是个特殊的历史年份，中国共产党成立90周年，辛亥革命100周年、天宫一号发射……诸多事件或被写入史册。但是这一年，对于一群年轻的湖南“电视民工”来说，开始了一段属于他们自己的历史。他们一头挑着设备，一头挑着从未设想过的“重担”，来到了北京。他们扬言，要做一部反映中共学习史的纪录片，名叫《学习的力量》。

2012年，喜迎党的十八大，让“学习”这个词更加地深入人心。《学习的力量》也日臻成熟。

起伏的心情在经历了各种等待之后，时光荏苒，来到了2013年，《学习的力量》一片，终于迎来了它的播出

之日。

《学习的力量》是一部大型理论纪录片，该项目由中宣部牵头，湖南省委宣传部主管，湖南金鹰纪实频道承制。该项目在立项之初，便得到了时任中宣部部长刘云山、湖南省委书记周强、湖南省委宣传部部长路建平等领导同志的高度关注，是湖南省委宣传部2011年度的重点项目。

该片的创作立意，紧扣“学习”和“力量”两个关键词，以宣传和推动落实党的十七届四中全会提出的“建设马克思主义学习型政党”的战略任务为主题，以建设马克思主义学习型政党所涉及的几个重大问题为主线，以我们党当前面临的形势、矛盾和难题为时代背

景，以我们党在实践中重视和善于学习所产生的巨大作用为落脚点，以我们党在革命、建设和改革中通过加强学习攻坚克难、走向辉煌的大量鲜活的故事和事例为题材，以通俗化的语言和形象化的手法，充分展示我们党提出建设马克思主义学习型政党战略任务的时代背景、历史渊源、重大意义以及在实践中产生的巨大力量。

就是这种被业内人士称为“党片”的类型节目，对于他们这群人来说，却是新媳妇上花轿——头一回。面对领导的期盼与重托，面对同行的拭目以待，他们以自己的方法，开始了——

【没什么，我们自己可以写出来。】

梁振华，北京师范大学教授，湖南邵阳人，本片总撰稿，有很多大型理论电视片的撰稿经历。开会、查资料、求证、组稿、审稿、修改、查资料、审稿、修改、查资料、审稿、修改……这种纠结得无以复加的工作方式，却深得同为邵阳人的执行制片人林旭华的共鸣。

分集编导反映“文稿写作不同于一般的专题片，真不好写”，林旭华却轻描淡写地说，“没什么，我们自己可以写出来”。北京之大、之陌生，众编导逃无可逃，只能默默地与其一同纠缠着。

2011年7月，中宣部就已经修改了11稿的《学习的力量》给予高度评价。同时，项目组历时两个月的拍摄工作正式启动。

【你们就分两个组，自己当导演嘛！】

项目组只有四位分集编导，其中一位还要兼任“资料统筹”，这是一个十分重要的工作岗位，所以，外拍的时候，能出去的只有三位编导。“都是老口子了，你们就分两个组，自己当导演嘛！”、“任燕鸣，我只能给你配一个制片，你带南方组；田野、王维，你们相互照应着，带北方组。”林旭华三下五除二地将工作布置了下来。就这样，每组两台车，各带十余号摄制人员，一南一北开拔了。

历时两个月，摄制组辗转湖南、湖北、江西、广东、安徽、江苏、上海、陕西、河北、山东、辽宁、北京等12省、市。摄制组成员克服高温酷暑、舟车劳顿等客观不利因素，累并快乐着，一路踏歌而行，完成了包括西柏坡、延安、井冈山、岳麓书院、孔子学院、国家图书馆在内的，大批历史地标性建筑的拍摄，共拍摄记录了约1800分钟的高清素材，为后期编辑制作奠定了良好的基础。

之后，摄制组又在一个月时间内，前后采访到近40位重要嘉宾，其中不

乏政界要人和国内外德高望重的专家、学者，为成片提供了强有力的理论依据和保障。

【编片子啦！】

影像资料对于理论纪录片的重要作用不言而喻。之前就已提到，分集编导中有一位还要兼任“资料统筹”，他就是欧仰的。文稿写作伊始，他带着两位实习生，克服人员少、资料多、寻找、转录以及素材整理分类任务重等难题，对庞大的库存资料进行了系统梳理，为分集编导们提供了最好版本的历史影像。

此外，编导们还分别采用了国家图书馆、国家博物馆、国家档案馆、军事博物馆、中央党校、中央文献研究室、中国美术馆、新影厂、新华社、中央电视台、北京电视台等相关专业资料馆提供的珍贵资料。据统计，资料编辑组总计提供了各个历史时期的资料共8000分钟，图片400余张。值得一提的是，成片中有许多条珍贵历史影像均为首次使用。

后期制作，是一个极其纠结、令人殚精竭虑的过程。单就一个历史资料镜头而言，编导就得考虑，这个镜头记录的是什么内容？发生在什么时候？历史背景是什么？可不可以用？用多少？怎么用？绝不可以只是简单的镜头堆砌，工作之繁杂、艰难可想而知。幸亏项目组的制片杨洋，以她最大的包容和最贴心的照顾，让大家在繁杂的工作之余，能够切实感受到家庭般的惬意与温暖。

为了让画面和声音在《学习的力量》成片中呈现与众不同的完美结合，项目组特别邀请中央人民广播电台播音员李易担纲配音，其平实的语调，饱含深情而又充满力量的解说，给该片注入了一种独特的文化气息。而主题音乐则由亚洲爱乐乐团50名艺术家现场演奏、同期录音完成。此外，项目组力邀“快男”李行亮为本片特别制作的片尾曲《力量》，也为该片增添了不少色彩。

【终于拿到了“准生证”！】

2011年12月底，《学习的力量》项目组在完成所有六集内容的后期制作之后，班师回营。

2012年春节一过，审片开始了。在经过了三轮由省委宣传部、总台、局办、频道以及省内理论界专家共同参与的审片之后，省委宣传部将《学习的力量》成片与解说词报中宣部审阅。7月审片意见发回湖南。意见中，中宣部领导对于本片作出了“主题鲜明，视野开阔，观点准确，逻辑清晰，框架合理，内涵丰富”的结论，同时将修改意见一并罗列。项目组根据修改意见，及时地完成了片子的修改。7月31日，由省委宣传部许又声部长牵头，总台、局办、频道以及省内专家再次进行了第四轮审片，经过一致讨论，认为已达到播出要求。

适逢党的十八大胜利召开，党的工作有了新的方针、政策，为紧跟形势，配合党的宣传工作，《学习的力量》项目组在省委宣传部的指导之下，着力进行又一轮的修改。

好事多磨吧。2013年5月，《学习的力量》一片终于拿到了它的“准生证”！

【写在播出之际】

在这个纷繁复杂的时代，一个人，很难三年只做一件事，而这件事一做就是三年。但这三年的时光，对于项目组任何一位成员而言，应该都是充实的、幸福的。作为一名电视工作者，在自己的职业生涯中能够参与制作这样一部大型理论纪录片，能够将自己全身心地投入到这样一种氛围之中，来历练，来熏陶，来沉醉，应属人生一大幸事。

再出发吧！带着这三年赋予我们的隐忍与坚强，带着这三年我们所体会的感恩与思想，重新出发！

（作者单位：湖南金鹰纪实频道）

编辑/肖清

因地制宜 强化管理 加速实施村村通工程

/邓信开

近年来,永兴县始终把村村通工程作为广电事业建设的重点,把着力点放在提高农村传输覆盖质量和水平、提高广播电视入户率、构建长效机制和维护管理体制上,结合全县实际,因地制宜,强化管理,采取切实可行的技术手段,扎实推进广播电视“村村通”工作。

一、加强领导,落实责任,建立健全工作机制。广播电视“村村通”工程是一项惠民工程、德政工程和新农村文化建设的一号工程。省里任务下达后,永兴县以解决农民群众看电视、听广播的需求为根本出发点,把社会效益摆在村村通建设的首位,将“村村通”广播电视工作纳入各单位和基层组织的年终考核,为“村村通”建设顺利实施提供政策支持和财力保障。一是统一思想认识。台党组及时召开专题会议研究部署,明确提出了在全市力争实现“保三争二”的工作目标。切实把思想统一到县委、县政府的要求和部署上来,把做好“村村通”工作作为密切联系群众、构建和谐永兴、实现富民强县的重要举措,切实加强领导,着力改善民生,狠抓工作落实。二是组建工作班子。建立领导责任制,成立了领导小组,组建了专门工作班子,进一步明确工作责任,主要领导亲自抓,分管领导具体抓,形成了齐抓共管的工作格局,真正把“民生100工程”办好、办出实效。台村村通工程领导小组和台党组定期召开会议听取工程实施情况汇报,及时了解工作中存在的困难和问题,专题研究解决困难和破解难题的办法。三是制定工作方案。及时制定了广播电视“村村通”工程实施方案,明确了指导思想、工作目标、组织领导、工作措施及工作要求,制定了“村村通”工程项目工作计划,对考核指标、时间安排、任务进度、责任股室及人员作出硬性要求,并把目标任务层层迅速分解到各有关乡镇及台属网络公司、移动电视公司和广播电视服务中心(微波站)。与相关责任乡镇签订了项目任务考核责任状,量化目标,明确任务,共同做好工程建设的各项工作。同时,抽调精干人员深入乡镇进行技术指导和安装维修服务,进一步建立

