

潇湘声屏

XIAOXIANGSHENGPING



2013 . 09
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

围绕中心 服务大局 开创宣传思想工作新局面
牢固树立群众观点 自觉践行群众路线
自媒体时代电视品牌传播的创新平台
七夕之夜——《撒娇女王》专辑





许又声一行参访台湾TVBS电视台

9月19日下午，湖南省委常委、宣传部长许又声率湖南文化创意产业参访团，前往总部位于台北市的台湾TVBS电视台参观考察。湖南省广播电影电视局党组书记、局长杨金莺，湖南广播电视台党委书记、台长吕焕斌等陪同访问。

许又声对TVBS长期以来关注湖南发展表示感谢。他希望湖南广电与TVBS在现有合作基础上加强深度合作，建立具有操作性的合作联盟，加强采访、节目、经营、技术的互动交流，推动湖南广电与台湾传媒交流合作向更广泛范围、更大规模、更高层次迈进。（摄影：刘建光）



许又声一行参访台湾TVBS电视台



湖南电视优秀综艺节目在台湾中天电视展播活动启动



许又声率湖南广电湘军参访台湾旺旺中时媒体集团



湖南广播电视台与TVBS签署了节目深度合作协议



吕焕斌率队赴南岳台 开展群众路线教育实践活动

9月11日，湖南广播电视台党委书记、台长吕焕斌，副台长胡卫箭、黄伟及衡阳市委宣传部和台有关部门负责人到南岳电视调频台开展党的群众路线教育实践活动。吕焕斌一行走访了播出机房、职工宿舍、职工食堂，了解南岳台基础设施和机器设备的运转情况，询问职工的工作情况和日常生活。南岳台台长王泽勇汇报了南岳台的基本情况并表示：南岳台全体干部职工将共同努力，完成好组织交给的任务，将南岳台的事业不断发展壮大。



“骑行生态洞庭 建设美丽湖南” 大型环保公益采访活动筹备启动



9月6日，“骑行生态洞庭 建设美丽湖南”大型环保公益采访活动筹备启动会议在长沙召开。副台长龚政文、省广播电视协会会长刘一平，岳阳、益阳、常德三个市台领导出席会议。

“骑行生态洞庭 建设美丽湖南”大型环保公益采访活动由湖南广播电视台、湖南省广播电视协会主办，湖南广播电视台新闻中心和省广播电视协会秘书处具体承办。活动旨在以低碳环保的自行车骑行采访形式，关注洞庭湖生态经济区建设、湖区土地流转、生态环境保护等相关问题，让青年记者深入基层、深度实践，在有组织、有策划的大型采访报道活动中磨砺成长，并全力冲击中国新闻奖和中国广播影视大奖，活动计划在10月中旬正式开展。

全省电视记者探秘紫鹊界

为深入开展党的群众路线教育实践活动和新闻战线“走转改”活动，9月13日—15日，湖南省广播电视协会联合新化县委、县政府及娄底市广播电视台，在新化县紫鹊界梯田景区开展以“神奇大梅山，探秘紫鹊界”为主题的采访。省广播电视协会常务副会长陈大军，娄底市委常委、宣传部部长伍美华、湖南广播电视台副总编辑彭国元、省广播电视协会驻会副会长、台行业社团管理中心主任全开家，省广播电视协会秘书长杨德成等有关负责同志和来自省直及各市州电视台的80多名记者、编辑和主持人参加活动。此次采制的节目将在国庆前播出。



声
屏
潇
湘
XIAOXIANG
JINGPING

总第288期 2013年第9期



雪域高原 曾南清 (摄影)

潇湘声屏

XIAOXIANGSHENGPIING



2013 . 09
XIAOXIANGSHENGPIING

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

围绕中心 服务大局 开创宣传思想工作新局面
牢固树立群众观点 自觉践行群众路线
自媒体时代电视品牌传播的创新平台
七夕之夜——《撒娇女王》专辑



声 潇 屏 湘

XIAOXIANGSHENGPING

总第 288 期 2013 年第 9 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

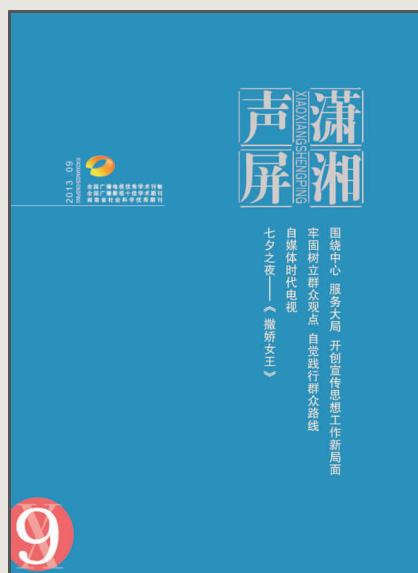
主管单位：湖南广播电视台

主办单位：湖南广播电视台

声 潇 目 录 屏 湘

总第 288 期 2013 年第 9 期

XIAOXIANGSHENGPING



新视野

4 围绕中心 服务大局 开创宣传思想工作新局面 / 本刊评论员

高端关注

5 中宣部等五部门：制止豪华铺张 提倡节俭办晚会

5 刘奇葆：推动电影事业实现更大繁荣发展

深入开展党的群众路线教育实践活动

6 牢固树立群众观点 自觉践行群众路线 / 杨金鸢

12 埋头做事 抬头想事 始终保持同人民群众的血肉联系 / 汤集安

14 维护党的执政地位与践行党的群众路线 / 何晋文

学术研究

16 论媒介发展和使用的不可逆性 / 段京肃

18 自媒体时代电视品牌传播的创新平台 / 吴占勇

影视书评

21 重为轻根 静为躁君 / 魏文彬

22 大梦谁先觉 / 邓华如

《七夕之夜——撒娇女王》专辑

25 湖南卫视创新力作受好评 / 佳木

26 撕掉小众标签的电视话剧 / 齐虹

27 轻松传递正能量 / 王云峰

28 话剧+电视=收视率第一 湖南卫视怎么做到的? / 月烨 陈识

业务探讨

30 2013 年上半年中国电视剧总体态势分析 / 静萱

34 科技和文化对动漫产业方向的影响 / 周朝辉

35 浅谈《我们约会吧+》的生命周期管理 / 王潇

37 浅析“针对性”原则在电视谈话节目中的应用 / 于佳鑫

39 谈谈电视谈话类节目的剪辑 / 于自力

40 浅析家庭伦理剧中的婆媳形象 / 李涛

改革与创新

42 三网融合背景下湖南广电的机遇与挑战 / 葛锦魁

屏前幕后

44 爱心雨露润心田 / 曾致 唐建军

46 记者手记：苦难是最好的老师 / 胡玉洁

48 找一件事，做一辈子 / 曹萍波

50 把文化的种子撒向希望的田野 / 刘金铃

播音与主持

51 论电视节目主持人的角色定位 / 臧军湘

宣传随笔

53 媒介“三力”琐议 / 彭国元

电影之窗

54 蓄势待发又半年 / 何琼

56 简单故事不简单 / 杨海

57 电影产业化与文化矛盾吗？ / 饶曙光

广播影视技术

58 演播室通话系统的构建与应用 / 陈禹 吴熠

中国梦·芒果梦·我的梦征文

61 梦想直播中 / 周屹杰

艺术长廊

62 我与湖南电台的一些事 / 欧阳觉文

声屏博览

64 中国全媒体卫视 8 月收视率揭榜 湖南三次蝉联魁首等 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

围绕中心 服务大局 开创宣传思想工作新局面

——论学习贯彻习近平总书记 8·19 重要讲话精神

/本刊评论员

全国宣传思想工作会议8月19日至20日在北京召开。这次会议回顾总结了党的十七大以来的宣传思想工作，研究部署在新的历史起点上努力开创宣传思想工作新局面。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平出席会议并发表了重要讲话。他强调，宣传思想工作一定要把围绕中心、服务大局作为基本职责，胸怀大局、把握大势、着眼大事，找准工作切入点和着力点，做到因势而谋、应势而动、顺势而为。

全国宣传思想工作会议对我们进一步做好新形势下的宣传思想工作具有重大的理论和实践意义。习近平总书记会在上的重要讲话，站在党和国家全局的高度，深刻阐述了事关宣传思想工作长远发展的一系列重大理论和现实问题，进一步明确了新形势下宣传思想工作的方向目标、重点任务和基本遵循，讲话统揽全局、内涵丰富、思想深刻，蕴含着一系列新思想、新观点、新要求，体现了新一届中央领导集体的执政理念和执政方略，是一篇纲领性文献。全省宣传思想战线特别是广播影视战线，要深刻领会和把握做好意识形态工作的重要意义，深刻领会和把握宣传思想工作的根本任务、基本遵循，深刻领会和把握加强党对宣传思想工作领导的重要原则，切实把思想和行动统一到习近平总书记重要讲话精神上来。

经济建设是党的中心工作，意识形态工作是党的一项极端重要的工作。党的十一届三中全会以来，我们党始终坚持以经济建设为中心，集中

精力把经济建设搞上去、把人民生活搞上去。只要国内外大势没有发生根本变化，坚持以经济建设为中心就不能也不应该改变。这是坚持党的基本路线100年不动摇的根本要求，也是解决当代中国一切问题的根本要求。习近平在讲话中强调，只有物质文明建设和精神文明建设都搞好，国家物质力量和精神力量都增强，全国各族人民物质生活和精神生活都改善，中国特色社会主义事业才能顺利向前推进。

能否做好宣传思想工作，事关党的前途命运，事关国家长治久安，事关民族凝聚力和向心力，一刻也不能放松和削弱。做好宣传思想工作，才能有效动员和引导广大群众、争取一切可以团结的力量共同奋斗，把党和人民的事业不断推向前进。

围绕中心、服务大局，是做好宣传思想工作的灵魂。中心工作就是重点工作、首要工作，中心工作就是主要矛盾。中心工作一旦明确了、确定了，各个方面工作都要围绕这个中心来开展、来部署。明确了中心工作，就是抓住了主要矛盾；做好了中心工作，其他工作就会迎刃而解，这是一方面。另一方面，中心工作也是随着客观条件的变化而不断发展变化的。根据全局需要，在一个时期某一项工作可能上升为中心工作，而另一个时期另一项又可能成为中心工作，这就需要我们目光敏锐，审时度势。当前，国际形势的风云变幻，国内经济社会的转轨转型，现代传播技术的迅猛发展，在这个大背景下来认识宣传

思想工作，无疑任务更重、要求更高，只有全党动手，树立大宣传的工作理念，构建各条战线、各个部门一起来做的大格局，才能做好新形势下宣传思想工作大文章。习近平在讲话中强调，宣传思想工作要把围绕中心、服务大局作为基本职责，要胸怀大局、把握大势、着眼大事。几个“大”字，既提出了宣传思想工作的新思想、新观点、新要求、新内容——这是“宣传自信”，又展示了新一届中央领导集体宽广的视野、宽阔的胸襟、长远的思考和执政的清醒。

全省宣传思想战线特别是广播影视战线的同志，必须以中央精神为指导，按照“高举旗帜、围绕大局、服务人民、改革创新”的总要求，紧跟党中央、国务院和省委省政府的部署，牢固树立围绕中心、服务大局的意识，主动、适时调整和部署本部门工作。只有这样，我们的各项工作才能在大局中找准位置、发挥作用、作出贡献。要以更饱满的精神状态、更务实的作风、更有力的举措，努力把全省宣传思想工作做得更好。

实践证明，围绕中心、服务大局，既是湖南广播影视工作取得成绩的法宝，更是我们坚持以科学发展观为指导、又好又快发展必须遵循的原则。只有围绕中心、服务大局，我们才能不辜负党中央、国务院和省委省政府的要求，才能无愧于全省乃至全国人民的期盼，才能真正履行好广播影视工作者的职责，把湖南广电的各项事业做得更优更好！

中宣部等五部门： 要求制止豪华铺张 提倡节俭办晚会

8月13日，中宣部、财政部、文化部、审计署、新闻出版广电总局联合发出通知，要求制止豪华铺张、提倡节俭办晚会。

通知指出，近年来，文艺晚会不断创新发展，在丰富人民群众文化生活、宣传社会主义现代化建设成就等方面，发挥了重要作用。同时要看到，文艺晚会包括节庆演出过多过滥，存在一味追求大场面、大舞美、大制作，奢华浪费、竞相攀比等不良现象。特别是财政出资或摊派资金举办的晚会，容易助长不正之风，损害党和政府形象，群众意见很大。

通知要求，各地各部门要把制止豪华铺张、提倡节俭办晚会和节庆演出，作为落实中央关于改进工作作风、密切联系群众的八项规定的重要举措，作为开展党的群众路线教育实践活动、整治“四风”的重要抓手，切实抓好，使文艺晚会进一步规范，奢华之风、铺张浪费现象明显扭转。要坚持少而精的原则，切实在丰富思想内涵、引领价值追求、增强文化底蕴上下功夫，提倡勤俭节约、反对铺张浪费，提倡简朴大方、反对豪华奢侈，提倡因地制宜、反对大操大办，防止拼明星、比阔气、讲排场。

通知要求，严格控制党政机关举办文艺晚会。各地党委政府要树立正确的政绩观、节庆观，带头把制止豪华晚会和节庆演出作为开展群众路线教育实践活动、杜绝铺张

浪费的一项重要任务，切实解决好群众反映强烈的问题。不得使用财政资金举办营业性文艺晚会。不得使用财政资金高价请演职人员，不得使用国有企业资金高价捧“明星”、“大腕”，坚决刹住滥办节会演出、滥请高价“明星”、“大腕”的歪风。原则上不得使用财政资金为公祭、旅游、历史文化、特色物产、行政区划变更、工程奠基或竣工等节庆活动举办文艺晚会。不得与企业联名举办文艺晚会和节庆演出。不得利用行政权力向下级事业单位、企业以及个人摊派所需经费。中央和国家机关及其所属机关、事业单位等原则上不得与地方联合举办文艺晚会和节庆演出。

通知强调，要营造节俭办晚会的良好氛围。新闻媒体要大力宣传勤俭节约的精神，宣传报道崇尚艺术、不尚奢华、人民群众喜闻乐见的文艺晚会和节庆演出，鼓励演出节目出新出彩，鼓励内容与形式的完美统一。加强舆论监督，对临场罢演、漫天要价，敷衍演出、欺骗观众的歪风邪气予以揭露，对大操大办、奢华浪费的文艺晚会和节庆演出予以曝光，对未按程序报经批准的文艺晚会和节庆演出，各级新闻媒体不得安排播出和宣传报道。要加强电视文艺晚会播出和管理，对上星综合频道播出电视文艺晚会实行总量调控，避免晚会播出扎堆。

编辑/王庆华

刘奇葆：推动电影事业实现更大繁荣发展

8月29日，中共中央政治局委员、中宣部部长刘奇葆到北京调研电影工作。他强调，要认真学习贯彻全国宣传思想工作会议精神，全面贯彻“二为”方向和“双百”方针，牢固树立以人民为中心的工作导向，繁荣发展电影事业，创作生产一批雅俗共赏、愉悦身心的优秀电影作品，为人民提供更好更多的精神食粮。

座谈中，大家认为，改革开放特别是党的十六大以来，在党的文艺方针正确指引下，我国电影事业走过不平凡的发展历程，在应对困难中成功奋起，影片数量规模和质量水平明显提高，观影人数和票房收入大幅增长，电影事业呈现出良好的发展态势，进入了一个发展的黄金期。要认真总结电影工作积累的成功经验，深入研究新情况新问题，

采取有力有效措施，推动我国电影事业迈上新台阶。

刘奇葆强调，中华文化包含着中华民族最根本的精神基因，代表着中华民族独特的精神标识。电影要从优秀传统文化中汲取丰厚营养，注重突出思想内涵，热情讴歌中国特色社会主义伟大实践，唱响主旋律，弘扬真善美，汇聚起实现中国梦的强大正能量。要推动电影艺术与现代科技深度融合，提高中国电影整体制作水平，不断增强作品的感染力和吸引力。要大力推动中国电影走出去，加强国际话语体系建设，做好翻译、配音等工作，讲好中国故事、传播好中国声音。要加快各类电影人才培养步伐，通过教育培训、项目合作等方式，提高队伍整体素质。

编辑/曾致



牢固树立群众观点 自觉践行群众路线

/ 杨金鸢

今天的党课，我主要围绕党的群众路线讲三个问题：什么是党的群众路线，为什么要开展群众路线教育，领导干部如何做自觉践行党的群众路线的表率。

一、什么是党的群众路线

党的群众路线回答的是党和群众的关系问题。《中国共产党章程》指出：“一切为了群众，一切依靠群众，从群众中来，到群众中去，把党的正确主张变为群众的自觉行动。”这是对党的群众路线的精辟概括。一切为了群众，一切依靠群众，这是我们党具有的群众观点，关系着党的性质，关系着党的宗旨。从群众中来，到群众中去，是讲党的领导方式和工作方式，回答的问题是领导的正确主张从哪里来。群众路线对于我们党来说非常重要，是党的生命线，也是党的根本工作路线。能不能践行群众路线，直接关系到党的生死存亡，关系到我们事业的兴衰成败。从一定意义上说，我们党的历史就是依靠人民、服务人民的历史，就是坚持党的群众路线、密切联系群众、全心全意为人民服务的历史。离开了群众路线，我们党的历史就是一片空白。

从马克思、恩格斯、列宁这些老祖宗的经典著作来看，以前还没有“群众路

线”的明确表述。真正形成概念，把“群众路线”作为一条根本的工作路线，还是从中国共产党开始，从毛泽东同志开始的。但是在马克思、恩格斯、列宁的论述中，“依靠群众”的观点很早就有了，而且是非常明确的。因为离开了群众就没有共产主义运动，就没有科学社会主义的发展史。

马克思说，“历史活动是群众的行动，无产阶级的运动是绝大多数人的运动，为绝大多数人谋利益的独立的运动”。“共产党人没有任何同整个无产阶级的利益不同的利益。”

列宁说，“没有百万群众的革命行动，没有群众汹涌澎湃的英勇气概，没有马克思在谈到巴黎工人在公社时期的表现时所说的那种冲天的决心和本领，是不可能消灭专制制度的”。“无产阶级政党的义不容辞的责任就是和群众在一起。”

列宁说，“一个国家的力量在于群众的觉悟。只有当群众知道一切，能够判断一切，并自觉地从事一切的时候，国家才有力量。”

列宁说，“社会主义不是少数人，不是一个党所能实施的。只有千百万人学会亲自做这件事的时候，他们才能够实施社

会主义。”

列宁还说，“共产党员成了官僚主义者。如果说能有什么东西会把我们毁掉的话，那就是这个。”

毛泽东同志讲得更为精到、明确、全面。他说，“一切东西的关键在政治，一切政治的关键在民众，不解决要不要民众的问题，什么都无从谈起。”

毛主席说，“真正的铜墙铁壁是什么？是群众。是千百万真心实意地拥护革命的群众。这是真正的铜墙铁壁，什么力量也打不破的，完全打不破的。”

毛主席说，“共产党员是一种特别的人，他们完全不谋私利，而只为民族和人民求福利。他们生根于人民之中，他们是人民的儿子，又是人民的教师，他们每时每刻总是警戒着不要脱离群众。他们不论遇到何种事，总是以群众的利益为考虑问题的出发点，因此他们就能获得最广大人民群众衷心拥护，这就是他们的事业必然获得胜利的根据。”

毛主席说，“群众观点是共产党员革命的出发点与归宿，从群众中来，到群众中去，想问题从群众出发就好办。……所有的共产党员要替人民着想”。“群众生产，群众利益，群众经验，群众情绪，这

些都是领导干部应时刻注意的。”

毛主席还说，“人民，只有人民，才是创造世界历史的动力。”

马克思、列宁、毛泽东同志的这些话说明：从马克思开始，共产党人就以人民群众的利益为利益，一开始就注重服务人民，依靠人民，共产主义一开始就是这种性质的运动。

从我们党的历史来看，最早提出群众路线的概念，是中共中央在1929年9月28日《给红军第四军前委的指示信》中提出来的。1929年以前也有这方面的意思，但是明确用文字表述，这是首次。怎么说的呢？即筹款工作要“经过群众路线”，没收地主豪绅财产要“经过群众路线”，红军给养及需用品问题也要“渐次做到由群众路线去找出路”。同年12月，毛泽东同志在他主持起草的古田会议决议中指出：党的工作要“在党的讨论和决议之后，再经过群众路线去执行”。这可能是最早的阐述。抗战时期，1943年6月1日，毛泽东同志在《关于领导方法的若干问题》中，对群众路线作了非常明确、非常准确的概括。对群众路线的基本内涵、具体要求的表述都已经很成熟了。党的七大、八大对党的群众路线的重要性都有专门的论述，对如何贯彻群众路线都有具体的要求。解放后，毛泽东同志关于群众路线问题有很多好的思想，进一步丰富了这一理论。

小平同志更加重视党的群众路线。他说过，“群众路线和实事求是，这两条最重要。”他还提出，我们一切工作如何评价，就是看群众高兴不高兴，喜欢不喜欢，拥护不拥护，赞成不赞成，这是检验我们一切工作成败的基本标准。小平同志把党的群众路线提到更加重要的位置，更加注重在党的各项工作中全面贯彻和落实群众路线。

从马克思、列宁、毛泽东到邓小平同志的这些讲话，我们可以看到群众路线形成的基本脉络。在改革开放新的历史时期，根据新的情况，江泽民同志、胡锦涛同志、习近平同志不仅继承了群众路线的光荣传统，而且进一步丰富和发展了党的群众路线的理论，在实践中不断创新贯彻实施的路径和方法。

有关群众路线的这些观点概括起来，我觉得有三点是需要突出强调的：

第一，党来自群众，得到群众的高度认同

最早的中共党员，应该是最早觉醒的中国知识分子。陈独秀、李大钊这些人，是中国最早觉醒的、先进的知识分子，他们接受了马克思主义。而且这些人大多数

出身地主资本家，很少贫苦农民出身的。我们党的总书记有一段时间是工人出身的向忠发担任的，但他并不具备共产主义信仰，大家知道，他被捕不到三天就叛变了。最早的中共党员是最先觉悟的，所以成为人民群众中的先进分子。我们党成立以后确定她的性质，就是中国工人阶级的先锋队，后来发展到是中国人民和中华民族的先锋队。但不管怎么表述，始终是先锋队。江泽民同志讲的“三个代表”也是描述党的性质的，代表先进生产力的发展要求，代表先进文化的前进方向，代表最广大人民的根本利益。所以党是人民忠实的儿子，是人民利益忠实的代表者和体现者。

小平同志有一段非常有名的话：“同资产阶级的政党相反，工人阶级政党不是把人民当做自己的工具，党认定自己是人民群众在特定的历史时期完成特定的历史任务的工具。”这是小平同志在党的八大上讲的。我觉得这个话讲得非常好。有了群众这片沃土，党才能长成参天大树；有了群众这广阔的海洋，党才能成为演出威武雄壮话剧的巨龙。所以党与人民群众是密不可分、血肉相连、水乳交融的，是鱼与水的关系。

党来自人民，一直得到人民群众的高度认同：一是政治上的认同，二是利益上的认同，三是精神上的认同。

首先是政治上的认同。人民群众对中国共产党为什么认同呢？因为人民群众了解共产党主要是从两方面入手，一是看党的政治主张，看党的基本理论、基本的纲领和各个时期的方针政策；二是看党的实践活动。一方面看她怎么说，一方面看她怎么做。中共在民主革命时期的政治纲领，就是推翻帝国主义、封建主义和官僚资本主义的统治，摆脱半殖民地半封建的命运，求得中华民族完全的解放和彻底的独立，建立一个民主、文明、自由、统一、强盛的新民主主义共和国。因为这符合中国工人阶级、农民阶级、小资产阶级和民族资产阶级的根本利益，所以得到中国最广大人民群众的政治认同。人民群众对共产党不但听其言，而且观其行，当然更重要的是观其行。人民群众在长期的奋斗中深切地感受到，共产党是言行一致的政党，是说到做到的政党。共产党不仅为中国人民规划了一个美好的蓝图，而且一步一步地把这个美好的蓝图变成现实。这些工作做得很扎实，也做得很艰难。我们知道，经过了北伐战争、土地革命战争、抗日战争、解放战争这些历史阶段，在这个过程中，共产党人作出了艰苦卓绝的努力，牺牲的党员初步统计有几百万，至少

三百万以上。那个时候才多少党员啊？所以中共在过去几大战争中表现出了中国历史上少有的优秀政治品格、民本意识和密切联系群众的优良作风。正是在这个波澜壮阔的历史进程中，人民群众认识了党，认识到中国共产党确实是一个一心为国家，一心为人民的党，是一个一心为中华民族振兴的党，是一个大有希望的党，是一个不谋自身利益的党。人民群众一旦在政治上认同了共产党，他就会坚定地 and 共产党站在一起，在共产党的旗帜下努力奋斗；就会用各种方式来拥护共产党，支持共产党，投身轰轰烈烈的革命实践；就会把共产党看成自己的领袖，自己的领路人，坚定地跟党走。这是对共产党政治上的认同。

其次是利益上的认同。人类历史上，任何革命都是社会各阶层利益关系的大调整，民族革命还要调整民族之间的利益关系。调和社会各阶层、阶级的利益关系与民族的利益关系，这个强烈的愿望是革命爆发的根本原因之一。为什么闹革命啊？就是阶层、阶级利益不平衡，社会不公，人们不满，希望做出相应的调整，人都是求新求变的。共产党领导的新民主主义革命是反帝反封建的革命，它就是要破坏地主阶级与其代理人的特殊利益，就是要把这种特殊的利益还给老百姓，所以共产党打土豪、分田地，老百姓很高兴。那些大地主、大土豪，剥削得来那么多钱，拥有那么多财产，老百姓觉得分配不公，所以这个利益关系要重新调整。在这个过程中，共产党是人民群众的一部分，他不是高高置于人民之上的一个特权阶层，中国共产党的党员绝大部分都来自工人、农民，所以人民群众的利益就是共产党的利益，共产党的利益就是人民群众的利益，两者是高度一致的。

第三是精神上的认同。精神认同是党群之间血肉联系在更高层次上的升华。从民主主义革命到改革开放，广大人民群众为什么会心甘情愿跟着共产党走？一个重要的原因，就是中国共产党为人民的利益奋斗终身，她的献身精神、民族气节和为民务实作风感动了中国人民。你说代表中国人民，那你得大公无私，得有行动啊！你的奋斗精神，你的献身精神，你的民族气节，大家看在眼里，记在心里。这个东西能够真正凝聚民心。中国共产党是一个有着完整的政治纲领的政党，它的奋斗目标一旦确立，就义无反顾地一代一代奋斗，不屈不挠，不达目的誓不罢休。中国共产党人这种锲而不舍的奋斗精神，感动着我们广大人民群众，也感召着广大人民群众，他们愿意与共产党生死与共，荣辱

与共。党与人民真正同呼吸、共命运、心连心。

群众路线对于我们党之所以具有特殊的重要性，这与中国革命长期处于艰苦卓绝的环境有很大的关系。中国共产党1921年7月23日在上海成立时是地下党，开会都遭到巡警的盘查，地点换了几次，代表的党员只有50多个。中央局后来在上海呆不下去了，转移到苏区，经历了5次反“围剿”，最后在苏区也呆不住了，被迫长征，实现伟大的战略转移。但是在这以后，我们党在十分艰难的条件下逐步地发展壮大起来，这点是非常了不起的。我查了一下资料，1921年中共成立的时候，同时存在的党派团体大概有200多个。国民党不算，国民党比中共成立得早一些。后来，其他的党派基本上销声匿迹了，没有消失的也没有多少影响，但是中共愈挫愈勇，愈战愈勇，最后走出来了，从血与火的洗礼中走出来了，书写了惊天动地的壮丽史诗，不可逆转地结束了近代以后中国内忧外患、积贫积弱的悲惨命运，不可逆转地开启了中华民族不断发展壮大、走向伟大复兴的历史进程，使具有五千年文明历史的中华民族以崭新的姿态屹立于世界民族之林。当时为什么没有脱离群众的问题呢？因为当时没有群众的拥护，没有群众的支持，没有群众的掩护，共产党一天也呆不下去。在苏区，没有群众支持，你衣服从哪里来？饭从哪里来？盐从哪里来？药物从哪里来？只要稍微脱离群众，马上陷入灭顶之灾，所以共产党不敢、也不可能脱离群众。现在条件好了，脱离群众的危险性却大大增加了。

第二，党一切为了群众

共产党是一个很特别的党，它是一个信仰联盟，不是一个利益联盟。资产阶级政党绝大部分是所谓的“精英”结成的利益联盟，都是为本党的利益而奋斗，但是中共不是。它信仰共产主义，一心为人民服务，为人民谋福利。一切为了群众，这就是党明确的价值标杆、价值目标，体现了我们党的根本宗旨，是每一个党员必须认真遵循的。共产党没有任何私利可图，一切为了人民的利益，为人民而存在，为人民而奋斗终生。如果世界上没有了阶级差别，彻底消灭了剥削和压迫，全面实现了民主、自由、平等，人们的思想觉悟得到了极大的提高，社会物质产品达到了极大的丰富，如果人民利益全都实现了，那么，作为政治组织的共产党就应该消亡了，退出历史舞台了。

党的十八大报告指出，为人民服务是党的根本宗旨，以人为本、执政为民是检验党一切执政活动的最高要求。我们党从

成立的那天起，就把为人民谋利益作为自己的使命，领导人民闹革命，推翻旧社会，建立新中国，让人民翻身当家做主人。建立社会主义制度，走中国特色社会主义道路，也正是为人民谋福利，使中国最广大人民群众的根本利益在新的社会历史条件下不断得到实现。毛主席1941年就说过，党和群众是鱼水关系，共产党是鱼，人民群众是水，水里面可以没有鱼，但鱼一天都不能没有水。所以人民群众的利益是我们党全部事业的出发点和落脚点，我们的每一个党员干部都要始终把人民利益放在第一位，真正做到权为民所用，情为民所系，利为民所谋。一切为了群众，这就奠定了我们党执政的合法性，奠定了我们党执政的基础。当年有人问过毛主席：中共凭什么执政？毛主席说，凭人民的信任。人民的信任不是凭空而来的，是共产党人无私奉献、浴血奋斗、全心全意为人民的光荣历史铸就的。所以这是我们党执政的基础。但是取得政权以后，一些党员懈怠了。必须认识到，现在拥有政权，不等于永远拥有政权；过去先进，不等于永远先进。这都不是一劳永逸的事。所以，保持党的先进性和纯洁性，永远与人民群众心心相印、血脉相连，是执政党需要很好解决的一个永恒的重大课题。

有一首歌是这么唱的：老百姓是天，老百姓是地，老百姓是共产党永远的挂念；老百姓是山，老百姓是海，老百姓是共产党员生命的源泉。我们每一个党员，都应该有感恩的心理，感恩的心态，回报群众对我们的拥护与爱戴。不要老是讲老百姓要感谢我们共产党，我们首先要感谢的是人民群众，没有人民的支持，没有人民的信任，我们一事无成，更不可能执政。所以我们说党员、党，都是人民的儿子，没有人民群众就没有党，你不代表人民的利益你不可能执政，也不可能有所作为。

第三，党一切依靠群众

坚持群众路线就是坚持人民群众是历史创造者的唯物史观。为什么依靠群众呢？因为群众是历史的主体。马克思主义认为，人民群众是历史创造者，是真正的英雄，是人民群众创造了历史，不是帝王将相、少数精英创造历史。这种科学的群众观包括人民群众的实践主体观、认识主体观、利益主体观、权力主体观、价值主体观，值得我们很好地学习。既然他们是历史的主体，社会的主体，那么他们也是认识主体。一切为了人民，一切权力属于人民，所以他们也是利益主体、权力主体。我们共产党存在的价值、奋斗的价值都是为了人民群众，失去了这个就没有奋斗的动力，所以人民群众也是价值主体。

党必须一切依靠群众，人民群众是党的力量的源泉。

大家都知道古希腊神话中的大力士安泰的故事。安泰力大无比，所向披靡，他的力量来自哪里？来自母亲大地。后来他的对手知道了他的秘密，就把他举在半空。安泰离开了大地毫无还手之力，最后被敌人掐死了。我觉得安泰这个故事对我们共产党是很有启示意义的：共产党与老百姓的关系，就像安泰与大地的关系，共产党如果离开了群众，高高在上，那也就离死亡不远了。所以共产党永远不能脱离人民群众。

古人讲，水能载舟，亦能覆舟。人民群众喜欢你，你就有希望有出息；不喜欢你，你就自生自灭。所以毛主席多次讲过，人民群众是上帝，要把人民群众摆在高于一切、大于一切、重于一切的位置。主席还说过，惹怒了上帝就会垮台，感动了上帝就会无往而不胜。主席在《愚公移山》中说，我们要搬掉帝国主义、封建主义、官僚资本主义三座大山，靠谁呀？靠感动上帝。这个“上帝”是谁？就是人民。事实证明：无论过去和现在，许多难题，到群众当中就会找到解决的办法；许多困惑，到群众中就会豁然开朗；许多困难，到群众中就会迎刃而解。只要我们善于从群众的身上吸取力量，吸取营养，就能找到解决问题和矛盾的钥匙。坚持党的群众路线，就必须坚持一切依靠群众这个原则。既然人民群众是社会历史的主要承担者，那么一切社会过程的进行都有赖于人民群众的实践，一切社会变革也最终需要通过人民群众的实践来完成。我们党的事业要想取得成功，必须得到人民群众的拥护和支持。我们的目标是为人民谋利益，但是我们不能离开人民群众的实践去实现这一目标，不能代替人民群众去包打天下，更不能以救世主的姿态将幸福赐予人民。人民的幸福生活靠我们带领人民群众去奋斗、去创造，只能动员和组织广大人民群众进行普遍的实践，引导他们通过自己的实践去实现自己的利益。这就是马克思强调的“历史活动”说到底“是群众的活动。”

在革命战争年代，我们党之所以能够由小到大、由弱变强，在极其困难的条件下一步一步地发展起来，最终领导中国革命取得成功，就是因为得到了人民群众的最大限度的拥戴和支持。

举个例子。1947年秋天，是解放战争最困难的时期，毛主席提出来，要把陕北佳县打下来。佳县是一个战略重地，打下佳县意义非常重大，但是由于国民党军队已将这一带抢掠一空，我们的部队断粮

了。毛主席把佳县的县委书记找过来，要他想办法。他问主席要多少粮食，主席说打下佳县要三天的粮食。当时实在没有啊。想什么法子呢？县委书记说，首先把我们坚壁粮食挖出来可以吃一天。原来，老百姓听说蒋介石的军队要来，坚壁清野，把东西都埋起来。还有第二天怎么办？第二天把全县还没成熟的青玉米和谷子割了，收起来可以吃第二天。第三天怎么办？把老百姓所有的羊和驴全部杀了。所以这样凑起了三天的军粮，如期地打下了佳县，取得了重大胜利。你看老百姓对共产党是什么样的感情！很长一段时间，佳县战争结束以后，看不到羊，看不到驴子。所以主席对这个事非常感动，多次讲到这个例子。

解放战争几大战役老百姓对共产党的支持，那就更不用说了。据统计，沂蒙山区420万人口中，有140万人参军和支前，3万人牺牲在战场上。我记得陈毅同志说过，解放战争的胜利是老百姓用小推车推出来的，一点都不假。几十万、上百万部队在打仗，给养、伤员运送，全部都是老百姓负责。所以蒋介石虽有几百万部队，那不管用。我们不在部队人数多少，我们背后有千千万万的人民群众作后盾。这说明一个政党只有走群众路线，舍生忘死为人民，才能得到人民群众的拥护和支持，才能得到生存，才能得到发展，最后才能取得胜利，这就是历史的结论。

一切依靠群众，是我们共产党人必须遵循的一个基本原则。即使当我们在工作中遇到困难、遇到麻烦、没有招数的时候，我们也应首先想到群众，到群众中去寻求解决的办法。“群众才是真正的英雄，而我们自己则往往是幼稚可笑的。”这是主席讲的。依靠群众怎么个依靠法？主席讲，我党的一切实际工作中，凡是正确的领导，必须从群众中来，到群众中去。就是将群众的意见，分散的、不系统的意见集中起来，经过研究，化为集中的、系统的意见，又到群众中去做宣传、解释，化为群众的意见，使群众坚持下去，见诸于行动，并在群众行动中考验这些意见是否正确。