健全了村村通工程工作网络体系和责任体系。

二、因地制宜,多措并举,大力推进“村村通”工程建设。积极创新工作方式,因地制宜、多措并举,以超常的力度、措施抓紧做好村村通工作。2013年省委、省政府下达给永兴县广播电视村村通工程任务是解决593个20户以下自然村电视盲村7116户收视问题。到6月底,全县共筹集资金120.8万元,解决了20户以下通电自然村广播电视覆盖344个村4127户群众看好电视、听好广播的难题,占年度任务的58%。一是明确建设目标。在确保到2013年底实现20户以上已通电自然村通广播电视的前提下,重点对东西部乡镇等有条件的地区实现20户以下已通电自然村的村村通,鼓励条件和基础较好的乡镇推进光纤到乡到村,实现户户通。截止2012年12月底,全县共投入资金960余万元,完成3000多个电视“盲村”的村村通建设,解决了43万群众收听收看广播电视的问题。全县共有电视用户56392户,广播电视人口综合覆盖率达到99.72%。二是创新建设方式。综合利用有线数字电视、移动数字电视、微波数字电视、卫星直播等技术方式实现村村通。充分发挥移动数字电视信号差转基站的作用,通过加快设备更新改造、加强运行维护、增加转播节目套数,大力提高农村广播电视无线覆盖水平;距离城镇较近、有条件的地区采取有线光缆联网方式;边远、居住分散地区通过共用卫星,即“村锅”方式覆盖。三是丰富节目内容。结合各乡镇农村经济社会发展实际,加强与农业、教育、科技、文化、卫生、林业等相关领域的合作,不断丰富自办节目内容,增加节目频道(40多个频道),增强节目的针对性和实用性,不仅丰富了村民的业余生活,还能及时了解党的政策,让村民享受到了实惠,更是送上了一份真正的文化大餐。

三、加强管理,立足长远,确保优质通长期通。“村村通”建设难,而建成后要保证户户通、优质通、长期通更难。为坚决防止“返盲”现象的发生,

我们始终将工程质量放在首位,采取各种有效措施,建立完善“村村通”公共实施设备运行维护机制,大力推进农村广播影视公共服务提升工程。一是严格技术标准。科学制订新时期广播电视村村通工程建设规划,并结合工程实施的实际情况,采取先集中后分散、进度和质量并重的方式严格技术规范和操作规程。二是强化业务培训。充分利用自身人才的技术优势,采取宣传培训、以会代训、分级培训等途径,开展地面卫星接收设施、有线网络专业技术培训,使用户掌握设备的基本性能和操作流程。建立以县为中心的广播电视“村村通”管理体系,每个乡镇设立卫星直播设备维修联络点,县村村通办明确专人进行设备维护或与设备供应商联系,具体负责设备的保修工作,做到有人建有人管。同时安排一名统计人员参加全县“民生100工程”数据统计报表工作业务培训,做到了每月有报表、季度有自评、年度有总结。三是严格资金管理。加大资金投入,按照中央投入设备,省市财政适当补助,县级财政配套,乡村自筹解决建设资金。严格执行政策纪律,及时拨付专项资金,严禁截留、挤占、挪用“民生100工程”项目资金,做到专款专用。四是强化后续管理。建立了一支懂技术、善管理、会维修的专业队伍,确保广播电视“村村通”优质通、长期通。把强化管理贯穿于村村通的各项工作、每个环节,抓好建设项目全过程管理,建立健全工程建设责任制,确保按期保质地完成各项任务。台主要领导经常深入工程施工现场,实地了解进展情况,做到情况随时掌握,工作及时调度,确保工作落到实处。立足长远,强化后续管理,建立长效管理机制,妥善解决后续管理问题,做到建成一个、验收一个、群众满意一个。通过建立健全“县、乡(镇)、村”三级工程维护管理体系,确保农村广播电视时时通、长期通、有效通,确保把好事办好,保障我县广大农村群众长期收听收看好广播电视节目。

(作者单位:永兴县广播电视台)

编辑/肖清

谈谈如何开好党委民主生活会

/郭国华

民主生活会是我们党贯彻民主集中制的重要制度。切实提高民主生活会的质量,是加强党委建设一个不容忽视的重要问题。各级党委应当坚持和健全党员领导干部民主生活会制度,按照规定要求开好民主生活会。通过民主生活会,统一思想、改进作风,加强监督,增强团结,提高依靠自身力量解决问题的能力和矛盾的能力。

一、开好民主生活会的前提是“共识”

各级党组织每年至少召开一次党员领导干部民主生活会。这些年我参加了一些单位的民主生活会。有的民主生活会开出了高质量、高水平,统一了思想,化解了矛盾,增进了团结。但是有的民主生活会有点图形式、走过场,有的民主生活会主旨不突出,开得不够好。像这些单位的民主生活会之所以质量不高,我认为,主要原因是在思想认识上没有真正重视起来。因此,提高对民主生活会的认识,增强执行的自觉性,对提高民主生活会的质量显得非常重要。

首先,复杂的国际斗争形势,向我们党的自身建设提出了新的更高的要求。近些年来,一些社会主义国家执政党演变的深刻教训告诉我们:加强党的自身建设,是关系到党的工人阶级先锋队性质和执政党生死存亡的重大问题。大家知道,原苏联是最早的社会主义国家之一。苏联解体前,苏共放弃了民主集中制原则,忽视了集体领导,允许党员公开发表与组织决议不同的意见,实行所谓各级党组织自治原则,一些苏共党员甚至是领导层成员成了否定苏共历史,否定社会主义的急先锋,成了传播西方意识形态的大喇叭、苏共党内从思想混乱演变到组织混乱,最后这样一个有着90多年历史、连续执政70多年的大党老党就哗啦啦轰然倒塌了。人们曾经对此提出一个问题,苏共早年在有20万党员时能够夺取政权,在有200万党员时能够打败法西斯侵略者,而在有近2000万党员时却丢失了政权,丢失了自己,这是为什么?我认为,很重要的一个原因是党的自身建设被忽视了,党的政治纪律被动摇了,党的民主

集中制原则被放弃了。由此足见,我们应该有一个加强党委自身建设的紧迫感,切实把民主生活会当作加强党委自身建设的一项重要措施来落实。应该看到,在改革开放、发展市场经济、建设中国特色社会主义新的历史条件下,加强党内监督,加强对领导干部的管理显得尤为重要。有的干部之所以犯错误,其重要原因就是党内监督不力。邓小平同志曾经指出:“对于我们党的各级领导人(包括党委会的所有成员)应该有监督”“最重要的监督是来自党委会自身”。开好民主生活会,是实施党委内部监督的重要方法。落实党管干部,特别是对中、高级干部的管理,更离不开民主生活会的监督。因此,我们要从政治的高度,经常不断地统一“一班人”的思想,用坚强的组织观念来落实好民主生活会制度。

二、民主生活会的重点在“自身”

民主生活会的主题应当按照上级党组织的要求,针对党性党风党纪方面存在的突出问题来确定。加强党委自身建设是民主生活会的主旨,但是有的单位对此把握得不够好,把民主生活会开成了“工作汇报会”,这就言不及义,偏离了主旨。解决这个问题,要分清民主生活会与工作汇报会的界限。民主生活会主要是谈思想,工作汇报会主要是谈工作,二者虽有联系,都涉及到党委的工作,但民主生活会是把谈工作作为一面镜子,结合工作情况查找自身建设的问题。比如,通过联系贯彻执行党的路线、方针、政策,看党委在把关定向上有没有问题;通过联系党委工作成效看核心领导作用强不强、团结状况好不好;通过联系处理具体问题看党委为政清廉做得够不够、领导作风深入不深入、领导干部执行廉洁自律规定严格不严格等等,这样联系实际谈思想,总结经验教训,才能体现民主生活会的主旨。

领导班子成员在民主生活会上,应当针对自身存在的廉洁自律方面的问题以及党员、群众、领导班子其他成员和下级党组织提出的意见,负责任地作出检查或说明,积极开展批评和自我批评。

党员、群众和下级党组织对领导班子及其成员的意见、民主生活会情况和

整改措施,应当按照规定如实上报,并将民主生活会情况和整改措施及时在一定范围内通报。党员有权了解本人所提意见和建议的处理结果。

开展民主生活,要从本单位和本级党组织的实际情况出发,抓住主要矛盾,一次集中解决一两个主要问题。在党委班子建设上,由于人员经历不同、所处的环境不同、遂行的任务不同、班子成员的素质不同,因此,在确定民主生活会主题时,要注意从个性出发,是什么问题就集中解决什么问题,才能收到好的效果。

三、民主生活会的关键是“民主”

民主生活会,是各级党委就自身建设上存在的问题进行充分地讨论、开展严肃认真的批评与自我批评,以达到分清是非、统一思想、增强团结、形成合力的目的。但实践中,民主空气往往难以形成,有的批评与自我批评开展得不够,甚至当面不说背后说,会上不说会下说,严重地影响了民主生活会的质量。

怎样充分发扬民主,积极开展批评与自我批评?我感到最重要的有三条:首先要有强烈的民主意识。每个班子成员都应以对党的事业高度负责的党性立场,以主人翁的责任感、自觉性,充分运用民主权力,积极开展党内的思想斗争。其次要有一个有利于发扬民主的环境。一个好的民主环境是由诸因素构成的,但第一位的是正副书记的民主素质和民主作风要好。要带头拿起批评和自我批评的武器,对问题勇于承担责任。同时,作为正副书记,还要把握一条,在民主生活会主要是听委员有什么意见,听人家对自己说长道短。第三要掌握正确的批评方法。要始终遵循“团结——批评——团结”的方针,以“知无不言,言无不尽,言者无罪,闻者足戒”的态度,坚持实事求是、“一分为二”的观点,严于律己,与人为善,动真情,讲真话,交真心。大事讲原则,小事讲风格。只要我们真正做到了这些,就一定能提高民主生活会质量,不断增强党委的凝聚力、战斗力。

(作者单位:湖南广播电视台)