总之，共产党失去了人民的信任，就失去了依靠；离开了人民，党就寸步难行；离开了人民的利益，党的一切奋斗就没有意义。

二、从党情社情的变化看开展群众路线教育的重要性

为什么要开展群众路线教育？我们要从党情和社情的变化来进行分析。中国共产党执政以后，特别是改革开放以后，党群关系与历史上的党群关系有了很大的不

同，或者说有了根本的变化。党的群众工作面临着很多新的情况、新的问题，中央概括为“四大考验”和“四大危险”。即“新形势下，党面临的执政考验、改革开放考验、市场经济考验、外部环境考验是长期的、复杂的、严峻的。精神懈怠危险、能力不足危险、脱离群众危险、消极腐败危险更加尖锐地摆在全党面前。”所以在这种情况下，我们进行党的群众路线的教育，切实保持党的先进性和纯洁性，比以往任何时候显得更加重要，更加必要，更加紧迫。这里，我们重点从三个方面来分析党情社情的变化，从而更加清醒地看到开展群众路线教育的重要性和紧迫性。

第一，党所处的历史方位发生了深刻的变化

党的十六大报告指出：“我们党经历革命、建设和改革，已经从领导人民为夺取全国政权而奋斗的党，成为领导人民掌握全国政权并长期执政的党，已经从受到外部封锁和实行计划经济条件下领导国家建设的党，成为对外开放和发展社会主义市场经济条件下领导国家建设的党。”

我们在这里对革命党和执政党这两个核心概念作一个分析。解放前，我们党一直处于地下状态，抗战时期国共合作以后，国民党有一段时间承认了中共的合法地位，但是很快又不认帐了，我们只能进行地下革命。地下党什么资源都没有，合法的身份没有，人身安全也没有，因为政权不在你手里，国家经济命脉也不在你手里。解放以后，我们党成为执政党。成为执政党以后完全不一样了，整个国家机器我们都掌握了，国家的经济命脉我们掌握了，可以调动大量的人力、物力、财力。从执政党到革命党这个变化，是党的历史方位的一个根本的变化。我们需要对这两个概念的内涵加以区分，这样才能更好地把握我们党当今所处的历史方位。

一是从定义上来看。革命党是指以暴力方式夺取政权的政治组织，而执政党是以和平的方式执掌政权的政治组织。革命党要砸碎一个旧世界，执政党则是进行国家建设，实现国家的全面协调可持续发展，不断提高人民生活水平。

二是从代表利益的对象来看。革命党通常明确地表明他们所代表的是一部分人的利益。当年革命的时候，共产党讲我们代表工农。执政党为了推动整个社会的发展，通常需要整合社会各方面的利益，现在你要代表最广大人民的利益，你现在不能说只代表工人的利益，或者农民的利益，或者只代表知识分子的利益。

三是从思维方式来看。革命党信奉的是斗争哲学。毛主席讲，共产党的哲学就

是斗争哲学，革命党斗争的方式是使用武力暴动。毛主席说，“革命不是请客吃饭，不是做文章，不是绘画绣花，不能那样雅致，那样从容不迫，文质彬彬，那样温良恭俭让。革命是暴动，是一个阶级推翻另一个阶级的暴烈的行动”。宣示革命无罪，“造反有理”。而执政党必须坚持和谐哲学，就是以和平建设的方式实现社会的和谐稳定和发展，不能再闹革命，再造反，再造反就是自毁长城。

四是从活动的方式来看。革命党由于要改变现有的国家机器，往往不遵从现有统治阶级制订的宪法和法律，共产党搞革命的时候是“无法无天”的，肯定不承认国民党的清规戒律，造反有理啊。取得政权以后，为了实现长期的执政，执政党更多的会从社会的各阶层、各阶级的利益出发，在已经制订的宪法和法律的框架下活动。共产党自己领导人民制订宪法和法律，而且要带头执行宪法和法律，只能在宪法和法律的范围内活动。再“无法无天”的话，就会自找麻烦。搞革命的时候无所顾忌，可以打破一切现实的樊篱。现在自己当家，得讲法治，不能搞人治，得让人民安居乐业。中国共产党在成为执政党以后，根据政党、政治运行的规则，就要相应地进行角色转换，以适应新要求，迎接新挑战。这个转变，我们共产党有一段时期转得不是太好。毛主席很长一段时间还讲“八亿人口不斗行吗？”新中国建立十几年以后还造反，造自己的反，“革”革过命的人的“命”，这就天下大乱了。应该说，十一届三中全会以来，这个转变逐步完成了，从理念上、指导思想、体制上、机制上、方式上、方法上都转过来了。

另外从作风的角度来看。进城以前，毛主席就告诫全党坚持“两个务必”：一个是务必保持艰苦奋斗的作风，一个是务必保持谦虚谨慎、不骄不躁的作风。这是革命胜利以后，毛主席针对可能出现的居功自傲和享乐主义而提出的。主席当年提出“两个务必”的告诫是非常有前瞻性的。主席讲，中国革命的胜利，只是万里长征走完了第一步，今后的路程更长，任务更艰巨。中国革命牺牲了那么多人，搞了28年，主席讲才是万里长征走完了第一步，我觉得主席真的是战略家，高瞻远瞩，看问题很深刻、很精辟。但是建国以后，享乐的情况还是出现了。不是因为主席讲了这两句话，问题就解决了。刘青山、张子善就是典型，那个时候他们贪污的数目，大约相当于现在的一万多块钱，但在那个时候可不得了啊。刘青山、张子善他们在革命胜利以后，当地委书记、专

员，讲享受啊，贪污挥霍公款，天天吃高级宴席，穿高档衣服，甚至还抽鸦片。为什么会出现这种情况？小平同志在八大修改《党章》的报告中尖锐地指出，“执政党的地位使我们党面临新的考验”。他说，执政党的地位，一使我们的同志很容易染上官僚主义的习气；二使我们的同志很容易滋长骄傲自满的情绪。党的地位变化，对坚持党的群众路线带来了极大冲击。我们党变为执政党，有权了，一方面，党员特别是党员领导干部手中掌握着权力，能够调度很多的资源，这样有利于更好地实现全心全意为人民服务的宗旨，可以做很多好事。另一方面，党的干部面临着权力和利益的双重诱惑和考验。权力是一把双刃剑，监管不严的话，权力可以用来谋私，绝对的权力必然导致绝对的腐败。所以进城以后，干部队伍中脱离群众的现象，官僚主义和享乐主义的现象不断发生。改革开放以来，干部队伍中侵犯群众利益和腐败等现象不断滋生蔓延，在某些时候、某些领域愈演愈烈，群众非常不满，意见很大。所以党与群众的关系在某种程度上出现了逆向发展的势头，还不如战争年代。那时是“鱼水关系”，现在有些地方的党群关系变成了“油水关系”甚至“水火关系”，相互不信任，相互不理睬。在这种情况下，党的群众路线、群众工作受到极大的冲击和削弱，推进党的工作也就遇到了很多的矛盾和困难。

第二，党的队伍特别是干部队伍发生了深刻的变化

党组织历史方位的变化是外部环境的变化。与此同时，党的内部结构也在党执政以后特别是改革开放以后发生了极大的变化。我们党执掌全国政权以来，队伍不断发展壮大，一大批年轻有为的新鲜血液连绵不断充实到党员队伍里来。现在，我们党已有 8700 万党员，其中年轻党员占 25%。年轻人多了，使党的肌体充满了生机和活力，这是党的生命力和凝聚力不断增强的标志。同时，我们也要注意，在和平年代，党的队伍不可能像战争年代那样，经历那么多血与火的考验。当年，入党就有生命危险，如今，入党可能带来荣誉甚至重用。党怎样把自己在长期斗争中形成的优良传统和作风一代一代传承下去，已经成为党的建设面临的一个重大课题。

我们党的优良传统、优良作风，现在已经在一些地方、一些人身上慢慢丧失、淡化。事实上，在不断壮大党的队伍的过程中，党的队伍、包括干部队伍，出现不少令人揪心的情况。一是少数党员干部，经受不住毛泽东同志所设的“糖衣炮弹”的考验，革命意志衰退，甚至走上了腐败

的深渊。这些年改革开放的过程中，一些高级干部，成了人民的罪人。二是一些人，入党前表现很好，入党以后放松了对自己的要求，逐渐同党离心离德，违法乱纪，走向腐败。三是一些缺乏长期党性锻炼、在关键时期东摇西摆的人，进入党的队伍，并且成为党的领导干部，一些人带病提拔，组织上没有及时发现。四是一些没有实际能力而只会夸夸其谈、甚至擅长阿谀奉承的人，进了党的队伍包括干部队伍。有些人并不做实事，一天到晚说好听的，作表面文章，往往得到重用，而一些干实事的、默默无闻的“老黄牛”，反而不见得有机会。五是一些带着私心到党内来投机、捞好处的人进入了党的队伍，甚至平步青云成为党的领导干部。薄熙来就是一个典型。六是这几年还出现了用金钱来拉票，“买官”、“卖官”等情况，给党的队伍包括干部队伍的纯洁性带来了更大的威胁。党所处的历史方位变化的“外因”，正是通过这样的“内因”，使党的群众工作越来越削弱，使坚持党的群众路线越来越难，使一些党员干部越来越脱离群众。很多的干部从“社会公仆”变成了“社会主人”，有一些人从“社会公仆”变成了某些利益集团和家属亲朋好友的“私仆”，走向了党和群众的对立面。

第三，群众对党的要求发生了深刻的变化

战争年代，群众批评国民党这也不好、那也不好，独裁、反动、不民主，国家主权丧失，民不聊生，等等。共产党执政以后，群众不会再讲国民党如何，一讲肯定就是要讲共产党如何，因为共产党当家。所以群众的要求发生了深刻的变化。

在长期的革命战争年代，人民群众对党的要求就是希望党领导他们推翻帝国主义、封建主义和官僚资本主义的反动统治，翻身做主人。党和人民共同的斗争目标，使党能够做好群众工作，为党发动和组织群众提供了非常有利的条件。成为执政党以后，进入社会主义建设时期以后，除了亡我之心不死的西方敌对势力及其帮凶，党与群众的共同斗争对象没有了，这就给党开展群众工作提出了许多过去所没有的、新的严肃的问题。与此同时，由于我们党已经成为执政党，掌握公共权力和公共资源，人民群众自然而然会把我们党作为利益需求倾诉的主要对象。他有什么事、有什么问题就找你，因为你当家，你当权了。这样，群众直接或者间接地对作为执政党的中国共产党提出这样那样要求的情况就凸显出来了。20 世纪 50 年代这个情况就出现了，所以毛泽东同志写过几篇文章，要求“不要四面出击”，“正确

处理人民内部矛盾”，妥善处理好“十大关系”。提出对这方面的问题应如何进行深入研究，群众有一些诉求我们应怎么满足，有一些矛盾应怎么解决。现在，在改革开放形势下，这个问题更加突出了，老百姓在就业、上学、就医、住房、养老等方面的诉求，只能向执政党和执政党的领导、执政党的政府反映。至于在征地、拆迁、企业改制等直接触及群众利益方面的问题，群众更会把矛盾追究到我们执政党及其领导的政府头上。这些情况都是革命战争年代完全不可能有的。

因此，在党情社情深刻变化的情况下，深入进行党的群众路线教育，是关乎党的执政生命线的重大政治任务，是发扬党的优良传统的迫切需要，是保持党的先进性和纯洁性、巩固党的执政基础的迫切需要，是提高党的向心力、亲和力、凝聚力和战斗力的迫切需要，是实现党的十八大确定的奋斗目标的迫切需要，是解决人民群众反映强烈的突出问题的迫切需要。胡锦涛同志说，我们党最大的政治优势是联系群众，执政以后最大的危险是脱离群众。因此，我们加强群众工作，坚持群众路线，不是简单重复过去的做法，必须强化宗旨意识、责任意识和问题意识，研究新情况，应对新问题，不断完善政策，不断改进作风，不断创新方法，不断强化措施，不断革除弊端，才能真正贯彻群众路线，永远保持党和人民群众的血肉联系。

三、领导干部要做自觉践行群众路线的表率

贯彻党的群众路线，重在践行，贵在坚持。从横向来说，我们要把群众路线贯彻到所有的工作当中；从纵向来说，要把群众路线贯彻到每一项工作的始终。加强党和群众的血肉联系，急需做的工作很多，群众工作已经成为党的一项基础性的重要工作。所以我们的群众路线教育不能空对空，不能虚化，不能概念化，不能走偏，必须始终突出为民、务实、清廉这个主题。要通过这个活动，真正从思想上把群众摆在至高无上的位置，从感情上亲近群众，从生活上关心群众，从行政中服务群众，把群众的意见作为第一信号，把群众的期盼作为工作的着力点，切实解决群众的所思、所盼、所急、所难，真正做到取信于民。如何在工作中做践行群众路线的表率 and 模范，我提八个方面的要求，与大家共勉。

(1) 时刻牢记群众的主体地位

人民群众是主人，是历史的创造者，是社会物质财富和精神财富的创造者，是历史发展的动力和最终的决定力量。党员和干部是公仆，作为领导干部，我们要时

刻牢记群众的主体地位,做到心里时时想着群众,站在群众的立场,清醒认识我是谁、为了谁、依靠谁这个重大问题。坚持人民利益至上,时刻把群众的冷暖放在心上,心贴群众,敬畏群众,及时准确了解群众的需求,竭诚尽力回应群众的关切,把群众工作做实、做深、做透、做扎实。要牢记群众利益无小事,注意从群众的角度想问题、办事情,站在群众的立场上做决策、用政策、办实事。不能违背民意办实事,不能违背民意做好事,不能超越民意去办事。各项工作要更加符合群众的需要,符合群众的愿望,符合群众的需求。

(2) 努力培养心系群众的情感

具有心系群众的情感,是做好群众工作的动力。培养心系群众的情感,不仅要体现在缩短空间距离上,通过下乡、深入基层来培养,更重要的是心要贴近,缩短情感距离。深入群众不仅要身入,而且还要心入。要同群众打成一片,同吃同住同劳动。联系群众不要讲套话、大话、官话,要讲真话、实话、心里话,要多讲老百姓听得懂的话,老百姓愿意听的话。不仅要讲道理,而且要办实事,用真情贴近群众,将真心融入群众,靠事实感动群众。要让心系群众成为一种习惯,成为一种风尚,成为一种自觉,这样贯彻群众路线的基础才扎实。

(3) 全面提高服务群众的能力

我们要为老百姓服务,必须要有服务的能力。服务群众要有情感、本领,要全心全意,就怕是假的、空的、虚的,心有余而力不足。时代在不断地发展,党员干部时刻要有一种本领危机、能力恐慌的意识。要勤于学习,善于钻研,努力学会自己不懂或知之不多的东西。要让学习成为提升工作能力的主要途径,让学习成为一种生活常态,成为一种生存方式。要勤于开门,多交流、勤调研,深入群众体察民情;要善于开窗,听民声、集民智,多采纳群众的好点子、好主意,尊重群众的首创精神,善于从群众中吸取营养、吸取经验、吸取力量。

(4) 大力学会依靠群众的方法

有情感、有本领,还得有科学的方法,才能真正做到为群众办实事好事。要真正学会吸取群众的智慧,凝聚群众的力量,发挥群众的能量,只有这样才能众志成城,无往而不胜。从群众中吸取智慧,就是要做到工作决策上问计群众、问需群众,要学会在工作过程中听取群众的意见,调动群众的积极性,提高群众的参与度。在工作难点上要善于发挥群众的智慧和力量,让群众自我表现,自觉攻坚克难。在工作监督过程中要始终依靠群众。

我们行政的权力、行政的过程要公开、要透明,要主动接受群众的监督。在工作成果上要更多地惠及群众,让群众通过我们的努力得到好处、得到实惠。

(5) 切实养成善待群众的习惯

要让老百姓满意,取信于民,就必须放下架子,养成善待群众的习惯。善待群众首先心里要有群众,真正觉得群众是天、是地,是我们的衣食父母。要畅通群众诉求渠道,让群众话有说处,难有求处,事有办处。要诚心诚意欢迎群众提意见,事情有地方办,诉求有地方管,有理有地方说。面对问题的时候要敢于担当,有责任感,不推诿,不滑头。解决问题的时候要高效率,有紧迫感,不拖延。接待群众时,一定要有同情心,不刁难,不为难。即便是因为政策规定、客观因素不能办成的事情,也要耐心地向群众进行解释说明,赢得群众的理解和谅解,给群众以安慰。今天上午上党课时,省委党校徐晨光校长反复讲了,我们共产党办了很多好事,也费了很大的劲,但是为什么群众意见还有那么大?这里有一个很重要的原因,就是好事不一定办得很好,好事不一定办得很快,办好事态度不一定和颜悦色。本来可以一天办完的事,可能办了两三天,这样他就有意见。他认为你办事态度可以好一点,但你不热情,他尽管将事办下来了,心里还是不舒服。因此,我们办好事、办实事要讲究效率,讲究优质服务,热心又体贴,让人家舒坦,把好事办好,把好事办快,把好事办实。

(6) 尽力多办造福群众的事实

马克思说过,人民群众的一切奋斗都与利益相连。思想一旦离开了利益就会使人出丑,情感的东西、理论的东西无论如何入情入理,都不能代替经济学。毛主席也说过,一切空话都是无用的,必须给群众以看得见的物质利益。我们要坚持群众路线,就必须从人民群众最急需的事、最想做的事、最关心的事做起,必须从群众身边的事干起。进行群众路线教育,就我们广电系统来说,现在最突出的任务是两个:一个是加强行业管理,促进广电事业产业健康有序和可持续发展;一个是加快公共服务体系建设,努力保障人民群众的文化权益。行业管理我一直强调管出秩序、管出发展、管出效益。要在服务中实施管理,在管理中实现服务。要切实解决门难进、脸难看、事难办的问题。给基层服务要满腔热情,为群众解难要竭尽全力。还有一项重要的工作,就是广电公共服务体系建设,保证每家每户看好电视、听好广播、看好电影。我们几十年就是做这一件事情。这是我们广电人的神圣职责和

光荣任务。广播电视村村通、无线覆盖提质、广播村村响、农村电影放映等工程,都是为了实现这个目标。21世纪还看不好电视,听不好广播,看不上电影,我们广电人愧对三湘父老。我们一定要有紧迫感、危机感,加大工作力度,加快工程进度。

(7) 始终坚持群众满意的标准

标准体现工作导向、反映价值取向。以什么为标准,用什么来衡量,实际上是对谁负责、让谁满意的问题。我们党代表群众的根本利益,一切工作的成败得失要群众来检验。群众的评价是把最好的尺子,最能衡量工作的优劣、好坏。这奖那奖不如群众的夸奖,金杯银杯不如群众的口碑,群众的口碑是最大的丰碑。所以我们无论权力多大,地位多高,也不管处在什么岗位,不管从事什么工作,都要把群众满意不满意作为检验工作好坏的首要标准。群众利益是讲绝大多数人根本的利益,有些群众也有一些诉求不合理。所以我们从绝大多数人根本利益出发,把这个作为检验我们工作好坏的一个根本的标准。

(8) 认真肩负教育引导群众的责任

共产党既要依靠群众、尊重群众,同时也要教育群众、引导群众。我们要把服务群众、教育群众很好地结合起来,这样才能做好群众工作。做群众工作,要以服务群众为重点,同时还要敢于讲真话,对群众中出现的不良现象和不合理诉求,要进行教育、进行引导,这才是真正的关心、爱护群众。毛主席讲的,当群众还不觉悟的时候,你搞工作,强迫命令,那叫命令主义。但是做群众的尾巴也不对,群众发动起来了,你还象小脚女人那样慢慢挪步,那也不行。简单地说“群众要怎么办就怎么办”,这也是责任感不强的表现。毛主席就批评过这种现象。每一个群众的要求不可能百分之百的天然合理,这里有眼前利益与长远利益、局部利益与整体利益的关系。共产党的责任就是要正确处理好这种关系,既看到当前又看到长远,既看到局部又看到全局,既面对现实,又着眼长远。一切都由群众说了算,那就是民粹主义了,也不符合群众路线。群众是需要引导的。他们接受马克思主义是需要灌输的,群众当中不会自发地产生马克思主义。这个就是共产党教育引导的任务。要认真肩负教育引导的责任,既要服务群众、关心群众、依靠群众,也要教育群众、引导群众,这样才能更好地实现党的奋斗目标。

(作者系湖南省广播电影电视局党组书记、局长,本文根据他在省广电局党组中心组专题学习报告会上的讲话录音整理)

编辑/王庆华



埋头做事 抬头想事

始终保持同人民群众的血肉联系

/汤集安

在这个流火七月，我们的皮肤可以深刻感受到那种被太阳炙烤的热度；而我党正在深入开展党的群众路线教育实践活动，则让我们这些基层党员的心底里，实实在在地感觉到一种别样的温暖和热烈。趁着这次我党深入开展党的群众路线教育实践活动，我从思想上、行动上、梦想上对自己进行一次照镜子、洗洗澡，不断完善和提升自己。用一句老百姓的话来说就是：埋头做事，抬头想事，始终保持同人民群众的血肉联系！

一、在思想上，提高认识，吃透精神，提升群众路线教育实践活动的理论水平。

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。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。一是从历史上看，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。二是从性质上看，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。三是从现实看，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。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。坚持群众路线是新时期党建工作的根本要求。坚持群众路线是湖南广电，更是各项工作持续、快速、健康发展的根本保证。应该说，在省委、省政府高度信任和大力支持下，在全体广电人特别是卫视人的顽强拼搏和矢志创新中，近年来湖南广电取得了巨大的成绩，但也还存在一些群众反映比较强烈的问题。认真分析一下，许多问题产生的根源，正是在于尊重群众、相信群众、依靠群众不够。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。

二、在工作中，埋头苦干，解决问题，始终保持党员干部同人民群众的血肉联系。

结合自己的工作实际和任务要求，抓住关键、找准要害，解决问题。解决问题，是检验教育实践活动成功与否的重要标准。一直以来，我的人生信条就是：快乐工作、快乐生活、快乐学习、感恩前行。不管是在机关当公务员，还是做记者、当民生新闻和深度调查栏目制片人，还是机缘凑巧有幸进入“快乐中国湖南卫视”成为一名编导、科室负责人，我一直提倡和坚守说实话、办实

事、求实效，始终坚定理想信念，自觉执行党的政治纪律和宣传纪律，所以无论是在做 7 年舆论监督和深度调查报道的记者、制片人过程中，还是在为湖南卫视节目服务、为频道品牌推广热血服务的 7 年时光里，我从来没有用个人的立场、观点、偏好代替党的方针政策，更是时刻提醒自己千万不能背离社会主义核心价值观，始终牢记媒体不止是“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”。因而也从来没有因为自己主观意识和态度把握的原因导致一例隐患或者纠纷。对一名舆论监督为主的从业者来说，这确实也可以算得上一一种无声的肯定，一种口碑的“加冕”。归根结底一句话，就是自觉地与党中央保持政治上的高度一致，从来不曾偏离群众路线和脱离群众。

我到卫视推广部的 3 年时间在各位领导的支持和指导下，我迅速从一名节目制作、服务管理人员，成长为一名对节目提升、市场营销、品牌推广有所了解 and 作为的年轻探索者。因为喜欢写作，喜欢思考，喜欢总结，紧张工作之余，我在《人民日报》《光明日报》《电视研究》等发表过论文、诗歌、书法作品近 100 篇，还偶尔到劳斯莱斯中国总部、广电总局、中国人民大学一些培训班讲过品牌推广和危机公关课程，交流过一些心得和体会，得到业内专家、媒体同行、各界学员的好评与肯

定。当然，我知道，这些最主要的其实还是我戴着湖南卫视的光环。但是，感恩之余，我还是觉得，是我的领导和同事成就了我。

而更重要的是，我是一名身在基层的党员，一名工作、战斗在一线的普通人民群众，始终保持和人民群众血肉联系。无论是刚来部门时自己写稿件，想创意，谈合作，提出并且打响了领导创意的首届“七夕情人节”的“七夕体”；还是团结带领科室全体成员、党员群众一起克服种种困难，让跨年演唱会、快乐男声、我是歌手、中国最强音、天涯明月刀、追鱼传奇……等项目的宣传推广都能够最终突出重围，笑傲竞争对手！尤其是在我全程一线见证的“我是歌手”项目推广过程中，因为有了大家的智慧和群众的支持，我的一点小小贡献往往得到意想不到的效果，在节目总决赛直播结束后的当晚，我完成了《南方都市报》的约稿《一线亲历：曲已终血未冷》，几乎不假思索就一气呵成地写了近3000字，真的是不加修饰的大实话、真性情！也正是由于始终在人民群众之中一起战斗，打磨，我和人民群众都一起得到了长进和提高。很多领导都夸我们科室是一支能吃苦、能战斗、可信任的小分队，我心里由衷地高兴。我感觉，我们这些党员和人民群众的“精气神”相比过去，整个团队的确

有了不小的进步和改变！接下来，不管是临危受命的“快乐男声”宣传推广，还是频道暑假战役“偶像粉丝握手会”的深度互动，包括其他常规节目、重大活动、大型晚会……我们都会齐心协力、紧密团结去做好，做出特色，做出影响，做成品牌。

三、在方向上，抬头思考，直面竞争，努力给党和人民群众交上一份出色的答卷。

1、加强党性锻炼，坚定信念立场。作为媒体从业人员，面对意识形态的尖锐断裂和复杂斗争，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，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，坚定信念，时刻要牢记我们是喉舌，是阵地，是党台。在自己私下聊天、谈话、交友场合，在自己的博客和微博客中，坚持原则，不乱发议论，树立正确的世界观、人生观和价值观。

2、抬头思考创新，继续科学发展。不能因为工作有了一些成绩，就开始“飘飘然”固步自封、不思进取。因为一旦骄傲自满，就容易失去创新意识和奋斗精神。目前，我们推广部项目较多，任务很重，人手相对紧张，面对竞争对手投入大，花样多、力度大，宣传资源抢夺厉害的现状，面对网络、移动

新媒体层出不穷，微博、微信、APP不断崛起的挑战，我们工作的压力很大，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，创新思维和手段，不断制造话题和热点，勤奋务实，打造品牌，提升价值。

3、改进工作作风、密切联系群众。带领科室改进学风、文风、会风，想大事、干实事、求实效。坚持公开透明的原则，多听群众意见，增强宗旨意识、奋斗精神、奉献精神。人们常说，延安革命根据地政权是“陕北人民用小米哺育出来的”，淮海战役胜利是“人民用独轮小车推出来的”，改革开放是“适应人民愿望、根据群众创造搞起来的”。历史证明：中国共产党有能力担当历史使命，能够在跌宕起伏的历史进程中保持长盛不衰，奥秘就在于始终保持与人民群众的血肉联系！我相信，有领导的信任和指导，有同志的支持和帮助，我一定坚持“照镜子、正衣冠、洗洗澡、治治病”，不断地“自我净化、自我完善、自我革新、自我提高”，和我的伙伴们一起埋头苦干，血肉相连，实现美丽“中国梦”，给人民群众交上一份满意的答卷。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/王庆华

湖南卫视优秀电视节目首次赴台展播

本刊讯：9月18日至21日，在“2013湖南两岸文化创意产业合作周”期间，湖南卫视与台湾中天电视首度合作，连续四天在中天娱乐台晚间时段展播四组优秀电视综艺节目。“2013湘台文化创意产业合作周”是我省首次在台湾举办的以文化创意产业为主题的大型交流活动，“湖南电视优秀综艺节目展播”是此次文化创意产业合作周的重要内容之一。此外，代表团还分赴台北、台中、高雄、花莲等地举办系列文化交流和参访考察活动。

为进一步展示湖湘文化，推动两岸影视媒体合作共赢，湖南卫视精心剪辑制作了《天天向上》、《奇舞飞扬》及两场《2013快乐男声》参与此次展播。（本刊记者）

维护党的执政地位与践行党的群众路线

/何晋文

我国早就有党，如东汉有朋党，唐代有“牛党”、“李党”，宋朝有“元佑党”和“元符党”，明朝有“东林党”，但我国现代的政党制度不是从老祖宗那里来的，而是从西方学来的。西方17—18世纪开始出现资产阶级政党，工人阶级政党晚于资产阶级政党。1847年，马克思恩格斯创立了第一个国际性的工人阶级政党——共产主义者同盟。1903年，列宁创立了革命型政党——布尔什维克党。1921年，在共产国际的直接帮助下，中国一部分激进的知识分子和热血青年学习苏俄组建了革命党——中国共产党，当时全国只有53名党员。

组建中国共产党对于中国有何意义？毛泽东1940年发表的《新民主主义论》对此问题作出了回答。在这篇文章中，毛泽东运用马克思主义原理解释：中国曾经经历了和人类其他社会一样的原始社会、奴隶社会、封建社会。近代以来，如果没有帝国主义入侵，中国也将一步一步地走向资本主义社会。但是鸦片战争中断了中国历史自身的发展，导入了半殖民地半封建社会。中国当下积贫积弱的根源在哪里？在帝国主义、封建主义的压迫。中华民族的首要任务是什么？是反帝反封建。中国未来要走向哪里？经过新民主主义社会，走向社会主义、共产主义社会。他在文章中说：“在今日，谁能领导人民驱逐日本帝国主义，并实施民主政治，谁就是人民的救星。历史已经证明：中国资产阶级是不能尽此责任的，这个责任就不得不落在无产阶级的肩上了。”这篇著作深刻论述了无产阶级和中国共产党对

于中国革命的重要性，第一次旗帜鲜明地提出了新民主主义的完整理论，标志着毛泽东思想的成熟。

1949年，中国共产党在取得中国的政权后，就开始面临着由革命政党向执政党的艰难转变。革命党和执政党有何区别呢？第一，执政党与革命党产生的社会历史背景不同。现代政党的存在是以宪政社会为基本前提的，它是一种合法公开的政治组织，不以破坏现存的法律制度、砸碎国家机器为己任，相反，它必须在宪法和法律范畴内活动。而革命党则只能产生于人们无法自由表达，更无结社的权利，除了暴力革命一条道外，无别的路可促使社会进步和变革的情况下。第二，革命党与执政党在组织行为、运行模式和方法上有着巨大的差别。作为非法组织的革命党选择的道路是以暴力革命的方式打碎旧国家机器，推翻旧政权，改变国家的性质，故其组织行为多为非法的，不受现存社会任何法律体制的束缚。革命党一般都力图拥有自己的武装力量，并通常要求这支武装力量绝对地效忠于这个革命党。而执政党必须将自己的组织行为约束在现存的宪法和法律框架之中，即使要修订或改变宪法法律也只能通过合法的程序和途径；第三，革命党与执政党在内部的组织管理体制和运行机构上有着截然不同的不同。因为革命党是在专制环境下产生并主要以非法方式进行活动的，决定了它的基本活动主要限于秘密工作和武装斗争。采取的组织管理体制和机制的特征具有高度集权，铁的纪律，等级森严，干部官僚化、党内信息神秘化、封闭化等诸多特点。而执政党的组织管

理体制和机制上具有民主制分权制的管理原则、自由宽松的党内组织生活、党内官员完全平民化、党内透明度高等诸多特点。第四，革命党与执政党在政治基础和代表的社会人群也有着很大的差别。虽然，革命党与执政党一般都公开宣称自己代表着社会某些特定的人群的利益，以社会某些特定的阶级为其政治基础。但是，革命党是为了造反而建立起来的政治组织。革命党所代表的社会人群的界线十分清晰，就是那些受压迫和剥削甚重、又蕴藏着巨大的反抗意识并且已与统治者集团形成了利益对抗局面的社会最底层民众和阶级。但是执政党所代表的人群界线是相对模糊的，它不仅要争取被统治者的多数，而且还要争取统治者中的多数，使他们看到自己的主张是符合最大多数公众利益。因为在宪政条件下的公民社会是一个多阶级多利益集团共处的社会，民众需要的是公平公正，作为执政党组成的政府有义务协调社会的各种利益的矛盾和冲突。政党一旦成为执政党，就必须从某个利益集团或阶级利益代表者的身份上升为社会公民共同利益的代表。

中国共产党认识到这两者的区别是有一个过程的。党的十六大报告明确提出：我们党历经革命、建设和改革，已经从领导人民为夺取全国政权而奋斗的党，成为领导人民掌握全国政权并长期执政的党。党的十七大报告也再次强调，中国共产党要努力实现由革命党向长期执政的执政党转变。

作为一个掌握全国政权并长期执政的党，中国共产党就面临着一个合法性的问题，也就是说它必须争取全国人民

对权力合法性的认同、支持和拥护。因此,就必须想方设法,进一步加强与民众的血肉联系。

其实,这个问题并非中国共产党独有,西方发达国家政党也面临着一个加强与民众联系的问题。他们是如何做到这一点的呢?首先,他们进行了顶层设计,设计了一个竞选制度,明确只有在竞选中选票多的政党才能执政,迫使各政党必须采取措施保持与民众的紧密联系。为了争取更多民众支持,近年来,西方国家主要政党都在进行改革,如淡化意识形态、重塑价值观念;扩大党的代表性和开放性,寻求中间阶级的支持,注意在新兴阶层中发展党员等。

我国的政党制度虽来源于西方,但现在实行的却是不同于西方的中国共产党领导的多党合作制。中华人民共和国宪法规定了中国共产党的领导(执政)地位,各民主党派都只是参政党。它们与中国共产党的关系不是政治地位平等、彼此可以竞争政权的政党,而是接受中国共产党领导的政党。在现有的政治格局下,中国共产党如何来保证自身的合法性呢?唯一可行的办法就是在继承传统的基础上进行制度创新。我认为,今年以来开展的党的群众路线教育实践活动,既是一次整顿干部作风的行动,也可是一次深化民主政治、加强自身合法性的重大尝试。

通俗地说,群众路线就是多数人的路线,或者说是居于领导地位的少数人怎么处理与居于被领导地位的多数人关系的路线。在中国共产党的历史上,群众路线的内涵有一个发展演变的过程。

毛泽东在《关于领导方法的若干问题》一文中指出:“在我党的一切实际工作中,凡属正确的领导,必须是从群众中来,到群众中去。这就是说,把群众中分散的无系统的意见收集起来,通过研究之后变成系统的集中的意见,再到群众中去。怎么去?又到群众中去做宣传解释,化为群众的意见,使群众坚持下去,见之于行动,并在群众行动中考验这些意见是否正确。从群众中来,再到群众中去,再从群众中集中起来,再到群众中坚持下去。如此无限循环,

一次比一次地更正确、更生动、更丰富。这就是马克思主义的认识论。”在党的八大期间,刘少奇和邓小平很明确地说群众路线就是民主集中制。为了有效推动群众路线,就要更好推进民主。叶剑英在纪念中华人民共和国成立30周年大会上说,为了坚持群众路线,就要发扬民主,保障人民真正享有参与管理国家事务和本单位事务的权力,我们各个领导干部如果受权于人民,而不对人民负责,不执行人民意志,那就丧失了人民公仆的资格,人民就有权收回他们的权力。江泽民说:“最主要的问题是:党的各级干部是否真正懂得我们的权力是人民赋予的,能不能正确地运用手中的权力,能不能始终保持与人民群众的密切联系,永远不脱离群众。”

习近平最近在群众路线讲话中有这样一段话:“党的先进性和党的执政地位都不是一劳永逸、一成不变的,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。保持党的先进性和纯洁性、巩固党的执政基础和执政地位靠什么?最重要的就是靠坚持党的群众路线、密切联系群众”。

从上述不同领导人的讲话可以看出,群众路线的重心有一个调整过程,从建国以前主要是一个方法问题、作风问题,到八大时重心转向民主体制,再到改革开放以后,转向思考权力的归属、配制、行使,权力结构的重塑,以及权力行使正当与否的价值判断。

习近平的这段讲话,把维护党的执政地位与贯彻群众路线直接联系起来。这实际上是提出,不仅要加强领导干部的作风建设,更要加强群众路线的制度建设。如果只是作风建设,那么其实施与否、实施的程度、实施的效果都取决于领导人的个人素质和意愿,但现在贯彻群众路线直接联系到巩固党的执政地位,因此就不能光停留在作风建设的层次上,而必须经历一个的制度化的过程,从而成为不以领导人个人意志为转移的行为规则。我认为,要真正贯彻好群众路线可以从以下方面深入讨论制度化问题。

第一,贯彻群众路线首先要深化民

主政治建设,既包含协商民主,也包含选举民主。

第二,从群众中来,要求必须有一个开放的体制,不仅是开放的政治体制,更重要的是一个开放的政党体制,关键是要进一步扩大党内民主。

第三,要有一个科学合理的利益代表机制。群众路线归根到底讲的就是共产党如何代表、团结群众。代表不仅要有主观意愿,更要有一套机制。代表机制的设置是一项复杂的制度安排。代表机制的基本要求是要能够做到,比如多数人的意志是什么,特定群体的意志是什么,特定区域的意志是什么,必须能基本准确的反映和搜集起来。在我国现有体制之下,现实政治生活中存在着多种代表机制,现在的问题是,如何把共产党的代表机制,人民代表大会的代表机制,政治协商会议的代表机制,以及政治协商会议框架之外的社会团体的代表机制和公民个体的代表机制,在共产党群众路线的框架里面有效地协调好,使群众的各种需求都能得到充分的表达。