编辑/王庆华

“爱+”： 开创公益营销新模式

/马珂



6月20日，湖南公视帮女郎飞往北京，在中国科学院国家科学图书馆大爱清尘基金举行主题为“我们在一起”的两周年慈善会。此次慈善会由帮女郎凌琳与中央电视台主持人赵普共同主持，感恩所有捐助和支持过“大爱清尘”公益活动的演艺明星、企业家、艺术家等爱心人士。两年来，作为全国性的民间公益组织，大爱清尘基金与湖南公共《帮助直通车》联手行动，在救治尘肺农民兄弟、推动尘肺病防治，以及组织运作专业化等方面做出了一定的努力。

慈善会还向社会各界展现了大爱清尘在公益合作、营销和传播领域的模式创新：“1元钱挽救生命5小时”网络捐款平台正式启动，推出“爱+”公益品牌。

救治与预防宣传并重

自2011年6月15日项目启动的两年来，截至2013年6月15日，大爱清尘基金已累计救治尘肺农民702人，发放制氧机231台235人次，助学262

人，发放爱心包裹1000多个。救治患者分布在四川、湖南、陕西等11个省。在云南水富、四川峨边开创了和地方政府协作模式的同时，大爱清尘基金建立了系统的救治体系，形成“救命、助学、助困、救心”的完整系统。

目前，大爱清尘在全国已成立湖南、四川、重庆、陕西、广东、安徽、贵州等18个工作区（站），发展志愿者2200余名。各工作区站志愿者，利用业余时间开展入户探访、校园宣讲、爱心义卖等活动，并多次深入矿区、建筑工地，向工人发放防尘口罩、普及尘肺防治知识。

今年6月，大爱清尘发起首个“世界呼吸日”活动，将每年6月15日确定为“世界呼吸日”，活动得到社会知名人士和众多网友的积极参与。作为微公益的代表项目之一，大爱清尘创办了两报一刊一网四微，实现了立体传播；通过持续的预防宣传，实现了“尘肺病”较大范围的社会知晓。

此外，大爱清尘还通过成立农民工尘肺问题研究中心、举办研讨会、寻找

全国两会代表提交尘肺患者救助的提案等行动，持续推动建立全面的企业、政府监管部门履责机制，参与推进从地方到国家层面的尘肺病救治相关制度的建设，争取从根源上消除尘肺之痛。

杨能芬，一位来自贵州省仁怀市茅台镇的农民。丈夫因尘肺病去世，自己尘肺三期，她还是两个未成年孩子的母亲。去年10月中旬，大爱清尘发起人王克勤到四川探访入院患者，当时在医院治疗的杨能芬听说后，找到王克勤，请求大爱清尘救救她。11月，大爱清尘将病情危重的杨能芬纳入紧急救治，为她发起网络求助，共募集善款近十万元。在四川、贵州当地媒体持续报道后，“托孤母亲”杨能芬引起了社会广泛关注。12月22日和23日，中央电视台《新闻联播》栏目连续两天报道了杨能芬的故事，国务院总理李克强做出批示后，当地政府启动临时医疗救助措施，对杨能芬一家进行救助。

慈善会当天，身体恢复不错的杨能芬和她的孩子也出现在现场，接受了在场所有人的祝福及大爱清尘的纪念品。

1元钱的“微力大义”

“1元钱挽救生命5小时”网络捐款平台启动是当天慈善会的一个重要环节。据发起人王克勤介绍,按照尘肺患者做一次洗肺手术大致所需费用,大爱清尘确定了每人不超过1万元人民币的救治标准。尘肺病虽然不能根治,但通过治疗,可以缓解症状。根据大爱清尘所掌握的大量探访资料估算,1万元的救助可以挽救尘肺病患者3到5年的生命。如果得到持续的治疗和疗养,患者的生命可以延长更多时间。

基于此,大爱清尘提出了“1元钱挽救生命5小时”的概念,意在以“微小的个人代价换取对弱势群体生命的救助”,让每一个普通人,都可以用捐赠1元钱的绵薄之力,参与挽救尘肺病人生

自成立以來,大爱清尘一直致力于通过公布患者救治报告、公示医疗费用、项目支出,定期发布收入支出稽核报告等多种渠道实现“玻璃项目”的承诺,并接受全社会监督。慈善会上通过“一个尘肺病人的救治”的视频短片,直观地向到场者全景展现了项目救治流程。

截至2013年6月15日,大爱清尘共募集善款8829686.11元。其中,中央财政支持250万元(220万元已到位)。这些捐款者中既有陈坤这样累计捐款34万余元的知名演员,有88岁高龄、两次捐款共计15万元的中国科学院老院士朱起鹤,更有众多的普通民众。浙江敦和慈善基金会、善心莲心公益行动基金、中能国投、沁和能源、华夏徽商联盟、欧莱雅(中国)、宝墨淘

公益项目和企业的双赢。为此,借助爱心口罩创作环节,大爱清尘在当天推出了“爱+”品牌,一项创新产品计划。任何希望与大爱牵手合作的企业,都可以依托“爱+”产品和已有的营销渠道,同大爱的专业团队一起,共同设计独特而适用的公益营销战略,充分利用公益营销带动人群的力量,在达成企业社会责任的同时,更好地完成品牌的塑造任务。曾向大爱清尘捐赠3万5千只口罩的上海港凯净化制品有限公司,成为首个“爱+”公益品牌产品合作方。

最后,现场对欧莱雅(中国)捐赠的黑珍珠仿毕加索为夫人赫莲娜的肖像、演员佟大为捐赠的陶瓷工艺品“生命的源泉”等爱心人士捐赠的拍品进行了拍卖,所得善款将全部捐赠给大爱清尘,用于尘肺患者的救助。



命的行动。

在慈善会现场展示页面中,橙色的募款金额和绿色的生命小时数相对应,爱心人士可以通过“捐1元”的捐款按钮,捐赠1元不等的款项。导演贾樟柯、演员赵涛夫妇登台,共同完成首笔1元捐款,标志“1元钱挽救生命5小时”网络捐款平台正式上线。

“爱+”: 开创公益营销新模式

艺术网、红番茄楚珍舫等多家企业或机构也以不同形式支持和帮助着大爱清尘的公益事业。正是有了众多组织和个人与大爱清尘并肩,才有了今天的成就,这也是两周年慈善会“我们在一起”的主旨所在。伴随着《感恩的心》的歌声,企业、机构代表上台,共同点亮了象征生命的“大爱之树”。

在感恩的同时,大爱清尘也在思考,如何更好地开展公益营销,以达到

在本次两周年慈善会上,奥运会跳水冠军、影视演员田亮被聘为大爱清尘形象大使,与演员赵涛共同成为“大爱清尘”的形象代言人。中华社会救助基金会秘书长胡广华到场致辞,贾樟柯、赵涛、欧莱雅中国区副总裁兰珍珍、法融法师等公众人物和爱心人士到场参加。

(作者单位:湖南公共频道)

编辑/肖清

我用“快板”追梦记

/王经文

我今年80岁，出生在湘阴农村。1951年当上公办教师后，1952年就参加了湘阴县入党积极分子培训班学习。解放初期知识分子入党是很难的，我先后写了50多份入党申请书，才于1956年5月加入中国共产党。入党后，我把入党誓词和自己的梦想结合起来，那就是“永远跟着共产党，干中学，学中干，生命不息，工作不止，快板伴着我，活到一百岁”。

我有两个爱好：一是新闻写作，二是打“快板”。用“快板”的形式来宣传当地的新人新事，把“快板”融入新闻写作和文化活动之中，寓教于乐，起到凝聚人心，鼓舞干劲的作用。在群众中素有“王快板”的美称。回首半个多世纪以来，每首“快板”都有一个较生动的新闻故事。

六尺布

1964年6月，我从湘阴县教研室调入岳阳地区教育局工作，老伴陶哲怡十分高兴，将家中仅有的六尺布票交给我，再三叮嘱：到上级机关工作，千万要注意仪表，莫穿得破破烂烂地丢面子，到岳阳后做一条新裤子穿，像一个干部样。我报到上班后，在布店里扯了6尺灯芯绒布，但找了好几家裁缝店都不肯接，原因是6尺布做裤子紧巴巴的，不但没有足够的长度，而且还缺荷包(口袋)布，当时物资高度匮乏，买米凭粮票，买布要布票，我人生地不熟，

无法可想，只好望布兴叹，扫兴而归，仍穿着破旧衣裤上下班。同年9月，我与梁文忠同志一起下到了临湘县路口铺办农业中学的点，听人讲这里有一位左裁缝，技术蛮不错，便抱着姑且一试的想法找上门去。这位左师傅确实是一位巧手裁缝，通过精打细算，点头接下了这6尺布。三天后，我果然拿到一条十分合体的新罩裤，因为高兴，当场就在裁缝店里打响了快板，以表谢意：

岳阳城里扯了6尺布，想要做条裤，裁缝师傅不肯做，心里不舒服；来到路口铺，左裁缝接了布，巧施新技术，6尺布，做条裤，还有荷包布，穿了真舒服。

这段记载着计划经济年代衣食住行状况的快板，成为当时的一段佳话。

大陈和小陈

1968年的一天，岳阳地委机关的一名女干部和岳阳军分区的一位军官喜结良缘，两人均姓陈，举行婚礼时，既简单又热闹，没有办宴请，就是在会议室发喜糖。我在地区教育局工作，也兴冲冲地前往祝贺，会议室里，一百多位来宾与新郎新娘围坐在一起吃喜糖、磕瓜子，地革委、军分区领导也来了很多，突然有人提议，请王快板来一段如何？在众人的掌声中，我只好站起来，心想今晚这个快板，既要有乐趣，又要突出政治，出不得半点差错，于是急中生智，即兴发挥，操着那口慢悠悠的湘

阴话，抑扬顿挫，有板有眼地来了一段方言快板：

大陈和小陈，新式来结婚；一个当干部，一个解放军；工作虽各异，志向都相同；勤俭办婚事，易俗又移风；两人成婚后，为国立新功；大家来庆贺，满屋笑盈盈。

脱口而出的祝福快板，当即获得了满堂喝彩，就连平日很少言笑的宋裕宽政委也随着大家一起大笑不已，连连称赞有水平，快板打得好。当年的大陈和小陈现在已是爷爷奶奶辈的人物了，但这个快板段子在本地流传甚广，至今仍为一些老同志津津乐道。

义口是个好地方

1981年初春，我受岳阳地区教育局的安排，来到了平江县嘉义区，在义口大队办农业点，推行包产到组的联产承包措施，不料在当地遇到一些阻力。村组干部中有的人跳起来指着我的鼻子说：我们办合作社和人民公社，辛辛苦苦几十年，一夜退到解放前，实在想不通。当时正值春耕时节，而社员们却整天围炉烤火走亲戚，身为小组长的我十分着急。一天，在全大队社员大会上，我没有作报告，而是打响了自已创作的快板：

义口是个好地方，山清水秀鱼米香；土地肥沃水利好，公路由村通到乡；以前吃的“大锅饭”，吃得心里不舒畅；立春时节早到了，全年生产没主张；穿红披绿走人家，围炉向火打哈

哈；青年小伙学武艺，草子（绿肥）在田里喊“爹爹”；包产到组办法新，联心联产早春耕。

说也奇怪，这段饱含批评鞭策之意的快板，当即在干群中引起了强烈反响，就连区乡干部在各地作报告时也能引用几句，为当时嘉义区开展的联产承包工作起到了促进作用。

今昔凤凰台

1992年元月，我到屈原农场三分场学校开会，特意绕道到凤凰台进行参观访问，了解到凤凰台是屈原农场茶场所在地。围垦前，是洞庭湖中的一座山。中心地带是一个狭长的低洼地。山下面的河泊潭，是爱国诗人屈原投江地。每年春夏水涨，山周围一片白茫茫。山上的农民为生活所迫，经常到垌中去打湖草，捉鱼捞虾，牧牛放鸭，感染血吸虫病的人特别多。据1948年统计，山上428户人家，患血吸虫病的有424户，1850人，先后死亡的有331人，其中19户人家死绝了。解放后，党和政府对凤凰台人民患血吸虫病的治疗十分关心。1950年3月，湘阴县人民政府派出医疗队，到凤凰台医治病人；1955年在凤凰台山上成立了血防所，收治当地的血吸虫病人；1958年屈原农场建立，凤凰台属云田血防所管辖范围，长年累月地查病治病；1969年屈原农场在凤凰台山上建立了茶场，创建了卫生所，既治病，又查螺和指导灭螺，围垦的面积达400多亩，到1977年，已治愈凤凰台山上的血吸虫病患者达1230人。我通过实地观察，看到凤凰山茶场3900亩茶叶，一片葱绿，“屈原毛尖”连续两年获省金牌奖；凤凰台山下的1400亩水田实现了耕田机械化，水利灌溉自流化，旱涝保收，茶场里有9处电排机埠，4000多米长的渡槽横贯全场，灌溉着茶叶和良田；茶场520户职工，70%的户做了楼房，家家有电视机。由于送走了“瘟神”，茶场70岁以上的老人有105个，妇女积极参加学文化学科技活动，被评为全省的先进单位；计划生育工作评为全省、全国的先进集体。看到这些翻天覆地的变化，我情不自禁地以《今昔凤

凰台》为题，写了一首快板，在凤凰山茶场的会议室打了起来，受到当地干群的拍手称赞。

昔日凤凰台，瘟神进屋来；家家流泪苦悲哀，女不生崽难怀胎；良田美土无人种，无衣无食妻不来；今日凤凰台，瘟神不再来；农场茶场建起来；治病灭螺幸福来；地增产来人增寿，丰衣足食乐开怀。

喜听市民新顺口溜

2009年5月，岳阳市广泛开展创建全国文明城市和全国卫生模范城市活动，市容市貌大变样。

我在公共汽车上，听到一些市民念自己创作的顺口溜，觉得颇有新意。我将其中的一些主要内容归纳起来，编成快板，在广播电视和报刊上进行宣传，扩大影响。

不需市民来投票，就看大家脸上笑；民本思想入人心，岳阳城市换新容；过去街道有坑洼，如今修得一坦平；公共汽车大变样，各路都是一色新；市内绿化面积大，花园城市暖人心；清洁卫生规范化，处处有人搞美容；岳阳楼旁新景区，游人如织乐无穷；公园免费敞游，风景如画陶醉人；广场文艺汇演多，促进文化大繁荣；由于党的领导好，才有今日好光景。

朋友鼓励我奔百岁

2012年6月，我从自己在报刊上发表的2100多篇新闻作品中，选择了146篇作为范文，按照总述、消息、通讯、现场短新闻、新闻特写、深度报道、新闻评论、新闻阅评8个系列进行编排，著成了《新闻写作追求》一书，共22万字，由延边大学出版社出版。我结合自己80寿辰，在晓朝宾馆举行了新书发放会，赠给到会的每一位亲友，并高兴地打响了《朋友鼓励我奔百岁》的快板：

有趣有趣真有趣，朋友鼓励我奔百岁；感谢领导和亲友，出席今日的宴会；大家贺我八十岁，促我向奔奔百岁；身体“部件”还算好，树立信心是首位。为党工作六十年，苦中有乐觉香甜；老来著成书一本，千言万语归一统；

送给大家带回家，勉励儿孙学习它。分门别类写得清，细读多思用苦功；新闻写作学得好，升学就业不操心；应用起来作用大，幸福就会来敲门。后二十年怎么办，“四个不停”坚持干；坚持脚不停地走，挺胸抬头提起腿；坚持手不停地写，蚂蚁要把骨头啃；坚持心不停地想，与时俱进朝前闯；坚持眼不停地看，前途光明又灿烂；朋友朋友一起来，百岁路上同心干。人生八十古来稀，现在看来不稀奇；遇上当今好时代，瞄准百岁上阶梯；年年月月平安过，每逢春节插红旗；返老还童意志坚，力争益寿又延年；拿掉一个“花甲子”，自己还是个青年；继续为党献余热，幸福生活年胜年。

“四个结合”来出彩

我自1995年4月退休后，仍然笔耕不止，先后主编了《爱心颂歌》、《我们这一辈》、《情系未来》、《新闻写作追求》四本书，与人合作的著作有8本，每年有30多篇新闻作品在报刊上发表，至今仍担任市委宣传部新闻阅评员和市广播电视台离退休老干部支部书记。最近通过学习习近平总书记关于“中国梦，你我的梦”一系列论述后，对我的鼓舞极大，认识到中国梦是民族的梦，也是每个中国人的梦，只要我们把个人的梦想和中国梦有机结合起来，自然就会有出彩的机会。为此我写了《四个结合来出彩》的快板在老年人中进行鼓动性宣传。

中国梦是你我的梦，结合得好就来劲；思想结合摆第一，党的教导要牢记；共同实现中国梦，老人也要齐努力。学习结合很重要，多听新闻多看报；特色理论钻得深，思想自然会开窍；与时俱进搞创新，依靠理论来指导。工作结合是硬招，出彩重担自己挑；根据本人的实际，为党工作来出力；老有所为力无穷，梦想就会变成真。保健结合是基础，全靠自己来拥有；合理饮食要搞好，加强锻炼不可少；快乐过好每一天，力争益寿又延年。

（作者单位：岳阳市广播电视台）

编辑/肖清

我的中国梦

刘仕卫

有梦想才会有希望，有希望才会有激情。“中国梦”有大有小，每个人都有理想和追求，都有属于自己的梦想。我的梦想是踏遍世界的每一个角落，寻找多姿多彩的生活，发现万千世界的美妙。行万里路，环游世界，是我的梦。

中国的山河是美丽的，每一方土石，每一寸草木，我把心灵交给你。

“千里冰封，万里雪飘”，长长的冰柱，铺天盖地的白色，我要伫立在那高耸的山峰，张开双臂，和雪花撞个满怀；任凭疾风吹割我的脸庞，白雪覆盖我的身体；我要让雪水浸润我的每一个细胞，萧瑟的寒风将见证我的成长。轻轻地，我抚摸着你的，甚至我躺在了你的怀抱，你的美，让我窒息；轻轻地，我怕玷污了你，因为它有一种魔力，能洗净你内心的灰尘。你不再是苦寒之地——东北，我爱你雄奇壮丽的身姿，你粗犷地豪迈着，在你面前，我像个孩子一般。

而南国的风光，总是那么的动人，那一条条潺潺的溪流，一棵棵轻盈的水草，河面上飘着的小船，放眼望去，处处都是一幅山水画。你瑰丽的天空，青葱的树林，芬芳的泥土，你是那么的和蔼可亲；你的每一丝气息，我都能感觉得到；你的每一丝印记，都已深深地刻入我的心河，甚至

包括那淡淡的忧伤。我和你对话，你能懂我的疲惫；我的前世今生，已经被你解读过。你就是我的故乡呵，妩媚的南国。

映入眼帘的，是一望无垠的旷野，在这片土地上，有清脆的驼铃声，我在你的怀抱中游荡，策马扬鞭，天高地阔，我不知疲倦般，“天苍苍，野茫茫，风吹草低见牛羊”。还是累了，倾倒在你的身上，仰看苍穹。耳边，不时有嘹亮的山歌传来，雄浑激昂；数点天上的星星，只求你记得，你的世界我曾来过。