第四,利益平衡。群众路线就是要保障群众利益,在多元社会中,利益平衡是一个根本问题。放在一个执政党的层面,最大的一项利益平衡就是个体权利与公共利益之间的平衡,这也是宪法要解决的基本问题。

第五,怎么解决公共预算问题是“到群众中去”的一个基本问题,不能空手到群众中去,要满足群众的利益。

第六,建构与群众路线相适应的领导关系,开放式决策就是一个非常基本的要求。

第七,公民参与的开放式绩效评价。党的政策好不好由群众来评价。

最后,建立问责制。群众路线对党有如此的重要性,党的代表大会就应该去审查党的领导机关和领导者究竟是怎么贯彻群众路线的。中央应该要求各级党委或者党的领导人,向同级代表大会报告群众路线的执行情况,要接受代表的质询,这样群众路就比较容易落到实处。

(作者单位:湖南省广播电影电视局)

编辑/王庆华

论媒介发展和使用的不可逆性

LUNMEIJIEFAZHANHESHİYONGDEBUKENIXING

/段京肃

一、问题的提出

媒介的发展本来是人类社会中的一个极为正常的现象。但是事实上,在媒介发展史上每当一种新的媒介技术和媒介形式出现并在全社会开始普及的时候,都会遭到来自不同社会力量的抵抗和反对。远的不说,就以广播开始普及的情况而言,“电台的发展同其它媒介的利益发生了直接冲突,特别是激起了报纸发行人的愤慨。”尽管报人们也承认电台的发展促进了报纸的销售,但仍然对新出现的广播媒体涉足传统上归报纸的新闻报道领域深感不安,甚至对电台播出新新闻采取了限制或惩罚。几十年以后,当电视普及时,由于同广播电台的生存发生了冲突,“许多观察家说,电视宣告了电台的死亡。但是时间证明,两者都有自己的空间。”竞争的结果是众多的广播机构开始经营电视,但同时保留了广播。今天,当人类又一次面对新媒介出现的时候,新旧媒介之争又开始了。尤其是目前我们所面对的是几乎无所不在、无所不包、无所不能的电子计算机、互联网和移动通讯技术、手机相结合的综合新媒介,它囊括了人类历史上所有媒介的长处,或者说弥补了迄今为止所有媒介的缺陷,成为人类长期以来所期望的那种最理想的媒介形式,于是它便在事实上向所有的传统媒介发起了冲击,成为所有传统媒介的对手。

二、新媒介带来的问题

新媒介的出现自然为社会发展带来了前所未有的好处。在社会的各个阶层几乎都感受到了新媒介的力量,人们对它寄予了极大的热情和希望。但与此同

时,在传统媒介环境中已经很习惯的社会各界对新媒介仍然表现了极大的不适应,甚至产生了某些恐惧。

人们对新媒介传播形式的不适应(媒介使用)带来的恐惧。主要是习惯于通过传统媒介接受信息的人们对传播随意性感到的不适应、对新媒介传播信息方式的看不惯、以及对新媒介的主要使用者的偏见而带来的对新媒介的偏见、对新媒介使用不习惯带来的恐惧等。麦奎尔认为:“个体受众的媒体使用习惯,是反映总体社会结构的两个主要因素的产物:一个是受众个体基本稳定的社会状况,以及相应的受众个体的媒介需求(如对特定信息、休闲娱乐、社会交往等的需求);第二个因素是‘大众媒介结构’是指具有某一经济水平和教育程度的个人,在特定地点接触可得媒介的可能性。这两个因素不仅导致人们日常媒介行为模式,而且导致稳定的媒介使用意向、趋势和‘安排’,亦即个体的‘媒介取向’。它是受众社会背景和以往媒介经验的综合产物,常常表现为对特定媒介的喜好,特殊的偏好和兴趣,媒介使用习惯,以及对媒介利益的预期等等。”目前掌握主要的社会权力和话语权力的是在传统大众传播媒介环境中成长的一代人,他们有强烈的大众传播媒介的“媒介取向”和“媒介使用习惯”。

三、对新媒介管理方法的缺失带来的恐惧

在传统媒介环境中人们那种随心所欲式的管理方式在新媒介环境中将彻底失效。而新的管理手段又一时拿不出来或拿出的管理办法远远不如对传统媒介

的管理那么顺手。传统媒介的主要特征是职业化、专业化,是一种众多人在一起的合作劳动方式的传播活动,使凭借大规模组合机器完成的传播行为。因此传统媒介的外在表现形式主要是规模大小不等的媒体机构。对大众传播的管理、控制实际上也就是对媒介机构的控制。而在新媒介环境中,这种集团式的媒介控制方法已经过时了,新媒介的个体性、信息的海量性、信息的易得性、世界范围内信息交流的便宜性,都是原有的媒介控制手段无法把握的。虽然各国政府也试图采取一些切实可行的措施加强对新媒介的管理,但在实际的操作中新媒介不同于传统媒介的地方太多,任何一种社会力量要想控制全球性的媒介系统(国际互联网)都是不可能的。在传统媒介环境中行使管理职能已经很习惯的各级官员面对新媒介自然也就表现出了许多的不适应。报载陕西某县的县委书记当感到不能有效对网吧进行管理时,下令关闭了全县的网吧,而且此举还得到了许多人甚至个别网吧老板的支持,就充分反映了面对新媒介时全社会的那种不适应。

四、新媒介对传统媒介世袭领地的瓜分带来的恐惧

传统的大众传播媒介经过长期的磨合已经形成了各自的领地,报刊、广播、电视三大媒介三足鼎立,相安无事,现在突然冒出了一个程咬金,搅乱了大家的好日子。具体表现在:政治上的瓜分——舆论阵地的分化、社会影响力的下降——受众大量向新媒介分流,特别是青少年受众大量向新媒介集中、商业利益的损失——传统媒介广告客户

被新媒体瓜分。

五、新媒介的国际化带来的跨文化传播的便利造成的恐惧

由于新媒体，外来文化大量进入原本“干净”的环境，造成了不同意识形态的冲撞所形成的“思想混乱”。无论是新闻宣传部门，还是文化教育部门，甚至是许多的个体社会成员，都对此表示了极大的担心——担心藏在“糖衣”后面的炮弹对我国受众特别是青少年受众带来伤害。

六、媒介的进步是人类社会发展的必然现象

劳动工具的进步被认为是人类社会进步的最重要的标志，它决定着人类在不同历史时期的生产力水平。甚至在学术研究中就有以劳动工具为依据进行社会分期的作法。在传播领域同样如此，考察一个国家、民族、地区传播事业发展的水平，最重要的指标就是传播媒介的技术水平和数量情况。许纪霖认为，新媒介的出现是“人类历史上的第二次文化革命”，在历史上，“印刷术革命给中国的知识精英们提供了两个非常重要的权威平台，一个是传媒，一个是大学，这套建制一直延到今天，但在最近五六年来，面临着很大的挑战，这就是互联网带来的第二次文化革命。我

们日常生活乃至文化生活里，出现了一个互联网平台，这个平台给文化带来的冲击，今天才刚刚开始。”人类从打拥有传播媒介（手段）开始，就将对传播媒介的改进、革新作为最重要的社会活动之一。任何一个国家和民族都将自己最优秀的成员配置在传播媒介和技术的领域中。在社会发生动荡的过程中对传播媒介的争夺和拥有始终是人们所关注的。为此在人类迄今所拥有的各种科学技术手段和各种生产、消费工具中，传播媒介的进步始终是最快的。特别是进入工业社会以后，代表人类最高科学技术水平的众多产品都同信息传播联系在一起。未来的社会更被人们称之为“信息社会”，足见信息传播和传播媒介在今后社会发展中的重要性。美国学者罗斯托认为，一个社会的经济要腾飞，在一定程度上取决于这个社会的主流对新技术（革新成果）的鉴别和接受能。

传播技术学家英尼斯认为，一个时代的标志便是那个时代所用的媒体。媒体对信息进行吸收和记录，并把这些信息转换为与处于同一时代的社会制度权力结构相一致的知识结构系统。

七、新媒体发展的必然趋势

在大家的眼中，今天不顺眼、接受不了的新事物，明天则可能就很顺眼、

很能接受。自改革开放以来发生在中国人身边的许多事物已经充分地证明了这一点。即使是那些人们一时接受不了的东西，也应该采取宽容的态度来对待。新媒介的出现确实带来了以往没有见过的许多新问题，但同问题相比新媒介带给人类社会的进步意义远大于负面影响。当新媒介进入生活以后，势必围绕新媒介形成一种新的社会力量，在传统媒介环境中生活惯了的人可能会对新媒体时代的一代人看不惯，但我们必须承认他们在未来的时代终将成为世界的主人。有学者已经非常理性地提出：“作为互联网革命的产物网络文化，已经成为主宰 80 后一代青年人的主流文化。我们这些印刷文化的过来人，对这一新崛起的网络文化，不管喜欢还是不喜欢，都不得不认真对待。而最认真的对待方式，就是理解它，熟悉它。两种文化需要沟通和互动，两代文化人也需要对话和交流，这样，我们才有可能在传统与未来之间获得某种微妙的平衡。”

媒介的发展是不可逆的。我们不能设想如果退回到结绳记事、鸿雁传书的时代，对人类将意味什么。

（作者系南京大学新闻传播学院教授）

编辑/曾致

《中国传媒产品质量评估报告》一书出版



本刊讯：湖南大学新闻传播与影视艺术学院副院长、向志强教授新著《中国传媒产品质量评估报告》，日前由新华出版社出版发行。本书是国内首部系统评价传媒产品质量的报告，权威、客观。该报告依据不同媒介产品的属性、特点以及质量的内在要求，通过问卷调查以及专家访谈等方法，从2011年中国众多表征媒介产品质量的指标中，筛选出最能代表媒介产品质量的指标，来作为对媒介产品质量进行评估的指标，从而建立完整的媒介产品质量评估指标体系。在此基础上，分别从国内媒体中选取有代表性的报纸100份、广播50家、电视50个频道、网站100家，根据评估指标体系进行评估，并对评估结果进行排序。然后根据评估结果，依据新闻传播学的有关知识和方法，从理论上对媒介产品的质量进行评价。本书对媒体从业人员及学界和广大读者都有较大的参考价值。

向志强是湖南绥宁人，经济学博士、博士后。系湖南省文化产业研究基地研究员，中国新闻传播教育史学会理事。主要研究方向为媒介经营管理、传播理论与方法、文化产业。先后出版过《人力资本与媒介人力资源管理开发研究》等3部专著，主持或参与省级以上科研课题20多项。（曾致）

自媒体时代电视品牌传播的创新平台

ZHIMEITISHIDAI DIANSHIPINPAIZHUANBODECHUANGXINPINGTAI

/吴占勇

截至去年,中国微博服务的月度覆盖人数已经超过4亿人,微博的月度浏览时长已超新闻资讯大类服务,凸显媒体特性,成为主流信息资讯平台之一。在自媒体大潮下,传统媒体纷纷主动出击,涌入微博平台注册账号、传播内容。基于微博的传播特点,传统媒体使用微博可以有多种选择,如获取新闻线索、二次传播媒介内容、与受众开展互动、扩大品牌影响力等。但不同形态的传统媒体使用微博应有所区别,具体到我国当下竞争日益激烈的卫星频道,通过卫视官方微博进行栏目推介和品牌传播,是其利用微博的最佳途径。

现有对媒体微博的研究中,多为从理论上分析传统媒体与微博的融合机理,以及探讨媒体微博的发布策略,但深入媒体微博运营实际所做的研究却少之又少。随着全国市场意识的确立,当下我国省级卫星频道在全国范围内的竞争日益激烈,除了加强电视内容的生产外,省级卫视纷纷进行定位、包装和自我推介。由于地面频道的竞争范围局限于一定地域之内,本文选取以争夺全国市场为目标的省级卫视,以卫视频道官方微博为对象进行研究。立足于当下省级卫视微博的运营实际,分析卫视微博进行栏目推介和品牌传播的独特优势,发现运营中的不足并提出解决方案,以期省级卫视更好地利用微博提升自身影响力提供参考。

一、卫视微博:栏目和品牌的传播工具

虽然微博用户和电视观众处于两种接收终端下,但随着电脑、手机等网络终端的普及,个体作为网络用户与电视观众的双重身份正日益融合,这为电视品牌在微博上的传播提供了前提条件。由于新闻生产和报刊发行的前后时间差,平面媒体较多地把微博用做新闻线

索的来源和加强与受众沟通的渠道,很难将微博作为产品实时推介和营销的平台使用,而电视媒体在使用微博中则没有这方面的问题。同时,当下电视媒体发起的活动与电视内容生产较多融合,活动即内容,内容即活动,而这也是电视媒体可以利用微博营销传播的重要载体。因此,推介栏目、传播品牌,是卫视频道使用微博的最佳途径。

卫视可通过微博对播出的栏目进行即时宣传与跟进。不同于平面媒体内容生产与传播的时间规律,电视媒体有整齐的线性播出编排,卫视首先可以利用微博于栏目播出当天发布节目预告,包括播出时间和内容提要,并可以通过对节目内容的悬念式预告激发观众的观看兴趣。如对电视剧的预告中,通过抛出电视剧剧情悬念可获得较好的预告效果;在对综艺节目的预告中,通过图文并茂的方式描述节目看点或明星参与节目的动态,以吸引观众收看。其次,节目播出中和播出后,卫视可以通过微博与观众沟通,如开展有奖互动、收集反馈意见等。如湖北卫视于新节目《我爱我的祖国》开播当晚在新浪微博平台开展实时“拍节目、赢大奖”活动,吸引了众多用户参与,有效增强了对栏目的宣传。再次,可以将电视节目内容植入微博中,如湖南卫视栏目《播报早看点》和《播报多看点》中有百科问题调查揭秘类内容,卫视在节目播出前一小时左右发布今日揭秘问题吸引观众收看,节目播出后再发微博揭示真相。如此不仅能实现节目的多平台传播,也能够提升对媒介产品的推介力度。

卫视微博群实现频道品牌整合传播。除了卫视官方微博,卫视的栏目、卫视主播也纷纷开设微博,三者形成的卫视微博矩阵,能合力实现卫视品牌的全面传播。单个栏目可以通过栏目微博

自主经营内容、与受众互动,塑造、维护栏目品牌,卫视官方微博则可以将频道所有栏目的推介纳入统一平台,在实现对品牌栏目群的整合传播基础上,强化卫视频道这一整体品牌的形象传播。卫视主播则更易获得微博用户的青睐,名气大的主播通常拥有极高的粉丝数,目前新浪微博粉丝数最多的十位用户中卫视主播占四席,他们在传播卫视品牌方面的影响力不言而喻。因此,微博矩阵是电视媒体微博不同于平面媒体微博的独特优势,提高三者协同传播的策略性、互动性、立体性,将大大促进卫视栏目和品牌的全面传播。

卫视微博实现品牌标志的持续暴露。品牌的塑造和维护不仅仅依赖于卫视理念和行为的传播,更在于卫视形象标志的持续传递,以此不断强化用户对卫视形象和文化的辨识。微博更新的即时化和多媒体化为卫视标志的传播提供了平台,卫视首先可以将台标作为微博头像,每发布一条信息头像即在粉丝前暴露一次,加强了用户识记;其次可以使用微博标题塑造卫视网络形象,如湖南卫视、浙江卫视、江苏卫视依据台标造型将自身称为“芒果”、“蓝媒”和“荔枝”,发布微博消息时在起始位置为本条微博命名,命名中植入以上形象字眼,如“芒果天天看”、“蓝媒观察”、“荔枝新闻眼”等,由此卫视的形象标志就能不断被推送至粉丝面前。

卫视微博是多种手法立体宣传的有力载体。一方面,竞争的加剧和政策的变化使当下电视媒体更新播出节目的频率加快;另一方面,如今的产品营销已经过了“酒香不怕巷子深”的时代,对媒介产品的大力推介成为频道争夺注意力资源的必要途径。微博的传播特征使微博平台在节目宣传方面拥有巨大优势:首先,微博文本具有多媒体性,包括形

象的图片、动态的视频和多样化的文字,充分利用这三种宣传文本,将真正意义上实现对卫视栏目的立体推介;其次,微博发布具有持续性,卫视在新节目上马前较长时间内每天发布宣传微博,能够实现对节目造势的累积效果;再次,微博传播具有交互性,卫视能通过微博得到普通用户的反馈信息检验宣传效果,同时普通用户对卫视宣传微博的转发能实现信息的裂变式扩散,扩大传播范围;最后,微博内容具有链接性,140字的文本限制使微博更多充当精细化、集约化信息的传播平台,但微博主可以将相关宣传页面的链接进行发布,用户通过点击即可接触更详细的文本内容。

二、卫视微博运营中存在的问题

微博内容与电视媒体脱节,没有体现电视风格。微博信息碎化、微化、冗余,在这样的传播环境中吸引其他用户注意,充当信息领袖或意见领袖是微博主的常用做法。从微博相关统计来看,公益信息、公共新闻、名人动态、人生语录、总结盘点、实用知识六类内容更易获得评论和转发。通过对微博运营内容的分析可以看出这些内容是卫视微博发布的重要内容,一些卫视甚至全然将这些信息作为微博发布的主体。在账号使用早期发布这些内容获取粉丝关注无可厚非,但卫视微博长期发布这些信息则丧失了电视微博的特色与品牌传播力。此六类信息任何微博用户都能发布,通过提升发布策略亦可获得较高关注度,卫视微博再投入这种雷同信息的发布竞争中,其获取注意力的唯一优势则只是现实中的卫视品牌。由此卫视是在依靠现实品牌影响力获得网络传播力,而不是通过网络传播强化现实品牌,这样的做法只是将微博作为普通自媒体进行经营,没有将卫视品牌传播与微博的使用进行结合。

微博发布缺乏策略性。首先,微博语言碎化。品牌传播工具区别于普通自媒体平台的重要特征是有系统化、规整化的语言风格,但现实运营中诸多卫视微博呈现出与普通微博用户相似的语言习惯,文字感性、形象符号与文字交替使用、语气变化大等,这对于塑造品牌推介平台的专业性极为不利。其次,转发内容过多,原创微博偏少。卫视微博应该是微博平台上的信息领袖和意见领袖,原创内容的发布能够有力维护卫视

微博的权威性与传播力。卫视过多转发微博即是把自身置于信息传播链上的一环,而不是信息发布的中心位置,这样将降低卫视微博的话语影响力。再次,缺乏对发布信息的分类归纳。之所以要归纳信息,是因为微博平台信息冗余,卫视微博要减少微博用户对信息的分辨成本。在单条微博开头拟定关键词或标题是归纳的有效方法,但目前还没有在卫视微博中得到普遍运用。

微博矩阵间互动效率低下。卫视微博群是卫视微博区别于其他媒体微博的重要特征,也是实现协同传播的载体,但目前卫视官方微博与栏目微博、主播微博的矩阵互动并没有发挥出太大优势。与栏目微博互动一般是简单转发栏目微博内容,时而搭配少许评论,这种二次传播使卫视微博作为非信息源的传播力下降;与主播微博互动一般是在卫视微博内容中,主播微博实现信息推送,但每天推送给人气高涨的主播微博的信息数量较多,主播能否在微博上与卫视有效互动很难保证。三者的协同作用并没有发挥出来,缺少互动传播策略,尤其是对具有较大传播潜力的主播微博价值的开发还不到位。

三、提升卫视微博品牌传播力的建议

一是转变观念,将微博真正视为品牌传播工具。进行品牌化的传播,卫视要有微博传播的策略性、整体性和系统性。当下许多卫视仅仅将微博作为电视媒体网络宣传的一个普通平台,通过卫视微博简单传送栏目信息,或上传视频片段二次传播节目内容。无论是卫视微博语言的微化、碎化,还是微博内容脱离电视媒体,都体现出卫视对微博认识的片面性。其实,发布栏目资讯、传达频道动态、弘扬卫视文化、传播品牌理念等,都是卫视微博的独家信息,加上与卫视微博群和普通微博用户的互动,微博影响力与卫视知名度可以在传播中互相提升,甚至使卫视微博成为卫视品牌的一部分,促进卫视频道在新媒体大潮下取得品牌传播的新突破。

二是优化发布策略,打造微博个性。卫视微博是统领和整合卫视微博群的集大成者,是传播卫视品牌的核心,因此卫视微博首先要提高微博内容的原创性,树立信息领袖的权威性。其次在事务上可从以下方面入手:微博主页的

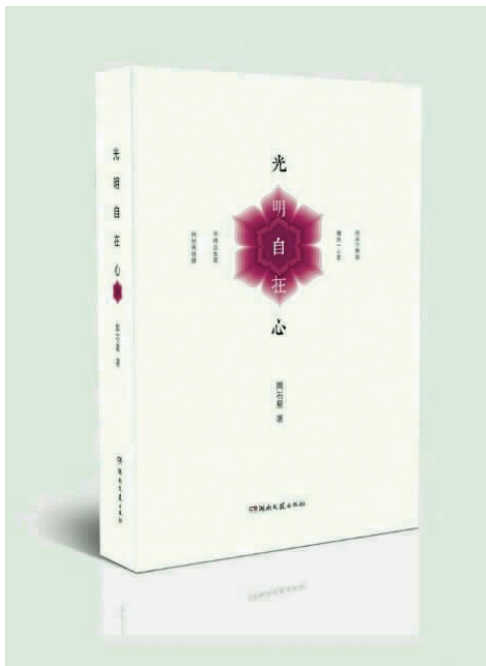
页面元素要与卫视标志吻合,添加个性元素打造辨识度;结合微博传播快速、时尚的文本特征和微博体的使用技巧,卫视微博从叙述语气到符号使用上形成一致风格,但不可过于死板或书面化、说教化;优化信息成分,在以栏目预告、频道动态等电视内容微博为主体的基础上,适量发布百科信息,提升卫视频道的人文价值;发布时机要讲究一定的规律,早间、上午、午间、下午、晚间五个时间段内发布哪些类别的信息、发布频次是多少等形成一定规律,这样利于塑造卫视微博的系统性、专业性和粉丝对相关信息的期待感,但微博发布切忌过繁和过量,冗余的发布会引起粉丝反感;使用微博标题,但标题不可过于碎化,“内容类别+内容主题词”的方式是较为有效的途径。此外还可依卫视定位和理念定制符合卫视特色的发布模式,总之要体现出微博的系统性、权威性和个性。

三是开展话题传播和活动营销。话题来自参与节目的明星、卫视当红主播、社会热点事件等诸多方面,话题引发讨论,讨论能够吸引注意力。卫视微博品牌传播的前提是要有大量的粉丝基础,对于还在努力争取高粉丝数的卫视微博来说,话题传播是吸引注意的快捷途径。当下电视选秀活动、电视晚会活动等层出不穷,这些活动是电视媒体进行收视突围和提升影响力的重要载体,是电视与受众互动的有力渠道,更是适于在微信平台立体营销的对象。通过时间上的累积造势、音频视频文字图片的立体宣传、鼓励观众参与的有奖互动,卫视微博不仅能以活动为契机实现与微博用户的大联欢,更能以此为支点提升卫视频道及其微博的双重传播力。

新媒体的出现为传统媒体的发展带来了严峻挑战,但传统媒体对新媒体传播优势的合理利用,能为其打开新的产品推介和品牌营销之路。省级卫视要充分认识电视媒体微博区别于其他微博用户的核心优势,提升卫视微博发布的策略性,塑造微博的个性,开展对电视产品的立体式互动营销,由此实现媒介融合形势下卫视品牌传播的创新突围。

(作者单位:武汉大学新闻与传播学院)

编辑/曾致



湖南广播电视台副总编辑周石星先生新著——禅诗文集《光明自在心》日前已由湖南文艺出版社出版发行。8月18日下午，作者在深圳音乐厅进行首场新书签名义售，随后又在长沙等地现场义售并在网上进行义售。义售所得全部捐入芒果V基金“洗心学子计划”，资助今年被大学录取而学费无着的优秀学子。原湖南省政协副主席、“电视湘军”主帅魏文彬作序力荐：“所感所悟，

折射出老庄、六祖的光芒；写意抒怀，又仿佛泰戈尔的幽灵在我们头顶飘逸。”湖南广播电视台副总编辑邓华如专门撰写万字长篇述评文章力荐：“为书三章：光明心、自在心、天下心，包容了孔孟的内圣外王，如来的大慈大悲，老庄的清静无为。三心共寂，过滤了尘世的烦恼，沉淀了灵魂的波律；三心同亮，发现了解密精神世界的锁钥，开启了迷茫心智的密码。字里行间儒家的正气、佛家的和气、道家的清气相互交融，贯串其中，标举其外。”湖南文艺出版社外国文学编辑部主任易见先生评价本书：“大彻大悟，先知先觉；美轮美奂，如诉如歌。”著名电视节目主持人、中国唯一的残疾人电视节目主持人、“全球热爱生命奖”获得者梁艺评论本书：“天才般的思想，具有上帝救赎般的意义。”本刊特将魏文彬先生和邓华如先生的序言及书评摘要刊登，以飨读者。

重为轻根 静为躁君

——喜读周石星新作《光明自在心》

/魏文彬

石星又出诗集了。由衷感到高兴，又感到惊讶。记得我曾经说过，当下是一个物欲普遍上升的年代，名利权色，困扰人心。能安安静静坐在书斋里看书的人已经很少了，更遑论著经写诗。况且，石星去年夏天才出版了《借我百年醉一回》，这本《光明自在心》也就是一轮寒暑之间的事情。我佩服石星，其才华何其旷也！但是，我佩服石星的，不仅仅是他的文学才情。这在他的名字中已经有所预示：石破天惊、星河闪耀。石星属蛇，今年是他的本命年。四十八年风雨，石星一路走来。我猜想，他曾经心比天高，曾经义愤填膺，曾经气喘吁吁，曾经感时伤怀。让人欣慰的是，在今天，我看到了一个放得下、沉得住、想得透的周石星，看到了一个光明自在的周石星。记得那天晚上，我在卧室里捧读石星的作品，电视里传来一阵歌声。那是湖南卫视《我是歌手》节目，一个叫杨宗纬的歌手正唱着一首《流浪记》：

“我就这样告别山下的家，
我实在不愿轻易让眼泪留下，
我以为我并不差，
不会害怕；
我就这样自己照顾自己长大，
我不想因为现实把头低下，
我以为我并不差，
能学会虚假。
如果有一天我变得更复杂，
还能不能唱出歌声里的那幅画。”

伤感的歌词和旋律，年轻歌手脸上的忧郁和深情，瞬间击中了我的情感闸

门，泪水在黑夜中涌出。以至于我的夫人从身边经过，都生怕对我有半点惊扰。今天，我想坦诚告诉石星：这首歌竟然如此打动我，是因为我刚刚读完了你的那篇《致深圳》：

“为了赶上开往希望的高铁，
我用完了行囊里的青春；
为了赢得来来去去的真心，
我花光了信用卡上的天真。
有多少高楼大厦，
可以寄放我不再年轻的身体；
但在哪一朵灯光之下，
可以安置我逐渐老去的灵魂。”

石星啊，石星！曾经多少次，因为你的意气，我叹惋、叹息你缺少山一样的厚重。可今天，读完你这篇痛彻生命的《致深圳》，我又是如此喜爱你如水一般的清澈、澄明。我相信，你是真的放下了。只有彻底放下了成败，放下了荣辱，放下了得失，放下了自我，才能毫无隐讳地呈现自己的伤痛，才能勇敢地直面自己的灵魂。说实话，就算在石星还没有“放下”的那几年，我内心深处对他还是保持着欣赏和赞许。无论他迂回曲直，我从未不屑于他。因为直觉告诉我，石星是一个真正的读书人，他始终保持着追问人生的态度，始终怀有良知，始终不忘感恩，是一个物欲时代的真君子。在这本集子里，“放下”与“放不下”的纠结，已经不再占据着石星的心灵空间。相反，我看到了一片“光明”和“自在”。石星的随感随悟，折射出些许老庄、六祖的光芒，而有些即兴的感怀，又仿佛泰戈尔的幽灵在我

们头顶飘逸。看来，石星的思想，常常穿越时空，又常常云游四方：

“我不在，故我不灭。
我无欢，故我无恨。
生是死之序曲，
死是生之谢幕。
这世界的戏剧，
没有预设的故事，
没有恒定的角色。
生与死，皆为意外的情节。
我不是生未净旦丑，我是看客。
这舞台的悲悲喜喜，
我哭，我笑，皆愉悦。”

这样警醒却又不失轻松的句子，完全浸淫在时代的喧嚣中是写不出来的。必须与时代保持一定的距离，在安静与寂寞中长久地思索，才能获得审视时代的视角。我真希望石星的同事同仁们，闲下来、静下来的时候，读读这本诗集。我们湖南广电，拥有大批蜚声全国的金牌导演和制作人，这是很了不起的。可我觉得，能拥有周石星这样一个似乎处在时代边缘的诗人，也未尝不是幸事。这个时代，太热闹，太需要静一静了。不知石星的诗所倡导的的思想观念，能否呈现在我们的电视荧屏上？两千多年前的老子著《道德经》。他说：“重为轻根，静为躁君。”意思是说，厚重是轻浮的承载，安静是躁动的老师。他还说：“上善若水。夫唯不争，故无尤。”祝贺石星，终于渐渐“得道”了。

（作者系湖南省政协原副主席）

编辑/曾致

大梦谁先觉

——写在周石星《光明自在心》之后

/邓华如

人，要认识你自己。这是赫然写在古希腊德尔菲神庙里的一句碑铭，圣哲苏格拉底曾经深受启迪。往事越千年，如今又有多少人能够真正法眼如炬洞察自己的灵魂深处，认识自己呢？

我没看清自己，但我似乎看清了石星贤弟。恍然之间，他已向我走来，手持《光明自在心》的手稿，面色红润，笑容可掬，剃得光亮的头顶中央明显隆起一个头陀，很有点象弘一大师李叔同人到中年时的头型。最近他口口声声说要度我，我倒想借助他的慧识能够看清点什么。他的新作《光明自在心》于浓厚的宗教哲学色彩之中闪烁着斑斓的人生智慧的灵光，他在入定的宁静中，从心灵的原点出发，法相庄严般地审视自己，拷问自己；他在灵魂的修持中皈依自心，超然尘外，又向心灵的终点回归，救赎自我，超度自我。在他那心灵之光的烛照之中，我看到了他的大觉大智大爱还有大道。他的精神由儒入佛，由佛入禅，由禅入道，进而大彻大悟。为书三章：光明心、自在心、天下心，包容了孔孟的内圣外王，如来的大慈大悲，老庄的清静无为。三心共寂，过滤了尘世的烦恼，沉淀了灵魂的波律；三心同亮，发现了解密精神世界的锁钥，开启了迷茫心智的密码。字里行间儒家的正气、佛家的和气、道家的清气相互交融，贯串其中，标举其外。他心中的法眼明亮若炬，一如点燃的心灯，看清了自己，也照醒了别人。古人说：“茶亦醉人何必酒，书可香心无需花。”这话来得一点不假，尽管他的诗文并没有摆脱入俗的绚丽而象禅宗那样归于出俗的平淡，却仍然给人以心如涤泉藻雪之

感，于惕厉自省之余获得几分警醒与清明。

读完《光明自在心》，我掩卷冥思，倏然之间心幕上出现了一种情景，有点奇异，似乎莫奈的风格，又有点象石涛的写意。但见苍茫的天穹下，是一条崎岖而莽原的古道，上面走去一个布道的行者，颀长的个子，身披赭色的长衫，背着一个大约装有干粮的行囊，他髡首隆背，头顶有几朵悠悠的白云，脚下芳草碧连天。蜿蜒的古道向远方延伸，这行者渐行渐远，无量的尽头许是一抹如黛的山峦。夕阳山外山，行人更在青山外……我当然知道他是谁，但我不知道他将走向何方？

我是谁，我从哪里来，要到哪里去？面对这一形而上的人类本初的终极哲学命题，人类的先哲们都曾穷其智慧深入探赜，有的甚而至于毕其一生。不可知论的忠实信徒诸如休谟、康德、赫胥黎者没能回答，信奉灵魂轮回和生死轮回的尼采与释迦牟尼对此难题也莫衷一是。不知在石星的《光明自在心》里，是否能够找到一种解答。

人生如梦，这恐怕不只是苏东坡的感叹，芸芸众生又谁能回避和摆脱世事诡变和命运无常的捉弄？面对无奈的人生，人们随之频添了许多惶惑，也会衍生出两极的人生状态，有的“梦里不知身是客，一饷贪欢”；有的则不知“今宵酒醒何处，杨柳岸，晓风残月”。以尼采的哲思来界定，这就是他所认为的人生两极境界，即所谓的梦境和醉境。尼采的梦境说是他的日神阿波罗精神的幻化，而醉境说则是他的酒神狄奥尼索斯精神的返照。

在人生的悲剧哲学命题上，尼采和他的精神导师叔本华一脉相承，都是唯意志论者，认为人生来就是要在现实世界中承受痛苦的，到头来都会是悲剧性的结果。所不同的是尼采的人生悲剧观并不象叔本华那样以单一的出世态度逆来顺受，以至于最后彻底迷失自我，否定人生的意义，完全陷入纯粹的消极。面对人生痛苦，尼采则肯定人的个性与生存的价值，以忘我、行乐、包容、抗争的方式来对立人生的一切不幸，因此他的人生哲学既有出世的一面，又有入世的一方，有时还会出世与入世交错并用，可谓消极与积极杂陈，而在此之中，人的个人意志始终都是被他强化和突出了的。

尼采的阿波罗精神梦境说是出世的消极的，在他的梦境中，他用幻觉的华丽帷幔将人们从现实的表象中分离出来，进入远离现实苦难的宁静而绚烂的美妙梦境，从假想中获得超越现实的快慰与满足；而在他的酒神醉境里，人们放纵自我，无羁形骸。在个体意志全然融入群体意志之际，人们醉眼迷蒙，宽容了异己，消泯了仇恨与敌对，从而复归本原与自然融合，在自我迷失中超越忧患解脱痛苦。尼采以为他的酒神醉境观对于人生的构建是入世而积极的，他同时主张人们在现实中应该走出梦境转入醉境。但即使这样，尼采的理论说清了“我是谁，从哪来要到哪去”这一亘古的哲学命题了吗？是耶非耶，曷其有极？其实人们无论在梦境还是在醉境里看自己，都像是雾里看花水中望月的。

不知石星贤弟是自觉或不自觉地受了一些尼采哲学思想的影响呢，还是纯

粹出于偶合，我总觉得在他的《光明自在心》一书里，也好像有梦境和醉境的存在。在《光明心》一章中，他站在佛的视角，以布道者的心灵，谆谆诱导和劝诫那些垂髫少年与青衫布衣们，要持爱心，一心向善，戒除孽根，救赎灵魂，超度自我。在这里，他以汪洋恣肆的想象和善良的愿望，化腐朽为神奇，给善男信女们营造出了一个颇具禅意和符合佛旨的宁静而美丽的香格里拉，在这块世外桃源里，他为自己也为他的布道对象设计并描绘出了他所沉迷的理想人生。他崇尚的这种人生是光明的洁净的和谐的，就像莲花一样的静穆而美丽。他的这种意象仿若尼采的梦境，所不同的是虽也不免有点出世的色彩，但绝不消极。书中提倡的诸如要懂得放下、舍弃、包容、大爱等等慈悲情怀，却又契合入世精神。

第二章的《自在心》和第三章的《天下心》其意象也是有些醉境的。无论是即景，还是怀古；无论是咏物，还是思人。他都放纵心骋，无拘无束的心志放任得一如行空的天马。在这里，有时他为山川美景而醉，有时为英雄美人而醺；有时他为伟人的命运慷慨悲歌，有时他又为好人的不幸悲天悯人，他即使狂来放歌且又知道醉里拔剑，即使志同野鹤却又心忧社稷同情生灵，即使万念俱寂准备“拈花出欲界”，却还要“仗剑入空门”。在这里，我读到了他的另一种人生：快乐的自在的不屈的人生。读他这两章的诗文时，我总以为他的意象往往在梦与非梦，醉与非醉之间穿梭交织，而入梦出梦只在一念之间，酒醉酒醒也在一觉之中。既有儒家的入世有为精神，又有道家的出世无为思想，还有佛家的轮回自由观念。

读完《光明自在心》，我虽然还是不能完全认识自己，也还回答不好那个人生的司芬克斯之谜，但我似乎稍稍明白点什么了，不管我是谁，也不管从哪里来要到哪里去，生命有时不能承受之轻，但更不能承受之重。该舍弃的要舍弃，该包容的要包容，该付出的要付出。特别生活在这个物欲横流的时世，让佛常驻你心，那是非常难能可贵的。

在一次闲聊中，我追问石星：你信佛吗？你信道吗？你信神吗？他没有直接回答，而是反问我：你知道什么叫“放下屠刀，立地成佛”吗？不待我细想，他即自问自答道：恶人或许因此肆无忌惮，为所欲为，妄想待到私欲满足之时再收手，即可得到宽宥和豁免。殊不知佛的智慧，以浅寓深，所谓屠刀，实指心中恶念。放下心中恶念，一心向善，即可成佛，绝非恶贯满盈时因为恐惧而忏悔，可得超度。我理解他的意思，谈佛也好，论道也好，说神也好，其实与他心中真实的信仰无关。神、佛、道都是他借助普罗大众心中已有且倍觉亲切的意象，来反躬自省，叩问人生、探究世界、格方万物。理想主义者大抵践行减法与除法，信奉以自律、仁爱、奉献为主旨的哲学，放达于取舍之间而收放自如；实用主义者则与此背道而驰，一味沉迷于利益、索取、满足，纠结于得失之中而不能自拔，醉心于加法与乘法。这两种哲学显然泾渭分明，却都万变不离其宗。有时蓦然回首或许也会发现，我们所选择的，其实就是“己欲立而立人，己欲达而达人”（《论语·雍也》），就是向真、向善、向美，就是马克思在《黑格尔法哲学批判导言》、《1844年经济学哲学手稿》等一系列经典著作中反复阐扬的“只有解放全人类才能解放我们自己”。

天地悠悠，过客匆匆，红尘滚滚，痴痴情深。有的为情累，有的为名绊，有的为利困，多少人为之奔命似梦若醉，大抵皆因潜伏人们心底的贪、痴、愚这三种魔障作祟而已。人们镜里不知朱颜改，到头来还是要归零，可是古往今来，又有几人能看透，又有几人可醒悟？面对名缰利锁和爱恨情仇，也许留一半清醒留一半醉，才可轻松地在这人间潇洒走一回。

典型的理想主义者石星贤弟有此开悟和参透，我以为恐怕不只是佛的超度，更多的应与他人的人生经历有关。我与石星也算得上知交了吧，近二十年来，我们从早年的交浅言深到后来的同气相投，情义日积几近莫逆。因而我对他的人生轨迹可以说是比较了解的。石

星出身寒门却心气高贵，满腹才华。在我眼里，他天资聪颖，思想敏锐，观念前卫。想当年他鬓青颐红时，那是何等的壮怀激烈，奋发昂扬，他也曾梦里挑灯看吴钩，也曾栏杆拍遍望飞鸿，也曾激扬文字拜功名。

在我的印象里，彼时血气方刚的他也偶有偏激之处，狂放之言。然而世事多变，命运多舛。十年前刚刚“三死”之后（因“过劳死”被医院连下三道病危通知），他为之奋斗的一切却被突然“清零”。一切的一切就像一颗流星，出现得是那么夺目，消失得却又那么意外。惊人逆转，至今仍是不解之谜。此后一番颠沛流离，原以为他在大起大落之后或许会变得颓唐消沉，及至他再次抛家舍业，“为酬知遇归故里”，我们重又相握马栏山时，他却显得分外的洒脱达观，言谈之间，多为诙谐戏谑或取笑开心而已，既不怨天更不尤人，即便偶尔触及曾经的遭际，也只见他淡然一笑了之。时间或许销蚀生命，但却不能消磨灵魂。曾几何时少年意气、风生水起的石星越来越敦厚稳重，尤其近几年越来越平和雍容了，给人一种宠辱不惊之态。久别重逢，石星贤弟好象变了一个人，气静神闲的品相全然封存了曾经的锋芒。我不知道他是参透了还是看破了，但有一点是肯定的，他如今活得也自在，菩萨似的脸庞气色很不错，在我眼里他现在过的是一种“有诗酬岁月，无梦抱功名”的悠闲生活。

阿弥陀佛！石星贤弟，为兄我该为你庆幸呢，还是该为你惋叹？但愿时间真是一把锋利无比的刷子，为你无情地刷掉过去的蒙尘与委曲，而又热情地刷新你未来的座标与归宿。

浮生若梦，岁月如酒，庄周梦蝶，柳永醉花，其实都归于迷失。既如此这般，岂又知我其谁，来自何处，将去何方？

大梦谁先觉，大醉谁先醒？愚顽不化如我辈者慧根未开，诸君还是去问讯石星贤弟吧。

（作者系湖南广播电视台副总编辑）

编辑/曾致

七夕之夜

——《撒娇女王》



编者按：今年的“七夕情人节”，湖南卫视独辟蹊径，推出电视版话剧《七夕之夜——撒娇女王》，在全亚洲首开先河，将话剧的表演形式和电视的视觉、节奏相结合，在没有外请明星的前提下，以绝对优势斩获收视份额（份额8.77%）全国第一。连日来，《光明日报》、《21世纪经济报道》等主流媒体陆续发表文章，报道湖南卫视这次颠覆性的跨界创新。8月21日，总局《监听监看日报》第165期刊文《湖南卫视特别节目〈七夕之夜〉低投入、重创新，获得收视与口碑双赢》。文章称：湖南卫视“七夕”特别节目《七夕之夜》以话剧为表现形式，以三段婚恋故事为主要内容，将当代年轻人的爱情与传统节日内涵相联结，弘扬我国传统文化，引导青少年健康成长，取得了良好的收视效果和社会效益。文章指出：一是节目形式内容有所创新，未采用节庆常用的晚会形式，而是独辟蹊径采用电视节目少见的话剧表现形式；二是符合“节俭办晚会”的要求，以简单实用的房屋布景替代铺张奢华的舞美。据央视索福瑞收视统计，《七夕之夜》收视率和份额居当晚全国省级卫视同时段首位，其经验证明，只要重视节目的内在创新，低投入同样可以办出高质量的节目。



湖南卫视 创新力作受好评

佳木

当各大卫视还在为七夕打造传统晚会时，湖南卫视今年却率先突破常规思维，创新性地打造一种新的艺术形式《撒娇女王》舞台剧，由产后复出的张丹丹担任制片人，何炅、汪涵、杨乐乐、李锐、沈梦辰、杨钰、马可等芒果群星齐力上阵。七夕之夜，这场别出心裁的特别节目，在万众期待中和大家见面，各位芒果名嘴们的倾力表演，受到广大观众和业界人士的交口称赞。据央视索福瑞全国网的数据，节目以1.28的收视率和8.77的份额的骄人成绩，斩获同时段全国收视第1，可谓是收视与口碑的双丰收。

七夕特别节目可谓亮点纷呈，首次将舞台剧的形式搬上电视荧屏，这无疑是节目最大的看点之一，新颖的形式给了电视观众史无前例的另类享受，如同坐在剧场里欣赏一台精彩的话剧，这一创意之作

自然吸引了观众们的眼球，微博“DJ欣悦_yesfm949”的网友称赞，“湖南卫视的成功绝对是创新，敢把舞台剧直接搬上电视，还放在混战的七夕夜，太牛掰了”；除了舞台剧的创意新颖之外，三段爱情故事里穿插的各种笑料、幽默不断，让人时而捧腹不已，同时又有深情、动人处让人动容落泪，又或有矛盾爆发、情节反转处引人深思，正如网友所评价的，“七夕晚会给看哭了，演的很现实，婚姻的确是这样！”而每个看似独立的故事，内在却始终贯穿着一个主题：歌颂爱情这一人类永恒主题的伟大。此次集体上阵的芒果名嘴们倾力演出，展现他们伶牙俐齿外的另一面，也让观众们感到十分地惊喜：何炅和杨乐乐之间的情感纠葛让人为他们揪心，沈梦辰和KK这对小夫妻的火爆PK让人又好笑又生气，还有为了帮老公马可戒酒，老

婆杨钰在姐姐张丹丹的怂恿下，上演的那一幕啼笑皆非的戏中戏，让观众觉得可笑而辛酸。

《撒娇女王》的剧本除了话剧版以外，在20天的时间里紧急赶制长沙故事，让人惊叹编剧们的功力深厚，而接地气的台词也让人感到熟悉和亲切，许多笑料和幽默的表演，观众看后意犹未尽。担任快男海选阶段的神剪辑，采用最有新意的真人秀剪辑方式表现节目，这无疑又是湖南卫视的一次颠覆性的创新。将话剧的舞台形式加以改造，辅以芒果名嘴们的个人特色，融入湖南卫视的青春气质和电视节目全新的表现形式，这种独特的演绎收获了电视观众的认可，也赢得了业内人士的称赞。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/王庆华

撕掉小众标签的电视话剧

——湖南卫视艺术跨界创新

齐虹



近两三年来，电视生态圈完全陷入版权购买的旋窝浪潮。不管是引发了爆棚话题的《中国好声音》，还是好评如潮的《我是歌手》，再红火的节目也都先经过了国外市场的检验，再移挪到国内。大量版权购买瞬间削弱了各大省级卫视之间原本存在的高低格局，只要眼光准，下手快，都有可能创造一个新的收视神话。因此，国内的各块电视荧屏，都在被动等待，等待好模式把自己填满，似乎再也没有勇气砸钱做一些收视不见得有保障的创新。

今年七夕，湖南卫视打出旗号，要“拒绝晚会，来点别的”，这个“别的”确实超乎许多人的想象——一台暂时无法命名姑且叫作“电视话剧”的节目《撒娇女王》，结合着话剧、歌舞、真人秀——

话剧的表演形式，电视的视觉与节奏，既有复古华美的舞台感，又有时尚清新的广告片范儿，在“七夕”这个各台大混战的夜晚，没有外请明星，只动用了自家庭主持人，就取得1.28的收视率和8.77的份额的骄人成绩，斩获同时段全国收视第一。

电视自诞生以来，贪婪地吸收各种形形色色、五花八门艺术基因，却一直和剧场界限明晰，只因为这实在是两种太不同的艺术门类。湖南卫视的这台电视话剧，无疑是版权购买风潮下的一个另类，而且是在至少全亚洲零经验的前提下生产出来。正如湖南广播电视台副台长、湖南卫视总监张华立评价说：“这是湖南卫视的又一次颠覆性的创新行为”，他认为这是一种全新的电视艺术形式，“整场节目完全不卖广告，这也是一种奇迹。”

然而，为什么要把电视和话剧相结合？个中原因不是湖南卫视领导层多为话剧迷这么简单。据《撒娇女王》这台电视话剧的总导演张丹丹说，长久以来电视一直有一个功能被人淡忘，就是议程设置的功能——为其他艺术门类提供平台，放大某一个局部。比如这次《撒娇女王》取自上海话剧新生代导演何念的作品。这个80后年轻人和他的团队已经做了25部话剧，在年轻人中引领了流行文化。虽然说话剧是小众的，但一个剧场再小，它只要达到了一定高度，有朝一日拥有了一个广阔的平台，就能打破剧场这个地点的限制。同样，电视这个播出平台对其他艺术门类同样能敞开大门。没有谁希望自己是小众的，其实小众的标签完全可以撕掉。除了话剧，还可以是音乐剧、芭蕾舞剧，各种行为秀。

从《撒娇女王》的实践来看，话剧和电视的结合充满了各种摩擦。如果把话剧直接搬上电视而不进行改造，观众是绝对坐不住的，并且不在剧场，手中的遥控器随时换台。话剧导演说“不要切近景，近景没力量”，摄像大哥说“不给看近景，观众不乐意”。除此以外，灯光、服装、节奏，各种标准都在打架。为了将镜头里的世界和现场的观感结合在一起，需要磨合出一个新的标准——不能损失话剧作为话剧本身的独特魅力，又要符合电视播出界面，当然，摩擦、碰撞甚至争吵的结果就是形成了一个新的标准——电视话剧的标准，这终究是一个电视作品，观众坐在电视机前。

总导演张丹丹曾担心，这毕竟是一个太新的东西，观众接受它需要时间。然而收视数据显示，观众完全埋单。这或许证明一个小众艺术走上大众荧幕的时代正在打开。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/王庆华

轻松传递正能量

/王云峰



今年8月13日“七夕情人节”，湖南卫视推出电视话剧《七夕之夜——撒娇女王》，将话剧的表演形式和电视的视觉、节奏相结合，同时吸收了歌舞、真人秀的元素，以轻松诙谐的方式体现了时下青年男女的感情众生相，以及现代社会多元化的婚姻爱情观，反映了追求真善美的主流价值观，能令很多青年观众从中看到自己的影子，也从中得到共鸣和启发。

在“七夕”这个电视大混战的夜晚，这场电视版都市爱情话剧，没有外请明星，只动用了自家主持人。节目以平行蒙太奇的方式讲述了北京、上海、长沙三个城市的三个爱情故事。北京是大龄剩女和年轻男孩的姐弟恋，上海是一对年轻人闪婚闪离，长沙则是聪明妻子巧妙惩罚酗酒的丈夫。三个故事极富时代感，非常真实地反应了当代爱情状态，有温馨，有伤感；有争吵，有和好；有笑声，有泪水；在短短的九十多分钟里，湖南卫视的主持人以出色的表演，生动鲜活地展示了不同人物的心理。

爱情是甜蜜的，也是辛酸的；爱情是浪漫的，却也避不开现实的生活。跳出节目本身，在欢笑和泪水的背后，每一位观众都能从三个故事里看到了自己爱情的影子。一位观众说：“刚刚看完湖南卫视的七夕之夜，李莫哭着说她与另一个男人的十年经历，我就跟着她哭。但是不知道为什么哭”；观众褚连杰说：“我依然坚信，我相信爱情。爱情需要千转百回，这样的爱才够刻骨，才会令每个人心动。”在七夕这样一个关于爱情的节日里，节目几乎引起了一场关于爱情的大讨论，也许正如观众的评论：“爱情真的不需要定义，不需要公式，要的只是对爱的真诚！”

节目中的许多经典台词也在观众中口口相传，一时间成为人们对爱情的注解。“你就是个傻子，可是我就爱这样的傻子，因为我也是个傻子”，“婚姻是甜蜜的负担，负是负责，担是担当”，“爱情不是一辈子不吵架，是吵了架还能一辈子”，“幸福其实很简单，幸福就是猫吃

鱼，狗吃肉，奥特曼打小怪兽。只要小爷觉得美，这就是幸福”……湖南卫视2013七夕之夜，通过参加话剧演出的主持人，成功地向观众传递着正面的爱情观。三个故事，三种经历，人生就是这么磕磕绊绊，吵吵闹闹，真真切切地走过。我们都会有那么一场只属于我们的爱恋，我们都会在那场或平淡或轰轰烈烈的爱恋里得到我们的幸福。

湖南卫视在传统“七夕”节播出这样一个形式新颖、主题青春、意义美好的电视话剧，不仅是一种跨界创新，更是将传统佳节的意义向现代社会的爱情进行延伸和升华，揭示出：不管时代如何转变，物质如何丰富，人们对爱情的追求，永远都是真诚、隽永、美好的。这种主题对于社会上一些对感情不负责、轻浮的非主流价值观，是一种抨击和反驳。该节目以一种平易近人、喜闻乐见的方式，让观众感受到了节目传递的正能量，有利于引导年轻人树立正确的爱情观、婚恋观。

（作者单位：湖南卫视）

编辑/王庆华

话剧+电视=收视率第一 湖南卫视怎么做到的？

/月烨 陈识



七夕晚会还搞情歌对唱？太out了！来点文艺范儿的，湖南卫视决定就这么干了。

接到筹备今年七夕晚会任务的张丹丹刚产后复出不久，有丰富主持人和制片人经验的她不愿走老路子，她告诉21CBR记者：“就是不能做晚会，因为那个是老经验，我们要做点别的。”热爱舞台艺术的她野心勃勃，她决定带领着团队要做一次跨界尝试——电视版话剧。

“袁隆平说得很对，杂交是有优势的，任何事情都是这样。”张丹丹对话剧的成功十分自信。结果也一如她所预料：据央视索福瑞全国网的数据，芒果台的七

夕话剧节目以1.28%的收视率和8.77%的市场份额，斩获同时段全国网省级卫视晚间节目收视第1名。

第一个吃螃蟹 不过一个月前，芒果台的领导还是被张丹丹的想法吓到了，这样的尝试在亚洲还未曾有。如果说第一个吃螃蟹的挑战不算什么，那么张丹丹最大的敌人就是时间——一般情况下，一个话剧团队会花一年的时间来打造一个剧。但准备七夕话剧的时间距离七夕晚会只有一个半月，而此时张丹丹手上什么都没有，没有剧本，没有导演，演员也没有确定。

起初，张丹丹的想法更加大胆，她要

做原创剧本。“我们原本就想走原创的路子，需要跟各个创作团队接触，开心麻花团队、俞白眉的翠花团队以及上海的一些团队我们都接触过。但最大的问题是时间，大家都很忙，原创是需要时间的。”张丹丹告诉21CBR，六月中旬开始的走访并不顺利，因为时间的关系与缺乏原创剧本，只好放弃最初的想法。“台里也对我们没信心了，领导开会跟我们拍板说，这个事情不能越干越感觉没谱，你起码得有个基本保证，就排个现成的剧吧。于是我们开始找现成的剧本。”

撒娇女王驾到 这个时候，80后年轻导演、有着“票房蜜糖”之称的何念进入了张丹丹的视线。何念是上海话剧艺术中心的导演，2006至2010年其参与导演的话剧票房达到1.6亿元。何念所导演的话剧内容题材大多关于爱情、婚姻，非常契合年轻人的口味，与芒果台的受众是重合的。“第一，他年轻，第二，他有兴趣，第三，他有时间。”张丹丹说，她喜欢跟年轻人的合作。

张丹丹告诉21CBR记者，之所以最终选何念的《撒娇女王》作为蓝本，原因有二，其一是因为内容跟他们最初的《2013中国爱情报告》的创意有异曲同工之妙，“《撒娇女王》对爱情的表达是对的，代表了各种不同的形态，符合我们当时想做《2013中国爱情报告》这个原始出发点，这是最核心的。原剧情正好是四个城市，四种爱情，四种状况，包括姐弟恋、异地恋、物质派、闪婚、闪离、小夫妻等元素。”

何念也很高兴能与湖南卫视合作，不过他不是冲着收视率来的，“我没想过收视率会有多高，这次我们只是向大家推广一下舞台剧，让更多人知道舞台剧还可以这么演。”何念告诉21CBR，他觉得电视台这么做可以提升观众的艺术品位和文艺情怀。

在双方的合作下，原版话剧中的北京、上海、香港、台北四个城市的故事，保留了北京、上海的故事，为体现湖南台的自身特色，在20天左右赶制出新的“长沙故事”。为符合电视传播，电视版的话剧节奏也加快了，由原剧场版的160分钟压缩到90分钟。演员方面则全部采用芒果台主持人演出，男女主角何炅、杨乐乐本身就具有话剧表演经验，并曾在赖声川的《暗恋桃花源》合作过。

战胜遥控器 剧本和演员敲定了，却只是挑战的开始。这“杂交”可不仅仅是“把话剧搬到电视上”那么简单。

最大的对手就是遥控器。电视和话剧的观众群体及观看体验有很大的不同，剧场观众是买票进来的，是经过筛选的小众化观众，并在一个限定性的空间里观看。电视机前的观众却是广谱的，怎么在这个很松散的、没有限定性的范围内把他们抓住？而且“电视话剧”中间要插播广告最大的问题是，怎么让观众愿意回来？

这就需要一个新的标准，制作团队与何念的话剧团队经过讨论后共同制订：七夕话剧最终是一个电视作品。因此，更多的工作需要电视团队去做：用什么电视的手段来包装，来让观众知道，这是可以称之为剧场艺术，同时又是符合电视观众

收看习惯的东西。“我们最大的难处就在怎么用电视手法呈现。”张丹丹告诉21CBR记者。

与剧场不同，电视的视听艺术最后是屏幕呈现，因此最重要的就是利用导播和后期制作，进行新的、适合剧场感的画面视觉设计。为此，节目组专门将后期制作交给负责《快乐男声》剪辑工作，在网上被称为“神剪辑”团队的“红森林”。同时，节目组还将电视最擅长的“真人秀”融入了话剧播出中，根据演员在台前幕后的活动(尤其是何炅、汪涵等在剧中担任角色的名主持的幕后花絮)拍摄了大量的素材，经整理后，与现场演出穿插播出。

这些调整都让电视机前的观众获得了比现场观众更加立体和全面的体验。就21CBR记者对比现场表演和电视表现而言，例如，导播镜头的切换，尤其是特写镜头的运用，使演员的面部表情细节更加生动地呈现在电视观众面前，而幕后花絮的穿插，也冲淡了广告插入而带来的不流畅感。

3星期完成了3个月的排戏 时间上的挑战让何念团队倍感压力。话剧的制作周期本身要比电视节目长，而这次时间又很紧张。“原来我们做一部剧要3个月，这次只有3个星期。”而且因为用的都是芒果

台的主持人，他们也有自己的节目要做，对排练时间安排和协调后，时间又缩短了。“虽然我们来了3个星期，但是有效工作时间，可能每天只有四五个小时。”

但这些参加演出的主持人也并不好过，除了排练时间很短之外，连曾出演过400多场话剧的何炅在接受本刊采访时也感慨，“这是一个非常新的课题。电视比剧场对演员走位和朝向的要求更严格。在话剧舞台上，演员站在舞台上，朝向观众或者对手演戏，都是可以的，但是考虑到呈现在电视上的效果，演员必须要考虑到面部朝向的准确性。”

为了保证作品的纯粹性，这出七夕之夜播出的电视话剧并没有争取冠名，也没有任何植入式广告。何炅在话剧播出前对21CBR记者说：“我们纯粹想做一个新的东西，所以也没有去谈冠名，就是一个非常干净单纯的话剧。它有可能不符合大家目前的收视习惯，但也许可以开辟新的收视可能。”

现在看来，全国收视率第一的成绩已经给出了判断。

(作者单位：二十一世纪商业评论)

编辑/王庆华



2013 年上半年 中国电视剧总体态势分析

/静萱



当今,电视剧已经成为文化创意产业的重要部分,面对 13 亿人口的这个巨大市场,围绕电视剧的生产、发行造就了一大批影视制作公司,并由此衍生出一条以电视剧为中心的融创作、制作、融资、营销、收视调查和衍生产品开发于一体的产业运行体系。也正因为如此,对电视剧市场的研究、管理、探讨成为一种急需。本文以 2013 年上半年中国电视剧发展的状况为例,从报批、题材、交易、发行、播出、管理等多个角度对上半年电视剧的总体态势进行分析,以期能对中国电视剧未来的发展抛砖引玉。

一、电视剧创作生产综述

根据国家广播电影电视总局公布的数据显示,2013 年上半年全国电视剧拍摄制作备案公示剧目共 547 部 18620 集。按题材划分,当代题材 313 部 10246 集,分别占公示总数的 57.22% 和 55.03%。现代题材 13 部 346 集,分别占公示总数的 2.38% 和 1.86%。近代题材 142 部 4812 集,分别占公示总数的 25.96% 和 25.84%。古代题材 79 部 3216 集,分别占公示总数的 14.44% 和 17.27%。重大革命题材电视剧目 6 部 188 集,重大历史题材电视剧目 3 部 167 集。

全国各类电视剧制作机构共计生产

完成并获准发行国产电视剧 185 部 6396 集。现实题材剧目共计 106 部 3464 集,分别占总比例的 57.30%、54.16%。历史题材剧目共计 77 部 2831 集,分别占总比例的 41.62%、44.26%。近代题材共计 62 部 2184 集,分别占总部、集数的 33.51%、34.15%。古代题材共计 15 部 647 集,分别占总部、集数的 8.11%、10.12%。重大题材共计 2 部 101 集,分别占总部、集数的 1.08%、1.58%。

随着广播电视行业着力推动改革创新,加快发展方式转变,《广播电视广告播出管理办法》(广电总局令第 61 号)、《电视剧内容审查管理规定》(广电总局令第 63 号)等一系列政策的颁布实施,广播电视产业在提升国家文化软实力进程中发挥着举足轻重的作用。电视剧市场交易进一步活跃,销售价格提升,交易集中度提高,更有许多优秀作品向海外发行。新《三国》、《西游记》、《红楼梦》的开拍正式宣告了中国电视剧生产进入“亿元”投资的“大片”时代。在“限娱令”之下,各大电视台纷纷选择以电视剧来保住收视地位。

2013 年不少电视台都把黄金时段电视剧两集连播改为三集连播,电视剧播放平台得到扩容,同时竞争也更为激烈。国家广电总局出台《卫视综合频道

电视剧播出调控管理办法》(俗称“22 条军规”),2013 年上半年,中国电视剧创作生产的趋势和新变化主要表现为:

1、当代都市题材社会热点问题成新宠。从上半年备案公示的当代都市题材 239 部 7851 集,占公示剧目总数的半壁江山,其中家庭伦理题材电视剧最多。另外,2013 年上半年各大省级卫视黄金时段播出的电视剧中,家庭伦理题材电视剧也是独占鳌头,其中“婚恋剧”最为火爆,“婆媳剧”较以往有所减少,“育儿剧”成新剧种、异军突起。

2、近代革命题材雷剧被批,正剧回归。今年是毛泽东诞辰 120 周年,因此革命题材电视剧必然是今年的主打剧种。上半年备案公示近代革命题材电视剧 69 部 2350 集,这些剧中的佼佼者有《火线三兄弟》、《上阵父子兵》、《我的故乡晋察冀》等。此外,《致命名单》、《枪花》、《决战前》等等谍战题材电视剧在今年上半年的荧屏上依然独占一片领地,仍旧是电视剧播出市场的热门题材。

3、古代宫廷题材大幅缩水,古代历史题材卷土重来。上半年国家广播电影电视总局公示的拍摄制作备案剧目中仅有 1 部 60 集宫廷题材电视剧。在上半年各大省级卫视播出的剧目中,仅有

《陆贞传奇》、《山河恋》、《倾城绝恋》等极少数宫廷题材电视剧。其中最为热门的《陆贞传奇》定位为女性励志传奇电视剧,《山河恋》和《倾城绝恋》都主打宫廷恋情。

历史题材电视剧卷土重来,纷纷以高投资、大制作砸出了大动静。今年仅开年大戏中就有《楚汉传奇》、《隋唐演义》、《隋唐英雄》等几部重头剧目。由湖南广播电视台精心打造的《楚汉传奇》投资2.4亿,80集的超长篇幅,四大卫视联播,众星云集,可称得上大制作大手笔。

4、神话题材量少质精,传奇题材受青睐。上半年,全国制作备案的古代神话题材电视剧10部456集。从今年各媒体播出情况来看,神话题材电视剧从伦理剧和抗战剧的铺天盖地之势中杀出重围,如《妈祖》、《财神有道》、《仙女湖之墨仙》等神话剧都是收视一路登高、好评如潮。作为央视2013年开年大戏,《妈祖》播出期间平均收视率4.0714%,最高收视率5.222%。

在所有的电视剧题材中,传奇题材电视剧一向表现最为稳妥,既受制作方青睐也容易赢得观众的喜爱。2013年上半年,全国备案公示的剧目中共有77部2569集传奇题材电视剧,分别占公示总数的14.08%和13.80%。而在播出的电视剧中,《大唐女巡按》、《带刀女捕快》、《大宅门1921》、《像火花像蝴蝶》等传奇题材电视剧均为荧屏热播剧集。

5、重拍、翻拍、续集、前传齐齐上阵,剧名“山寨”多。纵观上半年备案公示剧目和各媒体播出剧目,各种重拍剧、翻拍剧、电视剧续集、电视剧前传齐齐上阵,如武打剧《笑傲江湖》、民国爱情剧《爱在春天》、传奇题材电视剧《大宅门1921》、《闯关东前传》、农村题材电视剧《乡村爱情6》、都市喜剧《新编辑部的故事》等。在2013年上半年全国制作备案公示的电视剧目中,也有诸如《天龙八部》、《飞刀又见飞刀》、《新北京人在纽约》、《新京华烟云》等电视剧。这些电视剧不是翻拍就是续拍,一方面表现出精品电视剧和传统题材的长久影响力和魅力,另一方面也折射出我国电视剧市场目前创新氛围不浓,不

少制作方都成了“啃老族”,不注重开发新的视角和题材,反而不断利用以往的题材做文章。虽然迎合了市场,但是毫无新意的题材长久下来可能会让观众产生反感和不满心理,也减少了观众选择收看的余地。

另外,电视剧剧名也出现了大量类似,《裸婚时代》、《裸嫁时代》、《离婚潜规则》、《结婚潜规则》。还有借以往热播影视为自己的电视剧做宣传的,比如在《妯娌的三国时代》之后推出了《老妈的三国时代》,《婚姻保卫战》之后跟风有了《幸福保卫战》。出现最高频率的词是“幸福”,如《幸福返程》、《陈幸福》、《为幸福而战》、《我们的微幸福时代》、《幸福双行线》等等,备案公示表中扫过去满眼都是“幸福”。

二、中国电视剧市场状况

1、交易

电视剧制作公司的收入来源主要来自电视台和新媒体的采购收入。在限娱令背景下,2012年电视剧在各节目类型中资源使用效率提升明显。中央电视台与排名前十的省级卫视频道是支付能力最强的第一阵营,而目前电视媒体的竞争主要集中在一线卫视以及准一线、冲一线这两个方阵,对应的正是几家上市公司所瞄准的精品剧市场。因此,竞争引致的对高品质影视内容需求提升或将成为行业未来增长主要驱动力。

在我国电视剧产业结构中,有2000多家广播电视台,具有较强购买能力的主要是中央电视台和10多家省级上星卫视。一般而言,电视剧只有进入卫视黄金档才有望盈利。我国电视剧每年发行不到2万集(2010年为1.4万集,2011年约为1.5万集左右),省级上星卫视总体播放容量约2.8万多集,购买剧容量在7000—8000集左右,而其中只有约3000集进入主流卫视黄金档,成为具备良好盈利能力的作品。精品剧因对收视率、点击率提升作用突出,播映权价格持续走高。非精品剧虽有一定需求,但从广告收益来看(仅占电视剧广告价值的10%左右)。买方竞争度低,导致其成交价与精品剧版权价进一步分化,不同制作水平企业间的经营差距进一步拉大。电视台根据购

剧资金和编排要求,可选择独家购买首轮播映权、拼星播映权、全版权购买再发行、独播几日其他频道跟播、以投资代购买等多种方式进行购剧。

2013年安徽卫视再次提出“亿元剧制”的概念,多部电视剧购买金额超亿元;江苏卫视2013年投入12亿元购买独家或热门大剧;东方卫视预计明年的电视剧采购额为8亿元,相比今年增幅高达80%。安徽、湖南、浙江等卫视频道也纷纷加大了新节目开发投入。从电视剧采购价格来看,无论是传统电视台还是新媒体,总体价格水平趋稳,但少部分精品剧集价格创新高是不争的事实。2013年上半年《一代枭雄》每集总价将超过400万。新媒体方面,在经历了2011年到2012年初的疯狂和2012年中跌至谷底后,对黄金档优秀剧集采购价格已经回到均价每集40万元的水平,市场热度最高的剧集甚至能够达到百万元水平。

网络视频和电视台形成互补效应。按艾瑞咨询发布的数据,2012年中国在线视频行业市场规模同比增47.6%,已经达到92.5亿元。预计2013年网络视频行业将持续40%以上的高增长,同时预计网络视频对电视剧的需求量持续增长。

2、播出

2013年电视剧播出市场的竞争更为激烈,各卫视在电视剧市场血拼,导致高位收视率下降,各位次相邻的省级卫视之间的收视差异缩小,收视趋于分散化、扁平化。一线频道将展开血拼,一决高下;而二三线频道排名也会因零点几的差距而出现波动。

一线卫视普遍采取三集连播,独播加少量首轮剧。江苏卫视、湖南卫视两大强势卫视基本以独播剧为主;湖南卫视继续实行周间三集+周末一集全独播模式;江苏卫视基本以周间三集+周末两集为主。二线卫视采取三集连播或两集加剧透的方式,首轮剧加少量二轮剧及少量独播剧。三线卫视剧场基本保持不变,以两集或三集+剧透为主,电视剧多以二轮剧为主,辅以少量的独播剧及首轮联播剧。

随着电视剧版权价格的飙升,中央

电视台与地方卫视进行战略合作的动作越来越明显：央视与湖南卫视结成电视剧联盟，合作还将延伸到综艺节目甚至新闻节目。

此外，很多二三线卫视出于对风险的担忧，就选择与一线卫视联播同一部电视剧，借着一线卫视的东风，和长期培养起来的品牌效应降低风险。天津、浙江、安徽、东方四大卫视同时播出电视剧《心术》，斩获不俗收视成绩。有3家收视排名上升，其中天津卫视2012年5月份上半月较4月份上升了3位，进步最快。

不仅在卫视，地面频道也频频合作，集结了浙江教育科技频道、湖南经视、安徽经视等12个频道的“九合组织”宣布将联合购片，“九合组织”是全国省级强势特色地面频道合作组织，其收视、影响范围覆盖12省市，收视人口突破7亿，占据了中国电视收视和市场消费的“半壁江山”。

台网联动播出并推介电视剧正在成为一种新趋势。如果说央视与湖南卫视合作所产生的优势品牌示范效应，能够跨媒体地挽回正被新媒体蚕食的受众资源，那么电视台与视频网站的联动，则更加具有共赢的意义。传统省级卫视与高品质网络视频双方平台携手，资源联动的整合优势带来的是“大剧”收视率新的突破与受众影响力的全方位提升。“台网联动”创造收视巅峰佳绩过程中，片方、电视播出平台、网络播出平台三者也在互补合作中，找到了携手共赢的最佳姿态，“台网联动”不断创造着1+1>2的共振放大效果。

3、发行

“一次性买断”的市场使“慢热”的佳片在重播时不见效益。《高纬度战栗》制片人丁志抱怨说：“卖片方特别无奈的是重播的次数问题，这对我们来说非常不公平。好剧无数遍地被重播，卖片方却没有半点收入。”导演郑晓龙以电视剧《金婚》为例，他对《金婚》被不断重播却无半点重播收入的现象提出批评。他建议对电视剧应有重播的版税，这有助于电视剧市场的优质优价。

事先做好市场调研，确定营销模式。《士兵突击》没大牌、没高投入、

没女性角色，因而市场不被看好，销售首轮播出权时，很多有影响的电视台根本不认购；而《我的团长我的团》借着“士兵”的名声销售却很火爆，卖出了100多万元一集的高价。该剧制片人吴毅表示，《我的团长我的团》首次尝试“4+4+1”的捆绑销售模式，即首轮播出是北京、上海、江苏、云南四家卫视电视台，二轮播出还有四家卫视台，三轮播出是一家卫视台，9家电视台全都是卫视。而此前电视剧销售大多选择地方台首播，卫视播出往往是第二轮。“如今已进入卫视为主导的时期，各地方台都加大了卫视资源的占有，过去以地面台为主导的局面改为以跨区域的卫视占主导的趋势。我们正是研究了这一点，才尝试采取了这样一种卖片方式，效果很是不错。”目前，国内电视剧的买家不外乎央视和地方台，与央视合作，有利于助推地面频道发行。前者的购买政策和价格因素常使人望而却步，但央视的辐射面广、影响力大，还是有不少公司争着上“央一”或“央八”。通常能在央视首播的都是与其有良好合作关系的公司。

此外，走出海外则是国内电视剧的另一条出路。“目前光靠内地电视台消化，根本收不回成本，更不要说盈利了。”慈文影视是近几年来国产电视剧的“常青树”，尤其是在海外市场的运作上非常成功，该公司董事长马中骏说，“如果摆到国际市场上，我们的电视剧大部分都不具备竞争力！”由于海外市场的特殊性，许多海外电视机构对家庭伦理类的中国电视剧并不认可，大部分感兴趣的仍然是武侠功夫剧，近几年海外对中国传统文化的兴趣逐渐升温，这也是“四大名著”不约而同地被改编成影视剧的市场原因。

三、电视剧创作中存在的问题及原因

1、题材集中扎堆，缺乏创新动力。2013年上半年播出的电视剧中，当代都市、近代革命和古代历史题材作品在数量上占据了绝对的优势，其中题材撞车、剧情模式化、类型同质化现象屡见不鲜。与此形成鲜明对照的则是农村、青少、军旅、少数民族等题材作品资源稀缺、凤毛麟角。电视剧题材在总体上

略显狭窄单一、缺乏创意。

以抗战题材电视剧为例，2012年横店影视城共计接待剧组150个，其中有48个剧组的拍摄剧目涉及抗战，约占拍摄总量的30%。甚至有媒体报道称：一位群众演员透露自己在2012年参与演出了30多部抗战戏，共计出演日本人200余次，且结局大都为被打死，曾在一天之内创下“死”了八回的记录。抗战题材电视剧扎堆现象由此可见一斑。