看，那巍峨的雪山，那不羁的河流，那无垠的旷野，那幽深的森林，还有那来自自然深处的风，甚至电闪雷鸣……我默默地注视着你，细细地倾听着你，轻轻地抚摸着你的，我的心，已经沉寂在这片归宿之地……

“我爱这土地，假如我是一只鸟，我也应该用嘶哑的喉咙歌唱：这被暴风雨所打击着的土地，这永远汹涌着我们的悲愤的河流，这无止息地吹刮着的激怒的风，和那来自林间的无比温柔的黎明……

——然后我死了，连羽毛也腐烂在土地里面。

为什么我的眼里常含泪水？

因为我对这土地爱得深沉……”

（作者单位：湖南卫视）

编辑/王庆华



新媒体背景下微电影的发展之路

/贾红分

一、微电影是什么

对于微电影的诞生业界还没有一个绝对的界定,2010年12月27日,汽车品牌凯迪拉克与华人影星吴彦祖携手打造的具有划时代意义的作品《一触即发》全球首映,宣传语中号称这是中国首部微电影,全片场面宏大,制作精良,堪称微时代的里程碑。而在2005年胡戈创作的《一个馒头引起的血案》在网络中也引起过极高的反响,后来网络视频短片在全球风靡,如2010年筷子兄弟的《老男孩》在优酷网首播,短短几天便创下几千万次的点击率。这些在现在看来似乎都是微电影的范畴,那么,到底什么是微电影呢?笔者结合了很多学者对微电影的解读得出以下几个观点:

1、微电影是新媒体时代下的产物。传统电影院主要是通过影院模式放映,微电影是借助新媒体的播出平台,主要是通过网络、手机等模式播出,这改变了传统电影高高在上的姿态,拉近了电影和受众的距离,使微电影的普及程度更高。微电影的这些特征都充分体现出

了微电影是新媒体时代下的产物。

2、微电影不等于传统网络视频短片。一部电影诞生的背后,是一条庞大的工业流水线作业生产线,编剧、导演、演员、摄影、服装、置景、收音、特效,再加上剪辑、配音、洗印等复杂的后期制作工序,所涉及的财力、物力、人力都不是常人所能轻易应对。同样,微电影的制作在技术上和艺术上也有很高的要求,在这些专业化的要求上微电影并不等于传统的网络视频短片,微电影更偏向商业化的专业影视制作,而视频短片更多的是一种分享式的自娱自乐。

3、微电影不等于加长版视频广告。微电影不能等同于加长视频版广告,某种程度上微电影可能是因广告而生,但是它不应是为广告而生,它不能将诉求的重点和目的直白地表现为为商品和品牌宣传。微电影的制作者应该认识到只有以好的故事打动人,以独特的手法吸引人,才能使作品获得生存的空间,才能对社会产生影响,只有这样才能谈及对品牌的宣传效果,才能找到微电影实

现盈利的机会。如吴彦祖主演的微电影《一触即发》被媒体和业内人士称为“不是广告的广告”,这个案例取得的成效就充分体现了微电影与商业广告的巧妙融合,也证明了微电影不等于加长版广告。

二、新媒体对微电影的影响

1、新媒体为微电影的发展提供了有利的传播环境。新媒体是建立在数字技术和网络技术基础之上的,一般指智能手机、平板电脑、互联网等新兴媒体。新媒体的特征有移动性、即时性、互动性、自主选择性,这符合人们碎片化的娱乐需求,人们可随时随地获取信息[1]。据《第30次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2012年6月底,中国网民规模达到5.38亿,中国手机网民规模达到3.88亿,网络视频的用户规模达到3.50亿人[2]。优酷网有报道称,许多网民接受并尝试在线上付费观看电影及微电影,新媒体数字院线网络发行平台正在以超低的价格、高清的品质获得越来越多网民追捧。微电影正好符合了这一发展趋势,新媒体

的发展为微电影的成功提供了有利的环境。

2、新媒体的受众特点成为微电影成功的保证。伴随着新媒体成长起来的年轻人是新媒体的主要受众,他们熟悉各种手机软件的应用,懂得运用网络,喜欢体验各种新鲜的娱乐方式。新媒体具有的移动性、即时性、互动性、自主选择性等特征满足了他们的需要。受众可以在网络上找寻自己喜欢的微电影。因此,在新媒体环境下,受众的传播活动更高效,更即时自主,传播的内容也更具吸引力。有数据显示,新媒体受众在网络上观看微电影的比例高达95.4%,所以,新媒体的受众特点对微电影的成功传播提供了保证。

三、微电影兴起的原因分析

1、新媒体环境下技术的发展与进步。微电影是伴随着新媒体的发展而兴起的,它通过网络渠道得以广泛传播和观看,成为符合受众需求的一种新型娱乐方式。微电影借助网络向受众传播主要是得益于3G移动通信技术、网络宽带技术、无线通讯技术、流媒体技术、Web2.0等技术的应用,这些技术的应用不仅仅改变了传统电影固定的播放平台,也改变了受众的思维方式和受众被动接受信息的地位,使网友之间能够彼此评论、交流与共享,形成了一种平等的传受模式,这种新型的模式增加了受众的自主性、参与性、互动性[3]。另外,随着智能手机、IPAD等移动终端设备的日益普及,使微电影的收看方式突破了时空的界限,人们能够随时随地的收看微电影,这符合受众即时消费的需求,人们可以利用生活中各种“碎片”化的时间,用手机或电脑,感受一场青春的故事,旁观一段令人凄美爱情或是嘻笑一个有创意的无厘头幽默等等。

2、市场化下商业利益的驱动。在市场经济这一大环境下,如何将商业与艺术完美结合,成为众多艺术家思考的一个问题。微电影作为新媒体时代下的产物,也定会受到商业因素的影响,一些微电影跟商家合作,成了企业品牌的宣传和推广片。据统计,仅仅在2012年前三个月,已经有数百家企业推出自己的定制微电影,而正在制作中的微电影也有很多,一方面是因为微电影具有明确的目标受众,喜爱微电影的多是有较强购买力的年轻人;另一方面微电影有着很好的传播效果,它能唤起观众一

定的情感共鸣,使观众对产品产生信任,再配以整合营销的策略,就能实现良好的商业目标。

3、新的媒介环境下受众的需求。新媒体形式的不断更新产生,不仅改变着人们的消费模式,也改变着各种信息的传播方式。北京大学新闻与传播学院副教授胡泳人认为:在“微时代”,媒体的表现因消费媒体的需要而不断改变。当人们面临日益加快的生活节奏和获取更多的信息需要时,人们便希望以最短的时间获取最多的信息[4]。于是微电影这样简短、灵活、轻松诙谐的形式满足了现代人的收视需求,同时也满足了人们对这种快餐文化消费需要。另外,微电影有着极强的互动、参与性和自主性,这不仅能引起受众个性的张扬并且还能引发观赏的热潮。在微电影传播的过程中观众可自由参与评论,他们可以在任何时候发表自己的观点,不受时间的限制,可以将自己对电影的评价发布在微博、论坛和博客上,也可以参与豆瓣网、时光网等网站的影评活动。

四、微电影的未来方向

1、以剧本创意求发展,真正做到以“内容为王”。微电影制作中剧本的创意是微电影能否获得生命力的核心,剧本是影视创作中最重要的元素,是决定影视作品质量好坏的关键因素。高质量的剧本和剧本创意是当前微电影发展中最令人关注的问题[5]。由于片长的限制,微电影的剧本写作要求要有高度的浓缩型,在最短的时间内讲出一个内涵丰富的故事这本身就需要极大的创意,这就对微电影的编剧提出了极高的要求,微电影的编剧不仅要有传统剧本编剧的叙事表达能力,还应考虑到年轻受众群体喜欢运用的网络语言,应有对社会热点事件的关注。从传播学上讲,内容和创意本身就是传播的核心力量,一部优秀的微电影一定要能打动人们的内心,既要有对现实的批判、有对生活的领悟,又要有对人性的叩问等。

2、走专业化的发展道路。微电影相对传统电影和电视的区别是参与的广泛性,但微电影如果仅仅被演绎成一场“草根秀”的狂欢,那就必将形成一种尴尬的局面,这将会影响微电影的健康发展。“草根秀”存在一些致命的缺陷,它容易导致创作的低俗化、庸俗化和媚俗化。所以,微电影的创作团队一定要运营专业化、生产规模化、管理规范。当前的微电影在创意和运作上已

经有了专业化团队的影子,已经有了专业的制作人和名人导演的加入,如姜文的《看球记》、徐峥的《一部佳作的诞生》等等;在首届微电影节中张艺谋、冯小刚等导演对微电影也表现出了极大的兴趣,并表示将会拍摄微电影。另外,就是微电影专业化人才的培养,由于微电影的快速发展,微电影专业人才的需求也在增加,因此,微电影人才的培养应该得到足够的重视,各大影视制作公司和视频网站可以通过组织微电影大赛,举办微电影节等活动发掘新人,扩大微电影的影响力,以便吸引更多的人从事微电影,以实现微电影的良性健康发展。

3、产业化经营,创新盈利模式。微电影是集新媒体、电影和广告于一体的商业化模式,它的盈利方式目前还比较单一,如果作品只重视它的广告价值,这势必会影响到微电影的独立性和艺术性,因此,微电影一定要实现产业化经营,不能只依托广告、点击率获得盈利,也应注重其衍生产品的开发。例如:筷子兄弟的《老男孩》在受到热捧之后,其主题曲《老男孩》也以单曲形式发行,并取得了很好的销量,这是微电影在拓宽收入渠道上的取得成功的一个案例。另外,微电影也可以改编为动漫、小说,使其获利方式更加多元。在其他途径上,微电影也可以打破只与网络视频媒体合作的局限,增加与电视媒体合作,以扩大版权收入。例如:陕西卫视开设的栏目《华夏微电影》。还有就是微电影付费模式的开拓,2012年11月20日,国内首部收费的微电影《身度》上映,这又为微电影的商业盈利模式探索出了一条新道路。