今年上半年，全国电视剧拍摄制作备案公示剧目中仅有25部739集农村题材电视剧，分别占公示总数的4.57%和3.97%。在播出剧目中，除了《乡村爱情变奏曲》、《樱桃红》两部农村题材剧表现不俗以外，其它农村题材电视剧反响平平，由此可见农村题材电视剧在数量和质量上都有待提升。热播的农村题材均为东北农村题材电视剧的代表，有强烈的地域性，不能代表全国其它地方的农村，更多的农村题材有待挖掘。

和农村题材一样，青少题材电视剧还有大量空白亟待填补。2013年上半年全国制作备案公示剧目中仅9部304集青少题材电视剧，分别占公示总数的1.65%和1.63%。在播出的剧目中，青少题材电视剧毫无踪迹。不仅是今年，往年的青少题材电视剧也是难得一见。

军旅题材电视剧也不如2012年火爆热门，2012年播出的《我是特种兵之利刃出鞘》、《麻辣女兵》、《兵峰》等电视剧都是收视和好评齐涨，而今年到目前为止仅有《战雷》一部军旅题材电视剧。另外，2013年上半年全国制作备案公示的剧目中只有11部335集军旅题材电视剧，分别占公示总数的2.01%和1.80%。

2013年上半年全国制作备案公示的剧目中，只有1部涉及少数民族的电视剧。播出剧目中仅有两部少数民族题材电视剧，《西藏秘密》是西藏民族题材，《阿娜尔罕》是新疆民族题材。少数民族题材电视剧一直在电视剧市场中处于弱势地位，目前的少数民族题材制作存在融资难、审批难、播出难、盈利难等问题，还需要国家相关政策和相关部门

门继续大力扶持。

题材内容新颖、表现方式独特的创新之作少之又少,国产电视剧题材匮乏、创意不足的问题已是当务之急。

2、跟拍翻拍成风,难续经典辉煌。2013年4月举办的北京电视节目交易会上,《新天龙八部》、《新金粉世家》、《新中华烟云》、《新上错花轿嫁对郎》等不久前曾经热播的电视剧纷纷迫不及待地上马重拍,其中最年轻的翻拍剧为三年前播出的抗战剧《雪豹》。目前电视剧这种翻拍频率越来越高、被翻拍对象经典化程度越来越低现象的出现恰是电视剧题材创新严重匮乏的表征。

除翻拍剧外,热播电视剧的续作或姊妹篇也纷纷搭起了原作的顺风车。《大宅门1912》、《新编辑部的故事》、《青春期撞上更年期2》等经典作品的续作或姊妹篇也不在少数。无论是翻拍剧还是以原作为基础的续作或姊妹篇都直接跳过了电视剧题材创新的环节,寄希望于借助原作所积累的社会美誉度取得宣传、发行乃至收视上的保障。

但事实上这种以收视率为唯一标准的浮躁心态对电视剧创作所造成的伤害是巨大的。以《大宅门1912》为例,这部电视剧虽然取得了不俗的收视成绩,然而却被众多喜爱《大宅门》的老观众批评“没了宅门味儿”、“不及正传好看”。编剧兼导演郭宝昌深有感触的说:“《大宅门》是我酝酿了40年的作品,宅门里的事我再熟悉不过,每个人物早就在我心里活了,不把他们写出来我憋得难受。但《大宅门1912》的剧本我写了好多版都不满意,因为我不熟悉民国时期的山东,最后是借助书面资料才完成了创作”。缺乏不吐不快的创作欲望,少了充盈血脉的生活积淀,即使是原作者的心血之作,也终究无法超越经典。

四、政府对于中国电视剧创作生产管理的启示

1、加强引导,繁荣创作。坚持重点引导和整体提升相结合,实施精品战略。抓好重点题材创作引导,重点扶持重大革命和历史题材、新时期改革建设题材、农村题材、青少年题材和少数民族题材电视剧的创作生产。坚持思想引

导和政策激励相结合。一方面要引导我们的文艺工作者树立十年磨一剑的创作精神,深入实际、深入基层、深入群众,坚持正确的世界观、人生观、价值观,反映社会生活;另一方面要从资金、评奖、推荐播出等方面拿出切实可行的政策措施,激励广大电视剧工作者更加自觉的坚持思想导向、价值导向和审美导向,要争取设立一个精品电视剧专项资金用于扶持、引导奖励公益性电视剧和优秀电视剧的创作生产。建立评价体系 and 评论引导相结合。要抓紧建立、健全科学的电视剧的评价体系;要切实改善和加强文艺评论,支持有条件的电视台开辟电视剧评论栏目,重点加强对电视台的黄金时段播出的电视剧的公众评论,扩大优秀国产电视剧的影响。

进一步完善电视剧的备案公示制度。通过电视剧电子政务平台上做好创作提示工作,针对一些不良倾向苗头和问题做到极早发现,极早解决。加快审批流转进度,合理引导,激发并利用市场自我调控机制,为影视行业实现百花齐放把握机遇,创造条件,营造环境。目前,湖南等省级广电行政管理部门率先建立剧本审查制度,切实从源头上为制作单位的创作生产保驾护航。

2、完善市场,壮大产业。培育市场主体。巩固国有电视剧事业单位转企改制成果,继续推进公司制、股份制改造,完善企业法人治理结构,引导电视剧生产要素向优势企业集中,特别是国有电视剧企业要通过资产重组、上市融资等多种途径做大做强。加强电视剧从业机构管理。强化资格准入,确保注册资金达标、无外资注入等情况,加强监督检查,切实做好年度考核工作,建立退出机制。充分发挥龙头骨干的作用,继续支持民营电视剧制作企业发展,着手实施品牌电视剧制作企业评选制度,促进优秀企业的成长。

培育市场体系。以中央电视台、卫星电视上星频道为重点,确保国产电视剧播出时间和比例,巩固电视播出市场;以规范秩序为重点,进一步培育健全电视剧交易市场,尽快推出电视剧购销合同必备条款;积极开展创新性商业

合作,以互联网、手机等为重点,着力开发电视剧新媒体市场,双方依托各自优势拓展战略合作;以推动电视剧与图书出版、家庭音像、电影、游戏、旅游、玩具等融合发展为重点,大力开发电视剧后产品,衍生产品市场;以建立健全营销主体和网络为重点,加快开拓电视剧国际市场,加大力度建设国际营销网络,组建海外营销团队,加强要素市场之间的联系和互动,培育形成有机的市场整体,推动电视剧综合效益增长。

3、加强调控,改进管理。切实加强内容审查管理。严格按照《电视剧内容管理规定》(总局令第63号)履行审查职责。建立健全广电总局和省级审查机构相互联动、相互配合的内容审查机制。根据每一季度全国季报情况,定期为制作机构提供一些前瞻性的政策指导。

加强播出管理。继续实行黄金时段国产电视剧播出管理,完善省级卫视综合频道电视剧编播管理办法,保证中央电视台、卫视上星频道黄金时段电视剧以正面宣传为主,以弘扬主旋律的优秀现实题材为主。突出抓好电视剧违规插播广告治理,抓紧研究制定电视剧新媒体播出的管理措施和办法,进一步推动网络环境下电视剧正版化播出。提高准入门槛,对粗制滥造电视剧项目坚决不予上星播出。

建设队伍,夯实基础。要结合实际,在提升队伍整体素质的同时,抓紧培养电视剧领域急需紧缺人才。重点培养创作创意人才、精英管理人才、专业技术人才,努力造就一批德艺双馨的名编剧、名导演、名演员、名制片和高端精英管理人才。高度重视年轻人才的培养,重点选择和培养一批有发展潜力的中青年电视剧工作者。广电总局号召所有电视剧从业机构和人员都要把党和国家的利益放在最高位置,勇于担当社会责任,恪守职业道德,坚持对人民负责、对社会负责、对国家负责,努力创作生产更多无愧于时代,无愧于人民的电视剧精品。

(作者单位:湖南省广电局)

编辑/王庆华

科技和文化 对动漫产业方向的影响

/周朝辉



动漫产业是当今世界公认的朝阳产业，它以创新性、高附加值性、强融合性、渗透性、辐射性和持久赢利性等特点跻身于欧美发达国家的支柱产业行列，但中国动漫发展之路却比较坎坷，2008年的全球性经济危机，冲垮了历经20年为境外动漫企业代工的代表深圳动漫。以湖南为代表的中国自主品牌动漫，历经十余年的发展，有成就但也有困惑，通过在业内近十年的学习和考察研究，我对动漫产业发展有了新的认识，特别是国家在对动漫文化产业实施高度扶持政策的前提下，对中国动漫产业在现有基础上取得长足发展进行探讨和思考。

一、动漫文化跨向产业的历史

动漫首先是文化，其次才是产业，没有这样一个基本认识，就很难知道该如何发展动漫产业。其实上世纪初就已经有了动漫，只是那个时代没有诞生电视机，缺乏推广平台。当时的动漫作品只局限于电影播映前数分钟的插播，是影院在等待看客的过程中让先来的人不枯燥而播出的附属品，但动漫作品夸张的人物造型与活泼的肢体语言很快让人们所喜爱，可缺乏推广，产生的影响不是很大，没有达到产业化，只形成了文化。随着近代科技的发展，特别是电视机的诞生和普及，迅速推动了动画的飞跃式发展。上个世纪初，美国迪斯尼动画代表作《唐老鸭与米老鼠》经电视播出后得到了一家儿童家具公司300美元的授权费，这也是全世界动漫文化得到的第一笔授权费，这个标志性的授权费也成为动画文化向产业化跨出的重要第一步。

二、科技发展对动漫行业的影响

没有电影和电视的诞生就没有今天的动画，严格来说动漫是被科技带动的行业，所有成功的动漫作品都是经过电

视和电影推广成功的。科技发展日新月异，动漫行业也得到了前所未有的大发展，从生产技术到推广平台都得到了多元化的提升。电脑绘画的运用有效提高了节目生产的产量和质量，网络与手机等多媒体平台的诞生拓宽了动漫的发展领域，加快了创收多元化的进程，同时也降低了推广成本和运营风险。2000年韩国玩具设计师在一次失败的玩具设计方案基础上改良，做成网络动画《流氓兔》，通过几乎零费用运作的网络播出渠道，创造了收入上百亿的财富神话。

早期动漫都依赖画家在纸上绘制，材料费昂贵，加上不好修改和制作周期长等因素，使得传统手绘动画每生产一部节目需要上百人的制作团队，而电脑绘画的技术运用将制作团队压缩到几个人，手绘时代最低成本的动画作品每分钟需要1000美元，现在FLASH动画只需要150美元。

科技是动漫发展的基础，从动漫发展历史来看，好莱坞电影诞生了美国动漫，电视的全球普及成就了日本动漫的辉煌，网络时代造就了韩国网络动漫游戏的强势发展。随着手机3G时代的到来，中国动漫将迎来新的春天，中国近10亿的庞大手机用户群是中国动漫发展最大的后盾，也是中国动漫林立世界文化的重要契机。

三、文化底蕴对动漫产业的影响

动漫创作是以传扬文化为立身之本，成功的动漫作品往往都是依靠文化底蕴、历史史料以及现实生活等素材交织而成，例如美国版《花木兰》、《功夫熊猫》用的是中国的“原料”、美国的“佐料”；日本版《三国演义》是用日本人的眼光将中国文学名著改编成日本漫画。因此可以肯定在动漫发展过程中最具根本的核心还是文化背景，有着丰富文化底蕴的中国在动画科技发展的今天

将会比美日等国动漫的发展更具势头。

“敢为人先”的湖南人文文化使得湖南动漫在全国动漫发展中最先实现产业化。早在90年代末期，中国“蓝猫之父”王宏做的《蓝猫淘气三千问》，把《十万个为什么》用动漫展现，出现了动漫+教育的新型产业方向，在短短数年创造数十亿的财富神话，他是中国大陆第一个把动漫文化跨向产业的人。

四、挖掘历史文化与动漫产业的关系

湖南是文化名省，自古文化名人辈出，有如此多的文化背景和文化遗产，我相信有更多的湖南动漫企业会充分挖掘历史文化，推进动漫产业的发展。比如湖南的马王堆西汉文化和千年女尸“辛追”，如果能根据马王堆文化特色来设计制作“辛追”的故事，通过动漫把马王堆的红木漆工艺及丝织物等文化亮点更加艺术化地还原，我相信人们将会对马王堆文化有更深层次的认识。如果创意走通了，具有马王堆特色图案的服装、首饰、首饰盒、皮包、图书、光碟等都会被人们所喜爱。同时优秀的动漫作品也可以直接让青少年认知马王堆文化，对弘扬中国文化具有积极的作用。

五、地域特色文化和动漫发展的关联

依靠中国深厚的文化底蕴和庞大的消费群体，动漫等文化创意产业在中国具有无限的商机和发展意义。湖南远古有炎帝文化和新化地区的蚩尤文化（夜郎国），山东有孔子，广东有黄飞鸿，郑州有少林武术等等。作为从事文化产业的我们应当多学习多了解中国地域特色文化，结合现代行业操作模式，多挖掘具有地域特色的项目，为动漫创作提供更广阔的发展空间，解决国内动漫创作题材单一的局面。

（作者单位：湖南广播电视台节目交易管理中心）

编辑/肖清

浅谈《我们约会吧+》 的生命周期管理

/王潇

《我们约会吧》2009年12月24日开播，周二周三双播，2012年6月改版，播出2年半，第一次大规模改版。

保持原来《我们约会吧》的多对一的模式，《我们约会吧+》（以下简称“约会吧+”）从2012年周二、周三后晚间升级开播，节目从播出至今一直收视稳居全国前二，2013年6月19日的节目，又刷新了五个月的收视记录：收视率0.84，份额5.92%，排名第1，推及观众规模4100万，为2013年新高。

获得突破，并稳固收视率，需要继续思考：一、同类节目林立，《我们约会吧+》如何显特质、抓受众；二、引入了“百女大战”、“MR.RIGHT人机对话”等酷炫形式创新，但本质的内容创新如何体现并保持新鲜度；三、节目如何适应并活用主持人变更、节目时间拉长、时段变化等变量；四、《约会吧+》是后晚间节目中唯一有品牌基础的节目，邱启明的加盟，如何将节目的已有热度转化为收视？挖掘“新闻主播”社会话题的延展性。问题的思考，也是对于《我们约会吧+》生命周期管理的思考，如何让“老”题材焕发“新”活力，如何让“旧”主播焕发“新”看点？

大体为：男女嘉宾站在不同的性别立场对事件进行本体分析和衍伸讨论，并着重呈现男女两性在情感倾向、情绪表达、价值判断、处事方针等方面的冲突和异同。简言之，就是以交友、相亲为壳，以“男女竞合”/“性别之争”/

“男女冲突”作为内容看点。

◆以“男女竞合”作为《约会吧+》的内核看点是必要且可行的内容创新

一、面对“社会系”的《非诚勿扰》、“视觉系”的《连连看》、“情节系”的《百里挑一》，《约会吧+》可以“男女竞合”为内容看点及独门利器，做融感官享受、情节冲突、价值表达为一体的“综合系”交友

目前交友类节目遍布全周，《爱情连连看》、《谁能百里挑一》、《非诚勿扰》等节目凭借不同的侧重和特色各自为强。浙江卫视《爱情连连看》独家创新出观众代入感较强的“爱情大检索”和“心理测试”环节，这些模式与流程让节目颇具悬念和游戏感，配以相亲节目中数量最多的美女嘉宾秀，节目更像是一档流光溢彩、活色生香的“视觉系”感官盛宴；东方卫视《百里挑一》有意将自己打造成跌宕起伏、意外不断、人物讨喜的“情节系”交友，节目进行过程中，意外不断、“反转”层出；王牌霸主江苏卫视《非诚勿扰》一直以“社会系”的观点碰撞、价值张扬见长，孟非、乐嘉是节目的灵魂人物和引导力量。以上这些节目对社会、人性、现实均有所涉及，“功能系”的原版《我们约会吧》并不是最有张力的。《约会吧+》要在相亲节目的“铁桶阵”中抢占空间和市场、并形成稳定而持久的影响力就必须“求异”。

目前尚无一档交友节目以两性视角为切口，专注于呈现男女价值观、表达

方式的异同，受众心目中有关“两性冲突类交友节目”的心智资源尚未被抢占。若将“两性之争”打造成新版《约会吧+》的核心卖点，一方面将有助于提升节目的个性和辨识度，观众会将《约会吧+》与“交友节目中着重呈现性别之争的唯一一档”主动挂钩，另一方面，贯通了这一内容的《约会吧+》能更灵活、有指向性地植入各类看点和设计，过程中可能会出现更多让观众意想不到的复杂性局面，《约会吧+》有望成为市场上唯一一档融感官享受、悬念意外、价值冲突为一体的“综合系”交友节目。

二、“男女竞合”、“两性差异”是话题富矿，也是低门槛、高代入、强共鸣等节目效果的活化剂

男女两性被喻为“来自不同星球的不同物种”，他们的自然属性、心理属性和社会属性有着极大差异，这也决定了他们在为人处世、交往方式、移情能力、价值判断等等方面的千差万别，因此，男女性别交锋这一内容本身就极具可塑性和话题空间，大到生活之道、夫妻之道、职场之道的不同立场，小到应先投资还是先买房、教育孩子要严厉还是要随和、该不该不考虑后果地见义勇为、不回家过年能不能接受、处理婆媳问题时是否该惟长辈独尊等细节问题；另外，观众本身也由男女两性组成，放大两性观点冲突与媾和能刺激他们的无意识参与和跟随，与节目中同性有着类似观点和经历的观众极易产生高代入感

的价值共鸣,与节目中异性持有相反观点的观众也在通过不屑或反驳等情绪积极参与着节目观看,“性别之争”因此也能激发节目线上线下的话题能量释放,从而提升节目影响力。

三、“男女竞合”更利于新主持人的智性魅力发挥及嘉宾特色的做深、做透

央视新闻频道主持人邱启明担任《约会吧+》的主持人,不同于央视众多“脸谱化”的主持人,邱启明向来以有态度、有个性、不人云亦云而独树一帜,同时,新闻节目主持人理性、睿智的特色也他身上也十分明显。《约会吧+》邀请邱启明担任主持,也是出于节目风格转型、特色拓展、定位升级的需要,因此,《约会吧+》保持邱启明的个人特点对节目的“邱式点评”,个性化符号化标识化。相比调侃男女嘉宾对对方的印象、打听双方的交友嗜好,有关两性观念交锋的话题可能更适合新主持人的个人形象和特色,有利于主持人魅力、能力、角色定位的最大化发挥,值得节目组进行尝试。

另外,《约会吧+》时长由原来的70分钟增至90分钟,如何活用时长增量来为新节目增色也是节目需要考虑的问题。若仅仅是靠增加男嘉宾人数,可能难以真正拓展和升级节目的取向和追求,观众往往记不住流水的嘉宾轮换,而更易被某位嘉宾的个性观点、举动所打动和吸引。因此,在男嘉宾人数不变的前提下,依靠加入多段社会热点事件VCR及呈现男女嘉宾不同性别立场的观点激辩来填补时长,有助于做深、做透每位嘉宾的个性表达。男女辩论有如一面镜子,在面对面、急速的唇枪舌战中,伪善和唬弄会被“打回原形”,本真和美好也有可能被进一步烘托,有限时间内的亮点、看点和变数都能得到进一步的延伸和放大。《约会吧+》有望由交友功能型娱乐向更深层的价值型娱乐、精神型娱乐转型。

◆挖掘并放大“男女竞合”过程中

的看点

一、为每位男嘉宾流程中靠后的环节,靠信息量与情绪的累积放大最终悬念

《约会吧+》男女辩论可选择在每位男嘉宾流程中偏后的部分呈现,这主要是基于以上考虑:1、辩论的人数不宜过多,通过前面几个环节可筛选掉一部分女嘉宾,有助于观众视线的聚焦和嘉宾个性、面目的放大;2、相较前面几个环节,辩论是男女嘉宾“看对眼”、知晓对方基本条件后的进一步、更为深层次的接触,既有助于双方增进了解,在节目逻辑走向和信息推进上也呈现出了一种自然而然的递进关系;3、辩论环节变数较大,有可能出现各种意外或“反转”,从而压轴为每次配对铺垫了更多悬念,有利于观众情绪的积累和爆发。具体来说,通过两性辩论,嘉宾就有可能考虑选择与自己观点趋于一致、分歧不大的异性,也有可能独辟蹊径、趋向于选择与自己观点格格不入、但表现突出、让人印象深刻的异性,而对方亦有可能拒绝或接受这一选择。因此,通过两性辩论,观众的口味将被高高吊起,节目的终极悬念(是否能够配对成功)将被进一步放大。

二、VCR选材可参考具有争议性的社会热点事件,但不透露节目立场,将激辩的空间留给男女嘉宾,将引导、把控制权交给主持人

为五位男嘉宾分别配备的五段VCR可看成是男女辩论的“药引”,同时也是其它同类节目不具备的标识性核心元素,能起到引发“围观”的作用。VCR内容可直接取材自全国各地媒体报道的社会热点事件,做“二道贩子”好过“亲自制作第一手素材”,原因在于,这些已有的新闻素材往往具备了一定的认知基础或话题性,直接采集已有报道也更为省时省力。同时,VCR选材也是两性辩论环节能否成功的关键,选材必须具有讨论空间,能呈现“于情于理”的不同见解,且能特别针对男女两性的心理特点引出“公说公有理婆说婆有理”

的不同立场,以最大程度引发观众的代入感和共鸣。选题可参考社会新闻中有关两性的话题,如神九启用女宇航员、“女孩上班时为乞丐者撑伞遭开除被指不好好工作”(中新网)、“女士与小20余岁男同事恋爱遭反对”(北京晨报)等。

在具体呈现时,节目不必对事件VCR进行过多的重组加工,而是朴素、简短地讲述事件经过即可。这一设置可弱化节目立场,而将讨论、激辩的空间抛给男女嘉宾,为他们留出更多的话题自由度,再通过节目的后期制作与剪辑,尽量为辩论的男女双方呈现平等的表达空间和话语权。另外,辩论部分既是看点也有风险,对主持人的现场把控能力、引导能力都有很高要求,节目也需要与主持人、嘉宾做更细致缜密的事先沟通。

三、不仅要呈现“竞”,亦要突出“合”,才可减小节目风险,维护节目的“交友”主旨

无论融入何种环节和看点,《约会吧+》仍是一档交友类节目,交友、相亲是其主线和宗旨,因此,节目需要巧妙地融入辩论环节、体现“男女辩论服务于节目相亲主旨”,才能尽可能地降低舆论风险。在具体的设计中,为了服务于节目主旨,男女之辩环节的由头可以是“寻找知音”、“通过观点交换寻找真正的心灵伴侣”等等。另外,在辩论的过程中,既需要有男女双方的看法差异和观点交锋(竞),同时也不能漏掉双方嘉宾对对方的认同和肯定(合),才能紧扣节目宗旨,不至于被质疑成“为辩而辩”。

新的环节、技术、舞美能让观众耳目一新,而新的内容看点才能真正赋予节目新的精、气、神。“男女竞合”能为《约会吧+》打上风格烙印和“独一门”的看点标识,但同时,该个性内容对嘉宾、主持人、节目策划都有更高要求,才能保持节目的新鲜度。

(作者单位:湖南公共频道)

编辑/曾致

浅析“针对性”原则在电视谈话节目中的应用

/于佳鑫

如果说口语化、互动性、引导性是谈话节目区别于其他语言类节目的主要语言特征的话,那么针对性的多点扩散则是从根本上使谈话节目独树一帜的主要原因。

一、针对性是电视谈话节目的特性

谈话节目属于大众传播活动,是以面对面人际传播的方式,通过电视媒介再现或还原日常谈话状态的一种节目形态,通常由主持人与嘉宾或观众在演播现场围绕话题或个案展开即兴、双向、平等的交流。

谈话节目的形式特点造就了整个节目过程的高参与性,而高参与性也就意味着活动参与体更加的多元化,因此,谈话节目除了给观众带来平等参与的愉悦享受外,对节目当中的主持人元素也有较高要求。谈话节目在还原了日常的谈话状态时,将聊天的随意性和灵活性带进了节目制作过程,主持人言语中所要针对的内容,立即变得散而广,没有足够的修养素质和经验作为支撑,很难做好节目。这也是为什么好的谈话类节目主持人一直是“稀缺产品”的原因。甚至可以说一档谈话节目的好坏也可以用来衡量一名主持人自身素质修养高低的“试金石”。国内几档较受观众喜爱的谈话节目如《杨澜访谈》,《鲁豫有约》,《咏乐汇》,《康熙来了》等,均是以主持人的名字或相关字眼来命名,这也正体现了主持人在谈话场上的核心地位以及在观众心中的分量。

从本质上来说,谈话节目的双向传播的特征,具备了单向传播不曾具有的优势。“真人,真事,真实的时空再现,是促使观众与电视亲和的力量。”从传播学上看,谈话节目将人际传播的优点融入到大众传播中,因此,主持人要素则是体现人际传播的最好着落点,而落实到表现形式上,便是由于节目录制的针对性从传统的单点到多点的扩

散,现场状况的难以预测和复杂使得主持人的核心地位和不可取代性一下便显露出来。

在电视谈话节目的制作中,针对性原则的运用同样存在两个先决条件,谈话场元素的变化万千以及节目制作的宗旨和定位。你的场内和荧幕上的观众是谁?你的谈话对象又是谁?你的谈话内容是什么?你邀请本期嘉宾的初衷是什么?你希望达成什么效果?如果这是直播的话,目前的状况在你的预期吗?当一名谈话节目的主持人将这些都思考到位的时候,他所要做的可就并非想象的那么简单了。每个问题的背后都可能有你意想不到的答案。笔者曾有过类似的主持实践,感受颇深。面对一名白发双鬓的老人,和面对一位十来岁的少年,在整个谈话过程中你如何与他们平等的交流?在娱乐节目的谈话中和新闻类型的谈话中,你又如何保持与观众诉求点的平衡?各式各样的角色围绕着一档节目,同一个主持人将会发现,学会针对,不是件容易的事。崔永元主持节目时十分口语化,极富个人魅力。因为他知道他面对的大多数是文化水平并不高的老百姓,观众看他的节目,也是喜欢他的唠嗑。简言之,在双向交流的谈话中,为了达到效果,要努力改变自己去适应万变的谈话环境。

二、针对性原则在电视谈话实践中的表现

一是“谈话场”语言的针对性。谈话场是由演播室、主持人和被约谈者构成的,这是一种物理环境。在这个物理环境中,三者是互动的关系,核心是主持人,演播室是物质元素,为谈话提供一个合适的场景。

谈话节目是大众传播和人际传播相结合的产物。正是因为其将二者的优点整合,缺点互掩,才使得谈话节目受到观众的喜爱,甚至成为大众传播的一个

趋势。谈话节目将人际传播的特性引入之后,互动带来的不确定因素顿时显现,及时应对来自嘉宾和观众的反馈,引导这些非专业元素朝最终的录制目标进行,原先的单点针对必须得扩张到针对各个元素的反馈。因此,这里针对的因素就多了起来,针对性也就先从扩散和因事而异谈起。比如,央视二套推出的脱口秀节目《咏乐汇》,以主持人李咏邀请朋友做客吃饭为形式的一场闲谈,进行一场与成功人士畅谈经营人生智慧的访秀。整个谈话内容都将以嘉宾经营人生的智慧为主线,选择嘉宾人生中最典型的故事,在《咏乐汇》中,主持人将为嘉宾提供菜品、茶点、酒水等,其间,配角演员采用“真人VCR”的情景表演,再现嘉宾人生中的精彩片段,谈话以轻松幽默的方式(如收卡爆料、虚拟情境表演等手法)点击和放大嘉宾人生旅程中的转折点。

二是节目主题的针对性。目前我国电视谈话节目的大致分类,在内容上有新闻信息类谈话节目、人际关系类谈话节目、综艺娱乐类谈话节目、专题对象类谈话节目四种基本类型,而从形式上看则有聊天式谈话、访谈式谈话、论辩式谈话和综合式谈话四种。不论如何分类,都决定了每种形式的谈话节目有了属于自己针对的特点。不同类型的节目需要赋予的语言类型和情感存在较大差异。正如麦克卢汉从“清晰度”角度出发,将媒介分为“冷媒介”“热媒介”,主持人元素的参与度,也应是随着其他元素的变化而有所针对性的。如果《康熙来了》两位主持人总是以矜持和所谓得体的仪态面对着嘉宾和观众,提出精简而富有韵意的问题,那么那些本想娱乐自己放松身心的观众们,还会深受感染尽情投入吗?反之,正是由于两人常常抛出富有争议而大胆的言行,真实的演绎自己,才能受到如此之多观众的青

睐。

这也说明,在新闻信息类的谈话节目中,不应该出现过分随意、谈笑豪放的语言风格,而在综艺娱乐类节目中,倘若一味秉持着拘谨严肃的语气,则不符合这类节目受众的心理要求。聊天类节目与访谈类节目之间的语言差异也是存在的,学会区别对待,有针对性的主持,才能避免混淆节目初衷。聊天节目的人际传播特点更为明显,它需要的是两人甚至更多人围绕主题的热聊,较为强烈的互动状态和快节奏会给观众更加亲切和谐的感觉。而访谈类节目则有更为明显的“议程设置”味道,通过挖掘预定的嘉宾及背后具有意义的故事,来达到某种效果。因此,聊天类节目主题较为浅显,更多是个争议讨论的话题,而访谈类节目的引导性较强,主持人不需太多言语,应尽可能的给予嘉宾说话的机会,自己则起个承上启下的作用。

三是受访对象的针对性。尽管每档节目有自己总体上的风格定位,但具体提问方式和选择切入点,最终还是得从当期采访嘉宾入手,否则,谈话效果将是尴尬而失败的。同样是《面对面》,在王志采访日本年轻的女乒乓球选手福原爱时,这个仅仅17岁的“瓷娃娃”显然招架不住王志咄咄逼人的提问风格,提问不仅涉及中日两国的敏感话题,还不断挖掘福原爱的家庭及其私生活,让这个纯纯的小女孩当场落泪,无助地望着身后的教练。这就证明了受访对象针对性的重要。在具体的实践中,最能体现针对性的,当属嘉宾元素。嘉宾元素是构成整个谈话节目的一个重要部分。可以说是谈话场中重要的难预测元素。这也正是谈话节目的魅力和精彩所在。融入这一元素,意味着人际互动的产生。所以,如何将此类元素引导到最初设定的方向上,而不至于脱离初衷太远,需要主持人元素采取针对措施。互动,前提是有共同议题,基础是在于平等,关键在于有部分相近的思维方式。面对复杂多变的嘉宾对象,有针对性的采用语言、思维方式极为重要,因为年龄差异、性别差异、背景差异、经历差异均会产生不同的思想观念和思维方式。通过针对性的语言提示和表述,尽可能的贴近对方,才能取得对方心理认可,达到深入交流的目的。

四是各元素状态的针对性。我们常常遇到这种情况,即谈话场中各大元素同时存在针对的对象的不同状态,使得

现实针对性变得复杂化。而正是这种迥异的针对性,让谈话节目在红火了十几年后遇上了瓶颈。究其原因,是因为谈话场中的主持人(同时也是节目制作方)、嘉宾、观众成为三个独立体。这三个独立体抱着各自的目的完成整个节目的制作、传送、接受的过程。因此,当三者的目的吻合时,节目是成功的。反之,当各自所针对的方向目标不一致时,也就产生了瓶颈的僵局。

很显然,嘉宾通常可以认为是主持人的配合体,一般会与节目制作方积极合作,是节目构成中一个较为平稳的元素。至于受众,则有着属于自己的针对性。尽管“议程设置”使得媒体具有优先发言权,但随着电视节目的普及和多样化,媒体资源从稀缺到富足,受众的信息接收度逐渐饱和,对于节目制作的反向影响力也越来越大。受众对于电视节目的针对性体现在从节目获得满足、得到启发和学习,是一种精神享受。因此,倘若节目制作方将针对性的重点放在这里时,双方一拍即合,传播得以顺利进行,并形成良性循环。而当节目制作方将针对性的侧重点放于收视率、短期效益和利益的竞夺上,刻意制造噱头,虚假场面,空洞无内容,所达结果,则难尽人意。

三、坚守针对性原则的两块基石

第一要恪守媒体人职业道德,纠正不恰当的错位。不得不承认,在如今的谈话类节目中,假象、迎合观众的状况一直存在。为无原则地迎合观众的心理期待,制作者、嘉宾、现场观众甚至合谋人为的制造悬念来蒙蔽广大观众的现象并不少见,这就是谈话类节目出现瓶颈的根源。2002年,崔永元在离开节目前坦言:“我刚干上这行的时候,都是以真实状态来参与的。而现在变成了相互迎合。当大家相互迎合时就没有了当初的那种真诚率直。我有时候觉得,现在的节目太圆滑了。在技术越来越成熟的时候,我们失去的是许多真实的、宝贵的东西。”的确,当人际交流变成伪互动的时候,事情就变得很糟糕了。这种对于受众的隐瞒欺骗,与受众最初的心理预期是格格不入的。

现行的媒体盈利模式是:媒体通过优质的节目吸引受众注意力,广告商以受众对媒体的注意力为等价筹码,花钱投入广告,最终形成电视台收益。可以看出,电视台的直接收益在于广告,而优质的节目则是一切的基础。无论是从

媒体盈利模式的根源挖掘,还是媒体人自身的职业道德约束,对节目负责是媒体人需要针对的主要目标。2011年,广电总局连续颁发的广告禁令,让电视界盲目植入广告之风稍作收敛。尽管科技的发展使人们可以达到各种预期效果,但浮躁的心理带来的虚伪和欺骗深深刺痛了受众的敏感神经。最终,这种手段将不利于传播环节的顺利进行。纠正错位有待媒体人恪守职业道德,始终朝着正确的方向迈进。

第二要提升媒体人的人文素养,拓宽自身的知识面。国内著名女主持杨澜曾自曝自己最失败的一次主持,采访的对象是台塑企业的王永庆,王永庆先生为人低调,性格较倔,事先准备的半个多小时的问题,仅在短短的十多分钟便回答完毕。访问过程当中王先生总是以“是”或“不是”来回答,但反观整个谈话,只有一个问题回答得最多。当被问到“你对台湾当局限制台商在大陆投资怎么看?”时,王先生开始发表带有倾向性的见解。可见,王先生并不是不回答,而是没问到要点上去。事后,杨澜回忆说:“这次并不成功的采访倒是给我提了个醒——在今后的采访中,我会争取把问题问得更有针对性和时效性,并做好更多的备份问题来预防出现类似的情况。如此说来,还真要感谢王先生当年给我的这次教训。”

如何走进嘉宾和观众的心里,需要的是多种阅历和强大的知识储备。能与同年龄人滔滔不绝,但能否换一种心态与其他年龄层的人谈笑自如。针对不同人群,语言的运用是否又符合受访对象的习惯。亦或仅仅是采用千篇一律的套路来做节目。当主持人在个人业务水平上开始下功夫的时候,他就能在谈话节目中灵活运用针对性,做好每一期节目。

媒体人素养是谈话节目的基石和支撑点,也是节目录制中鲜明确切的针对性的保证,着力提升自身的人文素养、努力拓宽视野和知识面尤为重要。要有捕捉时代、社会热点的嗅觉,一方面追踪社会讯息,另一方面在搜集充分信息的基础上有所创新,实现从形式到内容的不断挖掘和深入。要做到知识面的无限延展,如将娱乐型、学习型、信息型交错搭配,巧妙结合,推陈出新,就能拓宽节目的受众群。

(作者单位:湖南广播电视台)

编辑/王庆华

谈谈电视谈话类节目的剪辑

/于自力

《关注》是常德广播电视台推出的一档关于青少年健康成长的大型谈话类节目，从1998年开始，每周一晚21:30在常德电视台新闻频道播出，它以初、高中学生为主人公，以学生的视角讲述家庭、求学、情感故事，直面学习困惑、分析心理走向、解决家庭矛盾。现代社会，学生是社会的主体人群，他们的健康成长关乎家庭、社会的未来。如此，父母，家庭、教育等话题不可缺少；他们思想激进，叛逆乖张，个性张扬；困惑、迷茫、希望交织……他们身上有太多太多的话题。

《关注》是一档典型的演播室谈话节目。参与人员有：一位主持人董浩；委托人，一位或者两位学生，家长，来自社会各界的专家、嘉宾若干名。节目是由演播室室内部分以及外采小片构成，这样的节目构成方式是时下大多谈话类节目所采用的方式。探究《关注》的剪辑风格具有普遍性意义。

节目内容由演播室内部录制以及演播室外部采访拍摄构成，因此在剪辑风格上也有着两种鲜明的风格。在演播室内部，剪辑风格以稳定为主，取景规范，节奏稳定；外采小片的剪辑风格则偏向纪实，有人的走动而造成的晃动镜头，景别以及稳定性的要求降低，这样不稳定的剪辑风格虽然使观众在观看时略感不适（相较于演播室中恒定的机位、稳定的运动），但是增强了节目的真实感以及观众的参与感，缩短了与电视机前观众的距离。

谈话节目中，剪辑点的选择，往往由访谈者的谈话内容及现场气氛来切换镜头。

镜头长度的选择一般来说镜头景别画面信息量的多少及画面构成复杂程度都会影响镜头长度的选择。就景别而

言，全景镜头画面停留时间要长一些，中近景镜头要短一些，G特写镜头还要短一些就画面信息量而言，信息量大时，画面停留时间要稍长一些；信息量少的则要短一些；就画面构成复杂程度而言，画面构成复杂的，停留时间要稍长一些；反之则稍短一些。镜头的长短不仅关系到镜头情感内容的表达，也关系到整部片子的节奏。访谈类节目的节奏，则是由多种因素控制的。

作为谈话类节目的主要构成部分——演播室内的谈话，控制着整个节目的情节以及节奏。谈话的节奏，大概由以下两个因素决定。第一，是主持人对现场谈话节奏的控制。耐心的引导，适时的插话或者转移话题，每一个话题所占的时间以及对话题讨论的深入程度，这些都由主持人来把握。第二，是后期编导对于谈话内容的取舍。主持人现场有一个节奏，后期编导心中也有一个节奏，当两个节奏不能重合（大部分都无法重合）时，需要编导对谈话内容进行取舍。

而电视片的节奏是由画面主体或摄像机镜头的运动、镜头的长短、景别的变换、组接时的切换速度等多种因素构成的。它是片子中事件、情节或人物情绪变化的速度和强度，是影响片子好坏的一个重要因素。

剪辑师总的说来要遵循节目整体的节奏基调，再结合节目的内容及结构安排，根据事件及情节发展的轻重缓急，形成有起有落、张弛有度的剪辑节奏。在剪辑时，尤其要注意的：一是段落的剪辑节奏要与片子的总体节奏相吻合和匹配。二是段落与段落之间的节奏变化要适当变化，过快或过慢都会给观众心理上产生不适应的感觉。另外，后期剪辑时，在一个段落中采用一成不变的剪

辑节奏，会使观众产生疲乏厌倦的感觉，如果适当变化剪辑节奏，采用剪辑加速度的方法，使组接的镜头越来越短。利用镜头的积累效果，可使段落形成一个高潮。但在做这种节奏处理时，一定要注意张弛结合。每一个高潮点后都要留出一个缓冲释放的空间给观众以回味和联想的余地。例如在看过一个小片过后，主持人总会说一些话来总结小片的内容，此时剪辑师如果能很好利用这个现场人物整理情绪的时间（例如截取一些观众看小片时候的表情和反应），让电视机前的观众也参与到情绪整理中来，就真正做到了引人入胜。

谈话类节目很注重观众的参与感——无论是现场观众或者嘉宾还是场外电视机前的观众，参与感、互动感较强的谈话节目总是能够获得好评。因此在剪辑过程中，如何增强观众以及嘉宾的参与感是非常重要的。并且演播室录制涉及到多机位拍摄，所以在后期编辑的时候有了新的要求。在主持人说话的时候需要给反映镜头。一些精彩的反应镜头往往能够更好地诠释谈话的内容，并且拉近与电视观众之间的距离。

电视剪辑是一项实践性很强的工作，剪辑基本原则及技巧，主要是为了保证画面组接的连贯流畅，但剪辑并非机械的。除了保持视觉流畅外，更应注重情绪发展的连贯及观众心理感受的连续。如果说掌握熟悉镜头组接技巧是每个从事剪辑的工作人员所必备的基本功的话，那么对剪辑节奏的控制，整体结构的把握则更显剪辑师的功底。只有用心体会，反复实践，才能制作出具有艺术感染力的电视节目。

（作者单位：常德电视台）

编辑/王庆华

浅析家庭伦理剧中的婆媳形象

——兼论家庭伦理剧的创作误区

/李涛

在古装剧限播，谍战剧雷同，民国戏老套情况下，家庭伦理剧成为近年热播的电视剧的主要类型。而塑造婆媳形象，反映婆媳关系是家庭伦理剧的核心题材之一，因为婆媳关系自古以来在家庭中就最为复杂、微妙，最具有戏剧冲突。家庭伦理指调整家庭成员间关系的原则与规范。家庭关系中的核心是夫妻关系，由此发生上至父母下至子女及相应的一些亲属关系。家庭伦理剧是以父母与子女、夫妻婚姻生活、兄弟姐妹或妯娌之间，或恋人之间的情感纠葛、道德取向或人生观念等不同而引起矛盾反响的电视剧。

新世纪以来家庭伦理剧中 婆媳形象分析

一、婆婆形象分析

1、恶婆婆形象

恶婆婆的出现是由传统社会的伦理规范所决定的。自从人类进入父权制社会以来，以男性血缘为中心的家庭成为社会的基本单位，而婆媳关系是家庭结构中既重要又特殊的一组关系。其重要性在于婆媳都担当了繁衍与延续男性家庭后代与血缘的重任，在家庭中起着他人无法取代的作用。例如电视剧《呼兰河传》中小团圆媳妇的婆婆，她对儿媳在肉体上的折磨是丧失人性的，在她看来，把儿媳折磨得奄奄一息时才是“拯救”了她。又如《金锁记》里曹七巧，这个受封建道德残害的受害者逐步演变成一个心理扭曲的恶婆婆，这也是传统伦理观念导致的婆媳冲突。通过《双面胶》我们可以了解婆媳代沟的存在、观念上的差异。比如当农村婆婆遇到城市媳妇或是相反时，由于生活背景的不同，两个女人会相互不适应导致婆婆形象升级为恶婆婆。

2、好婆婆形象

电视剧《婆婆》的上映也硬起了不小的轰动，好婆婆的形象也深入人心，无疑在广大观众心里深深的烙下了印记。央视之前播出一部讲述婆媳等关系的家庭伦理剧《婆婆》，剧中的赵大妈作为一个普通的家庭妇女，教育儿子宠爱媳妇，同时还要照顾年迈的婆婆。赵大妈善良、从容、淡定且对生活充满了希望。生活对她来说充满了艰辛，但她依然坚定而从容地付出，心里一直充满希望和阳光，对儿子和儿媳的好溢于言表，她那在平淡中所流露出的坚毅和慈爱感动了所有观众。

3、媳妇形象分析

在家庭伦理剧中，媳妇作为家庭成员中不可或缺的人物形象，有着鲜明的人物特征。随着数量的增多，各式各样的媳妇也逐渐形成了模式化的人物形象和特点，构成了一定的类型化特征。《双面胶》中的胡丽娟，就是一个对婆婆嚣张跋扈的儿媳妇，动不动就要把自己的婆婆赶出这个家，三天两头的和婆婆吵吵闹闹，好像世俗间一切不愉快的事情一股脑儿的都奔进了这个家。

电视剧《媳妇的美好宣言》是继《媳妇的美好时代》之后金牌编剧王丽萍的又一力作，这部电视剧没有将婆婆形象升级为恶婆婆，也没有将婆媳二人搞的头破血流水火不容，姚芊羽饰演的女主角毛绒绒年届三十通过相亲认识了二婚的牙医余快，正是因为余快离过婚有过孩子，婚后才会产生这样或者那样的问题，电视剧里没有多代人或者跨代人的“斗争”，只是表现了两代人之间，两个不同的家庭之间如何在矛盾中相处，如何在摩擦中维护。毛绒绒作为儿媳妇，善良、大方、单纯而又孝顺，所树立的媳妇形象堪称完美，对婆婆恭敬有加，对丈夫大爱无私，对丈夫的儿子

也是发自内心的疼爱，对待丈夫前妻的种种刁难，百般忍让和气生财，就连自己的婆婆也对毛绒绒的做法大家赞赏，出来指责前儿媳，毛绒绒对自己的小姑子和准妯娌尽到当大嫂的责任，也无私的奉献了自己的善良。婆媳“斗”出了欢乐也“斗”出了亲情，《媳妇的美好宣言》为观众带来一股欢乐婆媳潮。

《麻辣婆媳》中作为心理医生儿媳吴芮不单纯的是一位白领女性，更是一个喜欢时尚的女性，思想前卫，与区大良坠入爱河并偷偷登记结婚，婆婆的秦思平虽然一直对孩子们结婚未先跟家里人商量存有不满，但是思平又是受过高等教育的人，对儿媳并无过多的苛责。吴芮塑造了一个受过良好教育且极有主见的媳妇，并且思想开放新潮，这也是该剧的一个最大的看点之一。

4、婆媳关系分析

中国自古以来婆媳关系就是比较微妙的一种人际关系，婆媳关系要比家庭里父母与子女、兄弟姐妹、夫妻之间的关系更为复杂和难以处理。中国传统婚恋观是女嫁男娶形式以及婚后女方经济依附于男方，但新时代来临，传统婚礼观念与礼仪发生了巨大变化，逐渐转型，当传统的婚恋观与现代文化发生碰撞时，婆媳之间的矛盾进而升级。表面上看起来只有婆媳两方对峙，实际上暗涌第三方势力，即媳妇的丈夫，婆婆的儿子，这样一个三角是相互制衡的关系，往往最后的决定权或者主动权都落在了这个唯一的男性身上。

在电视剧《麻辣婆媳》中吴芮是一名心理医生，与区大良坠入爱河并偷偷登记结婚，事后作为婆婆的秦思平始终对孩子们结婚未先跟家里人商量耿耿于怀，但是思平又是受过高等教育的人，并未过多的刁难儿媳。这部伦理剧展现了三代不同的婆媳关系，首先是老婆婆

林美玉，典型的传统一代，婆婆秦思平，即是传统女性又具有反抗意识，吴芮是受过良好教育且极有主见的媳妇，恰恰是这种知识和文化氛围极高的家庭所产生的婆媳矛盾是最大的看点。吴芮的妈妈吴玉芬早年因年轻貌美，贪慕虚荣嫁给了艺术家，后来艺术家抛弃她与一双儿女离开，之前还与大良的父亲，思平的丈夫区建华谈过恋爱。秦思平作为婆婆总想教育儿媳，使得儿媳对自己俯首称臣，可吴玉芬对女儿的教导则是无论走到哪里都不能受人欺负，思平常拿玉芬跟区建华说事儿，吴玉芬的女儿吴芮又与自己的儿子区大良结婚无疑是给思平在个方面填了个堵，亲家二人见面就掐，而思平生气就拿大良和小芮撒气，又因为孩子结婚先斩后奏，婆媳矛盾升级，虽没有大吵大闹，但是其中的微妙变化却也引人入胜，大良作为婆媳之间的中间人物，既要对妈妈孝顺又要对老婆疼爱，中国传统家庭伦理道德之核心观念也不过如此，该剧也正是因为贴近人们生活，平民化的特点而备受观众喜爱。“孝亲原则下的男性统治地位”在家庭伦理剧的创作中对婆媳冲突原因和实质的思考往往能彰显创作者对这一题材把握的深度。

生活年代以及文化背景的不同是婆媳间矛盾产生的关键点，正是因为二者处于经历不同的文化背景和时代，她们有各自的主观观念，对事物的评判也各不相同，相差较大的主观观念是引发矛盾和冲突的必然，而且也是激化矛盾的关键因素。站在这一角度上思考影视剧中婆媳的矛盾就更具有普遍性并贴切实际。婆媳之间的矛盾难以解除关键问题在于中国现代价值观没有达到统一，人们无法在传统文化和现代文化两个观念领域中正确抉择。正是因为上述原因，我国家庭伦理婆媳电视剧广为流传，在满足观众心理的同时也得到了观众的认同——自己或多或少与剧中婆媳类似。

家庭伦理剧的创作误区

一、故事情节设置模式化

综观当今电视荧屏上的各类电视剧，除了“宫斗剧”和“穿越剧”，几乎全是家庭伦理剧。去年上映的由黄

磊、陈数主演的《夫妻那些事》自开播来也取得了较好的收视率。《媳妇是怎样炼成的》《经营婚姻》等剧凭借婚房、婆媳关系、夫妻感情等热点话题，也吸引了不少观众。现在的荧屏上少不了家庭伦理剧，且剧中事情各种各样，逐渐脱离现实生活过于夸张，虽然数量在不断增加，可是电视剧的套路却一成不变，目前的家庭伦理剧有走入误区的迹象，以“片面”和“苦情”最为突出。现在为了制造家庭伦理剧的看点来吸引观众的眼球，很多时候都会刻意放大生活的细节问题，例如在《夫妻那些事》中故事的纠结点围绕着陈数扮演的林君无法生育展开；早前的热播剧《你是我的爱人》把着力点放在了第三者的情感问题上。这些现实生活中的少数情况，在电视剧中被无限放大。在某种程度上来说虽然吸引了部分观众的眼球，但却背离了生活的真实，难以让观众产生心灵的震撼。多数家庭伦理剧趋于故事情节模式化，可以总结出家庭伦理剧的模板是——破碎家庭、破碎情感、破碎婚姻和苦情的家庭，这样的套路始终像一团死气沉沉的雾霾，笼罩在家庭伦理剧的上空。剥离开那些生编硬造的剧情、人为激化的矛盾、概念化的人物塑造，观众难以从中找到其他东西。好的家庭伦理剧应该贴近生活，让观众感受到生活的美好、人性的美好。这几年收视率高、口碑好的伦理剧，从《媳妇的美好时代》，到《麻辣婆媳》，再到《媳妇的美好宣言》等都非“苦逼剧”，却能让观众在看过之后反复回味。

二、婆媳形象的印象化

新世纪以来，在独生子女的身上没有了家产的纷争和兄弟姐妹的牵绊。战争转移在了婆婆和媳妇。这两代人观念碰撞出的火花体现了时代的刻板印象。婆婆的一代循规蹈矩，墨守陈规。而80后的一代则张扬独立、随心所欲。在这场战争中没有了硝烟，却多了些惆怅。惆怅在于年轻一代的奢侈，娇生惯养。在电视剧《当婆婆遇上妈》，潘虹所饰演的婆婆形象极为可恶，剧中将其妖魔化，而且极具心眼，甚至装病来破坏儿子与儿媳之间，甚至在出现了第三者出现的时候还想着要孙子而不对这个破坏儿子家庭的女人加以阻止，以上种种行为也造就了婆媳矛盾不断升级的情

况发生。儿媳妇被从头欺负到尾，婆婆从头坏到尾，对人物的塑造和刻画、演员在表演上是优秀出色的，但是编剧中将婆婆的恶人和媳妇儿子的懦弱展现的过于呆滞，没有从某些事件上来过渡人物的性格特征。现在大多数婆媳伦理剧也是这样，电视剧开始就将人物的性格特征按照划定好的展现出来，而不是通过过度或者渲染达到预定点。

三、婆媳冲突的极端化

首先是剧中婆媳形象过于两极化，与现实生活中婆媳真正的形象越来越远，要么是儿媳妇过于温柔贤惠，婆婆过于霸道势力，再不然就是媳妇太尖酸刻薄，婆婆太窝囊受气。这就导致了电视剧按照三破一苦的模式演绎，始终无法脱离这个规则。其次就是婆媳矛盾的激烈化，在剧中我们不仅能感受到婆媳双方不同观点碰撞所产生的矛盾点，同时在越来越多的家庭伦理剧中已经逐渐夸张婆媳之间的矛盾，《婆婆来了》中婆婆一家人算计着要卖掉媳妇的房子，《双面胶》中婆婆斥责辱骂媳妇，而媳妇对待婆婆则是尖酸刻薄恶语相加，现在是家庭伦理剧越来越多越来越被人们关注时期，正是因为剧中将婚姻和婆媳关系的无限夸张，造就了现实生活中多数人们选择逃婚或者恐惧婚姻。家庭伦理婆媳剧为何如此受欢迎？原因各种各样，其根源需要深入社会和生活区寻找婆媳斗争的动因。婆媳两代女性因为生活的时代与文化背景具有差异，因此在对事物上的判断大相径庭，家庭中婆媳关系貌似最为复杂，发生的背景处于现代多元化语境。婆媳剧所能反映的是婆媳家庭生活百态，正是如此才成为众多导演和编剧争相推出的作品，反映不同的女性地位变化，阐述现代家庭伦理问题。希望这一类型的家庭伦理剧不仅仅是单纯的表现婆媳之间的矛盾冲突，更重要的是要引导人们去思索如何构建和谐和谐的婆媳关系创造和睦的家庭生活，这才是家庭伦理剧最主要最核心的意义和目的所在。电视剧的热播也源于创新，相信在广大电视剧工作者和观众的共同努力下，婆媳剧会以更好的姿态产生更辉煌的影响力。

(作者单位：湖南广播电视台)

编辑/曾致



三网融合背景下 湖南广电的机遇与挑战

/葛锦魁

随着信息技术的不断发展,网络传输速度越来越快,传输质量越来越高,语音、数据、图像的综合信息服务给人们提供了更加生动、真切和交互的交流方式。三网融合是我国信息化进程中一种重要的技术升级和产业融合现象,随着信息化推进,三网融合的技术瓶颈和体制障碍将不断得到突破和解决。三网融合后,将逐步向广播、电视、通信、互联网等用户提供全面、多样、个性和交互的多媒体服务。湖南广电位于三网融合试点的长株潭地区,应抓住三网融合不断推进的契机,认真分析机遇和挑战,提出应对策略,才能继续保持优势、领航行业,实现健康可持续发展。

一、三网融合现实发展与方向

1、三网融合内涵和背景

三网融合是指电信网、广播电视网、互联网在向宽带通信网、数字电视网、下一代互联网演进过程中,其技术功能趋于一致,业务范围趋于相同,网

络互联互通、资源共享,能为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务。

随着信息技术、数字技术、通信技术等的飞跃式发展,人们对全面综合信息服务的要求也越来越高,三网融合成为信息化发展的重要组成部分,我国产业化发展和市场经济的深入使三网融合列入我国的发展计划。2010年1月,国务院成立了三网融合试点工作协调小组,通过了《推进三网融合总体方案》,决定推进电信网、广播电视网和互联网三网融合,并提出了阶段性目标。三网融合的试点方案出台后,全国广电行业积极探索,进行了广泛的业务拓展,如全面推进有线电视网络数字化和双向化升级改造,提高网络承载能力和综合业务支撑能力;积极推进各地分散运营的有线电视网络整合;各地广播电视台努力筹办网络电视等。

2、三网融合目标与策略

国务院提出的三网融合总目标是到

2020年,完成全网建设,实现全网业务的开展与运营,建成分级结算和管理体系,完成监管网络的全面建设,成为国家网络文化传播和社会信息服务的主要基础设施。

广电部门的三网融合目标和策略是通过逐步构建覆盖全国3亿家庭的下一代广播电视网。其技术路线是:在有线电视数字化和移动多媒体广播电视基础上,以高性能宽带信息网为技术支撑,突破“三网融合”中的“代差”瓶颈,加速形成与电信网公平竞合的态势。同时进一步增强广播电视舆论阵地的时代作用,营造网络文化有序创新环境,促进电子信息产业结构调整,带动现代服务业高速发展。

二、湖南广电发展机遇与挑战

1、三网融合推进传媒市场运作

三网融合推进媒体市场运作,通过股权交易和运作,使传媒产业优化资本结构,以实现资本增值。湖南广电传媒

于 2007 年 6 月联合各地市州有线电视台组建了由电广传媒控股的湖南省有线电视网络(集团)股份有限公司；2009 年 6 月，改制成立了华丰达有线网络控股有限公司；同年 9 月，国家开发银行 197 亿元授信额度支持电广传媒进行网络跨区域整合；2012 年 5 月，电广传媒重大资产重组获得有条件通过。此外，湖南广电还分别与盛大网络、阿里巴巴、青海卫视、弘毅投资、中信产业基金和红杉资本三家私募股权投资基金(PE)等合作，涉足电影、电商等领域。传媒产业的市场化运作，有效整合了媒体资源，广泛吸纳了境内外资本，推进了湖南广电的健康发展。

得收益。湖南广电还进军影视制作发行等领域，打通产业链条，在发展方式上不断进行有益尝试，取得了成果。

三、应对三网融合的战略对策建议

1、加强体制机制改革和创新

三网融合背景下，广电产业的竞争更加激烈，湖南广电除了面临其他卫视的竞争外，同时还需要面临新兴媒体的激烈挑战。这就要求必须摆脱传统的经营模式，采取更加市场化的经营模式，要求“事业化管理、企业化经营”与“资本化运作”接轨。同时，湖南广电应该在继续保持传统优势的基础上，突破过去的节目内容，将新媒体互动融入节目制作，逐步打造一个以电视节目为

度，攻坚克难，全力推进有线电视网络整合和转企改制，着力加快数字化整体转换和双向化改造，提升网络的整体水平，普遍开发信息网络新业务，努力构建适应“三网融合”的、更加先进的现代广播电视网络，为未来发展拓展新的空间、新的领域、新的阵地和新的市场。三网融合涉及到广电、电信、互联网三大产业，而这三大产业又属于高科技行业，高科技发展迅速，变化日新月异，许多高科技产品层出不穷，变化极快。广电行业必须要紧跟时代的步伐，不断随着消费者日益增长的物质和文化的需要开发符合消费者需要的业务。如果广电企业不能及时的更新，就有存在在科学技术飞速发展的今天面临被淘汰的可能。

3、加强传媒产业延伸和拓展

要摆脱广电产业各大媒体间“同质化”的竞争，湖南广电需要加强大传媒产业的概念形成，不断延伸和拓展产业链。与知名的互联网企业相比，湖南广电的实力是比较小的，在三网融合之后，湖南广电应当利用政策大力加强向互联网的拓展。在进行拓展时要充分分析和研究市场，不能全面扩展，也不盲目拓展，而是要利用自己的优势有条件地切入。多年的发展造就了广电行业强大专业的内容制作队伍，使广播电视拥有丰富的内容资源。广电所拥有的新闻报道与时政评论的独家资源，内容的严肃性、原创性、独立性，使其在互联网时代仍继续占据主流地位。湖南广电大活动、大剧集的制播平台更是独特的优势。湖南广电应继续发挥独特优势，积极探索产业延伸、资源整合、跨界运营的方式，形成一个上游开发、中游拓展、下游延伸的产业集群。这种产业集群不仅能使得电视媒体和产业链企业间共担风险，把新媒体技术更快更好的应用到产业当中，也有利于更好的服务于多元的需求市场，有利增强自身的竞争力。

(作者单位：湖南省有线电视网络(集团)股份有限公司)

编辑/王庆华

表1 湖南广电主要新媒体业务

类别	形式	载体
互联网端	网络视频	芒果 TV、麦芽 TV、非常网播
	网上零售	快乐淘宝、快乐购、我是大美人
	网络游戏	芒果游戏乐园
	SNS	芒果圈
	手机游戏	芒果游戏
移动互联网端	移动增值	移动增值
	手机客户端	呼啦
	CMMB	中国移动多媒体广播
	手机动漫	金鹰卡通

2、三网融合促进业务板块转变

三网融合促进广电业务板块的转变和拓展，通过传统广电媒体与手机、网络媒体的整合与互动等数字化网络建设，实现了广电节目形式、内容、质量等方面的改进，给广电行业带来了新的运营模式。2009 年 10 月，湖南卫视在金鹰网推出“芒果游戏乐园”；同年 12 月，金鹰网旗下的芒果网络电视独立运营，覆盖了手机电视、数字电视和互联网等三大媒介。为解决互联网视频网站的版权问题，湖南广电与土豆网、优酷等合作，建立共享节目资源的机制，同时也为湖南广电节目输出提供途径，赢

主、兼营手机、互联网的媒体平台。为了降低“制度成本”，改革体制要注重创新机制，深入打通障碍关节，整合台内外资源，提高产出效率和质量，降低成本，真正的达到三网融合的要求。

2、加强广电网络建设和研发

由于历史原因，我国有线电视网络长期处于分散、割据状态，没有统一的平台和全国性的网络，形不成合力，而众多的利益主体又成为网络整合的客观障碍。这逐渐成为广电产业信息化、网络化发展的制约。在国家提出“三网融合”总体目标和阶段性目标的新形势下，湖南广电应当乘势而上，加大力

种一颗爱的种子，结下一片善缘。让素不相识的我们成为亲人，成为彼此永久的牵挂……

爱心雨露润心田

——湖南交通频道“一帮一”爱心大行动侧记

/曾致 唐建军



8月20日，掌声、泪水和感动汇聚成一片爱的海洋，湖南交通频道“一帮一”爱心大行动结对仪式在省会长沙举行。来自全省主要干旱受灾地区的77名寒门学子，各获得爱心企业、爱心人士每年5000元、四年不低于两万元的资助，善款总额超过160万元。

爱心寻访，流淌最多的

除了汗水还有泪水

自今年7月份以来，我省遭遇几十年不遇的旱情，很多农村地区的农作物大面积受损甚至面临颗粒无收。山里的孩子拿到了梦寐以求的大学录取通知书，然而干旱和贫穷却将他们无情地挡在大学校园之外，那些绚烂瑰丽的青春梦想面临枯萎、凋零。此时此刻，多么期望有一场爱心雨露，来抚平大地母亲皴裂沧桑的面容，滋润山区孩子干涸的心田！

湖南交通频道发起“一帮一”爱心大行动，号召爱心企业、爱心人士和旱区的寒门学子“一帮一”爱心结对，帮

助其完成大学学业。从7月底开始，派出多路记者深入全省各主旱区，用声音和镜头记录孩子们的渴望与忧伤。

这是一次艰辛跋涉的寻访之旅。两周时间，顶着高温酷暑，记者的足迹遍及邵阳绥宁、郴州永兴、湘西龙山、衡阳衡南、岳阳平江、怀化沅陵、株洲炎陵、益阳安化等旱区的偏远山村，总行程超过一万公里。

这是一次严谨细致的求证之旅。本着对爱心高度负责的态度，每一个寒门学子的家庭状况，记者和爱心人士代表都进行实地调查和多方求证，很多地方根本没有通车，记者就徒步翻山越岭找到学生的家里，就是为了确保材料真实、准确，确保爱心不被染上一丝尘埃。

这是一次春风化雨的感动之旅。山里孩子们穷且坚贞、不坠青云之志的坚强与执着，让寻访记者们一次又一次泪盈于眼。绥宁金屋乡张家湾村的刘玉刚，父亲早逝，母亲远嫁，从小与奶奶相依为命的他为了筹集学费，拖着瘦弱

的身躯，每天上山砍竹子卖。沅陵县凉水镇王家岭村的姚安宁，因为家贫13岁即辍学打工，靠着自己的努力在17岁时重回校园，考上了湖南师范大学。炎陵县策源乡荣塘村的范会阳，家中一贫如洗仍然乐观向上，爱心寻访团的成员把随身带的所有现金都留给了他……

让素不相识的我们成为亲人

山里孩子们对于梦想的渴望，不向命运低头的故事，化作了一篇篇感人肺腑的报道，也架起了一座座爱心的桥梁。短短5天时间里，湖南交通频道“一帮一”爱心热线96218接到2000多个来电，每年5000元、四年不低于两万元的资助标准，有400多位爱心人士表达了坚定的一帮一结对意愿。

湖南省人民政府副省长张硕辅通过广播了解这一活动之后高度肯定，他说：“湖南交通频道发起这项活动，我很赞成，希望社会各界的有识之士积极参与和支持这项活动，帮助学子们圆他们的大学梦！”

繁琐的配对工作，同样考验着交通频道项目组成员的意志与决心！将每一位学生的材料进行反复比对和筛选，向每一位报名的爱心人士做全面细致的介绍，最后，遵照平等自愿的帮扶原则和爱心报名的先后顺序，最终确定有 77 名寒门学子获得一对一的爱心帮扶。

爱心人士陈先生是湖南师范大学的一名老师，在 2011 年“一颗黄桃一份爱”——支持炎陵果农爱心助学大行动中，用 1000 元买了一颗黄桃，这次他又对口帮扶来自邵阳绥宁、考上湖南师范大学的杨小园，原本约定的资助标准

年来家中已负债十多万元。今年蒙永生考取了南京工业大学，高昂的学费却让这个风雨飘摇的家庭雪上加霜。蒙永生最大的心愿，是通过自己的努力让父母看看山外的世界。原来，因为眼睛不好，在白寨村生活了大半辈子的父母从来没有走出过方圆十里的范围。爱心寻访团在了解到蒙永生的心愿之后，不仅为他找到了愿意帮助他的爱心人士，还特意把他和父母接到了长沙，让这个孝顺的山里娃提前完成了自己的心愿。在仪式现场，蒙永生激动地说：“这次，我是靠湖南交通频道和好心人实现了我

爱心落到实处。

在仪式现场，爱心人士代表朱先生和熊女士为湖南交通频道“一帮一爱心大行动”公益标识揭幕。从 2011 年的“一颗黄桃一份爱”，到 2012 年的“一帮一”整体援建通道受灾家庭以及“一帮一助学大行动”，“一帮一”已经成为湖南交通频道继爱心送考之后的又一个公益品牌，也是最受社会各界爱心人士信任和期待的公益模式。和交通频道的记者一起参与爱心寻访的熊女士在接受采访时表示：“我只是一个普通的工薪阶层，说实话，要花上两万块钱资助



是每年 5000 元，但是他第一次就给了杨小园 10000 元。在湘潭大学经营书店、年近 70 的袁□□，凌晨 5 点钟从湘潭出发，骑自行车赶到长沙参加结对仪式，见到她的资助对象，来自益阳安化、考上湘潭大学的廖艳萍，素不相识的两人像祖孙一样紧紧抱在一起。还有湘潭的王先生、衡阳的罗先生，一再恳求交通频道要给他们各留 20 个资助名额，当得知因报名的爱心人士太多，最后留给他们的学生只剩几个时，言语中透出深深的失望。爱心人士李先生资助了两位寒门学子，之后他又突然有一个想法，要给每一位受助的学子捐赠一个拉杆箱，当李先生把这个想法告诉了他的一位朋友邬先生后，结果邬先生非要抢着买单，说也给他一个奉献爱心的机会……

18 岁的蒙永生家住在邵阳绥宁寨市镇白寨村，母亲从小患有青光眼，因无钱医治落下终身残疾，父亲右眼失明，因视力不好只能在家里种地，这些

的愿望，我保证以后靠自己的努力实现愿望。感谢爱心人士对我的帮助，我只有通过好好读书来报答你们，将来用我的爱心去帮助更多需要帮助的人！”

第四届全国道德模范候选人、湖南科技大学“向日葵女孩”何平在结对仪式之后带来专场励志报告会。何平讲述自己在逆境中克服苦难、自强不息、感恩图报的故事，为即将步入大学校园的寒门学子们上了一堂生动的励志教育课。

“一帮一”成就新的公益品牌

在结对仪式上，湖南人民广播电台副台长、湖南交通频道总监杨跃对“一帮一”爱心大行动进行了公示。杨跃表示，让每一份爱心都清清楚楚，让每一份善款都明明白白，这是湖南交通频道多年来开展爱心活动的一贯宗旨。这次活动所有的寒门学子，均由湖南交通频道和爱心人士代表进行实地走访和多方调查，所有结对成功的爱心人士，其善款均直接交到帮扶的学生手上，以确保

一个学生，还是比较慎重的，所以想实地看看学生的家庭情况到底怎么样。在走访之后，我有一个感受，我觉得和交通频道前前后后的付出相比，我们所做的一切是那麼微不足道，交通频道能把爱心做得这么实在，这么用心，令人肃然起敬，值得我们信任！”

每一份爱心，都值得尊重和铭记；每一份关注，都传递着梦想和希望。湖南交通频道“一帮一”爱心大行动，再次见证了爱心创造的奇迹。

感谢所有的爱心人士，我们曾经素不相识，从今天起，我们就是彼此牵挂的亲人。

谢谢你们，这一份赤诚无私的奉献，让孩子们梦想前程一路有了柔风细雨的陪伴！

谢谢你们，这一份弥足珍贵的信任，让湖南交通频道有了将爱心进行到底的勇气和力量！

（作者单位：湖南广播电视台）

编辑/曾致

记者手记： 苦难是最好的老师

“砍竹少年”刘玉刚印象 /胡玉洁



在通往刘玉刚家的山路两侧，可以看到两边山头上都长满了翠绿挺拔的竹子，远远望去是一道风景。但要顶着40度的高温，把一根根竹子砍倒，再扛下山去卖钱，却远不是一件诗情画意的事情。

18岁的少年刘玉刚，自领到大学录取通知书的那天起，每天都要重复这样的劳动。

玉刚一岁多的时候，父亲就去世了，母亲随后改嫁，奶奶成了玉刚最亲的人。玉刚从小吃百家饭、穿百家衣长大，邻居看他可怜，会经常拿一些食物给他充饥，拿一些旧衣服给他穿，有些老师也会给他一些零花钱。今年，争气

的玉刚考上了大学，但是年迈的奶奶却根本没办法为他凑出学费。于是懂事的玉刚决定，趁着暑假上山砍竹子卖钱，一点一点凑自己的上学费用。

碗口粗的竹子，一根足有四五十斤重，而体型偏瘦的刘玉刚却可以一口气扛起两根。当我们见到他时，他的右手臂上还有一道长达20厘米的伤口，一旁的奶奶告诉我们，那是孩子上山砍竹子的时候不小心受的伤。

有人说，苦难是最好的老师。刘玉刚虽然还没有走进高校的门口，但是人生这所大学，他早已毕业。这个大山深处的“砍竹少年”，身世坎坷，但内心却始终心怀感恩，积极向上，玉刚，加油！

“孤独少年”陈文斌： 用通知书祭奠父母 /路惠岚

对于一个农村家庭来说，考上哈尔滨工业大学，是一件足够让亲朋好友热闹好几天的事情。可是对于永兴县一中的陈文斌来说，这种全家人分享的喜悦，却只是一个人吞下的苦涩。他只能带着录取通知书默默地走向两座坟头，点上一束香，静静地说一句：爸、妈，我考上了。

文斌爸妈离开他的时候，都是在这个季节。2009年农历7月21日，病床上的妈妈在昏迷一周后离开了他；2012

年8月3日，爸爸在煤矿不幸去世。他轻轻地告诉我这两个日期，情绪看起来没有丝毫波澜，可是你安静地听才感觉到，一段伤痛是要多么深刻，才能将这两个日子脱口而出。

我至今记得采访文斌的那一天，我俩就坐在他家门口的田埂上，阳光洒向大片稻田，微风轻轻吹过脸庞，蜜蜂嗡嗡地叫着。现在想起来，似乎也只有这样的静谧美好，才能让说出来的每一句话没那么令人心痛。作为一名记者，每

次采访完一个孩子，总觉得和他们之间有了某种特别的联系。特别感谢打来电话要结对帮扶文斌的很多人，以及最终和他结对的周先生。我总觉得，一帮一是个有温度有情感的词，她不仅是一份物质的帮扶，更是一份亲情的牵挂。因此，我斗胆向周先生提一个请求，从今天开始，请把文斌当成您的亲人。文斌是个知恩图报的孩子，您对他的好，他会永远装在心里！

“大龄新生”姚安宁： 不向命运低头 /王婧

今年考上大学的姚安宁和身边的每个同学都不一样，因为，她和刚刚大学毕业的我是同龄人。

十年前，安宁正在读初一，两个姐姐都考上了大学，爸妈实在负担不起姐妹三个的学费，只能做出一个对父母来说最为残酷的选择：大姐读大学，二姐和安宁，辍学。

13岁的安宁就这样告别了校园，跟着妈妈去广东打工，因为年龄太小，她只能在一个餐馆里做各种杂工，倒茶水、收碗筷、洗盘子……回想起那时候，她说最辛苦的事，是别的服务员集体欺负小孩子，每个人都推三阻四，把所有的事情推给自己。

她的工友，是一群和妈妈年龄差不多的阿姨，每次她们谈论的话题，总是自己的孩子，感慨他们多么不听话多么不爱读书。可是这对他们来说随意的聊天，却隐隐地碰到了安宁心底的那根刺。

在某一天的凌晨两点半，安宁给妈妈打了个电话，说自己想回去读书。妈妈一开始把她臭骂了一顿，可是骂着骂着妈妈自己也哭了，这是一位母亲的无奈与辛酸。终于，安宁回到了校园，回到了初一的课堂。这一年，她已经17岁。