微电影的产生是新媒体形势下微视听文化消费产品受人欢迎的反映,它是新媒体环境下电影发展的一种新产物,它开拓了电影新的表现形式,丰富和拓展了电影的内涵。当然,目前的微电影发展中也存在着一些问题,比如说对微电影没有建立相应的审查制度,没有相应的产权保护机制,以及盈利模式仍不清晰等等。因此,我们对微电影规范发展的探索仍将会继续,相信随着业界和学界对微电影的不断重视,这些问题都会逐步得到解决。

(作者单位:陕西师范大学新闻与传播学院)

编辑/曾致



让湖湘文化创新京剧火遍湖南

——欣赏创新京剧《湘魂京韵》感言

/黄守愚

杨度《湖南少年歌》说：“我本湖南人，唱作湖南歌。”虽然时代不同，杨度的这首诗歌激励了无数湖南人，与正如创新京剧歌舞所唱的“我是一个湖南人”可谓有异曲同工之妙。最近，因有殊胜因缘，我得以在湖南花鼓剧院大舞台欣赏到一台由湖南京剧保护传承中心精心排演的以湖湘文化主题的创新京剧《湘魂京韵》，虽然我只是一个京剧外行，但也感慨万千，真希望这种湖湘文化创新京剧火遍湖南，让更多的人人在欣赏京剧的同时，领略湖湘文化的真精神。

最近几年，京剧受到了各界的重视，走进了中学课堂。因此，更多人的懂得了欣赏京剧。我从事书法艺术研究有年，一直认为书法也是一门舞台艺术，惟在达到“神明之境”，与京剧没什么本质的区别，而这一台京剧以湖湘文化为主题，弘扬“湖南精神”，所以使得我这个湖湘文化研究者对它抱着甚大的期望。

京剧舞台艺术在文学、表演、音乐、唱腔、锣鼓、化妆、脸谱、服饰、

武术等各个方面，通过无数艺人的长期舞台实践，构成了一套互相制约、相得益彰的格律化和规范化的程式。它创造舞台形象艺术的手段十分丰富，用法又十分严格。不能驾驭这些程式，就无法完成京剧舞台艺术的创造。唱、念、做、打是京剧表演的四种艺术手法，也是京剧表演四项基本功，而欣赏京剧也主要在此。京剧能成为具有世界级影响的大剧种，与它的深入生活、行当全面、表演成熟、气势宏美、正大醇厚等息息相关。用当今的话来，有一股“正能量”。

我觉得，湖湘文化精神或者说“湖南精神”如同孟子说的“浩然正气”，至公至正，至刚至纯，与京剧正大的气场颇为相似。正大，是中华民族正统美学精神，也是湖湘文化精神之体现。因此，用京剧艺术来诠释湖湘文化，既具有创新精神，又是在发育京剧在湖南的新生命。而湖湘文化精神通过京剧艺术的诠释，不仅与京剧相得益彰，表现得更为淋漓尽致，而且找到了传承与诠释的新途径。自古以来，古人便懂得利用

戏剧、音乐艺术教化人心。湖南人敢为天下先，心忧天下，坚忍不拔，吃得苦霸得蛮，这种湖南精神通过京剧艺术的演绎，我觉得更能熏陶人，深入民心。

湖湘文化源远流长，博大精深，有近万年的历史。在滔滔不息的历史长河中，湖湘文化为世人提供了无数的物质财富和精神财富。有《楚辞》，有蔡伦，有桃花源，有潇湘八景，有屈原，有周敦颐，有王船山，有曾国藩，有铜官窑，有醴陵釉下彩，有浏阳菊花石，有浏阳烟花，有石鼓书院，有岳麓书院，有张五郎，有何仙姑，等等，不计其数。我觉得可以汲取京剧经典的艺术成就，将一些湖湘文化的经典性人物故事编写成京剧剧本，用京剧的形式把湖湘文化精神表现出来，并推向全国舞台。因为京剧与时俱进，同湖湘文化相结合，会吸引更多的湖南爱好者和引起广大湖南民众的关注。而京剧与湖湘文化的结合，又会使得它形成鲜明的地域特色，从而具有独特的地域性、民族性、世界性。而实际上，前期的湖南京剧从业者早已认识到这一点，在京剧本土化

运动中，曾从湖南的祁剧中吸收营养，创作出了富有湖湘文化特色的京剧《奈何桥》、《打棍出箱》、《醉打山门》、《盗印》等。

从学理上来说，京剧从中央进入地方各省，一方面京剧本土化，一方面本土京剧化，二者的互动属于一体两边的同一个过程。京剧虽为国剧，进入宫廷，上达天听，但它自诞生以来，一直不断吸收地方戏剧的精华。如京剧经典剧目《霸王别姬》、《贵妃醉酒》是京剧名旦梅兰芳的早年代表作，都是由昆曲改变而成的。1959年，梅兰芳向国庆十周年献礼，主演其晚年代表作京剧《穆桂英挂帅》。而《穆桂英挂帅》便是由河南梆子改编而成的。而湖湘文化博大精深，绚丽多彩，有无数的经典故事和湖湘戏剧剧目可以改变为京剧，湖南京剧从业者大有可为。

我手写我心，我口说我心，心在我们的生活之中。如果用京剧艺术来演绎当今社会的生活，既有艺术价值，又可使得民众产生共鸣与期待，有现实意义，这是京剧的活水源头。一门艺术脱离当今的生活，或者没有经典性、永恒性，民众对它不免有一种隔膜，没有一种迫切的需求欲望。在当今，因大部分人缺乏传统文化的修养，对历史不甚了解，不能同情之了解古人，如果将现代社会生活注入京剧，使得民众对内容有一种预期的“共鸣”，也许不失为接引之道。

一切当随时代转。站立在历史的高度来看，古人创立京剧，固然是源自古人的生活，今人若创立京剧，也当然是源自今人的生活。生活，是生命力之所在。所以，我认为有今人的生活，或者有今人所关注的古代生活，京剧的生命力才会生生不息，历久弥新，历劫弥大。如果有湖湘文化的生活内容，京剧在湖南的生命力应当会更旺盛，灵光夺人耳目。

湖南人有敢为人先的精神，在近代京剧改革运动中走在时代的前列。近代湖南文化名人欧阳予倩和田汉是京剧改

革的先驱，他们都看到京剧的生命在于深入“生活”，所以他们以现代文化眼光对传统京剧的思想内容进行了改造，同时注意尊重、利用传统京剧的技艺形式，走出了一条文化创新之路。浏阳人欧阳予倩是我国近代的戏剧大师，他表演京剧与梅兰芳齐名，有“南欧北梅”之说。1917年，梅兰芳在北京上演《黛玉葬花》；欧阳予倩在上海上演《黛玉葬花》。一南一北，对演《葬花》，各有千秋，一时传为佳话。欧阳予倩和田汉都对京剧的某些内容和演出形式等方面进行过改革，欧阳予倩是中国传统戏曲和现代戏剧之间的一座典型的金桥，而田汉改革京剧的目的在于试图创立新国剧。1928年，根据欧阳予倩的话剧《潘金莲》改编的同名京剧在上海公演，田汉称赞它是“新国剧运动第一声”。

而今天的湖南京剧从业者理所当然要继承湖南先贤的湖湘文化精神，推动京剧的本土化和时代化及当下生活化，发展和壮大京剧的生命。这也是实践“湖南精神”。显然，湖南京剧从业者认识到了这一点，在积极尝试寻找落脚点。这一台以湖湘文化主题的创新京剧《湘魂京韵》便是一次成功的尝试。其中《迎春·咏梅》、《沁园春·长沙》、《中国梦》、《我是一个湖南人》可算是当今湖湘文化的日常生活。《迎春·咏梅》、《沁园春·长沙》是毛泽东的诗词，用京剧的洪亮唱腔来演唱，确实气势磅礴，与毛泽东的诗词神境相得益彰。《中国梦》是新创作的京剧歌词，抒发了对“中国梦”的神往和自信。《我是一个湖南人》是新创作的京剧歌舞，场面气势宏大，唱出了湖南人的骄傲与自信，颇为振奋人心。而《奈何桥》、《打棍出箱》、《醉打山门》、《盗印》是湖南京剧吸收本土的祁剧和湘剧的剧目，是外省京剧所没有的，极具湖湘文化特色。这四个京剧剧目都有高难度的武打动作，是外省京剧闻所未闻的，而湖南的京剧演员凭着一股吃得苦霸得蛮的湖湘文化精神，硬是练出来了。而这台京剧的舞台背景布置的创新

方面，它以湖南的优美的地域风光和湖南名人书画作品为主，也深深地体现了湖湘文化的特色。因此，从各个方面来看，这台以湖湘文化为主题的创新京剧《湘魂京韵》充满浓郁的湖湘文化色调，只有湖南人有这种敢为人先的个性，也充分地体现了它对“湖南精神”的实践。

这台以湖湘文化主题的创新京剧《湘魂京韵》场面宏大，气势正大，深刻地演绎着当今湖湘文化的生活，淋漓尽致地诠释了湖湘文化和“湖南精神”，并且把湖南人的个性和精神气质活生生地澄明出来了，鼓舞人心，感染力强。到目前为止，这台以湖湘文化主题的创新京剧《湘魂京韵》是当今舞台上弘扬和继承湖湘文化以及宣传“湖南精神”的最佳之作。

我深信这富有湖湘文化特色的京剧是呈现湖湘文化的最佳文化载体。正如京剧歌舞《我是一个湖南人》一样，唱出了七千万湖南人的心声，也沸腾了七千万湖南人追求“中国梦”的心，因为它能激发湖南人的文化自觉，建构湖湘地域文化自信心，激发湖南人的乡土情怀，化育湖南人的地域文化认同，增上湖南人的历史感、责任感、道德感、归属感。

在去年，我省全民参与了“湖南精神”表述语的征集与提炼工作，并在去年年底公布了“忠诚 担当 求是 图强”八字表述语。此后，湖南掀起了一股学习和实践“湖南精神”的高潮。湖南京剧从业者完全可以排演一台尽善尽美的以“湖南精神”为主题的创新京剧在全省巡回演出，弘扬正大气象，传播正能量，鼓舞人心，届时必将赢得所有湖南人的鼓掌与鲜花。

我深信，假以时日，深受湖湘文化精神熏陶的湖南京剧从业者一定会在京剧的湖南本土化和时代化及当下生活化的实践中干出一番大成就！我们拭目以待吧！

编辑/曾致

做一回幸福的读书人

/ 周俞林



人的生命是有限的，用来读书的时间并不多，身处信息爆炸的今天，有人说，现代社会太浮躁，人的心理也会随着社会的变化而变化，怎么能够安静地坐下来读书呢？很小的时候，感谢语文老师在我那幼小的心田里播下了文学的种子，当读书成为一种习惯时，我们就会发现，读书让生活变得越来越充实，写作也越来越得心应手，因为只要热爱读书，都会有意想不到的收获。

第一次拜读军旅作家袁山山老师的《冷日子暖日子》这样的散文集，很是喜欢。与以往读书的感觉大有不同，读过这本书，我对读书和写作有了更深的感触。为什么会有这种感觉呢？首先，这本书所选的全部散文篇目，是从作家的500余篇博文中选出70篇的结集，都是作家最新的博文，而且是受大家欢迎的博文。既然是博文，它所面对的对象就是博友和网友，而不是编辑作家，博文即兴而作，行文流畅，文笔自然，我想这样的好书，当初并不是为了出版而写作的，而是作者发白肺腑的真知灼见。换句话说，这是作家的真实写照，是作家的真性情。这其中闪烁的智慧自不必说，单是这淡淡的书香就能涤荡人的心灵。现代社会人都很浮躁，其实生活就是平平淡淡。书里的每一篇文章，不管是对生活的感悟，还是对情感的寄语，每一篇心情文字都是作家最真实的表白，每一篇感悟都是作家对生活的一

种体验。军旅作家袁山山以宏大的气势构筑了她独特的充满激情的精神高地，像一场春雨洗去了我的忧伤我的烦恼，读书时，所有工作的压力、生活的孤寂、情绪的压抑、亲友的思念瞬间全部涌上心头。在寒冷的冬季，在一个不为人知的角落，我捧一本《冷日子暖日子》陶醉其中，难以自拔。

当代文坛，写者如烟云，读者如烟云。因为爱好文学，也凶为要忍受工作的压力，生活的孤寂，博客成了我生活中不可缺少的一部分，每天只要有空，就会流连往返于博客与圈子之间，乐此不疲，看到博友一句句温馨的祝福和深情的问候，看到博友们对我博文一次次真诚的点评和交流，我的心总会莫名地感动。当读过《冷日子暖日子》这本书，才真正感觉到原来作家也和普通老百姓一样，要面对生活中的柴米油盐酱醋茶、喜怒哀乐愁，酸甜苦辣咸。当我读到袁山山老师写自己感冒、咳嗽，还有摔跤的事情，还有她关于平凡生活的感触和对朋友的回忆时，就感觉特别温暖，让人激动。反过来一想，文学就是人学，文学是文学爱好者的精神家园，可不正是如此吗。其实，写书、出书就是要传达个人对自然和社会的新观点，新见解，而不是东拼西凑，滥竽充数，制造文化垃圾。所谓“开卷有益”，我们发表文字、出书，就是为了让更多的读者看到，使读书人从中受到教益。怪

不得人们常说，文学来源于生活，来源于最朴素生活的作品，其实是生命最鲜活的情怀。读书是一场心灵的对话，让我们徜徉在文字的海洋中，翱翔于心灵的对话里，分享着读书给我们带来的乐趣吧。行文至此，也说句题外话。2012年12月底，一次偶然的机会，我在博客上看到了袁山山老师的赠书广告，免费赠书，寄邮资即可。亲笔签名还免费赠书多不容易啊，当初我是怀着一颗忐忑不安的心，到博客上给她发纸条，发了纸条不放心还在洲j籍写了信，不由分说地请她送我一本。写信后，我也觉得是强人所难，200本抵稿费的赠书一定都送完了，只有从淘宝商城亚马逊网购了，好在，她还是答应了我，只有几天，书就到了。新浪博客上，好多网友都称呼她为“山山老师”，我也感觉这个称呼特别亲切，在这里，再一次感谢袁山山老师。诚如北京大学教授谢冕在散文《读书人是幸福人》中说：我常想读书人是世间幸福人，因为他除了拥有现实的世界之外，还拥有另一个更为浩瀚也更为丰富的世界。书籍是人类灵魂的彼岸，“腹有诗书气自华”，在将来的日子里，我渴望做一个幸福的读书人，因为读书真的会给我们带来喜悦和快乐。

（作者单位：吉首市广播电视台）

编辑/王庆华

《播报多看点》 关注不文明行为

湖南卫视7月4日《播报多看点》“为你鼓掌”播发“悬崖上的垃圾，‘蜘蛛人’来捡”的新闻调查，继续关注旅游景区乱扔垃圾的不文明行为。报道介绍了张家界景区环卫工人想尽办法利用各种独特工具捡拾随处乱扔的垃圾，甚至像“蜘蛛人”那样不顾生命危险攀爬到悬崖峭壁上捡拾垃圾的情景。同时揭露了10多名游客面向颐和园外墙小便，引来外国游客拍照的不文明行为，及个别游客看到环卫工人在冒险捡垃圾还肆意抛洒垃圾的不道德行为。报道有现场、有评述、有游客感言，视角独特，新闻性强，既抨击了少数素质低下者的丑恶行径，又表扬了环卫工人的敬业精神，对观众有深刻的警示和教育作用。

这个骗术揭秘很及时

湖南都市7月2日18:10《都市1时间》在“城市动态”板块中播出“网络诈骗新招：雇人代刷信誉”。新闻以民生视角，通过受害人受骗的亲身经历及记者登录网站的分析调查，特别是网络专家和律师对网络诈骗新招的详细介绍，提醒民众要提高警惕意识，万事多个心眼，不要轻易相信网上提供的一些招聘信息。时下正是大学生毕业求职的繁忙季节，一些不法分子利用大学生社会经验不足又急于求职的心理屡屡行骗得手。而这种网络行骗新招更隐蔽，更具迷惑性。都市频道的这一报道及时具体，富有针对性，体现了电视人应有的新闻敏感和社会责任心。

“环塔”赛事报道得失谈

被称为中国最狂野的拉力赛——“环塔拉力赛”6月25日在新疆拉开战幕，7月6日决出冠军。湖南卫视、经视再次联手并机直播，取得了圆满成功。

一、阵容强大，空中地面同时出击。今年的大赛共设9个赛段，全程4100多公里，赛段里程约为2300公里，更是首次出现400公里以上的超长赛段。为此，湖南卫视、经视共派出150余人的制作团队，配备两架直升机、30辆越野车、卫星直播车和整备车及高性能高水准的通信转播设备，长途跋涉4000公里，保证了全方位、多角度、立体化地对赛事全程报道，彰显了湖南电视人的团队精神和异地野外直播能力。

二、全程聚焦，多种形式实时报道。这次大赛有近百支国内外车队参赛，比赛场地复杂多变，天气干燥炎热，不仅对参赛车手是耐力和体力的极限考验，对电视制作人员也是意志和体能的特别检验。制作团队全体人员通力合作，精心安排播出。湖南经视每天都在多档新闻节目中开设专门版块，对赛事实时连线报道。同时从开幕次日起，分八大篇章每晚播出《环塔征途》专题纪录片，全景记录赛程。湖南卫视则安排在次日中午播出《环塔征途》。广大越野爱好者有幸完整地看到全部赛事。特别是7月6日两台并机直播的冠军争夺战，堪称中国电视界首次真正意义上的越野拉力赛全程直播。

三、恢弘大气，直播画面充满魅力。此次比赛分为汽车组、摩托组、卡车组，在茫茫戈壁滩和大沙漠中进行，路面坑坑洼洼，时有急弯陡坡，线路变化多端，因而赛程中出现了车辆失火烧毁、车翻人伤、车手多次迷路等各种状况，情况瞬息万变。编导应对自如，运用多种景别、角度追踪抓拍，合理流畅组接镜头画面，让观众真实地看到了赛事的进程和细节，在惊心动魄之中感受拉力赛的激烈和美妙，获得了难以言状的视听享受。

“环塔拉力赛”并机直播的成功，让湖南电视人的团结、敬业、专业素养，在全国媒体同行和广大观众心目中再次赢得了上乘的赞誉。

值得探讨的是，湖南经视从6月20日起在《经视新闻》中开辟了“环塔征途”专栏，到7月6日共播出62集（条）。应该说，这些报道是及时的，对帮助受众了解新疆也很有益处。但回过头来总结，这样的报道规模是否过了？“环塔”固然也算一件大事，但它毕竟发生在新疆，并且参赛的只有42支车队和100多名选手，它既不同于“全运会”，更不同于“奥运会”，大多数湖南观众未必对它那么关心和渴盼。节目中每天至少3条、多时达到5条稿件（6月20日、25日、30日、7月1日），甚至连几句简短的次日赛段的预告，本是完全可以放在前一条新闻的末尾交代的，也十分庄重地单独作一条预告性新闻播发，受众对此未必表示认同而不反感。