17岁的安宁已经1米6，可是比她小四岁的同学们却都还没长开。踏进教

室的那一天，一群男生哄堂大笑，他们说，这是进来个老师吧？安宁默默地走到了全班的最后一排，因为自己觉得实在很丢脸，她说，甚至都不敢走出去上厕所，憋了整整一天。

没有人跟她玩，也没有人能跟她说上话，孤独的安宁无数次都想放弃这条跟别人太不一样的路，可是要读书的念头让自己撑过一次又一次。没有人知道她付出了怎样的努力，终于，她考上了梦寐以求的湖南师范大学。

其实，人生就像一场马拉松，起跑速度并不等于全部，磨难中蓄积的耐力才能走得更远。作为同龄人，我只想大声地告诉你，安宁，你是最棒的！

“孝顺山里娃”蒙永生： 父母的眼睛不敞亮，我要让他们的心敞亮 /胡玉洁

见到蒙永生时，是在将近四十度的高温天。拖着瘦弱的身躯，他跑到六里地以外的水塘挑水浇庄稼，豆大的汗珠从他黝黑的脸上留下来，浑身上下没有一根干纱。其实，自家稻田早就裂开了几厘米的口子，黄豆、花生也基本都已枯死。但他还是执拗地相信，自己的努力能够换来庄稼的起死回生，因为，上大学的希望全在这庄稼地里了。

这个风雨飘摇的家庭里，18岁的永生是顶梁柱，他不仅要肩负起所有的重活，还要做爸爸妈妈的眼睛。妈妈从小患青光眼，因为无钱医治，落下终身残疾，记者和她相距不过半米，如果不听声音，她就分不清我们是男是女。爸爸在视力上同样有缺陷，因为小时候的

一次意外，他永远失去了右眼。

因为眼睛的问题，父母没有办法外出打工，只能在家艰难地种种庄稼。前年，因为视力不好还要坚持干活，永生妈妈摔断了一条腿。这些年下来，为了供儿子读书和治病疗伤，能借的亲朋好友已经都借遍了，家里已经负债十多万。

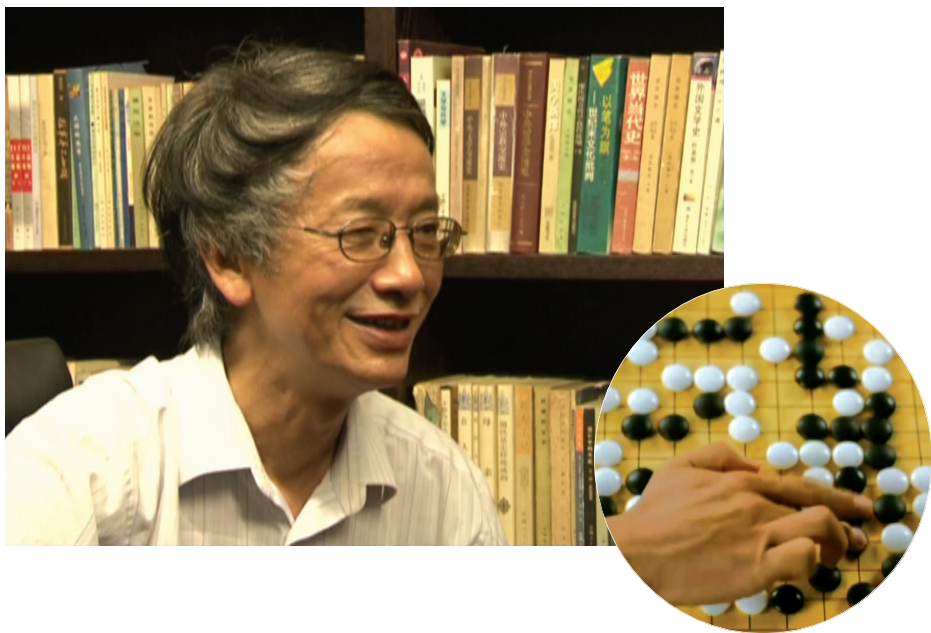
看到爱心寻访团的到来，永生爸爸摸索着从邻居家到处借凳子，永生则忙着倒水，让大家坐着歇歇脚，可是我却透过人群发现，永生妈妈始终悄悄地躲在角落里，我走过去请她，她却红了眼睛。她说自己心里很内疚，大家从这么远的地方过来，可是家里却拿不出一东西来招待。这样的话让人心里一酸，

我只能远远看着永生忙碌的瘦弱身影，告诉她，大姐，你有让我们都羡慕的，一个懂事、争气的好儿子。

永生今年以超出一本线四十多分的成绩考上了南京工业大学，他告诉我们，好好读书，以后给爸妈治好病，带他们看看外面的世界，就是自己最大的心愿，原来，在绥宁县寨市镇白寨村生活了大半辈子的永生父母，这几十年来从未踏出过方圆十里地的范围。虽然父母的眼睛不敞亮，可是永生却想让他们的心变得敞亮！这是一个孝顺的山里娃带给我们的感动。

（作者单位：湖南交通频道）

编辑/曾致



找一件事，做一辈子

/曹萍波

长沙的夏天伴着热风和烈阳。那种裹挟着热浪的风直把那层不轻易示人的内里整个吹翻过来，摊晒在大太阳底下。

广电主楼下已经不再像春天那样，忍冬、耬斗菜、金盏菊、海仙、鸢尾长疯了般的排山倒海。不过夏天的花事有另一番韵味，不热烈不聒噪，显得耐看显得认真。和同事经过主楼侧墙时，她突然指着路边密密匝匝的草木丛问我：是含笑么？我顺着她的手指看去，要低下头才能注意到那小小的、尖着嘴儿的花骨朵，像少女鼓着的嘴，鼓着气像是憋着笑，但是有认真的力量。

《市井发现》在找有故事的人。初

见杨云杰，他身上沉沉实实在在地有股认真的力量。

他说，12岁的夏天，他在湘春路上第一次见到围棋，至今已整整55年。

想到“找一件事，做一辈子”这八个字，是很早以前我在晨报周刊主编孙魁老师的微博主页上看到的。很简短的一句座右铭，却有一种简约的力量。我在晨报周刊跟他实习是两年前，但一直还记得这句座右铭。做完杨云杰老师的采访，映入脑海的就是它。

杨云杰出生于1947年，他说自己小时候并没有学围棋的条件，他的夫人曹老师笑着跟我说：“小姑娘，你可不

知道，你杨老师小时候家里可穷了，他是在棚户区的房子里长大的啊。要不是他遇到了郑定远、张名世他们，根本没有机会接触到围棋。”

对于上个世纪五十年代寻常百姓人家的孩子，找一份活计养家糊口才是正道，围棋，毕竟是不能瞬间制造财富的东西。可是杨云杰偏偏就遇到了机缘。

1959年，年仅12岁的杨云杰偶然地走到了湘春路上的长沙市工人文化宫，在这里他看到当时的湖南省象棋冠军陆礼楷和别人下围棋，说到这里他补充，陆礼楷虽然精通象棋，但他非常爱围棋。

也就是那方寸间的那一粒粒黑白，

把他留在了夏日燥热的树荫下，这一留就是一辈子。冥冥中命运像一根绳子，他说：“那会虽然不知道以后的人生是什么样的野茫茫一片，但就那么一下子沉迷了。”

1964年的一天，他和同样挚爱围棋的小伙伴梁鹤年，在蔡锷北路上的四海春茶楼，遇到了当时湖南最顶尖的围棋高手郑定远跟张名世，并分别被收为徒。不过当年的四海春现在已经变成“少帅府”，一片楼盘。

杨云杰说，当年他拜师张名世时，一共只和他下过九盘棋，他说初学者跟高手下时，高手一般会让初学者先在棋盘星位上摆上子，类似于跑步比赛让人家先跑一段。张名世就是从让他九个子开始下起，他还说，因为当时年纪小，对围棋也有天赋，所以是以每周进步一个子的速度，仅仅用了两个半月就赶上了师父张名世。

我在没拍片子之前，就知道杨云杰这一段九盘棋的往事。但仅仅只是知道。很多时候人们听到一件传奇的事，其实只是代表他们知道。当我坐在他对面，透过他的眼睛，我仿佛看到17岁的少年杨云杰。从镜头里看他沉思回忆的侧脸，我能感觉到那种致命的热爱。

可见，知道和感觉到是两回事。

在1978年湖南省第四届全运会上夺得省冠军，这，是他一生围棋比赛事业的巅峰。

1980年代，云南省体委来到湖南，请湖南顶尖的三位棋手梁鹤年、杨云杰、陆军加盟云南队。对于所有爱好围棋的人们来说，去当职业棋手，将围棋真正作为一生的事业，应该是梦寐以求的，但是出人意料，杨云杰却选择了放弃，回到矿山机械厂子弟学校教了十年高三语文，一教还就是十年。

有一个下围棋的老师对我说，能做到职业棋手，就意味着一生衣食无忧。他说：“你想想啊，全国上千万棋手，但是只有几百个职业棋手。这么好的事，一般人谁会放弃啊？”

但是杨云杰放弃了。

所以采访的时候我特意问了杨老师：“这么好的机会，您为什么选择放弃？”他的理由是：“当时我已经20多岁了，对于围棋来说，年龄越大越没有优势。”可能下棋的人才知道围棋最好的年华那就是10岁到20岁，然而多数不懂围棋的电视观众却并不一定能理解这个答案，所以后期剪辑的时候，我没有把这个理由剪进去。

我原本是想杨云杰应该有什么别的缘故，但是没有问。采访者与采访对象之间，有时候有这么一种距离，说不上好还是不好，去追根究底地问，可能是采访者的关切；那么不问，可能说没法达到所谓的最深刻，然而这也能算是一种敬畏吧。每个人都有自己的命运，有自己的郁积和化散，我不太清楚怎么办，也就不敢贸然问别人不想说的潜台词。

最后我只是问了他一句：“您当时放弃这么好的机会，去教语文，后悔吗？”他说：“人生就像一盘棋，每下下去一个子都是不能够拔起来的。也就是不能够后悔的。”

很正统的答案，人生如棋，落子无悔，很简练的意思。是电视语言最好的那种表述。

如果不是1998年省棋协找到杨云杰，他说他可能就在讲台上退休了，那样也是他的一生，桃李满天下，岁岁续年年。但是他选择了答应出山担任省围棋实战教室总教练，他说，毕竟围棋才是自己一辈子最钟情的事业和生活。

杨云杰的夫人曹老师拉着我的手，跟我说：“我这辈子就是找了个职业神经。一辈子就跟着他耗在围棋上了。更可恶的是，他如果在女儿身上花费学生身上万分之一的心血，我女儿都可能是个围棋高手了，可是我女儿居然都不会围棋，你相信吗？”说完哈哈大笑，话里有嗔怪，有对独女的怜惜，更有对丈夫的爱和疼惜，最重要的，分明还有发自内心的敬佩。

杨云杰说：“没有说我女儿就一定要继承我的围棋事业，她能在她的领

域，把一件事做到极致，那也是完满的人生。”

就因为这一句话，我在片子最后剪辑时，差点想在画面最后淡出的一刻，打出一行字：“我这一生只有一件事，围棋。”后来终觉不妥，如果观众不解这句话针尖对麦芒的深意，就会误认为记者夸大其词或者说以偏概全吧。

把片子剪完看了一遍，似乎做得很正，就像我的日子，平淡而近自然。几天下来，我那几天整天地呆在机房。换了编辑系统，等于是又要一边编一边重新接受EDIUS系统。每天晚上十点回去的时候，天空中是深黑的沉默，看的时间长了，发现有苍暗的云层在夜色里滚滚而流。

把一件事做到极致，一切不求自得，杨云杰说。

杨云杰老师是我电视生涯的起点，他耐心地和我完成了这一期片子。

特生哥看完片子，第一句话是“可惜没拍好。”他问我是不是遗憾，我说是有有点。

但其实不需要，斯宾诺莎说过一句话：“希望和失望都是因为恐惧，他们都表示知识的缺乏，和心灵的软弱无力。”遗憾其实就是失望，这也代表恐惧和软弱。

这话太硬，每每突然想起，都要消化好一会。

做节目最怕的毛病就是刚爬到了一个山头，就插上红旗，宣告到达。最完满的状态应该是，翻过一座，前面又是一座山，再翻过去，前面还是，等到了命运最后的那座山脚下，“极致”等待已久，回头望时，只见远处青山绵延不绝。

还有一点，做片子不需要刻意求新，生活并不需要时时有新的主题，即使是华丽的《霸王别姬》，力量也在于真实的市井人性。

找一件事，做一辈子，不过我才开始。

(作者单位：湖南公共频道)

编辑/王庆华



把文化的种子撒向希望的田野

——芒果树艺术团对城步苗乡实施“手拉手”文化帮扶工程

/刘金铃

对贫困山乡实施“文化扶贫”是党和政府一项长期重要的战略任务。长沙市开福区金鹰社区芒果树艺术团从自身优势出发，从今年五月开始对地处偏远山区、文化生活贫乏的城步苗乡丹口镇、边溪村和上水村开展文化帮扶，从“送”文化下乡到“种”文化到基层，不刮“一阵风”，不搞“地皮湿”，扎扎实实培养一支不走的文艺骨干队伍，并协助当地利用自然资源和民族民间艺术资源开发文化旅游产业，以文养文，取得了显著成效。

一、送文化下乡，满足山区群众的文化需求

芒果树艺术团是开福区金鹰社区辖区内以湖南广电退休人员 and 部分在职员工为主体组建的群众文艺团体，自建团以来，多次在省、市及国内外文艺赛事中争金夺银，是长沙市有影响的五星级优秀文艺团队。今年5月，该团参加了由省直工委组织的送文化下乡慰问演出，目睹了城步苗乡村民们对文化生活的强烈渴求。26位演员们顶着炎炎烈日赶排了2个小时的文艺节目，先后在田间地头和高山牧场演出了三场，将党

和政府的关怀及方针政策融入了节目之中，艺术形式有歌、舞、戏曲，并和当地干群互动，现场气氛十分热烈。

二、从“送”文化到“种”文化，为山村培养一支不走的文艺骨干队伍

俗话说“授人以鱼不如授人以渔”。芒果树艺术团的领导和演员们深刻认识到，送文化下乡只能满足山区百姓一时之需，只有把文化的种子撒在基层，培养一支不走的文艺骨干，让他们发挥辐射作用，带动其他村民参与其中，才能真正激发农村文艺的潜在正能量，让文化的清泉永不枯竭。于是，从今年6月20日至7月16日，在26天时间里团长石方安、党支部书记韩怀彦率领歌队、舞蹈队负责人和业务骨干一行6人，到城步苗乡丹口镇、边溪村、上水村三个毗邻村镇开展了“手拉手”文化帮扶，并与当地签订了长期义务文化帮扶协议，协议有任务，有计划，有目标。到目前为止，已为三个村培训了36名文艺骨干，并通过他们带动数百村民参与歌舞、器乐、舞龙、击鼓、绝活等形式的表演。和以往相比，村里打牌赌博、邻里不和的明显减少，社会风

气日渐改善。往日寂静的山村，如今处处欢声笑语，一派安乐和谐气象。

三、利用本地资源，帮助苗乡开发文化旅游产业，以文养文

丹口、边溪、上水三个村镇依山傍水，风景秀丽，独有的吊龙、苗歌、苗舞和绝技活别具一格。针对这些优势，石方安团长协同省扶贫干部一起，帮助当地策划举办了一场规模盛大的“城步山歌文化节”。“山歌节”从策划到演出都是芒果树艺术团参与组织、指导、编排、教练的，甚至连服装采买、道具制作、场地布置、演员化妆，无一不亲历亲为。炎炎烈日，衣服干了又湿，湿了又干，都没有一个人叫苦叫累。山歌节前来参节的国家民委主要领导和副省长何报翔的充分肯定了山歌节，节后的设施、道具以及表演的节目，计划在今后继续开发利用，改进提高。在芒果树艺术团的帮助下，将一年一度的“山歌节”打造成具有鲜明特色和广泛影响力的节庆品牌。

(作者单位：湖南省广播电影电视局)

编辑/王庆华

论电视节目主持人的角色定位

/臧军湘

一、角色误区

打开电视机,有几十个频道节目供观选择,其中林林总总的主持人节目和千姿百态的节目主持人十分清新地跃然眼前,为观众传递信息、传授知识、传播欢乐。然而,我们同时发现,由于主持人角色定位不准反映出的种种现象令人不安,下面就从一些角色误区现象谈起。

现象之一:主持人包打天下

看过这样一部专题片,说一名少年男童因父母离异,父亲酗酒,而堕落成惯偷被抓获。主持人从他为什么小小年纪就成为少年犯为主题开始采访,同时出一种社会责任感,决心帮助这个儿童重新读书。但是由于种种原因,原来的学校已不能就读,另一所学校因为地域关系,不予接收,主持人带着这个孩子开始了艰苦地说服工作。从家庭到治安派出所,从治安派出所到学校,从学校到街道办事处,再从街办到家庭,到学校,经过了曲折艰苦地努力,学校网开一面,孩子终于有学上了。看过这个片子,人们对主持人的努力深深地感动,但同时另一种感觉油然而生——主持人竟然有回天之力。

现象之二:主持人角色错位

看过一位主持人现场直播法院开庭审理案,说一妇女因不堪忍受丈夫虐待,离婚不成将丈夫残忍烧死,被告以故意杀人罪受到法庭审判。女主持人同情被告的两个孩子将没人照顾,向法官提出了两个问题:(1)“如果能证实被告是因无法忍受虐待而为,是否可以减

刑?”(2)“被告人还有两个孩子,他们已经失去了父亲,难道还要让他们再失去母亲吗?”这位主持人曾在一篇文章中写道:“我实际上已不自学地变换了自己的角色,由一个配合、引导评点法官宣传法律知识的主持人,变成了法官的‘对手’,向他发出诘问,与他展开观点上的争论和探讨,并引用被告人的观点,要求法官回答,使整段节目成为一种思想的交锋。”显然由于这位主持人追求采访的新颖,才使角色的变换把握不住分寸,造成角色错位。

现象之三:行为语言不合身份

有一个商品服务性栏目,设定了三位节目主持人,他们常常变换方法,出面介绍产品,三位主持人为了追求异同,对同类产品加以不同解说,主持人的语言夸张、离奇,甚至皮装、婚纱要亲自穿一穿,产品、商品亲自试一试,羊肉、肥牛亲自尝一尝,以扩大影响,招徕顾客。这种现象逐渐引起了观众的非议,主持人却说:“我们没做错什么,只是按客户要求去做的”。

还有些主持人采访中这样问:“咱们单位今后有什么打算?”“咱们公司现在经营情况如何?”“咱们学校共有多少毕业生?”等等,角度位置在两者间不断变换。节目主持人可以代表个人、代表传播媒体、代表某一活动的组委会,动辄代表“广大电视观众”、“某某单位……”都是不符合身份的。

现象之四:角色角度把握不准

有一位社会新闻女主持人被称为“冷面女郎”后,自己还不知为什么,

经了解才恍然大悟,原来因为主持节目具有正义感,敢于弘扬真善美,勇于抨击假恶丑。另一方面,又因人们常常在荧屏上看到她一副板着脸孔,义正辞严,咄咄逼人的形象。一个绰号传开了,这到底是褒还是贬,细细咀嚼,两者参半。

二、角色定位

所谓职业角色定位,就是从职业角度出发,给主持人角色一个整体上的概述。节目主持人是在广播电视中,以个体行为出现,代表着群众观念,用有声语言、形态来操作和把握节目进程,直接、平等地进行大众传播活动的人。这一概念从总体意义上确立了节目主持人的行为规范和对主持人职业的概述。

所谓职业分工角色定位,是指主持人角色是依附于主持人节目的,有什么类型的主持人节目,才会产生什么角色的主持人。如:新闻评论类节目,需要政治立场鲜明,政策水平高,语言逻辑强的主持人;生活服务类节目,需要亲切自然,生活经验丰富,懂得家长里短,贴近生活,贴近百姓的主持人;综艺娱乐类节目,适合语言风趣幽默,性格开朗奔放的主持人等等。总之,主持人是为节目内容服务的,主持人角色是根据节目的性质、创办宗旨、以及服务对象来定位的。如果把节目内容比喻成库中宝藏,角色就是一把打开宝藏的钥匙;节目本身是一只飘扬的风筝、角色就只是一种表现形式。如果表现形式充分,角色定位好,主持人节目就会成功,甚至会锦上添花;相反,表现形式

格格不入,角色定位不准,不利于表现主题,反映不出节目真谛,这个节目就不够优秀,就可能失败。

主持人的角色定位还应注意几方面的问题。

1、量体裁衣。

每个人有自己不同的生活阅历、知识结构和思维意识,所以性格特别、兴趣爱好、表达方法不尽相同。作为一个成功的节目主持人,在角色的定位时,应首先从实际出发,针对自己的基本能力做一个科学的评估,然后再选择一个更适合的节目去主持,而偏偏走进政策性较强的评论性节目;或者本来更适合主持小型服务类节目,却愿意主持有轰动效应的大型晚会,这样即便是能应付得了,只怕也是不完美、不成功的。在日常的电视屏幕上,我们常常看到一些主持人,因不适应所主持的节目而出现的力不从心、言不由衷、不知所措等现象。由于受外部环境的影响,有相当一部分主持人要做到量体裁衣,选择适合自己的节目,也并非易事。有的受长官意志调遣,服从组织安排;有的受身边背景支配,身不由己硬撑苦顶。碰到如此状况,主持人只有努力学习,虚心研究,求教方家,才能得心应手。

2、把握分寸

角色定位必须把握分寸。(1)我是谁?(2)做什么?(3)怎么做?弄明白这三个问题,才可以有感而发,一发中的,发而不紊。“我是谁?”这是主持人角色定位最容易混淆的问题。主持人往往因为拥有掌声和特别关注而迷失了自我,认为自己是一个节目的统帅,是广大民从的灯塔。常常出现的包打天下、不懂装懂、自我陶醉等现象,就是没搞清“我是谁?”的结果。在主持人节目中,主持人该做的事是多头复杂的,他(她)除了具备协调一个群体的综合智慧和才干外,主持人往往要进行自叙、引荐、引导、提问、倾听、诉讼、调控等行为,在这些行为过程中,全靠自己娴熟地自然调节,把握分寸,推动进程,这就是要回答的“做什么”。

“怎么做”是主持人最值得研究的问题,它涉及到主持人的素质、能力、技巧和经验,从角色定位的角度说,“怎么做?”也就是怎么把握分寸,把节目操作好。成熟的主持人往往从节目的内容、宗旨、对象等不同角度出发,给自己一个恰当定位,使自己在多维空间中驾驭其中,游刃有余,尽情发挥。杨澜总结自己的节目主持时,深有体会地说:“主持是一门分寸艺术”。凤凰卫视台播出的《非常男女》主持人胡瓜,就恰如其分地把握住了节目的整体分寸,与搭档配合默契,与嘉宾相濡以沫,与观众交谈风趣,给人留下深刻印象。

三、角色修养

1、有文化

这里说的“文化”是指一个人的整体文化素质。它包括政治理论,政策水平,职业道德,知识结构等。有句话说“品高业自成”,这个“品”字就是指人的品德、品格、品位、品质,包涵人格的方方面面。作为一个成熟的主持人,应具备优秀的文化品质,因为他(她)直接影响着整个节目的文化品位,所以潜心学习,勇于实践,是主持人终生不渝的追求。“读万卷书,行万里路”,是指那些孜孜不倦的进取者,也说明读书的重要性。“读书破万卷,下笔妙如神”,是指作家妙笔生花的来源。如果主持人能“学向四方”,那么一定会“出口成章”了。《东方时空》主持人白岩松,采访六年“东方之子”写了100多本采访笔记,他的勤奋敬业夯实了基础,使他成为新闻事件现场直播最值得信赖的人之一;上海电视台主持人叶惠贤,常常手不离书,《百科全书》、《成语词典》、《名人名言》都是他的老师,他主持节目灵活出名,被誉为“江南第一脱口秀”、“荧屏智多星”。

2、有功力

功力是指主持人的综合能力,它包括主持人思维意识、专业技术和风格特点。思维意识——来源于文化品质,它是文化积累的产物,是贯穿综合能力的

主纲。有高层次的文化品位,才会有良好的思维品质,才会使深厚功力得以正常发挥。专业技能——是主持人功力的具体体现,它可分为语言能力、表现能力和操作能力。著名主持人敬一丹、白岩松、崔永元的形象,就是用语言功力树立起来的。有了语言能力,还不可忽视主持人在节目进行中,把握情绪,表情达意,调控进度的能力。风格特别——是主持人在积累了丰厚的文化底蕴、丰富的专业经验、长期的自身修养以后形成的精典,在行为职业范围中的生动表现。正因为风格特点不是一朝一夕形成的,主持人就应该有机会培养自己的行为规范,善于修正自己的不足,不断完善自我,及早形成独特的风格。

3、有境界

主持人的境界是主持人整体素质得以升华后的一种思想意境。它与知识和功力是相辅相成的,文化层次高,功力自然就深,达到的境界也就脱俗。在节目进程中,主持人的自信与谦恭,主持人语言行为表露出的“我为您服务”的意韵,还有主持人对观众的人文关怀,对嘉宾表现出的善于聆听等,都给人一种感觉——主持人有修养、有境界。然而,我们也曾时常看到一些有缺陷、有过失、有隐私的人,在话筒前,显得无奈和尴尬;看到被采访者在主持人无所顾忌的追问下,显得无地自容;还看到嘉宾兴致勃勃的谈话,被主持人抢断,显得不知所措……这些都反映了主持人职业作风不够精良,也反映了主持人的修养不高,境界不高。

论述主持人的角色定位,提倡节目主持人提高水平、降低位置,不是轻视了主持人的地位和作用。在飞速发展的广播电视事业中,主持人自己的艺术魅力,推出了一个个备受欢迎的名牌节目,同时主持人节目也托起了一个个灿烂夺目的明星主持人。只要主持人们勇于进取,主持人节目会更上一层楼,辽阔的天空中会出现更多耀眼的明星。

(作者单位:益阳广播电视台)

编辑/曾致

媒介“三力”琐议

/彭国元

2013年初,中宣部、湖南省委宣传部多次深入新闻单位,就如何提高新闻媒体的“三力”问题进行调研。可见“三力”之重要。

“三力”,乃指公信力、影响力和传播力之总称。

媒介公信力在我国的使用时间较短,尚无统一界定。有人认为,它是指新闻媒体在长期的发展中日积月累而形成,在社会中有广泛的权威性和信誉度,在受众中有深远影响的媒介自身魅力。也有人认为,它是新闻传媒能够获得受众信任的能力,反映了新闻传媒以新闻报道为主体的信息产品被受众认可、信任乃至赞美的程度。可见,无论哪种表述,“被公众信任信赖”、“有权威性”是媒介公信力概念的核心关键词。媒介公信力彰显媒体的品质与品格,属伦理范畴。

媒介影响力,是指媒介以一种大众所喜爱的方式实现的吸引眼球、影响判断、引导行为的能力。前者是基础,后两者才是目的和核心。有学者将媒体影响力分为核心影响力、外延影响力和品牌影响力三个层次。核心影响力主要由内容和编排构成,如湖南卫视在此方面便出奇制胜。外延影响力主要由媒体举办相关的活动和依托新媒体产生。如100多年前,法国人造了一尊自由女神像赠送给美国,美国政府当时财力不足,无钱将它运回美国,于是普利策主办的《世界报》在全美范围内开展了一次募捐活动,极大地提升了《世界报》的知名度。品牌影响力则是核心影响力和外延影响力的综合反映,系影响力的最高层次。央视一套、湖南卫视等一批在全国独领风骚的电视频道之所以备受观众青睐,其强大的品牌影响力帮了大忙。

媒介的传播力是指一个媒体通过各

种传播方式的组合,将信息扩散,导致产生尽可能好的传播效果的能力。它包括传播的信息量、传播速度与精度,信息的覆盖面以及影响效果。在当今时代,媒体之间的竞争已从前些年的注意力竞争变成了传播力的博弈。有学者认为,媒介的思想倾向和舆论力量是构成传播力最本质的东西。媒体经常传播正确、积极、健康的内容,不断发出正义的召唤,热情为公共利益服务,及时表达民心声,具有激活受众感官和思想的最大能量,其传播力就能达到最大值。并举例说,抗战时期,共产党办了一份《新华日报》,国民党办了一份《中央日报》,前者因消息真实、快捷,评论反映百姓心声,每天清早一出,便被抢购一空;而后者因内容大多是蒋介石讲话的图解,缺乏可读性,民众和民主人士都不爱看,当然就没什么传播力了。

公信力、影响力和传播力是构成媒体品质和竞争力的一个有机整体:一方面,三者之间虽各有侧重但又相互关联、相互支撑;另一方面,三者之间呈现依次递进的层级关系,后者以前者作为基石。具体说来,公信力是媒体灵魂,它代表着媒体的品质和形象,是媒体立身的基本前提。没有公信力的媒体,受众不信任,不爱看、不想听,哪来影响力和传播力?比如,那些惯于造假和发布失实信息的媒体,其公信力就大打折扣。影响力则是建构在公信力的基础之上,由媒体的传播内容、相关活动和传播能力所决定。没有公信力,就没有正向影响力。没有先进的传播技术和手段,媒体的影响力就难以最大值和最快地扩散出去。而传播力既由媒体的公信力和影响力及技术手段予以支持,又是公信力和影响力的总集结和终端呈现,它反映着媒体的品牌价值和名誉

度。

如何提升媒介的“三力”?路径很多,笔者认为应重点做到以下几点:

1、尊重新闻规律。媒介虽有多种功能,但信息传播却是第一位的。首先,新闻报道必须客观、真实、准确、全面,力求做到“整体真实与局部真实”、“表象真实与本质真实”、“事实真实与表述真实”三个有机统一。其次,要打破多年来的思维定势和僵化理念,回归新闻本质,致力于做真新闻、真做新闻。

2、坚守媒体责任。媒体是社会之公器,担负神圣职责,应自觉将宣传党的主张与反映人民心声相结合,将坚持正确舆论导向与体现社情民意相兼顾,在以正面宣传为主的前提下搞好舆论监督,力争成为有思想、有情感、有担当、有品位的媒体,并通过优质的内容传播和创新的表现手法赢得信任,扩大影响。

三、完善传播体系。媒介的品牌要靠传播推广,媒介的影响需要传播来扩散。完善传播体系需多管齐下:一要依靠高科技手段,通过技术升级和实施数字化转型等措施,提升媒体的传播能力;二要弘扬先进传播理念,拓展传播方式和传播渠道。传统媒体应加快与网络等新媒体的融合,如央视一套和湖南卫视等媒体的新闻栏目借力微博、微信和客户端,提高了传播能力。当前,尤其要办好法人微博,这是提升传统媒体传播力的有效手段。此外,还要采取有效措施扩大中国媒体的国际传播力,抢占舆论话语权。

(说明:本文部分内容参阅了有关资料)

(作者系湖南广播电视台副总编辑、高级编辑)

编辑/肖清

蓄势待发又半年

——2013 年上半年动画电影市场总观

/何琼

中国动画电影在经历了 2011 年票房的突飞猛进、2012 年话题的此起彼伏后，今年上半年似乎变得安静了不少。特别是当真人电影票房动辄上亿，继而将票房是否破五亿作为一个衡量标准后，动画电影市场顿时集体失声。国产动画电

影 2013 年半年票房已经平了 2012 年的全年票房，却还赶不上一部《小时代》，曾经“喜羊羊”系列票房破亿还能让动画电影人为之激动一下，现在变得是那么的理所当然。唯一的话题还是《疯狂原始人》，本因卖相不错被延长映期，后疑为同

档期的国产 3D 新片让道，提前大半个月紧急停映。其实，2013 年的动画电影市场不是没有动静，只是其市场份额实在是小了些。在上半年近 110 亿的全国电影总票房的大环境下，动画电影市场就如一条小小的河川，在默默地奔腾着。

2012 年 12 月 30 日—2013 年 6 月 30 日国内动画电影上映情况

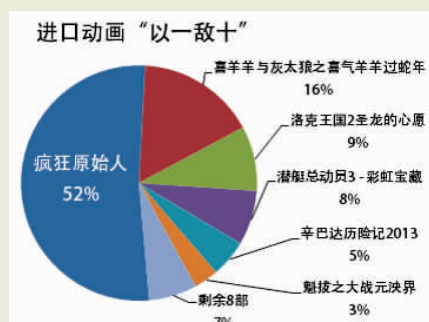
数量	影片	上映日期	票房（万元）
1	重返大海	2012 年 12 月 30 日	370
2	绿林大冒险	2013 年 1 月 19 日	851
3	喜羊羊与灰太狼之喜气羊羊过蛇年	2013 年 1 月 24 日	12215
4	波鲁鲁冰雪大冒险	2013 年 1 月 25 日	1194
5	洛克王国 2 圣龙的心愿	2013 年 1 月 31 日	6669
6	疯狂原始人（美国）	2013 年 4 月 20 日	39108
7	西柏坡 2：王二小	2013 年 4 月 28 日	45
8	冲锋号	2013 年 5 月 24 日	22
9	魁拔之大战元泱界	2013 年 5 月 31 日	2485
10	潜艇总动员 3 - 彩虹宝藏	2013 年 5 月 31 日	5584
11	辛巴达历险记 2013	2013 年 5 月 31 日	3857
12	圣龙奇兵大冒险	2013 年 6 月 10 日	563
	开心超人	2013 年 6 月 28 日	1326
14	萨米大冒险 2（比利时）	2013 年 6 月 28 日	574
票房总计			74863 万元

动画电影市场稳步增长， 进口动画以一敌十

截止 2013 年 6 月 30 日，共有 14 部中外动画电影在国内公映，票房总计 7.4 亿元。就其数量而言，较 2012 年同一时段多出 3 部；就票房而言，与

2012 年同期 53515 万元的票房相比，增长近 40%。虽然动画电影票房只占到全国总票房的 6.8%，但这并未影响它的增长态势，今年上半年同比增速达到了 73.9%，高于所有影片的票房增速。作为一种电影门类，动画电影在市场的

竞争中一直保有一定的市场份额，并保持着相对稳定的增长速度，可见其是不可或缺的，且发展潜力也是不可小觑的。但是，动画电影内部，进口动画以一敌十的格局却一直未能被打破。今年的进口动画电影《疯狂原始人》，其 3.9



亿元的票房就圈走了整个动画电影 52% 的份额。如果不是国产动画政策保护，紧急停映此片，那它创造 65% 的票房是绝对有可能的。12 部国产动画比不过 1 部进口动画，这就是我们的现状。究其原因，还是那些老话，进口动画的水准已经摆在了那里，要想一下子追赶上也是不可能的。因此，这种局面肯定还要持续一段时间的。对进口动画也不能过度打压，毕竟进口动画电影有利于培养国内观众对动画电影的观影习惯，有了对动画电影的习惯性消费，再有拿得出手的国产动画影片，动画电影才能真正发展起来。

国产动画半年完成去年全年成绩， 进入续集时代

尽管被进口动画分去了半壁江山，国产动画紧跟着电影市场的大好形势还

是拿下了 4 亿的票房，相较 2012 年上半年的 2.9 亿元，增长幅度突破 35%，仅用半年时间完成了去年全年的成绩。这一方面得益于电影市场的整体扩容，另一方面也是因为中国动画人总结了去年的经验：主打低幼，做好续集。今年上半年上映的国产动画中，除了一直保持着破亿票房的“喜羊羊”系列外，值得一提的便是《洛克王国 2》和《潜艇总动员 3》，两部续集继前两年取得不错的票房成绩后，继续发力，今年终于突破了 5 千万大关，成为继《喜羊羊与灰太狼》系列动画之外的知名品牌。《魁拔 2》则被业界公认为达到了国际先进水准。这些稍能上台面的片子都是续集，续集的出现可以说是国产动画市场成长的一个象征，只是成长的起点有点低，都是一些针对低幼儿童的影片，其票房依旧在靠“一拖二”来拉动。

国产动画产业链不完整， 发行渠道单一

从 2013 年上半年动画电影的发展情况来看，票房好的动画电影基本都有电视片或者游戏作为基础，纯粹原创的动画电影市场反响并不好。虽然我国有很多动漫基地，也有很多动漫方面的专业人才，但他们更多的是跟同行业的人沟通交流，而没有进入电影行业，因而缺少对电影产业的了解，在排片、宣传等方面都缺乏经验。美国动画电影的收益期很长，往往是电影公映后的第二年、第三年收入比第一年还高，票房收入仅占其收入的 18%—23%，其他收入为衍生品、DVD 和授权费。国产动画电影不仅在票房上远逊于外国动画电影，在衍生品开发上更显薄弱，甚至是空白。同时，国产动画电影也没有找到较好的发行渠道。在真人电影为了弥补票房收入较低带来的影响，而积极开拓“多屏”收入的时候，大多数国产动画电影仍然以院线为单一渠道。虽然一些视频网站也会购买动画电影的版权，但视频网站的版权收入在国产动画电影的收入中所占比例还很小，因为国产动画电影的受众面较小，在视频网站中的点击量也较少，因此视频网站支付的版权费也不是很高。如此看来，只有国产动画电影也能像好莱坞动画那样被成年人接受，才能解决这种种问题。

(作者单位：潇湘电影集团)

编辑/肖清

影片	票房 (万元)
洛克王国 (2011 年)	3340
洛克王国 2 (2013 年)	6669
潜艇总动员 2 (2012 年)	1690
潜艇总动员 3 (2013 年)	5584
魁拔 (2011 年)	305
魁拔 2 (2013 年)	2485



简单故事不简单

——电影《念书的孩子》评析

/杨海

《念书的孩子》被教育部和国家新闻出版广播电影电视总局列为向全国中小学生郑重推荐的电影，同时又摘得第九届美国圣地亚哥国际儿童电影节“最佳电影奖”和“最佳演员奖”两项大奖。这部留守儿童主题的电影是如何获得如此殊荣的呢？

首先，在于影片直面现实生活、关注弱势群体、表达人性关怀的主题选择。《念书的孩子》讲述的故事非常简单：一个小孩开开、年老带病的爷爷、一只捡来的小狗“小胆儿”，三者在农村里相守相伴，过着单调的生活。家里没有电视，于是在冷清孤寂的冬夜里，开开就给爷爷念课文打发寂寥。这温馨却又苦涩的画面正是电影名称的由来。留守儿童是伴随我国城镇化进程而产生的一个社会问题，牵动着无数人的心，关注“留守儿童”的生活，既是文艺创作者的责任，也容易获得广大观众的情感共鸣，对身处大洋彼岸的美国观众同样具有吸引力。在圣地亚哥国际儿童电影节上，一位好莱坞制片人就说，

她相信这个故事一定能够使北美的观众深受感动。果然，电影答谢放映证实了她的判断：200多位红着眼睛、带着泪痕的观众全体起立，长时间为这部影片鼓掌。

其次，在于影片以真挚的感情、丰富的细节、自然朴实的叙事手法，牢牢抓住了观众。《念书的孩子》采用了自然朴实、近乎白描的叙事手法，不以复杂的线索和激烈的冲突来吸引人，而是以丰富的细节和真挚的感情来打动人。开开看爷爷咳嗽得很厉害，就主动跟爷爷学做饭，很快就学会了蒸馒头、擀面条，因为开开的心里有着爷爷；后来爷爷去世了，开开做饭就变得心不在焉，总是把饭烧糊，最后干脆不做饭了，和“小胆儿”一起啃馒头就咸菜；又比如在爸爸费尽周折将要接开开去城里上学时，开开掏空了书包，把“小胆儿”藏了进去，想把“小胆儿”一起带走……这些寓于生活中的充满真情的细节，在这部影片里还有很多，它们在塑造人物形象、传达真情实感、升华故事主题方

面发挥着重要作用。

影片对人与动物的关系探讨也值得观众思考。“小胆儿”是一只流浪狗，胆儿特别小，比开开更弱势。爷爷去世后，开开发现只有他能保护“小胆儿”，一个小孩与一只流浪狗之间，逐渐产生了深厚的感情。开开的善良和同情心，与爸爸的粗暴形成了鲜明的对比，也许看到这里观众们会想起，孩子般的淳朴本真是每个人都曾经拥有的，可为什么孩子可以拥有这种美好的感情，变成大人，却时常只剩下冷漠与粗暴？

我们总讨论电影走出去如何困难，其实不妨回过头来想一想：我们关注的主题是否处于其他文化环境里的观众也会关注？我们的叙事方式是不是做到了返璞归真，以真正丰富、真实的细节取胜？我们所欲表达的是不是真正淳朴、厚重的感情而非矫揉造作与无病呻吟？传播的本质某种程度上是价值的共享，如何找到这个价值的结合点，《念书的孩子》对我们大有启发。

编辑/曾致

电影产业化与文化矛盾吗？

/饶曙光

人文关怀、文化精神要通过电影传播，就必须遵从电影产业的基本规律；电影的文化诉求，比如思想、文化、美学的意义都是建构在产业基础上的。

从2003年到2013年，中国电影产业实现了票房的大幅增长，从10个亿左右发展到了170个亿，可以说得到了跨越式的、空前的大发展。但是社会“舆情”对中国电影的认同度、美誉度，却没有随产业指标的大幅提升而提升。一些媒体集中报道电影产业化发展存在的某些突出问题，让电影的负面评价占据了人们的视野。

毫无疑问，中国电影存在着娱乐化、同质化、片面追求票房和“眼球效应”、以“山寨”和“无厘头”代替创意，以及各种电影产业化初级阶段不可避免的结构性问题。但是，我们应该对中国电影产业发展取得的巨大成就给予公正的估计和评价。事实上，依靠国外影片的进口机制和全面产业化改革，内地电影在应

对好莱坞电影挑战中取得了难能可贵的主动权，没有像台湾地区那样陷入灭顶之灾，也没有像法国那样依靠“文化例外”苦苦支撑。数据显示，2003年以前，内地电影市场盈利的60%来自好莱坞大片、30%来自香港电影，仅有10%来自内地产电影。2003年—2012年，中国电影的综合收益每年以连续25%到40%的速度递增，远远超过了同时期国民经济的增长幅度。

需要特别指出的是，当前某些“舆情”对电影的批评，大多集中在电影质量，集中在人文和美学指标，并不是针对产业化改革本身。也就是说，无论是对电影产业化改革的方向，还是对电影产业化改革的成果，绝大多数人都是肯定和支持的。决不能把对个别电影质量不高、文化品质不高的不满与对产业化改革的评价混为一谈，并据此以为电影质量不高、文化品质不高是电影产业化导致的必然结果。

对于电影产业和电影文化的

关系，中国电影界存在着把两者人为分立、对立的思维习惯，认为产业化就意味着对利润的追求和文化精神的丢弃，或者认为要追求电影的文化品位、文化品质就必然无视产业经济规律。我们必须尽快摆脱简单机械的二元对立思维模式，建构辩证、开放与包容的大电影概念，寻求电影多重属性、多重功能的和谐共生和辩证统一，寻找最佳平衡点，实现最大包容度。必须走出“票房是硬道理”的理论误区，同时也要避免空谈“文化”而无视电影产业基本规律，最终形成科学评价电影产业发展的多层次、多维度评价体系。事实上，人文关怀、文化精神要通过电影这种特殊媒介传播，就必须遵从电影产业的基本规律。而电影的思想、文化、美学等文化诉求都是建构在产业基础上的。没有票房的有序、有效增长，没有市场空间的持续、全面扩大，就不可能建构可以与好莱坞媲美的“华莱坞”。

编辑 / 曾致

演播室通话系统的构建与应用

——以湖南广电大众传媒学院演播室集群为例

/陈禹 吴熠

演播室集群作为湖南广播电视台制作技术上非常重要的一环,是目前视频制作技术水平的集中体现,作为兼顾前沿试验性的技术平台,它前瞻性技术应用可为将来湖南广播电视台下属各个演播室集群的进一步改造和新建提供宝贵的技术经验。通话系统作为整个演播室系统中非常重要的一个部分,它的安全运作为所有节目录制与直播的顺利进行起到了关键性作用。下面我们就着重介绍在大众传媒演播室集群建设时,通话系统的构建和相关适用性设置与应用。

一、通话系统的构建

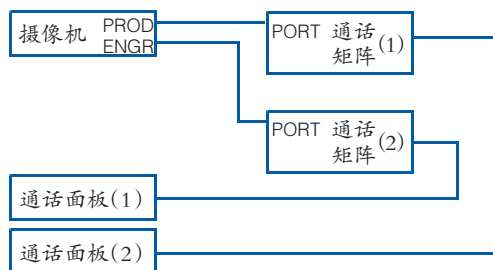
演播室集群分为两个演播室,分别对应两个演播厅。根据台内日常节目的制作需要和大型晚会的制作需求,我们在构建演播室通话系统时,主要是实现各工种之间的无障碍相互通话,这部分需求主要包括:

- 1、导播与摄像等其他工种之间的通话;
- 2、视频与音频、灯光等部门之间的通话;
- 3、主演播室与副演播室同时录制节目时,各工种之间通话互不干扰;
- 4、大众演播室和台本部演播室群(即 T2 演播室)之间的远程通话。

为实现以上需求,使节目的创作意图和节目效果得到完美的呈现,我们选择以 Clear-Com 公司的 Eclipse32 全双工数字通话矩阵作为通话系统的核心。此矩阵提供了 32 路全双工通信接口,以及额外的 4 路四线端口,它能够外接通话基站,并通过接口模块连接 Party-Line 线路、四线线路和电话线路等,这些功能的实现都是通过 Eclipse Configuration System 软件编辑的。该矩阵的功能包括:1、通过高速连接接口,连接两个矩阵可以创建 64 路端口系统;2、具有两路冗余电源;3、用四线通话线和网线可以实现多达 15 路矩阵链接;4、所见即所得的 Eclipse Configuration System 编辑软件。

大众传媒学院演播室通话系统采用两台支持 32 路的数字通话矩阵,互为主、备两路,以点对点的方式来实现系统内部通话。并可分无线通话与有线通话两种,使用者可根据需要选择通话双方的收听与对讲方向,各个工位都有相应通话面板支持,并且能够拓展到音频、灯光控制室。

在系统安全方面,我们采用的双数字通话矩阵主机,分主、备两路应急互通级联设计,通话效果清晰、保密性强。例如:我们将摄像机的 PRO 和 ENG 通话通道分别编组连接进两台矩阵中形成主备接收,同时每个导播工位上配置了源自不同通话矩阵主机的通话面板,确保在一台主机出现问题的情况下,通话系统仍然可以正常使用。通话矩阵安全设计的连接示意图如下所示:

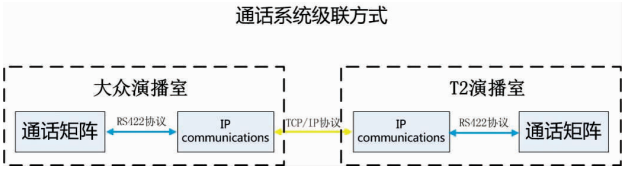


为了实现特定环境下的的通话需求,我们选择了 HME DX210 无线通话系统,使用的两个基站分别配置 4 个 BP210 腰包。HME DX210 系统采用是数字双通道的,而且是基于无线频率使用免费 2.4G 的频段。该频段是一个不受限制免费频段,覆盖的范围和半径非常大,信号非常稳定,可以满足提供高清晰度及无噪声的通信要求。

HME DX210 支持无线或有线耳机的使用,且使用极其方便。该设备可为每个基站最多分配 15 个通信组件。在双通道模式下,可以同时有三个通信组件发声;在可选的单通道模式下,可以同时有四个通信组件发声。DX210 系统提供了一个两线的转换接口,该面板能与 Clear-Com 及 RTS 的两线系统相兼容。无线 ISO 对讲技术使同一基站的所有无线用户能够彼此对话,并与两线或四线内部通信通道分离,还可以将 ISO 功能访问权限限制为特定用户。

大众传媒学院高清演播室系统通过基于 TCP/IP 协议的远程局域网络和光波复用技术的光纤链路,合理分配 IP,利用以 VSM 控制系统(Virtual Studio Manager 虚拟演播室管理)实现异地的演播室系统的控制系统、通话系统互联互通,信号互联,将异地的演播室群连成为一个整体。

演播室集群之间通话系统的级联如下图所示：



两个演播室集群之间的通话系统之间的级联和一般通话系统异地级联方式相同，我们利用光纤传输设备和光电交换机组建通信网络，将数字通话矩阵输出的信号通过 IP communications 转换为支持 TCP/IP 协议的信号，使两个演播室群通话主站设备通信都基于 TCP/IP 协议，实现级联。

将通话系统相关设备的 IP 地址统一规划在 10.10.20.XXX 网段上，异地系统间传输使用 TCP/IP 协议，本地系统内部通话使用 RS422 协议。在异地登陆一台计算输入相应 IP 地址登

录即可访问和管理异地周边设备配置。

二、通话系统相关设备的应用

在实际操作中，我们使用的 Eclipse Configuration System 软件具有强大的编辑功能，可以使通话基站按键的分配、配置接口模块、分配通话路径、调整系统电平过程更透明、更易控制，在软件中，我们可以设置通用和局部 IFB、可编程音频超限提示、通过控制可激活中继、通话路径、DTMF 序列，控制矩阵和基站的中继配置、强制“听”端口、I/O 点评控制及局部和通用 ISO 路径等功能。软件允许使用 TCP/IP 协议访问系统，来进行配置升级，在矩阵中可以存储多套系统配置，通过前面板的按键，我们可以选择需要的配置。

下面简单介绍大众传媒演播室导播区的通话面板的相关设置及应用。

大众传媒学院演播室通话矩阵服务器 1，2 信源示意图如下：

	Matrix1	Eclipse - 32	1#		Matrix1	Eclipse - 32	2#
1	CAM 1k4	PRO	(PL1)		CAM1K4	ENG	(PL7)
2	CAM 9	PRO	(PL2)		CAM 9	ENG	(PL8)
3	CAM 10	PRO	(PL3)		CAM 10	ENG	(PL9)
4	CAM 11	PRO	(PL4)		CAM 11	ENG	(PL10)
5	CAM 12	PRO	(PL5)		CAM 12	ENG	(PL11)
6	CAM 13	PRO	(PL6)		CAM 13	ENG	(PL12)
7	CAM 14	PRO	(PL6)		CAM 14	ENG	(PL12)
8	CAM 15	PRO	(PL6)		CAM 15	ENG	(PL12)
9	CAM 16	PRO	(PL6)		CAM 16	ENG	(PL12)
10	PL—A		(PL13)		PL—C		(PL15)
11	PL—B		(PL14)		PL—D		(PL16)
12	TRUNK—1		(VOICE 1)		TRUNK—3		(VOICE 1)
13	TRUNK—2		(VOICE 1)		TRUNK—4		(VOICE 1)
14	I/O—1		(PANEL)		I/O—4		(PANEL)
15	I/O—2		(PANEL)		I/O—5		(PANEL)
16	I/O—3		(PANEL)		I/O—6		(PANEL)
17	IFB—1		(IFB/CHANNEL 1)		IFB—2		(IFB/CHANNEL 2)
18	PGM 1				PGM 2		
19	TEL—A				TEL—B		
20	BASE—3(WALKIE TALKIE)				BASE—4 (WALKIE TALKIE)		
21	DIR—1				BTV—1		
22	TECH				TEST		
23	A 1400				DIR—2		
24	DOLBY				OCP—1		
25	LIGHT—1				OCP—2		
26	CG—1				CG—2		
27	DISK				BTV—3		
28	NLE—1				NLE—2		
29	LGS				A 400		
30	BTV—2				LIGHT—2		
31	BASE1—1 (DX—210)				BASE2—1 (DX—210)		
32	BASE1—2 (DX—210)				BASE2—2 (DX—210)		

与服务器 1 所匹配的通话面板有:

DIR-1, TECH, A1400, DOBLY, LIGHT-1, CG-1,
DISK, NLE-1, LGS, BTV-2

与服务器 2 所匹配的通话面板有:

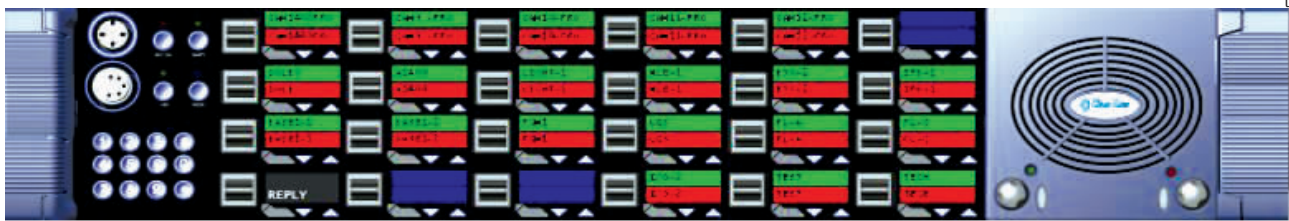
BTV-1, TEST, DIR-2, OCP-1, OCP-2, CG-2,
BTV-3, NLE-2, A400, LIGHT-2

我们使用 Eclipse Configuration System 5.2 软件, 针对不同工位的通话面板在不同的服务器中更改。

首先进入 Eclipse Configuration System 5.2 软件中, 操作界面左侧有 System1, System2, 根据你要设定的工位的通话面板, 进入到相应的服务器中。

在通话系统中我们使用了 Labble 和 Button 两类通话面板。

下面以 1400 导播区工位 DIR-1 Labble 通话面板的设置进行举例说明:



点击 System1—Configuration—panels, 选择 DIR-1 可看到基本等同实物大小的修改键面, 开始对面板进行设置, DIR-1 面板是 24 键拨键面板, 因为工位的不同及需要, 每个键位可分为上下 2 个区, 上为 Listen 区, 下为 Talk 区, 在使用面板时通过上下拨动键位便可选择只听, 只说, 及能说能听三种模式, 对于每个键位的信号源的设定, 需点击设定面板下方 Interfaces 中进行选择, 所有信号源都分为 Listen 与 Talk 两部分, 对键位设定时, 拖动相应的信号源至键位中, 并依次与键位中的 Listen 与 Talk 两部分相对应。当面板键位不能够满足需设定的信号源时, 点击面板修改界面上方 Page 进行下一页面的选择及设定, 每个通话面板都有 8 个扩展页面 (shift1-8), 要进入设定好的下一页面, 在通话面板上体现为按左上角 shift 键进行翻页即可。

接下来以 400 导播助理工位区 BTV-3 (此为自命名, 实际可为 8 字符英文任意命名) button 通话面板进行设置进行举例说明:

点击 System2—Configuration—panels, 选择 BTV-3, 可

看到基本等同实物大小的修改键面, 开始对面板进行设置, BTV-3 面板是 12 键按键面板, 对于每个键位的信号源的设定, 需点击设定面板下方 Interfaces 中进行选择, 选择所需要的信号源拖动至键位中, 因为按键面板不能像拨键面板一样随时选择通话模式, 所以当信号源拖动至键位中以后, 右键点击信号源, 进入 Activation 便可直接选择通话模式 (Talk, Listen, Talk and Listen, Talk and Forced Listen, Dual Talk and Listen) 五种模式。面板键位不能够满足需设定的信号源时, 点击面板修改界面上方 Page 进行下一页面的选择及设定, 每个通话面板都有 8 个扩展页面 (shift1-8), 要进入设定好的下一页面, 在通话面板上体现为按左上角 shift 键进行翻页即可。对于键位信号源的更改, 可直接拖动信号源至需要更改的键位中, 或者右键点击 Delete key 删除键位上的信号源。

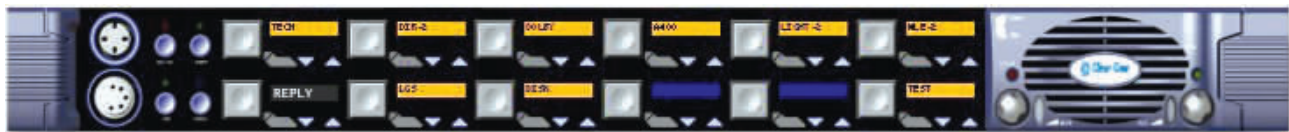
当面板设置完成以后, 因为 System1, System2 中的通话面板可能会调用相互的信号源, 所以保存修改前, 选择 Sys-

tem Monitoring, 进入查看两个服务器的连接状态, 如连接正常, 回到你所修改的面板的服务器, 并点击 Apply Change 进行保存, 如果在两个服务器中都有面板进行了修改, 需在 System 中点击 Apply Change system 进行在总服务器中的保存。

通过充分考虑本台现有节目的实际需求及电视制作未来发展趋势的考虑, 大众传媒学院演播室通话系统的构建完全符合设计要求。并在《金鹰节》、《汉语桥》等大型活动以及《我们约会吧》、《快乐大本营》等日常节目生产过程中取得了良好的效果。同时, 利用光纤传输设备和光电交换机组建网络, 两个演播室通话主站设备通信基于 TCP/IP 协议, 实现了两个演播室集群之间通话系统的级联也是一次成功的应用。经过近两年的使用, 上百场节目的录制, 通话系统通讯通畅、通话效果清晰稳定、整个系统安全可靠。

(作者单位: 湖南广播电视台)

编辑/王庆华



梦想直播中

周屹杰

“七夕晚会的庆功宴上，摄像科的晓南向栏目组的文静下跪求婚了，汪涵将两人的手牵到一起后便开始唠叨，何炅将啤酒拉环递做戒指时哭得像个孩子，这一夜，一对恋人的爱情让所有人梦寐以求……”

一段幸福、美满的故事总让人憧憬，人们梦想美好，梦想这美好能发生在自己生命中。所以，即便是在人们歇斯底里地呐喊着对现实环境的不满和抱怨时，心里最深处依旧埋藏着对梦想的追逐和想象。梦想就像个嗜睡的婴儿，需要时刻有人唤醒他成长，于是这便有了我们，一群为唤醒梦想而生的芒果人。

当一位位竞演选手在《我是歌手》的舞台上挥汗拼搏、歌唱时，他们让观众忘记了竞争的无情、淘汰的威胁，唤起的是观众对青春的激情、梦想的热泪；当草根歌手们唱出自己生活遭遇的释怀时，它让观众从手上工资卡里的扼腕叹息中走出，唤醒的是对乐观、向上的生活梦想；当摄像师扛机起器重走长征路上绵延雪山时，他们的镜头里呐喊的是所有国人对国家繁荣复兴的梦想。

我们希望所有的美好能出现在观众的眼中，我们梦想将快乐的美、向上的美呈现在电视机的芒果台标后，所以我们从无间断的在直播着我们的真诚、我们的梦想，因为直播不能 NG，梦想也无法重来。

在《帮助 V 力量》里的香格里拉如人间仙境般美不胜收，孩子们收到捐赠的笑脸更是令人宽慰不已，但这所有的美好都是由一位患脊柱炎的摄像师，一瘸一拐步行拍出。现在他依然奋斗在《快乐男声》直播的现场，实现芒果的梦想，为观众来带不 NG 的梦想。

《天天向上》在面对主力导演大规模流失后，向上的梦想并没有就此止步，在之后以多位 80 后导演组建的团队执行下，王牌脱口秀的金字招牌依然牢牢伫立在国内电视媒体圈，并且还获得了美国迪士尼对中国媒体的首次邀请制作。团队的 80 后导演们在遇到挫折时，说得最频繁的一句话便是“霸点蛮，不能让观众下周看不到天天”。

梦想，这个多么富有诱惑力的词，让人心驰神往，但又有多少人放弃梦想选择了平庸与失落。只因为他们发现了，在追逐梦想的同时也同样直面了路途中的厄运。但他们不明白，梦想犹如节目直播，不允许 NG，也不允许半途而废。只有充满激情地去迎接实现梦想中的每一天，只有在路途中不断自我反省和成长的奋力的振翅，才能不让平庸的天空留下我们的痕迹。

芒果卫视，一直在为您直播着一场不间断的梦想。

太平盛世喜事多，我梦想，未来的湖南电视更加靓丽，我们的事业更加兴旺！

（作者单位：湖南卫视）

编辑/曾致



我与湖南电台的一些事

/欧阳觉文

当电视还没有普及的时候，人们把听收音机当作日常生活的一部分。广播电台与各戏曲团体联系非常紧密，只要出了一个新戏，电台的人搬着机器来剧场录回去播放，或者是我们去电台录音。

当时电台的录音设备是最好的，调音台好宽好宽，是进口的机器。话筒也是进口的，进录音棚去摆话筒位置的人必须是真正的录音师。要去录音，是一件很严肃的事，门前站着武警，过几道关卡才能到达录音棚。

湖南省人民广播电台建在省军区对面的时候，我们就去录音了。记得有一次录音，乐队队长要我去用三轮车运一面定音鼓来，我的骑车技术不好，当三轮车下坡拐进电台门口的时候，重心偏了，三轮车翻了，把我和定音鼓甩出老远，我的腿上去掉了一块皮，但定音鼓没有摔烂。幸喜马路上没有太多的汽车，让我虚惊了一场。后来湖南广播电台搬到长沙市的黄土岭，好大一块地方归他们使用，置了好多的新设备，繁荣了好一阵子。听说现在他们的地方又搬了，越来越好，因与我们的关系不大，也就不知道他们在哪里？当然，电台老人们住的地方我还知道。

我看到的余以慧

五十年代时，来了个年轻姑娘当文

艺编辑，她就是余以慧，当时大概是二十岁左右，是从部队下来的，她本来在部队文工团吹单簧管，转业到地方的这一重要部门当编辑。因我比她更小，她不叫我的名字，“那个小家伙往后靠，离话筒远一点。”那时我搞打击乐，在全场仅只有一个话筒的时代，打击乐一定要控制音响。现在还有老录音师说，当时我们只有一个话筒，你看那声音录出来多漂亮，那声音平衡极了。

有时候我们演出新戏，余以慧和另外一个录音师在舞台下摆上录音机，将全剧都录下来。他们手中都有剧团给的剧本，在上面圈圈画画。过几天，我们就可以在收音机里听到这个节目了。我们演出的《三里湾》、《两个党员》、《谢瑶环》等戏就是通过电台广播出去的。老百姓通过听广播，可以跟着唱，更想买票来看戏。广播电台宣传了剧团，宣传了节目，所以剧团和广播电台的关系很好。

文革期间，毛泽东看过我们团花鼓戏《沙家浜》的演出，并说地方戏移植革命样板戏好。余以慧代表电台文艺组联系演出，当时文艺组的领导是老胡，戏剧组的组长是老唐，因人长得高，都叫他唐高司。毛泽东看过的戏，电台重视得很，本来一天可以录完的，录了好几天。那时的录音是单轨单声道，一段唱腔中只要有一个音错了，就要重

来，这样要反反复复许多遍，我们把进录音棚比作进“牛棚”，又累又闷。余以慧是编辑，每一次态度非常和蔼、耐烦。余利沙和李坚、老谢是录音师，当时他们能动“剪刀”，把每一次录得好的地方接起来，这种技术当时还不简单，湖南省只有几个人会搞。花鼓戏《沙家浜》在湖南省广播电台播出了，有些时间没有听到花鼓戏的人们欢呼了，在路边、田边、车内、小型演出，他们都唱花鼓戏《沙家浜》。他们把收音机摆在家里、摆在田头，以会唱花鼓戏《沙家浜》的唱段为荣。

后来还录许多戏，又认识了电台的一些新人，如肖克、张燕、王志杰、云捷、黄克文，一直到二十世纪的八、九十年代。

余以慧为不少演职员写过广播专题，如何冬保、肖重奎、李小嘉、凌国康、刘赵黔、朱海云、谢晓君、周希文、卜再庭、陈耀、喻家龙、谢莲英……当然还有我，说我是14岁从乡下走到湖南省花鼓戏剧院的乡里伢子……写得非常生动，有吸引力。

改革开放以后，两岸可以往来了，我爱人刘赵黔的两个表哥从台湾来到大陆，大哥喜欢京剧，四哥喜欢花鼓戏。这种情况被余以慧知道了，她要为四哥做一个专题，四哥也很乐意。台湾曾有四个花鼓戏剧团，四哥是哪里花鼓戏



就跟到哪里。他们还演出过《刘海砍樵》，有人在美国用录像机录了我们演出的全剧，到台湾请京剧社的人帮助排练，在台北市演出全剧，四哥将全部宣传资料和入场卷给我保留，以作纪念。到了大陆后，他还是有花鼓戏必看，不管是乡里、城市和桥下。他母亲90岁生日，他写了十多句唱词要我谱成花鼓戏，让演员演唱……余以慧把他请到录音棚，讲解他的种种感受，他说他听到花鼓戏，一身发麻。16岁离开湖南，乡情难离，在台湾躲在被窝里听湖南电台放的花鼓戏，他将那些演唱花鼓戏的演员数得出十几个。那个专题就叫“花鼓声声唱乡情”，许多人收听了这个节目，热泪盈眶。

到了录花鼓戏出合带的时候了，余以慧没闲着，成了许多盒带的编辑，那天我清理录音盒带的时候，就清出了她当编辑的许多盒。有“地花鼓”、“戏迷闹房”、“看镜”、“何文秀买身”、“蔡鸣凤辞店”、“美女梳头”、“酒色财气”、“贫富上寿”、“兰寄子”……我那里就清出了一大袋。当时这些盒带卖得很红火，那本“地花鼓”真是印了一盒又一盒。

康健民与我们“偷着”搞广播剧

康健民在中央戏剧学院毕业后，到了湖南人民广播电台的戏曲组，当了一名编辑。

戏曲广播剧，当时是一个新的品种，被誉为是广播文艺园地中的一支新花，既是广播，又是戏曲，配之以适当的音响效果，更使人有一种身临其境的现场感。康健民就负责广播剧。他当时邀了还在益阳工作的编剧彭铁森，写了广播剧《王木匠招郎》，导演则请了省花鼓戏剧院的余谱成，作曲是曾祥嗣和我，搞一个花鼓戏的广播剧。

开始在电台文艺部戏剧组碰过几次头，当时文艺部的主任是老胡，戏剧组的组长是老唐，他们对戏曲工作一直很支持。整个框架都已搭好，演员是省花鼓戏剧院的凌国康、龚谷音、刘赵黔、叶振武。导演、作曲、演员都选自于湖南省花鼓戏剧院，但正是花鼓戏剧院为到美国演出，准备了两年，正忙于收尾、检查阶段，将《刘海戏金蟾》出国队伍带到醴陵的烈士塔剧院，吃、睡、排练都在那里。而导演余谱成则是去美国演出队的队长，我和其他几个演员是演出队的成员，当时凌国康和我还是一、二团的团长，不能抽出来讨论和排练广播剧。这样，康健民也到了醴陵，住在离烈士塔剧院不远的一个小旅馆。我去他那里，就看到有几个空酒瓶放在窗台上，可见他晚上喝着酒，在冥思苦想的修改这个戏的剧本。是导演又是出国演出队长的余谱成，象做地下工作一样的来往于康健民的住地，讨论剧本的顺畅、矛盾冲突和如何发挥演员有感情

的演唱及道白。

这个戏曲广播剧表现的内容：王木匠的女儿长大成人了，她出众的才貌吸引了一批批媒人说客。为了挑好女婿，王木匠在家门口贴了张大红榜，郑重地宣布，他要“榜文选婿，考核招亲”。王木匠平生最看不起农业技术员，可女儿偏偏不遂父意，私下里与邻队的“油菜大王”订了情。王木匠不同意这门亲事，还强行扣下了县里发给李强的“油菜顾问”聘请书。没想到，就是这一纸聘书，竟使王木匠一日之中身价百倍：县里的领导把他当成油菜大王来接见；学校请他给少先队员作报告……他后悔了：油菜状元做自己的女婿多荣耀啊！他想收回原来的“招婿方案”，然而迟了，四乡八邻的小伙子都赶来他家看榜应考了。王木匠真是难以下台呀！

在排练《刘海戏金蟾》的空隙中，又暗中与康健民讨论《王木匠招郎》的事，虽然没有妨碍正常的出国排练和演出，终于被人告发了：这么重要的出国任务，几个干部还干私活，把电台的人搞到醴陵来，还象什么共产党员？于是，为了象一个共产党员，这个活动就终止了，康健民回到长沙，我们如期到了美国，还是余谱成的队长，凌国康还是提前一个星期去打前站，刘赵黔、叶振武还是演出了各自的角色。

戏曲广播剧的录制，等湖南省花鼓戏剧院从美国回来后，就正常运转了。1983年9月，为庆祝中华人民共和国成立34周年，湖南省第一个戏曲广播剧《王木匠招郎》终于播出了。并参加了全国的广播剧比赛，得到中央广播电视部的一等奖，金闪闪的奖状挂在戏曲组的墙上。康健民后来去了电视台，再后来当官当到北京去了。

我与马莉等人也搞过广播剧，如《红杏》、《卡在电梯里》等等。这些都一去不复返了，都已成为历史。近些年，我们与电视台走得更多一点，与广播电台就疏远了，我除了听交通频道外，其他都很少听。与老电台的人还有来往，但他们和我一样，都退休了。

（作者系湖南省花鼓戏剧院国家一级作曲）

编辑/曾致

1 中国全媒体卫视8月收视率揭榜 湖南三次蝉联魁首

中国全媒体卫视8月收视率排行日前揭晓,湖南卫视以7.709第3次蝉联魁首。据榜单发布机构泽传媒透露的全媒榜分项统计结果显示,湖南卫视在传统收视、视频网站、社交网站、微博、搜索、百科、泽综指(全称:泽传媒综艺指数)等平台上均保持了较大的传播优势。其中,《快乐大本营》在视频网站、微博、百科平台为芒果台创下3项全国综艺节目第一,《天天向上》创下指数平台收视第一,《快乐男声2013》创下社交平台收视第一。

(人民网)

2 湖南电视优秀节目 首次赴台展播

9月18日至21日,在“2013湖南两岸文化创意产业合作周”期间,湖南广播电视台与台湾中天电视首度合作,连续四天在中天娱乐台晚间时段进行湖南电视优秀综艺节目展播活动。这也是内地电视节目首次在台湾固定频道、固定时段进行连续播放,必将给台湾同胞奉上一份“湘味”实足的电视创意文化大餐。此次参与展播的四期节目,分别是湖南卫视《天天向上》、《奇舞飞扬》及两场《2013快乐男声》。

(金鹰网)

3 湖南卫视第四季度关爱亲子 《爸爸去哪儿》温情发声

湖南卫视2013年第四季度接棒《快乐男声》的新节目《爸爸去哪儿》即将横空出世,这档名人代际沟通纪实节目将创新视角对准亲子关系,在儿童成长教育遭遇“父爱缺席”的情况下,以亲子互动为主旨的细腻打造沟通渠道。它以创新的电视探索手段,第一次从父亲的视角去解读亲子教育,用“新闻秀”手法凸现父亲在育儿中的特殊作用,在寓教于乐中更好地营造快乐的亲子关系。

(新华娱乐)

4 全民“写字”汉字节目火了

今夏,以“汉字”为题材的节目《中国汉字听写大会》、《汉字英雄》冲破娱乐节目圈定的势力范围,打破以往文化节目的传统制作思路,用更贴近于现代大众传播规律和传媒环境的方式,吸引并唤醒观众对文化的记忆和回归。在这两档节目中,“泛文化”与“泛娱乐”相遇所体现出来的不再是“对冲关系”,而是相濡以沫的结合,以真人秀、竞赛、益智游戏等综合性现代电视表现手法包装的汉字节目的走红也许只是一个肇端。

(综艺报)

5 央视大幅压缩晚会类节目 严禁主持人走穴捞金

9月5日,央视《新闻联播》和新华社报道称,为贯彻落实中宣部等五部委《关于制止豪华铺张、提倡节俭办晚会的通知》,中央电视台计划今年9月至12月减少播出17项晚会类节目;自2014年起减少播出56项晚会类节目。在大幅压缩晚会类节目的同时,央视将严格禁止主持人、播音员和其他工作人员以各种名义参加和主持台外组织的晚会、庆典、仪式、活动等。

(京华时报)

6 《超级减肥王》亮相央视 根据称重淘汰选手

央视联合光线传媒,引进制作全球爆红的《the biggest loser》减肥瘦身类真人秀模式节目——中国版《超级减肥王》,于9月15日在央视财经频道黄金档播出。该节目由明星教练刘宏、郑芯妤,国际著名减重专家黄致钹带队,率领14名“重量级”选手通过美食诱惑、大项目挑战及魔鬼训练,不断突破自我,为减肥而战。节目采用淘汰晋级制,每周根据称重结果淘汰选手。

(人民日报海外版)

7 央视体育客户端上线

以第十二届全运会举行为契机,中国网络电视台(CNTV)日前正式推出央视体育客户端。该客户端包括全运会节目单、赛事直播点播、主持人独家点评等栏目,可以将全运会赛事和故事一网打尽。该客户端支持安卓、WP8等系统,并将CCTV5和CCTV5+的内容整合在一起。CNTV还将陆续推出央视财经客户端、央视纪录片客户端等。

(中国新闻出版网/报)

8 三沙卫视开播 24小时滚动播出8档自办节目

为促进与南海周边国家和地区的文化交流,三沙卫视9月3日开播。开播后,该卫视将24小时滚动播出8档自办节目,重点栏目以中英文双语字幕呈现,为南海区域观众提供全方位的资讯和娱乐服务。据了解,三沙卫视于今年2月获批成立,由三沙市人民政府委托海南广播电视总台负责运营,通过有线和卫星两种传输方式,覆盖海南省及南海周边国家和地区。

(人民日报海外版)