（本栏目由湖南省广播电影电视局
监听监看中心协办）

编辑/曾致

用心做节目才有好效果

7月1日是中国共产党建党92周年纪念日。7月1日18:00左右,通观几个开设了自办栏目的省直电视频道,有关纪念“七一”的报道并不多。联想到“情人节”、“愚人节”来临之际一些媒体的津津乐道,相比之下,不能不说是一种缺憾。毕竟,宣传党的方针政策、扩大党在人民群众中的影响力和号召力,是媒体的基本职责之一。监评员认为:在“七一”之际,各频道结合自身的特点,选择适当的题材和适当的篇幅,在新闻栏目或相关栏目中播出一些与“七一”有关的内容,才不失媒体的本份。以湖南公共为例,如果将当天《市井问答》中,将重复再问“为什么油条要两根合在一起炸?”,改为党建知识问答,不仅能保留栏目原有的知识性和趣味性的特点,更能收到寓教于乐、润物无声的效果。

评说有深度有广度

金鹰955广播7月3日《新闻中场》的“重点点击”反思长沙黎托物流园仓库大火。主持人通过记者的现场报道,让人们深切感到,这起大火的原因有几个特别值得关注的细节,如仓库都是连成一片的,里面放的大部分是装饰材料,消防栓内无水等。之前这一带已发生过5起火灾,当地政府和消防安检部门为什么没有对辖区内的火灾隐患及时排查,进行整改呢?要知道,6场大火烧出的是一种公共安全的危机,引发这些危机的直接责任者是企业,但最终责任在于政府部门。这组报道的内容折射出来的问题带有一定的普遍性,评论员的解读与评说有深度有广度,对引导人们对这场大火的反思起到了良好作用。

这些题材太八卦

湖南娱乐《小马热话题》7月5日播出的“吴克群背赌王千金密会女明星”、“艾薇儿法国奢华举行二婚”、“韩国性感女神李孝利九月结婚”,7月4日的“张柏芝恋上27岁乐队主唱”、“刘谦大牌女友曝光”、“应采儿产子陈小春喜当爹”等题材太八卦。虽然这些话题是年轻人感兴趣的,但品位不高。如报道“吴克群背赌王千金密会女明星”时,主持人大发感慨:“克群哥啊,你要赶超冠希哥啊”,与陈冠希“艳照门”事件相提并论有些过分,也显得低俗。评述“艾薇儿法国奢华举行二婚”时,介绍加拿大艾薇儿7年前嫁给一个摇滚乐团的主唱,7月3日又是嫁给另一个大摇滚乐团主唱,然后评论“又是主唱,又是玩摇滚的。小薇啊,你是要嫁遍加拿大摇滚圈吗?”,艾薇儿总共才嫁二次,就说“要嫁遍加拿大摇滚圈”夸大其词,就算她“要嫁遍加拿大摇滚圈”也是她的私生活,用不着主持人这么去评论。娱乐资讯的题材范围很广,包括节目动态、影视资讯、励志故事、文艺界某些现象的深度分析等等,不一而足,没有必要把眼光局限在某些低俗的花边新闻、八卦内容上。

炒作高考“状元”不合适

湖南经视《今夜IMAX》6月29日22:30专门播出了“高考文理状元独家做客”,请了2名高考文理状元和1名高考作文高分的学生,讲述了高考状元的学习经验、生活方式等等。此话题有以下不妥:一是违背国家有关不准炒作高考状元的规定,而经视台不仅报道高考状元,还专门做了一个话题;二是对于高考状元的认定有些模糊和混乱。根据湖南省高考公布的文理最高分名单,与湖南经视台请到的文理状元不相符合,省高考公布的最高分是以档案分为依据,而经视台是以卷面分为依据来确定状元,如此区别,有质疑高考加分水分之嫌,值得注意;三是在高考状元的学习经验上存在误导,似乎不需要刻苦、勤奋,只要天分就好,这种苗头应该注意。

“帮女郎”爱心行动创意好

湖南公共6月29日、30日《帮助直通车》播出系列报道“牵手盲童听世界”,29日报道以该栏目主持人、“帮女郎”徐婷为焦点,跟拍了徐婷帮助长沙市特殊教育学校的盲童学生建立一个盲文图书室的全程,体现了频道真心诚意为盲童奉献而不作秀、最务实的追求。30日报道则聚焦于特教学校“翼之梦”合唱团的表演和已经启动多日、为盲童们录制有声读物的“寻找爱心最强音”活动。上述报道让观众看到媒体对社会残障人士、弱势群体的真心关切与务实帮扶,其中还可看出“帮女郎”们独到的爱心行动创意和弥补盲童读物空白的实绩,值得肯定。

1 《新闻联播》播都市偶像剧预告片

向来庄重的央视一套正悄悄变脸,尤其在电视剧播出上越来越贴近年轻观众:湖南卫视前脚播完青春大戏《爱在春天》,央视一套立刻安排重播。紧接着又推出都市偶像大戏《非诚勿扰》。更令不少观众惊讶的是,一套开播后,央视八套将接踵重播该剧。为了给《非诚勿扰》造势,央视还在《新闻联播》中播出了该剧预告片。一套、八套在一周内套播同一部都市偶像剧,还在《新闻联播》做预告,这在央视电视剧播出史上还是第一次!

(成都日报)

3 央视2014春晚实行春晚大改革 各省推送一节目

国家新闻出版广电总局近日向全国各省市自治区广电厅(局)发出通知,央视2014春晚实行春晚大改革,不仅总导演团队实行公开竞聘新机制,还要求每个省、市、自治区,向央视春晚推荐一个春晚节目,具体牵头由各省市自治区广电厅(局)负责。节目推送到北京后,由央视春晚根据节目质量挑选。被2014年央视春晚选中参加终审的节目,在2014年春晚播出前,各地不得自行播出。

(扬子晚报)

5 《非诚勿扰》入选“哈佛课本”

《非诚勿扰》播出四年来,无论在收视率、影响力、观众口碑等都颇受业界肯定。2013年,更是将节目模式成功输出海外,最近“非洲版《非诚勿扰》”呼之欲出。《非诚勿扰》强大的影响力也受到了美国哈佛大学的关注。近日哈佛商学院确认将《非诚勿扰》引进哈佛商学院的课程,并且派研究小组来到中国解析《非诚勿扰》的台前幕后。此前,国内只有阿里巴巴等少数商业性企业成为哈商课程案例。

(扬子晚报)

7 学习服务类节目将成今夏沪上广播电视主打

上海广播电视台日前公布了最新排片计划,学习服务类节目将成为今夏沪上广播电视的主打。新闻综合频道的《超级家长会》将推出两组特别节目《我和梦想面对面》和《好少年爱迪生》,前者邀请学界名人和孩子面对面谈成长,后者是一档青少年科技发明秀;艺术人文频道《新青年》面向各年龄段学子推出多个栏目,其中《快乐实习生》将招募在校大学生挑战实习岗位,《报喜鸟》组织主持人、笑星与邮递员一起递送高考录取通知书;广播新闻中心将推出新节目《教子有方》。

(中国新闻出版/报)

2 央视启动“中国创业榜样”大型公益活动

由中央电视台财经频道主办的“中国创业榜样”大型公益活动7月6日晚在北京世纪坛正式启动。这场活动将从2013年7月进行至2014年9月,期间将以100所高校、100个县(市)、10座中心城市等为地面活动节点,通过高校行动、县(市)行动、城市行动、网络行动、“青年创业中国强”誓师大会暨全国行动日活动、国际训练营、论坛、创业博览会等十个系列活动,在资本、营销、管理、技术等领域实现对青年创业者全方位的对接和扶持。

(新华社)

4 媒体转型本质是“丰富”而非“替代” 网台合作将纵深发展

本届上海电视节,新媒体公司表现“高调”。百视通在电视节第二天先后与英国广播公司(BBC)及国内影视公司海润签署协议进行深度合作;爱奇艺承办了论坛——论道“网台联动”进化之路,并宣布获得《2013快乐男声》独家网络版权;腾讯与美微传媒联合主办创业真人秀《一步之遥》发布会。从今年电视节的表现来看,网台间的合作已由粗放型的疯狂买版权转入精耕细作,合作从电视剧延伸至更广泛的综艺节目领域,从单一的后期播出推广,延伸至节目策划开发、营销和推广全环节。

(综艺报)

6 《爱拼才会赢》创造投资金额超5亿纪录完美收官

7月7日晚,伴随着“中国好项目”的荣耀诞生,由东南卫视和唯众传媒联合制作的大型创业励志真人秀《贝因美爱拼才会赢》完美收官。《爱拼才会赢》不仅创造了投资金额超5亿的融资额最高纪录,还凭借节目的专业性和真实性,在创投界和观众中获得一致好评,被誉为“中国好项目孵化器”。《爱拼才会赢》因原创的节目模式和精良的制作,被媒体评价为“非娱乐节目上乘之作”。

(综艺报)

8 天津卫视《非你莫属》开启“海外行” 打造国际职场品牌

天津卫视王牌求职栏目《非你莫属》近日结束了“欧洲行”海外专场录制。此次“海外行”把中国文化、中国企业、中国职场、天津卫视优秀资源形象,展现给了世界舞台,也是中国电视人走向国际化的一次创举。此次录制实现全海外录制,真正实现“海外专场”概念,很好地促进了国际媒体间融合、交流,将《非你莫属》打造成为国际职场品牌,将职场正能量传递到全世界。

(综艺报)